

What are the financial challenges of social responsibility from a sociological perspective of public law

Abstract

Correct inference from the financial challenges of social responsibility in the field of public law based on the perception of its existence as a social manifestation and an internal nature in Islamic society in terms of what it is and a reasonable answer to the question of what are the financial challenges to corporate social responsibility in What is the sociological framework of Iranian public law? Corporate social responsibility pathology is one of the efficient methods in this regard. The research method is library-based and descriptive-analytical. The most important results of this article indicate that companies face various challenges, including legal challenges and financial challenges. Be.

In the field of corporate social responsibility, it can be said from a legal point of view, corporate responsibility for respecting human rights standards is an issue that has been considered by companies themselves and by other governments and international organizations and consumers and social movements, and many Large companies have mentioned respect for human rights in addition to their work values and work ethic.

Keywords: Corporate, social responsibility, public law, financial challenges.

چیستی چالش های مالی مسئولیت اجتماعی از منظر جامعه شناسی حقوق عمومی

تاریخ دریافت: ۱۹/۳/۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۷/۵/۱۴۰۱

سید یحیی موسوی کوهپر^۱

علی زارع (نویسنده مسئول)^۲

مهدی منتظر^۳

محمد رضا عسگری^۴

چکیده

استنباط درست از چالش های مالی مسئولیت اجتماعی در حوزه حقوق عمومی براساس ادراک ذیحق آن به عنوان یک نمود اجتماعی و یک ماهیت درونی در جامعه اسلامی از حیث چیستی آن و جواب معقول به این سوال است که چیستی چالش های مالی فراروی مسئولیت اجتماعی شرکت ها در چارچوب جامعه شناسی حقوق عمومی ایران چیست؟ آسیب شناسی مسئولیت اجتماعی شرکت ها یکی از روش های کارآمد در این باره می باشد. روش تحقیق، با استفاده از روش کتابخانه ای و به صورت توصیفی-تحلیلی می باشد. مهم ترین نتایج این مقاله حاکی از آن است که، شرکت ها با چالش های مختلفی روبرو هستند از جمله چالش های حقوقی و چالش های مالی، در این نوشتار به بعد مالی این چالش ها می پردازیم که باید در مطلع اهتمام به ممانعت از این نوع چالش ها شود.

در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتها از بعد حقوقی می توان بیان داشت، مسئولیت شرکتها در قبال رعایت موازین حقوق بشر، موضوعی است که مورد توجه خود شرکتها و از سوی دیگر دولتها و سازمان های بین المللی و مصرف کنندگان و جنبشهای اجتماعی قرار گرفته است و بسیاری از شرکتهای بزرگ رعایت و احترام به حقوق بشر را جز ارزشهای کاری و ضوابط اخلاقی کاری خود ذکر کرده اند. واژگان کلیدی: شرکت، مسئولیت اجتماعی، حقوق عمومی، چالش های مالی.

^۱ دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

symk77@gmail.com

^۲ استادیار، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،

ایران. dr.alizare@gmail.com

^۳ استادیار، گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

mhdmontazer@yahoo.com

^۴ دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر ری

ایران. m.r.asgari@yahoo.com

تفحص نظری مرتبط با بعضی از نمود های اجتماعی به دلیل ابهام، عجین شدن یا بسط آن با استفاده از تنها یک آن چنان که که آوگوست کنت^۱ هم موقن رشته میسور نیست و نیازمند بهره گیری از دکتترین های متداول علوم هم می باشد، بود که استنباط و توصیف نمود های اجتماعی بدون نهادن آن در شالوده ی کلی اجتماعی اش میسر نمی باشد. وصول (گی روشه، ۱۳۸۹؛ ص ۱۷) حکمت ها و اجزاء جامعه شناسانه به ساحت حقوق عمومی نه فقط حایلی در مسیر توسعه آن نیست، ایضاً بنیان های این رشته از حقوق را هم حصین تر می نماید، چون که استنباط درست از نمودهای حقوقی برپایه تخمین آن به عنوان یک حکم و پدیده اجتماعی و جامعه شناسانه هم است. «تیین حکم اجتماعی مشتمل دو پیمان است. یکی این که حکم اجتماعی از دلیل هایی متابعت میکند، دو دیگر این که این دلیل ها در خود جامعه حضور دارند» (ژان ایو دورماگن و دانیل موشار، ۱۳۹۶؛ ص ۱۶).

این بدان مفهوم است که حقوق در حقیقت منوال اندیشیدن به روابط اجتماعی (نوربر رولان، ۱۳۹۴؛ ص ۵۳) و موضوع محوری جامعه شناسی هم تتبع جمله اقسام مقابله در برابر نهادها و اقدامات گورویچ^۲ بیان می کند حقوق دانان عجین با قدرت است (بوراووی و دیگران، ۱۳۹۵؛ ص ۱۲۶). قرابت و در هم تنیدگی این دو حوزه به اندازه ای است که ژورژ غالباً بی آن که خود متوجه باشند، جامعه شناسند (هانری لوی برول و دیگران، ۱۳۷۱، ص ۹۴).

در این مقاله، به تفحص چیستی چالش های مالی مسئولیت اجتماعی از منظر جامعه شناسی حقوق عمومی با یک رویکرد حقوقی و جامعه شناسانه پرداخته شده است و اهتمام در تشکیل اندیشه ای گشته است تا بتوان از نتایج این پژوهش در راستای ارائه یک الگو برای استفاده جامعه شناسانه رفتار کنشگران عرصه حقوقی عمومی به کار بست.

شرکت هایی که از مسئولیت اجتماعی بالایی برخوردار هستند، اغلب روابط صحیح و درستی در بین کارکنان و صاحبان نفع برقرار می نمایند. در این شرکت ها که دارای مسئولیت اجتماعی بالایی هستند صاحبان نفع تمایل به حمایت از کارکنان و کاهش خسارت های احتمالی دارند. برای جبران خسارت های احتمالی و همچنین حمایت از قشر کارکنان بایستی صاحبان نفع به مسائل مالی و چالش های فراروی شرکت توجه خاص داشته باشند.

مبالغ نقد از جمله ماخذ و منابع گرانبها و حیاتی هر واحد اقتصادی می باشد. ابداع موازنه میان مبالغ نقد موجود و احتیاجات نقدی یکی از رادیکال ترین عوامل امنیت اقتصادی واحدهای تجاری است. جریان های نقدی در بسیاری از خواست های مالی، شیوه های واکاوی طرح های سرمایه ای و الگوهای ارزش گذاری اوراق بهادار وظیفه اساسی دارند. نگه داشتن پول نقد در شرکت، مخارج و هزینه های مخصوص به خودش را دارد، و مسئله حائز اهمیت دیگری که اینجا مطرح می باشد تصمیم مدیران منفعت طلب است که چگونه میان خرج یا نگه داشت وجه نقد یکی از این دو را برگزینند، یک موضوع چالش برانگیز

^۱ Auguste Conte

^۲ Georges Gurvitch

و پیچیده است.

مسئولیت اجتماعی شرکت، خطر غیرسیستماتیک را تقلیل می دهد؛ برای اینکه توقع این است شرکت هایی که از سطح مسئولیت اجتماعی بالایی برخوردار هستند در مقابله با رویدادهای غیرمنتظره و شوک های مالی توانایی بیشتری داشته باشند. افزایش خطر غیرسیستماتیک مسبب افزایش نگرانی داشتن پول نقد می گردد؛ زیرا که شرکت ها بایستی تحت هر شرایطی توانایی تأمین مالی شرکت را داشته باشند.

بیان مساله

مطابق ماده ۲۶۴ قانون مدنی تعهدات توسط ۶ عامل از بین می روند که عبارتند از: ۱- وفا به عهد ۲- اقاله ۳- ابراء ۴- تبدیل تعهد ۵- تهاتر ۶- مالکیت مافی الذمه. اقدامات سیستم قانونگذاری موجب می شود که برخی از حقوق دانان کشورمان مطالب و نوشته هایشان را بر اساس همین قوانین استوار کنند، به صورتی که مفاد ذکر شده در این ماده را بدون هیچ گونه نقد یا تقسیم بندی فقط به ذکر احکام فقهی این ۶ عامل بسنده کرده اند (صادقی، ۱۳۸۶ ص ۲۰۸).

در نظام حقوق عرفی اقتضا عمل بر اصل صداقت تجاری یک شکل منفی به خود گرفته است، زیرا که در عمل قانونی فقط بر اصل آزادی مذاکره توجه شده است و رعایت حسن نیت در قراردادهای بی نتیجه مانده است. این دیدگاه بدین نتیجه ایجاد شده است که وضع کنندگان قوانین مفهوم بسیار اندکی از رعایت اصل حسن نیت مدنظر داشته باشند (انصاری، ۱۳۹۳ ص ۱۹۶-۱۹۷).

در جریان مذاکرات مقدماتی چنانچه تعهد حسن نیت نقض شود اقتضا جبران خسارت ضروری است به عنوان مثال در ماده ۳۰۱ اصول حقوق قراردادهای اروپایی به ضرورت این اصل پرداخته شده است. بر اساس این ماده طرف مذاکره کننده مسئول جبران خسارت ضررهایی است که به دیگری وارد شده است (ابراهیمی، ۱۳۸۸، ص ۸۸).

کاتوزیان در این باره گفته است: «هر موقعی در اموال نقضی به وجود آید یا این سود واقعی از بین برود، یا به عواطف و حیثیت و سلامت افراد لطمه و ضربه ای وارد شود این به معنای آن است که ضرری به وجود آمده است» (کاتوزیان، ۱۳۸۹، ص ۱۴۲).

رعایت اصل صداقت تجاری

صداقت یا درست کرداری یکی از صفتهای مخصوص والای نفس انسانی است، و در همه مراحل بیع رعایت اصل صداقت تجاری الزامی است. اخفا همه یا جزئی از واقعیت و عرضه معلومات مغلوط درباره ویژگی های یک کالا یا خدمات و فریب دادن مشتری امری غیرقابل بخشش بوده است و به استمرار یافتن فعالیت های تجاری خسارت وارد می کند.

بازرگانان از لحاظ اخلاقی برای انجام معاملات تجاری مکلفند که اسرار مربوط به سفارشات دریافتی یا قراردادهای منعقد شده را حفظ و پاسبانی کنند. افشای معلومات مربوط به قراردادهای منعقد و مذاکرات تجاری می تواند خسارات جبران ناپذیری را بر طرفین قرارداد ایجاد کند، یا به عبارت دیگر منجر به تغییر و نوسانات غیرعادی قیمت ها در بازار گردد (ابراهیمی، ۱۳۸۸، ص ۸۹).

پیامدهای ابهامات در قراردادهای شرکت ها

یکی از مهم ترین اصول اخلاقی تجارت، پایبندی به قراردادهای تجاری و عدم تخلف از مفاد آنها است)

۲۳۵p (McKeag, Ewan ۱۹۹۶).

گاهی اوقات شروط و بندهای قرارداد با یکدیگر تعارض ظاهری یا تعارض ثابت دارند، که در صورت وقع چنین شرایطی قاضی موظف است که قرارداد را به عنوان یک مجموعه واحد مفروض کند و به تفسیر مفاد آن پردازد (مظفر، ۱۳۶۹ص ۲۳۹).

از این رو، امکان دارد که ابهامات یا نامشخص بودن مفاد قرارداد با شروط و بندهایی که مسبب انعقاد قرارداد می شود، خلط شده و هرچند محرز و معین بودن موضوع معامله از شروط صحت قرارداد است، از متداول شروط سندیت قرارداد و هم شروط مورد معامله انتزاع نشود. غایت انعقاد قرارداد، جاری کردن آن است و ابهام زدایی از قرارداد هم در این جهت قرار می گیرد. در حقوق ایران، در جانب ابهام زدایی از قرارداد، اسبابی را برای اجرای آن محسوب شده اند، فی المثل درباب مال موضوع قرارداد بیان کرده اند که بطور لزوم در موعد عقد موجود باشد، بتوان آن را نقل و انتقال نمود، محرز و معین باشد، واگذاری آن میسر باشد و عاقبت الامر مدیون مالک آن باشد (کاتوزیان، ۱۳۸۸ص ۱۶۰). و راجع به عمل هم عرض نموده اند که کار باید امکان پذیر و قانونی باشد و حاوی نفع عقلانی باشد (همان، ص ۱۹۳).

چالش در رقابت صحیح و سالم شرکت‌ها

در این گفتار به موارد ذیل در زمینه چالش‌ها در رقابت صحیح و سالم شرکت‌ها اشاره می شود.

تبانی برای ثابت نگهداشتن قیمت و حذف رقابت سالم

نئوکلاسیک‌ها بر این باورند که در یک اقتصاد آزاد برای تثبیت قیمت‌ها تبانی به ضرر مصرف‌کنندگان نیست، و هر نوع تبانی که رقابت را محدود کند یا به صورت طولانی مدت انجام شود فقط و فقط به شرکت‌هایی ضرر خواهد زد که چنین روشی را انتخاب نموده‌اند. بعضی از کشورها مجازات‌هایی را در این خصوص وضع کرده‌اند بدین صورت که اگر ثابت بودن قیمت‌ها موجب وارد شدن خسارت به مصرف‌کنندگان شود در صورت نقض این موضوع شرکت‌ها مستلزم پرداخت جریمه‌های سنگین هستند (حساس یگانه، ۱۳۹۲ص ۱۰۱).

ممانعت از ورود رقبا به صحنه تجارت یا صنعت

ممانعت از ورود رقبا به صحنه تجارت یا صنعت اقداماتی ضد رقابتی می باشد که بر طبق آن شرکت‌های رقیب از ورود به صحنه تجارت یا صنعتی خاص منع می گردند. اقداماتی که از ورود رقبا به صحنه تجارت یا صنعت جلوگیری به عمل می‌آورد با اصل رقابت آزاد و اخلاق تجاری مابینت دارد (همان، ص ۱۰۱-۱۰۸).

ابعاد و مؤلفه های تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شامل سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیست به شرح زیر است (گروه کارشناسان ایران ۱۳۸۶ص ۵).

- بعد اقتصادی: صداقت، کنترل و نظارت سازمان، توسعه اقتصادی جامعه، شفافیت، جلوگیری از رشوه خواری و فساد، انجام پرداخت های لازم به مقامات ملی و محلی، استفاده از تأمین کنندگان محلی، استخدام نیروی کار محلی و غیره.

- بعد اجتماعی: حقوق بشر، حقوق کارگر، آموزش و توسعه کارگران محلی، کمک به تخصص های مربوط به برنامه های جامعه و غیره.

- بعد زیست محیطی: رویکردهای احتیاط آمیز برای جلوگیری یا به حداقل رساندن عوارض نامطلوب، حمایت از اقدامات و ابتکاراتی که مسئولیت های بیشتر زیست محیطی را ترویج می دهند، توسعه و انتشار فناوری های مطلوب و مساعد زیست محیطی و غیره. کارول در مطالعه ای که به عنوان «هرم مسئولیت اجتماعی بنگاه» منتشر شد، برای هر بنگاه چهار دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است. Carroll, B. A. (۱۹۹۱). به تعبیر دیگر، او مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را بر ایند چهار مؤلفه زیر می داند:

- نیاز های اقتصادی.

- رعایت قوانین و مقررات عمومی.

- رعایت اخلاق کسب و کار.

- مسئولیت بشردوستانه .

دسته اول، مسئولیت پذیری است که ماهیتا اقتصادی است و شامل ایجاد بازده سرمایه گذاری برای مالکان و سهامداران ایجاد اشتغال، پرداخت منصفانه به کارگران، کشف منابع جدید، ترویج تکنولوژی پیشرفته، نوآوری و ایجاد خدمات و محصولات جدید. در این دیدگاه واحدهای تجاری اساسا یک بنگاه اقتصادی در جامعه هستند و کلیه ی نقش هایشان بر اساس این فرض بنیادی پیش بینی می شود. مسئولیت پذیری قانونی، شامل انتظارات رعایت قوانین و ایفای نقش در کنار رعایت قواعد بازی است. از این منظر جامعه انتظار دارد واحدهای تجاری در کنار انجام کامل مأموریت اقتصادی چارچوب الزامات قانونی سیستم حقوقی اجتماعی را نیز مورد توجه قرار دهند. اگر چه مقررات شاید شرکت ها را ناگزیر یا وادار به پاسخ در مورد خاص نماید. اما اطمینان از رعایت منصفانه توسط واحدهای تجاری مشکل است. از طرف دیگر مقررات و قوانین شاید سبب از دست دادن برخی فرصت ها برای شرکت ها گردد، چون در تلاش برای شرایط جهت محدود کردن رفتار تجاری است. مسئولیت پذیری اخلاقی بر محدودیت های قوانین از طریق ایجاد یک شخصیت اخلاقی که شرکت ها می توانند از طریق آن جریان و بقا داشته باشند غلبه می کند. اگر تصویر کلی کسب و کار به عنوان یک خط مشی اخلاقی باشد طبیعتا آنچه که درست، عادلانه و منصفانه است انجام می شود. بنابراین مسئولیت پذیری اخلاقی در بر گیرنده فعالیت هایی است که ضرورتا توسط قانون تعریف نشده است بلکه انتظار می رود برای احترام به مردم، جلوگیری از خسران و صدمات اجتماعی توسط واحدهای تجاری صورت گیرد. این گونه مسئولیت پذیری اساسا بیشتر ریشه در حقوق بشر دارد. نوع آخر مسئولیت پذیری جایی است که شرکت ها دامنه ی وسیعی از قضاوت انسان دوستانه و انتخاب در شرایط تصمیم برای فعالیت های خاص یا مشارکت انسان دوستانه برای کمک به جامعه دارند. ریشه های این نوع مسیر مسئولیت پذیری در این اعتقاد و باور است که واحدهای تجاری و جامعه در یک روش ذاتی و باطنی در هم تنیده اند. این نوع از مسئولیت پذیری بحث برانگیزترین و

جنبالی ترین نوع مسئولیت است و محدودیت های بسیاری دارد و کاربردش می تواند با گرایش اقتصادی و سودآفرینی شرکت های تجاری در تناقض باشد .

تعبیر دیگر کارول از این مؤلفه « شهروند خوب » بودن است، یعنی مشارکت بنگاه در انواع فعالیت هایی که معضلات جامعه را فرو کاهد و کیفیت زندگانی آن را بهبود بخشد .هرم مسئولیت پذیری اجتماعی چندبعدی کارول در شکل زیر نشان داده شده است .

بنیان هرم، مسئولیت پذیری اقتصادی و رأس هرم، مسئولیت پذیری بشردوستانه است. از نگاهی دیگر می توان گفت مسئولیت پذیری اقتصادی و قانونی از بعد اجتماعی الزامی هستند، مسئولیت پذیری اجتماعی از نظر اجتماعی انتظار می رود، در حالی که بشر دوستانه از بعد اجتماعی مطلوب است و هر یک از این ابعاد مسئولیت پذیری یک جزء اساسی، مسئولیت اجتماعی کل شرکت های تجاری هستند. البته، ابعاد مسئولیت پذیری شاید در طول زمان تغییر یابد که این بستگی به صنعت شرکت، عملکرد مسئولانه شرکت و راهبرد مسئولیت پذیری شرکت دارد. مدل مفهومی کارول مفید و به موقع بود و پیشرفت قابل ملاحظه ای در مسئولیت اجتماعی شرکت ها ایجاد نمود. اما، از بعد رهنمود در خصوص فرایند و سنجش ابعاد مسئولیت پذیری برای مدیران و پژوهشگران بسیار محدود و اندک بود. کلارکسون بیان داشت که مدل مفهومی کارول برای آزمون پیچیده و مشکل بود و به توسعه متدولوژی که بتواند برای جمع آوری، ساماندهی و ارزیابی داده های شرکت در این زمینه استفاده شود، کمک چندانی نکرد(هاشمی و همراهی، ۱۳۹۵).

وود در مطالعه خود با عنوان « بررسی عملکرد اجتماعی شرکت » مدل عملکرد اجتماعی شرکت را فراسوی شناسایی انواع مختلف مسئولیت پذیری برای بررسی ابعاد مرتبط با اصول انگیزشی رفتار مسئولانه، فرایند مسئولیت پذیری و نتایج عملکرد در آن پالایش اساسی کرد (Wood, D.J, 1991 p. 718-691).

او عملکرد اجتماعی شرکت را به عنوان محصول رعایت اصول اساسی مسئولیت اجتماعی شرکت معرفی کرد و مفروضات اولیه آن را مورد پالایش قرار داد. این مدل پیشرفت بسیاری در تحقیقات مسئولیت اجتماعی به دنبال داشت. مسئولیت پذیری بر اساس مدل وود یک بعد عملی را تشکیل می دهد که به اجزای دستوری و انگیزشی مکمل برای مسئولیت پذیری اجتماعی نیاز دارد.

اصول مسئولیت اجتماعی شرکت

- اصول نهادی
- اصول سازمانی
- اصول شخصی فرایند مسئولیت اجتماعی شرکت
- ارزیابی محیطی
- ارزیابی ذینفعان
- ابعاد مدیریت پیامد و نتایج رفتار شرکت
- اثرات اجتماعی
- برنامه های اجتماعی

• رویه های اجتماعی پیامدهای رفتار شرکت، منافع مستقیم و واضح در ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت است. مطابق مدل وود، پیامد به سه نوع تقسیم می شوند. اثرات اجتماعی، رفتار شرکت و برنامه ها و رویه های توسعه یافته توسط شرکت برای ابعاد اجتماعی و منافع ذینفعان که شرکت ها برای اجرای مسئولیت پذیری به کار می برند. اینکه آیا رفتار شرکت اثرات مثبت یا منفی دارد باید به طور عینی ارزیابی گردد. همچنان که می هان بیان داشت، اگر چه مدل وود نقش مهمی در پژوهش و تحقیقات داشت، اما در پرداختن به نیازهای کاربردی مدیران در اجرای برنامه های مسئولیت اجتماعی شرکت و سنجش اثراش اساسا ناکام بوده است (هاشمی و همراهی، ۱۳۹۵).

مسئولیت شرکتها و حقوق بشر

حضور و فعالیت شرکتها فراملی در عرصه اقتصاد بین المللی، واقعیتی مسلم و غیر قابل انکار است. هم دولتها و هم جامعه بین المللی این حضور را پذیرفته اند و با درک این حقیقت که بخش زیادی از توسعه اقتصادی کشورهای توسعه نیافته یا در حال توسعه به دست آنها است، سعی کرده اند از طریق موافقتنامه های دو جانبه یا چند جانبه و سایر اسناد بین المللی، تضمین های کافی برای فعالیت بین المللی شرکت های خصوصی، فراهم نمایند (امیدوار، ۱۳۸۶).

گرچه تنظیم و تدوین ضوابط فعالیت آنها و روابط حقوقی که با کشور میزبان برقرار می سازند، به آسانی آنچه در مورد روابط قراردادی حقوق خصوصی انجام می شود. مسئولیت شرکتها در قبال رعایت موازین حقوق بشر، موضوعی است که مورد توجه خود شرکتها و از سوی دیگر دولتها و سازمان های بین المللی و مصرف کنندگان و جنبشهای اجتماعی قرار گرفته است. به گونه ای که بسیاری از شرکتها بزرگ رعایت و احترام به حقوق بشر را جز ارزشهای کاری و ضوابط اخلاقی کاری خود ذکر کرده اند. اینکه شرکتها باید موازین اخلاقی و انسانی را در انجام فعالیتهای خود مورد احترام قرار دهند یک مساله جدید نیست، چون حمایت از حقوق کارگران یا حفاظت از محیط زیست همواره توسط حکومت ها مورد توجه قرار گرفته و برای رعایت آن موازین و مقرراتی وضع شده است. ولی اینکه شرکتها در رعایت حقوق بشر یک تکلیف حقوقی و قانونی داشته باشند یک مساله حقوقی جدید است. شرکتها و به ویژه شرکتهای فراملی و بزرگ در سالهای اخیر، نگرانی های زیادی را در مورد رعایت حقوق بشر ایجاد کرده اند. نقض قواعد حقوق بشری از سوی شرکتها، در بیشتر موارد، توجه عمومی افراد، نهاد های غیر دولتی و ارگانهای حکومتی را بر می انگیزد. به منظور جلوگیری از چنین مواردی لازم است تدابیر ویژه و قواعدی وضع و اتخاذ گردد، هدف اصلی این قواعد باید این امر باشد که شرکتها ملزم به رعایت مقررات بین المللی حقوق بشر گردند. نتیجه این بحث این است که با مفهوم جدید حقوق بشر، نه تنها کشورها بلکه شرکتها و آژانس هایی که تحت پوشش آنها به فعالیت می پردازند، باید مسئول و پاسخگوی اقدامات خود در زمینه رعایت حقوق بشر و حفظ کرامت انسانی باشند. مسئولیت شرکتها در برابر سایر ذی نفعان به طرق ذیل مورد سنجش قرار می گیرد، رعایت و اجرای قواعد زیست محیطی، احترام به حقوق بشر، رعایت حقوق بشر، رعایت حقوق کارگران، پاسخگو بودن و شفاف سازی عملکرد، رعایت حقوق مصرف کنندگان و مشتریان، مشارکتهای اجتماعی و توجه به رفاه جامعه. تا کنون در زمینه الزام شرکتها به رعایت حقوق بشر و رعایت حقوق جامعه عمدتا به راه حلها و قواعد انعطاف پذیر و نرم بسنده شده است و اینکه چنین راه

حلقها و قواعدی ضمانت اجرایی برای دولت‌ها، شرکتها و افراد بوجود نمی‌آورد و شرکتها با چنین نگاهی پاسخگو نیستند و در نهایت قابلیت اجراء و موفقیت این قوانین بسیار پایین است. به عنوان مثال می‌توان به دستورالعملهای سازمان ملل در مورد ضوابط رفتاری شرکتهای فراملی یا دستورالعملهای سازمان توسعه و همکاریهای اقتصادی تحت عنوان ضوابط رفتاری شرکتهای چند ملیتی اشاره کرد.

همچنین سازمان ملل عهدنامه جهانی را در سال ۲۰۰۰ تدوین کرد که شرکتها به صورت داوطلبانه به این عهدنامه می‌پیوندند و می‌بایست ۹ اصل این عهدنامه را در عملکردهای تجاری خود رعایت کنند. این ۶ اصل در زمینه‌های حقوق بشر؛ کار و مسایل محیطی برگرفته از اعلامیه جهانی حقوق بشر؛ اعلامیه سازمان بین‌المللی کار راجع به حقوق کار؛ اعلامیه توسعه و محیط زیست ریو می‌باشد. نه اصل به شرح زیر است:

حقوق بشر

- تجارت و کسب و کار باید در هر حوزه تاثیرگذاری خود از اعلامیه حقوق بشر حمایت کند.
- کسب و کار نباید به هیچ عنوان در نقض و سوء استفاده از حقوق بشر همدست داشته باشد.
- استانداردهای کار کسب و کار باید آزادی ارتباط را حمایت کند حق چانه زنی متقابل را به رسمیت بشناسد.

- کسب و کار باید در حذف کامل هر نوع کار اجباری بکوشد.

- کسب و کار باید به طور موثری کار کودکان را ملغی کند.

- کسب و کار باید با توجه به اشتغال تبعیض را حذف کند.

محیط زیست

- کسب و کار باید رویکرد محتاطانه ای را نسبت به چالشهای زیست محیطی داشته باشد.

- کسب و کار باید سهم بزرگتری از مسئولیت نسبت به محیط زیست را بر عهده گیرد.

- کسب و کار باید همواره در تشویق و توسعه فناوری غیر مضر نسبت به محیط زیست بکوشد. بدین ترتیب به نظر می‌رسد که هیچ الزامی برای شرکتها به منظور رعایت حقوق بشر وجود ندارد، اقدامات بین‌المللی سازمان ملل و سازمان جهانی کار نیز بر این نکته صحنه گذارده است که از آنجایی که شرکتها هنوز تابعان اصلی حقوق بین‌الملل نیستند نمی‌توان مجازاتی یا الزامی برای آنان در نظر گرفت و توافق کشورهای نیز به آسانی امکان پذیر نیست و فقط می‌توان از طریق اقدامات داوطلبانه و سیاستهای تشویقی و آگاه سازی، شرکتها را به رعایت حقوق بشر تشویق کرد. با وجود این مطلب باید گفت که امروزه بیشتر راهکارهایی که برای مسئول شناختن تابعان غیردولتی مورد اجرا و اعمال قرار می‌گیرد، هنوز در حال شکل گیری هستند. در نتیجه باید اذعان نمود که مسئولیت شرکتها در مقابل نقض قواعد حقوق بشر هنوز هم در هاله ای از ابهام قرار دارد (هاشمی و همراهی، ۱۳۹۵).

مسئولیت اجتماعی شرکت های فراملی و چالش های آن

هرچند دولت میزبان و دولت متبوع شرکت های فراملی نقش مهمی در تحقق مسئولیت اجتماعی این شرکت ها دارند بااین حال با مشکلاتی مواجه هستند. دولت میزبان با موانعی از جمله وجود معاهدات سرمایه گذاری خارجی، شرط ثبات در موافقت نامه های سرمایه گذاری خارجی، دشواری برداشتن نقاب

از چهره واقعی شرکت و در نهایت وجود استانداردهای حداقلی رفتار با بیگانگان، در کنترل شرکت های فراملی روبه رو هستند. همچنین انتقال قدرت از حوزه عمومی به حوزه خصوصی (خصوصی سازی) در دولت میزبان که توان دولت در کنترل شرکت های فراملی را کاسته است نیز از محدودیت های پیش روی کشورهای در حال توسعه است.

همچنین نظارت بر مسئولیت اجتماعی شرکت های فراملی از طریق دولت متبوع شرکت، با محدودیت های فراوانی مواجه است. نخستین و مهم ترین این محدودیت ها، امکان تعارض اعمال صلاحیت فراسرزمینی دولت های سرمایه فرست با حاکمیت ملی دولت های میزبان است. دشواری ناشی از اجرای قانون خارجی، از دیگر محدودیت های دولت های سرمایه فرست در کنترل سرمایه گذاری خارجی است. دکتین موسوم به «ایراد دادگاه نامناسب»، دشواری برداشتن نقاب از چهره واقعی شرکت و امکان ایجاد تنش های دیپلماتیک میان دولت های سرمایه فرست و دولت های سرمایه پذیر، امکان موفقیت طرح دعاوی فراملی در کشورهای سرمایه فرست را با شکست مواجه کرده است.

همچنین در مسئولیت اجتماعی شرکت ها باید توجه داشت که معمولاً بین نفع شرکت و نفع کل جامعه، شکافی بزرگ وجود دارد. در واقع، در نظر شرکت ها منافع سرمایه گذاران و سهام داران شرکت مهم تر از نفع عمومی است. این موضوع ناشی از محوریت الگوی هزینه - فایده در شرکت های تجاری است. در این الگو، کمک های حقوق بشری در صورتی برای شرکت ها توجیه پذیر خواهد بود که به افزایش اعتبار شرکت، بهبود عملکرد مالی، اعتلای وجهه علامت تجاری، گسترش بازارها و... منتهی گردد. حتی ممکن است امر خیرخواهانه صرفاً با هدف بازگشت بیشتر سرمایه باشد. شرکت هایی مثل نایکی-که در دهه نود با خطر تحریم خرید محصولات روبه رو بوده اند، یا مک دونالد که خطر شکایات حقوقی پر سر و صدا را به دلیل دغدغه چاقی مردم پیش روی خود می دید، شاید مسئولیت اجتماعی را راهبردی برای ارائه چهره ای دوستانه تر به عموم مردم دیدند. همچنین تلاش برای تحقق مسئولیت اجتماعی گاه خود موجب بروز مشکلاتی دیگر می گردد (ضیایی و لطفی گماسایی، ۱۴۰۰).

بررسی مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی

اگر چه حاکمیت اخلاق کار بر سازمان، منافع زیادی برای سازمان از بعد داخلی از جنبه های بهبود روابط، افزایش جر تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه های ناشی از کنترل دارد ولی از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز از راه افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذینفعان، افزایش در آمد، سود آوری و بهبود مزیت رقابتی و... توفیق سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد. توجه به تمام افراد و گروه هایی که ذینفع هستند، میزان سود شرکت ها را در بلند مدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی و اعتماد مردم به یکدیگر و نیز کاهش جریمه ها می شود (رحمان سرشت و دیگران، ۱۳۸۸). مسئولیت اجتماعی با کاهش هزینه های عملیاتی، تقویت اعتبار و برند شرکت، افزایش فروش و وفاداری مشتریان، افزایش بهره وری و کیفیت، افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان، کاهش مقررات دست و پا گیر و دستیابی به سرمایه منجر به بهبود عملکرد مالی می شود. مسئولیت اجتماعی می تواند هزینه های عملیاتی را کاهش دهد. برای مثال، بهبود عملکرد محیطی از قبیل کاهش

نشر گاز که موجب تغییر آب و هوا می‌شود و یا کاهش ورود آلاینده‌های شیمیایی به خاک. در سطح منابع انسانی، برنامه‌های تثبیت و سایر برنامه‌های زندگی کاری به کاهش در کناره‌گیری و افزایش حفظ و نگهداری نیروی کار منجر می‌شود و در نتیجه اغلب اعتبار اختصاصی سازمان‌ها به این منظور از طریق افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های آموزش و استخدام ذخیره می‌شود. سازمان‌هایی که به مسئولیت‌پذیری اجتماعی توجه می‌کنند، می‌توانند از نظر تقویت شهرت و اعتبار سود کسب کنند. این اعتبار و شهرت در جامعه تجاری، موجب افزایش توانایی شرکت برای جذب سرمایه و مشارکت شرکا می‌شود. از آنجایی که تجارت، ابتدا باید شاخص‌های کلیدی خرید مصرف‌کنندگان را از قبیل قیمت، کیفیت، ایمنی، در دسترس بودن و راحتی را برآورده کند، مطالعات نشان می‌دهند که تمایل برای خرید (یا نخردن) بر پایه شاخص‌های ارزش محور از قبیل پوشش آزادی کار کودکان، کاهش اثرات زیست‌محیطی و آزادی در خرید افزایش می‌یابد. تلاش سازمان‌ها بر بهبود شرایط کاری، کاهش اثرات محیطی یا افزایش به‌کارگیری نیروی انسانی در تصمیم‌گیری، اغلب به افزایش بهره‌وری منجر می‌شود.

سازمان‌های متعهد به مسئولیت اجتماعی بالا، اغلب در حفظ و نگهداری کارکنان، کاهش جابه‌جایی و تعهدات استخدام و هزینه‌های آموزش به نتایج مؤثری رسیده‌اند. شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالا به سرمایه‌هایی دست می‌یابند که دستیابی دیگران به آن سرمایه‌ها ممکن نیست (چاوشباشی، ۱۳۸۹). همچنین به طور بالقوه امکان تلاقی و ناهماهنگی برخورد بین توسعه اجتماعی پایدار و توسعه تجارت پایدار بر حسب قابلیت ماندگاری و کسب سود وجود دارد. در حالی که تجارت می‌تواند در کوتاه مدت به واسطه اقدامات غیر اصولی با کارگران، مشتریان، محیط زیست و سودساز باشد اما بعضی بر این عقیده هستند که سودسازی در کوتاه مدت نمی‌تواند در دراز مدت دوام بیاورد. تجارت که خواهان پایداری باشند، پذیرفته‌اند که فقط با پایداری اجتماعی است که آنها قادر خواهند بود تا رویکردی بلندمدت در تجارت اتخاذ کنند. بسیاری از مدافعان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اعتقاد دارند که به منظور ماندگاری تجارت در دراز مدت، سودسازی مداوم برای نسل‌های بعدی سهامداران، لازم است که تجارت تدابیری را اتخاذ کند که جوانب اجتماعی را هم در برگیرد (امیدوار، ۱۳۸۵).

ضرورت سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

امروزه در نظام جهانی به دولت و بازار به عنوان نهادهای اجتماعی نگریسته می‌شود که از نقایص و کمبودهایی رنج می‌برند و توسعه آنها در گرو رفع نقایص و عیوب نهاد بازار و نهاد دولت است که بانک جهانی و مباحث توسعه‌های امروزه بر این دیدگاه تأکید دارند. بدین ترتیب، بر لزوم هماهنگی دولت و بازار تکیه می‌شود. دولت به عنوان سکandar کشتی توسعه تصور می‌شود و باید کوتاه‌ترین و سریع‌ترین مسیر را با مجموعه اطلاعاتی که در دست دارد تعیین کند. موتور محرک‌های کشتی را در مسیر فوق به راه می‌اندازد، کارآفرینان بخش خصوصی هستند و این دو در صورت مشارکت ساختارهای جامعه مدنی قادر خواهند بود چرخه پایدار توسعه را به حرکت درآورند. آنچه مسلم است در هیچ یک از نظریات اقتصادی و مدیریتی، دخالت حکومت در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی به طور کامل مردود نشده است، اما آنچه حائز اهمیت است، در کنار نقش مؤثری که شرکت‌ها و بخش خصوصی می‌توانند داشته باشند، چگونگی مداخله حکومت برای انجام وظایف و مسئولیت‌ها است. امروزه نقش حکومت به عنوان عامل

تنظیم‌کننده و تسهیل‌گر از هر زمان دیگر وسیع‌تر و پیچیده‌تر شده است و دامنه آن زمینه‌هایی چون حفظ محیط زیست و نظم بخشیدن به انحصارات و... را در بر می‌گیرد (حبیبی و دیگران، ۱۳۸۳).

از مهم‌ترین عوامل پیشرفت جهانی شدن اقتصاد، نقش روزافزون شرکت‌های چندملیتی و مجموعه‌ای از شرکت‌های صنعتی، خدماتی و اطلاع‌رسانی با فعالیت‌های متنوع است که فارغ از محدوده‌های جغرافیایی شکل گرفته و بدون تبعیت از مردم با منطقه جغرافیایی خاص و با سیاست‌های دولت‌ها فعالیت می‌کنند. تمام این موارد حکایت از کاهش میزان دخالت دولت‌ها در جهت‌گیری‌های تجاری، مالی و اقتصادی جهان در شرایط فعلی و به شکل شدیدتر آن، در آینده دارد. بررسی روندهای جهانی نشان دهنده آن است که اقتصاد جهانی به سمتی هدایت می‌شود که دیگر نه منافع دولت‌ها، بلکه منافع شرکت‌ها است که نقش تعیین‌کننده‌ای را در سیاست‌گذاری جهانی ایفا خواهد کرد. از همین رو می‌بینیم در سطوح هیات‌های عالی رتبه‌ای که بین کشورها تردد می‌کنند، همواره مدیران شرکت‌های بخش غیردولتی بخش عمده‌ای را در این هیات‌ها تشکیل می‌دهند که آن‌ها هم از نقش بسیار پررنگ مدیران شرکت‌های فراملیتی در پست‌های کلیدی دولت‌های بزرگ جهانی بر می‌خیزد. اگر در گذشته لازم بود شرکت‌ها به حکومت‌ها پاسخگو باشند، اکنون این حکومت‌ها هستند که باید به شرکت‌ها پاسخ بدهند و حتی در تنظیم سیاست‌های بین‌المللی خود منافع شرکت‌ها و بخش خصوصی را لحاظ کنند.

گرایش‌ها و شواهد حاکی از آن است که نقش‌های مهمی برای حکومت در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد، اما این نقش لزوماً نظارتی نیست. در حالی که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به طور سنتی به عنوان فعالیتی به شمار می‌رود که شرکت‌ها به صورت داوطلبانه درگیر آن هستند، رشد و تأثیر گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی منجر به افزایش درخواست از دولت‌ها برای منظم کردن رفتار اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای متعدد شده است.

گسترش و توسعه روزافزون مؤسسات و شرکت‌های مختلف صنعتی و بازرگانی، و افزایش شدید رقابت میان آنان باعث شده است که سازمان‌ها و شرکت‌ها برای ادامه حیات خود تنها به سود و منافع سازمانی خود بیندیشند و برای نیل به این اهداف از هیچ عملی کوتاهی نکنند. این در حالی است که هر حرکت و تصمیم به ظاهر کوچکی که در یکی از بخش‌ها رخ دهد، صرف نظر از تأثیرات مستقیم آن در بخش مورد نظر، به تدریج موجب تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، پنهان و آشکار، و ملموس و غیرملموس در تمامی بخش‌های جامعه شده و یک سلسله‌کنش‌ها و واکنش‌های مداوم را در تمامی سطوح و لایه‌های جامعه به وجود آورده است. به گونه‌ای که از مهم‌ترین مسئولیت‌ها و وظایف دولت‌ها و سازمان‌ها در دنیای امروز، مدیریت رابطه کلان - بخشی است (امیدوار، ۱۳۸۷).

۱-۸- نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش حکایت از این دارد که پژوهش حاضر با هدف تبیین «چیستی چالش‌های مالی مسئولیت اجتماعی از منظر جامعه‌شناسی حقوق عمومی» انجام شد. نتایج بیانگر این امر می‌باشد که امروزه شرکت‌ها با آسیب‌ها و چالش‌های متعددی از جمله چالش‌های حقوقی و به ویژه چالش‌های مالی روبرو هستند.

در بعد مالی مهم‌ترین چالش‌های مالی و تجاری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از: عدم عمل بر مبنای صداقت تجاری و اطلاع رسانی قراردادهای، عدم رعایت اصل صداقت تجاری، تبانی برای ثابت نگهداشتن قیمت‌ها و حذف رقابت سالم به منظور ممانعت از ورود رقبا به صحنه تجارت و تبانی بین رقبا هنگام شرکت در مناقصه‌ها یا مزایده‌ها است.

در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتها از بعد حقوقی می‌توان بیان داشت، حضور و فعالیت شرکت‌های فراملی در عرصه اقتصاد بین‌المللی، واقعیتی مسلم و غیر قابل انکار است. هم دولتها و هم جامعه بین‌المللی این حضور را پذیرفته‌اند و سعی کرده‌اند از طریق موافقتنامه‌های دو جانبه یا چند جانبه و سایر اسناد بین‌المللی، تضمین‌های کافی برای فعالیت بین‌المللی شرکت‌های خصوصی، فراهم نمایند. مسئولیت شرکتها در قبال رعایت موازین حقوق بشر، موضوعی است که مورد توجه خود شرکتها و از سوی دیگر دولتها و سازمان‌های بین‌المللی و مصرف‌کنندگان و جنبشهای اجتماعی قرار گرفته است و بسیاری از شرکت‌های بزرگ رعایت و احترام به حقوق بشر را جز ارزشهای کاری و ضوابط اخلاقی کاری خود ذکر کرده‌اند. پیشنهادات این مقاله عبارتند از:

تعریف محدوده‌های دقیق مسئولیت اجتماعی و اقدام برای رفع چالش‌های حقوقی و مالی موجود.

منابع و مأخذ

- ابراهیمی، (۱۳۸۸)، حقوق کار، تهران: انتشارات خرسندی.
- ازغندی، علیرضا (۱۳۹۲)، تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران، تهران: انتشارات سمت.
- امیدوار، علیرضا (۱۳۸۶) سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، رشته سیاست‌گذاری عمومی، دانشگاه تهران.
- امیدوار، علیرضا، ۱۳۸۵، مفاهیم مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، انتشارات مرکز ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.
- امیدوار، علیرضا، ۱۳۸۷، ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تکمیل‌کننده و جایگزین سیاست‌ها و وظایف دولت (سیاست‌گذاری حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها)، پژوهشنامه شماره ۲۱، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها.
- انصاری، ولی‌الله (۱۳۹۳)، حقوق‌گذاری از لحاظ نظری، عملی و تطبیقی، تهران: نشر میزان.
- چاوشباشی، فرزانه، ۱۳۸۹، مسئولیت اجتماعی و نقش آن در ارتقای بهره‌وری و مزیت رقابتی شرکت‌ها، پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان، انتشارات پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۴.
- حبیبی، علی و دیگران، ۱۳۸۳، توسعه پایدار در جهان در حال تحول، نشر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
- حساس یگانه، یحیی (۱۳۹۲)، فلسفه حسابرسی، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- رحمان سرشت، حسین، محمود، رفیعی و مرتضی، کوشا، ۱۳۸۸، مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فراسازمانی، ماهنامه علمی آموزشی تدبیر، شماره ۲۰۴.

- ژان ایو دورماگن و دانیل موشار، ۱۳۹۶؛ مبانی جامعه شناسی سیاسی ، ترجمه عبدالحسین نیک گهر ، چاپ چهارم ، تهران: آگه.
- صادقی، سعید (۱۳۸۶)، تئوری‌های انقلاب، تهران: دانشگاه پیام نور.
- ضیایی، سید یاسر و محسن لطفی گماسایی ، ۱۴۰۰، مسئولیت اجتماعی شرکت‌های فراملی؛ فرصت‌ها و چالش‌ها، نشریه علمی پژوهش‌های حقوقی ، دوره ۲۰، شماره ۴۶.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۹)، قواعد عمومی قراردادها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- گروه کارشناسان ایران (۱۳۸۶)، مسئولیت اجتماعی سازمان با رویکرد مدل EFQM ، انتشارات کیفیت و مدیریت با همکاری نشر مرنديز.
- گی روزه ، ۱۳۸۹؛ مقدمه ای بر جامعه شناسی عمومی سازمان اجتماعی ، ترجمه هما زنجانی زاده ، چاپ پنجم ، تهران: سمت.
- مایکل بوراووی و دیگران ، ۱۳۹۵؛ جامعه شناسی مردم مدار - جامعه شناسی در قرن بیست و یکم ، ترجمه بهرنگ صدیقی و دیگران، چاپ دوم تهران: نشر نی.
- مظفر، محمد رضا (۱۳۶۹)، اصول الفقه، قم: موسسه نشر اسلامی.
- میرزای قمی، ابوالقاسم (۱۴۱۳)، قوانین الاصول، تهران: مکتب العلمیه الاسلامیه.
- نوربر رولان، ۱۳۹۴؛ انسان شناسی حقوقی ، ترجمه امیر نیک پی، تهران: نگاه معاصر.
- هانری لوی برول و دیگران ، ۱۳۷۱، حقوق و جامعه شناسی ، ژرژ گورویچ ، ترجمه مصطفی رحیمی ، چاپ دوم ؛ تهران: نشر سروش.
- هاشمی، سید احمد و مهرداد همراهی، (۱۳۹۵)، مسئولیت پذیری اجتماعی، سومین کنفرانس بین المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری.
- Carroll, B. A. (۱۹۹۱). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Corporate Stakeholders, Business Horizons, Vol. ۳۴ (July-August)
- McKeag, Ewan (۱۹۹۶), Privity. In: Contract Law, Macmillan Law Masters, London: Palgrave.
- Elsevier - Science Direct, Game theoretic pricing models in hotel revenue management: An equilibrium choice-based conjoint analysis approach, Tourism Management, Volume ۵۱, December ۲۰۱۵.
- Wood, D.J. (۱۹۹۱). Corporate Social performance revisited, Academy of Management Review, vol. ۱۶.