

فصلنامه حسابداری سلامت، سال چهارم، شماره دوم، شماره پیاپی (۱۲)، تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۰۴-۱۲۳.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن

دکتر شکراله خواجهوی^۱ و مصطفی اعتمادی جوریابی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۶/۲۵

تاریخ اصلاح نهایی: ۱۳۹۴/۰۵/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۲/۱۰

چکیده

مقدمه: با پیشرفت جوامع و توجه به حقوق بشر، افزون بر مسئولیت متداول شرکت‌ها یعنی سود دهی، مسئولیت شرکت‌ها در قبال جامعه و محیط نیز مورد توجه قرار گرفته است. سهامداران دیگر تنها ذی‌نفعان شرکت نیستند بلکه شهروندان، مشتریان، کارکنان و دولت و حتی نسل‌های آینده نیز ذی‌نفعان شرکت محسوب می‌شوند. هم‌اکنون شرکت‌های زیادی در سراسر جهان، به این مسئولیت خود واقف بوده و در جهت ایفای آن تلاش می‌کنند. گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی، ابزاری برای ارزیابی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است و با استفاده از آن شرکت‌ها می‌توانند اقدامات خود را در جهت ارتقای کیفیت زندگی آحاد جامعه به اطلاع کلیه افراد جامعه و نهادهای ذی‌نفع برسانند.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش: در این مطالعه سعی شده است با استفاده از نظریه‌های موجود در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها علل، انگیزه‌ها و منافع گرایش به سوی اجرا و گزارشگری آن بیان شود. هم‌چنین، برخی از معایب گزارشگری سنتی در زمینه حسابداری مالی مطرح، پیشرفت‌های حاصل‌شده در زمینه گزارشگری اجتماعی و محیطی ارائه و سرانجام شیوه‌های توسعه چارچوب مناسب برای گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی بیان شود.

نتیجه‌گیری: بر اساس پژوهش‌های انجام شده در این حوزه و بررسی برخی الگوها به نظر می‌رسد باید الزامات و محرک‌های لازم برای گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی در جهت عملی کردن این نوع گزارش تدوین و ارائه شود.

واژه‌های کلیدی: تحلیل محتوایی، گزارشگری اجتماعی، گزارشگری محیطی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نظریه اقتصاد سیاسی.

۱. دانشیار حسابداری دانشگاه شیراز.

۲. عضو هیئت علمی گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر انزلی.

* نویسنده مسئول؛ رایانامه: shkhajavi@rose.shirazu.ac.ir

مقدمه

امروزه، به دو مقوله شفافیت و پاسخ‌گویی توجه زیادی می‌شود. زیرا، بحران‌های مالی، اقتصادی و شرایط پر از بحران یکی از نتایج نبود شفافیت لازم در گزارشگری مالی است که به تبع آن پاسخ‌گویی بخش عمومی نیز دچار ضعف و نابسامانی شده است؛ لذا، در راستای ارتقاء شفافیت گزارشگری و سطح مسئولیت پاسخ‌گویی باید به عوامل اثرگذار بر این دو مقوله مهم در بخش عمومی توجه ویژه شود (۳).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در عمل هنوز زیاد فراگیر نشده و هدف عمومی گزارشگری مالی در حال حاضر بر عملکرد مالی متمرکز بوده و بررسی عملکرد اجتماعی و محیطی را در بر نمی‌گیرد. در طول چند سال اخیر، شرکت‌های زیادی در سراسر جهان بحث راجع به در نظر گرفتن سه جنبه گزارشگری (اقتصادی، اجتماعی و محیطی) را آغاز کرده‌اند. بر این اساس گزارش‌های ارائه شده باید در مورد وضعیت اقتصادی، اجتماعی و محیطی بنگاه اقتصادی، اطلاعاتی را ارائه کند. این نظریه گزارشگری با توجه به سه حوزه دخیل در آن (اقتصادی، محیطی و اجتماعی) مترادف با مفهوم و هدف «پیشرفت پایدار» است (۴).

آرا و نظرات مختلفی در رابطه با مفهوم حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی و همچنین وجه تسمیه آن وجود دارد. از نظر مفهوم، گروهی آن را بخشی از حسابداری مالی می‌دانند در حالی که گروه غالب عقیده دارند که نظام حسابداری مسئولیت‌های اجتماعی اصول، قواعد و مفاهیم خاص خود را دارد، به گونه‌ای

در بازار قرن ۲۱، شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای خواهان بروز علائمی مبنی بر اعلام نگرانی آن‌ها نسبت به حقوق اخلاقی و بشری هستند، با این وجود می‌خواهند از نظر اقتصادی، محیطی و اجتماعی نیز فعال و مسئولیت‌پذیر جلوه کنند. قانون و سایر نهادهای عمومی نیز بر فرآیند و نحوه عمل شرکت‌ها فشار زیادی وارد می‌کنند تا فعالیت‌های اخلاقی بهبود یابد. نتایج پژوهش‌های پیشین نیز نشان‌دهنده وجود رابطه‌ای قوی بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی است. با این حال، مقیاس و ماهیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها فراتر از امور مالی آن‌ها بوده و می‌تواند شامل مواردی نظیر بهبود درک شرکت نسبت به مسائل مختلف، مدیریت پویای خطر، ایجاد فرهنگ منحصر به فرد «کار درست را انجام دادن» در سازمان، پیروی از مراحل اجرای استانداردهای کارگری و سیاست‌های سلامت‌محور و امنیت‌مدار باشد (۱).

پاسخ‌گویی در تمامی ابعاد نقش قابل توجهی در حسابداری و هدف آن ایفا می‌کند. در جوامع پیشرفته پاسخ‌گویی جزء لاینفک تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های دولت بوده و پس از اتمام دوره برنامه با حسابرسی، نتایج عملکرد هر دستگاه به‌طور ملموس و کاملاً واقعی و جامع در اختیار تصمیم‌گیرندگان قرار می‌گیرد (۲). در عوض، شفاف نبودن گزارش‌های مالی باعث از بین رفتن تقارن اطلاعاتی میان مردم و مسئولان می‌شود و عرصه را برای فساد مالی باز می‌کند. به همین دلیل،

که می‌توان آن را یک موضوع کاملاً جداگانه مانند حسابداری مدیریت، حسابداری بهای تمام شده، حسابداری بخش عمومی و غیره دانست (۵).

در این پژوهش سعی شده است در مورد ادبیات پژوهشی گزارشگری اجتماعی و نحوه اجرای آن و همچنین لزوم و اهمیت گزارشگری اجتماعی در مجامع حقوقی، اجتماعی و بین‌المللی مصادیقی عنوان شود تا راه‌گشایی برای پژوهش‌های بیشتر در این حوزه باشد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

تعاریف متفاوتی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد و توافق همگانی در مورد آن وجود

ندارد. برداشت‌های مختلفی که از مسئولیت‌های مورد قبول یک بنگاه اقتصادی می‌شود بر افشای اطلاعات و نیز بر مواردی که باید محاسبه شود تأثیرگذار خواهد بود. جدول شماره ۱ این تعاریف را به طور خلاصه نشان می‌دهد.

پیشینه پژوهش

گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که به افشای اطلاعات اجتماعی-محیطی در گزارش‌های سالیانه و انتشار گزارش‌های مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در پایگاه‌های اینترنتی می‌پردازد از سوی عموم مورد استقبال قرار گرفته است. افشای اجتماعی و محیطی تقریباً داوطلبانه است و از این رو ادبیات این حوزه عمده توجه خود را بر دلایل چرایی افشاء به وسیله شرکت‌ها متمرکز کرده است (۵).

جدول ۱: تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

ردیف	تعریف	منبع
۱	فراهم کردن اطلاعات برای جامعه به عنوان مبنایی برای قضاوت در مورد امور محوله به سازمان	گری اون و ماندرز (۶)
۲	فرآیند شناسایی و پاسخ‌گویی نیازهای جامعه، اخلاق و آثار محیطی فعالیت‌های یک بنگاه اقتصادی	فدراسیون بین‌المللی حسابداران (۷)
۳	مفهومی است که به موجب آن شرکت‌ها به صورت داوطلبانه آثار محیطی و اجتماعی ناشی از عملیات تجاری خود و فعل و انفعالات آن‌ها را به سهامداران نشان می‌دهند.	اتحادیه اروپا (۷)
۴	پیوستگی عملیات بنگاه اقتصادی و ارزش‌هایی که به موجب آن علایق تمام ذی‌نفعان شامل مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و جامعه در سیاست‌ها و اعمال سازمان انعکاس می‌یابد.	اسمیت (۸)
۵	تعهد شرکت به استفاده از منابع خود در راه منفعت‌رسانی به جامعه و بهبود رفاه در جامعه از محل عایدات شرکت	کوک و همکاران (۹)
۶	فرآیند گردآوری، اندازه‌گیری و گزارش معاملات و آثار متقابل این معاملات بین بنگاه‌های اقتصادی و جامعه پیرامونش. حسابداری اجتماعی از طریق اندازه‌گیری و گزارشگری آثار متقابل بنگاه اقتصادی و جامعه پیرامونش، ارزیابی از توان ایفا تعهدات اجتماعی را امکان‌پذیر می‌کند.	جعفری (۱۰)

میلادی، در اروپا از سال ۱۹۹۳ میلادی، در آسیا از سال ۱۹۹۹ میلادی در تایلند شروع به فعالیت کرد (۱۱).

پژوهشی بین‌المللی به‌وسیله موسسه حسابرسی پرایس‌واترکوپرز در اوایل سال ۲۰۰۲ میلادی نشان داد که تقریباً ۷۰٪ از مدیران اجرایی بین‌المللی معتقدند که نشان دادن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای سوددهی شرکتشان امری حیاتی است و به نظر می‌رسد که برای بقاء درازمدت شرکت‌ها، داشتن رفتاری مسئولانه در قبال اجتماع، ضروری است (۱۲).

در حال حاضر تقریباً در جوامع اروپایی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تعریف و پذیرفته شده است. تعریف مورد قبول عموم از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در نتیجه فرآیند طولانی شامل تجارب و گفتگوهای مختلف بدست آمده است. به هر حال مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، هنوز در دوران طفولیت خود بسر می‌برد و در آینده به رشد خود ادامه خواهد داد (۱۲).

خوش‌طینت و راعی در پژوهشی به بررسی حسابداری و گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها به عنوان یکی از رویکردهای با اهمیت حسابداری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که حسابداری و گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند اطلاعات با ارزشی را در اختیار استفاده‌کنندگان از اطلاعات حسابداری از جمله سرمایه‌گذاران قرار دهد. آنان نشان دادند که گزارشگری اطلاعات حسابداری اجتماعی تأثیری بین ۲۶٪ تا ۳۸٪، بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاران خواهد

روابط و مسئولیت اجتماعی برای دنیای تجارت، موضوعی جدید و پدیده‌ای تازه نیست. در قرن نوزدهم، تعداد زیادی از کارخانه‌داران در اروپا و آمریکا متوجه مسئولیت خود در قبال جامعه بودند و به مسکن، رفاه و کمک‌های بلاعوض به کارگران توجه کرده و در طرح خانه‌سازی، تندرستی و آموزش برای کارگران و خانواده‌هایشان سرمایه‌گذاری می‌کردند. به هر حال، شیوه جدید مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای دستیابی به تأثیر اجتماعی و محیطی موسسات و مدیریت آن با یک روش راهبردی، به‌صورت نظام‌مند و با برنامه درآمده است (۱۱).

با شروع قرن بیستم و درک عمومی از قانون و نظام رفاه عمومی، کمک‌های بلاعوض و نوع دوستی، راهی شد برای شکل‌گیری روابط و ساختارهای بنگاهی. شبکه اقدام اجتماعی به عنوان نمونه‌ای از سازمان‌های غیردولتی تبلیغ‌کننده مسئولیت اجتماعی است. این شبکه، انجمنی متشکل از رهبران تجاری، مؤسسان شرکت‌ها و شرکت‌های تغییر شکل داده به صورت نمایندگی و سازمانی غیردولتی است که متعهد به استفاده از سازماندهی‌های خود به عنوان تشکیلاتی برای حرکت به سوی دنیایی قابل تحمل با عدالت و مهربانی بیشتر است. مأموریت شبکه اقدام اجتماعی افزایش آگاهی شرکت‌ها نسبت به مسئولیت محیطی، حقوق بشر پایه و عدالت‌گستری برای هر بخش با توجه به تفاوت منابع، فرصت‌ها و ظرفیت‌های سازمان‌ها یا افراد است. شبکه اقدام اجتماعی در ایالات متحد آمریکا از سال ۱۹۸۷

داشت. به عبارت دیگر، به نظر خوش‌طینت و راعی اطلاعات حسابداری اجتماعی در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری افراد مؤثر است اما میزان این تأثیر چندان قابل توجه نیست (۱۱).

فروغی و همکاران در پژوهشی به بررسی افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که در صورت اختیاری بودن افشاء چنین اطلاعاتی، مدیران تنها مایل به افشاء اطلاعاتی هستند که تصویری مطلوب از شرکت ارائه می‌دهد. هم‌چنین، مدیران شرکت‌های ایرانی مایل به افشای اطلاعات مربوط به منافع اجتماعی و مسایل رفاهی کارکنان خود هستند ولی برای افشای اطلاعات مربوط به هزینه‌های اجتماعی سازمان خود تمایل ندارند (۱۳).

حساس‌یگانه و برزگر با تشریح فرآیند تکاملی نسل‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مروری بر مفاهیم و تعاریف آن داشته و ابعاد مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها در حوزه گزارشگری و افشاء، با توجه به واژه‌های غالب در این مقوله، را بیان کردند. سپس، رویکردها و نظریه‌های مختلف موجود همراه با الگوهای مفهومی حاکم بر ادبیات این حوزه را مطرح و در ادامه طبقه‌بندی نظریه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همراه با اشاره اجمالی بر نظریه‌های رایج در پژوهش‌های سال‌های اخیر را تشریح کردند (۱۴).

باقرپور و لاشانی و همکاران به بررسی دیدگاه استفاده‌کنندگان در خصوص چارچوب و محتوای

گزارشگری اجتماعی در ایران پرداختند. طبق نتایج پژوهش آنان بیشتر پاسخ‌گویان، خواهان این هستند که شرکت‌ها به عنوان بخشی از مسئولیت‌های پاسخ‌گویی خود، افشاهایی را در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی نیز داشته باشند. از دید استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی، این افشاها در گزارشگری اجتماعی باید شامل موضوع‌های «بهداشت و ایمنی»، «انرژی»، «رویه‌های فعالیت عادلانه (کسب و کار)»، «موضوعات زیست‌محیطی»، «منابع انسانی» و «مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی» (به ترتیب اولویت) باشد (۱۵).

این امر که آیا مدیریت به صراحت به پایداری می‌پردازد به اطلاعات مربوط به سطح سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مرتبط است. در این راستا، براون و زامورا به بررسی نقش تضمین‌کننده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. از آن جا که شرکت‌ها ممکن است سطح بالایی از سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت را برای نشان‌دادن تعهد خود به مسئولیت اجتماعی گزارش کنند، در صورت توجه صریح مدیریتی بر عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت، ظن سرمایه‌گذاران نسبت به اطلاعات گزارش‌شده را ایجاد می‌کند. چنین توجه صریحی به عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، انگیزه‌های مدیریتی بیشتری را برای سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ایجاد می‌کند و در نتیجه در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، عملکرد مناسب‌تر گزارش می‌شود. در مقابل سرمایه‌گذاران به دنبال تضمین مسئولیت

وجود تضمین برای مسئولیت اجتماعی شرکت بیشتر خواهد بود (۴).

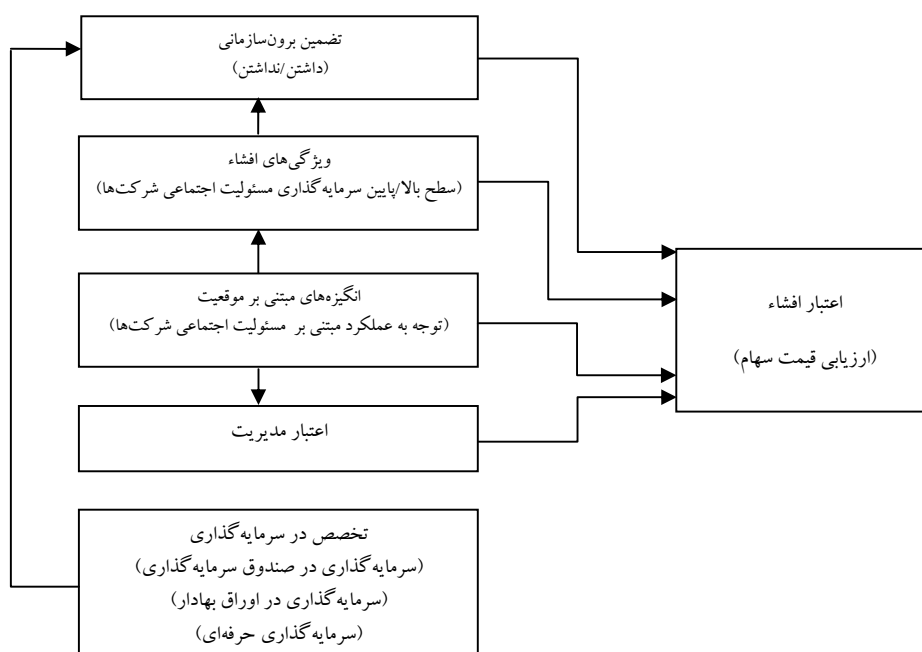
نظریه‌های موجود در زمینه مسئولیت (پاسخ‌گویی) اجتماعی شرکت‌ها

این دیدگاه که چرا سازمان‌ها ممکن است به‌طور اختیاری اطلاعاتی راجع به خط‌مشی‌های سازمانی و عملکرد اجتماعی و محیطی خود در اختیار عموم قرار دهند از طریق نظریه‌های گوناگونی تبیین شده است که برخی از آن‌ها در ادامه تشریح می‌شود.

نظریه اقتصاد سیاسی

اقتصاد سیاسی به‌وسیله گری اون و آدامز به عنوان چارچوبی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی تعریف

اجتماعی شرکت‌ها به عنوان نشانه‌ای از اعتبار افشاء خواهند بود. آنان بیان کردند که بررسی عوامل مرتبط با کوشش‌های اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بسیار حائز اهمیت بوده و پشتیبانی برای تضمین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری ترکیبی است. براون و زامورا با استفاده از چارچوب چهار عاملی (شکل شماره ۱) ارزیابی سرمایه‌گذاران از افشای اختیاری محتوای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، که به‌وسیله مرکر در سال ۲۰۰۴ میلادی ارائه شده بود، به بررسی این موضوع پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که با توجه به عملکرد مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سطح بالای سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ارزیابی سرمایه‌گذاران از قیمت سهام فقط در صورت



شکل ۱: چارچوب چهار عاملی ارزیابی سرمایه‌گذاری از افشای اختیاری محتوای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (۴)

شده است که بشر در آن زندگی می‌کند. طبق نظر آنان نظریه اقتصاد سیاسی به دو دسته وسیع: اقتصاد سیاسی سنتی کلاسیک و غیرسنتی (بورژوا) تقسیم می‌شود (۶).

دیدگاه سنتی کلاسیک

- مسئولیت اصلی شرکت در جامعه آمریکا تولید کالاها و خدمات برای کسب سود است.
- مسئولیت اجتماعی شرکت، افزایش منافع است.
- مسئولیت اجتماعی یک امر دولتی است.
- مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نظام بازار آزاد را متوقف می‌کند.
- شرکت‌ها فقط وظیفه مسئولیت پاسخ‌گویی به سهامداران را دارند و باید منافع آنان را بیشینه کنند.

دیدگاه غیرسنتی (بورژوا)

- شرکت‌ها باید چیزی بیشتر از ایجاد منفعت شخصی انجام دهند. به عبارت دیگر، شرکت باید فعالیت‌هایی همچون خودداری از خسارت‌رساندن و صدمه‌زدن به جامعه و همکاری فعالانه و مستقیم برای ارتقای کیفیت زندگی همه افراد جامعه نیز انجام دهد.
- به طور خلاصه طبق این دیدگاه می‌توان گفت که شرکت‌ها در مقابل سرمایه‌گذاران، کارکنان، مصرف‌کنندگان، فروشندگان، شهروندان، صنعت، دولت، نسل‌های آینده، محیط و غیره مسئول هستند.

از نظریه اقتصاد سیاسی بورژوا نظریه قانونی بودن و نظریه ذی‌نفعان مشتق می‌شود. هر دو این نظریه‌ها ساختارهای مختلفی را در جامعه مورد مطالعه قرار می‌دهد. این نظریه‌ها گاهی اوقات با نام نظریه‌های مبتنی بر نظام‌ها نیز خوانده می‌شود. در دیدگاه مبتنی بر نظام فرض می‌شود که شرکت از جامعه‌ای که در آن فعالیت دارد متأثر شده و بر آن تأثیر می‌گذارد (۶).

نظریه قانونی بودن (مشروعیت و حقانیت)

طبق نظریه قانونی بودن، سازمان‌ها به دنبال حصول اطمینان نسبت به این مطلب هستند که آیا شرکت‌ها طبق حدود و عرف جامعه مربوط عمل می‌کنند؟ یعنی، آن‌ها می‌خواهند مطمئن شوند که فعالیت‌هایشان از دید افراد برون‌سازمانی قانونی و مشروع جلوه کند (۷). در این خصوص دیگان و رانکین در پژوهشی به بررسی نظریه قانونی بودن در ۲۰ شرکت استرالیایی در بازه زمانی ۱۹۹۰-۱۹۹۳ پرداختند. این شرکت‌ها ملزم به رعایت استانداردهای بخش حمایت محیطی نیوساوت‌ولز در مورد افشای محیطی بودند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که ۱۸ شرکت اطلاعات محیطی را در گزارش‌های سالانه خود به نحو مناسب افشاء کرده‌اند و تنها ۲ شرکت به این الزام توجه نکرده‌اند. این شرکت‌ها در طی سالیانی که تحت نظارت و ملزم به افشاء بودند نسبت به سال‌هایی که الزام و نظارتی در این خصوص وجود نداشت، اطلاعات بیشتری را افشاء کردند تا از جرایمی که ممکن است در خصوص افشاء نکردن اطلاعات مناسب در ارتباط با آثار اجتماعی و محیطی

به آن‌ها تعلق گیرد در امان بمانند. در نتیجه، افشاء و اطلاع‌رسانی عمومی مقررات محیطی تصویب‌شده بر سیاست‌های افشاء شرکت‌های مربوط تأثیر می‌گذارد (۷).

دیگان و گوردون به بررسی افشاهای محیطی گزارش‌های سالانه ارائه‌شده به‌وسیله شرکت‌های استرالیایی از سال ۱۹۸۰ تا سال ۱۹۹۱ میلادی پرداختند. آنان افشاء محیطی و روش‌های بکار گرفته‌شده در افشاهای محیطی را مورد بررسی قرار دادند. افزون بر این، به این مسأله که آیا افشاهای محیطی با موضوعات مورد توجه گروه‌های محیطی مرتبط است یا خیر پرداخته شد. نتایج بدست آمده از این مطالعه نشان داد که افشاهای محیطی شرکت در طول زمان همگام با افزایش جمعیت اعضای گروه‌های محیطی افزایش می‌یابد. در افشاهای محیطی، شرکت‌های استرالیایی به میزان زیادی از خود تعریف و تمجید می‌کنند و ارتباطی مثبت بین حساسیت محیط صنعتی که شرکت در آن قرار دارد و سطح افشای محیطی آن وجود دارد (۱۲).

طبق نظریه مشروعیت سازمانی، تهیه اطلاعات راجع به عملکرد اجتماعی و محیطی یک سازمان منجر به افزایش میزان اعتماد جامعه به آن سازمان می‌شود. حرکت به سمت قابلیت پایداری که مستلزم تغییرات بنیادی در الگوهای تولید و مصرف است به‌وسیله بسیاری از گروه‌های مختلف به عنوان یک ضرورت جهانی ترویج می‌شود. در پذیرش دیدگاهی که به وسیله نظریه مشروعیت ارائه می‌شود، در این مورد بحث می‌شود که اگر قابلیت پایداری به‌صورت

بخشی از انتظارات جامعه از بنگاه اقتصادی درآید، باید به عنوان یک هدف در بنگاه اقتصادی معرفی شود. اگر مفهوم پیشرفت پایدار بخشی از انتظارات گروه‌های مختلف جامعه از بنگاه اقتصادی شود، آنگاه افراد جامعه انتظار خواهند داشت اطلاعاتی در مورد چگونگی تلاش سازمان‌ها، بنگاه‌های اقتصادی و دولت‌ها برای کسب قابلیت پایداری کسب کنند (۱۲). این دیدگاه در بعضی بیانیه‌های ارائه‌شده به‌وسیله شرکت نورث مثل گزارش ایمنی و سلامت منتشر شده در سال ۱۹۹۷ میلادی دیده می‌شود که به مسایل محیطی می‌پردازد. در گزارش شرکت نورث چنین آمده است که «ما می‌دانیم که ادامه فعالیت‌هایمان به‌طور عمده وابسته به این خواهد بود که بتوانیم محافظ سلامتی افراد و زندگی مطلوب آن‌ها و محیط اطراف خود باشیم ... جامعه‌ای که ما در آن فعالیت می‌کنیم حقوقی برای دانستن آثار ناشی از انجام فعالیت‌های ما و مشروع بودن این فعالیت‌ها به‌منظور محافظت از محیط اطراف خود دارد. هم‌چنین، حقوقی که کارگران ما و خانواده‌هایشان بر گردن ما به عنوان بخشی از اعضای همین جامعه دارند و ما باید مراقب ایمنی و سلامتی آنان باشیم ... نحوه عملکرد ما در موارد یاد شده اهمیت بسیار زیادی برای کارگران و افراد جامعه دارد و به‌منظور موفقیت آینده شرکت‌های ما لازم و حیاتی است. سود برای بقای یک بنگاه اقتصادی خصوصی، امری حیاتی است، بدون وجود سود به‌منظور ایجاد سرمایه مجدد، توانایی بقای شرکت با مشکل مواجه خواهد شد. سود ما را قادر خواهد ساخت تا بتوانیم به تعهدات

اجتماعی و محیطی خود پایدار بمانیم ... بنگاه اقتصادی یک سری مسئولیت‌ها و وظایف اجتماعی و محیطی دارد ولی بدون وجود سود (چه زیاد باشد و چه کم)، عملیات شرکت متوقف می‌شود و دیگر چیزی برای توزیع بین سهامداران وجود نخواهد داشت» (۱۲).

منافع یا انتظارات ذی‌نفعان مغایر با یکدیگر است، شرکت به آن دسته از ذی‌نفعان اطلاعات ارائه می‌کنند که برای ادامه حیات شرکت مهم‌تر از دیگران هستند و به نیازها یا انتظارات ذی‌نفعان کم اهمیت‌تر، کم‌تر توجه می‌کند (۱۶).

علل، انگیزه‌ها و منافع ناشی از اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن

عواملی وجود دارد که توانایی شرکت را برای ایجاد پاسخ‌گویی رضایت‌بخش نسبت به فعالیت‌های اجتماعی افزایش می‌دهد. این عوامل می‌تواند ناشی از موارد گوناگونی به شرح زیر باشد:

۱. فشار سهامدارانی که ممکن است به ندای ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه کنند.
۲. انگیزه شرکت‌ها برای افزایش بیشتر در محیط اینترنت به عنوان ابزار بالقوه‌ای که فعالیت‌های شرکت را بسیار سریع انتقال و در دسترس استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد.
۳. منافع و مزایای ناشی از گزارشگری. به عنوان نمونه، افشای بیشتر موجب می‌شود سهامداران در تعامل با دیگران بتوانند اعتماد آن‌ها را نسبت به شرکت افزایش داده و با خاطرنشان کردن کمینه‌بودن خطر حاصل از بدهی مالی ناشی از الزامات قانونی محیطی، روند روشنی را برای شرکت ترسیم کنند.
۴. فشار سازمان‌های غیردولتی که خواستار حفظ محیط‌زیست و رعایت حقوق شهروندی هستند (۱۲).

شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی خود را انجام

نظریه ذی‌نفعان (سازمان‌ها یا افراد ذی‌نفع)

این نظریه مفاهیمی در مورد این که چگونه انتظارات ذی‌نفعان مدنظر قرار می‌گیرد یا هدایت می‌شود را در برمی‌گیرد. این نظریه شاخه‌ای اخلاقی یا دستوری و شاخه‌ای مدیریتی دارد.

طبق شاخه اخلاقی، ذی‌نفعان این حق را دارند که سازمان با آن‌ها منصفانه رفتار کند، این امر به میزان تأثیرگذاری ذی‌نفع در امور شرکت ارتباطی ندارد. ذی‌نفعان حقوق ذاتی دارند (به عنوان نمونه، کارکردن در شرایطی امن، پرداخت منصفانه و غیره) و این حقوق نباید مورد تعدی قرار گیرد.

طبق شاخه مدیریتی هر چه سهامدار برای سازمان مهم‌تر باشد تلاش بیشتری برای ایجاد رابطه انجام می‌شود. سازمان به تمام ذی‌نفعان به طور یکسان پاسخ نخواهد داد، فقط به آن دسته پاسخ می‌دهد که فرض می‌شود قدرتمند هستند. در واقع، قدرت ذی‌نفعان و نیازهای اطلاعاتی آن‌ها می‌تواند سطوح و انواع افشاهای اجتماعی شرکت را تعیین کند. گروه‌های خاص ذی‌نفعان می‌توانند نسبت به دیگران در تقاضا برای افشاهای مسئولیت اجتماعی در اولویت باشند. در جایی که شرکت با موقعیتی روبه‌رو می‌شود که

دانمارک، هلند، نروژ و سوئد در این زمینه پیش‌رو بوده و شرکت‌ها را ملزم به گزارشگری عمومی در مورد کارایی محیطی می‌کنند. در ایالات متحد آمریکا نیز شرکت‌ها اطلاعاتی را در مورد دفع زباله‌ها و پسماندهای خود و حفاظت از محیط ارائه می‌کنند و این اطلاعات در دسترس همگان قرار می‌گیرد (۱۷).

رویکرد جدید سازمان ابتکار گزارشگری جهانی در راستای قانون‌مند کردن کیفیت گزارشگری پایدار، سازمان ملل و سازمان ابتکار گزارشگری جهانی در ۲۸ می سال ۲۰۱۰ میلادی توافقی را مبنی بر بهبود گزارشگری و شفافیت مسئولیت اجتماعی اعلام کردند. این توافق با هدف پشتیبانی از شرکت‌های فعال در سطح بین‌المللی است که این امر را با مجموعه‌ای از اصول و شاخص‌های واضح برای دستیابی به الزامات گزارشگری سالیانه ارائه می‌کند. چارچوب گزارشگری سازمان ابتکار گزارشگری جهانی برای سازمان‌های مختلف کاربرد دارد و برای هر بخش اصول و شاخص‌های تکمیلی مناسب را توصیه می‌کند (۱۸).

سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و سازمان توسعه و همکاری اقتصادی

در دسامبر سال ۲۰۱۰ میلادی، سازمان ابتکار گزارشگری جهانی همکاری خود را با سازمان توسعه و همکاری اقتصادی برای ارائه راهنمای جهان‌شمول شرکت‌ها اعلام کرد. این همکاری برای کمک به استفاده بهتر از راهنمای شرکت‌های بین‌المللی سازمان

داده و آثار مسئولیت اجتماعی و محیطی خود را می‌پذیرند، منافع ویژه‌ای بدست می‌آورند که تمام آن‌ها را نمی‌توان در قالب مبالغ کمی ارائه کرد. از جمله این منافع می‌توان به استخدام و ابقای بهتر کارکنان، بهبود تصمیم‌گیری‌های درون سازمانی و صرفه‌جویی هزینه‌ها، بهبود وجهه شرکت و روابط آن با سهامداران و بهبود بازده مالی اشاره کرد. در واقع، مشخص شده است که بین ارزش شرکت و اخلاق تجاری، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و کارایی مالی رابطه مثبتی وجود دارد. این امر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران همان‌گونه که به ارزش‌های شخصی خود وفادار هستند، مایلند در موقعیت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که به افشای مسئولیت اجتماعی پرداخته است (۱۲). انجام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باعث خلق ارزش اقتصادی می‌شود چرا که رشد و توسعه مداوم بدون دستیابی به توسعه پایدار جامعه میسر نخواهد بود.

راهنمای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و گزارشگری آن

سازمان گزارشگری جهانی و مؤسسه پاسخ‌گویی اجتماعی و اخلاقی سازمان‌های بین‌المللی و چند ملیتی، در ۶ یا ۷ سال گذشته، شروع به تهیه راهنما و استانداردهای قابل اجرا برای گزارشگری اجتماعی کردند. سازمان گزارشگری جهانی بر موضوعاتی تمرکز دارد که باید گزارش شود و مؤسسه پاسخ‌گویی اجتماعی و اخلاقی بر فرآیند گزارشگری و حسابرسی تمرکز دارد. بعضی از کشورها مانند

خصوص مسئولیت اجتماعی در قالب استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین‌المللی استانداردسازی منتشر شد که بر ارزش گزارشگری عمومی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در قبال ذی‌نفعان درون‌سازمانی و برون‌سازمانی نظیر کارکنان، اجتماعات محلی، سرمایه‌گذاران و قانون‌گذاران تأکید می‌کند. استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین‌المللی استانداردسازی، راهنمایی برای اصول زیربنایی مسئولیت اجتماعی، موضوعات اصلی و نگرانی‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، راه‌های ترکیب رفتار اجتماعی مسئولانه با راهکارها، نظام‌ها و فرآیندها و تجارب سازمانی ارائه می‌کند (۱۸).

سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و گزارشگری بر مبنای زبان گزارشگری توسعه‌پذیر

ابزار گزارشگری نظیر زبان گزارشگری توسعه‌پذیر که برای بیان عملکرد اجتماعی محیطی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها طراحی شده به عنوان عنصری حیاتی شناخته می‌شود. لذا، راهنمای چارچوب جدید سازمان ابتکار گزارشگری جهانی، سازمان ملل متحد، استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین‌المللی استانداردسازی و سازمان توسعه و همکاری اقتصادی بر چگونگی پردازش اطلاعات مناسب در عملکرد پایدار در حوزه عملکرد اجتماعی-محیطی شرکت‌ها با استفاده از گزارشگری توسعه‌پذیر می‌پردازد (۱۴).

محدودیت‌های موجود در نظام سنتی حسابداری مالی الف. حسابداری مالی بر نیازهای اطلاعاتی آن دسته از افرادی تأکید می‌کند که در تصمیم‌های

توسعه و همکاری اقتصادی و چارچوب گزارشگری پایدار سازمان ابتکار گزارشگری جهانی است. در این راستا، شرکت‌ها باید در کنار استانداردهای مالی و حسابداری، افشاهای غیرمالی در حوزه گزارشگری محیطی و اجتماعی را نیز داشته باشند. استانداردها و سیاست‌هایی که اطلاعات بر آن اساس ارائه می‌شود نیز باید افشاء شود و حسابرسی سالیانه باید به وسیله حسابرس مستقل در راستای فراهم‌آوردن تضمین برون‌سازمانی و هدفمند برای هیأت مدیره و سهامداران انجام شود تا صورت‌های مالی تصویری منصفانه از وضعیت مالی و عملکرد واحد اقتصادی در تمامی جوانب با اهمیت ارائه کند (۱۸).

سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و طرح افشای کربن
سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و طرح افشای کربن در جولای سال ۲۰۱۱ میلادی اعلام کردند که خط‌مشی را با عنوان «چگونه راهنمای سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و سوال‌های طرح افشای کربن کنار هم قرار می‌گیرند» تدوین کردند و با ادغام ابعاد سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و طرح افشای کربن در قالب جدولی به مقایسه شاخص‌های محیطی راهنمای سازمان ابتکار گزارشگری جهانی با سوال‌های زنجیره ارزش طرح افشای کربن پرداختند (۱۸).

سازمان ابتکار گزارشگری جهانی و استاندارد ۲۶۰۰۰ سازمان بین‌المللی استانداردسازی

برای اولین بار در نوامبر سال ۲۰۱۰ میلادی استاندارد راهنمای سازمان بین‌المللی استانداردسازی در

مربوط به تخصیص منابع دخالت دارند. به عبارت دیگر، تمرکز بنگاه اقتصادی به افشاء اطلاعاتی محدود می‌شود که منفعت مالی سهامداران بنگاه اقتصادی را در بر داشته و تأمین‌کننده اطلاعاتی باشد که در وهله اول دارای ماهیت مالی و اقتصادی است.

ب. در ارتباط با دیدگاه بالا، یکی از پایه‌های حسابداری مالی مفهوم «اهمیت» است که مانع از گزارش کردن اطلاعات اجتماعی و محیطی می‌شود، با در نظر گرفتن مفهوم اهمیت به عنوان یک مفهوم کیفی که امری نسبی و در شرایط مختلف نیازمند اعمال قضاوت حرفه‌ای است گزارش کردن هزینه‌های اجتماعی و محیطی با اهمیت امری دشوار است (۵).

اگر موردی قابلیت اندازه‌گیری به صورت کمی را نداشت (مانند بسیاری از موارد اجتماعی و محیطی خارج از بنگاه اقتصادی) عموماً با اهمیت تلقی نخواهد شد و به صورت جداگانه افشاء نمی‌شود. شرکت‌ها بندرت اطلاعاتی در مورد هزینه‌های محیطی افشاء می‌کنند و یا اصلاً افشاء نمی‌کنند زیرا تک تک این هزینه‌ها را دارای «اهمیت» لازم برای گزارشگری نمی‌بینند (۵).

پ. حسابداری مالی فرض «تفکیک شخصیت» را زمانی قبول می‌کند که در آن بنگاه اقتصادی شخصیتی مجزا و جداگانه از مالکان، سایر سازمان‌ها و سهامداران دارد. اگر معامله یا رویدادی به طور مستقیم بر بنگاه اقتصادی اثر نداشته باشد آن معامله یا رویداد برای مقاصد حسابداری نادیده گرفته می‌شود. این بدان معناست که رویدادهای برون‌گرا برای گزارشگری کاملاً نادیده گرفته می‌شود. بر این اساس اندازه‌گیری

عملکرد شرکت از منظر اجتماعی کاملاً نادرست است. این که سیگار باعث بروز مشکلات فراوانی برای سلامتی می‌شود مورد قبول عامه مردم است ولی نادیده گرفتن آثار چنین رویدادهای برون‌گرایی بیانگر نقصان موجود در فرآیند گزارشگری مالی است. در واقع، سودهای گزارش شده تحت تأثیر مسایل و رویدادهای برون‌گرا قرار ندارد (۶).

ت. بر اساس تعریف هزینه‌ها، شناخت هر گونه مخارجی که در ارتباط با منابع خارج از کنترل بنگاه اقتصادی باشد هزینه محسوب نمی‌شود مگر این که به‌خاطر این گونه منابع، جریمه‌ای به شرکت تحمیل شود. به عنوان نمونه، در استرالیا، هزینه برای هدف‌های گزارشگری مالی به صورت «صرف منابع اقتصادی آتی که منجر به کاهش دارایی‌ها و افزایش بدهی‌های بنگاه اقتصادی می‌شود، به‌جز توزیع سود به صاحبان سهام»، تعریف می‌شود (۱۲).

به منظور درک درست از هزینه‌ها باید شناختی از دارایی‌ها بدست آید. دارایی‌ها به صورت «منافع اقتصادی آتی تحت کنترل بنگاه اقتصادی که در نتیجه رویدادهایی در گذشته بوجود آمده‌اند» تعریف می‌شود. بنابراین، شناخت دارایی‌ها وابسته به قابلیت کنترل آن‌ها است. در بند ۲۷ بیانیه شماره ۴ از بیانیه‌های مفاهیم حسابداری هیأت استانداردهای حسابداری مالی آمریکا، به طور صریح ذکر شده که منابع محیطی از جمله آب و هوا مشترک است و هیچ گونه کنترلی به‌وسیله سازمان بر آن‌ها وجود ندارد؛ از این رو، نمی‌تواند به عنوان دارایی شناسایی شود. بنابراین، مصرف آن‌ها نیز به عنوان هزینه قابل

شناسایی نخواهد بود (۱۲).

ث. مشکلات تفکیک هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی. هزینه‌های اجتماعی و هزینه‌های اقتصادی هر بنگاه اقتصادی نشأت گرفته از تعهدات اجتماعی و اقتصادی آن بنگاه اقتصادی است. تعهداتی که ممکن است به دلیل الزامات قانونی و یا خواسته ارادی بنگاه اقتصادی باشد اما مشکلی که تهیه‌کنندگان گزارش‌های اجتماعی با آن روبه‌رو هستند، مربوط به تفکیک این دو نوع هزینه است. زیرا، اختلاط و امتزاج برخی از این گونه تعهدات با یکدیگر، مشکلاتی را در جدا کردن آن‌ها از یکدیگر ایجاد می‌کند. به عنوان نمونه، هزینه‌های تحقیق و توسعه و یا هزینه‌های مربوط به افزایش ضریب ایمنی محصول می‌تواند به عنوان هزینه اجتماعی در نظر گرفته شود، در حالی که ممکن است به عنوان یک هزینه اقتصادی در نظر گرفته شود که به قصد افزایش حجم فروش و توانایی رقابت بیشتر با سایر تولیدکنندگان باشد و یا هزینه‌های مربوط به آموزش کارکنان ممکن است به منظور فراهم کردن فرصتی برای پیشرفت علمی کارکنان در نظر گرفت که در این صورت یک نوع هزینه اجتماعی است، در حالی که می‌توان این گونه هزینه‌ها را به عنوان هزینه‌های اقتصادی نیز دانست که به قصد افزایش بهره‌وری و سرانجام افزایش سودآوری انجام شده باشد (۱۲).

گزارشگری اجتماعی و محیطی و نحوه توسعه

چارچوب مناسب

اطلاعات مربوط به جامعه و محیط معمولاً به

عنوان بخشی از گزارشگری سالانه شرکت‌ها یا به صورت گزارشی مجزا ارائه می‌شود. مطالعه بین‌المللی انجام شده به وسیله مؤسسه حسابرسی کی. پی. ام. جی. در سال ۲۰۰۲ میلادی در مورد گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها نشان داد که ۴۵٪ از ۲۵۰ شرکت بزرگ جهانی در سال ۲۰۰۲ میلادی گزارش‌های محیطی و اجتماعی ارائه می‌کنند در حالی که در سال ۱۹۹۹ این میزان ۳۵٪ بوده است. با این حال ارزیابی شرکت‌ها نشان می‌دهد که کیفیت گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها ضعیف بوده و هم‌چنین، میزان موارد افشاء شده کافی نیست (۵).

گزارش اجتماعی یا محیطی باید دارای ویژگی‌های زیر باشد:

- شفاف باشد.
- بیانگر تلاشی واقعی برای پاسخ‌گویی به تمام ذی‌نفعان اصلی باشد.
- آثار منفی بر جامعه و محیط را همانند آثار مثبت نشان دهد.
- بیانگر پذیرش مسئولیت اجتماعی، اخلاقی و محیطی شرکت باشد.
- کامل باشد. به عبارت دیگر، در برگیرنده اجزای آثار بر جوامع و محیطی باشد که برای گروه‌های اصلی ذی‌نفعان مهم است.
- توجه به این نکته حائز اهمیت است که گزارشگری مطلوب الزاماً به معنای عملکرد مناسب شرکت نیست (۱۲). شکل شماره ۲ موضوعات مورد توجه در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را نشان می‌دهد.
- گزارش شل نمونه‌ای از گزارش مناسب است اما

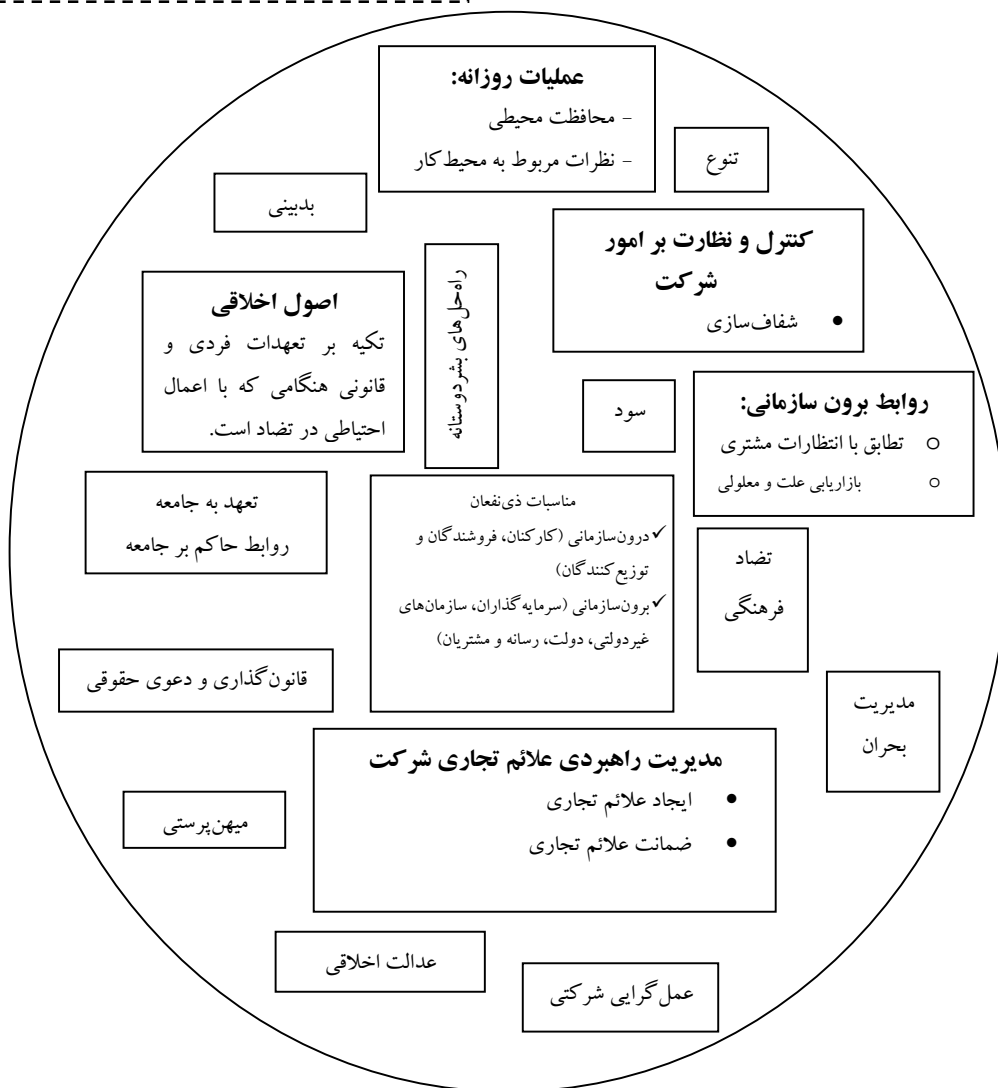
مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها چیست؟

چرا امروز به عنوان امری مربوط در نظر گرفته می‌شود؟

- افزایش ثروت است
- رشد دهنده انتظارات اجتماعی است
- امری جهانی است با ابوهی از اطلاعات رایگان

نتیجه = قدرتمند و تواناساختن ذی‌نفعان

عنصری حیاتی از راهبرد شرکت در محیط جهانی است.



شکل ۲: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (۱۲)

از نظر ماهیت تجاری به عنوان گزارشی قابل قبول تلقی نمی‌شود. این گزارش اطلاعاتی مثل مرگ در

- قرارداد سازمان ملل در مورد حقوق کودکان.
- قرارداد سازماندهی کارگران بین‌المللی (۱۶).

گزارشگری جامع

تجربه افشاهای محیطی و اجتماعی ارائه شده از سوی پژوهشگران حسابداری اجتماعی به عنوان روشی در نظر گرفته می‌شود که وظیفه پاسخ‌گویی به سبب آن ایفا می‌شود. چرا که می‌تواند گستره وسیعی از ذی‌نفعان را در خصوص آثار اجتماعی و محیطی مطلع کند. با این حال، برای ایفای وظیفه پاسخ‌گویی این افشاها نیازمند تصریح پذیرش مسئولیت اجتماعی و محیطی از سوی شرکت‌های مربوط است. این پذیرش می‌تواند در قالب گزارش مستقلی از هدف‌های مربوط و همچنین مقادیر کمی به همراه الزامی در خصوص زمان مورد انتظار شرکت برای دستیابی و گزارش آن هدف، بیان شود (۱۷).

اگر چه شرکت‌ها به صورت فزاینده‌ای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی خود را در قالب گزارش‌های سالیانه و یا مستقل افشا می‌کنند اما این امر که آیا این گزارش‌ها جواب‌گویی تقاضای رو به افزایش برای پاسخ‌گویی است یا خیر موضوعی سوال برانگیز است. برخی پژوهشگران تأکید می‌کنند که شرکت‌ها در این گزارش‌ها بیشتر هدف‌ها و نیت‌ها را گزارش می‌کنند تا فعالیت‌ها و عملکرد واقعی خود را. در این راستا، نتایج پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که شرکت‌ها باید به صورت جامع گزارش خود را ارائه کنند. این گزارش جامع باید ارائه‌کننده اطلاعات زیر باشد: ۱. هدف‌ها و نیت‌ها ۲. فعالیت‌های انجام شده و ۳. عملکرد پیشین

زمان کار، آثار محیطی منفی و حتی توضیحات منفی درباره کارگران و سهامداران شرکت را نشان می‌دهد. می‌توان چارچوب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را از طرق زیر تعیین کرد:

۱. تنها موافقت با قوانین محلی
 ۲. اعمال استانداردهای جهانی صرف‌نظر از کم‌ترین نیازمندی‌های محلی
 ۳. جست‌وجوی آگاهانه برای دستیابی به استانداردهای بالاتری نسبت به استانداردهای مشخص شده در قوانین، الزامات مصوب و اقدامات انجام شده مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها
- می‌توان قوانین و الزامات تصویب شده و اقدامات انجام شده مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به طور اجمالی به شرح زیر بیان کرد:

۱. پیمان‌های محیطی
 - قرارداد گوناگونی زیستی.
 - قرارداد تغییرات آب و هوا و پیش‌نویس سند کیو.تو.
 - پیمان حیوانات وحشی دریایی مانند قرارداد گونه‌های مهاجر، قرارداد زمین‌های مرطوب و غیره.
۲. پیمان‌های مرتبط با حقوق بشر
 - بیانیه جهانی حقوق بشر.
 - معاهدات بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و حقوق مدنی و سیاسی.
 - قرارداد سازمان ملل در مورد تبعیض نژادی و جنسیت.

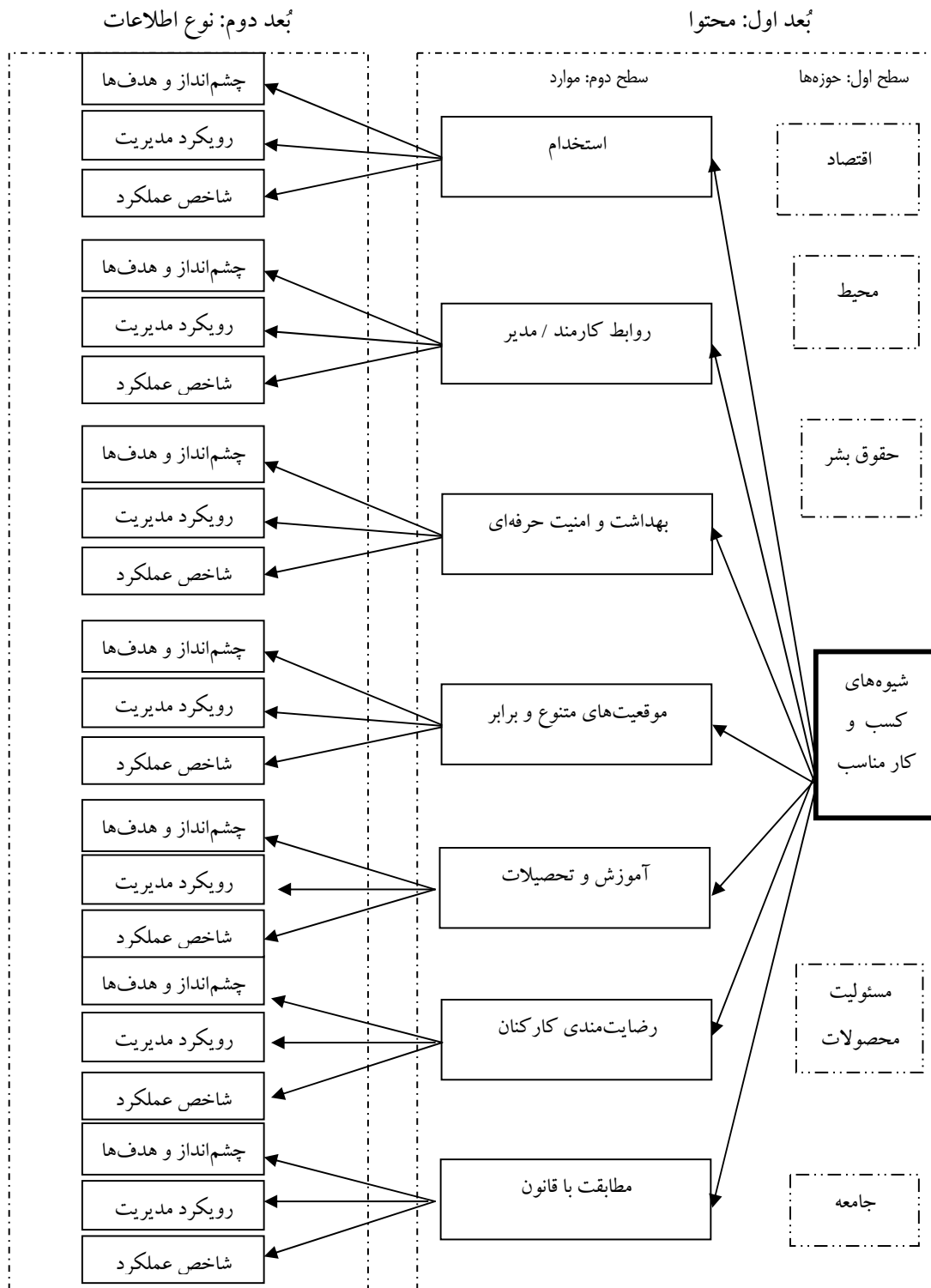
مرتبط با موضوعی که در حوزه گزارشگری مسئولیت اجتماعی است (۱۷).

برای گزارشگری جامع، شرکت‌ها ملزم به افشای سه نوع اطلاعات برای هر مورد از مسئولیت اجتماعی هستند: ۱. چشم‌انداز و هدف‌ها، ۲. رویکرد مدیریت و ۳. شاخص‌های عملکرد. ارائه اطلاعات مزبور طبق پژوهش رابرتسون و همکاران است. به این صورت که افشاء مربوط باید در برگیرنده این موارد باشد: ۱. هدف‌ها و ارزش‌های بیان‌شده، ۲. فعالیت‌های انجام شده و ۳. معیاری مناسب که بتوان بر اساس آن تمامی ابعاد عملکرد شرکت‌ها را ارزش‌گذاری کرد (۱۳).

برای دستیابی به گزارشگری جامع از چارچوب تحلیل محتوایی استفاده می‌شود. تحلیل محتوایی می‌تواند به عنوان روش تدوین موضوع در قالب گروه‌های متنوع و با توجه به شاخص مورد نظر تعریف شود. این روش به دفعات برای درک الگوی گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. در این راستا، برای ارائه عملی گزارشگری جامع، باید ساختار آن تدوین شود. ساختار گزارشگری جامع طبق شکل شماره ۳ شامل دو بُعد است: ۱. محتوا و ۲. نوع اطلاعات. بُعد اول شامل دو سطح است: ۱. حوزه و ۲. موارد. به علت نبود اجماع در خصوص این که گزارشگری مسئولیت اجتماعی به چه صورتی باید باشد موارد و حوزه‌ها با استفاده از پیشنهاد راهنمای گزارشگری پایدار (سازمان گزارشگری جهانی) ارائه می‌شود. علت استفاده از چارچوب مزبور این است که جهان شمول بوده، پذیرش بین‌المللی داشته و به عنوان یک

چارچوب متقن در بکارگیری سطوح سه گانه نهایی در نظر گرفته شده و همچنین، به وسیله بسیاری از متخصصین و پس از مشاوره با ذی‌نفعان در صورت‌های مالی بکار گرفته می‌شود. افزون بر این، راهنمای سازمان ابتکار گزارشگری جهانی به آسانی در تارنمای این سازمان قابل دسترسی است. این راهنما انواع شرکت‌ها را شامل شده و امکان تدوین ساختار گزارشگری جامع را برای صنایع مختلف فراهم می‌کند. سرانجام، این که راهنمای سازمان ابتکار گزارشگری جهانی نگرشی ساختاری به محتوای اصلی گزارشگری مسئولیت اجتماعی ارائه می‌کند. محتوای اصلی به شش حوزه (اقتصاد، محیط، حقوق بشر، شیوه‌های کسب و کار مناسب، مسئولیت محصولات و جامعه) و موارد متعددی تقسیم می‌شود (شکل‌های شماره‌های ۳ و ۴). این رویکرد به طور مستقیم به شفافیت و تکرارپذیری تحلیل محتوایی می‌افزاید؛ زیرا سایر پژوهشگران می‌توانند از این راهنما برای تعیین ارتباط بین سطح اول (حوزه) و سطح دوم (مورد) که در ساختار گزارشگری جامع مشخص شده است با افشاء استفاده کنند (۱۷).

ساختار گزارشگری جامع به شکل درخت است. تدوین‌گر در ابتدا حوزه‌ای که می‌خواهد افشا کند را مشخص، سپس موضوع مورد نظر و سرانجام نوع اطلاعات را انتخاب می‌کند. تدوین ساختار به شکل درخت تصمیم‌گیری این مزایا را دارد: ۱. سردرگمی در انتخاب شاخص‌ها را کمینه می‌کند، ۲. طرح تصمیم به نحو مؤثری تعداد حق انتخاب‌ها را کاهش می‌دهد، ۳. طرح تصمیم می‌تواند از نامطمئنی مربوط



شکل ۳: ساختار گزارشگری جامع (۱۷)

جامعه	مسئولیت محصولات	شیوه‌های کسب و کار مناسب	حقوق بشر	محیط	اقتصاد
۱. اجتماع ۲. فساد ۳. سیاست عمومی ۴. رضایت‌مندی مشتری ۵. مطابقت با قانون ۶. سایر	۱. سلامت و امنیت مشتری ۲. برجسب‌زدن محصولات و خدمات ۳. روابط بازاریابی ۴. حفظ حریم خصوصی مشتری ۵. مطابقت با قانون ۶. رضایت‌مندی مشتری ۷. سایر	۱. استخدام ۲. روابط کارمند/مدیر ۳. بهداشت و امنیت حرفه‌ای ۴. موقعیت‌های متنوع و برابر ۵. رضایت‌مندی کارکنان ۶. آموزش و تحصیلات ۷. مطابقت با قانون	۱. روش‌های سرمایه‌گذاری و تهیه ۲. نبود تبعیض ۳. آزادی مشارکت و مذاکره کارکنان با مدیر ۴. کار کودکان ۵. کار اجباری ۶. روش‌های امنیتی ۷. حقوق بومی ۸. مطابقت با قانون	۱. جامدات ۲. انرژی ۳. آب ۴. تنوع زیستی ۵. دفع پساب و پسماند ۶. محصولات و خدمات ۷. مطابقت با قانون ۸. حمل و نقل ۹. کلیات ۱۰. سایر	۱. آثار مستقیم اقتصادی ۲. حضور در بازار ۳. تأثیر غیرمستقیم اقتصادی ۴. مطابقت با قانون ۵. سایر

شکل ۴: نگرش سازمان‌آینکار گزارشگری جهانی به ابعاد محتوا (۱۷)

بسیار نزدیک‌تر با هم کار کنند تا بتوانند پاسخ‌گویی نسبت به حقوق بشر (ابعاد اجتماعی) را بهبود بخشند. شرکت‌ها می‌توانند با استناد به مسئولیت اجتماعی به پیشینه سود و پاسخ‌گویی اجتماعی دست یابند.

در مورد تعریف و راهنمای انجام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع‌های زیادی وجود دارد. در پژوهش‌های انجام‌شده مشخص شده است که تفاسیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها گوناگون است اما تقریباً همه، شرکت‌ها را در برابر جامعه برای تصمیم‌گیری و فعالیت‌های آن‌ها مسئول می‌دانند.

سهامداران و تصمیم‌گیرندگان باید درک و فهم بهتری از محرک‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پیشگامی و رقابت در این زمینه و منافع انجام آن داشته باشند. هم‌چنین، شرکت‌ها وقتی می‌توانند از منافع این گونه برنامه‌ها بهره‌مند شوند که از اجرای آن پشتیبانی

به تعریف طبقات در سطوح مختلف و یا هم‌پوشانی معنایی آن‌ها جلوگیری کند و ۴. زمانی که ساختار تدوین‌شده نیازمند قضاوت در ابعاد متعددی است طرح تصمیم به تدوین‌گر این فرصت را می‌دهد که هر بُعد را به طور جداگانه در نظر بگیرد (۱۷).

نتیجه‌گیری

شرکت‌ها در اقتصاد جهانی امروز خود را ملزم به محترم شمردن حقوق بشر، پاسخ‌گویی اجتماعی و محیطی، نظارت اخلاقی و بهبود کیفیت خدمات، فرآیند کاری، محصولات و روابط می‌دانند. ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اقتصاد جهانی نیازمند تنظیم فعالیت‌های آن‌ها با انتظارات اجتماعی، اقتصادی و محیطی ذی‌نفعان است. دولت، شرکت و جامعه باید

کم‌ترین نیازمندی‌های محلی و جست‌وجوی آگاهانه برای دستیابی به استانداردهای بالاتری نسبت به استانداردهای مورد نیاز در هر قلمرو قضایی استفاده کرد.

لازم است پژوهش‌هایی در مورد محرک‌های انجام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انجام شود و در آن برای انجام مسئولیت اجتماعی رویکردی مناسب ارائه شود. این گونه پژوهش‌ها هم‌چنین به تشخیص فرصت‌ها (برای آموزش و توسعه برنامه‌های پشتیبانی از اجرای آن) به‌وسیله دولت‌ها برای تسهیل انتخاب بهترین نحوه عمل برای شرکت‌هایی کمک می‌کند که در مراحل ابتدایی فراگیری گزارشگری اجتماعی هستند.

کنند. در کل اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، باعث افزایش منافع و سطح زندگی عموم جامعه می‌شود و خود شرکت‌ها نیز از مزایای آن بهره‌مند می‌شوند.

گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی ابزاری است برای اطلاع‌رسانی و هم‌چنین ارزیابی نحوه ایفای مسئولیت شرکت‌ها در قبال جامعه. مهم‌ترین مورد نگران‌کننده در گزارشگری اجتماعی، اخلاقی و محیطی کامل‌نبودن آن‌ها در مقایسه با تعریف ارائه‌شده در راهنمای سازمان ابتکار گزارشگری جهانی در سال ۲۰۰۲ میلادی است. به منظور توسعه چارچوبی مناسب برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، می‌توان از روش‌هایی هم‌چون تنها موافقت با قوانین محلی، اعمال استانداردهای جهانی صرف‌نظر از

References

- 1 Asgari, M. (2007). "Accounting of Social Responsibilities", *Tadbir: A Monthly Magazine on Management*, No. 189, pp. 39-42. [In Persian]
- 2 Jamshidi Navid, B. and Z. Noori (2013). "The Study of the Islamic Cultural Values Effect Based on Hofstede's Dimensions on Transparency of the Financial Reporting and Accountability Level (A Case Study: The Ministry of Health and Medical Education)", *Journal of Health Accounting*, Vol. 2, No. 4, pp. 1-18. [In Persian]
- 3 Noori, Z. and B. Jamshidi Navid (2013). "Investigating the Effect of Culture on Transparency of the Financial Reporting and the Enhancement of Accountability in the Universities of Medical Sciences", *Journal of Health Accounting*, Vol. 2, No. 3, pp. 68-89. [In Persian]
- 4 Brown-Liburd, H. and V. L. Zamora (2014). "The Role of Corporate Social Responsibility (CSR) Assurance in Investors Judgments When Managerial Pay is Explicitly Tied to CSR Performance", *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Vol. 34, No. 1, pp. 75-96.
- 5 De Villiers, C. and D. Alexander (2014). "The Institutionalisation of Corporate Social Responsibility Reporting", *The British Accounting Review*, Vol. 46, No. 2, pp. 198-212.
- 6 Gray, R.; Owen, D.; and K. Maunders (1988). "Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability

- and the Social Contract”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 1, No. 1, pp. 6-20.
- 7 Deegan, C. and M. Rankin (1996). “Do Australian Companies Report Environmental News Objectively?: An Analysis of Environmental Disclosures by Firms Prosecuted Successfully by the Environmental Protection Authority”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 2, pp. 50-67.
- 8 Smith, K. (2002). “ISO Considers Corporate Social Responsibility Standards”, *Journal for Quality and Participation*, Vol. 25, No. 3, pp. 42-25.
- 9 Kok, P.; Wiele, T.; McKenna, R.; and A. Brown (2001). “A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Framework”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 31, No. 4, pp. 287-297.
- 10 Jaafari, M. (1993). “Social Accounting Theory”, *The Iranian Accounting and Auditing Review*, Vol. 2, No. 2, pp. 79-80. [In Persian]
- 11 Khoshtinat, M. and H. Raie (2004). “The Effect of Social Accountant Information on the Investors' Decision-Making”, *The Iranian Accounting and Auditing Review*, Vol. 11, No. 3, pp. 73-92. [In Persian]
- 12 Deegan, C. and B. Gordon (1996). “A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations”, *Accounting and Business Research*, Vol. 26, No. 3, pp. 187-199.
- 13 Foroughi, D.; Mirshams Shahshahani, M.; and S. Pourhossein (2007). “The Managers' Attitudes towards Disclosure of Social Accounting Information by the Companies Listed on the Tehran Stock Exchange”, *The Iranian Accounting and Auditing Review*, Vol. 15, No. 3, pp. 55-65. [In Persian]
- 14 Hassas Yegane, Y. and Gh. Barzegar (2012). “The Evolutionary Process of Concepts and Definitions of Social Responsibility of Corporates”, *Hesabdar-Rasmi*, Vol. 7, No. 17, pp. 109-133. [In Persian]
- 15 Bagherpour Valashani, M.; Jahanbani, M.; and S. Zafarzadeh (2014). “Investigating the Attitudes of Financial Statements Users toward the Framework and Content of Social Reporting”, *Journal of Health Accounting*, Vol. 3, No. 2, pp. 16-40. [In Persian]
- 16 Neu, D.; Warsame, H.; and K. Pedwell (1998). “Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports”, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 23, No. 3, pp. 265-282.
- 17 Bouten, L.; Everaert, P.; Liedekerke, L.; De Moor, L.; and J. Christiaens (2011). “Corporate Social Responsibility Reporting: A Comprehensive Picture?”, *Accounting Forum*, Vol. 35, No. 3, pp. 187-204.
- 18 Hřebíček, J.; Soukopová, J.; Štencl, M.; and O. Trenz (2014). “Integration of Economic, Environmental, Social and Corporate Governance Performance and Reporting in Enterprises”, *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, Vol. 7, No. 59, pp. 157-166.