

تئوری حسابداری اجتماعی

محمدرضا جعفری

رشد و توسعه صنایع، کارخانه ها و واحدهای تجاری همگام با ایجاد و تکامل نهادهای اجتماعی، تحول در نقش اطلاعات، تحول در تشکیلات دولتی و سرانجام، تحول در اخلاق، به تدریج تعهدات و الزاماتی را به عهده واحدهای تجاری گذاشته که پیش از این تحولات چنین تعهداتی به این شدت رسمی و قانونمند نشده بود. یکی از پیامدهای این رشد و توسعه صنعتی، ظهور پیوند اقتصاد با اخلاق و سیاست و تاثیر متقابل مسائل اقتصادی و اخلاقی و ارزشهای اجتماعی بر یکدیگر است. بدین ترتیب، مدیریت واحدهای تجاری دیگر صرفاً افزایش سودآوری یا تولید کالا را تنها هدف خویش ندانسته بلکه موضوعاتی دیگر همچون پرداخت حقوق عادلانه به کارگران، رعایت کیفیت و بهای تولیدات، آلودگی محیط زیست و سایر مسائل اخلاقی، سیاسی، نژادی و اجتماعی را نیز باید رعایت کنند. بنابراین واحدهای تجاری بجای داشتن عملکرد صرفاً اقتصادی، به صورت نهادهایی چند منظوره در آمده اند.

از دیگر سو تحت تاثیر این تحولات، چگونگی ارزیابی عملکرد و معیارهای آن دگرگون شده، از چارچوب تنگ و محدود اقتصادی فراتر رفته، معیارهای عملکرد اجتماعی که مبنای ارزیابی عواقب و تاثیرات اجتماعی فعالیتهای واحدهای تجاری است، پدیدار شده است.

حسابداری اجتماعی سعی دارد تا این تاثیرات متقابل عملکرد واحدهای تجاری و جامعه پیرامونش را شناسایی و برای تصمیم گیری صحیحتر استفاده کنندگان از صورتهای مالی گزارش

کند. در این مقاله سعی شده که مفاهیم و چهارچوب تئوریک حسابداری اجتماعی در قالب روش قیاسی تبیین و چگونگی و مشکلات عملی آن بیان شود. همچنین باید در نظر داشت که واحدهای تجاری با جامعه توافق و قراردادی غیر رسمی دارد و باید تعهدات ناشی از این قرارداد، شناسایی و گزارش گردد.

ایرادهای حسابداری متداول

طرفداران حسابداری اجتماعی، ایرادهایی علیه استانداردهای حسابداری درباره فراهم ساختن اطلاعات مربوط و مناسب برای تصمیم گیری مدیریت و سرمایه گذاران مطرح کرده اند. عدم شناسایی و گزارش تعهدات اجتماعی، به هزینه منظورکردن مخارج اجتماعی متحمل شده توسط واحد تجاری و تکمیل حسابداری بهتر در صورت استفاده از داراییهای بیشتری همچون منابع اجتماعی و انسانی در مدل بهره وری داده/ستانده، از جمله این ایرادهاست.

ماهیت حسابداری اجتماعی

حسابداری مرسوم با تأکید بر اندازه گیری و گزارشگری معاملات و رویدادهای اقتصادی واحدهای تجاری، معاملات اجتماعی واحدهای تجاری با اجتماع پیرامونش را نادیده می گیرد. بکارگیری و استفاده از منابع اجتماعی باعث روی دادن معاملات اجتماعی، هزینه های اجتماعی به معنی کاهش منابع اجتماعی و منافع اجتماعی به معنی افزایش و بهبود منابع اجتماعی است. هدف نهایی حسابداری اجتماعی اندازه گیری و گزارشگری این منابع، هزینه ها و منافع اجتماعی است.

تعریف حسابداری اجتماعی

حسابداری اجتماعی فرآیند گردآوری، اندازه گیری و گزارش معاملات و تاثیرات متقابل این معاملات بین واحدهای تجاری و جامعه پیرامونی اوست. حسابداری اجتماعی از طریق اندازه گیری و گزارشگری تاثیرات متقابل واحد تجاری و جامعه پیرامونی اش، ارزیابی از توان ایفاء تعهدات اجتماعی را امکانپذیر می سازد.

هدفهای حسابداری اجتماعی

قرارداد واحد تجاری و جامعه پیرامونی اش، دو کارکرد مهم را برای واحدهای تجاری در پی دارد که عبارتند از:

۱- تولید و ارائه کالاها و خدمات سودمند برای جامعه.

۲- توزیع عادلانه امکانات اقتصادی، اجتماعی یا سیاسی بین گروه های اجتماعی که در واقع عامل پیدایش و دوام واحد تجاری هستند.

در نقش تولید و ارائه کالاها و خدمات اجتماعی، واحد تجاری کارکردی تولیدی دارد و فرض می شود که انتفاع اجتماعی حاصل از تولیدات واحد تجاری بیش از هزینه های اجتماعی آن خواهد بود. مدیریت واحدهای تجاری همزمان با تعیین آثار و نتایج سرمایه گذاریهای اقتصادی، می باید هزینه - منفعت اجتماعی را نیز در نظر بگیرد و با توجه به میزان انتفاع یا زیان متحمل بر جامعه به هرگونه سرمایه گذاری اقدام کند.

وظیفه دوم واحد تجاری، کارکرد توزیعی است. در کارکرد تولیدی، به طور کلی به انتفاع یا هزینه اجتماعی معاملات اجتماعی واحدهای تجاری اشاره شد ولی در کارکرد توزیعی چگونگی توزیع

این هزینه ها و منافع اجتماعی بین اقشار مختلف جامعه مطرح می شود؛ به عبارت دیگر مسأله ایناست که آیا در اثر معاملات اجتماعی واحد تجاری، همگی گروههای اجتماعی به طور عادلانه انتفاع یا هزینه را متحمل شده اند یا توزیع نا عادلانه صورت گرفته است؛ مثلاً اگر بانکی به دلیل نیاز و تقاضای مناطق پر رونق، یکی از شعبه های خود را در منطقه ای کم رونق و پر جمعیت، تعطیل و به مکانی دیگر منتقل کند بهره وری خود بانک و اقلیتی از جامعه و در مقابل، زیان رسانی برای اکثریتی از جامعه در منطقه ای دور افتاده و فقیر نشین را در پی خواهد داشت. به این ترتیب واحد تجاری باعث برهم زدن توزیع عادلانه امکانات و خدمات اجتماعی می شود.

با توجه به دو کارکرد مذکور، حسابداری اجتماعی هدفهای سه گانه ای به شرح زیر را دنبال می کند:

۱- تعیین و اندازه گیری خالص انتفاع و مشارکت اجتماعی واحد تجاری طی دوره مالی، از طریق محاسبه هزینه ها و منافع اجتماعی واحد تجاری.

سیاستها و اقداماتی از قبیل استخدام افراد بیکار جامعه، آموزش نیروهای متخصص برای بهبود

کیفیت تولیدات و تأسیس شعبه های جدید در مناطق کم رونق و فقیر نشین از جمله اقداماتی

است که تاثیر مثبتی بر منافع اجتماعی دارد و باید به عنوان منافع اجتماعی شناسایی شود. به طور

کلی واحد تجاری با رعایت ارزشهای اجتماعی همچون عدالت و رفاه اجتماعی در تصمیم گیری

های اقتصادی باعث بهره وری جامعه خواهد شد. مسأله دوم اندازه گیری این هزینه ها و منافع

است. همانطور که در علوم اجتماعی با مشکل کمی نمودن تأثیرات و پیامدهای اجتماعی

رویدادهای مختلف روبرو هستیم، در حسابداری اجتماعی نیز برای اندازه گیری هزینه ها و منافع اجتماعی نیز با این مشکل روبرو هستیم. کمی نمودن اطلاعات بر مفید بودن آن می افزاید و نسبت به اطلاعاتی که صرفاً کیفی هستند بار اطلاعاتی بیشتری نیز دارد. تلاشها و تحقیقاتی برای کمی نمودن هزینه ها و منافع اجتماعی صورت گرفته و نتایجی را نیز در پی داشته‌است؛ به طور مثال برای تعیین و اندازه گیری دارایی انسانی و کمی نمودن این نوع دارایی در قالب واحد اندازه گیری پولی، مدل‌های هلنس و لیکرت-هاورز و روشهای بهای تمام شده تاریخی و بهای جایگزینی قابل ذکر است، در عین حال همان گونه که با پیدا کردن صفر مطلق و قابل سنجش نمودن اطلاعات اجتماعی، تحول اساسی در علوم اجتماعی حاصل خواهد شد، حسابداری اجتماعی نیز به طور دقیقتر و قابل فهم تر منافع و هزینه های اجتماعی را شناسایی، اندازه گیری و گزارش خواهد کرد.

۲- تعیین ارتباط استراتژی و عملیات جاری واحد تجاری با ترجیحات و معیارهای اجتماعی از طریق بکارگیری حسابداری اجتماعی مشخص خواهد شد که واحد تجاری در انجام و ایفای تعهدات اجتماعی تا چه اندازه موفق است، و عملیات روزمره اش تا چه حد با هدفها و معیارهای از پیش تعیین شده اجتماعی واحد تجاری مطابقت دارد.

دو هدف مذکور اهدافی هستند که به تعیین و اندازه گیری تأثیرات متقابل معاملات اجتماعی واحد تجاری و جامعه و ارزیابی عملکرد اجتماعی واحد تجاری تاکید دارد و هدف سوم به نحوه گزارشگری اجتماعی و تأثیر آن بر تصمیم گیریهای استفاده کنندگان، اشاره دارد.

۳- ارائه اطلاعاتی مربوط در مورد هدفها، سیاستها و برنامه های اجتماعی واحد تجاری از نظر گزارشگری برون سازمانی و تامین نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان، اطلاعاتی مربوط، کافی و مناسب برای کمک به ارزیابی و آگاهی از مشارکتهای اجتماعی واحد تجاری باید گزارش گردد. ارائه اطلاعاتی که این ویژگیهای کیفی را ندارد، باعث گمراهی استفاده کنندگان (از قبیل گروههای اجتماعی) خواهد شد. اینها اطلاعاتی هستند که استفاده کنندگان را در اتخاذ تصمیمات در تخصیص صحیحتر منابع اجتماعی یاری داده و باعث جلوگیری از ابهام و سردرگمی آنها خواهد شد.

حسابداری اجتماعی با تامین هدفهای سه گانه ای که تشریح گردید، به تکمیل حسابداری مرسوم در گزارشگری و تامین اطلاعات کافی، مربوط و مناسب مورد نیاز کلیه استفاده کنندگان، کمک می کند.

مفاهیم

هدفهای حسابداری اجتماعی، چارچوب تئوریک . اساسی را فراهم کرده و در مقابل، مفاهیم، دیدگاههای عملی و کاربردی را ارائه می نماید. همان طور که اشاره شد، یکی از هدفهای حسابداری اجتماعی، تعیین و اندازه گیری منافع و هزینه های اجتماعی و نهایتاً خالص مشارکت اجتماعی واحد تجاری است. سود حسابداری فقط بخشی از این مشارکت را نشان می دهد زیرا صرفاً بر اساس معاملات بازار، اندازه گیری شده و معاملات متعدد دیگری را که به طور همزمان با

معاملات اقتصادی به طور غیر رسمی بین واحد تجاری و جامعه روی داده را نادیده گرفته است. همان مثال بانک را مجدداً مرور می کنیم. بر اثر اقدام بانک در تعطیلی و بستن یکی از شعبه هایش در منطقه ای دور افتاده و کم رونق، بخشی از جامعه از تسهیلات بانکی که به راحتی در دسترس مردم بوده محروم شده و باعث بیکاری و کاهش فرصتهای شغلی، افزایش هزینه رفت و آمد ساکنان و نیز کارمندان شعبه قبلی تا شعبه جدید بانک، کاهش ارزش املاک و واحدهای تجاری و رکود اقتصادی بیشتر آن منطقه خواهد شد. در مقابل، اگر بانک به توسعه شعبه هایش در چنین محلات و مناطقی اقدام کند، به تدریج باعث رونق گرفتن منطقه و نهایتاً افزایش سودآوری بانک و جامعه خواهد شد.

به این دلایل، حسابداری باید چنین معاملات غیر تجاری را نیز همزمان با معاملات اقتصادی شناسایی و گزارش کند. بنا بر این ضروری است مفاهیم اساسی نظیر معاملات اجتماعی، سود اجتماعی، ارکان اجتماعی و خالص داراییهای اجتماعی تعریف شود.

معاملات اجتماعی

معاملات اجتماعی، معاملات و مبادلات متقابل بین واحد تجاری و جامعه پیرامون آن است که نتیجه ای از تصمیمات و اقدامات اقتصادی واحد تجاری و جامعه پیرامون اوست. ویژگی این نوع معاملات این است که در بازار معاملات اقتصادی نمایان نیستند. شناسایی گزارشگری معاملات

اجتماعی به صورت خالص تاثیرات آن در قالب سود خالص دوره مالی، معیار نسبی برای بررسی تاثیر اجتماعی واحد تجاری است.

سود اجتماعی سود اجتماعی خالص مشارکت و تاثیرات معاملات اجتماعی واحد تجاری با جامعه پیرامونی اش طی دوره مالی است؛ به عبارت دیگر، سود اجتماعی از مقایسه هزینه ها و منافع اجتماعی به دست میآید. در هنگام محاسبه سود اجتماعی، تطابق صحیح هزینه های اجتماعی با منافع اجتماعی باید صورت گیرد و به عنوان اساسی ترین گام، منفعت و هزینه های اجتماعی می باید توسط دانشمندان علوم اجتماعی بطور دقیق و جامع تعریف شود.

ارکان اجتماعی

ارکان اجتماعی، گروههای اجتماعی هستند که به طور غیر رسمی با واحد تجاری قرارداد تجاری منعقد کرده اند و پیامد آن تعهدات اجتماعی بر واحد تجاری است. در سیستم واحد تجاری می تواند با داشتن اطلاعات کافی در مورد منابع اجتماعی، اطلاعات لازم را برای بهای تمام شده استخدام پرسنل جدید و بودجه بندی بهای تمام شده کالاهای تولیدی در اختیار داشته و تصمیمات بهتری را اتخاذ کند.

بررسی اجرای حسابداری اجتماعی

برای بررسی نحوه اجرای حسابداری اجتماعی، باید فرآیند معاملات اجتماعی و اجزای تشکیل دهنده آن تشریح شود. اجرای حسابداری اجتماعی باید با توجه به این مبانی تشکیل دهنده و نقش و اهمیت آنها صورت گیرد.

فرآیند معاملات اجتماعی عوامل زیر را شامل می شود:

۱- ارکان اجتماعی که در معاملات اجتماعی موثر هستند. ارکان اجتماعی شامل عامه مردم، کارکنان، سرمایه گذاران و حتی جوانان هستند.

۲- تاثیر عملکرد واحدهای تجاری بر ارکان اجتماعی. این اثرات ممکن است به علت پیشرفت تکنولوژی تولید که ارکان اجتماعی (مصرف کنندگان) را نیز بهره مند می سازد، تولید و ارائه محصولات و خدمات عالی با حداقل قیمت باشد. بهسازی محیط زیست، کیفیت اداره منابع انسانی و ارتقای سطح معاش و رفاه اجتماعی، نمونه دیگری از تاثیر عملکرد واحد تجاری بر ارکان اجتماعی است.

در اجرای حسابداری اجتماعی و ثبت گزارشگری معاملات اجتماعی، عوامل فوق باید در نظر گرفته شوند؛ به عبارت دیگر باید بدانیم که در هر معامله ای در طرف مقابل واحد تجاری، گروههای مختلف اجتماعی هستند که باید به تفکیک، شناسایی شده و تاثیرات عملکرد واحد تجاری بر این گروههای اجتماعی به نسبت هر گروه اجتماعی شناسایی و اندازه گیری شوند. از این طریق، هزینه ها و منافع اجتماعی نیز به تفکیک تعیین و قیمت گذاری می گردند.

به منظور تشریح ارتباط بین معاملات اجتماعی و ارکان اجتماعی، چهار گروه اجتماعی و چگونگی معامله اجتماعی آنها در یک بانک ذیلاً توضیح داده می شود:

۱- مشتریها: سودهای بانک معمولاً به عنوان شاخص اساسی مشارکت بانک با مشتریان بکار می رود. در عین حال که بانک می تواند از طریق اتخاذ سیاستهای دیگر نیز مشتریان را کمک کند.

۲- کارکنان: در حسابداری مرسوم، فقط هزینه های دستمزد کارکنان شناسایی و گزارش می شود، در حالی که وقتی بانک به ایجاد شعبه ای در منطقه ای کم رونق و فقیر نشین اقدام می کند، باعث ایجاد اشتغال بیشتر شده و به عنوان یک معامله اجتماعی باید شناسایی شود.

۳- محیط پیرامونی: اقدام بانک در افتتاح شعبه ای در منطقه ای کم رونق و فقیر نشین، ممکن است باعث بهبود رفاه اقتصادی جامعه پیرامون آن شود. اقدام بانک باعث کاهش بزهکاری، افزایش سطح تحصیلات و همچنین به حل مسأله ترافیک، تراکم جمعیت و آلودگی محیط زیست کمک می کند. مسأله کمی کردن و اندازه گیری اثر هر یک از این مشارکتهای بانک با جامعه خود می تواند موضوع تحقیقی جداگانه باشد.

۴- گروه های اقلیت: تلاشهای کاهش تبعیضات درآمدی و کسب امتیازات شغلی از جمله برخوردهایی است که کارکنان یا مشتریان یا دیگر اقشار اجتماعی با واحد تجاری می توانند داشته باشند.

مشکلات عملی

هدفها و مفاهیم تشریح شده، چارچوب لازم برای طراحی اجرای سیستم حسابداری اجتماعی را فراهم می کنند. در عین حال، مسائل پیچیده و مبهم در سطح کلان و خرد باید قبل از اجرای حسابداری اجتماعی حل شود.

در سطح کلان، این مسائل شامل تدوین هدفها و معیارهای اجتماعی به منظور تکمیل چارچوب حسابداری اجتماعی با توجه به سطح و ماهیت عملیات هر واحد تجاری است. بدیهی است که تدوین ارزشها و معیارهای اجتماعی و سیاستهای واحد تجاری وظیفه حسابداری نیست ولی محققان حسابداری باید از طریق همکاری و کسب نظر جامعه شناسان، دانشمندان علوم سیاسی، اقتصاد دانان و فیلسوفان، نسبت به گردآوری مجموعه معیارها، ارزشها و هدفهای اجتماعی مورد نیاز برای طراحی سیستم حسابداری اجتماعی، اقدام نمایند. در عین حال ضرورت دارد که حسابداران در مورد علوم اجتماعی و رفتاری، آگاهی کسب کنند تا آنها را در طراحی سیستم حسابداری اجتماعی مناسب واحد تجاری یاری دهد. همچنین چگونگی مطابقت استراتژیها و شیوه های تولید واحد تجاری با معیارهای اجتماعی نیز باید بررسی شود.

در سطح خرد، مسائل کمی کردن و نحوه اندازه گیری معاملات، منابع و حقوق اجتماعی و ارزیابی عملکرد اجتماعی، از مسائل پیچیده و مبهمی است که باید حل شود. همان طور که قبلاً اشاره شد، محققان حسابداری به دنبال اندازه گیری و فرموله کردن این نوع معاملات، منابع و حقوق اجتماعی بوده و تا کنون نیز نتایجی عاید گردیده ولی این مشکلی است که اساساً در حال

حاضر با این مقدار معلومات بر علوم اجتماعی حاکم است؛ هرگاه بتوان مسائل و پیامدهای اجتماعی را به صورت کمی فرموله نمود، حسابداری اجتماعی نیز متکاملتر خواهد شد.

نتیجه گیری

همان طورکه اشاره شد، اجرای حسابداری اجتماعی نیازمند تعریف جامع و دقیقی از کارکرد و نقش هر واحد تجاری در جامعه و شخصیت قانونی حاکم بر آن است. همچنین نیاز و ضرورت ایجاد سیستم حسابداری اجتماعی و این که تا چه اندازه در تصمیم گیریها و ارزیابی اقتصادی _

اجتماعی می تواند موثر باشد، بیان شد. از جمع بندی نتایج حاصل از این مقاله می توان به دیدگاه روشنی دست یافت و رهنمودهایی نیز به شرح زیر ارائه داد:

۱- شناسایی، ثبت و گزارشگری هزینه، منافع، منابع (دارایی) و حقوق اجتماعی در روال فعالیت عادی اقتصادی واحد تجاری، ممکن است با اصول و استانداردهای حسابداری رایج دقیقاً منطبق نباشد. در عین حال، ارائه اطلاعات کافی و مربوط برای تصمیم گیریهای استفاده کنندگان و بخصوص مدیریت واحد تجاری باعث تصمیم گیریهای صحیحتر آنها خواهد شد و حسابداری اجتماعی اطلاعاتی را به استفاده کنندگان ارائه می کند که هیچ گاه حسابداری مرسوم آنها را، علی رغم این که از الزامات و تعهدات عمده واحد تجاری ریشه می گیرد و حتی دوام یا زوال واحد تجاری را نمایان می سازد، شناسایی و گزارش نمی نماید. به طور مثال واحد تجاری که دارای شعبه های مختلف در کشورهای خارجی و از جمله کشورهای بی ثبات است، چنانچه شعبه اش

در چنین کشورهایی بدون توجه به آثار و فعالیتش بجامعه پیرامونش و موقعیت خاص و تحولات اجتماعی و سیاسی اش اقدام به فعالیت نماید، ممکن است با شرایطی روبرو شود که حتی ادامه فعالیت شرکت را تهدید کند. کودتا یا صدمات وارده از سوی گروههای ناراضی جامعه، نمونه ای از تهدیدها یا ادعاهای اجتماعی علیه چنین واحدهای تجاری است.

۲- گذشته از علاقه مدیریت و نیاز داخلی واحد تجاری، الزامات قانونی که به عهده واحد تجاری گذاشته می شود، باعث توجه و تاحد تجاری به حقوق اجتماعی شده، واحد تجاری مجبور خواهد بود برای تامین این نیازها و الزامات قانونی، سیستم حسابداری اجتماعی را طراحی کند.

۳- با توجه به اینکه حسابداری اجتماعی تا اندازه زیادی تحت تاثیر معیارها و قوانین اجتماعی است، باید با شناسایی به موقع تاثیرات و پیامدهای این تغییرات، نسبت به ثبت و گزارش آنها اقدام نمود. همچنین باید در نظر داشت که همین قوانین می توانند مبانی و اصول ارزیابی عملکرد اجتماعی واحد تجاری باشند.

۴- سرانجام، هدف این مقاله مطرح کردن موضوعی است که روند آینده حسابداری با آن روبرو خواهد بود. حسابداری اجتماعی قطعاً تاثیر فزاینده ای بر تئوری حسابداری خواهد گذاشت. همچنان که رشد علم مدیریت مرزهای تازه ای را در زمینه حسابداری مدیریت گشود، رشد علوم اجتماعی و افزایش آگاهیهای اجتماعی مردم نیز مرزهای جدیدی را در زمینه حسابداری اجتماعی باز خواهد کرد. تقاضا برای حسابداری اجتماعی به افزایش آگاهیهای اجتماعی استفاده کنندگان و عموم مردم از سودمندی صورتهای مالی بستگی دارد. از سوی دیگر

همگام با مباحث جدی مربوط به آلودگی محیط زیست، توزیع نا عادلانه درآمد، افزایش بیکاری و پیامدهای آن این جنبه از حسابداری را تقویت، و از این طریق حسابداری سهم خود را در ارائه راه حل برای مسائل اجتماعی ادا خواهد کرد. به این ترتیب، افزایش شناخت و درک جامعه از سودمندی اطلاعات حسابداری اجتماعی به تدریج مطرح می شود و تکامل می یابد و به زودی باید شاهد تلفیق حسابداری مالی و حسابداری اجتماعی باشیم و گزارشگری اجتماعی نیز به همان اندازه اهمیت گزارشگری مالی مطرح خواهد شد.

حسابداری مسوولیت‌های اجتماعی

محسن خوش طینت نیک نیت

در این روزها مشکلات اجتماعی از جمله مسائلی است که مورد مناظرات سیاسی قرار گرفته و جستجو برای یافتن راه حل این مشکلات اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. حسابداری مسوولیت‌های اجتماعی پاسخی به این مشکلات می باشد که با در نظر گرفتن نتایج اجتماعی تصمیمات، همچون اثرات اقتصادی آنها، سعی در گسترش دامنه حسابداری سنتی داشته و معیارهای جدیدی را برای تعریف اهداف اجتماعی و ارزیابی میزان پیشرفت در نیل به این اهداف را می طلبد. از دیدگاه کلان توجه زیادی به تعریف شاخصهای مفید و مربوط اجتماعی شده و از دیدگاه فرد به اهداف اجتماعی، اهمیت فزاینده ای به استراتژیهای سازمانی داده شده است و نیاز به معیارهایی که در فرآیند تصمیم گیری بتواند مفید باشد مورد شناسایی قرار گرفته است.

در حال حاضر مدیریت نه تنها در خصوص کارآیی عملیات موسسه تحت تصدی خود مسوول می باشد بلکه در مقابل هر آنچه که در مورد مشکلات بیشمار اجتماعی انجام می دهد نیز مسوول است. واحدهای اقتصادی ناگزیر از قبول مسوولیت‌های اجتماعی خود هستند همچنان که در مورد مسوولیت‌های اقتصادی آنان نیز چنین است. در مجموع روحیه بی اعتمادی فزاینده ای وجود دارد که سنجش‌های سنتی عملکرد منعکس در صورت‌حساب سود و زران و ترازنامه برای نمایش آنچه که بسیاری از شرکتها سعی در انجام آن دارند بیش از اندازه ضعیف و ناتوان است. با این همه هنوز مفهوم جامعه از مسوولیت‌های اجتماعی شرکتها که مورد توافق همگان باشد وجود ندارد.

تقریباً همگان قبول دارند که شرکتها باید از نظر اجتماعی مسوول کار خود باشند گو اینکه امکان دارد عنوان شود که چنین نظری صرفاً شکل تعمیم یافته این مرام پذیرفته شده جهانی است که افراد و گروهها باید تاثیر اعمال خود بر سایرین را در نظر داشته باشند.

به طور کلی سه رویکرد در مورد مفهوم مسوولیت‌های اجتماعی شرکتها وجود دارد که بشرح زیر قابل تبیین می باشند:

نظریه اول از تئوریهای کلاسیک اقتصادی منشاء می گیرد. طبق این مفهوم شرکت فقط و فقط یک هدف دارد و آن به حداکثر رسانیدن سود و به تبع آن حداکثر نمودن ثروت سهامداران است. البته این موضوع تا جایی پذیرفته شده و قابل حمایت است که در جهت تلاش برای رسیدن به هدف چارچوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد. این شکل از مفهوم مسوولیت‌های اجتماعی شرکتها بوسیله میلتون فریدمن در سال ۱۹۶۲ میلادی در قالب عبارات زیر ارائه شده است: "...

تنها یک مسوولیت اجتماعی برای موسسات وجود دارد که آن هم استفاده از منابع موجود و بکارگیری آنها در فعالیتهای برنامه ریزی شده جهت افزایش سود است، البته مادامی که موسسه

تحت مقررات تعیین شده فعالیت نماید یعنی رقابت آزاد بدون فریب و حيله..."

نظریه دوم در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارائه گردیده است و بر اساس آن اهداف اجتماعی در رابطه با به حداکثر رسانیدن سود مورد توجه قرار می گیرد. طبق این نظریه مدیران شرکتهای باید تصمیماتی اتخاذ نمایند که بین حقوق سهامداران، کارکنان، مشتریان، عرضه کنندگان کالاها و خدمات و عامه مردم تعادل ایجاد کند. در نتیجه باید یک ائتلاف و پیوستگی بین منافع و ملاحظات متعدد ایجاد شود و این ائتلاف تنها راهی است که شرمتم را از هدف حداکثر سود در دراز مدت مطمئن می سازد.

بر اساس نظریه سوم سود نقطه پایانی اهداف موسسه نیست و مدیران اجرایی شرکتهای پس از کسب سود با مشکل خواسته های کارکنان برای افزایش دستمزد، لزوم اجرای طرحهای توسعه، درخواست قیمتهای پایین تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیشتر برای سهامداران و ... روبرو می شوند. در این حالت تصمیم گیریهای سازمانی لازم است بجای تلاش در جهت حداکثر نمودن سود به دنبال کسب سطح مناسبی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اقداف اجتماعی تأمین گردد. تغییر از نظریه دوم به نظریه سوم مسوولیت اجتماعی موسسات تجاری بر مبنای منافع سهامداران به یک مفهوم گسترده تر می باشد. یعنی در نظره دوم ملاک ایجاد سود برای سهامداران بود که با حقوق دیگر گروههای علاقمند از قبیل

مشتریان، کارکنان و... مرتبط می شد در صورتی که نظریه سوم بر این تأکید دارد که مسئولیت موسسات تجاری در قبال تمامی افراد ذی نفع بوده و نیز سود و زیان تنها به عنوان یکی از نتایج فعالیتهای آنها محسوب می شود و باید تصمیمات سازمانی بر اساس آن دسته از راه کارهایی که در اجتماع مسوولیت پیشتری را بوجود می آورد اتخاذ گردد. بدیهی است اکثر موسسات قادر به گسترش نظریات روشن از برتریهای اجتماعی هستند اما اغلب قادر به برنامه ریزی در اموری که اکثریت اجتماع از آن استفاده ببرند نمی باشند؛ لذا بدون شناسایی و آگاهی دقیق از برتریهای اجتماعی اغلب نظرات در این زمینه ناشی از قضاوتهای ذهنی است. بر این اساس رسیدن به رفاه اجتماعی و اقتصادی که بر مبنای تئوری و ذهنیت استوار گردیده ممکن است منتج به تصمیمات مفیدی برای اجتماع نگردد.

در این میان نقش دولت نیز به عنوان یک قدرت تعیین کننده قابل ملاحظه است. اعمال نفوذ دولت ممکن است به سه صورت انجام پذیرد:

۱- تعیین فعالیتهای اجتماعی نا مناسب و ضد قانونی. از جمله این موارد می توان به فعالیتهای

تجاری نامطلوب و تصویب و تدوین قانون در جهت ممنوعیت فعالیتهای مزبور اشاره نمود مانند قانون منع اشتغال به کار کودکان.

۲- تصویب مقررات و قوانین در جهت محدود نمودن توسعه فعالیتهایی که فی نفسه به حال اجتماع مفید بوده اما اجرای بدون محدودیت آن برای سلامت جامعه زیان آور است. این محدودیت بصورت کیفی و کمی اعمال می گردد.

۳- برخورد مناسب با یکسری فعالیتها که دارای هزینه های اجتماعی و اثرات منفی در اجتماع است. مانند تعیی « مالیات برای شرکتها به منظور تأمین هزینه خسارتهای وارده به اجتماع. هدف اصلی از تعیین اینگونه مالیاتها تشویق شرکتها به کاهش اثرات فعالیتهای مزبور و کنترل آنهاست. براین اساس برخی از مقررات مالیاتی با هزینه های اجتماعی سروکار پیدا کرده و شرکتها درانتخاب بین کاهش خسارتهای اجتماعی و اجتناب از مالیات یا استمرار آن فعالیتهای و پرداخت مالیات مربوطه آزاد میباشند. طبق این نظریه باید تعرفه های مالیاتی به گونه ای تعیین شوند که شرکتها حداقل خسارت را به محیط اجتماعی وارد آورند.

از بحثهای فوٹ در مورد ماهیت مقررات دولتی در حل مسائل اجتماعی مشخص می شود که تعریف مسؤولیت اجتماعی شرکتها بسیار مشکل است. چگونه می توان مسؤولیت شرکتها را برای ترک همه مسائل حل نشده اجتماعی با کمک دولت گسترش داد؟ آیا شرکتها باید در قالب مقررات سخت و محکم عمل کنند و در این صورت در غیاب تعریفی روشن از مسؤولیتهای اجتماعی شرکتها، موسسات باید همواره ماهیت مسؤولیت های اجتماعی را به صورت یک مفهوم مدیریتی و اجباری بپذیرند. در هر حال تنها راهنمای شرکتها تصویب مقررات مناسب و متکی بر نظرات عمومی و فشارهای اجتماعی است. مسؤولیت اجتماعی یک شرکت مفهومی است که مستلزم و سعت بخشیدن به دامنه اهداف شرکت همچون وسعت دادن به واحد اجتماعی است که توسط آن این اهداف پی ریزی می شود. به دلیل اینکه هر جامعه متشکل از گروههای اجتماعی

وسیعتری را شامل شود. برومت برای تسهیل تجزیه و تحلیل مسوولیت شرکتها پنج سطح از مقاصد اجتماعی را برای شرکتها تعریف نموده است که به شرح آن می پردازیم:

- ۱- منافع سود خالص
- ۲- منافع منابع انسانی
- ۳- منافع عمومی
- ۴- منافع محیطی
- ۵- منافع ناشی از تولید یا انجام خدمات

واژه "منافع" در برگیرنده درآمد و هزینه هایی است که وابسته به یک فعالیت سازمانی باشد. در این تعریف منظور از مسوولیتهای اجتماعی شرکتها، رویارویی با استفاده کنندگان متعددی می باشد که هر یک مقاصد متفاوتی در استفاده از اطلاعات حسابداری دارند.

منافع سود خالص

توجهی که به سایر اهداف اجتماعی غیر از سود می شود باعث کاهش اهمیت "هدف سود" برای شرکتها نمی شود. به عبارت دیگر یک سازمان تجاری نمی تواند بدون داشتن مازاد مالی مناسب از فعالیتها، به بقای خود ادامه دهد و برنامه های دراز مدت شرکتها در بر گیرنده محاسبه مربوط به حداقل بازده به سهامداران می باشد. به عبارت دیگر باید یک نوع همبستگی بین سود شرکت و سایر هدفهای اجتماعی وجود داشته باشد و تشخیص منصفانه یک مسأله اجتماعی ممکن است

تأثیر مثبتی در عملکرد سازمان در کوتاه مدت یا درازمدت داشته باشد. مثلاً بالا بودن ساعت کار در شرایط نامساعد ممکن است لطمات جبران ناپذیری به توانایی کارگران در حفظ سطح بازده داشته یا عدم توجه به کیفیت محصول و عدم توجه به عکس العمل مشتریان تأثیر زیادی در فروش و سود شرکت خواهد داشت.

در واقع شکست در برنامه ریزی و عدم توجه به اهداف اجتماعی در هدف نهایی که همان کسب سود است منعکس خواهد شد و بدین دلیل در اکثر بخشها، در "هدف سود" مفهوم آزمایش کامل کارایی تجاریموسسه و رعایت مسائل مالی و اهداف اجتماعی نهفته است.

سرمایه گذاران به عنوان استفاده کنندگان از صورتهای مالی به اطلاعاتی درباره ارزش منابع انسانی و تغییرات این منابع در طی یک دوره مالی برای اخذ تصمیمات صحیح تر سرمایه گذاری خود نیاز دارند، همچنی «مدیریت سازمان به عنوان گروهی دیگر، از اطلاعات مالی برای برنامه ریزی و کنترل منابع انسانی به چنین اطلاعاتی نیازمند است.

منافع منابع انسانی

این منافع تاکید فعالیتهای سازمانی را روی افرادی که منابع انسانی سازمانها را تشکیل می دهند، می رساند.

نوع فعالیت	نتایج
رفتارهای جدید و ابتکار عمل	دلبستگی کارکنان با اهداف اجتماعی

اعتماد دو طرفه و صمیمیت	برنامه های آموزشی
امنیت شغلی, ثبات و استحکام نیروی کار	ساختار سازمانی شامل:
انتقال و اجرای سیاستهای شغلی و حرفه ای	چرخش شغلی و غنای شغلی
سلامت شغلی و حرفه ای	سطح حقوق و دستمزد
رهایی از فشارهای روانی غیر ضروری روی محیط شغلی	برنامه های جنبی
اجرای آسان و راحت شغل	ارتباط مستمر مدیریت با کارکنان و اتحادیه های صنفی
واقعی و حتمی بدون بازده	اطلاعات کارکنان و نگرش کارکنان
	رضایت شغلی و پشتکار پرسنل

ضمناً توسعه روش حسابداری منابع انسانی که می تواند با اندازه گیژی فسار و تأکید تصمیمات سازمانی روی ارزشهای نیروی انسانی به صورت دارایی شرکت به موفقیت به پیوندد در مراحل آزمایشی بوده و هیچ نظر قاطعی در این زمینه وجود ندارد.

منافع عمومی

در این سطح, فعالیتهای سازمانی روی افراد یا گروههای عمومی برون سازمانی شرکن "بخودی خود" تحت فشار بوده و مورد ملاحظه قرار میگیرد. مانند کبشردوستی عمومی, منافع آموزشی -

فرهنگی با ایجاد سازمانهای خیریه، حمایتهای مالی یا غیر مالی برای حمل و نقل عمومی، خدمات بهداشتی، خدمات شهری، مراکز حفظ محیط، حل مسأله ارتباطات، ایجاد فرصتهای مناسب برای کارآموزی، آموزش و رفع موانع آموزشی کارکنان، پرداختهای مالیاتی و ... که در این میان، ایجاد شغل، آموزش و ایجاد فعالیتهای ارتباطی داوطلبانه و عمومی از مواردی است که منافع اجتماعی مهم برای شرکت به دنبال خواهد داشت.

منافع محیطی

این سطح شامل جنبه های محیطی تولید، چگونگی استفاده از منابع طبیعی در فرآیند تولید می باشد. در سالهای اخیر توجهات بسیاری به جنبه های منفی فعالیتهای سازمانی، مانند آلودگی آب و هوا، شلوغی و ازدحام و تخریب محیط شده است.

فعالیتهای اجتماعی شرکتها در کاهش اثرات اجتماعی منفی موارد فوق، منجر به قبول بیشتر تکنولوژیهای کارا، برای به حداقل رسانیدن این موارد شده است.

منافع ناشی از تولید و انجام خدمات

این سطح به جنبه های کیفی تولید و خدمات سازمانها می پردازد. مانند دوام و بقاء عمر کالا، آسایش و راحتی در قابلیت ارائه خدمات. علاوه بر این، رضایت مشتری، تبلیغات صحیح، بسته

بندی مناسب ملاحظاتی هستند که از یک نظر در بازاریابی نقش بسزایی دارند و از طرف دیگر بر جنبه های مسوولیت اجتماعی تأثیر خواهد داشت.

هدف استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری اجتماعی

طبق بررسی های به عمل آمده مشخص گردیده است هفت گروه از اطلاعات شرکتها استفاده می کنند که چون مدل های تصمیم گیری این گروه ها مورد توجه قرار نمی گیرد، لذا انتشار اطلاعات با ماهیت حسابداری اجتماعی عملی نبوده و اکثر اطلاعات منتشر شده دارای اهداف متفاوت و مجزا از یکدیگر می باشند شامل سرمایه گذاران، بستانکاران، کارکنان، تحلیل گران، طرفهای تجاری، دولت و عموم می باشند که بعضاً هدفهایی که هر گروه ممکن است در استفاده از اطلاعات داشته باشند متفاوت از هم بوده و ارائه اطلاعات برای گروههای دیگر نامطلوب هم باشد. حتی ممکن است در داخل یک گروه استفاده کننده اجزاء آن با یکدیگر منافع متضاد داشته باشند؛ مثلاً مخالفانی که به صورت نمایندگان کارگری در داخل یک گروه از کارکنان باشند که مقاصدشان منطبق با اکثریت نباشد. نتیجه آنکه نه فقط در شناسایی اهداف برای اطلاعات حسابداری اجتماعی مورد نیاز مشکل وجود دارد بلکه در ایجاد الگوهای ثابت و با دوام قضاوت های ارزشی در مورد فعالیتهای گزارش شده طبق آن و ثبات در "نظریات" افراد رسمی یک گروه از استفاده کنندگان هم مشکل وجود خواهد داشت؛ بدین لحاظ آرو در سال ۱۹۶۳ عدم امکان ایجاد برتریهای عمومی را بر مبنای برتریهای فردی تعیین کرده است.

این موارد در مباحثات تئوریک مربوط به پاسخگویی اجتماعی شرکتها مطرح می گردد و نویسندگان را بر آن داشته تا به بیان اهداف و ارائه اطلاعات حسابداری اجتماعی بپردازند. به عنوان مثال راماناتان در سال ۱۹۷۶ سه هدف برای اطلاعات حسابداری اجتماعی بیان نموده است:

۱- تعیین و اندازه گیری ادواری خالص منافع اجتماعی یک موسسه فردی که در بر گیرنده هزینه های اجتماعی و درآمدهای درونی برای موسسه و افزایش صرفه جویی های خارجی بخشهای اجتماعی باشد.

۲- کمک به تعیین اینکه آیا عملکرد و استراتژی یک موسسه فردی بگونه ای است که ارتباط با منابع محیطی و بخشهای اجتماعی تأثیر دائمی می گذارد؟

۳- در دسترس قرار دادن راه بهینه سازی همه اجزاء اجتماعی که اطلاعات را روری اهداف، سیاستها، برنامه ها/ع عملکرد شرکت و منافع اهداف اجتماعی مرتبط سازد.

به نظر می رسد دو هدف اول مربوط به اندازه گیری حسابداری اجتماعی می باشد که لازم است این اندازه گیری انجام شود و هدف سوم، یک هدف گزارشگری است. این مسأله ممکن است مرتبط با دو مسأله قبلی دیاه شود برای اینکه اگر هدف اندازه گیری روشن نباشد استانداردهای اندازه گیری نمی تواند توسعه یابد و تجزیه و تحلیلها نمی تواند راهگشا و هدایت کننده باشد.

برنامه ریزی اهداف اجتماعی

شرکتی که خود را نسبت به اهداف اجتماعی متعهد می داند، طبیعتاً کلیه برنامه های خود را متناسب با این اهداف تغییر می دهد، بنابراین فرآیند برنامه ریزی یک شرکت بهترین مبنای برای درک وابستگی درونی شرکت به اهداف اقتصادی و اجتماعی می باشد. در نتیجه تجزیه و تحلیل اهداف اقتصادی و اجتماعی حاکی از یک تغییر شکل در فرآیند برنامه ریزی خواهد بود.

باور و فن در سال ۱۹۷۲ یک نظریه چهار مرحله ای برای طراحی برنامه های اجتماعی ارائه نمود:

- ۱- یک سرشماری از کلیه فعالیتهای شرکت که بر جنبه های اجتماعی تاکید دارند.
- ۲- تجزیه و تحلیل شرایط محیطی لازم برای این فعالیتهای.
- ۳- ارزیابی بهترین موارد ممکن از انواع برنامه های اجتماعی که اغلب مرتبط با فعالیتهای شرکت است.
- ۴- ارزیابی روشی که این برنامه های اجتماعی با سایر اهداف شرکت بطور وسیع مطابقت داده می شود.

مشخص کردن فعالیتهای اجتماعی

مشخص کردن فعالیتهای اجتماعی در برگیرنده یک سرشماری از تمامی فعالیتهایی است که در ارتباط با جامعه، مورد توجه شرکت قرار گرفته است. این عمل بوسیله بررسی پرسشنامه های

توزیع شده که شامل نقاط ضعف و قوت فرصتها و موارد بحرانی شرکت در ارتباط با سطحی از مشکلات اجتماعی وابسته به شرایط محیطی خارجی و داخلی می باشد انجام می شود.

تجزیه و تحلیل فعالیتهای اجتماعی

تجزیه و تحلیل اینگونه فعالیتهای در رابطه با شرایط محیطی داخلی و خارجی، ماهیت مسائل اجتماعی را به شکل روشنتر مشخص می سازد و این امر منجر می شود تا سیاست اجتماعی شرکت به نحو بهتری اداره شود. این تجزیه و تحلیل در واقع یک نوع شرط اولیه برای توجه بیشتر به برنامه های اجتماعی می باشد.

ارزیابی و انتخاب برنامه های اجتماعی

انتخاب برنامه های اجتماعی بر عملکرد جاری شرکت تأثیر خواهد داشت. طبق نظریه "بررسیهای نگرشی" این فرصت به شرکت داده می شود تا نتایج حاصل از برنامه های اجتماعی قابل پیش بینی باشد و تغییر در نگرشها بواسطه تغییر در کارکنان، مشتریان، سهامداران، مراکز دولتی و افراد عمومی ایجاد می شود. این تکنیک ممکن است به عنوان مثال برای مقاصد تجزیه و تحلیل برتری های اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. بدین ترتیب که ابتدا تقاضای اصلی گروههای فشار متعدد فهرست می شود، سپس این تقاضاها به ترتیب درجه شدت و حساسیت آنها اولویت بندی می شود. طبق نظر ویلسون در سال ۱۹۷۴، این روش توسعه سیاست اجتماعی را بصورت تمایلات

اجتماعی ارائه می کند که بیانگر توانایی شرکت به پاسخگویی مفید و فرصت طلبانه به تغییر نیازهای اجتماعی و انتظارات حاصله می باشد.

یکپارچگی برنامه های تجاری و اجتماعی

مرحله نهایی در ارزیابی سیاست اجتماعی دراز مدت شرکت در قالب برنامه های عملی اجتماعی است. این برنامه ها در برگیرنده معنی تخصیص منابع شرکت در رسیدن به اهداف اجتماعی ویژه و روشهای کنترل جهت حصول اطمینان از اینکه اهداف مزبور به صورت کارآ انجام می شود می باشد. استفاده از تکنیکهای مزبور به صورت کنترلهای بودجه ای موجب می شود تا برنامه های تجاری و اجتماعی مشترکاً ارائه گردد.

همانطور که قبلاً مطرح گردید در فرآیند برنامه ریزی و کنترل ضمنی که به تأیید اهداف اقتصادی و اجتماعی مورد نظر می انجامد در تجزیه و تحلیل یکپارچه ممکن است در مرحله فعلی ، توسعه حسابداری مسوولیت اجتماعی تحت تأثیر قرار گیرد؛ بنابراین، طبق طرح مقدماتی بنا شده بوسیله باور و فن این امر باید به صورت برنامه کار تئوری، برای تحقیقات بعدی در توسعه ابزارهای تجزیه و تحلیل در این زمینه دیده می شود. اهداف جامعه خیلی شناخته شده نیست و اغلب بصورت بخشی از یک دوره زمانی در اذهان عمومی آشکار و به صورت متعدد بوده و غالباً با یکدیگر تضاد داشته و بندرت برهم منطبق می شوند.

اطلاعات چگونه باید گزارش شود

با توجه به اینکه مدیران عمدتاً مسأله سودآوری شرکت را مورد توجه خاص قرار می دهند و در این راستا با محدود نمودن هرچه بیشتر هزینه ها بنای افزایش سود شرکت را دارند، لذا طبیعی است که بصورت خودجوش هیچگاه بدنبال مسائل مربوط به هزینه های اجتماعی و جبران خسارت وارده به محیط نخواهند بود مگر آنکه همانند برخی از کشورها الزامات قانونی لازم در این مورد آنان را وادار به اجرای مقررات و دستورالعملهای مربوطه نمایند. از طرفی در صورتی که شرکت مجبور به پرداخت بهای خسارت وارده به محیط شود انرا جزء هزینه های غیر قابل کنترل منظور نموده و ارزیابی عملکرد مدیران شامل اینگونه هزینه ها نخواهد بود.

در آمریکا به منظور ملزم نمودن کلیه شرکتهای در رعایت اثرات مالی تخریب محیط، هیأت تدوین استانداردهای حسابداری مالی بیانیه شماره (۵) را در این زمینه منتشر نمود. به موجب این بیانیه در زمان قبل از انتشار صورتهای مالی اگر احتمال وقوع هزینه های اجتماعی زیاد باشد که منجر به ایجاد یک بدهی یا از بین رفتن یک دارایی در تاریخ ترازنامه گردد و میزان زیان وارده تحقق یافته باشد باید اثر آن در صورت سود(زیان) سال مورد گزارش ملحوظ شود، و در صورتی که مبلغ زیان را قطعاً نتوان تعیین نمود اما بطور تقریب قابل برآورد باشد باید مبلغ حداقل برآورد شده در صورتهای مالی ثبت گردد. اما در صورتی که احتمال وقوع قابل تشخیص نباشد و یا برآورد قابل قبولی از آن وجود نداشته باشد باید تنها به افشای هزینه های اجتماعی در یادداشتهای صورتهای مالی اکتفا نمود.

همچنین در صورتی که شرکت مخارجی را از بابت هزینه های اجتماعی کتحمّل شود باید بلافاصله آن مبلغ را هزینه نماید مگر آنکه موجب افزایش عمر، ظرفیت یا کارایی دارایی گردد که در این صورت این مبلغ سرمایه ای تلقی می شود. SEC در مقررات S-K (جزء ۱۰۱) ضروری می داند که شرکتها اثرات عمده در اجرای قوانین را که مرتبط با مسائل اجتماعی و حفظ محیط می باشد را بر روی سرمایه، هزینه ها، درآمدها و موقعیت تجاری شان افشاء نمایند.

اگرچه گزارشگری اجتماعی هنوز در ابتدای راه قرار دارد، اما عکس العمل شرکتها در این زمینه دلگرم کننده می باشد. اکثر شرکتها با تأکید بر جنبه های اجتماعی فعالیتشان بگونه ای به افشای "مسائل اجتماعی" می پردازند. این افشاء در قالب گزارشهای اجتماعی شامل صورت سود یا زیان اجتماعی و ترازنامه اجتماعی ارائه می گردد.

صورت سود یا زیان اجتماعی، شامل اقلام هزینه و منافع اجتماعی بوده و همچنین ترازنامه اجتماعی به افشای منابع انسانی تحت اختیار واحد تجاری و نحوه و میزان استفاده از کالاها و خدمات عمومی می پردازد.

اولین بار بر اساس گزارش تروبلود حسابداری اجتماعی به صورت یکی از اهداف گزارشگری مالی مورد توجه قرار گرفت. متعاقب آن انجمن حسابداران آمریکا یک بررسی در سال ۱۹۷۴ بین ۶۹۵ تن از اعضایش انجام داد و اعلام نمود که ۷۱ درصد از پاسخها با ضرورت وجود یک سیستم حسابداری بر عملکرد اجتماعی شرکتها موافقت دارند. مضافاً ۹۰ درصد از پاسخها بیانگر آن بود که اندازه گیری عددی و توصیفی عملکرد اجتماعی هر دو ضروری می باشند. مدارک بدست آمده

گفته این مطلب است که حسابداران نظرات مدیریتها را در ایالات متحده در زمینه اهمیت فعالیتهای اجتماعی شرکتها منعکس نموده اند.

یک تحقیق انجام شده در زمینه نظرات شرکتها مشخص نمود که سه نظریه اساسی در مورد گزارشگری اجتماعی وجود داشته و بکار گرفته می شود.

۱- نظریه توصیفی در گزارشگری اجتماعی شرکتها: گزارشهای اجتماعی توصیفی تقریباً به فهرست همه فعالیتهای اجتماعی شرکت می پردازد و ساده ترین نوع اطلاع رسانی برای گزارشگری اجتماعی بشمار می آید. این فعالیتهای در بخشهای کوتاهی از گزارش سالانه به سهامداران مکتوب و به انتشار آن دسته از مسائل اجتماعی که شرکت با آن سروکار دارد می پردازد. استفاده از نظریه توصیفی در گزارشگری اجتماعی توسط شرکتها بیانگر این موضوع است که اندازه گیری عملکرد اجتماعی شرکت نمی تواند به صورت مفید توسعه یابد.

۲- نظریه "هزینه های انجام شده" هزینه های شرکت را روی هر یک از فعالیتهای اجتماعی ذی ربط فهرست می کند و طبق آن یک صورت تطبیقی از گزارشهای توصیفی در حالتی که فعالیتهای توصیفی در قالب پول ارائه شده اند تهیه می شود. یکی از امتیازات نظریه "هزینه های انجام شده" در گزارشگری اجتماعی قابلیت مقایسه عملکرد سالهای گوناگون با یکدیگر می باشد و درجه موفقیت شرکت را نسبت به سطح تعهدات مالی فعالیتهای اجتماعی اعلام می دارد. امتیاز اصلی این نظریه آن است که توجهی به میزان مخارج انجام شده با بازده منافع حاصله مقایسه نمی

گردد. بنابراین مخارج سنگین ممکن است در زمینه برنامه های آموزش که غیر اثر بخش هم باشد انجام شود.

۳- نظریه "هزینه - منافع" : این نظریه افشا کننده هزینه ها و منافع وابسته به فعالیتهای اجتماعی شرکت می باشد. این نظریه غالباً حاوی اطلاعات مفید اما بعضاً دربردارنده مشکلاتی است که در اندازه گیری منافع وجود دارد. منتقدان این نظریه ادعا می کنند که اندازه های بازده در قالب واحد پول بیان می شود و این بی معنی است زیرا منافع اجتماعی اساساً یک ماهیت کیفی دارند.

سودمندی اطلاعات حسابداری اجتماعی

بحثهای موجود حاکی از آن است که از عمر حسابداری مسوولیت اجتماعی دیری نگذشته و این مدت برای ارزیابی نتایج کارایی آن کافی نیست. با این وجود، استفاده کنندگان از گزارشهای مالی ممکن است بوسیله رویه های حسابداری که توسط مدیریت شرکت بکار گرفته می شود، در نتیجه گیری کمک و مساعدت نمایند. طبق مطالعاتی که دیرکس و آنتال در ۱۹۸۵ در آلمان و سوئیس انجام داده اند، مفهوم مسوولیت پذیری اجتماعی شرکتها بطور موثر و مفید دنبال شده و گزارشگری اجتماعی وسیله ای مهم در این امر بشمار آمده است. یک پروژه تحقیقی دیگر در ایالات متحده آمریکا در ۱۹۸۰ گویای آن است که استفاده از قیمتهای بازار وجود افشای موارد اجتماعی در گزارشگری مالی را اثبات می کند. ضمناً پیشنهاد می شود که افشای موارد اجتماعی کاملاً صریح و روشن بوده تا بتواند اخبار لازم را خوب ارائه نماید. به عنوان مثال گزارش ویسمن

در سال ۱۹۸۲ حاکی از آن بود که نمونه هایی از گزارشهای منتشره گویای افشای ناقص در موارد اجتماعی بوده که خود ممکن است موجب گمراهی استفاده کنندگان گردد. او همچنین نتیجه گرفت که یافته های تحقیق نشان می دهد افشای مربوط به مسائل محیطی بطور عمدی ناقص هستند.

طبق طبقه بندی به عمل آمده توسط انجمن حسابداران ملی در آمریکا هزینه های اجتماعی واحدهای تجاری در رابطه با مسائل محیطی ناشی از عوامل زیر می باشد که افشای آنها توسط شرکت ضروری می باشد:

- ۱- هزینه های اجتماعی ناشی از آلودگی هوا
- ۲- هزینه های اجتماعی ناشی از آلودگی آب
- ۳- هزینه های اجتماعی ناشی از نقصان و انهدام منابع حیوانی
- ۴- هزینه های اجتماعی ناشی از نقصان نابهنگام منابع انرژی
- ۵- هزینه های اجتماعی ناشی از تغییرات تکنولوژی
- ۶- هزینه های اجتماعی ناشی از فرسایش خاک و قطع درختان جنگلی
- ۷- هزینه های اجتماعی ناشی از عدم بکارگیری و اتلاف منابع اقتصادی
- ۸- هزینه های اجتماعی ناشی از اتلاف منابع انسانی

منابع و مآخذ

1-Anderson, J.C.,and Frankle, A.W.(1980), Voluntary Social Reporting: