

حسابداری مسئولیت اجتماعی و ماتریس حسابداری اجتماعی

علیرضا معصومی راد^۱

عبدالکریم رضائی نژاد^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

چکیده

هدف از ارائه این مقاله آشنایی اولیه علاقه مندان حسابداری، به حسابداری و ماتریس حسابداری اجتماعی است. در این مقاله به تعاریف اولیه از حسابداری اجتماعی و ماتریس حسابداری اجتماعی پرداخته شده است. سپس به استفاده کنندگان از حسابداری اجتماعی اشاره شده است. در این مقاله همچنین به تاریخچه و بعد از آن به اهداف حسابداری اجتماعی و مزایای آن و سپس به مشکلات پیاده سازی حسابداری و گزارشگری اجتماعی اشاره شده است. مسئولیت اجتماعی شرکت ها موضوع حساسیت برانگیز و مورد توجه در سالهای اخیر بوده است. امروزه جهت بررسی موضوعات و سیاست های مختلف اقتصادی در سطوح کلان از مدل های مختلفی استفاده می شود که یک نمونه از این مدل ها، الگوی ماتریس حسابداری اجتماعی است. ماتریس حسابداری اجتماعی پایگاه داده های است که با استفاده از آن می توان به بررسی همزمان موضوعات اقتصادی - اجتماعی نظیر رشد اقتصادی و مسائل مربوط به توزیع درآمد پرداخت؛ و با کمک آن ارتباط متقابل میان متغیر های مختلف اقتصادی (تولید، درآمد، مصرف، تشکیل سرمایه) را در قالب یک ماتریس واحد ملاحظه کرد. ماتریس حسابداری اجتماعی علاوه بر لحاظ کردن فرآیند چرخه کامل تولید، هیچ گونه محدودیتی نسبت به طبقه بندی تفصیلی گروههای مختلف اقتصادی و اجتماعی، درآمد نیروی کار و خانوار ها ایجاد نمی کند و بدین ترتیب میزان انعطاف پذیری آن در تحلیل های اقتصادی و اجتماعی آشکار می شود. تمایل به سرمایه گذاری در شرکت هایی که اعمال و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها را دارند، در حال افزایش است و در حوزه گزارشگری مالی، به خصوص در حسابداری مدیریت اهمیت برجسته ای دارد. 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 مسئولیت 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 جدید را برای تعریف اهداف اجتماعی و ارزیابی میزان پیشرفت در نیل به این اهداف را می طلبد. تقریباً همگان قبول دارند که شرکت باید از نظر اجتماعی مسئول کار خود باشند. همچنین امکان دارد عنوان شود که چنین نظری صرفاً تعمیم یافته این امر پذیرفته شده جهانی است که افراد و گروهها باید تاثیر اعمال خود به سایرین را در نظر داشته باشند. در کل شرکت ها فقط یک هدف دارند و آن هم 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 چهار چوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد.

واژگان کلیدی

حسابداری، ماتریس حسابداری اجتماعی، مسئولیت های اجتماعی

۱- استاد گروه حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی و الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران.

۲- دانشجوی ارشد گروه حسابداری و مالی، موسسه آموزش عالی و الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران.

مقدمه

انقلاب صنعتی که منشاء تحولات بزرگی در زمینه های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فن آوری بود. موجب گسترش روز افزون بنگاه های اقتصادی شد. هدف اولیه تشکیل این بنگاه های اقتصادی انجام فعالیت های سود آور و کسب درآمد بود. در کل هدف مدیران و اداره کنندگان شرکت های اقتصادی انجام فعالیت های سود آور و کسب درآمد بود. مدیران و اداره کنندگان شرکت عمدتاً برای اجرای عملیات سود ده تمرکز نموده و تمام تلاش خود را در راه جلوگیری از کاهش سود و ایجاد زیان به کار می گرفتند (کارول، ۲۰۰۸).

گسترش تولید و افزایش عرضه، شرایط کسب و کار را دستخوش تغییرات زیادی نمود. این وضعیت تحولات مهمی از جمله رقابتی تر شدن بازار ها را به همراه داشت که موجب تحولات بزرگ اقتصادی و مالی را فراهم نمود. چرا که در بازار رقابتی و با وجود عرضه و تقاضا، مهم ترین عامل تنظیم بازار مطلوبیت کالایی است که مصرف کننده خریداری می نماید (چیوویانو، ۲۰۱۰) مطلوبیت عمدتاً تحت تاثیر دو عامل قیمت و کیفیت کالای مورد نظر است.

یکی از تغییرات مهم قرن بیستم در محیط فعالیت شرکت ها ارجحیت کیفیت بر قیمت کالا بود. به تدریج مسائل محیطی و مسئولیت های شرکت در قبال جامعه و ذینفعانش مورد توجه سراسری قرار گرفت. مسائلی نظیر رفتار اخلاقی شرکت در قبال جامعه، پایبندی به تعهدات به عنوان شهروندی از یک جامعه، توجه به مسئولیت های اجتماعی شرکت و ... به موضوعات مورد توجه محققان و رسانه ها تبدیل شد. امروزه، مشکلات اجتماعی از جمله مسائلی است که مورد نظرات سیاسی قرار گرفته و جستجو برای یافتن راحل برای مشکلات اهمیت ویژه ای پیدا کرده است.

یکی از این پیامدهای این رشد و توسعه صنعتی، ظهور پیوند اقتصاد با اخلاق و سیاست و تاثیر متقابل مسائل اقتصادی و اخلاقی و ارزش های اجتماعی بر یکدیگر است. بدین ترتیب، مدیریت و احد های تجاری دیگر صرفاً افزایش سود آوری یا تولید کالا را تنها هدف خویش ندانسته بلکه موضوعاتی دیگر هم چون 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.

حسابداری اجتماعی پاسخی به این مشکلات می باشد؛ که با در نظر گرفتن نتایج اجتماعی تصمیمات، هم چون اثرات اقتصادی آن ها، سعی در گسترش دامنه حسابداری سنتی داشته و معیارهای جدیدی را برای تعریف اهداف اجتماعی و ارزیابی میزان پیشرفت در نیل به این اهداف می طلبد.

همچنین حسابداری اجتماعی سعی دارد تا این تاثیرات متقابل عملکرد واحد های تجاری و جامعه پیرامونش را شناسایی و برای تصمیم صحیح تر استفاده کنندگان از صورت های مالی گزارش کند.

جهت بررسی موضوعات و سیاست های مختلف اقتصادی در سطوح کلان از مدل های مختلفی استفاده می شود که یک نمونه از این مدل ها، الگوی ماتریس حسابداری اجتماعی است. ماتریس حسابداری اجتماعی پایگاه داده های است که با استفاده از آن می توان به بررسی همزمان موضوعات اقتصادی - اجتماعی نظیر رشد اقتصادی و مسائل مربوط به توزیع درآمد پرداخت؛ و با کمک آن ارتباط متقابل میان متغیر های مختلف اقتصادی (تولید، درآمد، مصرف، تشکیل سرمایه) را در قالب یک ماتریس واحد ملاحظه کرد. از این رو در این مقاله به تعریف حسابداری مسئولیت اجتماعی و ماتریس حسابداری اجتماعی و تاثیرات آن می پردازیم.

طرح تحقیق:

پیشینه تحقیق و چارچوب نظری آن:

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت ها را می توان ناشی از انتشارات کتاب بُون (۱۹۵۳) به نام مسئولیت اجتماعی بازرگانان دانست. اگر چه بیشتر از آن هم منابعی نظیر کتاب مورل هیلد به نام مسئولیت اجتماعی واحد تجاری شرکت و جامعه، ۱۹۰۰-۱۹۶۰ در خصوص مسئولیت اجتماعی بازرگانان نسبت به جامعه وجود داشته که در مورد تئوری و عمل مسئولیت اجتماعی شرکت ها در نیمه اول قرن بیستم مطالب جالبی را خاطر نشان کرده است.

مفهوم حسابداری مسئولیت اجتماعی در اوایل دهه ۶۰ میلادی توسط نویسندگانی مثل آندرسون، موبلی و لین اوس مطرح شد. آندرسون را باید بعنوان پدر حسابداری مسئولیت اجتماعی نامید. در آمریکا این مفهوم در اوایل دهه ۷۰ میلادی توسط انجمن حسابداری امریکا به منظور بررسی موانع و مشکلات مربوط به اندازه گیری در حسابداری مسئولیت اجتماعی آغاز شد و با وجود گذشت ۴۰ سال هنوز این مفهوم از جدیدترین مباحث حسابداری است. در خصوص تدوین استانداردهای حسابداری مسئولیت اجتماعی به دلیل فشار سازمانهای هوادار محیط زیست و حقوق بشر در کشورهای صنعتی، فدراسیون بین المللی حسابداری (IFAC) توجه خود را معطوف به این موضوع کرد و مجموعه ای بیانیه ها را در رابطه با تدوین استانداردهای این مفهوم صادر نمود. در ایران اولین بار در پاییز سال ۱۳۷۲ در فصلنامه بررسی های حسابداری دانشگاه تهران مقاله ای با عنوان تئوری حسابداری اجتماعی مطرح شد و تاکنون مقالات زیادی در این خصوص ارائه شده است.

این فرآیند یک پدیده حسابداری در اواخر قرن بیستم است. رشد این نوع حسابداری به عنوان یک رشته حسابداری ناشی از فشارهای جنبش زیست محیطی در شرکت های بزرگ است. همچنین این موضوع از تقاضای دولت ها و مردم نیز می باشد. تا فعالیت های کسب و کار و آثار آن بر فعالیت های محیطی، شفاف تر گردد.

تعمیم جریان های مالی با چهارچوب ماتریس حسابداری اجتماعی برای نخستین بار توسط رو (۱۹۸۵) مطرح شد. رو در مطالعه خود به بررسی اثرات توسعه سیستم مالی روی بخش واقعی اقتصاد می پردازد؛ و اینگونه بیان می کند که تعمیم SAM به جریان های مالی به درک نقش سیستم مالی رشد اقتصادی کمک می کند. به دنبال او و به جهت پرورش ایده وی، روینسون (۱۹۹۱) یک چهارچوب منسجم برای تدوین FSAM ارائه می کند. جلما و همکاران (۲۰۰۴) با استفاده از داده های سال ۱۹۹۹ اولین FSAM ناحیه یورو را که به اختصار با EAAM (Euro Arwa Accounting Matrix) به معنای ماتریس حسابداری یورو) شناخته می شود را تدوین کردند.

لی (۲۰۰۸) در مطالعه خود با استفاده از داده های ۲۰۰۲ چین به تدوین FSAM پرداخته و با کمک این ماتریس، جریان های مالی را در اقتصاد چین مورد بررسی قرار داده است.

SAM در ایران در سال ۱۳۷۸ به سنجش آثار و جریانهای مالی بر بخش واقعی ایران می پردازد (بزازان و سیفی شهرپر، ۱۳۹۴)

بیان مسئله و ضرورت اجرای طرح:

تقریباً همگان قبول دارند که شرکت ها باید از نظر اجتماعی مسئول 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 گروه ها باید تاثیر اعمال خود بر سایرین را در نظر داشته باشند.

به طور کلی سه رویکرد در مورد مفهوم مسئولیت های اجتماعی شرکت ها وجود دارد که به شرح زیر قابل تعیین می باشد: (خوش طینت، ۱۳۷۴: ۱۹)

نظریه اول از تئوری های 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 کردن ثروت سهام داران است. البته این موضوع تاجایی پذیرفته و قابل حمایت است که در جهت تلاش برای رسیدن به هدف، چهار چوبی اخلاقی و حقوقی وجود داشته باشد.

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 شرکت ها باید تصمیماتی اتخاذ نمایند که بین حقوق سهام داران، کارکنان، مشتریان، عرضه کنندگان کالا و خدمات وعامه مردم تعادل ایجاد کند.

براساس نظریه سوم، سود نقطه پایانی اهداف موسسه نیست و مدیران اجرایی شرکت ها پس از کسب سود با مشکل خواسته های کارکنان برای افزایش دستمزد، لزوم اجرای طرح های توسعه، درخواست قیمت های پایین تر از جانب مشتریان و افزایش کیفیت محصولات، سود سهام بیشتری برای سهام داران و ... روبرو می شوند. در این حالت، تصمیم گیرندگان سازمانی لازم است به جای تلاش در جهت حداکثر کردن سود، به دنبال کسب سطح مناسبی باشد که طی آن هم سود کسب شود و هم سطح مطلوبی از اهداف اجتماعی تامین شود. (راماناتان، ۱۹۷۶)

ایرادهای حسابداری متداول:

طرفداران حسابداری اجتماعی، ایرادهایی علیه استاندارد های حسابداری درباره فراهم ساختن اطلاعات مربوط و مناسب برای تصمیم گیری مدیریت و سرمایه گذاری مطرح کرده اند. عدم شناسایی و گزارش تعهدات اجتماعی، به هزینه منظور کردن مخارج متحمل شده توسط واحد تجاری و تکمیل حساب گری بهتر در صورت استفاده از دارایی های بیشتر هم چون منابع اجتماعی و انسانی در مدل بهره وری داده / ستاده از جمله این ایرادها است.

ماهیت حسابداری اجتماعی:

حسابداری مرسوم با تاکید بر اندازه گیری و گزارش گری معاملات و رویدادهای اقتصادی و احد تجاری، معاملات اجتماعی واحدهای تجاری با اجتماع پیرامونش را نادیده می گیرد. به کارگیری و استفاده از این منابع اجتماعی باعث روی دادن معاملات اجتماعی بین واحد تجاری و جامعه پیرامونش می شود.

پیامد این معاملات اجتماعی، هزینه های اجتماعی به معنی کاهش منابع اجتماعی و منابع اجتماعی به معنی افزایش و بهبود منابع اجتماعی است. هدف نهایی حسابداری اجتماعی اندازه گیری و گزارشگری این منابع، هزینه ها و منابع 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 ایفا تعهدات اجتماعی را امکان پذیر می سازد. (جعفری ۱۳۷۲: ۷۹)

هم چنین حسابداری اجتماعی را می توان در ارتباط با اطلاعات منتشره بوسیله یک سازمان که به طرف های ذی نفع امکان می دهد تا عملکرد سازمانی را در مواجهه به مسائل اجتماعی (مثبت و منفی) ارزیابی کند، تعریف کرد.

(میرسپاسی، ۱۳۷۴)

حسابداری اجتماعی شاخه ای از حسابداری است که به بررسی تاثیر عملیات یک کسب و کار بر جامعه می پردازد. این مسئله مستلزم آن است که شرکت ها با دقت به جامعه و همه مسائل اطراف خود نگاه کنند و در نظر بگیرند که عملیات آنها چه چیزی بر افراد، محیط و مکان های اطرافشان دارد. حسابداری اجتماعی به انواع دارایی ها نمی پردازد بلکه تمرکز آن بر رفتار های کسب و کار است.

«کیث دیویس» معتقد است که: مسئولیت اجتماعی یعنی نوعی احساس تعهد به وسیله مدیران سازمانها تجاری بخش خصوصی که آن گونه تصمیم گیری نمایند که در کنار کسب سود برای موسسه، سطح رفاه کل جامعه نیز بهبود یابد. در تعاریف دیگر از مسئولیت اجتماعی آمده است:

مسئولیت اجتماعی، تعهد تصمیم گیران برای اقداماتی است که علاوه بر تامین منافع خود، موجبات بهبود رفاه جامعه را نیز فراهم آورد. (خلیلی عراقی، ۱۳۸۴) و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت میکند، انجام می دهند. (فلمینگ، ۲۰۰۲)

مسئولیت اجتماعی یعنی نوعی احساس تعهد به وسیله مدیران سازمان های تجاری بخش خصوصی که آن گونه تصمیم گیری نمایند که در کنار کسب سود برای موسسه، سطح کل رفاه جامعه نیز بهبود یابد و تعهد و تکلیف مدیریت به انجام کارهایی که حافظ و ارتقا دهنده رفاه جامعه و علایق بنگاه باشد. (صنوبر و حیدریان، ۱۳۹۰)

به زعم دنیسون (۲۰۰۰) اصول مسئولیت اجتماعی عبارت اند از:

به زعم دنیسون در زمینه مسئولیت اجتماعی اصولی را ارائه کرده است. اگر چه این مدل بیشتر برای مدیران زنجیره تولید تدوین گشته است. ولی قابل تعمیم به سازمان های دولتی می باشد. این اصول عبارت اند از:

جامعه: تلاش در راستای ایجاد مزیت برای جامعه و همچنین تحریک و تشویق سازمان های مرتبط برای حرکت در راستای منافع جامعه.

محیط: تشویق و تحریک سازمان برای ایجاد مکانیزم پاسخگویی به محیط خود به طوری که ابهام و نارضایتی محیط رفع شود و همچنین مواضع سازمان و اثرات سیاست های سازمان بر روی نرخ های تورم، بیکاری، فقر روشن شود.

اخلاق: ایجاد منشور اخلاقی برای سازمان و کوشش در جهت عمل به اصول و مبانی اخلاقی مسئولیت اجتماعی در حال تبدیل شدن به پدیده جهانی است که نظر سازمان ها را به خود جلب کرده است. (وانگ و همکاران، ۲۰۱۸) اگر مفهوم مسئولیت اجتماعی را با مفاهیم تعهد اجتماعی و پاسخگویی اجتماعی مقایسه کنیم، بهتر می توانیم آن را درک کنیم. مسئولیت اجتماعی در میانه سیر تکامل مشارکت اجتماعی می باشد. (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۳)

مفروضات سیستم حسابداری مسئولیت های اجتماعی:

چهار فرض اساسی سیستم حسابداری مسئولیت اجتماعی عبارت اند از:

- ۱- هر واحد تجاری در قبال جامعه پیرامون خود تعهداتی دارد که پایبند به انجام آن است.
- ۲- منابع اقتصادی اجتماعی کمیاب و محدود است. پس ضرورت دارد در به کارگیری استفاده از آن حداکثر بهره وری حاصل آید.
- ۳- کالاهای که قبلاً رایگان بوده اند، دیگر رایگان در دسترس قرار نمی گیرند؛ مثلاً: آب و هوای پاکیزه
- ۴- از حقوق مسلم جامعه است که از میزان تعهدات اجتماعی، واحد تجاری نسبت به خود و همچنین مقدار انجام شده آنها آگاهی یابد و این آگاهی لازم است براساس اصول و مبانی گزارشگری حسابداری صورت گیرد.

اما در رابطه با اصول و مفاهیم اساسی سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی، باید گفت که این اصول تا حدود زیادی همان اصول و مفاهیم سیستم حسابداری مالی است، ولی لازم است، تعدیلی در آنها صورت گیرد تا هماهنگی با اهداف سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی شود. برای مثال در حسابداری مالی لازم است دامنه شمول مفهوم شخصیت حسابداری گسترش یابد و در بر گیرنده جامعه پیرامون واحد تجاری گردد و یا گسترده مفهوم معامله حسابداری باید شامل معاملات بین واحد تجاری از یک طرف و جامعه پیرامونی خود به عنوان طرف دیگر شود و همچنین سود حسابداری شامل هزینه ها و منافع اجتماعی واحد تجاری شود تا پس از آن بتوان بازده اجتماعی سرمایه گذاری را محاسبه کرد.

حوزه های حسابداری اجتماعی:

چهار حوزه از فعالیتهای اجتماعی شناسایی شده اند:

الف) کمک به توسعه منابع انسانی

ب) تعامل سازمان با جامعه

ج) ارتقای کیفیت محصولات

د) کمک به توسعه منابع طبیعی و محیط زیست

براساس این چهار حوزه از فعالیتهای اجتماعی، فعالیتهای اجتماعی شرکت های را که حسابداران در آنها فعالیت می کنند به چهار گروه تقسیم می شوند:

۱- در زمینه کارکنان: شامل آثار فعالیتهای سازمان بر کارکنان آن می شود. به عنوان منابع انسانی که در دستیابی سازمان به اهداف آن کمک موثری می کند.

۲- در زمینه محیط زیست: فعالیتهای اجتماعی به منظور کاهش آثار منفی فعالیتهای سازمان بر محیط زیست. این فعالیتها برای نگهداری و محافظت از محیط پیرامون و منابع طبیعی طراحی شده است مانند خسارات وارد شده به محیط زیست توسط آب و هوا و خاک آلوده و آلودگی صوتی این ها یکی از مهمترین ابعاد حسابداری اجتماعی می باشد.

۳- در زمینه حمایت مصرف کننده: شامل فعالیتهای است که هدف آنها دستیابی به رضایت مشتری و حفاظت از منافع آنها است؛ مانند ایمنی محصولات، اعتبار تبلیغات، ارایه اطلاعات کافی درباره محصول و ...

۴- در زمینه جامعه: شامل فعالیتهای است که هدف کسب منافع عمومی دارد، همانند استخدام افراد معلول، آموزش دانشجویان، ایجاد مهد کودک برای کودکان در منطقه و ...

اهداف حسابداری اجتماعی:

طبق نظر شوکر (۱۹۷۴) هر واحد تجاری با جامعه پیرامونش توافق و قرار دادی غیر رسمی دارد. این قرارداد، دو کار کرد مهم را برای واحد های تجاری در پی دارد که عبارتند از (جعفری، ۱۳۷۲: ۸۰):

۱- تولید و ارایه 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 ارایه کالاها و خدمات اجتماعی، واحد تجاری کارکردی تولید دارد و فرض می شود که انتفاع اجتماعی حاصل از تولیدات و احد تجاری بیش از هزینه های اجتماعی آن خواهد بود. مدیریت واحد تجاری همزمان با

تعیین آثار و نتایج سرمایه گذاری های اقتصادی، می باید هزینه منفعت اجتماعی را نیز در نظر بگیرد و با توجه به میزان انتفاع یا زیان متحمل بر جامعه به هر گونه سرمایه گذاری اقدام کند.

وظیفه دوم و احد تجاری، کارکرد توزیعی است. در کارکرد تولیدی، به طور کلی به انتفاع یا هزینه اجتماعی معاملات اجتماعی واحد تجاری اشاره شده ولی در کارکرد توزیعی، چگونگی توزیع این هزینه ها و منافع اجتماعی بین اقشار مختلف جامعه مطرح می شود؛ به عبارت دیگر، مسئله این است که آیا در اثر معاملات اجتماعی واحد تجاری، همگی گروه های اجتماعی به طور عادلانه انتفاع یا هزینه را متحمل شده اند. یا توزیع ناعادلانه صورت گرفته است؛ مثلا اگر بانکی به دلیل نیاز و تقاضای مناطق پررونق، یکی از شعب خود را در منطقه ای کم رونق و پرجمعیت، 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 اهداف سه گانه ای به شرح زیر را دنبال می کند. (جعفری ۱۳۷۲: ۸۱):

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.

سیاست ها و اقداماتی از قبیل استخدام افراد بیکار جامعه، آموزش نیروهای متخصص برای بهبود کیفیت تولیدات و تاسیس 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 ارزش های اجتماعی هم چون عدالت و رفاه اجتماعی در تصمیم گیری های اقتصادی باعث بهره وری جامعه خواهد شد.

مسئله دوم اندازه گیری این هزینه ها و منافع است. همان طور که در علوم اجتماعی با مشکل کمی نمودن تاثیرات و پیامدهای اجتماعی رویداد های مختلف روبرو هستیم، در حسابداری اجتماعی نیز اندازه گیری هزینه ها و منافع اجتماعی، با این شکل روبرو هستیم. کمی نمودن اطلاعات بر مفید بودن آن می افزاید و نسبت به اطلاعاتی که صرفا کیفی هستند بار اطلاعاتی بیشتری نیز دارد. تلاش ها و تحقیقاتی برای کمی نمودن هزینه ها و منافع اجتماعی صورت گرفته و نتایجی را نیز در برداشته است، به طور مثال برای تعیین و اندازه گیری دارایی انسانی، مدل های هلتس و لیکرت هاورز و روش های بهای تمام شده تاریخی و بهای جایگزین و غیر قابل ذکر است.

۲- تعیین ارتباط استراتژی و عملیات جاری و احد تجاری با ترجیحات و معیارهای اجتماعی

از طریق به کارگیری حسابداری اجتماعی، مشخص خواهد شد که واحد تجاری در انجام و ایفای تعهدات اجتماعی تا چه اندازه موفق است و عملیات روز مره اش تا چه حد با هدف ها و معیار های از پیش تعیین شده اجتماعی و احد تجاری مطابقت دارد. دو هدف مذکور، اهدافی هستند که به تعیین و اندازه گیری تاثیرات متقابل معاملات اجتماعی واحد تجاری و جامعه و ارزیابی عملکرد اجتماعی و احد تجاری تاکید دارد.

هدف سوم به نحوه گزارش گری اجتماعی و تاثیر آن بر تصمیم گیری های استفاده کنندگان اشاره دارد.

۳- ارائه اطلاعاتی مربوط در مورد هدف ها، سیاست ها و برنامه های اجتماعی

از نظر گزارش گری برون سازمانی و تامین نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان، اطلاعاتی مربوط، کافی و مناسب برای کمک به ارزیابی و آگاهی از مشارکت های اجتماعی و احد تجاری باید گزارش شود. ارایه اطلاعاتی که این ویژگی

های کیفی را ندارد، باعث گمراهی استفاده کنندگان (از قبیل گروه های اجتماعی) خواهد شد. اینها اطلاعاتی هستند که استفاده کنندگان را در اتخاذ تصمیمات در تخصیص صحیح تر منابع اجتماعی یاری داده و باعث جلوگیری از ابهام و سردرگمی آن ها خواهد شد.

حسابداری اجتماعی با تامین اهداف سه گانه که تشریح شد، به تکمیل حسابداری مرسوم در گزارش گری و تامین اطلاعات کافی، مربوط و مناسب مورد نیاز کلیه استفاده کنندگان کمک می کند.

مفاهیم حسابداری اجتماعی:

هدفهای حسابداری اجتماعی، چارچوب تئوریک و اساسی را فراهم کرده و در مقابل، مفاهیم، دیدگاه های 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 میدهد زیرا صرفاً بر اساس معاملات بازار، اندازه گیری شده و معاملات متعدد دیگری را که به طور همزمان با معاملات اقتصادی به طور غیررسمی بین واحد تجاری و جامعه روی داده را نادیده گرفته است.

مثال: 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. بنابراین ضروری است مفاهیم اساسی نظیر معاملات اجتماعی، سود اجتماعی، ارکان اجتماعی، سرمایه اجتماعی و خالص داراییهای اجتماعی تعریف شود.

۱ - 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 قابل سود خالص دوره مالی، معیار مناسبی برای بررسی تاثیر اجتماعی واحد تجاری است.

۲ - سود اجتماعی:

سود اجتماعی خالص مشارکت و تاثیرات معاملات اجتماعی واحد تجاری با جامعه پیرامونش طی دوره مالی است که ازمقایسه هزینه ها و منافع اجتماعی به دست می آید. در هنگام محاسبه سود اجتماعی، تطابق صحیح هزینه های اجتماعی با منافع اجتماعی باید صورت گیرد.

۳ - ارکان اجتماعی:

ارکان اجتماعی، گروه های اجتماعی هستند که به طور غیر رسمی با واحد تجاری قرارداد اجتماعی منعقد کرده اند و پیامد آن تعهدات اجتماعی برعهده واحد تجاری است. در سیستم حسابداری مرسوم این ارکان اجتماعی به رسمیت

شناخته نشده و فقط سرمایه و حقوق صاحبان سهام و تعهدات رسمی واحد تجاری و تغییرات طی دوره آن، ثبت و گزارش میشود.

در سیستم حسابداری اجتماعی، این حقوق و علائق اجتماعی نسبت به واحد تجاری، از طریق حساب ((سرمایه اجتماعی))، قابل شناسایی و گزارشگری است.

۴ - سرمایه اجتماعی:

سرمایه اجتماعی، میزان علائق، حقوق و ادعاهای ارکان اجتماعی نسبت به واحد تجاری است. ثبت و گزارشگری چنین حقوق و علائقی ممکن است با سیستم حسابداری مرسوم مطابقت نداشته باشد ولی در عین حال اندازه گیری و گزارشگری سرمایه اجتماعی به عنوان مبنایی سودمند و مفید برای استفاده کنندگان هنگام تصمیم گیری خواهد بود. بدین گونه که مدیریت واحد تجاری در تصمیم گیریهای اقتصادی روزمره، همزمان با در نظر گرفتن ملاحظات مالی، حقوق و علائق اجتماعی شناسایی شده، از جمله اثراتی که تاسیس یک کارخانه جدید و چگونگی تولیدش بر محیط زیست، اشتغال، تسهیلات عمومی و... و ادعاها و منافع و هزینه هایی که هر کدام از گروه های اجتماعی به دنبال چنین اقداماتی خواهند داشت را در نظر میگیرد.

۵ - خالص دارایی اجتماعی:

خالص دارایی اجتماعی، ما به التفاوت افزایش منابع جامعه و تحلیل منابع جامعه در اثر فعالیت واحد تجاری در طول عمر اوست. خالص دارایی اجتماعی در سیستم حسابداری مرسوم به عنوان یک منبع بالقوه کسب سود در فرایند عملیات واحد تجاری شناسایی و گزارش نمیشود؛ در حالی که خالص دارایی اجتماعی میتواند مبنایی سودمند برای تصمیم گیریهای بهینه استفاده کنندگان و مدیریت واحد تجاری باشد؛ به طور مثال، مدیریت واحد تجاری میتواند 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.

مفهوم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی

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 می دانند و اجرای آن را با گسترش دامنه حسابداری مالی امکانپذیر می دانند و یا به عبارتی از نظر این گروه حسابداری مسئولیتهای اجتماعی تنها گسترش ساده ای از نقش حسابداری سنتی است. در حالی که گروه غالب عقیده دارند که سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی، اصول، قواعد و مفاهیم خاص خود را دارد، به گونه ای که می توان آن را یک موضوع کاملاً جداگانه مانند حسابداری مدیریت، حسابداری بهای تمام شده، حسابداری دولتی و غیره دانست که هدف آن مواجهه با مسائل اجتماعی زیر است.

۱ - ارزیابی تاثیر اجتماعی فعالیتهای واحد تجاری؛

۲ - اندازه گیری هزینه ها و تعهدات اجتماعی واحد تجاری؛

۳ - اندازه گیری منافع اجتماعی واحد تجاری؛

۴ - فراهم آوردن یک سیستم اطلاعاتی درون و برون سازمانی که در امر ارزیابی تاثیرات اجتماعی واحد تجاری کمک کند.

اما از جنبه نامگذاری نیز عده ای آن را حسابداری اجتماعی و گروهی آن را حسابداری اجتماعی واحد تجاری نامیده‌اند، اما اصطلاح رواج یافته، همان حسابداری مسئولیتهای اجتماعی است. تفکیک هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی یکی از مشکلات حسابداری مسئولیتهای اجتماعی است زیرا بسیاری از هزینه‌ها را می‌توان در هر دو طبقه تقسیم بندی کرد.

از جنبه تعریف مفهوم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی، باید گفت که تعاریف متفاوتی از سوی صاحب نظران و اندیشمندان ارائه شده است که مهمترین و رایج ترین آنها به شرح زیر است:

حسابداری مسئولیتهای اجتماعی بخشی از دانش حسابداری است که هدف آن اندازه گیری و گزارشگری اثرات اجتماعی (هزینه‌ها و منافع اجتماعی) ناشی از فعالیتهای واحد تجاری است و از آنجایی که هر واحد تجاری عضوی از جامعه ای است که در آن فعالیت می‌کند و به طور مستمر در تعامل با سایر اعضای جامعه است و با استناد به قراردادهای نا نوشته اجتماعی بین اعضای جامعه که برای حفظ منافع تمامی اعضا وضع شده اند، ضرورت دارد، واحد تجاری از تعهدات و مسئولیتهای خود آگاه باشد و آنها را محدود به حفاظت منافع سهامداران نداند، بلکه تعهدات و مسئولیتهای دیگری در قبال سایر گروههای اجتماع از قبیل اعتبار دهندگان، کارکنان، مشتریان و فروشندگان و گروههای موجود در جامعه و همچنین محیط زیست پیرامون خود احساس کند. برای مثال در سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی، گزارشگری نتایج عملیات واحد تجاری محدود به روش سنتی مقابله درآمد با هزینه‌ها نخواهد بود، بلکه ضرورت دارد که دامنه این مقابله گسترش یابد و هزینه‌ها و منافع واحد تجاری را نیز در بر گیرد.

مزایا و مشکلات اجرای سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی:

از مهمترین مزایای اجرای سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

دو شیوه در گزارشگری هزینه‌های اجتماعی وجود دارد:

۱- گزارشگری در یادداشت‌های همراه صورتهای مالی

۲- گزارشگری هزینه‌های اجتماعی به صورت مجزا و مستقل

۱- موجب افزایش نقش اجتماعی واحدهای تجاری می‌شود و حضور آنها را در فعالیتهای زیست محیطی و مشارکت در برنامه‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی افزایش می‌دهد.

۲- فراهم شدن شرایط برای وارد کردن موضوع محیط زیست در حسابهای ملی که خود منجر به دو نتیجه خواهد شد.

اول: فراهم کردن اطلاعات با اهمیت برای برنامه‌ریزان توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح ملی؛

دوم: فراهم کردن شرایط برای بهبود روشها و مؤلفه‌های مربوط به محاسبه تولید ناخالص داخلی.

اما در مقابل مزایای اجرای سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی، مشکلات متعددی نیز وجود دارد که از مهمترین آنها می‌توان به مشکلات مربوط به اندازه گیری و گزارشگری هزینه‌ها و منافع اجتماعی اشاره کرد.

مشکلات تفکیک هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی:

هزینه‌های اجتماعی و هزینه‌های اقتصادی هر واحد تجاری نشئت گرفته از تعهدات اجتماعی و اقتصادی واحد تجاری است؛ تعهداتی که ممکن است به دلیل الزامات قانونی و یا خواسته ارادی واحد تجاری باشند؛ اما مشکلی که تهیه کنندگان گزارشهای اجتماعی با آن روبه‌رو هستند، مربوط به تفکیک این دو نوع هزینه است. زیرا اختلاط و امتزاج برخی از اینگونه تعهدات با یکدیگر، مشکلاتی را در کشیدن خط فاصل بین آنها ایجاد می‌کند. برای مثال هزینه‌های

تحقیق و توسعه و یا هزینه های مربوط به افزایش ضریب ایمنی محصول می تواند به عنوان هزینه اجتماعی در نظر گرفته شوند، در حالی که از طرف دیگر ممکن است به عنوان یک هزینه اقتصادی در نظر گرفته شوند که به قصد افزایش حجم فروش و توانایی رقابت بیشتر با سایر تولید کنندگان باشد و یا هزینه های 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 می توان اینگونه هزینه ها را به عنوان هزینه های اقتصادی نیز نگاه کرد که به قصد افزایش بهره وری و در نهایت افزایش سودآوری صورت گرفته باشند.

معیارهای تفکیک هزینه های اجتماعی از اقتصادی:

در مباحث نظری حسابداری دو معیار برای تفکیک اینگونه هزینه ها از یکدیگر وجود دارد که عبارتند از:

۱ - معیار هدف از انجام یک نوع فعالیت یا هزینه؛

۲ - معیار الزامات قانونی.

طبق معیار اول، هزینه هایی که واحد تجاری به قصد بهبود جایگاه خود نزد افکار عمومی انجام می دهد و یا هزینه هایی که به قصد کمک به پاکیزگی محیط زیست، آموزش کارکنان و افراد جامعه، فراهم کردن مسافرتها علمی و سیاحتی در دوره تعطیلات صورت می گیرد، یک نوع هزینه اجتماعی خواهند بود، چه انجام آنها از روی اراده باشد چه از روی الزامات قانونی. هزینه هایی که به منظور افزایش سود واحد تجاری صورت می گیرد، هزینه اقتصادی در نظر گرفته می شوند.

اما طبق معیار دوم، الزامات قانونی، معیار تفکیک هزینه های اجتماعی از هزینه های اقتصادی خواهند بود.

بنابراین هزینه هایی که واحد تجاری بر اساس الزامات قانونی انجام می دهد، به عنوان هزینه های اقتصادی در نظر گرفته می شوند. اگر قانون، واحد تجاری را ملزم کرده باشد که وسیله ایاب و ذهاب کارکنان و همچنین وسایل ایمنی کار و بهداشت محیط را فراهم کند، اینگونه هزینه ها هزینه اجتماعی نخواهند بود، بلکه هزینه اقتصادی اند؛ اما هزینه هایی که واحد تجاری از روی خواست و نه الزام قانونی انجام می دهد، به عنوان یک نوع هزینه اجتماعی در نظر گرفته می شوند.

مشکلات مربوط به ارتباط هزینه ها و منافع اجتماعی:

یکی دیگر از مشکلات مربوط به اندازه گیری و گزارشگری هزینه ها و منافع اجتماعی واحد تجاری ناشی از آن است که تهیه کنندگان اینگونه گزارشها قادر به ایجاد ارتباط بین هزینه های اجتماعی و منافع اجتماعی حاصل از آنها نیستند، به طور مثال هزینه های اجتماعی مربوط به کمکهای نقدی و غیر نقدی به موسسات فرهنگی و آموزشی جامعه و مبارزه با بی سوادی در جامعه و آلودگی محیط زیست و یا افزایش سطح آگاهی افراد جامعه برای حفظ و بهره برداری بهینه از منابع جامعه ممکن است در بلند مدت دارای منافع اجتماعی باشند، اما ارتباط دادن آنها با منافع اجتماعی واحد تجاری و همچنین گزارش آنها بر حسب واحد پول با مشکلات فراوانی همراه است.

هزینه های اجتماعی در سیستم حسابداری مسئولیتهای اجتماعی عبارتند از:

۱ - هزینه منابع انسانی به کار گرفته شده در واحد تجاری بر اساس هزینه فرصت به کارگیری آنها در یک فعالیت دیگر؛

۲ - مواد خام مورد استفاده در واحد تجاری بر اساس هزینه فرصت استفاده از آنها در یک فعالیت دیگر؛

۳ - داراییهای سرمایه ای (ساختمان و تجهیزات) بر اساس ارزش جایگزینی؛

۴ - منابع و خدمات عام المنفعه مورد استفاده واحد تجاری از قبیل: پل ها و راههای ارتباطی، خدمات پلیس، آتش نشانی، بهداشت، درمان و آموزش؛

۵ - ضرر و زیانهای اجتماعی ناشی از فعالیتهای تولیدی واحد تجاری مانند آلودگی محیط زیست ناشی از کارخانههای سیمان و آسیبهای کشیدن سیگار برای شرکتهای تولید کننده و عرضه کننده سیگار.

نقش دولت در حسابداری اجتماعی چیست؟

دولت نیز در این میان نقشی پررنگ به عنوان یک قدرت دارد. نفوذ دولت به سه روش انجام می گیرد:

مشخص کردن فعالیت های غیر قانونی و اجتماعی.

دولت می تواند جهت تامین هزینه خسارت های اجتماعی، مالیاتی را در نظر بگیرد، هدف از این نوع مالیات ها این است که شرکت ها فعالیت هایی که اثرات منفی بر روی اجتماع می گذارند را کنترل کنند و در صورت امکان آن ها را کاهش دهند.

دولت با تصویب قوانینی، موجب محدود شدن فعالیت هایی می شود که به صورت عادی ضرری برای اجتماع در پی ندارد ولی در صورت زیاد شدن و از بین بردن محدودیت های آن فعالیت ها، می توانند برای سلامت اجتماعی مشکل ایجاد کنند.

اما منافع اجتماعی واحد تجاری شامل:

۱ - حقوق و دستمزد پرداختی به کارکنان واحد تجاری؛

۲ - بهره های پرداختی بابت استقراض از اعتبار دهندگان؛

۳ - سود سهام توزیع شده بین سهامداران؛

۴ - هزینه های اجرای برنامه های آموزشی، تربیتی و خدمات درمانی؛

۵ - برنامه های فرهنگی، اجتماعی و تفریحی اجرا شده توسط واحد تجاری برای کارکنان و فرزندان آنها و همچنین افراد جامعه؛

۶ - هزینه های زیبا سازی فضای واحد تجاری و هزینه های مبارزه با آلودگی محیط زیست؛

۷ - هزینه های تحقیق و توسعه جهت بهبود کیفیت محصول.

در خصوص چگونگی فرایند گزارشگری هزینه ها و منافع اجتماعی واحد تجاری دو نظر متفاوت وجود دارد. در یک نظر شیوه گزارشگری آن است که گزارش مربوط به هزینه ها و منافع اجتماعی را در بخش یادداشتهای همراه صورتهای مالی ارائه می دهد. طرفداران این شیوه گزارشگری، همان گروههای هوادار نظریه حسابداری مسئولیتهای اجتماعی به عنوان بخشی از حسابداری مالی هستند. در نظر دیگر، شیوه گزارشگری است که پیشنهاد آن توسط گروههای هوادار استقلال حسابداری مسئولیتهای اجتماعی از حسابداری مالی ارائه شده است و طبق آن واحد تجاری ملزم است، یک گزارش اجتماعی که متضمن اطلاعات تفصیلی در رابطه با تعهدات اجتماعی، هزینه ها و منافع اجتماعی واحد تجاری است، ارائه دهد. که این شیوه گزارش دهی نیز خود ممکن است به دو شیوه ارائه شود.

۱ - گزارش عملکرد اجتماعی توصیفی برای فعالیتهای اجتماعی واحد تجاری؛

۲ - گزارش عملکرد کمی، که مشکلات زیادی برای تهیه آن وجود دارد، لیکن دارای افشای کاملتری است و در بر گیرنده هزینه های اجتماعی از یک طرف و منافع اجتماعی از طرف دیگر است و تفاوت آن ممکن است مثبت (فزونی منافع اجتماعی بر هزینه های اجتماعی) و یا منفی (فزونی هزینه های اجتماعی بر منافع اجتماعی) باشد.

شاخص های اجتماعی:

شاخص های اجتماعی، مفاهیمی است بر مبنای مشاهده و معمولاً کمی که به ما در مورد جنبه هایی از زندگی که به آن علاقه مندیم و یا تغییراتی که در آن رخ داده اطلاعات می دهد. چنین اطلاعاتی ممکن است واقعی و عینی باشد که در این صورت شرایط واقعی جامعه را به ما نشان می دهد و یا این اطلاعات ممکن است ذهنی باشد که در این صورت نشانگر تلقی جامعه از شرایط واقعی است. فهرستی از نواحی که شاخص های اجتماعی در آن قابل محاسبه اند، عبارتند از:

- سلامتی
 - تعلیم و تربیت
 - استخدام و کیفیت زندگی کارکنان
 - اوقات فراغت
 - درآمد و ثروت
 - محیط فیزیکی شامل مسکن و شرایط محیط زیست
 - تعلقات اجتماعی شامل شرایط خانواده گی
 - امنیت شخصی و اجرای قانون
 - فرصت ها و مشارکت های اجتماعی
- برای استفاده از چنین شاخص های در عمل مشکلات خاصی وجود دارد. برخلاف شاخص های اقتصادی که به کمک آن می توان پدیده های اقتصادی را اندازه گیری نمود. با به کارگیری شاخص های اجتماعی نمی توان به راحتی به این مهم دست یافت چرا که پدیده های اجتماعی صریح و قابل فهم نیستند و ما نمی توانیم بسیاری از آن ها را هم چون رفاه اجتماعی، به طور کمی اندازه گیری کنیم.

استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری اجتماعی:

آنچه از تعاریف حسابداری اجتماعی بر می آید این است که علاوه بر سهامداران و ذینفعان، سایر اشخاص نیز وجود دارند که می بایست این اطلاعات به آنها ارائه شود.

آنچه از عنوان سهامدار برمی آید منظور همان افرادی هستند که سهام شرکت در دست آنها است؛ اما جهت مشخص شدن ذینفعان به تعریف بیور اشاره می نماییم. بیور ذینفعان از اطلاعات مالی حسابداری را به ۵ گروه زیر تقسیم می کند.

الف) سرمایه گذاران، شامل سرمایه گذار متنوع و غیر متنوع

ب) واسطه های اطلاعاتی، شامل تحلیل گران مالی، سازمان های تعیین کننده رتبه سهام، سازمان های مشاوره دهنده و سازمان های کارگزاری

پ) تدوین کنندگان مقررات، شامل هیئت تدوین استاندارد های حسابداری مالی، کمیسیون بورس اوراق بهادار و مجلس قانون گذاری ایالات متحده آمریکا

ج) مدیریت، شامل شرکت های بزرگ در مقایسه با کوچک و شرکت های سهام عام در مقابل خاص

د) حسابرسان، شامل موسسه های ملی در مقایسه با موسسه های محلی و ... (پارسائیان، ۱۳۸۴: ۲۰۳)

نحوه پیدایش ماتریس حسابداری اجتماعی:

از اوایل دهه ۱۹۵۰ میلادی که آمارهای اقتصادی نظام مند شده به شکل نظام حساب های ملی توسط سازمان ملل متحد تهیه گردید، تاکنون به علت تغییرات اوضاع اقتصادی جهانی و ظهور پدیده های از جمله مسائل زیست محیطی، مشکلات اجتماعی (فقر و بیکاری و غیره) و اخیراً نیز اقتصاد اطلاعات دو بار در سال های ۱۹۶۸ میلادی و ۱۹۹۳ میلادی مورد تجدید نظر قرار گرفته است. با این حال بسیاری از تحلیل گران در بررسی های خود نشان دادند که نظام حسابداری کلان موجود انعطاف پذیری لازم و کافی را در بررسی همه جانبه اقتصادی - اجتماعی - زیست محیطی ندارد؛ و بدین ترتیب پدیده های مذکور چالش های اساسی پیش روی این نوع نظام حسابداری به شمار می آیند.

تمرکز زدایی، جهانی شدن اقتصاد، ظهور اقتصاد خدمات انعطاف پذیر و افزایش تعامل سیاست های اقتصادی - اجتماعی و اقتصادی - چالش های اصلی تحویل نظام حسابداری بودند. کیونینگ (۱۹۹۸). به این دلیل نظام مند کردن کلیه آمارهای اقتصادی منحصر به متغیرهای کلان اقتصادی معطوف شد؛ بنابراین، چنین نظام حسابداری، همانند نظام های حسابداری پیشین نمی تواند انعطاف پذیری لازم و کافی در پاسخگویی به دیدگاه های رشد و عدالت اجتماعی و سیاستگذاری های مرتبط به آن که در واقع دو روکن اصلی هدف هر برنامه توسعه محسوب می شود را داشته باشد بنابراین رویکردی که می تواند هر دو مورد، یعنی افزایش تولید و عدالت اجتماعی را به طور همزمان در نظر بگیرد. نظام حسابداری میانه به شکل ماتریس حسابداری اجتماعی است که توسط تحلیل گران در دهه ۱۹۷۰ طراحی گردید. این رویکرد توانست با طبقه بندی تفصیلی طیف و سیمی از درآمد گروههای اقتصادی و اجتماعی نیروی کار و هزینه و درآمد خانوار ها با خصوصیات فرهنگی، نژادی، مذهبی و قومی ... در کنار ساختار تولید، پیوند دیدگاههای اقتصادی این ابعاد با دیدگاههای جدید توسعه اقتصادی بارویکرد انسان محور، در دهه ۱۹۷۰، دستاورد جدیدی را برای تحلیل گران ارائه دهد. از این رو طی سال های اخیر، تکنیک ماتریس حسابداری اجتماعی به عنوان یک مدل بخشی، مورد توجه برنامه ریزان قرار گرفته است (اندیش).

ماتریس حسابداری اجتماعی چیست:

ماتریس حسابداری اجتماعی در واقع بیان ماتریسی حساب های ملی با تاکید بر ابعاد اجتماعی انواع مبالغ در بخش های واقعی و مالی است که بر پایه توالی حساب های مندرج در سیستم حساب های ملی قابل ارائه است. با توجه به محدودیت ها و نارسائیهای جدول داده - ستانده در بررسی های همزمان مسائل اقتصادی و اجتماعی و نیز به منظور نظام مند کردن آمارهای اجتماعی در قالب یک ماتریس جبری، با بسط جداول داده - ستانده، ماتریس حسابداری اجتماعی تهیه می گردد. تکنیک داده - ستانده در ماتریس حسابداری اجتماعی به صورت جدول عرضه - مصرف نمودار شده و سپس همه فرآیند های تولید و مصرف درآمد برای هر یک از بخش نهادی اقتصادی در آن نشان داده می شود.

براین اساس می توان گفت ماتریس حسابداری اجتماعی، ارائه ماتریسی شکل حساب های ملی است؛ که از طریق آن، ارتباط میان جدول عرضه - مصرف و نیز حساب های بخش های نهادی اقتصاد به کامل ترین و تفصیلی ترین شکل ممکن نشان داده می شود. در برنامه ریزی ها و سیاست گزارهای اقتصادی - اجتماعی و نیز به منظور تجزیه و تحلیل

ارتباط موجود میان ویژگی های ساختاری یک اقتصاد و به ویژه چگونگی توزیع درآمد و هزینه در گروه های مختلف خانوارها استفاده می شود. در واقع ماتریس حسابداری اجتماعی ابزاری است که با استفاده از آن می توان به بررسی همزمان موضوعات اقتصادی - اجتماعی نظیر رشد اقتصادی و مسائل مربوط به توزیع درآمد پرداخت و با کمک آن ارتباط متقابل متغیرهای مختلف اقتصادی نظیر تولید، درآمد، مصرف و تشکیل سرمایه را در قالب یک ماتریس واحد ملاحظه نمود. شایان ذکر است که میان ماتریس حسابداری و حساب های ملی ارتباط نزدیکی وجود دارد و تاکید این ماتریس بر نقش افراد و خانوارها در اقتصاد، عمدتاً با تفکیک نهاد خانوار و نیز نیروی شغل در بازار کار صورت می پذیرد.

به طور کلی ماتریس حسابداری اجتماعی یک سیستم اطلاعاتی و آماری است که شامل اطلاعات و آمارهای اجتماعی و اقتصادی برای اقتصاد یک کشور می باشد. منابع آماری مورد استفاده در این ماتریس عمدتاً جداول داده - ستانده، آماری درآمد ملی و نیز آمارهای مربوط به درآمد و هزینه خانوار می باشد؛ بنابراین ملاحظه می گردد که ماتریس حسابداری اجتماعی بسیار گسترده تر از جداول داده - ستانده و حساب های ملی است که به صورت قراردادی تهیه می گردند و اطلاعات بسیار تفصیلی تری در مورد انواع مخالف مبادلات صورت گرفته در اقتصاد توسط ماتریس ارائه می گردد. ماتریس حسابداری اجتماعی پایه ای است برای تجزیه و تحلیل همزمان موضوعات مربوط به رشد اقتصادی و توزیع درآمد عوامل تولید به تفکیک منشا داخلی و خارجی این درآمدها میان گروه های مختلف نهادی و همچنین نحوه توزیع مجدد درآمد میان این گروه ها پی برد. بعلاوه چگونگی تخصیص هزینه های نهادهای مختلف میان مصرف، سرمایه گذاری و پس انداز توسط ماتریس حسابداری اجتماعی نشان داده می شود.

به طور کلی می توان دو هدف عمده از تهیه ماتریس حسابداری اجتماعی را به شرح زیر بیان کرد:

- ۱ - سازماندهی و ارائه اطلاعاتی در خصوص ساختار اقتصادی و اجتماعی یک کشور در یک دوره زمانی مشخص
- ۲ - فرام نمودن پایه های آماری منسجم در جهت طراحی یک مدل معقول که از یک سو قابلیت ارائه تصویری ایستا از اقتصاد کشور را داشته و از سوی دیگر قادر به شبیه سازی اثرات ناشی از اتخاذ سیاست های مختلف اقتصادی باشد. (بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۷۸).

معرفی ساختار ماتریس حسابداری اجتماعی:

ماتریس حسابداری اجتماعی، یک نوع سیستم حسابداری است که در آن جریان درآمد و هزینه میان نهاده ها و بخش های مختلف اقتصاد در قالب سطر ها و ستون های یک ماتریس نشان داده می شود. در این ماتریس هر حساب کلان اقتصادی توسط یک ستون که نشان دهنده پرداخت ها و یک سطر که نشان دهنده دریافت های آن حساب می باشد منعکس می گردد.

به عبارت دیگر این سیستم حسابداری در قالب یک ماتریس مربع با سطر ها و ستون هایی تهیه می گردد که هریک از سطر ها و ستون ها از یک سو اطلاعاتی در مورد تولید و درآمد ایجاد شده توسط گروه ها و نهاد های مختلف ارائه نموده و از سوی دیگر آمارهای مربوط به هزینه های صورت گرفته توسط این نهادها را نشان می دهند.

بنابراین دریافت های هر نهاد به عنوان درآمد در سطرهای ماتریس و پرداخت های صورت گرفته توسط هر نهاد نیز به عنوان هزینه در ستون ها آن نشان داده می شود. در این ماتریس کل دریافت ها و پرداخت ها در نتیجه مجموع سطر ها و ستون ها برای هر حساب با هم برابر بوده و این برابری برای کل دریافت ها و پرداخت های هر نهاد نیز باید برقرار باشد.

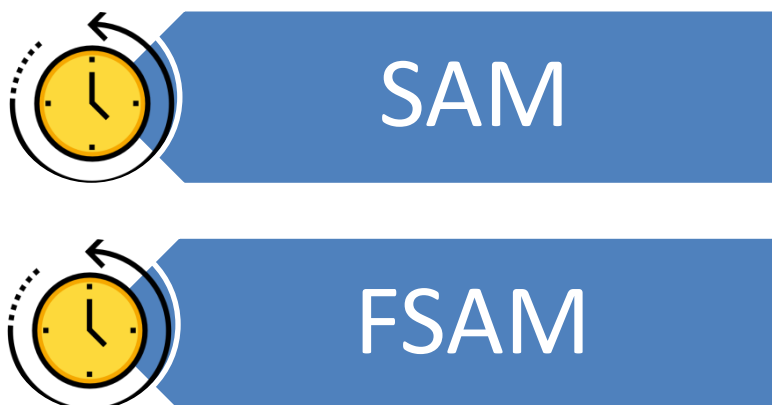
انتخاب تعداد سطر ها و ستون های این ماتریس با توجه به ماهیت و شرایط اقتصادی هر کشور و نیز با در نظر گرفتن اهداف تهیه این ماتریس قابل انعطاف بوده و این عوامل به ترتیب درجه تفکیک پذیری و نیز تعداد سطر و ستون های ماتریس را تعیین می کند.

چنانکه اشاره گردید، هر یک از سطر ها و ستون های ماتریس حسابداری اجتماعی نشانگر حساب های مختلف در سیستم اقتصادی است و ارقام مربوط به آن ها نیز به نوبه خود ارزش مبادلات انجام شده میان این حساب ها را در یک کشور و در یک دوره زمانی معین نمایش می دهد.

آشنایی با ماتریس حسابداری اجتماعی مالی ایران:

امروزه جهت بررسی موضوعات و سیاست های مختلف اقتصادی در سطوح کلان از مدل های مختلفی استفاده می شود که یک نمونه از این مدل ها، الگوی ماتریس حسابداری اجتماعی است. ماتریس حسابداری اجتماعی پایگاه دادهای است که با استفاده از آن می توان به بررسی همزمان موضوعات اقتصادی-اجتماعی نظیر رشد اقتصادی و مسائل مربوط به توزیع درآمد پرداخت و با کمک آن ارتباط متقابل میان متغیرهای مختلف اقتصادی تولید، درآمد، مصرف و تشکیل سرمایه را در قالب یک ماتریس واحد ملاحظه کرد. در بسیاری از موارد از ماتریس حسابداری اجتماعی در برنامه ریزی ها و سیاست گذاری های اقتصادی-اجتماعی و نیز به منظور تجزیه و تحلیل ارتباط موجود میان ویژگی های ساختاری یک اقتصاد استفاده می شود (خوش طینت و راعی، ۱۳۸۳).

انواع ماتریس حسابداری اجتماعی:



SAM به معنی ماتریس حسابداری اجتماعی که اطلاعات اقتصادی و اجتماعی را گردآوری می کند (فریرا و همکاران، ۲۰۲۱).

FSAM به معنی حسابداری اجتماعی مالی می باشد (بزازان و سیفی شهر، ۱۳۹۴).

ماتریس حسابداری اجتماعی مالی، تعادل عمومی اقتصاد بین بازارهای کالا، کار و بازار مالی را نشان می دهد، بنابراین یکی از الگوهایی است که در سنجش آثار و تبعات همزمان اقتصادی-اجتماعی و مالی تغییر در متغیرهای کلان اقتصادی دارای کاربرد است.

SAM ایران در سال ۱۳۷۸ به سنجش آثار جریان های مالی بر بخش واقعی ایران می پردازد (بزازان و سیفی شهر، ۱۳۹۴).
تعمیم جریان های مالی با چهارچوب ماتریس حسابداری اجتماعی برای نخستین بار توسط رو (۱۹۸۵) مطرح شد. رو در مطالعه خود به بررسی اثرات توسعه سیستم مالی روی بخش واقعی اقتصاد می پردازد و اینگونه بیان می کند که تعمیم

SAM به جریان‌های مالی به درک نقش سیستم مالی در رشد اقتصادی کمک می‌کند. به دنبال او و به جهت پرورش ایده وی، روبینسون (۱۹۹۱) یک چارچوب منسجم برای تدوین FSAM ارائه می‌کند. جلما و همکاران (۲۰۰۴) با استفاده از داده‌های سال ۱۹۹۹ اولین FSAM ناحیه یورو را که به اختصار با EAAM (Euro Area Accounting Matrix) به معنای ماتریس حسابداری منطقه یورو) شناخته می‌شود، تدوین کردند. آنها چارچوبی را فراهم کردند که بخش واقعی و مالی ناحیه یورو را به خوبی در یک سیستم منسجم اقتصادی نشان می‌دهد و می‌تواند به منظور تجزیه و تحلیل ساختار اقتصادی و گسترش مبادلات مالی ناحیه یورو مورد استفاده قرار گیرد. لی (۲۰۰۸) در مطالعه خود با استفاده از داده‌های ۲۰۰۲ چین به تدوین FSAM پرداخته و با کمک این ماتریس، جریان‌های مالی را در اقتصاد چین مورد بررسی قرار داده است.

منابع

۱. - بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، معاونت اقتصادی، اداره حساب‌های اقتصادی، ماتریس حسابداری اجتماعی اقتصادی (۱۳۷۸)
۲. - حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت اله (۱۳۹۵) مطالعه رابطه بین مالکیت دولتی و نهادی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علوم مدیریت ایران. دوره ۴. شماره ۱۳. ۷۵-۱۰۰
۳. - الوانی، سید مهدی؛ قاسمی، احمد رضا (۱۳۷۷). مسئولیت‌های اجتماعی مدیریت سازمان اجتماعی. تهران. مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۴. - خواجهی، شکراله؛ بایزیدی ف انور ف جبار زاده کنگر لویی، سعید (۱۳۸۹) بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران - نشریه پیشرفته‌های حسابداری (علوم اجتماعی و انسانی شیراز). دوره ۳. شماره ۱ - (پیاپی ۶۰/۳)
۵. - عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پژوهش‌های تجربی حسابداری. شماره ۳. ۱-۲۰
۶. - بزازان. ف، سیفی شهپر ز، ماتریس حسابداری اجتماعی مالی ایران و کاربرد های آن در اقتصاد، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال پانزدهم، شماره ۵۹، زمستان ۱۳۹۴، صفحات ۱-۳۴
۷. - خوش طینت م. راعی ح. تاثیر ارایه اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم گیری سرمایه گذاران. بررسیهای حسابداری و حسابرسی. ۱۳۸۳؛ ۱۱ (۳۷): ۷۳-۹۲
۸. - جعفری، محمدرضا، «تئوری حسابداری مسئولیت اجتماعی»، فصلنامه بررسی، پاییز ۱۳۷۲، شماره ۵
۹. - خوش طینت، محسن، «حسابداری مسئولیت اجتماعی»، فصلنامه بررسی‌های حسابداری، زمستان ۱۳۷۳ و بهار ۱۳۷۴، شماره ۱۰ و ۱۱
۱۰. - بانوئی، علی اصغر، منوچهر عسگری و مینا محمودی (۱۳۸۰)، بررسی کمی رابطه بین ساختار تولید و اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی با استفاده از نظام شبه ماتریس حسابداری اجتماعی، مجموعه مقالات اولین همایش دوسالانه اقتصاد ایران، چالش‌های اساسی اقتصاد ایران در دهه ۱۳۸۰، پژوهشکده اقتصاد، دانشکده تربیت مدرس.

۱۱. - محمودی، مینا (۱۳۸۱)، تحلیل پیوند بین داده - ستانده با جمعیت فعال در قالب نظام شبه ماتریس حسابداری اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علامه طباطبائی
۱۲. - پارسائیان، علی (مترجم) (۱۳۸۴) تئوری حسابداری ۱، چاپ اول، تهران انتشارات ترمه
۱۳. - فصلنامه بررسی های حسابداری حسابداری شماره ۵، تئوری حسابداری اجتماعی
۱۴. - فصلنامه بررسی های حسابداری شماره ۱۰ و ۱۱، حسابداری مسئولیت اجتماعی
۱۵. - حسابداری منابع انسانی، ترجمه دکتر ناصر میرسپاسی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۴
۱۶. - لاوس، آلن، (۱۳۸۱) مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، ترجمه: محمدرضا ربیعی مندجین و حسن کیوریان، تهران، نشر یکان
۱۷. - خوش طینت، محسن و حمید راعی (۱۳۸۳) تاثیر ارائه اطلاعات حسابداری اجتماعی بر تصمیم گیری سرمایه گذاران. بررسیهای حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۷، ۷۳-۹۲
۱۸. - دسلر، گری، (۱۳۷۸) مبانی مدیریت منابع انسانی، ترجمع علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی
۱۹. - رحمان سرشت، حسین، رفیعی، محمود، کوشا، مرتضی (۱۳۸۸) مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فراسازمانی تدبیر، ۲۰۴. ۲۲-۲۷
۲۰. - خلیلی عراقی، مریم و یقین لو، مهرانگیز (۱۳۸۴) سایه روشن هایی از مسئولیت اجتماعی شرکت ها، سال پانزدهم، شماره ۱۴۴، ۱۳۸۴
21. Ferreira V, pie' L, tercenno A. Economic impact of the bioeconomy in spain: multiplier effects with a bio social accounting matrix. Journal of cleaner production 2021 may 20, 126752. Volume 298.
22. ROE, A. (1985), "THE FLOW OF FUNDS AS A TOOL OF ANALYSIS IN DEVELOPING COUNTRIES. IN SOCIAL ACCOUNTING MATRICES: A BASIS FOR PLANNING", THE WORLD BANK, WASHINGTON, D.C., U.S.A., PP. 70-83.
23. Hess, David(2001). "Reguulation Corporate Social Performance- A New Look At Social Accounting. Auditing and Reporting." Business Ethics Quarterly, Vol. 11, No. 2, pp. 307-330.
24. Hopkins willie E, (2001)» Diversity And Organization applre formance», Routledge, Ny,120-128