

عنوان مقاله:

چهارچوبی مفهومی برای توسعه حسابداری مسئولیتهای اجتماعی

محل انتشار:

همایش ملی نقش شفافیت اطلاعات حسابداری در حل بحرانهای مالی کنونی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

محمود همت فر - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد

رضا عبدل - کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان

خلاصه مقاله:

یکی از صاحب نظران مدیریت به نام پیتر دراکر PETER DRUCKER می گوید: سازمانهای خصوصی به منظور حفظ مشروعیت کامل و باقی ماندن به عنوان یک موسسه خصوصی باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. امروزه مدیران واحدهای تجاری دیگر نباید تنها به کسب سود، افزایش فروش، رشد و توسعه واحد تجاری، افزایش تولید و تسلط هر چه بیشتر به بازارهای فروش بیاورند. هر چند که موارد فوق و دستیابی به آنها در راستای تحقق مسئولیتهای اجتماعی می باشد ولی باید توجه داشت که 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 سر انجام تحول در اخلاق، به تدریج تعهدات و الزاماتی را به عهده واحد تجاری به وجود خواهد آورد عملکرد اجتماعی یک واحد تجاری معمولا از طریق تجزیه و تحلیل هزینه - منافع اجتماعی صورت می گیرد. طیف گسترده ای که ارتباط تنگاتنگی با جامعه دارند شامل روابط اجتماعی، منابع انسانی، منابع فیزیکی و توزیع کالا و خدمات می باشند. در نظرسنجی انجام شده در خصوص مسئولیتهای اجتماعی شرکتها که در سپتامبر سال 1999 انجام گردیده است، عنوان شده است که از هر سه نفر شهروند، دو نفر تمایل داشته اند که واحدهای تجاری از نقش تاریخی و سنتی خود که همانا کسب سود، پرداخت مالیات، استخدام کارکنان و تبعیت از قوانین می باشد، فراتر روند. یعنی میل دارند شرکتها در تحقق اهداف «اجتماعی گسترده تر نقش بسزایی داشته باشند اگر بخواهیم سئوالی را بدینگونه مطرح نمائیم که اهداف یک واحد تجاری چیست و واحد تجاری بدنبال چه چیزی است؟ اکثر پاسخها این خواهد بود که هدف اصلی یک واحد تجاری انتفاعی بصورت تاریخی و سنتی کسب سود و بازدهی می باشد. اما این یک پاسخ واقعی نیست. با بررسی ابعاد کلان این پرسش می توان گفت هدف عمده و اصلی واحدهای تجاری، اجرای تعهدات اجتماعی است. عبارتی دیگر هر هدفی و لو کسب سود و انتفاع بدنبال ایفای یک نقش و تعهد است. بعنوان مثال درست است که یک تولید کننده لاستیک اتومبیل به دنبال حداکثرکردن فروش و در نتیجه کسب سود بیشتر می باشد، اما تعهدی را نیز در قبال تامین نیازها ی جامعه دارد. البته باید توجه داشت که در کنار داشتن تعهدات اجتماعی بمنظور برطرف نمودن نیازهای مشتریان، بدیهی است که بمنظور جلوگیری از ورشکستگی و ادامه حیات می بایست سود اکتسابی را در نظر داشته باشد زیرا بدون کسب سود، امکان ادامه حیات برای واحد تجاری میسر نخواهد بود. هر وجهی از کسب و کار دارای یک بعد اجتماعی است. مسئولیت اجتماعی شرکتها CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) یعنی رویه های باز و شفاف کسب و کار، یعنی روشهایی که مبتنی بر ارزشهای اخلاقی و احترام به کارکنان، جامعه و محیط زیست می باشد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/102298>



