

مسئولیت اجتماعی شرکت ها و نحوه سنجش آن

فائزه قاسمی حسین آبادی^۱

۱- کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه تربیت مدرس - faezeh_qasemi@yahoo.com

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مفهومی است که در چند دهه اخیر، توجهات جهانی بسیاری را به خود جلب کرده و رزونانس جدیدی را در اقتصاد جهانی به وجود آورده است. در این پژوهش، پس از مروری بر پیشینه مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، چارچوب های تئوریک مسئولیت اجتماعی شرکت ها بیان خواهد شد. سپس به بررسی انگیزه ها و دلایل افشای مسئولیت اجتماعی پرداخته شده و در نهایت نیز چارچوبی پیشنهادی برای گزارشی جامع در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت ارائه خواهد شد؛ به وسیله چارچوب پیشنهاد شده، می توان میزان جامعیت گزارش های مسئولیت اجتماعی شرکت ها را اندازه گیری کرد. **واژگان کلیدی:** مسئولیت اجتماعی شرکت^۱، افشای مسئولیت اجتماعی^۲، ذینفعان.

۱- مقدمه

در حالیکه دولت ها به طور سنتی، به تنهایی مسئولیت بهبود شرایط زندگی مردم را برعهده دارند، نیاز جوامع بیش از توانایی و قابلیت دولت ها برای برآوردن آنهاست. در این راستا، نگاه ها در حال تغییر جهت از دولت ها به نقش فعالیت های اقتصادی افراد و شرکت ها در جامعه است و روی کسب و کار ها متمرکز شده است؛ به گونه ای که شرکت های متریقی به دنبال متمایز کردن خود از سایرین، به لحاظ میزان درگیر بودن و توجه به مسئولیت های اجتماعی، هستند [۱].

مسئولیت اجتماعی شرکت ها، به عنوان تعهد یک فرد یا سازمان نسبت به قالب جامعه، درک می شود- که مردم را نیز مانند محیط فیزیکی در بر می گیرد- زمانی که پیامد های انجام فعالیت های آنها، تنها خودشان را تحت تاثیر قرار نمی دهد.

مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مدت زیادی است که توجه بخش آکادمیک، پژوهشگران، شرکت های غیردولتی و دولت را به خود جلب کرده است و به عنوان یکی از ابعاد مهم فعالیت های عملیاتی شرکت ها، درآمده است (ویلانووا، لنزو و آرناس، ۲۰۰۹). افزایش جهانی شدن تجارت، بالا رفتن اهمیت استراتژیک روابط ذینفعان و رشد مدیریت تصویر (نما) شرکت، سه عامل کلیدی و محرک اصلی در افزایش اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت هاست (عظیم، احمد و ایسلام، ۲۰۰۹) [۱].

در مورد تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت ها، اتفاق نظر کامل وجود ندارد؛ تعریفی که از جانب DWBCS "مجمع جهانی کسب و کار برای توسعه پایدار"^۵ در سال ۲۰۰۱ ارائه شده است بدین نحو است: "تعهد کسب و کار و تجارت به همکاری برای توسعه پایدار اقتصادی، کار با کارگران، خانواده های آنها، جامعه محلی و در نهایت، کل جامعه، برای آنکه بتوانند کیفیت زندگی شان را بهبود بخشند." از این رو، ایده اصلی CSR اینست که شرکت ها متعهد به فعالیت در جهت رفع نیازهای آرایه وسیعی از ذینفعان هستند. به بیان رسمی تر، CSR مجموعه ای از فعالیت های مدیریت است که نسبت به ماکسیم کردن اثر مثبت عملیات شرکت بر جامعه اطمینان بخشی می کند؛ و یا عملیات به نحوی که قوانین، اخلاقیات، تجارت و انتظارات عمومی جامعه از کسب و کار، برآورده شود و یا به بیش از آن دست یافت [۱].

1) Corporate Social Responsibility (CSR)

2) Social Responsibility Disclosure (SRD)

3) Vilanova, Lozano, & Arenas, 2009

4) Azim, Ahmed, & Islam, 2009

5) World Business Council for Sustainable Development, 1998