

تجارت اجتماعی، حسابدگی و گزارش عملکرد

فاطمه دین پژوه

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یزد، گروه حسابداری، یزد، ایران

Dinpajouh_m@yahoo.com

علی فاضل یزدی*

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یزد، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، یزد، ایران

Fazel350@yahoo.com

فاطمه آخوندزاده

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یزد، گروه حسابداری، یزد، ایران

Fakhoondzade@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۸/۰۵ ، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۱۵

چکیده

هدف مقاله حاضر مشارکت در تئوری و کاربرد حسابدگی و تجارت اجتماعی است. در این مقاله بحث‌های تئوریک مطرح می‌شود که اهمیت سنج‌های غیرحسابداری را نشان داده، روش‌های غیرحسابداری را بررسی می‌کند و کارت امتیازی متوازن را به عنوان ابزار گزارش بسیار معتبر پیشنهاد می‌دهد. نیاز به گسترش حسابداری بر اساس اندازه‌گیری‌های غیرمالی وجود دارد؛ تجارت اجتماعی و سرمایه‌گذاری اجتماعی گزارش‌های عملکرد خیلی معتبر نداشته‌اند و هیچ اطلاعات پایه‌ای برای مقایسه عملکرد و کارایی آن وجود ندارد. استفاده از اندازه‌گیری پیشنهادی و گزارش حسابرسی شفاف عمومی، ایجاد و نقش اجتماعی حسابدار را گسترش می‌دهد. پژوهش حاضر آموزش تجارت اجتماعی در حسابداری را پیشنهاد می‌دهد و تجارت اجتماعی را به عنوان نهاد مشروع و قانونی حمایت می‌کند؛ همچنین سرمایه‌گذاری در تجارت اجتماعی را تشویق می‌کند؛ بدین وسیله موسسات کوچک جامعه و فقرا فرصتی برای مشارکت در اقتصاد خواهند داشت؛ بدین ترتیب اقتصاد گسترش می‌یابد. نتایج پژوهش رهنمودهایی برای اجرای کارت امتیازی متوازن پیشنهادی، اندازه‌گیری عملکرد و تکنیک‌های گزارش می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: تجارت اجتماعی، حسابدگی، گزارش عملکرد، کارت امتیاز متوازن، حسابرسی اجتماعی، تئوری تبدیل، پست-مدرنیسم، مدیریت عملکرد.

مقدمه

تجارت اجتماعی شکل جدیدی از تجارت است. که به وسیله تکمیل اهداف کسب و کارهای سودآور و نمایندگی‌های غیرسود ده برای دسترسی به فرصت‌های اقتصادی به مستمندان کمک می‌کند. تجارت اجتماعی رابطی بین شرایط اقتصادی-اجتماعی ایجاد می‌کند- که اولی به وسیله فقر و محرومیت و دیگری به وسیله رفاه ایجاد می‌شود. تجارت اجتماعی به وسیله نگرش، ماموریت و استراتژی‌های عامل از شکل‌های دیگر سازمانی تقسیم بندی می‌شود. یک تجارت اجتماعی می‌تواند به عنوان سازمانی مستقل و یا زیرمجموعه ای از شکل‌های تجارتي دیگر عمل کند. در برخی موارد، تجارت اجتماعی استراتژی‌های مدیریتی تجارتي سودآور و اهداف تجارتي غیرسودده و سازمان‌های غیردولتی در درک نگرش جهان بدون فقر تلفیق می‌کند. تجارت اجتماعی مفهوم خلاقانه ایجاد خدمات و کالاها، سرمایه و تکنولوژی با بی‌پولی و فقر است [۶].

این مقاله شامل دو بخش می‌باشد: بخش اول تجارت اجتماعی را تعریف و تئوری‌های فوق را توضیح می‌دهد و بخش دوم پاسخگویی و گزارش عملکردی مسائل مربوط به تجارت اجتماعی را بررسی می‌کند.

تجارت اجتماعی: تعاریف و توجیه‌ها

بدون شک، تفاوت‌هایی بین تجارت اجتماعی، سرمایه‌گذاری اجتماعی و سودآوری تجاری و تجارت غیر سودآور وجود دارد. همه انواع سرمایه‌گذاری‌ها کار می‌کنند و کالاها و سرویس‌هایی را مبادله می‌کنند تا قیمتی در بازار ایجاد کنند. ایجاد قیمت و ارزش فعالیت اجتماعی برای کالای اجتماعی است. کورس و برمن تجارت اجتماعی را به عنوان «سازمانها و افراد با برنامه‌ها، سرویسها، و راهکارهای جدید با برنامه‌های اجتماعی خاص و نشان دادن نیازهای جمعیت اجتماعی» تعریف کردند. هارگین^۱ سرمایه‌گذاری اجتماعی را

¹ Hargin

به عنوان تجارت متناقضی تعریف کرد که مازاد کالاهای اقتصادی در تجارت و یا در جوامع دیگر برای اهداف اجتماعی مجدداً سرمایه‌گذاری شده نسبت به افزایش سود برای سهامداران و مالکان است. هارینگتون تجارت اجتماعی را به صورت زیر تعریف می‌کند: تجارت محرک تبادل تبدیلی است. در حالی که هدف اصلی سود در افزایش پول برگشتی برای سهامداران نیست بلکه رشد پروژه‌های تجاری اجتماعی و به کارگیری افراد بیشتر با نیاز به کارگر است.

مشاهده می‌شود که هیچ تعریف مشخصی از تجارت اجتماعی وجود ندارد. تعاریف مختلف محرکی در تحریک و پیش زمینه محققان و کارورزان پیشنهاد داده اند [۲۰]. با این وجود، نکته مهم این است که تاکید بر محرک فردی و سازمانی به تدریج از محرک‌های سود اقتصادی عمده تا محرک‌های سود اجتماعی تغییر کرده است [۲۳]. بر اساس ماتریس ماستی (۲۰۰۸) می‌توان تجارت اجتماعی را به عنوان سرمایه‌گذاری تعریف کرد که نیاز به سود دارد ولی هدف افزایش سود نیست و ماموریت تجارت اجتماعی بازار بر اساس ماموریت اجتماعی است.

داو (۲۰۰۸) خلاصه‌ای از تعاریف سرمایه‌گذاری اجتماعی را بیان کرده است:

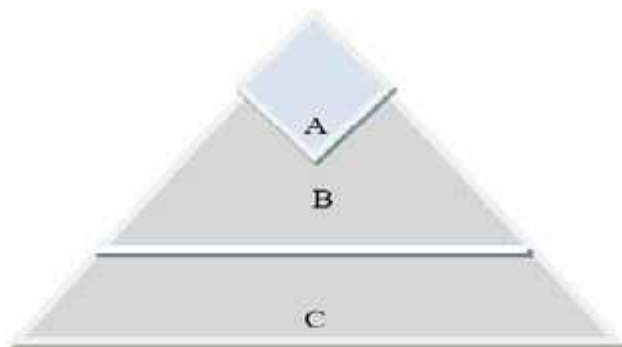
- سرمایه‌گذاری اجتماعی - با برگشت اقتصادی - بدون سود اما فعالیتهای سودده.
- سرمایه‌گذاری اجتماعی بدون درآمد اقتصادی.
- سرمایه‌گذاری اجتماعی با اهداف مختلف - درآمد اقتصادی و اهداف اجتماعی.
- اتکا به خود بدون سود.
- سازمان بشردوستی درصد دارایی خالص.
- سرمایه‌گذاران سرمایه‌شان را بدون سود می‌گذارند [۷]
-

منطقی برای تجارت اجتماعی

تجارت اجتماعی یک مفهوم گسترده است. تئوریهای اقتصادی و اجتماعی را به چالش می‌کشد که با محرک تجارت اجتماعی مقابله کنند. تجارت اجتماعی ما را به تغییر سیستم نرخ‌گذاری دعوت می‌کند. هدف در حرکت به سمت توسعه هماهنگی تجارت اجتماعی است که تولید بیشتر سیستم اقتصادی و اجتماعی می‌بیند که جهان بدون فقر هدف محقق است [۱۱].

برخلاف افزایش سود تجاری، هدف تجارت اجتماعی ایجاد فرصت برای امتیاز خاصی است. در مورد ایجاد پایداری بین محرومیت از مزایای اقتصادی نیست، بلکه در مورد ترفیع موقعیت اقتصادی و اجتماعی است. با انجام آن، تجارت اجتماعی اجازه مشارکت کم امتیاز و رقابت با بازار بر اساس فعالیتهای اقتصادی به صورت برابر می دهد. اگر هرم فرصت اقتصادی و شکوفایی را بنگریم، می توان مشاهده کرد که بیشتر فعالیت های اقتصادی در طرف نیمه فوقانی هرم واقع است. سرمایه گذاری های اقتصادی خیلی کمی در زیر هرم قرار می گیرند. مفهوم تجارت اجتماعی مدل گسترده و اهداف زیر نیمه هرم را پیشنهاد می دهد (شکل ۱).

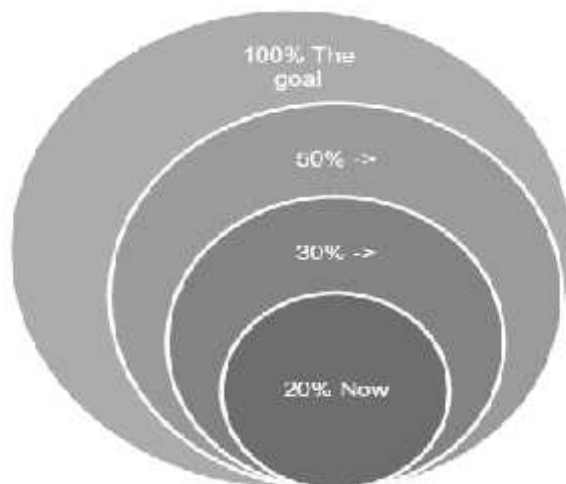
نتایج زیر هرم به صورت مشارکتهای فعال می تواند قابل توجه باشد. شمول اصل زیر هدف اقتصادی را بسط می دهد، همینطور که افراد زیادی به نیروی کار می توانند اضافه شوند. در اقتصاد کلان، سطح بازده به انرژی سرمایه و نیروی کاری مفروض برای بازار بستگی دارد [۱۸] با تخصیص این قسمت، نیروی سرمایه و کارگر را می توان افزایش داد، از این رو با افزایش سطح محصول مصرف کالا و سرویسهایی که در واقع اقتصاد را گسترش می دهند افزایش می یابد. با تبدیل، سود جامعه را می دهد، همینطور افراد کمتری به کمک دولت وابسته خواهند بود که منتج به استرس کمتر بر جامعه به صورت کلی می شود.



توجه: شدت رفاه اقتصادی و فرصت اقتصادی، ۲۰ درصد جمعیت جهان: A-دسترسی کم به فرصت اقتصادی؛ B- بدون دسترسی به فرصت اقتصادی

شکل ۱. هرم فرصت و شکوفایی اقتصادی

در هرم تجارت اجتماعی ایجاد و مصرف رفاه مشارکتی است. مردم فقیر به عنوان سربار جامعه تلقی نمی شوند، چون به آنها فرصت‌هایی داده می شود که می توانند در چرخه اقتصادی شرکت کنند [۲۰]. (شکل ۲).



شکل ۲. چرخه های فرصتها و دسترسی اقتصادی

در حال حاضر درصد قابل توجهی از جمعیت جهان نمی توانند به صورت فعال در ایجاد و مصرف چرخه رفاه به علت عدم دسترسی به رفاه اقتصادی مشارکت کنند. در سالهای اخیر، با افزایش خلاقیت در تولید و مشارکت رفاه، محیط این چرخه زیاد شده است. اگر سیستم اقتصادی به صورت افزایش یافته ای فراگیر شود و بیشتر مردم به بالای نردبان اقتصادی حرکت کنند، مزایایی به صورت موارد زیر برای همه دارد:

- بازارهای بزرگتر برای کالاها و خدمات
- رفاه بیشتر برای سرمایه گزاران
- کاهش جنایات اجتماعی
- بهبود بهداشت و بهسازی
- آموزش مدیریت مالی
- افزایش تاثیر نهادهای دموکراتیک
- بهبود در تولید و
- کاهش در هزینه های تولید و غیره

ارزش تجاری

ارزش از طریق تبادل بین نهادها ایجاد می شود. می توان تعریف ارزشها از مفهوم تبادل اجتماعی بلو^۱ را چنین بیان کرد:

«پروسه های همکاری اجتماعی می تواند «به دنبال رهبری هومن^۲، «به صورت تبادل فعالیت، به صورت محسوس و یا غیر محسوس، و سود و یا هزینه کمتر و یا بیشتر»، بین حداقل دو نفر تصور شود. از این مفهوم تبادل اجتماعی دو نوع مقوله را می توان بررسی کرد:

- ارزش اقتصادی

- ارزش اجتماعی

ارزش اقتصادی در بازار از طریق تبادل قیمت معاملات و به وسیله عرضه و تقاضا در اقتصاد آزاد مشخص می شود. ارزش اقتصادی با تقاضای اقتصادی یعنی قدرت خرید افراد و یا گروه ها سنجیده می شود. ارزش اجتماعی به شیوه فرهنگی و ارزش اخلاقی معاملات و بوسیله عرضه و تقاضا با اجازه نیازهای اقتصادی و اجتماعی توده بزرگتر مشخص می گردد. به همین صورت ارزش اجتماعی به صورت فرهنگی تعریف می شود. موسسات اقتصادی فعلی و قوانین مشارکتی اجازه تنها ۲۰ درصد جمعیت جهان (شراکت حقیقی) شراکت فعال در افزایش سود چرخه اقتصادی می دهند. محرک فعالیتهای اقتصادی به وسیله اهداف اجتماعی به عنوان فعالیتهای خیریه ای و بشردوستانه به نظر می رسد [۱۲]. مفهوم تجارت اجتماعی به عنوان کار خیر استنباط نمی شود. تجارت اجتماعی با نقض چرخه های اقتصادی و تغییر قوانین مشارکت بررسی می شود [۱۶].

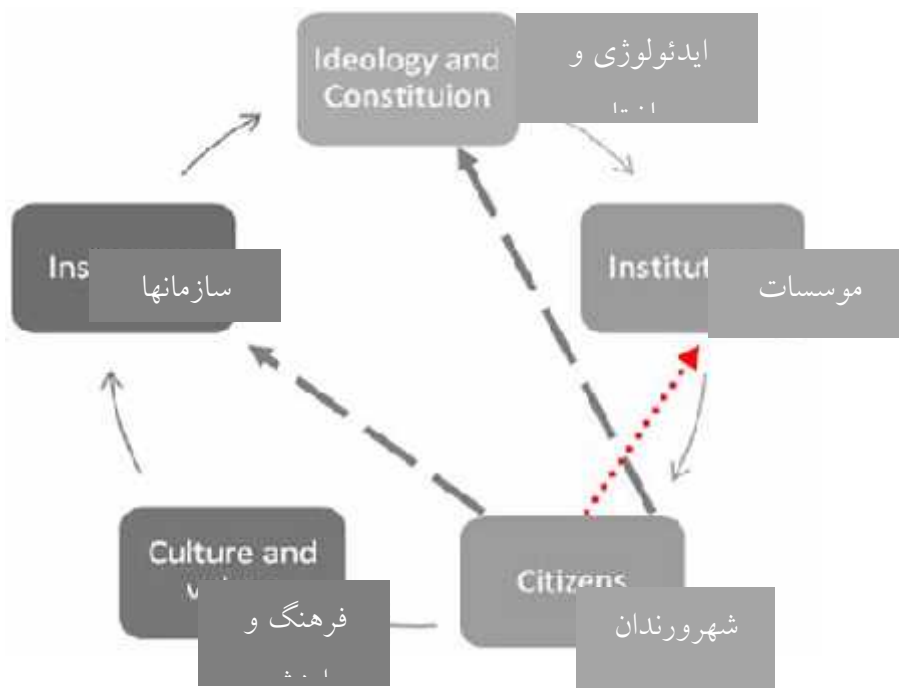
نیاز به تغییر ارزش اجتماعی. نگرش به سمت تجارت اجتماعی بستگی به سیستمهای ارزش گذاری اجتماعی دارد. تغییر ارزش اجتماعی مرحله بسیار مهمی در تعریف تجارت اجتماعی و پیگیری آن است. برای تغییر ارزشها باید دلیل آورده شود. توضیح ارزشهای مفهوم تجارت اجتماعی با افراد و جامعه مرحله مهمی است. وقتی جامعه مایل به انطباق تبادل ارزش باشد، یکی می تواند تجارت را با تبادل ارزش مستثنی کند و در حقیقت

¹ Blau

² Homan

مدلهای ارزش تجاری را تغییر می دهد. هماهنگی بازار، ارزش دموکراتیک، و نهادهای اجتماعی و اقتصادی، موانع سازنده جامعه سرمایه داری هستند [۹]. تجارت اجتماعی ایدئولوژی اقتصادی-اجتماعی است که با ارزش فردی، فرهنگی و سازمانی ایجاد می شود. برحسب پایداری ایجاد راه و مصرف شرکاء، ایدئولوژی نیاز به تغییر همراه حقایق اصولی به همه شهروندان در مشارکت با فعالیتهای اقتصادی در اقتصاد آزاد دارد.

مدل تغییر با نرخ شامل ایدئولوژی تجارت اجتماعی در شکل ۳ نشان داده شده است. ارتباط مستقیم به وسیله خطوط منقوط نشان داده شده است.



شکل ۳. مدل تغییر با نرخ شامل ایدئولوژی تجارت اجتماعی

پاسخگویی برای تجارت اجتماعی

مسئولیت پاسخگویی عبارت است از الزام شخص به توضیح همراه با دلایل منطقی در مورد اعمالی که انجام داده است [۱]. لازم است موضوع پاسخگویی در تجارت اجتماعی از سه دیدگاه نشان داده شود:

- ۱- اهداف اجتماعی
- ۲- محرک (انگیزه) شغلی و
- ۳- حسابداری

شرکت، اطلاعات حسابداری را به عنوان مبنایی برای شناسایی ارزش اقتصادی و پاسخگویی سرمایه‌گذاری اقتصادی استفاده می‌کند. اعتبار شغل حسابداری در تایید اعتبار و صداقت شهودی در دوره طولانی از تاریخ است. محققان حسابداری حدود اندازه‌گیری‌ها و گزارش به وسیله داده‌های غیرمالی با گزارشهای مالی منسجم را مفصلاً توضیح داده‌اند [۱۳]. از این رو، پاسخگویی برای تجارت اجتماعی نمی‌تواند صحیحاً خارج از حسابداری ایجاد شود.

ماتریس پست مدرنیسم

اطلاعات اندازه‌گیری و راهبردهای گزارش تجارت اجتماعی بر اساس شیوه‌های تفسیری پست مدرنیسم است. پست مدرنیسم به حال نگاه می‌کند، و گذشته و آینده را بررسی می‌کند. تئوری‌های تفسیری اصلی‌شان با مشخصات مختلف درک می‌شوند. به صورت مشابه، این مقاله دیدگاه‌های مختلف و روشهای ایجاد ساختار تفسیری برای حسابرسی تجارت اجتماعی را استفاده می‌کند.

تئوری‌های پست مدرنیسم ایجاد دیدگاه‌های مختلف در مجموعه‌ای از ویژگی‌های معمول است: سرمایه‌گذاری جهانی، تبادل سریع، دسترسی به منابع جهانی و نگرانی برای افراد است. الی (۱۹۹۹) بیان کرد که «مفهوم فلسفی پست مدرنیسم تغییر است. سوالات مطرح شده وظیفه اصلی فلسفه است» [۸].

بر طبق نظر سالمون (۲۰۰۰)، پست مدرنیسم دیدگاه کثرت‌گرایانه جهان است. همینطور پست مدرنیسم تلفیق منتخبی از ایده‌ها و منابع، دانش ساختاری، حقایق موضوعی، ضرورت ارتباط، دینامیک و سیستمهای پیچیده و نقشهای پیچیده برای افراد است [۲۲]. همینطور در همه ارزیابی‌های عملکرد سازمانی، ارزیابی تجارت اجتماعی نیاز به اندازه‌گیریهای مالی و غیرمالی دارد. بر طبق اندازه‌گیری‌های مقاله حاضر اندازه‌گیریهای مالی و اندازه‌گیریهای غیرمالی استثناعات پست مدرنیسم در سطوح مختلف را معرفی می‌کند. اندازه‌گیریهای غیرمالی در پست مدرنیسم نسبت به اندازه‌گیریهای مالی قابل قبول تر

است. جدول ۱ دیدگاه های پست مدرنیسم اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی و کاربردشان در تجارت اجتماعی را نشان می دهد. در مجموع، استدلالهای قوی در حمایت از اندازه گیریهای غیرمالی با اندازه گیریهای مالی در ارزیابی عملکرد سازمانی وجود دارد. مثلا کیلان و نورتون (۱۹۹۶) فهمیدند که شمول اندازه گیریهای غیرمالی امکان بهبود تاثیر طولانی مدت سازمانی دارد [۱۷].

جدول ۱. پست مدرنیسم، اندازه گیریهای عملکرد و اجتماعی ماتریس تجاری

پست مدرنیسم	اندازه گیری مالی (اندازه گیریهای مالی)	اندازه گیری غیرمالی (اندازه گیریهای غیرمالی)	تجارت اجتماعی و تداخل اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
دیدگاه کثرت گرایانه	محدود	دیدگاه های مختلف	اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
منتخب علمی	یک ترتیب براساس قانون	چندین هماهنگی براساس قضاوت	اندازه گیریهای غیرمالی و اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
حقیقت	نسبی	موضوعی	اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
زبانی	اقتصادی	اجتماعی	اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
ارتباطی	معامله مالی	همه معاملات	اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
پیچیده	دقیق و مشخص	فازی و نامشخص و مبهم	اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی
خودی	قانون فردی	قانون کثرت گرایانه	اندازه گیریهای غیرمالی

به هر حال، چندین پژوهشگر بحث کرده اند که اندازه گیریهای غیرمالی با استاندارد اندازه گیریهای عملکرد حسابداری سازگار نیست. حسین و هکوا (۲۰۰۲) بررسی کردند که

تصمیمات شامل اندازه گیریهای غیرمالی در اندازه گیریهای مدیریت عملکرد به ۱۱ عامل مثل استاندارد، محدودیت اقتصادی، فشارهای سازمانی خارجی، شیوه های بهتر، عوامل کنترل منظم، مدیران عملکرد، فرهنگهای سازمانی، قوانین حرفه ای، رقبا و ویژگیهای سازمانی و مسیرهای استراتژیکی بستگی دارد [۱۴].

مینطور که در جدول ۱ نشان داده شده است اندازه گیری های پاسخگویی در تجارت اجتماعی نیاز به هر دو معیار اندازه گیریهای مالی و اندازه گیریهای غیرمالی در بررسی و گزارش اجرای تجارت اجتماعی برای گزارش خارجی و برگشت عملکرد داخلی و ارزیابی مدیران دارد. از این رو، اندازه گیریهای پاسخگویی برای تجارت اجتماعی باید بر اساس ویژگیهای مختلف، مالی و اندازه گیریهای غیرمالی که هر دو موضوعی و قانونی هستند باشد. اندازه گیریهای عملکرد هم شامل تعریف اقتصادی دقیق و زبان اجتماعی و قوانین مختلف فرضی افراد است. در بخش بعدی مقاله چندین مولفه ارزیابی به عنوان اندازه گیریهای احتمالی برای پاسخگویی اجتماعی برای تجارت اجتماعی انتخاب شده است.

پاسخگویی و موضوعات گزارشگری

در بخش قبلی مطرح شد که اندازه گیریهای موثر تجارت اجتماعی شامل بحران اجتماعی و مالی نیست. پاسخگویی عبارت است از الزام شخص به توضیح و تشریح همراه با دلایل منطقی در مورد اعمالی که انجام داده است و وظیفه ای است که در اجرای آن اشخاص، دلایل قانع کننده ای برای ادای مسئولیت هایی که به عهده آن ها محول گردیده، فراهم می نماید [۲]. تجارت اجتماعی به عنوان شکل مجزایی از سازمانی تعریف شده که شامل ویژگیهای مشارکت تجاری و غیرتجاری است. از اینرو، پاسخگویی گزارشگری تجارت اجتماعی می تواند بر اساس ابزارها و تکنیکهای همراه با مشارکت تجاری و غیرتجاری باشد. که شامل نیاز گزارش حسابداری مالی برای نهادهای تجاری و اندازه گیریهای موثر موثق از نهادهای اجتماعی است.

حسابرسی مالی و اجتماعی

تجارت اجتماعی باید موضوعی برای استانداردهای حسابرسی خارجی شرکتها باشد. یک نیاز برای استانداردهای گزارشگری عمومی پذیرفته شده برای تجارت اجتماعی در جبران

اطلاعات لازم برای قانون گزاران، سرمایه گزارها و سهامداران وجود دارد. به علت ارزش اجتماعی زیاد، وسوسه ای برای ایجاد و گزارش عدم حمایت و یا اطلاعات غلط در جذب علائق عمومی و گسترش عملیات تجارت اجتماعی گسترده از ارزشهای اجتماعی مشکوک است. در حفظ و حمایت اتحاد حسابداری، حسابداران باید استانداردهای گزارشگری با انعکاس بخشهای فعالیتی و اندازه گیریهای موفقیت قابل تایید و دادن ایده های حسابرسی واجد شرایط لازم باشد. یک روش برای حسابداران در ارزیابی ابزارهای عملکردی قابل دسترس برای فعالیتهای اجتماعی است که حال به وسیله شرکتهای اجتماعی استفاده شده و می گوید که جبران حسابرسی و نیازهای اندازه گیریهای استانداردهای حرفه است [۱۵].

ابزارهای گزارشگری

آغاز گزارش جهانی. آغاز گزارش جهانی در ۱۹۹۷ با گزارش پایداری توسعه یافته به وسیله سازمان غیرسود ده بوستون آغاز شد. ساختار گزارش آغاز گزارش جهانی به صورت گسترده به وسیله سازمانهای سودآور و غیرسودآور جهانی برای افشای کارایی نظارتی، محیطی و اجتماعی استفاده شده است. ساختار گزارش آغاز گزارش جهانی از طریق بررسی اجماع، پروسه چند سهامداری توسعه یافته است. شرکت کننده ها از تجارت جهانی، جامعه مدنی و کارگری، نهادهای دانشگاهی و حرفه ای تعیین شده اند. آغاز گزارش جهانی از دو بخش است.

بخش ۱: شامل ویژگیهای گزارش و راهنمایی است. ویژگیها در ارتباط با مضمون گزارش و کیفیت است. ویژگیهای مضمون اهمیت، مضمون تحمل پذیری، و تکامل و تعادل کیفیت تعریف، قیاس، دقت، مناسبت، اعتبار و وضوح است. و همچنین شامل راهنمایی بر اینکه چگونه مرز گزارش را تنظیم کنیم هم می باشد.

بخش ۲: شامل استاندارد افشاء در مورد استراتژی و نگرش مدیریت سود و شاخصهای عملکرد است. سراسر وب سایت انطباق گسترده تر و مشارکت آغاز گزارش جهانی ادعا می کند، بدون رهنمودهای موضوعی است که به صورت یکنواخت منطبق شده اند. این با عدم مقایسه پذیری و کیفیت بازمینی است.

عملکرد محیطی، اجتماعی و دولتی. دلویت^۱ عملکرد پایداری را با استفاده از رهنمودهای آغاز گزارش جهانی پذیرفته و عملکرد محیطی، اجتماعی و دولتی گسترش داد. تا اوایل ۲۰۰۵ آنها عملکرد تعهد مستقل برای انرژی سونکر^۲ کانادا توسعه دادند. بخش سوم عملکردهای تعهدی اعتبار در بازار را ایجاد می کند.

عملکرد سازمانی، به چگونگی انجام مأموریت ها، وظایف و فعالیت های سازمانی و نتایج حاصله از انجام آن ها اطلاق می گردد. ارزیابی، فرایند پیچیده ی سنجش، ارزش گذاری و قضاوت در خصوص عملکرد می باشد. ورود و دیویس معتقدند: ارزیابی عملکرد، فرایندی است که عملکرد شاغل با آن اندازه گیری می شود و هنگامی که درست انجام شود، کارکنان، سرپرستان، مدیران و در نهایت سازمان از آن بهره مند خواهند شد. کاسیو، ارزیابی عملکرد را توصیف نظام دار نقاط قوت و ضعف عملکرد فرد یا گروه در رابطه با اجرای وظایف محوله تعریف می کند. به طور کلی، ارزیابی عملکرد، به فرایند سنجش و اندازه گیری عملکرد دستگاه ها در دوره های مشخص به گونه ای که انتظارات و شاخص های مورد قضاوت برای دستگاه ارزیابی شونده شفاف و از قبل به آن ابلاغ شده باشد اطلاق می گردد [۲].

۱. گزارش تراز تحتانی سونکر سه گانه. سونکر گزارش تراز تحتانی سه گانه ای برای سهامداران ایجاد می کند. گزارش تراز سه گانه سونکر شامل:

- اقتصادی
- محیطی؛ و
- عملکرد است.

گزارش تراز سوم سونکر برای درک و ادامه به علت آسانی تکنیک گزارش آسان است. به هر حال، به علت کمبود استاندارد یکنواخت اطلاعات خیلی کمی به جز اطلاعات کلی در مورد شرکتها و عدم گزارش تاثیرات اجتماعی و محیطی وجود دارد.

۲. تراز تحتانی دوگانه. گزارش و اندازه گیری موثر بر فعالیتهای اجتماعی و مالی است. که به ایجاد اطلاعات کاربردی در انتخابهای مدیریتی، بازاری، جلب توجه ویژه،

¹ Deloitte

² Suncor Energy

پژوهش دانشگاهی و اطلاعاتی برای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار کمک می‌کند. اولین تراز تحتانی، تراز مالی سنتی است و دومی نتایج خالص از عوامل اجتماعی کوشا ایجاد می‌کند. هدف اصلی تراز تحتانی مضاعف در ایجاد ارتباط بین ورودی و بازده است.

ابزارهای بیان دومین تراز تحتانی شامل عملکرد کیفی بر اجرا، دستگاه‌های مدیریتی، آمارهای کمی، واحدهای پولی و شاخصها است. مشکل این است که «هنوز هیچ استاندارد جهانی وجود ندارد» تا شکل عملکرد تراز تحتانی دوگانه را انطباق دهد.

۳. **تئوری تغییر.** تئوری تغییر در مورد ترسیم زمینه کار کمکی با ماموریت و اهداف سازمانی است. دو دیدگاه برای تئوری تغییر وجود دارد:

• پروسه در تاکید تئوری تغییر سازمانی با کمک اهداف سازمانی کمکی با پروسه‌ها و مدیریت کارمندی مفصلاً گفته شده است (گروه بریدج واتر).

۴. رابطه سببی بین فعالیتها، درآمدهای کوتاه و بلندمدت (کارول ویز). [۵].

۵. نسخه بریدج واتر به وسیله خیلی از شرکتهای غیر سود ده به کار رفته است. تسخه ویز به وسیله نهادهای اجتماعی به کار رفته است، جالب اینکه کارهای سازمانی به وسیله فونداسیون آتیه کازی ذکر شد.

۶. کارت امتیاز متوازن. کاپلان و «نورتون ندیشه ارزیابی متوازن را اولین بار در سال ۱۹۹۲ میلادی در مجله Harvard Business Review مطرح کردند عدم کفایت معیارهای مالی برای سنجش عملکرد سازمان‌ها را برآن داشت که سایر فعالیت‌های خود مانند ارتباط با مشتری، نوآوری در فرآیندها و آموزش کارکنان را نیز ارزیابی نمایند و برای سنجش عملکرد آنها معیارهای دیگری را به معیارهای مالی بیفزایند گرچه مجموعه فعالیت‌های فوق‌زیر بنای موفقیت هر سازمان را شکل می‌دهد، اما افراد کمی قادرند با مدیریت کارآمعیارهای مناسب مربوط به این فعالیت‌ها را آنچنان برگزینند که این معیارها به شکلی متوازن سازمان‌ها را به سوی چشم‌انداز و رسالت خویش راهبری نمایند [۱۰]. به طور کلی، هدف هر سیستم سنجش عملکرد، سوق دادن کلیه مدیران و پرسنل به سمت اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی‌های سازمان می‌باشد. سازمان‌هایی که می‌توانند

¹ Bridgewater

² Weiss

³ Annie E. Casey Foundation

استراتژی هایشان را به سیستم سنجش عملکرد ترجمه کنند ، در اجرای استراتژی خود خیلی بهتر عمل می کنند؛ چرا که آنها اهدافشان را به کلیه ی پرسنل سازمان منتقل کرده اند. کارت امتیازی متوازن، کارتی است که در آن استراتژی به یک مجموعه یکپارچه از شاخص های مالی و غیرمالی ارتباط داده می شود [۳]. پروسه های کارت امتیاز متوازن که شرکت ها کارایی عملی برحسب مالیات، مشتری، پروسه تجاری، و بازده یادگیری و رشد به وسیله اندازه گیریهای مالی اندازه می گیرد. کارت امتیازی متوازن به وسیله بسیاری از شرکتهای بزرگ مثل موبیل ، کامپیوتر اپل ، و دسدتگاه های پیشرفته میکرو استفاده شده است.

۷. کارت امتیاز فوند اکومن. کارت امتیاز اکومن فوند به وسیله اکومن فوند ایجاد شد، شرکت غیر سودآوری که سرمایه گذاری می کرد و سرمایه گذاری سود آور و غیر سود آور مشترک با مجموعه ها در ارتباط با کمپانی و مرکز مشاوره مک کنسی وام اعطا می کرد. آن مستلزم پیشرفت پیگیری پروژه بارده های کوتاه مدت و بلند مدت است که برحسب ارزیابی مقایسه ای و مسافت بازده تعیین می شود.

۸. ارزیابی درآمد اجتماعی. به وسیله فعالیت های اقتصادی مشترک صلح جو سرمایه گزاران جامعه آرام^۴ ایجاد شد که دو بودجه سرمایه گذاری غیر سودآور را مدیریت می کردند که در شرکت هایی که کار، مدل های غالب، و آموزش ضمن کار برای مردم کم درآمد ایجاد می کرد سرمایه گذاری می کرد و در کالیفرنیا واقع است.

روش ارزیابی درآمد اجتماعی به وسیله PCV برای استفاده خود در ارزیابی برگشت اجتماعی هر سرمایه و مجموعه اش ایجاد شد. که شامل پیشرفت پیگیری نهادها به خصوص در تعداد و کیفیت کارهای ایجاد شده به وسیله کمپانی های مجموعه PCV می شود.

۹. ارزیابی حیطه اتکسیون^۵ برای سرمایه گذاری. ارزیابی حیطه اتکسیون برای سرمایه گزاران به وسیله موسسه اتکسیون در تطابق با انگلز^۶ و نگرش^۱ در ۱۹۹۲ توسعه یافت. آن

¹ Mobil

² Apple Computer

³ Advanced Micro Devices

⁴ Pacific Community Ventures

⁵ AtKisson

⁶ Angels

مشتری اصلی بندر بزرگ کنسولی تجاری اطراف مثل نیک^۲، ولو^۳، تویوتا^۴ و لوی-استاروس^۵ است. این روش اطلاعات اغلب ضروری ایجاد می کند که برای گزارش خارجی لازم است.

۱۰. ارزیابی فعلی تاثیرات اجتماعی. سازمان توسعه فونداسیون روبرت^۶ سازمان بشردوستانه پروژه تجاری سانفرانسیسکو است که تجارتهای غیر سود آور سرمایه گذاری می کند که «سازمانهای اجتماعی» نامیده می شوند. اواسیس^۷ ارزیابی فعلی تاثیرات اجتماعی را برای استفاده داخلی و نمایندگی های غیر سود آور در مجموعه سازمان توسعه فونداسیون روبرت در دسترسی بازده و درآمد اجتماعی کلی آژانسها و نهادهای اجتماعی که آنها کار می کردند ایجاد کرد. استراتژی ارزیابی بازده این روش اطمینان علمی اجتماعی در مقایسه با روشهای دیگر دارد.

۱۱. درآمد جامعه به سرمایه گذاری. درآمد جامعه به سرمایه گذاری به وسیله سازمان توسعه فونداسیون روبرت با گذاشتن ارزش دلار در سرمایه گذاری به مجموعه اش با جامعه و نیز اهداف بازار ایجاد شد. آن ابزار آنالیز هزینه سود و ابزارهای تحلیل مالی استفاده شده در بخش خصوصی را تلفیق می کند.

۱۲. آنالیز هزینه سود. تحلیل هزینه سود نوعی تحلیل اقتصادی است که هزینه ها و تاثیرات اجتماعی سرمایه گذاری در دوره پولی بیان می شود و آنگاه برطبق یک یا بیشتر از سه مولفه ارزیابی می شود:

۱- ارزش خالص فعلی

۲- نسبت هزینه و فایده؛ و

۳- نسبت داخلی بازده

آنالیز هزینه و فایده به وسیله اقتصاددانان در ارزیابی سرمایه ها وقتی نتایج مهمی از سرمایه گذاری در سودها و هزینه ها کامل انعکاس نیابد استفاده می شود.

¹ Attitude I

² NIKe

³ Volvo

⁴ Toyota

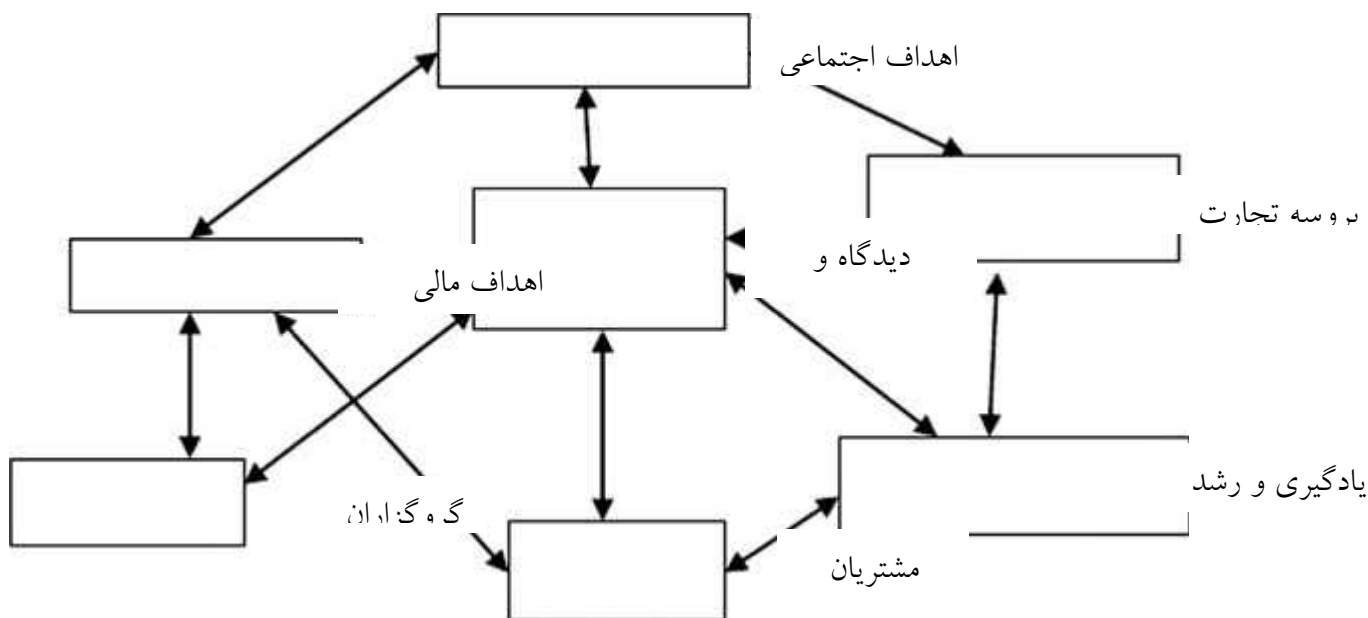
⁵ Levi-Strauss

⁶ The Roberts Enterprise Development Fund

⁷ OASIS

۱۳. تحلیل اثر جامعه و فقر. تحلیل اثر جامعه و فقر به وسیله بانک جهانی در سال ۲۰۰۰ ایجاد شد، بر اساس سالهای تجربه در تحلیل اثر، روش تحلیلی سیستمی در «آنالیز اثر توزیعی ترمیم سیاسی بر رفاه گروه سهامداران مختلف با تمرکز ویژه بر فقر و آسیب پذیری» است.

همینطور که مشاهده می شود ابزارهای اندازه گیری در ارزیابی تاثیر پروژه های اجتماعی وجود دارد. از نقطه نظر حسابداری آنچه لازم است ابزارهای مناسب تعریف شده ای است که می تواند بهبود مداوم سازگار در استراتژی سازمانی و تغییرات در محیط انطباق دهد و در همان زمان چارچوب اصلی می دهد که می تواند به وسیله همه در همان شکل تجاری شود و اطلاعات لازم سهامداران را راضی نگه می دارد. بعد از مرور ابزارهای موجود، بررسی می شود که کارت امتیاز متعادل ابزار ایده آلی در اندازه گیری عملکرد تجارت اجتماعی است. کارت امتیازی متوازن اعتبار دارد و اندازه گیریهای مالی را تلفیق می کند. کارت امتیازی متوازن برای اجرا و تفسیر آسان است و برابر با مأموریت مشارکت و نگهداری فضایی برای بهبود مداوم است [۱۹]. (شکل ۴).



شکل ۴. امتیاز دهی تجارت اجتماعی متعادل

خلاصه و جمع بندی

هدف تجارت اجتماعی در ایجاد دسترسی به ضعف و برتری در فرصت های اقتصادی و با هدف سودآوری تجاری سازمانها و نمایندگی های غیرسود آور است. تجارت اجتماعی خود به وسیله دید، ماموریت و استراتژی های عمل از شکلهای دیگر سازمانی تقسیم می شود. هیچ تعریف مشخصی از تجارت اجتماعی وجود ندارد. تعاریف مختلف بسته به محرک و پیش زمینه محققان و کارورزان پیشنهاد شده است. فرضیه یونس تجارت هایی را در بر می گیرد که شامل سود مشارکت تجاری می شود، ولی هدفش مشخصا دسترسی به کالاها و خدمات با بررسی نیازهای اصلی قابل عرضه به وسیله رفاه زندگی مدرن نیست. ایجاد رفاه و مصرف یک شرکت غیرسهامی است. مردم فقیر به عنوان بار سنگین جامعه، با فرصتهای داده به مردم فقیر که می تواند در چرخه درآمد مشارکت داشته باشد، دیده می شوند. اگر سیستم به صورت افزایشی گسترده شود و مردم بیشتری نردبان اقتصاد را حرکت دهند، آن برای همه فایده خواهد داشت:

- بازارهای بزرگتر برای کالاها و سرویسهها؛
- رفاه بیشتر برای سرمایه گزارها
- جنایات اجتماعی کمتر
- بهبود بهداشت و بهسازی
- آموزش قابلیت خرید بیشتر
- افزایش تاثیر موسسات دموکرات
- بهبود تولید؛ و
- کاهش هزینه های تولید

نگرش به سمت تجارت اجتماعی به سیستم ارزش اجتماعی بستگی دارد. تغییر ارزشهای جامعه مهمترین مرحله در تعریف تجارت اجتماعی است. باید برای تغییر ارزشها دلیل آورده شود. تجارت اجتماعی ایدئولوژی اجتماعی-اقتصادی است که ارزشهای مردمی، فرهنگ و رسوم را می سازد. برحسب ادامه ایجاد رفاه و مصرف مشارکت نیاز به تغییر در ایدئولوژی و تولید می باشد.

بحث حسابرسی در تجارت اجتماعی نیاز است تا از دیدگاه های مختلف زیر نشان داده شود:

- ۱- اهداف اجتماعی
- ۲- محرک تجاری؛ و
- ۳- حسابداری

جامعه اطلاعات حسابداری را به عنوان بازه ای برای دسترسی ارزش اقتصادی و حسابداری مشارکت اقتصادی استفاده می کند. اعتبار حسابداری در تایید وفاداری مشهود در دوره تاریخی طولانی نشان داده شده است. فرمولاسیون اندازه گیری و رهنمودهای گزارش برای تجارت اجتماعی نیاز دارد بر شیوه های تفسیری پست مدرنیسم متمرکز شود و باید نقشی در پروسه فرض شود. حسابداری و اندازه گیری های عملکرد برای تجارت اجتماعی باید بر ویژگی های مختلف مثل مالی و اندازه گیریهای غیرمالی متمرکز شود که موضوعی و براساس قانون هستند. اندازه گیری عملکرد شامل دقت اقتصادی تعریف شده و زبان اجتماعی و فرض نقشهای مختلف افراد هم می شود. شامل نیازهای گزارش حسابداری برای نهادهای تجاری و اندازه گیریهای تاثیر موثق نهادهای اجتماعی می شود.

با ارائه و حفاظت انسجام حسابداری، حسابداران باید استانداردهای عملکرد در انعکاس بخشهای فعالیت و اندازه گیری موفقیت قابل بازبینی و ایده بازبینی لازم را نشان دهند. یک روش برای حسابداران در ارزیابی ابزارهای عملکرد موجود برای فعالیتهای اجتماعی است که حال به وسیله نهادهای اجتماعی استفاده می شود و انطباق می دهد که رضایت ممیزی و اندازه گیری نیاز به عمل و استانداردهای حرفه ای دارد.

در این مقاله ابزارهای گزارش و اندازه گیری به صورت زیر بحث شد: هدف آغازین گزارش جهانی (آغاز گزارش جهانی)؛ گزارش محیطی، اجتماعی و دولتی؛ گزارش تراز تحتانی سه گانه سونکر؛ تراز تحتانی مضاعف؛ تئوری تغییر؛ کارت اعتباری متعادل؛ کارت اعتباری اکومن فوند؛ ارزیابی سود اجتماعی؛ ارزیابی حیطه اتکیسون برای سرمایه گزارها؛ ارزیابی فعلی اثرات اجتماعی؛ سود اجتماعی در سرمایه گذاری؛ تحلیل هزینه سود؛ و تحلیل اثر اجتماعی و فقر بانک جهانی است.

کارت امتیازی متوازن به عنوان گزارش حسابداری برای تجارت اجتماعی تصمیم در نظر گرفته شد، بر اساس مقاله فعلی و ابزارهای اخیرا استفاده شده در توسعه قانون مورد تایید و ویژگی ساختاری خواهیم داشت:

- ۱- همان چارچوب حسابرسی براساس اصول پذیرفته شده حسابداری و سود حسابرسی بر اساس دوره معاملات تبدلی را می توان استفاده کرد.
- ۲- تقسیم روش به اندازه گیری و سود گزارش اجتماعی در دوره های مالی.
- ۳- صورت حسابهای سود اجتماعی، ستون تعادل اجتماعی در گزارش سالانه مالی.
- ۴- مضمون فرهنگی به عنوان دیدگاه های گزارش.
- ۵- توسعه اندازه گیریهای ثابت برای سود سرمایه گزاران به دلیل رضایت اطلاعات لازم سرمایه گزاران و تحریک آنها به سرمایه گذاری در پروژه های اجتماعی.
- ۶- اندازه گیری نرخ بازده سرمایه گذاری در سرمایه اعطا شده به وسیله سرمایه گزاران.
- ۷- اندازه گیری سود اجتماعی در سرمایه گذاری در معیار قابل اندازه گیری. چارچوب سازمان توسعه فونداسیون روبرت برای سود اجتماعی در سرمایه گذاری را بررسی کنید:
- استفاده بازده های اجتماعی و معتبر از سیستم های ثابت شده که به صورت اتوماتیک مرتبط هستند و گزارشهای تحلیلی به وسیله این داده ها ایجاد می کنند.
- تصرف و تحلیل «سود» در واحدهای ارزش پولی و غیرپولی.
- طرح ریزی آنالیز در پاسخگویی سوالاتی که پرسیده شده اند.
- ۸- گوش دادن به آنچه سرمایه گزاران می خواهند بدانند. ساخت اندازه گیریهای در معیار سرمایه گذاری.
- ۹- گسترش و بسط داده های اصلی در عوامل اصلی موفقیت.
- ۱۰- انواع معیارهای مختلف تجارت اجتماعی.
- ۱۱- توسعه لیست دارایی های اجتماعی قابل اندازه گیری- دارایی های اجتماعی قابل اندازه گیری بسته به پروژه های مختلف تغییر می کند.
- ۱۲- توسعه درآمد و هزینه های اجتماعی قابل اندازه گیری مثل «تعداد فرزندان در مدرسه به علت درآمد افزوده».

منابع

- ۱- باباجانی، جعفر. پوریا نسب، امیر. (۱۳۸۲). در باب چارچوب مفهومی مبتنی بر مسئولیت پاسخگویی. فصلنامه مطالعات حسابداری، شماره ۳.
- ۲- شیخ زاده، رجبعلی (۱۳۸۸). الگوی مفهومی مدیریت عملکرد در سازمان های ماموریت محور. فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین. سال اول، شماره ۲، ۵۷-۸۳.
- ۳- طبری، مجتبی. آراسته، فرزاد. (۱۳۸۷). ارزیابی عملکرد با رویکرد کارت امتیازی متوازن. فصلنامه مدیریت، سال پنجم، شماره ۱۲، ۱۲-۲۰.
- ۴- واحدیان، میثم، تقوی مقدم، علی، (۱۳۹۴)، بررسی موانع پیاده سازی کارت ارزیابی متوازن (BSC) در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از دیدگاه حسابداری، **مطالعات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران، شماره سیزدهم

- 5- Abran, A. and Buglione, L. (2004). A multimentionace model for consolidating balanced Scorecards, *Advances in Engineering Software*, Vol.34, pp:339-349.
- 6- Agrawal, A. (2008), "Patronage or participation? Community-based natural resource management reform in sub-Saharan Africa", *Development & Change*, Vol. 39 No. 4, pp. 557-85
- 7- Dave, R. (2008), Dave's blog (February 1), available at: www.defeatpoverty.com/2008/02/socialbusiness
- 8- Ely, D.P. (1999), "Toward a philosophy of instructional technology: thirty years on", *British Journal of Educational Technology*, Vol. 30 No. 4, pp. 305-10

- 9- Feagin, J.R. and Riddell, K. (1997), "The state, capitalism, and World War II: the US case", *Armed Forces & Society*, Vol. 17 No. 1, pp. 53-79
- 10- Gonçalves Curty, Renata, and Ping Zhang. "Website features that gave rise to social commerce: a historical analysis." *Electronic Commerce Research and Applications* 12.4 (2013): 260-279.
- 11- Gustafson, K.L. (1995), "Instructional design fundamentals: clouds on the horizon", in Seels, B.B(Ed.), *Instructional Design Fundamentals: Reconsideration*, Educational Technology Publications, Englewood Cliffs
- 12- Henderson, M.T. and Malani, A. (2009), "Corporate philanthropy and the market for altruism" *Columbia Law Review*, Vol. 109 No. 3, pp. 571-627.
- 13- Haiyan, D. (2010), "A survey of non-profit organizations evaluation methods", *Asian Social Science*
- 14- Hussain, M.M. and Hoque, Z. (2002), "Understanding non-financial performance measurement practices in Japanese banks: a new institutional sociology perspective", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 2, pp. 162-83.
- 15- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (2001), "Transforming the balanced scorecard from performance measurement to strategic management: part 1", *Accounting Horizons*, Vol. 15 No. 1, pp. 87-104.

- 16- Kelley, T. (2009), "Law and choice of entity on the social enterprise frontier", *Tulane Law Review*, Vol. 84 No. 2, pp. 337-77.
- 17- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1996), *The Balanced Scoreboard – Translating Strategy into Action*, Harvard University Press, Boston, MA.
- 18- Lescaroux, F. and Mignon, V. (2008), "On the influence of prices on economic activity and other macroeconomic and financial variables", *OPEC Energy Review*, Vol. 32 No. 343-80
- 19- Mawdudur Rahman & Mostaq Hussain.(2012) Social business, accountability, and performance reporting www.emeraldinsight.com/0828-8666.htm Vol. 28 No. 2, 2012 pp. 118-132
- 20- Massetti, B. (2008), Brenda Massetti's summary paper was useful to develop a part of this section. Nelson, F.
- 21- Nissanke, M. and Thorbecke, E. (2008), "Introduction: globalization-poverty channels and case studies from sub-Saharan Africa", *African Development Review*, Vol. 20 No. 1, pp. 1-19
- 22- Solomon, D.L. (2000), "Toward a post-modern agenda in instructional technology", *Educational Technology Research and Development*, Vol. 48 No. 4, pp. 5-20.
- 23- Taylor, C.R. (2010), "Carpe crisis: capitalizing on the breakdown of capitalism to consider the creation of social

businesses”, New York Law School Law Review, Vol. 54 No. 3,
pp. 743-71

Social business, accountability, and performance reporting

The purpose of this paper is to contribute to the theory and applications in social business and accountability. The paper develops the theoretical arguments, shows the importance of non-accounting measures, explores available non-accounting measures and suggests BSC as an externally validated reporting tool. There is a need to expand the accounting base to non-financial measures; social business and social enterprises do not have externally validated performance reports and there is no benchmark data to compare performance. This is a conceptual and theoretical study. It needs empirical validation. Using the suggested measurement and reporting will make public accountability transparent and expand the accountant's social role. It will motivate teaching of social business in accounting. The study supports social business as a legitimate entity; corporations engaged in social business will be more publicly responsible; the study will encourage investment in social business; small entrepreneurs from the bottom of the society will have an opportunity to participate in the economy; and the poor will participate in the economy, will expand the economy and contribute to social and economic development. The paper includes guidelines for implementing the proposed BSC, performance measurements and reporting techniques.