



چارچوب نظری مسئولیت اجتماعی شرکت

اکرم تفتیان*، نعیمه پژوهش**، سمیراسادات رئیسیان***

*استادیار، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

taftiyan@iauyazd.ac.ir

**دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

naemehpajohesh@gmail.com

***دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

raisiiyan515@gmail.com

چکیده

موج رسوایی‌ها و فروپاشی مالی شرکت‌ها و مؤسسات بزرگ از جمله انرون، آرتوراندرسن و ورلدکام در آغاز قرن بیست و یکم، بیانگر شواهدی از رویه‌های تجاری غیراخلاقی و غیرمسئولانه از بعد اجتماعی است و از طرفی دیگر، تأثیر شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی تلقی گردیده و انتظارات ذینفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه در حال افزایش است. توجه به اثرات شرکت‌ها در جامعه، منجر به ظهور مفهوم نوظهور و مهم در ادبیات کسب و کار به نام مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها گردیده است. در نتیجه با توجه به اهمیت مسئولیت اجتماعی هدف این پژوهش، طرح یک چارچوب نظری و بیان تئوری‌ها در ادبیات تحقیق افشا مسئولیت اجتماعی می‌باشد. در حوزه مسئولیت اجتماعی، نظریه‌هایی وجود دارند که رفتار دنیای کسب و کار و برخی حوزه‌های مربوط به رفتار سازمانی در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی را توضیح میدهند که در این پژوهش ارائه شده است.

واژگان کلیدی: افشا، مسئولیت اجتماعی شرکت، مسئولیت، کسب و کار، رفتار سازمانی.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، از دهه 1950 در ادبیات آکادمیک مورد بحث بوده و این مفهوم امروزه به طور وسیعی در تحقیقات حسابداری و مدیریت مورد توجه می‌باشد. با مروری بر روند تکامل مفاهیم آن واضح است که یک جنبش از نگرش اخلاقی فلسفی به یک نگرش مدیریتی تمرکز یافته است و به طور خاص در یک دهه اخیر، مبانی اخلاقی در تصمیمات مدیریتی رشد یافته و پایه‌های هنجاری را برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها فراهم کرده است (حساس یگانه، ۱۳۹۲). فعالیت افشا مسئولیت اجتماعی یک پدیده بسیار پیچیده است که یک تئوری واحد را توضیح می‌دهد. اگرچه نظریه می‌تواند به ارزیابی یک فعالیت خاص کمک



کند، اما فرض ما بر این است که نظریات در علوم اجتماعی همیشه ناقص هستند (گری و همکاران ۲۰۱۰). علاوه بر این، دیگان^۱ و همکاران (۲۰۰۰) پیشنهاد داده‌اند که همیشه بهتر است با استفاده از بیش از یک تئوری واحد، به دیدگاه‌های عمیقی دست یافت؛ همچنین نظریه‌ها نباید به عنوان رقیب همدیگر باشند، بلکه باید مکمل یکدیگر باشند. بر این اساس، در مقاله حاضر، یک چارچوب نظری وجود دارد که از چندین نظریه برای توضیح فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تشکیل شده است. سوالات اساسی برای تحقیق است: چرا شرکت‌ها نوآوری‌های مسئولیت اجتماعی را می‌پذیرند و چرا شرکت‌ها تصمیم می‌گیرند که اطلاعات مسئولیت اجتماعی را به صورت داوطلبانه افشا کنند یا افشا نکنند؟ در ادامه این پژوهش به شرح زیر سازماندهی شده است: بخش ۲ یک توضیح مختصری در مورد انتخاب نظریه‌هایی برای ارائه یک چارچوب ارائه می‌کند و بخش ۳، چشم‌اندازهای نظری انتخاب شده را توضیح می‌دهد. بخش ۴ در مورد روابط بین این سه نظریه و ایجاد چارچوب نظری بحث می‌کند و بخش نهایی شامل نتیجه‌گیری است.

نظریه‌هایی برای چارچوب تحقیق: انتخاب و استدلال

بر اساس نظر گری^۲ و همکاران (۲۰۱۰)، نظریه در ساده‌ترین حالت، مفهومی است که ارتباط بین اجزا را توضیح می‌دهد. نظریه یا تئوری به یک وضعیت فکری یا چارچوب اشاره می‌کند و در نتیجه تعیین می‌کند که چطور به چیزها نگریسته شود؛ چطور ادراک می‌شود و چه چیزهایی با سایر موارد اشتراک دارند و این که چه چیزی خوب دیده می‌شود و چه چیزی بد. از سوی دیگر، ترکیبی از مفاهیم یکپارچه به صورت یک چارچوب نظری تعریف می‌گردد که می‌تواند متشکل از یک نظریه واحد یا حاصل چندین نظریه باشد (آن و همکاران ۲۰۰۹). گری و همکاران (۲۰۱۰) نیز بر این موضوع تأکید کرده‌اند که بسیاری از محققان بدون نظریه‌پردازی رسمی موفق عمل کرده‌اند، اما اگر محققان بخواهند تا فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را برای یک حوزه مشخص به طور مؤثر ارزیابی کنند، آنگاه به نظریه‌هایی نیاز خواهند داشت.

گری و همکاران (۲۰۱۰)، نظریه‌های مورد استفاده در مطالعات مسئولیت اجتماعی را به پنج سطح تجزیه و تحلیل تقسیم کرده‌اند. اگرچه همه این نظریات مورد استفاده در مطالعات مسئولیت اجتماعی دارای منافع هستند، اما نمی‌توانند به طور کامل، پدیده مسئولیت اجتماعی را توضیح دهند. انواع مختلف ابعاد نظری در طول چند سال استفاده شده‌اند تا بتوانند توضیح دهند که چرا سازمان‌های تجاری مشغول به انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و افشای مسئولیت اجتماعی هستند یا مشغول به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و افشای مسئولیت اجتماعی نیستند (آدامز و همکاران ۲۰۱۲). این چشم‌اندازهای نظری مسئولیت اجتماعی می‌توانند به "نظریه‌های اقتصادی" و "نظریه‌های سیاسی و اجتماعی" تقسیم شوند. نظریه‌های اقتصادی از قبیل تئوری سودمندی در تصمیم‌گیری، تئوری نمایندگی و تئوری اثباتی حسابداری، تنها ابعاد اقتصادی فعالیت مسئولیت اجتماعی را در نظر می‌گیرند یا به عبارت دیگر، پیامدهای بازار حاصل از افشای مسئولیت اجتماعی را در نظر دارند. علاوه بر این، این نظریه‌ها اساساً ذینفعان مالی را در نظر می‌گیرند، نه این که طیف گسترده‌ای از ذینفعان را در نظر داشته باشند.

در این پژوهش، سه نظریه اجتماعی و سیاسی که شامل تئوری مشروعیت، تئوری ذینفعان و تئوری بنیادی است، انتخاب شده‌اند و با هم یکپارچه شده‌اند تا چارچوب نظری را شکل دهند که بتواند در مورد انگیزه‌های مسئولیت اجتماعی برای مدیران سازمانی توضیحاتی ارائه کند. این نظریه‌های انتخابی، متداول‌ترین نظریه‌ها در بین محققان مسئولیت اجتماعی هستند، اما اکثر مطالعات پیشین در زمینه مسئولیت اجتماعی از این سه نظریه جداگانه استفاده کرده‌اند نه این که آن‌ها را با هم ترکیب کنند. ادبیات تحقیق مربوط به مسئولیت اجتماعی نشان داده‌اند که این سه نظریه مکمل هستند، اما ممکن است مکمل چندان عالی برای هم نباشند. همان‌طور که برخی از محققین مشاهده کرده‌اند، تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت، هر دو ناشی از تئوری

¹ - Deegan, C

² - Gray, R



سیستم‌ها هستند (گری و همکاران ۲۰۱۰). بر اساس تئوری ذینفعان، سازمان‌ها سیستم‌های بازی هستند که با چندین ذینفع در تعامل هستند و مفهوم نفع، مهم‌تر از مالکیت در ارتباط با تئوری نمایندگی است؛ بنابراین، تئوری ذینفعان یک دیدگاه جمعی در مورد پاسخگویی و شفافیت و مسئولیت اجتماعی سازمان ارائه می‌کند. از سوی دیگر، تئوری مشروعیت، سازمان را به عنوان سیستم‌های ارزشی توضیح می‌دهد که تلاش می‌کند تا ارتباط خود با ارزش‌های اجتماعی را حفظ کند. به این ترتیب، تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت، هر دو دارای مفروضات هستی‌شناسی و معرفت‌شناختی هستند. از آنجا که تئوری بنیادی در جریان اصلی پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی استفاده می‌شود، می‌توان گفت که این تئوری، از نظریه سیستم‌ها نشأت گرفته است و تأکید بیشتری روی محرک‌های محیطی دارد که پذیرش فعالیت‌های گوناگون مسئولیت اجتماعی توسط سازمان را برانگیخته می‌سازد.

در تئوری بنیادی، شرکت‌ها به عنوان سیستم‌های باز در نظر گرفته می‌شوند و از طریق فرایندهای ایزومورفیسم، با تقاضاهای محیطی سازگار هستند. تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت، دارای یک چشم‌انداز هنجاری هستند (توضیح این که چرا سازمان‌ها باید از نظر اجتماعی مسئول باشند)، در حالی که تئوری بنیادی بیشتر توصیفی است (توضیح این که چرا سازمان‌ها باید از طریق محرک‌ها یا فرایندهای ایزومورفیسم، به صورت اجتماعی مسئول باشند). بر اساس این دیدگاه، این سه نظریه تا حد زیادی مکمل هستند و مفروضات متناقضی در بر ندارند.

بنابراین، به دنبال ایجاد یک چارچوب نظری، محقق تلاش می‌کند تا این نظریه‌ها را با هم یکپارچه سازد و آن‌ها را با هم مرتبط سازد و این کار را با شناسایی ویژگی‌های همگرایی نظریه‌ها انجام می‌دهد.

چشم‌اندازهای نظری فعالیت مسئولیت اجتماعی

این بخش در مورد تئوری مشروعیت، تئوری ذینفعان و تئوری بنیادی بحث می‌کند که در چارچوب نظری استفاده شده است. بحث در مورد هر کدام از این نظریه‌ها شامل یک مقدمه کلی، ارتباط تئوری با عمل و پیش‌بینی در مورد نوآوری‌های مسئولیت اجتماعی می‌باشد.

تئوری مشروعیت^۳

مقدمه‌ای بر تئوری مشروعیت

تئوری مشروعیت روی این قضیه تأکید دارد که سازمان‌ها همواره تلاش می‌کنند تا اطمینان حاصل کنند که در راستای هنجارها و محدوده‌های جامعه‌ای که در آن کار می‌کنند، حرکت کنند. تئوری مشروعیت نشان می‌دهد که توافق اجتماعی بین یک سازمان تجاری و جوامع مخصوص آن وجود دارد (دیگان و سامکین ۲۰۰۹). این توافق اجتماعی با این موضوع در ارتباط است که آیا سازمان در چارچوب محدودیت‌ها و هنجارهای جامعه کار می‌کند یا در راستای انتظارات جامعه فعالیت می‌کند. شرایط این توافق می‌تواند تا حدی واضح باشد و تا حدی هم پنهان باشد. شرایط آشکار یا واضح از الزامات قانونی تشکیل شده است، در حالی که انتظارات جامعه تشکیل دهنده جنبه غیر آشکار آن است (دیگان و همکاران ۲۰۰۰). یک سازمان باید اطمینان حاصل کند که این شرایط، برای حفظ وضعیت مشروعیت خوب برای سازمان زیر پا گذاشته نمی‌شود و سازمان با حفظ این حریم‌ها، می‌تواند به بقای خود ادامه دهد. در تئوری مشروعیت، جامعه به عنوان یک کلیت در نظر گرفته می‌شود و تک‌تک افراد به صورت جداگانه در نظر گرفته نمی‌شوند. برای مثال، سازمان‌ها به منابع انسانی و موادی از جامعه دست می‌یابند و کالاها و محصولات خود را به جامعه عرضه می‌کنند.

³ Legitimacy theory



فراتر از همه این‌ها، ضایعات یک سازمان جذب محیط طبیعی می‌شود و هیچ هزینه‌ای هم برای سازمان ندارد. بر اساس نظر بسیاری از محققین، سازمان‌ها از هیچ حقی در مقابل این منافع برخوردار نیستند؛ برای استمرار فعالیت سازمان‌ها، جامعه انتظار دارد که منافع بیشتر از هزینه‌ها باشد (بلال وهمکاران ۲۰۰۸). نظریه مشروعیت پیشنهاد می‌دهد که انتظارات جامعه در سطح وسیع باید توسط سازمان برآورده شود، نه این که تنها الزامات مالکان یا سرمایه‌گذاران از قبیل تئوری‌های سهامداران و تئوری نمایندگی برآورده شود. بر اساس تئوری مشروعیت، زمانی که تنها این انتظارات برآورده شوند، جامعه به سازمان این امکان را می‌دهد تا به فعالیت‌های خود ادامه دهد و بقای خود را تضمین کند.

با این وجود، عملکرد سازمان همیشه آسان نیست زیرا هنجارهای مختلف جامعه و انتظارات آن به طور مداوم در حال تغییر هستند و بنابراین، نمی‌توانند با اهداف سازمان هماهنگ باشد. در نتیجه، یک "شکاف مشروعیت" ممکن است به وجود آید. گاهی ممکن است تهدیداتی برای مشروعیت به وجود آید که به خاطر وقوع رویدادهای غیر منتظره‌ای از قبیل فساد مالی، حوادث مهم یا هر نوع رویداد دیگری باشد که بر اعتبار سازمان اثرگذار است. این نوع شکاف‌ها یا تهدیدات می‌توانند ریسکی برای سازمان باشند، مگر این که یک استراتژی مشروعیت مناسب اجرا شود.

لیندبوم^۴ تعریف مفهومی مشروعیت را به شرح زیر بیان کرد: وضعیت یا حالتی است که وقتی سیستم ارزشی سازمان با سیستم ارزشی جامعه تطابق دارد. به عبارتی یک سازمان زمانی مشروع است که سیستم ارزشی آن مطابق سیستم ارزشی جامعه‌ای باشد که در آن به عنوان بخشی از جامعه شکل گرفته و جایی که عدم تطابق وجود دارد، مشروعیت سازمان تهدید می‌شود.

استراتژی‌های شرکت که این تطابق را تأمین و حفظ می‌کند یا بهبود می‌بخشد می‌توان شامل تعلیم، آگاهی و آموزش دادن ذینفعانشان، تلاش برای تغییر تصوراتشان، منحرف کردن توجهشان به سایر مسائل یا تلاش برای تغییر انتظاراتشان باشد.

مرتب ساختن تئوری مشروعیت با فعالیت مسئولیت اجتماعی

یکی یا همه استراتژی‌های مشروعیت سازی لیندبوم (۱۹۹۴) می‌توانند با پذیرش فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و گزارشگری مسئولیت اجتماعی به کار روند. به عنوان مثال، سازمان‌ها تمایل دارند تا رفتار مثبت مسئولیت اجتماعی را به جای اخبار منفی افشا کنند. این استراتژی نشان می‌دهد که سازمان‌ها از طریق افشای مسئولیت اجتماعی می‌توانند فعالیت‌های مشروع خود را به دیگران ابلاغ کنند. لیندبوم چهار استراتژی مشروعیت را شناسایی کرد که شرکت‌ها ممکن است برای حفظ مشروعیت سازمانی به کار گیرند شامل آگاه ساختن ذینفعان درباره قصد بهبود عملکرد، جستجو درباره تغییر درک سهامداران از یک رویداد، اجتناب از توجه بیش از حد به یک مسئله، تغییر دادن توقعات خارجی درباره عملکرد آن این استراتژی‌های مشروعیت شامل کسب، نگهداری یا اصلاح مشروعیت است.

تئوری مشروعیت بر این مبنا استوار است که میان واحد تجاری و جامعه‌ای که واحد تجاری در آن فعالیت می‌کند، قرارداد اجتماعی وجود دارد. طبق تئوری قرارداد اجتماعی، شرکت‌ها با جامعه قرارداد اجتماعی دارند تا وظایف مشخصی را در محدوده عدالت انجام دهند. تئوری مشروعیت که توسعه یافته تئوری قرارداد اجتماعی است، شرکت‌ها را به پاسخ به تقاضای گروه‌های مختلف ذینفع، از طریق مشروعیت بخشیدن به فعالیت‌هایشان وادار می‌کند. تئوری مشروعیت در حالت کلی پیشنهاد می‌کند که افشاء اجتماعی، وظیفه شرکت ناشی از فشارهای سیاسی یا اجتماعی است که شرکت‌ها با آن مواجه هستند. به‌عنوان مثال، شرکت‌های تحت فشار بیشتر، مقادیر بیشتری افشاء اجتماعی خواهند داشت.

همان‌طور که تیلینگ^۵ (۲۰۰۴) گفته است، دو جریان در تئوری مشروعیت وجود دارد: یکی از آن‌ها یک جنبه گسترده را در بردارد و دیگری تنها یک جنبه محدود را در نظر دارد. این جنبه گسترده معمولاً به عنوان تئوری "کلان مشروعیت" یا تئوری

^۴ - Lindblom, C

^۵ - Tilling



مشروعیت نهادی تعریف می‌شود که با این موضوع در ارتباط است که ساختارهای سازمانی از قبیل کاپیتالیزم چطور به مشروعیت در جامعه و در سطح وسیع دست‌یافته‌اند. این چشم‌انداز گسترده تحت تأثیر تفکرات مارکس است از سوی دیگر، چشم‌انداز محدود در سطح سازمانی کار می‌کند و با مشروعیت تک‌تک سازمان‌ها در ارتباط است. منطبق با دیدگاه تیلینگ (۲۰۰۴)، "از این سطح است که اکثر تحقیقات حسابداری به درکی از مشروعیت رسیده‌اند". در این چشم‌انداز، شومن (۱۹۹۵)، مشروعیت سازمانی را به عنوان یک منبع عملیاتی در نظر می‌گیرد که مشابه با سایر منابع در یک سازمان است که نیازمند دستیابی به اهداف است. برخی از فعالیت‌ها و رویدادها مثل رفتار سازمانی متناسب با محیط، پروژه‌های توسعه جوامع و افشای اخبار مثبت سبب افزایش مشروعیت سازمانی می‌شوند؛ در حالی که برخی فعالیت‌ها از قبیل یک حادثه اساسی یا فساد مالی که در رسانه‌ها منتشر شده است، سبب کاهش مشروعیت سازمانی می‌شود. محدودیت اصلی این نظریه، مبهم بودن زمینه مسئولیت اجتماعی است چون در حقیقت چیزهایی در مورد این می‌گوید که چرا سازمان‌ها ممکن است این فعالیت‌ها را افشا کنند یا اصلاً افشا نکنند (گری و همکاران ۲۰۱۰).

با این وجود، هیچ کدام از این محدودیت‌ها، کاربرد تئوری مشروعیت در مطالعات مسئولیت اجتماعی را محدود نساخته‌اند؛ با در نظر گرفتن ادبیات تحقیق، می‌توان به این نتیجه رسید که اگرچه شواهد تجربی مربوط به برخی مطالعات نتوانسته‌اند از نظریه مشروعیت سازمانی استفاده کنند، اما تعداد زیادی از تحقیقات وجود دارند که شواهدی در حمایت از تئوری مشروعیت فراهم کرده‌اند (آرچل و همکاران ۲۰۰۹). مطالعه انجام شده توسط گورتی^۶ و پارکر^۷ (۱۹۸۹) یکی از اولین مطالعات تجربی است که از تئوری مشروعیت استفاده کرده است. در این پژوهش، ۱۰۰ سال افشای اجتماعی توسط یک شرکت سهامی را تجزیه و تحلیل کرده است. این شرکت، شرکت بروکن هیل بوده است که در صنعت معدن استرالیا فعالیت کرده است و تلاش نموده تا به ارزیابی شواهد مربوط به افشا برای توضیح تئوری مشروعیت بپردازد. در نهایت، محققان به این نتیجه رسیده‌اند که این تجزیه و تحلیل نتوانسته است تأیید کند که تئوری مشروعیت به عنوان یک نظریه اصلی برای مسئولیت اجتماعی مطرح می‌شود. ادایر (۲۰۰۲) در ایرلند به تجزیه و تحلیل ادراکات مدیران در مورد گزارشگری مسئولیت اجتماعی می‌پردازد و مشخص می‌کند که آیا گزارشگری مسئولیت اجتماعی یک استراتژی موفقیت‌آمیز هست یا نه. وی به این نتیجه رسیده است که به دلایل مفهومی، گزارشگری مسئولیت اجتماعی نمی‌تواند یک استراتژی موفقیت‌آمیز برای مشروعیت باشد.

در تحقیقی که اخیراً توسط چو^۸ و همکاران (۲۰۱۳) انجام شده است، نظریه مشروعیت با بررسی عوامل مربوط به گاز گلخانه‌ای در شرکت‌های چینی پذیرفته شده در بورس شانگهای آزمون شده است. آن‌ها ۱۰۰ گزارش سالانه شرکت‌های دارای سهام A و گزارش‌های مسئولیت اجتماعی را با به‌کارگیری تکنیک تحلیل محتوا بررسی کرده‌اند. از نقطه نظر انتظارات مربوط به تئوری مشروعیت، مشخص شد که بیشتر شرکت‌ها تنها اخبار خوب و بی‌طرفانه را گزارش کرده‌اند؛ اگرچه اخبار منفی مانند اینکه شرکت‌های بزرگ‌تر فعال در صنعت که دارای انتشار بیشتر گازهای دی‌اکسید کربن هستند، دارای گازهای گلخانه‌ای بیشتری نیز هستند؛ وجود داشت (چو و همکاران ۲۰۱۳). در یک تحقیق دیگر، دی ویلرز و ون استدن (۲۰۰۶) از تئوری مشروعیت برای توضیح دلایل مربوط به کاهش در افشای محیطی در آفریقای جنوبی استفاده کرده‌اند. آن‌ها از تحلیل محتوا برای بررسی افشای محیطی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس آفریقای جنوبی استفاده کرده‌اند و ۱۴۰ گزارش سالانه را در طول یک دوره ۹ ساله استفاده کرده‌اند. دلایل مربوط به کاهش مشهود در افشا، به عنوان موضوع رفتار مشروعیت توضیح داده می‌شود و در نهایت، آن‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که اهداف مشروعیت می‌تواند میزان افشای مسائل زیست محیطی را تغییر داده یا آن را کاهش دهد (دی ویلرز و ون استدن ۲۰۰۶). اگرچه تئوری مشروعیت، به عنوان یک تئوری سازمان نیافته تلقی می‌شود، اما دیدگاه‌های سودمندی در مورد عملکرد مسئولیت اجتماعی فراهم می‌کند.

6 - Guthrie

7 - Parker

8 - Chu, C



پیش‌بینی نظریه در مورد نوآوری در مسئولیت اجتماعی

برای انطباق با تئوری مشروعیت، سازمان‌ها باید مشغول فعالیت‌ها و گزارشگری مسئولیت اجتماعی شوند تا به مشروعیت دست یابند، آن را حفظ کنند و به آن ادامه دهند؛ بنابراین، در تئوری مشروعیت، تمایل برای مشروعیت بخشی به فعالیت‌های سازمان از طریق افشای مسئولیت اجتماعی، انگیزه‌ای برای اتخاذ تصمیمات مربوط به افشا تلقی می‌شود (دیگان ۲۰۰۲). بر اساس نظر دی ویلرز و ون استدن (۲۰۰۶)، برای افزایش مشروعیت سازمانی، سازمان‌ها از افشای اخبار بد یا منفی مربوط، خودداری می‌کنند و توضیحاتی در مورد اخبار نامطلوب مربوط به خود ارائه می‌کنند، اخبار مثبت مسئولیت اجتماعی را افزایش می‌دهد و در صورتی اخبار مربوط به مسئولیت اجتماعی را کاهش می‌دهد که تصور شود که این به افزایش یا حفظ میزان مشروعیت سازمانی کمک می‌کند.

سازمان ممکن است یک یا چند رویکرد زیر را داشته باشد تا حداقل مشروع باشد:

- محصول، اهداف و روش‌های عملیات سازمان می‌تواند با تعریف مرسوم تطابق داشته باشد.
- سازمان می‌تواند از طریق ارتباط، تغییر یا اصلاح تعریف مشروعیت اجتماعی تلاش کند تا جایی که با کارکردهای فعلی سازمان، محصولات و ارزش‌های آن مطابقت داشته باشد.
- سازمان می‌تواند از طریق ارتباط با سمبل‌ها، ارزش‌ها و سازمان‌هایی که وجهه مشروعیت اجتماعی قوی دارند دارای هویت شود.

تئوری ذینفعان^۹

مقدمه‌ای بر تئوری ذینفعان

تئوری ذینفعان، یک نظریه‌ای است که مربوط به ارتباط بین یک سازمان و ذینفعان آن است. فریمن^{۱۰} (۱۹۸۴)، ذینفع را به عنوان یک گروه یا یک نفر تعریف کرده است که می‌تواند بر دستیابی به اهداف سازمان تأثیرگذار باشد یا تحت تأثیر آن قرار بگیرد. بر اساس تعریف فریمن از ذینفع، برخی محققین تلاش کرده‌اند تا تعریف خاص‌تری ارائه کنند و ذینفعان را به شیوه‌های مختلف طبقه‌بندی کنند. برای مثال، ذینفعان اخلاقی و استراتژیک (گودپاستر ۱۹۹۱)، ذینفعان داخلی و خارجی (کارول ۱۹۸۹)، ذینفعان ضمنی، منتظر و معین (میچل، آگل و وود ۱۹۹۷)، گروه‌های فرعی ذینفعان از قبیل سهامداران، کارکنان و مشتریان (پرستون و ساپینزا ۱۹۹۰)؛ ذینفعان تک موضوعی و چند موضوعی (وود ۱۹۹۴)؛ ذینفعان پشتیبان، مدیریتی، غیر پشتیبان و ذینفعان ترکیبی (ساواگ و همکاران، ۱۹۹۱)؛ ذینفعان داوطلبانه و غیر داوطلبانه و ذینفعان اولیه و ثانویه (کلارکسون ۱۹۹۵). جنبه اصلی این طبقات، تأکید بر این موضوع است که گروه‌های مختلف ذینفعان با انتظارات متفاوت و گاهی مغایری وجود دارد. بر اساس دیدگاه ذینفعان، یک سازمان باید انتظارات گروه‌های مختلف ذینفعان را برآورده سازد، نه این که تنها انتظارات سهامداران که در نظریه‌های سنتی سهامداران آمده است را برآورده سازد، زیرا تئوری ذینفعان به بررسی پاسخگویی سازمانی فراتر از عملکرد مالی و اقتصادی می‌پردازد. تئوری ذینفعان نشان می‌دهد که از مدیریت یک سازمان انتظار می‌رود تا در مقابل ذینفعان پاسخگو باشد و فعالیت‌هایی را بر عهده بگیرد که به نظر ذینفعان مهم است و اطلاعات مهم را گزارش کند. برخی مفروضات در مورد تئوری ذینفعان مطرح شده‌اند. اسمیت (۲۰۰۸) به تلخیص چنین مفروضاتی پرداخته‌اند تا حوزه کاری خود را نشان داده و دیدگاهی کلی در مورد این نظریه فراهم کنند؛ این مفروضات در شکل زیر توضیح داده شده‌اند.

⁹ Stakeholder theory

¹⁰ - Freeman



جدول (۱) مفروضات نظریه ذینفعان

۱. ذینفعان بر اساس دیدگاه یک سازمان اصلی تعریف و شناسایی می‌شوند
۲. یک سازمان باید بتواند ذینفعان خود را به نحو مؤثری مدیریت کند تا به اهداف خود دست یابد.
۳. ذینفعان می‌توانند به شیوه‌های مختلف طبقه‌بندی شوند و اغلب این طبقات دارای منافع مکملی هستند.
۴. ذینفعان به یک شرکت فشار می‌آورند زیرا می‌خواهند نفعی داشته باشند.
۵. توانایی یک ذینفع برای فشار آوردن به یک سازمان، از ویژگی‌های سازمانی نشأت می‌گیرد.
۶. یک سازمان باید منافع متضاد ذینفعان را در محیط خارجی با منافع ذینفعان در محیط داخلی هماهنگ کند.
۷. یک سازمان در مقابل ذینفعان خود، از مسئولیت‌های مالی و اجتماعی برخوردار است.
منبع: اسمیت ۲۰۰۸؛

بر اساس مفروضات فوق، انواع تفسیرهای مختلف و طبقه‌بندی‌های گوناگون برای تئوری ذینفعان در ادبیات تحقیق وجود دارد. برای مثال، دونالدسون و پرستون (۱۹۹۵) به معرفی یک الگو برای تئوری ذینفعان پرداخته‌اند: تئوری هنجاری، ابزاری و دستوری. یک نمونه دیگر از مطالعه برمن (۱۹۹۹) آمده است که دو مدل را پیشنهاد داده است که این دو مدل شامل مدل مدیریت استراتژیک ذینفعان و مدل تعهد ذاتی ذینفعان است. اگرچه تفاسیر و طبقه‌بندی‌های دیگری هم وجود دارند، اما دوشاخه دیگر از تئوری ذینفعان وجود دارد که شامل شاخه اخلاقی (هنجاری و اخلاقی) و شاخه مدیریتی (اثباتی) می‌باشد (آن و همکاران ۲۰۱۱)

چشم‌انداز اخلاقی تئوری ذینفعان

رویکرد اخلاقی بیان می‌کند ذینفعان نسبت به فعالیت سازمان‌ها ذیحق هستند و مدیریت باید سازمان را در جهت حداکثر کردن منافع همه ذینفعان اداره کند. طبق این رویکرد، مدیریت باید منافع سهامداران و منافع سایر ذینفعان را به طور یکسان مورد توجه قرار دهد و زمانی که میان منافع آن‌ها تضاد وجود دارد سعی کند این تضادها را کاهش داده و تعادلی مطلوب بین آن‌ها برقرار نماید.

به همین ترتیب، چشم‌انداز اخلاقی تئوری ذینفعان در نظریه حسابداری انتقادی (CAT) مطرح شده است که در آن، رویکرد پژوهش‌های حسابداری در نظر گرفته می‌شود که روی نقش حسابداری یا روش خاص حسابداری که باید استفاده شود، متمرکز است. بر اساس ابعاد اخلاقی به‌جای این که تنها ذینفعان قدرتمند در نظر گرفته شوند که می‌توانند منابع مهمی برای سازمان تأمین کنند (دیگان و اونرمن ۲۰۰۶)، باید همه ذینفعان را در نظر گرفت. بر اساس این چشم‌انداز، از مدیران یک سازمان انتظار می‌رود تا به منافع همه ذینفعان توجه کنند. استونی و وینستالی (۲۰۰۱) در توضیح شاخه اخلاقی تئوری ذینفعان، بر این موضوع تأکید کرده‌اند که رفتار اخلاقی ذینفعان که ممکن است ملزم سازد تا نوآوری‌های اقتصادی سازمان‌ها سودآور باشند و نقش اخلاقی سازمان و تأثیرات اجتماعی گسترده آن‌ها بر زندگی مردم را نیز در برداشته باشد.

این جنبه اخلاقی به طور مستقیم با مدل پاسخگویی تئوری ذینفعان در ارتباط است که توسط گری و همکاران (۱۹۹۶) مطرح شده است؛ بنابراین، از دیدگاه اخلاقی، سازمان باید در مقابل ذینفعان خود پاسخگو باشد نه این که تنها در مقابل ذینفعان قوی‌تر خود یا آن‌هایی که برایشان منافع مالی دارند، پاسخگو باشند. محدودیت اصلی این چشم‌انداز اخلاقی، چالش مدیران برای رفتار منصفانه با همه ذینفعان است، مخصوصاً زمانی که ذینفعان از منافع متناقض یا متفاوتی برخوردار باشند. بر اساس نظر گری و همکاران (۲۰۱۰)، ابعاد اخلاقی تئوری ذینفعان یا رویکرد هنجاری پاسخگویی، از توان توصیفی در حوزه حسابداری اجتماعی برخوردارند.



ابعاد مدیریتی تئوری ذینفعان

از سوی دیگر، چشم اندازه مدیریتی (مثبت) تئوری ذینفعان تأیید می‌کند که مدیران یک سازمان تلاش می‌کنند تا انتظارات ذینفعانی را برآورده سازند که منابع اصلی لازم سازمان را کنترل می‌کنند. علاوه بر این، ذینفعان توسط یک سازمان بر این اساس شناخته می‌شوند که یک سازمان تا چه حد باور دارد که روابط درون گروه باید مدیریت شود تا در راستای منافع سازمان باشد (منافع سازمان نباید به مفروضات سود محور محدود شود) (گری و همکاران ۱۹۹۶).

در این شاخه از تئوری ذینفعان به گروه‌های خاصی از افراد ذینفع بیشتر توجه می‌شود؛ بنابراین سازمان به علایق همه ذینفعان به طور مساوی پاسخ نمی‌دهد بلکه بیشتر به ذینفعان با نفوذ پاسخگو است. سازمانی موفق است که تقاضای همه گروه‌های ذینفع قدرتمند و مؤثر را در نظر بگیرد. چالش اصلی که وجود دارد این است که چطور سازمان‌ها باید تصمیم بگیرند؛ در مقابل چه کسانی باید پاسخگو باشند و این مسئولیت تا چه حدی است (او ریوردان و فیرباس ۲۰۰۸).

ارتباط دادن تئوری ذینفعان با عملکرد مسئولیت اجتماعی

تئوری ذینفعان بر پاسخگویی سازمان و حقوق ذینفعان تأکید می‌کند. بر اساس نظر موگلان (۱۹۹۷)، کلمه "پاسخگویی" از مفهوم گسترده "مسئولیت" نشأت گرفته است. کلمه پاسخگویی به عنوان مسئولیت یک طرف در مقابل طرف دیگر تعریف شده است که تأیید می‌کند که او صلاحیت انجام وظایف خاص را بر عهده دارد. در فرایند پاسخگویی به ذینفعان، افشای اطلاعات نقش مهمی در حسابداری ایفا می‌کند. فراهم کردن اطلاعات نه تنها باید شامل اطلاعات مالی و منظم یک شرکت باشد، بلکه باید شامل اطلاعات غیرمالی و غیر سازمان یافته نیز باشد، زیرا منطبق با تئوری ذینفعان، جامعه حق دارد که در مورد ابعاد خاص عملکرد سازمان، اطلاعات داشته باشد. گری و همکاران (۱۹۹۱) در به کار گیری مدل پاسخگویی در گزارشگری مسئولیت اجتماعی، به این نتیجه رسیده‌اند که نقش گزارشگری اجتماعی سازمانی، این است که در مقیاس وسیع، برای جامعه اطلاعاتی در مورد این فراهم کنند که سازمان تا چه حد از پس مسئولیت‌هایی که بر عهده‌اش گذاشته است، برآمده است. مطالعات مسئولیت اجتماعی زیادی در ارتباط با تئوری ذینفعان انجام شده است، اما همان‌طور که دیگان (۲۰۰۹) ادعا کرده است، چشم‌انداز مدیریتی تئوری ذینفعان، غالباً در مطالعات تجربی آزمون شده است. برای مثال، رابرتز (۱۹۹۱) به بررسی توانایی ذینفعان برای اثرگذاری بر افشای مسئولیت اجتماعی با استفاده از تئوری ذینفعان پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که نیازهای اطلاعاتی ذینفعان و معیارهای قدرت آن‌ها، توضیحی در مورد میزان و انواع افشای مسئولیت اجتماعی فراهم می‌کنند. در یک مطالعه دیگر، اسلام و دیگان (۲۰۰۸) به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که توان گروه‌های ذینفعان چه تأثیری بر تصمیمات مدیریت در زمینه افشای مسئولیت اجتماعی دارد و در این مطالعه بخش‌های انجمن مؤسسات تولیدی پوشاک بنگلادش و شرکت‌های عضو آن بررسی شده‌اند. این انجمن، یک نهاد دولتی است که مجوزهایی را برای تولیدکنندگان پوشاک صادر می‌کند. با مصاحبه با مدیریت ارشد انجمن مؤسسات تولیدی پوشاک بنگلادش، مشخص شد که سیاست‌های افشای مسئولیت اجتماعی این انجمن و اعضای شرکت‌های تولیدی پوشاک اساساً تحت تأثیر خریداران خارجی بوده‌اند که قوی‌ترین ذینفعان در نظر گرفته شده‌اند.

تئوری بنیادی^{۱۱}

مقدمه‌ای بر تئوری بنیادی

¹¹ Institutional theory



زمانی که پیشرفت‌های اخیر در حوزه تئوری بنیادی را در نظر گرفته شد، نمی‌توان آن را به‌عنوان یک تئوری همگن واحد مدنظر قرارداد. این نظریه در قالب یک مجموعه ناهمگن از نظریات رشد کرده است و دارای شاخه‌هایی از قبیل نسخه غیر کلان تئوری بنیادی، نسخه کلان تئوری بنیادی نوین، بنیادگرایی تاریخی و اقتصاد بنیادگرایی (مال و همکاران ۲۰۰۶) می‌باشد. محقق در این پژوهش در تلاش است تا تنها از یک نسخه از تئوری بنیادی استفاده کند: یعنی، نسخه کلان جامعه شناسی بنیادی نوین. از این جا به بعد، این نسخه به عنوان تئوری بنیادی در نظر گرفته می‌شود. نظریه بنیادی به بررسی شکل سازمانی پرداخته و دلیل وجود ویژگی‌های همگن یا شکل سازمان‌هایی را توضیح می‌دهد که در یک حوزه سازمانی مشابه فعالیت می‌کنند. دیماگیو و پاول (۱۹۸۳)، حوزه سازمانی را به عنوان سازمان‌هایی تعریف می‌کنند که در مجموع، موضوعات مشخص از زندگی سازمان را توضیح می‌دهند: تأمین‌کنندگان کلیدی، مصرف‌کنندگان محصول و منابع، نهادهای قانون‌گذار و سایر سازمان‌هایی که خدمات یا محصولات مشابهی تولید می‌کنند.

بر اساس نظر اولیور (۱۹۹۱)، کارپنتر و فروز (۲۰۰۱) نشان داده‌اند که بر اساس تئوری بنیادی، سازمان‌ها در یک چارچوب اجتماعی از هنجارها، ارزش‌ها و مفروضاتی در مورد این کار می‌کنند که چه چیزی رفتار اقتصادی مناسب یا قابل قبول را تشکیل می‌دهد. بر اساس تئوری بنیادی، سازمان‌ها با یک حوزه سازمانی در ارتباط هستند که شاید به خاطر فشار برای تغییر باشد، زیر آن‌ها بابت انجام کارهایی در راستای افزایش مشروعیت، منابع و توانایی بقای شرکت‌ها، پاداش دریافت می‌کنند. تئوری بنیادی دارای دو جنبه است: ایزومورفیسم و تجزیه.

دیماگیو و پاول (۱۹۸۳)، ایزومورفیسم را به عنوان مفهومی تعریف کرده‌اند که می‌تواند به بهترین وجه، فرایند همگن‌سازی را توضیح دهد. آن‌ها ایزومورفیسم را به عنوان یک فرایند تحمیلی تعریف کرده‌اند که باعث می‌شود یک واحد در جامعه شبیه به واحدهای دیگری شود که با شرایط محیطی مشابه روبرو می‌شوند. مول و همکاران (۲۰۰۶)، ایزومورفیسم را به دو جزء تقسیم کرده‌اند: ایزومورفیسم رقابتی و ایزومورفیسم بنیادی. ایزومورفیسم رقابتی به این صورت تعریف می‌شود که نیروهای رقیب چطور می‌توانند سازمان را به پذیرش ساختارها و فعالیت‌های کارآمد و با کمترین هزینه وادار سازند. ایزومورفیسم بنیادی را می‌توان به سه فرایند ایزومورفیسم جداگانه تقسیم کرد که شامل: ایزومورفیسم اجباری، ایزومورفیسم تقلیدی و ایزومورفیسم هنجاری است (دیماگیو و پاول، ۱۹۸۳).

اولین مورد از این اجزاء، یعنی ایزومورفیسم اجباری به عوامل خارجی از قبیل نفوذ سهامداران، نفوذ کارکنان و سیاست‌های دولت اشاره می‌کند. کاملاً مشخص است که فرایند ایزومورفیسم اجباری با دیدگاه مدیریت تئوری ذینفعان در ارتباط است که روی ذینفعان قدرتمند متمرکز است. در بحث در مورد این که ایزومورفیسم اجباری چطور می‌تواند سبب ایجاد همگنی در درون سازمان شود، دیگان (۲۰۰۹) ادعا کرده است که: یک شرکت باید مجبور به پذیرش فعالیت‌های گزارشگری سازمانی اختیاری شود تا آن‌ها را با انتظارات و خواسته‌های ذینفعان قدرتمند تطبیق دهد (در حالی که احتمالاً انتظارات ذینفعانی که قدرت کمتری دارند، نادیده گرفته خواهد شد).

فرایند دوم، یعنی ایزومورفیسم تقلیدی شامل تلاش سازمان‌ها برای تقلید یا کپی برداری از فعالیت‌های سایر سازمان‌ها است و اساساً به دنبال کسب مزایای رقابتی از نظر مشروعیت بخشی است.

بر اساس نظر دیماگیو و پاول، سومین و آخرین فرایند ایزومورفیک، ایزومورفیک هنجاری است. این طبقه به فشارهایی اشاره می‌کند که برای پذیرش فعالیت‌های نهادی خاص اعمال می‌شود. در ارتباط دادن ایزومورفیسم هنجاری با گزارشگری سازمانی که شامل گزارشگری داوطلبانه هم هست، دیگان (۲۰۰۹) ادعا کرده است که انتظار متخصصان مبنی بر این که حسابداران با استانداردهای حسابداری هماهنگ باشند، به عنوان یک شکل از ایزومورفیسم هنجاری برای سازمان‌هایی کار می‌کند که حسابداران آن‌ها تلاش می‌کنند گزارش‌ها حسابداری (به عنوان یک فعالیت نهادی) را بر اساس استانداردهای حسابداری تهیه کنند.



از منظر فعالیت‌های گزارشگری اختیاری، فشارهای ایزومورفیسم هنجاری می‌تواند به واسطه تأثیرات غیررسمی گروه از یک دامنه از گروه‌های رسمی و غیررسمی که مدیران در آن کار می‌کنند، به وجود آید (از قبیل فرهنگ و فعالیت‌های کاری صورت گرفته در محل کار). باید تأکید شود که هر سه فرایند ایزومورفیسم که در بالا به آن‌ها اشاره شد، سبب می‌شوند سازمان‌ها از ساختارها و مدیریت مشابهی در حوزه‌های خود استفاده کنند و اهمیتی ندارد که سودمندی واقعی یا کارایی سازمانی آن‌ها چقدر است. علاوه بر ایزومورفیسم، تجزیه، یک جنبه دیگر از نظریه بنیادی است. این جنبه مربوط به ایجاد تمایز بین تصویر خارجی سازمان و ساختارها و فرایندها یا فعالیت‌های واقعی است. فعالیت‌های واقعی سازمان لزوماً منطبق با انتظارات خارجی نیستند. این تفکیک که می‌تواند یک فعالیت عمدی یا غیرعمدی سازمان تلقی شود، تجزیه نامیده می‌شود (مول و همکاران ۲۰۰۶).

ارتباط تئوری بنیادی با فعالیت مسئولیت اجتماعی

بر اساس نظر دیگان (۲۰۰۹)، تئوری بنیادی، فعالیت‌های سازمانی را به هم مرتبط می‌سازد که شامل ارتباط دادن فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و سایر فعالیت‌های حسابداری با هنجارها و ارزش‌های یک جامعه‌ای است که سازمان در آن کار می‌کند. این ارتباط در نهایت سبب می‌شود تا یک سازمان به مشروعیت دست یافته، آن را حفظ نماید و مجدداً کسب نماید. ساختارها یا فعالیت‌های مشروع از طریق اجبار، تقلید و فشارهای هنجاری، به سازمان‌ها تحمیل می‌شوند. به واسطه این فرایندهای ایزومورفیسم، سازمان‌ها فعالیت‌های بنیادی را می‌پذیرند (دیلارد و همکاران ۲۰۰۴). افشای اختیاری مسئولیت اجتماعی و انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی به صورت داوطلبانه، بخشی از فعالیت بنیادی تلقی می‌شوند (دیگان ۲۰۰۹).

پیش‌بینی‌های نظریه بنیادی در مورد انگیزه‌های مسئولیت اجتماعی

بر اساس تئوری بنیادی، محرک‌های گوناگونی وجود دارند که بر سازمان‌ها در راستای پذیرش فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی اثر می‌گذارند. در اینجا، مدیران تلاش می‌کنند تا با هنجارهای سازگاری پیدا کنند که بر آن‌ها تحمیل می‌شود.

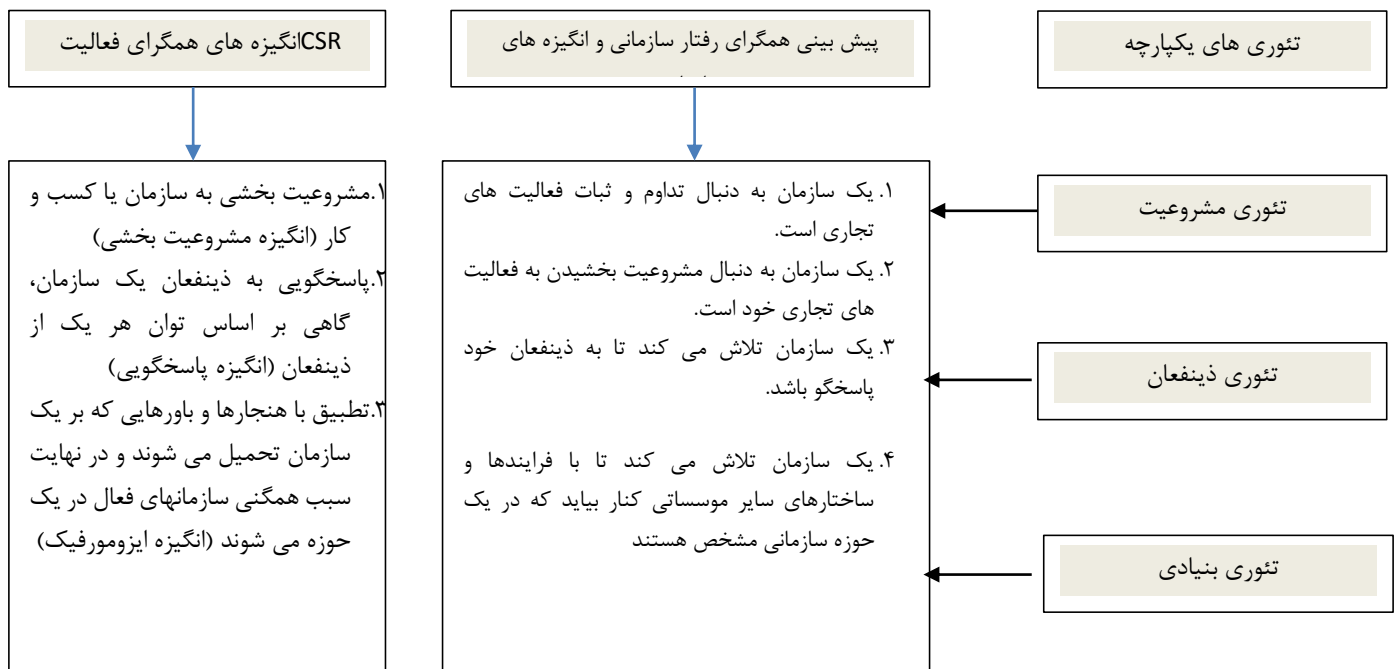
چارچوب نظری

این بخش در مورد ارتباط بین تئوری ذینفعان، تئوری مشروعیت و تئوری بنیادی و سپس در مورد ایجاد چارچوب نظری بحث می‌کند. به طور گسترده، دو شباهت در این سه تئوری زیربنایی وجود دارد. اول از همه، هر سه نظریه از یک تئوری اقتصادی سیاسی گسترده‌تر گرفته شده است. گری و همکاران، "اقتصاد سیاسی" را به عنوان چارچوب اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که جامعه در آن زندگی می‌کنند، تعریف می‌کنند. نظریه اقتصاد سیاسی فرض می‌کند که جامعه، سیاست و اقتصاد، قابل تفکیک از همدیگر نیستند. منطبق با نظریه اقتصاد سیاسی، گوتری و پارکر (۱۹۹۰)، افشای سازمانی را به عنوان مستند سازی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی تلقی می‌کنند. تئوری اقتصادی سیاسی بحث می‌کند که حسابداری می‌تواند یک نقش محوری در شیوه ساختار سازمانی و محیط پیرامونش، به طور اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بازی کند همچنین افشاء زیست محیطی و اجتماعی شرکت به جای آگاه ساختن سهامداران به عنوان ابزار مدیریت در مواجهه با فشارهای سیاسی و اجتماعی بکار می‌رود. با این وجود، چشم انداز اقتصاد سیاسی، گزارش‌های سازمان را به عنوان گزارشات بی طرفانه در نظر نمی‌گیرند، بلکه آن را به عنوان حاصل تعامل بین شرکت و محیط آن تلقی می‌کنند و تلاش می‌کنند تا منافع بخش خاصی را تعدیل نمایند. در چشم‌انداز اقتصاد سیاسی مشخص، تئوری ذینفعان، تئوری مشروعیت بخشی و تئوری بنیادی، با تغییرات اندکی صورت می‌گیرند. در ثانی، هر سه نظریه به عنوان تئوری‌های سیستم محور تلقی می‌شوند. هر سه نظریه، ارتباط بین یک سازمان و جامعه‌ای که در آن کار می‌کند را در نظر می‌گیرد؛ بنابراین، این نظریه‌ها دارای ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم با یکدیگر هستند و باید مکمل یکدیگر باشند نه این که رقیب هم باشند.



جدول (۲) نشان‌دهنده ویژگی‌های اصلی نظریه‌ها است. بر اساس این ویژگی‌ها، همان‌طور که در شکل (۱) نشان داده شده است، یک چارچوب نظری شکل گرفته است که تئوری مشروعیت، تئوری ذینفعان و تئوری بنیادی را در بر می‌گیرد.

شکل (۱) چارچوب نظری



این چارچوب نظری نشان می‌دهد که رفتارهای سازمانی یا انگیزه‌های همگرایی برای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، رفتار یا پیامدهای مسئولیت اجتماعی وجود دارد. منطبق با این سه نظریه، پیش‌بینی‌های گسترده زیر در مورد رفتارها و انگیزه‌های سازمانی صورت گرفته‌اند:

۱. یک سازمان به دنبال ادامه بقا و پایداری فعالیت تجاری خود است،
۲. یک سازمان به دنبال مشروعیت بخشی به فعالیت‌های اجتماعی و تجاری خود است؛
۳. یک سازمان تلاش می‌کند تا در مقابل ذینفعان خود پاسخگو باشد.
۴. یک سازمان تلاش می‌کند تا به فرایندها و ساختارهای سایر سازمان‌هایی کنار بیاید که در یک حوزه سازمانی مشخصی قرار دارند که ارزش‌ها و باورها را در جامعه‌ای که در آن کار می‌کنند، به اشتراک می‌گذارد.

جدول (۲) ویژگی‌های اصلی نظری

تئوری بنیادی	چشم‌انداز مدیریتی	چشم‌انداز اخلاقی	تئوری مشروعیت
--------------	-------------------	------------------	---------------



۱. به وسیله اقتصاد سیاسی تقویت شده است	۱. با تئوری اقتصاد سیاسی تقویت می‌شود	۱. با تئوری اقتصاد سیاسی تقویت می‌شود	۱. با تئوری اقتصاد سیاسی تقویت می‌شود
۲. تئوری سیستم محور	۲. تئوری سیستم محور	۲. تئوری سیستم محور	۲. تئوری سیستم محور
۳. توافقات اجتماعی	۳. پاسخگویی به ذینفعانی که از نظر اقتصادی قدرتمند هستند	۳. پاسخگویی به همه ذینفعان، صرف نظر از توان آنها	۳. تأکید بر ارزش تداوم ف
۴. مشروعیت سازمانی	۴. دیدگاه منتخب یکایک ذینفعان	۴. دیدگاه یکایک ذینفعان	۴. همه سازمان‌ها از نظر اجتماعی شکل گرفته‌اند و تمایل دارند تا با هنجارها و باورها تطبیق یابند و با قوانین و هنجارهای بنیادی انطباق داشته باشند.
۵. قابلیت تداوم: زمانی که شکاف مشروعیت وجود داشته باشد، استراتژی‌هایی مشروعی اجرا می‌شوند	۵. سازمان تلاش می‌کند تا فشارها و منافع رقیب ذینفعان را مدیریت کنند.	۵. سازمان تلاش می‌کند تا منافع ذینفعان را با منافع رقیب به تعادل برساند.	۵. ایزومورفیسیم: فرایند همگن‌سازی؛ از طریق شیوه‌های اجباری، تقلیدی و هنجاری
۶. دیدگاه ذینفعان کل نگرانه	۶. تحت تأثیر توان و فشار ذینفعان و نه تحت تأثیر مسئولیت	۶. تحت تأثیر مسئولیت به جای تحت تأثیر بودن توان و فشار	۶. ممکن است شکاف ایجاد شود: شکاف انتظارات بیرونی در عملکرد سازمانی
۷. انتظار می‌رود که فشار بر ذینفعان وجود داشته باشد و تلاش می‌شود تا از طریق استراتژی‌های مشروع پاسخ دهد.	۷. انتظار از مشروعیت سازمانی، ثبات ذینفعان و ثبات ذینفعان قدرتمند با اجرای پاسخگویی	۷. انتظار از مشروعیت سازمانی، قابلیت تداوم و ثبات همه ذینفعان با اجرای پاسخگویی	۷. انتظار از مشروعیت سازمانی، قابلیت تداوم و ثبات، مخصوصاً از طریق ایزومورفیسیم

یک سازمان در پیش‌بینی‌های رفتاری سازمانی گسترده، از این انگیزه برخوردار است که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی از قبیل انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، انتشار گزارش‌های افشای مسئولیت اجتماعی، حفظ ارتباط با ذینفعان و یا استراتژی سازی برای رفتار سازمانی را برانگیخته سازد و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را با استراتژی تجاری سازمان یکپارچه سازد. بر اساس این پیش‌بینی‌ها یا مفروضات، رفتار سازمانی و رفتار مسئولیت اجتماعی سازمانی، تئوری مشروعیت، تئوری ذینفعان و تئوری بنیادی، دلایل ممکن مربوط به انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی توسط سازمان را پیش‌بینی می‌کنند:

۱. نیاز به مشروعیت بخشی به سازمان یا تجارت
 ۲. نیاز به پاسخگویی در مقابل ذینفعان سازمان که گاهی مبتنی بر میزان توان ذینفعان است
 ۳. نیاز به مطابقت با هنجارها و باورهای مشروعی که به سازمان تحمیل می‌شوند و در نهایت سبب ایجاد همگنی در سازمان در یک حوزه مشابه می‌شوند.
- این چارچوب نظری در تجزیه و تحلیل و توضیح داده‌های حاصل از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی به کار می‌رود و بررسی می‌کند که این تئوری‌ها تا چه حد می‌توانند فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را توضیح دهد. این چارچوب بیشتر روی سؤال اصلی متمرکز است: چرا شرکت‌ها، انگیزه‌های مسئولیت اجتماعی را می‌پذیرند و چرا این شرکت‌ها، قبول می‌کنند که اطلاعات مسئولیت اجتماعی را به صورت اختیاری افشا کنند یا نکنند.



بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به بررسی چارچوب نظری در حوزه مسئولیت اجتماعی و توضیح رفتار مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها پرداخته شده است. در راستای شکل‌گیری این چارچوب نظری، سه نظریه سیستم محور وجود دارند که شامل نظریه مشروعیت، نظریه ذینفعان و نظریه بنیادی می‌باشند که با هم یکپارچه می‌شوند تا پیش‌بینی‌هایی در مورد انگیزه‌هایی مسئولیت اجتماعی سازمان صورت بگیرد و ویژگی‌های اصلی این نظریات در نظر گرفته شوند.

تئوری مشروعیت تأکید می‌کند که یک سازمان همواره تلاش می‌کند اطمینان حاصل نماید که سازمان در حوزه مرزها و هنجارهای جامعه کار می‌کند. نظریه پردازان مشروعیت، بر این باور هستند که یک سازمان هر کاری را انجام می‌دهد که بتواند فعالیت‌های تجاری خود را مشروعیت بخشی کند و از تداوم بقای خود اطمینان حاصل کند. نظریه ذینفعان با ارتباط بین سازمان و انواع مختلف ذینفعانی در ارتباط است که جامعه سازمان را شکل می‌دهند. غالباً پاسخگویی به تئوری ذینفعان مرتبط است و نشان می‌دهد که از مدیریت یک سازمان انتظار می‌رود تا در مقابل ذینفعان گوناگون پاسخگو باشد و فعالیت‌هایی را بر عهده بگیرد که به نظر آن‌ها مهم است. نظریه بنیادی با هنجارهای اجتماعی پذیرفته شده و یا فعالیت‌های بنیادی در ارتباط است که به طور غیرمستقیم تحت تأثیر ذینفعان سازمان هستند. با تجزیه و تحلیل این ویژگی‌های همگرای نظریه‌ها و پیش‌بینی‌های همگرای رفتار سازمانی، چارچوب نظری نشأت گرفته از سه انگیزه همگرای فعالیت مسئولیت اجتماعی به شرح زیر هستند: اول از همه، تمایل به مشروعیت بخشی به شرکت یا سازمان؛ دوم، تمایل به پاسخگویی در مقابل ذینفعان سازمان که گاهی مبتنی بر توان ذینفعان است و سوم، تمایل به پذیرش هنجارها و باورهای اجتماعی که تا حد زیادی بر سازمان تحمیل می‌شوند و در نهایت منجر به همگنی سازمان‌های فعال در یک حوزه می‌شوند.

منابع

- ۱- علی‌خانی، مران جوری، راضیه، مهدی (۱۳۹۲). کاربردی نظریه‌های افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی. مطالعات حسابداری و حسابرسی، صص ۱-۲۸.
- ۲- حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت اله (۱۳۹۳)، مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری؛ فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، صص ۱۰۹-۱۳۳.

- 1- DiMaggio, J. & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160. doi:10.2307/2095101
- 2- Adams, C. A. Hill, W.Y. & Roberts, C. B. (1998). Corporate social reporting practices in Western Europe: Legitimizing corporate behaviour? *The British Accounting Review*, 30(1), 1-21. doi:10.1006/bare.1997.0060
- 3- Amran, A. & Siti-Nabiha, A. K. (2009). Corporate social reporting in Malaysia: A case of mimicking the west or succumbing to local pressure. *Social Responsibility Journal*, 5(3), 358-375. doi:10.1108/17471110910977285
- 4- An, Y. Davey, H. & Ian, R. C. E. (2011). Towards a comprehensive theoretical framework for voluntary IC disclosure. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 571-585. doi:10.1108/14691931111181733
- 5- Ansoff, I. (1965). *Corporate strategy*. New York: McGraw-Hill.
- 6- Archel, P. Crawford, S. Larrinaga, C. & Husillos, J. (2009). Social disclosure, legitimacy theory and the role of the state. *Accounting*.
- 7- Belal, A. R. (2008). *Corporate social responsibility reporting in developing countries: The case of Bangladesh*. Aldershot, U.K.: Ashgate Publishing.
- 8- Belal, A. R. & Cooper, S. (2011). The absence of corporate social responsibility reporting in Bangladesh. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(7), 654- 667. doi:10.1016/j.cpa.2010.06.020
- 9- Belal, A. R. & Lubinin, V. (2008). Corporate social disclosures (CSD) in Russia. In S. O. Idowu & W. L. Filho (Eds.), *Global practices of corporate social responsibility*. Berlin, Germany: Springer Verlag.



- 10- Berman, S. L. Wicks, A. C. Kotha, S. & Jones, T. M. (1999). Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance. *Academy of Management Journal*, 42(5), 488-506. doi:10.2307/256972
- 11- Burns, J. & Scapens, R. W. (2000). Conceptualizing management accounting change: an institutional framework. *Management Accounting Research* 11(1), 3-25. doi:10.1006/mare.1999.0119 References 268
- 12- Chen, J. C. & Roberts, R. W. (2010). Toward a more coherent understanding of the organization-society relationship: A theoretical consideration for social and environmental accounting research. *Journal of Business Ethics*, 97(4), 651-665. doi:10.1007/s10551-010 0531-0
- 13- Chu, C. I. Chatterjee, B. & Brown, A. (2013). The current status of greenhouse gas reporting by Chinese companies: A test of legitimacy theory. *Managerial Auditing Journal*, 28(2), 114-139. doi:10.1108/02686901311284531
- 14- CIA. (2011, Jan. 20th). The world factbook, Sri Lanka. Retrieved from <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ce.html>
- 15- Clarkson, M. (1994). A risk based model of stakeholder theory. Paper presented at the The second Toronto conference on stakeholder theory, Toronto, de Villiers, C. & van Staden, C. J. (2006). Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. *Accounting, Organizations and Society*, 31(8), 763-781. doi:10.1016/j.aos.2006.03.001
- 16- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures: A theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282 - 311. doi:10.1108/09513570210435852
- 17- Deegan, C. (2009). *Financial accounting theory* (3rd ed). North Ryde, NSW, Australia: McGraw Hill.
- 18- Deegan, C. & Gordon, B. (1996). A study of environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting & Business Research*, 26(3), 187- 199. doi:10.1080/00014788.1996.9729510
- 19- Deegan, C. & Rankin, M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50-67. doi:10.1108/09513579610116358
- 20- Deegan, C. & Samkin, G. (2009). *New Zealand financial accounting*. Sydney, Australia: McGraw-Hill.
- 21- Deegan, C. & Soltys, S. (2007). Social accounting research: An Australian perspective. *Accounting Forum*, 31(1), 73-89. doi:10.1016/j. accfor.2006.11.001
- 22- Deegan, C. & Unerman, J. (2006). *Financial accounting theory*. Maidenhead, UK: McGraw Hill.
- 23- Deegan, C. Rankin, M. & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312-343. doi:10.1108/09513570210435861 Deegan, C. Rankin, M. & Voght, P. (2000). Firms' disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence. *Accounting Forum*, 24(1), 101-130. doi:10.1111/1467-6303.00031 References 273
- 24- Dillard, J. F. Rigsby, J. T. & Goodman, C. (2004). The making and remaking of organization context: Duality and the institutionalization process. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(4), 506-542. doi: 10.1108/09513570410554542 References 274
- 25- Donaldson, T. & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. doi:10.5465/AMR.1995.9503271992
- 26- Eccles, R. G. & Krzus, M. P. (2010). *One report: Integrated reporting for a sustainable strategy*. New York: John Wiley and Sons.
- 27- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- 28- Gray, R. Kouhy, R. & Lavers, S. (1995a). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77. doi:10.1108/09513579510146996
- 29- Gray, R. Kouhy, R. & Lavers, S. (1995b). Methodological themes: Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 78-101. doi:10.1108/09513579510086812
- 30- Gray, R. Owen, D. L. & Adams, C. (1996). *Accounting and accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Hemel Hempstead, UK: Prentice Hall. References 278
- 31- Gray, R. Owen, D. L. & Maunders, K. T. (1991). Accountability, corporate social reporting, and the external social audits. *Advances in Public Interest Accounting*, 4(1), 1-22.
- 32- Gray, R. Owen, D. & Adams, C. (2010). Some theories for social accounting? A review essay and a tentative pedagogic categorisation of theorisations around social accounting. In M. Freedman & B. Jaggi (Eds.), *Sustainability, environmental performance and disclosure: Advances in environmental accounting and management* (Vol. 4, pp. 1-54). Bingley, UK: Emerald Group Publishing.



- 33- Guthrie, J. & Parker, L. D. (1989). Corporate social reporting: A rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 19 (76), 343-352. doi:10.1080/00014788.1989.9728863
- 34- Guthrie, J. & Parker, L. D. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3, 159-175.
- 35- Guthrie, J. Petty, R. & Ricceri, F. (2006). The voluntary reporting of intellectual capital: Comparing evidence from Hong Kong and Australia. *Journal of*
- 36- Johnson, R. W. (1947). People must live and work to gether, or forfeit freedom.
- 37- Lindblom, C. K. (1994, May 4). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.
- 38- Liyanarachchi, G. A. (2008). Ethics in accounting: Exploring the relevance of a Buddhist perspective. *Accountancy Business and the Public Interest*, 7(2), 118-148. Retrieved from <http://visar.csustan.edu/aba/Liyanarachchi2008b.pdf> References 283
- 39- Mathews, M. R. (1993). *Socially responsible accounting*. London, UK: Chapman
- 40- Mitchell, R. K. Agle, B. R. & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. doi:10.5465/AMR.1997.9711022105
- 41- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16 - 22. doi:10.1108/EUM0000000005486
- 42- Moll, J. Burns, J. & Major, M. (2006). Institutional theory. In Z. Hoque (Ed.), *Methodological issues in accounting research: Theories and methods* (pp. 183-205). London, UK: Spiramus.
- 43- Mulgan, R. (1997). The processes of public accountability. *Australian Journal of Public Administration*, 56(1), 25-36. doi:10.1111/j.1467-8500.1997.
- 44- O'Riordan, L. & Fairbrass, J. (2008). Corporate social responsibility (CSR): Models and theories in stakeholder dialogue. *Journal of Business Ethics*, 83(4), 745-758. doi:10.1007/s10551-008-9662-y
- 45- Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16(1), 145-179. doi:10.5465/amr.1991.4279002 References 287
- 46- Tilling, M. V. (2004). Some thoughts on legitimacy theory in social and environmental accounting. *Social and Environmental Accountability Journal*, 24(2), 3-7. doi:10.1080/0969160x.2004.9651716
- 47- Wood, D. C. (1994). *Business and society*. New York: Harper Collins.