

از سرمایه‌داری مالیه به سرمایه‌داری پایدار

نویسنده:

مروین ای. کینگ

ترجمه:



محسن زاله آزادنجانی

از دهه‌ی ۱۹۳۰، ما به همه چیز از منظر مالی نگاه کرده‌ایم. ولی من می‌ترسم که این رویکرد مالی پاسخگوی جهان تغییر یافته‌ی سده‌ی بیست و یکم نباشد. در سال ۱۹۹۴، من از یک رویکرد فراگیر راهبردی گفتم - مبنی بر این که، هیئت مدیره باید به گروه‌های اصلی ذی‌نفع شرکت توجه کند، و تصمیمات راهبردی خود را در راستای برآورده کردن انتظارات معقول آن‌ها اتخاذ کند. در عمل، نخستین گزارش با رویکرد توجه به ذی‌نفعان، توسط شرکت بستنی‌سازی بن و جری، در سال ۱۹۹۵، در ایالت ورمونت (آمریکا) منتشر شد. در بوستون نیز، باب ماسی و آلن وایت این واقعیت را مطرح کردند که ۸۰ درصد ارزش شرکت‌ها به دارایی‌های نامشهودی تعلق دارد که به عنوان دارایی در ترازنامه منعکس نمی‌شوند (نمودار ۱ را ببینید). این دو، در سال ۱۹۹۷، "سازمان گزارشگری جهانی (GRI)"^۱ را تاسیس کردند. من نیز پیشنهاد کردم "گزارشگری پایداری"^۲ در الزامات پذیرش شرکت‌ها در بورس‌ها گنجانده شود. بورس اوراق بهادار ژوهانسبورگ این پیشنهاد را پذیرفت، و از سال ۲۰۰۲، گزارشگری پایداری برای شرکت‌های پذیرفته‌شده در آن بورس الزامی شد. عالی‌ترین نهاد حسابداری جهان، فدراسیون بین‌المللی حسابداران (IFAC) نیز اذعان کرد گزارشگری مالی لازم است، ولی کافی نیست. زمانی که من رئیس سازمان گزارشگری جهانی (GRI) بودم، گفتم، آن عواملی که برای کسب و کار هر شرکتی حیاتی، مربوط، و با اهمیت هستند باید در تفکر راهبردی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت آن شرکت گنجانده شوند. وقتی شما به مفهوم پایداری توجه می‌کنید، می‌بینید سه جنبه را شامل می‌شود: رشد اقتصادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، و حفاظت از محیط زیست. هر هیئت مدیره‌ای که راهبردی را تدوین می‌کند، و در آن، روش کسب درآمد شرکت را بدون توجه به آثار اجتماعی و محیطی آن تعیین می‌کند، در واقع در انجام وظایفش برای مراقبت از شرکت ناکام خواهد بود.

آن چه ما تلاش می‌کردیم انجام دهیم، تبیین مفهوم "خلق ارزش"^۳ توسط این مفاهیم بود. از زمانی که ما وارد سده‌ی بیست و یکم شده‌ایم، با بحران‌های

مالی جهانی، بحران‌های تغییر آب و هوا، شفافیت رادیکال، و انتظارات رو به رشد ذی‌نفعان، به عنوان کلان‌روندهای باورنکردنی روبه‌رو شده‌ایم. سطح پراورزی فعالیت فعالان جامعه‌ی مدنی نیز که امروزه شاهد هستیم، هرگز در سده‌ی بیستم وجود نداشت.

جهان در حال تغییر

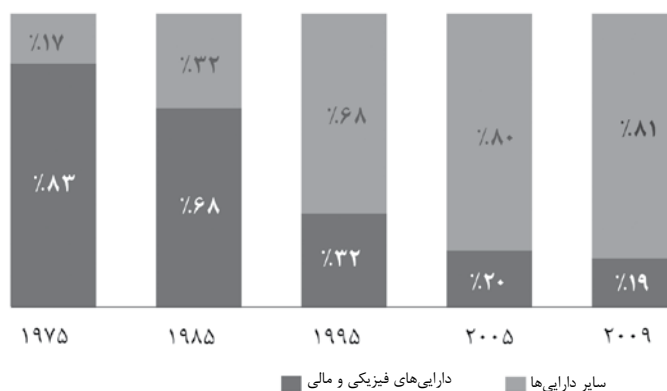
در حال حاضر ۷,۴ میلیارد نفر روی کره‌ی زمین زندگی می‌کنند. من در کتابم به نام "سرایداران موقت"^۴ کره‌ی زمین را همانند یک هتل توصیف

موضوع حیاتی گنجاندن موضوعات پایداری در راهبرد کسب و کارها است.

کرده‌ام. شب گذشته ۱,۸ میلیارد نفر با شکم گرسنه یا بدون دسترسی به آب آشامیدنی سالم سر بر بالین گذاشتند. با این حال، تا سال ۲۰۵۰، دو میلیارد نفر دیگر نیز به جمعیت کره‌ی زمین اضافه خواهند شد. در چنین شرایطی، اگر شما فکر می‌کنید که می‌توانید در آینده هم با روش‌های معمول امروزی به کسب و کارتان ادامه دهید، به لبه‌ی پرتگاه حماقت خوش آمدید.

جوانان امروز به روش متفاوتی فکر می‌کنند. حین سخنرانی در فرانکفورت برای دانشجویان دکتری درباره‌ی بحران مالی جهانی، یکی از آنان به من گفت: "شما و نسل‌تان بحران زیست محیطی جهانی را برای ما ایجاد کرده‌اید." این چیزی است که ما باید با آن روبه‌رو شویم. بحران‌های مالی اصلاً مهم نیستند؛ ما می‌توانیم آن‌ها را حل کنیم. ما اکنون با مسئله‌ی بسیار مهم‌تری روبرو هستیم: معضلات محیط زیستی.

نمودار ۱ - تغییرات میانگین دارایی‌های فیزیکی و مالی شرکت‌ها در مقایسه با میانگین دیگر دارایی‌های آن‌ها



ولی این چیزی است که اتفاق افتاد. آن مدیران، منابع طبیعی را استخراج می‌کردند، منابع انسانی را به کار می‌گرفتند، درختان را قطع می‌کردند، مبلمان می‌ساختند و می‌فروختند، سامانه‌ها را توسعه می‌دادند، و برندسازی می‌کردند. ما حسابداران چطور گزارش می‌کردیم؟ فقط سرمایه‌های مالی و تولیدی را گزارش می‌کردیم. و مابقی چیزها را نادیده می‌گرفتیم.

تفکر یکپارچه^۷

شش نوع سرمایه وجود دارد: مالی، تولیدی، انسانی، فکری، طبیعی، و اجتماعی، که شامل سرمایه‌ی روابط نیز می‌شود (نمودار ۲ را نگاه کنید). یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان، شرکت کوکاکولا، را در نظر بگیرید. اگر من یک بطری بدون برچسب آن را روی این میز بگذارم، همگی شما متوجه می‌شوید که کوکاکولا است. ولی همان طور که همگی شما می‌دانید، فعالان مدنی بحثی را علیه کوکاکولا به راه انداختند که، یکی از دلایل چاقی کودکان کوکاکولا است. این باعث شد کوکاکولا تفکر و راهبرد خود را کاملاً تغییر دهد. کوکاکولا اعلام کرد، "ما برای کودکان زیر دوازده سال بازاریابی نخواهیم کرد. ما برچسب‌های ارزش غذایی بر روی قوطی‌ها و بطری‌های خود نصب خواهیم کرد. ما تا آن جا که ممکن است محصولات با کالری کم‌تر تولید خواهیم کرد. ما روی بطری‌های خود در سرتاسر جهان کودکان را به انجام فعالیت‌های ورزشی تشویق خواهیم کرد."

آیا شگفت‌آور نیست که مردم نمی‌دانند هر شرکتی دو جامعه دارد؟ یکی جامعه‌ی خود شرکت است - شامل، تامین‌کنندگان، مشتریان، مدیرانش و کارکنانش. و دیگری جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند. مثلاً، اگر محل کسب و کار شرکت در نیویورک است، آن شرکت در جامعه‌ی نیویورک فعالیت می‌کند. به همین دلیل، شرکت بر مبنای هنجارهای مورد قبول مردم ساکن آمریکا فعالیت می‌کند. این واقعیت است که شرکت را وادار می‌کند تا نقش خود را به عنوان یک شهروند مسئول ایفا کند. تفکر یکپارچه به معنی درک، شناخت، و سپس برنامه‌ریزی برای تعیین روش پول درآوردن شرکت، و تعیین روش خلق ارزش در بلندمدت به شیوه‌ای پایدار است؛ در جهانی که تقاضا

شده است. زیرا روش پول درآوردن شرکت به پیامدهای مثبت و منفی بر روی جامعه و محیط زیست منجر می‌شود. مفهوم ارزش به طور کامل تغییر کرده است. ما به تاثیر عملیات شرکت بر این سه جنبه‌ی حیاتی نگاه می‌کنیم: اقتصاد، جامعه و محیط زیست. تاثیرات مثبت چیست؟ تاثیرات منفی چیست؟ این چنین است که مفهوم "ارزش کل"^۵ آغاز می‌شود.

موضوع حیاتی گنجاندن موضوعات پایداری در راهبرد کسب و کارها است. نه این که آن‌ها را فقط مثل تابلوهای براق "سبزشویی"^۶ بر روی دیوار شرکت‌ها نصب کنیم. امروزه می‌بینیم که عوامل "محیط زیستی، اجتماعی و راهبردی (ESG)" در تجزیه و تحلیل و قضاوت درباره‌ی سرمایه‌گذاری‌ها حیاتی شده‌اند.

وقتی به گذشته نگاه می‌کنیم و خودمان را به جای مدیران سده‌ی نوزدهم می‌گذاریم - وقتی که زمین فقط یک میلیارد نفر جمعیت داشت - می‌بینیم که آنان حق داشتند این طور فکر کنند که، "کره‌ی زمین دارای منابع طبیعی نامحدود است؛ و ظرفیت بی‌حد و مرزی برای جذب زباله‌های تولیدی ما دارد." به همین دلیل، آنان کسب و کار خود را بر مبنای فلسفه‌ی "استخراج کن، بساز، زباله‌کن" تعریف کرده بودند. هیچ‌کدام از آنان نمی‌توانستند انفجار جمعیت سده‌ی بیستم را حتی تصور کنند.

پر واضح است که سده‌ی بیست و یکم سده‌ای متفاوت از سده‌های پیشین است. ما باید یاد بگیریم که از حداقل منابع حداکثر استفاده را کنیم. منابع طبیعی جهان محدود و رو به تهی شدن است. میزان مصرف منابع طبیعی توسط انسان بسیار سریع‌تر از روند ایجاد آن‌ها در طبیعت است. با این حال، ما همچنان شاهد افزایش جمعیت و به تبع آن افزایش تقاضا برای استفاده از منابع طبیعی هستیم.

روابط بین ذی‌نفعان کاملاً تغییر کرده است. مفهوم توجه صرف به منافع سهامدار و شرکت، متعلق به گذشته است. این برداشت که شرکت متعلق به سهامداران است، کاملاً نادرست است. این طور نیست. سهامداران فقط از حقوق مشخصی در ارتباط با شرکت برخوردارند. اهم این حقوق عبارتند از، حق انتخاب اعضای هیئت مدیره، و حق دریافت سود. از سده‌ی نوزدهم تا آغاز سده‌ی بیست و یکم، روزنامه‌نگاران مالی از سهامداران به عنوان مالکان شرکت می‌نوشتند. و هیئت مدیره مکلف به مراقبت از شرکت بود. ولی امروزه در فرآیند تصمیم‌گیری باید نیازها، منافع و انتظارات همه‌ی ذی‌نفعان مورد توجه قرار گیرد، که البته سهامداران را نیز شامل می‌شود.

در گذشته ما می‌پرسیدیم که شرکت چقدر پول درآورده است. ولی در سده‌ی بیست و یکم، روش پول درآوردن شرکت به موضوعی حیاتی تبدیل



مالی



تولیدی



انسانی



فکری



طبیعی



اجتماعی

شرکت شما ورشکست می‌شود. ولی شرکت شما، از طریق تأثیری که بر جامعه و محیط زیست می‌گذارد، خروجی برون‌سازمانی هم دارد.

من اعتقاد دارم ACCA (انجمن حسابداران خبره‌ی رسمی)، این طرز تفکر را به‌خوبی درک کرده است. در یکی از نشریات این انجمن می‌خوانیم، "در چند دهه‌ی گذشته، موضوعات پایداری به آرامی به جریان مهمی در جهان تبدیل شده‌اند، و شاهد تغییر جهت از خلق ارزش سهم به ایجاد ارزش اشتراکی هستیم. از طریق خلق ارزش اشتراکی، شرکت عملیات خود را به ایجاد ارزش بلندمدت، هم برای کسب و کار خود و هم برای جامعه در کل، پیوند می‌دهد. و موفقیت خود را در بازدهی مالی درون‌سازمانی و نتایج اجتماعی و اقتصادی برون‌سازمانی می‌بیند. سرانجام، خلق ارزش اشتراکی هم بر کارهای شرکت برای کاهش اثرات منفی بر جامعه، و هم از دیدگاه بنیادی‌تر، بر چگونگی نقش‌آفرینی آن به عنوان جزئی از چالش‌های جهانی، نظیر تغییرات آب و هوا، و اعمال حقوق بشر، دلالت دارد. متعاقب این تغییر جهت، یک گرایش جدید گزارشگری شرکتی نیز به وجود آمده است: یکپارچه‌سازی مفاهیم مالی و غیرمالی در قالب یک ابزار حسابداری، که آن را به عنوان گزارشگری یکپارچه می‌شناسیم."

تصمیم بگیریم چه چیزی مربوط است من از تعبیر اُختاپوس (هشت‌پا) استفاده می‌کنم. در ایالات متحده، شما مجبورید صورت‌های مالی خود را طبق استانداردهای هیئت استانداردهای حسابداری مالی (FASB) تهیه کنید، و مجبورید آن‌ها را

می‌شود؟ پاسخ منفی است.

گام دوم در تفکر یکپارچه این است که درک کنیم با یک چالش روبه‌رو هستیم، و ناچاریم ذهنیت‌مان را در هیئت مدیره تغییر دهیم. ما باید جعبه ابزار شرکت را تغییر دهیم. ما نمی‌توانیم فکر کنیم که با همان ابزارهای قدیمی می‌توان نتیجه‌ی متفاوتی گرفت. حرف زدن درباره‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و سرمایه‌گذاری اجتماعی شرکت‌ها متعلق به طرز تفکر دیروز است. شما نیاز دارید که این موضوعات را در راهبرد کسب و کار خود بگنجانید.

گام سوم این است که درباره‌ی شش سرمایه فکر کنید. شرکت از چه راهی پول در می‌آورد؟ اگر مدیران نیازها، علایق، و انتظارات منطقی و مشروع ذی‌نفعان شرکت را درک کنند، آن گاه می‌توانند راهبرد شرکت را بر مبنای آگاهانه‌تری توسعه دهند.

ما از "ارزش سهم (share value)" به "ارزش اشتراکی (shared value)" گذر کرده‌ایم. ما از طریق هیئت مدیره عملیات شرکت را هدایت می‌کنیم تا برای شرکت و جامعه ارزش بلندمدت خلق کنیم. کسانی که تفکر یکپارچه و گزارشگری یکپارچه را درک نکرده‌اند، گمان می‌کنند موفقیت به بازدهی مالی درون‌سازمانی بستگی دارد. اگر به تعریف ما از خروجی‌های یک کسب و کار نگاه کنید، می‌بینید که آن‌ها هم درون‌سازمانی و هم برون‌سازمانی هستند. شما به خروجی درون‌سازمانی (یعنی، سودآوری) نیاز دارید تا بتوانید پول در آورید. چون در غیر این صورت

برای محصولات به طور فزاینده در حال افزایش است و منابع طبیعی آن همچنان محدود است.

من عاشق این هستم که به عنوان مشاور وارد شرکت‌ها بشوم. فقط ۴۸ ساعت به من فرصت بدهید تا به شما بگویم آیا شرکت درست کار می‌کند یا نه. مفهومی وجود دارد که آن را "فضای اخلاقی رأس سازمان"^۸ می‌نامیم. این مفهوم باعث ایجاد لحنی در سرتاسر شرکت می‌شود، و نهایتاً ردپای گام‌های برداشته‌شده در خطوط پایانی صورت‌های مالی شرکت دیده می‌شود. اگر شما راهبرد خود را درست انتخاب کنید و آن را از بالا تا پایین سازمان اجراء کنید، آن گاه می‌بینید که چطور افراد عادی می‌توانند به نتایج خارق‌العاده دست پیدا کنند. ولی اگر این کارها را نکنید، حتی اگر از بالا تا پایین شرکت هم متخصصان با مدرک دکتری داشته باشید، حتی به نتایج عادی هم دست پیدا نخواهید کرد.

اما نکته‌ی کلیدی این جا است که کارکنان سطوح مختلف شرکت، چکیده‌ی هزاران سال تجربه‌ی بشری را به همراه خود دارند. آنان راهبردی را که فقط در آن بایدها و نبایدها گفته شده باشد و فقط برای رسیدن به صورت‌های مالی پربرتر تنظیم شده باشد، و عاری از خردمندی و دیگر جنبه‌های کلیدی باشد که امروز درباره‌ی آن‌ها صحبت کردیم، به‌درستی اجراء نمی‌کنند. به نظر شما تهیه‌ی صورت‌های مالی طبق استانداردهای حسابداری، بدون توجه به این که از دیدگاه محیط زیستی، اجتماعی و راهبری (ESG) چه چیزهایی برای کسب و کار شما حیاتی یا مربوط یا با اهمیت هستند، منجر به نتیجه‌ی متفاوتی

حسابرسی کنید. این یکی از بازوهای اُختاپوس است. شما ممکن است ملزم به افشای میزان کربنی که در هوا منتشر می‌کنید نیز باشید. این بازوی دیگر اُختاپوس است. شما این داده‌های انبوه را که ما پیش‌تر درباره‌ی آن‌ها صحبت کرده‌ایم، در اختیار دارید. هیئت مدیره ناچار است، با به کار بستن خرد جمعی خود، زمان زیادی را صرف پردازش این اطلاعات بکنند. زیرا اگر چنین نکنند، چه کسان دیگری در شرکت باید موضوعات مربوط را از انبوه این داده‌ها استخراج کنند؟

تحقیقات نشان داده است بیش از ۲۰ درصد از اعضای هیئت مدیره صورت‌های مالی را درک نمی‌کنند. و بیش از هشتاد درصد از آنان موضوعات پایداری افشاء شده در صورت‌های مالی را حتی نمی‌خوانند. چیز باور نکردنی دیگر این است که حسابداران می‌دانند صورت‌های مالی امروزی برای ۹۹ درصد از مردم غیرقابل درک هستند. در صورتی که ما می‌خواهیم خردمندی‌مان را در تهیه‌ی این صورت‌های مالی به کار بندیم، و اطلاعات را به زبانی واضح، موجز، و قابل درک درآوریم و بر پیشانی این اُختاپوس بچسبانیم. این کار از طریق گزارش یکپارچه انجام می‌شود.

در شرایطی که گزارش‌های شما غیرقابل درک هستند، آیا می‌توانید وظیفه‌ی حساب‌دهی‌تان به عنوان عضو هیئت مدیره را ایفاء کنید؟ پاسخ باید منفی باشد. کاری که ما باید به عنوان عضو هیئت مدیره انجام دهیم این است: از بین انبوه این داده‌ها اطلاعاتی را گلچین کنیم و در اختیار آنان قرار دهیم که واقعاً به آن‌ها نیاز دارند. سرمایه‌گذاران نیاز دارند تصمیمات سرمایه‌گذاری بگیرند. اعضای هیئت امنای صندوق‌های بازنشستگی نیاز دارند وظیفه‌ی خود در مراقبت از ذینفعان پرشمار خود را ایفاء کنند.

گزارشگری چیزی نیست که اکنون داریم تفاوت گزارشگری یکپارچه چیست؟ یکپارچه است. همه‌ی اَشکال سرمایه، کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت، را دربرمی‌گیرد. شفافیت بیش‌تری دارد. موجز و شامل موضوعات با اهمیت است. قابلیت فناوریانه دارد. شما می‌توانید در وبگاه‌تان بگوید:

"اطلاعات بیشتری می‌خواهید؟ این‌جا کلیک کنید. همه چیز اینجا است."

دو جنبه‌ی هم‌بسته از ارزش وجود دارد: ارزشی که سازمان برای خودش خلق می‌کند، و بازدهی مالی برای تامین‌کنندگان سرمایه‌ی مالی، و ذی‌نفعان و کل جامعه را در پی دارد. توانایی یک سازمان برای خلق ارزش برای خودش، مرتبط با ارزشی است که آن سازمان برای دیگر ذینفعان ایجاد می‌کند.

ما از "ارزش سهم (share value)" به "ارزش اشتراکی (shared value)" گذر کرده‌ایم.

ما باید جعبه‌ی ابزار شرکت‌ها را تغییر دهیم. ما نمی‌توانیم مثل گذشته عمل کنیم. ما نیاز داریم ببینیم که جهان چیزی نیست که اکنون داریم. گزارشگری چیزی نیست که اکنون داریم. راهبرد چیزی نیست که اکنون داریم. مالیات چیزی نیست که اکنون داریم. ارزش چیزی نیست که اکنون داریم. و تامین سرمایه چیزی نیست که اکنون داریم. بنابراین ما نیاز داریم طرز تفکرها تغییر کند.

من معتقدم، همان‌طور که در سده‌ی نوزدهم، مفهوم مسئولیت محدود توسعه پیدا کرد، و شرکت‌های با مسئولیت محدود به عنوان مدیوم‌ی برای انجام کسب‌وکارها انتخاب شدند، اکنون نیز زمان آمدن مفهوم تفکر یکپارچه و گزارشگری یکپارچه فرا رسیده است.

مروین ای. کینگ: رئیس اسبق شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (IIRC) و سازمان گزارشگری جهانی (GRI) است. وی همچنین به عنوان قاضی اسبق دیوان عالی آفریقای جنوبی، ریاست کمیته‌ی عالی راهبری شرکتی این کشور را بر عهده داشت. آن کمیته استانداردهای پیشگامانه‌ای را درباره‌ی راهبری شرکتی، گزارشگری پایداری، و گزارشگری یکپارچه توسعه داده است. متن فوق، سخنرانی ویرایش‌شده‌ی وی در "انجمن سیتی بار نیویورک" (New York City Bar Association - انجمن حقوق دانان و دانشجویان حقوق نیویورک) است که در شماره‌ی جولای ۲۰۱۶ سی‌پی‌ای جورنال منتشر شده است.

محسن ژاله آزاد زنجانی: حسابدار رسمی، حسابدار مستقل خبره، حسابدار مدیریت خبره، دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

پی‌نوشت:

- 1 - Global Reporting Initiative
- 2- sustainability reporting
- 3 - value creation
- 4 - Transient Caretakers
- 5- total value

۶- اصطلاح "سبزشویی" (green washing) نخستین بار، در سال ۱۹۸۶، توسط جی وسرولت، پژوهشگر نیویورکی، به کار رفت. وی از این اصطلاح برای اشاره به رویکرد دست‌آویز قرار دادن دوستداری محیط زیست برای کسب منافع مالی استفاده کرد. وسترولت در مقاله‌ی خود به نصب تابلوهای بَرّاق در اتاق‌های برخی هتل‌ها اشاره کرده بود که در آن‌ها اعلام شده بود استفاده‌ی چندباره از حوله‌ها باعث کاهش مصرف آب و مواد شوینده و در نتیجه کمک به محیط زیست می‌شود. او با طعن به این رویکرد، هدف اصلی از نصب این تابلوها را، بیشتر از آن که برای حفظ محیط زیست باشند، برای حفظ حوله‌ها دانسته بود؛ زیرا به باور وی صنعت هتل‌داری به شکل گسترده‌تری آلوده‌کننده‌ی محیط زیست است، و کمتر شستن حوله‌ها فقط منجر به منافع مالی بیشتر برای هتل‌داران می‌شود و ربط چندانی به حفظ محیط زیست ندارد (مترجم به نقل از ویکی پدیا).

- 7- Integrated Thinking
- 8- tone at the top

منبع:

From Financial Capitalism to Sustainable Capitalism, By Mervyn E. King, PhD, LLD, The CPA Journal, July 2017