

حسابداری سبز، ابزاری جامع و فراگیر در جریان اطلاعات مدیریت زنجیره تأمین سبز

حمزه ملکیان^۱، مرضیه نوری سنچولی^۲

۱- کارشناس ارشد حسابداری، عضو پیوسته انجمن حسابداری ایران

h.malekian_1989@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد آموزش و بهسازی منابع انسانی، موسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

چکیده

مدیریت زنجیره تأمین سبز به عنوان یک نوآوری مهم مدیریتی در جهت ایجاد مزیت رقابتی و توسعه پایدار و با در نظر گرفتن نگرانی های مصرف کنندگان در کل فرآیند زنجیره تأمین، سعی دارد ضمن جلوگیری از بروز خطا در جمع آوری و ثبت اطلاعات، امکانات شناسایی و ردیابی کالا را نیز در طول زنجیره، به شکلی کاملاً مکانیزه فراهم نماید و به افزایش رضایتمندی مشتریان کمک کند. با در نظر گرفتن ساختار مدیریت زنجیره تأمین سبز، جریان اطلاعات می تواند ابزار مهمی در یکپارچه سازی اجزا و کاهش عدم اطمینان ها و خطرات مدیریت زنجیره تأمین سبز به حساب آید. در جهت اجرای صحیح مدیریت زنجیره تأمین سبز، بررسی جریان اطلاعات حسابداری می تواند حائز اهمیت باشد. در تحقیق حاضر سعی شد با نگاهی بر مفاهیم و مبانی نظری مدیریت زنجیره تأمین سبز و بررسی تحقیقات انجام شده در این زمینه و همچنین، با نگاهی بر مفاهیم و اهداف حسابداری زیست محیطی، اهمیت اطلاعات حسابداری سبز در اجرای مدیریت زنجیره تأمین سبز مورد بررسی قرار گیرد. نتایج حاکی از آن است که اطلاعات حسابداری سبز می تواند در برقراری جریان مطلوب اطلاعات بین اجزا ساختار مدیریت زنجیره تأمین سبز، مؤثر واقع گردد.

کلمات کلیدی: زنجیره ارزش، مدیریت زنجیره تأمین سبز، جریان اطلاعات، حسابداری سبز، حسابداری زیست محیطی

مقدمه

در پی پیشرفت تمدن بشری و توسعه فن آوری و ازدیاد روز افزون جمعیت، دنیا با مشکلات زیست محیطی زیادی روبرو شده است که زندگی ساکنان کره زمین را تهدید می کند. موج اول نگرانی در مورد محیط زیست در دهه ۱۹۷۰ شروع شد و بلافاصله پس از آن به دلیل تغییرات قانونی که برای اصلاح برخی از مشکلات شناخته شده، مانند انتشار گازهای سمی به اتمسفر توسط برخی از شرکت ها اعمال شد؛ فرو نشست. وقوع و کشف بلایای بیشمار زیست محیطی دیگر، همچون کشف چاله در لایه اوزن، گرم شدن کره زمین، مصرف بی رویه منابع تجدید ناپذیر و ... و به دنبال آن فشار اعمال شده توسط سازمان های حامی محیط زیست، سبب شد تا موضوع محیط زیست یک بار دیگر بر جسته شود. (دوپاکو و راپوسو، ۲۰۰۸)

تحقیقات پیرامون موضوعات زیست محیطی در اوایل دهه ۱۹۸۰ شکل گرفت با این وجود، از دهه ۱۹۹۰ به بعد بود که همنوایی بیشتر دانشمندان، از پیامدهای وخیم فعالیت های اقتصادی بشر روی تعادل اکولوژیکی زمین و بقا در آینده خبر داد. در این میان، مصرف کنندگان روز به روز نسبت به مسائل زیست محیطی و اجتماعی اگاه تر شدند و با ظهور مصرف گرائی سبز، مصرف کنندگان شروع به اظهار نظر در زمینه تولید، پردازش و منبع یابی محصولات کردند (لی، ۲۰۰۸). این امر سبب شد تا حفظ محیط زیست و استراتژی های مربوط به آن خیلی زود در اولویت برنامه ها، به عنوان یک نوآوری مهم سازمانی قرار گیرد و به عنوان تضمینی در