

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها

محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 64 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حلیمه اسمعیلی - دانشجوی کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه پیام نور مرکز اوز، کارشناس حسابداری شهرداری داراب

الهه یعقوبی - دانشجوی کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه پیام نور واحد ابوموسی، کارشناس حسابداری شهرداری داراب

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، به یکی از موضوعات حساسیت برانگیز و اساسی برای بقای سازمان تبدیل شده است. گسترش این موضوع بدین خاطر است که ذینفعان داخلی شامل کارکنان و سهامداران و ذینفعان خارجی شامل عموم مردم جامعه، مشتریان و متقاضیان، تامین کنندگان، رقبا، دولت و نهادهای اجتماعی شرکت ها را ترغیب به ایفای وظایف مسئولیت پذیری اجتماعی می کنند تا نسبت به درخواست های آن ها مانند تضمین محافظت از محیط زیست، تنوع و مناسب بودن محیط کاری، شرایط کاری مطلوب و ایمن برای کارکنان و سایر مسائل محیطی پاسخگو باشند؛ بنابراین، سازمان های قدر و مشهور به عنوان یک سازمان مسئول و پاسخگو در قبال ذی نفعان، برای ایجاد شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود، باید تعهدات و تمایل خود را نسبت به انجام فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی متناسب با ارزش های شرکت بیان نمایند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در کل سازمان اجرا خواهد شد. در نتیجه، سازمان ها به طور قابل توجهی در فعالیت های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت سرمایه گذاری می کنند تا از این طریق سود و عملکرد عملیاتی خود را گسترش دهند و به یک مزیت رقابتی دست یابند. با توجه به اهمیت بسیار زیاد مسئولیت پذیری اجتماعی در ایجاد و افزایش ارزش سازمان ها و همچنین دارا بودن مزیت های رقابتی برای سازمان ها، در این مقاله به مفاهیم و تعاریف مسئولیت پذیری اجتماعی، مولفه های تشکیل دهنده آن و رابطه این مفهوم با سایر متغیرها پرداخته شد و برای ارائه دید وسیعتری از مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی، بیش از ۵۰ مقاله در این حوزه مورد بررسی قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، تاریخچه، مولفه، تئوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1351607>

