

عنوان مقاله:

نقش انواع مسئولیت اجتماعی سازمانی و ابعاد آن در شهرداری تهران

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدل ها و تکنیکهای کمی در مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

محسن مجدآبادی - پژوهشگر و نویسنده شهرداری تهران و کارشناسی ارشد مهندسی کشاورزی و علوم باغبانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران - ایران

خلاصه مقاله:

خلاصه منافع اتخاذ اصول مسئولیت پذیری اجتماعی برای سازمان ها عبارت است از: اعتلای برند و افزایش اعتبار؛ امکان جذب بیشتر منابع سرمایه ای به علت اعتبار تجاری بالا؛ کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ؛ بهبود شرایط محیط کار و در نتیجه، ارتقای بهره وری و افزایش توانایی برای جذب و نگهداری کارکنان که منجر به کاهش جابجایی، غیبت و هزینه های آموزش آنان می شود. بیشتر صاحب نظران معتقدند که هزینه هیا مسئولیت اجتماعی، کوتاه مدت و منافع آن اغلب از نوع بلند مدت است. مسئولیت اجتماعی در واقع نوعی سرمایه گذاری برای آینده به امید کسب مزیت رقابتی پایدار و بلند مدت است. مدیران ارشدی که دارای دید کوتاه مدت هستند. هزینه های کوتاه مدت مسئولیت اجتماعی را بر نمی تیند. امروزه نقش واحدهای تجاری در اجتماع دست خوش تغییرات بسیار زیادی شده است. به گونه ای که انتظار می رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخگو، و برای جامعه ای که در تعامل با آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد، بنابراین یک ارتباط دو طرفه بین واحدهای تجاری و اجتماع وجود دارد. مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند می باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می تواند منجر به بازده های زیاد سرمایه گذاری برای شرکت ها شود.

کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: مسئولیت اجتماعی، سازمان، مدیریت شهری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1458902>

