

عنوان مقاله:

طراحی مدل مسئولیت پذیری اجتماعی برای شرکت های دانش بنیان

محل انتشار:

فصلنامه رهیافت، دوره 32، شماره 86 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

منصوره مهدیزاده - هیئت علمی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور

خلاصه مقاله:

«مسئولیت اجتماعی شرکتی» از جمله مفاهیم جدیدی است که طی سال های اخیر وارد ادبیات نظری برخی رشته های مدیریتی شده است. در رابطه با طراحی مدل های مسئولیت اجتماعی شرکتی تحقیقات معدودی در داخل کشور انجام شده است که غالباً به بررسی مدل های مذکور در برخی سازمان های دولتی، سازمان های حساس و بانک ها پرداخته اند. اما تحقیقی که به طور ویژه به طراحی مدل مسئولیت اجتماعی شرکت های دانش بنیان پرداخته باشد یافت نشد؛ از این روی تحقیق حاضر با هدف طراحی مدلی برای مسئولیت اجتماعی شرکت های دانش بنیان انجام شده است. بدین منظور از روش مرور نظام مند و سنتز چارچوب قیاسی استفاده شده است. بدین صورت که محقق در چندین گام به بررسی نظام مند کلیه تحقیقات علمی در رابطه با مسئولیت اجتماعی شرکت ها پرداخته، سپس با مبنا قرار دادن مدل مسئولیت اجتماعی کارول به عنوان چارچوب مفهومی اولیه، مدل نهایی مسئولیت اجتماعی شرکت های دانش بنیان را با ۶ بعد، ۲۵ مقوله اصلی و ۴۰ مقوله فرعی بازطراحی کرده است. یافته ها نشان داد که ابعاد مدل مطلوب مسئولیت اجتماعی شرکت های دانش بنیان عبارتند از: بعد نوع دوستانه شامل ۴ زیر مقوله (التزام به حل مسائل اجتماعی، ارتقاء رفاه اجتماعی، فعالیت های داوطلبانه، بشردوستانه و خیریه ای و فعالیت های عام المنفعه)، بعد اخلاقی شامل ۵ زیر مقوله (ایجاد تعلق سازمانی، اخلاق اجتماعی، اخلاق حرفه ای، رعایت عدالت اجتماعی، پاسخگویی اجتماعی)، بعد اقتصادی شامل ۴ زیر مقوله (توجه به سودآوری، بهبود اقتصاد محلی، بهبود و تولید محصولات و خدمات، حفظ جایگاه رقابتی)، بعد قانونی شامل ۲ زیر مقوله (اجرای قوانین و عمل مطابق مقررات و رعایت حقوق مصرف کنندگان و مشتریان)، بعد اجتماعی شامل ۶ زیر مقوله (مشارکت در توسعه و بهبود جامعه، حفظ وحدت اجتماعی، بالابردن توانایی اجتماعی، سرمایه گذاری اجتماعی، فضا سازی فرهنگی و بهبود رویه های کاری) و در نهایت بعد زیست محیطی شامل ۴ زیر مقوله (حداقل سازی تخریب محیط زیست، داشتن خط مشی رسمی زیست محیطی، آموزش محیط زیست و تعهد به توسعه پایدار). در نهایت مدل مذکور توسط جمعی از متخصصان و خبرگان این حوزه مورد اعتبارسنجی قرار گرفت و درجه اهمیت اجزاء مدل بر اساس آزمون t تک نمونه ای تعیین شد. نتایج آزمون حاکی از تأیید تمامی ابعاد و مقولات مدل بازطراحی شده توسط متخصصان بود. در مدل مسئولیت اجتماعی شرکت های دانش بنیان بیشترین اهمیت را به ترتیب ابعاد قانونی، اخلاقی، اقتصادی، محیطی، اجتماعی و نوع دوستانه دارا می باشند.

کلمات کلیدی:

مدل، مسئولیت اجتماعی شرکتی، شرکت های دانش بنیان، سنتز چارچوب، اکوسیستم نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1812617>

