

عنوان مقاله:

تاملی بر مدیریت فرهنگ در سازمان ها در راستای اصلاح الگوی مصرف

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

محسن شیرپور - دانشگاه آزاد اسلامی واحد پارس آباد، گروه مدیریت، پارس آباد، ایران

خلاصه مقاله:

اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی پایدار است و این خود نیازمند راهکارهایی است تا همه افراد جامعه الزام رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصطلاح نهادینه شده و به یک رفتار پایدار و نهایتاً به یک فرهنگ در تمامی عرصه های مصرف تبدیل شود. تدوین فرهنگ اصلاح الگوی مصرف و ارائه راهکارهای لازم باتوجه به میزان منابع و نیاز و اولویت های استفاده آن منابع در کشور از وظایف برنامه ریزان و مدیران کشور است. بدون تردید سازمان ها، نهادها و ارگان های یک کشور به عنوان مجریان برنامه های دولت، نقش اساسی و تعیین کننده ای در این زمینه دارند. سرمایه اجتماعی تأثیر اقتصادی یک سیستم اجتماعی با مولفه هایی چون، اعتماد، مشارکت داوطلبانه، هنجارهای حرفه ای، پاسخگویی و موارد مشابه باعث می شود تا هزینه های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی و کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک و موارد دیگر با بهره وری بیشتر و هزینه کمتر به اجرا درآید. می توان گفت، سرمایه اجتماعی یکی از عوامل مهم و موثر در جلوگیری از آثار بحران جهانی می باشد و علاوه بر آن می توند بستری مناسب برای ادامه فعالیت های اقتصادی فراهم کند. در واقع سرمایه اجتماعی شرایطی را به وجود می آورد که تحت آن شرایط، افراد جامعه می توانند برای رسیدن به فایده ای مشترک که اصلاح الگوی مصرف می باشد، با هم کار کنند و همگی به هم کمک نمایند تا در وضعیت اقتصادی خانوار بهبود حاصل یابد، و وظیفه دولت در این راستا اتخاذ سیاستهایی در جهت آموزشهای لازم برای افزایش سرمایه اجتماعی (مشارکت عمومی افراد جامعه) می باشد.

کلمات کلیدی:

اصلاح الگوی مصرف - مدیریت فرهنگ - سرمایه اجتماعی - سازمان - راهکار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/362255>

