

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی (CSR) بر عملکرد بازرگانی شرکت تولیدی محور کاران کوشا

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

یوسف اکبری - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش تحول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

فرزانه چاوش باشی - استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

خلاصه مقاله:

مسئولیت اجتماعی سازمان (CSR) موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می شود. سازمان های سرآمد، بعنوان سازمان های پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش های خویش ابزار دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر سازمان جاری می شوند و به این ترتیب مسئولیت پذیری اجتماعی برای آنان مزایای دوجانبه ای خواهد داشت بطوریکه هم سازمان از رویکرد اخلاقی تر و منسجم تر خود نفع می برد و هم جامعه و طرف های ذینفع نیز نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت. لذا این تحقیق به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد بازرگانی می پردازد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی- تحلیلی می باشد. جامعه آماری پژوهش را کارکنان شرکت تولیدی محور کاران کوشا تشکیل می دهد. برای سنجش پایایی از آزمون آلفای کرونباخ و برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از نرم افزار SPSS 18، استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که مسئولیت اجتماعی (CSR) بر عملکرد بازرگانی تأثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، مسئولیت ملی، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت حقوقی و عملکرد بازرگانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/484362>

