

عنوان مقاله:

تأثیر مسیولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت ها

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی نقش حسابداری، اقتصاد و مدیریت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

حیدر محمدزاده سالطه - دکترای حسابداری، مرند دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند، گروه حسابداری

جواد دیزماری - دانشجوی کارشناسی ارشد، مرند خیابان آزادی، کوی رضوان شمالی،

رضا صفری لیواری - دانشجوی کارشناسی ارشد، مرند خیابان چهل متری، کوی تربیت

خلاصه مقاله:

مفهوم مسیولیت اجتماعی شرکت ها کاملاً نزدیک به مفهوم توسعه پاینده است که بستگی به سه عنصر کلیدی حمایت محیطی، رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی دارد. مسیولیت اجتماعی سازمان ها دربرگیرنده اقتصاد، قانون، اخلاقیات و انتظارات بشر دوستانه واحد های تجاری است که به کلیه ذینفعان (هر فرد یا گروهی که می توانند بر فعالیت ها، تصمیمات، سیاست ها، رویه ها یا اهداف سازمان اثر گذارند) تعمیم می یابد. ظهور و افزایش علاقه به افشاء مسیولیت اجتماعی شرکت ها، منعکس کننده افزایش تقاضا برای شفافیت است. یک بخش اصلی مسیولیت اجتماعی شرکت ها، انگیزه های آماده سازی واحدهای تجاری برای پاسخ به مشروعیت انتظارات ذینفعان است. شرکت ها واکنش های مختلفی درجهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه ای که برخی شرکت ها فرهنگ خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسیولیت اجتماعی شرکت ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت های تجاری شان پذیرفته اند. ارتباط بین مسیولیت اجتماعی و عملکرد شرکت ها به طور گسترده در ادبیات مدیریت، اقتصاد و مالی مورد بررسی قرار گرفته و منابعی غنی از مطالعات تجربی انجام شده است. دانشمندان دریافته اند رابطه منحنی شکل مثبت، منفی و حتی خنثی میان مسیولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت وجود دارد که دلایل اصلی این محدودیت ها و نتایج متناقض، فقدان بنیاد نظری و مشکلات روش شناختی می باشد. تأثیر مسیولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت مشروط به ویژگی های صنعت می باشد، در این مقاله سعی شده است ابتدا با تشریح مسیولیت اجتماعی شرکت ها، مروری بر مفاهیم و تعاریف آن، تأثیر رعایت مسیولیت اجتماعی شرکت ها بر عملکرد شرکت ها را بررسی و پیشنهاد های اجرایی در این زمینه ارائه گردد و فرصتی را برای پژوهش های آینده فراهم نماید.

کلمات کلیدی:

مسیولیت اجتماعی، عملکرد شرکت، محرک اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/694654>

