

عنوان مقاله:

دیدگاه استراتژیک انتقال از مسئولیت اجتماعی شرکتی به فرصت اجتماعی شرکتی با رویکرد خلق ارزش

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

شیوا دادبه - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش استراتژیک، دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

مشارکت در جامعه و کمک به آن صرفاً یک ژست خیرخواهانه نیست، بلکه زمانی که با یک استراتژی مناسب استفاده شود می تواند به یک فعالیت خلقکننده ارزش تبدیل شود. شرکتها باید تلاش کنند از شرکت خوب بهسوی شرکت هوشمند حرکت کنند. مسئولیت اجتماعی باید در فرهنگ سازمان تعبیه شود تا تغییر در رفتار و نگرش ایجاد کند (آرمسترانگ، 2014) و پشتیبانی تیم برتر برای موفقیت مهم است. افراد جامعه نیز باید بدانند که شرکت ها سازمان هایی هستند که از طریق همکاری ارزشهای مشترکی را خلق می کنند و کار آنها صرف ایجاد سود برای جامعه نیست. هنگامیکه هم شرکتها و هم جامعه متوجه این نقش متقابل سودمندشوند، می توان یک چرخه سودمند برای افزایش مزایا هم برای شرکتها و هم برای جامعه پدیدآورد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی شرکتی، فرصت اجتماعی شرکتی، خلق ارزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/935555>

