

## عنوان مقاله:

مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی

## محل انتشار:

فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، دوره 4، شماره 4 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

رضوان حجازی - استاد حسابداری دانشگاه الزهرا

سپیده سادات نصیری - دانشجو دکتری حسابداری دانشگاه الزهرا

## خلاصه مقاله:

از زمان انقلاب صنعتی تا مدت های طولانی تاسیس انواع بنگاه های اقتصادی با هدف کسب سود بود. در واقع، مدیریت سازمان ها که در برخی موارد جزیی از مالکان آن ها بودند، توجهی به مسائل غیر مالی و اجتماعی نداشتند. با گذشت زمان و ظهور نظریه هایی چون تئوری ذینفعان و در نتیجه اهمیت نقش رضایت جامعه و مسائل اخلاقی در شرکت ها، مفاهیم جدیدی نظیر مسئولیت اجتماعی شرکت ها و شهروند شرکتی به ادبیات و حرفه مدیریت افزوده شد. این مفاهیم نه تنها مدیریت سازمان ها، بلکه حسابداران را نیز به عنوان منبع اصلی تامین کننده اطلاعات افراد درون و برون سازمان تحت تاثیر قرار داد. گستره و اهمیت این مفاهیم به حدی است که امروزه در اکثر نقاط دنیا اکثر گروه ها نظیر سهامداران، اعتباردهندگان، قانون گذاران، تحلیل گران مالی، عرضه کنندگان، مشتریان، کارکنان و دولت ها از مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان شاخص اصلی جهت سنجش شهروندی شرکت و پابندی شرکت به تعهدات اجتماعی استفاده می کنند. به دلیل این اهمیت، هدف مقاله حاضر این است تا با بررسی مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها، به درک بهتر و صحیح تر مدیران از این مفاهیم و تمایز میان آن ها کمک نماید.

## کلمات کلیدی:

شهروند شرکتی، مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تئوری ذینفعان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/970001>

