

عنوان مقاله:

بررسی اصول استاندارد مسوولیت اجتماعی ایزو 26000 در سازمان های ایرانی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسنده:

علی بابایی - دکتری مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها در عرصه رقابت شرکت ها برای کسب مزیت رقابتی، خلق ارزش برای مشتریان و جلب رضایت آنان، بحث موضوع مهم و تعیین کننده در سال های اخیر بوده است. تحقیق حاضر با هدف بررسی اصول استاندارد مسئولیت اجتماعی ایزو 26000 در سازمان های ایرانی انجام شده است. روش تحقیق حاضر با توجه به ماهیت و اهداف تحقیق و به لحاظ ویژگی در نحوه جمع آوری اطلاعات در ارتباط موضوع موردنظر، توصیفی - تحلیلی می باشد. جمع آوری اطلاعات نیز با استفاده از منابع مکتوب کتابخانه ای، مقالات پژوهشی در حوزه مدیریت و تعبیری از مقالات حوزه ی علوم انسانی نشأت گرفته و اساس کار بر تحلیل و استنباط محقق و به لحاظ استفاده از نتایج کاربردی می باشد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که از نگرش مسئولیت اجتماعی، سازمان ها به عنوان یک محرک کلیدی در فرایند ایجاد و ساخت دنیای بهتر به شمار می روند و بنابراین، فشار برای توصیفی و پاسخگویی نسبت به مسئولیت سازمان ها به نحو مناسب و شفاف رو به افزایش است و در این مسیر توسعه و به روز رسانی برنامه ها، رویه ها و تلاش برای سنجش عملکرد اجتماعی و محیطی و انتقال ارزش های ایجاد شده به ذینفعان شامل کارکنان، گروه های محیطی، جوامع محلی و دولت ها از جمله وظایف و مسئولیت سازمان ها و شرکت های امروزی به شمار می رود. به طور خلاصه امروز، مسئولیت اجتماعی شرکت ها از یک ایده و ایدئولوژی به واقعیت تبدیل شده و به عنوان یک بعد مهم برای رویه های کسب و کار معاصر تلقی می گردد و واحدهای تجاری بزرگ و پیشرو افزایش اهمیت این مقوله را به خوبی درک کرده اند و مسئولیت اجتماعی شرکت ها را به عنوان یک عنصر مهم برای بقا و موفقیت خود در قرن بیست و یکم به شمار می آورند.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، استاندارد مسوولیت اجتماعی (ایزو 26000)، اصول استاندارد مسوولیت اجتماعی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1126980>

