سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
تبیین و طراحی مدل رسالت مسئولیت اجتماعی سازمان

محل انتشار:
فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی, دوره 2, شماره 8 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:
غلامعلی طبرسا - *دانشیار، دانشگاه شهید بهشتی*

علی رضائیان - *استاد، دانشگاه شهید بهشتی*

عادل آذر - *استاد، دانشگاه تربیت مدرس*

حمید علیخانی - *دانشجوی دکتری، دانشگاه شهید بهشتی*

خلاصه مقاله:
در علم سازمان و مدیریت، مسئولیت اجتماعی، بخشی از مقوله اخلاق کار محسوب می گردد و از آن به عنوان اخلاقیات فراسازمانی یاد می شود. بسیاری معتقدند که مسئولیت اجتماعی سازمان، به نوعی، بر موفقیت و شکست آن تاثیرگذار است. توجه به نیازهای جامعه، اخلاق گرایی، و توجه به محیط زیست، از جمله مقوله هایی است که امروزه از سوی مشتریان مورد توجه جدی قرار می گیرد. از سوی دیگر، بحث تغییر استراتژیک، تحول و بهبود شرایط سازمان در محیط بسیار رقابتی امروز باعث شده است که سازمان ها به سرعت تغییر رویه دهند. بر این اساس، سازمان ها باید از ابزاری استفاده نمایند که آن ها را در این مسیر موفق نماید: بهبود و توسعه سازمانی. این مقاله با بررسی رابطه ابعاد توسعه و تحول سازمانی، میزان تاثیرگذاری آن بر مسئولیت اجتماعی را مورد توجه قرار داده است. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه مدیران وزارتخانه های اقتصادی کشور می باشد که با بحث خصوصی سازی و اصل 44 قانون اساسی ارتباط بیشتری دارند. نتایج این تحقیق نشان داد که از میان متغیرهای مدل مفهومی تحقیق -ساختار سازمانی، منابع انسانی، فرهنگ سازمانی، قوانین و مقررات، و فرآیندهای سازمانی-، دو عامل منابع انسانی و فرهنگ سازمانی از اولویت بالاتری برای تاثیرگذاری بر مسئولیت اجتماعی سازمان برخوردارند.

کلمات کلیدی:
بهبود و توسعه سازمانی, مسئولیت اجتماعی, اصل 44 قانون اساسی, تغییر استراتژیک, خصوصی سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/916701