

Misiunea, viziunea și valorile organiza- ționale, catalizatori ai responsabi- lității sociale

Lect. univ. dr. Mihaela DUMITRAȘCU,
Academia de Studii Economice din București
e-mail: mihaela.dumitrascu@cig.ase.ro

Prof. univ. dr. Liliana FELEAGĂ,
Academia de Studii Economice din București,
e-mail: lilianafeleaga@cig.ase.ro

REZUMAT

Cercetarea prezintă explorează orientarea strategică a companiilor listate, concentrându-se pe misiunea, viziunea și valorile lor. Acestea definesc aspirațiile și obiectivele care guvernează orice organizație. Datele au fost colectate de pe paginile oficiale ale companiilor. Pe baza analizei literaturii de specialitate au fost identificate principalele misiuni, valori și viziuni care au fost grupate, după analizarea tuturor rapoartelor financiare și nonfinanciare, în mai multe categorii, cum ar fi valorile empatică / orientate spre persoane, valorile culturale, valorile la locul de muncă. Deoarece unul dintre cei mai importanți actori din cadrul oricărei organizații este reprezentat de angajat, s-a realizat o grupare și în identitatea reflectată (relațională, organizațională, profesională).

Rezultatele prezintă diversitate și arată că doar 62% dintre companii dezvăluie informații cu privire la viziunea lor, 85% dintre acestea dezvăluie informații cu privire la misiunea lor, în timp ce doar 54% dintre companii își prezintă valorile. Obiectivul principal al clasificării este stabilirea unui cadru pentru implementarea unui viitor model al responsabilității sociale corporative.

Relevanța cercetării este dată de actualitatea acesteia. Originalitatea cercetării derivă din modalitatea de abordare a temei, din obiectivul cercetării și, de asemenea, din faptul că există un interes din ce în ce mai mare în societate, în general, pentru promovarea responsabilității, a respectării drepturilor omului, a mediului, a sănătății și securității.

Obiectivul prezentei cercetări este evidențierea rolului important al viziunii, misiunii și valorilor unei companii. Acestea reprezintă pilonii unei organizații de succes și pot fi prezentate în declarații separate sau pot fi integrate într-o singură declarație. Scopul lor este de a comunica părților interesate interne și externe obiectivul principal al organizației.

Cuvinte-cheie: misiune, viziune, valori, responsabilitate socială

Clasificare JEL: G30, G39, M40, M49

Vă rugăm să citați acest articol astfel:

Dumitrașcu, M., Feleagă, L. (2019), Mission, Vision, and Values of Organizations, the Catalysts of Corporate Social Responsibility, *Audit Financiar*, vol. XVII, no. 1(153)/2019, pp. 142-148, DOI: 10.20869/AUDITF/2019/153/007

Link permanent pentru acest document:

<http://dx.doi.org/10.20869/AUDITF/2019/153/007>
Data primirii articolului: 6.11.2018
Data revizuirii: 12.11.2018
Data acceptării: 22.11.2018