

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت پاک شوما بر عملکرد سازمانی با نقش تعدیل کننده اعتبار برند

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمود عندیایی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران

علیرضا پیرحیاتی - عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت پاک شوما بر عملکرد سازمانی با نقش تعدیل کننده اعتبار برند پرداخت. بر اساس هدف تحقیقی کاربردی، از نظر روش جمع آوری اطلاعات در این پژوهش توصیفی همبستگی می باشد و از لحاظ شیوه گردآوری داده ها یک تحقیق کمی - بود. جامعه آماری شامل کارکنان شرکت پاک شوما می باشند که در سال ۱۴۰۱ که تعداد کل ۲۳۲۰ نفر در نظر گرفته شده بود. در این پژوهش با استفاده از جدول مورگان و کرجسی و با روش تصادفی ساده به تعداد ۳۳۰ نفر برآورد شد. سطح مسئولیت اجتماعی شرکت ۴ / ۴۷٪، عملکرد سازمانی ۲ / ۵۲٪ و اعتبار برند ۸ / ۵۵٪ بود. نتایج حاصل از تحلیل معادلات ساختاری با نرم افزار PLS نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به جامعه به میزان ۲۸٪، مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان به میزان ۳۴٪ و مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان به میزان ۵۹٪ بر عملکرد سازمانی اثرگذار بود. اعتبار برند به میزان ۲۱٪ ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به جامعه و عملکرد سازمانی و به میزان ۱۲٪، ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتری و عملکرد سازمانی را تعدیل می کرد. همچنین مشاهده شد که اعتبار برند، تعدیل کننده رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و عملکرد سازمانی نبود.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، اعتبار برند، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1565160>

