

## عنوان مقاله:

تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی شهرت و مزیت رقابتی بانک ها

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در مدیریت، روانشناسی و آموزش و پرورش (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

وحید زارع - دکترای تخصصی مدیریت ورزش موسسه تحقیقات واکسن و سرمسازی رازی، کرج، ایران

وهاب لزری زارع - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، بانک سپه، سرپرستی استان مازندران، رامسر، ایران

محسن عابدزاده - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، موسسه تحقیقات واکسن و سرمسازی رازی، کرج، ایران

محمدامین اسدیور - دانشجوی کارشناسی، گروه مدیریت دانشکده ولیعصر، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران جنوب، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، ارزیابی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی شهرت و مزیت رقابتی بانک ها است. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث روش از نوع توصیفی است. جامعه آماری پژوهش را ۱۷۲ شعبه فعال بانک سپه استان مازندران تشکیل می دهند. با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۳۴ شعبه انتخاب شدند و روسای شعب به سوالات مطرح شده پاسخ گفتند. برای جمع آوری دادهها از پرسشنامه ترکیبی پژوهش های سگارا-ناوارو و همکاران (۲۰۱۶)، حاتانه (۲۰۱۵)، فنگ و همکاران (۲۰۲۱) و ایاسو و آرفاینه (۲۰۲۰) استفاده شد. پاسخ دهندگان گزینه ها را بر مبنای طیف پنج فاصله ای لیکرت (ازکاملا مخالف تا کاملاً موافق) علامت گذاری نمودند. در مجموع، ۷ فرضیه ارائه شد. برای تحلیل روابط میان متغیرهای تحقیق از مدل معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی الاس استفاده شد. نتایج تحلیل ها نشان داد که مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی، شهرت و مزیت رقابتی بانک تاثیر مثبت دارد. علاوه براین، عملکرد مالی بانک تحت تاثیر شهرت و مزیت رقابتی آن قرار می گیرد. اما نقش میانجی شهرت و مزیت رقابتی بانک در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی مورد تایید قرار نگرفت.

## کلمات کلیدی:

عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی شرکت، شهرت، مزیت رقابتی، صنعت بانکداری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1657441>

