

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر شهرت شرکت با نقش میانجی نوآوری در شرکت های صنایع برق استان تهران

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

طناز نفی پور - کارشناس رشته مهندسی منابع طبیعی گرایش محیط زیست، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرنده

## خلاصه مقاله:

شیوه های مسئولیت اجتماعی شرکت، استراتژی های تجاری موثری هستند که اخیرا به استراتژی های بازاریابی موقعی تبدیل شده اند که به منافع سهامداران شرکت کمک می کنند. با توجه به اهمیت این موضوع در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر شهرت شرکت با نقش میانجی نوآوری در شرکت های صنایع برق استان تهران پرداخته شده است. روش پژوهش توصیفی همبستگی است. از پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شد. پرسشنامه در بین ۱۰۰ نفر از کارکنان شرکت های صنایع برق استان تهران به روش تصادفی ساده پخش گردید و با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS و Smart PLS داده ها تحلیل شد. نتایج نشان می دهد مسئولیت اجتماعی شرکت بر شهرت شرکت با نقش میانجی نوآوری در شرکت های صنایع برق استان تهران تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

## کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی شرکت - شهرت شرکت - نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1671576>

