

## عنوان مقاله:

تبیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و شهرت شرکت از منظر دانش

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مطالعات جهانی در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

محسن صالحپور - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی شهرکرد، ایران

بهاره بنی طالبی دهکردی - دانشیار، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد ایران

## خلاصه مقاله:

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسهل حوزه اداره شرکت ها تبدیل شده است و شرکتهای بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی شرکتی خود میبینند این مقاله با هدف تبیین ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی و شهرت شرکت از منظر دانش انجام شده است. این پژوهش به روش کتابخانه ای و از نوع کاربردی تلاش دارد تا از منظر علمی نقش و اهمیت مسئولیت اجتماعی و شهرت شرکت را تبیین نماید یافته های پژوهش نشان می دهد که شهرت، شرکت یک عامل تعیین کننده در افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی است و احتمالاً شرکتهای با شهرت بالا منافع حاصل از انجام و افشای فعالیتهای اجتماعی را به حد مطلوب دریافت نموده و در این حوزه به کمال رسیده اند.

## کلمات کلیدی:

شهرت شرکت مسئولیت اجتماعی شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1992085>

