

عنوان مقاله:

بررسی چگونگی سودمندی مسئولیت اجتماعی شرکت

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

طنازالسادات هاشمی - دانشجوی مقطع دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

احمد خدای پور - دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه شهید باهنر کرمان

خلاصه مقاله:

شرکت ها در بازارهای متعدد از جمله بهداشت، خدمات مالی، نرم افزار، کالاهای مصرفی غیره مقدار قابل ملاحظه ای پول برای فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت، صرف می کنند. آثار مرتبط پیشنهاد می کنند که مصرف کنندگان زمانی که برای خرید تصمیم گیری می کنند، فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت را نیز در نظر می گیرند به این ترتیب یا قصد خریدشان افزایش می یابد یا آنها مایل به پرداخت مبالغ بیشتر برای محصولات خدمات شرکت می شوند. علی رغم منافع استراتژیک یافته های تجربی پیرامون تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت ها متفاوت هستند در این مقاله بررسی می نماییم که چه موقع چرا سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت می تواند تاثیر مثبت یا منفی بر سودآوری شرکت داشته باشد. بررسی های ما شرایطی را نشان می دهند که تحت آن سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی شرکت مطلوب است. در این راستا چگونگی افزایش درک مصرف کننده پیرامون مسئولیت اجتماعی افزایش حساسیت مصرف کننده در ارزیابی شرایطی که استراتژی های مسئولیت اجتماعی مطلوب شرکت ها را تحت تاثیر قرار می دهند، مد نظر قرار گرفت. این پژوهش به صورت کتابخانه ای با بررسی مقالات خارجی داخلی صورت گرفته است. نتایج حاصل از این مطالعه، به افزایش بینش ما در خصوص چگونگی سرمایه گذاری در مسئولیت اجتماعی به نحوی که برای شرکت سودمند باشد، کمک می نماید نشان می دهد شرکت باید در مسئولیت اجتماعی متناسب با فعالیت خودش سرمایه گذاری نمایند اگر شناخت مصرف کننده از مسئولیت اجتماعی شرکت زیاد باشد، اگر شناخت مصرف کننده از مسئولیت اجتماعی شرکت ناچیز باشد تنها شرکت باید مسئولیت اجتماعی نامتناسب با فعالیت شرکت را دنبال کند.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی شرکت، رقابت عدم تایید ارزش مورد انتظار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/842757>

