

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط مسئولیت اجتماعی با ایجاد مزیت رقابتی شرکت پلی پروپیلن جم

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی پژوهشهای نوین حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سیدمحمدباقر موسوی نسب - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد

مختار رنجبر - استاد گروه مدیریت، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی ارتباط مسئولیت اجتماعی با ایجاد مزیت رقابتی شرکت پلی پروپیلن جم می باشد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه 500 نفر از مدیران، کارکنان و کارمندان شرکت پلی پروپیلن جم بوده است در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی برای تعیین نمونه مورد نظر استفاده گردید که بر اساس جدول مورگان 217 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. در این پژوهش از دو پرسشنامه پرسشنامه استاندارد مسئولیت های اجتماعی (حیدرزاده، 2013) و پرسشنامه استاندارد مزیت رقابتی (حسینی، 1390) استفاده شده است. ضریب پایایی پرسشنامه ها به ترتیب 0/894 و 0/957 بدست آمد. به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و جهت رتبه بندی فرضیات از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می دهد بین مسئولیت اجتماعی با ایجاد مزیت رقابتی شرکت پلی پروپیلن جم رابطه ی مثبت و معنی داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، تعهد به کارکنان، تعهد به مشتریان و بازار، تعهد به قوانین و مقررات، مزیت رقابتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/903066>

