



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

اثر کیفیت رابطه بر درک فردی از مسئولیت اجتماعی در ایالات متحده

عنوان انگلیسی مقاله :

The effect of relationship quality on individual perceptions
of social responsibility in the US



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

Conclusion

The appeal to stimulate more SR along each of the four dimensions in organizations would be enhanced if people worked on the degree of SV and compassion in their relationships. Whether a person acts with SR is often attributed to some individual characteristic, trait, or value. This study examined how the nature of relationships may alter perceptions of corporate responses leading to different dimensions of SR activities. In this sense, the development of better relationships in terms of SV, compassion, and PM may help promote various forms of SR. As discussed by (Kanov et al., 2004), the sense of SC serves to link the individual responses within the organization to the overall response of the organization to the feelings and needs of others. This has a strong effect on the sense of responsibility (conscientiousness) that people have when they make decisions and may lead to more caring organizations.

نتیجه گیری

اگر افراد بر درجه‌ای از SV و دلسوزی در روابط خود کار کنند درخواست برانگیختن SR بیشتر در راستای هر یک از چهار بعد در سازمان‌ها ارتقا می‌یابد. این که یک شخص با SR اقدام می‌کند در اغلب موارد به برخی مشخصات، ویژگی‌ها یا ارزش فردی اختصاص دارد. این مطالعه این موضوع را مورد بررسی قرار داده است که چگونه ماهیت روابط بر درک پاسخ‌های شرکت‌تأثیرگذار است و منجر به ابعاد مختلف فعالیت‌های SR می‌شود. در این حالت، توسعه‌ی روابط بهتر برحسب SV، دلسوزی و PM می‌تواند به ترویج شکل‌های مختلف SR کمک کند. همانطور که توسط Kanov و همکارانش بحث شده است، حس SC برای مرتبط ساختن پاسخ‌های فردی در سازمان با پاسخ کلی سازمان‌ها به احساسات و نیازهای دیگران عمل می‌کند. این مساله تأثیر قدرتمندی بر احساس مسئولیت‌پذیری (وجدان) دارد که افراد در هنگام تصمیم‌گیری به آن توجه می‌کنند و منجر به توجه بیشتر سازمان‌ها می‌شود.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.