

عنوان مقاله:

تأثیر مسئولیت اجتماعی ادراک شده شرکت در دوران همه گیری بیماری کرونا بر ترجیح برند با نقش میانجی نگرش و ارتباط شخصی با برند (مورد مطالعه شرکتهای خدمات تاکسی اینترنتی اسنپ و تپ سی)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

محمد رضا مشهدی تفرشی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران

هوشنگ گودرزی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران

خلاصه مقاله:

همه گیری بیماری کرونا در اواخر سال ۲۰۱۹ میلادی، اثرات گسترده ای بر کسب و کارهای جهان گذاشته است. توجه مدیران سازمانها به تاثیرات بحرانهای زیست محیطی مانند همه گیری بیماری کرونا بر وضعیت کسب و کار و رفتار مشتریان لازمه بقا و موفقیت شرکتهای می باشد. پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کاربردی-پیمایشی است و به دنبال بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی ادراک شده شرکت در همه گیری بیماری کرونا بر ترجیح برند با نقش میانجی نگرش و ارتباط شخصی با برند در شرکتهای خدمات تاکسی اینترنتی میباشد. جامعه آماری شامل استفاده کنندگان از خدمات دو شرکت اسنپ و تپ سی است. حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان و با توجه به نامحدود بودن جامعه ۳۸۴ نفر تعیین شده و جمع آوری اطلاعات با استفاده از پرسشنامه استاندارد و پردازش داده ها توسط نرم افزار SMART-PLS انجام شده است و طبق یافته های پژوهش مسئولیت اجتماعی ادراک شده شرکت بر ترجیح برند، نگرش برند، ارتباط شخصی با برند در شرکتهای تاکسی اینترنتی تاثیر معناداری دارد و نگرش برند و ارتباط شخصی با برند بر ترجیح برند تاثیر معناداری دارد. همچنین نگرش برند و ارتباط شخصی با برند در رابطه بین مسئولیت اجتماعی ادراک شده شرکت و ترجیح برند نقش میانجیگری کامل دارد. نتایج نشان داد توجه به مسئولیت اجتماعی در بحرانها برای کمک به کاهش اثرات مخرب بحران بر جامعه توسط شرکتهای بر نگرش به برند و ترجیح برند اثر مستقیم دارد و شرکتهاییکه از مدل های کسب و کار نوین مانند اقتصاد اشتراکی استفاده میکنند، برای تقویت جایگاه برند در بازار، می بایست به مسئولیت اجتماعی توجه ویژه ای داشته باشند.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، ترجیح برند، نگرش به برند، ارتباط شخصی با برند، تاکسی اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1464390>

