

عنوان مقاله:

مروری بر مقالات مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمان ها با نگاهی به وفاداری از طریق تبلیغات دهان به دهان، اعتماد و اعتبار در صنعت بیمه

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سیدعلی حسینی طالعی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی کوشیار

مراد رضایی دیزگاه - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

محمد طالقانی - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

خلاصه مقاله:

هدف از انجام پژوهش مروری بر مقالات و پژوهش های صورت گرفته مرتبط با مسئولیت اجتماعی سازمان ها با نگاهی به وفاداری از طریق تبلیغات دهان به دهان، اعتماد و اعتبار در صنعت بیمه بوده و حجم نمونه پژوهش شامل مقالات و پژوهش های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتها بوده و از طریق مرور و بررسی کتابخانه های و جستجوی پایگاه های داده های علمی کشور به بررسی مقالات پرداخته و به نتایج حاصل از مقالات اشاره شد و در نتیجه دیدگاه های موافقان و مخالفان مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سازمانها بررسی شد و نشان داده شد که موافقان به افزایش سودآوری و تعهد اخلاقی و شهرت و اعتبارسازمانی اشاره داشتند و همچنان کاهش سودآوری در بلندمدت و کاهش توانایی تولید و افزایش هزینه ها علل مخالفت پژوهش گران در مورد مسئولیت اجتماعی سازمان ها میباشد؛ بنابراین پژوهشگران امیدوارند شرکت ها با نگاهی به آثار بلند مدت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به انجام این مهم روی آورده تا باری از مشکلات اجتماعی کشور برداشته شود.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، صنعت بیمه، تبلیغات، مشتریان وفادار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1557546>

