

عنوان مقاله:

بررسی ابعاد مسئولیت اجتماعی اثرگذار بر رضایت مشتریان (مورد مطالعه: اپراتورهای تلفن همراه)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

زهرا خسروی لقب - استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی خرد، بوشهر، ایران

صادق سیاح - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی خرد، بوشهر، ایران

فهیمة دباغیان - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

معصومه تابناک - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

مسئولیت اجتماعی شرکت ها در سراسر جهان توجه رو به افزایشی را به خود معطوف کرده است. با بررسی مطالعات مربوط به عملکرد مالی و عملکرد اجتماعی شرکتهای بزرگ، میتوان ارتباط مثبت و معنادار میان این دو مفهوم را شناسایی کرد. این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش بوده که ابعاد ایفای نقش مسئولیت اجتماعی، در بین اپراتورهای تلفن همراه، تا چه میزان میتواند بر رضایت مشتریان تاثیرگذار باشد. اینکه سازمانها بتوانند با بهره گیری از توانمندی های خود به نحوی مسئولیت اجتماعی خود را ایفا کنند که در نهایت به رضایت مشتری منجر شود، بسیار حائز اهمیت می باشد؛ بنابراین پژوهشگران در این پژوهش به این موضوع پرداختند که ابعاد ایفای نقش مسئولیت اجتماعی، اعم از توجه بهمسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت بشر دوستانه، مسئولیت محیطی و مسئولیت فناوریچه تاثیری میتواند در رضایت مشتری داشته باشد. این پژوهش از حیث جهت گیری، پژوهشی کاربردی می باشد. شیوه انجام این پژوهش کمی است و از لحاظ مکانی، پژوهشی کتابخانه ای، میدانی می باشد. این پژوهش از نظر راهبرد از شاخه پژوهش های همبستگی می باشد و به دلیل اینکه به بررسی داده های مرتبط با بره های از زمان می پردازد، از نوع پژوهش های مقطعی است. شیوه گردآوری داده ها از طریق پرسشنامه می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه استفاده کنندگان تلفن همراه در استان بوشهر بوده است. نتایج به دست آمده نشان داد که بعد اقتصادی، بعد بشردوستانه و بعد فناوری مسئولیت اجتماعی بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت و معنادار دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، رضایت مشتریان، مسئولیت محیطی، مسئولیت اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1588952>

