

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ادراک از مسیولیت اجتماعی بر وفاداری مشتریان در شرکت شیر پگاه اصفهان

## محل انتشار:

کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

محمود رفیعی - عضو پژوهشگاه فضایی ایران (اصفهان)

شادی کوهی اصفهانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)، باشگاه پژوهشگران جوان، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر تعیین رابطه ادراک از مسیولیت اجتماعی بر وفاداری مشتریان شرکت شیر پگاه اصفهان است. روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری مورد مطالعه، شامل کلیه مشتریان شرکت شیر پگاه اصفهان است که تعداد آن ها در شهر اصفهان نامحدود بود. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش با استفاده از فرمول حجم نمونه کوکران، تعداد 399 نفر برای مشتریان، با استفاده از روش نمونهگیری تصادفی ساده انتخاب گردید. ابزار اندازهگیری در این پژوهش پرسشنامه های استاندارد ادراک از مسیولیت اجتماعی کارول و وفاداری مشتریان بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط چند تن از صاحب نظران موضوعی مورد تایید قرار گرفت. میزان پایایی پرسشنامهها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب 0/87، 0/92 محاسبه شده است. جهت تجزیه و تحلیل یافتههای پژوهش ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه گام به گام، استفاده شد. نتایج نشان داد هر چهار بعد ادراک از مسیولیت اجتماعی (اقتصادی، قانونی، اخلاقی، بشردوستانه) رابطه مستقیم و معنیدار با وفاداری مشتریان دارند. نتایج رگرسیون گام به گام نشان داد بهترین پیش بینی کننده وفاداری مشتریان در گام اول بعد اقتصادی و در گام دوم بعد بشر دوستانه بود.

## کلمات کلیدی:

مسیولیت اجتماعی؛ وفاداری مشتریان؛ مشتریان شرکت شیر پگاه اصفهان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/606203>

