

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسیولیت اجتماعی شرکت های بیمه بر ارزش ویژه نام تجاری و عملکرد سازمان ( مطالعه موردی: کلیه ی نمایندگی های بیمه ایران شهر نیشابور در سال 1395 )

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و پنجمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

محمد قاسمی نامقی - هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سبزوار

سید تقی شجاعی - کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر مسیولیت اجتماعی شرکت های بیمه بر ارزش ویژه نام تجاری و عملکرد سازمان در نمایندگی های بیمه ایران شهر نیشابور در سال 1395 انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه ی مشتریان نمایندگی های شرکت های بیمه ایران شهر نیشابور در سال 1395 می باشد حجم جامعه برابر با 2300 نفر و با توجه به جدول مورگان حجم نمونه برابر با 379 نفر می باشد که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده اند. ابزار جمع آوری اطلاعات در دو بخش کتابخانه ای و میدانی (پرسشنامه) صورت گرفته است. همچنین جهت آزمون فرضیه ها از روش حداقل مربعات جزئی، رگرسیون چندگانه و مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SmartPLS و Spss استفاده شده است. این پژوهش دارای یک فرضیه اصلی و هشت فرضیه فرعی می باشد. از مجموع فرضیه ها، فرضیه اصلی مورد تایید قرار گرفت و از فرضیه های فرعی تنها سه مورد تایید شد.

## کلمات کلیدی:

مسیولیت اجتماعی، ارزش ویژه نام تجاری، عملکرد سازمان، بیمه ایران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676560>

