

عنوان مقاله:

مسئولیت اجتماعی شرکت های نوپا با عملکرد، استاندارد اخلاقی، رضایت و اعتماد مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

اکرم مهنائی - کارشناس ارشد حسابرسی دانشگاه آزاد اسلامی بیرجند واحد قاینات

محمد رضا رازدار - استاد دانشگاه قاینات

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر مسئولیت اجتماعی شرکت های نوپا با عملکرد استاندارد اخلاقی، رضایت و اعتماد مشتریان می باشد این پژوهش از نظر هدف جزء پژوهش های کاربردی و از نظر شیوه اجرا توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه شرکت های خصوصی کشور به تعداد 150 شرکت می باشد حجم نمونه مطابق با فرمول مورگان- کرجسی 1972، شرکت به صورت تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. جهت سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه برگرفته از تحقیق پارک 2017 استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق از روش مدل ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل Lisrel استفاده شده است. نتایج برای فرضیات نشان داد، مسئولیت اجتماعی شرکت های نوپا و استاندارد اخلاقی رابطه معناداری وجود دارد. بین استاندارد اخلاقی و رضایت مشتریان رابطه معناداری وجود دارد. بین مسئولیت اجتماعی شرکت های نوپا و رضایت مشتری رابطه معناداری وجود دارد. بین مسئولیت اجتماعی شرکت های نوپا و اعتماد مشتری رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی شرکت های نوپا، استاندارد اخلاقی، رضایت و اعتماد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/950817>

