

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت، بازاریابی رسانه های اجتماعی و نوآوری خدمات بر رضایت مشتری

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

زهرا احسن پور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی حکمت رضوی، مشهد، ایران

آفاق ارجمندی نژاد - استادیار، عضو هیات علمی گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی حکمت رضوی، مشهد، ایران

مجتبی پورسلیمی - استادیار، عضو هیات علمی گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

## خلاصه مقاله:

مسئولیت اجتماعی شرکتها و بازاریابی رسانه های اجتماعی یکی از موضوعهای حساس و عنصری مهم و حیاتی در ارتباطات در صنعت گردشگری به ویژه هتلها برای کسب رضایت مشتری در سال های اخیر بوده است. از این رو این پژوهش با هدف بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت، بازاریابی رسانه های اجتماعی و نوآوری خدمات بر رضایت مشتری انجام شده است. لذا تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - پیمایشی و از نوع میدانی است. جامعه آماری تحقیق مشتریان هتل های سه ستاره مشهد می باشد. افزون بر این با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه 384 نفر برآورد و پرسشنامه به روش در دسترس بین اعضای جامعه توزیع گردید. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است که از روایی و پایایی مناسب برخوردار است. داده های گردآوری شده، در دو بخش توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش توصیفی با استفاده از نرم افزار (SPSS) و در بخش استنباطی با بهره گیری از روش مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل (LISREL) فرضیه های تحقیق و کل مدل تحقیق مورد آزمون قرار گرفت. یافته های پژوهش بیانگر آن است که هر سه متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت، بازاریابی رسانه های اجتماعی و نوآوری خدمات بر رضایت مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی شرکت، بازاریابی رسانه های اجتماعی، نوآوری خدمات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/987001>

