

تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مشتری از طریق شهرت شرکت و تبلیغات دهان به دهان (مورد مطالعه: هتل های استان گیلان)

روشنک عطایی*, دکتر بیژن شفیعی,

1397-6-21

هدف از این تحقیق بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مشتری از طریق شهرت شرکت و تبلیغات دهان به دهان می باشد. ماهیت تحقیق کاربردی و توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر 423 نفر از مشتریان هتل های چهار و پنج ستاره استان گیلان می باشد. روش گردآوری اطلاعات به روش میدانی و با ابزار پرسشنامه استخراج شده از مقاله (جلیلیوند و همکاران، 2017) می باشد. نتایج بدست آمده از تحقیق حاکی از روابط بین متغیرهای تحقیق (مسئولیت اجتماعی شرکت- اعتماد مشتری- شهرت شرکت- تبلیغات دهان به دهان) می باشد.

کلمات کلیدی : مسئولیت اجتماعی شرکت- اعتماد مشتری- شهرت شرکت- تبلیغات دهان به دهان- هتل.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)