

حامد قارد زاده<sup>1</sup>، مرتضی فاتحی پور<sup>2</sup>، سید امید حسینی کردستان (نویسنده مسئول)<sup>3</sup>

1 استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، ایران

2 استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی مرکز سنندج، سنندج، ایران

3 دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی مرکز سنندج، سنندج،

ایران

### چکیده

پژوهش پیش رو، ذیل مفاهیم رفتار سازمانی و باهدف بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و اعتماد مشتریان در هتل های سه ستاره و چهار ستاره استان کردستان طرح و اجرا شده است. به این منظور کارکنان و مشتریان هتل های سه ستاره و چهار ستاره استان کردستان به عنوان جامعه آماری لحاظ و مورد بررسی قرار گرفته اند. این مطالعه از دید روش، از انواع پژوهش های توصیفی؛ از نوع همبستگی؛ از منظر هدف کاربردی؛ به لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات، پیمایشی؛ از نظر زمانی مقطعی-عرضی است. به ترتیب پرسشنامه های مسئولیت پذیری اجتماعی لیو و همکاران شامل 16 سؤال و اعتماد مشتریان علی رضائیان شامل 14 سؤال به کار برده شد. پایایی پرسشنامه ها به روش آلفای کرونباخ برای دو متغیر اشاره شده به ترتیب برابر با 0.875 و 0.855 محاسبه گردید. یافته های نهایی پژوهش در نرم افزار SPSS، حاکی از وجود ارتباط معنی دار، بین مسئولیت پذیری اجتماعی و ابعاد آن (شامل محیط زیست، جامعه، سهامداران) با اعتماد مشتریان در هتل های سه ستاره و چهار ستاره استان کردستان است.

واژه های کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی، اعتماد مشتریان، هتل های سه ستاره و چهار ستاره استان کردستان