

## عنوان مقاله:

تاثیر آگاهی انرژی بر قصد خرید با نقش میانجی نگرش مصرف کننده

## محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت دانش و کسب و کارهای الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

محمدجعفر کریمی بهار - مدیریت اقتصاد حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد همدان، دانشگاه پیام نور، همدان، ایران

علیرضا عقیقی - استادیار، گروه مدیریت، بخش مدیریت اقتصاد حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر آگاهی انرژی بر قصد خرید با نقش میانجی نگرش مصرف کننده در مشترکین انرژی برق شهر همدان می باشد. این تحقیق از لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع پیمایشی باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشترکین انرژی برق در شهر همدان است. جامعه آماری این پژوهش از نوع نامحدود می باشد. در این پژوهش 384 نفر از این مشترکین به روش غیرتصادفی در دسترس شرکت کردند. جهت اندازه گیری متغیرها از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. داده ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی تجزیه و تحلیل شده است. برای آزمون فرضیه ها از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که آگاهی انرژی با ضریب تاثیر 0 / 486 بر نیت خرید، با ضریب تاثیر 0 / 421 بر نگرش مشترکین محصولات کم مصرف انرژی برق در شهر همدان تاثیر معناداری می گذارد. همچنین تاثیر نگرش مصرف کنندگان با ضریب تاثیر 0 / 426 بر نیت خرید مشترکین محصولات کم مصرف انرژی برق در شهر همدان نیز مورد تایید قرار گرفت. همچنین نتایج نشان داد که: شده در نگرش مصرف کنندگان در روابط بین آگاهی انرژی و نیت خرید مشترکین محصولات کم مصرف انرژی برق در شهر همدان با شدت 0.299 نقش میانجی دارد.

## کلمات کلیدی:

نیت خرید، نگرش، محصولات کم مصرف انرژی، آگاهی انرژی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1128284>

