

## عنوان مقاله:

بررسی اثرات رفتارهای مصرف کننده بر قصد خرید کسب و کارهای تجاری اجتماعی

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

تحفه قبادی - استادیار گروه مدیریت واحد همدان دانشگاه آزاد اسلامی همدان ایران

راحیل حیدری هندیجانی - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی همدان ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی اثرات مقطعی رفتارهای مصرف کننده بر قصد خرید کسب و کارهای اجتماعی بوده است براساس ادبیات موجود درباره تاثیر اثرات رفتار مصرف کننده، یک مدل نظری توسعه داده شد و نتایج فرضیات بصورت تجربی مورد ارزیابی قرار گرفت. نوع تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، مشتریان یک پاساژ تجاری اجتماعی نسبتاً شناخته شده در اصفهان بوده است که بصورت تصادفی ساده تعداد ۳۲۰ پرسشنامه توزیع و اطلاعات آن جمع اوری شده است. روش جمع وری اطلاعات کتابخانه ای و میدانی و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد براساس مدل با تعداد ۳۵ گویه بوده است براساس طیف لیکرت بوده، روایی براسای روایی صوری و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مقدار ۰.۸۵۱ به دست آمده است و مورد تایید قرار گرفته است برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم LISREL و معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج نشان داد که ابعاد رفتارهای مصرف کننده بر قصد خرید کسب و کارهای اجتماعی تاثیر مثبت دارد و بین تمامی متغیرهای پژوهش همبستگی وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، کسب و کار، قصد خرید

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1234664>

