

عنوان مقاله:

بررسی مقایسه ای رابطه دینداری و الگوی مصرف میان مسلمانان، زرتشتیان و مسیحیان ایران

محل انتشار:

دوفصلنامه پژوهش های ادیبانی، دوره 9، شماره 17 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

محمد مهدی پورسعید - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

سعید ده یادگاری - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

مصطفی وکیلی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی رابطه دینداری و الگوی مصرف میان پیروان سه دین اسلام، مسیحیت و زرتشتی است. جامعه آماری تحقیق شامل مسلمانان، مسیحیان و زرتشتیان ساکن اصفهان و کرمان است که با استفاده از نمونه گیری گلوله برفی، از هر دین شصت نفر (مجموعاً ۱۸۰ نفر) به عنوان نمونه های تحقیق انتخاب شدند. این پژوهش از بعد هدف کاربردی، و روش به کار گرفته شده در آن توصیفی همبستگی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش نامه بود که پس از تایید اعتبار و اجرای آزمایشی، به منظور اطمینان از پایایی آن بر روی نمونه های تحقیق اجرا شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار smartPLS کمک گرفته شد. با توجه به ضرایب معناداری مشخص شد که در جامعه مسلمانان، دینداری رابطه معنادار معکوسی با متغیر فرهنگ پذیری دارد، ولی در جامعه مسیحیت و زرتشتی این رابطه به دلیل پایین بودن مقدار ضریب t رد شد و در بقیه نمونه ها با توجه به بالاتر بودن مقدار ضریب t از ۹۶/۱ تمامی فرضیات تحقیق تایید شد. نتیجه گیری کلی نشان داد که بین مسلمانان میان دینداری و الگوی مصرف رابطه معکوس وجود دارد و بین دینداری و الگوی مصرف در میان زرتشتیان و مسیحیان رابطه معناداری وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

دینداری، فرهنگ پذیری، الگوی مصرف، ایران، اسلام، مسیحیت، آیین زرتشت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1271204>

