

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی خرده فروش بر رفتار شهروندی با نقش میانجی اعتماد و اثربخشی درک شده مصرف کننده (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش شهرستان ساری)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

زین العابدین رحمانی - عضو هیئت علمی دانشگاه

هدایت مظلومی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه ادیب مازندران

خلاصه مقاله:

مطالعه حاضر باهدف بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی خرده فروش بر رفتار شهروندی با نقش میانجی اعتماد و اثربخشی درک شده مصرف کننده انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل مشتریان فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش شهر ساری به صورت نامحدود می باشد که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه مشتریان ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه های توسعه یافته می باشد که با طیف ۵ ارزشی لیکرت سنجیده شده است. روایی محتوایی این پرسشنامه ها به تایید خبرگان این حوزه رسیده و میزان پایایی آن نیز بر اساس آزمون آلفای کرونباخ، استفاده از نرم افزار آماری برای علوم اجتماعی (SPSS) تعیین و با درصد بالای ۰.۷ مورد تایید قرار گرفته است. تحلیل داده های گردآوری شده به وسیله آمار توصیفی از طریق نرم افزار SPSS و آمارتحلیلی از روش مدل سازی معادلات ساختاری (حداقل مربعات جزئی) و با استفاده از نرم افزار Smart PLS بررسی شده است. نتایج پژوهش بیانگر آن است که تمامی فرضیات پژوهش تایید شده اند و همچنین یافته ها نشان داده است که مسئولیت اجتماعی خرده فروش بیشترین تاثیر را بر اعتماد مصرف کننده دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی خردهفروش، اعتماد مصرف کننده، اثربخشی درک شده مصرف کننده، رفتار شهروندی مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1394574>

