

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر درک مصرف کننده از تعهد و نفوذ خرده فروش به توسعه پایدار بر تصویر فروشگاه و وفاداری مصرف کننده

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

بهرام خیری - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

زهرا متمنی شریانی - دانش آموخته کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی و تعیین تاثیر درک مصرف کننده از تعهد و نفوذ خرده فروش به توسعه پایدار بر تصویر فروشگاه و وفاداری مصرف کننده انجام شده است. روش پژوهش حاضر، پیمایشی-توصیفی و ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش، مشتریان فروشگاه های زنجیره ای رفاه، هایپرمی و هایپرستار در سطح شهر تهران و کرج می باشند. روش نمونه گیری این پژوهش، طبقه ای، خوشه ای و تصادفی ساده است و حجم نمونه با توجه به نامحدود بودن تعداد جامعه و بر اساس جدول مورگان 384 نفر در نظر گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از بسته نرم افزاری SPSS نسخه 20 و بسته نرم افزاری SmartPLS نسخه 2,0 استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که نگرانی ها درباره محیط زیست، مصرف اخلاقی و تصویر ذهنی شخص بر درک مصرف کننده از خرده فروش به توسعه پایدار تاثیر دارد و نیز همچنین درک مصرف کننده از خرده فروش به توسعه پایدار بر تصویر ذهنی خرده فروش و وفاداری تاثیر گذار است. تاثیر نگرانیها درباره محیط زیست بر تعهد خرده فروشان به توسعه پایدار نیز تایید نمی شود.

کلمات کلیدی:

تعهد خرده فروشان به توسعه پایدار، نفوذ خرده فروشان بر توسعه پایدار، مصرف اخلاقی، وفاداری مصرف کننده، تصویر ذهنی خرده فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/396855>

