

## عنوان مقاله:

رفتار خرید پایدار مصرف کنندگان: مدل سازی تاثیر عوامل روان شناختی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی نقش مدیریت در چشم انداز ۱۴۰۴ (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

نازلی کریمانی - دانشجوی دکترای مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد

سیامک موسوی - هیئت علمی استادیار دانشگاه آزاد

## خلاصه مقاله:

هدف- هدف این مطالعه بررسی آن دسته عوامل روان شناختی است که رفتار خرید پایدار مصرف کنندگان جوان و تحصیل کرده را پیش بینی می کنند. بررسی بر 425 مصرف کننده جوان انجام شده است. به منظور پیش بینی قدرت متغیرهای در نظر گرفته شده، مدل سازی معادله ساختاری به کار گرفته شد. نتایج نشان می دهد که میل و نیاز به مسئولیت محیطی، معنویت و اثربخشی درک شده مصرف کننده، از عوامل تعیین کننده روان شناختی تصمیم گیری های خرید پایدار مصرف کنندگان است. نتایج این مطالعه برای استراتژیست های سیاستگذاری و سازمان های دولتی در طراحی کمپین های مشوق عرف خرید پایدار در میان مصرف کنندگان جوان ارزشمند خواهد بود. ترویج رفتار خرید پایدار ممکن است در کاهش اثر زیان های ناشی از خرید غیر برنامه ریزی شده در محیط زیست و جامعه کمک کند.

## کلمات کلیدی:

رفتار خرید پایدار، معنویت، میل به مسئولیت پذیری زیست محیطی، تاثیر درک شده بازار

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/925372>

