

عنوان مقاله:

تاثیر اعتماد به نفس مصرفکنندگان بر قصد خرید محصولات سازگار با محیط زیست

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

رزا هندیجانی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

فاطمه مصلح - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش به بررسی تاثیر میزان اعتماد به نفس مصرف کنندگان در خصوص خرید محصولات سازگار با محیط زیست بر قصد خرید محصولات سازگار با محیط زیست پرداخته است. متغیر مستقل این پژوهش که با استفاده از داده‌های پرسشنامه ای و در محیط آزمایشگاهی مورد سنجش قرار گرفته است، اعتماد به نفس مصرفکنندگان در مورد خرید محصولات سازگار با محیط زیست می باشد. متغیر وابسته ی پژوهش نیز قصد خرید محصولات سازگار با محیط زیست می باشد. این پژوهش در آزمایشگاه تحقیقات کسب و کار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران انجام شد و ۱۵۰ نفر از دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاههای استان تهران در آن شرکت کردند. فرضیات پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۶ و با استفاده از تحلیل رگرسیون خطی ساده تجزیه و تحلیل شده است. بررسی نتایج پژوهش نشان می دهد که هر چه میزان اعتماد به نفس مصرف کنندگان در مورد خرید محصولات سازگار با محیط زیست بیشتر باشد، قصد خرید آنان در خصوص این دسته از محصولات نیز بیشتر خواهد شد.

کلمات کلیدی:

اعتماد به نفس مصرف کننده، اعتماد به نفس مصرفکننده در خرید محصولات سازگار با محیط زیست، محصولات سازگار با محیط زیست، قصد خرید محصولات سازگار با محیط زیست

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1671389>

