

## عنوان مقاله:

قوم‌گرایی در مصرف و رابطه آن با میهن‌پرستی و گرایش‌ات جهان‌وطنی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 1، شماره 3 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

بهرام رنجبریان - دانشگاه اصفهان

رسول قلی زاده

## خلاصه مقاله:

قوم‌گرایی مصرف‌کنندگان به عنوان یکی از عوامل موثر بر تصمیم‌گیری آنها در خرید محصولات داخلی در مقابل محصولات خارجی، موضوع بسیاری از تحقیقات قرار گرفته است. به همین دلیل، این تحقیق با در نظر گرفتن ۲۳۰ نفر از دانشجویان دانشگاه اصفهان به عنوان نمونه آماری تحقیق، نخست میزان این متغییر در جامعه مورد بررسی، اندازه‌گیری شده، سپس با استفاده از آزمون رگرسیون، رابطه بین قوم‌گرایی در مصرف با میهن‌پرستی و جهان‌وطنی سنجیده شده است. نتایج نشان می‌دهد که دانشجویان دانشگاه اصفهان از نظر قوم‌گرایی در مصرف، از درجه پایینی برخوردارند. به علاوه رابطه مستقیم بین میهن‌پرستی و قوم‌گرایی و رابطه منفی بین جهان‌وطنی و قوم‌گرایی مصرفی دانشجویان وجود داشته است. هم‌چنین نتایج دلالت بر آن دارد که دانشجویان رشته‌های مختلف میزان‌های متفاوتی از این متغیرها را نشان می‌دهند.

## کلمات کلیدی:

جهان‌وطنی، قوم‌گرایی مصرف‌کننده، میهن‌پرستی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1741092>

