

## عنوان مقاله:

تاثیر مشکلات اقتصادی و جهان بینی بر ستیزه جویی و قصد خرید مصرف کننده (مورد مطالعه: محصولات شرکت پارس خزر)

## محل انتشار:

اولین همایش ملی ایده پردازی، مباحث و یافته های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

اسماعیل اکبری شبخوسلاتی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرقدس، ایران

الهام فریدچهر - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرقدس، ایران

مجید احمدی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرقدس، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، ارزیابی تاثیر مشکلات اقتصادی و جهانی بینی بر ستیزه جویی و قصد خرید مصرف کننده در شرکت پارس خزر در شهر تهران میباشد. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده ها، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش تمامی مشتریان شرکت پارس خزر میباشد. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده و ۴۰۰ پرسشنامه به روش تصادفی ساده توزیع گردیده است. پایایی پرسشنامه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته که به میزان ۰/۸۰۳ بوده است. روایی ابزار تحقیق نیز با انجام تکنیک تحلیل عاملی تأییدی بررسی شده است. سپس داده ها با روش مدلیابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار Smart-PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از بررسی فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که مشکلات اقتصادی و جهانی بینی بر ستیزه جویی، ستیزه جویی بر ارزیابی کیفیت و قصد خرید مصرف کننده، و ارزیابی کیفیت بر قصد خرید مصرف کننده تاثیرگذار است.

## کلمات کلیدی:

جهانی بینی، ستیزه جویی، قصد خرید مصرف کننده، مشکلات اقتصادی، و شرکت پارس خزر.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1746184>

