

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر نگرش مصرف کنندگان نسبت به عدم مسئولیت اجتماعی و تحریم فروشندگان

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:

سامان محمدی - استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

فروغ الزمان خاموشی - گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

امیر رهبر - گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

خلاصه مقاله:

اگر مصرف کنندگان نتیجه بگیرند که یک فروشنده مسئول یک واقعه مرتبط با عدم مسئولیت اجتماعی است، در نهایت یک رفتار منطقی که معمولاً مورد استفاده قرار میگیرد تحریم خواهد بود. پژوهش حاضر به دلیل آنکه به دنبال زایش نظریه از دل داده های کیفی است بر اصول مبتنی بر نظریه داده بنیاد است و از طریق مصاحبه عمیق با 31 خانوار از مصرف کنندگان مرغ در شهر کرمانشاه به بررسی نگرش مصرف کنندگان نسبت به تحریم فروشندگان با در نظر گرفتن عدم مسئولیت اجتماعی پرداخته شده است. مشارکت کنندگان، از طریق فرایند نمونه گیری هدفمند انتخاب شده و مصاحبه ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرده اند نهایتاً جهت استفاده از اطلاعات قابل تحلیل در پژوهش حاضر، تعداد 25 مصاحبه انجام و برای تحلیل داده ها از اصول مرتبط با نظریه زمینه ای استفاده شده است. نتایج حاصل از کدگذاری داده ها منجر به شناسایی 16 مفهوم شد که در قالب دو وجه نگرش مصرف کنندگان و تحریم فروشنده با در نظر گرفتن عدم مسئولیت اجتماعی دسته بندی شده اند.

کلمات کلیدی:

نگرش مصرف کنندگان، عدم مسئولیت اجتماعی، تحریم فروشندگان.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1157905>

