

عنوان مقاله:

تحلیلی بر تاثیر پذیری رفتار خریداران سازمانی از مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها (مطالعه موردی سازمان های دولتی استان کردستان)

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 9، شماره 3 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

فریدون احمدی - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، گروه مدیریت

ناصر توره - استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه دقت در خریدهای سازمانی به ویژه برای سازمان های دولتی با توجه به حساسیت ها و نظارت های قانونی متعددی که وجود دارد از اهمیت خاصی برخوردار است. واحدهای تولیدی هم با اطلاع از این نوع حساسیت ها، تلاش می کنند تا با تشخیص نیازهای واقعی خریداران سازمانی و ارجحیت های نگرشی و رفتاری آنان، جایگاه مثبتی از خود در ذهن این نوع از مشتریان خاص ایجاد نمایند. در این راستا مطالعه حاضر با هدف بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی به عنوان رویکردی مناسب در جهت موضع یابی شرکتی، بر رفتار خریداران سازمانی در سازمان های دولتی استان کردستان انجام شده است. برای تحقق این هدف تعداد ۱۰۰ نفر از کارشناسان خرید و تدارکات سازمان های دولتی در استان کردستان به شیوه قضاوتی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. پژوهش حاضر، بر حسب هدف کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده ها توصیفی از نوع همبستگی است. از دو روش کتابخانه ای و میدانی برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. در روش میدانی جمع آوری داده ها بوسیله ی پرسشنامه انجام شد و ۱۰۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به منظور تحلیل داده ها از نرم افزار های SPSS و Smartpls استفاده شده است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می دهد که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها با تاثیر بر ترجیحات و کیفیت ادراکی برند، بر رفتار خریداران سازمانی، در سازمان های دولتی استان کردستان تاثیر مثبتی گذاشته است.

کلمات کلیدی:

خریداران سازمانی، مسئولیت پذیری اجتماعی، ترجیحات برند، کیفیت ادراکی برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1551884>

