

9th International Conference on Humanities, Social Sciences and Lifestyle



بررسی تفاوت‌های بین نسلی ارزش‌های کسب‌وکار در میان بازاریان شهر اصفهان

حسن تقفیان

دکتری جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا

چکیده

پژوهش حاضر، به بررسی تفاوت‌های نسلی در زمینه ارزش‌های کسب‌وکار در میان بازاریان شهر اصفهان پرداخته و با مرور ادبیات موجود در زمینه جامعه‌شناسی نسلی در ایران، سه نسل «قبل از انقلاب»، «نسل انقلاب» و «نسل سوم» شناسایی شده و مبنای پژوهش قرار گرفته است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع «پیمایشی» می‌باشد. جامعه آماری آن کلیه افرادی است که در سطح شهر اصفهان مشغول به فعالیت اقتصادی بوده‌اند. حجم نمونه، ۵۲۴ نفر از بازاریان شهر اصفهان می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که بین نسل‌های مورد بررسی در بازار شهر اصفهان در زمینه ارزش‌های فرامادی کسب و کار، تفاوتی وجود ندارد. همچنین، بین نسل‌های مورد بررسی در بازار شهر اصفهان در زمینه ارزش‌های مادی کسب و کار تفاوتی دیده نمی‌شود. علاوه بر این، نتایج پژوهش بیانگر این بود که تعلق نسلی بر ارزش‌های کسب‌وکار تأثیر معناداری دارد و این فرضیه قابل تأیید است، اما این تأثیرگذاری پایین می‌باشد. به‌طور کلی می‌توان گفت که آشفته‌گی‌های وضعیت اقتصادی، انومی اجتماعی و ارزشی و فضای مشترک جامعه‌پذیری نسلی، عواملی هستند که در عدم تفاوت نسلی در ارزش‌های کسب‌وکار در بازار شهر اصفهان نقش داشته‌اند.

واژگان کلیدی: تفاوت نسلی، تعلق نسلی، ارزش‌های کسب‌وکار، بازار شهر اصفهان