

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر تمایل به خرید کالاهای لوکس خارجی با تاکید بر نقش میانجی تعدیلگر خود شیفتگی (مورد مطالعه: پوشاک لوکس ورزشی)

محل انتشار:

نخستین همایش ملی تحقیقات کاربردی در اقتصاد پویا، مدیریت و حسابداری نوین (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

میرزا احسن حسینی - استادیار، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی نیما

اعظم سازور - استادیار، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی نیما

عاطفه شبرنگ - درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی نیما

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر تمایل به خرید کالاهای لوکس خارجی با تاکید بر نقش میانجیتعدیلگر خود شیفتگی (مورد مطالعه: پوشاک لوکس ورزشی) می باشد. جامعه آماری این تحقیق خریداران و مشتریان کالاهای لوکس خارجی ورزشی میباشند. تحقیق حاضر بر مبنای هدف، تحقیق از نوع کاربردی میباشد و از سوی دیگر نوع روش تحقیق که برای رسیدن به مقاصد تحقیق حاضر از آن استفاده شده است از نوع توصیفی- همبستگی می باشد. در این راستا ضمن مرور بر ادبیات موضوع و استفاده از منابع کتابخانه ای، محقق پرسشنامه استاندارد شده بر اساس مقالات (مات و همکاران، 2016؛ یاوز و همکاران، 2013؛ هانگ و همکاران، 2011) طراحی و توزیع نمود. پرسشنامه طراحی شده در دو بخش سوالات توصیفی سوالات اصلیتحقیق شامل 26 سوال می باشد. فرضیات این پژوهش با استفاده از روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرمافزار لیزرل مورد آزمون قرار گرفتند. در پایان نتایج حاکی از آن است که تصویر ذهنی، خودشیفتگی، درآمد، تاثیراجتماعی، تاثیر تجربیات و کارکرد محصول بر قصد خرید محصولات لوکس خارجی تاثیر مثبت دارند.

کلمات کلیدی:

خرید، کالای لوکس ورزشی، خودشیفتگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1135978>

