

عنوان مقاله:

تبیین عوامل موثر بر ملی گرایی مصرفی بر اساس مدل یابی حداقل مجذورات جزئی: PLS؛ (مورد مطالعه شهروندان شهرستان کاشان)

محل انتشار:

دوفصلنامه جامعه شناسی و مدیریت سبک زندگی، دوره 2، شماره 5 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 44

نویسندگان:

محسن نیازی - دانشگاه کاشان

الهام شفائی مقدم - دانشگاه کاشان

اعظم نژادی - دانشگاه کاشان

خلاصه مقاله:

حمایت از تولید و مصرف تولیدات ملی همواره در اولویت سیاست گذاری های اقتصادی و اجتماعی قرار داشته است، اما علی رغم تاکید بر مصرف کالاهای داخلی، تاکنون در تحقیقات اندکی این گرایش ها به طور منسجم و علمی مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است. بر این مبنا، هدف اصلی این مطالعه، بررسی عوامل موثر بر میزان تمایل مصرف کنندگان به مصرف محصولات داخلی تحت عنوان «ملی گرایی مصرفی»، به صورت کمی و در نمونه نسبتا وسیع و متنوعی از مصرف کنندگان می باشد. این مطالعه از نوع پیمایشی بوده و داده های تحقیق با استفاده از تکنیک پرسشنامه جمع آوری گردیده است. جامعه آماری شامل کلیه شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر کاشان در سال ۱۳۹۲ می باشد. با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران، ۶۰۵ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین و به روش تصادفی انتخاب و بررسی شده اند. بر اساس نتایج تحقیق، متغیر میهن پرستی با حجم اثر در حد متوسط و ۳۵ درصد اثرگذاری کل در رتبه اول، رضایت از کالای خارجی با ۲۵- درصد اثرگذاری کل در رتبه دوم، متغیر عملکرد تولیدکنندگان داخلی با ۸ درصد اثرگذاری کل در رتبه سوم و متغیرهای رضایت از کالای داخلی، نگرش به کالای خارجی، تبلیغات تلویزیونی و تشخیص پذیری به ترتیب با حجم اثر کم در رتبه های بعدی قرار دارند. مقدار $R^2 = 0.167$ نیز نشان می دهد؛ در مجموع، توان پیش بینی کنندگی مدل در حد متوسط می باشد. علاوه بر این، با توجه به مقدار به دست آمده در ماتریس اهمیت- عملکرد، متغیر تبلیغات تلویزیونی دارای اهمیت و در عین حال عملکرد ضعیف تر می باشد.

کلمات کلیدی:

ملی گرایی مصرفی، میهن پرستی، عملکرد تولیدکنندگان، تبلیغات، تشخیص پذیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1230737>

