

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر تغییر گرایش به مصرف کالای تجملی با تعدیل گری ویژگی های جمعیت شناختی (مورد مطالعه: شهر مشهد)  
Identify influential factors on change tendency to luxury goods consume by adjustment Demographic Features (Case Study: Mashhad City)

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان، دوره 15، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

زهرا شیرزور علی ابادی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند

مهديه كاری - دانش آموخته کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور مشهد

## خلاصه مقاله:

در دهه های قبل، خریدهای مصرف کننده به منظور دستیابی به کالاها و خدمات، مورد نیاز بود. امروزه، مصرف کنندگان با خرید کالاها، نیازهای روان شناختی خود را برآورده می کنند. مصرف کنندگان با به نمایش گذاشتن شخصیت یا تقویت عزت نفس خود، محصولات را خریداری می کنند؛ به عبارتی کالای خریداری شده، به کالایی برای نشان دادن وجهه اجتماعی، تبدیل شده است. این مطالعه جهت بررسی عوامل موثر بر تغییر گرایش رفتار مصرفی مصرف کننده در مورد محصولات تجملی انجام شده است. در این مطالعه تلاش شده است ارتباط متغیرهایی همچون: کیفیت ادراک شده، وضعیت اجتماعی ادراک شده، نگرش، ادراک از برند و تصویر ذهنی، با رفتار مصرفی مصرف کننده برای کالاهای تجملی، با اثر تعدیل گر (خودبینی) مورد مطالعه قرار گیرد. به این منظور، پرسشنامه استاندارد بومی شده ای بین ۳۸۴ نفر در شهر مشهد توزیع شد. این تحقیق به روش توصیفی- پیمایشی با روش نمونه گیری احتمالی از نوع تصادفی ساده انجام شده است. برای روابط بین متغیرها، از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتیجه تجزیه و تحلیل، نشان می دهد که اثر اجتماعی ادراک شده، ادراک از برند، نگرش مصرف کننده و کیفیت خدمات، با عوامل موثر با قصد خرید مصرف کننده، ارتباط دارند. در حالی که تصویر ذهنی و خودبینی، تاثیر معناداری بر انگیزه خرید ندارند. از طرفی بین متغیرهای مستقل، تاثیر ادراک از برند نسبت به سایر متغیرها بر قصد خرید بیشتر بوده است. علاوه بر خودبینی، تعاملات بین متغیرهای مستقل، ادراک از برند و اثر اجتماعی و متغیر وابسته، رفتار خرید مصرف کننده را تعدیل نمی کند.

## کلمات کلیدی:

ادراک، اثر اجتماعی، تصویر ذهنی، خرید، خودبینی، کالاهای تجملی، کیفیت خدمات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1267985>

