

## عنوان مقاله:

گرایش به کالاهای داخلی و خارجی در جوانان یزدی و پیش بین های آن

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، دوره 14، شماره 27 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسنده:

مرتضی امیدیان - دانشیار، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز: E-mail: [morteza\\_omid@scu.ac.ir](mailto:morteza_omid@scu.ac.ir)

## خلاصه مقاله:

موضوع مصرف کالاهای خارجی از دیدگاه های مختلف مورد توجه قرار گرفته و در پژوهش های مختلف به نقش عواملی چون: ملی-گرای، گرایش به سفر، ویژگی های شخصی و تمایل به کالاهای خارجی به دلیل کیفیت بالا اشاره شده است. براین اساس، در پژوهش حاضر، میزان تمایل به کالاهای داخلی و خارجی در گروه های مختلف سنی جوانان و عوامل پیش بینی کننده آن مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش، تمامی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله یزدی در سال ۱۳۹۲ بود. روش نمونه گیری، از نوع نمونه گیری خوشه ای بود و حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران، ۳۸۶ نفر در نظر گرفته شد. ابزارهای گردآوری اطلاعات، پرسشنامه نگرش به کالاهای خارجی بود که از پرسشنامه P. Bressers, S.P. and Douglas, E.D., Nijssen (۱۹۹۹) اقتباس گردید. برای ترجیح کالا بین ۱۲ کشور در ۶ نوع کالا از آزمون Sengiz, ekrem & Kirkbir, Fazel (۲۰۰۷) همراه با تغییرات استفاده شد. هر دو آزمون برای انطباق با جامعه ایرانی تغییر کردند و اعتباریابی مجدد شدند که ضرایب پایایی آنها مناسب بود. به منظور اعتبار یابی هر دو آزمون با روش تحلیل عامل تاییدی، از نرم افزار لیزرل استفاده شد. شاخص های به دست آمده، اعتبار را تایید کرد. براساس نتایج به دست آمده، تفاوت گروه های سنی در گرایش به کالاها معنی دار نبود، ولی گرایش به نوع کالاها با توجه به کشور تولید کننده نشان داد که گرایش به کالاهای خارجی به استثنای مواد خوراکی، بیشتر از کالاهای داخلی بود. رابطه بین گرایش به سفر خارجی و مصرف کالاهای خارجی، مثبت و معنی دار بود. همچنین، ملی گرایی به صورت معکوس با گرایش به کالاهای خارجی رابطه داشت. نتایج نشان داد که همانند سایر کشورها، سفر های خارجی گرایش به کالاهای خارجی را افزایش می دهد و ملی گرایی بیشتر با کاهش گرایش به کالای خارجی ربط دارد.

## کلمات کلیدی:

کالای داخلی و خارجی، جوانان یزدی، کیفیت کالا، قیمت و ملی گرایی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1411897>

