

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سبک‌های تصمیم‌گیری خرید بر مصرف کالاهای داخلی؛ مطالعه موردی: استان لرستان

## محل انتشار:

دوفصلنامه جستارهای اقتصادی، دوره 19، شماره 38 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

مسعود سعادت مهر - استادیار اقتصاد دانشگاه پیام نور، ایران، تهران.

روزبه بالونژادنوری - استادیار گروه اقتصادی، پژوهشکده امور اقتصادی

## خلاصه مقاله:

رفتار مصرف‌کنندگان و سبک‌های خرید آنها می‌تواند عاملی مهم در تقویت کالاهای داخلی یا تضعیف آنها در مقابل کالاهای خارجی باشد. هرچه سلیقه مصرف‌کنندگان به سمت استفاده از کالاهای داخلی بیشتر باشد، رشد اقتصادی، تولید داخلی و اشتغال بیشتر می‌شود؛ از این رو آگاهی از سبک‌های خرید مصرف‌کنندگان از اهمیت بالایی برخوردار است. با این کار می‌توان معیارهای تصمیم به خرید مصرف‌کنندگان را استخراج نمود و بر مبنای آنها راهکارهای عملی جهت خرید و حمایت از کالاهای ایرانی را در مقابل کالاهای خارجی ارائه کرد. بنابراین، در این پژوهش، سبک‌های مصرف و تقاضای خرید مصرف‌کنندگان بررسی شده است. هدف اصلی این تحقیق، بررسی تاثیر هرکدام از سبک‌های تصمیم‌گیری خرید بر مصرف کالاهای ایرانی است. جامعه آماری تحقیق، شامل افراد بالای هجده سال ساکن در استان لرستان به تعداد ۱ میلیون و ۲۶۰ هزار و ۳۹۳ نفر است که از این جامعه تعداد ۳۵۵ نفر براساس فرمول کوکران به‌عنوان نمونه انتخاب شد. این تحقیق به روش میدانی با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد سبک‌های خرید ملی‌گرایی اقتصادی، کیفیت‌گرایی، قیمت‌گرایی و تبلیغ‌گرایی رابطه مثبت و سبک‌های برندگرایی و مدگرایی رابطه منفی با مصرف کالاهای ایرانی دارند. ملی‌گرایی اقتصادی بیشترین تاثیر مثبت و تبلیغ‌گرایی کمترین تاثیر مثبت را بر مصرف کالاهای ایرانی دارند.

## کلمات کلیدی:

سبک‌های خرید، ملی‌گرایی اقتصادی، برندگرایی، مدگرایی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1831142>

