

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ارزش درک شده از کیفیت کالاهای تولید داخل و رضایتمندی مصرف کنندگان

## محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

اسحاق حسینی - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه پیام نور

زهرا منتشر - کارشناس، مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور شیراز

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین ارزشدرک شده از کالاهای تولید داخل و رضایتمندی مصرف کنندگان انجام شده است. روش تحقیق، توصیفی - همبستگی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است. جامعه آماری شامل شهروندان شیرازی و نمونه مورد مطالعه 151 نفر به صورت تصادفی انتخاب شده است. داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار اس پی اس و ایموس نسخه 21 تجزیه و تحلیل شد. یافته ها نشان می دهد که میانگین ارزش درک شده و رضایتمندی مصرف کننده در شهر شیراز به ترتیب 2/81، 2/86 از 5 می باشد که پایین تر از حد متوسط می باشد. نتایج نشان داد مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است، همچنین فرضیه پژوهش در سطح اطمینان 95% تایید می شود

## کلمات کلیدی:

ارزش درک شده، رضایتمندی مصرف کنندگان، کالاهای تولید داخل

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/343765>

