

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر نگرش و قصد مصرف کنندگان به خرید محصولات جعلی برند های لوکس محصولات الکترونیکی «مطالعه موردی: شهروندان شهر سنج»

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

ابوذر بابایی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش داخلی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج، سنج، ایران

جمال ادهمی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر نگرش و قصد مصرف کنندگان به خرید محصولات جعلی برندهای لوکس محصولات الکترونیک در شهر سنج صورت گرفته است با توجه به اینکه جامعه آماری شهروندان نامحدود می باشد، با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه تعیین گردید برای رفع اثرات پرسشنامه گم شده، ناقص و .. حدود 10 درصد دیگر به حجم نمونه اولیه اضافه گردید و در نهایت 384 پرسشنامه با اطلاعات کامل تکمیل گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از همبستگی پیرسون و رگرسیون چند گانه استفاده شد. یافته های نهایی پژوهش حاکی از وجود تأثیر معنادار، بین عوامل موثر بر نگرش به محصولات جعلی در سطح امینان 99% می باشد همچنین آگاهی از ارزش و اثر اجتماعی و هنجار ذهنی دارای اثر مثبت و معنادار میباشند. و نتایج آزمون رگرسیون چند گانه نیز نشان می دهند که به جز عامل مسائل اخلاقی کلیه ابعاد دارای تأثیر با ضریب تعیین 0/460 با اطمینان 99% می باشند و همچنین بیشترین اثر مربوط به بعد آگاهی از ارزش می باشد.

کلمات کلیدی:

نگرش نسبت به محصول جعلی، قصد خرید، برند لوکس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/392836>

