

عنوان مقاله:

بررسی عوامل مؤثر بر نگرش و قصد خرید برندهای لوکس در محصولات دیجیتالی مطالعه ی موردی: گوشی موبایل شهرستان بهبهان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم رفتاری و اجتماعی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

سارا عوض نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی

منصور سراج - دانشیار دانشگاه شهید چمران اهواز

خلاصه مقاله:

صنعت تولید گوشی تلفن همراه یکی از صنایعی است که به طور شدیدی با بحران تولید، توزیع و مصرف کالاهای جعلی با برندهای معتبر و لوکس رو به روست. لذا در این تحقیق با هدف بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر نگرش مصرف کنندگان نسبت به محصولات جعلی و قصد خرید این محصولات در صنعت تولید گوشی همراه و در شهرستان بهبهان استان خوزستان پژوهشی صورت گرفته است و در آن تأثیر این عوامل، بر نگرش به محصولات جعلی و سپس تأثیر نگرش نسبت به محصولات جعلی بر قصد خرید این محصولات سنجیده شده است. تحقیق حاضر از نوع پیمایشی بوده و به منظور جمع آوری داده های تحقیق، از پرسشنامه ای که مشتمل بر 37 سؤال بوده استفاده شده است. روایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ 0/840 محاسبه شد که نشان از اعتبار بالای آن دارد. همچنین جهت سنجش پایایی آن، علیرغم استاندارد بودن پرسشنامه، از نظر اساتید برجسته بهره گرفته شده است. به منظور دستیابی به اهداف تحقیق، نمونه 265 نفری از مصرف کنندگان شهرستان بهبهان که آگاهانه محصولات جعلی را خریداری می کردند، انتخاب گردیده است. جهت تجزیه و تحلیل داده ها نیز از دو بسته نرم افزاری SPSS و LISREL استفاده شده است نتایج حاصل حاکی از آن است که به جز متغیر جستجوی اخبار تمامی متغیرهای ذکر شده با نگرش نسبت به محصول جعلی ارتباط مثبت و معنی داری دارند. همچنین به جز متغیر آگاهی از ارزش مابقی متغیرها رابطه ی معناداری با متغیر قصد خرید دارند

کلمات کلیدی:

نگرش نسبت به محصول جعلی، قصد خرید، صنعت موبایل، برند لوکس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/490220>

