

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش تکنولوژی لوازم آشپزخانه هوشمند توسط مصرف کننده

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

رامین ایرانی ایرد موسی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات گروه مدیریت و اقتصاد، تهران، ایران

تقی ترابی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات گروه مدیریت و اقتصاد، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

اهداف اصلی این مطالعه تجزیه و تحلیل عوامل فردی، کنترل رفتار درک شده، هنجار و نگرش مصرف کنندگانی که قصد خرید لوازم خانگی هوشمند را دارند می باشد، و به تجزیه و تحلیل عواملی مانند تصویر نام تجاری، کشور مبدا و اعتقادات و نگرش در خصوصیات محصول می پردازد. جامعه آماری شامل مصرف کنندگانی بوده که قصد خرید لوازم آشپزخانه را دارند و باتوجه به جدول مورگان 384 نمونه انتخاب گردید و به منظور گردآوری داده های مورد نیاز از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شد. این مطالعه نشان داد که تصویر نام تجاری، کنترل رفتار درک شده، هنجار و نگرش ذهنی اثر قابل توجهی بر قصد خرید دارد، و مشخصات جمعیت، کشور مبدا و باورها و نگرش در ویژگی محصول اثر قابل توجهی ندارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت تکنولوژی، پذیرش تکنولوژی، لوازم خانگی هوشمند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/493728>

