

عنوان مقاله:

بررسی عوامل جامعه شناختی موثر بر گرایش به مصرف لوازم خانگی ایرانی / خارجی

محل انتشار:

اولین همایش سراسری مطالعات نوین در علوم اجتماعی و اقتصادی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

افسانه کمالی - دکتری جامعه شناسی - دانشگاه الزهرا

شراره کامرانی - دانشجوی دکتری جامعه شناسی اقتصاد و توسعه - دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین مسایل صنعت لوازم خانگی، بحث ترجیح کالای خارجی در بازار مصرف است. این صنعت به دلیل ارتباط تنگاتنگ با مردم و استفاده از محصولات آن به طور روزمره، از جامعه بسیار تاثیرپذیر است. براین اساس هدف این پژوهش بررسی و شناسایی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش مصرف کنندگان به لوازم خانگی ایرانی/خارجی و جامعه آماری شامل کلیه خانوارهای ساکن در شهر تهران و افراد بالای 20 سال در مناطق منتخب 3و6و16 بود روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای بود که طی آن مناطق، بلوک ها، خانوارها و در نهایت پاسخگویان به شیوه کاملا تصادفی انتخاب شدند. ابزار سنجش این پژوهش پرسشنامه کتبی است که توسط پرسشگران حرفه ای جمع آوری شده است. اعتبارروایی پرسش ها در دو مرحله پیش آزمون و آزمون نهایی توسط آزمون آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت و داده ها با استفاده از نرم افزار spss مورد تحلیل واقع شد. در کنار متغیرهای زمینه ای سن و قومیت، سرمایه های فرهنگی و اقتصادی و مصرف رسانه ای بیشترین تاثیر را در گرایش مصرف کنندگان به لوازم خانگی را دارند و هرقدر این سرمایه ها و نیز مصرف رسانه ای افزایش می یابند، گرایش به لوازم خانگی خارجی افزایش و با کاهش آنها گرایش به لوازم خانگی ایرانی افزایش می یابد. با افزایش میزان اهمیت به مزیت های پایه، زیبایی شناختی و رقابتی، گرایش به لوازم خانگی خارجی افزایش می یابد. از مهمترین یافته های این پژوهش، جوان بودن جامعه افراد دارای گرایش به لوازم خانگی خارجی و پیربودن جامعه افراد دارای گرایش به لوازم خانگی ایرانی است. رابطه بین منش و ذایقه افراد در گرایش آنها به این نوع محصولات نیز در این پژوهش تایید شد. بیش از یک چهارم جامعه آماری احتمال ازدواج و تشکیل خانواده و بنابراین خرید لوازم خانگی و برای سه چهارم دیگر امکان خرید مجدد یا تعویض لوازم خانگی وجود دارد.

کلمات کلیدی:

جامعه شناسی مصرف، لوازم خانگی ایرانی، لوازم خانگی خارجی، مصرف، توسعه صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/587717>

