

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر برتری طلبی اجتماعی مصرف کنندگان بر انتخاب کالای لوکس با فناوری بالا با تعدیل گری درگیری ذهنی محصول

## محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 13، شماره 52 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

محسن اکبری - دانشگاه گیلان گیلان ایران

مصطفی ابراهیم پورازبری - دانشگاه گیلان گیلان ایران

میثم مسعودی فر - دانشگاه گیلان گیلان ایران

صدیقه خیری - دانشگاه گیلان گیلان ایران

## خلاصه مقاله:

یکی از انواع کالاهای لوکس که به سرعت در حال گسترش در بازارهای جهانی است، محصولات با فناوری بالای لوکس یا محصولات لوکس با فناوری بالا است. امروزه در بسیاری از مناطق، بازار محصولات لوکس با فناوری بالا به طرز بی سابقه ای در حال گسترش است. افرادی که تمایل زیادی به خرید کالای لوکس با فناوری بالا دارند، از ویژگیهای شخصیتی و رفتاری خاصی برخوردارند که تا حدودی آنها را از دیگر افراد متمایز مینماید. از جمله ویژگیهای خریداران این کالاهای لوکس با فناوری بالا، وجود برتری طلبی اجتماعی آنهاست. ما در این پژوهش به بررسی تاثیر ابعاد مختلف برتری طلبی اجتماعی مصرف کنندگان بر انتخاب کالای لوکس با فناوری بالا با در نظر گرفتن درگیری ذهنی محصول پرداخته ایم. این پژوهش از لحاظ جهتگیریهای پژوهش، کاربردی بوده و از لحاظ هدف پژوهش نیز توصیفی است. این پژوهش گوشی آیفون را به عنوان یک کالای با ویژگیهای لوکس و فناوری بالا انتخاب کرده است. جامعه آماری این پژوهش، خریداران گوشی آیفون در فروشگاه پایتخت، عرضه کننده گوشیهای هوشمند در تهران است. برای آزمون فرضیه ها، از روش همبستگی و مدلیابی معادلات ساختاری و به طور مشخص از نرم افزارهای آماری SPSS و Smart PLS استفاده شده است. نتایج حاکی از آن بوده است که رابطه بین زیاده خواهی و جاه طلبی با انتخاب کالای لوکس با فناوری بالا معنادار است و همچنین درگیری ذهنی مصرف کننده در خصوص محصول، رابطه بین ابعاد برتری طلبی اجتماعی مصرف کنندگان و انتخاب کالای لوکس با فناوری بالا را تعدیل نمی نماید.

## کلمات کلیدی:

جاه طلبی؛ کالای لوکس با فناوری بالا؛ درگیری ذهنی؛ برتری طلبی اجتماعی؛ زیاده خواهی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/796543>

