

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط میان سبک های تصمیم گیری مصرف کننده و تعصب به برندهای داخلی مورد مطالعه: مصرف کنندگان لوازم خانگی در استان هرمزگان

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی هزاره سوم و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

وحید مکی زاده - استادیار، دانشگاه هرمزگان، گروه مدیریت بازرگانی و گمرک

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف ارزیابی سبکهای تصمیم گیری مدل اسپرولز و کندال در بین مصرف کنندگان لوازم خانگی در استان هرمزگان و رابطه آن با تعصب مصرف کنندگان به مصرف کالاهای داخلی انجام گرفت. نمونه آماری در این پژوهش شامل 200 نفر از اعضای جامعه آماری بود که به صورتی تصادفی با استفاده از روش نمونه گیری ساده جمعآوری گردید. ایزار اصلی گردآوری داده ها پرسشنامه حضوری بود که داده ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی و آنالیز واریانس مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه این تحقیق بیانگر هفت شبکه در بین مصرفکنندگان لوازم خانگی در استان هرمزگان و وجود رابطه بعضی از این شبکهها با تعصب مصرف کنندگان با کالای داخلی می باشد.

کلمات کلیدی:

سبک تصمیم گیری مصرف کننده ، ترجیحات مصرف کننده ، تعصب برند ، قوم گرایی مصرف کننده، مدل اسپرولز و کندال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/758068>

