

عنوان مقاله:

بررسی و شناسایی عوامل موثر بر تقاضا برند خارجی (لوازم آرایشی بهداشتی)

محل انتشار:

کنفرانس ملی مدیریت، حسابداری و توسعه کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

فاطمه حبیبی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فرودین

میثم شیرخدایی - مدرس موسسه آموزش عالی فرودین

فهیمه بالویی - عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی فرودین

خلاصه مقاله:

هدف کلی تحقیق حاضر، تعیین عوامل موثر بر تقاضای برندهای خارجی (آرایشی-بهداشتی) در ایران می باشد. جامعه آماری تحقیق، متشکل از تمامی مصرف کنندگانی بودند که در محدوده ی زمانی جمع-آوری داده های تحقیق به فروشگاهها و آرایشگاه های عرضه کننده ی لوازم آرایشی بهداشتی در شهر بهشهر مراجعه داشتند بود. حجم نمونه آماری تقریباً برابر با 108 نفر در نظر گرفته شد. در تحقیق حاضر از یک نوع پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده که داده های حاصل از آن با استفاده از آزمون تی تک گروهی و نیز آزمون فریدمن تجزیه و تحلیل گردیدند. نتایج تحقیق نشان داد که بین تیپ شخصی، دانش مصرف کنندگان، میزان درگیری مصرف کنندگان با یک برند، تصویر کشور مبدا، نگرش مثبت مصرف کنندگان نسبت به یک کشور، بعد شناختی کشور مبدا، اعتماد مصرف کنندگان به یک برند، ارزش درک شده ی مصرف کنندگان از یک محصول، بر تقاضای خرید محصولات ورزشی خارجی توسط ورزشکاران و قهرمانان رابطه معناداری وجود دارد. یافته ها حاکی از آن است که با آگاهی تولیدکنندگان از تاثیر مثبت متغیرهای تحقیق بر قصد خرید مصرف کنندگان، می توانند در جهت افزایش بهره وری فروش و تولید، گامی موثر بردارند تا در جهت رقابت با بازارهای بین المللی توانا باشند.

کلمات کلیدی:

برند، قصد خرید، لوازم آرایشی-بهداشتی، کشور مبدا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/881517>

