

دراسة النية الشرائية للمنتجات الفاخرة عند السيدات الأردنيات

اسم الباحث : نسرين المزاهرة

اسم المشرف : أ.د صائب الجنايدة

جامعة الزيتونة الأردنية، 2020

الهدف من هذا البحث هو دراسة تأثير المادية ، والقيم الروحية ، وضغط الأقران ومفهوم الذات ، ودوافع الاستهلاك الاجتماعي ، والكمال على موقف السيدات الأردنيات إتجاه العلامات التجارية الفاخرة. بالاضافة الى ذلك تهدف الدراسة الى دراسة اثر موقف السيدات الاردنيات إتجاه العلامات التجارية الفاخرة على نيتهم الشرائيه إتجاه هذه المنتجات.

قام 1555 مشارك بتعبئة استبانة البحث الالكترونية حيث تم استبعاد 76 استبانة للمشاركين الذكور. تم تحليل بيانات 1479 من المشاركات الإناث و تم اختبار الفرضيات باستخدام نماذج مسار التحليل عن (SPSS)طريق البرنامج الإحصائي.

وجدت هذه الدراسة ان مفهوم الذات، المادية و المقارنة الاجتماعية لهم تأثير على موقف السيدات الاردنيات إتجاه العلامات التجارية الفاخرة.

خلصت الدراسة ان القيم الروحانيه ، ضغط الاقران و الكمالية ليس لهم تأثير على موقف السيدات الاردنيات
اتجاه العلامات التجارية الفاخرة.

كما وجدت الدراسة ان لموقف السيدات الاردنيات تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية على نيتهم الشرائية.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك الفاخر ، المادية ، الذات ، المقارنة الاجتماعية ، الروحانية.