



سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی مدیریت و حسابداری ایران

The third National and International Conference of Management and Accounting Iran



عوامل موثر در تصمیم برای خرید خودروی ایرانی

محمدامین اجاقی

مری، عضو علمی گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران.

فاطمه مالچی

مری، عضو علمی گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران.

سجاد توکلی نژاد

دانشجو، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران.

چکیده

امروزه نقش مشتری و عوامل موثر در تصمیم برای خرید بر کسی پوشیده نیست، پژوهش حاضر در صدد است تا عوامل موثر در تصمیم برای خرید خودروی ایرانی در شهرستان شوشتر را شناسایی کند. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه ای استاندارد در طیف لیکرت ۵ گزینه ای محقق ساخته با پایایی ۰.۸۲۶، مشتمل بر ۱۶ سوال که سوالات آن از پیشینه پژوهش های انجام شده استخراج شده بود جمع آوری گردید. انتخاب نمونه به شیوه ی نمونه گیری تصادفی ساده و از میان تمام کسانی که دارای خودروی سواری بودند صورت گرفت. در مجموع ۳۷۵ پرسشنامه توزیع شده که تمامی ۳۷۵ پرسشنامه برگشت داده شد و با استفاده از نرم افزار **spss** و آزمون **t** مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان می دهد که افزایش قیمت، میزان بودجه خریدار، توان خرید خودروی خارجی، افزایش رضایت مشتری، افزایش قیمت مسکن، کاهش قیمت محصولات غذایی، نیاز خریدار، افزایش قیمت خودرو، افزایش آگاهی، فشار های دیگران، تولید خودرو ایرانی مطابق خواسته ی خریدار، تولید خودرو با بهترین ویژگی ها، کاهش قیمت خودرو های ایرانی، نوع جاده ها، خدمات پس از فروش و باور ها و رفتار های دیگران بر خرید خودرو توسط اشخاص حقیقی تاثیر دارد.

کلید واژه ها: انتخاب کالا، خرید کالا، خودروی ایرانی، اشخاص حقیقی، شوشتر