

تاثیر شاخص عرق ملی مصرف کننده بر خرید کالاهای ورزشی خارجی

دربازارهای خاکستری منطقه منیره تهران

علیرضا مهدوی*¹، فریده شریفی فرد²

1- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شمال، آمل، مازندران،

ایران (*نویسنده مسئول)

2- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب، تهران،

تهران، ایران

*Email: Alireza.Mahdavi.khanghah@gmail.com

چکیده

زمینه و هدف: تحقیق حاضر به بررسی تاثیر شاخص عرق ملی مصرف کننده بر خرید کالاهای ورزشی خارجی در بازارهای خاکستری منطقه منیره تهران می پردازد.

روش کار: جامعه آماری نامحدود بود، از طریق رابطه نمونه گیری برای جامعه نامحدود فرمول کوکرین 384 نفر در نظر گرفته شد. در این تحقیق از پرسشنامه عرق ملی مصرف کننده حسین زاده سادیانی (1386) و بازارهای خاکستری (محقق ساخته) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل توصیفی داده ها از شاخص های توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف معیار و جداول)، آزمون کلموگروف- اسمیرنوف و ضریب همبستگی همبستگی پیرسون استفاده شده است

یافته ها: یافته های پژوهش حاضر نشان داد شاخص های عرق ملی بر خرید کالا خارجی در بازارهای خاکستری تاثیر ندارد و بازار خاکستری بر خرید کالاهای خارجی در منطقه منیره تهران تاثیر معنادار دارد.

نتیجه گیری: پیشنهاد می شود طبق بیانات مقام معظم رهبری که سال را به نام حمایت از کالا ایرانی نمودند، با استفاده از تمایلات ملی گرایانه مصرفی و افزایش آنها می توان از این عامل در جهت بهبود عوامل زیر استفاده نمود کاهش قاچاق کالا به کشور افزایش اعتماد به نفس و حس وطن پرستی در تولید کننده و مصرف کننده داخلی حضور محصولات با کیفیت خارجی و البته حمایت مادی و معنوی از تولید داخلی و امکان رقابت این دو با هم شد.

کلید واژه ها: بازارهای خاکستری، عرق ملی، کالا ورزشی، منیره تهران