

## اثر حسابداری ذهنی بر رضایت مشتری

محمد حسن جنانی<sup>۱\*</sup>، فاطمه مالمیر<sup>۲</sup>

۱- استادیار گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاداسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول)

۲- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاداسلامی، بروجرد، ایران

### چکیده

در دهه های اخیر، بحث حسابداری ذهنی به عنوان یکی از موضوعات مورد توجه محققان قرار گرفته است. در این مطالعه به بررسی اثر حسابداری ذهنی بر رضایت مشتری پرداخته شده است. در این راستا از روش پیمایش و پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات و از نرم افزار PLS برای برآزش مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داده است که نوع محصولات، قیمت و مکان دارای اثر معناداری بر حسابداری ذهنی و حسابداری ذهنی دارای اثر معناداری بر رضایت مشتری است.

واژه های کلیدی: حسابداری ذهنی، رضایت مشتری، مدل معادلات ساختاری