

Нкосівіле Велкам Мадінга, Хілда Бонгазана Дондоло

Аналіз мотивів придбання смартфонів представниками покоління Y

У зв'язку з підвищеним використанням смартфонів важливим є розуміння того, чому люди купують їх. Мета дослідження – аналіз мотивації покоління Y щодо придбання смартфонів з використанням якісної дослідницької парадигми. Метод збору даних – інтерв'ю з фокус-групами, які склалися з 7-10 учасників. Усього було опитано 81 представника покоління Y Південної Африки. Результати вказують на те, що, купуючи смартфони, представники покоління Y враховують якість і технічні характеристики. Зазначено також, що ця когорта занадто піклується про своє суспільне становище та престиж і піддається впливу друзів під час прийняття рішення щодо покупки.

Ключові слова: смартфони, сприйнята якість, соціальний вплив, технічні характеристики, покоління Y

Класифікація JEL: M31, M37



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Нкосивіле Велкам Мадінга, Хілда Бонгазана Дондоло

Анализ мотивов приобретения смартфонов представителями поколения Y

В связи с повышенным использованием смартфонов важно понять, почему люди покупают их. Цель исследования – анализ мотивации поколения Y относительно приобретения смартфонов с использованием качественной исследовательской парадигмы. Метод сбора данных – интервью с фокус-группами, состоящими из 7-10 участников. Всего был опрошен 81 представитель поколения Y Южной Африки. Результаты указывают на то, что, покупая смартфон, представители поколения Y учитывают качество и технические характеристики. Отмечено также, что эта группа слишком заботится о своем общественном положении и престиже и поддается влиянию друзей во время принятия решения относительно покупки.

Ключевые слова: смартфоны, воспринимаемое качество, социальное влияние, технические характеристики, поколение Y

Классификация JEL: M31, M37



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.