

عنوان مقاله:

بررسی نقش هوش فرهنگی فروشندگان فرش دستبافت در توسعه گردشگری با تعدیل گری پشیمانی خرید و رویکرد قیمت گذاری
منصفانه

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 8، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

حسین بلوچی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه خيام

مجید نعمت الهی - باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

فرش دستبافت ایران متأثر از ویژگی های برجسته فرهنگی و هنری آن، همواره به عنوان یکی از کالاهای برجسته در سبد صادرات غیرنفتی ایران مطرح بوده است. از طرفی، کم توجهی به اصول و مبانی بازاریابی، مزیت رقابتی فرش دستبافت را در داخل و به ویژه در سطح جهانی با تهدیدهای جدی مواجه کرده است. بدین منظور، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش هوش فرهنگی فروشندگان فرش دستبافت در توسعه گردشگری با تعدیل گری پشیمانی خرید با رویکرد قیمت گذاری منصفانه است. جامعه آماری دو گروه فروشندگان فرش و گردشگران خارجی بازار وکیل شیراز بوده است. برای به دست آوردن حجم نمونه گردشگران از نمونه گیری در دسترس و برای فروشندگان از نمونه گیری تصادفی استفاده شده است. به منظور تعیین پایایی داده ها از بررسی سازگاری درونی استفاده شد. سنجش روایی ابزار سنجش از طریق روایی همگرا و واگرا صورت گرفت. برای بررسی اثر تعدیل گری پشیمانی خرید از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. نمونه آماری به دو گروه تقسیم شده و مدل ساختاری پژوهش با لحاظ کردن و عدم لحاظ کردن اثر تعدیل گری پشیمانی خرید بررسی شد. نتایج پژوهش نشان داد بدون لحاظ تعدیل گری، بین هوش فرهنگی فروشندگان و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، این امر حاکی از اهمیت بالای هوش فرهنگی در توسعه گردشگری است. رابطه بین انصاف قیمتی و توسعه گردشگری تایید نشده است، به این دلیل که قیمت و مسائل قیمتگذاری برای خارجیان کمتر حائز اهمیت است. رابطه معنادار بین نوع طلبی و توسعه گردشگری وجود داشت و این نوع طلبی در انتخاب مقاصد جدید و تازه گردشگران اهمیت دارد.

کلمات کلیدی:

هوش فرهنگی، پشیمانی خرید، قیمت منصفانه، تعدیل گری، فرش دستبافت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1250969>

