

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر پذیرش نوآوری صنایع دستی توسط مصرف کننده

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی دانش و فناوری حقوق و علوم انسانی ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

ماکان نظامیوندچگینی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

علیرضا صفری نسب - دانش آموخته زبان واد بیات انگلیسی، دانشگاه گیلان، رشت، جمهوری اسلامی ایران

خلاصه مقاله:

این مطالعه به بررسی عوامل موثر بر پذیرش مصرف کنندگان از انواع خاصی از نوآوری در محصولات صنایع دستی میپردازد. اصالت نوآوری، نوآوری ری بسته بندی، ارزش افزوده، بهبود محصول، نوآوری طراحی محصول، مواد جایگزین/جدید، مواد با کیفیت و نوآوری های تکنولوژی یک از مهم ترین نوآوری ها جهت پذیرش توسط مصرف کننده هستند. اکثر مصرف کنندگان برای پذیرش نوآوری در صنایع دستی باز هستند. به ویژه، مصرف کنندگان نوآوری هایی را ترجیح می دهند که ویژگی ها و ویژگی های سنتی محصولات مانند اصالت، بسته بندی و نوآوری های مرتبط با کیفیت را تغییر نمی دهند. با این حال، مصرف کنندگان نوآوری های تکنولوژی یکی را بدین تر می دانستند. مقایسه مشخصات جمعیتی-اجتماعی بخش های مصرف کننده با پذیرش نوآوری نشان می دهد که نسل جوان و مصرف کنندگان تحصیل کرده تمایل بیشتری به پذیرش نوآوری در محصولات صنایع دستی دارند. در مقابل، مصرف کنندگان سالخورده تمایلی به پذیرش نوآوری نداشتند و ترجیح می دادند محصولات معتبر و با کیفیت را خریداری کنند. علاوه بر این، با افزایش درآمد، مردم محصولات معتبرتر و با کیفیت تر را دوست دارند.

کلمات کلیدی:

صنایع دستی، نوآوری، پذیرش، مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1540305>

