

عنوان مقاله:

مطالعه جامعه شناختی رفتار خرید زنان در فروشگاه های مناطق گردشگری (مطالعه موردی: رفتار خرید زنان در فروشگاه های بزرگ در شهرهای ساحلی مازندران)

محل انتشار:

فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره 13، شماره 48 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

سیمین ابراهیمی - دانشجوی دکترای جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، بابل، ایران

علی رحمانی فیروزجاه - دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، بابل، ایران

ماجده قلی پور - استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، بابل، ایران.

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: هدف از این مقاله مطالعه جامعه شناختی رفتار خرید زنان در فروشگاه های بزرگ در شهرهای ساحلی و گردشگری مازندران می باشد. دیدگاه های گیدنز، ویلن، زیمل و وبر به عنوان چارچوب نظری انتخاب شدند. روش شناسی: روش تحقیق، پیمایشی بوده و از نظر ماهیت کاربردی و مقطعی است. واحد تحلیل فرد پاسخگو (زنان بالای ۱۵ ساله) است. شیوه نمونه گیری، خوشه ای چندمرحله ای است و حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر می باشد. ابزار گردآوری دادهها، پرسشنامه محقق ساخته است. یافته ها: یافته ها نشان داد که بین متغیرهای میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، جهانی شدن، دینداری، ارزشهای مصرف، سن و میزان احساس محرومیت نسبی با میزان رفتار خرید زنان رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. بین تحصیلات و طبقه اجتماعی با میزان رفتار خرید رابطه معنادار منفی و معکوس وجود دارد. بین میزان تحصیلات با میزان تغییر رفتار خرید رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج آزمون مقایسه میانگین نشان می دهد که بین میزان رفتار خرید زنان بر حسب وضعیت تاهل تفاوت معناداری دارند. میزان خرید در بین زنان متأهل جوان بیشتر زنان مجرد است. نتیجه گیری و پیشنهادات: تحلیل رگرسیونی نشان می دهد که ۷/۵۰ درصد از تغییرات میزان رفتار خرید زنان به متغیرهای مستقل مربوط می شود. بیشترین تبیین واریانس و تغییرات متغیر وابسته رفتار خرید زنان به ترتیب متعلق به متغیرهای ارزشهای مصرف و همچنین هویت اجتماعی بوده است. نوآوری و اصالت: هر چند درباره رفتار خرید و یا رفتار گردشگران در حوزه های مختلف پژوهش هایی انجام شده است اما درباره رفتار خرید زنان در مناطق گردشگری مورد مطالعه این مقاله تحقیق کمی صورت گرفته است.

کلمات کلیدی:

رفتار خرید، مصرف، ارزش های مصرف، سبک زندگی، جهانی شدن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1970943>

