

عنوان مقاله:

تاثیرگذاری سرمایه فرهنگی بر تصمیم به خرید کالاهای خارجی

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 3، شماره 3 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

صابر خدری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

بهمن باینگانی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

مجتبی رستمی نوروآباد - دانشجوی دکتری مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج (نویسنده مسئول)

خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر تاثیر سرمایه فرهنگی و مولفه های آن بر تصمیم به خرید کالاهای خارجی در میان مشتریان بازارچه مرزی جوانرود بررسی شده است. چهارچوب نظری این نوشتار بر اساس الگوی پی یر بورديو در زمینه سرمایه فرهنگی و مدل تصمیم به خرید انتخاب گردید. جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان بازارچه مرزی شهرستان جوانرود بوده و از روش نمونه گیری تصادفی ساده جهت انتخاب پاسخگویان استفاده شد. تعداد حجم نمونه نیز 384 نفر بوده که با استفاده از فرمول کوکران به دست آمد. تحلیل توصیفی نتایج تحقیق حاضر نشان داد که میزان سرمایه فرهنگی مشتریان بازارچه مرزی جوانرود در حد زیاد و میزان تصمیم به خرید کالاهای خارجی در حد متوسط بوده است. یافته ها تایید کرد که ارتباط مثبت و معنا داری بین سرمایه فرهنگی و تصمیم به خرید کالاهای خارجی وجود دارد. همچنین یافته ها نشانگر این بود که از میان مولفه های مختلف سرمایه فرهنگی، بعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته نقش تبیین کنندگی بیشتری در زمینه تصمیم به خرید کالاهای خارجی در میان مشتریان بازارچه مرزی جوانرود ایفا می کند

کلمات کلیدی:

فرهنگ، سرمایه فرهنگی، تصمیم گیری خرید، بازارچه مرزی، شهرستان جوانرود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/944724>

