

## عنوان مقاله:

بررسی اثر تفاوت قیمت، هنجار اجتماعی سلسله مراتبی و بومی بر ادراک قیمت گذاری منصفانه؛ تحلیل نقش منبع تامین مالی

## محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 6، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

محسن نظری - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

هانیه فتحی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

پژوهش‌های متعدد بیانگر این مطلب است، تا زمانی که فروشندگان در بازار منصفانه عمل نکنند، مصرف کنندگان تشویق به وفاداری و خرید مجدد نخواهند شد. از این رو عوامل متعددی بر ادراک منصفانه مصرف کنندگان تاثیر گذار است. هدف از این پژوهش، بررسی اثر تفاوت قیمت و هنجار اجتماعی سلسله مراتبی و بومی بر ادراک قیمت گذاری منصفانه با تبیین نقش منبع تامین مالی است. این مطالعه از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی-پیمایشی، و از نظر گردآوری داده ها کتابخانه ای- میدانی می باشد. همچنین این پژوهش مبتنی بر یک طرح آزمایشی عاملی با ۸ سناریوی متفاوت بازی نقش است که در قالب پرسشنامه میان مشتریان هتل های بین المللی پاریس انجام شد و داده های گردآوری شده از ۲۴۰ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. نتایج حاصل از بررسی داده ها و آزمون فرضیه ها نشان داد که تفاوت معناداری بین اثرگذاری تفاوت قیمت در دو قیمت ۱۰ هزار تومان و ۱۵۰ هزار تومان بر ادراک منصفانه مشاهده نشده، اما تفاوت معناداری بین اثرگذاری هنجار اجتماعی سلسله مراتبی و بومی بر ادراک منصفانه مشاهده شده است. همچنین نتایج تحلیل واریانس عاملی نشان داد که اثر تعاملی منبع تامین مالی توسط شخص یا سازمان در رابطه با هنجار اجتماعی و ادراک منصفانه مورد تایید واقع گردید، اما اثر تعاملی منبع تامین مالی توسط شخص یا سازمان در رابطه با تفاوت قیمت و ادراک منصفانه مورد تایید قرار نگرفته است.

## کلمات کلیدی:

ادراک قیمت گذاری منصفانه، تفاوت قیمت، هنجار اجتماعی سلسله مراتبی و بومی، منبع تامین مالی با وجوه شخصی و با وجوه سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/944754>

