

International Conference on Management

بررسی عوامل موثر بر مصرف صنایع دستی در شهرستان لارستان

نسرين سيار^۱، سيد روح اله قرشي^۲

۱. دانشجوی کارشناسی، مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ایران

چکیده

صنایع دستی یکی از صنایع رو به رشد اقتصاد جهان به شمار می آید. این پژوهش که در لارستان انجام گرفته است به دنبال شناسایی عوامل موثر بر مصرف اینگونه محصولات است. پژوهش حاضر به روش پیمایشی انجام گرفته و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون فریدمن نشان می دهد که میان متغیرهای قیمت، تبلیغات، کیفیت محصولات، فرهنگ، شیوه توزیع، حجم تبلیغات، بسته بندی، رنگ و جنس محصولات با مصرف صنایع دستی روابط معنی داری وجود دارد. به عبارتی این عوامل بر مصرف صنایع دستی تأثیر دارند. در مجموع، نتایج رتبه بندی نشان داد که مولفه های کیفیت صنایع دستی و حجم تبلیغات بیشترین و مولفه فرهنگ و رنگ محصولات کمترین تأثیر را بر مصرف دارند. بعلاوه اینکه میان متغیر کیفیت تبلیغات با مصرف صنایع دستی رابطه معنی داری وجود ندارد و این فرضیه رد می شود.

کلمات کلیدی: صنایع دستی، مصرف، عوامل موثر، لارستان