

عنوان مقاله:

شناسایی سبک‌های تصمیم‌گیری مشتریان ماسک براساس مدل اسپرولز و کندال

محل انتشار:

فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران، دوره 10، شماره 3 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سیدجعفر زنوزی - استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه ارومیه. ارومیه، ایران.

مهسا محمودی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بین الملل، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه ارومیه. ارومیه، ایران.

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: در این پژوهش هدف، شناسایی سبک‌های تصمیم‌گیری مشتریان ماسک براساس سبک‌های مطرح شده از سوی اسپرولز و کندال است. سوالی که در این پژوهش مطرح می‌شود این است که سبک‌های تصمیم‌گیری مشتریان ماسک در شرایط بیماری کرونا چگونه است؟ روش: این پژوهش به لحاظ ماهیت از نوع کاربردی و از لحاظ اجرا، توصیفی و پیمایشی به شمار می‌آید. 317 نفر از مشتریان مراجعه کننده به داروخانه‌های ارومیه برای خرید ماسک، به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. از روش تی‌تک نمونه‌ای با نرم افزار SPSS برای تحلیل داده‌ها استفاده گشته. یافته‌ها: نتایج حاصل از پژوهش بیانگر آن بود که از هشت سبک مطرح شده، 4 سبک شناسایی شد و در اولویت‌بندی انجام گرفته، سبک حساس به کیفیت دارای بیشترین اولویت قرار گرفت. نتیجه‌گیری: با توجه به شیوع بیماری کرونا، تقاضا برای ماسک در بین مصرف‌کنندگان افزایش یافته است. از 8 سبک تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان، شاهد تایید 4 سبک در بین مصرف‌کنندگان شدیم. سبک کیفیت، بیشترین اولویت را به خود اختصاص داد. چرا که دستیابی به تهیه ماسک با کیفیت یک دغدغه در بین مصرف‌کنندگان بود. از طرفی اهمیت کیفیت برای جامعه و مصرف‌کنندگان در شرایط بیماری کرونا قابل انکار نیست. بنابراین، تولید و توزیع ماسک با کیفیت، باید به طور صحیح در کل کشور انجام گیرد.

کلمات کلیدی:

Corona, Decision Styles, Spruce and Kendall, Mask, کرونا, سبک‌های تصمیم‌گیری, اسپرولز و کندال, ماسک.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1143302>

