

عنوان مقاله:

مفهوم پردازی مدل رفتار مصرف کننده در وضعیت بحران و ارائه استراتژی مناسب بازاریابی (مطالعه موردی: بحران کووید-۱۹)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۱۴، شماره ۲ (سال: ۱۴۰۱)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۲۸

نویسندگان:

افشین حشمتی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

یوسف محمدی فر - استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

مهدی حسین پور - استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

جهانگیر کرمی - دانشیار، گروه روان شناسی، دانشکده علوم اجتماعی و تربیتی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: پژوهش حاضر با هدف مفهوم پردازی مدل رفتار مصرف کننده در شرایط بحران و ارائه استراتژی مناسب بازاریابی با نگاهی چندبعدی انجام شده است. روش: مطالعه حاضر از لحاظ هدف، توسعه ای کاربردی و از لحاظ روش مطالعه ای ترکیبی (کیفی کمی) و از نظر روش گردآوری داده ها، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری در بخش کیفی، از افراد کلیدی و در بخش کمی از کارشناسان منتخب در سطح استان کرمانشاه انتخاب شد. نمونه گیری در بخش کیفی، به روش تکنیک نظری و با بهره مندی از تکنیک های قضاوتی و گلوله برفی و در بخش کمی، نمونه در دسترس انجام گرفت. معیار انتخاب حجم نمونه در بخش کیفی اشباع نظری و در بخش کمی جدول مورگان و کرجی است که به ترتیب این تعداد در بخش کیفی ۲۰ و در بخش کمی ۳۸۷ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده ها در بخش کیفی، مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته و در بخش کمی پرسش نامه محقق ساخته بود. یافته ها: نتایج تحلیل محتوای استقرایی داده های به دست آمده از بخش کیفی، طی سه رویه مقوله بندی، مفهوم سازی و کدبندی منتج به شناسایی ۳۸۸ کد، ۴۴ مفهوم، ۸ زیر مقوله و ۴ مقوله کلی شد؛ سپس با بهره گیری از آزمون دوجمله ای و فریدمن، به سنجش تاثیرگذاری هر عامل و رتبه بندی متغیرها اقدام شد. نتیجه گیری: نتایج این پژوهش، به شناسایی مجموعه ای پنج بخشی از رفتار مصرف کنندگان در خرید و مصرف کالاها و خدمات در زمان وقوع بحران انجامید. این گروه بندی در مجموعه ای از کالاها و خدمات ضروری تا قابل حذف دسته بندی شد که رفتارهای متفاوتی در پنج وضعیت تشدید، تضعیف، تعویق، تعویض و تعلیق کامل خریدها را در پی داشت.

کلمات کلیدی:

بحران، رفتار مصرف کننده، کووید ۱۹، مدل، مفهوم پردازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1504295>

