

## عنوان مقاله:

کشف و تحلیل رفتار خرید مشتریان سالمند در تصمیم به خرید محصولات ارگانیک: روش ترکیبی خوشه بندی و درخت تصمیم

## محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های نوین در تصمیم گیری، دوره 2، شماره 3 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

عظیم زارعی - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

محمد علی سیاه سرانی کجوری - دانشجوی دکترای مدیریت بازاریابی بین الملل، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

## خلاصه مقاله:

تحلیل و کشف الگوهای تصمیم گیری مشتریان و ارائه مدل پیش بینی کننده رفتار خرید آن ها، یکی از چالش ها و عرصه های موردعلاقه پژوهشگران بوده و هست که می تواند در زمینه موضع سازی محصولات، کاربرد فراوانی داشته باشد. هدف پژوهش حاضر، تحلیل و مدل سازی رفتار خرید مشتریان سالمند در تصمیم به خرید محصولات ارگانیک با رویکردی ترکیبی بود که این امر در دو گام مرتبط باهم انجام شد. در گام اول، با استفاده از یک پرسشنامه ی ۳۳ گویه ای که پایایی و روایی آن به ترتیب از طریق آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول و دوم بررسی و مورد تایید قرار گرفت، نظرات ۳۸۸ سالمند از طریق نه شاخص پیش بینی کننده تصمیم به خرید محصولات ارگانیک جمع آوری شد؛ سپس با استفاده از تحلیل خوشه ای K میانگین و بر اساس شاخص های دیویس-بولدین و سیلوئت خوشه های بهینه به دست آمد و مشتریان سالمند در دو خوشه روی گردان و مشتاق نسبت به خرید محصولات ارگانیک دسته بندی شدند. در گام دوم، رفتار خرید سالمندان هر خوشه با استفاده از درخت تصمیم، مورد تحلیل قرار گرفت و مدل های بهینه، استخراج و قواعد «اگر-آنگاه» مرتبط با هر خوشه ارائه شد. نتایج نشان داد، در هر دو خوشه سالمندان روی گردان و مشتاق، شاخص تحصیلات، عاملی تعیین کننده در جهت پیش بینی تصمیم خرید محصولات ارگانیک است؛ همچنین به نظر می رسد، وضعیت مصرف محصولات ارگانیک در بین سالمندان در وضعیت مناسبی قرار ندارد که در این زمینه پیشنهادهایی متناسب با هر خوشه ارائه شد.

## کلمات کلیدی:

مشتریان سالمند، محصولات ارگانیک، خوشه بندی، درخت تصمیم، قواعد اگر-آنگاه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1853687>

