

عنوان مقاله:

عوامل تاثیرگذار بر تصمیم خرید مصرف کنندگان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مهدی زنگانه - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

هرمز مهرانی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

فریبا خمر - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

حسین شعبانی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

با شدید شدن رقابت در بازارهای امروزی، حفظ سهم بازار به مسئله بسیار مهمی برای شرکها تبدیل شده است بنابراین یکی از مسائل مهم بررسی و شناخت رفتار مصرف کننده و فرآیند تصمیم خرید است. رفتار مصرف کننده از جمله موضوعاتی است که برای درک آن تلاش میشود و مهم ترین فعالیت های مدیران بازاریابی به شمار میآید. تصمیم گیری فرآیندی است که شامل تشخیص مساله، جستجوی اطلاعات، ارزیابی گزینه ها و انتخاب نهایی می باشد. اغلب سازمان هایی که درباره رفتار خرید مصرف کنندگان به پژوهش می پردازند، تلاش می کنند تا درباره آنچه مصرف کنندگان میخرند و همچنین علت، تعداد، نوع و مکان خرید آنها اطلاعاتی به دست آورند. فرآیند تصمیم گیری خرید مصرف کننده پیش از تحقق خود خرید آغاز می شود و پس از انجام آن نیز ادامه دارد. بنابراین شناخت فرآیند تصمیم گیری خرید مصرف کننده، در شناسایی و رتبه بندی معیارهای خرید مشتریان اثرگذار خواهد بود و در نهایت منجر به رضایت هرچه بیشتر مشتری و افزایش سهم بازار شرکتها می شود. لذا این مقاله به بررسی این موضوع و معرفی عوامل تاثیر گذار بر تصمیم خرید مصرف کنندگان میپردازد

کلمات کلیدی:

مشتری، تصمیم خرید، فرآیند تصمیم خرید، عوامل موثر بر تصمیم خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/436780>

