

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر ابعاد ارزش خرید (صرفه جویی در هزینه، دسترسی به اطلاعات، ماجراجویی و خشنودی) بر قصد خرید مصرف کننده

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

بهرام خیری - استادیار، دکترای مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

سمانه نام آور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بین الملل)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به ارزیابی این موضوع می پردازد که ابعاد مختلف ارزش خرید چگونه قصد خرید مصرف کنندگان را تحت تأثیر قرار می دهد. جامعه آماری پژوهش خریداران ماهیان زینتی شهر تهران می باشند. حجم نمونه 385 نفر تعیین شده و از روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی استفاده شده است. این پژوهش با رویکرد نظرسنجی از افرادمراجعه کننده به مراکز فروش ماهیان زینتی واقع در خیابان نواب و ساختمان پلاسکو درخیابان جمهوری شهر تهران انجام گرفته است. ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات پرسشنامه با مقیاس پنج رتبه ای لیکرت بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی و از مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SPSS و PLS استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که ماجراجویی و کنکاش، اجتماعی بودن، ارزش و خشنودی بر انگیزه های لذت جویانه مصرف کنندگان ماهیان زینتی تأثیرگذار است و انگیزه های لذت جویانه نیز قصد خرید مصرف کنندگان را تحت تأثیر قرار می دهد. بنابراین به مدیران شرکتها و فروشندگان ماهیان زینتی پیشنهاد می شود که با استفاده از طراحی مبتکرانه، ایده های جدید، تبلیغات، بهره گیری از شبکه های اجتماعی، برگزاری نمایشگاه ها، ارائه تخفیفات و ایجاد محیط آرامش بخش، سبب انگیزش بیشتر لذت جویانه و افزایش قصد خرید در مصرف کنندگان ماهیان زینتی گردند

کلمات کلیدی:

صرفه جویی در هزینه، دسترسی به اطلاعات، ماجراجویی و کنکاش، خشنودی، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/444967>

