

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رفتار خرید مصرف کنندگان نان صنعتی در شهر مشهد

محل انتشار:

کنفرانس ملی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

ناهید شیرازی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

معصومه رستم زاده - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به دنبال شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رفتار خرید مصرف کنندگان نان صنعتی در شهر مشهد می باشد. برای تعیین تعداد نمونه از آزمون کوکرون استفاده شد. روش نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. جمع آوری اطلاعات به روش پرسشنامه صورت گرفت و پایایی و روایی آن بررسی گردید. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. برای کمک به برقراری ارتباط میان متغیرهای تحقیق از روش آمار استنباطی همچون آزمون کتی دو استفاده گردید و به این منظور از نرم افزار SPSS استفاده شد. یافته ها نشان داد کمال گرایی، حساسیت به قیمت، وجود سردرگمی به دلیل وجود گزینه های زیاد برای مصرف کنندگان، حساسیت به برند، میزان جدید بودن، عادت گرایی و وفاداری به یک نام تجاری، آگاهی مصرف کنندگان از مزایا، همخوانی ذائقه مصرف کنندگان و میزان دسترسی مصرف کنندگان در انتخاب نان صنعتی موثر است.

کلمات کلیدی:

مصرف کنندگان، نان، رفتار خرید، نان صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/659177>

