

عنوان مقاله:

تبیین مدل رفتار خرید مصرف کننده در انتخاب محصولات لذت بخش با رویکرد آمیخته (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای همواره تخفیف)

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 6، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

فاطمه ترابی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

اعظم رحیمی نیک - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

حسن اسماعیل پور - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

احمد ودادی - گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

شناخت اندکی درباره رفتار مصرف کننده بخصوص رفتار انتخاب مصرف کننده در برابر خرید و مصرف محصولات لذت بخش از فروشگاههای زنجیره ای همواره تخفیف در کشورهای در حال توسعه وجود دارد. هدف پژوهش حاضر طراحی مدل مفهومی رفتار خرید مصرف کننده در انتخاب محصولات لذت بخش بر اساس عوامل موثر بر خرید می باشد. رویکرد پژوهش آمیخته می باشد و از لحاظ هدف، کاربردی می باشد. به این ترتیب در بخش کیفی، داده ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته گردآوری و از استراتژی نظریه داده بنیاد مشتق بر کدگذاری باز، محوری و انتخابی و نیز الگوی مبنایی این نظریه به منظور دستیابی به مدل مستخرج از پژوهش استفاده شده است. برای انتخاب نمونه، روش نمونه گیری گلوله برفی که جزو روش های نمونه گیری هدفمند می باشد، تا حصول اصل اشباع نظری بکار گرفته شد. همچنین در بخش کمی، داده ها از طریق پرسشنامه گردآوری و روش توصیفی پیمایشی با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری برای تحلیل و تبیین مدل پیشنهادی به کارگرفته شده است. نتایج کیفی پژوهش در قالب مدل تایید شده و برازش یافته شامل شش مقوله یا بعد اصلی (انگیزش های خرید لذت بخش، ویژگی های فروشگاه، ویژگی های فردی، استراتژی ها، ارتباطات و وفاداری مشتری) و ۲۳ بعد فرعی است. نتایج در بخش کمی نشان داد که انگیزش های خرید لذت بخش، ویژگی های فروشگاه، ویژگی های فردی بر استراتژی ها و ارتباطات تاثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین استراتژی ها و ارتباطات بر وفاداری مشتریان در انتخاب محصولات لذت بخش تاثیر مثبت دارند.

کلمات کلیدی:

رفتار خرید مصرف کننده، فروشگاه های زنجیره ای، کالاهای لذت بخش، نظریه داده بنیاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/944758>

