

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط سبک های تصمیم گیری مصرف کنندگان با خرید نوشیدنی های گازدار (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای رفاه استان گیلان)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره 10، شماره 39 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 39

نویسندگان:

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

منصوره صادقی - باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش های متعدد نشان داده است که مصرف کنندگان از سبک های مختلفی هنگام مواجه شدن با تصمیمات در بازار پیروی می کنند. این سبک ها رویکرد ذهنی مصرف کنندگان در فرآیند تصمیم گیری برای خرید می باشد. لذا هدف از این مطالعه بررسی ارتباط سبک های تصمیم گیری مصرف کنندگان با خرید نوشیدنی های گازدار در فروشگاه های زنجیره ای رفاه استان گیلان می باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی است و جامعه آماری آن، کلیه مصرف کنندگان نوشیدنی های گازدار در فروشگاه های زنجیره ای رفاه استان گیلان می باشند. تعداد نمونه بر اساس روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای و با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، 384 نفر بوده است. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه است که از پرسشنامه سبک مصرف کنندگان (سی.اس.آی) استفاده شده است که ضریب آلفای کرونباخ همه آن ها بالای 7/0 بوده است. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد هر هفت فرضیه پژوهش که شامل: کمال گرا و حساس به کیفیت بالا، حساس به برند، سردرگمی به دلیل گزینه های در دسترس زیاد، لذتگرا و طالب خرید به عنوان سرگرمی، حساس به قیمت و ارزش قائل شدن برای پول، واکنشی- بی برنامه و بی هدف، عادتگرا و وفادار به برند مورد تایید قرار گرفتند و بین سبک های تصمیم گیری مصرف کنندگان با خرید نوشیدنی های گازدار در فروشگاه های زنجیره ای استان گیلان رابطه وجود دارد.

کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، سبک های تصمیم گیری مصرف کننده، مدل اسپرولز و کندال، نوشیدنی های گازدار، استان گیلان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/958182>

