



سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی مدیریت و حسابداری ایران

The third National and International Conference of
Management and Accounting Iran



بررسی رابطه‌ی بین آمادگی مصرف کننده و سطح برانگیختگی بهینه با خرید های تفننی و تنوع طلبی

سعید هاشمیان^۱، حشمت الله رحمتی^۲، مریم اقا مراد^۳

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

چکیده

این تحقیق به بررسی رابطه بین آمادگی مصرف کننده و سطح برانگیختگی بهینه با خریدهای تفننی و تنوع طلبی پرداخته است. و اهداف آن شامل: ۱- بررسی روابط میان سه عامل آمادگی مصرف کننده، سطح برانگیختگی بهینه با خرید تفننی و تنوع طلبی ۲ - ارزیابی اثرات میان فردی خرید تفننی و تنوع طلبی ۳- بررسی جنبه های اختصاصی خرید تفننی و تنوع طلبی ۴ - شناسایی مشتریان بر اساس خرید آنها جهت تقسیم بندی بازاریابی باشد و روش تحقیق حاضر از نظر روش جز تحقیقات توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف جز تحقیقات کاربردی محسوب می شود. جامعه آماری این تحقیق تعداد ۲۵۰ نفر از مصرف کننده گان شهر اراک میباشد که به عنوان نمونه به صورت تصادفی انتخاب شده و از آنها خواسته شد تا به پرسشنامه پاسخ دهند و پس از جمع آوری پرسشنامه ها داده های تحقیق با نرم افزار SPSS مورد تجزیه تحلیل قرار گرفته و این تحقیق شامل ۲ فرضیه میباشد که هر دوی آن تایید شده اند.

واژه های کلیدی: خرید تفننی، تنوع طلبی، آمادگی مصرف کننده، برانگیختگی