



موسسه آموزش عالی تاکستان

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی

گرایش بازاریابی

عنوان:

بررسی رویکرد خرید آبی مصرف کنندگان شهری از

دستفروشان خیابانی در تهران

مطالعه موردی متروی تهران

استاد راهنما:

دکتر کامیار کاووش

استاد مشاور:

دکتر محمدرضا پاکروان

نگارنده:

فرزاد ناصری خیاوی

بهار ۱۳۹۶

چکیده:

تلاش علم بازاریابی بر این است که شیوه‌های رفتار مصرف کننده را تحت تأثیر قرار دهد. به کارگیری دانش رفتار مصرف کننده در جهت توسعه‌ی استراتژی بازاریابی، نوعی هنر است. خرید آنی نیمه پنهان رفتار مصرف کننده است که فروشندگان ماهر می‌توانند با استفاده از محرک‌های مختلف، بدان دست یافته و میزان فروش خود را بالا ببرند. از آنجاکه، سطح توسعه اقتصادی در نظام شهری جهان سوم در رابطه با مقیاس و سرعت و آهنگ رشد جمعیت، بسیار ناهماهنگ و پایین بوده، یعنی درست در نقطه مقابل تجربه غرب سرمایه‌داری، اقتصاد شهری این کشورها دچار دوگانگی شدید شده است. برخی از این کارگران و کارآفرینان غیررسمی برای نجات خویش از فقر اقتصادی، فروشندگی خیابانی را به‌عنوان تنها گزینه پیش رویشان انتخاب نموده‌اند. هدف این تحقیق بررسی رویکرد خرید آنی مصرف کنندگان شهری از دستفروشان خیابانی در استان تهران بوده است. جامعه آماری این تحقیق را مسافران متروی تهران، تشکیل می‌دهد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، بر اساس جدول مورگان، ۳۸۴ نفر به صورت تصادفی انتخاب می‌گردد. تحقیق کاربردی است و برای بررسی این ارتباط از روش توصیفی - پیمایشی استفاده می‌شود. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه جمع آوری می‌گردد و با استفاده از نرم افزار Smart.PLS فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار خواهد گرفت. نتایج تحقیق نشان دادند نشانه‌های حسی، به طور مثبتی با تمایل به خرید ناخودآگاه، برانگیختگی حسی، لذت بخش بودن، ریسک درک شده، تمایل به خرید ناخودآگاه، مرتبط می‌باشد.

واژگان کلیدی: خرید آنی، دست فروش، نشانه‌های حسی خرید

Abstract

The marketing effort is at influencing to consumer behavior. Using knowledge of consumer behavior to develop a marketing strategy is a kind of art. Instantaneous purchasing is a semi-hidden consumer behavior that skilled sellers can achieve by using different stimuli and increase their sales. Since the level of economic development in the Third World Urban System was very inconsistent and low in relation to the scale and speed of the population growth, that is, in the opposite of the Western capitalist experience, the urban economics of these countries has become dictatorial. Some of these informal workers and entrepreneurs have chosen street vendors as their only option to save themselves from economic

poverty. The aim of this study was to investigate the instantaneous purchasing approach of street consumers in Tehran province. The statistical population of this research is Tehran subway passengers. Regarding to the unlimited statistical population, 384 people are randomly selected based on Morgan's table. The research is applied and descriptive-survey method is used to investigate this relationship. The required information is collected by using a questionnaire and by Smart.PLS software research hypotheses will be tested. The results of the study showed that sensory symptoms are positively related to the unconsciousness, sensory arousal, pleasure, perceived risk, and subconscious tendency to purchase.

Keywords: instantaneous purchase, Vendor, Sensory signs of purchase



Takestan Institution of Higher Education

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree
of Master of Science in

Title

Investigating the Impulse Buying approach of urban consumers from
peddler in Tehran (Case Study: Metro Tehran)

Supervisor:

Dr. kamyar kavoosh

Advisor:

Dr. mohamadreza pakravan

By:

Student Name

Farzad Naseri khiavi

December 2017