

بررسی انگیزتگی برای خرید ناگهانی مشتریان شرکت شاهسوند زرین با استفاده از منطق فازی

دکتر نادر حساسی^۱، صمد کرمی عالم^۲، امید کرمی عالم^۳

^۱ استادیار ریاضی کاربردی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

چکیده

خرید ناگهانی، موضوع تحقیق بسیاری از محققین رفتار مصرف کننده قرار گرفته است. این مسئله نه تنها به دلیل پیچیدگی هایی است که این موضوع دارد، بلکه به خاطر عمومیت گسترده آن در میان طیف وسیعی از طبقات مختلف محصول است. خرید اجباری (خرید آنی) یک خرید ناگهانی و سریع است بدون هیچ قصد قبلی حتی برای خرید از این طبقه محصول یا انجام عمل خرید به طور خاص، در حالیکه خرید یادآوری شده بدون برنامه ممکن است به سادگی، یک خرید به یاد آمده "خارج از لیست" باشد. خرید اجباری بنا بر این یک خرید بدون برنامه قبلی و بدون فکر است (خریدار مقداری شیرینی می بیند و تصمیمی میگرد که ناگهان و به سرعت آن را خریداری کند) در حالیکه خرید یادآوری شده یا برنامه ریزی نشده زمانی رخ می دهد که خریدار فراموش کرده که کالای مورد نظر را در لیست خود قرار دهد (خریدار شکر را در فروشگاه می بیند و به یاد می آورد که فراموش کرده آن را در لیست خرید قرار دهد و آن را می خرد).

واژگان کلیدی: انگیزتگی، خرید ناگهانی، منطق فازی