

# تبیین درگیری ذهنی طبقه محصول در رفتار خرید محصولات ارگانیک ( مطالعه موردی مشتریان محصولات ارگانیک شهر رشت )

محسن یحیایی\*,شاهرخ باقری,

1396-09-02

هدف اصلی برای خرید محصولات ارگانیک این است که مصرف کنندگان انتظار دارند این محصولات سالم تر و امن تر باشند. از طرفی ارائه ی غذای ارگانیک برای سلامت و محیط زیست مزایای بسیاری دارد، اما تقاضای مواد غذایی غیر ارگانیک در مقایسه با مواد غذایی آلی و ارگانیک در حال رشد است و سهم بیشتری از بازار را در بر دارد که این امر به ایجاد آگاهی در میان مشتریان و اعتماد آنها به محصولات ارگانیک نیازمند است. با توجه به اهمیت درگیری ذهنی طبقه محصول در ادبیات بازاریابی و رفتار مصرف کننده جهت خرید محصولات ارگانیک، در این تحقیق پژوهشگر سعی بر آن دارد تا ارتباط بین آنها را مورد مطالعه و بررسی قرار دهد. با توجه به موارد گفته شده، در تحقیق حاضر به بررسی تبیین درگیری ذهنی طبقه محصول در رفتار خرید محصولات ارگانیک مشتریان محصولات ارگانیک شهر رشت می پردازیم. مدل این تحقیق مطابق با مدل دریچونیز و همکاران در سال 2007 طراحی گردیده است. پژوهش حاضر از حیث هدف، پژوهشی کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده ها، پژوهشی توصیفی است. جامعه آماری تحقیق شهروندان، مصرف کنندگان کالا و خریداران محصولات ارگانیک از فروشگاه ازگیل کالا می باشد از این رو پرسشنامه ای شامل 21 سوال تهیه گردید در آخر تجزیه و تحلیل روی 361 پرسشنامه جمع آوری شده انجام گرفت. جهت تجزیه و تحلیل، از رگرسیون لجستیک ترتیبی با نرم افزار SPSS استفاده شده است. در پایان نیز پیشنهادهایی بر اساس نتایج تحقیق و همچنین پیشنهادهاتی برای تحقیقات آینده ارائه شده است.

کلمات کلیدی : درگیری ذهنی محصول، دانش تغذیه، رژیم غذایی، مدت زمان خرید.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)