İşletme Araştırmaları Dergisi 2/3 (2010) 45-62

İşletme Araştırmaları Dergisi
www.isarder.org

Tüketici Karar Verme Sitilleri ve Genç-Yetişkin Tüketiciler: Hindistan Örneği

Anubhav Anand MISHRA
ICFAI University
anubhavmishras@gmail.com

Özet

Hindistan ekonomisi son yirmi yıldır bir büyüme eğilimindedir. Bu büyüme tüketicilerin imkânına sunulan alışveriş seçeneklerini artırmıştır. Bu çalışma Hindistanlı tüketicilerin karar verme profilleri ile ilgili olan pazarlamacılara bilgi sağlamak ve bu doğrultuda onların kendi pazarlama çabalarını ortaya koymaları maksadıyla genç-yetişkin tüketicilerin karar verme stillerini belirlemeye çalışmaktadır. Araştırmada Sproles ve Kendall'ın (1986) tüketici stil enventeri 425 genç-yetişkin Hintli tüketici üzerinde uygulanmış ve ölçeğin genelleştirilmesi test edilmiştir. Faktör analizi 38 değişkeni özetlemek için kullanılmıştır. Çalışma orijinal Amerikan özelliklerinin yanında, Hindistan'a ait iki yeni özelliğin uygulanabilirliğini teyit etmiştir. Ayrıca kültürler arasındaki farklılıklar ve benzerlilikler tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: tüketici Karar verme, Tüketici Stil Envanteri, Genç-Yetişkin tüketiciler, Faktör Analizi, Hindistan.