

بسمه تعالی

# دانشگاه پیام نور

رشته: مدیریت بازرگانی

واحد پروژه: گروه F

موضوع: قدرت خرید مردم

مقدمه :

در این تحقیق پرسشنامه مشتمل بر ۳۲ سوال در بین ۱۰۰ نفر نمونه توزیع گردید که تعداد ۹۹ پرسشنامه تکمیل شده دریافت گردید . در مرحله تحلیل داده ها ابتدا مشخصات فردی افراد نمونه به صورت توصیفی استخراج گردیده و نمودار میله ای و دایره ای مربوطه ترسیم گردیده است . در بخش دوم نمودار تحلیلی همبستگی متغیر کیفیت با متغیرهای مارک و زمان و مکان خرید ترسیم شده و در صورت وجود رابطه خطی بین دو به دو متغیرها ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده است و در سطح معنی داری ۰.۰۵ درصد میزان رابطه مورد بررسی قرار گرفته است .

جداول توزیع فراوانی مشخصات فردی افراد نمونه تحقیق شامل:

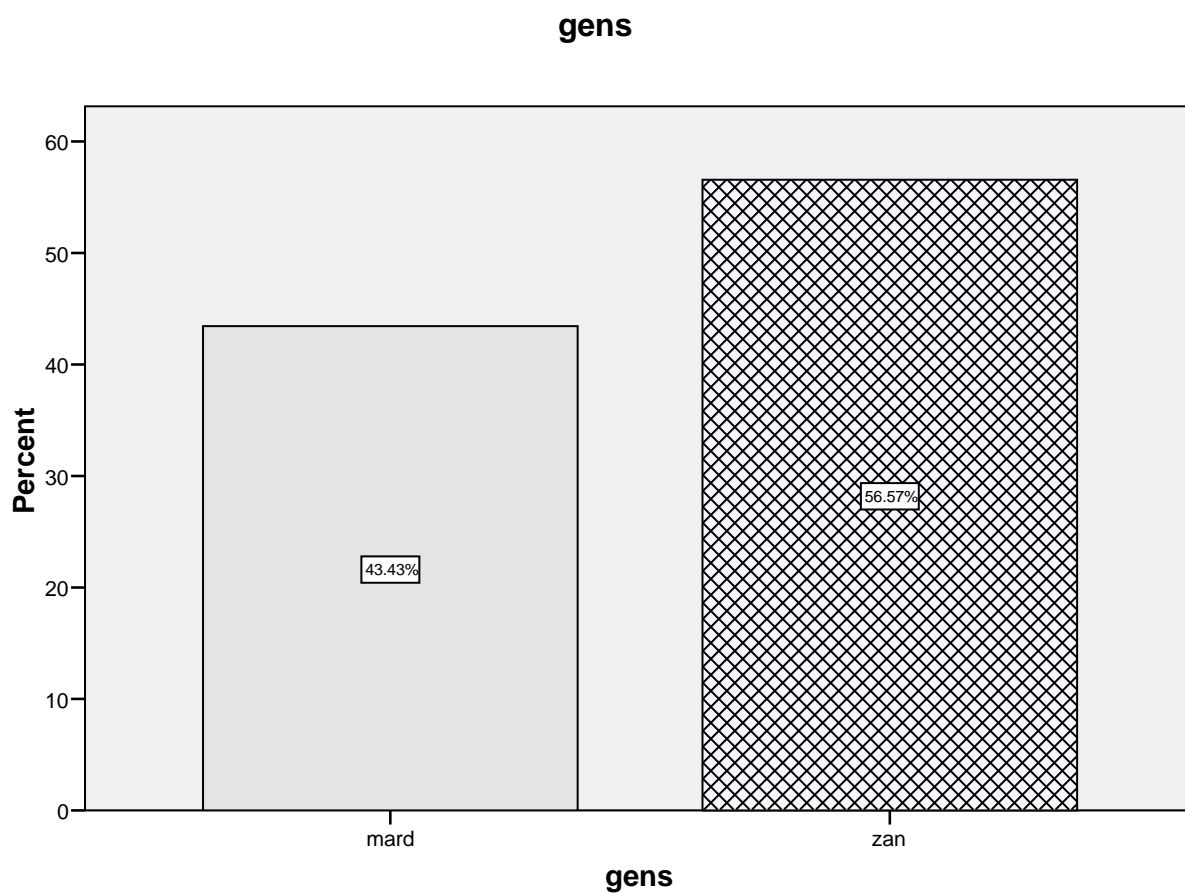
- جنس
- حدود سن
- وضعیت تاهل
- میزان تحصیلات
- شغل
- زمان خرید

همچنین نمودار میله ای و دایره ای مربوطه در هر مورد ترسیم گردیده است .

جدول ۱: توزیع فراوانی جنس افراد نمونه

| جنس | فراوانی | درصد  |
|-----|---------|-------|
| مرد | 43      | 43.4  |
| زن  | 56      | 56.6  |
| کل  | 99      | 100.0 |

همانگونه که در جدول ملاحظه می شود ۴۳.۴ درصد از مردمی که پرسشنامه را تکمیل نموده اند مرد و ۵۶.۶ درصد از آنان زن هستند. در واقع بیشتر افراد نمونه تحقیق از بین زنان بوده اند.



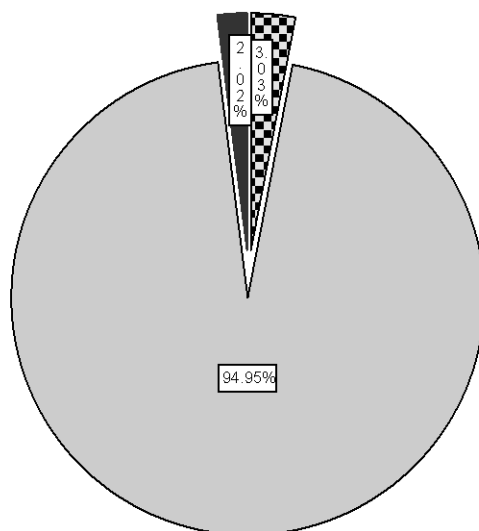
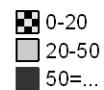
نمودار ۱: نمودار میله ای توزیع فراوانی جنس افراد نمونه

جدول ۲: توزیع حدود سن افراد نمونه

| حدود سن         | فراوانی | درصد  |
|-----------------|---------|-------|
| 0-20            | 3       | 3.0   |
| 20-50           | 94      | 94.9  |
| بیشتر از ۵۰ سال | 2       | 2.0   |
| کل              | 99      | 100.0 |

بر طبق این جدول ۳ درصد افراد در گروه سنی زیر بیست سال قرار دارند و ۹۴.۹ درصد آنان بین بیست تا پتجاه ساله هستند. لازم به توضیح است که فقط ۲ درصد از افراد نمونه بالاتر از ۵۰ سال داشتند. پس بیشتر مردمی که پرسشنامه را تکمیل کرده اند بین ۲۰ تا ۵۰ سال سن داشتند.

saan



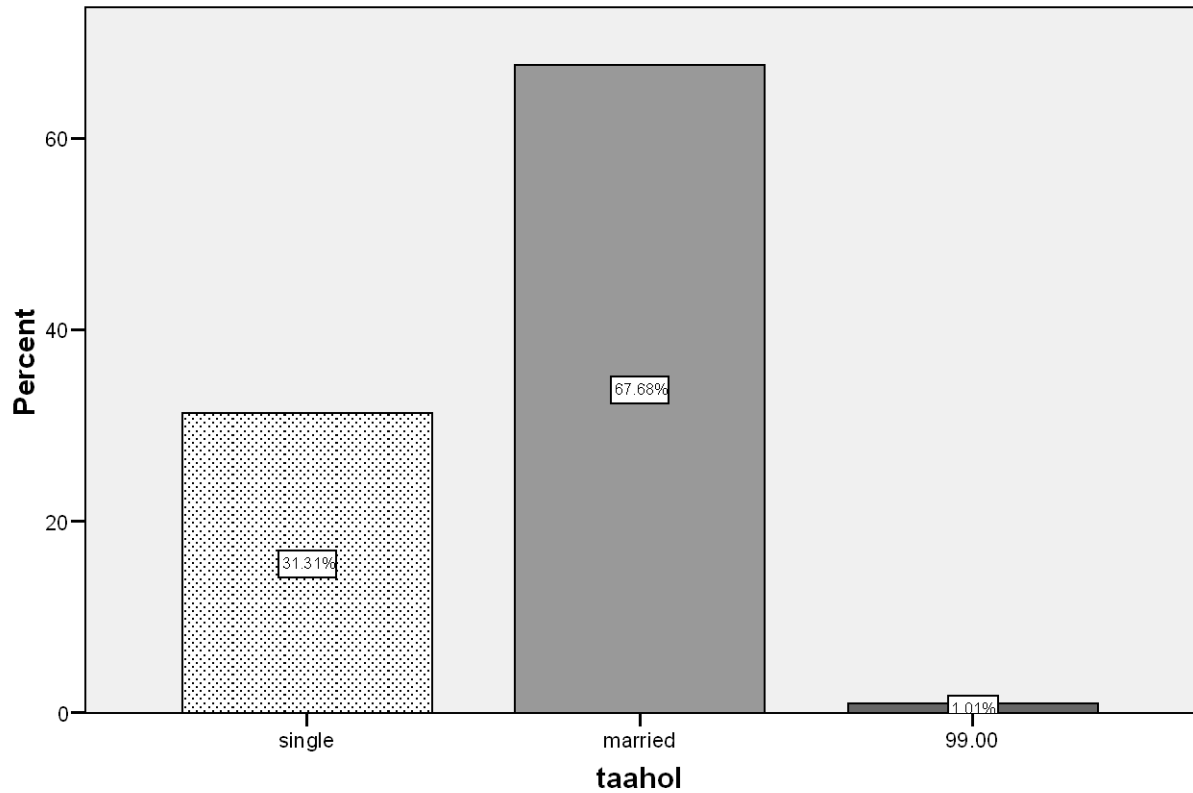
نمودار ۲: نمودار دایره ای توزیع فراوانی سن افراد نمونه

جدول ۳: توزیع وضعیت تاهل افراد نمونه

| تاهل      | فراوانی | درصد  |
|-----------|---------|-------|
| مجرد      | 31      | 31.3  |
| متاهل     | 67      | 67.7  |
| بدون پاسخ | 1       | 1.0   |
| کل        | 99      | 100.0 |

همانگونه که ملاحظه می کنید ۳۱.۳ درصد افراد نمونه تحقیق مجرد و ۶۷.۷ درصد آنان متاهل بوده اند. در واقع اکثریت افراد متاهل می باشند.

### taahol



نمودار ۳: نمودار میله ای توزیع فراوانی وضعیت تاهل افراد نمونه

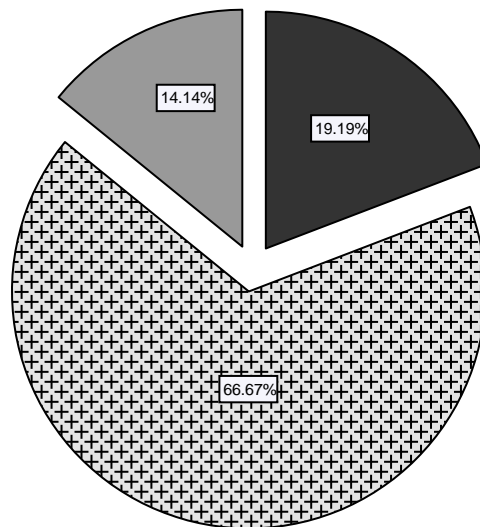
جدول ۴: توزیع وضعیت مدرک تحصیلی افراد نمونه

| مدرک تحصیلی         | فراوانی | درصد  |
|---------------------|---------|-------|
| دیپلم و پایین تر    | 19      | 19.2  |
| فوق دیپلم و لیسانس  | 66      | 66.7  |
| فوق لیسانس و بالاتر | 14      | 14.1  |
| کل                  | 99      | 100.0 |

همانطور که در جدول آمده ۱۹.۲ درصد افراد مورد تحقیق دیپلم و زیر دیپلم، ۶۶.۷ درصد فوق دیپلم و لیسانس، و ۱۴.۱ درصد مردم فوق لیسانس و بالاتر بودند. در واقع اکثر مردمی که پرسشنامه پر کرده اند فوق دیپلم و لیسانس داشته اند.

## tahsilat

di  
 fli  
 fliphd



نمودار ۴: نمودار دایره ای توزیع سطح تحصیلات افراد نمونه

جدول ۵: توزیع وضعیت اشتغال افراد نمونه

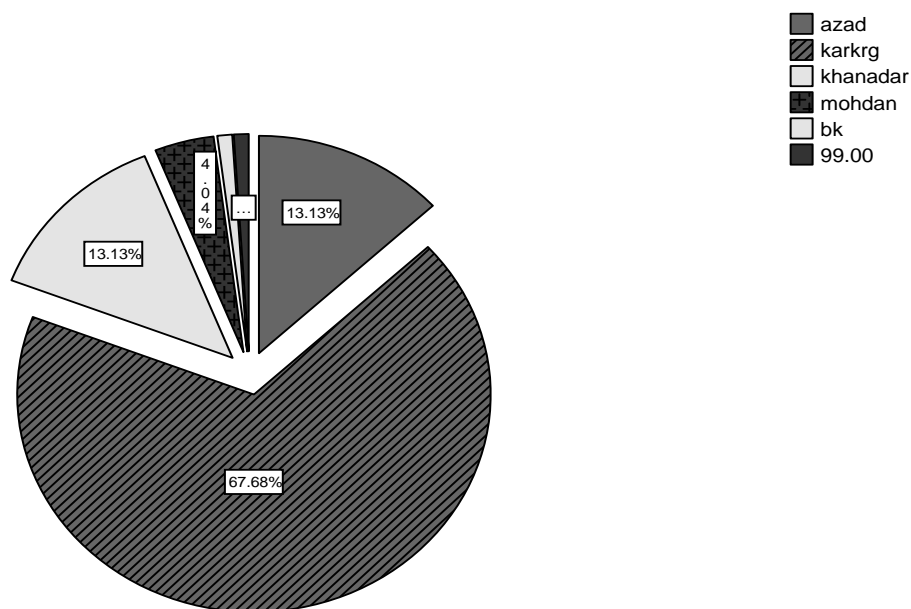
| شغل            | فراوانی | درصد  |
|----------------|---------|-------|
| آزاد           | 13      | 13.1  |
| کارمند و کارگر | 67      | 67.7  |
| خانه دار       | 13      | 13.1  |
| محصل و دانشجو  | 4       | 4.0   |
| بیکار          | 1       | 1.0   |
| بدون پاسخ      | 1       | 1.0   |
| کل             | 99      | 100.0 |

با توجه به جدول ۱۳.۱ درصد مردمی که پرسشنامه را تکمیل کرده اند شغل آزاد داشته اند . در صورتی که ۶۷.۷ درصد آنان کارمند و یا کارگر بوده اند . همچنین ۱۳.۱ درصد افراد نمونه



خانه دار و ۴ درصد آنان محصل و دانشجو می باشند درضمن ۱ درصد افرادی که به سوالات پاسخ داده اند بیکار بوده اند و ۱ درصد نیز سوالات را بدون پاسخ گذاشته اند .

### shoghi

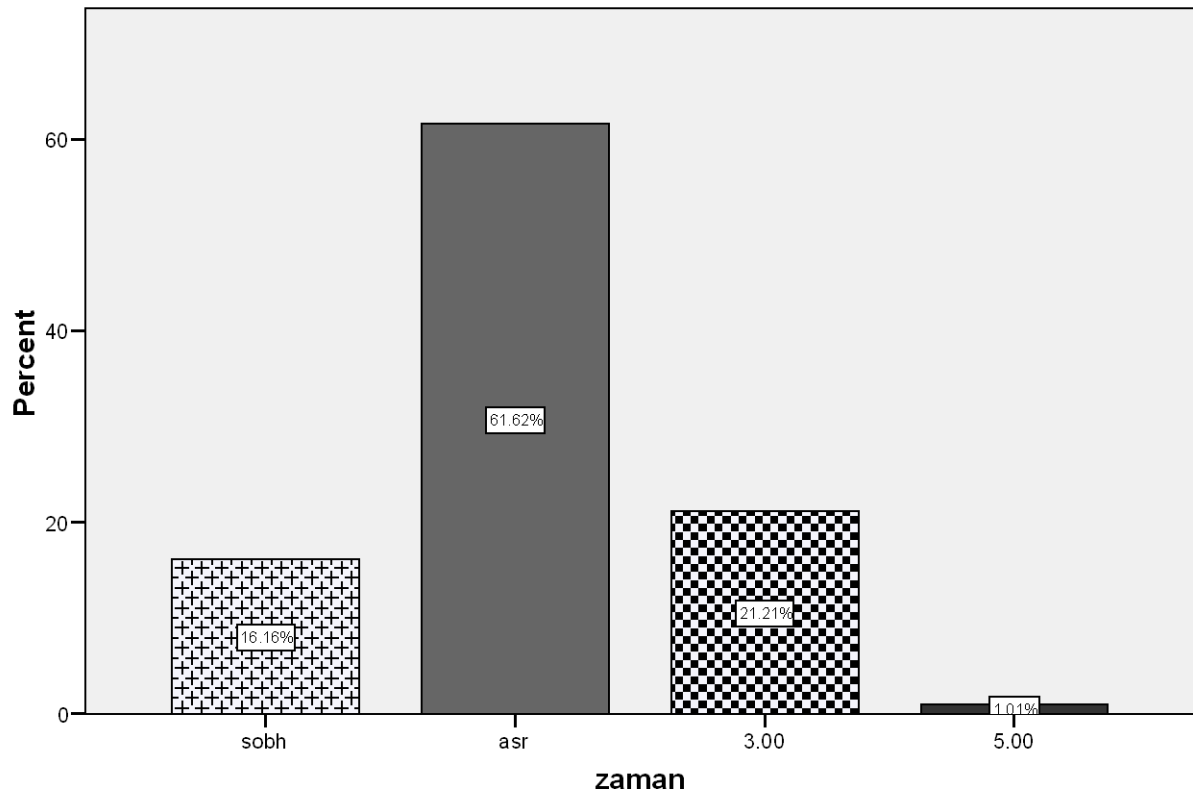


نمودار ۵: نمودار دایره ای توزیع فراوانی وضعیت اشتغال افراد نمونه  
جدول ۶: توزیع زمان خرید منتخب افراد نمونه

| زمان      | فراوانی | درصد  |
|-----------|---------|-------|
| صبح       | 16      | 16.2  |
| عصر       | 61      | 61.6  |
| شب        | 21      | 21.2  |
| بدون پاسخ | 1       | 1.0   |
| کل        | 99      | 100.0 |

برطبق جدول ۱۶.۲ درصد افراد زمان صبح را برای خرید انتخاب کرده اند. در حالی که بیشتر مردم یعنی ۶۱.۶ درصد ترجیح می دهند عصرها خرید کنند. همچنین ۲۱.۲ درصد افراد شب خرید می کنند. ۱ درصد مردم نیز به این سوال پاسخ نداده اند.

## zaman

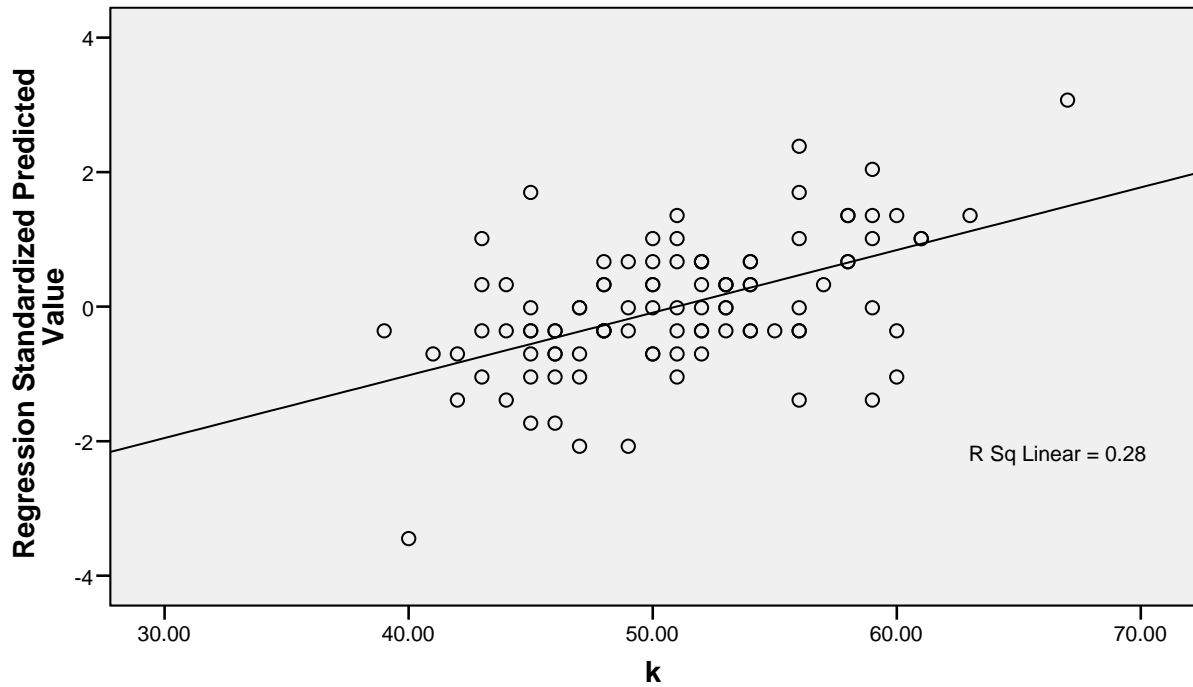


نمودار ۶: نمودار میله ای توزیع فراوانی زمان خرید افراد نمونه

در پاسخ به فرضیه های تحقیق نمودار تحلیلی همبستگی متغیر کیفیت با متغیرهای مارک و کیفیت محصولات ترسیم شده تا در صورت وجود رابطه خطی بین این دو متغیر، ضریب همبستگی پیرسون محاسبه گردیده و در سطح معنی داری ۰.۰۵ درصد میزان رابطه مورد بررسی قرار گیرد .

## Scatterplot

Dependent Variable: k



نمودار ۷: نمودار رگرسیون بین دو متغیر مارک محصولات و کیفیت آنها

نمودار وجود رابطه خطی بین دو متغیر را نشان می دهد و می توانیم ضریب همبستگی پیرسون را محاسبه کنیم.

جدول ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر مارک و کیفیت محصولات

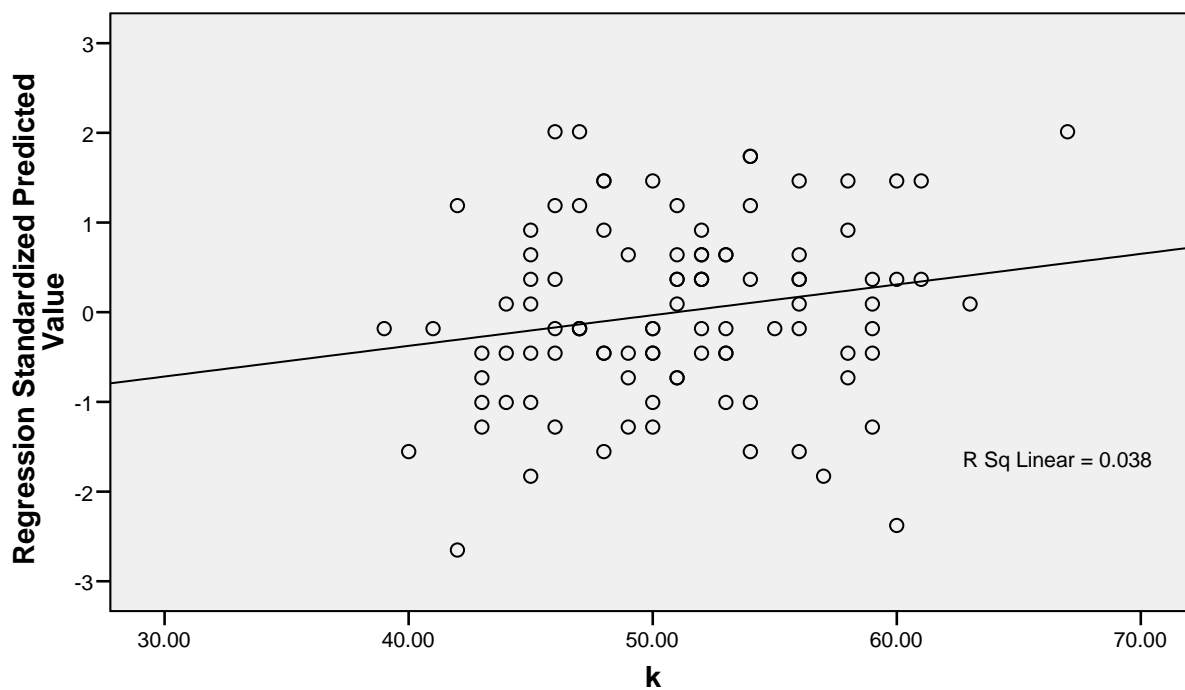
|               |                        | مارک<br>محصولات | کیفیت<br>محصولات |
|---------------|------------------------|-----------------|------------------|
| مارک محصولات  | ضریب پیرسون            | 1               | .529(**)         |
|               | سطح معنی داری دو دامنه |                 | .000             |
|               | تعداد                  | 99              | 99               |
| کیفیت محصولات | ضریب پیرسون            | .529(**)        | 1                |
|               | سطح معنی داری دو دامنه | .000            |                  |
|               | تعداد                  | 99              | 99               |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر مارک محصولات و کیفیت آنها ۰.۵۲۹ می باشد که در سطح ۵ درصد و ۱ درصد معنی دار می باشد. همبستگی متوسطی بین دو متغیر مارک محصولات و کیفیت آنها وجود دارد.

### Scatterplot

Dependent Variable: k



نمودار ۸: نمودار رگرسیون بین دو متغیر زمان خرید محصولات و کیفیت آنها

نمودار وجود رابطه خطی بین دو متغیر زمان خرید و کیفیت محصولات را نشان می دهد و می توانیم ضریب همبستگی پیرسون را محاسبه کنیم.

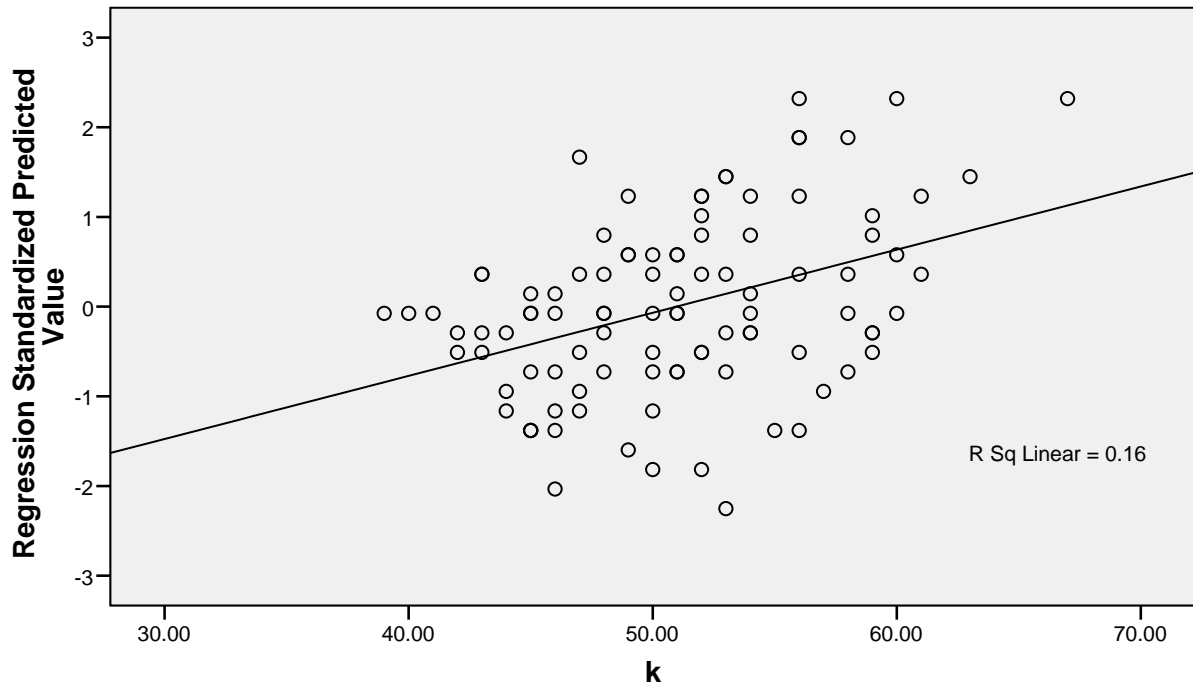
جدول ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر زمان خرید و کیفیت محصولات

| متغیرها       | ضریب همبستگی           | کیفیت محصولات | زمان خرید |
|---------------|------------------------|---------------|-----------|
| کیفیت محصولات | ضریب پیرسون            | 1             | .194      |
|               | سطح معنی داری دو دامنه |               | .054      |
|               | تعداد                  | 99            | 99        |
| زمان خرید     | ضریب پیرسون            | .194          | 1         |
|               | سطح معنی داری دو دامنه | .054          |           |
|               | تعداد                  | 99            | 99        |

ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر زمان خرید و کیفیت آنها  $.194$  می باشد که در سطح  $0.05$  درصد معنی دار نمی باشد یعنی بین دو متغیر همبستگی ضعیف وجود دارد.

## Scatterplot

Dependent Variable: k



نمودار ۸: نمودار رگرسیون بین دو متغیر مکان خرید محصولات و کیفیت آنها

نمودار وجود رابطه خطی بین دو متغیر را نشان می دهد و می توانیم ضریب همبستگی پیرسون را محاسبه کنیم.

جدول ۸: ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر مکان خرید و کیفیت محصولات

| متغیرها       | کیفیت محصولات | مکان خرید |
|---------------|---------------|-----------|
| کیفیت محصولات | ضریب همبستگی  | .400(**)  |
|               | ضریب پیرسون   | .000      |
|               | سطح معنی داری | 99        |
|               | دو دامنه      | 99        |
| مکان خرید     | تعداد         | 1         |
|               | ضریب همبستگی  | .400(**)  |
|               | ضریب پیرسون   | .000      |
|               | سطح معنی داری | 99        |
|               | دو دامنه      | 99        |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر مکان خرید و کیفیت آنها ۰.۴۰۰ می باشد که در سطح ۰ درصد و ۱ درصد معنی دار می باشد یعنی بین دو متغیر همبستگی متوسطی وجود دارد.