

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ضمیر ناخودآگاه بر روی رفتار مصرف کننده (مورد مطالعه مشتریان فروشگاه های زنجیره ای)

## محل انتشار:

سومین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

سیدغلام رضا نوادگی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجب شیر، ایران

## خلاصه مقاله:

ضمیر ناخودآگاه بخش بزرگی از ذهن انسان را تشکیل می دهد و نقش مهمی در رفتار انسان ایفا می کند. این بخش از ذهن شامل اطلاعات، احساسات و انگیزه هایی است که از آگاهی فرد دور هستند. در زمینه بازاریابی، ضمیر ناخودآگاه مصرف کننده نقش مهمی در تصمیم گیری های خرید ایفا می کند. تحقیقات نشان داده است که حدود ۹۵ درصد از تصمیمات خرید در سطح ناخودآگاه گرفته میشود. هدف این پژوهش بررسی تاثیر ضمیر ناخودآگاه بر روی رفتار مصرف کننده است که جامعه آماری آن مشتریان فروشگاه های زنجیره ای میباشد که تعداد حجم نمونه ۳۸۴ نفر میباشد. به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش و بررسی فرضیه های تحقیق، با استفاده از نرم افزار spss استفاده شده است و نتایج نشان داد که ضمیر ناخودآگاه بر روی رفتار مصرف کننده تاثیر مثبت و معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

ضمیر ناخودآگاه، رفتار مصرف کننده، قصد خرید، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2050933>

