

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ترندهای قیمت گذاری بازاریابی عصبی بر رفتار خرید مصرف کننده های پوشاک (مطالعه موردی فروشگاه های پاتن جامه استان کردستان)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی جایگاه مدیریت و حسابداری در دنیای نوین کسب و کار، اقتصاد و فرهنگ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حسینعلی حیدری - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

حسنعلی حیدری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر تحقیقی میدانی است که هدف از آن بررسی تأثیر ترندهای قیمت گذاری بازاریابی عصبی بر رفتار خرید مصرف کننده های پوشاک در فروشگاه های پاتن جامه می باشد. نتایج تحقیقات مختلف نشان می دهد که انتخاب ترندهای قیمت گذاری بازاریابی عصبی می تواند بر روی رفتار مصرف کننده اثر بگذارد. جامعه ی تحقیق، مشتریان فروشگاه های پاتن جامه در استان کردستان می باشد که به روش نمونه گیری دسترس، ۹۰ نفر از مشتریان به عنوان نمونه انتخاب شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه پنج گزینه ای لیکرت و برای تجزیه و تحلیل آنها از آزمون تی- تک نمونه استفاده شد و نتایج نشان داد که ترندهای قیمت گذاری بازاریابی عصبی بر رفتار خرید مصرف کننده تاثیر مثبت دارد. این مطالعه می تواند به فروشگاه های پوشاک فروشی جهت هرچه اثر بخش تر کردن ترندهای قیمت گذاری بازاریابی عصبی کمک کند

کلمات کلیدی:

ترندهای قیمت گذاری، بازاریابی عصبی، رفتار مصرف کننده، پاتن جامه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/313805>

