

## عنوان مقاله:

تاثیر موسیقی و فرهنگ بر رفتار مصرف کننده در محیط رستوران ها

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

## نویسنده:

حسین اسدسنگابی - گروه مدیریت و حسابداری، واحد بن الملل قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

## خلاصه مقاله:

بقاء و موفقیت شرکتها در دنیای تجارت امروز بستگی به موارد متفاوتی از جمله شناخت مشتریها، درخواست آنها و فاکتورهای رضایت بخش آنها دارد. فرهنگ یکی از مهمترین و موثرترین فاکتورها میباشد که بر افکار و رفتار مشتری تاثیر بسزایی دارد. از این رو سازمانها و موسسات تجاری نیازمند آن هستند که درک دقیقی نسبت به شاخص های فرهنگ در ارتباط با مشتری داشته باشند. فرهنگ موسیقی نیز یکی از فاکتورهای مهم میباشد که نیاز به مطالعه دارد. اگرچه بخش های تجاری هزینه ای را به منظور اختصاص جهت اجرا و استفاده از موسیقی در نظر میگیرند لذا تحقیقاتی درباره ارتباط موسیقی و رفتار مصرف کننده میتواند از اهمیت بالایی برخوردار باشد. در همین راستا تحقیقات می یابست بر تشخیص نوع و چگونگی تاثیر موسیقی بر رفتار مصرف کننده متمرکز شود. این تحقیق نیز به همین منظور تاثیر و نوع موسیقی بر رفتارهای مصرف کننده در رستوران ها را به طور مفهومی مورد بررسی قرار میدهد. پژوهش حاضر می تواند در راستای نتایج حاصل از آن، به دلیل ارائه ی اطلاعات مفید در حوزه ی رفتار مشتری برای محققان ارزشمند باشد.

## کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، فرهنگ، موسیقی، رستوران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/330911>

