

## عنوان مقاله:

بررسی شاخص های انگیزشی فروشگاه‌های و اثر آن‌ها بر رفتار خریداران در فروشگاه (مورد مطالعه فروشگاه رفاه سنندج)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیک‌های مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

حمیدرضا تاج نسائی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد واحد سنندج، ایران

هیوا فاروقی - استادیار، دکترای مهندسی صنایع، دانشگاه کردستان، ایران

امید مهدیه - استادیار، دکترای مدیریت رفتار سازمانی، گروه مدیریت، دانشگاه زنجان، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، بررسی شاخص های محرک و انگیزشی فروشگاه‌های و اثر آن‌ها بر رفتار خریداران در فروشگاه با توجه بهوجود میانجی های شاخص احساسی- ادراکی در نقطه خرید و همچنین نقش تعدیلگری متغیر جمعیت شناختی می باشد. این پژوهش از لحاظ ماهیت کاربردی و در دسته تحقیقات توصیفی و از منظر زمانی مقطعی می باشد. جامعه آماری متشکل از خریداران فروشگاه رفاه سنندج بوده که تعداد 400 پرسشنامه میان آن‌ها توزیع گردید. برای بررسی داده و تحلیل فرضیه‌ها از نرم افزارهای IBM SPSS 20 و همچنین لیزرل استفاده گردیده است. نتایج نشان از تایید کلیه فرضیات تعریف شده در این پژوهش و در نهایت تایید تاثیر انگیزاننده های فضای فروشگاه‌های بر رفتارهای صورت گرفته خریدار در نقطه خرید دارد. همچنین بررسی ها نشان می دهد که شاخص سن و جنسیت از شاخص های متغیر جمعیت شناختی به عنوان تعدیل گر درمدل تاثیر گذار بوده اما شاخص درآمد نقش تعدیل گر را نمی تواند بازی نماید.

## کلمات کلیدی:

انگیزاننده های فضای فروشگاه‌های، رفتار خریدار، شاخص های احساسی ادراکی، بازاریابی حسی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/484054>

