

عنوان مقاله:

استفاده از روش های تصمیم گیری چندمعیاره برای انتخاب پارک فرهنگی و تفریحی برای کودکان

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

زهرا شکرچی زاده اصفهانی - دانشجوی دکتری مدیری بازاریابی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

مهسا قندهاری - استادیار مدیریت، گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

در دهه های اخیر، کودکان به عنوان یکی از مهمترین گروه های مورد توجه بازاریابان مطرح بوده اند؛ چرا که آنان توانایی زیادی برای تأثیرگذاری بر تصمیمات خرید خانواده دارند (گرام 2007). کودکان نه تنها بخش اعظمی از بازارهای مصرف را تشکیل می دهند، بلکه نقش بسزایی در فرآیند های خرید خانواده دارند. درجه و ماهیت تأثیرگذاری کودکان برای انواع طبقات محصول متفاوت می باشد و وابسته به عواملی از قبیل شناخت مصرف کننده های، اهمیت محصول برای مصرف کننده و درگیری کودک در تصمیم گیری برای خرید بوده است. کودکان نه تنها بر تصمیم گیری خانواده تأثیرگذارند، بلکه بر خرید محصولات نوآورانه نیز تأثیرگذارند (کوتی و وود، 2004). این تأثیر برای محصولاتی که کودکان خودشان استفاده می کنند، بیشتر است. تصمیم گیری در مورد خانه، مدارس و موسسات تفریحی تا حد زیادی مرتبط با کودکان است. این محیط ها توسط افراد بزرگسال ایجاد شده و به عنوان مکانی برای کودکان طراحی شده است (راس موسن 2013). مشارکت فعال در محیط خارجی برای توسعه و جامعه پذیری کودکان مهم است. بازی مشترک ترین روش مشارک در جامعه و زندگی اجتماعی برای کودکان است. بازی فرایندی است که به وسیله آن کودکان یاد می گیرند و با محیط فیزیکی و اجتماعی سازش می کنند. اگرچه زمین بازی یکی از مهمترین مفاهیم برای توسعه اجتماعی است که می تواند بازی های اجتماعی و تعامل بین همسالان را تسهیل نماید (یوبیل و همکاران 2007)، اما امروزه در جهان معاصر کودکان بیشتر به محیط داخلی وابسته شده اند، که منجر به تغییر ماهیت کودکی و عادات بازی کودکان می گردد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/485616>

