

عنوان مقاله:

بررسی تاثیرات موسیقی بر رفتار مصرف کننده

محل انتشار:

چهارمین همایش بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

فرحناز ازگلی - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی دانشکده مدیریت - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

این مطالعه در دو زمینه بررسی تاثیر موسیقی و وجود رایحه عطر بر رفتار و میزان خرید مصرف کننده در محیط خرده فروشی در طول ساعات کار معمول آنها ی باشد. مطالعه در حوزه ای با تعداد 550 مشتری انجام شد. اقدامات رفتاری، نگرش ها، و خلق و خوی مصرف کنندگان در روزهایی که موسیقی زمینه اجرا می شد و یا رایحه عطر در فضا وجود داشت از طریق پرسش نامه مورد ارزیابی قرار گرفت. نتیجه حاصل از مطالعه نشان می دهد که موسیقی و رایحه عطر در فضا، رفتار مصرف کننده در زمان خرید در فروشگاه را تحت تاثیر قرار می دهد. علاوه بر آن جنسیت بر شدت و جهت رفتار مصرف کننده تاثیر می گذارد

کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، موسیقی، جنسیت، رایحه عطر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/656346>

