

عنوان مقاله:

تاثیر فضای فروشگاه بر قصد رفتاری و رضایت مشتریان

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

امید سلیمان زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی

سعید قربانی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

فضای فروشگاه نقش مهمی در تاثیرگذاری بر رفتار مشتریان ایفا می کند و توجهات دست اندرکاران و دانشگاهیان در حوزه بازاریابی را به خود معطوف داشته است. با این حال، مطالعات اندکی در این زمینه در کشور ما صورت گرفته است. به منظور درک بیشتر، این مقاله ادبیات مرتبط با فضای فروشگاه و قصد رفتاری و رضایت مشتری را مورد بررسی قرار داده است. ابعاد مرتبط با فضای فروشگاه شامل، پاکیزگی، موسیقی، رایحه، دمای هوا، نورپردازی، رنگ و نمایش کالا است. این مقاله مفهومی، مدل پژوهشی ایی را با هدف بررسی تاثیر فضای فروشگاه بر قصد رفتاری و رضایت مشتری ارائه می دهد. روش تحقیق مورد استفاده در این مقاله از نوع مروری است. پیشنهادات پژوهشی مطرح شده در مورد رابطه بین ابعاد مدلمفهومی باید در پژوهش های بعدی آزمون شود. این مقاله به نتیجه گیری در مورد مدل مفهومی منتج می شود.

کلمات کلیدی:

فضای فروشگاه، قصد رفتاری، رضایت مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/659492>

