

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازارپردازی (مرچندایزینگ) بر تصمیم خرید مشتریان در فروشگاه های اصلی اتکا شهر تهران

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

هرمز مهرانی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

منصوره صادقی - باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تاثیر بازار پردازی بر تصمیم خرید مشتریان در فروشگاه های زنجیره ای اتکا شهر تهران می باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی است و جامعه آماری آن کلیه مراجعه کنندگان به شش فروشگاه اصلی اتکا تهران در یک بازه زمانی سه ماهه می باشد. روش نمونه گیری در این پژوهش غیر احتمالی دردسترس می باشد و حجم نمونه بر اساس جدول مورگان 384 نفر می باشد. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه است و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. جهت سنجش پایایی تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است و نتایج پژوهش نشان داد که بین عوامل بازارپردازی و تصمیم خرید مشتریان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازارپردازی، تصمیم خرید مشتریان، چیدمان مرتب کالا، رنگ پردازی، نور پردازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/693624>

