

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ادب مصرف بر رفتار خرید کننده در مگامال اکباتان تهران

محل انتشار:

کنفرانس پارادایم های نوین مدیریت و علوم رفتاری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

حسن باغ شیخی - دکترای مدیریت، دانشگاه اصفهان (خوراسگان) و دانشگاه سینا، کاشان

فاطمه مالکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه سینا، کاشان

حیدر شکری زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه سینا، کاشان

خلاصه مقاله:

شرکت ها برای شناسایی و جذب مشتری به عنوان یکی از عوامل کلیدی بازار با مشکلات زیادی مواجه هستند. از طرف دیگر حضور موثر در بازار و کسب سود مستلزم حفظ مشتری و تلاش برای ایجاد وفاداری در آنهاست. لازمه ی این امر شناخت دقیق خصوصیات شخصیتی و رفتاری مصرف کننده می باشد. هدف از این تحقیق بررسی و ارزیابی ادب مثبت (رفتار مودبانه) و ادب منفی (رفتار شکایت آمیز) و ارتباط آن با رفتار خرید مصرف کننده می باشد. پژوهش جاری یک مطالعه ی موردی است. در این پژوهش نمونه ای به تعداد 220 نفر از مشتریان فروشگاه مگامال اکباتان تهران مورد بررسی قرار گرفت. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. روایی پرسشنامه از طریق روایی محتوایی تحت نظر کارشناسان خبره و پایایی آن طبق محاسبات آلفای کرونباخ بالای 86% احراز گردیده است. همچنین فرضیه های تحقیق از طریق نرم افزار SPSS بررسی شده است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که در جامعه آماری مورد بررسی بین ادب (مثبت و منفی) با رفتار خرید مصرف کنندگان رابطه ی معنادار آماری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

ادب مصرف کننده، رفتار خرید مصرف کننده، ادب مثبت، رفتار مودبانه، ادب منفی، رفتار شکایت آمیز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/743133>

