

عنوان مقاله:

مقایسه ادراک مشتریان از فروشگاه های تخفیفی با برند داخلی و جهانی (مطالعه موردی: فروشگاه های افق کوروش و هایپیر استار)

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

معصومه فردی - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

یکی از مواردی که کمک شایانی به سازمان های خدماتی می کند ایجاد طرح های تشویقی و دادن تخفیف در محصولات و خدمات متفاوت می باشد تا بتوانند نظرات مشتریان را به سمت خود جلب کنند. به همین دلیل برای فهم موقعیت رقابتی فروشگاه های تخفیف خارجی و داخلی و مقایسه ادراک مشتریان آنها این پژوهش صورت گرفت. به عنوان مطالعه موردی فروشگاه یافق کوروش و هایپیر استار انتخاب شدند. در این بررسی ادراک مشتریان از 7 جنبه ی؛ تصور مصرف کنندگان باتوجه به ویژگی های فروشگاه، تصور مصرف کنندگان باتوجه به هزینه های خرید، انگیزه های خرید مصرف کنندگان، ارزش مصرف کننده، سطح هیجان خریداران، رضایت خریداران و تمایل به خرید مجدد خریداران بررسی شد. پس از گردآوری داده ها از طریق پرسشنامه، به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از شاخص های آمار استنباطی و آزمون t مستقل استفاده شد. پس از بررسی های انجام شده، تصور مصرف کنندگان باتوجه به ویژگی های فروشگاه، ارزش مصرف کننده و سطح هیجان خریداران در دو فروشگاه تفاوتی نداشت. تصور مصرف کنندگان باتوجه به هزینه های خرید، انگیزه های خرید مصرف کنندگان، رضایت خریداران و تمایل به خرید مجدد خریداران در دو فروشگاه دارای تفاوت معناداری بود و نشان از آن داشت که فروشگاه های هایپیر استار در اولویت خرید قرار دارند.

کلمات کلیدی:

ادراک مشتریان، برند، فروشگاه های تخفیفی، افق کوروش، هایپیر استار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986733>

