

عنوان مقاله:

تاثیر عوامل جذابیت بر رفتار خرید مصرف کنندگان در مراکز خرید

محل انتشار:

کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

محمد جوادی اینانو - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه علوم انسانی، دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، قزوین، ایران

فرزاد آسایش - گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سارا دودانگه - استادیار، گروه علوم انسانی، دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

رفتار مصرف کنندگان به عنوان یک موضوع حیاتی برای سازمانها جهت تدوین استراتژیهای بازاریابی مدنظر میباشد، سازمانهایی موفق هستند که بتوانند رفتار مصرف کنندگان را مورد بررسی، واکاوی و پیشبینی نمایند. با توسعه مراکز خرید در چند سال اخیر در ایران اهمیت بررسی رفتار مصرف کنندگان در این مراکز میتواند به عنوان داده هایی جهت تدوین استراتژی های تهاجمی از طرف صاحبان این مراکز مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش از ۱۸۸ نفر با پرسشنامه تحلیل آماری ANOVA با توجه به ویژگیهای مراکز خرید که در تحقیقات گذشته توسعه یافته در مراکز خرید شهروند مورد نظرخواهی قرار گرفت، نتایج نشان داد که عوامل جنسیت و سن می توانند بر روی رفتار مصرف کنندگان مراکز خرید تاثیرگذار باشند.

کلمات کلیدی:

مراکز خرید، رفتار مصرف کنندگان، آنالیز واریانس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/987774>

