

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سبک زندگی بر رفتار مصرف کننده

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحولات مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ناصر یزدانی - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده انسانی دانشگاه شاهد، تهران

مجتبی اکبری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شاهد، تهران

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله بررسی تاثیر سبک زندگی بر رفتار مصرف کننده است. هدف بازاریابی برآورده کردن نیازها و خواسته های مشتریان مورد هدف است. رفتار مصرف کننده به بررسی نحوه انتخاب، خرید، استفاده و مصرف کالاها، خدمات، ایده ها یا تجربیات از سوی افراد، گروه ها و سازمان ها برای تامین خواسته های آنان می پردازد. درک درست رفتار مصرف کننده و شناخت مشتریان کار آسانی نیست زیرا مشتریان امکان دارد نیازها و خواسته های خود را به گونه های مختلف عنوان کنند ولی به صورت دیگری عمل کنند. به همین علت، سبک زندگی در بازاریابی مورد توجه قرار گرفته است. در فعالیت های بازاریابی مفهوم سبک زندگی بسیار کاربردی است، زیرا با استفاده از آن می توان نیازها و خواسته های روزمره مصرف کنندگان را درک و از طریق سبک زندگی آرمانی مصرف کنندگان، محصول را در بازار جایگاه یابی کرد. سبک زندگی نشان دهنده شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی و نشان دهنده شیوه ای است که مصرف کننده در آن خرید میکند و به گونه ای که کالای خریداری شده مصرف میشود، بازتاب دهنده سبک زندگی مصرف کننده در جامعه است. نتیجه پژوهش به این شرح است که سبک زندگی عامل مهم و تاثیرگذار بر رفتار خرید و رفتار مصرف کننده می باشد. لازم به ذکر است، سبک زندگی، تنها به جلوه های عینی رفتار، مثل الگوی مصرف یا شیوه ی گذران اوقات فراغت محدود نیست، بلکه باورها و نگرش های افراد و گروه های اجتماعی را نیز در بر می گیرد. به علاوه، این باورها در سطوح رفتاری افراد نیز اثرگذار است و از راه ایجاد ارزشها و هنجارهای اجتماعی میتواند در شکل گیری رفتاری افراد، تعیین کننده و موثر باشد.

کلمات کلیدی:

سبک زندگی، فرهنگ، رفتار مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1270474>

