

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر بر نگرش مصرف کننده داخلی در انتخاب خطوط هوایی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

فاطمه یآوری گهر - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

رفتار مصرفی مصرف کننده تحت تأثیر عواملی نظیر: عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، عوامل شخصی و عوامل روانشناختی قرار می گیرد. پژوهش حاضر با تأکید بر عوامل روانشناختی سعی در بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کننده داخلی در انتخاب خطوط هوایی (خطوط هوایی امارات و ایران ایر به مقصد دبی) بطور اعم و سنجش نگرش مصرف کنندگان داخلی نسبت به این دو خط هوایی، بطور اخص را دارد. پس از انجام تجزیه و تحلیل های مربوطه، با استفاده از روش میانگین این نتیجه حاصل شد که از حیث امنیت پرواز، مدیریت پرواز، ساعات پرواز مناسب، تعدد ساعات پرواز، ارائه خدمات در طول پرواز و ارائه تخفیف، بطور متوسط نگرش مسافری ایرانی به هواپیمایی امارات در مقایسه با هواپیمایی ایران ایر، مثبت تر است. و در مورد ویژگی قیمت نگرش مسافری ایرانی نسبت به هواپیمایی امارات و ایران ایر یکسان است. و نهایتاً بطور متوسط نگرش مسافری ایرانی به هواپیمایی امارات در مقایسه با هواپیمایی ایران ایر، مثبت تر است.

کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، نگرش، نگرش نسبت به پدیده، نگرش نسبت به رفتار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/20252>

