

Марія Ракель Лукас, Симона Майя Пімента Мартінс Айрес, Нуно Ребело душ Сантуш, Андреа Діонісіо

Вплив споживчого досвіду та цінностей на функціонування торгових центрів міст північно-східного регіону Бразилії

Метою дослідження є розширення знань про споживчий досвід і цінності з точки зору інноваційного маркетингу в контексті торгових центрів міст північно-східного регіону Бразилії. Для збору даних застосовано якісний підхід з використанням результатів 50 детальних інтерв'ю відвідувачів торгових центрів. Для обробки отриманих даних використано метод інтерпретаційного феноменологічного аналізу. Виявлено дві основні категорії: споживачі з негативними та позитивними враженнями від відвідування торгових центрів. Загалом, 23 учасники доповіли про поєднання негативних і позитивних вражень, 24 – виключно позитивні, та 3 – виключно негативні враження. Негативні враження здебільшого асоціюються з натовпом відвідувачів ($n = 19$). Що стосується позитивних вражень, функціональність ($n = 43$) та сенсорний аналіз продукції ($n = 33$) є двома найбільш згадуваними цінностями. Функціональність є головною цінністю для споживачів незалежно від мети їхнього візиту до торгового центру. Результати можуть бути використані для проектування майбутніх торгових центрів і управління ними, зважаючи на культурні особливості та враховуючи досвід і цінності споживачів, а також важливість об'єднання конкуруючих цінностей, що зумовлюють отримання позитивних і негативних вражень. Дослідження сприяє вивченню емпіричного маркетингу, підкреслюючи важливість культурних контекстів споживчого досвіду та поведінки.

Ключові слова: споживча поведінка, культурні цінності, очікування, тенденції роздрібної торгівлі, інтерпретативний феноменологічний аналіз.

Класифікація JEL: M31, M39



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.