

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی موانع برندسازی خوراک سنتی استان گیلان

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مکانیک، ساخت، صنایع و مهندسی عمران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

الهام محمدپور - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع دانشگاه غیرانتفاعی مهرآستان

کامران مهربدوست - استادیار، گروه فنی مهندسی، دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

در اقتصاد کنونی برندسازی علمی است که می تواند با مشهور و معروف نمودن یک محصول سبب افزایش فروش و در نتیجه سودآوری بالاتر گردد و میتواند یکی از مولفه های اصلی و متمایزکننده در بازار رقابتی حال حاضر باشد. در صنایع غذایی همچون دیگر صنایع، برند مفهومی است که می تواند یک مشتری را وادار به خرید کرده و یا اینکه از خرید آن منصرف نماید. از این رو شناخت مسائلی که می تواند جلوگیری نماید از معرفی یک محصول و عدم شهرت آن و در پی آن عدم سودآوری از اهمیت فراوانی برخوردار بوده و شناخت آن برای مدیران و تولیدکنندگان بسیار ضروری و مهم می باشد. در تحقیق حاضر سعی گردیده است تا موانع توسعه برندهای غذایی استان گیلان به ویژه شهرستان رشت مورد شناسایی و رتبه بندی قرار گیرد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است و برای رتبه بندی عوامل شناسایی شده از روش تاپسیس بهره گرفته میشود. نتایج به دست آمده در این تحقیق حاکی از آن است که در بین خوراک سنتی استان گیلان آنچه که از همه موارد بیشتر به چشم می خورد عدم وجود بسته بندی و لوگوی خوب برای محصولات می باشد که در صورت توجه بیشتر می توان گفت که یکی از عمده ترین موانع موجود برطرف خواهد شد و در پی آن مطرح سازی برندهای موجود در خوراک سنتی با سهولت بیشتری صورت خواهد پذیرفت.

کلمات کلیدی:

برندسازی، موانع برندسازی، خوراک سنتی، استان گیلان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1267563>

