

عنوان مقاله:

لزوم برندسازی و عوامل موثر کیفی پسته بر رشد برندهای پسته ایرانی

محل انتشار:

همایش ملی رهیافت های علمی در صنعت طلای سبز، پسته (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

محسن مرادی نسب - سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان سمنان

خلاصه مقاله:

در این مقاله ابتدا به اهمیت برندسازی و لزوم داشتن برندهای معتبر و شناخته در سطح جهانی در صنعت پسته ایران پرداخته شده است و از آنجا که طی سالهای آتی در بازار جهانی در صنعت پسته با تعادل و برابری عرضه و تقاضا و حتی فزونی عرضه بر تقاضا روبرو هستیم نیاز به داشتن برند قوی جهت رقابت در بازار جهانی مشهود است. سپس عوامل عمده کیفی موثر بر کیفیت پسته که شامل عیار پسته، یکنواختی اندازه و رقم پسته، خندان بودن پسته، خوش رنگ، خوش شکل و شکسته نبودن و فرآوری و بسته بندی می باشند با استفاده از روش تاپسیس رتبه بندی گردید و میزان تاثیر هر یک از عوامل و رتبه آنها در رشد و شکوفایی برندهای فعال در صنعت پسته کشور مشخص گردید.

کلمات کلیدی:

بازاریابی پسته، عوامل کیفی پسته، برندسازی، صنعت پسته

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/442166>

