

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر آمیخته های بازاریابی بر فروش محصولات خشکبار استان خراسان جنوبی از دیدگاه مصرف کنندگان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مجتبی ماجدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

مطهره سلیمانی - کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، بیرجند، ایران

اعظم اذانی - کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، بیرجند، ایران

خلاصه مقاله:

خشکبار از عمده محصولات تولیدی در استان خراسان جنوبی می باشد که نزدیک به 70 درصد درآمد استان خراسان جنوبی را شامل می شود و به عنوان محصولات استراتژیک استان خراسان جنوبی شناخته می شوند و با توجه به اینکه خشکبار از منابع غنیو مغذی محسوب می گردد مشتریان فراوانی را در ایران و سایر نقاط جهان دارا می باشد. از این رو هدف ما از این پژوهش بررسی تاثیر آمیخته های بازاریابی بر فروش محصولات خشکبار استان خراسان جنوبی از دیدگاه مصرف کنندگان است به نحوی که بتوان محصولات را عرضه داشت که به بهترین نحوه ممکن نیاز مشتریان را برطرف کند و بتواند بیشترین فروش را عاید تولیدکنندگان کند. این پژوهش از نظر ماهیت و هدف از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می شود و از نوع تحقیقات همبستگی است که میزبان رابطه میان متغیرهای مستقل و وابسته را می سنجد که با رویکرد توصیفی پیمایشی انجام شده است. این پژوهش در 6 ماهه نخست سال 1394 در استان خراسان جنوبی انجام شده است که تعداد 176 تولید کننده مورد بررسی قرار گرفت. پس از تجزیه وتحلیل اطلاعات بدست آمده نتایج حاصل نشان داد که آمیخته بازاریابی ترفیع در ارتباط با فروش محصولات تاثیر بیشتری دارد می تواند در پیشبرد فروش محصولات خشکبار بیشترین نقش را ایفا کند. همچنین استفاده از یک روش قیمت گذاری مناسب و نوع محصول تولیدی و مکان عرضه محصول نیز در فروش تولید کنندگان تاثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

محصول، قیمت، ترفیع، مکان، خشکبار، فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/484225>

