

عنوان مقاله:

تاثیر عوامل موثر بر انتخاب بهینه رب توسط مشتری بر سهم بازار رب در ایران

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سیدمهدی نقیب هاشمی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی

رستم قره داغی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی میانه، مدیریت دولتی

سیدیوسف حاجی اصغری - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی میانه، مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

در این مطالعه به بررسی تاثیر عوامل موثر بر انتخاب رب توسط مشتری بر سهم بازار ایران پرداخته شده است. در اینراستا عواملی چون کیفیت، قیمت، بسته بندی مورد ارزیابی قرار گرفته است. از آنجا که میتوان مشکل را در ناآگاه بودن تجار از نحوه ارزیابی بازاریابی دانست، بومی بودن محصول خود مزید بر علت خرید می باشد. با در نظر گرفتن اینکه این محصول از مواد اصلی استفاده شده در غذای مردم بومی بشمار میرود از اهمیت ویژه ای برخوردار است که صادرکنندگان محصول اطلاعی در این خصوص ندارند از طرفی قیمت عامل دوم و بسیار مهمی در خرید این محصول محسوب می شود که متاسفانه صادرکنندگان این محصول برای باورند که با پایین آمدن کیفیت می توانند قیمت را نیز کاهش دهند و یا مواد افزودنی غیرمجاز استفاده کنند تا کیفیت محصول اصلی را بدست آورد البته با هزینه کمتر. در این مطالعه پرسشنامه ای که طرح شده است برای سنین مختلف در نظر گرفته شده و تمام عوامل بخوبی مطرح شده اند تا پاسخگو در هر سنی که می باشد، شبه هایدر پاسخ به سوالات نداشته باشد.

کلمات کلیدی:

کیفیت، انتخاب رب، محصول، قیمت، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828332>

