

عنوان مقاله:

اثر قیمت بر نگرش فروشندگان نسبت به محصولات آرایشی - بهداشتی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

راحله آل رضا - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، موسسه آموزش عالی تابران

هادی بستم - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی تابران

محمدرضا ذبیحی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی مشهد

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی اثر قیمت یک محصول بر نگرش افراد در مورد محصولات آرایشی بهداشتی است. جامعه آماری این تحقیق را کارکنان داروخانه ها به عنوان خط مقدم معرفی محصولات به مشتریان تشکیل داده اند. نمونه گیری براساس روش خوشه ای انجام پذیرفته و تعیین حجم نمونه براساس تعداد گویه های پرسشنامه بوده است. تعداد 80 نمونه آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج تحقیق نشان می دهد قیمت (حاشیه سود و تناسب بین کیفیت و قیمت) بر نگرش فروشندگان داروخانه ها تاثیر زیادی دارد.

کلمات کلیدی:

قیمت، نگرش، محصولات آرایشی و بهداشتی، قیمت گذاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/911863>

