

## عنوان مقاله:

استراتژی بازاریابی رستوران در شرایط بحران

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

مرصیه محمودآبادی - دانشجو کارشناسی رشته مهندسی صنایع دانشگاه سیستان و بلوچستان

علیرضا شهرکی - عضو هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

## خلاصه مقاله:

رکود اقتصاد جهانی، یک واقعیت تلخ و ناکام کننده است و یکی از نامناسب ترین نتایج آن فشار روانی وارده بر قشر متوسط جامعه است. بازاریابی در شرایط بحران مالی اغلب کشورها، نظام ها، نهادها و بنگاه ها را در سراسر دنیا تحت تاثیر قرار داده است. نظام بازار و عناصر کلیدی آن، نیازها، نیازمندان، عوامل رفع نیاز و خرید و فروش، دگرگون شده است و بازاریابی در این شرایط برای بسیاری از مدیران و بنگاه ها، نوری در تاریکی است که می تواند روزنه امیدی برای برون رفت از بحران باشد. در ابتدا با مطالعه ادبیات تحقیق به شناسایی مهمترین تاثیرات بحران اقتصادی و استراتژی های بازاریابی می پردازیم. به منظور جمع آوری داده ها از ابزار پرسش نامه و برای برآورد مناسب ترین مدل از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و نرم افزار Expert Choice استفاده گردید. در این تحقیق به این نتیجه دست یافتیم که مناسب ترین استراتژی بازاریابی، با توجه به شرایط مالی برای رستوران، استراتژی تبلیغات می باشد.

## کلمات کلیدی:

بحران مالی، استراتژی بازاریابی، مدیریت بحران، تحلیل سلسله مراتبی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914998>

