

عنوان مقاله:

تاثیر رکود اقتصادی بر رفتار مصرف کننده و استراتژی های موفق بازاریابی و فروش

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

امان اله پیمما - گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زرقان، زرقان - ایران

محمد ساسان پور - دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، مرودشت - ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف تاثیر تاثیر رکود اقتصادی بر رفتار مصرف کننده و استراتژی های موفق بازاریابی و فروش در شرکت زمزم انجام گرفت. تحقیق حاضر از نظرهدف تحقیق، کاربردی است. مشتریان شرکت زمزم جامعه آماری این تحقیق بوده و برای تعیین حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان نمونه ای به حجم حداقل 325 نیاز میباشد و با استفاده از نرم افزار لیزرل و روش آماری مدل معادلات ساختاری به بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق پراخته شد. نتایج تحقیق نشان می دهد رابطه مثبت و معنی داری میان رکود اقتصادی بر رفتار مصرف کننده، استراتژی های موفق بازاریابی و فروش وجود دارد.

کلمات کلیدی:

رکود اقتصادی، رفتار مصرف کننده، استراتژی های موفق بازاریابی و فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/975490>

