

عنوان مقاله:

عوامل موثر ترغیب مشتریان به خرید کالاهای داخلی

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

زهرا ستاری - دانشجوی کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه حضرت معصومه قم

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف ترغیب مشتریان به خرید کالاهای داخلی، سعی دارد عوامل موثر بر نگرش و ترغیب مشتریان به خرید کالاهای داخلی را شناسایی کرده و مورد بررسی قرار دهد. تغییرات شدید اقتصادی از جمله افزایش نرخ ارز و تحریم های بین المللی علیه کشور ایران، توجه ویژه به بحث واردات محصولات خارجی را ضروری ساخته است. متأسفانه در کشور ما واردات محصولات خارجی بسیار زیاد است و بررسی ها نشان می دهد که به دلیل کیفیت بالاتر آنها نسبت به مشابه داخلی، بیشتر ایرانیان به خرید این محصولات تمایل دارند. در این شرایط، وظیفه ی ما حمایت از محصولات داخلی، تولید محصولاتی با کیفیت و جایگزین کردن آنها به جای مشابه خارجی می باشد که منجر به جلب رضایت مشتریان شود. ما با ترغیب مصرف کنندگان به خرید کالاهای داخلی میتوانیم باعث رشد اقتصادی کشورمان شده و خودمان را از وابستگی به محصولات خارجی رها سازیم. اینگونه می توان به عرصه ی رقابت جهانی پا گذاشته و با حمایت دولت و مسئولان جریان واردات محصولات خارجی را مدیریت و سازماندهی کنیم. در دهه های اخیر، تولید کالا در کشور همواره مشکل آفرین بوده است؛ هم برای تولیدکنندگانی که قصد تولید کالای داخلی داشتند و هم برای مصرف کنندگانی که مصرف کالای ایرانی را به کالاهای خارجی ترجیح میدهند. در این راستا، تولیدکنندگان باید با افزایش کیفیت محصولات خود، اجرای تعهدها و کاهش هرچه بیشتر قیمت ها، مصرف کنندگان را به سوی مصرف کالاهای داخلی سوق دهند. مصرف کنندگان نیز باید آگاهی یابند که مصرف محصولات خارجی منجر به ایجاد مشکلات اقتصادی و بیکاری جوانان می شود.

کلمات کلیدی:

تولیدات کالاهای داخلی، حمایت دولت و مسولان، ترغیب مشتریان، رشد اقتصادی، کیفیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986999>

