

عنوان مقاله:

بررسی اثرعوامل آمیخته بازاریابی برپذیرش مصرف کنندگان گیاهان دارویی

محل انتشار:

همایش ملی کاربرد گیاهان دارویی در سبک زندگی و طب سنتی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سیدفرید میرنظامی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اراک

پیمان غفاری آشتیانی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

خلاصه مقاله:

در حال حاضر یکی از دغدغه های اصلی سرمایه گذاران و فعالان حوزه گیاهان دارویی حفظ و ارتقای جایگاه این محصولات در بازارهای داخلی و بین المللی و در نهایت پذیرش محصولات تهیه شده توسط مشتریان میباشد یکی از مهمترین ابزارهایی که علم بازاریابی در اختیار تولید کنندگان قرار میدهد عوامل آمیخته بازاریابی بوده که از طریق ترکیب مناسبی از آنها میتوان استراتژی مناسب را به منظور در اختیار گرفتن حداکثر سهم بازار و جذب مشتریان اتخاذ نمود استفاده از عوامل آمیخته بازاریابی از قبیل دسترسی و عرضه مناسب محصولات به مشتریان تنوع محصولات ارایه شده مطابق با نیاز آنها تبلیغات مناسب در جذب مشتریان میتواند و قیمت گذاری با استراتژی های مناسب میتواند منجر به نفوذ این محصولات در بازارهای داخلی و بین المللی و پذیرش هرچه بیشتر این محصولات گردد که در صورت تحقق اینمهم گامی موثر در جهت رفع وابستگی شدید اقتصاد ایران به صادرات تک محصولی و درآمدهای ارزی حاصل از صادرات برداشته میشود بنابراین باتوجه به اهمیت مقوله بازار یابی در حفظ بازارهای داخلی و بین الملل و پتانسیل گیاهان دارویی در بازار برای کشور ایجاد اشتغال و همچنین جلوگیری از خروج ارز توسط کاهش واردات داروهای شیمیایی لذا در این مقاله به بررسی اثرعوامل آمیخته بازاریابی برپذیرش مصرف کنندگان گیاهان دارویی خواهیم پرداخت

کلمات کلیدی:

گیاهان دارویی، آمیخته بازاریابی، پذیرش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/245025>

