

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر در انتخاب و مصرف برند داروی گیاهی آویشن (مطالعه موردی: کلانشهر تهران)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

شهرام هاشم نیا - استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

زهرا ذبیحی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی و صادرات

## خلاصه مقاله:

گیاهان دارویی از جمله مواهی هستند که توجه به آن ها می توانید بیش از نیز بیه داروهای شیمیایی را جبران و یا درصدی از آن را تامین نماید، و جانشین مناسبی برای آن قرارگیرد. وجود گونه های متنوع گیاهی با ارزش های، صنعتی دارویی و خوراکی نقش ارزنده ای در تجارت و شکل گیری برندهای دارویی از جمله گیاه آویشن ایفا می کنید که در این پژوهش به بررسی عوامل موثر در انتخاب و مصرف نام های تجاری (برند) داروی گیاهی آویشن در جامعه پردانه ایم که نتایج حاصل نشان می دهد که قیمت، کیفیت محصول، کیفیت بسته بندی، نام تجاری و تبلیغات و شناخت اجتماعی بر گیاهان دارویی نرش موثری در انتخاب و مصرف داروی گیاهی آویشن دارند.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، مشتریان، برند، داروی گیاهی آویشن، تبلیغات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428273>

