

عنوان مقاله:

تاثیر قیمت، اعتبار و کیفیت بر ارزش مواد غذایی لوکس

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت، اقتصاد و بازاریابی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

پرناز دواتگران تقی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA، گرو مدیریت و حسابداری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

شهرزاد چیت ساز - استادیار گروه مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

لوکس گرایی و استفاده از محصولات غذایی لوکس به دغدغه بخش بزرگی از جامعه تبدیل شده است. ایجاد تغییرات در سلیقه مصرف کنندگان مواد غذایی بخش هایی از ایران، باعث به وجود آمدن پتانسیل قابل توجهی برای محصولات و غذاهایی با قیمت بالا شده است. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر عوامل مختلف از قبیل تاثیرات فرهنگی، جنبه های مالی، ابعاد اجتماعی و روانشناسی بر روی خرید مواد غذایی لوکس است. پژوهش حاضر از نوع کمی- توصیفی می باشد و جامعه آماری آن را 200 شهروند ایرانی ساکن تهران تشکیل می دهند. شرکت کنندگان به صورت تصادفی انتخاب شدند. 7 بعد مورد بررسی قرار گرفته است که شامل اعتبار و خوش گذرانی، هویت و کیفیت، پایداری و صحت، مادی گرایی، قابلیت استفاده، یگانگی و قیمت می باشد. طبق این پژوهش، مشاهده شد هفت ابعاد به اندازه های مختلف به ارزش مواد غذایی لوکس می شود.

کلمات کلیدی:

مواد غذایی لوکس، رفتار مصرف کننده، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680347>

