

این مطالعه به بررسی تأثیرات مختلف بر روی رفتار مصرف‌کنندگان در بازارهای نوظهور می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی و اجتماعی نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌ها دارند. همچنین، دسترسی به اطلاعات و آگاهی از حقوق مصرف‌کننده از جمله عوامل کلیدی در بهبود رفتار است.

در ادامه، به بررسی راهکارهای عملی برای بهبود رفتار مصرف‌کنندگان در این بازارها پرداخته می‌شود. این راهکارها شامل افزایش آگاهی، تقویت قوانین حمایتی و بهبود فرآیندهای بازاریابی می‌گردد. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران کسب‌وکارها در اتخاذ تصمیمات آگاهانه کمک کند.

این مطالعه در چارچوب نظریه رفتار مصرف‌کننده انجام شده است. (برای اطلاعات بیشتر در مورد روش‌شناسی و یافته‌ها، لطفاً به مقاله اصلی مراجعه کنید.)
کلیدواژه‌ها: رفتار مصرف‌کننده، بازارهای نوظهور، عوامل فرهنگی، آگاهی مصرف‌کننده.

: نویسنده مسئول

<http://webinar.numis.ac.ir/edo>



محمدیان
وزی پزشکی
دانشکده علوم
شاهپور