

عنوان مقاله:

بررسی ساختار بازاریابی سیب زمینی و تعیین عوامل موثر بر آن در اردبیل

محل انتشار:

اولین همایش تخصصی توسعه کشاورزی استانهای شمالغرب کشور (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

علیرضا عبدیوردلال - استادیار دانشگاه محقق اردبیلی

ورهرام رشیدی

خلاصه مقاله:

بازاریابی محصولات کشاورزی یکی از موضوعات مهم مدیریتی است که میت واند در تعیین روند رشد و توسعه پایدار واحدهای کشاورزی تاثیر گذار باشد از آنجا که استان اردبیل از نظر سطح زیرکشت و تولید سیب زمینی جایگاه ویژه ای را درکشور دارد بررسی اقتصادی و مدیریتی واحدهای کشاورزی بخصوص بررسی ساختار بازاریابی آنها از اهمیت شایانی برخوردار می باشد هدف ازاین بررسی مشخص نمودن ساختار بازاریابی موجود سیب زمینی و تعیین عوامل موثر برآن بوده است تا در آینده بتوان با ادامه تحقیقات سیستماتیک درتولید و بازاریابی سیب زمینی ساختاری براساس روشهای نوین اقتصادی و مدیریتی آن ایجاد نمود. نتایج تحقیق با استفاده از آمار توصیفی و پارامترهایی نظیر میانگین انحراف معیار مورد بررسی قرارگرفت محل انجام تحقیق سه منطقه سردابه آبی بیگلو و حومه اردبیل از توابع شهرستان اردبیل انجام گردید نتایج نشان داد که ساختار اقتصادی اجتماعی و مدیریتی تولید کنندگان سیب زمینی درمناطق مختلف اردبیل متفاوت بوده و ساختار سرمایه ای کشاورزان رابطه مستقیمی با انجام مراحل بازاریابی را داراست.

کلمات کلیدی:

سیب زمینی، بازاریابی، اردبیل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/139849>

