

عنوان مقاله:

مروری بر صادرات محصولات مرکبات استان مازندران شهرستان ساری

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی، دوره 1، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علی ترابی سیاه چناری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- مدیریت بازاریابی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

مجید فتاحی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

خلاصه مقاله:

چکیده مقاله مروری حاضر، عوامل موثر بر صادرات مرکبات استان مازندران بررسی می شود. نتایج نشان می دهند، بازاریابی مرکبات در ایران با مشکلات مختلفی از جمله سهم عظیم واسطه ها در خرید محصولات، سهم اندک تولیدکنندگان از قیمت کل، ضریب بالای هزینه های بازاریابی، رشد چشمگیر عمده فروشی، سود خالص بالای عملیات بازاریابی عمده فروش، نقش بازار عمده فروشی در ناکارآمدی بازار محصول و غیره مواجه است. همچنین صادرات مرکبات مازندران، به دلیل بی ثباتی نرخ ارز و عدم وجود یک سیستم بازاریابی مناسب کاهش می یابد. بطور کلی عوامل موثر بر افزایش صادرات مرکبات استان مازندران عبارتند از: ضرورت اصلاح ساختار تولید و حمایت از کشاورزان، راه اندازی دفاتر بازرگانی در کشورهای مختلف، انجام تحقیقات بازاریابی خارجی، برگزاری نمایشگاههای داخلی و خارجی برای معرفی این بخش از اقتصاد ایران، استفاده از آمارها و داده های مورد نیاز در مورد حجم تجارت جهانی، توسعه مراکز تحقیقاتی در کشورهای هدف برای آگاهی از شرایط موجود در بازارهای جهانی جهت افزایش سهم ایران در تجارت خارجی در این گونه بازارها. از این رو مسئولان صادرات ایران باید به این نکته توجه داشته باشند که تمرکز بر موضوع بازاریابی می تواند به افزایش درآمدهای خارجی کمک کند و نقش موثری در تحقق صادرات غیرنفتی ایفا کند.

کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: صادرات، محصولات مرکبات، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1420114>

