

عنوان مقاله:

بررسی مسیرهای بازاررسانی انار در استان لرستان

محل انتشار:

مجله علوم باغبانی، دوره 28، شماره 1 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

عاطفه بیرانوند

محمد خالدی

محسن شوکت فدائی

خلاصه مقاله:

در این مقاله ضمن شناسایی مسیرهای مختلف بازاررسانی انار در استان لرستان، به ارزیابی اقتصادی این مسیرها پرداخته شده است. بدین منظور، حاشیه های مختلف بازاریابی، سهم عوامل بازاررسانی از قیمت نهایی محصول، ضریب هزینه بازاریابی و کارایی بازاریابی در هر یک از مسیرهای بازاررسانی محصول محاسبه گردید. داده ها و اطلاعات مورد استفاده در این تحقیق به صورت مقطعی و مربوط به سال زراعی ۱۳۸۸ می-باشد. این اطلاعات از طریق مصاحبه حضوری و براساس ۱۰۰ پرسشنامه از عاملین مسیرهای بازاررسانی انار لرستان به روش نمونه گیری تصادفی ساده جمع آوری گردید. با توجه به نتایج این تحقیق بیشترین میزان ضریب هزینه بازاریابی (۸۱/۹۹) و حاشیه بازاریابی (۱۳۹۷۴۰ ریال) مربوط به مسیر تولیدکننده، تبدیل کننده و مصرف کننده میباشد. بعلاوه، سهم تولیدکننده از قیمت نهایی محصول در این مسیر دارای کمترین میزان (۸۵/۱) است. بر اساس نتایج بدست آمده، مسیر صادرات با بالاترین میزان کارایی کل (۶۸/۰) و کارایی قیمتی (۶۹/۰) به عنوان بهترین مسیر بازاررسانی انار لرستان شناسایی شد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، مسیرهای بازاررسانی، انار، لرستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1468268>

