

## عنوان مقاله:

تحلیل ساختار بازار بین المللی انار و چالش های فراروی توسعه صادرات ایران

## محل انتشار:

همایش ملی انار (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

مسعود حسین زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد

آرش دوراندیش - استادیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد

افسانه نیکوکار - استادیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه پیام نور خراسان رضوی

## خلاصه مقاله:

تحلیل ساختار بازار یک کالا یکی از بهترین روش ها برای بررسی وضعیت موجود و شناسایی مشکلات بازار، به ویژه در بخش بازاریابی است. هدف از این مطالعه، تحلیل ساختار بازار بین المللی انار و چالش های فراروی توسعه صادرات این محصول در بازارهای هدف است. به این منظور در تحلیل توصیفی مطالعه، با استفاده از رهیافت ساختار-رفتار-عملکرد، جایگاه ایران در تولید و عرضه انار به بازارهای جهانی، در میان سایر کشورهای تولید و صادرکننده این محصول مورد بررسی قرار گرفت. همچنین مزیت نسبی تولید این محصول بررسی شد. نتایج نشان داد که انار از جمله محصولات است که ایران در تولید آن دارای مزیت نسبی است و جایگاه اول تولید و صادرات این محصول را در جهان به خود اختصاص داده است. اما به دلیل عدم توجه به سلیقه و خواست بازارهای هدف و وجود مشکلات بازاریابی، در بازارهای جهانی، مزیت رقابتی ندارد. پیشنهاد می شود ضمن آشنا ساختن صادرکنندگان با بازاریابی این محصول مطابق با تقاضای جهانی، با اتخاذ سیاست های مناسب تجاری، زمینه حفظ و گسترش صادرات انار فراهم شود.

## کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/160717>

