

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر بازاریابی و فروش محصول زیتون استان زنجان

محل انتشار:

مدیریت سرمایه و استعداد های کشاورزی در پرتو صنعت و تجارت در استان زنجان (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مهدی جزونقی - کارشناس ارشد بازاریابی

محمد دالمن پور - دانشجوی دکتری اقتصاد

مهدی کرمانی - کارشناس ارشد بازاریابی

خلاصه مقاله:

استان زنجان با تولید سالانه 20 هزار تن زیتون اولین تولید کننده زیتون در کشور میباشد اما به رغم این موضوع در زمینه فروش و بازاریابی این محصول ارزشمند مشکلات عدیده ای وجود دارد در این پژوهش سعی شده موانع فروش و بازاریابی محصول زیتون از دیدگاه دو گروه موثر در این زمینه یعنی مشتریان زیتون و تولید کنندگان و عمده فروشان این محصول بررسی گردد بعد از بررسی این دو گروه به وسیله پرسشنامه و مصاحبه حضوری مشخص گردید که از نظر مشتریان کیفیت و ویژگی محصول قیمت گذاری و توزیع محصول زیتون استان زنجان مناسب بوده ولی اطلاع رسانی و تبلیغ و ترویج این محصول نامطلوب می باشد در ضمن مشخص گردید محصول قیمت و نحوه توزیع زیتون در استان زنجان تاثیر مثبتی بر فروش محصول زیتون استان دارد و بیشترین پیشبرد فروش و فروش این محصول رابطه معناداری وجود ندارد با بررسی گروه تولید کنندگان و عمده فروشان زیتون استان زنجان مشخص گردید این گروه مهم تقریباً از هیچ ابزار فروش و بازاریابی مناسبی مانند استفاده از رسانه های تبلیغاتی استفاده نکرده اند عمده خریدار محصول زیتون استان زنجان خریدارانی از استان گیلان هستند که بعد از فرآوری این محصول به نام زیتون رودبار به فروش می رسانند

کلمات کلیدی:

زیتون، بازاریابی، آمیخته ی بازاریابی، ابزارهای نوین بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/230143>

