

## عنوان مقاله:

بررسی آمیخته بازاریابی زنجیره تامین فراورده کنسرو ماهی تن استان هرمزگان و ارائه راهکارهای بهبود آن

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

محمدرضا بهبودی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه هرمزگان

فاطمه جوادی پور - دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم

## خلاصه مقاله:

طی دودهمه اخیر صنایع تبدیلی آبزیان - کنسرو ماهی تن - در استان هرمزگان از نظر تاسیسات و زیربنایها و نیز ابعاد تولید و کیفیت محصول رشد چشمگیری داشته است و تولید کنندگان با کسب حمایت های تجاری و بنیادی دولت جهت دستیابی به سود بیشتر فعالیت های خود را گسترش داده اند با این حال فعالان این عرصه به دلیل فقدان دیدگاه استراتژیک بازاریابی تاکنون در دستیابی به یک بازار با ثبات و هدفمند ناموفق بوده اند به ویژه طی سالهای اخیر به دلیل عدم ثبات اقتصادی که افزایش بهای محصول را به دنبال داشته رکود بی سابقه ای را در فروش محصولات ایجاد نموده و ناپایداری بیشتر این صنعت را فراهم کرده است و صنایع فعال این بخش یکی پس از دیگری رو به تعطیلی رفته اند لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی آمیخته بازاریابی زنجیره تامین فراورده کنسرو ماهی تن استان هرمزگان و ارائه راهکارهای بهبود آن اجزای اصلی این زنجیره تامین را در سطوح تامین کنندگان تولید کنندگان و توزیع کنندگان به همراه اجزای تکمیلی آن تسهیل کنندگان و مشتریان را مشخص نموده و با استفاده از روش تحقیق کیفی و اکتشافی متغیرهای آمیخته بازاریابی محصول کنسرو ماهی همچون تعامل تولید کنندگان و عاملین فروش قیمت گذاری محصول انتخاب کانالهای توزیع و ... را بررسی نموده میزان اهمیت آنها را از نقطه نظر صاحبان و کارشناسان صنعت اولویت بندی کرده است و راهکارهایی همچون ابعاد دیدگاه بازاریابی و مدیریت بازار در سطح مدیران ارشد زنجیره تامین برنامه ریزی هدفمند بازار استفاده از ظرفیت کانالهای توزیع و ... را برای بهبود آن ارائه نموده است

## کلمات کلیدی:

زنجیره تامین، اجزای زنجیره تامین، آمیخته بازاریابی، فراورده کنسرو ماهی تن

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314547>

