

عنوان مقاله:

بررسی اقتصادی بازاریابی انگور در شهرستان ارومیه

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سهیل لطفی - کارشناس ارشد اقتصاد کشاورزی

خلاصه مقاله:

با گذار از کشاورزی سنتی به مرحله نوین و همچنین با افزایش سهم محصولات کشاورزی عرضه شده به بازار مصرف از کل محصولات تولیدی، و با فاصله گرفتن مراکز مصرف از نواحی تولید موضوع بازاریابی محصولات کشاورزی اهمیت فرایند ای یافته است. با توجه به اینکه استان آذربایجان غربی تقریباً 01 درصد از کل میزان انگور تولید شد کشور را به خود اختصاص داد و شهرستان ارومیه نیز به عنوان بزرگترین مرکز تولید انگور استان به شمار می رود، در این تحقیق به بررسی اقتصادی بازاریابی انگور در شهرستان ارومیه پرداخته شد است. اطلاعات و داده های این تحقیق با استفاد از تکمیل پرسشنامه های حضوری از تعداد 01 تولید کنند ، 01 خریدار کیلویی، 01 عمده فروش، 01 خرد فروش، و به طورمقطعی طی سال 1390 بدست آمده است. از اهداف مهم این پژوهش می توان به تعیین مقدار حاشیه های بازار اشار کرد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است بیشترین سود نصیب خرد فروشان مسیر 0 و کمترین سود عاید خریدار کیلویی سر مزرعه می شود و در مورد حاشیه ها نیز ، حاشیه خرد فروشی در هر دو مسیر بیشتر از بقیه موارد است ، 00011 در مسیر 0 ، و همچنین نتایج حاشیه کل نیز نشان می دهد که حاشیه کل بازاریابی در مسیر 2 00011 ریال برای هر کیلوگرم محصول می باشد. لازم به ذکر است مسیر 0 از کارایی بیشتری نسبت به مسیر 0 برخوردار است .

کلمات کلیدی:

بازاریابی ، حاشیه بازار ، ضریب هزینه بازاریابی کارایی بازار ، انگور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/367641>

