

عنوان مقاله:

شناسایی فرصت ها و چالش های بازار محصولات ارگانیک در ایران

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی و آنلاین اقتصاد سبز (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

منیژه حقیقی نسب - دانشیار مدیریت بازاریابی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران

ربابه حاجی تبار فیروزجایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

انقلاب صنعتی تاکنون تحولات شگفت انگیزی به ویژه در عصر ارتباطات و اطلاعات برای بشریت ایجاد کرده است ولی درکنار آن سطح کیفیت طبیعی و ارگانیک مردم در چرخه زیست محیطی کاهش پیدا کرده است. در کشورمان نیز بیش از هرزمان دیگری تنگناهای منابع طبیعی زندگی مردم را تحت تاثیر قرار داده است. آگاهی مصرف کنندگان نسبت به مسایلزیست محیطی و محصولات سبز رو به افزون بوده و فرصت های بازار برای تولیدکنندگان محصولات ارگانیک فراهم شده است. در این مطالعه، فرصتها و چالش های بازار محصولات ارگانیک با روش فرا ترکیب یا متاستنز مورد بررسی و پیشنهادهای کاربردی ارائه شده است نتیجه کلی این که با مشارکت هم افزایانه دولت، تولیدکنندگان و مصرف کنندگان در یک برنامه بلندمدت جامع و فراگیر می توان موانع را برطرف و فرصت را برای توسعه بازار محصولات ارگانیک فراهم کرد.

کلمات کلیدی:

کشاورزی ارگانیک، محصولات ارگانیک، بازار ارگانیک، مصرف کننده ارگانیک، گواهینامه ارگانیک، فراترکیب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/385323>

