

عنوان مقاله:

کارآفرینی و بررسی مشکلات بازاریابی کشاوران

محل انتشار:

همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمد حسن عباسی - دانشجو فوق دیپلم گل و گیاهان زینتی دانشگاه مرکز جهاد کشاورزی سلمان شهر

فرانک فرجی - دانشجو کارشناسی ارشد منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور

خلاصه مقاله:

به طور کلی در فرایند ایجاد یک محصول قابل ارائه به بازار، نیاز به مدیریت در سه بخش تولید، بازاریابی و فروش و امور مالی می باشد که عدم تمرکز بر بازاریابی و فروش در بخش کشاورزی، کارآفرینی در این بخش راکاهش و سود اصلی در فرایند تولید رابه جیب واسطه گران سرازیر کرده است. البته این امر ناشی از تفاوت تولیدات بخش کشاورزی و دیگر بخش ها می باشد که متخصصان امر بازاریابی تمایل چندانی جهت ورود به این عرصه راندارند. در پایان پنج راهکار: آماده کردن زیرساخت برای ایجاد رشته جدید به نام بازاریابی و فروش محصولات کشاورزی... افزایش چند واحد درسی زیربنایی بازاریابی، فروش و کارآفرینی به واحدهای درسی... اجرای دوره هایی برای اعضای هیئت علمی دانشکده های کشاورزی برای بیان مسائل و مشکلات تولید، بازاریابی - فروش و امور مالی ... ایجاد کمیته هایی در مراکز جهاد کشاورزی شامل افراد متخصص در زمینه بازاریابی و فروش... ایجاد کمیته های در مراکز فارغ التحصیلان متقاضی تولید... جهت حل این مشکل ارائه گردیده است. در دنیای تجارت رقابتی امروز، بازاریابی یک عامل کلیدی در بقا و توسعه کسب و کارهای کارآفرینی است

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، مشکلات بازاریابی کشاورزی، کارآفرینی و مشکلات، بازاریابی، مشکلات بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/392038>

