

## عنوان مقاله:

عوامل تأثیرگذار صنایع روستایی در بسط و گسترش بازاریابی و کیفیت صادرات خرما

## محل انتشار:

اولین همایش علمی پژوهشی افق های نوین در علوم جغرافیا و برنامه ریزی، معماری و شهرسازی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

فریبا سهرابی - دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور  
اسلامآباد - غرب

مسعود صفری - استادیار، دکتری برنامه ریزی روستایی، برنامه ریزی شهری، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور  
اسلامآباد غرب

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر کوششی است در جهت بررسی عوامل مهم موثر جهت افزایش صادرات خرما می باشد در این پژوهش با توجه به فرضیه های در نظر گرفته شده به پارامترهایی نظیر کیفیت بسته بندی محصول، ایجاد مراکز اطلاع رسانی، تبلیغات برون مرزی، قیمت گذاری، سیاستهای حمایتی دولت وقوانین تجاری و مالی در زمینه صادرات توجه شده است دراین پژوهش به میزان صادرات و فروش شرکتهای صادرکننده خرما درفاصله زمانی سالهای 1831 تا 1831 توجه شده است . در تحقیق حاضر براساس روش توصیفی پیمایشی، پس از تعیین فرضیه های مورد نظر، جمعآوری اطلاعات در راستای فرضیهها و چارچوب نظری تحقیق انجام گرفت ، سپس در بخش پیمایشیتحقیق، 2 پرسشنامه نهائی تدوین شد، که پرسشنامه اول در بین 11 نفر از کارشناسان وزارت جهاد کشاورزی و پرسشنامه دوم بین 22 شرکت صادرکننده خرما بصورت تصادفی توزیع شد. پس از جمعآوری و تلخیص دادهها، براساس آزمون آماری اسپیرمن با درصد خطای 1 درصد، فرضیات مورد بررسی قرار گرفتند، که در نتیجه 1 فرضیه به تایید رسیدند. همچنین از آزمون t استفاده شد تا درجه اهمیت هر یک از پارامترهای ذکرشده بالا را در توسعه صادرات از دید کارشناسان جهاد کشاورزی معاونت تولید گیاهی و اداره نخیلات و شرکتهای صادرکننده خرما مشخص سازیم. هدف این بود که وضعیت شرکتهای صادرکننده را بررسی کنیم و نقاط قوت و ضعف هرکدام از پارامترهای موثر در توسعه صادرات را مشخص نماییم. و زمینه را برای ارائه پیشنهادات مناسبی در جهت بهبود وضع موجود شرکتهای و در نتیجه دستیابی به ظرفیت بهینه صادرات خرما مهیا کنیم نتایج حاصله حاکی از این بود که از دید کارشناسان سیاستهای حمایتی دولت، ثبات قوانین تجاری و مالی، اعطای تسهیلات و امتیازات لازم به صادرکنندگان، مراکز اطلاع رسانی، تبلیغات تجاری مختلف، حمل و نقل مناسب، قیمت، کیفیت مناسب محصول نقش بسزایی در توسعه صادرات داشته اند. همچنین با توجه به وضعیت این پارامترها در طی سالهای اخیرمتوجه شدیم که پارامترهایی چون قیمت گذاری کیفیت ، بسته بندی مناسب، حمل و نقل و سیاستهای حمایتی دولت در توسعه صادرات موثر می باشند

## کلمات کلیدی:

صادرات، خرما، بازاریابی، توسعه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/395422>

