

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر انتخاب مسیرهای بازاریابی مرکبات در بین تولیدکنندگان شهرستان فسا با تأکید بر نقش بستهبندی

محل انتشار:

دومین کنگره علمی پژوهشی توسعه و ترویج علوم کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

نعمت اله رعیت پیشه - دانشجوی فوق لیسانس کشاورزی

خلاصه مقاله:

در مطالعه حاضر، یک نمونه مشتمل بر 220 تولیدکننده به روش نمونهگیری ساده تصادفی به منظور بررسی عوامل موثر بر انتخاب مسیرهای بازاریابی مرکبات در بین تولیدکنندگان شهرستان فسا تعیین شد. مدل لاجیت چندگزینه‌ای برای این هدف برآورد گردید. نتایج نشان داد که اثر متغیرهای سطح تحصیلات، قیمت محصول و بستهبندی بر انتخاب مسیر فروش مستقیم در بازار که کاراترین مسیر بازاریابی است، مستقیم و معنادار است. همچنین متغیرهای سابقه فعالیت و فاصله باغ تا شهر اثر منفی و معناداری بر انتخاب مسیر فروش مستقیم محصول دارد. از اینرو، اعمال سیاستها در جهت ترغیب تولیدکنندگان به استفاده از بستهبندی مرکبات در این شهرستان ضروری به نظر میرسد

کلمات کلیدی:

بازاریابی، مرکبات، بستهبندی، مدل لاجیت چندگزینه‌ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/462945>

