

عنوان مقاله:

تحلیل اقتصادی تولید و بازاریابی نارنگی استان هرمزگان (مطالعه موردی شهرستان بندرعباس)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

مهرنوش میرزائی - عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی قزوین

خلاصه مقاله:

مهمترین بخش اقتصادی کشور که می تواند تا میزان قابل ملاحظه ای به افزایش حجم صادرات غیر نفت ی کمک نماید بخش کشاورزی است که به علت امکانات و ظرفیت تولید و برتری نسبی محصولات کشاورزی همواره بیش از 1/3 سهم صادرات غیر نفتی کشور را داشته است و بعنوان یکی از بخشهای عمده در برنامه ریزیهای مربوط به توسعه صادرات کشور تلقی می گردد . از مزیت های هرمزگان، همانند استان مازندران نزدیکی به مرزهای آبی و کشورهای مصرف کننده مرکبات می باشد . اکثر مناطق مرکبات خیز استان در شهرستانهای میناب، رودان و بخش سیاهو هستند . که فاصله آنها تا بنادر صادراتی کمتر از 100 کیلومتر می باشد که از اینجا دلیل اهمیت صادرات این محصول روشن می باشد . هدف از انجام این مطالعه بررسی نواحی تولید مصرف هریک از نهاده ها، مسیرهای بازررسانی، تعیین حاشیه بازار، بهره وری تولید ، کارائی فنی باغداران و ارائه راهکار در جهت بهبود بازاریابی محصول صادراتی نارنگی در سطح شهرستان بندرعباس است . جهت انجام این مطالعه از تابع تولید ، تابع مرزی تصادفی و مدل های بازاریابی استفاده شده است . از دو روش پیمایشی و اسنادی جهت جمع آوری داده ها استفاده گردید . نتایج نشان می دهد که باغداران در مصرف نهاده های آب، کود ریزمغذی کود حیوانی و آفت کش در ناحیه اول و در مصرف علف کش در ناحیه دوم و در مصرف بقیه نهاده ها در ناحیه سوم هستند . میانگین کارایی فنی تولید کنندگان نارنگی در استان هرمزگان 87% می باشد . 60 درصد بهره برداران مورد مطالعه زیر 80 درصد کارایی دارند و 40 درصد بالای 80 درصد کارایی فنی را از خود نشان داده اند . حاشیه خرده فروشی 350 ، عمده فروشی 200 وکل 550 تومان، سهم تولیدکننده 21/5 درصد، سهم عمده فروش 28/5 و سهم خرده فروش در قیمت خرده فروشی 50 درصد می باشد همچنین با توجه به آمار موجود نارنگی سیاهو در استان هرمزگان دارای برترین کیفیت تولیدی در بین استانهای تولید کننده مرکبات است بایستی برنامه ریزی به گونه ای صورت پذیرد که با توجه به استانداردهای جهانی تولید با کیفیت تر شده و برای صدور به بازار جهانی مهیا گردد اینکار سبب افزایش قیمت تولید کنندگان، رغبت بیشتر آنان به تولید بیشتر و برتر و درآمدهای ارزی مناسب برای مملکت خواهد شد

کلمات کلیدی:

نارنگی، بازاریابی، بهره وری و کارائی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/46866>

