

عنوان مقاله:

بررسی حاشیه بازاریابی و کانالهای بازاریابی عسل در شهرستان مشگین شهر

محل انتشار:

هفتمین همایش سراسری کشاورزی و منابع طبیعی پایدار (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

لیلا روح اله نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه ارومیه

عذرا جوان بخت - استادیار اقتصاد کشاورزی، دانشگاه ارومیه

خلاصه مقاله:

بخش کشاورزی منبع اصلی تامینکننده مواد غذایی مورد نیاز انسانها و در اصل، ضروریترین نیاز آنها میباشد. این بخش، معمولا با سایر بخشهای اقتصادی یک کشور، به صورت رقابتی عمل نمیکند، بلکه رشد آن، میتواند مکمل رشد سایر بخشها نیز باشد. با رشد روزافزون جمعیت کشورها و بخصوص کشورهای در حال توسعه، توجه به بخش کشاورزی و توسعه آن بیش از پیش مطرح میگردد. یکی از روشهای موثر در کسب درجه مطلوب توسعه یافتگی، توجه به بازاریابی محصولات کشاورزی و کاهش هزینههای مبادله و بازاریابی میباشد. در این راستا، در مطالعه حاضر، به بررسی کانالهای بازررسانی و حاشیههای بازاریابی محصول عسل به عنوان یکی از عمده محصولات تولیدی شهرستان مشگینشهر پرداخته میشود. از یک سو، استعدادهای بالقوه خدادادی و رویش انواع گیاهان و شرایط بسیار مساعد برای پرورش زنبور عسل، و از سوی دیگر، توانایی این صنعت در تولید و ایجاد درآمد و اشتغالزایی ایجاب میکند توجه ویژه‌ای به صنعت زنبورداری و تولید عسل در این شهرستان، معطوف شود. اطلاعات مورد نیاز در این مطالعه از طریق تکمیل پرسشنامه از 232 تولیدکننده عسل، 25 عمدهفروش و 60 خردهفروش در سال 1395 در شهرستان مشگینشهر جمعآوری شده است. نتایج نشان داد حاشیههای کل بازاریابی، عمده فروشی و خردهفروشی برای عسل، به ترتیب 158585، 38268 و 120317 ریال است. حاشیه خردهفروشی به دلیل وجود تعداد زیاد واسطهها در فاصله عمدهفروش تا خردهفروش، بیشتر از حاشیه عمدهفروشی در زمان مورد مطالعه در این شهرستان میباشد. براساس نتایج حاصل از تحلیل کانالهای بازاریابی، 8 مسیر بازررسانی برای عسل مشخص گردید که میسر تولیدکننده به عمده فروش به خرده فروش به مصرفکننده بیشترین مبادله عسل را انجام میدهد.

کلمات کلیدی:

حاشیه بازاریابی عسل، شهرستان مشگینشهر، حاشیه کل، حاشیه عمدهفروشی، حاشیه خردهفروشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/636109>

