

عنوان مقاله:

ارزیابی انتشار فضایی و عوامل تاثیرگذار بر بازاریابی بین المللی زعفران در افغانستان

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی روستایی، دوره 2، شماره 3 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمود رضا میرلطفی - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه زابل، زابل، ایران

سید امیر محمد علوی زاده - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، کاشمر، ایران

نیما صفرپور - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه زابل، زابل، ایران

خلاصه مقاله:

زعفران یکی از با ارزش ترین محصولات کشاورزی و گران ترین ادویه جهان است. این گیاه از جمله گیاهانی است که با توجه به اقلیم و عرض جغرافیایی خاص و با نیاز آبی کم، اهمیت استراتژیک زیاد و تاثیرات اقتصادی و اجتماعی فراوانی که در کشورهای تولید کننده، به ویژه کشور افغانستان دارد، می تواند اثرگذاری ویژه ای را در بازار بین المللی به خود اختصاص دهد. بنابراین، این گیاه می تواند آینده ای مناسب همراه با گسیل شدن سرمایه گذاری ها و حمایت ها به عرصه بازاریابی بین المللی زعفران، داشته باشد. هدف از انجام تحقیق حاضر، ارزیابی انتشار فضایی کشت زعفران در کشور افغانستان و هدف جزئی تر آن، بازاریابی مناسب این محصول به لحاظ کیفیت مناسب در عرصه بین المللی است. یافته های پژوهش نشان می دهد که کشور افغانستان به دلیل شرایط جوی خاصی که دارد، دارای زمینه انتشار فضایی مناسبی برای کاشت زعفران است و به موازات ارزش اقتصادی بالای زعفران، افزایش تقاضای بازار بین المللی را با خود به همراه آورده است. از جمله عوامل تاثیرگذار در این زمینه را می توان از یک سو، مشترکات زیست محیطی (اکوسیستم)، قومی، فرهنگی و ازسوی دیگر، حضور مدیریت توسعه یافته جهانی به عنوان پشتیبان توسعه زراعی، کاشت، برداشت، بازاریابی مدرن و توسعه یافته مبتنی بر فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک و سرمایه گذاری کلان، به ویژه در آموزش منابع انسانی نام برد. همه موارد ذکر شده افغانستان را به عنوان گزینه ای جدی در تجارت جهانی زعفران در سال های آینده مطرح خواهند کرد.

کلمات کلیدی:

انتشار فضایی، زعفران، بازار بین المللی، افغانستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/663790>

