

عنوان مقاله:

بررسی نقش برندسازی در توسعه صادرات صنعت پسته ایران

محل انتشار:

دومین همایش ملی پسته ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

حسن دره کردی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه ولی عصر عج، رفسنجان، ایران

خلاصه مقاله:

ایران یکی از بزرگترین تولید کنندگان و صادر کنندگان صنعت پسته است که پسته آن یکی از بهترین پسته های دنیا در مزه و طعم و بو است و خشکباری خوشمزه و بسیار مطبوع در اکثر کشورهای غنی و ثروتمند دنیا محسوب می شود. صادرات و درآمد ارزی پسته که یکی از اقلام عمده صادراتی و از مهمترین عناوین صادرات کشاورزی است، قسمت اعظم صادرات غیر نفتی را تشکیل می دهد. متأسفانه صنعت پسته ایران در بازاریابی خصوصاً برندسازی دارای ضعف میباشد. از جمله نشانه های مهم و عامل تعیین کننده برای ارزیابی رشد کشورهای توسعه یافته و موفقیت آنها در افزایش روزافزون تولیدات و دستیابی به بازارهای جهانی، نقش برندسازی و معرفی محصولات در پوشش برند بسیار مناسب است. در این پژوهش سعی شده علاوه معرفی پسته ایران و مشخص کردن جایگاه آن در صادرات و ارزآوری برای کشور، اهمیت برند سازی در صنعت پسته ایران مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

برندسازی، پسته، بازار، صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/822173>

