

عنوان مقاله:

بررسی اهمیت بازاریابی خرما در ایران

محل انتشار:

کنفرانس ملی خرما، چالشها و پتانسیلهای تولید و صادرات خرما در ایران (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مجید دهمرده - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور زابل

مهدی دهمرده - عضو هیئت علمی دانشگاه زابل

خلاصه مقاله:

خرما از محصولات کشاورزی ارزشمند ایران است که نه تنها در تغذیه بومیان مناطق خرما خیز نقش مؤثری دارد، بلکه در بازارهای جهانی نیز خریداران فراوانی را به خود اختصاص داده است. تولید خرما در ایران به قرن‌ها پیش برمی‌گردد. در حال حاضر نیز بخشهای قابل توجهی از اراضی باغی کشور به پرورش این گیاه اختصاص دارد. این تحقیق در سال 1384 به منظور بررسی اهمیت بازاریابی خرما در ایران انجام گرفت. نتایج نشان داد که میزان تولید خرمای کشور حدود 965 هزار تن بوده که 08/96 درصد آن از اراضی آبی حاصل شده است که در این میان سهم تولید اراضی دیم 92/3 درصد بوده است. بیشترین تولید خرمای کشور به استان کرمان با دارا بودن 42 هزار هکتار نخل بارده و با داشتن 200-270 هزار تن تولید، تعلق دارد به طوریکه با 58/16 درصد سهم در تولید خرما در جایگاه نخست قرار گرفته است. پس از آن استانهای هرمزگان، سیستان و بلوچستان، منطقه جیرفت و کهنوج فارس، خوزستان و بوشهر به ترتیب با: 68/14، 24/14، 22/14، 50/13 و 10/13 و 75/12 درصد سهم در تولید خرمای کشور در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. هفت استان مزبور جمعاً 06/99 درصد خرمای کشور را تولید کرده‌اند. همچنین ارزش صادراتی خرمای ایران در فاصله سالهای 1378 تا 1384 از رقم 22798 هزار دلار به 187419 هزار دلار افزایش داشته است که این مهم لزوم بازاریابی مناسب خرما در ایران را بیش از پیش آشکار می‌سازد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/86928>

