

عنوان مقاله:

بازاریابی ناموفق عنب در اقتصاد محلی (واکاوی علل در عرصه روستایی دشت بیرجند)

محل انتشار:

اولین همایش ملی عنب (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 2

نویسندگان:

محمد حبی پور - دکترای جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه بیرجند

راضیه آرزومندان - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه بیرجند

حمیده مولایی - کارشناس جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه بیرجند

خلاصه مقاله:

عنب یکی از محصولات استراتژیک منطقه خراسان جنوبی که نقش برجسته ای در اقتصاد محلی و زندگی روستائیان دارد. با وجود جایگاه مهم و رو به تزاید آن در اقتصاد محلی فضا، از مسائل جدی تولید این محصول، مسئله فروش و بازاریابی مطلوب عنب است. در حقیقت، پریشی اساسی که نمی توان نادیده انگاشت این است که عنبکاران روستایی برای موفقیت در فروش و بازاریابی محصول تولیدی و کسب حداکثر منافع از این تولید، با چه موانع و مشکلاتی دست به گریبان هستند چرا که این تولیدکنندگان با کمترین میزان تقاضا نسبت به منابع و سرمایه های بخش دولتی، اقدام به تولید یک محصول استراتژیک در منطقه می نمایند. از این رو، تلاش شد پاسخ این سوال در نواحی روستایی دشت بیرجند کنکاش شود. ماهیت تحقیق صورت گرفته توصیفی تحلیلی است. برای گردآوری داده ها و اطلاعات از بررسی های اسنادی و میدانی استفاده شده است. برای کسب اطلاعات به سه گروه افراد اعم از عنبکاران، تجار، محققان و دست اندرکاران برنامه ریزی و توسعه محصولات کشاورزی ناحیه مراجعه شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها در چارچوب کیفی عمل گردید به گونه ای که از روش تحلیل موضوعی به شیوه ی دیوی و گیلتین استفاده شده است. بنا به تحقیق صورت گرفته، مشکلات و نابسامانی موجود در بازاریابی عنب برای تولیدکنندگان روستایی در سه دسته کلی قابل بحث و بررسی است: اول، کاستی های فردی؛ دوم، محدودیت های بازار و سوم، موانع فنی و پشتیبانی تولید. بر این اساس می توان نتیجه گرفت که چرخه ای از عوامل بازدارنده بر سرراه فروش موفق تولیدکنندگان محلی عنب در روستاها وجود دارد که بسیاری از آن، خارج از توان مدیریت عنبکاران است.

کلمات کلیدی:

توسعه، اقتصاد روستایی، بازاریابی، عنب، بیرجند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/974757>

