

عنوان مقاله:

تجزیه و تحلیل اقتصادی سیستم توزیع در بازاریابی زیتون در شهرستان طارم

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره 4، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

سعید رجبی - مدرس گروه مدیریت دانشگاه پیام نور مرکز قیدار

حسن اسماعیل پور - استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

طاہرہ عاشوری - مدرس گروه کشاورزی دانشگاه پیام نور مرکز قیدار

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله تجزیه و تحلیل اقتصادی سیستم توزیع در بازاریابی زیتون در شهرستان طارم است. در این پژوهش روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق عبارت است از همه باغداران طارم که در مقطع زمانی این تحقیق به کشت زیتون مشغول می باشند. همچنین همه عوامل بازاریابی شامل دلان، میدان داران، عمده فروشان، خرده فروشان نیز جزو جامعه آماری تحقیق می باشند که در زمینه گردآوری اطلاعات و تکمیل پرسشنامه و همچنین انجام مصاحبه به آنان مراجعه گردیده است. حجم نمونه آماری این تحقیق براساس فرمول کوکران برابر 60 نفر تعیین گردید. از بین این تعداد 30 نفر از بین تولیدکنندگان 20 نفر از بین خرده فروشان و 10 نفر نیز از بین عمده فروشان انتخاب گردیده است. در این تحقیق روش نمونه گیری تصادفی از نمونه های در دسترس مورد استفاده قرار گرفته است. جهت محاسبه حاشیه های مختلف بازاریابی، سهم عوامل بازاریابی از قیمت نهایی محصول، ضریب هزینه بازاریابی و کارایی بازاریابی داده های مورد نیاز در قالب جداول آورده شد و سپس به محاسبه هریک از موارد فوق براساس مدل های تحقیق پرداخته شده است. براساس کارایی کل مسیر بازاریابی نیز ملاحظه شد که مسیرهای سوم و ششم که مربوط به شرکت های خصوصی می باشند در اولویت بهترین و کاراترین مسیرها می باشند در مورد زیتون درجه یک مسیر پنجم ب توجه به نسبت هزینه های بازار به حاشیه کل به عنوان مسیر با پایین ترین میزان کارایی مطرح می باشد در حالی که در مورد زیتون درجه دوم به دلیل مذکور مسیر اول به عنوان مسیری با پایین ترین میزان کارایی مطرح می باشد.

کلمات کلیدی:

سیستم توزیع، بازاریابی، زیتون، مسیر بازاریابی، شهرستان طارم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/991465>

