

عنوان مقاله:

تحلیل حاشیه بازاریابی گوشت مرغ در استان قم

محل انتشار:

مدیریت سرمایه و استعداد های کشاورزی در پرتو صنعت و تجارت در استان زنجان (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

زهرا انارکی - دانشگاه زنجان

اسماعیل کرمی دهکردی - استادیار دانشگاه زنجان

خلاصه مقاله:

یکی از مسائل مهمی که تولیدکنندگان بخش کشاورزی با آن مواجه اند و موجب آسیب پذیری آنها می گردد وجود حاشیه بازاریابی است حاشیه بازاریابی اختلاف قیمت سرمرعه با قیمتی است که مصرف کننده می پردازد در این راستا این مطالعه با هدف تحلیل حاشیه بازاریابی گوشت مرغ در استان قم و با استفاده از الگوی حاشیه بازاریابی والن و ترنر انجام شده است داده های مربوط به قیمت در این پژوهش از آمارنامه های وزارت جهاد کشاورزی و اتحادیه مرغداران استان طی سالهای 87-1390 بدست آمده است نتایج نشان داد که حاشیه بازاریابی خرده فروشی عمده فروشی و کل به ترتیب 9102/15 و 8481/38 و 620/77 ریال می باشد که این حاکی از سود کمتر تولید کننده و سود بیشتر عمده فروشی است بیشتر عملیات بازاریابی در مرحله عمده فروشی صورت میگیرد و در این راستا کمبود یا عدم دارایی های معیشت تولیدکنندگان در مواردی همچون سرمایه دانشی تکنولوژی های فیزیکی و سرمایه مایل در بازاریابی منجر به افزایش حاشیه بازار این محصول میگردد لذا با افزایش میزان آگاهی تولید کنندگان و تهیه منابع اعتباری لازم برای آنان بصورت جمعی یا انفرادی میتوان این حاشیه را کم نمود و سود تولید کننده را افزایش داد

کلمات کلیدی:

حاشیه بازاریابی، صنعت مرغداری، قم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/230121>

