

عنوان مقاله:

بررسی مسائل بازاریابی خرمای مضافتی در استان سیستان و بلوچستان

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

دکتر احمد اکبری - استاد اقتصاد کشاورزی دانشکده اقتصاد و دانشگاه سیستان و بلوچستان

مجتبی عباسیان - عضو هیئت علمی دانشگاه علوم دریائی و دریانوردی دانشگاه چابهار

محمود هاشمی تبار - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی و عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

خلاصه مقاله:

با توجه به اینکه استان سیستان و بلوچستان یکی از مهمترین مراکز تولید خرمای کشور می باشد، در این مطالعه بازاریابی خرمای این استان مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهای مناسب جهت بهبود بازاریابی آن مورد تجزیه و تحلیل واقع شده است. اطلاعات مورد نیاز این تحقیق به دو روش اسنادی و پیمایشی جمع آوری شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که باغداران خرما، عمده فروشان، خرده فروشان و صادرکنندگان در فرایند بازاریابی خرما به ترتیب 120، 980، 120 و 222 ریال هزینه کرده و به ترتیب 280، 1520، 1880 و 668 ریال سود خالص به دست می آورند. محاسبه حاشیه بازاریابی نشان می دهد که حاشیه خرده فروشی بیشتر از حاشیه عمده فروشی است و ضریب هزینه بازاریابی برابر با 28/64 بوده است. بررسی سهم عوامل بازاریابی در قیمت خرده فروشی نیز نشان می دهد که سهم تولیدکنندگان، عمده فروشان و خرده فروشان از قیمت خرده فروشی به ترتیب 71/35، 71/35 و 58/28 درصد است. محاسبات حاشیه بازاریابی نشان می دهد که به ازای هر کیلوگرم خرمای مضافتی، 4500 ریال صرف هزینه های بازاریابی و سود عوامل بازاریابی می شود که از این مقدار 2000 ریال مربوط به حاشیه خرده فروشی و 2500 ریال مربوط به حاشیه عمده فروشی است. Q13: JEL Classification

کلمات کلیدی:

خرما، بازاریابی، حاشیه بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/86885>

