

## عنوان مقاله:

عوامل موثر بر توسعه تجارت الکترونیک زعفران در ایران

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی توسعه و ترویج مهندسی کشاورزی و علوم خاک در جامعه (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

عطیه زینلی کرمانی - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه شهید باهنر کرمان

حسین مهرابی بشرآبادی - استاد بخش اقتصاد کشاورزی، دانشگاه شهید باهنر کرمان

## خلاصه مقاله:

زعفران به عنوان یکی از اصلی ترین صادرات غیرنفتی ایران، حضور قابل توجهی در بازارهای جهانی دارد، می تواند به وسیله تجارت الکترونیک و تبلیغات به جایگاه بهتری در بازارهای بین المللی دست پیدا کند. در این مقاله، با روش توصیفی، به این نتیجه رسیدیم که برخی از عوامل در توسعه تجارت الکترونیک زعفران از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند که شامل: بهره وری در تولید و عرضه، فرهنگ مصرفی در جامعه، زیرساخت های فن ی، سیاست های حمایتی، بازارهای جهانی، توان رقابتی کشور، آگاهی و اطلاعات عمومی جامعه، وضعیت سیاسی تهای مالی و تجاری، روش های تبلیغاتی و استراتژی های بازاریابی و در نهایت، همکاری و تعامل میان اعضای زنجیره تولید و عرضه زعفران.

## کلمات کلیدی:

توسعه، تجارت الکترونیک، زعفران، ایران.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1987860>

