

عنوان مقاله:

بررسی کارایی و حاشیه بازاریابی گیاه دارویی گشنیز استان همدان با تاکید بر صادرات

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی گیاهان دارویی و کشاورزی پایدار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

نجمه اتحادی - دانشجوی ارشد اقتصاد کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

آرزو قنبرزاده - دانشجوی ارشد اقتصاد کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

خلاصه مقاله:

استان همدان در غرب کشور به عنوان خاستگاه گیاهان دارویی و ذخیره گاه ژنتیکی بسیار ارزشمندی برای کشت انواع گیاهان دارویی مطرح است از عمده ترین مشکلات موجود بر سر راه رشد و توسعه گیاهان دارویی بازاریابی آن می باشد بطوریکه پرداختن به موضوع بازاریابی و بررسی مسیرهای انتقال گیاهان دارویی و کارایی هر یک از آنها می تواند نقش بسیار مهمی در افزایش ارزش آوری از طریق صادرات این محصولات به همراه داشته باشد مطالعه حاضر نیز با هدف بررسی وضعیت بازاریابی و تحلیل مسیرهای مختلف بازاریابی گیاه دارویی گشنیز استان همدان و با تاکید بر صادرات آنها در صدد ارائه راهکارهایی در جهت بهبود بازاریابی این محصول می باشد حجم نمونه از فرمول کوکران محاسبه می شود اطلاعات مورد نیاز از طریق نمونه گیری تصادفی و تکمیل پرسشنامه در سال زراعی 1393-94 جمع آوری گردید جامعه آماری شامل تولید کننده خرده فروش عمده فروش است اندازه نمونه تولید کنندگان عمده فروش و خرده فروش گیاه گشنیز به ترتیب 15، 248 و 10 نفر می باشد با توجه به وضعیت گیاه دارویی مورد نظر معیارهای حاشیه های بازاریابی کارایی بازاریابی توابع حاشیه بازاریابی و ضریب هزینه بازاریابی برای آن بررسی شد براساس نتایج حاصل از تحلیل بازاریابی 6 مسیر بازار رسانی برای محصول گشنیز مشخص گردید که مسیر تولید کننده عمده فروش مصرف کننده به عنوان کاراترین مسیر در نظر گرفته شد

کلمات کلیدی:

حاشیه بازاریابی، کارایی بازاریابی، گشنیز، صادرات، همدان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/453587>

