

بررسی وضعیت بازاریابی انار در شهرستان طارم

بهناز میرزائی^۱، علی شمس^۲، علی فرهادی^۳ و حلیمه رزمی^۴

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان (b.h.mirzaei1994@gmail.com)

۲- دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۳- کارشناس برنامه ریزی کشاورزی، مدیریت برنامه و بودجه، سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان

۴- دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان

چکیده

با توجه به اهمیت تولید محصول انار در شهرستان طارم، این پژوهش به بررسی وضعیت بازاریابی انار در شهرستان طارم پرداخته است. بدین منظور حاشیه های مختلف بازاریابی و سهم عوامل بازاریابی از قیمت نهایی محصول برای انار درجه یک، انار درجه دو، انار درجه سه، رب انار ملس و رب انار ترش محاسبه شد. داده های مطالعه از طریق مصاحبه و تکمیل ۱۶ پرسشنامه در سطح تولیدکننده به روش نمونه گیری مرحله ای تصادفی در شهرستان طارم و تکمیل ۱۰ و ۱۲ پرسشنامه، به ترتیب در سطوح عمده فروش و خرده فروش به روش نمونه گیری تصادفی ساده در شهرستان های طارم و زنجان گردآوری شده است. نتایج تحقیق نشان داد که حاشیه کل برای انار درجه یک، درجه دو، درجه سه، رب انار ملس و رب انار ترش به ترتیب ۲۸۵۱، ۲۰۰۰، ۱۳۴۰۰ و ۱۲۹۵۰ تومان بود که نشان دهنده حاشیه زیاد بازاریابی این محصولات بود. همچنین، سهم تولیدکننده از قیمت نهایی محصول برای انار درجه یک، درجه دو، درجه سه، رب انار ملس و رب انار ترش به ترتیب ۵۰، ۴۵، ۳۸، ۶۲ و ۷۰ درصد به دست آمد.

واژه های کلیدی: حاشیه بازاریابی، سهم عوامل بازاریابی، انار، رب انار، شهرستان طارم