

## ی ییت بازارسانی محصول توت ی در استان کردستان

ی یی \*

تاریخ دریافت: 1387/4/9 تاریخ پذیرش: 1387/6/15

### چکیده

ی یکی از محصولات اصلی ی استان کردستان از کم تولیدکنندگان ی سیاست استان و کشور .  
کنونی به بررسی مسایل و مشکلات بازارسانی محصول فرنگی 80 70 می  
مقطع زمانی 75 78 1385 گیری سیستماتیک تیب 112 243 80  
از طریق تکمیل . نتایج داد می که حاشیه  
(1375 1378 1385) تیب 480 562 8 1940 ریال )  
روشی (یک) 2270 ریال (2) حاشیه 440 998/25 1000 ریال (محصول درجه یک)  
1410 ریال (2) و حاشیه ی کلی بازار 920 1561 2940 (1) 3220 )  
(2) درصد هزینه ی بازاریابی برای سه دوره ترتیب بالغ بر 53/5 43/5 37/2  
(1) 50/41 (2) تابع ضایعات برآورد شده نشان می دهد که  
متغیرهای فاصله از زمان برداشت، وزن جعبه، فاصله از میدان بار  
میزان ضایعات اثر مستقیم و . میزان ضایعات برآورد شده در سال 1375 16,89  
1378 19 تغییر شیوه .  
1378 می ک یاد شده دارای توجیه اقتصادی نتایج  
ضایعات محصول فرنگی وسیله  
ای افزایش خواهد یافت. افزایش سود یاد شده ترتیب  
2104062 هزار ریال و 7810062 هزار ریال برآورد .

JEL: Q13

های کلیدی: استان کردستان، فرنگی حاشیه بازاریابی، تابع ضایعات

\* استادیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه کردستان.

e-mail: hamed.ar@gmail.com

مفهوم بازار به شبکه‌ای از روابط بین تولیدکنندگان می‌کنند که در آن می‌تواند ساده این مفهوم به معنای تلاقی عرضه و تقاضای محصولی خاص در شرایط معین است که از طریق آن مقدار و قیمت آن محصول تعیین می‌شود (فرانک 1994 و بخشوده و اکبری 1382). وظیفه بازاریابی ترویج محصولات تولیدی بین مصرف‌کنندگان است و تولیدکننده یافتن سفارش یاری و با این عمل امکان یص بهینه بخش تولید می‌کند. یعنی امکانات موجود در یک واحد تولیدی - باید نیازمند (پانیرسلوام 2004). در کشورهای مختلف بین قوانین درجه استاندارد اختلاف زیادی وجود دارد. این اختلاف ناشی از میزان توسعه یافتگی و اهمیت بخش باغبانی در اقتصاد کشور طور کلی قراردادهای جهانی سعی در کاهش این اختلاف دارد (1992). در ایران کیفیت خدمات بازاریابی در کم‌ترین حد ممکن قرار دارد و بیش چنین رعایت نکردن موازین استاندارد ملی و کم‌ترین معیارهای کیفی محصولات سبب می‌شود ضایعات در آن افزایش یابد.

فرنگی با توجه به حساسیت محصول و فسادپذیری بالای آن، موضوع بازاریابی و عوامل مربوط به آن از اهمیت ویژه برخوردار است. این یکی از محصولات اصلی استان کردستان کم تولیدکنندگان می‌باشد، سیاست در سطح ملی قرار گرفته است. ه از سوی مرکز آمار ایران و وزارت جهاد کشاورزی سطح زیر کشت این محصول در استان کردستان 1360 180 هکتار به 2468 هکتار در سال زراعی 1384 رسیده است. که سطح زیر کشت کل کشور در سال زراعی 1384 3829/3 هکتار رسیده است که این آمار سهم استان کردستان بالغ بر 64/45 سهم استان کردستان طی یک دهه‌ی اخیر کاهش داشته و این نشان می‌دهد افزایش سطح زیر کشت این محصول در سایر مناطق کشور.

## بررسی وضعیت بازاریابی محصول توت فرنگی در ...

افزایش سطح زیر کشت محصول فرنگی در کشور از یک طرف نشان ی اهمیت اقتصادی این محصول در بازار و از طرف دیگر با افزایش سطح زیر کشت و افزایش تولید، توجه بیش اهمیت پیدا می‌کند که بازار محصول کم‌کم سمت بازاری رقابتی حرکت خواهد کرد. با این شیوه ی این محصول در کشور، بویژه در مناطق پرتولید از نظر شیوه ی آن با مشکلات فراوانی و این باعث افزایش ضایعات در فروشی فروشی  
این مسایل و مشکلات بازاریابی محصول فرنگی 80 70  
بررسی می‌کند.

### روش تحقیق

( شیوه اطلاعات، شیوه گیری، اندازه نمونه و تجزیه و تحلیل داده :  
ی بررسی این مقاله مربوط به سال‌های زراعی 1375-1374 1377-1378  
و سال زراعی 1385-1384 . ی سه طرح پژوهشی  
وسیله های تحقیق در هر سه  
تیب 112 243 80  
گیری تصادفی سیستماتیک است. روش مطالعه میدانی و اطلاعات از طریق تکمیل  
SPSS تجزیه  
و تحلیل

### ( تابع ضایعات:

پس از بررسی داده مربعات مناسب تشخیص  
برآورد تابع ضایعات و پیش‌بینی میزان ضایعات از این روش استفا  
زیر

$$Y_i = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6D_1 + B_7D_2 + B_8D_3 + U_i$$

$Y_i$ : میزان ضایعات در هر یک از موردهای مطالعه شده

$X_1$ : فاصله از میدان بار

$X_2$ :

$X_3$ :

$X_4$ : مدت زمان ماندن محصول تا رسیدن به دست کننده

$X_5$ :

$D_1$ :

$D_2$ :

$D_3$ : وضعیت جاده ( درجه یک، درجه دو، خاکی و راه شوسه)

$U_i$ :

( حاشیه      فروشی      فروشی و حاشیه کلی بازار

ی حاشیه‌های بازار از روابط زیر استفاده شده (صدرالاشرفی 1367).

$$\begin{aligned} \text{قیمت} - \text{فروشی} - \text{قی} &= \text{فروشی} = \text{حاشیه} \text{ فروشی} \\ \text{قیمت} \text{ سرمزرعه} - \text{قیمت} &= \text{فروشی} = \text{حاشیه} \text{ فروشی} \\ \text{حاشیه} &= \text{فروشی} + \text{حاشیه} = \text{فروشی} \text{ کلی بازاریابی} \end{aligned}$$

( درصد هزینه‌ی بازاریابی

ی درصد هزینه‌ی بازاریابی از رابطه زیر استفاده شده (کوپاهی 1382).

$$\text{درصد هزینه بازاریابی} = \frac{100 \times (\text{قیمت سرمزرعه} - \text{قیمت} \text{ فروشی})}{\text{قیمت} \text{ فروشی}}$$

(تغییر شیوه

## بررسی وضعیت بازاریابی محصول توت فرنگی در ...

بررسی اقتصادی تغییر شیوه کشاورزین از روش بودجه‌بندی جزئی مورد بررسی قرار می‌گیرد و این روش مجموع افزایش درآمد و کاهش هزینه از مجموع کاهش درآمد و افزایش درآمد بیش باشد، تغییر روش جاری دارای توجیه

- بندی جزئی: برای تصمیم‌گیری در مورد تغییر روش تولید یا جایگزین کردن محصول و یا منظور کردن یک رشته جدید در برنامه و غیره محاسبات زیر لازم است:
  1. برآورد افزایش درآمدی که ر اثر فروش محصول جدید یا انتخاب تکنیک جدید می‌آید.
  2. کاهش مخارج، برآورد مخارج سالانه که در صورت عملی شدن تصمیم مورد مطالعه، دیگر
  3. افزایش مخارج، تعیین افزایش مخارج مستقیم (متغیر) سالانه که از عملی شدن تصمیم مورد نظر ناشی می
  4. کاهش درآمد، محاسبه درآمدی که با عملی شدن تصمیم مورد نظر از دست میکلی برای عملی شدن تصمیم مورد نظر به شرح زیر (سلطانی و دیگران 1368):  
افزایش مخارج + کاهش درآمد > افزایش درآمد + کاهش مخارج

## نتایج و بحث

تابع ضایعات محصول فرنگی های زراعی 5-1374 78-1377  
حداقل مربعات معمولی ( Stepwise ) روشی‌ها برآورد و نتایج نهایی  
ترتیب زیر  
سال زراعی 1374-1375

$$1. Y_i = - 3.66 + 0.30032X_2 + 0.06534 X_4 + 0.08466X_5$$

t :	(-7.374)	(8.006)	(7.104)	(8.667)
Sig:	(0.0000)	(0.0000)	(0.0000)	(0.0000)

$R^2 = 0.67$   
Adjust  $R^2 = 0.66$

F = 53.66      Sig F = 0.0000

ی 1377-1378

2.  $Y_i = -2.5 + 0.35 X_2 + 0.035 X_5 + 0.134 X_1$   
 t:      (-2.932)    (7.513)    (3.171)    (2.287)  
 Sig:    (0.000)    (0.0000)    (0.0000)    (0.0000)  
 $R^2 = 0.814$       Adjust  $R^2 = 0.795$   
 F = 40.965      Sig F = 0.0000

نتایج 1375 می که متغیر فاصله از زمان  
 فرنگی بیش یں اثر را بر میزان ضایعات دارد ( $X_5$ ). طوری که  
 25/1 درصد از کل ضایعات وسیله این متغیر قابل توضیح است. یں صورت که هر چه  
 بیش می دلیل افزایش درجه حرارت میزان ضایعات نیز  
 افزایش می یابد. متغیر وزن جعبه نیز در تابع برآورد شده 21/1 درصد تغییرات در  
 اثر این متغیر بوده است. متغیر دیگری که در این مورد موثر بوده، مدت زمان ماندن محصول  
 طوری که 21 درصد تغییرات متغیر وابسته (ضایعات) ناشی از این  
 متغیر بوده است. پیش بینی شده میزان ضایعات محصول فرنگی  
 یاد شده 2083/8 تن یعنی 16/89 درصد کل محصول برآورد می .

نتایج 1378 می که متغیر وزن جعبه  
 بیش یں اثر را بر میزان ضایعات داشته به طوری که 73/5 از تغییرات متغیر وابسته  
 وسیله این متغیر توضیح داده می . متغیر فاصله از زمان برداشت نیز در تابع فوق  
 4/5 درصد از تغییرات را توضیح می . متغیر فاصله از میدان بار نیز  
 میزان 4 درصد از تغییرات را توضیح می . پیش بینی شده میزان ضایعات  
 فرنگی 2566 تن یعنی 19 درصد کل محصول برآورد

می .

بررسی وضعیت بازاریابی محصول توت فرنگی در ...

نتایج می که در هر دو مدل برآورد شده متغیرهای وزن

. ضمن این که می شود که

پیش

ی حاشیه های بازار و درصد هزینه ی بازاریابی

(1)

(1) وضعیت قیمت و حاشیه زاریابی محصول فرنگی

(قیمت به ریال)

حاشیه کلی بازار	حاشیه فروشی	حاشیه فروشی	هزینه بازاریابی	قیمت فروشی	قیمت فروشی	قیمت	
920	440	480	53/5	1720	1240	800	1375
1561	998/25	562/8	43/5	3589	3026/25	2028	1378
2940	1000	1940	37/2	7940	6000	5000	1385 <sup>(1)</sup>
3220	1410	2270	50/41	6680	4410	3000	

(1) 1385 نمایانگر قیمت محصول درجه یک و دو ب ترتیب هستند.

؛ ؛

تغییر شیوه 1378 1375 می که طرح

دارای توجیه اقتصادی نتایج آمده از توابع ضایعات محصول

فرنگی یاد شده وسیله

پیش گفته ای افزایش خواهد یافت. افزایش سود

ترتیب بالغ 2104062 هزار ریال و 7810062 هزار ریال برآورد

## نتیجه گیری و پیش

براساس بررسی عمل آمده در هر دو دهه موارد زیر نتیجه گیری می :

1. حاشیه  
فروشی  
فرنگی
2. ضایعات محصول  
فرنگی، ناشی از  
توجه مناسب و کافی هنگام برداشت،
3. درصد هزینه ی بازاریابی در طی دو دهه ی اخیر کاهش یافته است و این می تواند ناشی از  
توجه روزافزون به این محصول از سوی کارشناسان کشاورزی تحقیقات پیش ی که در  
خصوص این محصو  
چنین توجه رسانه های مختلف جمعی در معرفی و تبلیغ این محصول .
4. تغییر شیوه بندی با توجه به تحلیل اقتصادی صورت گرفته، دارای توجه
5. سطح تولید این محصول در کل کشور و بویژه در استان کردستان، دارای روند افزایشی بوده  
و این نمایانگر برتری تقاضای بازار بر عرضه ی این محصول در بازار است.

- | نتایج            | وضعیت اقتصادی بهره | بیش از پیش           |
|------------------|--------------------|----------------------|
| این محصول و چنین | مسیر بازاریابی پیش | زیرارایه می          |
| 1. ی             | ی                  | ( ی )                |
| ی                | ی                  | منظور کاهش ای ی پیش  |
| ی                | ی                  | رویح،                |
| 2. ی             | ی                  | بیش محصولات کشاورز ی |
| ی                | ی                  | ی یکی کارها ی        |
| 3. ی             | ی                  | ی که فرایند اخیر     |
| ی                | ی                  | ی راین پیش ی         |



## بررسی وضعیت بازاریابی محصول توت فرنگی در ...

امکان ی آموزشی تهیه شده و ی ی در کلیه  
چنین ی ی ی

سلطانی غ. نجفی . و ترکمانی . (1368) مدیریت واحد کشا . مرکز نشر دانشگاه شیراز.

(1369) اقتصاد سنجی عمومی. انتشارات کویر .

صدرالاشرفی . (1367) مدیریت، حسابداری و بازاریابی.

(1375) بررسی اقتصادی تولید و بازاریابی فرنگی در استان کردستان.

پایان کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز.

(1378) بررسی مسایل و مشکلات بازاریابی محصول فرنگی.

کشاورزی، سازمان کشاورزی استان کردستان مدیریت ترویج سنج.

(1386) بررسی مسایل و مشکلات میدان میوه و تره

ژوهشی.

کوپاهی . (1382) اصول اقتصاد کشاورزی.

Behari, D. P. (1992) Grading of Fruit, Marketing Perspective and Issues, Arihant Publisher, India.

Charles, C. L. and Gray, D. T. (1993) Temporal and Spatial Aggregation: Alternative Marketing Models, *American Journal of Agricultural Economics*, 75(3): 523-536.

Digby, M. P. (1989) Marketing Margins in the Meat Sector, England and Wales: 1977-78. *Journal of Agricultural Economics*, 40(2): 129-142.

Paneer, S. (2004) Production and operation management. Spring. India.