



دانشکده کشاورزی

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی

گروه مهندسی کشاورزی

بررسی وضعیت بازاریابی خیار گلخانه ای در استان یزد

علی فلاح تفتی

استاد راهنما: دکتر غلامرضا یاوری

استاد مشاور: دکتر محمد خالدی

دی ماه ۱۳۹۰





مرکز کرج

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی

گروه مهندسی کشاورزی

بررسی وضعیت بازاریابی خیار گلخانه ای در استان یزد

علی فلاح تفتی

استاد راهنما: دکتر غلامرضا یاوری

استاد مشاور: دکتر محمد خالدی

دی ماه ۱۳۹۰

تاریخ :/...../.....

شماره :



بسمه تعالی

صور تجلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

جلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد خانم / آقای علی فلاح تفتی دانشجوی رشته مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی به شماره دانشجویی ۸۶۷۱۰۵۹۷۸ تحت عنوان « بررسی وضعیت بازاریابی خیار گلخانه ای در استان یزد » با حضور هیأت داوران در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۱ ساعت ۹-۱۱ در محل ساختمان دانشگاه پیام نور - مرکز کرج برگزار شد و هیأت داوران پس از بررسی، پایان نامه مذکور را شایسته نمره به عدد ۱۹/۲۵ به حروف نوزده و بیست و پنج با درجه عالی تشخیص داد.

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیأت داوران	مرتبہ دانشگاهی	دانشگاه / مؤسسه	امضاء
۱	دکتر غلامرضا باوری	استاد راهنما	استادیار	پیام نور استان تهران	
۲	دکتر محمد خالدی	استاد مشاور	استاد یار	مؤسسه پژوهشهای برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی	
۳	دکتر محسن شوکت فدایی	استاد داور	دانشیار	پیام نور استان تهران	
۴	لیلا گودرزی	نماینده تحصیلات تکمیلی	-	پیام نور استان البرز	

اینجانب علی فلاح تفتی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۶ مقطع کارشناسی ارشد رشته مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و مأخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

علی فلاح تفتی
امضاء



اینجانب علی فلاح تفتی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۶ مقطع کارشناسی ارشد رشته مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی گواهی می‌نمایم چنانچه بر اساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

علی فلاح تفتی
امضاء



کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

دی ماه ۱۳۹۰

تقدیم به

آنان که بعد از خالق عشق، ستایششان واجب شد؛ « پدر و مادرم »

و

خانواده ام که زندگی سبزم به آنها وابسته است؛ « همسر و فرزندم »

سپاسگزاری

سپاس خداوندی که مرا آموختن آموخت. بر من منت نهاد و درک و شعور را در نهادم آفرید تا برای حصول کمال خویش و جامعه ام بیاموزم. طبیعت را در اختیارم نهاد تا هم بهره بگیرم و هم بررسی کنم و بفهمم راز خلقت چیست. والدینم را سبب ساز رشد و شکوفایی ام قرار داد و آموزگاران و استادان را راهنمایم ساخت. قلم را آفرید و به آن سوگند خورد؛ تا به وسیله آن قدر دان زحمت کشان خویش باشم.

لذا بر خود واجب می دانم از جناب آقای « دکتر یآوری » که راهنمای من در این تحقیق بوده‌اند، تشکر و قدردانی کنم. همچنین از جناب آقای « دکتر خالدی » از مشاوران محترم که نظرات ارزنده‌ای ارائه دادند؛ سپاسگزارم. از همکاران گرامیم که دست یاری دادند و مرا تنها نگذاشتند، بخصوص جناب آقای « دکتر سالم » که بیشترین کمک ها را نمودند، صمیمانه و مخلصانه تشکر می‌کنم. از تولیدکنندگان و زحمت کشانی که تجارب و اطلاعات خویش را در اختیارم گذاشتند و یاریم رساندند؛ سپاسگزارم.

صمیمانه از والدین دلسوز و مهربانم که بهترین مشوق من بودند، تشکر می‌کنم و برایشان سلامتی آرزو دارم. بقای خانواده ام که سبز تر و دل انگیز تر از طبیعت، با من بودند و مرا همراهی نمودند از خداوند مسئلت دارم.

در نهایت برای همه آنها که به نوعی در تهیه‌ی این پژوهش نقشی داشتند؛ آرزوی موفقیت و سربلندی دارم.

چکیده

با توجه به این که استان یزد یکی از مهمترین مناطق تولید محصولات گلخانه ای در کشور می باشد؛ در این مطالعه بازاریابی خیار گلخانه ای در این استان بررسی شده و راهکارهای مناسب جهت بهبود بازاریابی آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بدین منظور، اطلاعات مورد نیاز این تحقیق در سال زراعی ۱۳۸۷-۸۸ به دو روش مطالعه‌ی اسنادی و پیمایشی به صورت نمونه گیری خوشه ای وزنی، از طریق مصاحبه حضوری با ۱۴۶ تولیدکننده، ۴۴ عمده فروش، ۶۲ خرده فروش، ۳۰ مصرف کننده و ۵ صادرکننده جمع آوری شده است.

نتایج بررسی ویژگی های بهره برداران مورد مطالعه نشان می دهد؛ آنها عموماً نسبت به کل بهره برداران بخش کشاورزی دارای سن کمتر و سطح سواد بالاتر بوده همچنین متوسط سطح زیر کشت بالای ۳۶۰۰ متر مربع و تولید در هر متر مربع بیش از ۳۰ کیلوگرم در سال از دیگر ویژگی های آنها بوده است.

گلخانه داران، عمده فروشان برای بازار های داخلی و خارجی، خرده فروشان و صادرکنندگان در فرآیند بازاریابی به ترتیب ۸۰۲، ۶۳۴، ۲۸۶، ۷۴۹ و ۶۴۰۵ ریال هزینه کرده و به ترتیب ۱۴۹، ۳۳۱، ۳۹۰، ۱۱۰۱ و ۱۷۱۵ ریال سود به دست می آورند. بررسی سهم عوامل بازاریابی نشان می دهد که سهم تولیدکنندگان، عمده فروشان و خرده فروشان از قیمت خرده فروشی به ترتیب ۲۶،۶، ۲۰ و ۵۳،۴ درصد و حاشیه های کل بازاریابی، عمده فروشی و خرده فروشی به ترتیب ۷۳،۴۷، ۱۶۸۸ و ۵۶۵۹ ریال است.

نتایج تخمین تابع حاشیه ی بازاریابی، با استفاده از الگوی اضافه قیمت^۱ نشان می دهد؛ با افزایش یک درصد قیمت خرده فروشی، یا هزینه های بازاریابی مقدار حاشیه ی بازاریابی به ترتیب حدود ۰،۲۳٪ و ۰،۶٪ افزایش می یابد. همچنین نتایج تخمین تابع حاشیه ی بازاریابی، با استفاده از الگوی حاشیه ی نسبی^۲ نشان می دهد؛ با افزایش یک درصد قیمت خرده فروشی، یا هزینه های بازاریابی و یا درآمد کل، مقدار حاشیه ی بازاریابی به ترتیب حدود ۰،۱۹٪، ۰،۴۶٪ و ۰،۰۳٪ افزایش می یابد.

کلمات کلیدی: بازاریابی خیار گلخانه ای، حاشیه ی بازاریابی، سهم عوامل بازاریابی، تابع حاشیه ی

بازاریابی، استان یزد.

Markup Model¹

Relative Model²

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه :.....	۱
۱- فصل اوّل : کلیات تحقیق.....	۳
۱-۱- مقدمه :.....	۴
۲-۱- بیان مسئله :.....	۶
۳-۱- اهمّیت تحقیق :.....	۷
۴-۱- اهداف تحقیق :.....	۷
۱-۴-۱- اهداف اصلی :.....	۷
۲-۴-۱- اهداف فرعی :.....	۸
۵-۱- فرضیّات تحقیق :.....	۸
۶-۱- روش تحقیق :.....	۸
۷-۱- قلمرو و محدوده‌ی تحقیق :.....	۹
۸-۱- محدودیّت های تحقیق :.....	۱۰
۹-۱- واژگان و مفاهیم کلیدی تحقیق :.....	۱۰
۲- فصل دوّم : مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق.....	۱۳
۱-۲- مقدمه :.....	۱۴
۲-۲- اهمّیت کشت گلخانه ای :.....	۱۴
۳-۲- روش علمی و کاربردی تولید خیار گلخانه‌ای :.....	۱۵
۱-۳-۲- گیاه‌شناسی خیار:.....	۱۶
۲-۳-۲- رعایت تناوب :.....	۱۶
۳-۳-۲- ضدّ عفونی خاک :.....	۱۷
۴-۳-۲- انتخاب رقم :.....	۱۹

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
-۵-۳-۲ عملیات کاشت :	۲۰
-۶-۳-۲ عملیات داشت :	۲۱
-۷-۳-۲ عملیات برداشت :	۲۴
-۴-۲ بررسی برخی آفات و بیماری های خیار گلخانه ای :	۲۵
-۱-۴-۲ برخی از آفات مهم گلخانه های خیار :	۲۵
-۲-۴-۲ برخی از بیماری های مهم گلخانه های خیار :	۲۸
-۵-۲ استاندارد های ملی و بین المللی محصول خیار :	۳۱
-۱-۵-۲ استاندارد ملی ویژگی ها و روش های آزمون خیار :	۳۳
-۲-۵-۲ استاندارد ملی خیار و گوجه فرنگی گلخانه ای - آیین کار تولید خیار :	۳۶
-۳-۵-۲ استاندارد بسته بندی و حمل و نقل خیار :	۴۵
-۴-۵-۲ استاندارد بین المللی بازاریابی و کنترل کیفیت تجاری خیار :	۴۹
-۶-۲ ارزش غذایی خیار :	۵۵
-۱-۶-۲ ترکیبات شیمیایی موجود در خیار :	۵۵
-۲-۶-۲ مزایا و سلامتی با مصرف خیار :	۵۶
-۷-۲ وضعیت تولید و صادرات انواع خیار در جهان :	۵۹
-۱-۷-۲ سطح برداشت خیار در جهان :	۵۹
-۲-۷-۲ تولید خیار در جهان :	۶۰
-۳-۷-۲ عملکرد انواع خیار در جهان :	۶۱
-۴-۷-۲ صادرات انواع خیار در جهان :	۶۲
-۵-۷-۲ ارزش صادرات انواع خیار در جهان :	۶۴
-۶-۷-۲ واردات انواع خیار در جهان :	۶۵

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
۷-۷-۲- ارزش واردات انواع خیار در جهان :.....	۶۷
۸-۲- وضعیّت گلخانه و تولیدات آن در ایران :.....	۶۸
۱-۸-۲- سطح زیر کشت محصولات گلخانه ای (سبزی و صیفی) در ایران :.....	۶۹
۲-۸-۲- تولیدات انواع محصولات گلخانه ای (سبزی و صیفی) در ایران :.....	۷۱
۳-۸-۲- میزان عملکرد محصولات گلخانه ای (سبزی و صیفی) در ایران :.....	۷۳
۴-۸-۲- سطح زیر کشت خیار گلخانه ای در ایران :.....	۷۵
۵-۸-۲- میزان تولید خیار گلخانه ای در ایران :.....	۷۷
۶-۸-۲- میزان عملکرد خیار گلخانه ای در ایران :.....	۷۹
۹-۲- وضعیّت گلخانه های موجود در استان یزد :.....	۷۹
۱۰-۲- رشد و توسعهی کشت های گلخانه ای در استان یزد :.....	۸۲
۱۱-۲- پیشینهی تحقیق :.....	۸۳
۱-۱۱-۲- مطالعات داخل کشور در زمینهی بازاریابی :.....	۸۴
۲-۱۱-۲- مطالعات خارج کشور در زمینهی بازاریابی :.....	۹۷
۳- فصل سوّم : روش تحقیق.....	۱۰۱
۱-۳- مقدمه :.....	۱۰۲
۲-۳- روش تحقیق بازاریابی :.....	۱۰۲
۱-۲-۳- مفاهیم و اهمیّت بازاریابی :.....	۱۰۳
۲-۲-۳- ضرورت نظام بازاریابی کارا :.....	۱۰۵
۳-۲-۳- منافع بازاریابی :.....	۱۰۷
۴-۲-۳- ویژگی های محصولات کشاورزی :.....	۱۰۹
۵-۲-۳- عملیّات بازار :.....	۱۱۱

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۱۳	۶-۲-۳- خدمات بازاریابی محصولات کشاورزی :
۱۱۷	۷-۲-۳- عوامل بازاریابی :
۱۱۹	۸-۲-۳- بازار :
۱۲۶	۹-۲-۳- مسیر بازاریابی :
۱۲۶	۱۰-۲-۳- شفافیت بازار :
۱۲۷	۱۱-۲-۳- محاسبات مالی بازاریابی :
۱۳۱	۱۲-۲-۳- الگوهای حاشیه‌ی بازاریابی :
۱۳۵	۳-۳- جمع آوری آمار و اطلاعات :
۱۳۶	۱-۳-۳- جامعه‌ی آماری :
۱۳۷	۲-۳-۳- نمونه گیری :
۱۴۰	۳-۳-۳- پرسشنامه :
۱۴۳	۴- فصل چهارم : یافته های تحقیق
۱۴۴	۱-۴- مقدمه :
۱۴۵	۲-۴- خصوصیات بهره برداران مورد مطالعه :
۱۴۵	۱-۲-۴- اندازه‌ی گلخانه :
۱۴۶	۲-۲-۴- بُعد مسافت :
۱۴۷	۳-۲-۴- سن بهره برداران :
۱۴۸	۴-۲-۴- سابقه‌ی فعالیت :
۱۴۸	۵-۲-۴- وضعیت تملک گلخانه :
۱۴۸	۶-۲-۴- سطح سواد :
۱۴۹	۷-۲-۴- وضعیت کشت :

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
۴-۲-۸- وضعیت برداشت و بسته بندی :	۱۵۲
۴-۲-۹- نحوه‌ی فروش :	۱۵۳
۴-۲-۱۰- منابع تأمین سرمایه :	۱۵۶
۴-۲-۱۱- مشکلات فروش عمده توسط تولید کنندگان :	۱۵۷
۴-۲-۱۲- مشکل حمل و نقل :	۱۵۸
۴-۲-۱۳- مشکل بسته بندی :	۱۵۸
۴-۳- ویژگی‌های عمده فروشان نمونه :	۱۵۹
۴-۴- ویژگی‌های خرده فروشان نمونه :	۱۶۲
۴-۵- ویژگی‌های مصرف کنندگان نمونه :	۱۶۳
۴-۶- ویژگی‌های صادرکنندگان نمونه :	۱۶۴
۴-۷- خدمات بازاریابی خیار گلخانه‌ای استان یزد :	۱۶۵
۴-۷-۱- برداشت و جمع‌آوری :	۱۶۵
۴-۷-۲- بسته‌بندی و بارگیری :	۱۶۶
۴-۷-۳- درجه بندی و بسته‌بندی مجدد :	۱۶۷
۴-۷-۴- بارگیری و حمل و نقل :	۱۶۸
۴-۸- سازمان یا عوامل بازاریابی خیارگلخانه‌ای در استان یزد :	۱۷۰
۴-۸-۱- خریداران محلی و نمایندگان میدان داران :	۱۷۰
۴-۸-۲- میدان داران :	۱۷۰
۴-۸-۳- شرکت‌های تعاونی گلخانه‌داران :	۱۷۱
۴-۸-۴- عمده فروشان :	۱۷۱
۴-۸-۵- صادر کنندگان :	۱۷۱

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
۴-۸-۶- خرده فروشان :	۱۷۲
۴-۹- مسیر بازاریابی خیارگلخانه‌ای استان یزد :	۱۷۲
۴-۱۰- خدمات بازاریابی عوامل بازار :	۱۷۴
۴-۱۰-۱- خدمات بازاریابی تولید کنندگان :	۱۷۵
۴-۱۰-۲- خدمات بازاریابی عمده فروشان :	۱۷۶
۴-۱۰-۳- خدمات بازاریابی خرده فروشان :	۱۷۸
۴-۱۰-۴- خدمات بازاریابی صادرکنندگان :	۱۷۹
۴-۱۱- مقایسه‌ی سود عملیات بازاریابی عوامل بازار خیار گلخانه‌ای :	۱۸۱
۴-۱۲- حاشیه‌ی بازاریابی :	۱۸۲
۴-۱۳- سهم عوامل بازاریابی :	۱۸۳
۴-۱۴- ناکارایی بازار :	۱۸۴
۴-۱۵- ضریب هزینه‌ی بازاریابی :	۱۸۴
۴-۱۶- شفافیت بازار :	۱۸۵
۴-۱۷- برآورد تابع حاشیه‌ی کل بازاریابی خیارگلخانه‌ای استان یزد :	۱۸۶
۴-۱۷-۱- الگوی افزایش قیمت :	۱۸۷
۴-۱۷-۲- الگوی حاشیه‌ی نسبی :	۱۸۹
۴-۱۸- ضریب همبستگی بین متغیرها :	۱۹۱
۵- فصل پنجم: نتایج و پیشنهادات	۱۹۳
۵-۱- مقدمه :	۱۹۴
۵-۲- خلاصه و نتیجه‌گیری :	۱۹۴
۵-۳- پیشنهادها و راهکارها :	۱۹۸

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۹۸	۱-۳-۵- بهبود و اصلاح فرآیند تولید و عرضه‌ی محصول :.....
۱۹۹	۲-۳-۵- تأمین و کاهش هزینه‌های تولید و صادرات محصول :.....
۲۰۰	۳-۳-۵- ایجاد امکانات و انگیزه برای صادرات :.....
۲۰۱	۴-۳-۵- ایجاد محیط امن برای فعالیت‌های صادرکنندگان :.....
۲۰۲	۵-۳-۵- افزایش قدرت رقابت پذیری در بازارهای بین‌المللی :.....
۲۰۵	پیوست ها.....
۲۰۶	پیوست ۱ : استاندارد بین‌المللی شماره‌ی ۱۵ - FFV خیار.....
۲۱۴	پیوست ۲ : استاندارد مؤسسه‌ی بازرسی مواد غذایی کانادا برای محصول خیار.....
۲۲۳	پیوست ۳ : سطح برداشت، عملکرد و تولید خیار به تفکیک کشورها در سال ۲۰۰۸.....
۲۲۵	پیوست ۴ : واردات و صادرات خیار به تفکیک کشورها در سال ۲۰۰۸.....
۲۲۸	پیوست ۵ : اقلام عمده‌ی صادرات غیر نفتی کشور در سال ۱۳۸۸.....
۲۲۹	پیوست ۶ : اقلام عمده‌ی صادرات محصولات کشاورزی ایران در سال ۲۰۰۸.....
۲۳۰	پیوست ۷ : انواع پرسش‌نامه‌های استفاده شده در تحقیق.....
۲۳۹	پیوست ۸ : گزارش‌های نرم افزار 6 EVIEWS در تخمین توابع بازاریابی.....
۲۴۷	پیوست ۹ : تصاویر مربوط به گلخانه و بسته بندی محصول.....
۲۵۳	فهرست منابع.....
۲۶۱	ABSTRACT.....

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان
۳۲	جدول ۱-۲- استانداردهای ملی مرتبط با محصول خیار
۵۵	جدول ۲-۲- مواد موجود در ۱۰۰ گرم خیار
۶۰	جدول ۳-۲- مقایسه‌ی سطح برداشت انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۱	جدول ۴-۲- مقایسه‌ی میزان تولید انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۲	جدول ۵-۲- مقایسه‌ی میزان عملکرد انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۳	جدول ۶-۲- مقایسه‌ی میزان مقدار صادرات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۴	جدول ۷-۲- مقایسه‌ی میزان مقدار خالص صادرات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۴	جدول ۸-۲- مقایسه‌ی میزان ارزش صادرات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۵	جدول ۹-۲- مقایسه‌ی میزان خالص ارزش صادرات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۶	جدول ۱۰-۲- مقایسه‌ی میزان مقدار واردات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۷	جدول ۱۱-۲- مقایسه‌ی میزان خالص مقدار واردات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۷	جدول ۱۲-۲- مقایسه‌ی میزان ارزش واردات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۶۸	جدول ۱۳-۲- مقایسه‌ی میزان خالص ارزش واردات انواع خیار در ۱۰ کشور نخست دنیا
۷۰	جدول ۱۴-۲- سطح زیر کشت محصولات گلخانه‌ای کشور به تفکیک استان
۷۲	جدول ۱۵-۲- میزان تولید محصولات گلخانه‌ای کشور به تفکیک استان
۷۴	جدول ۱۶-۲- میزان عملکرد محصولات گلخانه‌ای کشور به تفکیک استان
۷۶	جدول ۱۷-۲- سطح زیر کشت محصول خیار گلخانه‌ای کشور به تفکیک استان
۷۸	جدول ۱۸-۲- میزان تولید محصول خیار گلخانه‌ای کشور به تفکیک استان
۸۰	جدول ۱۹-۲- میزان عملکرد محصول خیار گلخانه‌ای کشور به تفکیک استان
۸۱	جدول ۲۰-۲- تعداد و سطح زیر کشت گلخانه‌های استان یزد به تفکیک شهرستان

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول ۲-۲۱- توزیع گلخانه های استان یزد بر حسب اندازه واحد بهره برداری.....	۸۱
جدول ۲-۲۲- توسعه ی گلخانه های سبزی و صیفی استان یزد طی سال های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۷.....	۸۳
جدول ۳-۱- تخمین تعداد نمونه ی شهرستان های استان بر حسب وزن هر شهرستان.....	۱۳۹
جدول ۴-۱- توزیع بهره برداران نمونه بر اساس سطح زیر کشت.....	۱۴۵
جدول ۴-۲- توزیع گلخانه ها بر اساس فاصله تا مرکز شهرستان.....	۱۴۶
جدول ۴-۳- توزیع گلخانه ها بر اساس فاصله تا مراکز فروش.....	۱۴۷
جدول ۴-۴- توزیع سنی بهره برداران بخش کشاورزی و بهره برداران نمونه.....	۱۴۷
جدول ۴-۵- توزیع بهره برداران بر اساس سابقه ی فعالیت.....	۱۴۸
جدول ۴-۶- توزیع بهره برداران بر اساس نوع تملک گلخانه.....	۱۴۸
جدول ۴-۷- توزیع بهره برداران بر اساس سطح سواد.....	۱۴۹
جدول ۴-۸- توزیع مدرک تحصیلی بهره برداران بخش کشاورزی و بهره برداران نمونه.....	۱۴۹
جدول ۴-۹- توزیع رقم بذر کاشت شده در گلخانه های استان یزد به تفکیک دوره.....	۱۵۰
جدول ۴-۱۰- زمان کاشت در گلخانه های بهره برداران نمونه به تفکیک فصل تولید.....	۱۵۱
جدول ۴-۱۱- طول فصل کاشت به تفکیک هر دوره در گلخانه های نمونه.....	۱۵۱
جدول ۴-۱۲- عملکرد بذرها ی کشت شده در بهره برداری های نمونه ی استان.....	۱۵۲
جدول ۴-۱۳- وزن خالص و هزینه ی تهیه ی انواع بسته ها به تفکیک نوع بسته و فصل تولید.....	۱۵۲
جدول ۴-۱۴- اطلاعات متوسط قیمت محصول در هر فصل از سال و آزمون فرضیه.....	۱۵۴
جدول ۴-۱۵- اطلاعات نحوه ی فروش حاصل از بهره برداران نمونه.....	۱۵۴
جدول ۴-۱۶- فراوانی دلایل پیش فروش کردن محصول بهره برداران نمونه.....	۱۵۵
جدول ۴-۱۷- توزیع خدمات جنبی ارائه شده توسط خریداران.....	۱۵۶

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول ۴-۱۸- منابع تأمین سرمایه‌ی تولید کنندگان نمونه.....	۱۵۷
جدول ۴-۱۹- توزیع مشکلات فروش عمده محصول تولید کنندگان نمونه.....	۱۵۷
جدول ۴-۲۰- توزیع فراوانی مشکلات سیستم حمل و نقل محصول تولید شده تا بازارها.....	۱۵۸
جدول ۴-۲۱- توزیع فراوانی مشکلات بسته‌بندی محصول تولیدی توسط تولید کنندگان.....	۱۵۹
جدول ۴-۲۲- نحوه‌ی فروش هر کیلوگرم محصول به عوامل بازارهای داخلی و صادراتی....	۱۶۱
جدول ۴-۲۳- خدمات عمده فروشان برای هر کیلوگرم محصول.....	۱۶۱
جدول ۴-۲۴- متوسط سود عملیات بازاریابی تولید کننده برای هر کیلوگرم محصول.....	۱۷۶
جدول ۴-۲۵- سود عملیات بازاریابی عمده فروش به تفکیک نوع بازار.....	۱۷۷
جدول ۴-۲۶- متوسط سود عملیات بازاریابی خرده فروش برای هر کیلوگرم محصول.....	۱۷۹
جدول ۴-۲۷- متوسط سود عملیات بازاریابی صادرکننده برای هر کیلوگرم محصول.....	۱۸۰
جدول ۴-۲۸- حاشیه‌ی کل، حاشیه‌ی عمده فروشی و حاشیه‌ی خرده فروشی خیار گلخانه‌ای	۱۸۲
جدول ۴-۲۹- سهم تولیدکننده، سهم عمده فروش و سهم خرده فروش خیار گلخانه‌ای.....	۱۸۳
جدول ۴-۳۰- ناکارایی قیمتی، ناکارایی فنی و ناکارایی کل خیار گلخانه‌ای.....	۱۸۴
جدول ۴-۳۱- ضریب هزینه‌ی بازاریابی خیار گلخانه‌ای استان یزد.....	۱۸۵
جدول ۴-۳۲- هزینه‌ی خدمات و ضایعات بازاریابی و قیمت خرده فروشی خیار گلخانه‌ای..	۱۸۶
جدول ۴-۳۳- میزان کمی آماره‌های خوبی برازش به تفکیک الگو.....	۱۹۱
جدول ۴-۳۴- اطلاعات ضریب همبستگی متغیرها نسبت به متغیر وابسته و آزمون فرضیه.....	۱۹۲

فهرست شکل ها

عنوان	صفحه
شکل ۳-۱- مراحل تکوین و تحوّل بازار.....	۱۲۱
شکل ۳-۲- تغییرات درحاشیه‌ی بازاریابی.....	۱۳۲
شکل ۴-۱- برداشت محصول خیار گلخانه ای توسط تولید کنندگان.....	۱۶۵
شکل ۴-۲- بسته بندی محصول خیار گلخانه ای توسط تولید کنندگان.....	۱۶۶
شکل ۴-۳- درجه بندی و بسته بندی هم زمان محصول خیار گلخانه ای توسط کارگران.....	۱۶۷
شکل ۴-۴- بسته بندی نهایی محصول خیار گلخانه ای توسط کارگران برای بارگیری.....	۱۶۹
شکل ۴-۵- بارگیری محصول خیار گلخانه ای توسط کارگران.....	۱۶۹
شکل ۴-۶- محصول خیار گلخانه ای بسته بندی شده توسط تولید کنندگان.....	۱۷۵
شکل ۴-۷- بسته بندی مجدد محصول خیار گلخانه ای توسط عمده فروشان.....	۱۷۶
شکل ۴-۸- عرضه‌ی خیار گلخانه ای توسط خرده فروشان.....	۱۷۸
شکل ۴-۹- بسته بندی صادراتی محصول خیار گلخانه ای توسط صادرکنندگان.....	۱۸۰

فهرست نمودار ها

صفحه

عنوان

- نمودار ۱-۲- توزیع سطح زیر کشت محصولات گلخانه ای کشور به تفکیک استان..... ۷۱
- نمودار ۲-۲- توزیع میزان تولید محصولات گلخانه ای کشور به تفکیک استان..... ۷۳
- نمودار ۳-۲- توزیع سطح زیر کشت محصول خیار گلخانه ای کشور به تفکیک استان..... ۷۵
- نمودار ۴-۲- توزیع میزان تولید محصول خیار گلخانه ای کشور به تفکیک استان..... ۷۷
- نمودار ۵-۲- توزیع گلخانه های استان یزد بر حسب متر مربع بر اساس اندازهی واحد..... ۸۲
- نمودار ۱-۴- توزیع بهره برداران نمونه بر اساس سطح زیر کشت (متر مربع)..... ۱۴۶
- نمودار ۲-۴- مسیرهای بازاریابی خیار گلخانه ای استان یزد..... ۱۷۳
- نمودار ۳-۴- مقایسهی سود عملیات و هزینهی بازاریابی عوامل بازار خیار گلخانه ای..... ۱۸۱