

دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم پایه کشاورزی

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته مهندسی کشاورزی

گروه اقتصاد کشاورزی

عنوان پایان نامه:

تحلیل شبکه بازاری سانی و توزیع قارچ خوراکی در استان قزوین : مطالعه موردی قارچ دکمه ای

محمد رضا اعلمی

استاد راهنما: **دکتر محسن شوکت فدائی**

استاد مشاور: **دکتر محمد خالدی**

آبان ۱۳۹۱





دانشگاه پیام نور

دانشکده علوم پایه کشاورزی

مرکز پیام نور تهران شرق

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته مهندسی کشاورزی

گروه اقتصاد کشاورزی

عنوان پایان نامه:

تحلیل شبکه بازاری سانی و توزیع قارچ خوراکی در استان

قزوین: مطالعه موردی قارچ دکمه ای

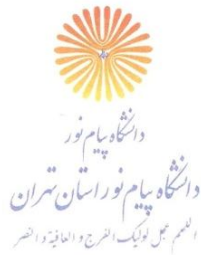
محمد رضا اعلمی

استاد راهنما: **دکتر محسن شوکت فدایی**

استاد مشاور: **دکتر محمد خالدی**

آبان ۱۳۹۱

شماره:
تاریخ:
پیوست:



مرکز تهران شرق

صور تجلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد آقای محمدرضا اعلمی

دانشجوی مهندسی اقتصاد کشاورزی به شماره دانشجویی

۸۸۰۳۲۱۰۵۴

تحت عنوان:

" تحلیل شبکه بازار رسانی و توزیع قارچ خوراکی در استان قزوین: مطالعه موردی،
قارچ دکمه ای "

جلسه دفاع با حضور داوران نامبرده ذیل در روز یکشنبه مورخ: ۹۱/۰۸/۲۸ ساعت: ۹-۱۰ در محل مرکز تهران شرق برگزار شد. پس از بررسی پایان نامه مذکور با نمره به عدد
به حروف و با درجه ارزشیابی مورد قبول واقع شد نشد

امضاء	دانشگاه/ موسسه	مرتبه دانشگاهی	نام و نام خانوادگی	هیات داوران
	پیام نور	دانشیار	دکتر محسن شوکت فدایی	استاد راهنما
	جهاد کشاورزی	استادیار	دکتر محمد خالیدی	استاد مشاور
	جهاد کشاورزی	استادیار	دکتر محمد زاد	استاد داور
	پیام نور	استادیار	دکتر محمد رضوانی	نماینده گروه/ تحصیلات تکمیلی

تهران ، خیابان کریمخان
زند ، خیابان استاد نجات
الهی ، خیابان شهید فلاح
پور ، پلاک ۲۷ مرکز
تهران شرق
تلفن: ۸۸۹۱۳۴۷۵
دورنگار: ۸۸۹۴۸۹۸۴

Tshargh.Tpnu.ac.ir
Tshargh@Tpnu.ac.ir

اینجانب محمدرضا اعلمی خرقانی دانشجوی ورودی سال 88-89 مقطع کارشناسی ارشد رشته مهندسی اقتصاد کشاورزی گواهی می نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می دانم و جوابگوی آن خواهم بود. دانشجو تأیید می نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی دانشجو محمدرضا اعلمی خرقانی

تاریخ و امضاء

اینجانب محمدرضا اعلمی خرقانی دانشجوی ورودی سال 88-89 مقطع کارشناسی ارشد رشته مهندسی اقتصاد کشاورزی گواهی می نمایم چنانچه براساس 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.

نام و نام خانوادگی دانشجو محمدرضا اعلمی خرقانی

تاریخ و امضاء

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

ماه و سال

آبان ۱۳۹۱

تقدیرم به:

دوم وجود همیشه مقدس جهان هستی

آنان که کرمانجش وجودم بودند

پدر و مادر همه بازم

همچنین همه مرهم بران و دستمرد لبندم

ریاسکزاری

آشکار و ریاس با فراوان از جناب آقای دکتر مجسن شوکت فدائی که با دانش و تجربه والایشان
راهنمای این کار را بر عهده داشتند از جناب آقای دکتر محمد خالدی که در مشاوره
پژوهش حاضر زحمات فراوانی را متحمل شدند آشکار و قدردانی میکنیم نهایت از همه مر
د بجز این که در نیتها را تمام این مطالعه همراهی نزد وند آشکار می کنم.

چکیده

حاشیه بازاریابی بالا و سهم پایین تولیدکنندگان از قیمت نهایی محصول، یکی از چالش‌های عمده بسیاری از محصولات کشاورزی در کشور می‌باشد. لذا، مطالعات و تحقیقات بازاریابی و بازاریابی محصولات کشاورزی کمک زیادی به برجسته نمودن این مسائل می‌نماید. با توجه به گسترش روزافزون تولید قارچ در استان قزوین و نوسانات قیمت این محصول، بازاریابی محصول قارچ در استان قزوین مورد مطالعه قرار گرفته است. هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی و ارزیابی مسائل بازاریابی و بازاریابی قارچ خوراکی در این استان قزوین می‌باشد. جهت جمع‌آوری داده‌ها از روش تکمیل پرسشنامه توسط واحدهای تولیدی قارچ دکمه‌ای استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق، کلیه واحدهای قارچ دکمه‌ای استان قزوین می‌باشد. برای دستیابی به اهداف تحقیق ضریب هزینه بازاریابی و حاشیه بازاریابی عوامل فروش قارچ محاسبه شده است. برای تعیین حاشیه‌های بازاریابی و ضریب هزینه بازاریابی از اطلاعات مربوط به سال ۱۳۹۰ استفاده گردید. نتایج مطالعه نشان داد که حاشیه خرده‌فروشی بیشتر از حاشیه عمده‌فروشی است. سهم هزینه بازاریابی در قیمت نهایی محصول در قارچ فله‌ای ۲۹/۶ درصد و در قارچ بسته‌ای ۲۸/۶ درصد محاسبه گردید. به منظور کاهش سهم هزینه بازاریابی در قیمت نهایی محصول دخالت بیشتر تولیدکنندگان در امر بازاریابی توصیه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده، بالاترین حاشیه بازاریابی در قارچ فله‌ای و بسته‌ای در مسیر توزیع تولیدکننده، عمده‌فروش، ویزیتور، خرده‌فروش و مصرف‌کننده ایجاد شده است و پائین‌ترین حاشیه بازاریابی در قارچ فله‌ای در مسیر توزیع، تولیدکننده، نماینده کارخانه و مصرف‌کننده با ۱۱۴۰۰ ریال و در قارچ بسته‌ای در مسیر توزیع، تولیدکننده، ویزیتور و مصرف‌کننده با ۱۲۹۰۰ ریال ایجاد شده است. کاراترین مسیر بازاریابی قارچ دکمه‌ای در استان قزوین مسیر توزیع، تولیدکننده، ویزیتور و مصرف‌کننده می‌باشد. در این مسیر کارایی بازاریابی بیشترین مقدار را در قارچ فله‌ای و بسته‌ای دارد و بازدهی کل بازاریابی نیز در این مسیر نسبت به سایر مسیرها بیشتر است. در نهایت مشخص گردید که کارایی کل نظام بازاریابی در قارچ فله‌ای ۸۹ درصد و در قارچ بسته‌ای ۱۱۳ درصد می‌باشد؛ که نشان‌دهنده این است که توزیع قارچ بسته‌ای در استان قزوین دارای کارایی بهتری است. با توجه به نتایج به دست آمده، توصیه می‌گردد که توزیع محصول قارچ در استان قزوین حتی الامکان با کمترین عوامل بازاریابی، بصورت قارچ بسته‌ای، تحت نظر انجمن قارچ استان و نظارت سازمان جهاد کشاورزی انجام پذیرد.

کلمات کلیدی: بازاریابی، ضریب بازاریابی، حاشیه بازاریابی، قارچ دکمه‌ای، استان قزوین

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول

۲	۱-۱- مقدمه
۴	۲-۱- تعریف مسئله
۹	۳-۱- ضرورت تحقیق
۱۲	۴-۱- اهداف تحقیق
۱۳	۵-۱- روش تحقیق
۱۳	۱-۵-۱- مواد تحقیق
۱۳	۲-۵-۱- روش و ابزار گرد آوری اطلاعات
۱۳	۳-۵-۱- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۴	۴-۵-۱- جامعه آماری و نمونه
۱۴	۵-۵-۱- محدودیت های تحقیق
۱۴	۶-۵-۱- کاربرد های انجام تحقیق حاضر
۱۵	۶-۱- ساختار مطالعه

فصل دوم

۱۷	۱-۲- مقدمه
۱۷	۲-۲- تاریخچه کانال های توزیع و بازاریابی
۱۹	۳-۲- بازار
۲۱	۴-۲- معرفی بازاریابی
۲۱	۵-۲- تعاریف بازاریابی از دیدگاه متخصصین این رشته
۲۲	۶-۲- مبادله
۲۳	۷-۲- کالا
۲۳	۸-۲- تحقیقات بازاریابی
۲۴	۹-۲- نامگذاری و مارک محصول
۲۵	۱۰-۲- فرایند بازاریابی

- ۱۱-۲- حاشیه بازاریابی ۲۶
- ۱۲-۲- شبکه توزیع ۲۶
- ۱۳-۲- تعریف بازاررسانی ۲۷
- ۱-۱۳-۲- عملیات بازاررسانی ۲۷
- ۲-۱۳-۲- تولید و جمع آوری محصولات ۲۷
- ۳-۱۳-۲- بسته بندی محصول ۲۷
- ۴-۱۳-۲- آماده ساختن محصولات برای مصرف ۲۸
- ۵-۱۳-۲- حمل و نقل ۲۸
- ۶-۱۳-۲- انبارداری ۲۸
- ۱۴-۲- نقش واسطه ها در بازاررسانی ۲۹
- ۱۵-۲- توزیع ۳۰
- ۱۶-۲- کانالهای توزیع ۳۰
- ۱-۱۶-۲- توزیع محصولات مصرفی ۳۱
- ۲-۱۶-۲- توزیع محصولات صنعتی ۳۱
- ۳-۱۶-۲- توزیع خدمات ۳۱
- ۱۷-۲- وظایف کانال ۳۲
- ۱۸-۲- ساختار کانال ۳۲
- ۱۹-۲- سیستمهای توزیع ۳۲
- ۱-۱۹-۲- سیستم بازاریابی عمودی ۳۲
- ۲-۱۹-۲- سیستم بازاریابی افقی ۳۳
- ۳-۱۹-۲- سیستم بازاریابی چند کاناله ۳۳
- ۲۰-۲- سیستم های توزیع فیزیکی ۳۳
- ۲۱-۲- کانالهای بازاریابی ۳۴
- ۲۲-۲- برنامه ریزی برای برنامه های بازاریابی ۳۵
- ۲۳-۲- نقش بازاررسانی در توسعه کشاورزی ۳۶
- ۲۴-۲- توزیع محصولات کشاورزی ۳۶
- ۲۵-۲- ویژگی بازاریابی محصولات کشاورزی ۳۶
- ۲۶-۲- خصوصیات تولید و مصرف محصولات کشاورزی ۳۷

- ۲۷-۲- واسطه ها ۳۸
- ۲۸-۲- واسطه ها بنابر نقش و وظیفه اشان به سه دسته تقسیم می شوند ۳۹
- ۲۹-۲- انواع واسطه ها در شبکه توزیع ۳۹
- ۲۹-۲-۱- خرده فروشها ۳۹
- ۲۹-۲-۲- عمده فروشها ۴۱
- ۲۹-۲-۳- دلالتها و کارگزاران ۴۱
- ۳۰-۲- پیشینه تحقیق ۴۲
- ۳۰-۲-۱- مروری بر مطالعات انجام شده در داخل ۴۲
- ۳۰-۲-۲- مروری بر مطالعات انجام شده در خارج ۴۸
- ۳۰-۲-۳- مروری بر مطالعات انجام شده در مورد قارچ خوراکی ۵۳
- ۳۱-۲- نتیجه مطالعات ۵۴

فصل سوم

- ۳-۱- مقدمه ۵۶
- ۳-۲- اهمیت و ضرورت نمونه گیری ۵۶
- ۳-۳- تعریف جامعه ۵۶
- ۳-۴- تعریف نمونه گیری ۵۷
- ۳-۵- انواع نمونه گیری ۵۷
- ۳-۶- نمونه گیری احتمالی ۵۷
- ۳-۷- نمونه گیری غیر احتمالی ۵۷
- ۳-۸- تعیین حجم نمونه ۵۸
- ۳-۹- روش نمونه گیری ۵۸
- ۳-۱۰- تعریف حجم نمونه ۵۸
- ۳-۱۱- حاشیه بازاریابی ۵۸
- ۳-۱۲- مدل‌های حاشیه بازاریابی ۵۹
- ۳-۱۲-۱- الگوی اضافه بهاء ۵۹
- ۳-۱۲-۲- الگوی حاشیه نسبی ۶۰
- ۳-۱۲-۳- الگوی هزینه بازاریابی ۶۰

- ۶۱ ۳-۱۲-۴- الگوی انتظارات عقلایی
- ۶۱ ۳-۱۳- ضریب هزینه بازاریابی
- ۶۲ ۳-۱۴- کارایی بازاریابی
- ۶۲ ۳-۱۵- معرفی جامعه نمونه و منطقه مورد مطالعه (استان قزوین)
- ۶۳ ۳-۱۵-۱- جغرافیای تاریخی استان
- ۶۴ ۳-۱۵-۲- آب و هوا
- ۶۵ ۳-۱۵-۳- کشاورزی
- ۶۵ ۳-۱۵-۴- جمعیت
- ۶۷ ۳-۱۶- محصول مورد مطالعه (قارچ دکمه ای)
- ۶۷ ۳-۱۷- معرفی قارچ
- ۶۹ ۳-۱۷-۱- کمپوست
- ۷۰ ۳-۱۷-۲- اسپان (بذر)
- ۷۰ ۳-۱۷-۳- خاک پوششی (پیت)
- ۷۱ ۳-۱۷-۴- آبیاری
- ۷۱ ۳-۱۷-۵- ظهور پین های قارچ
- ۷۱ ۳-۱۷-۶- برداشت محصول
- ۷۲ ۳-۱۸- جایگاه قارچ در ایران، جهان و استان قزوین
- ۷۶ ۳-۱۹- تاریخچه پرورش قارچ در جهان
- ۷۶ ۳-۲۰- تاریخچه پرورش قارچ در ایران
- ۷۸ ۳-۲۱- صرفه های اقتصادی تولید قارچ خوراکی
- ۸۱ ۳-۲۲- خواص و فوائد قارچ خوراکی
- ۸۱ ۳-۲۳- ارزش غذایی قارچ
- ۸۲ ۳-۲۴- مزایای کشت قارچ نسبت به دیگر محصولات کشاورزی
- ۸۲ ۳-۲۵- جمع بندی فصل

فصل چهارم

- ۸۵ ۴-۱- مقدمه
- ۸۵ ۴-۲- خصوصیات تولید کنندگان

- ۸۶-۲-۴-۱- نحوه فروش تولیدکننده.....
- ۸۷-۲-۴-۲- وضعیت بسته بندی.....
- ۸۸-۳-۴- خصوصیات عوامل بازاریابی و توزیع (عمده فروش، ویزیتور، خرده فروش).....
- ۸۹-۳-۴-۱- نحوه خرید عوامل بازاریابی.....
- ۹۰-۳-۴-۲- نحوه فروش عوامل بازار یابی.....
- ۹۲-۳-۴-۳- عوامل تغییر و نوسان قیمت.....
- ۹۳-۳-۴-۴- روند مصرف و تقاضا.....
- ۹۴-۴-۴- ویژگی های مصرف کنندگان.....
- ۹۴-۴-۴-۱- میزان رضایت مندی مصرف کنندگان.....
- ۹۹-۴-۴-۲- اطلاعات بازار.....
- ۱۰۰-۴-۴-۳- تبلیغات.....
- ۱۰۱-۴-۵- ضایعات.....
- ۱۰۲-۴-۶- خدمات بازار یابی قارچ در منطقه مورد مطالعه.....
- ۱۰۲-۴-۶-۱- جمع آوری یا برداشت.....
- ۱۰۳-۴-۶-۲- در جه بندی.....
- ۱۰۳-۴-۶-۳- بسته بندی.....
- ۱۰۴-۴-۶-۴- انبارداری.....
- ۱۰۴-۴-۶-۵- حمل و نقل.....
- ۱۰۴-۴-۷- عوامل بازاریابی قارچ در منطقه مورد مطالعه.....
- ۱۰۵-۴-۷-۱- عمده فروشان.....
- ۱۰۵-۴-۷-۲- ویزیتورها.....
- ۱۰۶-۴-۷-۳- خرده فروشان.....
- ۱۰۶-۴-۸- تعیین مسیرهای بازاررسانی.....
- ۱۰۸-۴-۹- تجزیه و تحلیل داده ها.....
- ۱۰۸-۴-۱۰- هزینه های خدمات بازاریابی.....
- ۱۰۹-۴-۱۱- قیمت های فروش قارچ توسط عوامل توزیع در استان قزوین.....
- ۱۱۰-۴-۱۲- محاسبه حاشیه عوامل بازاریابی.....
- ۱۱۳-۴-۱۳- سهم عوامل تولید و بازاریابی از قیمت ها.....

- ۱۱۴-۴- ضریب هزینه بازاریابی ۱۱۴
- ۱۱۶-۴- تحلیل و بررسی مسیرهای بازاریابی پنبه‌خانه ۱۱۶
- ۱۱۸-۴- تعیین ارزش افزوده ۱۱۸
- ۱۱۸-۴- محاسبه کارایی ۱۱۸
- ۱۱۹-۴- محاسبه بازدهی بازاریابی ۱۱۹
- ۱۲۰-۴- بررسی میزان کارایی و ارزش افزوده (سود خالص) در مسیرهای مختلف ۱۲۰
- ۱۲۳-۴- جمع بندی فصل ۱۲۳

فصل پنجم

- ۱۲۵-۵- نتیجه گیری ۱۲۵
- ۱۲۶-۵-۱-۱- مشکلاتی که تولیدکنندگان برای بسته بندی قارچ دارند عبارتند از ۱۲۶
- ۱۲۶-۵-۱-۲- نقاط قوت، ضعف، چالش و فرصت های بازاریابی قارچ در استان قزوین ۱۲۶
- ۱۲۹-۵-۲- مشکلات تولیدکنندگان برای فروش قارچ عبارتند از ۱۲۹
- ۱۳۲-۵-۳- پیشنهادات ۱۳۲

فهرست جداول

عنوان

صفحه

جدول ۴-۱ طبقه بندی تولیدکنندگان بر اساس میزان تولید روزانه (کیلو گرم)	۸۵
جدول ۴-۲ طبقه بندی تولیدکنندگان بر اساس سطح زیر کشت (متر مربع)	۸۵
جدول ۴-۳ قیمت تمام شده یک کیلو گرم قارچ برای تولید کننده (ریال)	۸۶
جدول ۴-۴ طبقه بندی نحوه فروش تولیدکنندگان	۸۷
جدول ۴-۵ وضعیت بسته بندی قارچ در واحد های تولیدی	۸۷
جدول ۴-۶ نقش بسته بندی در بازار مصرف از دیدگاه تولید کننده	۸۸
جدول ۴-۷ طبقه بندی بر اساس سابقه فعالیت عوامل بازاریابی	۸۹
جدول ۴-۸ نحوه خرید عمده فروشان	۸۹
جدول ۴-۹ نحوه خرید ویزیتورها	۹۰
جدول ۴-۱۰ نحوه خرید خرده فروش ها	۹۰
جدول ۴-۱۱ نحوه فروش عمده فروش ها	۹۰
جدول ۴-۱۲ نحوه فروش ویزیتورها	۹۱
جدول ۴-۱۳ طبقه بندی بر اساس سود بدست آمده عوامل فروش	۹۱
جدول ۴-۱۴ عوامل تغییر قیمت قارچ از دید گاه عوامل توزیع	۹۲
جدول ۴-۱۵ آروند مصرف و تقاضای قارچ از دیدگاه عوامل بازاریابی	۹۳
جدول ۴-۱۶ نوع بازار خرید مصرف کنندگان	۹۴
جدول ۴-۱۷ میزان رضایت مندی مصرف کنندگان	۹۵
جدول ۴-۱۸ میزان مسافت مصرف کننده تا محل خرید	۹۶
جدول ۴-۱۹ میزان آشنایی مصرف کنندگان با فوائد و خواص قارچ	۹۶
جدول ۴-۲۰ میزان توجه به کیفیت و رنگ قارچ هنگام خرید	۹۷
جدول ۴-۲۱ انگیزه و دلایل مصرف قارچ	۹۸
جدول ۴-۲۲ طریقه آشنایی برای اولین بار با قارچ	۹۸
جدول ۴-۲۳ میزان آگاهی تولید کننده از سلیقه مصرف کننده	۹۹
جدول ۴-۲۴ میزان آگاهی مصرف کننده از قیمت قارچ در بازار	۱۰۰

- جدول ۴-۲۵ میزان اثر گذاری تبلیغات روی افزایش تولید قارچ از نظر تولید کنندگان..... ۱۰۰
-
- جدول ۴-۲۶ میزان اثر گذاری تبلیغات قارچ بر روی مصرف آن از نظر مصرف کننده..... ۱۰۱
- جدول ۴-۲۷ درصد ضایعات عوامل بازاریابی در حین توزیع و بازاریابی (روزانه)..... ۱۰۱
- جدول ۴-۲۸ هزینه خدمات مسیرهای مختلف برای هر کیلو گرم قارچ..... ۱۰۸
- جدول ۴-۲۹ قیمت توزیع مسیرهای مختلف برای یک کیلو گرم قارچ فله ای..... ۱۱۰
- جدول ۴-۳۰ قیمت توزیع مسیرهای مختلف برای یک کیلو گرم قارچ بسته ای..... ۱۱۰
- جدول ۴-۳۱ حاشیه عوامل بازاریابی مسیرهای مختلف برای قارچ فله ای..... ۱۱۰
- جدول ۴-۳۲ حاشیه عوامل بازاریابی مسیرهای مختلف برای قارچ بسته ای..... ۱۱۱
- جدول ۴-۳۳ میانگین حاشیه عوامل بازاریابی برای قارچ فله ای..... ۱۱۲
- جدول ۴-۳۴ میانگین حاشیه عوامل بازاریابی برای قارچ بسته ای..... ۱۱۲
- جدول ۴-۳۵ سهم عوامل تولید و بازاریابی قارچ فله ای..... ۱۱۳
- جدول ۴-۳۶ سهم عوامل تولید و بازاریابی قارچ بسته ای..... ۱۱۳
- جدول ۴-۳۷ میانگین سهم عوامل تولید و بازاریابی برای قارچ فله ای..... ۱۱۴
- جدول ۴-۳۸ میانگین سهم عوامل تولید و بازاریابی برای قارچ بسته ای..... ۱۱۴
- جدول ۴-۳۹ تعیین ضریب هزینه بازاریابی مسیرهای مختلف برای قارچ فله ای..... ۱۱۵
- جدول ۴-۴۰ تعیین ضریب هزینه بازاریابی مسیرهای مختلف برای قارچ بسته ای..... ۱۱۵
- جدول ۴-۴۱ میزان ارزش افزوده برای یک کیلو گرم قارچ فله ای..... ۱۱۸
- جدول ۴-۴۲ میزان ارزش افزوده برای یک کیلو گرم قارچ بسته ای..... ۱۱۸
- جدول ۴-۴۳ میزان کارایی بازاریابی قارچ فله ای در مسیر های مختلف..... ۱۱۸
- جدول ۴-۴۴ میزان کارایی بازاریابی قارچ بسته ای در مسیر های مختلف..... ۱۱۹
- جدول ۴-۴۵ میزان بازدهی کل بازاریابی قارچ فله ای در مسیر های مختلف..... ۱۱۹
-
- جدول ۴-۴۶ میزان بازدهی کل بازاریابی قارچ بسته ای در مسیر های مختلف..... ۱۲۰
- جدول ۴-۴۷ میانگین کارایی، ارزش افزوده و بازده بازاریابی قارچ فله ای..... ۱۲۲
- جدول ۴-۴۸ میانگین کارایی، ارزش افزوده و بازده بازاریابی قارچ بسته ای..... ۱۲۲

فهرست نمودارها

صفحه

عنوان

نمودار ۱-۲	ویژگی های محصولات کشاورزی	۳۷
نمودار ۱-۴	وضعیت بسته بندی قارچ در واحد های تولیدی	۸۷
نمودار ۲-۴	میزان رضایت مندی مصرف کنندگان	۹۵
نمودار ۳-۴	میزان مسافت مصرف کننده تا محل خرید(درصد)	۹۶
نمودار ۴-۴	میزان آشنایی مصرف کنندگان با فوائد و خواص قارچ(درصد)	۹۷
نمودار ۵-۴	میزان توجه به کیفیت و رنگ قارچ هنگام خرید	۹۷
نمودار ۶-۴	طریقه آشنایی برای اولین بار با قارچ	۹۹
نمودار ۷-۴	شبکه توزیع قارچ دکمه ای در استان قزوین	۱۰۷
نمودار ۸-۴	مسیرهای بازاریابی قارچ دکمه ای در استان قزوین	۱۰۷

فهرست اشکال

صفحه

عنوان

شکل ۱-۳ عمده ترین گونه های قارچ خوراکی در ایران..... ۶۸

شکل ۲-۳ خاک پوششی..... ۷۰

منابع

منابع..... ۱۳۴

چکیده انگلیسی..... ۱۳۹

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

در قرن حاضر، با افزایش روز افزون جمعیت جهان از یکسو و کسب آگاهی های بیشتر نسبت به نیازمندیهای بدن انسان از سوی دیگر، نیاز به غذا رو به افزایش می باشد، چرا که با همین جمعیت کنونی نیز فقر غذایی گسترده ای در جهان به اشکال مختلف وجود دارد. در نتیجه جوامع انسانی مجبور می باشند غذای مورد نیاز خود را از منابع گوناگون تأمین نمایند. یکی از راههای افزایش تولید مواد غذایی، استفاده از پس مانده های حیوانی و گیاهی و تبدیل نقاط غیر قابل کشت به مناطق قابل کشت و زرع می باشد. به این جهت است که کشت و پرورش قارچ خوراکی به عنوان یک ماده غذایی با ارزش، به دلیل استفاده از ضایعات کشاورزی و صنعتی، مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. علاوه بر این موارد، پسماند حاصل از برداشت قارچ نیز که سرشار از مواد غذایی است، برای خاک بسیار سودمند بوده و جایگزین بسیار خوبی برای کودهای حیوانی که استفاده از آنها هزینه بالایی را در بر دارد می باشد، ضمن اینکه بر خلاف کودهای حیوانی، عاری از آلودگی می باشد. کشت و پرورش قارچ در کشور با توجه به مزایای اقتصادی آن حائز اهمیت می باشد، زیرا همه ساله بخش قابل توجهی از محصولات کشاورزی به ضایعات تبدیل شده و تجمع و تراکم آنها معضلاتی بوجود می آورد. در حالیکه مواد زائد حاصل از عملیات کشاورزی و صنایع تبدیلی را می توان پس از انجام فرآیندهایی بعنوان بستر کشت قارچ مورد استفاده قرار داد. این امر همچنین عامل مهمی در جهت پاکسازی محیط زیست می باشد. زیرا ضایعات معمولاً در طبیعت رها شده و یا آتش زده می شوند و کشاورزان برای رهایی از مزاحمت آنها ناچار به صرف هزینه می گردند. (عزیزی، ۱۳۷۶)

به دلیل برخورداری کشاورز ایران از نیروی کار و سوخت ارزان قیمت، مواد اولیه فراوان برای تولید قارچ (به ویژه کود مرغی و کلش گندم) و داشتن شرایط آب و هوایی متنوع و مناسب، در تولید قارچ دارای مزیت بوده و قیمت قارچ در ایران بسیار پائین تر از سایر کشورها از جمله کشورهای اروپایی است. به طور کلی مهمترین مزایای اقتصادی تولید قارچ عبارتند از: استفاده بهینه از محصولات فرعی کشاورزی همچون کلش گندم، کلش برنج، کود مرغ، کود اسب، ملاس، سبوس و عدم نیاز به واردات نهاده ها از خارج کشور و جلوگیری از خروج ارز (همانطور که ذکر گردید، کلیه مواد اولیه پرورش قارچ در کشور وجود دارند)، کوتاه بودن دوره پرورش، قابلیت کشت در تمامی فصول، قابلیت کشت طبقه ای (نیاز محدود به زمین)، اشتغالزایی و مصرف محدود آب برای کشت و پرورش محصول. (مهدوی، ۱۳۸۲)