

## بررسی مسائل بازاریابی انگور مطالعه موردی استان کهگیلویه و بویراحمد

بهرز حسن پور

کارشناس ارشد اقتصاد کشاورزی، مرکز تحقیقات کشاورزی کهگیلویه و بویراحمد

در استان کهگیلویه و بویراحمد انگور از نظر سطح زیر کشت رتبه اول و از نظر تولید، رتبه دوم را در بین سایر محصولات باغی استان به خود اختصاص داده است. لذا تولید و فروش این محصول توسط باغداران و عوامل بازاریابی آن، از نظر اقتصاد کشاورزی حائز اهمیت می باشد. باغداران در زمینه فروش محصول با مشکلاتی مواجه هستند که دلایل عمده این مشکلات را می توان در نارسایی نظام بازاریابی جستجو کرد. اهداف این تحقیق عبارت از، (۱) بررسی و شناخت عملیات بازاریابی انگور (۲) تعیین مسیر، حاشیه، ضریب هزینه و کارآیی بازاریابی انگور (۳) تعیین سهم عوامل بازاریابی در قیمت نهایی انگور و بررسی عوامل مؤثر بر حاشیه و ضایعات خرده فروشی انگور در استان کهگیلویه و بویراحمد. روش تحقیق در این مطالعه از نوع تحقیق پیمایشی است و با توجه به جمعیت انگور کاران در استان، از ۸۲ کشاورز، ۲۲ خرده فروش و ۵ عمده فروش به روش نمونه گیری تصادفی و پرسشنامه، مصاحبه به عمل آمد. داده ها با استفاده از رگرسیون چند متغیره، تحلیل های توصیفی و تخمین توابع حاشیه و ضایعات خرده فروشی بررسی گردید. نتایج بررسی نشان داد، برداشت محصول بطور سنتی بوده و به دلیل عدم جاده مناسب محصول ضایع می گردد. سهم عمده فروشان، خریداران محلی و دلالان در خرید انگور به ترتیب ۴۲/۷، ۲۹/۱ و ۱۳/۷ درصد و ضریب هزینه و کارآیی بازاریابی به ترتیب ۴۲/۲ و ۱۲۷/۳ درصد محاسبه گردید. ۳۱ درصد انگور کاران، باغات خود را اجاره و ۱۹ درصد آنها محصول را پیش فروش می کنند. سهم تولید کنندگان از قیمت نهایی انگور ۵۷/۸ درصد و سهم عمده فروشان و خرده فروشان از قیمت نهایی به ترتیب ۱۶/۶ و ۲۵/۶ درصد بوده است. پیشنهاد می گردد که دولت بعنوان نظارت کننده، قیمت ها را کنترل و با متخلفین برخورد قانونی شود. همچنین به منظور حمایت از انگور کاران استان با احداث جاده های مناسب باغی مشکلات حمل و نقل و ضایعات را کاهش و با حمایت از تأسیس شرکت های تعاونی بازاریابی، مشکلات فروش این محصول مرتفع گردد.