

بررسی اقتصادی تولید، ترویج و بازاریابی خرمای استان کرمان

حسین مرادی - عضو هیئت علمی بخش تحقیقات باغبانی، باغبانی، باغداران و باغبانان اجتماعی
لادن شفیعی - عضو هیئت علمی بخش تحقیقات باغداران و باغبانان اجتماعی

چکیده

خرمای یکی از محصولات صادراتی ایران می باشد. از جمله محصولات کشاورزی است که پتانسیل بالایی جهت صادرات دارد. نوع خرمای ایران از جهت طعم و کیفیت در جهان از موقعیت خوبی برخوردار است اما وجود نوسان در قیمت این محصول و ناکارایی در بازار خرما در فاصله بین تولیدکننده و مصرف کننده باعث شده است که این محصول نتواند در بازارهای جهانی موقعیت خود را حفظ کند. با توجه به اینکه نقش یک سیستم کارا در بازاریابی محصولات کشاورزی، خبر اصلی در تسریع تولیدات آن می باشد شناخت وضعیت موجود خدمات بازاریابی، شرایط تولید و فروش آن توسط باغداران و عوامل بازاریابی در زمینه خرما بسیار حائز اهمیت می باشد. این تحقیق در راستای تعیین مسیر و حاشیه بازاریابی، تعیین سهم تولید کننده از قیمت پرداختی مصرف کننده، کارایی بازاریابی و در نهایت وضعیت صادرات و مسایل و مشکلات صادر کنندگان مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات لازم برای انجام تحقیق از طریق پیمایشی و تکمیل پرسشنامه در سه سطح باغدار، خرده فروش و عمده فروش جمع آوری شده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد: به ازای هر کیلو گرم خرمای مضافتی ۴۰۰۰ ریال صرف هزینه های بازاریابی و سود عوامل بازاریابی می گردد و از این مقدار ۲۰۰۰ ریال مربوط به حاشیه عمده فروشی و ۲۰۰۰ ریال مربوط به حاشیه خرده فروشی می شود. نتایج کارایی بازاریابی نیز نشان می دهد که ناکارایی قیمتی در مسیرهای بازاررسانی خرمای مضافتی بالاست. از جمله مشکلات بازاریابی خرمای مضافتی بم را می توان به درجه بندی، بسته بندی، عدم امکانات حمل و نقل مناسب، تشریفات دست و پاگیر گمرکی نام برد. لذا بهبود و افزایش بازاریابی خرما در نتیجه ارائه بهتر این خدمات، انبارداری و شیوه صحیح بسته بندی خرما می باشد. با سرمایه گذاری در صنایع تبدیلی و کارخانجات جنبی می توان از ضایعات خرما جلوگیری نمود و با تبلیغات مناسب می توان شرایط را برای عرضه این محصول به بازارهای جهانی فراهم آورد.

واژه های کلیدی: بازاریابی، کارایی، خرمای مضافتی، شهرستان بم.

مقدمه

خرما از جمله محصولات مهم و صادراتی است و از جمله محصولات استراتژیکی است که ایران در تولید صادرات آن پتانسیل بالایی دارد. وجود نوسانات در قیمت آن حاکی از عدم وجود یک نظام هماهنگ نرخ گذاری و توزیع می باشد و از طرفی به سبب بی توجهی و نبود سرمایه گذاری در مسایل بازاریابی این محصول، تولیدکنندگان با مشکلات زیادی روبه رو می شوند. ناکارایی و نارسایی بازار محصولات کشاورزی (در فاصله بین تولیدکننده و مصرف کننده) حاکم است، به گونه ای که حتی سهم ناچیزی از قیمت پرداختی مصرف کننده نصیب تولید کننده می شود. ایران با تولید حدود ۸۸۰۰ هزار تن خرما در سطحی بالغ بر ۲۴۰ هزار هکتار در شمار عمده ترین تولیدکنندگان خرما می باشد و استان کرمان با داشتن (۷۶٪) درصد از سطح زیر کشت خرماي کشور از جمله استان های خرماخیز کشور محسوب می شود که در آن شهرستان بم با (۹۲٪) درصد مقام اول در بین سایر شهرستان های استان را داراست. خرما به علت داشتن مزایای تولید، پتانسیل بالایی جهت صادرات دارد ولی به دلیل رعایت نکردن موازین، جذب حدود ۲۵ درصد از خرماي تولیدی با مشکلات زیادی روبه رو می شود. علاوه بر آن به علت عدم وجود جایگاه مناسب در برنامه غذایی مردم کشور مصرف سرانه آن نیز پایین می باشد. با وجود اینکه از نظر نوع و طعم خرما موقعیت ویژه ای داریم ولی بی توجهی و عدم امکانات سرمایه گذاری در بازاریابی این محصول باعث گردیده است که تولیدکنندگان با مسایل مختلفی روبه رو شده و در موقعیت ضعیف تری قرار گیرند. با مطالعه مسایل و خدمات بازاریابی خرما و انتخاب روش های صحیح بسته بندی مناسب، کاهش هزینه ها و ضایعات، ایجاد برنامه های تبلیغاتی برای معرفی خرما به عنوان یک ماده انرژی بخش به دنیا و سرمایه گذاری در زمینه صنایع تبدیلی و فرآورده های جانبی خرما و بالا بردن کارایی بازار از طریق کاستن تفاوت قیمت تولید و مصرف، می توان وضعیت تولید و صادرات این محصول ارزشمند را بهبود بخشید. خرما در شهرستان بم با سطح زیر کشتی معادل ۱۸۰۰۰ هکتار و تولید سالیانه حدود ۱۰۰۰۰۰ تن جزء محصولات اصلی منطقه می باشد که به صورت ردیفی با فواصل (۸×۸) یا (۶×۶) کاشت می شود و گاهی با مرکبات توأم دیده می شود. درختی است دارای سال آوری که در آن افت محصول حدود ۴۰ درصد می باشد از عملیات داشت این محصول می توان به هرس، وجین، آبیاری، شخم و گرده افشانی اشاره نمود که معمولاً از سال ۸ به بعد بر روی درخت خرما انجام می شود.

متوسط تولید، سطح زیر کشت و عملکرد خرمای استان کرمان ۱۳۷۰-۸۲

| | | | | | |
|---------|-----------|---------|-------|--------|----|
| ۲۲۲۲/۷۱ | ۳۰۶۲۰ | ۱۶۶۴۷ | ۱۳۷۷۶ | ۲۸۷۱ | ۷۰ |
| ۶۳۸۱/۱۹ | ۸۹۵۶۰ | ۱۶۸۲۳ | ۱۴۰۳۵ | ۱۷۸۸ | ۷۱ |
| ۱۸۳۴/۹۱ | ۲۶۲۰۸ | ۱۷۲۸۳ | ۱۴۲۸۳ | ۳۰۰۰ | ۷۲ |
| ۷۴۴۴/۰۱ | ۱۱۳۴۸۴ | ۱۸۵۴۷ | ۱۵۲۴۵ | ۳۳۰۲ | ۷۳ |
| ۷۴۵۲/۱۷ | ۱۲۴۸۷۶ | ۲۰۱۸۸ | ۱۶۷۵۷ | ۳۴۳۱ | ۷۴ |
| ۴۵۹۱/۶۳ | ۷۸۶۷۳ | ۲۰۷۵۲/۵ | ۱۷۱۳۴ | ۳۶۱۸/۵ | ۷۵ |
| ۷۵۷۳/۷۲ | ۱۳۲۲۱۴/۳۵ | ۲۲۱۶۱/۵ | ۱۷۴۵۷ | ۴۷۰۴/۵ | ۷۶ |
| ۷۶۷۳/۳۱ | ۱۳۷۶۶/۳۵ | ۲۲۴۶۱/۵ | ۱۷۹۶۷ | ۴۴۹۴/۵ | ۷۷ |
| ۸۰۲۲/۳۳ | ۱۴۴۲۱۷/۳۵ | ۲۲۹۹۱/۵ | ۱۷۹۷۷ | ۵۰۱۴/۵ | ۷۸ |
| ۵۲۶۴/۶۵ | ۹۵۰۱۶/۴ | ۲۷۰۱ | ۱۸۰۴۸ | ۴۶۵۳ | ۷۹ |
| ۷۵۰۷/۶ | ۱۳۵۲۹۴/۴ | ۲۳۰۷۶ | ۱۸۰۲۱ | ۵۰۵۵ | ۸۰ |
| ۸۴۷۸/۷۳ | ۱۵۹۹۱۷/۴ | ۲۳۹۶۱ | ۱۸۸۶۱ | ۵۱۰۰ | ۸۱ |
| ۵۶۶۳/۱ | ۱۳۶۷۹۲/۲ | ۲۴۱۵۵ | ۱۸۸۳۶ | ۵۲۱۷ | ۸۲ |

(منبع: آمارنامه کشاورزی کشور، سالهای ۱۳۷۰-۸۲)

مکان و زمان مطالعه

این تحقیق در استان کرمان (شهرستان بم، شهداد و رقم خرمای مضافتی) انجام شده است. به همین منظور با ۶۰ نفر از باغداران با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای مصاحبه به عمل آمد. مناطق تحت بررسی شامل عزیزآباد (۲۱ نفر)، نماشیر (۲۰ نفر)، ریگان (۹ نفر) و روداب (۱۰ نفر) می باشد. همچنین در سطح عمده فروش، خرده فروش و صادرکننده نیز از طریق تکمیل پرسشنامه در سطوح مذکور اطلاعات جمع آوری شد. تمامی آمار و اطلاعات مربوط به سال زراعی ۸۳-۸۴ می باشد.

نتایج و بحث

۱- ویژگی های منطقه مورد مطالعه

خرمای یکی از محصولات عمده و مهم شهرستان بم می باشد. سطح زیر کشت خرمای استان حدود ۱۸ هزار هکتار و تولید آن بیش از ۱۰۰ هزار تن است. که شهرستان بم حدود ۸۲

درصد تولید خرماي استان را به خود اختصاص داده است، که حدود ۸۰ درصد خرماي تولید منطقه از نوع مضافتی می باشد و ۱۰ درصد دیگر را ارقام قصب، شمسایی، هلیله ای، کبکاب و خاصيون شامل می شود. در شهرستان بم، باغات نخيلات به صورت ترکیبی از مرکبات و نخل و یا فقط نخل دیده می شود. رقم عمده در منطقه رقم مضافتی است که دارای متوسط عملکردی حدود (۵-۶) تن در هکتار است. حداکثر و حداقل عملکرد تولید خرما در شهرستان بم به ترتیب برابر با ۶ هزار و ۵۰۰ کیلوگرم در هکتار است. هر اصله درخت خرما به طور متوسط حدود ۵۵ کیلوگرم خرما تولید می کند.

منبع آب آبیاری در این شهرستان اکثراً موتور پمپ و قنات می باشد و روش آبیاری سنتی و غرقابی است. از عملیات داشت این محصول می توان به هرس، وجین، آبیاری، شخم و گرده افشانی اشاره نمود که هرس معمولاً از سال ۸ به بعد بر روی درخت انجام می شود و وجین هر سال به دو روش (دستی و ماشینی) قابل انجام است. آبیاری معمولاً ۴۸ بار در سال انجام می شود و گرده افشانی به صورت مصنوعی و سالانه به وسیله کارگر انجام می شود. هزینه های مربوطه در جدول (۲ و ۳) آورده شده است.

کود حیوانی مورد استفاده در منطقه کود گاوی می باشد و میزان مصرف آن (۲۰-۲۵) تن در هکتار می باشد که هزینه آن ۲۰۰۰۰۰ تومان در هکتار است که به دلیل گرانی کمتر مورد استفاده قرار می گیرد (جدول ۲ و ۳).

۲- وضعیت تولید استان

استان کرمان با سطح زیر کشتی برابر با ۲۰۱۸۸ هکتار و متوسط عملکرد ۷۳۲۸ کیلوگرم در هکتار یکی از مناطق عمده تولید خرما برشمرده می شود. استان کرمان از نظر تولید خرما و دارا بودن شرایط آب و هوایی مساعد برای ازدیاد و توسعه کشت این محصول بدون تردید از جمله مهم ترین و پر استعداده ترین مراکز تولید خرماي ایران به شمار می آید و انواع خرماهای تولیدی این منطقه از نظر کیفیت، مرغوبیت و بازار پسندی در صورت اجرای یک برنامه مراقبت و نظارت دقیق در به عمل آوردن محصول و بسته بندی مناسب و بهداشتی و نه تنها در بازارهای داخلی، بلکه در بازارهای خارجی بدون رقیب خواهد بود. مناطق عمده تولید خرما در استان کرمان عبارت است از: منطقه بم و توابع آن که دربرگیرنده: پروات، نرماشیر و فهرج است. منطقه شهداد و توابع آن که چهار فرسخ، کنارون، اندوهجرد و کشتیت را دربرمی گیرد. منطقه ارزوئیه و توابع آن که دربرگیرنده دولت آباد و ده شیخ است. منطقه بم در ۱۸۰ کیلومتری کرمان قرار دارد و به مقدار محصول آن نیز درخور توجه است. در این منطقه انواع مرغوبی از خرما وجود دارد که عبارت است از خرماي مضافتی که بخش عمده محصول و بهترین و عمده ترین نوع موجود در منطقه است و متوسط تولید سالیانه آن ۷۲۰۰ تن می باشد، خرماي کروت که این خرما از نوع مرغوب و زودرس بوده و بعد از مضافتی از نظر مرغوبیت در درجه دوم اهمیت قرار دارد و خرماي هلیله ای که زردرنگ و دیررس می باشد.

جدول ۱ - میزان تولید محصول خرما برای هر رقم در سال زراعی ۸۳-۸۴ شهرستان بم

| | |
|---------|----------|
| ۱۰۰۰۰۰۰ | مضافتی |
| ۱۷۰۰۰ | قصب |
| ۵۵۰۰ | پرگز |
| ۳۶۲۲۴ | کروت |
| ۱۸۰۲ | عبداللهی |
| ۱۲۷۸ | نرمان |
| ۵۹ | هفتادگزی |

منبع: یافته‌های حاصل از پژوهش

جدول ۲- هزینه‌های تولید خرماي مضافتی بم در سطح یک هکتار (سال ۱۳۸۳)

| نوع هزینه (ریال - هکتار) | مقدار | واحد | نوع | واحد |
|--------------------------|----------|-------|-----------|----------------------|
| ۳۰۰۰۰۰ | ۱۰۰۰ | ۳۰۰ | کیلوگرم | کود شیمیایی |
| ۳۴۰۰۰ | ۱۷۰۰۰ | ۲ | لیتر | سموم دفع آفات |
| ۱۳۲۰۰۰۰ | ۶۰ | ۲۲۰۰۰ | متر مکعب | آب |
| ۱۲۰۰۰۰۰ | ۲۰۰۰۰ | ۴۵ | دفعه | آبیاری |
| ۱۲۰۰۰۰۰ | ۲۰۰۰۰ | ۶۰ | نفر - روز | نیروی کار |
| ۵۰۰۰۰۰ | ۲۵۰۰۰ | ۲۰ | ساعت | ماشین آلات |
| ۲۱۲۷۰۰۰ | - | - | ریال | ۵ درصد پیش‌بینی نشده |
| ۲۱۲۷۰۰۰ | - | - | ریال | کل هزینه |
| | در هکتار | ۴ | تن | متوسط عملکرد منطقه |

منبع: یافته‌های حاصل از پژوهش

جدول ۳- هزینه‌های تولید خرماي شهداد در سطح یک هکتار (سال ۱۳۸۳)

| نام ابزار | واحد | مقدار مصرفی (در هکتار) | قیمت واحد (ریال - هکتار) | هزینه کل (ریال - هکتار) |
|----------------------|-----------|------------------------|--------------------------|-------------------------|
| کود شیمیایی | کیلوگرم | ۳۰۰ | ۱۰۰۰ | ۳۰۰۰۰۰ |
| سموم دفع آفات | لیتر | ۲ | ۱۷۰۰۰ | ۳۴۰۰۰ |
| آب | متر مکعب | ۲۲۰۰۰ | ۶۰ | ۱۳۲۰۰۰۰ |
| آبیاری | دفعه | ۴۵ | ۲۰۰۰۰ | ۱۲۰۰۰۰۰ |
| نیروی کار | نفر - روز | ۶۰ | ۲۰۰۰۰ | ۱۲۰۰۰۰۰ |
| ماشین آلات | ساعت | ۲۰ | ۲۵۰۰۰ | ۵۰۰۰۰۰ |
| ۵ درصد پیش‌بینی نشده | ریال | - | - | ۲۱۲۷۰۰۰ |
| کل هزینه | ریال | - | - | ۲۱۲۷۰۰۰ |
| متوسط عملکرد منطقه | تن | ۴ | در هکتار | |

منبع: یافته‌های حاصل از پژوهش

۴- مسیر بازاریابی

نمودار ۱ مسیرهای اصلی بازاریابی خرماي مضافتی بم را نشان می‌دهد. عوامل مهم بازاریابی خرماي بم عبارتند از: تولیدکننده خرما، عمده‌فروش، خرده‌فروش.

نمودار ۱- مسیر بازاریابی خرماي مضافتی بم



انواع قیمت و متوسط آنها در سال ۸۳-۸۴

انواع قیمت موجود در بازار خرما عبارت است از: قیمت دریافتی باغداران، قیمت عمده فروشی که این قیمت بر حسب درجات مختلف خرما (۱، ۲، ۳) متفاوت است اما متوسط خرما در منطقه برای ارقام درجه ۱ به ترتیب شامل ۸۰۰۰، ۶۰۰۰ و ۱۰۰۰۰ ریال می باشد.

۵- حاشیه و سهم عوامل بازاریابی

جدول (۴) سود خالص بازاریابی تولیدکنندگان برای هر کیلوگرم خرما می مضافتی بهم را نشان می دهد.

جدول ۴- سود خالص بازاریابی تولیدکنندگان و هزینه بازاریابی برای هر کیلوگرم رطب مضافتی بهم (سال ۱۳۸۳)

| | |
|------|-----------------------------------|
| ۶۰۰۰ | متوسط قیمت دریافتی باغدار |
| ۱۴۰ | هزینه جمع آوری |
| ۸۰ | هزینه پاک کردن |
| ۵۰ | هزینه حمل |
| ۶۰ | هزینه انبار |
| ۱۳۰ | هزینه بسته بندی |
| ۴۶۰ | کل هزینه بازاریابی |
| ۵۵۴۰ | خالص دریافتی باغدار |
| ۴۵۰۰ | قیمت خرما قبل از عملیات بازاریابی |
| ۱۰۴۰ | سود خالص عملیات بازاریابی |

منبع: یافته های حاصل از پژوهش

نتایج این جدول نشان می دهد که بیشترین سهم از کل هزینه های بازاریابی به ترتیب مربوط به هزینه های جمع آوری، بسته بندی و پاک کردن است. همچنین ارقام مربوط به هزینه های بازاریابی نمایان می سازد که سود خالص عملیات بازاریابی حدود (۹۳) درصد متوسط قیمت دریافتی از فروش هر کیلوگرم رطب مضافتی است و حدود ۲۴ درصد قیمت دریافتی باغدار صرف هزینه های بازاریابی شده است.

جدول (۵) سود خالص بازاریابی عمده فروش برای هر کیلوگرم رطب مضافتی را نشان

می دهد. نتایج این جدول حاکی از آن است که سود خالص عملیات بازاریابی عمده فروش و هزینه های بازاریابی به ترتیب (۱۸۲ و ۶/۷) درصد از قیمت دریافتی عمده فروش است. جدول (۶) سود خالص بازاریابی خرده فروش را بر هر کیلوگرم رطب مضافتی نشان می دهد. بر اساس نتایج این جدول حدود (۲۶/۳ و ۷) درصد از قیمت دریافتی خرده فروش مربوط به سود خالص عملیات بازاریابی و هزینه های بازاریابی خرده فروشی است.

جدول ۵ - سود خالص عمده فروش برای هر کیلوگرم رطب مضافتی (سال ۱۳۸۳)

| | |
|------|-------------------------------------|
| ۸۰۰۰ | متوسط قیمت دریافتی عمده فروش |
| ۸۵ | هزینه حمل |
| ۹۰ | هزینه انبار |
| ۱۷۵ | کل هزینه بازاریابی |
| ۷۸۲۵ | قیمت خالص دریافتی |
| ۶۰۰۰ | قیمت خرید |
| ۱۸۲۵ | سود خالص عملیات بازاریابی عمده فروش |

منبع: یافته های حاصل از پژوهش

جدول ۶ - سود خالص خرده فروش برای هر کیلوگرم رطب مضافتی بم (سال ۱۳۸۳)

| | |
|------|-------------------------------------|
| ۱۰۰۰ | متوسط قیمت دریافتی خرده فروش |
| ۹۰ | هزینه حمل |
| ۶۵ | هزینه انبار |
| ۱۰۰ | هزینه محل کسب |
| ۲۵۵ | کل هزینه بازاریابی |
| ۹۷۵۴ | قیمت خالص دریافتی |
| ۸۰۰۰ | قیمت خرید |
| ۱۷۵۴ | سود خالص عملیات بازاریابی عمده فروش |

منبع: یافته های حاصل از پژوهش

جدول ۷- مقادیر حاشیه و سهم عوامل بازاریابی رطب مضافتی بم

| | | | | |
|------|-------|-------|-------|--------------|
| ۴۰۰۰ | ۲۰۰۰ | ۲۰۰۰ | - | حاشیه (ریال) |
| ۱۰۰ | ۳۳/۳۳ | ۱۶/۶۶ | ۵۰/۱۰ | سهم (درصد) |

منبع: داده‌های بررسی شده

جدول فوق حاشیه خرده فروش، عمده فروش و کل و همچنین سهم عوامل بازاریابی از قیمت خرده فروشی را نشان می‌دهد. بر پایه نتایج این جدول، به ازای هر کیلوگرم خرماي مضافتی ۴۰۰۰ ریال صرف هزینه‌های بازاریابی و سود عوامل بازاریابی می‌شود. به عبارتی فاصله پرداختی مصرف‌کننده و تولیدکننده به ازای هر کیلوگرم خرماي مضافتی برابر با ۴۰۰۰ ریال است که از این مقدار ۲۰۰۰ ریال مربوط به حاشیه عمده فروشی و ۲۰۰۰ ریال مربوط به حاشیه خرده فروشی است.

منابع

- ۱- پورافضل، ح، ب. نجفی، غ. سلطانی، م. منشاوی، د. زرنگار، ح. کوثر و حسینی، غ (۱۳۶۴). بررسی مسایل بازاریابی میوه و تره بار در شیراز و چگونگی بهبود آن. گزارش پژوهشی شماره ۳۰ دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.
- ۲- حسن پور، شورجه، ب (۱۳۷۶). بررسی اقتصادی تولید و بازاریابی انجیر در استان فارس. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.
- ۳- زاد، م (۱۳۷۲). گزارشی از سیب زمینی اردبیل و سراب. گزارش پژوهشی شماره ۱۸۵/۷۲. دفتر بررسی های اقتصادی طرح های تحقیقاتی کشاورزی.
- ۴- زارع، اک و پوسکانی، م. (۱۳۷۵). بررسی مسایل بازاریابی و بازاریابی پیاز در استان فارس با تکیه بر دو شهرستان شیراز و کازرون. گزارش پژوهشی شماره ۷۵/۱۲۱ دفتر بررسی های اقتصادی طرح های تحقیقاتی کشاورزی.
- ۵- زارع، ش (۱۳۷۶). بررسی اقتصادی تولید و بازاریابی انگور در استان فارس. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.
- ۶- سعادت اختر، (۱۳۷۲). بازاریابی محصولات دریایی و الگوی مناسب حمل و نقل و توزیع پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
- ۷- سالم، ح. (۱۳۷۸). بازاریابی انار در استان فارس، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه. شماره ۳۰. صص (۱۰۰-۱۲۰).
- ۸- سلطانی، غ. ترکمانی، ج و زرنگار، د. (۱۳۶۵). چگونگی تعیین سود خرده فروشی میوه و تره بار و برخی محصولات اساسی در شیراز، مجله علوم کشاورزی ایران، جلد ۱۷
- ۹- شفیعی، ل (۱۳۷۸). بررسی مسایل بازاریابی پسته در استان کرمان، مطالعه موردی شهرستان رفسنجان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.
- ۱۰- شیروانیان، ع، بازاریابی پسته استان فارس، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۱۵، صص (۴۲-۵۸).
- ۱۱- صداقت، ر. (۱۳۷۸). بررسی بازاریابی پسته استان فارس، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۲۷، صص (۹۲-۱۰۸).
- ۱۲- صلواتی (۱۳۷۵). بررسی مسایل بازاریابی میوه و تره بار استان خراسان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- ۱۳- قادرزاده، ح (۱۳۷۶). بررسی تولید و بازاریابی توت فرنگی در استان کردستان، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.