

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



انتشارات
۸۷۳

بازاریابی کشاورزی و تحلیل قیمت

اف. بیلی نوروود؛ جیسون لاسک

ترجمه:

دکتر علیرضا کرباسی

استاد دانشگاه فردوسی مشهد

چیمن صیادی

سرشناسه:	نورود، اف. بیلی
عنوان و نام پدیدآور:	بازاریابی کشاورزی و تحلیل قیمت/ اف. بیلی نورود، جیسون لاسک؛ ترجمه علیرضا کرباسی، چیمین صیادی؛ ویراستار علمی حسین محمدی؛ ویراستار ادبی هانیه اسدپور فعال مشهد.
مشخصات نشر:	مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد، انتشارات، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری:	۵۷۶ ص.
فروست:	انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد؛ ۸۷۳.
شابک:	
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیبا.
یادداشت:	عنوان اصلی: Agricultural marketing and price analysis, c2008.
موضوع:	Farm produce -- Marketing کشاورزی -- بازاریابی
	Agricultural prices کشاورزی -- قیمت‌ها
	Produce trade فراورده‌های کشاورزی -- صنعت و تجارت
شناسه افزوده:	لاسک، جیسون، ۱۹۷۴-م.
شناسه افزوده:	کرباسی، علیرضا، ۱۳۴۹-، مترجم
شناسه افزوده:	صیادی، چیمین، ۱۳۶۷- مترجم
شناسه افزوده:	محمدی، حسین، ۱۳۵۹- ویراستار
شناسه افزوده:	دانشگاه فردوسی مشهد، انتشارات.
رده‌بندی کنگره:	HD۹۰۰/۵
رده‌بندی دیویی:	۳۳۸/۱۳
شماره کتابشناسی ملی:	۹۱۶۳۰۶۳
ISBN: 978-964-386-567-2	

بازاریابی کشاورزی و تحلیل قیمت

پدیدآورندگان: اف. بیلی نورود؛ جیسون لاسک
ترجمه: دکتر علیرضا کرباسی؛ چیمین صیادی
ویراستار علمی: دکتر حسین محمدی
ویراستار ادبی: هانیه اسدپور فعال مشهد
مشخصات: وزیری، ۱۵۰ نسخه، چاپ اول، تابستان ۱۴۰۲
چاپ و صحافی: چاپخانه دقت
بها: ۳,۷۰۰,۰۰۰ ریال
حق چاپ برای انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد محفوظ است.

مراکز پخش:

فروشگاه و نمایشگاه کتاب پردیس: مشهد، میدان آزادی، دانشگاه فردوسی مشهد، جنب سلف یاس
تلفن: ۳۸۸۰۲۶۶۶ - ۳۸۸۳۳۷۲۷ (۰۵۱)
مؤسسه کتابیران: تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، بین روانمهر و وحید نظری، بن‌بست
گشتاسب، پلاک ۸ تلفن: ۶۶۴۸۴۷۱۵ (۰۲۱)
مؤسسه دانشوران: تهران، خیابان انقلاب، خیابان منیری جاوید (اردیبهشت) نبش خیابان نظری، شماره ۱۴۲
تلفنکس: ۶۶۴۰۰۲۲۰ - ۶۶۴۰۰۱۴۴ (۰۲۱)

<http://press.um.ac.ir>

Email: press@um.ac.ir



فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۵
سپاسگزاری.....	۹
پیشگفتار مترجمان.....	۱۰

بخش اول: به اقتصاد و تحلیل قیمت خوش آمدید

فصل ۱. درباره علم اقتصاد.....	۱۳
فصل ۲. تحلیل پایه‌ای قیمت: عرضه و تقاضا.....	۶۱
فصل ۳. تحلیل پیشرفته قیمت: تسلط بر عرضه و تقاضا.....	۹۵
فصل ۴. تحلیل پیشرفته قیمت: رقابت ناقص.....	۱۳۳

بخش دوم: درک قیمت‌ها و بازارهای کشاورزی

فصل ۵. قیمت‌های کشاورزی.....	۱۶۵
فصل ۶. مسیر بازاریابی غذا.....	۱۹۳
فصل ۷. تحلیل قیمت تجربی کشاورزی.....	۲۴۳
فصل ۸. تجارت بین‌الملل کشاورزی.....	۲۸۷

بخش سوم: راهبردهای بازاریابی کشاورزی تجاری

فصل ۹. مدیریت قیمت از طریق بازارهای آتی.....	۳۳۱
فصل ۱۰. تنظیم راهبردی قیمت.....	۳۶۷
فصل ۱۱. طرح‌های قیمت‌گذاری خلاق.....	۴۰۵
فصل ۱۲. رفتار و تحقیقات مصرف‌کننده.....	۴۳۳

بخش چهارم: موضوعات اضافی

۴۹۱.....	فصل ۱۳. بنگاه قیمت‌پذیر.....
۵۱۵.....	فصل ۱۴. کشاورزی و جامعه.....
۵۳۳.....	منابع.....
۵۳۹.....	پاسخ جدول کلمات متقاطع و سؤالات پایان فصل.....
۵۶۳.....	واژه‌نامه.....
۵۷۱.....	نمایه.....

press.um.ac.ir

پیشگفتار

به‌عنوان نویسنده‌گان کتاب درسی، ما نسبتاً جوان هستیم. با توجه به جوان بودن ما و ضرورت و نیاز به متون جدید، در این کتاب سعی شده است از رویکردهای تازه در رابطه با بازاریابی محصولات کشاورزی و تحلیل قیمت‌ها استفاده شود. گروه‌های اقتصاد کشاورزی به روش‌های مختلف و به‌طور مداوم، در بسیاری از دانشگاه‌ها تکامل یافته‌اند. برخی از گروه‌های اقتصاد کشاورزی به تدریج با گروه اقتصاد ادغام شده و نام خود را به «اقتصاد کاربردی» یا «اقتصاد منابع طبیعی» تغییر داده‌اند. برای این گروه‌ها، تفاوت بین اقتصاد کشاورزی و اقتصادی که برای عناوین دیگر به کار می‌رود، کمتر مشخص است. برخی نیز تصمیم گرفتند تأکید بیشتری بر مدیریت و بازاریابی محصولات کشاورزی داشته باشند. در این دانشگاه‌ها، مباحث عملی مدیریت کشاورزی تجاری جایگزین مباحث مربوط به تئوری‌های اقتصادی می‌شود. در کل، گروه‌های اقتصاد کشاورزی امروزه کمتر بر مزرعه تمرکز می‌کنند و در عوض به بخش کشاورزی تجاری و مصرف‌کننده توجه بیشتری دارند.

باین حال، اکثر دانشگاه‌ها هنوز کلاس‌هایی دربارهٔ تحلیل پایه‌ای قیمت و بازاریابی محصولات کشاورزی برگزار می‌کنند. انتظار می‌رود مدرسان علاوه بر همهٔ موضوعات سنتی، پژوهش‌های جدید را نیز پوشش دهند. بنابراین، یک کتاب مؤثر باید این تغییرات را منعکس کند. اولویت‌های دانشگاه تغییر کرده است و به‌همین دلیل محتوای کتاب‌های درسی نیز باید تغییر کند. با گسترش استفاده از رایانه در محل کار، فارغ‌التحصیلان دانشگاهی باید برای تحلیل داده‌های پیچیده آماده شوند. ترجیحات دانشجویی برای سبک‌های نگارش نیز تغییر کرده است. این یک عقیده رایج است که تمایل دانشجویان به خواندن کتاب‌های سنتی کمتر است، باین حال، متوجه شده‌ایم که همین دانشجویان متون اقتصادی کمتر رسمی مانند اقتصاددان پشت میز نشین^۱، اقتصاد عجیب^۲ و اقتصاد برهنه^۳ را با اشتیاق زیادی می‌خوانند.

موضوع این کتاب درسی بازاریابی و تحلیل قیمت کشاورزی سنتی است و در عین حال به تغییرات جهان در چند دههٔ گذشته نیز توجه کرده است. ما به برخی موضوعات پیچیده از جمله مدل‌های تعادل عمومی، تئوری بازی‌ها و اقتصادسنجی توجه می‌کنیم. باین حال، هدف ما در این کتاب این است که دانشجویانی را که کمتر در معرض اقتصاد هستند و درک اولیهٔ ریاضیات دارند را درگیر کنیم.

۱. این کتاب با عنوان انگلیسی *The Armchair Economist* توسط استاد اقتصاد دانشگاه روچستر، استیون لندسبرگ، در سال ۱۹۹۳ نوشته شد. نسخهٔ ویرایش‌شدهٔ آن در سال ۲۰۱۲ به چاپ رسید (یادداشت مترجم).

۲. عنوان انگلیسی کتاب *Freakonomics* است. اولین کتاب غیرداستانی که توسط اقتصاددان دانشگاه شیکاگو، استیو لوییت (Steven Levitt)، و روزنامه‌نگار نیویورک‌تایمز، استفان دابنر (Stephen J. Dubner)، در سال ۲۰۰۵ منتشر شد (یادداشت مترجم).

۳. *اقتصاد برهنه* (*Naked Economics*) کتابی از چارلز ویلان است. این کتاب مسائل اقتصادی را به زبان ساده و قابل‌فهم برای عموم بیان کرده است. این کتاب به یازده زبان ترجمه شده است. در سال ۲۰۱۳ چارلز ویلان کتاب دیگری به نام *مار برهنه* در ادامهٔ این کتاب منتشر کرد (یادداشت مترجم).

بخش اول کتاب «به اقتصاد و تحلیل قیمت خوش آمدید»، اقتصاد را با سبک کمتر رسمی - اما امید است مؤثرتر - معرفی می‌کند. اگرچه تمرکز اصلی و مثال‌ها درباره کشاورزی است، بدون تردید از مثال‌های غیر کشاورزی نیز استفاده کرده‌ایم. آریترژ در بازارهای ذرت مانند لیگ اصلی بیس‌بال مورد بحث قرار می‌گیرد. سپس، این بخش تحلیل عرضه و تقاضای پایه و موضوعات پیشرفته‌تر مانند مدل‌های جابه‌جایی تعادل و رقابت انحصاری را پوشش می‌دهد. یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد این بخش و کتاب، توجه به مدل‌های انتقال تعادل (تعادل جزئی و عمومی) است. این مدل‌ها هم در سطح آموزشی و هم به‌طور معمول توسط صنایع و شرکت‌هایی که دانشجویان کارشناسی ما را استخدام می‌کنند، استفاده می‌شوند.

«درک قیمت‌ها و بازارهای کشاورزی» شامل موضوعات مرسوم فصلی بودن قیمت‌های کشاورزی، تنظیمات بازار، حاشیه‌های بازاریابی، تقاضای مشتق‌شده و تجارت است. علاوه بر این، کل فصل به استفاده از تحلیل رگرسیون برای مطالعه قیمت‌های کشاورزی اختصاص داده شده است. رگرسیون به دانشجویان معرفی می‌شود؛ در پایان فصل، آن‌ها باید بتوانند تابع تقاضای بلندمدت و کوتاه‌مدت گوشت را تخمین بزنند، رابطه بین تبلیغات و میزان تقاضای گوشت را بررسی کنند، برای پیش‌بینی قیمت‌ها از مدل‌های سری زمانی استفاده کنند و تحلیل قیمت‌های هدونیک را انجام دهند.

بخش سوم، «راهبردهای بازاریابی کشاورزی تجاری»، از مفاهیم اقتصادی دو بخش قبلی استفاده می‌کند تا به دانشجویان کمک کند راهکارهای بازاریابی تجاری فعال کشاورزی را درک کنند و توسعه دهند. بازارهای آتی نشان می‌دهد چگونه خرید و فروش و سرمایه‌گذاری در گزینه‌های مختلف می‌تواند به مدیران کمک کند تا ریسک تغییر قیمت را کاهش دهند. دانشجویان اقتصاد کشاورزی در شرکت‌های بزرگی که درگیر رقابت راهبردی هستند، به‌طور مداوم استخدام می‌شوند.

در فصل «تنظیم راهبردی قیمت» از نظریه بازی‌ها برای کشف قیمت راهبردی سودآور در بازارهای انحصار چندگانه خرید استفاده می‌شود. بنگاه‌هایی که قدرت بازار دارند می‌توانند سود خود را از طریق تبعیض قیمت و سایر طرح‌های قیمت‌گذاری به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهند. فصل «طرح‌های قیمت‌گذاری خلاق» شامل تبعیض قیمتی درجه یک، دو و سه و نیز بسته‌بندی و فروش چند کالا با هم می‌شود.

فصل ۱۲ شاید منحصر به فردترین فصل کتاب باشد. اقتصاددانان کشاورزی بیش از پیش به مقصود مصرف‌کننده از مسیرهای بازاریابی مواد غذایی علاقه‌مند می‌شوند. در نتیجه، نیاز بیشتری به آموزش دانشجویان درباره مدل‌های مختلف رفتار مصرف‌کننده و همچنین ابزارهایی برای کشف ترجیحات مصرف‌کننده مانند مزایده‌های آزمایشی^۱ و تجزیه و تحلیل مشترک^۲ وجود دارد. بنابراین، بهتر است این موضوعات در کتاب دوره

۱. auctions experimental روشی برای ارزیابی کالاهایی با کیفیت متفاوت است (یادداشت مترجم).

۲. Conjoint analysis روشی آماری است که در تحقیقات بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد. به کمک این روش می‌توان تعیین کرد که افراد چگونه ویژگی‌های مختلفی که یک کالا یا خدمت خاص را تشکیل می‌دهند، ارزش‌گذاری می‌کنند (یادداشت مترجم).

کارشناسی قرار بگیرد. فصل «رفتار و تحقیقات مصرف‌کننده» به اساتید اجازه می‌دهد مطالبی را که به‌طور معمول در کتاب‌های بازاریابی وجود دارند، به‌صورت مختصر توضیح دهد.

برخی از اساتید ممکن است بخواهند در مورد چگونگی رفتار بنگاه‌گیرنده قیمت و تاریخ کشاورزی در جامعه بحث کنند. بخش «موضوعات اضافی» چنین مقالاتی را شامل می‌شود که حاوی «بنگاه قیمت‌پذیر» و «کشاورزی و جامعه» است.

با توجه به تنوع کتاب درسی، می‌توان آن را به‌راحتی در طیف گسترده‌ای از دوره‌های کارشناسی اقتصاد کشاورزی به کار برد. باین‌حال، تأکید اصلی بر تحلیل قیمت‌های کشاورزی، ساختار بازار کشاورزی و راهبردهای بازاریابی کشاورزی است. برای دوره‌های مقدماتی، پیشنهاد می‌کنیم بر روی فصل‌های ۱ تا ۴ بیشتر تمرکز کنید؛ چراکه مفاهیم پایه‌ای اقتصاد خرد را پوشش می‌دهد. کسانی که کلاس‌های پیشرفته‌تر تحلیل قیمت را آموزش می‌دهند، از مطالب فصل‌های ۵ تا ۸ استفاده کنند؛ این فصل‌ها شامل ترکیبی از نمودارها، ریاضیات و آمار برای بحث در مورد مدل‌های پیچیده‌تر قیمت‌ها و بازارهای کشاورزی است.

امیدواریم لحن دوستانه و مثال‌های جذاب این کتاب در ایجاد تحرک، شوق و انگیزه در کلاس درس مفید باشد و تجربه آموزشی لذت‌بخش‌تر و مؤثرتری ایجاد کند.

press.um.ac.ir

سپاسگزاری

اول از همسران خود سپاسگزاری می کنیم که به ما اجازه دادند تا بسیاری از تعطیلات آخر هفته را صرف نگارش و کامل کردن این کتاب کنیم. از مدیر گروه و رؤسای دانشکده‌های دانشگاه ایالتی اکلاهما قدردانی می کنیم که به ما اجازه دادند برای نگارش این کتاب، مدتی از تحقیق فاصله بگیریم. از آندرو بارکلی^۱، جورج داویس و کوین دویتر به خاطر استفاده از داده‌ها و شکل‌های آنها قدردانی می کنیم.

از منتقدان این کتاب: جفری دورفمن، دانشگاه جورجیا؛ ام دارن هادسون، دانشگاه ایالتی می‌سی‌سی‌پی و دارل مارک در دانشگاه نبراسکا تشکر می کنیم. در پایان، خوشبختی ما در زندگی عمدتاً به خاطر معلمان و مربیان فوق‌العاده ماست. تد اسکرودل، میشل مارا و سین فاکس فقط چند تن از این عزیزان هستند که یاد و نام آنها را گرامی می‌داریم.

بیلی نوروود

جیسون لاسک

پیشگفتار مترجمان

بازاریابی کشاورزی و ماهیت قیمت محصولات کشاورزی از موارد مهمی است که در سطح دنیا و برای هر کشور اهمیت ویژه‌ای دارد و مطالبی که به صورت ساده و کاربردی در قالب متون مختلف عنوان شوند بسیار مفیدند. کتاب حاضر دارای این ویژگی است و می‌تواند به عنوان مرجع مناسب، جالب و به روز برای دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی اقتصاد کشاورزی و رشته‌های مرتبط و همچنین کارشناسان، سیاست‌گذاران و مدیران مرتبط با بخش کشاورزی مورد استفاده قرار گیرد.

ویژگی کتاب حاضر آن است که توسط دو تن از اساتید معتبر دانشگاه‌های آمریکا در رشته اقتصاد کشاورزی نگاشته شده است. از مزایای دیگر آن برخورداری از مثال‌های به روز، جدید و جالب توجه است. دارا بودن سؤالات پایان فصل و جدول کلمات متقاطع مرتبط با موضوعات تحلیل قیمت و بازاریابی محصولات کشاورزی به همراه پاسخنامه از نکات حائز اهمیت آن محسوب می‌شود.

در ترجمه کتاب تلاش شده است که مطالب روان و به صورت ساده به فارسی برگردان شود و نکات مهم به صورت درشت‌تر و سیاه‌تر در متن آورده شده است که توجه خواننده را برای درک بهتر موضوع بیشتر به خود جلب کند. همچنین در مواردی که لازم بوده است، معادل انگلیسی کلمات نیز برای آشنایی بیشتر خواننده آورده شده است. علاوه بر آن در راستای شناخت بیشتر موضوع، در برخی موارد توضیحات اضافی به صورت پاورقی از طرف مترجمان ارائه شده است. با توجه به اینکه امکان خطا در هر متن وجود دارد، از خوانندگان محترم تقاضا می‌شود در مواردی که نقصی را مشاهده می‌کنند، به مترجمان اطلاع‌رسانی کنند تا نسبت به اصلاح اشکالات احتمالی اقدام شود. امید است کتاب حاضر گامی مثبت در جهت ارتقای دانش اقتصاد کشاورزی، به خصوص در موضوعات تحلیل قیمت و بازاریابی محصولات کشاورزی، برای علاقه‌مندان و ذی‌نفعان باشد.

بدین وسیله از تمامی استادان و دانشجویانی که به بهبود کیفیت کتاب یاری رسانده‌اند، قدردانی می‌شود. همچنین مترجمان از همکاران مدیریت نشر آثار علمی دانشگاه فردوسی مشهد کمال تشکر را دارند.

علیرضا کرباسی

چیمین صیادی