

## نگاهی به مسائل بازاریابی شیلات و پرورش آبزیان (منطقه مورد مطالعه قصر شیرین)

ابراهیم باباخانی<sup>۱</sup>، رویا اشراقی سامانی<sup>۲</sup>، علیرضا پورسعید<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام، و مدیر مرکز رشد کشاورزی مناطق گرمسیری

استان کرمانشاه

۲- استادیار، گروه مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایلام، ایلام، ایران

۳- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایلام، ایلام، ایران

Babakhani112@gmail.com

### چکیده

در بین مسائل موجود در فعالیت شیلات و آبی پروری، بحث بازار و بازاریابی دارای اهمیت ویژه‌ای است. با وجودیکه توسعه و گسترش فعالیت‌های شیلاتی در کشور علیرغم مشکلات موجود آهنگ رو به جلویی دارد با این وجود ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که حتی تولید فعلی آبزیان پرورشی و دریایی به نحو مطلوبی به بازار مصرف راه نمی‌یابند. هدف از پژوهش حاضر بررسی مسائل بازاریابی شیلات و آبزیان مجتمع شیلات شهدای گمنام شهرستان قصر شیرین می باشد. اطلاعات مورد نیاز این تحقیق، از طریق بررسی‌ها و مطالعات کتابخانه‌ای، و همچنین انجام تحقیقات میدانی جمع آوری شده است. با بررسی‌های به عمل آمده و انجام تحقیقات میدانی در منطقه مورد مطالعه در حال حاضر در بیشتر شهرستان‌های استان کرمانشاه و علی‌الخصوص شهرستان قصرشیرین بازارهای محلی در کنار بازارها و میادین میوه و تره بار جهت عرضه انواع آبزیان دایر گردیده است. همچنین بر اساس آمار اداره کل شیلات استان کرمانشاه در سال ۱۳۹۲ در مجموع ۲۵۰۰ تن انواع محصولات شیلاتی از طریق استان کرمانشاه به خارج از کشور صادر شده است. در سال ۱۳۹۲، ۲۳۴۸ تن انواع ماهیان گرمابی (فیتوفاگ، بیگ‌هد (سرگنده)، کپور و آمور) در مجتمع شیلات شهدای گمنام قصرشیرین تولید شده است که ارزشی در حدود ۲۰ میلیارد تومان داشته است.

واژگان کلیدی: بازاریابی، شیلات، آبزیان، قصرشیرین

### ۱- مقدمه

در دنیای کنونی، توجه به امر بازاریابی و بکارگیری روش‌های صحیح و علمی آن در عرضه و فروش هر محصولی، جزء لاینفک یک فعالیت اقتصادی می‌باشد که عدم توجه به آن بطور حتم ورشکستگی اقتصادی صاحبان آنرا بدنبال خواهد داشت چرا که در جهان حاضر آنچنان رقابت فشرده‌ای بین عرضه‌کنندگان کالا و خدمات وجود دارد که عملاً آنچه که موجب حفظ حیات و ماندگاری یک محصول میگردد، توجه ویژه به امر بازاریابی است. ورود انبوه آبزیان به بازار بعلت همزمانی صید از دریاها و تراکم صید مزارع پرورشی و کمبود روش‌های عرضه مناسب به بازار باعث می‌شود که عملاً عرصه بر تولیدکننده تنگ شود و تنها واسطه‌ها از آن وضعیت بهره بگیرند. در اینصورت تولیدکننده باخطر اقتصادی مواجه می‌شود که امکان دارد سودی عاید آنها نشود و یا اینکه به