



مجموعه ابزارهای اجرایی فروش قارچ دکمه‌ای

کاربرگ برنامه‌ریزی فروش قارچ دکمه‌ای پیش از بارریزی

برای تعیین محصول، مشتری، کانال فروش و زمان وصول پیش از شروع دوره تولید

پیوست اجرایی یادداشت سردبیر هاگ

فایل شماره ۱



واحد تحریریه هاگ

تهیه و تدوین

۲۳ شهریور ۱۴۰۵ | نسخه ۱,۰

انتشار و نسخه

این کاربرگ را پیش از هر دوره تولید تکمیل کنید

پیش از بارریزی باید مقدار قابل فروش، درجه محصول، مشتری، کانال تحویل و موعد وصول روی کاغذ آمده باشد. اگر یکی از این پنج مورد هنوز نامشخص است، آن بخش از تولید در معرض بازار روز قرار دارد و برای آن باید اقدام جایگزین ثبت شود.

داده‌ها را از سفارش‌ها، فاکتورها، برگشتی‌ها و گفت‌وگوهای واقعی مزرعه بردارید. چارچوب زنجیره ارزش غذایی پایدار FAO نیز بر هماهنگی تولید، بازار و ارزش ایجادشده تأکید دارد.

☐ با اطلاعات واقعی همان واحد تولیدی پر شود ☐ پیش از شروع هر دوره تکمیل شود

☐ پس از پایان دوره با فروش و وصول واقعی مقایسه شود ☐ جایگزین بررسی مالی، حقوقی یا مطالعه بازار نیست

برای انتخاب کانال، قیمت اسمی کافی نیست. راهنمای ارزیابی کانال فروش Cornell سنجش همزمان سود، هزینه، حجم، نیروی کار و ریسک را پیشنهاد می‌کند. راهنمای فروش قارچ در ایران نیز این منطق را برای بازار قارچ توضیح می‌دهد.

یادداشت سردبیری پیش از آنکه محصول روی دست تولیدکننده بماند، باید جای آن روی کاغذ مشخص شده باشد.

روش تکمیل

☐ اطلاعات دوره را ثبت کنید

☐ محصول و مشتری را کنار هم قرار دهید

☐ کانال‌ها را با بازده وصول‌شده مقایسه کنید

☐ مازاد احتمالی و اقدام جایگزین را بنویسید

☐ در پایان فقط یک تصمیم اجرایی برای این دوره ثبت کنید

فقط اعدادی را بنویسید که مبنای قابل پیگیری دارند

نکته اجرایی ظرفیت برداشت را با خروجی قبلی، کیفیت کمپوست و محدودیت واقعی سالن برآورد کنید؛ عدد خوشبینانه برنامه فروش را منحرف می‌کند.

نام واحد تولیدی		استان و شهر	
تاریخ شروع دوره		مقدار کمپوست	تن
ظرفیت پیش‌بینی‌شده برداشت	 کیلوگرم	تاریخ تقریبی شروع برداشت	
تعداد فلاش‌ها		مسئول برنامه فروش	
تاریخ آخرین بازبینی		شماره دوره یا سالن	

مبنای برآورد برداشت

- ☐ برآورد مسئول تولید
☐ سفارش یا تعهد مشتری
☐ میانگین سه دوره اخیر
☐ داده کمپوست و سالن
☐ سایر:

برای کنترل واقع‌بینی عدد، تحلیل هزینه تمام‌شده و سودآوری تولید قارچ را کنار سوابق تولید خود ببینید. ظرفیت برداشت بدون برآورد هزینه و قیمت کف، هنوز برنامه فروش محسوب نمی‌شود.

فرض‌های این دوره

- ☐ افت یا ضایعات پیش‌بینی‌شده: درصد
☐ سهم محصول ممتاز: درصد

□ محدودیت حمل یا سردخانه:

□ تغییر احتمالی زمان برداشت:

هر درجه محصول باید یک مشتری، بسته‌بندی و مقدار هدف داشته باشد

مطالعه کارایی بازاریابی قارچ دکمه‌ای نشان می‌دهد کانال‌ها سهم و بازده یکسانی ندارند؛ همه بار را با یک تعریف و برای یک خریدار برنامهریزی نکنید.

مقدار پیش‌بینی‌شده	مشتری هدف	نوع بسته‌بندی	ویژگی کیفی مورد توافق	درجه محصول
..... کیلوگرم	فروشگاه یا صادرات			ممتاز
..... کیلوگرم	عمده‌فروش یا رستوران			درجه یک
..... کیلوگرم	کارخانه فرآوری	سبد یا فله		فرآوری
..... کیلوگرم				خارج از برنامه

برای بار فرآوری، ابتدا تقاضای واقعی را بسنجید. بسته‌بندی قارچ اسلایس‌شده نمونه‌ای از پیوند درجه محصول، مشتری و شکل عرضه است.

پرسش‌های تصمیم‌ساز

☐ مشتری برای کدام ویژگی واقعاً پول بیشتری می‌پردازد؟

.....

☐ حساسیت اصلی او قیمت است یا کیفیت و ثبات تحویل؟

.....

☐ کدام درجه بیشترین برگشتی را دارد و دلیل ثبت‌شده چیست؟

.....

☐ حداقل مقدار اقتصادی هر سفارش چقدر است؟ کیلوگرم

کنترل کیفیت توافق عبارت‌هایی مانند «درجه یک» را بدون معیار رها نکنید. اندازه، بسته‌بودن کلاهک، رنگ، پاکیزگی، دمای تحویل و حد مجاز برگشتی باید با مشتری روشن شود.

قیمت را پس از کسر هزینه‌های همان کانال مقایسه کنید

راهنمای مقایسه فروش عمده و مستقیم CCE و بازاریابی مستقیم محصولات کشاورزی NCAT ثبت هزینه و زمان را ضروری می‌دانند. برگشتی و تأخیر وصول را هم حساب کنید.

بازده نهایی	زمان وصول	برگشتی	حمل و کمیسیون	هزینه بسته‌بندی	قیمت فروش	کانال
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	عمده‌فروش
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	میدان میوه و تره‌بار
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	فروشگاه زنجیره‌ای
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	رستوران و آشپزخانه صنعتی
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	فروش مستقیم
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	صنایع تبدیلی
..... تومان	 روز	 درصد	 تومان	 تومان	 تومان	صادرات

فرمول محاسبه بازده قابل مقایسه محموله = مبلغ وصول‌شده - تخفیف - برگشتی - بسته‌بندی اختصاصی - حمل - کمیسیون و هزینه وصول

جمع‌بندی کانال‌ها

.....	کمترین ریسک برگشتی		بیشترین بازده وصول‌شده
.....	بیشترین ظرفیت جذب		سریع‌ترین وصول
.....	کانال پشتیبان		کانال منتخب این دوره

اختلاف قیمت اعلامی و مبلغ وصول‌شده را با مشکلات رایج فروش و بازاریابی قارچ و سوابق تسویه مزرعه تطبیق دهید.

قیمت بالاتر الزاماً سود بیشتر نیست؛ نتیجه پس از وصول و کسر هزینه‌ها روشن می‌شود.

جمع سهم‌ها باید دقیقاً ۱۰۰ درصد باشد

پژوهش زنجیره ارزش قارچ و نقش فرآوری مسیر فرآوری را کانالی مستقل می‌داند. این سهم را فقط با خریدار، ظرفیت پذیرش و شرایط تحویل روشن ثبت کنید.



هر قطعه حلقه برابر ۱۰ درصد است

درصد	نوع سهم
٪.....	دارای توافق یا قرارداد
٪.....	مشتریان تکرارشونده
٪.....	در معرض بازار روز
٪.....	پیش‌بینی‌شده برای فرآوری
٪.....	ذخیره تغییر برنامه
٪۱۰۰	جمع

سه سناریوی تقاضا

سناریو	نشانه آغاز اقدام	اقدام جایگزین ثبت‌شده
تقاضا بیشتر از پیش‌بینی	سفارش قطعی بیش از ظرفیت روزانه	
تقاضا مطابق پیش‌بینی	تحویل طبق تقویم و برگشتی در حد هدف	
تقاضا کمتر از پیش‌بینی	افزایش بار بدون مشتری یا لغو سفارش	

قانون تصمیم ذخیره را با ظرفیت واقعی مشتری جایگزین پر کنید؛ نام خریدار بدون مذاکره، اقدام جایگزین نیست.

تقویم برداشت و تحویل

6

هفته‌هایی را پیدا کنید که برداشت از تعهد فروش جلو می‌زند

برای محصول فسادپذیر، برداشت، پیش‌سردکردن، حمل و تحویل یک برنامه‌اند. ظرفیت سردخانه قارچ و خودرو را کنار تعهد مشتری ثبت کنید.

مقدار بدون مشتری	ظرفیت حمل	مقدار تعهدشده	مشتری	برداشت پیش‌بینی‌شده	هفته
..... کیلو	 کیلو	 کیلو		 کیلو	هفته اول
..... کیلو	 کیلو	 کیلو		 کیلو	هفته دوم
..... کیلو	 کیلو	 کیلو		 کیلو	هفته سوم
..... کیلو	 کیلو	 کیلو		 کیلو	هفته چهارم
..... کیلو	 کیلو	 کیلو		 کیلو	هفته پنجم
..... کیلو	 کیلو	 کیلو		 کیلو	جمع دوره

داده محلی و روز دوره را ثبت کنید. آخرین نرخنامه قارچ در میادین مرجع کمکی است؛ قیمت مزرعه را با کیفیت، هزینه کانال و موعد وصول بسنجید.

روزهای پرسیک

اقدام و مسئول	دلیل	مازاد محتمل	تاریخ یا هفته
.....		 کیلو	
.....		 کیلو	
.....		 کیلو	

کنترل پیش از تأیید مجموع مقدار تعهدشده نباید از برداشت قابل اتکای همان هفته بیشتر باشد. تعهد بیش از ظرفیت، همان‌قدر خطر دارد که تولید بدون مشتری.

وضعیت آمادگی تحویل

- ☐ خودرو رزرو شده ☐ بسته‌بندی تأمین شده
☐ شرایط برگشت روشن است ☐ ساعت تحویل تأیید شده
☐ دمای خروج و تحویل ثبت می‌شود ☐ شماره تماس جایگزین ثبت شده

چهار هفته برای تبدیل برنامه به تصمیم قابل سنجش

وضعیت	خروجی قابل ثبت	کار اصلی	هفته
☐ انجام شد	یک جدول فروش واقعی	ثبت اطلاعات محموله‌ها، قیمت و برگشتی	هفته اول
☐ انجام شد	دو نیاز خرید و شرط تسویه	گفت‌وگو با دو گروه مشتری	هفته دوم
☐ انجام شد	هزینه و نتیجه یک آزمون	آزمایش یک تغییر در بسته‌بندی یا تحویل	هفته سوم
☐ انجام شد	یک تصمیم با عدد و مسئول	مقایسه نتیجه و ثبت تصمیم دوره بعد	هفته چهارم

تصمیم این دوره

.....	برای چه کسی		چه چیزی تولید می‌کنیم
.....	با کدام کانال		چه مقدار
.....	اقدام جایگزین		مهم‌ترین ریسک

تأیید تصمیم

مسئول فروش:

تاریخ بازبینی:

امضا:



بازگشت به راهنمای بازاریابی فروش قارچ در هاگ

منابع بررسی‌شده

‘Cornell Strategic Marketing Channel Assessment ‘FAO Sustainable Food Value Chains
 USDA Local and Regional ‘NCAT Mushroom Cultivation ‘CCE Guide to Marketing Channels
 Indonesian Journal of ‘Mahajan and Thakur 2025 ‘USDA PACA ‘Food Market News
 Journal of Agricultural Extension and Rural ‘Business and Entrepreneurship 2024
 CABI Mushroom Marketing Channels and Consumer Behaviour ‘Development
 یادآوری: این کاربرگ جایگزین بررسی مالی، حقوقی و بازار نیست؛ تصمیم نهایی را با داده‌های واقعی دوره بسنجید.