دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه زنجیره عرضه زیتون در شهرستان رودبار، استان گیلان

سیده مریم سلیمانی تکلیمی[۱]، غلامحسین عبداله‌زاده[۲] و محمدشریف شریف‌زاده[۳]

۱- کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار- نوآوری و کارآفرینی کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان
۲- دانشیار، دانشکده مدیریت کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان (نویسنده مسوول: abdollahzade1@gmail.com)
۳- دانشیار، دانشکده مدیریت کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

تاریخ دریافت: ۹۸/۵/۱۵ تاریخ پذیرش: ۹۸/۷/۳۰
صفحه: ۹۸ تا ۱۱۱

چکیده

تحقیق کاربردی حاضر با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی با هدف تحلیل وضعیت و تدوین راهبردهای توسعه‌ی زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون در شهرستان رودبار، استان گیلان و در دو مرحله در سال ۱۳۹۷ اجرا شد. مرحله نخست به‌صورت مصاحبه‌های کیفی و مرحله دوم به‌صورت پیمایش پرسشنامه‌ای به انجام رسید. از یافته‌های مرحله اول، برای تشریح مسئله و کلیات طرح تحقیق و نیز توسعه ابزار تحقیق در مرحله دوم استفاده شد. بدین ترتیب، تعداد ٤٣ عامل خارجی (٢٦ مورد فرصت‌ها و ١٧ مورد تهدیدها) و ٦٦ عامل داخلی (٢٥ مورد قوت‌ها و ٤١ مورد ضعف‌ها) شناسایی شدند. در مرحله دوم نسبت به تدوین یافته‌های مرحله اول در قالب یک پرسشنامه برای ارزیابی و تدوین راهبردها بر مبنای چارچوب تحلیلی SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی اقدام شد. روایی صوری و محتوایی ابزار تحقیق (پرسشنامه محقق‌ساخته) بر اساس نظر گروهی از خبرگان (شامل گروهی اعضای هیأت علمی دانشگاه و مروجان کشاورزی منطقه) تأمین شد. برای افزایش روایی ابزار برخی گویه‌ها حذف یا ادغام شدند. پایایی آن نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بین ۰/۷۹ تا ۰/۹۱ تأیید شد. جامعه آماری تحقیق در این مرحله شامل تمام بهره‌برداران زیتون در شهرستان رودبار (N=١٦٠٠٠) بود. طبق جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان، حجم نمونه ۳۷۵ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. نتایج رتبه‌بندی گویه‌ها نشان داد که «شهرت زیتون شهرستان رودبار (برند مکانی)» به عنوان نقطه قوت، «عدم شناخت ظرفیت بازارهای بین‌المللی توسط تولیدکنندگان زیتون در سطح شهرستان» به عنوان نقطه ضعف، «امکان ورود آفات (مگس زیتون، پسیل زیتون و ...) از مرزها به استان» به‌عنوان تهدید و «امکان افزایش ارزش محصول زیتون از طریق بهبود روش کاشت، داشت و پس از برداشت» به‌عنوان فرصت دارای بالاترین اولویت هستند. یافته‌های تحلیل SWOT نشان داد که مجموع امتیاز عوامل داخلی به‌ترتیب ۲/۸۵۷ و ۳/٤٧٩ و مجموع امتیاز عوامل خارجی به‌ترتیب ۳/۲۲٤ و ۳/۰۵۸ می‌باشد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده راهبردهای توسعه‌ی زنجیره‌ی عرضه‌ی به راهبردهای رقابتی نزدیک می‌باشد. از بین راهبردهای رقابتی این موارد اهمیت بیشتری داشته است: «ترویج کشت ارقام پربازده و مشتری‌پسند»، «ترویج شیوه‌های آبیاری مدرن مانند آبیاری قطره‌ای»، «احداث نهالستان تولید نهال در سطح شهرستان جهت سهولت دسترسی به نهال ارقام پربازده»، «واگذاری زمین‌های دولتی با تسهیلات حمایتی جهت افزایش سطح زیر کشت»، «ترغیب دانش‌آموختگان بخش کشاورزی جهت احداث باغ‌های مکانیزه و اصولی از طریق طرح‌های حمایتی ویژه».

واژه‌های کلیدی: زنجیره‌ی عرضه؛ زیتون؛ تحلیل SWOT ؛ شهرستان رودبار

مقدمه

یک زنجیره‌ی عرضه[۱] به جریان مواد، اطلاعات، وجوه و خدمات از تأمین‌کنندگان مواد خام طی کارگاه‌ها و انبارها تا مشتریان پایانی اشاره دارد و شامل سازمان‌ها و فرایندهایی می‌شود که کالاها، اطلاعات و خدمات را ایجاد و به مصرف‌کنندگان تحویل می‌دهند. این زنجیره شامل خیلی از وظایف از قبیل خرید، جریان وجـــوه، باربری مواد، برنامه‌ریزی و کنترل تولید، کنترل موجودی و پشتیبانی و توزیع و تحویل می‌گردد (۱۹). هدف عمده در مدیریت یک زنجیره‌ی عرضه، حداکثرکردن ارزش کلی محصول تولیدشده است (۲۱). بنابراین، مدیریت زنجیره‌ی عرضه عبارت است از: فرآیند یکپارچه‌سازی فعالیت‌های زنجیره‌ی عرضه و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن، از طریق بهبود و هماهنگ‌سازی فعالیت‌ها در زنجیره‌ی تأمین تولید و عرضه. هدف هر زنجیره‌ی عرضه حداکثرکردن کل ارزش تولیدی است (۲۰). هدف اصلی فعالیت‌های مربوط به زنجیره‌ی تأمین، ارضای تقاضای مشتریان است، به‌طوری که بتواند محصول مورد نظر را با حداکثر کیفیت، حداقل قیمت و در زمان مورد نظر به مشتریان تحویل دهد.

در کلی‌ترین حالت، حلقه‌های زنجیره‌ی عرضه از یک سو با تأمین‌کنندگان مواد اولیه و از سوی دیگر با مشتریان مرتبط هستند (۱۵). زنجیره‌ی تأمین نتیجه به‌هم‌پیوستن حلقه‌های عملیاتی مختلف است که در ابتدای آن عرضه‌کنندگان و در انتهای آن مشتریان قرار دارند (۴). زنجیره‌ی تأمین شبکه‌ای

۱- با توجه به این که تعاریف زنجیره‌ی عرضه و زنجیره‌ی تأمین، مفهوم یکسانی را شامل می‌شوند در تحقیقات مختلف به جای هم به‌کار برده می‌شوند، در این پژوهش نیز گاهی به‌جای لفظ زنجیره‌ی عرضه از زنجیره‌ی تأمین استفاده شده است. در لغت‌نامه انگلیسی نیز، هم برای زنجیره‌ی عرضه و هم برای زنجیره‌ی تأمین از واژه " supply chain" استفاده می‌شود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

از امکانات و گزینه‌های توزیع است که توابع زیر را انجام می‌دهند: تهیه مواد، تبدیل این مواد به محصولات میانی و نهایی، توزیع این محصولات نهایی به مشتریان. مدیریت زنجیره‌ی تأمین یک راهبرد است که از طریق آن ادغام این توابع مختلف را می‌توان به دست آورد (۲۰).

مدیریت زنجیره‌ی عرضه مجموعه‌ای از راه‌کارها برای یکپارچه‌سازی اعضای زنجیره (تأمین‌کنندگان، خرده‌فروشی و مشتری نهایی) گفته می‌شود که هدف آن کاهش هزینه‌های سیستم و افزایش سطح خدمات‌رسانی به مشتریان است (۲). زنجیره‌ی عرضه شبکه به‌هم‌پیوسته‌ای است از عرضه‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مشتریانی که به‌منظور فراهم‌آوری یک محصول یا خدمت برای مشتری به‌وجود آمده‌اند (۱۶). گسترش بازارها و محصولات، رقابت‌ها را از سطح مابین شرکت‌ها به سطح مابین زنجیره‌های تأمین کشانده و تمرکز بر بهبود عملکرد این زنجیره‌ها، تنها مسیر دستیابی به مزایای رقابتی در بازار جهانی کسب‌وکار امروزه است (۹). مدیریت زنجیره‌ی تأمین یکپارچه به تعهدی سنگین از سوی کلیه اعضای زنجیره ارزش نیازمند است. یکپارچگی مهم‌ترین هدف زنجیره تأمین می‌باشد و در نهایت منجر به مزیت رقابتی برای سازمان‌ها خواهد شد. بدیهی است که هر چقدر ویژگی‌ها و فعالیت‌های زنجیره‌ی تأمین کمک بیشتری به یکپارچگی زنجیره کند، تاثیر بیشتری در موفقیت زنجیره‌ی تأمین خواهد داشت (۹).

با توجه به تغییر ساختار بخش کشاورزی در راستای ملزومات جهانی‌شدن و تغییر حرکت به سمت تجاری‌شدن برای هماهنگی با این ساختار، لازم است بخش‌های مختلف تولید، تدارکات، فرآوری، ذخیره، توزیع حمل و نقل و سایر فعالیت‌های جانبی مرتبط با بخش کشاورزی به‌خوبی برنامه‌ریزی و مدیریت شوند (۱۱). مهم‌ترین اهداف زنجیره‌ی تأمین فراورده‌های غذایی کاهش قیمت و افزایش کیفیت است که با اصلاح مصارف و راه‌اندازی سامانه اطلاعات زنجیره‌ی تأمین تحقق می‌یابد (۱۱). اصلاح مصارف فرآورده‌های غذایی علاوه بر ارتقاء سلامت برای رشد ارزش افزوده و اشتغال در صنایع غذایی نیز حائز اهمیت هستند. سامانه‌ی اطلاعات زنجیره‌ی تأمین نیز یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌ها برای دستیابی به اهداف زنجیره‌ی تأمین فرآورده‌های غذایی می‌باشد که در کاهش اتلاف‌ها و افزایش کیفیت بسیار اثرگذار است. زنجیره‌ی تأمین فرآورده‌های غذایی سهم عمده‌ای در هزینه‌ی خانوار و سلامت جامعه دارد. دسترسی به غذای کافی و سالم از محورهای اصلی توسعه، سلامت جامعه و زیرساخت‌های نسل آینده‌ی کشور است و دستیابی به آن از اهداف اصلی هر کشور است در امنیت غذایی، علاوه بر اتخاذ سیاست‌های مناسب کشاورزی، توجه به زیرساخت‌ها، سیستم توزیع، بازاریابی و کاهش ضایعات ضرورت دارد.

زیتون به‌عنوان یک محصول باغبانی، صنعتی، بازرگانی، از جایگاه خاصی برخوردار است. این محصول قابلیت ایجاد اشتغال در فرآیندهای مختلف زنجیره‌ی عرضه آن را دارا است. به‌طوری که در نواحی که تولید زیتون دارای مزیت نسبی است علاوه بر اشتغال‌زایی در مرحله تولید، فرصت‌های کسب‌و کار بی‌شماری نیز در مراحل پس از برداشت از جمله فرآوری ایجاد و توسعه یافته است. در ایران و در سطح شهرستان رودبار نیز با توجه به شرایط آب و هوایی شهرستان، از مرغوب‌ترین و با کیفیت‌ترین زیتون‌های جهان تولید می‌شود که به دلایل مختلفی کسب‌و کارهای پیشرفته و با قابلیت اشتغال‌زایی مناسب، در زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون توسعه نیافته است. زیتون به‌عنوان محصول اصلی شهرستان رودبار، دارای بازار فروش مطلوبی در سطح کشور است. خصوصیات این محصول مانند؛ قابلیت انبارداری، شرایط خاص عمل‌آوری، روغن‌گیری و... زیتون را از سایر محصولات متمایز ساخته و نقش تعیین‌کننده‌ای در اشتغال‌زایی دارد. با توجه به عدم وجود خدمات حمایتی دولتی در منطقه رودبار، وجود بازار فروش مناسب و امکان ایجاد برند منطقه‌ای برای زیتون جهت ارزش افزایی هرچه بیشتر محصول، لازم است تا در زمینه‌ی توسعه‌ی این محصول تحقیقاتی انجام شود. در این پژوهش سعی می‌شود ابتدا کسب‌و کارهای مبتنی بر کشت‌و کار زیتون در زنجیره‌ی عرضه شناسایی شده و سپس راهبردها و اولویت‌های مناسب برای توسعه‌ی این کسب‌و کارها در زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون شناسایی و ارائه شوند.

در این تحقیق از رویکرد معرفی‌شده توسط عبداله‌زاده و شریف‌زاده (۱) استفاده شد که متشکل از حلقه‌های تولید، خرید و فروش زیتون سبز، فرآوری، مصرف و پشتیبانی می‌باشد (شکل ۱). اجزای این حلقه‌ها در قالب نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید تبیین و تحلیل شده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]



شکل ۱- اجزای زنجیره‌ی عرضه (عبداله‌زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۷)
Figure 1. Supply Chain Components (Abdollahzadeh and Sharifzadeh, 2018)

هرچند تحقیقات زیادی درباره مدیریت زنجیره‌ی عرضه صورت گرفته است، اما تاکنون پژوهشی با رویکرد راهبردهای توسعه‌ی زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون در شهرستان رودبار انجام نشده است. بنابراین در این تحقیق سعی شده است تا به بررسی تحلیلی زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون در شهرستان رودبار پرداخته شود و پیشنهاداتی برای ارتقای کشت این محصول ارائه شود.

از جمله پژوهش‌های صورت‌گرفته در داخل کشور درباره زنجیره‌ی عرضه محصولات کشاورزی می‌توان به پژوهش امیری و همکاران اشاره کرد. آنان در مطالعه‌ای با عنوان "تحلیل رقابت‌پذیری زنجیره‌ی عرضه‌ی زعفران ایران" به وضعیت عوامل رقابت‌پذیری این محصول در قالب مدل الماس پورتر[1] پرداختند. این مدل مبتنی بر چهار عامل (۱- عوامل درونی ۲- شرایط تقاضا ۳- صنایع پشتیبانی‌کننده ۴- استراتژی، ساختار و رقابت) است. مدل الماس پورتر برای تحلیل و سنجیدن رقابت‌پذیری ملل و گروه‌بندی‌کردن، طراحی گردیده است و یک مدل استراتژی تجارت پایدار، جهت بالابردن قدرت رقابت‌پذیری می‌باشد که با به‌کارگیری و اجرای درست آن نتایج مثبتی به بار خواهد آمد. نتایج این تحقیق بیانگر این است که توزیع نامتقارن ارزش در طول زنجیره‌ی عرضه‌ی زعفران، در بلندمدت به کاهش کیفیت محصول انجامیده است. در نتیجه رقابت مخرب در حلقه بازرگانی خارجی، ضمن از بین‌بردن انگیزه‌ی سرمایه‌گذاری بلندمدت در بخش بازرگانی خارجی این محصول، از یک طرف بازاریابی بین‌المللی را فاقد توجیه اقتصادی کرده و از طرف دیگر در انتقال اطلاعات بخش تقاضا به مراحل تولید و فرآوری کارآمد نبوده است (۵). میری و همکاران در تحقیقی با عنوان "تحلیل زنجیره‌ی عرضه‌ی توت‌فرنگی در شهرستان رامیان، استان گلستان" به وضعیت عوامل رقابت‌پذیری این محصول در قالب الماس پورتر پرداختند، نتایج این تحقیق نشان داد که راهبردهای توسعه زنجیره‌ی عرضه‌ی به راهبردهای تدافعی نزدیک می‌باشد. سپس با استفاده از رهیافت گروه کانونی[2] مجموعه‌ای از سیاست‌ها برای هر راهبرد معرفی کردند. با توجه به نتایج مطالعه ترویج ارقام پربازده و بازار پسندتر توسط توت‌فرنگی‌کاران منطقه، ترغیب سرمایه‌گذاری به‌منظور توسعه صنایع فرآوری و تبدیلی توت‌فرنگی در منطقه و همچنین ایجاد و فعال‌کردن اتحادیه تعاونی‌های توت‌فرنگی‌کاران را پیشنهاد دادند (۱۵).مجرد و همکاران در تحقیقی تحت عنوان "مدیریت زنجیره‌ی عرضه‌ی فرآوری‌شده محصولات غذایی مطالعه موردی صنعت تولید رب گوجه‌فرنگی در استان خراسان شمالی" از برنامه‌ریزی خطی تصادفی[3] چندمرحله‌ای استفاده کردند. بدین منظور عدم حتمیت در عرضه‌ی نهاده (گوجه‌فرنگی) در برنامه‌ریزی فروش صنعت تولید رب گوجه‌فرنگی در استان خراسان شمالی مورد توجه قرار گرفت. یافته‌های این مطالعه نشان داد که بحث عدم حتمیت عرضه‌ی نهاده‌های اصلی برای حفظ جایگاه واحدهای تولیدی در بازار اهمیت زیادی دارد و لازم است توسط مدیران واحدهای تولیدی مورد توجه بیشتری قرار گیرد (۱۸).

از جمله پژوهش‌های صورت‌گرفته خارج از کشور می‌توان به تحقیقات زیر اشاره کرد. کیم و همکاران در تحقیقی تحت عنوان "یکپارچگی زنجیره‌ی تأمین در هماهنگی بین قابلیت رقابتی و عملیاتی شرکت‌ها" به این نتیجه رسیدند که اثر متقابل بین توانایی رقابتی شرکت‌ها و قابلیت عملیاتی منجر به بهبود عملکرد زنجیره تأمین می‌شود (۱۳). جداو و همکاران در تحقیقی تحت عنوان "تجزیه و تحلیل اقتصادی عرضه سبزیجات تازه در مرز خاورمیانه" به این نتیجه دست پیدا کردند که از کل سیب‌زمینی تولیدشده حدود ۷۵٪ به بازارهای دور انتقال می‌یابد و در این مسیر تولیدکننده، نماینده کمیسیون، خرده‌فروش، مصرف‌کننده و کانال بازاریابی قرار دارند و از جمله محدودیت‌های عمده تولیدکنندگان به هزینه بالای تولید، نوسانات بالای قیمت، کمبود اطلاعات بازاریابی و کمبود امکانات حمل و نقل اشاره کردند. همچنین برای بهبود این مشکلات معیارهایی مانند ارائه امکانات سردخانه‌ای و ذخیره‌سازی محصول در سطح روستا، امکانات مناسب جهت حمل و نقل محصول به مراکز فروش، اطلاع‌رسانی به کشاورزان، ایجاد جوامع بازاریابی و تثبیت حداکثر-حداقل قیمت سبزیجات را پیشنهاد کردند (۱۰). فالکرز و کوهورست

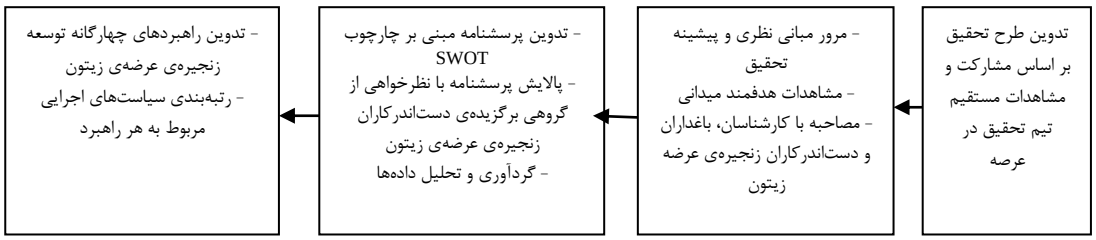
1- Porter Diamond Model 2- Foucus Group 3- Stochastic Linear Programing

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

در تحقیقی تحت عنوان "چالش‌های موجود در زنجیره‌های تأمین مواد غذایی بین‌المللی" به این نتیجه رسیدند که زنجیره‌ی عرضه‌ی یک سری از شرکت‌های وابسته به یکدیگر است که به‌منظور مدیریت جریان کالاها و خدمات در زنجیره‌ی تولید ارزش افزوده‌ی محصولات کشاورزی و غذایی با یکدیگر کار می‌کنند، تا نیاز مشتریان را با پایین‌ترین هزینه‌ی ممکن تأمین نمایند (۸). برایسسون در پژوهشی تحت عنوان "استفاده از فناوری در زنجیره‌های عرضه محصولات تجاری" به این نتیجه رسید که مراحل زنجیره‌ی عرضه و رابطه میان فعالان آن، در رقابت‌پذیری محصول نهایی که توسط مصرف‌کننده نهایی خریداری می‌شود، نقش اساسی دارد. زیرا هر مرحله، کانون تصمیم‌گیری‌هایی است که نتیجه‌ی آن تصمیم می‌تواند بر عملکرد دیگر حلقه‌های زنجیره اثر بگذارد. بنابراین، در برخی موارد ممکن است که رقابت‌پذیری تک تک بنگاه‌ها در دستیابی به بهینه‌ی کل، سودمند نباشد و مزیت رقابتی محصول نهایی از نحوه‌ی سازمان‌دهی زنجیره‌ی عرضه و کل فعالیت‌های مربوط به ارزش‌افزایی آن تأثیر پذیرد (۶). کولین و همکاران در تحقیقی تحت عنوان "فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان یک استراتژی کلیدی برای مدیریت کارآمد زنجیره‌ی تأمین در تولید SMEs" به این نتیجه رسیدند که مدیریت زنجیره‌ی تأمین مناسب برای رقابتی‌شدن در بازار لازم و ضروری است؛ زیرا موجب اطمینان از اثربخشی و همکاری مناسب با تأمین‌کنندگان، واسطه‌ها و تأمین نیاز بازار می‌شود. لی و همکاران در تحقیقی تحت عنوان "تأثیر شیوه‌های زنجیره‌ی تأمین بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی" به این نتیجه دست یافتند که در صورت افزایش سطح عملکرد مدیریت زنجیره‌ی عرضه، مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی بهبود می‌یابد (۱۴). کایناک و هارتلی در تحقیقی با عنوان "تکثیر و گسترش مدیریت کیفیت زنجیره‌ی تأمین" به این نتیجه رسیدند که مدیریت زنجیره‌ی تأمین متشکل از دو بخش داخلی و خارجی بوده و مشتریان تأمین‌کنندگان و مشتری‌مداری از بخش‌های مهم مدیریت زنجیره‌ی عرضه هستند (۱۲). نگی و آناند در تحقیقی با عنوان "مسائل و چالش‌های موجود در زنجیره‌ی تأمین میوه‌ها و سبزیجات بخش در هند" به نقد و بررسی چالش‌ها و مسائل مختلف زنجیره‌ی تأمین میوه‌ها و سبزیجات در هند پرداختند. نتایج نشان داد که عواملی مانند ارتباطات و ادغام بین شرکاء، مسائل مربوط به مالیات، امکانات زیربنایی، هزینه‌ی مواد جهت بسته‌بندی، فناوری و روش‌ها، دانش و آگاهی کشاورزان، ضرر از بین‌رفتن محصولات تازه، امکانات حمل و نقل، اطلاعات مربوط به بخش عرضه و تقاضا و غیره، چالش‌های جدی برای بخش میوه و سبزیجات بوده و بر رشد کلی توسعه کشاورزی هند تأثیر می‌گذارد (۱۹). به‌طور کلی مطالعات پیشین بر ارزیابی انعطاف‌پذیری زنجیره‌ی عرضه‌ی کشاورزی تمرکز کردند و تحلیل اختلالات زنجیره که می‌تواند امنیت غذایی را تحت تأثیر قرار دهد را با تمرکز بر برخی محصولات ارائه کردند. این تحقیق، به‌دلیل اهمیت محصول زیتون در شهرستان رودبار با هدف بررسی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون انجام شده است.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر زمانی گذشته‌نگر، از لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه‌ی تحلیل داده‌ها، توصیفی و پیمایشی است. این تحقیق در چندمرحله اصلی انجام شد (شکل ۱).



شکل ۲- روند مراحل کلی تحقیق
Figure 2. The general process of the research process

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، یک پرسشنامه بود که با توجه به چارچوب تحلیل (SWOT)[1] در دو بخش اصلی: (الف) مشخصات فردی باغداران و (ب) نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون تدوین شد. به این منظور ابتدا ادبیات و پیشینه تحقیق بررسی شد و فهرست اولیه‌ای در این زمینه تدوین شد. سپس گویه‌های مهم و کلیدی از فهرست کلی مزبور در مصاحبه‌های با تعدادی از کارشناسان اداره جهاد کشاورزی شهرستان رودبار و باغداران

1- Strenght, Weakness, Opportunity, Threat

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

باسابقه جداسازی شد و در نهایت فهرست نهایی با نظر کمیته تحقیق (شامل محقق، استاد راهنما و استاد مشاور) تأیید شد. روایی محتوایی پرسشنامه‌ی تحقیق از طریق مصاحبه و مشاهده و کسب نظر باغداران با سابقه کشت زیتون، تعدادی از کارشناسان اداره جهادکشاورزی شهرستان رودبار و مرکز تحقیقات زیتون و هم‌چنین تیم تحقیق در چند مرحله سنجش جوانب مهم و اصلی و پس از حذف برخی گویه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. روایی صوری پرسشنامه نیز پس از چندین مرحله توسط استاد راهنما و استاد مشاور بررسی شد و مشخص گردید که پرسشنامه در ظاهر نیز به درستی متغیرهای مورد نظر را مورد سنجش قرار می‌دهد. پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مشخص شد.

جامعه آماری این تحقیق شامل باغداران و بهره‌برداران مشغول به کشت و کار زیتون در شهرستان رودبار در زمان تحقیق به تعداد ۱۶۰۰۰ نفر بود. با توجه به این که هیچ شناختی از واریانس نمونه‌ها و متغیرهای کلیدی وجود نداشت برای برآورد حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان استفاده شد تا بیشترین حجم نمونه به‌دست آید. بدین‌ترتیب، برآورد تعداد حجم نمونه ۳۷۵ نفر تعیین شد و تعداد بیشتری پرسشنامه بین نمونه توزیع شد و در نهایت اطلاعات ۳۸۷ نفر مورد مبنای تحلیل قرار گرفت. به‌منظور تحلیل داده‌ها در این مطالعه از تکنیک SWOT استفاده شد. طبق رهیافت SWOT نخست نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها با استفاده از پیشینه تحقیق و بر اساس اطلاعات محقق از منطقه تحقیق و پس از چندین مرحله تحقیق میدانی از باغداران باسابقه و کارشناسان اداره جهاد کشاورزی شهرستان رودبار همچنین کسب نظر استاد راهنما و استاد مشاور، به‌صورت یک فهرست نوشته شد. سپس، در مورد آنها بحث و تبادل نظر صورت گرفت سپس متناسب با آن‌ها راهبردهایی طراحی شدند. مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درونی با فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی است (۴). این تکنیک مسائل را در دو بعد داخلی و خارجی مورد بررسی قرار می‌دهد. با این روش تجزیه و تحلیل می‌توان راهبردها و راهکارهای مفیدی برای حل مسائل و بهبود عملکرد زنجیره عرضه ارائه داد که اغلب در ۴ گروه راهبردی طبقه‌بندی می‌شوند که شامل: راهبردهای تهاجمی (SO): که در آن بررسی می‌شود که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از نقاط قوت حداکثر بهره‌برداری را از فرصت‌ها انجام داد. راهبردهای واکنشی (ST): به بررسی این امر می‌پردازد که چگونه می‌توان با استفاده از نقاط قوت اثر تهدیدات را حذف کرد یا کاهش داد. راهبردهای رقابتی (WO): بررسی می‌کند که چگونه باید با بهره‌گیری از فرصت‌ها نقاط ضعف را تبدیل به نقطه قوت کرد یا از شدت نقاط ضعف کاست و راهبردهای تدافعی (WT): به بررسی این امر می‌پردازد که چگونه باید با کاهش‌دادن نقاط ضعف تاثیر تهدیدات را کاهش داد یا تاثیرشان را حذف نمود.

پرسش‌نامه تنظیم‌شده شامل نقاط قوت (۲۵ گویه)، نقاط ضعف (۴۱ گویه)، فرصت‌ها (۲۶ گویه) و تهدیدها (۱۷ گویه) بود. روش کار به این صورت بود که ابتدا از طریق پرسشنامه در طیف لیکرت (۱- خیلی کم، ۲- کم، ۳- متوسط، ۴- زیاد، ۵- خیلی زیاد)، کارشناسان به هر یک از عوامل درونی و بیرونی، ارزش و یا ضریب می‌دهند. سپس با ضرب تعداد هر یک از گزینه‌ها در ارزش هر گزینه در طیف لیکرت و جمع آنها ضریب اولیه هر عامل محاسبه شد (ستون اول جدول‌های ۱ تا ۴). در مرحله بعدی درصد یا میانگین وزنی هر عامل نسبت به کل ضریب اولیه محاسبه شد. برای این کار ابتدا ضریب اولیه هر عامل در ۱۰۰ ضرب و بر مجموع ضریب اولیه تقسیم شد. عدد به‌دست آمده را به‌صورت صدم نوشته و ضریب ثانویه محاسبه شد (ستون دوم جدول‌های ۱ تا ۴). سپس، این گویه‌ها رتبه‌بندی شد و در نهایت با ضرب این رتبه در ضریب ثانویه، ارزش نهایی هر عامل تعیین شد (ستون چهارم جدول ۱ تا ۴). با جمع ارزش‌ها و نمرات، ارزش نهایی هر یک از عوامل چهارگانه (نقاط ضعف و قوت، تهدیدها، فرصت‌ها) محاسبه شد (ردیف آخر جدول‌های ۱ تا ۴). در نهایت راهبردهای مورد نظر تدوین و ارائه گردید.

نتایج و بحث

توصیف ویژگی‌های فردی و باغداری پاسخگویان

به‌لحاظ جمعیت‌شناختی، میانگین سنی پاسخگویان ۴۸/۱۲ بود و بیشتر آنها یعنی ۵۴/۳ درصد در گروه سنی ۳۵-۵۰ سال قرار داشتند. به لحاظ جنسیت، ۸۹/۹ درصد پاسخگویان مرد بودند. میزان تحصیلات ۲۵/۳ درصد از پاسخگویان بین دبیرستان تا دیپلم بود. حدود ۳۵/۱ درصد از پاسخگویان سابقه ۱۰-۲۰ ساله در زمینه زیتون‌کاری داشتند. نظام بهره‌برداری ۸۹/۹ درصد پاسخگویان به‌صورت خانوادگی و ۱۰/۱ درصد به‌صورت ورزیگری است. مالکیت زمین ۸۰/۱ درصد پاسخگویان به‌صورت شخصی بود. نحوه کشت ۹۴/۸ درصد پاسخگویان به صورت سنتی بود. از بین باغداران مورد مطالعه، ۹۱/۵ درصد از ارقام محلی استفاده می‌کردند. در این بین، ۷۸ درصد نهال مصرفی آن‌ها از رقم زرده بود که دلیل آن وجود درختان زیتون چندین‌ساله‌ای است که در منطقه رودبار وجود دارد، اکثر درختان حاصل دسترنج باغداران نسل‌های قبل بوده و به‌صورت موروثی به باغداران رسیده است. مساحت باغ ۴۶ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲۰۰ متر بود. تعداد قطعات باغ ۷۸ درصد پاسخگویان بین ۲-۱ قطعه بود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ۶۵/۹ درصد نیروی کار پاسخگویان به‌صورت خانوادگی می‌باشد. ۷۰ درصد پاسخگویان از نهال‌های خودرو استفاده می‌کردند. ۲۴ درصد از پاسخگویان

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

کود و سم مصرفی خود را از فروشگاه کود و سم تأمین می‌کنند. ۲۵/۶ درصد از اداره جهاد کشاورزی شهرستان رودبار کود و سم دریافت می‌کنند. نیمی از پاسخگویان یا از کود و سم استفاده نمی‌کردند، یا به سایر روش‌ها کود و سم تهیه می‌کردند. ۵۸/۹ درصد از مشارکت کنندگان، محصولات خود را مستقیم و بدون واسطه به بازار عرضه می‌کردند. ۶۲/۸ درصد پاسخگویان دانش فنی خود را از طریق یادگیری تجربی به‌دست می‌آورند و از آنجایی که از سنین نوجوانی به کسب تجربه در زمینه‌ی باغداری می‌پردازند این نتیجه چندان دور از ذهن نیست.

وضعیت زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون در منطقه مورد مطالعه

در ادامه، مجموعه‌ی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای مرتبط با مراحل مختلف زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون، از مرحله‌ی ماقبل کشت تا عرضه به بازار توصیف شده است. در این راستا، ابتدا ضریب اولیه محاسبه شد. برای تعیین ضریب اولیه هر عامل، ابتدا تعداد افرادی که این عامل را انتخاب کردند، در ارزش این گزینه در طیف لیکرت ضرب شد. سپس برای محاسبه‌ی ضریب ثانویه مجموع ضرایب اولیه محاسبه شد. در مرحله‌ی بعدی درصد یا میانگین وزنی هر عامل نسبت به مجموع کل به‌دست آورده شد، برای این کار درصدگیری شد و ضریب ثانویه نام‌گذاری شد. در مرحله‌ی بعدی کار، تعیین رتبه برای هریک از عوامل یادشده بود. پس از تعیین رتبه، ضریب نهایی هر یک از عوامل را مشخص کرده سپس ارزش هر رتبه‌ای که به هر عامل داده شده بود، در ضریب ثانویه ضرب و در نهایت ضریب نهایی هر عامل به‌دست آمد.

نقاط قوت زنجیره عرضه زیتون

با رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به نقاط قوت این نتیجه حاصل شد که گویه‌های "شهرت زیتون شهرستان رودبار (برند مکانی)"، "تاثیر آب و هوای معتدل رودبار در طعم زیتون و طعم متفاوت و اصیل زیتون رودبار (نسبت به جاهایی که به‌صرف سازگاری آب و هوای آن منطقه نسبت به زیتون، در آن زیتون‌کاری شده است)" از رتبه بالاتری برخوردارند.

جدول ۱- رتبه‌بندی نقاط قوت زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون

Table 1. Ranking the strenghs of olive supply chain

	گویه‌ها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
حلقه تولید	دانش مناسب باغداران بومی در مورد کشت زیتون	۱۳۰۵	۰/۰۳۹	۱	۰/۰۳۹
	اراضی مستعد برای توسعه‌ی باغداری زیتون در شهرستان رودبار	۱۳۳۱	۰/۰۴۰	۴	۰/۱۶۰
	کم‌بودن بیماری‌های زیتون در منطقه به‌دلیل نزدیک‌بودن به باغ مادری علی‌آباد	۱۲۰۴	۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶
	عملکرد بالای محصول در روش کاشت صنعتی	۱۲۰۵	۰/۰۳۶	۳	۰/۱۰۹
	تاثیر اب‌وهوای معتدل منطقه رودبار در طعم زیتون	۱۷۲۳	۰/۰۵۲	۴	۰/۲۰۸
	وجود انشعابات رودخانه سپیدرود جهت آبیاری درختان زیتون	۱۲۷۰	۰/۰۳۸	۴	۰/۱۵۳
	نیاز آبی پایین گیاه در ماه‌های گرم تابستان و اوج مصرف آب در زمان کمبود	۱۴۶۴	۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶
	امکان کشت دیم گیاه زیتون	۱۰۹۵	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳
	سازگاری درخت زیتون با خاک‌های فاقد زهکشی مناسب	۱۲۴۹	۰/۰۳۸	۲	۰/۰۷۵
	جلوگیری از فرسایش مداوم خاک در اراضی شیب‌دار تحت کشت زیتون	۱۲۹۰	۰/۰۳۹	۴	۰/۱۵۶
	وجود تعداد بالای فروشگاه‌های زیتون در سطح شهرستان	۱۴۱۴	۰/۰۴۳	۴	۰/۱۷۰
حلقه خرید فروش	تعداد بالای افراد خریدار زیتون سبز	۱۳۱۵	۰/۰۴۰	۴	۰/۱۵۹
	فروش نقد زیتون سبز به کارخانجات سطح شهرستان برای فرآوری و دسترسی سریع به نقدینگی	۱۱۳۴	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۶۸
حلقه فرآوری	بافت محکم میوه که پس از فراوری سبب افزایش ماندگاری محصول می‌شود.	۱۴۴۲	۰/۰۴۳	۳	۰/۱۳۰
	بهداشت بالای کارخانجات فراوری‌کننده زیتون در سطح شهرستان	۱۲۶۷	۰/۰۳۸	۳	۰/۱۱۵
	وجود کارخانجات با برند معتبر در سطح شهرستان	۱۲۹۸	۰/۰۳۹	۲	۰/۰۷۸
	شهرت زیتون شهرستان رودبار (برند مکانی)	۱۵۲۷	۰/۰۴۶	۵	۰/۲۳۰
حلقه مصرف	افزایش تمایل مردم به مصرف زیتون به‌دلیل پی‌بردن به خواص درمانی آن در سال‌های اخیر	۱۵۹۰	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۴
	وجود بازار گسترده خرده‌فروشی	۱۴۴۲	۰/۰۴۳	۳	۰/۱۳۰
	ماندگاری بالای محصول در صورت دیر به فروش رسیدن	۱۴۳۴	۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳
	طعم متفاوت و اصیل زیتون رودبار (نسبت به جاهایی که به‌صرف سازگاری آب‌و هوای آن منطقه نسبت به زیتون، در آن زیتون‌کاری شده است)	۱۶۳۴	۰/۰۴۹	۴	۰/۱۹۷
حلقه پشتیبانی	وجود توان کارشناسی بالا در تشخیص و کنترل بیماری‌های گیاهی زیتون توسط موسسه تحقیقات زیتون واقع در شهرستان رودبار	۱۱۵۰	۰/۰۳۵	۱	۰/۰۳۵
	وجود مراکز آموزش عالی متعدد برای پرورش نیروهای متخصص در سطح کشور	۹۶۰	۰/۰۲۹	۱	۰/۰۲۹
	وجود دستگاه‌های مخصوص فراوری زیتون در کارخانجات	۱۱۶۴	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵
	وجود افراد ماهر در فراوری اصولی زیتون سبز	۱۲۷۳	۰/۰۳۸	۲	۰/۰۷۷
	جمع	۳۳۱۸۰			۲/۸۵۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

نقاط ضعف زنجیره عرضه زیتون

با رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به نقاط ضعف این نتیجه به‌دست آمد که گویه‌های "عدم شناخت ظرفیت بازارهای بین‌المللی توسط تولیدکنندگان زیتون در سطح شهرستان"، "بالابودن هزینه‌ی نیروی انسانی در فرآیند کاشت، داشت و برداشت"، "عدم اطمینان مشتری از اصل‌بودن روغن زیتون"و "کارآمدی پایین تشکل‌های بخش کشاورزی و حمایت ناکافی از آنها" از اولویت بالایی برخوردار بودند.

جدول ۲- رتبه‌بندی نقاط ضعف زنجیره عرضه زیتون

Table 2. Ranking the weakness of olive supply chain

	گویه‌ها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
حلقه تولید	بالابودن سن بهره‌برداران و کاهش توان جسمی	۱۱۹۵	۰/۰۲۲	۳	۰/۰۶۵
	پایین‌بودن سطح سواد بهره‌برداران	۱۰۶۹	۰/۰۱۹	۳	۰/۰۵۸
	فقدان سازوکار هدایت برنامه جامع کشت سالانه	۱۳۷۳	۰/۰۲۵	۳	۰/۰۷۵
	کاشت مداوم برخی ارقام محلی به شیوه سنتی با نیاز آبی بالا	۱۳۵۰	۰/۰۲۴	۴	۰/۰۹۸
	عدم علاقه عمومی در شهرستان به فعالیت در بخش کشاورزی	۱۱۳۴	۰/۰۲۱	۴	۰/۰۸۲
	پایین‌بودن میزان راندمان آبیاری و بهره‌وری عوامل تولید (آب و خاک) و عملکرد در واحد سطح و بالابودن هزینه‌های تولید	۱۲۹۴	۰/۰۲۳	۱	۰/۰۹۴
	عدم رعایت الگوی علمی کشت زیتون توسط باغدار	۱۴۷۲	۰/۰۲۷	۴	۰/۱۰۷
	عدم آگاهی کشاورزان از آفات و بیماری‌های منطقه به‌علت کم‌توجهی و نظارت ضعیف میدانی کارشناسان مسوول باغداران در منطقه رودبار	۱۴۰۸	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶
	پایین‌بودن توان مالی بهره‌برداران	۱۳۴۷	۰/۰۲۴	۳	۰/۰۷۳
	بالابودن هزینه‌ی نیروی انسانی در فرآیند کاشت، داشت و برداشت	۱۴۷۹	۰/۰۲۷	۵	۰/۱۳۴
	عدم انجام آزمایش خاک در زمان تهیه و آماده‌سازی زمین قبل از کاشت نهال برای احداث باغ	۱۴۱۹	۰/۰۲۶	۴	۰/۱۰۳
	عدم تمایل مالکان برای قطع درختان نیمه‌خشک و کوتاهی در سم‌پاشی اصولی	۱۴۰۴	۰/۰۲۵	۵	۰/۱۲۷
حلقه فرآوری و بسته‌بندی	عدم بسته‌بندی و درجه‌بندی مناسب با سلایق مشتریان جهت فروش محصول	۱۴۱۳	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۷
	عدم وجود سردخانه و انبار مخصوص نگهداری زیتون سبز	۱۴۷۷	۰/۰۲۷	۱	۰/۰۲۷
	کمبود انبارهای ذخیره اصولی زیتون و سردخانه‌های بزرگ و صنایع تبدیلی و فرآوری	۱۴۱۷	۰/۰۲۶	۴	۰/۱۰۳
	نبود صنایع تبدیلی برای فراوری (روغن زیتون، زیتون کنسروی، شکسته، زیتون پرورده، کلوچه زیتون، عرق برگ زیتون، روغن هسته زیتون) در سطح شهرستان رودبار	۱۲۹۲	۰/۰۲۳	۴	۰/۰۹۴
	عدم اگاهی تولیدکننده از ارزش افزوده فراوری و بسته‌بندی	۱۴۳۳	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸
	عدم رعایت بهداشت اصولی در نگهداری زیتون در فروشگاه‌های زیتون	۱۳۵۶	۰/۰۲۵	۵	۰/۱۲۳
	نوسان قیمت زیتون به علت سال‌آوری زیتون (معمولا زیتون یک سال محصول زیاد و یک سال محصول کم می‌دهد)	۱۳۲۱	۰/۰۲۴	۴	۰/۰۹۶
حلقه مصرف	افزایش واردات زیتون و در نتیجه‌ی آن افزایش رقابت زیتون رودبار با انواع خارجی	۱۴۱۷	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۷
	استفاده از تجهیزات و روش‌های سنتی در فرایند خرید و فروش زیتون	۱۱۲۹	۰/۰۲۰	۳	۰/۰۶۱
	عدم وجود مکان رسمی جهت خرید و فروش زیتون سبز در فصل برداشت زیتون	۱۳۷۷	۰/۰۲۵	۴	۰/۱۰۰
	نبود مکان مناسب جهت خرید و فروش زیتون سبز در سطح شهرستان	۱۳۸۷	۰/۰۲۵	۴	۰/۱۰۰
	عدم اطمینان مشتری از اصل‌بودن روغن زیتون	۱۴۴۲	۰/۰۲۶	۵	۰/۱۳۱
	محدود بودن ظرفیت بازار محلی	۱۳۲۹	۰/۰۲۴	۳	۰/۰۷۲
	عدم شناخت ظرفیت بازارهای بین‌المللی توسط تولیدکنندگان زیتون در سطح شهرستان	۱۵۰۷	۰/۰۲۷	۵	۰/۱۳۶
	عدم ارتباط کلاس‌های ترویجی موجود با نیازهای آموزشی بهره‌برداران فعال در کشت‌وکار زیتون	۱۳۸۳	۰/۰۲۵	۲	۰/۰۵
حلقه پشتیبانی	عدم تربیت نیروی متخصص کاردان جهت برداشت زیتون	۱۳۴۸	۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴
	عدم وجود دستگاه‌هایی برای برداشت زیتون بدون دخالت دست	۱۳۶۶	۰/۰۲۵	۲	۰/۰۴۹
	کارآمدی پایین تشکل‌های بخش کشاورزی و حمایت ناکافی از آنها	۱۴۵۱	۰/۰۲۶	۵	۰/۱۳۱
	نبود تسهیلات بانکی مناسب برای توسعه سطح زیر کشت	۱۴۲۱	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۷
	نبود واحدهای صنفی جهت کنترل قیمت زیتون	۱۴۵۵	۰/۰۲۶	۴	۰/۱۰۵
	عدم تمایل تولیدکننده به بیمه محصولات زیتون به‌علت نبود طرح و برنامه مناسب جهت پوشش بیمه‌ای برای کشت زیتون	۱۳۳۳	۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴
	کمبود تجهیزات پیشرفته برای فراوری و بسته‌بندی	۱۴۳۷	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸
	کمبود آمار و منابع اطلاعاتی صحیح و منسجم و به‌نگام در خصوص منابع پایه و تولیدات در بخش کشاورزی	۱۱۸۱	۰/۰۲۱	۴	۰/۰۸۶
	تمایل به انجام کارهای نمایشی و ظاهری توسط مسئولان کشاورزی منطقه	۱۱۴۱	۰/۰۲۱	۵	۰/۱۰۳
	کمبود کارشناس کشاورزی متخصص ویژه زیتون در منطقه	۱۲۳۷	۰/۰۲۲	۴	۰/۰۹۰
	عدم انجام مطالعات پژوهشی توسط مرکز علمی و پژوهشی در زمینه معرفی ارقام مقاوم به آفات و بیماری در منطقه	۱۴۵۱	۰/۰۲۶	۵	۰/۱۳۱
	نبود تشکل و تعاونی برای تولیدکنندگان زیتون در سطح شهرستان	۱۳۳۸	۰/۰۲۴	۵	۰/۱۲۱
	بالابودن ضایعات محصول در فرآیند عمل‌آوری برای تهیه روغن زیتون	۱۳۵۹	۰/۰۲۵	۳	۰/۰۷۴
	فعال‌بودن سم فروشی‌های غیرمجاز و غیرمتخصص در منطقه	۱۰۷۲	۰/۰۱۹	۱	۰/۰۱۹
	جمع	۵۵۲۱۴			۳/۴۷۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

تهدیدهای زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون

با رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به تهدیدات این نتیجه به‌دست آمد که گویه‌های "امکان ورود آفات (مگس زیتون، پسیل زیتون و ...) از مرزها به استان"، "افزایش مداوم هزینه‌های روش کشت صنعتی"، "امکان زیان باغداران به علت زیادبودن قدرت چانه‌زنی دلالان و نقش محوری آنها در کاهش قیمت محصول به‌دلیل درآمد کم باغدار" و "احتمال شیوع بیماری‌ها به‌دلیل عدم رعایت نکات ایمنی و عدم استفاده از وسایل حفاظتی در زمان سمپاشی توسط باغداران که به مرور زمان باعث ایجاد انواع سرطان خواهد شد" از اهمیت بالایی برخوردار بودند.

جدول ۳- رتبه‌بندی تهدیدهای زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون

Table 3. Ranking the threats of olive supply chain

	گویه‌ها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
حلقه تولید	افزایش مداوم هزینه‌های روش کشت صنعتی	۱۲۶۸	۰/۰۵۶	۵	۰/۲۷۹
	امکان وقوع سرما و گرمای شدید غیرقابل پیش‌بینی و پدیده‌های اقلیمی مانند تگرگ و برف	۱۲۶۵	۰/۰۵۶	۲	۰/۱۱۱
	احتمال شیوع بیماری‌ها به دلیل عدم رعایت نکات ایمنی و عدم استفاده از وسایل حفاظتی در زمان سمپاشی توسط باغداران که به مرور زمان باعث ایجاد انواع سرطان خواهد شد	۱۲۷۳	۰/۰۵۶	۴	۰/۲۴۴
	امکان کاهش کیفیت محصول به دلیل استفاده بیش از حد از کودهای شیمیایی	۱۲۶۸	۰/۰۵۶	۴	۰/۲۲۳
	امکان افزایش بیماری پسیل و مگس زیتون به‌دلیل عدم رسیدگی و سم‌پاشی به موقع	۱۴۵۶	۰/۰۶۴	۳	۰/۱۹۲
	امکان کاهش محصول به‌علت کاهش بارندگی و پراکنش نامناسب زمانی و مکانی آن در سال‌های اخیر	۱۲۷۴	۰/۰۵۶	۳	۰/۱۶۸
	امکان وقوع حوادث غیرمترقبه مانند زلزله وتخریب باغات	۱۲۱۲	۰/۰۵۳	۲	۰/۱۰۷
حلقه خرید و فروش زیتون سبز	امکان شیوع افات به‌دلیل لانه‌گزینی بقایای آفات در تنه درختان قدیمی زیتون	۱۳۷۲	۰/۰۶۰	۳	۰/۱۸۱
	امکان زیان باغداران به‌علت زیادبودن قدرت چانه‌زنی دلالان و نقش محوری آنها در کاهش قیمت محصول به‌دلیل درآمد کم باغدار	۱۴۲۴	۰/۰۶۳	۴	۰/۲۵۱
	افزایش مداوم اجاره بهای انبار زیتون	۱۲۹۰	۰/۰۵۷	۱	۰/۰۵۷
	امکان تغییر طعم و شکل زیتون در صورت وقفه طولانی بین مرحله برداشت تا فراوری	۱۳۹۷	۰/۰۶۱	۳	۰/۱۸۴
	افزایش مداوم عرضه زیتون وارداتی از طارم با کیفیت پایین‌تر از زیتون رودبار و در نتیجه‌ی آن کاهش قیمت زیتون و ضرر باغداران شهرستان رودبار	۱۳۹۰	۰/۰۶۱	۱	۰/۰۶۱
	امکان تغییر سلایق مشتریان به استفاده از زیتون کنسروی و درشت خارجی در صورت واردات بی‌رویه زیتون از خارج از کشور	۱۳۴۵	۰/۰۵۹	۳	۰/۱۷۸
حلقه پشتیبانی	امکان ورود آفات (مگس زیتون، پسیل زیتون و ...) از مرزها به استان	۱۳۲۷	۰/۰۵۸	۵	۰/۲۹۲
	افزایش مداوم قیمت تجهیزات فرآوری زیتون	۱۳۵۴	۰/۰۶۰	۳	۰/۱۷۹
	افزایش مشکلات مربوط به قیمت‌گذاری زیتون به علت عدم وجود تشکل‌های صنفی در بخش بازرگانی	۱۴۳۸	۰/۰۶۳	۳	۰/۱۹۸
	افزایش مداوم کرایه حمل‌ونقل که باعث کاهش درآمد می‌شود	۱۳۷۷	۰/۰۶۱	۳	۰/۱۸۲
	جمع	۲۲۷۳۰			۳/۰۵۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق

فرصت‌های زنجیره عرضه زیتون

با رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به فرصت‌ها این نتیجه به‌دست آمد که گویه‌های "امکان افزایش ارزش محصول زیتون از طریق بهبود روش کاشت، داشت و پس از برداشت"، "امکان بهبود ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل در زمینه‌ی افزایش سطح زیرکشت در شهرستان رودبار"، "امکان افزایش سطح زیرکشت به علت شرایط اقلیمی مناسب شهرستان جهت کشت زیتون"، "امکان بسته‌بندی استاندارد و جذاب محصول جهت مشتری پسندی بیشتر و صادرات" و "تعداد بالای دانش‌آموختگان رشته‌ی کشاورزی در سطح شهرستان رودبار" از اهمیت بالاتری برخوردار بودند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

جدول ۴- رتبه‌بندی فرصت‌های زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون

Table 4. Ranking the opportunitiess of olive supply chain

	گویه‌ها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
حلقه تولید	امکان ایجاد شبکه گسترده تعاونی روستایی، اعم از تولید، فراوری و عرضه زیتون	۱۲۸۵	۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸
	امکان بهبود ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل در زمینه افزایش سطح زیرکشت در شهرستان رودبار	۱۲۹۸	۰/۰۳۹	۵	۰/۱۹۴
	امکان تولید ارگانیک محصول	۱۳۸۰	۰/۰۴۱	۴	۰/۱۶۵
	وجود درختان زیتون با قدمت بالا در منطقه رودبار که امکان تکثیر بهینه قلمه‌های بومی را با حفظ طعم اصیل زیتون فراهم می‌کند.	۱۴۴۳	۰/۰۴۳	۳	۰/۱۲۹
	امکان افزایش همکاری مسئولین با باغداران در مواقع لزوم	۱۳۱۴	۰/۰۳۹	۴	۰/۱۵۷
	امکان افزایش ارزش محصول زیتون از طریق بهبود روش کاشت، داشت و پس از برداشت	۱۴۰۲	۰/۰۴۲	۵	۰/۲۰۹
	امکان افزایش سطح زیرکشت به‌علت شرایط اقلیمی مناسب شهرستان جهت کشت زیتون	۱۳۹۹	۰/۰۴۲	۴	۰/۱۶۷
	امکان جذب توریست برای بازدید باغات قدیمی زیتون در راستای ایجاد صنعت اگروتوریسم	۱۲۳۶	۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷
	امکان تبدیل باغات سنتی به مکانیزه جهت افزایش بازده تولید	۱۲۰۹	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۵
	امکان اجرای سیستم‌های ابیاری تحت فشار	۱۲۷۲	۰/۰۳۸	۴	۰/۱۵۳
	امکان کنترل بیولوژیک محصول و کاهش استفاده از سموم کشاورزی	۱۲۸۹	۰/۰۳۹	۴	۰/۱۵۴
حلقه خرید و فروش	امکان ایجاد مکان رسمی برای خرید و فروش زیتون سبز (بازار بورس زیتون)	۱۲۴۹	۰/۰۳۷	۳	۰/۱۱۲
	امکان بسته‌بندی استاندارد و جذاب محصول جهت مشتری‌پسندی بیشتر و صادرات	۱۳۴۱	۰/۰۴۰	۴	۰/۱۶۰
حلقه فرآوری و بسته‌بندی	امکان گسترش صنایع جانبی توسعه‌ی کارآفرینی در فرآیند عمل‌آوری زیتون	۱۲۹۹	۰/۰۳۹	۴	۰/۱۵۵
	امکان ایجاد سردخانه‌های مخصوص نگهداری طولانی‌مدت زیتون عمل‌آوری شده	۱۲۳۰	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۷۴
	امکان صادرات به کشورهای همسایه به دلیل نزدیکی استارا به مرز	۱۲۳۳	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۷۴
	امکان گسترش بازار داخلی مصرف استان گیلان و سایر استان‌ها برای صنعت زیتون استان	۱۳۲۵	۰/۰۴۰	۳	۰/۱۱۹
	امکان کاربرد تجارت الکترونیک در زمینه عرضه و فروش محصولات	۱۱۸۱	۰/۰۳۵	۴	۰/۱۴۱
حلقه پشتیبانی	امکان ایجاد تعاونی و اتحادیه‌های تولید و فروش محصول	۱۲۷۴	۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸
	وجود بازارچه‌های مرزی جهت صادرات محصول	۱۱۸۲	۰/۰۳۵	۱	۰/۰۳۵
	وجود فرودگاه در سطح استان جهت صادرات محصول به خارج از کشور	۱۰۸۶	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۵
	امکان ترویج استفاده از کودهای بیولوژیک و حیوانی	۱۳۰۹	۰/۰۳۹	۴	۰/۱۵۶
	امکان استفاده از رسانه‌های جمعی به‌منظور اطلاع‌رسانی آموزش، پیش‌آگاهی و... باغداران و تبادل افکار	۱۲۷۴	۰/۰۳۸	۴	۰/۱۵۲
	تعداد بالای دانش‌آموختگان رشته کشاورزی در سطح شهرستان رودبار	۱۳۲۸	۰/۰۴۰	۴	۰/۱۵۹
	ظرفیت مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی برای تولید و رسانش دانش فنی در زنجیره ارزش زیتون در منطقه	۱۳۱۰	۰/۰۳۹	۳	۰/۱۱۷
	ظرفیت نهادها و تشکل‌های صنفی در حمایت از حقوق فعالان عرصه‌ی زیتون	۱۳۱۶	۰/۰۳۹	۳	۰/۱۱۸
	جمع	۳۳۴۶۴			۳/۲۲۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

پس از شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید زیتون در منطقه‌ی مورد مطالعه، ماتریس SWOT تشکیل شد. برای تکمیل این ماتریس، به ارائه آن در قالب یک گروه کانونی اقدام و بر مبنای نتایج حاصل، سیاست‌های متناظر راهبردهای چهارگانه (SO، WO، ST، WT) به شرح زیر تدوین شد (جدول ۷). گروه کانونی شامل ۳ نفر از اساتید دانشگاه و ۲ نفر از کارشناسان با تجربه در زمینه کشت زیتون از مدیریت جهادکشاورزی شهرستان رودبار بود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

جدول ۵- سیاست‌های مرتبط با راهبرد چهارگانه در چارچوب ماتریس SWOT

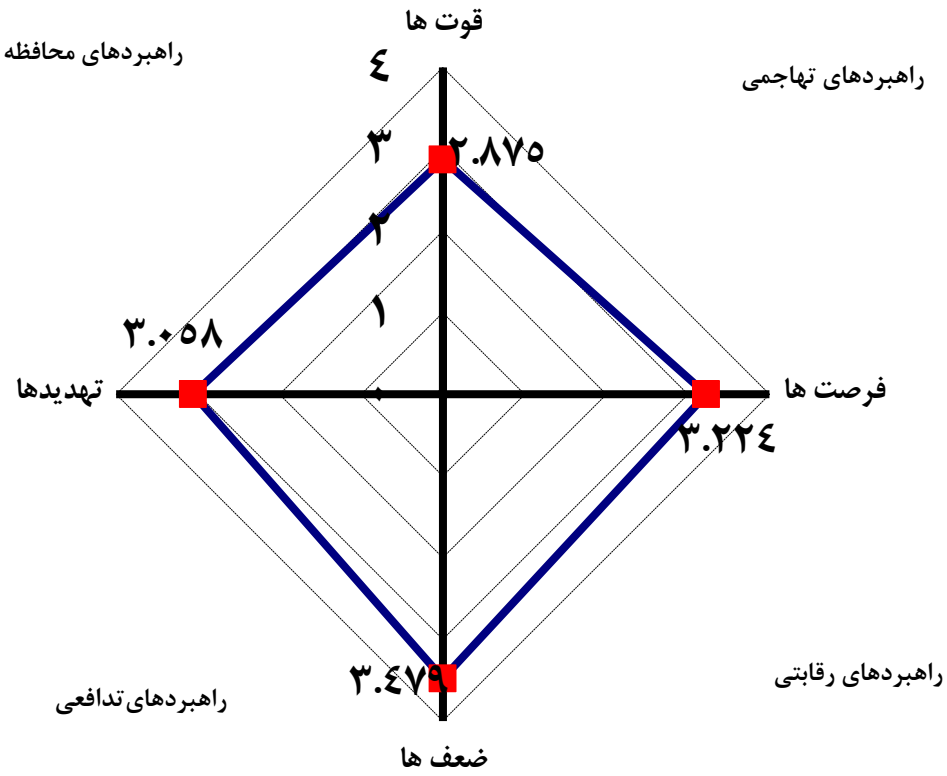
Table 5. Policies related to quadruple strategies whitin the frame work SWOT

عوامل درونی	قوت‌ها	ضعف‌ها
عوامل بیرونی	-شهرت زیتون شهرستان رودبار (برند مکانی)	-عدم شناخت ظرفیت بازارهای بین‌المللی توسط تولیدکنندگان زیتون در سطح شهرستان
	-تاثیر آب و هوای معتدل رودبار در طعم زیتون	-بالابودن هزینه نیروی انسانی در فرایند فرآیند کاشت، داشت و برداشت
	-طعم متفاوت و اصیل زیتون رودبار (نسبت به جاهایی که به صرف سازگاری آب وهوای آن منطقه نسبت به زیتون، در آن زیتون‌کاری شده است.)	-عدم اطمینان مشتری از اصل‌بودن روغن زیتون
		-کارآمدی پایین تشکل‌های بخش کشاورزی و حمایت ناکافی از آنها

فرصت‌ها	راهبردهای SO	راهبردهای WO
-امکان افزایش ارزش محصول زیتون از طریق بهبود روش کاشت، داشت و پس از برداشت	-ترویج کشت ارقام پربازده و مشتری‌پسند - ترویج شیوه‌های آبیاری مدرن مانند آبیاری قطره‌ای	-ایجاد کانال‌های صادرات از طریق تجارت الکترونیک و ورود به بازارهای بین‌المللی
-امکان بهبود ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل در زمینه‌ی افزایش سطح زیرکشت در شهرستان رودبار	-احداث نهالستان تولید نهال در سطح شهرستان جهت سهولت دسترسی به نهال ارقام پربازده	-جلب اعتماد مشتریان از اصل‌بودن روغن زیتون از طریق تقویت برند منطقه‌ای و سرمایه‌گذاری در بخش خدمات مشتریان
-امکان افزایش سطح زیرکشت به‌علت شرایط اقلیمی مناسب شهرستان جهت کشت زیتون	-واگذاری زمین‌های دولتی با تسهیلات حمایتی جهت افزایش سطح زیر کشت	-تشکیل شرکت‌های تعاونی یا سهامی زراعی زیتون جهت افزایش کارآمدی تشکل‌های بخش کشاورزی و همچنین ایجاد اشتغال برای کارشناسان کشاورزی شهرستان
-امکان بسته‌بندی استاندارد و جذاب محصول جهت مشتری‌پسندی بیشتر و صادرات	-ترغیب فارغ‌التحصیلان بخش کشاورزی جهت احداث باغ‌های مکانیزه و اصولی از طریق طرح-های حمایتی ویژه	-ترویج روش‌های مکانیزه در مراحل تولید زیتون و همچنین ایجاد تسهیلات برای باغداران جهت تأمین ماشین‌آلات
-تعداد بالای دانش‌آموختگان رشته کشاورزی در سطح شهرستان رودبار	-برگزاری جشنواره‌های زیتون جهت تبلیغ برند منطقه و افزایش فروش زیتون	-حمایت از دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی جلب آنها در زنجیره‌ی عرضه از طریق طرح های کاراموزی برای نظارت بر باغات

تهدیدها	راهبردهای ST	راهبردهای WT
-امکان ورود آفات (مگس زیتون، پسیل زیتون و ...) از مرزها به استان	-ارائه آموزش‌های ترویجی در زمینه هرس اصولی یا حذف درختان مرتفع و قدیمی (آفات در پوسته درختان زمستان‌گذرانی می‌کنند) -اختصاص کارشناس مخصوص در سطح باغ	-گسترش سطح پوشش بیمه مخصوص باغداران -جلوگیری از واردات بی‌رویه زیتون و روغن زیتون از کشورهای دیگر
افزایش مداوم هزینه‌های روش کشت صنعتی	-واگذاری باغات، اراضی و منابع ملی به علاقمندان و افرادی که مهارت‌های اولیه کشت و کار را دارا هستند	- تحویل ارقام مناسب به باغداران توسط اداره جهاد کشاورزی
-امکان زیان باغداران به‌علت زیادبودن قدرت چانه‌زنی دلالان و نقش محوری آنها در کاهش قیمت محصول به دلیل درآمد کم باغدار	-حمایت از قیمت محصول از طریق اعلام قیمت مقطوع و منصفانه محصول جهت افزایش قدرت باغداران در بازار	- تهیه و تدوین اطلاعات جامع در مورد وضعیت عرضه و تقاضا جهت جلوگیری از زیان باغداران
-احتمال شیوع بیماری‌ها به‌دلیل عدم رعایت نکات ایمنی و عدم استفاده از وسایل حفاظتی در زمان سمپاشی توسط باغداران که به مرور زمان باعث ایجاد انواع سرطان خواهد شد	-ترویج استفاده از روش‌های مبارزه بیولوژیک علیه مگس زیتون و سایر آفات زیتون -ترویج روش‌های ایمن در سمپاشی درختان زیتون و استفاده از وسایل حفاظت شخصی جهت جلوگیری از شیوع بیماری‌های تنفسی و سرطان‌ها	- تقویت ارتباط بین مرکز تحقیقات زیتون شهرستان با باغداران

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]



شکل ۳- مکان‌یابی وضعیت زنجیره عرضه زیتون در دستگاه مختصات راهبردی
Figure 3. Locating the status of olive supply chain in a strategic coordinate system

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده (شکل۳)، راهبردهای زیتون به راهبردهای رقابتی نزدیک می‌باشد. بنابراین، دست‌اندرکاران باید تلاش کنند از نقاط ضعف و تهدیدها کاسته و به‌سمت این راهبردها گام بردارند.

با توجه به شهرت زیتون شهرستان رودبار (برند مکانی) و شرایط اقلیمی مناسب شهرستان پیشنهاد می‌شود با ترویج کاشت ارقام پربازده و مشتری‌پسند سطح زیرکشت محصول زیتون را افزایش داد. همچنین، با توجه به اینکه آب‌وهوای معتدل رودبار در طعم زیتون نقش به‌سزایی دارد، می‌توان با واگذاری زمین‌های دولتی با تسهیلات حمایتی به دانش‌آموختگان رشته‌ی کشاورزی و افرادی که مهارت‌های اولیه کشت و کار را دارند، علاوه بر افزایش سطح زیرکشت، ظرفیت‌های بالقوه شهرستان در زمینه‌ی کشت زیتون را به ظرفیت‌های بالفعل تبدیل کرد. با توجه به طعم دلپذیر زیتون پرورش‌یافته در رودبار نسبت به جاهایی که به‌صرف سازگاری آب‌وهوایی آن منطقه در آن زیتون‌کاری شده است، می‌توان با احداث یک نهالستان تولید نهال اصیل و با قلمه‌های بومی، سهولت دسترسی باغداران به ارقام پربازده را افزایش داد. با این کار علاوه بر حفظ طعم زیتون رودبار برای دانش‌آموختگان رشته کشاورزی نیز ایجاد اشتغال می‌شود.

پیشنهاد می‌شود اداره جهاد کشاورزی جهت بهبود روش‌های کاشت، داشت و برداشت که عموما سنتی می‌باشند، به ترویج شیوه‌های آبیاری مدرن مانند آبیاری قطره‌ای بپردازد.

با توجه به اینکه اکثر باغداران و به‌طور کلی بهره‌برداران زنجیره‌ی عرضه‌ی زیتون از ارزش افزوده فرآوری صحیح و بسته‌بندی استاندارد و جذاب محصول بی‌خبرند، با برگزاری کلاس‌های آموزشی زمینه‌های ورود آنها را به بازارهای بین‌المللی فرآهم آورد. پیشنهاد می‌شود با هماهنگی اداره جهاد کشاورزی و مسوولین ذیربط، جشنواره محصولات زیتون هرساله برگزار شود تا ضمن تبلیغ برند منطقه، موجب رونق صنعت توریسم شهرستان نیز شود. با توجه به اینکه تولیدکنندگان زیتون در سطح شهرستان از ظرفیت بازارهای بین‌المللی شناختی ندارند، پیشنهاد می‌شود با تکیه بر قوت‌های تولید زیتون در منطقه به ایجاد کانال‌های صادرات از طریق تجارت الکترونیک پرداخته شود.

با توجه به اینکه هزینه‌های نیروی انسانی در فرآیند تولید بالا می‌باشد پیشنهاد می‌شود اداره جهاد کشاورزی با ترویج روش‌های مکانیزه و ایجاد تسهیلات برای باغداران جهت تأمین ماشین‌آلات اقدام کند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

با توجه به کارآمدی پایین تشکل‌های بخش کشاورزی و عدم حمایت کافی از آنها نیاز به تشکیل شرکت تعاونی یا سهامی زراعی زیتون جهت افزایش کارآمدی تشکل‌های بخش کشاورزی احساس می‌شود. با این کار برای کارشناسان کشاورزی منطقه نیز اشتغال ایجاد می‌شود.

برای حمایت از تعداد بالای دانش‌آموختگان کشاورزی در سطح شهرستان و جلب نظر آنها به بخش کشاورزی، پیشنهاد می‌شود اداره جهاد کشاورزی طرح‌های کارآموزی برای نظارت بر باغات راه‌اندازی کنند.

جهت جلب اعتماد مشتریان از اصل‌بودن روغن زیتون پیشنهاد می‌شود مسوولین ذیربط اقداماتی در راستای تقویت برند منطقه و سرمایه‌گذاری در بخش خدمات مشتریان انجام دهند.

با توجه به اینکه امکان ورود آفاتی مانند مگس زیتون از مرزها به استان بسیار بالاست، پیشنهاد می‌شود کلاس‌های آموزش ترویجی در خصوص اهمیت و نحوه‌ی هرس اصولی یا حذف درختان مرتفع و قدیمی که محل امنی جهت زمستان گذرانی آفات هستند، برگزار شود.

با توجه به افزایش مداوم هزینه‌های کشت صنعتی، پیشنهاد می‌شود که جهاد کشاورزی با تحویل ارقام مناسب به باغداران گامی در جهت افزایش عملکرد محصول بردارد.

با توجه به اینکه احتمال شیوع بیماری‌های تنفسی و انواع سرطان به‌دلیل عدم رعایت نکات ایمنی و عدم استفاده از وسایل حفاظتی در زمان سمپاشی در حال افزایش است، توصیه می‌شود که مسئولان ذیربط ضمن ترویج روش‌های ایمن در سمپاشی درختان زیتون و استفاده از وسایل حفاظت شخصی، به ترویج استفاده از روش‌های مبارزه بیولوژیک نیز بپردازند.

لازم است تا مسوولین محترم اداره جهاد کشاورزی و مرکز تحقیقات زیتون رودبار ضمن تهیه و تدوین اطلاعات جامع در مورد وضعیت عرضه و تقاضا جهت جلوگیری از زیان باغداران بپردازند.

با توجه به اینکه امکان زیان باغداران به‌علت بالابودن قدرت چانه‌زنی دلالان و نقش محوری آنها در قیمت محصول و نیز عدم نظارت بر واردات زیتون و روغن زیتون از کشورهای دیگر وجود دارد، لازم است اتحادیه‌ها با حمایت از قیمت مقطوع و منصفانه محصول جهت افزایش قدرت باغداران در بازار اقدام کنند. در ضمن، مسوولین ذیربط نیز باید اقداماتی برای جلوگیری از واردات بی‌رویه انجام دهند.

منابع

1. Abdolahzade, G.H. and M. Sharifzade. 2018. Agri Entrepreneurship and Agro-enterprise Development. 1st edn. Gorgan University of agricultural sciences and natural resources, Gorgan, Iran, 425 pp (In Persian).
2. Aghajani, H.A. and K. Ravanestan. 2014. Investigating the effect of provision components on supply chain management on organizational performance indicators by structural equation modeling (Case study: Automotive electronics industry of Iran). Industrial Management, 6(2): 230-209 (In Persian).
3. Amani. A. 2010. Attitude to the analytical method of SWOT. Commercial Management (Management Knowledge), 3 (In Persian).
4. Amiransari, M. 2012. Formulating and selecting strategies for supply chain management based on a combined model of BSC and SWOT by fuzzy AHP and TOPSIS approach (case study: Tarabgin. Co). M.Sc., Payamenoor University. Iran, 104 pp (In Persian).
5. Amiri, H., R. Boostani and A. Ranjbaraki. 2008. An analysis of competitiveness of Iran's Saffron supply chain. Sixth Iranian Agriculture Economics Conference, Iran, (In Persian).
6. David, F.R. 2010. Strategic Management, translation by Ali Parsaeean and Seyyed Mohammad Arabi. Tehran: Publication of the Office of Cultural Research, (In Persian).
7. Bryceson, K. 2008. Application of technologies in agribusiness supply chains, paper presented at training course on supply chain management for agribusiness enterprises, 22 May 2008, Bangkok, Thailand.
8. Colin, M., R. Galindo and O. Hernandez. 2015. Information and communication technology as a key strategy for efficient supply chain management in manufacturing SMEs. Procedia Computer Science, 55: 833-842.
9. Folkerts, H. and H. Koehorst. 1998. Challenges in international food supply chains. Vertical coordination in the European agribusiness and food industries. British Food Journal, 100: 385-388.
10. Iranzade, S. and E. Saraenia. 2017. A model for assessing strategic integration of the supply chain with the value attraction approach case study: Iran khodro supply chain. Executive management Research Journal, 16: 88-110 (In Persian).
11. Jadav, K.S., A.K. Leua and V.B. Darji. 2011. Economic analysis of supply chain of fresh potato in middle Gujarat. Indian Journal of Agricultural Research, 45(4): 266-274.
12. Khaledi, M. and A. Amjadi. 2009. Importance and application of supply chain management in the agricultural and related Industries. Article presented to the 7th Biennial Conference on Agricultural Economics, Tehran, Karaj, (In Persian).
13. Golkar, C. 2006. The application of SWOT technique for application in urban design. Seif Scientific Research Journal, (41): 1-21 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

14. Kaynak, H. and J.L. Hartiy. 2008. A replication and extension of quality management into the supply chain. Journal of Operations Management, 26(4): 468-489.
15. Kim, S.W. 2006. The effect of supply chain integration on the alignment between corporate competitive capability and supply chain operational capability. International Journal of Operations and Productions Management, 26(10): 1084-1107.
16. Li, S., B. Ragu-Nathan, T.S. Ragu-Nathan and S.S. Rao. 2006. The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. International Journal of management science, 34: 107-124.
17. Miri, M., M. Sharifzade, GH. Abdolahzade and A. Sarvestani. 2017. Strawberry supply chain analysis in Ramiyan county, golestan province. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 5(9): 38-50 (In Persian).
18. Mohammadi, A.M. Sahrakar and Y. Hosseinpoor. 2011. Investigating the influence of information technology on the capabilities and performance of supply chain of dairy companies in Fars Province: a case study. IT Management, 8: 151-170 (In Persian).
19. Mohammadnejad, F. and M. Hedayatinia. 2006. A review of supply chain management concepts and schools versus logistic concept.www.SID.ir, (In Persian).
20. Mojarad, E.M. Salarpoor and M. Soboohi. 2013. Supply chain management for food products case study: Tomato paste production industry in north khorasan province. Agricultural Economics Research, 5(4): 67-86 (In Persian).
21. Negi, S. and N. Anand. 2015. Issues and challenges in the supply chain of fruits and vegetables sector in India: A Review. International Journal of Managing Value and Supply Chains, 6(2): 47-62.
22. Pooya, A. 2005. Supply chain management and information technology support. Tadbir, 145: 33-39 (In Persian).
23. Rohani, Z., Z. Taqizadetabrizi, D. Khodae and H. Hosseinpoor. 2014. Supply chain management, simulation and review of its main processes. 2nd National conference of approach to accounting, management and economics, Fouman, Iran, (In Persian).
24. Zanjirdar, M., B. Tarkhooni and F. Ahmadi. 2009. An analysis of quality costing in supply chain management. Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 7(36): 39-49 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]

Strategic Planning for Developing Supply Chain of Olive in Roudbar County, Guilan Province

Seyedeh Maryam Soleimani Taklimi[1], Gholamhossein Abdollahzadeh[2] and Mohammad Sharif Sharifzadeh[3]

1- M.Sc. in Sustainable Agriculture Promotion and Education, Agricultural Innovation and Entrepreneurship, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources
2- Associate Professor, Faculty of Agricultural Management, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, (Corresponding author: abdollahzade1@gmail.com)
3- Associate Professor, Faculty of Agricultural Management, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources
Received: August 6, 2019 Accepted: October 22, 2019

Abstract

Current applied research through strategic planning approach was implemented in two phase in 2019, and was aimed to analyze the situation and formulate strategies for development of olive supply chain in Roudbar county, Guilan province. The first phase was based on qualitative interviews and the second phase was done through quantitative method. The findings of the first phase were used to describe the issue and generalities of the research design as well as the development of research tools in the second phase. In this regard 44 external factors (26 opportunities and 17 threats) and 66 internal factors (25 strengths and 41 weaknesses) were identified. In second phase, finding of first phase was used to formulate a questionnaire to assess and develop strategies based on SWOT technique and strategic planning matrix. Content and face validity of the researcher-made questionnaire as research tool was confirmed by an expert panel (including a group of faculty members and local extension agents). Some items have been removed or merged to increase the validity of the questionnaire. Its reliability was confirmed by calculated Cronbach's alpha coefficient (between 0.79 and 0.91). The target population of this research included all olive producers in Roudbar County (N=16000). According to Krejcie and Morgan's sample size table, sample size was determined (n=375). The respondents were selected by simple random sampling technique. The results of the items ranking showed that "The reputation of the olive of Roudbar County (place brand)" as strength "lack of recognition the capacity of international markets by olive producers in the county", as weakness, "possibility of entering pests (Olive flies, olive branch) from the boundaries to the province" as a threat and, "possibility to increase the value of the olive product by improving the planting, rearing and post harvesting methods" as the opportunity have the highest priority. The results of SWOT technique showed that total score of internal factors are 2.857 and 3.479 respectively and total score of external factors are 3.224 and 3.058 respectively. According to the results, supply chain development strategies are close to competitive strategies. Among the competitive strategies, these items are more important: "promote the planting of high-yielding and customer-friendly varieties", "promote modern irrigation practices such as drip irrigation", "construction of seedling nursery for ease of access to seedlings of high yielding varieties", "the assignment of public land with supportive facilities to increase the area of under cultivation", "encouraging agricultural university graduates to build mechanized orchard through especial support schemes", "organizing olive festivals to promote regional brand and increase sales".

Keywords: Supply Chain, Olive Production, SWOT Analysis, Roudbar County

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1398.6.12.4.1]
[DOI: 10.52547/jea.6.12.98]