



بسم الله الرحمن الرحيم

۱۳۸۰ / ۲ / ۱۰

بررسی اقتصادی تولید و بازاریابی زیتون در استان گیلان

توسط

جعفر عزیزی

پایان نامه

ارائه شده تحصیلات تکمیلی بعنوان بخشی از فعالیتهای تحصیلی لازم برای
اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشته

اقتصاد کشاورزی

012561

از

دانشگاه شیراز

شیراز، ایران

ارزیابی و تصویب شده توسط کمیته پایان نامه با درجه: عالی

امضاء اعضاء کمیته پایان نامه:

.....
دکتر غلامرضا سلطانی استاد بخش اقتصاد کشاورزی (رئیس کمیته)

.....
دکتر بهاءالدین نجفی استاد بخش اقتصاد کشاورزی

.....
دکتر عنایت الله تفضلی استاد بخش باغبانی

.....
دکتر جواد ترکمانی دانشیار بخش اقتصاد کشاورزی

۳۸۴۵

مهر ۱۳۷۹

تقديم به :

پدر و مادر دلسوزم

و

همسر مهربانم

چکیده

بررسی اقتصادی تولید و بازاریابی زیتون در استان گیلان

توسط

جعفر عزیزی

زیتون (*Olea europaea*) از قدیمی‌ترین گیاهانی است که در جهان مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. استان گیلان یکی از استانهای مساعد برای کشت زیتون می‌باشد. از بین شهرستانهای استان گیلان، در شهرستان رودبار که در جنوب غربی استان گیلان قرار دارد زیتون کشت می‌شود. در این تحقیق برای تعیین بهره‌وری عوامل تولید زیتون از تابع تولید چند جمله‌ای و برای تعیین مقیاس اقتصادی باغ زیتون از تابع هزینه ترانسلوگ استفاده گردید. ارقام زیتون از نظر اقتصادی مورد مقایسه قرار گرفتند و دلیل عدم پذیرش ارقام پرمحصول اصلاح شده توسط کشاورزان تعیین گردید. همچنین برای تعیین مزیت نسبی روغن زیتون در استان گیلان از معیارهای DRC، SCB و NSP با دو قیمت PPP نسبی و مطلق استفاده شد و برای تحلیل اقتصادی احداث باغ زیتون از سه معیار NPV، B/C و IRR در سه سناریو نرخ بهره ۱۸، ۲۰ و ۲۵ درصد مورد بررسی قرار گرفت. مسیر بازاریابی، حاشیه بازاریابی و ضریب هزینه بازاریابی روغن زیتون در گیلان مورد مطالعه قرار گرفت. از تجزیه و تحلیل داده‌هایی که از طریق پرسشنامه بدست آمد نتایج زیر حاصل شد:

۱- بهره‌وری نهایی کود حیوانی، نیروی کار، ماشین‌آلات و آب بترتیب برابر ۱/۳۷۶، ۲/۵۷۵، ۰/۲۵۶ و ۰/۰۶۴ و همچنین بهره‌وری متوسط آنها نیز بترتیب ۱۳/۱۱۲، ۲۳/۱۹۶، ۰/۰۷ و ۰/۱۳۴۷ محاسبه گردید و مشخص شد امکان افزایش بهره‌وری بعضی از عوامل تولید وجود دارد.

۲- برای مقایسه اقتصادی ارقام زیتون مشخص گردید که ارقام اقتصادی برای کشت بترتیب مانزانیلا، زرد زیتون، شنگه زیتون و سویلانا می‌باشند.

۳- اندازه بهینه باغ زیتون ۱۱/۲ هکتار می‌باشد که فقط ۶ درصد باغداران نمونه در این سطح بهینه باغ فعالیت دارند.

۴- کشاورزان دلیل عدم پذیرش ارقام پر محصول اصلاح شده را ناآگاهی از وجود ارقام پر محصول، عملکرد کم ارقام معرفی شده و کاشت از قبل درخت ذکر کرده‌اند، همچنین بررسی نشان داد که ۶۰/۹ درصد افرادی که ناآگاهی را دلیل عدم پذیرش خود ذکر کرده‌اند بیشتر از ۶۰ سال سن دارند و ۸۱/۴ درصد از افرادی که ناآگاهی را دلیل عدم پذیرش خود می‌دانند بی‌سواد هستند.

۵- استان گیلان در تولید روغن زیتون نسبت به ارمنستان دارای مزیت نسبی و نسبت به آرژانتین فاقد مزیت نسبی است.

۶- برای تحلیل اقتصادی، یک طرح زیتونکاری با ۱۱ هکتار و دوره تحلیل ۵۴ سال، نشان داده شد که احداث باغ زیتون اقتصادی است.

۷- بررسی بازاریابی روغن زیتون در گیلان نشان داد که کشاورزان پس از برداشت زیتون، آنرا برای استحصال روغن به کارخانه روغن‌کشی حمل می‌کنند و سپس روغن زیتون را با توجه به شرایط از مسیرهای مختلفی به بازار عرضه می‌کنند. حاشیه بازاریابی برای عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و حاشیه کل بترتیب ۲۵۰۰، ۱۵۰۰ و ۴۰۰۰ ریال محاسبه شد که حاشیه عمده‌فروشی بدلیل انجام مراحل بسته‌بندی از حاشیه خرده‌فروشی بیشتر است. ضریب هزینه بازاریابی برابر ۱۸/۱۸ درصد محاسبه گردید. همچنین مسیر بازاریابی که شامل تولیدکننده، خرده‌فروش و مصرف‌کننده است دارای بیشترین کارایی می‌باشد.

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
نه	فهرست جداول.....
دوازده	فهرست نمودارها.....
۱	فصل اول: مقدمه.....
۱	۱-۱- مقدمه.....
۴	۱-۲- اهداف پژوهش.....
۴	۱-۳- فرضیات پژوهش.....
۵	فصل دوم: مروری بر مطالعات انجام شده.....
۵	۲-۱- مطالعات انجام شده در زمینه زیتون.....
۱۰	۲-۲- مطالعات انجام شده در زمینه بهره‌وری.....
۱۶	۲-۳- مطالعات انجام شده در زمینه اقتصاد مقیاس.....
۱۹	۲-۴- مطالعات انجام شده در زمینه مزیت نسبی.....
۲۹	۲-۵- مطالعات انجام شده در زمینه بازاریابی.....
۳۶	فصل سوم: روش تحقیق و منابع آماری.....
۳۶	۳-۱- روش تحقیق بهره‌وری.....
۳۹	۳-۲- روش تحقیق اقتصاد مقیاس.....
۴۲	۳-۳- روش تحقیق مزیت نسبی.....
۴۳	۳-۳-۱- فرمولهای (DRC) و (SCB).....
۴۵	۳-۳-۲- قیمت‌های سایه‌ای برای محصولات و نهاده‌ها.....
۵۰	۳-۳-۳- نرخ سایه‌ای ارز.....
۵۲	۳-۳-۴- اثر دخالت‌های دولت بر انگیزه‌های اقتصادی.....
۵۸	۳-۴- روش تحقیق ارزیابی اقتصادی احداث باغ زیتون.....

عنوان

صفحه

- ۳-۴-۱- نسبت منفعت به هزینه.....۵۹
- ۳-۴-۲- نرخ بازده داخلی.....۵۹
- ۳-۵- روش تحقیق بازاریابی.....۶۰
- ۳-۵-۱- مفهوم و اهمیت بازاریابی محصولات کشاورزی.... ۶۱
- ۳-۵-۲- عملیات بازاریابی.....۶۱
- ۳-۵-۳- حاشیه بازاریابی.....۶۳
- ۳-۵-۴- مسیر بازاریابی.....۶۴
- ۳-۵-۵- هزینه‌های بازاریابی.....۶۴
- ۳-۵-۶- کارایی بازاریابی.....۶۴
- ۳-۶- جمع‌آوری آمار و اطلاعات.....۶۶
- فصل چهارم: نتایج و بحث..... ۶۷**
- ۴-۱- تعیین بهره‌وری عوامل تولید زیتون.....۶۷
- ۴-۱-۱- محاسبه بهره‌وری نهایی.....۷۴
- ۴-۱-۲- محاسبه بهره‌وری متوسط.....۷۵
- ۴-۲- مقایسه اقتصادی ارقام زیتون (ارقام بومی و اصلاح شده).....۷۷
- ۴-۳- تعیین مقیاس اقتصادی باغ زیتون.....۸۰
- ۴-۴- بررسی عوامل مؤثر بر عدم پذیرش ارقام پرمحصول و اصلاح شده توسط کشاورزان.....۸۵
- ۴-۴-۱- مقایسه گروه‌های مختلف سنی با توجه به دلایل عدم پذیرش.....۸۹
- ۴-۴-۲- مقایسه گروه‌های مختلف تحصیلی با توجه به دلایل عدم پذیرش.....۹۰
- ۴-۴-۳- مقایسه گروه‌های مختلف اندازه باغ با توجه به دلایل عدم پذیرش.....۹۲

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۹۳	۴-۵- تعیین مزیت نسبی زیتون در استان گیلان.....
۹۳	۴-۵-۱- هزینه‌های تولید.....
۹۵	۴-۵-۲- نرخ ارز.....
۹۵	۴-۵-۳- قیمت سایه‌ای.....
۹۶	۴-۵-۴- قیمت سایه‌ای نهاده‌های قابل تجارت.....
۹۷	۴-۵-۵- قیمت سایه‌ای نهاده‌های غیر قابل تجارت.....
۱۰۰	۴-۵-۶- تعیین مزیت نسبی.....
۱۰۴	۴-۵-۷- تحلیل حساسیت مزیت نسبی زیتون به نرخ ارز.....
	۴-۶- تحلیل اقتصادی و تعیین نرخ بازدهی داخلی طرح
۱۰۵	زیتونکاری.....
۱۱۵	۴-۷- بازاریابی روغن زیتون در استان گیلان.....
۱۱۵	۴-۷-۱- برداشت زیتون.....
۱۱۵	۴-۷-۲- انواع بازار و عملیات بازررسانی روغن زیتون.....
۱۱۷	۴-۷-۳- روغنکشی و تصفیه.....
۱۱۸	۴-۷-۴- بسته‌بندی.....
۱۱۹	۴-۷-۵- مسیر بازاریابی.....
۱۲۰	۴-۷-۶- حاشیه بازاریابی.....
۱۲۰	۴-۷-۷- ضریب هزینه بازاریابی.....
۱۲۱	۴-۷-۸- سود بازاریابی.....
۱۲۲	۴-۷-۹- عدم کارایی بازاریابی.....
۱۲۳	فصل پنجم: خلاصه و نتیجه‌گیری.....
۱۳۱	فهرست منابع.....

فهرست جداول

<u>صفحه</u>	<u>جدول</u>
۷۱	جدول ۱- نتایج حاصل از آنالیز واریانس نمونه.....
۷۵	جدول ۲- بهره‌وری نهایی هر یک از نهاده‌های مصرفی.....
۷۶	جدول ۳- بهره‌وری متوسط هر یک از نهاده‌های مصرفی.....
۷۶	جدول ۴- مقایسه بهره‌وری جزئی.....
۷۷	جدول ۵- گونه‌های موجود در مناطق مختلف جهان بر اساس منشأ آنها....
۷۹	جدول ۶- رتبه‌بندی ارقام مختلف زیتون بر اساس درآمد خالص در هکتار...۷۹
۸۲	جدول ۷- برآورد پارامترهای تابع ترانسلوگ با روش (ISUR).....
۸۵	جدول ۸- درصد توزیع سطح زیر کشت نسبت به مقیاس.....
۸۶	جدول ۹- اولویت بندی رقمهای مختلف زیتون، توصیه شده برای کشت در منطقه.....
۸۷	جدول ۱۰- توزیع رقمهای مختلف زیتون در نمونه‌های مورد بررسی.....
۸۸	جدول ۱۱- اولویت بندی دلایل عدم پذیرش توسط باغداران.....
۹۰	جدول ۱۲- مقایسه گروههای مختلف سنی با توجه به دلایل عدم پذیرش.....
۹۱	جدول ۱۳- مقایسه گروههای مختلف تحصیلی با توجه به دلایل عدم پذیرش.....
۹۲	جدول ۱۴- مقایسه گروههای مختلف از نظر مساحت باغ با توجه به دلایل عدم پذیرش.....
۹۴	جدول ۱۵- سهم هزینه نهاده‌های عمده در هزینه کل یک هکتار باغ زیتون در استان گیلان.....
۹۶	جدول ۱۶- قیمت فوب و سیف روغن زیتون در استان گیلان.....

جدول

صفحه

- جدول ۱۷- قیمت سایه‌ای روغن زیتون استان گیلان بر اساس CIF و FOB ۹۶
- جدول ۱۸- قیمت سایه‌ای نهاده‌های قابل تجارت ۹۷
- جدول ۱۹- هزینه سرمایه گذاری یک هکتار باغ زیتون از احداث تا اولین بهره‌برداری اقتصادی ۹۹
- جدول ۲۰- قیمت سایه‌ای منابع داخلی برای یک هکتار باغ زیتون در استان گیلان ۱۰۰
- جدول ۲۱- هزینه سایه‌ای نهاده‌های قابل تجارت برای یک هکتار باغ زیتون ۱۰۱
- جدول ۲۲- میزان NSP، DRC و SCB با نرخ ارز سایه‌ای (PPP مطلق) ۱۰۲
- جدول ۲۳- میزان NSP، DRC و SCB با نرخ ارز سایه‌ای (PPP نسبی) ۱۰۳
- جدول ۲۴- تحلیل حساسیت مزیت نسبی روغن زیتون نسبت به نرخ ارز ۱۰۵
- جدول ۲۵- هزینه آماده کردن زمین و کاشت نهال برای احداث باغ زیتون ۱۰۷
- جدول ۲۶- هزینه‌های جاری سالیانه باغ زیتون ۱۰۸
- جدول ۲۷- مقدار و ارزش سالانه باغ زیتون ۱۰۹
- جدول ۲۸- گردش نقدی طرح احداث باغ زیتون ۱۰۹
- جدول ۲۹- ارزش حال هزینه‌های طرح زیتونکاری (ارقام به هزار ریال) ۱۱۰
- جدول ۳۰- ارزش حال درآمدهای ناخالص طرح زیتونکاری ۱۱۱
- جدول ۳۱- تعیین نرخ بازده داخلی طرح زیتونکاری ۱۱۲
- جدول ۳۲- سهم خریداران در مبادلات سر کارخانه روغن زیتون ۱۱۶
- جدول ۳۳- درصد مبادلات روغن زیتون در بازار سر کارخانه ۱۱۶
- جدول ۳۴- فرآورده‌های کارخانه روغنکشی ۱۱۷
- جدول ۳۵- متوسط مقدار مواد مورد نیاز و هزینه برای بسته‌بندی روغن زیتون (شیشه‌های ۶۰۰ گرمی) ۱۱۸

- جدول ۳۶- حاشیه بازاریابی..... ۱۲۰
- جدول ۳۷- سود ناخالص بازاریابی برای ۶۰۰ گرم روغن زیتون..... ۱۲۱
- جدول ۳۸- عدم کارایی فنی، قیمتی و کل مسیرهای مختلف بازررسانی
روغن زیتون..... ۱۲۳

فهرست نمودارها

<u>نمودار</u>	<u>صفحه</u>
نمودار ۱-۳- تغییر نقطه بهینه در شرایط تحریف بازار.....	۴۷
نمودار ۱-۳-۴- منحنی هزینه متوسط تولید و نقطه حداقل هزینه (اندازه	
بهینه باغ زیتون) مطابق با الگوی ترانسلوگ.....	۸۴

فصل اول

مقدمه

زیتون (*Olea europaea*) را اگر نتوان قدیمی‌ترین گیاهی دانست که در جهان مورد بهره برداری قرار گرفته ، بدون تردید باید آنرا یکی از قدیمی‌ترین گیاهان منطقه مدیترانه و به ویژه خاورمیانه دانست (۲۵).

طبق آمارهای جهانی، در حدود ۸۰۰ میلیون اصله درخت زیتون در مساحتی بیش از ۱۰ میلیون هکتار در دنیا وجود دارد. زیتون از درختان بسیار سودمند منطقه خاورمیانه و کرانه‌های دریای مدیترانه است که به علت داشتن میوه‌ای مفید و خوراکی که روغنی بسیار مرغوب و مطلوب از آن بدست می‌آید در تمام جهان شهرتی بسزا دارد. از آنجا که این درخت پرفایده‌ترین درختان مناطق نسبتاً خشک و کم درخت خاورمیانه و کشورهای عربی و منطقه شرقی دریای مدیترانه است ، اهمیت این درخت در کشورهای عربی و بخصوص در میان پیروان مذاهب یهود و اسلام بیش از دیگران است. چنانچه در تورات و در قرآن کریم از آن به نیکی یاد شده و در قرآن به آن قسم یاد شده است ، و پیروان این مذاهب آنرا به علت فوایدش مقدس می‌شمارند (۱۵).

در برخی کشورهای اروپایی، مانند ایتالیا ، اسپانیا ، فرانسه ، یوگسلاوی ، ترکیه ، و در کشورهای شمال آفریقا ، مانند مراکش ، تونس ، الجزایر ، و کشورهای غرب آسیا ، مانند سوریه ، لبنان و ایران ، در کشت وتوسعه این درخت همت گماشته‌اند. استفاده از میوه این درخت دیر زمانی

است که بین مردم متمدن جهان متداول است ، و روز به روز بر اهمیت آن افزوده می شود.

روی هم رفته حدود ۹۸ درصد از درختان زیتون دنیا در مناطق اطراف دریای مدیترانه کاشته شده است. هم اکنون در بعضی از استانهای ایران از جمله خوزستان ، فارس ، کرمان ، کهگیلویه و بویر احمد، لرستان، بختیاری ، گیلان و زنجان درختان زیتون به چشم می خورند. کاشت زیتون در گیلان طبق روایات معتبر از حدود ۹۰۰ سال پیش در دره الیزه رودبار آغاز گردید و به تدریج در نواحی اطراف و بخشهای طارم سفلی و علیا گسترش یافته است (۱۵ و ۲۵).

زیتون علاوه بر میوه آن ، که هم به صورت خام ، پرورده و نمک سود به مصرف خوراکی می رسد، روغن عالی آن نیز برای تغذیه استفاده می گردد، چوب این گیاه نیز محکم و خوش نقش و جالب است و در صنایع مختلف چوب ، از جمله صنایع ظریف چوب و روکش و نماسازی از آن بهره گرفته می شود. بدین ترتیب زیتون یک درخت چند منظوره است. درخت زیتون علاوه بر نقشی که در ایجاد فضای سبز و حفاظت از خاکها ، به ویژه در روی شیبها دارد ، میوه ای می دهد که روغن میوه وهسته آن در صنایع غذایی ، دارویی ، کرم سازی ، کنسرو سازی ، مایونز سازی ، روغن نباتی و صابون سازی و امثال آن ماده اولیه گرانبهایی به شمار می رود ، و ما باید قدر این فراورده ارزنده را بدانیم.

با این حال، چون کشور ما از نظر آب و هوایی در منطقه خشک و نیمه خشک قرار دارد و زیتون هم یک گیاه کم توقعی است، از نظر آب و هوایی بهترین شرایط را برای کشت این محصول روغنی دارد. درخت زیتون به راحتی بر روی دامنه های شیبدار و ریگدار رشد می کند، لذا رقیب محصول خاصی نمی باشد در صورتی که سایر محصولات و دانه های روغنی دارای چنین شرایطی نیستند. از طرفی، کشور ما از نظر واردات روغن ۸۰ درصد به

خارج از کشور وابسته است. با افزایش تولید روغن زیتون که از بهترین روغنهای نباتی دنیا بوده و در کشورهای خارجی به ویژه اروپا تقاضا برای آن زیاد است ما علاوه بر کاهش این وابستگی می‌توانیم حتی صادر کننده روغن زیتون باشیم. بر این اساس، طرحهای وسیعی در جهت گسترش و توسعه باغات زیتون در ایران صورت گرفته است، اما در جهت اقتصاد مقیاس تولید و بازاریابی آن گام مؤثری برداشته نشده است و کلاً هیچ مطالعه اقتصادی روی این محصول در ایران صورت نگرفته است. برای اینکه کشور ما بتواند در اجرای این طرحها موفق باشد باید با افزایش بهره‌وری ارقام بومی و کشت ارقام اصلاح شده، تولید این محصول را از نظر اقتصادی بهینه نماید تا ما با پیدا کردن مزیت نسبی، صادرات این محصول و فرآورده‌های آن را توسعه بدهیم. باید کشت ارقامی از این محصول توسعه پیدا کند که دارای تولید بیشتر و بازاریابندی بهتری باشد. کشور ما در مقایسه با کشورهای تولید کننده زیتون عملکرد بسیار پائینی دارد. یکی از مشکلات اساسی که در ایران وجود دارد اینست که ، باغات زیتون به روش سنتی احداث شده و در آن فاصله درختان، اندازه باغ، روش آبیاری و غیره ... رعایت نشده است. همین عوامل سبب شده که از عوامل تولید به خوبی استفاده نگردد و میزان عملکرد در هکتار پائین باشد همچنین، پائین بودن سطح سواد، نبودن کلاسهای ترویجی و ریسک‌گریزی کشاورزان مانع از تبدیل باغات مسن به کشت ارقام پر محصول و اصلاح شده می‌شود و اینکه واقعاً چه عواملی مانع از پذیرش کشت ارقام پر محصول توسط کشاورزان می‌شود جای بررسی است. مشکلات دیگری که در مورد زیتون در ایران وجود دارد نبودن تکنولوژی لازم برای تبدیل و فرآوری این محصول به فرآورده‌های مورد نیاز می‌باشد. قیمت روغن زیتون برای مصرف کننده بسیار بالا است در صورتی که این قیمت به تولید کننده منتقل نمی‌گردد. با این حال، باید مصرف بهینه نهاده‌ها و عوامل تولید این محصول تعیین گردد تا گامی در جهت بالا بردن مزیت نسبی آن برداشته شود. لذا، برای بررسی اقتصادی باید از مرحله احداث باغ تا مراحل

مختلف تبدیل و فرآوری این محصول در ایران مورد توجه قرار گیرد و راهکارهای مناسب جهت بهینه شدن آن پیشنهاد گردد.

۱-۱) اهداف پژوهش

- ۱- تعیین بهره وری عوامل تولید زیتون
- ۲- مقایسه اقتصادی ارقام زیتون (ارقام بومی و ارقام اصلاح شده)
- ۳- اقتصاد مقیاس باغ زیتون
- ۴- بررسی عوامل مؤثر بر عدم پذیرش ارقام پر محصول و اصلاح شده توسط کشاورزان
- ۵- تعیین مزیت نسبی زیتون در استان گیلان
- ۶- تحلیل اقتصادی و تعیین نرخ بازدهی داخلی یک طرح زیتون کاری
- ۷- بررسی و شناخت عملیات بازاریابی روغن زیتون در استان گیلان
- ۸- تعیین مسیر و حاشیه بازاریابی و کارایی بازاریابی روغن زیتون

۱-۲) فرضیات پژوهش

برای رسیدن به اهداف فوق ، موضوع در چهارچوب فرضیه‌های زیر پیگیری و یافته‌ها بر اساس این فرضیات ، بیان خواهد شد:

- ۱- بهره‌وری عوامل تولید در ارقام سنتی پائین‌تر از ارقام اصلاح شده است.
- ۲- احداث باغ زیتون در استان گیلان بر مبنای اقتصاد مقیاس انجام نشده است.
- ۳- کشت ارقام پر محصول و اصلاح شده از ارقام بومی اقتصادی‌تر است.
- ۴- زیاد بودن حاشیه بازاریابی در استان گیلان، سبب بالا بودن قیمت روغن زیتون و فرآورده‌های آن برای مصرف کننده و تضعیف تولید شده است.
- ۵- حاشیه خرده فروشی بیش از حاشیه عمده فروشی روغن زیتون است.