

The effect of Organizational Relationship on the performance of sheep's value chain in Lorestan province

Jeiran Chamcham¹, Ali Asghar Mirakzadeh^{2*}, Farahnaz Rostami Ghobadi³

¹Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

²Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

Email: Mirakzadeh@razi.ac.ir

³Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Received: 27.11.2022
Revised: 28.01.2023
Accepted: 03.02.2023

Keywords:
Livestock production
Performance
Value chain
Inter-sectoral relations
Lorestan

ABSTRACT

Correct communication between organizations and production centers leads to increased career opportunities production, performance and the loss of wastes resulting from rework. So, this research was paid to identify the organization involved in this process and their duties. The main organizations studied included the Agricultural Jihad, the Agricultural Research Center and credit institutions. The main paradigm of research was mixed. In order to measure the level of communication and the importance of communication between livestock farmers and each of the investigated organizations was considered a score from 1 to 10. Value chain performance was compiled by economic, social, environmental and technical performance indicators by reviewing the literature and examining the views of experts, indexing and ranking weighting. In the qualitative section, 43 experts and ranchers were selected and analyzed in a targeted and snowball way, and in the quantitative section, 382 ranchers were selected and examined by cluster method. The results showed that more than half of farmers (50.9%) had weak and middle connections with organizations involved in the value chain. While the effective communication of these organizations had a positive and significant effect on the performance of sheep value chain. The role and importance of intermediary communication did not have significant impact on value chain performance. On the other hand, according to the results of the Mann-Whitney U test, farmers were related directly with credit institutions, mutual of livestock production improvement, veterinary office and intermediary, they have performed differently than those who were indirectly associated with these organizations.

Cite this article: Chamcham, J., Mirakzadeh, A.A., Rostami Ghobadi, F. 2023. The effect of Organizational Relationship on the performance of sheep's value chain in Lorestan province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 10 (1), 57-84.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2023.20506.1632

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

تأثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

جیران چام^۱، علی اصغر میرک زاده^{۲*}، فرحناز رستمی قبادی^۳

^۱ گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

^۲ گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. Mirakzadeh@razi.ac.ir

^۳ گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی - پژوهشی	ارتباطات صحیح بین سازمان‌ها و مراکز تولیدی منجر به افزایش فرصت‌های شغلی، عملکرد تولید و کاهش اتلاف هزینه‌های ناشی از دوباره‌کاری و کم‌کاری‌های مرتبط می‌شود. از این رو در پژوهش حاضر علاوه بر شناخت سازمان و صنف‌ها و وظایف آن‌ها در فرآیند زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان به بررسی میزان و چگونگی ارتباط سازمان‌ها با دامدار و تأثیر آن بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان پرداخته شد سازمان‌های اصلی مورد مطالعه شامل جهاد کشاورزی، مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی و موسسات اعتباری بود. پارادایم اصلی تحقیق آمیخته بود. به منظور سنجش میزان ارتباط و اهمیت ارتباط دامداران با هر کدام از سازمان‌های مورد بررسی نمره از ۱ تا ۱۰ در نظر گرفته شد. عملکرد زنجیره ارزش به وسیله شاخص‌های عملکرد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و فنی با مرور ادبیات و بررسی دیدگاه متخصصان، شاخص‌سازی و وزن‌دهی رتبه‌ای تدوین گردید. در بخش کیفی به صورت هدفمند و گلوله‌برفی ۴۳ دامدار و کارشناس و در بخش کمی با روش خوشه‌ای ۳۸۲ دامدار انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان داد بیش از نیمی از دامداران (۵۰/۹ درصد) ارتباط ضعیفی با سازمان‌ها در زنجیره ارزش گوشت گوسفند داشتند. این در حالی است که ارتباط موثر سازمان‌های مذکور (به جز صنف دلان) تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند داشت. دامدارهایی که به طور مستقیم با موسسات اعتباری، معاونت بهبود تولیدات دامی و اداره دامپزشکی در ارتباط بودند عملکرد بیشتری داشتند نسبت به کسانی که به طور غیرمستقیم با این سازمان‌ها در ارتباط بودند.
واژه‌های کلیدی: تولیدات دامی عملکرد زنجیره ارزش روابط بین بخشی لرستان	

استناد: چام چام، ج.، میرک زاده، ع.ا.، رستمی قبادی، ف. (۱۴۰۲). تأثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان

لرستان. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۰ (۱)، ۵۷-۸۴.

DOI: 10.22069/jead.2023.20506.1632

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان



© نویسندگان.

مقدمه

دامپروی به‌عنوان یکی از زیربخش‌های مهم کشاورزی، ضمن اینکه منبع اصلی تأمین‌کننده‌ی فرآورده‌های پروتئینی کشور به‌شمار می‌آید، بعد از زراعت و باغبانی بالاترین سهم را در ارزش افزوده‌ی بخش کشاورزی دارد (شمس و جوادی، ۱۳۹۴). تولید در این بخش تفاوت‌هایی با سایر زمینه‌های تولیدی و تجاری دارد (حسن‌آبادی‌زاده و حسینی، ۱۳۸۹) که به دلیل برخورداری از رشد مستمر و پایدار اقتصادی کشور از اهمیت خاصی برخوردار است. بخش دامداری نقش حیاتی در اقتصاد کشاورزی ایران به عهده دارد، زیرا حدود ۷۰ درصد از جمعیت شاغل در روستا، ۹۰ درصد از جمعیت عشایر و ۱۰ درصد از جمعیت شهرنشین به صورت مستقیم در فعالیت‌های مرتبط با امور دام حضوری فعال دارند (طباطبایی و همکاران، ۱۳۸۹). به‌طوری‌که ارزش افزوده در این بخش منجر به رشد سایر بخش‌های اقتصادی یک جامعه بخصوص دو بخش صنعت و خدمات خواهد شد (سلیمانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵). رشد در بخش دامپرووری منجر به بهبود عملکرد، کاهش هزینه‌های عملیاتی، آشکار کردن فرصت‌های نهفته در کسب و کار، کمک به تصمیم‌گیری و شناخت شاخص‌های کلیدی عملکرد می‌شود (Kaplinsky and Morris, 2001). با این حال و با افزایش جمعیت در چند سال اخیر کارآیی روش‌های سنتی استحصال مواد غذایی اعم از کشاورزی و دامداری از بین رفته است و پاسخگوی سیاست‌های دولت مبنی بر لزوم خودکفایی نمی‌باشد (دشتی و همکاران، ۱۳۹۴). در این میان نوسانات قیمت گوشت همواره از چالش‌های اساسی بازار ایران بوده که منجر به عدم تعادل بازار و سبب کاهش رفاه مصرف‌کنندگان و بروز خسارت برای تولیدکنندگان شده است (حیدری، ۱۴۰۰). این در حالی است که زنجیره ارزش به عنوان مولفه اصلی و

یا به عبارتی طلایی‌ترین کلید موفقیت در اقتصاد دانایی محور می‌تواند فرآیند تولید و عرضه محصول را تسهیل کرده و محصول نهایی را از جهت قیمت، رقابتی سازد (انصاری رنانی و نامقی، ۱۳۸۸). ایده اصلی زنجیره ارزش تاکید بر جریان‌های فیزیکی خاص درون یک بخش تولیدی دارد (Raikes et al., 2000). در چارچوب زنجیره‌ی تولید ارزش جهانی، شرکت‌ها می‌توانند با به کارگیری تکنیک‌های صحیح ارتقا، از طریق بهبود فرایند تولید و همچنین بهبود در عملیات، انتظار افزایش ارزش مضاعف و کسب مزیت رقابتی را داشته باشند (ملک اخلاق و همکاران، ۱۳۹۲).

در این راستا کارشناسان اعتقاد دارند تغییر در ساختار صنعت تولید گوشت می‌تواند کارایی زنجیره‌های ارزش را به میزان قابل توجهی ارتقاء بخشد و هزینه‌های نامطلوب و اضافی را به میزان مؤثری کاهش دهد (میرزایی و همکاران، ۱۴۰۰). از این‌رو استفاده از ظرفیت‌های این زنجیره امکان حل معضلات مذکور را دوچندان می‌کند. این در حالی است که سازمان‌ها و نهادهای درگیر در پرورش گوسفند، دانش اندکی در مورد مزایای ورود به یک سیستم مناسب زنجیره‌ی ارزش داشته (Van der Merwe, 2012) و نهایت استفاده‌ی مناسب از مدیریت هماهنگی زنجیره‌ی ارزش گوشت را نخواهند برد، به طوری که هزینه‌های اضافی را به شبکه مذکور تحمیل کرده و تولیدکننده و مصرف‌کننده را تحت فشار قرار می‌دهد. با مدیریت صحیح زنجیره ارزش در راستای هماهنگ کردن بخش‌های مختلف زنجیره و دستیابی به هدف مشترک تولید گوشت باکیفیت و با کم‌ترین هزینه، می‌توان امکان استفاده بهینه از شرایط موجود را فراهم کرده و عملکرد فنی و اقتصادی مزارع و دامپرووری‌ها را دوچندان تحت تاثیر قرار داد (Amini Shal et al.,

2013). این در حالی است که استان لرستان با دارا بودن ۱۷۴۹۶۰۰ رأس گوسفند، هشتمین استان در کشور است (عبادزاده و همکاران، ۱۳۹۸) که از این نظر مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی متعددی را به خودش اختصاص داده است. رشد اقتصادی استان تا حد زیادی تحت تاثیر این صنعت قرار گرفته است (چام چام و همکاران، ۱۴۰۰). با این وجود توجه به مجموعه عوامل درگیر در تولید گوشت گوسفند و مدیریت آن‌ها با روش‌های علمی و در قالب مدیریت زنجیره ارزش، با اهمیت دادن و سرمایه‌گذاری در بخش ارزش افزوده‌ی این محصول، موجبات دستیابی به تولید اقتصادی و بهداشتی فرآورده‌های دامی را فراهم می‌آورد. بسیاری از محققان و مدیران کسب و کار معتقدند که ارتباط کاری با دیگر حلقه‌های زنجیره ارزش در حوزه‌های مرتبط به کسب و کار به آن‌ها کمک می‌کند تا درآمد را افزایش، هزینه‌ها را کاهش و ریسک‌های موجود را به طور موثر مدیریت کنند (Beard, 2008). این در حالی است که همکاری‌ها و مشارکت‌ها، به افراد و سازمان‌ها امکان می‌دهد تا با ترکیب و استفاده از نقاط قوت و توانمندی‌های تکمیلی خود، از یکدیگر پشتیبانی کنند (Grudinschi et al., 2013) و علاوه بر افزایش آگاهی دامدار، اعتماد به نفس و قدرت چانه‌زنی او نیز تقویت شده و در نهایت منجر به افزایش عملکرد اجتماعی وی در راستای تحقق عملکرد اقتصادی زنجیره خواهد شد. با توجه به مطالب بیان شده در این تحقیق به بررسی تاثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان پرداخته شد. در راستای تحقق هدف کلی، به هدف‌های اختصاصی زیر پرداخته شد:

۱. بررسی وظایف و کارکردهای هر کدام از سازمان‌ها و صنایع دخیل در زنجیره ارزش تولید گوشت گوسفند در استان لرستان؛

۲. بررسی میزان ارتباط سازمان‌ها و صنایع دخیل در زنجیره ارزش تولید گوشت گوسفند در استان لرستان؛

۳. بررسی همبستگی بین میزان ارتباط و عملکرد زنجیره ارزش تولید گوشت گوسفند در استان لرستان؛

۴. بررسی تاثیر نوع ارتباط مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد زنجیره ارزش تولید گوشت گوسفند در استان لرستان.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

زنجیره ارزش به عنوان یک زنجیره‌ی از فعالیت‌های تجاری مرتبط تعریف می‌شود که از عرضه ورودی به فروش نهایی توسط مجموعه‌ای از شرکت‌ها اجرا می‌شود (GTZ, 2007). این فعالیت‌ها منجر می‌گردد تا ارزش واقعی محصول و یا خدمت در فرآیند تامین، تولید و توزیع به شکل علمی در فضای رقابتی افزایش یابد (انصاری رنانی و نامقی، ۱۳۸۸). در واقع زنجیره‌ی ارزش، یک ابزار ارزشمند برای شناسایی طیف وسیعی از مسائل برجسته و فرصت‌های حذف ضایعات در سطح درونی و بین شرکت‌ها می‌باشد (Simons et al., 2003). Porter معتقد است این زنجیره‌ی ارزش ابزاری توانمند در بازشناسی فرایندها، فعالیت‌ها و عملیات گوناگون کسب و کار از طریق بررسی عواملی همچون طراحی و تولید، بازاریابی، تحویل و خدمات پس از فروش معرفی می‌شود (رضوانی، ۱۳۹۰). زنجیره ارزش در ارتباط با سازمان‌ها، وظایف تولیدکنندگان، پردازشگرها، بازرگانان و توزیع‌کنندگان یک محصول یا شرکت را انجام می‌دهد. این زنجیره متشکل از مجموعه‌ای از پیوندهای زنجیری هستند (GTZ, 2007). این پیوندهای زنجیری به نوعی ارتباطات سازمانی را به وجود می‌آورند.

al. (۲۰۱۹) این نوع ارتباطات بین حلقه‌ها را از عوامل موثر بر کیفیت زنجیره بیان می‌کنند. این نکات در تعریف نوع ارتباط افراد درگیر در زنجیره ارزش گوشت گوسفند نقش اساسی دارد. همچنین در راستای ارتباط موثر، ارتباطات سازمانی، انتقال اطلاعات، مفاهیم و معانی بین عوامل سازمانی در جهت تحقق اهداف صورت می‌گیرد (الوانی، ۱۳۸۲).

Allee (2002) شبکه ارتباطی زنجیره ارزش را به‌عنوان مجموعه‌ای پیچیده از منابع اجتماعی و فنی می‌داند که از طریق روابط موجود برای ایجاد ارزش از طریق کسب دانش، استفاده از هوش، تولید محصول (کسب و کار) و خدمت‌رسانی فعالیت می‌کند. از نظر او یک شبکه ارتباطی زنجیره ارزش همانند مجموعه‌ای پیچیده است که از منابع اجتماعی و فنی به منظور ایجاد ارزش اقتصادی بهره می‌برند. وی همچنین معتقد است که شبکه ارتباطی زنجیره ارزش به‌عنوان یک ابزار برای تبادلات نامشهودات مورد استفاده قرار می‌گیرد. وی یک شبکه ارتباطی ارزشی را به‌عنوان "هر نوع رابطه‌ای که ارزش ملموس و نامشهود را از طریق تبادلات پویای پیچیده بین دو یا چند فرد، گروه‌ها و یا سازمان‌ها ایجاد می‌کند" تعریف کرده است.

با این حال در تحقیق حاضر نوع ارتباط و میزان و چگونگی همکاری و ارتباط سازمان‌ها و صنف‌های درگیر در زنجیره ارزش گوشت با دامداران به‌عنوان حلقه اصلی زنجیره ارزش مورد بررسی قرار خواهد گرفت. مسلم است به هر میزان ارتباط سازمان‌ها و افراد متولی با دامدار شفاف‌تر، هماهنگ و بیشتر باشد، با ایجاد تعهد، (Kotter and Schilesinger, 2008) کاهش عدم اطمینان (Frahm and Brown, 2007)، ایجاد حس کنترل (Kramer et al, 2004) موجبات افزایش عملکرد و بهره‌وری در زنجیره ارزش را فراهم می‌کند (نصیری ولیک بنی، ۱۳۹۶).

این در حالی است که ارتباطات در سازمان موجد قدرت و وسیله‌ای برای به کارگرفتن بهینه اختیارات قانونی و اداری و اعمال آن در طول سلسله مراتب سازمانی است. ارتباطات اغلب به صورت موازی در کنار مجاری اختیارات رسمی قرار دارد و عامل تسهیل جریان کار در سازمان (فخیمی، ۱۳۷۹)، عاملی برای بقا و موفقیت سازمان است (مرتضوی و مهربان، ۱۳۸۳). به این منظور لازم است برای گرفتن اطلاعات و تبادل معانی به افراد و ارگان‌های مختلف در داخل و خارج سازمان، ارتباط موثر ایجاد شود (ملکیان و علی‌پور، ۱۳۹۱). مدیریت ارتباطات شامل تمام فرایندهای ارتباطی است که یک سازمان با مردم خود (Zerfass, 2008; Grunig and Hunt, 1984) و عوامل بیرونی با روال‌های مدیریتی موجود یا حتی جدید در قالب برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و کنترل فعالیت‌های تأثیرگذار، ایجاد می‌کند (Borchers and Enke, 2021).

همکاری و مشارکت شبکه‌های ارتباطی در زنجیره ارزش را می‌توان به‌عنوان "ارتباط یا به اشتراک‌گذاری اطلاعات، منابع، فعالیت‌ها و قابلیت‌های سازمان‌ها برای دستیابی به نتیجه مشترک که نمی‌تواند توسط سازمان‌ها به طور جداگانه به دست آید" توصیف کرد (Bryson, 2009). زمانی که افراد و سازمان‌های مختلف در فرآیند همکاری با همدیگر درگیر می‌شوند، آن‌ها می‌دانند که از این همکاری مزایایی دریافت کنند یا سود ببرند. اگر هیچ فایده‌ای نداشته باشد، انگیزه کاری ناپدید می‌شود (Gazley, 2010). بنابراین، درک اهمیت و منافع همکاری می‌تواند نقش حیاتی در ایجاد ارتباط سالم ایفا کند. علاوه بر این، شبکه ارتباطی زنجیره ارزش راهی برای تعریف نقش‌ها و تعیین بهترین راهکار برای رسیدگی به وظایف روتین و چالش‌ها هنگام کار با یکدیگر را ارائه می‌دهد (Allee, 2008). به‌طوری‌که Buncic et

ارتباطات سازمانی به عنوان بنیاد سازمان‌های مدرن در نظر گرفته می‌شود (حدادیان بناب و فیروزی دانالو، ۱۳۹۵). ارتباط ضعیف درون سازمان می‌تواند هزینه‌بر بوده و به طور مستقیم بر سطح عملیاتی سازمان اثر می‌گذارد (رضاییان و رامین‌مهر، ۱۳۹۰)، به طوری که هماهنگی، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، کنترل و سایر وظایف بدون وجود سیستم ارتباطی مؤثر در سازمان قابل تحقق نیست و امکان اداره سازمان مهیا نخواهد شد (فرهنگی، ۱۳۷۸).

در یک ارتباط سازمانی، چهار ویژگی هدفمندی، ساختارمندی، وظیفه‌مداری و محاط بودن مورد توجه است. سازمان به عنوان یک موجود زنده، هم بر محیط اثر می‌گذارد و هم از آن تأثیر می‌پذیرد و این دیدگاه هر مجموعه را دارای اجزایی می‌داند که وجه اشتراک آن‌ها نظم سلسله‌مراتبی، وابستگی به یکدیگر و مرزهای نفوذپذیری است (ملکیان و علی‌پور، ۱۳۹۱).

با این حال تاکنون تحقیقی که نوع و میزان ارتباط دامدار یا کشاورز با سازمان‌های درگیر در زنجیره ارزش محصول تولیدی را مشخص کند انجام نگرفته است. در تحقیقات انجام شده تنها به برخی وظایف مختصر سازمان‌ها و یا تأثیر سرمایه ارتباطی و انسانی آن‌ها در زنجیره‌های ارزش تولیدی محصولات و یا در مراکز مختلف اشاره شده است. ارتباط با سازمان‌ها تا حد زیادی با نوع وظیفه‌ی سازمان در ارتباط است. هر سازمان بنا به وظیفه‌ای که در تأمین نیازهای دامدار دارد می‌تواند به طور مستقیم یا غیرمستقیم، در اجرا، به صورت اداری، همفکری و تصمیم‌گیری به تولید گوشت گوسفند کمک کند. در این راستا کوراوند و همکاران (۱۳۹۵) بر اساس مدل مایکل پورتر معتقدند ارتباط سازنده با سازمان‌های پشتیبانی، عملکرد زنجیره ارزش را دوچندان می‌کنند. نتایج به دست آمده از پژوهش پوریوسف (۱۳۹۵) نشان داد هر چه میزان ارتباط سازمان‌های پشتیبان با حلقه اصلی بیشتر باشد

منجر به خلق ارزش افزوده اقتصادی در آن زنجیره خواهد شد. زارعی و زارعی (۱۳۸۶) با ارائه مدل بهینه مدیریت زنجیره عرضه، با حذف میدان بار مبدا و ادغام خرده‌فروش و میدان بار معتقد است در این حالت سود بیشتری عاید عوامل درگیر در زنجیره خواهد شد. یافته‌های Can Saglam et al. (2022) نشان دادند کیفیت ارتباط به عنوان یک عامل ضروری در انعطاف‌پذیری زنجیره تأمین در نهایت به طور مثبت عملکرد مدیریت ریسک زنجیره تأمین را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

بر اساس یافته‌های تحقیق Nidumolu et al. (2018) بازیگران زنجیره ارزش پنبه شامل تأمین‌کنندگان ورودی (دانه، کود و مواد شیمیایی کشاورزی)، کشاورزان، برداشت‌کنندگان محصول، عمده‌فروشان و پردازشگرها می‌باشند. این زنجیره همچنین توسط خدمات پشتیبانی دولتی و غیر دولتی و بخش بانکی پشتیبانی می‌شود که تأثیر مستقیم و مهمی در عملکرد پنبه تولیدی داشته‌اند. از نظر Den Broeder (2018) زنجیره ارزش تولید گوجه فرنگی در غنا شامل ورودی (زمین، کشت، و عرضه ورودی)، خروجی (قیمت نهاده، وزن جعبه‌های خریداری شده، قیمت جعبه‌ها) می‌باشند. از سازمان‌ها و صنایع درگیر این زنجیره به بازرگانان، مجریان و البته وزیر بازرگانی اشاره کرده که فعالیت آن‌ها عملکرد زنجیره ارزش را افزایش داده است. Solomon Godfrey (2016) در بررسی زنجیره ارزش شیر در پانجاب پاکستان نقش واسطه‌ها در زنجیره ارزش شیر را محرز و در جهت مثبت بر عملکرد زنجیره ارزش زنجیره شیر گزارش کردند. Phiri (2015) در بررسی خود به این نتیجه رسید که فعالیت‌های سازمان‌های تأمین‌کننده خوراک دام، سازمان دامپزشکی و سازمان‌های برنامه‌ریزی در جهت رفع چالش‌های زنجیره‌ی ارزش منجر به افزایش مشارکت اجتماعی،

روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌های مورد نیاز از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی، از نظر میزان کنترل متغیرها از نوع غیر آزمایشی و از لحاظ هدف جز تحقیقات کاربردی می‌باشد. رویکرد کلی تحقیق حاضر با استفاده از روش تحقیق آمیخته با غالبیت رویکرد کمی و طرح اکتشافی بود. به منظور سنجش میزان ارتباط هر کدام از سازمان‌های مورد بررسی با دامداران از ۱ تا ۱۰ به هر کدام امتیاز دادند (کمترین میزان ارتباط=۱ و بیشترین میزان ارتباط=۱۰ در نظر گرفته شد). میزان اهمیت هر کدام از این سازمان‌ها نیز از ۱ تا ۱۰ مورد سوال واقع گردید (۱=کمترین اهمیت و ۱۰=بیشترین اهمیت). به منظور تحلیل عملکرد هر کدام از حلقه‌های قبل تولید، تولید، فرآوری، توزیع و بازاریابی و مصرف‌کننده از ۴ شاخص اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فنی استفاده شد. شاخص‌های مذکور با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، اینترنتی از طریق مرور ادبیات و مصاحبه با متخصصین فن (۲ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی گروه اقتصاد و علوم سیاسی، ۲ نفر از اعضای هیئت علمی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان لرستان و ۲ نفر از هیئت علمی دانشگاه رازی کرمانشاه) تدوین و بعد از وزندهی و اعتباربخشی توسط ۲۰ نفر از متخصصان هیات علمی دانشگاه رازی، هیات علمی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی لرستان و کارشناسان جهاد کشاورزی استان لرستان به صورت پرسشنامه درآمده و در اختیار دامداران قرار گرفت. لازم به ذکر است هر کدام از مراحل قبل تولید، تولید، فرآوری، بازاریابی و مصرف‌کننده در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان

مشارکت بخش خصوصی و در نهایت منجر به تقویت سیستم بازار از طریق کنترل قیمت‌ها و دسترسی به موقع به نهاده‌ها، کاهش فقر و افزایش درآمد دامداران زنجیره‌ی ارزش پرورش بز در منطقه‌ی ۹ شوروی می‌شود. Marandure (2015) در بررسی زنجیره‌ی ارزش تولید گاو در پاکستان از مهم‌ترین عوامل دخیل در افزایش عملکرد حلقه‌ی تولید را دسترسی به خدمات پشتیبانی سازمان‌های مرتبط با پرورش گاو بیان کردند. Triekens and Wognum (2013) معتقدند مدیریت موثر و کارآمد زنجیره‌های عرضه گوشت خوک اروپایی منجر به ارزش افزوده برای مصرف‌کننده با حداقل هزینه‌های ممکن خواهد شد. این امر جز با ایجاد ارتباط موثر با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش امکان‌پذیر نخواهد بود. Lin et al. (۲۰۱۰) همکاری زنجیره بازارمحور را عامل مهمی در خلق ارزش مشترک، نوآوری و یکپارچه‌سازی منابع مرتبط می‌دانند. این درحالی است که Fawcett and Magnan (2004) معتقدند بین تامین‌کنندگان و مشتریان یک زنجیره، مشارکت فراتر از تبادل و ادغام اطلاعات است که این همکاری‌ها در قالب تصمیم‌گیری‌های مشترک تاکتیکی منجر به پیش‌بینی، توزیع و طراحی محصول می‌شوند.

در این میان، بررسی مطالعات به عمل آمده حاکی از آن است که پژوهش‌های کاملی در زمینه شناخت سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی به خصوص گوسفند صورت نگرفته است. با توجه به اهمیت میزان شناخت دقیق این سازمان و صنایع و میزان ارتباط، چگونگی ارتباط با عوامل اصلی زنجیره (دامدار) و تاثیر این ارتباطات بر عملکرد زنجیره ارزش، در تحقیق حاضر به این مهم پرداخته شد.

لرستان از شاخص‌های جداگانه اقتصادی، اجتماعی، فنی و زیست محیطی استفاده شد. عملکرد کلی با حاصل جمع عملکرد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و فنی در مراحل مذکور به دست آمد (طبق ضمیمه شماره ۱).

جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختارمند فردی و گروهی متمرکز و روش‌هایی تکمیلی مانند مشاهده غیرمستقیم، مطالعه مدارک و اسناد کتابخانه‌ای و پرسشنامه صورت گرفت. در بخش کیفی مصاحبه‌های فردی با ۲۲ نفر و مصاحبه‌های گروهی با ۲۱ نفر انجام شد. مصاحبه‌های فردی در ۶ نوبت و به طور متوسط هر کدام ۱ ساعت و ۲۰ دقیقه و در مجموع ۲۶ ساعت و ۵ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه‌های گروهی در ۴ نوبت و با ۴ گروه مختلف و به طور متوسط ۲ ساعت در هر نوبت، دیدگاه‌ها کارشناسان و دامداران در رابطه با ابعاد مختلف ارتباطی با سازمان‌های متولی مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق در دو بخش کمی و کیفی به طور جداگانه بررسی شد. در بخش کیفی جامعه‌ی مورد مطالعه شامل کلیه افراد درگیر در حلقه‌های زنجیره ارزش گوشت قرمز در استان لرستان می‌باشند. این افراد شامل افراد مشغول در بخش تولید نهاده‌های دامی (شامل کارخانه‌های تولیدکننده کنجاله‌ها و کشاورزان تامین‌کننده علوفه) دامداران سنتی، کارشناسان بخش امور پشتیبانی (بخش هماهنگی ترویج و معاونت امور دام جهاد کشاورزی استان، اداره کل تعاون و صندوق توسعه، صندوق توسعه بخش کشاورزی و رئیس اتحادیه دامداران) بودند. نمونه‌ها در بخش کیفی با روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی با مصاحبه با ۴۳ نفر به اشباع داده‌ها رسید. جامعه آماری در بخش کمی شامل حدود ۳۵۰۰۰ دامداران سنتی دارای دام سبک (گوسفند) در استان لرستان بودند که بر اساس جدول

گرجسی و مورگان (۱۹۷۰) ۳۸۲ نفر از آن‌ها انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. روش نمونه‌گیری در دو مرحله با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی انجام پذیرفت. به منظور تعیین روایی اهداف حاصل از روش‌های کیفی از روش مثلث‌سازی (Cohen et al., 2004) و چهار معیار موثق بودن (Guba and Lincoln (1981) شامل: باورپذیری، تأییدپذیری؛ اطمینان‌پذیری و انتقال‌پذیری استفاده شد. به منظور تعیین پایایی ابزار تحقیق در بخش کمی از آلفای کرونباخ استفاده شد. آلفای کرونباخ به دست آمده ۰/۹۴ به دست آمد که حاکی از قابل اعتماد بودن ابزار تحقیق است. داده‌ها با استفاده از نرم افزار MAXQDA²⁰²⁰ و SPSS²⁰ تجزیه و تحلیل شدند.

نتایج و بحث

بر اساس مصاحبات انجام شده، سازمان‌های دخیل در زنجیره ارزش گوشت گوسفند شامل موسسات اعتباری (بانک‌ها)، جهاد کشاورزی با زیرمجموعه تعاونی روستایی و عشایری، معاونت بهبود تولیدات دامی و اداره کل دامپزشکی که خود شامل سه بخش دامپزشکی، قصاب‌ها و کشتارگاه‌ها بود، مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی - زیر مجموعه علوم دام و موسسات اعتباری دسته‌بندی شدند.

مهم‌ترین وظایف سازمان دامپزشکی در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان شامل نظارت بر رعایت موازین بهداشتی با ۳۵ تکرار، نظارت بر رعایت قوانین و مقررات مرتبط با سلامت و فراهم کردن رفاه دام با ۳۲ تکرار، پیشگیری و مبارزه با بیماری‌های مشترک انسان و دام با ۲۴ تکرار به دست آمد. کشتن دام با اصول و ضوابط بهداشتی با ۳۸ بار تکرار و نگهداری گوشت با ۳۱ بار تکرار از مهم‌ترین وظایف بخش کشتارگاه‌ها به دست آمدند. کارکرد اصلی قصاب از نظر پاسخگویان تیکه کردن گوشت

تکرار، ارائه آموزش‌های مورد نیاز در زمان مناسب و به موقع با ۲۲ تکرار، از وظایف و کارکردهای مهم در بخش ترویج و آموزش کشاورزی به حساب می‌آیند. مهم‌ترین کارکردهای بخش مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی - زیر مجموعه علوم دام، ارائه راهکار به منظور حفظ و توسعه بانک و ذخایر استانی با ۲۰ بار تکرار و اصلاح و نوسازی روش‌های مربوط در تولید دام با ۱۶ بار تکرار به دست آمدند. ارائه تسهیلات با توجه به نیازهای واقعی دامدار با ۲۵ تکرار، ارائه تسهیلات با سود کم با ۲۲ تکرار از مهم‌ترین کارکردهای موسسات اعتباری به دست آمد.

۳۳ بار تکرار و ایجاد شرایط سهولت دسترسی مصرف کننده به گوشت با ۲۹ بار تکرار بود. حمایت‌های فنی و تخصصی به منظور تولید با ۲۵ تکرار، حمایت‌های حقوقی برای تولید با ۲۲ تکرار از مهم‌ترین کارکردهای تعاونی‌های روستایی و عشایری به دست آمد. در بخش معاونت بهبود تولیدات دامی، استفاده از دام‌های با راندمان بالای تولید با ۱۸ بار تکرار و بهبود بهره‌وری در کلیه فعالیت‌های تولیدی با ۱۶ بار تکرار مهم‌ترین کارکرد این اداره به دست آمد. در بخش ترویج و آموزش بهره‌گیری از آموزش‌های تلویزیونی به منظور بهبود تولید با ۳۱ تکرار، سهولت انتقال محتوای آموزشی به دامدار با ۳۱

جدول ۱- کارکردهای ادارات زیر مجموعه جهاد کشاورزی و صنایع دخیل در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

سازمان	اداره	واحد	کارکردها	فراوانی
			نظارت بر رعایت موازین بهداشتی	۳۵
			نظارت بر رعایت قوانین و مقررات مرتبط با سلامت و فراهم کردن رفاه دام	۳۲
			پیشگیری و مبارزه با بیماری‌های مشترک انسان و دام	۲۴
		دامپزشکی	اجرای الزامات، مقررات و دستورالعمل‌های بهداشتی	۱۹
			کنترل، پیشگیری و مبارزه با بیماری‌های دامی	۱۸
			تأمین و تضمین بهداشت و سلامت فرآورده‌های دامی	۱۶
			اعمال قرنطینه دام در صورت نیاز	۱۴
	اداره کل دامپزشکی		نظارت بر رعایت بهداشت خوراک دام	۱۲
			کشتن دام با اصول و ضوابط بهداشتی	۳۸
			نگهداری گوشت	۳۱
		کشتارگاه	بسته‌بندی گوشت	۱۸
			تبدیل ضایعات به فرآوری‌های قابل مصرف	۱۲
			تیکه کردن گوشت	۳۳
			ایجاد شرایط سهولت دسترسی مصرف‌کننده به گوشت	۲۹
		قصاب	پاک کردن گوشت	۲۵
			راهنمایی مشتری برای تهیه گوشت مورد نیاز	۱۸
			حمایت‌های فنی و تخصصی به منظور تولید	۲۵
			حمایت‌های حقوقی برای تولید	۲۲
	تعاونی روستایی و عشایری		تهیه و توزیع نهاده‌ها	۱۸
			تأمین اعتبارات و وام‌های مورد نیاز برای تولید	۱۶

تاثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت... / جبران چام چام و همکاران

سازمان	اداره	واحد	کارکرها	فراوانی
			سازماندهی و ساماندهی فعالیت‌های تولید	۱۳
			استفاده از دام‌های با راندمان بالای تولید	۱۸
			بهبود بهره‌وری در کلیه فعالیت‌های تولیدی	۱۶
			فراهم سازی زمینه مشارکت تشکل‌ها و مراکز پژوهشی	۱۵
			گسترش زنجیره‌های تولید	۱۴
	معاونت بهبود تولیدات دامی		فراهم‌سازی زمینه استفاده از توان بخش خصوصی	۱۱
			فعال‌سازی واحدهای تعطیل و نیمه تعطیل	۱۰
			فراهم‌سازی زمینه جلب سرمایه گذاران	۹
			رفع موانع صادرات	۷
			بهره‌گیری از آموزش‌های تلویزیونی به منظور بهبود تولید	۳۱
			سهولت انتقال محتوای آموزشی به دامدار	۳۱
			ارائه آموزش‌های مورد نیاز در زمان مناسب و به موقع	۲۲
	مدیریت هماهنگی ترویج		تدریس با روش‌های باکیفیت و متناسب برای تولید	۲۰
			سهولت دسترسی به دامداران به محتوای آموزشی	۱۸
			تدوین محتوای آموزشی مناسب	۱۵
			ارائه راهکار به منظور حفظ و توسعه بانک و ذخایر استانی	۲۰
			اصلاح و نوسازی روش‌های مربوط در تولید دام	۱۶
	مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی - زیر مجموعه علوم دام		انجام مطالعات مورد نیاز در رابطه با یافتن نژاد برتر، تغذیه برتر و بهبود عملکرد گوسفندان	۱۴
			بررسی مسائل و مشکلات زنجیره ارزش گوشت	۱۲
			تحقیق در رابطه با اقتصادی کردن فرآیند تولید	۸
			ارائه تسهیلات با توجه به نیازهای واقعی دامدار	۲۵
			ارائه تسهیلات با سود کم	۲۲
	موسسات اعتباری		سهولت دریافت اعتبارات توسط دامدار	۱۸
			ارائه تسهیلات در زمان مناسب و به موقع	۱۷
			ارائه تسهیلات به میزان کافی به دامدار	۱۶
			ارائه تسهیلات با مدت زمان برگشت طولانی	۱۶

منبع: یافته‌های پژوهش

موقع با ۴۱ تکرار، جابه‌جایی با کیفیت با ۴۰ تکرار و جابه‌جایی به‌صرفه با ۳۷ تکرار اشاره کرد.

مهم‌ترین وظایف واسطه‌ها بازاریابی با ۲۵ بار تکرار و ارائه قیمت با ۲۱ بار تکرار به دست آمد. از کارکردهای مهم حمل و نقل می‌توان به جابه‌جایی به

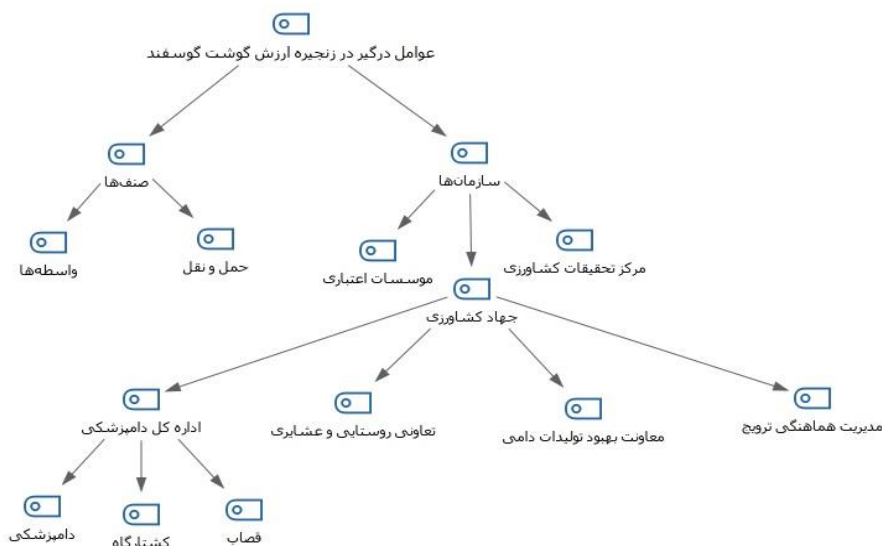
جدول ۲- کارکردهای صنف‌های دخیل در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

صنف‌های دخیل	کارکرد و وظایف	فراوانی
واسطه‌ها (دلالان)	بازاریابی	۲۵
	ارائه قیمت	۲۳
	تعیین محل ارائه محصول	۲۱
	تعیین نحوه ارائه محصول	۱۸
	تعیین کیفیت محصولات تولید شده	۱۵
	تعیین زمان ارائه محصول	۱۴
حمل و نقل	سهولت بازاریابی	۱۲
	جابه‌جایی به‌موقع	۴۱
	جابه‌جایی باکیفیت	۴۰
	جابه‌جایی به‌صرفه	۳۷

منبع: یافته‌های پژوهش

ترسیم شد. لازم به ذکر است روابط موجود بین کارکردهای مختلف و زیرگروه‌های آن در شکل ۱، روابطی هم‌ارزی و زیرمجموعه‌ای بوده و نشان‌دهنده تاثیر و یا برتری متغیرها نسبت به همدیگر نیست.

در ادامه به منظور برقراری ارتباط بین متغیرهای به دست آمده در بررسی کارکردهای سازمان‌ها و صنف‌های دخیل در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان از تحلیل محتوای خطی استفاده شد. مدل مفهومی زیر توسط نرم افزار MAXQDA²⁰²⁰



شکل ۱- ارتباط سازمان‌ها و صنف‌های درگیر در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

آن‌ها با دامپزشکی (میانگین رتبه‌ای ۸/۱۶ و انحراف معیار ۱/۵۹۷) و واسطه‌ها (دلالان) (میانگین رتبه‌ای ۷/۰۶ و انحراف معیار ۱/۷۵۴) بوده است و کم‌ترین

در این بخش میزان ارتباط سازمان‌ها و صنف‌های درگیر با دامدار در زنجیره ارزش گوشت گوسفند بررسی شده است. از نظر پاسخگویان بیشترین ارتباط

تاثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت... / جبران چام چام و همکاران

میزان ارتباط آن‌ها با تعاونی روستایی و عشایری (میانگین رتبه‌ای ۳/۰۹ و میانگین رتبه‌ای ۳/۷۷ و انحراف معیار ۲/۰۴۱) و مرکز تحقیقات کشاورزی (میانگین رتبه‌ای ۳/۰۹ و انحراف معیار ۱/۶۹۴) به دست آمد.

جدول ۳- اولویت‌بندی میزان ارتباط دامدار با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	سازمان‌ها و صنایع درگیر
۱	۰/۱۹۵	۱/۵۹۷	۸/۱۶	دامپزشکی
۲	۰/۲۴۸	۱/۷۵۴	۷/۰۶	واسطه‌ها
۳	۰/۲۹۰	۱/۸۰۲	۶/۲۰	موسسات اعتباری
۴	۰/۳۲۰	۲/۲۲۷	۶/۹۴	قصاب
۵	۰/۳۲۸	۲/۲۸۳	۶/۹۶	حمل و نقل
۶	۰/۳۷۲	۲/۱۷۶	۵/۸۱	کشتارگاه
۷	۰/۴۲۱	۲/۲۲۳	۵/۲۸	معاونت بهبود تولیدات دامی
۸	۰/۴۴۵	۲/۱۹۰	۴/۹۲	مدیریت هماهنگی ترویج
۹	۰/۵۴۱	۲/۰۴۱	۳/۷۷	تعاونی روستایی و عشایری
۱۰	۰/۵۴۸	۱/۶۹۴	۳/۰۹	مرکز تحقیقات کشاورزی

منبع: یافته‌های پژوهش

$D = \text{Mean} + \text{Sd} < \text{عالی}$

همان‌طور که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد، ارتباط بیش از نیمی از دامداران (۵۰/۹ درصد) با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش گوشت گوسفند ضعیف و متوسط می‌باشد.

به منظور بررسی بیشتر وضعیت ارتباط دامداران با سازمان‌ها و صنایع مرتبط از شاخص فاصله میانگین از انحراف معیار به شکل زیر، استفاد گردید.

A = ضعیف : $A < \text{Mean} - \text{Sd}$

B = متوسط : $\text{Mean} - \text{Sd} < B < \text{Mean}$

C = خوب : $\text{Mean} < C < \text{Mean} + \text{Sd}$

جدول ۴- وضعیت ارتباط دامداران با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

وضعیت ارتباط با سازمان‌ها و صنایع مرتبط	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
ضعیف ($< 46/05$)	۶۴	۱۶/۸	۱۶/۸
متوسط ($46/05 - 58/19$)	۱۳۰	۳۴/۱	۵۰/۹
خوب ($58/19 - 70/33$)	۱۲۰	۳۱/۵	۸۲/۴
عالی ($> 70/33$)	۶۷	۱۷/۶	۱۰۰
جمع	۳۸۱	۱۰۰	

منبع: یافته‌های پژوهش

معاونت بهبود تولیدات دامی، اداره دامپزشکی، قصاب‌ها، تعاونی‌های عشایری و دامداری، کشتارگاه و مرکز تحقیقات کشاورزی در سطح ۹۹ درصد و حمل

یافته‌های جدول ۵ نشان می‌دهند ارتباط با تمام سازمان‌ها و صنایع مورد مطالعه در تحقیق حاضر از جمله موسسات اعتباری، مدیریت هماهنگی ترویج،

و نقل در سطح ۹۵ درصد اطمینان، همبستگی مثبت و معنی داری با عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان دارند. تنها صنفی که در این زمینه دارای همبستگی معنی دار با عملکرد زنجیره ارزش نبود واسطه‌ها (دلالان) بود.

جدول ۵- همبستگی ارتباط سازمان‌ها و صنف‌های درگیر با عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

متغیر مستقل	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
موسسات اعتباری (بانک‌ها)	۰/۱۶۷	۰/۰۰۱
معاونت بهبود تولیدات دامی	۰/۵۸۳	۰/۰۰۰
مدیریت هماهنگی ترویج	۰/۴۶۷	۰/۰۰۰
اداره دامپزشکی	۰/۳۲۲	۰/۰۰۰
قصاب‌ها	۰/۲۴۵	۰/۰۰۰
دلالان	۰/۱۸۶	۰/۳۹۲
حمل و نقل	۰/۱۱۶	۰/۰۲۴
تعاونی‌های عشایری و دامداری	۱	۰/۰۰۰
کشتارگاه	۰/۲۰۱	۰/۰۰
مرکز تحقیقات کشاورزی	۰/۳۰۹	۰/۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

به طور غیرمستقیم با این موسسات در ارتباط بودند. دامدارانی که به طور مستقیم با معاونت بهبود تولیدات دامی در تماس بودند میانگین عملکردی بیشتری (۱۹۵/۰۹) داشتند نسبت به افرادی که به طور غیرمستقیم با این معاونت در تماس بودند (۸۶/۹۵). عملکرد این دو گروه با سطح معنی داری ۰/۰۴۹ با یکدیگر متفاوت بود.

گروه دامدارانی که در تماس مستقیم با دامپزشکی بودند در سطح ۵ درصد و با سطح معنی داری ۰/۰۲۹ عملکرد متفاوتی داشتند نسبت به دامدارانی که در ارتباط غیرمستقیم با سازمان دامپزشکی بودند. میانگین عملکرد افرادی که به طور مستقیم با اداره دامپزشکی در تماس بودند ۱۸۶/۳۵ به دست آمد که بیشتر از میانگین افرادی بود که به طور غیرمستقیم با اداره دامپزشکی در تماس بودند (۹۵/۷۷). میانگین عملکرد افرادی که به طور مستقیم با واسطه‌ها در تماس بودند ۱۰۸/۴۴ به دست آمد و نسبت به عملکرد دامدارانی که

در جدول ۶ با استفاده از آزمون یومن‌ویت‌نی به مقایسه میزان تاثیر سازمان‌ها و صنف‌های درگیر در زنجیره ارزش بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان بر اساس نوع ارتباط (مستقیم و غیرمستقیم) پرداخته شد. نتایج نشان داد دامدارهایی که به طور مستقیم با موسسات اعتباری، معاونت بهبود تولیدات دامی، اداره دامپزشکی و دلالان ارتباط هستند عملکرد متفاوت‌تری دارند نسبت به کسانی که به طور غیرمستقیم با این سازمان‌ها ارتباط دارند.

به طوری که میانگین عملکرد افرادی که به طور مستقیم با موسسات اعتباری در ارتباط بودند ۱۸۲/۸۰ و عملکرد افرادی که به طور غیرمستقیم با موسسات اعتباری در ارتباط بودند ۱۰۳/۴۴ به دست آمد. در نهایت با سطح معنی داری ۰/۰۳۸ تفاوت معنی داری، میانگین عملکرد دامدارانی که با موسسات اعتباری به طور مستقیم در ارتباط بودند بیشتر از افرادی بود که

تاثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت... / جبران چام چام و همکاران

به طور غیرمستقیم با دلالت در تماس بودند که ۰/۰۵ میانگین عملکرد بیشتری داشتند نسبت به دامدارانی که به طور مستقیم با واسطه‌ها در تماس هستند. این امر نشان می‌دهد دامدارانی که ارتباط غیرمستقیم با دلالت دارند با سطح معنی‌داری

جدول ۶- تاثیر نوع ارتباط (مستقیم - غیر مستقیم) سازمان‌ها و صنف‌های درگیر بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان

نهاده‌ها	نوع ارتباط	تعداد	میانگین	مقدار آماره آزمون U	سطح معنی‌داری
موسسات اعتباری	مستقیم	۳۰۱	۱۸۲/۸۰	۹۵۷۱	۰/۰۳۸
	غیرمستقیم	۷۳	۱۰۳/۴۴		
معاونت بهبود تولیدات دامی	مستقیم	۲۴۰	۱۹۵/۰۹	۱۴۲۵۸	۰/۰۴۹
	غیرمستقیم	۱۳۴	۸۶/۹۵		
اداره دامپزشکی	مستقیم	۲۹۱	۱۸۶/۳۵	۵۴۲۲۷	۰/۰۲۹
	غیرمستقیم	۸۳	۹۵/۷۷		
دلالت	مستقیم	۴۴	۱۰۸/۴۴	۵۹۸۶/۵	۰/۰۵
	غیرمستقیم	۳۳۰	۱۸۳/۶۴		

منبع: یافته‌های پژوهش

فرآوری با میانگین ۵۱/۰۳، انحراف معیار ۶/۴۹۲ و ضریب تغییرات ۰/۱۲۷ بیشترین میزان را به دست آورد. عملکرد فنی با میانگین ۵۹/۰۴، انحراف معیار ۴/۳۸۵ و ضریب تغییرات ۰/۰۷۴ در حلقه قبل تولید بیشترین میزان را به خود اختصاص داده و عملکرد زیست محیطی در مرحله قبل تولید با میانگین ۴۵/۳۵، انحراف معیار ۳/۶۰۲ و ضریب تغییرات ۰/۰۷۹ بیشترین میزان را به دست آورد.

در جدول ۷ عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فنی و زیست محیطی در ۵ مرحله قبل تولید، تولید، فرآوری، بازاریابی و مصرف کننده به تفکیک آمده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد عملکرد اقتصادی در مرحله قبل تولید با میانگین ۱۷/۷۱، انحراف معیار ۱/۸۴۰ و ضریب تغییرات ۰/۱۰۳ بیشتر از سایر حلقه‌ها می‌باشد. عملکرد اجتماعی در حلقه

جدول ۷- وضعیت عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان به تفکیک شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فنی و زیست محیطی

عملکرد	گویه / آیم	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت بندی
عملکرد اقتصادی	قبل تولید	۱۷/۷۱	۱/۸۴۰	۰/۱۰۳	۱
	بازاریابی	۴۶/۱۴	۶/۰۷۴	۰/۱۳۱	۲
	فرآوری	۳۳/۵۶	۵/۱۵۸	۰/۱۵۳	۳
	تولید	۲۰/۶۲	۵/۲۲۵	۰/۲۵۳	۴
	مصرف کننده	۸۹/۵۴	۳۳/۸۷۸	۰/۳۷۸	۵
عملکرد اجتماعی	فرآوری	۵۱/۰۳	۶/۴۹۲	۰/۱۲۷	۱
	قبل تولید	۵۴/۱۶	۸/۶۷۰	۰/۱۶۰	۲
	تولید	۵۲/۷۸	۸/۴۴۹	۰/۱۶۰	۳
	مصرف کننده	۷۰/۳۷	۱۳/۹۱۲	۰/۱۹۷	۴
	بازاریابی	۴۹/۷۴	۱۰/۰۹۹	۰/۲۰۳	۵

عملکرد	گویه / آیتم	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت بندی
عملکرد فنی	قبل تولید	۵۹/۰۴	۴/۳۸۵	۰/۰۷۴	۱
	فرآوری	۵۹/۹۷	۹/۸۱۸	۰/۱۶۳	۲
	بازاریابی	۶۸/۰۵	۱۱/۶۳۵	۰/۱۷۰	۳
	مصرف کننده	۲۱/۱۴	۳/۹۴۱	۰/۱۸۶	۴
	تولید	۱۹۳/۹۷	۷۳/۰۲۲	۰/۳۷۶	۵
عملکرد زیست محیطی	قبل تولید	۴۵/۳۵	۳/۶۰۲	۰/۰۷۹	۱
	مصرف کننده	۲۵/۵۸	۴/۸۲۲	۰/۱۸۸	۲
	فرآوری	۵۳/۷۰	۱۰/۶۷۶	۰/۱۹۸	۳
	بازاریابی	۲۹/۵۶	۴/۸۲۲	۰/۲۰۰	۴
	تولید	۶۱/۳۴	۲۸/۴۳۲	۰/۴۶۳	۵

منبع: یافته‌های پژوهش

جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به نقش و اهمیتی که هر کدام از این سازمان‌ها و صنایع مذکور در زنجیره ارزش گوشت گوسفند دارند، مسلماً میزان و نوع ارتباط با این سازمان و صنایع تاثیر بسزایی در میزان عملکرد و بازدهی زنجیره خواهند داشت. نتایج تحقیق حاضر نشان داد ارتباط بیش از نیمی از دامداران (۵۰/۹ درصد) با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش گوشت گوسفند ضعیف و متوسط می‌باشد. در استان لرستان زیرساخت‌های لازم به منظور برقراری ارتباط موثر با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش با دامدار وجود ندارد. برخی سازمان‌ها و صنایع بعضاً به دلایل مختلف از وظایف اصلی خود در چارچوب عملیاتی و اجرایی دور می‌شوند و صرفاً به فعالیت‌های حاشیه‌ای می‌پردازند که در نهایت تاثیر مثبتی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان ندارد. از طرفی کمبود امکانات مالی بر این امر دامن زده و ارتباط لازم بین دامدار و سازمان‌ها آنگونه که مورد انتظار است شکل نگرفته است.

نتایج تحقیق همچنین نشان داد ارتباط دامدار با موسسات اعتباری، مدیریت هماهنگی ترویج، معاونت بهبود تولیدات دامی، اداره دامپزشکی، قصاب‌ها،

تعاونی‌های عشایری و دامداری، کشتارگاه و مرکز تحقیقات کشاورزی همبستگی مثبت و معنی‌داری با عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان دارد. چرا که سازمان‌ها و صنایع مذکور نیازهای مالی، تامین بهداشت، حمایت‌های حقوقی و آموزشی فرآیند پرورش گوسفند را مرتفع ساخته و در بهترین شرایط امکان افزایش عملکرد دامدار در زنجیره ارزش افزایش خواهد یافت. نتایج این بخش با یافته‌های Triekens and Wognum (2013) مطابقت دارد. چرا که آن‌ها معتقدند با ایجاد ارتباط موثر با سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش، افزایش عملکرد با کاهش هزینه‌ها برای مصرف‌کننده را به دنبال دارد.

اثر نوع ارتباط (مستقیم و غیرمستقیم) برخی سازمان‌ها و صنایع درگیر در زنجیره ارزش نیز تاثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان داشت. دامدارهایی که به طور مستقیم با موسسات اعتباری در تماس هستند با مشکلات کمتری مواجه هستند نسبت به افرادی که با واسطه به موسسه‌های اعتباری معرفی می‌شوند. این افراد در زمان کوتاه‌تر و طبق قوانین همان موسسه اعتباری به دریافت تسهیلات مورد نیاز

می پردازند در صورتی که یک دامدار که به واسطه یک مرکز یا موسسه حمایتی به بانک معرفی می شود به زمان بیشتری برای اخذ اعتبارات نیاز دارد و لازم است به قوانین و مقررات سازمان واسطه نیز متعهد باشد. دامدارانی که دارای ارتباط غیرمستقیمی با دلال ها بودند عملکرد بیشتری داشتند نسبت به دامدارانی که در ارتباط مستقیم با دلالان در حوزه های مختلف بودند. این دامداران با کاهش هزینه های دلالی، درآمد بیشتری را کسب می کردند. در این راستا Solomon Godfrey (2016) در بررسی زنجیره ارزش شیر در پنجاب پاکستان نقش واسطه ها در زنجیره ارزش شیر را در جهت مثبت بر عملکرد زنجیره ارزش زنجیره شیر بیان کردند. این در حالی است که از نظر زارعی و زارعی (۱۳۸۶) با حذف واسطه ها سود بیشتری عاید کشاورزان می شود. در نهایت با توجه به نتایج تحقیق به دست آمده و شفاف سازی وظایف هر کدام از سازمان ها و صنایع درگیر پیشنهاد می شود با تعیین چارچوب

و استانداردهای متناسب با تقاضای دامداران سنتی در استان لرستان به تدوین قوانین اجرایی و الزام قوانین به منظور ارتباط مستمر و کارآمد سازمان ها و صنایع مذکور با دامداران پرداخته شود. آگاهی بخشی به دامداران از نوع و شیوهی ارتباط، راهکار موثری به منظور تشویق وی به ایجاد ارتباط و حس مطالبه گری در او می باشد. از این رو لازم است تمام قوانین و چارچوب ارتباطی، حد و حدود ارتباطات، شرایط برقراری ارتباط و نوع ارتباط به طور کامل و شفاف مشخص و در اختیار دامداران و سازمان ها و صنایع مربوطه قرار گیرد. مسلم است با ایجاد ارتباط دوسویه منافع دو طرف دامدار و سازمان ها تامین و زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان با کمترین هزینه های جانبی، عملکرد مناسبی خواهد داشت و به تنهایی پاسخگوی بسیاری از نیازهای تغذیه ای استان لرستان و استان های همجوار خواهد بود.

منابع

- الوانی، م. ۱۳۸۲. مدیریت عمومی. تهران. نشر نی.
- انصاری رنانی، ق.، نامقی، م. ۱۳۸۸. ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق استراتژی رقابتی تمایز از مجرای زنجیره ارزش فعالیت های سازمان. پژوهش نامه مدیریت تحول، ۱(۲): ۱-۲۰.
- پوریوسف، ا.، تقفی، م.، همت فر، م. ۱۳۹۵. اثرات اقتصادی زنجیره ارزش بر تعاونی های بازرگانی (مورد مطالعه تعاونی های شهرستان بیرجند). دو ماهنامه بررسی های بازرگانی، ۴(۸۰): ۶۹-۸۳.
- حیدری، ر. ۱۴۰۰. بررسی محرک های قیمت انواع گوشت در ایران با استفاده از مدل خود توضیح برداری ساختاری پانلی (Panel-SVAR). اقتصاد و توسعه کشاورزی، ۳۶(۳): ۲۸۶-۲۶۵.
- چام چام، ج.، میرک زاده، ع. ا.، رستمی قبادی، ف. ۱۴۰۰. تعیین عوامل موثر و چالش های پیش روی توسعه زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان. فصلنامه پژوهش های روستایی، ۱۲(۲): ۴۱۷-۴۰۴.
- حدادیان بناب، ا.، فیروزی دانالو، م. ۱۳۹۵. بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی بر ارتقای کیفیت خدمات سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب. کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت. دانشگاه شهید بهشتی.
- دشتی، ق.، جنگجو تازه کند، ا.، قهرمانزاده، م. ۱۳۹۴. تاثیر سیاست های حمایتی دولت بر تغییرات بهره وری عوامل تولید گوشت قرمز در ایران. نشریه پژوهش های علوم دامی، ۲۵(۳): ۳۳-۴۵.
- رضاییان، ع.، رامین مهر، ح. ۱۳۹۰. نقش درک حمایت سازمانی در رابطه ی بین ارتباطات موثر و کارکردهای رفتار سازمانی. فصلنامه مدیریت ایران، ۶(۲۲): ۷۹-۹۸.
- رضوانی، م. ۱۳۹۰. تحلیل راهبردی هزینه و زنجیره ارزش. مجله مدیر ساز، ۵(۱-۲): ۴۲-۵۰.

- ملکیان، ن.، علی پور، ر. ۱۳۹۱. نقش ارتباطات الکترونیک بر فرآیند ارتباطات سازمانی. مطالعات رسانه‌ای، ۷(۱۸): ۱۱۲-۱۰۱.
- میرزایی، ع.، آزر، ح.، نوشاد، م.، علیزاده، ب. ۱۴۰۰. شناسایی موانع و مشکلات زنجیره تامین پایدار صنعت غذایی گوشت مرغ با استفاده از تئوری بنیانی. مهندسی بیوسیستم ایران، ۵۲(۲): ۲۸۵-۲۷۱.
- نصیری ولیک بنی، ف. ۱۳۹۶. بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران با اعتماد سازمانی و اثربخشی ارتباطات سازمانی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۳۰: ۹۶-۷۵.
- Allee, V. 2008. Value network analysis and value conversion of tangible and intangible assets. *Journal of Intellectual Capital*, 9(1): 5-24.
- Allee, V. 2002. *The Future of Knowledge: Increasing Prosperity through Value Networks*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Beard, B. 2008. *Warburtons; Value Chain Management (DVD)*. George Morris Centre.
- Bryson, J.M., Crosby, B.C., Stone, M.M., Saunoi-Sandgren, E.O. 2009. *Designing and Managing Cross-Sector Collaboration: A Case Study in Reducing Traffic Congestion*. Washington, DC: IBM Center for the Business of Government. Retrieved December 1 2019.
- Buncic, S., Alban, L., Blagojevic, B. 2019. From traditional meat inspection to development of meat safety assurance programs in pig abattoirs – The European situation. *Food Control*, 106: 1-12.
- Can Saglam, Y., Yıldız Çankaya, S., Golgeci, I., and Sezen, B. 2022. The role of communication quality, relational commitment, and reciprocity in building supply chain resilience: A social exchange theory perspective. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 167: 1-18.
- Cohen. L., Manion, L., and Morrison, K. 2004. *Research Methods In Education*. (5th ed.). London and New York.
- Den Broeder, Ch. 2018. Utilizing Value Chain Analysis to Understand the Challenges of Tomato Farmers in Ghana: زارعی، ب.، زارعی، ک. ۱۳۸۵. تحلیل و بهبود زنجیره تامین محصولات کشاورزی. پنجمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع. تهران.
- سلیمانی نژاد، س.، دوراندیش، آ.، نیکوکار، ا. ۱۳۹۵. شناسایی عوامل اقتصادی و اقلیمی اثرگذار بر ارزش افزوده بخش کشاورزی ایران. دهمین کنفرانس دوسالانه اقتصاد کشاورزی ایران. کرمان.
- شمس، ع.، جوادی، ع. ۱۳۹۴. بررسی سطح توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان زنجان از لحاظ شاخص‌های دامپروری. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۶(۱): ۱۰۵-۹۵.
- عبادزاده، ح.، احمدی، ک.، محمدنیا افروزی، ش.، عباس‌طالقانی، ر.، عباسی، م.، یاری، ش. ۱۳۹۸. آمارنامه کشاورزی ۱۳۹۷. تهران. انتشارات وزارت جهاد کشاورزی، معاونت برنامه‌ریزی و اقتصادی، مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- کوراوند، پ.، کریمی، د.، کوراوند، ا. ۱۳۹۵. بررسی نقش سرمایه‌های فکری بر فعالیت‌های پشتیبانی زنجیره ارزش در شرکت آب و فاضلاب روستایی خوزستان بر اساس مدل ادونسون و مالون. دومین کنفرانس بین‌المللی تحقیقات مدرن در مدیریت. اقتصاد و حسابداری. کالامپور، مالزی.
- فرهنگی، ع. ا. ۱۳۷۸. ارتباطات سازمانی. تهران. انتشارات موسسه خدمات فرهنگی رسا، جلد اول، چاپ سوم.
- فخیمی، فرزاد. ۱۳۷۹. سازمان و مدیریت تئوری‌ها، وظایف و مسئولیت‌ها. تهران. نشر هستان، چاپ اول.
- طباطبایی، ف.، پزشکی‌راد، غ.، فعلی، س. ۱۳۸۹. بررسی عوامل موثر در پذیرش ریسک توسط دامداران صنعتی استان تهران. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۲(۳): ۵۱-۶۳.
- مرتضوی، س.، مهربان، ح. ۱۳۸۳. بررسی رابطه‌ی بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و تعهد سازمانی دبیران. پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی، ۴(۱۶): ۱۴۴-۱۲۳.
- ملک اخلاق، ا.، ایاغ، ز.، فرخنده، م. ۱۳۹۲. نقش و جایگاه تکنیک‌های ارتقا در زنجیره‌های ارزش جهانی. رشد فناوری، ۹۱(۳۴): ۱۹-۱۲.

- Nidumolu, U., Lim-Camach, L., Gaillard, E., Hayman, P., Howden, M. 2018. Linking climate forecasts to rural livelihoods: Mapping decisions, information networks and value chains. *Weather and Climate Extremes*, 27:826-857.
- Ngarava, S. 2016. Effectiveness of commodity pricing along the pork value chain in zimbabwe: a case of Mashonaland central province. Supervisor: professor A. Mushunje. University of fort Hare, South Africa.
- Kramer, M.W., Dougharty, D., Pierce, T. 2004. Managing uncertainty during a corporate acquisition: a longitudinal study of communication during an airline acquisition. *Human Communication Research*, 30(1): 71-101.
- Krejcie, R.V., Morgan, D.W. 1970. Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3): 607-610.
- Kotter, J.P., Schilesinger, L.A. 2008. Choosing strategies for change. *Harvard Business Review*, 57(21):106-44.
- Phiri, E. 2015. The Effectiveness of the Goat Value Chain on Poverty Reduction among Smallholder Farming Households in Shurugwi District's Ward 9. Master's Thesis. Faculty of Arts Department of Development Studies. Midlands State University. Zimbabwe.
- Raikes P., Jensen, M F., Ponte, S .2000. Global commodity chain analysis and the French filiere approach: comparison and critique. *Economy and Society*, 29(3): 390-417.
- Kaplinsky, R., morris, M.A. 2001. Handbook for value chain Research. Prepared for the IDRC by the School of Development Studies. University of KwaZulu-Natal.
- Lin, Y., Wang, Y., and Yu, C. 2010. Investigating the drivers of the innovation in channel integration and supply chain performance: A strategy orientated perspective. *International Journal of Production Economics*, 127(2):320-332.
- Solomon Godfrey, S. 2016. Milk value chain analysis: industry competitiveness and te dairy policy environment in Pakistan. PhD Thesis. School of Animal and A Case Study of Matseko. Helsinki: Helsingin yliopisto. University of Helsinki, Faculty of Social Sciences, Department of Political and Economic Studies Helsingin yliopisto, valtiotieteellinen tiedekunta, politiikan ja talouden tutkimuksen laitos Helsingfors universitet, statsvetenskapliga fakulteten, institutionen för politik och ekonomi,
- Frahm, J., Brown, J.F. 2007. First steps: linking change communication to change receptivity. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3): 370-387.
- Fawcett, S.E., Magnan, G.M. 2004. Ten guiding principles for high-impact SCM. *Business Horizon*, 47(5): 67-74.
- Grudinschi, D., L. Kaljunen, T., Hokkanen, J., Hallikas, S., Puustinen A. 2013. Management Challenges in Cross-Sector Collaboration: Elderly Care Case Study. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 18(2): 1-26.
- Handy, C. 1996. *Age of Uncertainty: The Changing Worlds of Organizations*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Gazley, B. 2010. Linking collaborative capacity to performance measurement in government-nonprofit partnerships. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39(4): 653-73.
- Grunig, J.E., Hunt, T. 1984. *Managing public relations*. Fort Worth: Holt, Rinehart and Winston.
- GTZ. 2007. *Value Chain Promotion and Service Development. Reader: Pro-Poor Services in Value Chain Promotion*. Ed. Braun PM.
- Guba, E. G., Lincoln, Y. S. 1981. *Effective evaluation: improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches*. San Francisco, CA, Jesse-Bass.
- Marandure, T. 2015. Sustainability of smallholder cattle production and its vertical integration into the formal beef market value chain in South Africa. Master thesis. Sustainable Agriculture at Stellenbosch University. Department of Animal Sciences, Stellenbosch University, Stellenbosch.

- Triekens, J., Wognum, N. 2013. Requirements of Supply Chain Management in Differentiating European Pork Chains. *Meat Science*, 95:719– 726.
- Zerfass, A. 2008. Corporate communication revisited: Integrating business strategy and strategic communication. In A. Zerfass, B. Ruler, & K. Sriramesh (Eds.), *Public relations research: European and International perspectives and innovations*: 65–96.
- Veterinary Sciences. Charles Sturt University. Supervisors: Gavin Ramsay, Peter Wynn, Tom Nordblom, Karl Behrendt.
- Van der Merwe, M. 2012. Evaluating traceability systems within the South African sheep meat supply chain. Master's Thesis. supervisor: Johann Kirsten. Department of Agricultural Economics. Extension and Rural Development Faculty of Natural and Agricultural Science. University of Pretoria. South Africa.

ضمیمه شماره ۱

شاخص‌های مورد بررسی در عملکرد حلقه‌های قبل تولید، تولید، فرآوری، بازاریابی و مصرف‌کننده زنجیره ارزش گوشت گوسفند در استان لرستان به تفکیک شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فنی

جدول ۱- شاخص‌های فنی حلقه قبل تولید

ترتیب	شاخص‌های فنی قبل تولید	ترتیب	شاخص‌های فنی قبل تولید
۱	استفاده از دانش شخصی خود در افزایش بازده مواد خوراکی	۱۹	کیفیت مراتع بیلاقی
۲	استفاده از تجارب دیگران در افزایش بازده مواد خوراکی	۲۰	کیفیت مراتع قشلاقی
۳	استفاده از آموزش سایر ارگان‌ها در افزایش بازده مواد خوراکی	۲۱	مالکیت مرتع
۴	تولید خورک متنوع دام متناسب با نیازهای غذایی دام	۲۲	پروانه ی چرای دام
۵	دسترسی به اطلاعات بازار نهاده‌ها	۲۳	کوددهی به موقع به مراتع
۶	تخصص در تولید نهاده‌ها	۲۴	بذرپاشی به مراتع
۷	سهیم شدن تامین‌کنندگان مواد خوراکی با اطلاعات صحیح با دامدار	۲۵	دادن علوفه خشک به دام در اواخر زمستان و اوایل بهار
۸	مشاوره تامین‌کنندگان مواد خوراکی برای تغذیه مناسب	۲۶	رعایت کوتاه بودن مدت چرا و تناوب در روزهای ابتدایی
۹	درخواست به موقع توسط تولیدکننده	۲۷	استفاده از مراتع یا کشت تازه و آبدار
۱۰	حضور کارشناسان علوم دامی و ارائه آموزش‌های لازم	۲۸	مالکیت پس چرا
۱۱	دسترسی به اطلاعات محصولات مورد نیاز دام (نهاده های مورد نیاز)	۲۹	مالکیت باغ
۱۲	در دسترس بودن زمان مورد نیاز برای دسترسی به نهاده‌ها	۳۰	کشت علوفه
۱۳	در دسترس بودن زمان مورد نیاز برای تولید نهاده‌ها	۳۱	کشت غلات
۱۴	توانایی موجودی انباری‌ها برای پاسخگویی به تقاضای محصولات	۳۲	شیوه‌ی افزایش سطح کنسانتره در جیره
۱۵	منبع خوراک	۳۳	شیوه‌ی استفاده از نمک
۱۶	تولید علوفه توسط دامدار	۳۴	شیوه‌ی استفاده از مکمل‌های معدنی
۱۷	توانایی تولید علوفه توسط دامدار	۳۵	شیوه‌ی استفاده از مکمل‌های ویتامینی
۱۸	زمان استفاده از مرتع بیلاقی	۳۶	زمان استفاده از مرتع قشلاقی

جدول ۲- شاخص‌های اقتصادی حلقه قبل تولید

ترتیب	شاخص اقتصادی قبل تولید
۱	هزینه نیروی کار در چرای دام
۲	تعداد افراد کمک‌دهنده در چرا
۳	هزینه علوفه
۴	هزینه مواد خوراکی
۵	هزینه ماشین‌آلات حمل و نقل
۶	اهمیت کاهش هزینه‌های تامین علوفه
۷	دسترسی به اطلاعات عرضه نهاده‌ها
۸	توانایی افزایش درآمد از طریق استفاده از مواد خوراکی متنوع
۹	توانایی کاهش هزینه‌ها از طریق استفاده از مواد خوراکی متنوع

جدول ۳- شاخص‌های اجتماعی حلقه قبل تولید

ترتیب	شاخص اجتماعی قبل تولید
۱	خدمات و کمک نهادهای دولتی در زمینه تغذیه دام
۲	رضایت از دسترسی به موقع به نهاده‌ها (خوراک دام)
۳	توانایی پاسخگویی به سفارشات پذیرفته شده
۴	وضعیت ارتباط تامین‌کنندگان نهاده‌ها با صندوق اعتبارات
۵	وضعیت ارتباط تامین‌کنندگان نهاده‌ها با سیستم حمل و نقل
۶	وضعیت ارتباط تامین‌کنندگان نهاده‌ها با انباردارها
۷	وضعیت ارتباط تامین‌کنندگان نهاده‌ها با جهاد کشاورزی (هماهنگی ترویج و آموزش)
۸	وضعیت ارتباط تامین‌کنندگان نهاده‌ها با دامپزشکی
۹	قدرت چانه‌زنی تامین‌کنندگان نهاده‌ها
۱۰	زیرساخت‌های ارتباط سازمانی
۱۱	وضعیت ارتباط واحد تامین نهاده‌ها با تعاونی عشایری
۱۳	وضعیت ارتباط واحد تامین نهاده‌ها با واحد علوم دام (مرکز تحقیقات)

جدول ۴- شاخص‌های زیست محیطی حلقه قبل تولید

ترتیب	شاخص زیست محیطی قبل تولید
۱	دسترسی به اطلاعات شیوه تولید مطابق با معیارهای زیست محیطی
۲	دسترسی به اطلاعات سلامت نهاده‌های اولیه (مواد خوراکی)
۳	استفاده از دانش خود در راستای حفظ محیط زیست هنگام چرای دام
۴	استفاده از تجارب دیگران در راستای حفظ محیط زیست هنگام چرای دام
۵	استفاده از آموزش‌های سازمان‌های متولی در راستای حفظ محیط زیست هنگام چرای دام
۶	اطلاع از مخاطرات زیست محیطی ضایعات محصولات
۷	وجود زیرساخت‌های زیست محیطی
۸	تاثیرپذیری بخش تامین نهاده از شرایط اقلیمی منطقه
۹	استفاده از مراتع طبیعی بر اساس پروانه اخذ شده از منابع طبیعی
۱۰	جلوگیری از چرای دام در مناطق حفاظت شده زیست محیطی
۱۱	جلوگیری از استفاده بی‌رویه دام از مراتع طبیعی

جدول ۵- شاخص‌های فنی حلقه تولید

ترتیب	شاخص‌های فنی مرحله تولید	ترتیب	شاخص‌های فنی مرحله تولید
۱	منبع خوراک دام	۱۲	متوسط میزان آبستنی
۲	تعداد میش قصر	۱۳	استفاده از تحقیقات علمی
۳	تعداد میش دو یا چندقلوزا	۱۴	ارتقای تولید از طریق استفاده از تکنولوژی‌های مورد نیاز
۴	تعداد میش دوبارزا	۱۵	ارتقا تولید از طریق بازرسی کارشناسان دام به طور مستمر
۵	تعداد سقط	۱۶	تامین مواد اولیه به موقع
۶	تعداد میش/فلج شده (مسمومیت آبستنی)	۱۷	شرایط مناسب ذخیره سازی محصول
۷	تعداد سخت‌زایی	۱۸	ارتقا تولید با توجه به شرایط آب و هوایی منطقه
۸	تعداد جفت‌ماندگی	۱۹	ارتقا تولید از طریق در اختیار داشتن زمان مورد نیاز پروراندی
۹	متوسط سن در اولین زایش	۲۰	ارتقا تولید از طریق در اختیار داشتن اطلاعات صحیح در پروراندی
۱۰	متوسط تعداد شکم	۲۱	ارتقا تولید به واسطه خدمات دامپزشکی (واکسیناسیون)
۱۱	متوسط وزن میش		

تأثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت... / جبران چام چام و همکاران

جدول ۶- شاخص‌های اقتصادی حلقه تولید

ترتیب	شاخص‌های اقتصادی مرحله تولید	ترتیب	شاخص‌های اقتصادی مرحله تولید
۱	هزینه تهیه خورک دام	۱۲	کاهش ریسک در تامین نهاده‌ها
۲	هزینه حمل مواد اولیه	۱۳	دسترسی به اطلاعات هزینه‌های تولیدی
۳	انواع دام نگهداری شده بر حسب تعداد	۱۴	دسترسی به اطلاعات درآمدهای تولیدی
۴	متوسط دست‌مزد روزانه کارگر و تعداد کارگر	۱۵	استفاده از تجارب خود در تامین مطلوب نهاده‌ها
۵	کل هزینه بهداشت و درمان در سال گذشته	۱۶	استفاده از تجارب دیگران در تامین مطلوب نهاده‌ها
۶	استفاده از تسهیلات بانکی برای خرید دام	۱۷	استفاده از آموزش سایر سازمان‌ها در تامین مطلوب نهاده‌ها
۷	استفاده از تسهیلات بانکی برای تسهیلات بهداشتی	۱۸	توانایی امکان پایین آوردن هزینه های تامین نهاده ها
۸	استفاده از تسهیلات بانکی برای درمان دام	۱۹	توانایی تولید طیف وسیعی از دام ها
۹	امکان برگشت سرمایه در مدت کم	۲۰	توانایی تامین نهاده های باکیفیت
۱۰	وضعیت افزایش سرمایه	۲۱	توانایی پاسخگویی به سفارشات پذیرفته شده (تناسب عرضه و تقاضا)
۱۱	سهیم شدن خانواده‌ها در درآمدها		

جدول ۷- شاخص‌های اجتماعی حلقه تولید

ترتیب	شاخص اجتماعی مرحله تولید
۱	استفاده از تسهیلات بانکی
۲	رضایت از دسترسی به مواد اولیه
۳	تأثیر تحصیلات دانشگاهی دامدار بر پرورش دام
۴	تأثیر تعداد خانوار بر پرورش دام
۵	وضعیت ارتباط واحد تولید با موسسات اعتباری
۶	وضعیت ارتباط واحد تولید با تعاونی عشایری
۷	وضعیت ارتباط واحد تولید با آموزش و ترویج (جهاد کشاورزی)
۸	وضعیت ارتباط واحد تولید با واحد علوم دام (مرکز تحقیقات)
۹	وضعیت ارتباط واحد تولید با دامپزشکی (جهاد کشاورزی، مرکز تحقیقات)
۱۰	وضعیت ارتباط واحد تولید با واحد حمل و نقل
۱۱	میزان همکاری خانواده برای تولید
۱۲	توانایی پاسخگویی به نیازهای گوشتی مصرف کننده ها
۱۳	قدرت چانه زنی دامدار برای گرفتن اعتبارات

جدول ۸- شاخص‌های زیست محیطی حلقه تولید

ترتیب	شاخص‌های زیست محیطی مرحله تولید
۱	تاریخ استفاده از مرتع بیلاقی
۲	تاریخ استفاده از مرتع قشلاقی
۳	کیفیت مرتع قشلاقی
۴	کیفیت مرتع بیلاقی
۵	مالکیت مرتع
۶	دسترسی به اطلاعات آلودگی های زیست محیطی تولید شده توسط دام
۷	دسترسی به اطلاعات آسیب‌هایی که دام به منابع می زند
۸	دسترسی به اطلاعات فواید چرای دام
۹	دسترسی به اطلاعات مصرف بهینه و لازم در راستای کاهش خسارات مراتع
۱۰	کافی بودن اطلاعات خوددامدار در استفاده از منابع طبیعی
۱۱	استفاده از تجارب دیگران در استفاده از منابع طبیعی
۱۲	کسب آموزش‌های لازم از سازمان‌های متولی در رابطه با چگونگی استفاده از منابع طبیعی
۱۳	حفظ کیفیت مراتع به واسطه مدیریت چرای دام
۱۴	تأثیرپذیری بخش تولید از شرایط اقلیمی منطقه

جدول ۹- شاخص‌های فنی حلقه فرآوری

ترتیب	شاخص‌های فنی مرحله فرآوری
۱	تعداد نیروی انسانی مورد استفاده در بخش توزیع و بازاریابی محصولات دامی
۲	تعداد ساعت کار در روز برای توزیع و بازاریابی محصولات دامی
۳	وجود بسترهای لازم برای ایجاد خلاقیت در فرآوری محصولات
۴	وجود وسایل اولیه و مورد نیاز فرآوری
۵	دسترسی به موقع به وسایل مورد نیاز فرآوری
۶	رعایت قوانین قیمتی
۷	حفظ کیفیت محصول هنگام فرآوری
۸	داشتن اطلاعات لازم در چگونگی فرآوری
۹	وجود کلاس‌های آموزشی فرآوری محصولات دامی
۱۰	استفاده از کلاس‌های آموزشی فرآوری محصولات دامی
۱۱	انعطاف‌پذیری در حجم تولید
۱۲	جایگاه تحقیق و آموزش در توسعه فرآوری محصولات دامی
۱۳	تاثیرپذیری بخش فرآوری از قوانین موجود
۱۴	تاثیرپذیری بخش فرآوری از سیاست‌های دولتی
۱۵	تاثیرپذیری بخش فرآوری از تغییرات فناوری

جدول ۱۰- شاخص‌های اقتصادی حلقه فرآوری

ترتیب	شاخص‌های اقتصادی مرحله فرآوری
۱	وام دریافتی برای تهیه وسیله فرآوری
۲	درآمد حاصل از فروش محصولات جانبی گوسفند (سالانه)
۳	استفاده از تسهیلات بانکی
۴	کل هزینه حمل و نقل دام در سال گذشته
۵	هزینه نیروی انسانی که برای توزیع و بازاریابی محصولات دامی
۶	افزایش درآمد حاصل از تجارب خود در تنوع بخشیدن به محصولات فرآوری
۷	افزایش درآمد حاصل از استفاده از سوابق دیگران در تنوع بخشیدن به محصولات فرآوری
۸	افزایش درآمد حاصل از آموزش سازمان‌های مربوطه در تنوع بخشیدن به محصولات فرآوری
۹	نقش فرآوری در کمک به تهیه مایحتاج زندگی
۱۰	نقش فرآوری در کاهش ریسک سرمایه‌گذاری
۱۱	دسترسی به اطلاعات تقاضای محصولات فرآوری شده (تبلیغات سایر سازمان‌ها)
۱۲	اطلاع‌رسانی سازمان‌های متولی در رابطه با تقاضای محصولات فرآوری شده
۱۳	پرداخت به موقع درآمد محصولات

تأثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت... / جبران چام چام و همکاران

جدول ۱۱- شاخص‌های اجتماعی حلقه فرآوری

ترتیب	شاخص‌های اجتماعی مرحله فرآوری
۱	تأثیر فرآوری در کمک به اشتغال
۲	امکان مشارکت در کارگروهی خانوادگی
۳	امکان برقرار کردن ارتباط راحت با مشتری‌ها
۴	قابلیت اعتماد مشتری‌ها به کیفیت محصولات تولید شده
۵	سهولت دسترسی مشتری به محصولات فرآوری شده
۶	قدرت چانه زنی مشتری در خرید محصولات فرآوری شده
۷	وضعیت ارتباط واحد فرآوری با موسسات اعتباری
۸	وضعیت ارتباط واحد فرآوری با تعاونی عشایری
۹	وضعیت ارتباط واحد فرآوری با آموزش و ترویج (جهاد کشاورزی)
۱۰	وضعیت ارتباط واحد فرآوری با واحد علوم دام (مرکز تحقیقات)
۱۱	وضعیت ارتباط واحد فرآوری با دامپزشکی (جهاد کشاورزی، مرکز تحقیقات)
۱۲	وضعیت ارتباط واحد فرآوری با واحد حمل و نقل

جدول ۱۲- شاخص‌های زیست محیطی حلقه فرآوری

ترتیب	شاخص‌های زیست محیطی مرحله فرآوری
۱	تأثیر فرآوری در کمک به کاهش آلودگی‌ها و ضایعات
۲	تأثیر فرآوری در کاهش مصرف انرژی (استفاده بهینه از انرژی)
۳	تأثیر فرآوری در کاهش اتلاف منابع
۴	تأثیر فرآوری در بازیافت مواد
۵	دسترسی به اطلاعات تولید سالم
۶	آشنایی با شرایط بهداشتی تولیدات فرآوری شده
۷	رعایت اصول تولیدات سالم و بهداشتی
۸	دسترسی به اطلاعات آلودگی‌های زیست محیطی (ضایعات تولید شده)
۹	استفاده از تجارب خود در کاهش آلودگی‌های زیست محیطی در مرحله فرآوری محصولات دامی
۱۰	استفاده از سوابق دیگران در کاهش آلودگی‌های زیست محیطی در مرحله فرآوری محصولات دامی
۱۱	استفاده از آموزش‌های سازمانه‌های متولی در کاهش آلودگی‌های زیست محیطی در مرحله فرآوری محصولات دامی
۱۲	قابلیت اعتماد مشتری به سلامت محصول
۱۳	سازگاری تولیدات و بسته بندی‌ها با محیط زیست
۱۴	سازگاری روش فرآوری با کاهش ضایعات زیست محیطی
۱۵	تأثیرپذیری بخش فرآوری از شرایط اقلیمی منطقه

جدول ۱۳- شاخص‌های فنی حلقه توزیع و بازاریابی

ترتیب	شاخص‌های فنی حلقه توزیع و بازاریابی	ترتیب	شاخص‌های فنی حلقه توزیع و بازاریابی
۱	وضعیت زیرساخت‌های حمل و نقل و جاده	۱۴	توزیع به موقع گوشت گوسفند به مشتری توسط قصاب
۲	وضعیت نظارت بازرسان بر سلامت توزیع محصولات دامی در کشتارگاه‌ها	۱۵	توزیع حجم مناسب گوشت گوسفند با نیازمندی‌های مصرف کننده توسط قصاب
۳	خرید راحت و همیشگی گوشت گوسفند توسط قصاب	۱۶	خرید گوسفند در زمان مناسب از دامدار توسط قصاب
۴	خرید راحت و همیشگی گوشت گوسفند توسط کشتارگاه	۱۷	خرید گوسفند با قیمت مناسب از دامدار توسط دلال
۵	خرید راحت و همیشگی گوشت گوسفند توسط دلال	۱۸	نگهداری از گوسفند و یا بره خریداری شده در مدت زمان دلخواه توسط دلال
۶	همکاری با سازمان‌های متولی در بازاریابی محصولات	۱۹	خرید راحت گوسفند از دامدار توسط دلال
۷	افت لاشه پس از کشتار	۲۰	فروش راحت گوسفند به مصرف کننده توسط دلال
۸	توزیع در زمان مناسب	۲۱	تامین به موقع نیاز مصرف کننده توسط دلال
۹	توزیع در مکان مناسب	۲۲	تامین نیاز مصرف کننده با قیمت مناسب توسط دلال
۱۰	نگهداری دام‌ها در میادین دام و اصطبل‌ها در کشتارگاه‌ها	۲۳	میزان تاثیرپذیری توزیع و بازاریابی از تغییرات فناوری
۱۱	کشتار گوسفند با رعایت اصول بهداشتی	۲۴	استفاده از تجارب دیگران در فروش
۱۲	رعایت اصول بهداشتی توسط کشتارگاه	۲۵	میزان تاثیرپذیری توزیع و بازاریابی از قوانین حاکم
۱۳	ضبط و منجمد کردن لاشه ناسالم و تبدیل آن توسط کشتارگاه‌ها	۲۶	میزان تاثیرپذیری توزیع و بازاریابی از سیاست‌های دولتی

جدول ۱۴- شاخص‌های اقتصادی حلقه توزیع و بازاریابی

ترتیب	شاخص‌های اقتصادی حلقه توزیع و بازاریابی	ترتیب	شاخص‌های اقتصادی حلقه توزیع و بازاریابی
۱	فروش دام به هم استانی‌ها	۱۱	درآمد حاصل از فروش به کشتارگاه‌ها (در سال)
۲	فروش دام به افراد محلی	۱۲	هزینه‌های خدمات (در سال)
۳	فروش دام به صورت قاچاق به خارج استان	۱۳	هزینه‌های نیروی کار (در سال)
۴	فروش دام به صورت قاچاق به خارج از کشور	۱۴	پرداخت به موقع دستمزد (توانایی پرداخت)
۵	فروش دام به کشتارگاه‌ها	۱۵	وضعیت توزیع میزان محصول (تناسب حجم توزیع شده با تقاضای بازار)
۶	فروش دام به مراکز دولتی	۱۶	دسترسی به اطلاعات عرضه
۷	فروش دام به کارخانه‌های فرآوری گوشت	۱۷	دسترسی به اطلاعات قیمت
۸	هزینه‌های حمل و نقل (در سال)	۱۸	توانایی ارائه مستمر محصول به مشتری‌های متنوع (قصابی، کشتارگاه، مصرف کننده، دلال)
۹	درآمد حاصل از فروش به دلال (در سال)	۱۹	میزان تاثیرپذیری توزیع و بازاریابی از نظام اقتصادی کشور
۱۰	درآمد فروش مستقیم به مصرف کننده (در سال)	۲۰	توزیع گوشت گوسفند با قیمت مصوب توسط قصاب

جدول ۱۵- شاخص‌های اجتماعی حلقه توزیع و بازاریابی

ترتیب	شاخص‌های اجتماعی حلقه توزیع و بازاریابی
۱	سهولت دسترسی مشتری به گوشت
۲	فروش به موقع محصول
۳	وضعیت ارتباط واحد فروش با عمده فروشان
۴	وضعیت ارتباط واحد فروش با خرده فروشان
۵	وضعیت ارتباط واحد فروش با اصناف حمل و نقل
۶	وضعیت ارتباط واحد فروش با ترویج و آموزش (جهاد کشاورزی)
۷	وضعیت ارتباط واحد فروش با صندوق اعتبارات

تاثیر ارتباط سازمانی بر عملکرد زنجیره ارزش گوشت... / جبران چام چام و همکاران

وضعیت ارتباط واحد فروش با تعاونی های عشایری	۸
وضعیت ارتباط واحد فروش با دامپزشکی	۹
وضعیت ارتباط واحد فروش با واحدا علوم دام (مرکز تحقیقات کشاورزی)	۱۰
میزان شفاف سازی مبادلات و توزیع	۱۱
میزان اطلاع رسانی به موقع توزیع	۱۲
مشارکت مسئولانه توزیع کنندگان	۱۳
خوشنمایی محصولات تولیدی (گوشت گوسفند لرستان)	۱۴
دسترسی به اطلاعات کیفیت محصول (گوشت گوسفند لرستان)	۱۵

جدول ۱۶- شاخص های زیست محیطی حلقه توزیع و بازاریابی

ترتیب	شاخص های زیست محیطی حلقه توزیع و بازاریابی
۱	رعایت اصول بهداشتی در توزیع محصول
۲	وضعیت مناسب بهداشت انبار پس از کشتار
۳	وضعیت مناسب بهداشت بسته بندی محصولات دامی
۴	نظارت مستمر بر انبارها
۵	نظارت مستمر بر ذبح اسلامی
۶	نظارت مستمر بر ذبح بهداشتی
۷	کاهش ضایعات ایجاد شده در توزیع
۸	دسترسی به اطلاعات شیوه ی توزیع بهداشتی محصولات تولیدی گوشتی
۹	میزان تاثیر پذیری توزیع و بازاریابی از اقلیم و شرایط محیطی

جدول ۱۷- شاخص های فنی حلقه مصرف کننده

ترتیب	شاخص های فنی حلقه مصرف کننده
۱	استفاده مناسب مصرف کننده از قسمت های مختلف دام (شکمبه، پوست، کله پاچه)
۲	اهمیت طعم نژاد و نوع گوسفند نزد مصرف کننده
۳	اهمیت خدمات پس از فروش (سرپریدن، پوست کندن و ...) نزد مشتری
۴	تاثیر پذیری وضعیت مصرف کننده ها از قوانین موجود
۵	تاثیر پذیری وضعیت مصرف کننده ها از سیاست های دولتی
۶	تاثیر پذیری وضعیت مصرف کننده ها از تغییرات فناوری

جدول ۱۸- شاخص های اقتصادی حلقه مصرف کننده

ترتیب	شاخص های اقتصادی حلقه توزیع و بازاریابی
۱	میزان درآمد حاصل از خرید دلان
۲	میزان درآمد حاصل از خرید خانوار هم محلی
۳	میزان درآمد حاصل از خرید خانوار هم شهری
۴	میزان درآمد حاصل از خرید کشتارگاه ها
۵	میزان درآمد حاصل از خرید کارخانه های تولید کننده فرآورده های گوشتی (کالباس و...)
۶	شیوه خرید مصرف کننده
۷	اهمیت قیمت گذاری عادلانه
۸	پرداخت نقدی به موقع توسط مشتری
۹	اطلاعات دامدار در رابطه با قیمت گذاری برای مصرف کننده های مختلف
۱۰	اطلاع رسانی سایر سازمان های متولی در رابطه با قیمت گذاری برای مصرف کننده های مختلف
۱۱	در نظر گرفتن توان مالی مصرف کننده در قیمت گذاری

۱۲	در نظر گرفتن توان مالی مصرف کننده در نوع فروش (نقدی و قسطی)
۱۳	تاثیرپذیری وضعیت مصرف کننده ها از نظام اقتصادی
۱۴	سهولت دسترسی
۱۵	بسته بندی
۱۶	ترکین و نوع گوشت مورد تقاضا (لاشه، استخوان، درهم)
۱۷	رعایت بهداشت توسط فروشنده

جدول ۱۹- شاخص های اجتماعی حلقه مصرف کننده

ترتیب	شاخص های اجتماعی حلقه مصرف کننده	ترتیب	شاخص های اجتماعی حلقه مصرف کننده
۱	شناسایی خریداران اصلی	۱۲	وضعیت ارتباط بخش مصرف کننده با تعاونی های عشایری
۲	رضایت مشتری از قیمت گوشت گوسفند	۱۳	وضعیت ارتباط بخش مصرف کننده با آموزش و ترویج (جهاد کشاورزی)
۳	رضایت مشتری از طعم گوشت	۱۴	وضعیت ارتباط بخش مصرف کننده با واحد حمل و نقل
۴	رضایت مشتری از خدمات پس از فروش (پوست کردن، سربریدن و...)	۱۵	وضعیت ارتباط بخش مصرف کننده با واحد علوم دام (جهاد کشاورزی)
۵	شناخت کیفیت محصول توسط مشتری	۱۶	وضعیت ارتباط بخش مصرف کننده با واحد دامپزشکی (جهاد کشاورزی و مرکز تحقیقات کشاورزی)
۶	آگاهی مشتری از خاصیت و اهمیت محصول	۱۷	وضعیت ارتباط بخش مصرف با خرده فروش
۷	امکان برگشت محصول از جانب مشتری	۱۸	وضعیت ارتباط بخش مصرف با عمده فروش
۸	وضعیت ارتباط بخش مصرف با قبل تولید (تامین کنندگان نهاده ها)	۱۹	اهمیت تجربه استفاده قبلی از گوشت گوسفند توسط خود مشتری
۹	وضعیت ارتباط بخش مصرف با تولید کننده	۲۰	اهمیت استفاده از تجربه و توصیه دیگران در استفاده گوشت گوسفند
۱۰	وضعیت ارتباط بخش مصرف با توزیع کننده	۲۱	اهمیت و تاثیرگذاری تبلیغات سایر سازمان ها و شبکه های اجتماعی در مصرف گوشت قرمز بر روی مصرف کننده
۱۱	وضعیت ارتباط بخش مصرف کننده با موسسات اعتباری		

جدول ۲۰- شاخص های زیست محیطی حلقه مصرف کننده

ترتیب	شاخص های زیست محیطی حلقه مصرف کننده
۱	دسترسی به اطلاعات استانداردهای تولید توسط مشتری
۲	امکان ذبح گوسفند نزد مشتری
۳	تاکید مشتری بر روش تولید سالم
۴	تاکید مشتری بر روش ذبح سالم
۵	تاکید مشتری بر ذبح در محیط بهداشتی
۶	تاکید مشتری بر طبخ سالم و بهداشتی گوشت گوسفند
۷	تاثیر پذیری مصرف کننده گوشت قرمز از وضعیت اقلیمی

