



مشارکت‌آموز و رشد تولید

وزارت جهاد کشاورزی
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
موسسه آموزش و ترویج کشاورزی



معاونت علمی و فناوری

شبکه دانش کشاورزی

سلسله برنامه های ویدیو کنفرانس انتقال دانش به روز در گستره ملی بخش کشاورزی

عنوان:

بررسی راهکارهای بهسازی و تکمیل زنجیره ارزش محصولات کشاورزی

سخنران:

رضا پهلوانی

موسسه آموزش و ترویج کشاورزی - دفتر توسعه فعالیت های زنان روستایی و عشایری

۳ بهمن ۱۴۰۲ - ساعت: ۱۱:۳۰

- اهمیت دیدگاه و نگرش زنجیره ای به فرآیند تولید درآمد در اقتصاد
- - لزوم حساسیت و نگاه زنجیره ای ویژه در بخش کشاورزی به دلیل ویژگی های اقتصادی محصولات کشاورزی
- فساد پذیری ، فصلی بودن تولید محصولات کشاورزی، شکل ویژه و مشکلات حمل و نقل، نوسان و تغییرات عملکرد به علت تغییرات بیولوژیکی، عرضه تاخیری، محدودیت سطح تقاضا در صورت تغییرات قیمت و درآمد (پایین بودن کشش قیمتی و درآمدی تقاضا) و
- معرفی زنجیره ها در اقتصاد بخش کشاورزی:
- زنجیره تولید (PC)، زنجیره عرضه یا تامین (SC) و زنجیره ارزش (VC)

● تعریف مفاهیم زنجیره ای در اقتصاد:

● 1- زنجیره ارزش:

● مجموعه فعالیت هایی که در یک صنعت یا محصول خاص بر روی مراحل مختلف تولید، نگهداری، فراوری، حمل و نقل و ... صورت می گیرد تا محصولات با کیفیت بالاتر به دست مصرف کننده نهایی برسد و در هر مرحله خلق ارزش صورت گیرد.

● تفاوت زنجیره ارزش و تامین:

● - زنجیره عرضه (تامین) شامل فعالیت های مرتبط با تهیه ، تدارک و تبدیل است اما زنجیره ارزش مفهومی گسترده تر دارد و همه فعالیت هایی را در بر می گیرد که ایجاد ارزش می کند.

● زنجیره تامین (SC) عرضه محور ولی زنجیره ارزش (VC) تقاضا محور است.

- **بیان عملیاتی زنجیره ارزش (VC)** مجموعه ای از عملیات است که در یک فعالیت اقتصادی به صورت **زنجیر گونه و متصل به هم** انجام می گیرد تا به **خلق ارزش** منجر گردد. محصولات از این حلقه ها عبور می کنند و در هر **حلقه ارزش جدیدی** به ارزش محصول حلقه قبل افزوده می گردد.
- زنجیره های ارزش محصولات کشاورزی در یک منطقه به هم وصل می شوند و **شبکه ارزش (VW)** به وجود می آید (بسیار مهم به لحاظ برنامه ریزی).
- مفهوم زنجیره ارزش اولین بار توسط **مایکل پورتر** در سال 1988 در ادبیات اقتصادی مطرح و در دهه آغازین قرن بیست و یکم در صنعت کاملاً مورد استفاده قرار گرفت و مهمترین ابزار راهبردی مدیران صنعتی در دهه مذکور بوده است.
- در **بخش کشاورزی**، عملیاتی شدن مفهوم زنجیره ارزش پس از بخش صنعت صورت گرفته است.

2- زنجیره عرضه (SC) نیز از مفاهیم مطرح شده و پر کاربرد در این زمینه بوده است. زنجیره عرضه (تامین) در بر گیرنده تمام فعالیت های مرتبط با **جریان** و **انتقال کالا** از مرحله **مواد خام** تا **مشتریان** و **جریانهای اطلاعاتی** مرتبط با آن می باشد.

- زنجیره عرضه دارای دیدگاهی فراتر از یک محصول یا سازمان است و برای پیاده سازی آن لازم است تمام مواردی که در تولید و ارسال یک کالا یا خدمت تاثیر گذار هستند در نظر گرفت و آنها را طوری به هم متصل نمود که به صورت یک تیم کارآمد و بدون مرز عمل کنند (یک سیستم و مجموعه به هم پیوسته)
- **نظام** یا **شبکه ای** از سازمان ها، شرکتهای، افراد، فعالیت ها، اطلاعات و منابع که یک محصول یا خدمت را در پیمودن مسیر از تامین کننده مواد اولیه تا مشتری و مصرف کننده نهایی همراهی می کنند، زنجیره عرضه (تامین) محصولات را به وجود می آورند.

● 3- زنجیره تولید(PC):

- این مفهوم نیز در موارد خاصی مورد استفاده می گیرد.
- زنجیره تولید مجموعه عملیاتی را در بر می گیرد که از قبل از تولید شروع شده و در نهایت به تولید ختم می گردد.

- در سال های دهه 1990 موضوع زنجیره ارزش به صورت **عملیاتی** برای فعالیت های صنعتی به کار برده شد.
- - در بخش کشاورزی کشور ما در نیمه اول دهه 1390 از زنجیره های ارزش با هدف **بیشینه سازی ارزش افزوده و همچنین سودآوری فردی و اجتماعی** استفاده گردید.
- **عملیاتی نمودن** مفهوم زنجیره های ارزش محصولات کشاورزی، با توجه به نقش و جایگاه آن در **بیشینه سازی سودآوری فردی و اجتماعی** در حال **افزایش** است.

● تفاوت زنجیره عرضه با ارزش:

● زنجیره عرضه بر یک جریان بالا دستی به منظور یکپارچه سازی فرآیندهای عرضه، تولید، بهبود بهره وری و کاهش ضایعات اشاره دارد در حالی که زنجیره ارزش بر یک جریان پایین دستی به منظور خلق ارزش از دیدگاه مشتری تمرکز دارد.

● خلاصه تفاوت ها:

● 1- زنجیره عرضه تمامی فعالیت های مرتبط با تهیه ، تدارک و تبدیل است اما زنجیره ارزش مجموعه فعالیت هایی است که ارزش افزوده ایجاد می کند.

● 2- در زنجیره عرضه فرآیند از محصول به سوی مشتری است در حالی که در زنجیره ارزش فرآیند از مشتری به سوی محصول است

- 3- زنجیره تامین (Supply chain) **عرضه محور** در حالی که زنجیره ارزش (Value chain) **تقاضا محور** است.
- 4- در زنجیره تامین حلقه ها توسط برنامه ریزان و بالادستی ها تعیین و ابلاغ می گردد، در صورتی که در زنجیره ارزش، حلقه ها در اثر تعامل بین بازیگران شکل گرفته و تعریف می شوند.
- 5- در زنجیره ارزش بر همکنش سازه های زیست محیطی، مالی، جامعه شناختی، فرهنگی و منجر به ایجاد حلقه های جدید و تکمیل حلقه های موجود می گردد.
- 6- در زنجیره ارزش **جریان هموار مواد، اطلاعات و پول** شرط اصلی است.

- 7- در زنجیره عرضه فرآیند بالادستی و از جانب محصول به مشتری است ولی در زنجیره ارزش فرآیند پایین دستی و از جانب مشتری به محصول است.
- 8- در زنجیره عرضه کسب رضایت مشتری هدف است در حالی که در زنجیره ارزش مزیت رقابتی هدف می باشد.

● تفاوت قیمت و ارزش value is what you get

● price is what you pay

● اهداف زنجیره های ارزش:

- - افزایش کارایی و بهره وری عوامل تولید
- - افزایش رقابت پذیری محصولات
- - دستیابی به امنیت غذایی
- - حفظ و صیانت از منابع طبیعی و شاخص های توسعه پایدار

- - خلق ارزش و درآمد پایدار
- - افزایش اشتغال مولد و پایدار
- - رعایت جنبه های زیست محیطی
- - جلوگیری از تورم ساختاری و رشد شاخص ها و مولفه های آن

- زنجیره ارزش چهار چوب و قالب مطمئنی برای کسب بیشینه سودآوری فردی و اجتماعی از مزیت های نسبی است.
- زنجیره ارزش یکی از پذیرفته شده ترین روش های تبدیل مزیت های نسبی به مزیت های رقابتی است.

- اهداف زنجیره ارزش از دیدگاه فائو(گزارش 2021):
- 1- کاهش فقر و افزایش درآمد
- 2- پایداری امنیت غذایی از طریق کاهش ضایعات در مرحله برداشت و پس از برداشت. زنجیره ارزش با فراهم آوردن قیمت و کیفیت مناسب امنیت غذایی را به همراه می آورد (از طریق کاهش ضایعات و استفاده بیشتر و منطقی تر از منابع)
- 3- ایجاد ارزش افزوده بیشتر:
- در کشورهای توسعه یافته از هر تن محصول کشاورزی به طور متوسط 198 دلار از طریق فرآوری حاصل می شود در حالی این رقم در کشورهای در حال توسعه 39 دلار است. همچنین در کشورهای توسعه یافته 97 درصد از محصولات کشاورزی وارد چرخه فرآوری می شوند در حالی که در کشورهای در حال توسعه حداکثر به طور متوسط 37 درصد تولیدات کشاورزی از چرخه فرآوری عبور می کنند.

- 4- افزایش سطح رقابت پذیری
- 5- تولید برای بازار و توسعه کشاورزی قراردادی
- 6- ایجاد فرصت برای توسعه بازارهای جدید
- 7- فعالیت در بازارهای بزرگ و استفاده از مزایای این بازارها
- 8- توزیع هموار جریانهای اطلاعاتی
- 9- افزایش بهره وری جزئی (PP) و نیز بهره وری کل عوامل تولید (TFP)
- 10- بهبود کیفیت تولید
- 11- صیانت از منابع طبیعی با ارزش

- 12- افزایش اشتغال مولد و اشتغال کامل نهاده ها
- 13- افزایش تولید ناخالص داخلی (GDP) و درآمد سرانه ملی (PNI)

● **تعریف مدیریت و طراحی زنجیره ارزش:**

- برنامه ریزی و مدیریت همه فعالیت های موجود در زنجیره (تامین مواد اولیه، مذاکره، حمل و نقل، تولید، بسته بندی، انبارداری و) به منظور یکپارچه سازی کلیه فعالیت ها و فرآیندهای کسب و کار با هدف ارتقای سطح کارآفرینی، افزایش بهره وری و در نهایت سودآوری بنگاه اقتصادی.

- - در زنجیره عرضه کسب **رضایت مشتری** هدف است اما در زنجیره ارزش کسب **مزیت رقابتی** مورد نظر می باشد.

- - تخصیص بهینه نهاده ها و افزایش بهره وری مصرف نهاده های داخلی (غیر قابل تبادل) از طریق تکمیل حلقه های زنجیره ارزش محصولات کشاورزی صورت می گیرد.

- جایگاه زنجیره های ارزش در سیاست های حمایتی (Support policies) در راستای اقتصادی نمودن بخش کشاورزی

- کشاورزی در حال حاضر فعالیتی معیشتی نیست بلکه کاملا اقتصادی و تجاری است.
- کشاورز به لحاظ کسب درآمدی باشاغلین در سایر بخش های اقتصادی تفاوتی ندارد.
- موفقیت کشاورز به عنوان یک شاغل در کسب و کار کشاورزی در گرو **توسعه بازار** است.
- توسعه بازار نیز مستلزم ایجاد **تقاضای موثر** برای محصولات کشاورزی است.
- وجود تقاضای موثر برای محصولات کشاورزی موجب **ثبات قیمتی** و جلوگیری از **افت آن** می گردد. مشکلی که متاسفانه در برخی سالها و به ویژه در مورد محصولات باغبانی سبب زیان شدید، نارضایتی کشاورزان و بعضا خروج آنان از بخش می گردد.

● افزایش درآمد کشاورزان و اقتصادی نمودن بخش کشاورزی از دو طریق کلی امکان پذیر است:

● 1- سامانه عرضه و تقاضا (تکیه بر قوانین اقتصادی)

● 2- سیاستهای حمایتی دولت (**Government support policies**)

● کلید واژه های طرف عرضه:

● اصلاح الگوی کشت و توجه به اصول اقتصادی مزیت نسبی و رقابتی

● افزایش بهره وری جزئی (PP) و کل عوامل تولید (TFP)

- **تقاضای موثر (ED)** نیز شامل موارد متعددی است که آنها را می توان در چهار محور عمده خلاصه نمود.
- 1- مصرف خصوصی (Private consumption)
- 2- نگهداری (Protection)
- 3- تبدیل (Convert)
- 4- صادرات (Export)
- به مجموعه اقداماتی مدیریتی که سبب ایجاد و تقویت تقاضای موثر (ED) می گردد **بازاریابی** گفته می شود.

● اهداف بازاریابی:

● -افزایش درآمد خالص (منافع فردی **Profit** و اجتماعی **Benefit**)

● - افزایش اشتغال مولد

● - افزایش تولید ناخالص داخلی (GDP)

● -تبادل زمانی و مکانی قیمت- ذخیره احتیاطی

● - مدیریت و تقویت زنجیره های ارزش

● - افزایش سود و مطلوبیت همه گروههای فعال اقتصادی (تولید کنندگان،

توزیع کنندگان و مصرف کنندگان)

- محورهای بازاریابی:
- 1- عملیات بازاریابی
- 2- فرآیندهای بازاریابی

● توسعه بازاریابی در حقیقت جزء **اقدامات حمایتی دولت** است.

- توسعه زنجیره های ارزش محصولات کشاورزی در حقیقت جزء سیاست های حمایتی دولت است.
- حمایت از بخش کشاورزی (گره بسته مباحث تجاری)
- Clouse knot of business topics (CKBT)
- دلایل حمایت:
- 1- سنتی و تامین معیشت مردم
- 2- پایین بودن کثش قیمتی (EPD) و درآمدی (EID) تقاضای محصولات کشاورزی
- 3- وجود مزیت های نسبی
- 4- کم رنگ بودن احزاب، گروهها و تشکل ها در بخش کشاورزی

- -میزان حمایت ها از بخش کشاورزی در کشورهای توسعه یافته نسبت به کشورهای در حال توسعه بیشتر است.
- دولت فدرال آمریکا سالانه 389 دلار به ازای هر خانوار آمریکایی به بخش کشاورزی کمک می کند(بانک جهانی، 2018).
- -حمایت ها از بخش کشاورزی شامل چهار مورد اصلی است(OECD, 2020).
- حمایت از تولید (PSE) که شامل دو قسمت حمایت های قیمتی (MPS) و غیر قیمتی (NMPS) است.
- حمایت های غیر قیمتی نیز شامل دو مورد حمایت های بودجه ای (BOT) و غیر بودجه ای (NBOT) است.
- حمایت های بودجه ای شامل مواردی همچون یارانه وام ها، سهم دولت از بیمه محصولات، کمک های بلا عوض و است.

● حمایت های غیر بودجه ای نیز شامل اقدامات اساسی و زیر بنایی نظیر تغییر نظام بهره برداری، تغییر سبک کشاورزی، **تشکیل تعاونیهای تولید**، ایجاد شکل ها و حمایت از زیر ساختهای بازار و بازاریابی و است.

● حمایت از زیر ساخت های بازار و بازاریابی نیز شامل کارهای فیزیکی و زیر بنایی (احداث جاده، تاسیسات ، به روز رسانی ناوگان حمل و نقل، توسعه صنایع تبدیل و نگهداری،) و **فعالیت های مدیریتی برای اصلاح و بهبود بازاریابی است.**

● از جمله فعالیت های مدیریتی نیز می توان به مواردی همچون برگزاری بازار بورس کالایی، توسعه قراردادهای آتی، کشاورزی قراردادی و در نهایت **تقویت زنجیره های ارزش** اشاره کرد.

- راهکارهای مدیریت و تقویت زنجیره های ارزش:
- - اقدامات حمایتی در راستای تقویت تعاونی ها
- - کشاورزی قراردادی (Contract farming)
- - تقویت تشکل ها
- - ایجاد وحدت رویه دستگاههای اجرایی برای رفع موانع (تهیه طرحهای اجرایی)
- - تقویت سرمایه های اجتماعی
- - اقدامات نهادی (فراهم نمودن فضای کسب و کار، کاهش بروکراسی اداری، سلامت اقتصادی)
- - برنامه ریزی برای کاهش حجم اقتصاد زیر زمینی
- - ایجاد تمهیدات برای ورود شرکت های پشتیبان

● - موضوعات ساختاری:

- توسعه شبکه های نقل و انتقال (ریلی، جاده ای و هوایی) در کشور و به ویژه استان های کمتر توسعه یافته
- بهره وری حمل و نقل در ایران به مراتب پایین تر از متوسط جهانی است. - 30 درصد ناوگان حمل و نقل کشور از رده خارج است (وزارت صمت، مردادماه 1399)

- یکی از مهمترین راهکارهای مدیریت، تقویت و تکمیل زنجیره ارزش محصولات کشاورزی تشکیل **تعاونی هاست**.

- مشارکت را می توان فرآیند تصمیم گیری، تصمیم سازی آگاهانه و داوطلبانه فردی و جمعی جهت قدرت یابی برای رفع نیاز و تحقق اهداف خاص در شرایط ویژه که به صورت خود جوش یا برنامه ریزی شده در می آید، در نظر گرفت.
- تشکیل تعاونیها به این هدف نزدیک تر است و می تواند به سپردن اوضاع به دست مردم و کاهش تصدی گری دولت منجر شود.
- - یکی از اهداف اصلی توسعه روستایی ، رونق و توسعه تعاونیهاست.
- - تعاونیها می توانند همگام با سیاست های دولت در جهت رفع معضلات همکاری موثر داشته باشند.
- - رویکرد تعاونی اشتغال و معیشت پایدار را برای اقشار آسیب پذیر ایجاد می نماید.

- - کاهش فقر از طریق پیشرفت اقتصادی و اجتماعی اعضاء به طور مستمر
- - ایجاد تحرک اقتصادی
- - تعاونیها از سازمان و مدیریت نوین و نسبتا علمی برخوردارند که می توانند انرژی ها و نیروهای پراکنده روستایی را در راستای توسعه اقتصادی تجهیز نمایند.
- تعاونیها فرصتی ایجاد می نمایند تا اعضاء با حفظ هویت و انگیزه های فردی و خانوادگی خود با یکدیگر به مشارکت، همیاری و همکاری متقابل بپردازند.
- - تقویت تعاونیها در **حقیقت تضمین کننده یک اقتصاد ملی** سالم در کشور است.

- - بر اساس آمارهای موجود در کشورهای در حال توسعه، تعاونیها توانسته اند در قالب های کوچک مقیاس، بخش قابل ملاحظه ای از نیروهای انسانی را به کار گرفته و سهم شان را در تولید ناخالص داخلی و حتی همستگی و وحدت اجتماعی افزایش دهند.
- - تعاونیها می توانند به مقوله اصلاح ساختار در بخش کشاورزی بپردازند و سبب رواج طرز تلقی و تفکر جدید برای برخورد با مسائل نوین بپردازند.
- - توسعه تعاونیها سبب به کارگیری ماشین آلات ، ابزار، نهاد ها و تفکرات جدید می شود که می توانند جایگزین ابزار و روش های قدیم شوند.

- در توسعه تعاونیها سه عامل اهمیت خاصی دارند، تمرکز زدایی دمکراتیک، دانش بومی و مشارکت مردم.
- نقش تعاونیها در مقاوم سازی روستاها:
- 1- کمک به ایجاد ابعاد مناسب برای تولید
- 2- ایجاد ارتباط بین نواحی و گروههای منزوی و جدا افتاده از سیاست ها و برنامه های دولت
- 3- افزایش سطح آگاهی و دانش اعضاء و کل جامعه از طریق مشارکت در فعالیت های اجتماعی
- انگیزه های تاسیس تعاونیها بعد از اصلاحات ارضی شامل دو مورد اقتصادی و اجتماعی بوده است.

- تعاونی یک موسسه مستقل و مبتنی بر اتحاد داوطلبانه اشخاص برای برآورده کردن نیازهای عمومی اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی و نیز آرزوها از طریق یک مالکیت مشترک و تحت کنترل دمکراتیک است.
- در ایران شرکت های تعاونی روستایی همزمان با شروع بر نامه ریزی شکل گرفتند.

● بانک جهانی :

- - تعاونیها هر ساله محصولات جدید و بازارهای جدید به وجود می آورند.
- - تعاونیها مبتنی بر خود اتکایی ، دموکراسی ، برابری و عدالت هستند.

● 3- در زنجیره عرضه کسب رضایت مشتری هدف است اما در زنجیره ارزش کسب مزیت رقابتی مورد نظر می باشد.

- بازیگران زنجیره های ارزش:
- حلقه های زنجیره های ارزش محصولات کشاورزی
- - حلقه تامین (عرضه) نهاده ها
- حلقه تولید شامل دو مرحله:
- - - مکان یابی محصولات و اصلاح الگوی تولید
- - - فرآیند تولید و افزایش بهره وری عوامل تولید
- - حلقه حمل و نقل
- - حلقه جابجایی
- - حلقه تبدیل

● حلقه عمده فروشی (Whole sale loop)

● حلقه خرده فروشی (Detail sale loop)

● حلقه صادرات (Export loop)

● و

● حلقه های دیگر که در اثر تعامل بازیگران و بر همکنش عوامل موثر
کشف خواهند شد.

●



باتشکر