

## تشکیل و توسعه زنجیره ارزش، راهکار ساماندهی بازار سیب‌زمینی

سیدمحسن سیدان<sup>۱\*</sup> و مهسا معتقد<sup>۲</sup>

۱- استادیار پژوهشی بخش تحقیقات اقتصادی، اجتماعی و ترویج کشاورزی، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان همدان، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، همدان، ایران

۲- محقق بخش تحقیقات اقتصادی، اجتماعی و ترویج کشاورزی، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان همدان، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، همدان، ایران

seyedan1969@gmail.com

\* نشانی پست الکترونیکی نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۲

تاریخ انجام اصلاحات: ۱۴۰۳/۰۳/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

### چکیده

بر اساس سیاست‌های کلی وزارت جهاد کشاورزی سهم‌بری عادلانه بازیگران زنجیره ارزش از منافع ایجادشده، ارتقاء سطح درآمد و معیشت پایدار کشاورزان، رفع فقر، گسترش و تکمیل زنجیره‌های ارزش خصوصاً صنایع تبدیلی، تکمیلی و انبارش محصولات کشاورزی هم‌چون سیب‌زمینی باید محقق شود. متأسفانه تولیدکنندگان محصول سیب‌زمینی به‌عنوان بازیگران کلیدی زنجیره ارزش، در کم‌تر از ۳۰ درصد ارزش و قیمت نهایی محصولات تولیدشده و منافع زنجیره ارزش سهیم هستند. از این رو ضروری است که وزارت جهاد کشاورزی به‌عنوان متولی ایجاد و توسعه زنجیره ارزش تولیدات روستایی به‌منظور تحقق عدالت در زنجیره ارزش و افزایش درآمد کشاورزان، تغییر رویکرد دهد. در این تحقیق، توسعه زنجیره ارزش سیب‌زمینی به‌عنوان رویکردی نوین برای توانمندسازی کشاورزان در این زنجیره و افزایش درآمد آن‌ها معرفی و اصول آن تبیین شده است. بر مبنای اصول زنجیره ارزش، کشاورزان نباید صرفاً تولیدکننده سیب‌زمینی خام باشند و نقش آن‌ها فقط به حلقه ابتدایی این زنجیره محدود شود، بلکه عادلانه‌تر آن است که از ارزش افزوده‌ای که در سایر حلقه‌های این زنجیره مانند فرآوری نیز ایجاد می‌شود، بهره‌مند شوند. هم‌چنین لازم است که شبکه اطلاع‌رسانی کارآمد با هدف چرخش به‌موقع و سریع اطلاعات تولید خام و ظرفیت‌های فرآوری سیب‌زمینی در سراسر کشور استقرار یابد. علاوه بر این، نهادهای مالی دولتی و خصوصی در ایجاد زیرساخت‌های عمومی و بازار (مانند: جاده‌ها، تأسیسات ذخیره‌سازی و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات) برای تولیدکنندگان سیب‌زمینی سرمایه‌گذاری کنند.

**واژگان کلیدی:** زنجیره ارزش، سیب‌زمینی، افزایش درآمد، توسعه، فرآوری

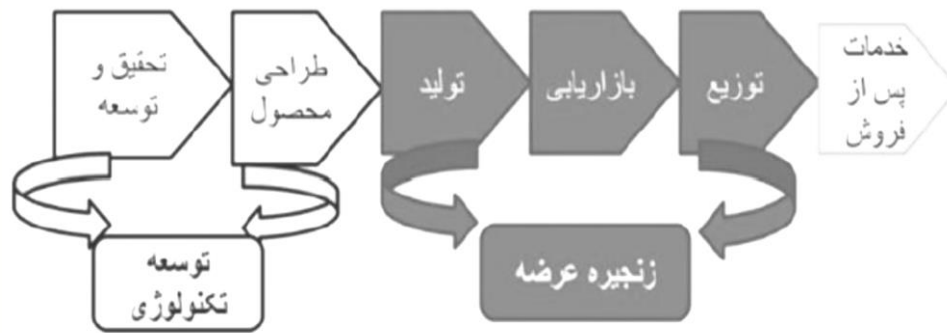
## بیان مساله

جریان فیزیکی محصول سیب‌زمینی است ضمن این‌که در زنجیره ارزش تأکید بر ارزش افزوده محصول و جریان اطلاعات می‌باشد. پایه و اساس زنجیره ارزش، کشاورزی قراردادی است. یکی از اهداف عمده تشکیل زنجیره ارزش، تعادل بین عوامل بازار و خطرپذیری قیمتی می‌باشد. با عقد قرارداد بین حلقه‌های زنجیره ارزش، پیوندی پایدار در بین حلقه‌ها ایجاد می‌شود. به عبارت دیگر، عقد قرارداد مدت‌دار از نفوذ واسطه‌های سودجو در بین حلقه‌ها که منجر به افزایش حاشیه بازار می‌شوند، جلوگیری می‌کند.

استان همدان به عنوان اولین قطب تولید سیب‌زمینی کشور با میانگین تولید ۴۰ تن در هکتار، سالانه حدود یک میلیون تن سیب‌زمینی تولید می‌کند (۲). بی‌توجهی به نیاز بازار و وضعیت نامطلوب بازاریابی، تولید و فروش را با مشکلات فراوانی مواجه کرده است. به طوری‌که در برخی از سال‌ها با افزایش تولید و در نتیجه کاهش قیمت و یا در برخی از سال‌ها با کاهش تولید و افزایش قیمت روبرو می‌شود. تداوم چنین شرایطی موجب شده تا اگر یکسال سیب‌زمینی شرایط مساعدی پیدا کرد، درآمد خوبی نصیب سیب‌زمینی‌کاران شود اما در سال بعد به دلیل هجوم کشاورزان به کشت سیب‌زمینی با ضرر و زیان مواجه شوند. بنابراین عرضه مازاد بر تقاضا در زمان برداشت، سهم کشاورزان از قیمت مصرف‌کننده (قیمت خرده‌فروشی) را کاهش داده و این سهم به زنجیره دیگر کانال بازاریابی یعنی عمده‌فروشان، انتقال می‌یابد. از طرفی به دلیل کمبود صنایع تبدیلی در استان همدان، بخش عمده‌ای از سیب‌زمینی تولیدشده بدون فرآوری به خارج از استان صادر می‌شود. این وضعیت موجب شده تا هر یک از کنشگران زنجیره ارزش به صورت منفرد به انجام وظایف خود بپردازند که در نهایت ضمن تحمیل هزینه‌های فراوان و افزایش بیشینه‌ای ضایعات، منافع حاصل از تولید سیب‌زمینی را به کم‌ترین مقدار کاهش خواهد داد.

نظام بازار و توزیع محصولات کشاورزی همچون سیب‌زمینی در ایران مطلوب نیست. کارایی پائین بازار سیب‌زمینی و نوسانات قیمت، نارضایتی مصرف‌کننده و تولیدکننده را به دنبال دارد به نوعی که بازار را گاهی با مازاد و یا کمبود عرضه مواجه می‌کند. عدم تعادل عرضه و تقاضا و فقدان زنجیره‌های ارزش همواره منجر به نوسانات شدید قیمت‌ها، نارضایتی مصرف‌کننده و تولیدکننده و سایر عوامل بازار شده است. از همین رو تشکیل و توسعه زنجیره ارزش سیب‌زمینی راهکاری به منظور ساماندهی بازار این محصول است که نه تنها در قانون افزایش بهره‌وری کشاورزی و منابع طبیعی به آن اشاره شده بلکه در مواد ۳۱ و ۳۳ قانون پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور نیز مورد تأکید قرار گرفته است (۴).

اصطلاح زنجیره ارزش برای اولین بار به وسیله دکتر مایکل پورتر در کتاب خود تحت عنوان مزیت رقابتی ملل مطرح شده است. طبق تعریف پورتر به مجموعه اقداماتی که در یک کسب و کار به صورت زنجیره‌وار انجام می‌گیرد تا برای مشتریان خود خلق ارزش یا ارزش افزوده کند، زنجیره ارزش گفته می‌شود. محصولات از حلقه‌های به هم پیوسته این زنجیره عبور می‌کنند و در هر حلقه، ارزشی به محصول نهایی افزوده می‌شود (۵). به عبارت دیگر، پورتر فعالیت‌هایی را که یک شرکت از نقطه شروع یعنی تأمین مواد اولیه تا رسیدن محصول نهایی به دست مصرف‌کننده نهایی انجام می‌دهد، به عنوان یک زنجیره ارزش توصیف کرد (۱). زنجیره ارزش، شکل تکامل یافته‌تر زنجیره عرضه می‌باشد که از طراحی و برنامه‌ریزی برای تولید محصول سیب‌زمینی شروع و در سطح مصرف‌کننده و خدمات پس از فروش پایان می‌یابد. شکل (۱)، تفاوت زنجیره عرضه و زنجیره ارزش را به خوبی نشان می‌دهد. در زنجیره ارزش، کلیه جریان‌ها از جمله: جریان فیزیکی کالا و نهاده‌ها، جریان اطلاعات، جریان مالی و ارزش محصول سیب‌زمینی در هر حلقه مورد تأکید می‌باشد اما در زنجیره عرضه، صرفاً تمرکز بر



شکل ۱- تفاوت زنجیره عرضه و زنجیره ارزش

### الگوی زنجیره ارزش پورتر

الگوی پورتر دارای پنج حلقه اصلی و یک حلقه پشتیبان می‌باشد. حلقه‌های پنج‌گانه اصلی شامل فعالیت‌هایی است که در فرایند فیزیکی تولید سیب‌زمینی، تحویل و فروش نقش دارند. این فعالیت‌ها در برگیرنده خدمات (کاشت ارقام متنوع، تعیین الگوی کشت متناسب با قابلیت هر منطقه، کاشت محصول سالم برای مصرف شخصی)، بازاریابی و فروش، آماده‌های (لجستیک) ورودی، تولید و عملیات و آماده‌های خروجی می‌باشند (شکل ۲) که در ادامه به صورت مختصر به هر یک پرداخته شده است.

۱- تدارکات داخلی: کلیه فعالیت‌هایی هستند که مربوط به ذخیره و توزیع مواد خام مورد استفاده (تأمین نهاده‌های کشاورزی هم‌چون: سم، بذر، کود...، انبارداری، نگهداری و حمل و نقل مواد اولیه می‌باشند.

۲- عملیات تولیدی: دربرگیرنده فعالیت‌های مربوط به فرایند تولید سیب‌زمینی می‌باشند، مانند: کاشت، داشت، بسته‌بندی، آزمایش محصولات و تمام کارهایی که ورودی‌ها را به خروجی‌ها تبدیل می‌کند.

۳- تدارکات خارجی: کلیه فعالیت‌های مربوط به خروجی است و بسته‌بندی، فرآوری، انبارداری، پردازش سفارشات، زمان‌بندی، تحویل و حمل و نقل را در بردارد.

۴- بازاریابی و فروش: شامل کلیه فعالیت‌های مربوط به بازار است. قیمت‌گذاری، توسعه بازار، توسعه محصول سیب‌زمینی، تبلیغات، فروش محصول، شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها، مدیریت کانال توزیع و...

۵- خدمات (مراکز فروش): شامل کلیه فعالیت‌های پس از فروش است. مانند: تضمین سلامت، تعویض، تأمین نهاده‌ها، پشتیبانی از مشتری و پاسخ‌گویی تلفنی. لازم به ذکر است که تولیدکنندگان به‌عنوان یکی از حلقه‌های اساسی در زنجیره ارزش سیب‌زمینی هستند که با دیگر حلقه‌ها بیش‌ترین ارتباط را دارند.

حلقه پشتیبان: شامل فعالیت‌هایی است که زیربنای لازم برای ادامه حیات فعالیت‌های اساسی را فراهم می‌کند. فعالیت‌های پشتیبان زنجیره ارزش شامل: زیرساخت‌ها (بسترسازی بسته‌بندی محصول، توجه به یکپارچه‌سازی اراضی، برچسب‌گذاری و بالابردن قیمت محصولات با کیفیت، حمایت از تولید بذر داخلی)، مالی (راه‌اندازی صنایع تبدیلی و تکمیلی سیب‌زمینی؛ کاشت ارقام پرپایه؛ سوددهی کشاورزی؛ احداث سردخانه؛ هزینه‌های تأمین نهاده‌ها)، مدیریت (ورود نیروهای تحصیل‌کرده در عرصه کشاورزی؛ مدیریت در عرضه محصول؛ حمایت دولت در ثبات قیمت)، فناوری و تأمین و تهیه مواد و امکانات مورد نیاز، ارائه خدمات (به‌کارگیری آموزش عملی در مزرعه به جای آموزش نظری، ارائه خدمات برای افزایش آگاهی کشاورز،

انبارداری و توزیع سیب‌زمینی از جمله فعالیت‌های توسعه فناوری محسوب می‌شود.

تأمین نهاده‌ها: تأمین مواد اولیه و نهاده‌ها از مراکز معتبر، تهیه بذر به صورت آزاد، به‌کارگیری فناوری روز در کشورهای خارجی، تهیه کود شیمیایی و سم به صورت سهمیه و آزاد، خریداری ماشین‌آلات از نمایندگی‌های رسمی، تأمین وام و موجودی مالی از بانک‌های حامی کشاورزان و ...

به‌طور کلی زنجیره ارزش روشی است که به شناسایی موانع عمده مرتبط با فروش و نیز موانع اجرایی رشد تولید و بهره‌وری کمک می‌کند. روش زنجیره ارزش، هزینه‌های مربوط به هر مرحله از فرایند تولید و توزیع سیب‌زمینی را ترسیم کرده و به شناسایی بخش‌هایی از زنجیره که در آن هزینه‌ها بیش از انتظار می‌باشد، کمک می‌کند. این روش با نشان دادن موانع خاصی که ممکن است موجب افزایش غیرعادی هزینه‌ها شود، درک عمیق‌تری را از مشخصه‌ها و ناکارآمدی‌های یک زنجیره ارزش ارائه می‌کند (شکل ۳). در صورتی که الگوی زنجیره ارزش پورتر برای ایجاد زنجیره ارزش سیب‌زمینی بومی سازی شود، می‌توان به الگوی زنجیره ارزش سیب‌زمینی براساس شکل (۴) دست یافت.

معرفی کشاورزان نمونه) است. این حلقه در مدل زنجیره ارزش کشاورزی شامل: نهادهای دولتی و خصوصی (هم‌چون: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی؛ سازمان جهاد کشاورزی؛ پارک‌های علم و فناوری کشاورزی و منابع طبیعی و شرکت‌های دانش‌بنیان) می‌شوند و نقش کمک‌دهی به کلیه حلقه‌های اصلی را ایفا می‌کنند.

زیرساخت‌ها: شامل کلیه فعالیت‌های ضروری است که ارتباط مستقیمی با فعالیت‌های مشخص اصلی ندارند و بیش‌تر به امور زیربنایی مربوط می‌شوند. مانند: مدیریت امور مالی، برنامه‌ریزی راهبردی، نظام اطلاعات مدیریت عمومی، حسابداری، مالی، مدیریت کیفیت و ...

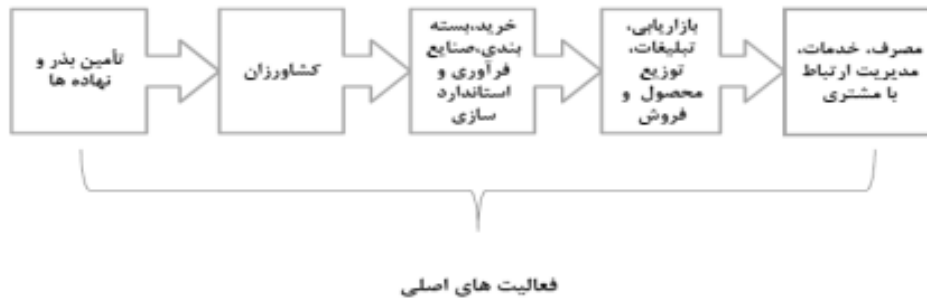
مدیریت منابع انسانی: شامل کلیه فعالیت‌هایی است که در ارتباط با منابع انسانی شرکت انجام می‌شود. مانند: فعالیت‌های عضوگیری، آموزش، ارزیابی عملکرد، پاداش، تنبیه، ترفیع، آموزش و ایجاد رشد در اعضا، حفظ اعضا و پرداخت حقوق و دستمزد به آن‌ها بر حسب مقدار سهم و سهام در شرکت.

توسعه فناوری: فعالیت‌های مربوط به بهبود روش‌های انجام سایر فعالیت‌های زنجیره ارزش است. فعالیت‌هایی از قبیل: بهبود روش‌های برنامه‌ریزی و تهیه، تولید، تحقیق و توسعه، اتوماسیون فرایندها، فناوری فرآوری، طراحی و بسته بندی محصول سیب‌زمینی همراه با نشان تجاری (برند)،

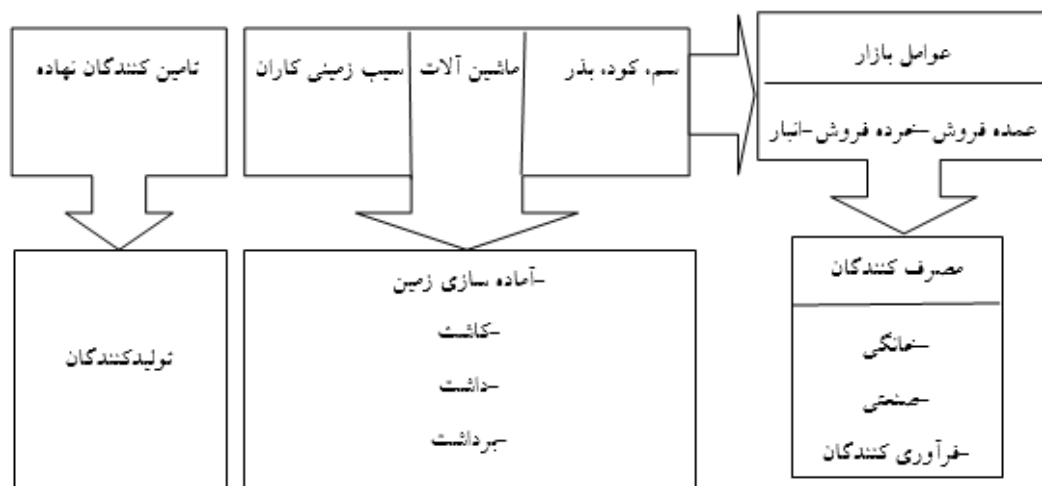


شکل ۲- الگوی زنجیره ارزش پورتر

- فعالیت های پشتیبانی
- موسسات تحقیقاتی و مراکز تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
- شرکت های دانش بنیان، شتاب دهنده ها و مراکز رشد
- مدیریت ها و مراکز جهاد کشاورزی شهرستان ها، کارشناسان پهنه نظام نوین ترویج کشاورزی



شکل ۳- الگوی زنجیره ارزش محصول سیب زمینی براساس مدل پورتر



شکل ۴- ساختار زنجیره ارزش محصول سیب زمینی در استان همدان

شرکت های حمل و نقل، انبارداران و سردخانه داران، توزیع کنندگان عمده محصول (داخلی و صادراتی)، خرده فروشان، کارخانجات و فرآوری کنندگان می باشند که در فرایند تولید تا بازاریابی محصول با یکدیگر همکاری دارند.

حلقه های زنجیره ارزش سیب زمینی در استان همدان شامل: تأمین کنندگان نهاده (سم، کود، بذر و ...)، تأمین کنندگان ماشین آلات کشاورزی، اتحادیه سیب زمینی کاران، مدیریت های جهاد کشاورزی، کانون بذر، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، بانک ها، واسطه های محلی،

## معرفی دستاورد

عمده‌ترین مسائل و مشکلات محصول سیب‌زمینی در زنجیره ارزش، اساساً نبود هماهنگی بین بخش‌های متعدد زنجیره، نبود یا ضعف دسترسی کشاورزان به‌ویژه کشاورزان کوچک‌مقیاس به بازار، افزایش شدید ضایعات، بالابودن هزینه‌های مبادله و قیمت تمام‌شده سیب‌زمینی، نوسان قیمت‌ها، توجه بیش از حد به تولیدمحوری و عدم توجه به نیاز بازار... می‌باشد. لذا ضروری است که با استفاده از سازوکاری مناسب، ارتباط بخش‌های مختلف زنجیره تولید به‌ویژه ارتباط بین تولیدکنندگان و صنایع وابسته تقویت شود. راهکار برون‌رفت از وضعیت موجود؛ توسعه و تکمیل زنجیره‌های ارزش سیب‌زمینی مبتنی بر کشاورزی قراردادی است که می‌تواند بسیاری از این نارسایی‌ها و مشکلات را برطرف کند و زمینه‌ساز دستیابی به امنیت غذایی باشد. توسعه زنجیره‌های ارزش و تکمیل حلقه‌های آن با رویکرد کشاورزی قراردادی هم در قانون پنج‌ساله ششم توسعه آمده و هم مورد تأکید وزارت جهاد کشاورزی می‌باشد. بنابراین می‌تواند راهکار نهایی بهبود فرایند بازار محصول سیب‌زمینی در کشور باشد.

## مزایای تشکیل زنجیره ارزش محصول سیب‌زمینی

- ۱- توسعه کشاورزی قراردادی (به‌عنوان ابزاری اعتمادساز در روابط تجاری با صنایع که در نهایت منجر به کاهش ریسک و ایجاد کسب و کار با هدف توسعه بخش کشاورزی می‌شود)،
- ۲- افزایش بهره‌وری، ۳- افزایش ارزش افزوده، ۴- کاهش ضایعات، ۵- تعادل عرضه و تقاضا، ۶- تعادل ریسک قیمتی در بین عوامل بازار، ۷- کاهش نقش دلالتان و واسطه‌های سودجو در بازار، ۸- پایداری صادرات، ۹- افزایش ضریب نفوذ دانش، ۱۰- افزایش سرمایه‌گذاری و ۱۱- توسعه مشارکت عمومی - خصوصی اشاره کرد که با خلق ارزش در حلقه‌های به‌هم‌پیوسته زنجیره، رضایت تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و سایر عوامل بازار را در پی خواهد داشت.

## نتایج ایجاد زنجیره ارزش محصول سیب‌زمینی

بررسی و شناسایی قابلیت‌های ارائه خدمات بازارمحور مرتبط با تولید سیب‌زمینی که به‌وسیله تشکیلات ترویج کشاورزی می‌تواند شکل‌گیری و توسعه زنجیره ارزش سیب‌زمینی را تسریع کرده و سیب‌زمینی‌کاران را از منافع این تغییر مثبت (هم‌چون: افزایش دسترسی به بازار، کاهش زمان پاسخ‌گویی به تغییر نیازهای مشتری) بهره‌مند سازد، اشاره کرد. علاوه بر موارد یادشده؛ بهره‌گیری از روش‌های جدید کاشت، داشت و برداشت (استفاده از سامانه‌های نوین آبیاری، بذره‌های سالم و اصلاح‌شده، نهاده‌های جدید و ارگانیک که کم‌ترین آسیب را به محیط زیست برسانند) موجب می‌شود تا سیب‌زمینی‌کاران، سیب‌زمینی طبیعی و نزدیک به ارگانیک و بدون یا کم‌ترین استفاده از مواد شیمیایی تولید کنند. آشنایی فعالان اقتصادی تولید محصول سیب‌زمینی با منافع زنجیره ارزش و تدوین قوانین حمایتی می‌تواند در ایجاد، توسعه و تکمیل زنجیره‌های ارزش محصول سیب‌زمینی و افزایش سرمایه‌گذاری به‌منظور احداث کارخانجات جدید کمک شایانی کند. علاوه بر موارد یادشده می‌توان به حمایت وزارت جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های ذیربط از تشکیل و پایداری زنجیره‌های ارزش محصول سیب‌زمینی که موجب حل مشکلات ساختاری بخش کشاورزی و فرایند بازاریابی می‌شوند، اشاره داشت. به‌طورکلی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری، نظارت بر روند فعالیت‌های مختلف و به‌روزکردن فناوری‌های مورد استفاده در حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش همراه با مشارکت دولت (اختصاص بودجه بیش‌تر به بخش تولید محصول سیب‌زمینی و ارائه یارانه خرید نهاده به سیب‌زمینی‌کاران به‌منظور کاهش هزینه‌های تولید) و بخش خصوصی موجب توسعه زنجیره ارزش محصول سیب‌زمینی شود. توسعه زنجیره ارزش محصول سیب‌زمینی، توسعه اقتصادی را تحریک می‌کند و با در نظر گرفتن زنجیره به‌عنوان یک کل و بهبود پیوند بین کشاورزان، تجار، فرآوری‌کنندگان و مصرف‌کنندگان به توانمندسازی و کاهش فقر کمک می‌کند.

۴- بهره‌گیری از کشاورزی قراردادی در زنجیره ارزش موجب می‌شود که ارتباط میان سیب‌زمینی‌کاران و واحدهای فرآوری تقویت شده و تأمین مواد اولیه کارخانه‌ها و بازار محصول سیب‌زمینی تولیدکنندگان تضمین شود.

۵- در رابطه با مورد ۴ باید نقش وزارت جهاد کشاورزی در نظارت بر عقد قراردادها، تدوین قوانین و آئین‌نامه‌های زنجیره ارزش، ایجاد زیرساخت‌ها برای بهبود حلقه‌های زنجیره ارزش و حمایت‌های مالی براساس مشارکت حلقه‌ها احیاء شده و جزء اولویت‌های وزارتخانه قرار گیرد.

۶- ضروری است که در زمینه صدور گواهینامه، ثبت نشان‌های تجاری و استانداردسازی کیفیت، ایجاد دستورالعمل بهداشتی در بسته‌بندی، توزیع و ضدعفونی محصولات و ارائه مشوق‌های صادراتی در سیاست‌های بخش کشاورزی در زمینه تولید سیب‌زمینی و برقراری زنجیره ارزش آن برنامه‌ریزی دقیقی انجام گیرد.

## توصیه ترویجی

- ۱- برجسته شدن نقش سازمان‌های متولی در برقراری ارتباط بین کشاورزان سیب‌زمینی‌کار، تعاونی سیب‌زمینی‌کاران و عوامل بازار در زنجیره ارزش شامل: کارگاه‌های بسته‌بندی، صنایع تبدیلی و فرآوری
- ۲- برگزاری کلاس‌های آموزشی به‌منظور آشنایی و بهبود زنجیره ارزش سیب‌زمینی در فصل‌های بیکاری کشاورزان تا سیب‌زمینی‌کاران فرصت کافی برای حضور و بهره‌مندی از آموزش را داشته باشند.
- ۳- بر مبنای اصول زنجیره ارزش، سیب‌زمینی‌کاران نباید صرفاً تولیدکننده سیب‌زمینی خام باشند و نقش آن‌ها فقط به حلقه ابتدایی زنجیره ارزش محدود شود، بلکه عادلانه‌تر آن است که از ارزش افزوده‌ای که در سایر حلقه‌های زنجیره ارزش مانند فرآوری ایجاد می‌شود، نیز بهره‌مند شوند. این مهم با فعال کردن تعاونی‌های تولید میسر خواهد شد.

## فهرست منابع

6- Punjabi, M. 2015. The potato supply chain Pepsico's Frito Lay .India. Food and Agriculture Organization of the United Nations. 17 p.

- ۱- ابراهیم‌پور، مصطفی و سیدسینا معصومی. ۱۴۰۰. مدیریت زنجیره ارزش. رشت: انتشارات دانشگاه گیلان. چاپ اول. ۱۶۳ صفحه.
- ۲- سازمان جهاد کشاورزی استان همدان. ۱۴۰۱. گزیده آمار پایه‌ای سال زراعی ۱۴۰۰-۱۳۹۹. اداره آمار و فناوری اطلاعات. انتشارات سازمان جهاد کشاورزی استان همدان. ۱۱۸ صفحه.
- ۳- وزارت جهاد کشاورزی. ۱۴۰۲. آمارنامه کشاورزی سال زراعی ۱۴۰۱-۱۴۰۰، جلد اول: محصولات زراعی. مرکز آمار، فناوری اطلاعات و ارتباطات. ۱۰۳ صفحه.
- ۴- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۰-۱۳۹۶). ۱۳۹۵. ۳۵ صفحه.

5- Porter, M.E. 1990. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review 90211. 21 p.