



دانشگاه گوارا، نشریه کارآفرینی در کشاورزی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد ششم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۸

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۲۳-۳۶

DOI: 10.22069/jead.2021.18886.1460

شبکه ارزش محصولات صادراتی (مطالعه موردی: صادرات شبکه‌های ارزش برنج باسماتی هند)

محمدسعید حمیدی^{۱*}، مانجونات دیواراج^۲

^۱دکترای کسب و کار کشاورزی از دانشگاه میسور، هندوستان

^۲استاد، گروه کسب و کار کشاورزی، دانشگاه میسور، هندوستان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۱۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۵

چکیده

افزایش اشتغال و کاهش بیکاری به عنوان یکی از شاخص‌های مهم توسعه‌یافتگی جوامع محسوب می‌شود. یکی از ملزومات اساسی برای پاسخ به این نیاز، توسعه شبکه‌های ارزش در صادرات محصولات کشاورزی است. هدف این تحقیق نیز تحلیل صادرات شبکه ارزش برنج باسماتی در کشور هند به عنوان بزرگترین تولیدکننده و صادرکننده این برنج در جهان است و می‌تواند تجارب ارزشمندی برای ایران به همراه داشته باشد. بررسی‌ها بیانگر این بود که صادرات شبکه ارزش برنج باسماتی، توسعه کسب و کار و کارآفرینی و به تبع آن ارزآوری و درآمدزایی بسیار بالایی را برای هند به ارمغان آورده است. تجربه طولانی تولید و صادرات برنج در کنار روند آزادسازی تجارت جهانی برای برنج باسماتی توانسته شبکه ارزش صادرات این محصول را به صورت قابل توجهی گسترش دهد. این مهم در سایه شرایط محیطی و اقلیمی مناسب و شناخت مناسب از برند برنج باسماتی در سطح جهان تقویت شده است. از طرفی تغییرات قیمت محصول صادراتی و عدم تناسب آن در برخی موارد با قیمت‌های تولیدی باعث کاهش صرفه اقتصادی کشت کار برنج شده است. در حالی که تهدیدها بیشتر متمرکز بر تغییرات در قوانین داخلی کشورهای مقصد از جمله ایران است که در برخی موارد باعث لغو مجوزهای وارداتی شده و باعث زیان تولیدکنندگان شده است. به علاوه حساسیت برخی کشورها به ویژه در اتحادیه اروپا به مصرف محصول سالم نیز محدودیت‌های زیادی برای واردات این محصول ایجاد کرده است.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های ارزش، صادرات کشاورزی، تجارت برنج، کسب و کار برنج باسماتی .

*نویسنده مسئول: ms_hamidi2010@yahoo.com

مقدمه

هند در سراسر جهان با تولید بیش از ۲۰ درصد از تولید جهانی برنج، در رتبه دوم برنج در تولید برنج بعد از چین قرار دارد (FAOSTAT, 2016). تولید برنج در هند، همچنان نقش اساسی در امنیت غذایی و نظام‌های معیشتی دارد. ترکیب افزایش بهره‌وری، توسعه و پذیرش سریع واریته‌های پرمصرف برنج از اواخر دهه ۱۹۶۰ تا رشد چشمگیر تولید سرانه علیرغم افزایش جمعیت باعث شده تا کشور هند تا اوایل دهه ۱۹۹۰ به یک صادرکننده بالقوه برنج در جهان تبدیل شود. هند تولیدکننده کلیدی برای صادرات برنج باسماتی به کشورهای خاورمیانه از جمله ایران، عربستان سعودی، کویت، امارات متحده عربی، جمهوری یمن و سایر کشورهای دیگر شامل انگلیس، ایالات متحده آمریکا، بلژیک، ایتالیا، هلند و کانادا است.

امروزه با افزایش قابل توجه ادغام کشورهای در حال توسعه در شبکه‌های ارزش کشاورزی جهانی، تحت رژیم تجارت نئولیبرال فرصت‌های توسعه شبکه ارزش صادرات برای کشورهایی مانند هند نیز افزایش یافته است. طرفداران تجارت آزاد استدلال می‌کنند که هند دارای مزیت نسبی در صادرات محصولات کشاورزی پرمصرف است، که این امر گرایش به صادرات را توجیه می‌کند (Datta, 2000; Sachdev, 1993). طرفداران جهت‌گیری صادرات پیشنهاد می‌کنند که فناوری، موسسات و بازارها (داخلی و بین‌المللی) نقش بسیار مهمی در افزایش ارزش افزوده در کشاورزی دارند. گفته می‌شود که این مولفه‌ها برای ادغام کشاورزی در شبکه‌های ارزش صادراتی بسیار مهم هستند. بر خلاف استدلال‌های قبلی، برخی محققین اظهار داشتند که جهت‌گیری صادرات کشاورزی در هند لزوماً یک وضعیت برد-برد نیست، زیرا هیچ نشانه‌ای برای ادعای افزایش رقابت برای

هند در بازار خارجی وجود ندارد (Chandrasekhar et al., 2006). علاوه بر این، شواهد نشان می‌دهد که رابطه معکوسی بین صادرات محصولات کشاورزی و امنیت غذایی داخلی در کشورهای در حال توسعه وجود دارد و آزادسازی تجارت منجر به وخامت امنیت غذایی شده است (Patnaik, 2012; 2015)، در حالی که به طور مداوم تولید غلات غذایی در هند و صادرات آن افزایش یافته است، همزمان کاهش سرانه مصرف غلات وجود دارد. در واقع تحت آزادسازی اقتصادی، دولت به هزینه کشاورزان کوچک و حاشیه‌ای در راستای حمایت از سیاست‌های جهانی شدن عمل می‌کند (Chandrasekhar, 2013)، زیرا حمایت‌ها و یارانه‌ها پس گرفته می‌شود و تولیدکنندگان خرد در برابر نوسانات قیمت جهانی آسیب‌پذیرتر می‌شوند (Patnaik, 2012; 2016). اعتقاد بر این است که، آزادسازی، به طور کلی، منجر به افزایش نابرابری و عدم تعادل منطقه‌ای در هند شده است (Ghosh, 2012).

این مقاله یک مطالعه تجربی از تأثیرات اقتصادی صادرات برنج باسماتی هند بر توسعه کسب و کار و کارآفرینی بخش‌های موثر در شبکه‌های ارزش برنج^۱ (PVN) هند به عنوان بزرگترین صادرکننده برنج باسماتی در جهان را ارائه می‌دهد. اهمیت تولید برنج در هند کاملاً واضح است وقتی که صادرات برنج هند بیشترین سهم را در کل صادرات کشاورزی این کشور دارد. کشت و کار در شالیزارها، معیشت تقریباً نیمی از خانوارهای کشاورزی هند را تأمین می‌کند و صادرات برنج، کشاورزان را به بازار جهانی متصل می‌کند، بنابراین تحلیل صادرات شبکه ارزش برای توسعه کسب و کار در این فرآیند اهمیت دارد. در ادامه مقاله شبکه‌های ارزش و روابط قدرتی را که آنها را شکل می‌دهد و کارکردهای آن را به پیش

1. Paddy Value Networks

مفاوت و فرصت‌های ایجاد شده نیز به تبع آن ناهمگن هستند. از جمله، می‌توان آنها را بر اساس دسترسی به منابع، مقیاس تولید (شدید یا گسترده) و روش‌ها تشخیص داد. واحدهای مختلف تولیدی که وظیفه مشابهی را در فرآیند ارزش افزوده انجام می‌دهند می‌توانند بر اساس سلسله مراتب اجتماعی یا اقتصادی و مهارت‌های مورد استفاده برای انجام یک کار خاص طبقه‌بندی شوند. آنها همچنین می‌توانند بر اساس روابط خاص آنها با کسب و کارهای مختلف در فرآیندهای افزودن ارزش، به کسب‌های مبتنی بر دانش در مورد فرآیند تولید و کسب و کارهای مبتنی بر استفاده و دسترسی به دانش ایجاد شده طبقه‌بندی شوند. عوامل فوق‌الذکر که برای تمایز کسب و کارها یا گروه‌های کسب و کاری که با یکدیگر ترکیب می‌شوند توسط روابط قدرت در فرآیند تولید تعیین و به پیش رانده می‌شود. بین ساختارهای قدرت و تغییرات در بهره‌وری کشاورزی یک رابطه سیستماتیک وجود دارد. از یک سو، قدرت اقتصادی، به معنای دستیابی مناسب به منابع، مانند زمین، به قدرت سیاسی مربوط می‌شود، که موقعیت طبقات مختلف را به طور کلی تعریف می‌کند (Chakravarty, 1984). در واقع، مالکیت زمین از اولین حلقه‌های سیستم ارزش کشاورزی است که روابط قدرت را ساختار می‌بخشد. از سوی دیگر، این مسئله فقط به وجود ساختار قدرت سیاسی محدود نمی‌شود، بلکه به منابع اجتماعی آن نیز محدود می‌شود: روابط قدرت در روابط اجتماعی ناشی از دسترسی متفاوت به ابزار تولید نهفته است (Jha, 1988).

یکی از مهمترین مشکلات مفهوم "زنجیره ارزش" (یا اصطلاحات مشابه دیگر) این است که چنین مفاهیمی را ذاتی فرض می‌کنند که در آن، فرآیندهای افزودن ارزش به طور خطی در مجموعه‌ای از روابط سلسله مراتبی مرتب شده‌اند. خطی بودن، که می‌تواند

می‌راند، مورد بحث قرار گرفته است. بخش بعدی بخش صادرات شبکه ارزش برنج با تأکید بر برنج باسماتی را برجسته می‌کند و در ادامه آن، ارتباطات پیشین و پسین در تولید برنج و روابط قدرت در در کشت و کار شالی مورد بحث قرار گرفته است. بخش‌های انتهایی نیز بر هزینه اقتصادی برنج و قیمت صادرات و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای شبکه ارزش صادرات برنج باسماتی متمرکز است.

شبکه‌های ارزش: یک محصول کشاورزی از ابتدای تولید تا مصرف از چندین فرآیند ارزش افزوده عبور می‌کند. فرآیندهای ارزش افزوده به هم پیوسته، در ادبیات تخصصی به عنوان زنجیره ارزش، زنجیره تامین، زنجیره تولید، زنجیره بازار و شبکه تولید شناخته شده است (Gereffi and Korzeniewicz, 1994; Gereffi et al., 2005). با این حال، اصطلاح "زنجیره ارزش" بیشترین استفاده را در ادبیات دارد و به طور کلی ادعا می‌شود که با استفاده از فرصت‌های ارائه شده در قسمت‌های مختلف یک زنجیره ارزش، می‌توان به طور فعال در بازار شرکت کرد و از مزایای آن استفاده کرد. مفهوم زنجیره ارزش را می‌توان با تفکیک سه ویژگی تشریح کرد.

اول، زنجیره ارزش مبتنی بر فعالیت است، که نشان می‌دهد یک زنجیره از طیف کاملی از فعالیت‌های ارزش افزوده تشکیل شده است.

دوم، این بازیگر استوار است، به این معنی که مجموعه‌ای از کسب و کارهای مختلف در طول زنجیره به هم متصل شده‌اند. سوم، این شبکه مبتنی بر شبکه‌ای است که سازمان‌های مختلف مستقل یا وابسته را به هم پیوند می‌دهد (Donovan et al., 2015).

مراحل تولید متفاوت هستند و به همین علت نیز، کسب و کارهای موثر در فرآیند تولید یک محصول

ارزش افزوده را فراهم می‌کند و همه عوامل و روابط مربوطه را پوشش می‌دهد (Henderson et al., 2002; MacKinnon, 2012). این شبکه همچنین روی طیف گسترده‌ای از بازیگران در فرآیند تولید متمرکز است (MacKinnon, 2012).

این مطالعه با استفاده از مفهوم شبکه با تمرکز بر افزودن ارزش به‌عنوان بخش مرکزی از هر فرآیند تولید انجام شده است. لازم به ذکر است که تمام مقادیر یک محصول نه تنها لزوماً طی یک فرآیند تولید قابل مشاهده، اضافه می‌شوند، بلکه برخی فعالیت‌های نامرئی نیز وجود دارد که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به محصول ارزش می‌بخشند. یک بحث جداگانه اما مفید وجود دارد که نقش فعالیت‌هایی را برجسته می‌کند، که به محصول خارج از فرآیند تولید (مانند کار در خانه) ارزش می‌بخشد (Prasad, 2016). از این رو، مطالعه حاضر از "شبکه ارزش" به عنوان یک چارچوب مفهومی اساسی استفاده می‌کند که تلاش می‌کند بر نقایص مفاهیم دیگر غلبه کند.

فعالیت‌های تولید، کنشگران مختلف در معاملات بازار، منابع ورودی اصلی برای کشت در شالیزار و خرده‌فروشی نهایی برنج، بخش‌هایی از شبکه‌های ارزش برنج هستند. به علاوه آمارنامه وزارت کشاورزی دولت هند کنشگرانی مختلف را در شبکه ارزش برنج در هند معرفی می‌کند. اینها شامل کشاورزان، تأمین‌کنندگان نهاده، بازرگانان، آژانس‌های خرید عمومی، آسیاب‌ها/پردازنده‌ها، بازارها و سایر دلالاتها است. اینها از طریق شبکه‌های مختلف کشاورزی به کشاورزان مختلف متصل می‌شوند (Kumar, 2019). کشت و کار در مزرعه، تجارت و آسیاب‌کردن برنج عمده‌ترین مراحل در شبکه‌های ارزش برنج است. این مراحل همگن نیستند و در شبکه‌های ارزش برنج جریان خطی از خود نشان نمی‌دهد. با این حال، هر فعالیت براساس ویژگی‌های

یک جهت یا دو جهت باشد، در پی گرفتن چگونگی حرکت محصول تحت ارزش افزوده از یک طرف به طرف دیگر در فرآیند تولید است. با این حال، تصورات از توسعه خطی، شرایط متنوع در زمینه تولید را، هنگام عبور محصول از یک مرحله تولید به مرحله دیگر، در نظر نمی‌گیرند. به عبارت دیگر، تصورات خطی قادر به تجسم فرآیندها و مولفه‌های کلیدی در کل فرآیند تولید نیستند. کلیت فرآیند تولید، شامل تلفیق مولفه‌ها و فرآیندهایی است منعکس‌کننده روابط قدرت درون هر کدام از "زنجیره‌های" تولید هستند. این واقعیت کاملاً نادیده گرفته می‌شود که هر مرحله از توالی تولید تا مصرف، در مجموعه گسترده‌تری از روابط غیرخطی ریشه دارد. مدارهای ساده یا جریان‌های خطی از تعدد پیوندها و حلقه‌های بازخورد چشم پوشی می‌کنند و ترکیب اقدامات پیچیده جریان زنجیره ارزش را نادیده می‌گیرند. به علاوه آنها از تحلیل تعامل نهادهای مختلف و گروه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی فعال در جریان تولید ناتوان هستند (Jha and Chakraborty, 2014; 2016).

بنابراین، خطی بودن ادغام جامع کسب و کارهای مرتبط با ارزش افزوده و روابط آنها را نادیده می‌گیرد. بسیاری از محققان اصطلاح "شبکه تولید" را به جای "زنجیره ارزش" برای جلوگیری از مشکلات مرتبط با خطی بودن در نظریه‌های مختلف "زنجیره ارزش" ترجیح می‌دهند (Jha and Chakraborty, 2014; Henderson et al., 2002; Coe et al., 2008; MacKinnon, 2012). مبنای مفهومی شبکه‌های تولید، از نظر این محققان در ارزش (مازاد و رانت اقتصادی)، قدرت (شرکتی، نهادی و جمعی) و روش (اجتماعی، شبکه‌ای و سرزمینی) تعبیه شده است (Jha and Chakraborty, 2014; MacKinnon, 2012). روش شبکه، ایده‌پردازی انعطاف‌پذیر تولید و

جهان بود. هند همچنین بزرگترین صادر کننده برنج در جهان است، ۲۴ درصد (۱۰ میلیون تن) از کل برنج تجارت شده (۴/۴۱ میلیون تن) در جهان در سال ۲۰۱۶ متعلق به هند بوده است (FAOSTAT, 2016). از کل صادرات برنج، باسامتی حدود ۴۰ درصد را تشکیل می‌دهد و از کل ارزش برنج صادراتی، سهم باسامتی ۵۶ درصد است. تولید باسامتی فقط به هفت ایالت هند محدود می‌شود، در حالی که کشاورزان در بیش از ۱۷ ایالت، برنج غیر باسامتی کشت می‌کنند (APEDA, 2017). برنج باسامتی تقریباً ۶ درصد از کل برنج تولید شده در هند را تشکیل می‌دهد. پنجاب، هاریانا و اوتارپرادش نزدیک به ۹۷ درصد از کل برنج باسامتی تولید شده در کشور را تشکیل می‌دهند. به طور متوسط، پنجاب و هاریانا با تقریباً ۸۳ درصد سهم از کل تولید باسامتی، بالاترین تولیدکننده‌ها هستند. در سال ۲۰۱۶، تولیدکنندگان پنجاب و هاریانا به ترتیب ۲/۸۰ میلیون و ۲/۳۴ میلیون تن برنج باسامتی تولید کردند. مقدار کل برنج باسامتی تولید شده در هند در همین مدت ۶/۱۶ میلیون تن بود (APEDA, 2017).

زمین‌داران متوسط و بزرگ و کشاورزی تجاری در مناطق تولید برنج باسامتی نسبتاً غالب هستند. طبق سرشماری کشاورزی هند (۲۰۱۰-۲۰۱۱)، پنجاب و هاریانا همچنین بیشترین بخش زمین کشاورزی و سهم سرمایه‌های عملیاتی متوسط و بزرگ را در این کشور دارند. پنجاب با ۶۹ درصد دارایی عملیاتی متوسط و بزرگ در رده دوم قرار دارد و هاریانا با ۵۶ درصد در همین رده در مکان پنجم لیست قرار دارد. کشت باسامتی معمولاً برای اهداف تجاری انجام می‌شود و تقاضای زیادی را در بازار بین‌المللی به دست می‌آورد. کشورهای برتر تولیدکننده باسامتی همچنین در راس نسبت مزاد بازار^۱ برنج قرار دارند

تمایز آن به طور منحصر به فرد در شبکه ادغام می‌شود و یکپارچه‌سازی‌های پس از آن در کل فرآیند، مانند یک زنجیره به نظر می‌رسد. ناهمگنی کشاورزی به علت وجود انواع مختلف زمین، شیوه‌های متنوع آبیاری، ویژگی‌ها و کیفیت‌های مختلف نهاده‌های تولیدی (بذر، کود و سم)، حمایت‌های مختلف سازمانی، انواع نیروی کار به کار رفته و سایر عوامل خارجی تبیین می‌شود. تقریباً تمام اجزای این مولفه‌های کشاورزی ارتباط نزدیکی با اندازه مزرعه دارند. در مورد آبیاری، کشاورزان کوچک و حاشیه‌ای تا حد زیادی به آبیاری سطحی و سنتی وابسته هستند، در حالی که کشاورزان بزرگ متکی به شیوه‌های آبیاری تحت فشار و با سرمایه‌گذاری از آب‌های زیرزمینی هستند (Kumar, 2015). کود مورد استفاده در هر هکتار از زمین رابطه معکوس با اندازه مزرعه دارد (Jha and Acharya, 2011). مصرف گسترده نهاده‌های تولیدی کشاورزی باعث بدهکاری خانوارهای کشاورزان خرده‌پا شده است. به علاوه کشاورزان بزرگ مقیاس عمدتاً از منابع رسمی وام می‌گیرند و کشاورزان کوچک مقیاس عمدتاً به منابع غیر رسمی بدهکار هستند (Singh et al., 2007; Jha and Acharya, 2011).

صادرات شبکه‌های ارزش برنج باسامتی در

هند: در سه دهه گذشته، کشاورزی هند با تولید سهم مهمی در ارزش صادرات برنج، نقش قابل توجهی در تولید جهانی مواد غذایی داشته است. هند از اوایل دهه ۱۹۸۰ صادرکننده قابل توجه برنج بوده است، اما این کشور تنها پس از اجرای سیاست‌های جدید اقتصادی، توانسته افزایش چشمگیری در صادرات داشته است. در حال حاضر، هند دومین تولیدکننده شالی در جهان است. در سال ۲۰۱۶، هند ۱۶۴ میلیون تن شالیزار (یا ۱۰۹/۷ میلیون تن برنج) تولید کرد که ۲۲ درصد کل شلتوک تولیدی (۷۵۳ میلیون تن) در

سال ۱۹۹۴ منجر به تغییر سهم بیشتری شد در مقدار کل به نفع برنج غیر باسماتی است.

داستان رشد صادرات برنج هندی هرچه باشد، متقابل بودن اهداف سیاست تجارت آزاد و تحقق آن جای سوال دارد. طرفداران صادرات محصولات کشاورزی معتقدند، هند از مزیت نسبی در تولید برنج برخوردار است و به همین دلیل ارتقای صادرات این کشور می‌تواند به افزایش درآمد صادرات کمک کند. اعتقاد بر این است که برنج هندی از نظر قیمت قابل رقابت است و توانایی دستیابی به قدرت رقابت در بازار جهانی را دارد (Datta, 2000). در برخی موارد بیان شده که آزادسازی تجارت برنج منجر به تشدید مسئله فقر در هند شده است (Gulati and Narayanan, 2003). با این حال، از طریق تجزیه و تحلیل مزیت نسبی، اگرچه مشخص شد که برخی مزایای کوتاه‌مدت نیز وجود دارد، اما در طولانی مدت، تخصص بیش از حد در طیف محدودی از محصول، اقتصاد را آسیب‌پذیر می‌کند. رشد صادرات کالای اولیه، به دلیل ضعف پیوندهای پیشین و پسین تأثیر ثانویه بسیار کمی بر تشویق اشتغال و فرصت‌های کسب و کار دارد (Sekhar, 2003). موافقت‌نامه‌های تجاری متقابل، روابط تجاری مختلف بین برخی کشورها و به طور کلی اقتصاد سیاسی جهانی، هم بر تقاضا و هم بر عرضه کالاها تأثیر می‌گذارد. در مورد برنج، چند نمونه اخیر وجود دارد که این فرض را تأیید نمی‌کند که هیچ کس به تنهایی نمی‌تواند بر بازار جهانی تأثیر بگذارد.

در اکتبر ۲۰۱۴، ایران، یکی از کشورهای مهم واردکننده باسماتی، با اشاره به دلایلی مانند مصرف زیاد سموم دفع آفات و کمک به خودکفایی در تولید برنج، مجوز را برای واردات برنج متوقف کرد. متعاقباً، تحریم‌های تحت رهبری ایالات متحده

که شاخص تولید تجاری است. بیش از ۹۹ درصد تولید برنج در پنجاب و نزدیک به ۹۹ درصد در هاریانا در بازار فروش می‌رسد.

بنابراین، سود صادرات باسماتی، در صورت وجود، به برخی از ایالت‌ها و بیشتر به خانوارهای کشاورز با اندازه بزرگتر محدود می‌شود، در حالی که صادرات برنج غیر باسماتی تأثیر خود را بر روی یک جامعه کشاورزی بزرگ در کشور دارد. داده‌های مربوط به صادرات برنج برای اندازه‌گیری سهم کشورهای مختلف از کل صادرات برنج کشور ناکافی است. با این حال، جایجایی مناسب محصولات کشاورزی در ایالت‌های مختلف به ما کمک می‌کند تا در نظر بگیریم که در صادرات برنج، هر ایالت تولیدکننده برنج، تا چه حد تأثیر دارد. علاوه بر این، سیاست‌های آزادسازی تجارت، به صادرات برنج هند رونق بخشیده است.

قبل از اجرای سیاست‌های جدید اقتصادی، صادرات برنج هندی به ایران اساساً رقم باسماتی را تشکیل می‌داد، اما در طول رژیم سیاست اقتصادی آزاد شده، دولت ایران به طور دوره‌ای ممنوعیت صادرات برنج غیر باسماتی را لغو کرد. در سه دهه گذشته، چندین تغییر در مسیر صادرات برنج هند وجود دارد که ناشی از ترکیبی از عوامل ملی و بین‌المللی است. قبل از ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۵، دولت ایران اجازه صادرات برنج غیر باسماتی را نداد، به دلیل تغییرات سیاست، صادرات برنج غیر باسماتی پس از سال ۱۹۹۴ افزایش یافت و هند به بزرگترین صادرکننده برنج در جهان تبدیل شد (Gulati and Narayanan, 2003). با این حال، حتی در دوره پس از ۱۹۹۴، صادرات برنج غیر باسماتی کاملاً آزاد نبود. قبل از سال، سهم باسماتی در کل صادرات برنج نزدیک به ۸۰-۹۰ درصد بود، اما تغییرات سیاست در

زمین زیرکشت و موقعیت کشاورزان در همان روستا متفاوت باشد، که از مستاجر خالص تا یک مالک کامل زمین متفاوت است. بحث پیرامون این مضمون در بحث "اندازه و بهره‌وری" زمین به خوبی مورد توجه قرار گرفته است (Bharadwaj, 1974).

تعداد بازیگران در پیوندهای پسین برای مبادلات پس از برداشت قابل توجه است. این نیز نقشی حیاتی در تعیین قدرت چانه‌زنی ایفا می‌کند. طبق داده‌های حاصل از نظرسنجی نمونه ملی ۲۰۱۲-۲۰۱۳، تعداد ۹۰/۲ میلیون خانوار کشاورزی وجود دارد که بیش از ۵۲ درصد (۴۷/۱ میلیون هکتار) برنج را تولید می‌کنند. در هند، ۴۸ درصد از کل تولیدکنندگان، شالی تولیدی خود را به آژانس‌های عمومی و یا خصوصی محلی ارائه می‌دهند. در این بین تقریباً ۴ درصد از کل تولیدکنندگان شالی، فروش آن را به آژانس‌های بخش دولتی گزارش داده‌اند. بیشترین تعداد تولیدکنندگان شالی یعنی ۲۷ درصد آنها، شالی تولید خود را به آژانس‌های خصوصی محلی فروختند، در حالی که تقریباً ۹ درصد محصولات خود را در بازار محلی به صورت مستقیم به فروش رساندند. بین شیوه فروش شالی و اندازه زمین رابطه معکوس وجود دارد. در واقع کشاورزان بزرگ مقیاس دسترسی بهتری به آژانس‌های بازاریابی دارند و کشاورزان خرده‌پا بیشتر تولید خود را صرف خودمصرفی می‌کنند یا آن را به آژانس‌های خصوصی محلی می‌فروشند. درصد بالاتری از فروش در بین گروه‌های مختلف تولیدکننده در هر اندازه (به استثنای کشاورزان بزرگ مقیاس) به دلیل فروش محصولات به آژانس‌های مختلف مانند آژانس‌های خصوصی محلی و کارخانجات فرآوری است. قیمت پیشنهادی هر چند متفاوت است اما آژانس‌های خرید دولتی قیمت‌های بالاتر و منصفانه‌تری ارائه داده‌اند.

واردات برنج به دلیل مشکل انتقال ارز با مشکل مواجه کرد. همه این حوادث بر عملکرد صادرات برنج هند تأثیر گذاشت. در سال ۲۰۱۷، ایران برای قیمت برنج وارداتی از هند محدودیت قیمت تعیین کردند. همچنین اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۷، سطح مجاز قارچ‌کش در برنج را کاهش داد. این سیاست‌ها بر صادرات ۳ میلیارد دلار برنج از هند تأثیر گذاشت. به علاوه نوسان قیمت جهانی یکی دیگر از نگرانی‌های صادرات برنج هند است که باعث کاهش سود تولیدکنندگان می‌شود. قیمت مواد غذایی جهانی از قیمت‌های داخلی بی‌ثبات تر هستند (Nayyar and Sen, 1994). مداخله مستقیم یا غیرمستقیم توسط بازیگران مختلف بازار جهانی این فرض را مطرح می‌کند که هیچ‌کس نمی‌تواند به عنوان یک واحد تجاری بر تجارت جهانی محصولات کشاورزی تأثیر بگذارد.

پیوندهای پیشین و پسین در کشت و کار برنج: از طریق مطالعه پیوندهای پیشین و پسین در بخش کشاورزی می‌توان نقش جامعه کشاورزان را در تمام شبکه ارزش برنج تجسم کرد. مازاد تولید کشاورزان به هزینه تولید و قیمت دریافتی محصول بستگی دارد. هزینه تولید برای همان نوع شالیزار ممکن است به دلیل شرایط کشاورزی-اکولوژیکی، زیرساخت‌های کشاورزی، الگوهای مالکیت زمین، سیاست‌های کشاورزی در سطح کشور و هزینه‌های نیروی کار انسانی و ماشین‌آلات متفاوت باشد. هزینه ویژه تولید در هر ایالت، تصویری کلان از وضعیت کشاورزان هر ایالت در شبکه ارزش برنج کشور ارائه می‌دهد. در سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۶، در میان ایالت‌های مهم تولیدکننده شالی در هند، هزینه تولید در پنجاب (۱۰۶۲ پوند / پیمانانه) کمترین هزینه و پس از آن بیهار (۱۲۶۷ پوند / پیمانانه) بود. بیشترین هزینه تولید در هاریانا ثبت شد. هزینه ممکن است بسته به اندازه

نقل، بسته‌بندی، ذخیره‌سازی و سایر هزینه‌ها از جمله مالیات‌های محلی است. هزینه اقتصادی دارای دو بخش است، هزینه خرید و هزینه توزیع. هزینه خرید شامل تمام هزینه‌های تهیه شالی تا خرید برنج از کارخانه شالی‌کوبی است. هزینه توزیع شامل تمام هزینه‌های جمع‌آوری برنج از مکان‌های مختلف و ذخیره آن در انبارها است. هزینه اقتصادی، هیچ حاشیه سود یا هزینه زیست محیطی در تولید و پارانۀ ارائه شده برای کشاورزان را شامل نمی‌شود، از این رو، هزینه اقتصادی حداقل هزینه تولید را در بر می‌گیرد. هزینه تولید کل، هزینه مورد نیاز برای تولید یک کیلوگرم شالی است و شامل ارزش کار (به عنوان مثال، نیروی کار اجیر شده، گاو و ماشین‌آلات)، ارزش نهاده‌های بذر، کود و آفت‌کش، استهلاک ادوات و ساختمان‌های مزرعه، هزینه‌های آبیاری، درآمد زمین، مالیات، سود سرمایه در گردش، هزینه‌های متفرقه، اجاره پرداخت شده در زمین اجاره‌ای، سود ارزش دارایی سرمایه ثابت (به استثنای زمین)، ارزش اجاره زمین خود و ارزش نیروی کار خانوادگی است. برنج محصول فرآیندهای مختلف تولید است که از کشت شالیزار شروع می‌شود تا فروش و مصرف نهائی آن ادامه دارد. این شرایط در ایالت‌های مختلف متفاوت است و بنابراین هزینه اقتصادی تولید برنج برای ایالت‌های مختلف هند نیز متفاوت است. هزینه اقتصادی به بهترین روش ممکن کلیه هزینه‌های انجام شده در فرآیندهای تولید تا زمان نگهداری برنج در انبارها را نشان می‌دهد بنابراین معیار مهمی برای اقتصادی بودن کشت و کار برنج در سرتاسر هند است. در برخی موارد که هزینه‌های تولید بالا است قیمت صادرات از این هزینه‌ها کمتر شده و توجیه اقتصادی کشت و کار برنج از بین می‌رود با این حال افزایش صادرات برنج غیر باسماتی علی‌رغم این واقعیت که قیمت عمده‌فروشی بالاتر از قیمت

این نتایج، مؤید نظریه "مشارکت اجباری" (Bharadwaj, 1974) یا "تجارت اجباری" (Bhaduri, 1986) است. مشارکت اجباری طبقه خاصی از کشاورزان در بازار نتیجه قدرت چانه‌زنی مربوطه است. کشاورزان کوچک و حاشیه‌ای قدرت چانه‌زنی کمتری نسبت به کشاورزان بزرگ دارند که منجر به مشارکت اجباری آنها در بازار می‌شود (Bharadwaj, 1974). خانوارهای کوچکتر کشاورز نه تنها به بازرگانان محلی وابسته هستند بلکه قیمت‌های کمتری نسبت به هم‌تایان بزرگتر خود برای همان بازده دریافت می‌کنند. چنین معاملاتی ممکن است، زیرا کنشگران بازار از زمینه اجتماعی و همچنین و عدم تقارن قدرت ناشی از مواهب متفاوت اقتصادی، اجتماعی و نمادین برخوردار هستند (Harriss, 2006). تجارت اجباری ممکن است در بازار کشاورزی و همچنین سایر بازارها و مبادلات انجام شود. به همین دلیل است که دامنه کامل تجارت اجباری را نمی‌توان با یک بورس یا معامله به دست آورد. این نه تنها بر دهقانان، بلکه بر اقتصاد ارضی نیز تأثیر می‌گذارد (Bhaduri, 1986). تجارت اجباری یا مشارکت اجباری سایر بازیگران را قادر می‌سازد از طریق فشار قیمت، مزاد تولید ایجاد کنند. فشار قیمت برای کشاورزان کوچک و حاشیه‌ای که بیشترین بخش جامعه کشاورزی هند را تشکیل می‌دهند بیشتر است.

هزینه اقتصادی برنج و قیمت صادرات: در کنار مشکلاتی که در رابطه با صادرات محصولات کشاورزی ذکر شده، سود واقعی اقتصادی حاصل از صادرات برنج نیز جای سوال دارد. در اینجا سعی می‌شود با مقایسه درآمد صادرات با هزینه تولید، یعنی هزینه مربوط به هر مرحله از فرآیند تولید، هزینه اقتصادی برنج محاسبه شود. در حالت استاندارد، از تهیه شالی تا ذخیره‌سازی برنج در انبارها، هزینه شامل هزینه‌های کارگری برای بارگیری/تخلیه، حمل و

نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای شبکه ارزش صادرات برنج باسماتی: با جمع‌بندی کلیه موارد گفته شده می‌توان نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای شبکه ارزش صادرات برنج باسماتی در هند را به شرح جدول (۱) ارائه کرد. اینها مراحل مختلفی را پوشش می‌دهد و از مرحله‌ی ماقبل کشت تا عرضه به بازار در این جدول توصیف شده است. مهمترین نقاط ضعف مربوط به تغییرات قیمت صادرات و عدم تناسب آن در برخی موارد با قیمت‌های تولید است که باعث کاهش صرفه اقتصادی کشت کار برنج می‌شود. از طرفی مهمترین قوت‌ها نیز شرایط محیطی و اقلیمی مناسب و شناخت مناسب از برند برنج باسماتی در سطح جهان است. در حالی که تهدیدها بیشتر متمرکز بر تغییرات در قوانین داخلی کشورهای واردکننده از جمله ایران است که در برخی موارد باعث لغو مجوزهای وارداتی شده و این باعث زیان تولیدکنندگان نیز شده است. از طرفی حساسیت برخی کشورها به ویژه در اتحادیه اروپا به تولید محصول سالم نیز محدودیت‌های زیادی برای واردات این محصول ایجاد کرده است. در خصوص فرصت‌ها نیز تجربه طولانی صادرات این محصول و وجود انبارها و بنادر گسترده در سطح کشور تعیین‌کننده است که همراه با آزادسازی تجارت و بازشدن بازارهای جدید برای برنج باسماتی می‌تواند منجر به توسعه شبکه ارزش صادرات این محصول شود.

صادراتی است، از طریق چندین عامل قابل توضیح است. قیمت عمده‌فروشی و صادرات روز به روز متفاوت است که احتمال تغییرات سود کشاورزان را افزایش می‌دهد. به همین ترتیب، قیمت عمده‌فروشی در یک قسمت از کشور لزوماً با قیمت سایر مناطق برابر نیست. قیمت صادرات برای یک کشور ممکن است با کشور دیگر متفاوت باشد. بنابراین، قیمت عمده‌فروشی و همچنین صادرات از نظر موقعیت جغرافیایی و در بازه‌های زمانی مختلف متنوع است. این تنوع باعث می‌شود که برخورد با بازار عمده‌فروشی داخلی به عنوان جایگزینی برای بازار صادرات برای هر نهاد تجاری دشوار باشد. به عنوان مثال، در ۲۰۱۷-۲۰۱۶، صادرکنندگان هندی برنج غیر باسماتی را به ۱۳۷ کشور صادر کردند که ۹۹ درصد آن به ۶۱ کشور صادر شد. توضیح دوم در مورد تفاوت قیمت عمده‌فروشی و قیمت صادرات برنج غیر باسماتی در سطح سیاستی نهفته است که برخی تخفیف‌های مالیاتی را ارائه می‌دهد. در حال حاضر، صادرات برنج غیر باسماتی نه تنها آزاد است بلکه صادرکنندگان همچنین از نظر نقص مالیات مشوق‌هایی را دریافت می‌کنند. سومین توضیح احتمالی برای پایین آمدن قیمت صادرات را می‌توان از منظر حسابداری جستجو کرد. این امکان وجود دارد که مقداری سوءاستفاده از ارزش تجاری توسط صادرکنندگان صورت گیرد.

جدول ۱- نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای شبکه ارزش صادرات برنج باسماتی هند

ضعف‌ها	قوت‌ها
کوچک بودن اراضی کشت و کار برنج	وجود دانش بومی در سرتاسر کشور برای کشت شالی
پایین بودن سطح سواد تولیدکنندگان حاشیه‌ای برنج	متناسب بودن برنج باسماتی با شرایط اقلیمی منطقه هیمالیا، اراضی مستعد و آب کافی برای کشت شالی
کاشت مداوم و عدم رعایت تناوب و امکان تخلیه زمین از عناصر مغذی	عملکرد بالای محصول در برخی ایالت‌ها
تغییرات مداوم هزینه و امکان پیشی گرفتن هزینه تولید بر درآمد صادراتی	وجود تعداد بالای کارخانه‌های شالی‌کوبی در سطح شور
پایین بودن میزان راندمان تولید شالی در اراضی حاشیه‌ای	تعداد بالای افراد خریدار در سطح محلی
مصرف بالای آفت‌کش‌ها و ایجاد مشکل در صادرات	فروش نقدی به آژانس‌های دولتی و محلی و دسترسی سریع به نقدینگی

فرصت‌ها	تهدیدها
شهرت برنج باسماتی در هند به عنوان یک برند جهانی دائمه غالب مصرف برنج در بین مردم هند وجود بازار گسترده خرده‌فروشی برای تأمین نهاده‌های تولیدی امکانات بالای نگاه‌داری و انبارداری در صورت دیر به فروش رسیدن وجود مراکز تحقیقاتی مختلف برنج برای توسعه کشت و کار شالی مبتنی بر تولید باسماتی تمرکز گسترده دانشگاه‌ها و مراکز آموزش کشاورزی هند بر تربیت کارشناس برنج و همچنین انجام تحقیقات برنج عطر نفیس، دانه بلند بی نظیر، طعم عالی و بافت ابریشمی	ضعف مالی تولیدکنندگان در سرمایه‌گذاری برای توسعه کشت عدم اطمینان مشتری از سالم بودن و کم‌خطر بودن برنج تولیدی محدود بودن ظرفیت بازار محلی برای خرید و فروش عدم شناخت ظرفیت بازارهای بین‌المللی توسط تولیدکنندگان شالی کارآمدی پایین سازمان‌های دولتی در حمایت از تولید برنج باسماتی نبود تسهیلات بانکی مناسب برای توسعه سطح زیر کشت کمبود تجهیزات و ماشین‌آلات برای اراضی حاشیه‌ای و کشاورزان کوچک مقیاس کمبود آمار صحیح و منسجم و به روز در خصوص منابع پایه و نهاده‌های تولید و قیمت‌های فروش در سطوح مختلف محلی، ایالتی و ملی
امکان ایجاد شبکه‌سازی زنجیره ارزش در بین کنشگران این زنجیره، اعم از تولید، فراوری و عرضه برنج امکان بهبود ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل در زمینه افزایش صادرات برنج امکان تولید ارگانیک برنج باسماتی	افزایش مداوم هزینه اقتصادی در تولید شالی امکان وقوع پدیده‌های غیرمترقبه اقلیمی، به ویژه بارش‌های سیل‌آسا و گرمای شدید و تخریب محصول احتمال حمله آفات و بیماری‌ها و تخریب شدید محصول و کاهش عملکرد تولید
امکان افزایش ارزش محصول برنج از طریق کاهش مداوم هزینه اقتصادی تولید در کلیه فرآیند کاشت، داشت و پس از برداشت امکان افزایش سطح زیرکشت به‌علت شرایط اقلیمی مناسب در سطح کشور امکان تبدیل فرآیند تولید سنتی به کشت و کار مکانیزه جهت افزایش بازده تولید	امکان کاهش کیفیت محصول به دلیل استفاده بیش از حد از آفت‌کش‌های شیمیایی تغییر تقاضا و امکان منع واردات از سوی کشورهای مختلف به علت شرایط داخلی آنها امکان زیان تولیدکنندگان به‌علت کم بودن قدرت چانه‌زنی در بازار و در نتیجه کاهش قیمت محصول
امکان اجرای سیستم‌های آبیاری تحت فشار امکان کنترل بیولوژیک محصول و کاهش استفاده از سموم کشاورزی وجود ظرفیت گسترده صادراتی، نگاه‌داری و انبارداری در سطح بنادر کشور امکان بسته‌بندی استاندارد و جذاب محصول جهت مشتری‌پسندی بیشتر و صادرات امکان گسترش بیشتر کارخانه‌های شالی‌کوبی و تجهیزات نگاه‌داری و انبارداری	روند مداوم کوچک شدن مقیاس واحدهای تولیدی امکان تغییر سلايق مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی به ارقام دیگر برنج افزایش مداوم قیمت نهاده‌های تولید، ماشین‌آلات و نیروی کار افزایش مشکلات مربوط به قیمت‌گذاری برنج به علت ضعف‌های نهادی در تشکلهای مرتبط با قیمت‌گذاری محصولات کشاورزی افزایش مداوم کرایه حمل‌ونقل، نگاه‌داری و بازاریابی محصول برنج
ظرفیت نهادها و تشکلهای صنفی در حمایت از حقوق کنشگران مختلف در فرآیند تولید برنج بازارخودمصرفی گسترده در سطح کشور آزادسازی تجارت و بازشدن بازارهای جدید برای برنج باسماتی و امکان بیشتر ارزآوری افزایش تمایل جهانی به مصرف برنج وجود مزیت نسبی و تجربه بیشتر در تولید و صادرات برنج در هند در مقایسه با کشورهای مشابه	

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد که ضعف‌ها و تهدیدهای عمده‌ای در شبکه ارزش صادرات برنج باسماتی وجود دارد. در دو دهه گذشته، قیمت صادرات باسماتی تغییرات زیادی را تجربه کرده است و از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۴، به طور مداوم در حال کاهش است. تقاضا برای باسماتی در بازار بین‌المللی نیز ثابت نیست، زیرا با تداخل در سطح سیاست رو به رو است (همانند محدودیت‌های ایجاد شده توسط ایران و اتحادیه اروپا). تغییر در تقاضا و قیمت برنج باسماتی خطر و عدم اطمینان را افزایش داده است به نحوی که قیمت واحد صادراتی برنج کمتر از قیمت اقتصادی آن است. علاوه بر نکات ذکر شده، نوسان قیمت صادرات در مورد تجارت آزاد اجتناب ناپذیر است. بنابراین، کاهش قیمت منجر به شکاف بیشتر بین تحقق واقعی و بالقوه از طریق صادرات برنج می‌شود. در شرایطی که جامعه کشاورزان در حال حاضر با کسری مواجه هستند و قادر به تأمین هزینه‌های تولید نیستند، تغییر قیمت‌های صادرات نیز یک تهدید عمده است.

با این حال نقاط قوت و فرصت‌های متعددی نیز برای توسعه کسب و کارهای مرتبط با شبکه صادرات ارزش برنج باسماتی وجود دارد. عطر نفیس، دانه بلند بی نظیر، طعم عالی و بافت ابریشمی ویژگی برجسته‌ای را برای این گونه برنج متناسب با شرایط اقلیمی منطقه هیمالیا فراهم کرده است. لذا به عنوان یک برند جهانی با سایر غلات جهان قابل مقایسه نیست. با توجه به این ویژگی‌های منحصر به فرد، برنج باسماتی هند یک برند صادراتی منحصر به فرد است که ثروت بسیار زیادی را با صادرات شبکه‌های ارزش تخصصی خود در حوزه‌های منطقه تولید، صنعت فرآوری و نگهداری، بازاریابی و صادرات به بازارهای هدف فراهم کرده است. این مورد باعث شده تا درآمد بالایی نصیب تمامی حلقه‌های موجود

در شبکه ارزش صادرات برنج باسماتی شود، تاجایی که سایر برنج‌های غیر باسماتی را در بازارهای فروش تحت عنوان باسماتی با کیفیت پایین به فروش برسانند. صادرات شبکه‌های ارزش در حوزه کسب و کارهای مرتبط با فرآیند تولید برنج اعم از تهیه بذور اصلاح شده، کاشت، داشت، برداشت، فرآوری تولیدات، انبارداری، تبلیغات، حمل و نقل، خرده‌فروشی و ... ارزش افزوده زیادی را برای تولیدکنندگان ایجاد کرده است و به تبع آن بهبود فضای کسب و کار و کار آفرینی بالایی را برای کشور هند و توسعه روابط تجاری با سایر کشورها را به همراه داشته است. به واسطه همین مساله، تولید برنج باسماتی در هند دارای مزیت نسبی است، لذا شبکه ارزش منحصر بفرد خود و همچنین بازار و واسطه‌های تخصصی خود را دارد و کشورهای هدف صادراتی متفاوت است. صادرات شبکه ارزش برنج باسماتی، توسعه کسب و کار و کار آفرینی و به تبع آن ارزش آوری و درآمدزایی بسیار بالایی را برای هند به ارمغان آورده است.

منابع

1. APEDA 2017. Basmati survey report (Report Volume 1. Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority). New Delhi: Ministry of Commerce and Industry, Government of India.
2. Bhaduri, A. 1986. Forced commerce and agrarian growth. *World Development*, 14(2): 267-272.
3. Bharadwaj, K. 1974. *Production condition in Indian agriculture*. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Chakravarty, S. 1984. Power structure and agricultural productivity. In Desai, M., Rudolph, S.H., Rudra, A. (Eds.), *Agrarian power and agricultural productivity in South Asia* (pp. 345-374). Berkeley, CA: University of California Press.

- production networks and the analysis of economic development. *Review of International Political Economy*, 9(3): 436-464.
17. Jha, P. 1988. Review: Agrarian power and agricultural productivity. *Social Scientist*, 16(11): 51-72.
 18. Jha, P., and Acharya, N. 2011. Expenditure on the rural economy in India's budgets since the 1950s: An assessment. *Review of Agrarian Studies*, 1(2): 134-156.
 19. Jha, P., Chakraborty, A. 2014. Post-Fordism, global production networks and implications for labour: Some case studies from national capital region, India (Working Paper No. 172). New Delhi: Institute for Studies in Industrial Development.
 20. Jha, P., and Chakraborty, A. 2016. Global production networks and labour process: A study of the Gurgaon-Manesar automobile cluster, India. In Nathan, D., Tewari, M., Sarkar, S. (Eds.), *Labour in global value chains in Asia* (pp. 409-433). New York, NY: Cambridge University Press.
 21. Kumar, A. 2015. India's irrigation infrastructure since the early 1970s: An all India analysis (MPhil Dissertation). Jawaharlal Nehru University, New Delhi.
 22. Kumar, M. 2019. India's rice export: What is in it for farmers?. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 8(1-2): 136-171.
 23. MacKinnon, D. 2012. Beyond strategic coupling: Reassessing the firm-region nexus in global production networks. *Journal of Economic Geography*, 12(1): 227-245.
 24. Patnaik, P. 2016. Imperialism and the agrarian question. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 3(1): 1-15.
 25. Patnaik, U. 2012. Some aspects of the contemporary agrarian question. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 1(3): 233-254.
 26. Patnaik, U. 2015. The origins and continuation of first world import dependence on developing countries for agricultural products. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 4(1): 1-21.
 5. Chandrasekhar, C.P., Ghosh, J., and Roychowdhury, A. 2006. The demographic dividend and young India's economic future. *Economic and Political Weekly*: 5055-5064.
 6. Chandrashekhar, C.P. 2013. Not a benign market: An analysis of food price inflation and volatility. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 2(2): 121-159.
 7. Coe, N.M., Dicken, P., and Hess, M. 2008. Global production networks: Realizing the potential. *Journal of Economic Geography*, 8(3): 271-295.
 8. Datta, S. K. 2000. Problems and prospects of India's rice trade in a WTO regime. *Journal of Indian School of Political Economy*, 12(2): 155-190.
 9. Donovan, J., Franzel, S., Cunha, M., Gyau, A., and Mithöfer, D. 2015. Guides for value chain development: a comparative review. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 5 (1): 2-23.
 10. FAOSTAT. 2016. Directorate of Economics and Statistics of Government of India (GoI), Department of Food and Public Distribution of GoI, Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority of GoI. *FAO-RMM*.
 11. Gereffi, G., Humphrey, J., and Sturgeon, T. 2005. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1): 78-104.
 12. Gereffi, G., Korzeniewicz, M. (1994). *Commodity chains and global capitalism*. Westport, CT: Praeger Publishers.
 13. Ghosh, J. 2012. Accumulation strategies and human development in India. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 1(1): 43-64.
 14. Gulati, A., and Narayanan, S. 2003. Rice trade liberalisation and poverty. *Economic & Political Weekly*, 38(1): 45-51.
 15. Harriss, J. 2006. *Power matters: Essays on institutions, politics and society in India*. New Delhi: Oxford University Press.
 16. Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N., and Yeung, H.W.Y. 2002. *Global*

29. Sekhar, S.C.S. 2003. Agricultural trade liberalisation-likely implications for rice sector in India. *Indian Journal of Agricultural Economics*, 58(1): 42-63.
30. Singh, S., Kaur, M., and Kingra, H.S. 2007. Flow of funds to farmers and indebtedness in Punjab. Chandigarh: The Punjab State Farmers Commission, Government of Punjab.
27. Prasad, A. 2016. Adivasi women, agrarian change and forms of labour in neo-liberal India. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, 5(1): 20-49.
28. Sachdev, S. 1993. International competitiveness and agricultural export of India. *Indian Economic Review*, 28 (2): 203-217.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 6(3), 2019

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/jead.2021.18886.1460

Value network of export products (Case Study of Export of Basmati Rice Value Networks of India)

M.S. Hamidi^{1*}, M. Deveraj²

¹Ph.D in Agricultural Business, University of Mysore, India

²Professor, Department of Agricultural Business, University of Mysore, India

Received: 08/11/2019; Accepted: 25/11/2020

Abstract

Increasing employment and reducing unemployment are considered as one of the important indicators of the development of societies. One of the basic requirements to meet this demand is development of value networks in the export of agricultural products. The purpose of this study is to analyze the export of Basmati rice value network in India, as the largest producer and exporter of this type of rice in the world which can have valuable experiences for Iran. Results showed the export of Basmati rice value network has brought India a lot of business development and entrepreneurship and, consequently, very high exchange rate and income. Long experience of rice production and export along with the process of liberalization of world trade for Basmati rice has been able to considerably expand the network of export value of this product. This is strengthened by the appropriate environmental and climatic conditions and the proper knowledge of the Basmati rice brand around the world. On the other hand, changes in the price of export products and its disproportion in some cases with production prices have reduced the economic efficiency of rice cultivation. While the threats are more focused on changes in the domestic laws of destination countries, including Iran, which in some cases has led to the cancellation of import licenses and has caused losses to producers. In addition, the sensitivity of some countries, especially in the European Union, to the consumption of a healthy product has created many restrictions on the import of this product.

Keywords: Value networks, Agricultural exports, Rice trade, Basmati rice business

*Corresponding author; ms_hamidi2010@yahoo.com