

♦♦ مهم‌ترین چالش‌های قدرت رقابت

تولیدات کشاورزی کشور در بازار جهانی

چیست؟

در دنیای امروز قدرت رقابت در بازارهای جهانی به میزان قابل‌توجهی متکی بر توانایی تطبیق با استانداردهای بین‌المللی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین است. یکی از چالش‌های اصلی در حوزه کشاورزی کشور ما، عدم همگام‌سازی کامل فناوری‌های روز در تمامی مراحل تولید، فرآوری، بسته‌بندی و نگهداری محصولات است. علی‌رغم ظرفیت‌های بالقوه تولید، بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل عدم استفاده مؤثر از سیستم‌های مدرن اتوماسیون و فناوری‌های نوین، موفق به ارائه محصولاتی با کیفیت و ماندگاری بالا نمی‌شوند. این وضعیت باعث کاهش ارزش افزوده و از دست رفتن فرصت‌های جهانی می‌گردد. تفاوت دیگری که به چشم می‌خورد، عدم تطبیق محصولات با استانداردهای سخت‌گیرانه بازارهای بین‌المللی است. در حوزه صادرات، رعایت معیارهای دقیق بسته‌بندی، اندازه، رنگ و شرایط نگهداری

گفت‌وگو |

گفت‌وگو با دکتر «حسن فروزان‌فرد» عضو هیئت نمایندگان و عضو کمیسیون کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق تهران

تجاری سازی تولیدات کشاورزی



در سطح بخش خصوصی، شرکت‌ها و تجار باید با اتخاذ استراتژی‌های نوین بازاریابی، با برون‌سپاری وظایف مشاوره‌ای به متخصصین بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های دیجیتال، پل‌های ارتباطی مستقیم با بازارهای هدف ایجاد کنند.



عدم هماهنگی فناوری، نارسایی در تطبیق با استانداردهای بین‌المللی، فشارهای اقتصادی ناشی از نوسانات ارزی و مشکلات لجستیکی چالش‌های عمده رقابت تولیدات کشاورزی کشور در بازار جهانی را رقم می‌زنند.

با تأکید بر هماهنگی همه‌جانبه، دولت باید با ایجاد یک چارچوب حمایتی و تسهیل‌کننده فضای لازم را در جهت توسعه قابلیت‌های بازاریابی محصولات کشاورزی کشور فراهم آورد تا بخش خصوصی از فرصت‌های موجود بهره‌مند شده و نوآوری‌های لازم را اجرا کند؛ که تعامل مستمر میان تمامی ذینفعان می‌تواند به ایجاد یک بازار رقابتی و پایدار یاری رساند. تجاری‌سازی به معنای تبدیل تولیدات اولیه به محصولات با ارزش افزوده بالا و بازار پذیر، نیازمند رویکردی جامع و یکپارچه است. ضعف در زنجیره تأمین و توزیع محصولات، عدم هم‌راستایی تولیدات با خواسته‌های بازار، عدم اثربخشی سیاست‌های حمایتی و محدودیت‌های مالی از موانع مدرن سازی فرایندهاست؛ با ایجاد محیط مساعد برای فعالیت‌های صادراتی می‌توان شاهد رشد چشم‌گیر کشاورزی و افزایش سهم آن در بازارهای جهانی بود.

پاسخ کامل دکتر حسن فروزان‌فرد، عضو هیئت نمایندگان و عضو کمیسیون کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران به سؤال‌های ما را در گفت‌وگو با او مطالعه نماییم.



از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ درحالی که محصولات ما از نظر ارزش غذایی و تنوع مزیت‌هایی دارند، اما عدم وجود یک سیستم یکپارچه استاندارد سنجی، مانعی جدی در ورود به بازارهایی با درخواست‌های بالا محسوب می‌شود.

از منظر اقتصادی، عوامل دیگری مانند نوسانات نرخ ارز، افزایش هزینه‌های لجستیکی و حمل‌ونقل و دسترسی محدود به منابع مالی برای مدرن‌سازی زیرساخت‌ها نیز تأثیرگذار است. عدم فراهم آوردن تسهیلات لازم توسط سیستم‌های اعتباری و حمایت‌های مالیاتی باعث می‌شود که حتی در صورت وجود ظرفیت تولید، امکان به‌روزرسانی فرآیندها محدود بماند. در ادامه، ضعف در شبکه‌های توزیع و لجستیک، یکی دیگر از مشکلات ساختاری است؛ چرا که عدم هماهنگی بین تولیدکنندگان و نهادهای حمل‌ونقل منجر به افزایش ضایعات محصول و کاهش کیفیت نهایی می‌شود.

علاوه بر این، نبود هم‌افزایی و هماهنگی میان بخش‌های دولتی و خصوصی، یکی از علل اصلی کاهش قابلیت رقابت

محصولات کشاورزی در بازارهای جهانی است. سیاست‌های حمایتی در برخی موارد البته اجرا می‌شوند، اما عدم هماهنگی میان ذینفعان و تداخل سیاست‌ها غالباً منجر به کمبود اثربخشی می‌گردد. نمونه‌های موفق بین‌المللی نشان داده‌اند که همکاری نزدیک میان دولت، بخش خصوصی و سازمان‌های بین‌المللی می‌تواند منجر به انتقال دانش، استفاده از فناوری‌های جدید و افزایش بهره‌وری شود.

در مسیر بهبود، ایجاد سیاست‌های راهبردی جهت حمایت از پژوهش و توسعه، افزایش سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین و به‌کارگیری طرح‌های آموزشی، از ملزومات ضروری به شمار می‌آیند. علاوه بر این، ایجاد سازوکارهای نظارتی دقیق و بسترهای مشورتی میان تمامی دست‌اندرکاران می‌تواند به رفع موانع موجود کمک نماید. تنها در صورتی که زنجیره تأمین، فرآوری و مدرن‌سازی تولید به‌طور همزمان دنبال شود، می‌توان انتظار افزایش ظرفیت رقابت‌پذیری محصولات کشاورزی کشور در بازارهای جهانی را داشت.

درمجموع، چالش‌های عمده عبارتند از عدم هماهنگی فناوری، نارسایی در تطبیق با استانداردهای بین‌المللی، فشارهای اقتصادی ناشی از نوسانات ارزی و مشکلات لجستیکی که همگی نیازمند رویکردی جامع و هماهنگ از سوی همه نهادها و دست‌اندرکاران هستند.

♦♦ توسعه قابلیت‌های بازاریابی محصولات کشاورزی کشور، عمدتاً بر عهده کیست و در این زمینه ارزیابی شما از عملکرد دولت و دست‌اندرکاران تولید و تجارت محصولات چیست؟

توسعه قابلیت‌های بازاریابی محصولات کشاورزی یک امر چندبعدی است که مسئولیت آن به‌هیچ‌وجه تنها بر عهده یک گروه نیست، بلکه اشتراک وظایف میان دولت، بخش‌های خصوصی، تولیدکنندگان و نهادهای واسط مانند اتاق‌های بازرگانی و اتحادیه‌های مرتبط می‌باشد. از سوی دولت انتظار می‌رود که با تدوین سیاست‌های راهبردی و ارائه تسهیلات مالی و اعتباری، زمینه‌های لازم برای حرکت همگون در بازارهای بین‌المللی فراهم شود. ارائه آموزش‌های تخصصی، ایجاد بسترهای فناوری محور و برگزاری نمایشگاه‌ها و گردهمایی‌های تخصصی نیز از وظایف کلیدی دولت محسوب می‌شود.

در سطح بخش خصوصی، شرکت‌ها و تجار باید با اتخاذ استراتژی‌های نوین بازاریابی، با برون‌سپاری وظایف مشاوره‌ای به متخصصین بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های دیجیتال، پل‌های ارتباطی مستقیم با بازارهای هدف ایجاد کنند. علاوه بر این، اتاق‌های بازرگانی به‌عنوان حلقه پیونددهنده میان دولت و صنعت، از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، ارائه اطلاعات بازار و ایجاد شبکه‌های مشترک، نقش بسزایی در تسهیل جریان اطلاعات و هماهنگی‌ها ایفا می‌کنند.

عملکرد دولت در این زمینه در بسیاری موارد، سهمی از موفقیت‌های به دست آمده قابل‌تقدیر است؛ از حمایت‌های مالی گرفته تا طرح‌های تشویقی برای ایجاد



♦♦ به نظر شما چرا در تجاری‌سازی به نحو مطلوب محصولات کشاورزی درمانده‌ایم؟

تجاری‌سازی به معنای تبدیل تولیدات اولیه به محصولاتی با ارزش افزوده بالا و بازار پذیر، نیازمند یک رویکرد جامع و یکپارچه است؛ اما در کشور ما چندین عامل باعث شده تا این فرآیند به نحو مطلوب پیش نرود. نخستین عامل، نبود استراتژی جامع و بلندمدت برای تجاری‌سازی است. وقتی برنامه‌های راهبردی که بتوانند هماهنگی لازم میان بخش‌های تولیدی، فرآوری و بازاریابی را ایجاد کنند، فاقد وضوح و انسجام باشند، هر بخش به تنهایی نمی‌تواند به موفقیت مطلوب برسد.

یکی از چالش‌های اساسی، ضعف در زنجیره تأمین و توزیع محصولات است. عدم وجود سیستم‌های ذخیره‌سازی و بسته‌بندی مدرن، باعث افزایش ضایعات و کاهش کیفیت محصول پس از برداشت می‌شود. علاوه بر این، مشکلات مرتبط با لجستیک و حمل‌ونقل نیز موجب می‌شوند که محصولات در مسیر انتقال به بازارهای هدف دچار تخریب شوند. در نتیجه، کیفیت نهایی محصول کاهش یافته و امکان تأمین استانداردهای بین‌المللی به‌شدت محدود می‌شود.

دلیلی دیگر، عدم سازگاری کافی تولیدکنندگان با تکنولوژی‌های نوین و شیوه‌های مدرن بازاریابی است. بسیاری از تولیدکنندگان و کشاورزان، به دلیل عدم دسترسی به آموزش‌های تخصصی و فناوری‌های به‌روز، قادر به بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در بازارهای بین‌المللی نیستند. همچنین، نبود آگاهی کافی از نیازهای مصرف‌کنندگان خارجی و تغییرات سریع در روند جهانی، موجب می‌شود تا محصولات تولید شده، با خواسته‌های بازار هم‌راستا نباشند.

از سوی دیگر، سیاست‌های حمایتی موجود در کشور اغلب به دلیل رویه‌های اداری پیچیده و عدم هماهنگی بین نهادهای مربوطه، به نتایج مورد انتظار نرسیده‌اند. اگرچه برنامه‌هایی برای حمایت از تولید و صادرات

و به‌روزرسانی فرآیندها را ندارند. در چنین شرایطی، همکاری‌های مشترک و ایجاد شبکه‌های تعاونی می‌تواند به‌عنوان پلی برای انتقال دانش و افزایش سطح بازاریابی استفاده شود.

در نهایت، پاسخ به این سؤال تأکید بر ضرورت یک هماهنگی چندجانبه است؛ دولت می‌بایست با ایجاد چارچوب‌های حمایتی و تسهیل‌کننده، فضای لازم را فراهم آورد، درحالی‌که بخش خصوصی و دسته‌بندی‌های مرتبط با تولید و تجارت باید از فرصت‌های موجود بهره‌مند شده و نوآوری‌های لازم را اجرا کنند. این تعامل مستمر میان تمامی ذینفعان می‌تواند به ایجاد یک بازار جهانی رقابتی و پایدار یاری رساند.

زیرساخت‌های مدرن، در جهت تقویت صنعت کشاورزی گام‌های حسنه‌ای برداشته شده است، اما معایبی نیز وجود دارد؛ رویه‌های بوروکراتیک، نبود هماهنگی کامل میان نهادهای مختلف و بعضاً هماهنگی ناکافی میان سیاست‌های دولتی و نیازهای بازار، گاهی باعث کندی روند بهبود و بهره‌برداری بهینه شده است.

در سوی دیگر، دست‌اندرکاران در حوزه تولید و تجارت نیز با چالش‌های متعددی نظیر محدودیت‌های فناوری، عدم دسترسی به اطلاعات به‌روز بازار و کمبود دانش تخصصی مواجه هستند. بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل اندازه کوچک فعالیت، امکان سرمایه‌گذاری گسترده در بازاریابی





یکی از چالش‌های اساسی، ضعف در زنجیره تأمین و توزیع محصولات است. عدم وجود سیستم‌های ذخیره‌سازی و بسته‌بندی مدرن، باعث افزایش ضایعات و کاهش کیفیت محصول پس از برداشت می‌شود. علاوه بر این، مشکلات مرتبط با لجستیک و حمل‌ونقل نیز موجب می‌شوند که محصولات در مسیر انتقال به بازارهای هدف دچار تخریب شوند. در نتیجه، کیفیت نهایی محصول کاهش یافته و امکان تأمین استانداردهای بین‌المللی به شدت محدود می‌شود.



مدیریت کسب‌وکار از دیگر اقدامات ضروری است. برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی، کارگاه‌های مشاورتی و ایجاد شبکه‌های تبادل تجربیات میان تولیدکنندگان موفق و خرد می‌تواند کمک شایانی به ارتقای سطح آگاهی فنی و مدیریتی این دسته از تولیدکنندگان نماید. این انتقال دانش، تضمینی برای بهبود روند تولید و تطبیق سریع‌تر با استانداردهای موردنیاز بازارهای بین‌المللی خواهد بود.

در نهایت، ایجاد چارچوب‌های قانونی و حمایتی از سوی دولت، از جمله تسهیل در صدور مدارک، کاهش بوروکراسی و ارائه تسهیلات مالی، نقش مهمی در توانمندسازی تولیدکنندگان خرد ایفا می‌کند. با حذف موانع اداری و ایجاد محیطی مساعد برای فعالیت‌های صادراتی، می‌توان شاهد رشد چشمگیر این صنعت و افزایش سهم آن در بازارهای جهانی بود.

♦♦ کیفیت و استاندارد تعیین شده از سوی تاجران برای تولید محصولات کشاورزی چگونه است، عملکرد کشاورزان چقدر همسو با این استاندارد است و همسویی با این استاندارد چه اتفاقی را رقم می‌زند؟

در فرآیند تولید محصولات کشاورزی، کیفیت محصول و ویژگی‌های استاندارد که توسط تجار و بازارهای بین‌المللی مطرح می‌شوند، به‌عنوان علائمی از تضمین ارزش‌افزوده و قابلیت رقابت در سطح جهانی شمرده می‌شوند. این استانداردها معمولاً شامل ملاک‌هایی مانند اندازه، رنگ، بسته‌بندی، شرایط نگهداری و حتی نشانه‌گذاری‌های مربوط به قابلیت نگهداری در زنجیره تأمین می‌باشند. تجار با تعیین این استانداردها

تولیدکنندگان خرد فراهم می‌شود. این امر موجب می‌شود که تولیدکنندگان به‌طور انبوه قادر به ایجاد تغییرات لازم در فرآیندهای تولید و بسته‌بندی شوند. همچنین، تعاونی‌ها می‌توانند به‌عنوان واسطه‌ای میان تولیدکنندگان و نهادهای خدماتی مانند بانک‌ها و مراکز آموزشی عمل کرده و تسهیلات مالی و مشاوره‌های فنی را در اختیار اعضای خود قرار دهند.

یکی از الزامات دیگر، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین فرآوری و بسته‌بندی است. استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته در خطوط فرآوری، نگهداری و بسته‌بندی می‌تواند کیفیت محصول را به‌طور چشمگیری بهبود بخشد و محصولات را قادر سازد تا استانداردهای بین‌المللی را رعایت کنند. در این راستا، همکاری نزدیک بین دولت، بنگاه‌های خصوصی و نهادهای تحقیقاتی به‌منظور ایجاد مراکز تخصصی پردازش و استاندارد سنجی می‌تواند نقشی تعیین‌کننده داشته باشد.

امروزه استفاده از اینترنت و فناوری‌های اطلاعاتی نیز به‌عنوان ابزاری مؤثر در بازاریابی محصولات خرد، بیش‌ازپیش اهمیت یافته است. بسترهای آنلاین فراهم شده جهت نمایش محصول، ارتباط مستقیم با مشتریان خارجی و پیگیری بازارهای هدف می‌تواند محصولات تولید شده را به‌راحتی به شبکه‌های جهانی معرفی کند. ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال بویژه با همکاری دولت و بخش خصوصی، زمینه تبادل اطلاعات و هماهنگی میان تولیدکنندگان خرد و واردکنندگان خارجی را بسیار تسهیل خواهد کرد.

علاوه بر این، آموزش و انتقال دانش در زمینه استانداردهای جهانی و شیوه‌های نوین

وجود دارد، اما نواقص موجود در زمینه اجرا و نظارت، از اثربخشی این سیاست‌ها کاسته است. علاوه بر این، محدودیت‌های مالی و عدم دسترسی مناسب به اعتبار و سرمایه، مانعی برای مدرن‌سازی فرآیندها ایجاد کرده است.

در مجموع، عدم موفقیت در تجاری‌سازی محصولات کشاورزی ناشی از ترکیبی از عوامل استراتژیک، زیرساختی و مدیریتی می‌باشد. برای رفع این مشکلات، لازم است که یک بستر یکپارچه ایجاد شود؛ جایی که تمامی بخش‌های مرتبط از تولید، فرآوری، بسته‌بندی تا بازاریابی، در یک نقشه راه هماهنگ عمل کنند. تنها با اتخاذ رویکردی جامع و همگام می‌توان انتظار داشت که فرآیند تجاری‌سازی به شکلی پایدار و موفقیت‌آمیز در کشور تحقق یابد.

♦♦ بخش عمده تولید محصولات کشاورزی بر عهده تولیدکنندگان خرد است که معمولاً از ورود به جریان صادرات بازمی‌مانند، برای رساندن محصول کشاورزان خرد به وضعیت استانداردهای بین‌المللی چه باید کرد؟

تولیدکنندگان خرد به دلیل مقیاس کوچک و محدودیت‌های مالی و فنی، غالباً با چالش‌های جدی در ورود به بازارهای بین‌المللی مواجه هستند. برای ارتقای وضعیت این محصولات و رساندن آن‌ها به سطح استانداردهای بین‌المللی، مجموعه‌ای از راهکارهای جامع و هماهنگ موردنیاز است. یکی از راهکارهای اساسی، تشکیل و تقویت تعاونی‌های کشاورزی است. با ایجاد تعاونی‌های جدی، امکان تجمع ظرفیت‌های تولیدی، خرید مشترک تجهیزات مدرن و بهره‌مند شدن از دانش فنی به‌روز برای



عدم رعایت استانداردها، علاوه بر از دست رفتن فرصت‌های صادراتی، باعث ایجاد آثار نامطلوب بر روی تصویر کلی محصولات کشاورزی کشور می‌شود. در صورتی که تولیدکنندگان به طور مداوم استانداردها را رعایت کنند، می‌توانند از فرصت‌های ایجاد شده در بازارهای جهانی بهره بیشتری ببرند و با ایجاد اعتماد مشتریان، سهم بازار خود را افزایش دهند. این امر در نهایت موجب رشد اقتصادی و بهبود وضعیت معیشتی تولیدکنندگان خواهد شد.

سعی در تضمین دریافت محصولی دارند که علاوه بر تأمین نیاز مصرف‌کننده، بتواند در رقابت‌های بین‌المللی نیز بروز یابد.

عملکرد کشاورزان در زمینه تطبیق با این استانداردها در عمل متغیر است. برخی از نخبگان و تولیدکنندگان پیشرفته، علی‌رغم سیستم‌های سنتی، با بهره‌برداری از آموزش‌های فنی و فناوری‌های نوین توانسته‌اند محصولات خود را به سطح استانداردهای بین‌المللی برسانند. در مقابل، تعداد قابل‌توجهی از کشاورزان خرد به دلیل نبود دسترسی به اطلاع‌رسانی‌های کافی، محدودیت‌های مالی و عدم تخصص در زمینه‌های نوین، قادر به تأمین استانداردهای موردنظر تجار نیستند. این ناهم‌آنگی در نهایت منجر به کاهش ارزش مالی محصولات و حتی رد ورود به بازارهای هدف بین‌المللی می‌شود.

همسویی کامل با استانداردهای تعیین‌شده مزایای چشمگیری را در پی دارد؛ از جمله افزایش اعتماد واردکنندگان، دسترسی به بازارهای با قیمت‌های بالاتر و ایجاد برند معتبر در سطح بین‌المللی. از طرفی، عدم رعایت استانداردها، علاوه بر از دست رفتن فرصت‌های صادراتی، باعث ایجاد آثار نامطلوب بر روی تصویر کلی محصولات کشاورزی کشور می‌شود. در صورتی که تولیدکنندگان به طور مداوم استانداردها را رعایت کنند، می‌توانند از فرصت‌های ایجاد شده در بازارهای جهانی بهره بیشتری ببرند و با ایجاد اعتماد مشتریان، سهم بازار خود را افزایش دهند. این امر در نهایت موجب رشد اقتصادی و بهبود وضعیت معیشتی تولیدکنندگان خواهد شد.

بنابراین، ایجاد سیستم‌های آموزشی و

مشاوره‌ای جهت انتقال دانش استانداردها به کشاورزان، همراه با حمایت‌های مالی و فنی از سوی نهادهای ذی‌ربط، اهمیت بسیاری دارد. تنها از طریق نظارت مستمر و ارائه بازخوردهای سازنده، می‌توان تضمین کرد که عملکرد کشاورزان همسو با استانداردهای تعیین شده حرکت کند و تغییرات لازم را در جهت بهبود کیفیت بشناسند.

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

در پایان می‌توان به چند نکته کلیدی اشاره کرد که برای تحول در حوزه تجارت محصولات کشاورزی از اهمیت بسزایی برخوردارند:

۱. **ایجاد ساختارها و تعاونی‌های منسجم:**

تشکیل و تقویت تعاونی‌های کشاورزی می‌تواند ظرفیت‌های تولیدکنندگان خرد را برهم یکی کند. این ساختارها امکان دسترسی به فناوری‌های نوین، مشاوره‌های تخصصی و تسهیلات مالی را فراهم می‌آورند. همکاری و همبستگی در این قالب به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد تا به‌طور مشترک از فرصت‌های صادراتی بهره‌مند شوند.

۲. **سرمایه‌گذاری در پژوهش و فناوری:**

بهره‌گیری از تکنولوژی‌های پیشرفته در فرآیندهای تولید، بسته‌بندی و نگهداری، امری ضروری است. استفاده از فناوری‌های دیجیتال، سیستم‌های اتوماسیون، اینترنت اشیا و برنامه‌های مدیریت هوشمند می‌تواند کیفیت محصولات را به‌طور چشمگیری ارتقا دهد و هزینه‌های زنجیره تأمین را کاهش دهد.

۳. **بهبود زیرساخت‌های لجستیکی و زنجیره تأمین:**

توسعه شبکه‌های توزیع کارآمد، تسهیل حمل‌ونقل

و بهبود زیرساخت‌های نگهداری از عواملی هستند که نقش مهمی در کاهش ضایعات و افزایش بهره‌وری محصولات دارند. با ایجاد سیستم‌های نظارتی مدرن می‌توان از کیفیت محصولات در مسیر انتقال اطمینان حاصل کرد.

۴. **سیاست‌های حمایتی و چارچوب‌های قانونی:**

دولت با تدوین و اجرای سیاست‌های تشویقی و فراهم آوردن تسهیلات مالی و اعتباری، باید روند توسعه و مدرن‌سازی صنعت کشاورزی را تسهیل کند. ایجاد مقررات ساده‌تر و کاهش بوروکراسی زمینه دسترسی تولیدکنندگان به منابع لازم را فراهم می‌کند.

۵. آموزش و انتقال دانش:

برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای انتقال دانش استانداردهای بین‌المللی و مفاهیم بازاریابی نوین از الزامات اساسی است. افزایش آگاهی فنی و مدیریتی، به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا بتوانند به‌سرعت با تغییرات بازار هماهنگ شوند.

۶. ایجاد سازوکارهای نظارتی دقیق:

نظارت مستمر بر فرآیندها و ارزیابی دوره‌ای عملکرد تولیدکنندگان، به ایجاد یک چرخه بازخوردی کمک می‌کند. این سازوکارها می‌توانند نقاط ضعف را شناسایی و اقدامات اصلاحی را به‌موقع اجرایی سازند.

ترکیب این توصیه‌ها و اجرای همزمان آن‌ها منجر به ایجاد یک اکوسیستم یکپارچه و پویا در حوزه کشاورزی خواهد شد. بستر همکاری نزدیک میان دولت، بخش خصوصی و تولیدکنندگان می‌تواند زمینه‌های رقابت جهانی را به میزان چشمگیری افزایش دهد و در نهایت محصولات کشاورزی کشور را در عرصه بین‌المللی متمایز سازد. **III**