



خلاصه مدیریتی طرح:

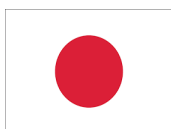
مطالعات بازار، برندینگ و توانمندسازی جوامع محلی جهت دسترسی هرچه بهتر به بازار و ترویج
کسب و کارهای سازگار با منابع دریاچه ارومیه

خلاصه مدیریتی

مجری:

پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

فروردین ۱۴۰۰



شناسنامه گزارش

عنوان: گزارش خلاصه مدیریتی پروژه مطالعات بازار، برندینگ و توانمندسازی جوامع محلی جهت دسترسی هرچه بهتر به بازار و ترویج کسب و کارهای سازگار با منابع دریاچه ارومیه	شماره نسخه: نهایی
تاریخ ارائه گزارش: فروردین ۱۴۰۰	
مجری: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران	مدیر پروژه: حامد رفیعی
کارشناسان پروژه و سمت آنها: حامد رفیعی (مسئول پروژه و مدیر بخش مطالعات بازار) امیر علم بیگی (همکار بخش ترویج و آموزش جوامع محلی) حسین نوروزی (متخصص بازاریابی و دبیر پروژه) فرشته بالوی (متخصص بخش آب) الهام مهرپرور حسینی (متخصص بخش بازار و سیاست‌های حمایتی) فرنوش وجدی (متخصص بازار و مسئول مطالعات جوامع محلی در آذربایجان غربی) شیوا غزنوی (متخصص اقتصاد منابع طبیعی و محیط زیست و مسئول بخش مطالعات پایه) عمران طاهری (متخصص بازار و مسئول بخش مطالعات مصرف کننده) اتابک کاظم‌پور (متخصص بازار و مسئول مطالعات جوامع محلی در آذربایجان شرقی) زینب رستم زاده (ارزیابی مالی) احمدرضا ایرجی (مدیر بخش فنی و طراحی سامانه) امیر فخمی (همکار اصلی بخش طراحی سامانه) نیلوفر نعلبندی (همکار اصلی بخش فنی و طراحی سامانه و مسئول بخش گرافیک)	
تهیه‌کنندگان گزارش پروژه (مستندسازان): حامد رفیعی، الهام مهرپرور حسینی، حسین نوروزی و فرنوش وجدی	
نام و نشانی مجری: کرج، سه راه دانشکده، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، دانشکده اقتصاد و توسعه، گروه اقتصاد کشاورزی E-mail: hamedrafiee@ut.ac.ir	
نام و نشانی حمایت کننده: سازمان حفاظت از محیط زیست	
محل جغرافیایی پروژه: مناطق مجاور دریاچه ارومیه	مدت زمان اجرای پروژه:
وضعیت گزارش: نهایی	زبان گزارش: فارسی - انگلیسی
تعداد صفحات: ۴۶	

خلاصه مدیریتی

تالاب‌ها و دریاچه‌ها منابع ارزشمندی از نظر اکولوژیکی و اقتصادی هستند که می‌توانند در ابعاد منطقه‌ای و یا بین‌المللی مطرح گردند (بهروزی راد، ۲۰۰۵) و به جهت کاربری‌های گوناگون مانند تأمین آب، تغذیه آب‌های زیرزمینی، مهار سیلاب‌ها، رسوب‌گیری، نگهداری مواد مغذی، تولید انرژی، حمل‌ونقل آبی، گردشگری و توریسم برای انسان بسیار مؤثر می‌باشند (ولائی و همکاران، ۱۳۹۲). تالاب‌ها بخشی از مهم‌ترین زیست‌بوم‌های کره زمین به شمار رفته و نواحی امن برای حیات‌وحش محسوب می‌شوند (میتس و گوسلیک، ۱۹۹۳) و از نظر زیستی حدود ۱۰ برابر جنگل‌ها و ۲۰۰ برابر زمین‌های زراعی ارزش اقتصادی دارند (کنوانسیون رامسر، ۲۰۰۶). با این وجود این اکوسیستم‌های غنی در معرض تهدیدهای متعددی قرار دارند و طی سال‌های اخیر به دلیل گسترش مخاطرات متعدد با مشکلات زیادی مواجه شده‌اند (کاوالو، ۲۰۱۱). از دیگر سوی بسیاری از آن‌ها به دلیل عوامل مختلف طبیعی و انسانی با سرعت قابل‌ملاحظه‌ای با کاهش سطح رو به رو بوده و این فرایند همچنان نیز ادامه دارد، به نحوی که در یک قرن اخیر در حدود ۵۰ درصد دریاچه‌ها و تالاب‌ها از بین رفته و نابود شده‌اند (سازمان بین‌المللی تالاب‌ها، ۲۰۰۵). از بین رفتن دریاچه‌ها و تالاب‌ها به‌خصوص دریاچه‌های داخلی تهدید اساسی برای مناطق روستایی و بخش کشاورزی به شمار می‌روند. برای اینکه آن‌ها نقشی اساسی در تثبیت فعالیت‌های کشاورزی مانند کنترل سیل، کنترل فرسایش، زیستگاهی برای حیات‌وحش، بهبود کیفیت آب و منابع آب زیرزمینی و غیره دارند (والترز و همکاران، ۲۰۰۳).

در این میان، مهم‌ترین مخاطره طبیعی که در سال‌های اخیر در ایران در حال رخ دادن است، کاهش آب دریاچه ارومیه می‌باشد. به دلایل متعددی آب دریاچه در سال‌های اخیر در معرض خشکی قرار گرفته و شهرها و روستاهای پیرامون خود را به شدت تحت تأثیر قرار داده است (سلیمی ترکمانی، ۱۳۹۰). دریاچه ارومیه بزرگ‌ترین آبگیر دائمی در آسیای غربی در شمال غرب فلات ایران قرار گرفته است. این حوضه آبریز از ۳ درصد مساحت کل کشور را در بر گرفته است. این حوضچه توسط مجموع ۶۰ رودخانه سیراب می‌شود که ۲۱ رودخانه دائمی یا فصلی هستند و ۳۹ تای آن‌ها دوره‌ای می‌باشند. از این میان زربینه‌رود، سیمینه‌رود و آجی چای (تلخه‌رود) ورودی‌های اصلی به دریاچه ارومیه می‌باشند. حوضه آبریز دریاچه ارومیه شامل سه استان آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی و کردستان می‌باشد که، آذربایجان غربی با درصد مساحت نزدیک ۴۸ درصد بیشترین سطح از این حوضه را به خود اختصاص داده است. حفاظت از دریاچه ارومیه بدون مدیریت منابع و مصارف آبی امکان پذیر نخواهد بود. از طرفی بدون توجه به منافع جوامع محلی، نمی‌توان انتظار داشت در بلندمدت مشارکت جهت حفاظت از این دریاچه تحقق یابد. تجربه سال‌های گذشته در این منطقه نشان می‌دهد که توسعه کشت محصولات سازگار با دریاچه ارومیه با سیاست‌های دستوری امکان پذیر نیست. این مطالعه برای نخستین بار به توسعه بازار و برندسازی محصولات سازگار با دریاچه می‌پردازد. در واقع چنانچه بازار محصولات سازگار با دریاچه بهبود یابد، انگیزه توسعه کشت این محصولات در بلندمدت در بین جوامع محلی افزایش خواهد یافت. بطوریکه می‌توان در نهایت امیدوار بود که اهداف اقتصادی و

محیط زیستی برخلاف گذشته، در کنار هم تحقق یابند. هدف نهایی این پژوهش، طراحی سامانه بازار محصولات سازگار با دریاچه ارومیه خواهد بود. طراحی و معرفی این سامانه علاوه بر تأمین منافع کسب و کارهای سازگار، به حفظ دریاچه نیز منجر خواهد شد و همچنین به عنوان هدفی مهم، معرفی این سامانه، به توسعه عملی فرهنگ زیست محیطی در جامعه منجر خواهد شد. در واقع این سامانه اولین سامانه‌ای خواهد بود که با بهبود بازار کسب و کارهای سازگار به دنبال مشارکت اجتماعی و حفظ دریاچه ارومیه است.

در این پژوهش منظور از مناطق هم‌جوار دریاچه ارومیه، شهرستان‌هایی می‌باشند که با دریاچه ارومیه مرز مشترک دارند و به همین دلیل بیشترین تأثیر را بر این دریاچه خواهند داشت. این مناطق شامل شهرستان‌های ارومیه، سلماس، میاندوآب و نقده از آذربایجان غربی و شهرستان‌های آذرشهر، اسکو، بناب، شبستر و عجبشیر از آذربایجان شرقی می‌باشند. به منظور شناخت دقیق و کامل از مناطق هم‌جوار که بیشترین تأثیر را بر این دریاچه دارند، میزان و سهم تولید، سطح زیر کشت و سهم محصولات کشت شده، سهم محصولات از تولیدات آبی و سطوح زیر کشت آبی و عملکرد محصولات در مقایسه با کشور، استان‌ها و مناطق هم‌جوار به صورت تفصیلی مورد بررسی قرار گرفت. تمام مطالعات انجام شده در حوضه دریاچه ارومیه در گذشته کد بندی و بررسی شد و کسب و کارهای متعدد در حوضه شناسایی گردید. همچنین در ادامه میزان نیاز خالص و ناخالص آبیاری، بهره‌وری فیزیکی و اقتصادی آب در تمام این مناطق و در محصولات مختلف آن برآورد شد و سپس در بخش اقتصادی، انواع مزیت‌های تولیدی (مزیت مقیاس (SAI)، مزیت کارایی (EAI) و مزیت جمعی (AAI)) برای تمام محصولات این مناطق برآورد گردید. از مجموع این محاسبات کسب و کارهای نمونه به عنوان کسب و کارهای سازگار با دریاچه شناسایی شد. اما بدون نظر جوامع محلی و کارشناسان مناطق نمی‌توان به اقبال این کسب و کارها در منطقه امیدوار بود. به همین دلیل در ادامه کنش با جوامع محلی مد نظر قرار گرفت. لذا در ادامه به منظور شناسایی کسب و کارهای منطقه و مشکلات تولید و بازاریابی آن‌ها، با خبرگان و کارشناسان و کشاورزان با تجربه شهرستان‌های هم‌جوار با دریاچه ارومیه، مصاحبه‌های حضوری و تلفنی در همه شهرستان‌های نه‌گانه به صورت تفصیلی انجام شد. لازم به ذکر است که در هر شهرستان با توجه به اهداف مطالعه مبنی بر شناسایی تمایل و رغبت کشاورزان نسبت به کشت و تولید محصولات کشاورزی مختلف، تعدادی پرسشنامه تکمیل گردید که همچنین به منظور کاملتر شدن اطلاعات و پوشش تمامی مناطق مورد مطالعه و همچنین شیوع بیماری کووید-۱۹ (موسوم به کرونا)، پرسشنامه الکترونیک نیز طراحی و آدرس اینترنتی (لینک) آن برای اعضای تعاونی‌های کشاورزی، اعضای اتحادیه‌ها و سازمان نظام مهندسی و کشاورزان منطقه با استفاده از اطلاعات دریافت شده از سازمان جهاد کشاورزی دو استان ارسال گردید که در ادامه نمونه‌ای از پرسشنامه ارائه می‌شود. لازم به ذکر است با توجه به مشکلاتی از قبیل عدم توانایی کشاورزان در استفاده از پرسشنامه الکترونیک (به علت عدم آشنایی با پرسشنامه الکترونیک و یا بی سواد و کم سواد)، با اطلاعات تماس دریافتی از سازمان جهاد کشاورزی با تعدادی از کشاورزان به صورت تلفنی (بعلت شیوع بیماری کووید-۱۹ (کرونا) مصاحبه شد.

پس از تلفیق نتایج مطالعات بخش مرور سوابق مطالعاتی گذشته، مطالعات آب، مطالعات اولیه اقتصادی و بخش کنش با جوامع محلی و دیدگاه اجتماعی که ابعاد پایداری را در خود به همراه دارد، محصولات سازگار با دریاچه انتخاب و طرح کسب و کار برای این محصولات پرداخته شد و شاخص‌های ارزش حال خالص (NPV) و منافع، نرخ بازدهی داخلی (IRR)، نسبت منفعت به هزینه (BC) و دوره بازگشت سرمایه (ROI) برای این کسب و کارها برآورد گردید. برای این منظور تحلیل منافع و سودآوری، بازار و زنجیره تأمین محصولات تحلیل شده و در نهایت نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت کسب و کار در قالب الگوی SWOT و تحلیل زنجیره تأمین ارائه شده که در نهایت، راهنمایی برای سرمایه‌گذاری جوامع محلی خواهد بود.

در مهمترین بخش این پژوهش، سامانه بازار کسب و کارهای سازگار با دریاچه ارومیه طراحی و برنامه نویسی شد که قابلیت‌های فراتری از خرید و فروش آنلاین محصولات سازگار خواهد داشت. به دلیل اهمیت این بخش در ادامه در بخش آخر خلاصه مدیریتی به تفصیل در خصوص آن نکاتی ارائه خواهد شد.

پس از تدوین سامانه، به بررسی اقتصادی رفتاری و تحلیل رفتار مصرف کننده در استقبال از سامانه و تقاضای محصولات سازگار با دریاچه پرداخته شده است. الگوی مورد استفاده در این قسمت، از الگوهای لجیستیک (Logit) و پروبیت (Probit) استفاده خواهد شد. در این قسمت عوامل مؤثر بر استقبال از سامانه بازار محصولات سازگار با دریاچه از دیدگاه مصرف کنندگان بررسی شده و میزان استقبال از برند جغرافیایی (GB)¹، با در نظر گرفتن مفاهیم آمیخته بازاریابی (مبانی 4P) و توجه به ابعاد مختلف کالاها از جمله کیفیت و سلامت محصول و اثر آن بر استقبال از محصولات سازگار با دریاچه ارومیه تحلیل شد. نتایج در این بخش نشان‌دهنده استقبال از برند جغرافیایی در خصوص کسب و کارهای سازگار با دریاچه بوده و مصرف کنندگان در صورت وجود سامانه بازاریابی محصولات سازگار با دریاچه علاوه بر اینکه محصولات را با قیمت و کیفیت مناسب تأمین خواهند کرد، از حفاظت از دریاچه ارومیه احساس رضایتمندی خواهند نمود. به این ترتیب سامانه‌ی طراحی شده محصولات سازگار با دریاچه علاوه بر تأمین منافع صاحبان کسب و کار سازگار، مصرف کنندگان و سایر حلقه‌های زنجیره، به ترویج مؤثر تمایلات زیست محیطی با کمترین هزینه منجر خواهد شد.

پس از طی سلسله مراحل بیان شده، سرانجام کسب و کارهای سازگار با دریاچه با در نظر گرفتن ابعاد پایداری شامل تولید عسل، زعفران، گل محمدی و مشتقات آن، سنجد، عناب، پسته، انگور و کشمش، توت درختی و توت خشک، سیر، حبوبات، زردآلو، ارقام آلبالو و گیلان بوده‌اند که در سامانه بازار کسب و کارهای سازگار با دریاچه می‌توانند وارد شوند. اما لازم است توجه شود، این انتخاب به این معنی نیست که سایر کسب و کارهای سازگار با دریاچه را نمی‌توان در سامانه وارد کرد. بستر سامانه طراحی و برنامه نویسی شده و امکان ورود تمام کسب و کارهای سازگار را در آینده خواهد داشت و مهم طراحی ایده و برنامه‌نویسی این سامانه بوده است.

پس از تبیین کسب و کارهای سازگار، بررسی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در زنجیره تأمین محصولات

¹ . Geographic Brand

منتخب سازگار دریاچه ارومیه نشان داد که بویژه چالش‌های متعددی در بازار این محصولات وجود دارد که سامانه می‌تواند در رفع این چالش‌ها مؤثر باشد. بنابر نظر کارشناسان و خبرگان، مهمترین قوت محصول گیلان، بازار مناسب محصول با توجه به شهرت برند منطقه و تنوع ارقام است. همچنین مهمترین فرصت این محصول، نزدیکی به مرز مشترک با کشورهای همسایه برای صادرات محصول گیلان است. این درحالی است که وجود واسطه‌های فراوان در بازار و قیمت پایین خرید محصول توسط واسطه‌ها از تولیدکننده به ترتیب مهمترین ضعف و تهدید بازار این محصول است. به نظر می‌رسد با توجه به کیفیت بالای محصول و توجه به برند جغرافیایی گیلان منطقه، ورود این محصول به سامانه محصولات سازگار، قیمت تولیدکننده را با حداقل سازی واسطه‌گری افزایش خواهد داد. همچنین با توسعه صادرات و شناسایی و حضور مداوم در بازارهای هدف، چالش پایین بودن قیمت این محصول برای تولیدکنندگان می‌تواند رفع گردد.

مهمترین قوت‌های کسب و کار تولید پسته، مقاومت به شرایط خاک و مقاوم بودن به کم آبی است که با توجه به شرایط موجود در منطقه و نیاز به کشت محصولات با نیاز آبی پایین ظرفیت مناسبی را برای توسعه کشت این محصول به همراه خواهد داشت. از سوی دیگر با توجه به شور شدن بخشی از خاک‌های این مناطق، نقطه قوت مقاومت به شرایط خاک بسیار ارزنده به نظر می‌رسد. مهمترین فرصت این محصول نیز سابقه تولید و صادرات پسته ایران است که با توجه به موارد ذکر شده و در عین حال با رعایت قوانین مقررات بهداشتی و استانداردهای بین‌المللی به حضور مستمر و توسعه صادرات و حفظ بازارهای جهانی دست یافت. از طرف دیگر مهمترین نقطه ضعف محصول پسته، فقدان یک سیستم بازاریابی و بسته‌بندی و نبود تبلیغات مناسب در مقایسه یا رقبا است که در کنار مهمترین تهدید این محصول که تشدید رقابت جهانی و حضور رقبای جدید استچالشی جدی برای این توسعه کشت این محصول خواهد بود. از این رو در مورد این کسب و کار نیز حضور در سامانه محصولات سازگار با حداقل سازی واسطه‌گری، علاوه بر اینکه قیمت‌های مصرف کننده را می‌تواند کاهش دهد، به بهبود قیمت تولیدکننده نیز منجر خواهد شد.

براساس دیدگاه تولیدکنندگان، خبرگان منطقه و مطالعات مختلف، مهمترین قوت محصول توت درختی، عمر طولانی درخت، عملکرد و بازدهی بالا و مقاوم به شوری، آهکی بودن و خشکی خاک است. بنابر مطالعات صورت گرفته، استفاده از برگ درخت توت در بهار برای تربیت کرم ابریشم، استفاده از چوب درخت توت با ارزش صنعتی در کشتی و لنج سازی و استفاده از چوب درخت توت ساخت آلات موسیقی به ویژه تار و سه تار از مهمترین فرصت‌های این محصول است. از سوی دیگر بالا بودن رطوبت و حساس بودن این محصول به حمل و نقل و نگهداری و ریزش محصول پس از رسیدن به عنوان مهمترین نقاط ضعف این محصول می‌باشند. همچنین عدم دانش فنی مناسب برای فرآوری محصول توت، ضایعات بالا و گاهی عدم تمایل باغدار به برداشت محصول و زمان نگهداری پایین نیز به عنوان برجسته‌ترین نقاط تهدید این محصول مطرح هستند. با توجه به شور شدن بخشی از خاک‌های مناطق همجوار، همچنین مشکلات آبی و لزوم توسعه کشت محصولات با نیاز آبی کم، توسعه کشت درخت توت با توجه به مقاومت

این درخت نسبت به شوری و خشکی، می‌تواند راهگزين مناسبی برای کسب درآمد کشاورزان منطقه باشد. همچنین با توجه به ارزش بالای ابریشم و ارزآوری این محصول و وجود ظرفیت پرورش کرم ابریشم استفاده از این فرصت بسیار مغتنم به شمار می‌آید. همچنین به علت بالا بودن رطوبت و حساس بودن این محصول به حمل و نقل و نبود دانش فنی مناسب برای فرآوری محصول توت، توسعه صنایع فرآوری این محصول از سوی دولت و برگزاری دوره‌های ترویجی آموزشی به منظور تقویت دانش فنی کشاورزان ضروری به نظر می‌رسد. با حضور این کسب و کار در سامانه محصولات سازگار دریاچه ارومیه می‌توان به ثبات کشت این محصول و توسعه کسب و کارهای جانبی آن در منطقه امیدوار بود.

براساس دیدگاه تولیدکنندگان، خبرگان منطقه و مطالعات مختلف، مهمترین نقاط قوت محصول حبوبات منفعت اقتصادی مناسب برای کشاورزان و ایجاد زمینه اشتغال و کمک به اقتصاد خانوار روستایی است. شرایط اقلیمی مناسب جهت کشت دیم، برنامه‌های جهاد کشاورزی در جهت ترویج کشت مکانیزه، استفاده از ارقام اصلاح شده، تامین ماشین آلات کاشت، داشت و برداشت انواع حبوبات نیز به عنوان مهمترین فرصت‌های پیش‌روی این محصولات هستند. از سوی دیگر حساسیت لوبیا به شرایط آب و خاک و سرما و شوری، بیش از حد بومی ماندن و عدم رجوع و استفاده از فناوری‌ها و تجربیات دیگران در زمینه کشت حبوبات و فقدان علف کش برای کنترل علف‌های هرز پهن برگ از جمله زراعت نخود نیز مهمترین نقاط ضعف این محصولات هستند. همچنین وجود عواملی نظیر بیماری برق زدگی، بیماری فوزاریوم و بیماری ویروسی، تنش خشکی و تنش سرما و ضعف شدید بیمه محصولات کشاورزی (به‌خصوص در زراعت نخود که درصد ریسک آن بالا می‌باشد) نیز به عنوان مهمترین تهدیدها مطرح شده‌اند. با حضور این کسب و کار در سامانه محصولات سازگار می‌تواند موانع تولید و چالش‌های آن رصد دوره‌ای شده و رفع این موانع بصورت آنلاین انجام گیرد.

شرایط اقلیمی مناسب، منابع قابل دسترس فراوان، نیروی انسانی جوان و تحصیل کرده و وجود اراضی مناسب و بلاکشت از مهمترین نقاط قوت زعفران مطرح می‌باشند. مزیت نسبی و مطلق ایران در تولید زعفران، ارزآوری و خواص درمانی نیز به عنوان مهمترین فرصت‌های این محصول است. صادر کردن فله‌ای، بسته‌بندی نامناسب و خشک کردن سنتی در شرایط محیطی مهمترین نقاط ضعف این محصول برشمرده شده است. همچنین بسته بندی مناسب زعفران اسپانیا، نداشتن برند، صادر کردن زعفران ایران به کشورهای دیگر توسط اسپانیا و قاچاق به وسیله تجار محلی از مهمترین تهدیدهای محصول زعفران است. با توجه به ظرفیت مناسب برای کشت و فرآوری محصول زعفران و ارزآوری این محصول و تقاضای روزافزون در سطح جهان، اعطای تسهیلات ارزان قیمت به منظور فرآوری و بسته‌بندی این محصول به منظور صادرات می‌تواند به کسب و افزایش درآمد ارزی کشور کمک نموده و معیشت پایدار در منطقه را بدنبال داشته باشد. یکی از مهمترین اقدامات لازم در خصوص محصول زعفران، ایجاد برند تجاری برای این محصول با نام تجاری ایران در سطح جهانی می‌باشد چرا که محصول زعفران ایران در بازارهای جهانی با نام و برند زعفران اسپانیا معامله می‌شود که ارزش افزوده بسیار بالایی را به نسبت کشاورزان ایرانی برای این کشور ایجاد

می‌نماید. اما باتوجه به اینکه کاشت زعفران در حوضه دریاچه ارومیه، سابقه کوتاهی داشته است، لازم است تا به بهترین شکل به بازار مصرف معرفی شود. یکی از کاراترین روش‌های عرضه زعفران در این منطقه، از طریق سامانه محصولات سازگار بوده که منجر به بهبود قیمت تولیدکننده و منافع بازاری کشاورزان خواهد شد.

ارزش غذایی بالای آن و کاربرد دارویی بسیار و مقاومت بسیار بالای درخت سنجد در برابر بسیاری از عوامل طبیعی از جمله سیل، خشکسالی‌های شدید، طوفان‌های سنگی و شنی و طوفان‌های شور از مهمترین نقاط قوت این محصول است. وجود مزیت سنجد در تولید برخی اقلام دارویی برای فعالان بازار تولیدکنندگان، وجود تنوع مصرفی در سنجد هم به صورت خشکبار و هم به لحاظ دارویی و استفاده از سنجد برای کارخانه‌های فرآوری دارویی مهمترین فرصت‌های تولید و بازار این محصول می‌باشند. مهمترین نقاط ضعف این محصول را می‌توان چنین بیان نمود که سنجد محصول راهبردی و استراتژی تلقی نمی‌شود، بنابراین مداخلاتی نیز در ارتباط باقیمت‌گذاری آن صورت نمی‌گیرد، لذا هر ساله با نوسان قیمت و بازه قیمتی بسیار زیاد خریداری می‌شود و این مسئله باعث دلسردی برخی از تولیدکنندگان این محصول می‌شود. همچنین نبود صنایع تبدیلی کافی برای فرآوری محصول سنجد باعث شده است تا این محصول را بعد از برداشت برای کاربری طب سنتی، دارویی و آسیاب کردن و ترکیب آن با دیگر محصولات، اغلب به صورت فله‌ای و بدون فرآوری خرید و فروش نمایند و با توجه به عدم فرآوری این محصول، سهم کشاورزان از ارزش افزوده این محصول بسیار ناچیز است. از طرف دیگر ضعف در بسته‌بندی نیز از مهمترین ضعف‌های زنجیره محصول سنجد است. عدم شناخت کافی از بازار این محصول، عدم شناسایی صنایع تبدیلی برای محصول سنجد، تولید سنتی در منطقه و عدم شناسایی بازار هدف خارجی از مهمترین تهدیدهای زنجیره محصول سنجد است. عرضه این محصول از طریق سامانه سازگار با دریاچه، می‌تواند به شناخت بی‌واسطه تولیدکنندگان از بازار مصرف منجر شده و با بهبود بازار این محصول، توسعه کسب و کارهای جانبی از این محصول نیز توسعه خواهد یافت.

ارزش دارویی و غذایی بالا، قابلیت رشد در زمین‌های کم آب و با کیفیت پایین (مقاومت درخت عناب به کم آبی)، قابل کشت بودن در مناطق خشک که دارای خاک و آب نسبتاً شور از مهمترین نقاط قوت محصول عناب به شمار می‌آیند. با توجه به ارزش دارویی و غذایی بالا و قابلیت کسب درآمد از این محصول برای کشاورزان و توانایی این محصول در تحمل کم آبی و شوری و خشکی، ظرفیت بالایی برای کشت و تولید به همراه دارد که می‌تواند معیشت پایدار کشاورزان همراه با حفظ محیط زیست را بدنبال داشته باشد. همچنین بر اساس مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته ایجاد اشتغال مولد و پایدار در حوزه گیاهان دارویی با استفاده از توسعه این محصول، ظرفیت گسترده برای توسعه کشت و تولید این محصول و امکان کشت عناب با هدف کاربری تزئینی (استفاده در فضای سبز شهری) از مهمترین فرصت‌های زنجیره این محصول است. لذا با توجه به امکان کسب درآمد و ایجاد ارزش افزوده از طریق فرآوری این محصول و تهیه محصولات جانبی از عناب، می‌توان از این فرصت استفاده نموده و اشتغال پایدار در منطقه ایجاد نمود و حتی با کشت در فضای سبز شهری، علاوه بر زیبایی و تزئین فضا، از ظرفیت‌های منطقه استفاده بهینه نمود. همچنین عدم توجه به بسته‌بندی مناسب و متنوع هنگام عرضه محصول عناب و نبود بازاریابی

درست برای این محصول از مهمترین نقاط ضعف این محصول است. همچنین اگرچه درخت بالغ به خشکی مقاوم است ولی برای رسیدن به رشد ایده‌آل و محصول مناسب، حتما لازم است آبیاری منظم صورت گیرد و پایین بودن قدرت ریشه زایی آن نیز از دیگر نقاط ضعف این محصول است. عدم شناخت بازار در توسعه این محصول، سازماندهی نشدن مشاغل حوزه صنعت گیاهان دارویی و نبود استاندارد سرمایه‌گذاری در این حوزه، عدم تولید انبوه فرآورده‌های متنوع غذایی و دارویی از عنباب با رعایت استانداردهای مربوطه، عدم رعایت نکات فنی علمی در مراحل تولید و فناوری عنباب نیز مهمترین تهدیدهای زنجیره محصول عنباب می‌باشد. با توجه به تقاضای محدودتر عنباب در مقایسه با محصولات رایج منطقه، عرضه این محصول در سامانه محصولات سازگار، دسترسی به این بازار محدود را با هزینه مبادله کمتر ممکن ساخته و با توسعه کسب و کارهای جانبی و عرضه آن در سامانه سازگار، به توسعه تقاضا و بازار این محصول نیز منجر خواهد شد.

صادراتی بودن فرآورده های این گیاه و شهرت جهانی در تولید گلاب و اسانس در سطح جهان، گیاه سازگار و مقاوم با شرایط نامساعد و خشکسالی با نیاز آبی کم، امکان کشت این گیاه در زمین‌های درجه دو و سه و امکان کشت دیم گل محمدی در مناطق مستعد کشور مهمترین نقاط قوت محصول گل محمدی می‌باشند. از مهمترین فرصت‌های محصول گل محمدی می‌توان به تولید وسیع اسانس و نوشیدنی گل محمدی با توجه به نیازهای جهانی و همچنین شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی جهت عرضه فراوری‌های گل محمدی در بازارهای جهانی نام برد. همچنین عدم برداشت مکانیزه، کوتاه بودن فصل برداشت و کارگر در زمان برداشت گل محمدی و عدم برنامه‌ریزی اولیه جهت تامین کارگر برای برداشت گل محمدی در فصول برداشت مهمترین نقاط ضعف محصول گل محمدی هستند. از سوی دیگر اشباع بازارهای جهانی به علت افزایش توسعه‌ی کشت گل محمدی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند افغانستان و لزوم افزایش کیفی و اخذ گواهی ارگانیک به علت گرایش بازارهای جهانی به فرآورده‌های ارگانیک نیز مهمترین نقاط تهدید این محصول می‌باشند. با توجه به شهرت گلاب و اسانس گل محمدی ایران در بازار جهانی به منظور تولید اسانس و ترکیبات معطر از یک سو و مقاوم بودن این گیاه به خشکسالی و همچنین نیاز آبی پایین و قابلیت کشت در زمین‌های با درجه مرغوبیت پایین (درجه دو و سه) از سوی دیگر، ظرفیت بسیار مناسبی در منطقه برای توسعه کشت و فراوری محصولات جانبی گل محمدی (گلستان) وجود دارد. عرضه این کسب و کار در سامانه نیز در بهبود منافع تولیدکننده و تنوع بخشی به کسب و کار بسیار مؤثر خواهد بود.

تنوع ارقام زردآلو، افزایش و تولید و سرمایه‌گذاری در انواع محصولات فراوری‌شده و خشکبار نظیر قیسی، چیپس زردآلو و ... در پی توسعه بازار میوه‌های خشک و ارزآوری از طریق صادرات از مهمترین نقاط قوت محصول زردآلو هستند. همچنین وجود زمینه صادرات به کشورهای همسایه، شرایط اقلیمی و آب و هوای سازگار استان با محصول زردآلو، توسعه بازار میوه‌های خشک، ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی به ویژه صنایع غذایی در قطب‌های تولید محصولات، برگزاری جشنواره‌هایی نظیر جشنواره زردآلوی مرنده به منظور برندسازی جغرافیایی محصول و زمینه‌سازی برای گردشگری کشاورزی در منطقه از مهمترین فرصت‌های پیش‌روی محصول زردآلو

می‌باشند. علی‌رغم نقاط قوت و فرصت قابل توجه، حساسیت بالای زردآلو به سرمای زودرس بهار، سنتی بودن باغ‌ها و تعداد اندک باغ با کاشت مکانیزه با رعایت فاصله‌های مناسب، ماندگاری پایین بعضی ارقام زردآلو و کاهش تولید به علت عدم تلقیح درختان از نقاط ضعف محصول زردآلو به شمار می‌آیند. همچنین زنجیره این محصول، باتوجه به وقوع سرمازدگی‌های بهار در منطقه، فقدان برنامه‌های آموزشی و ترویجی برای باغداران منطقه توسط جهاد کشاورزی، عدم پوشش کافی ریسک‌های تولید توسط صندوق بیمه و کاهش میزان عضویت کشاورزان در صندوق بیمه کشاورزی، نوسان صادراتی و کاهش سهم بازار و از دست دادن بازارهای صادراتی فراورده‌های تبدیلی زردآلو در سال‌های اخیر، مورد تهدیدهای جدی قرار گرفته است. توجه به عرضه این کسب و کار در سامانه سازگار، برندسازی جغرافیایی این محصول را در بازارهای داخلی تسریع نموده و منافع تولیدکنندگان را تضمین خواهد نمود.

مهمترین نقاط قوت محصول کدو آجیلی بر مبنای نظرات تولیدکنندگان و خبرگان، عملکرد بالا و کیفیت مناسب محصول در منطقه (خوی، قطب تولید کدو و تخمه افتابگردان)، هزینه‌های پایین تولید و برداشت، سودآوری بالا به نسبت مقدار هزینه سرمایه‌گذاری، اشتغال و همکاری اعضای خانواده در مراحل کاشت، داشت و برداشت می‌باشد. همچنین افزایش قیمت آجیل در سال‌های گذشته، وجود زمینه صادرات به کشورهای همسایه، توسعه فعالیت زنبورداری و تاثیر کندوی زنبور عسل جهت تسریع در گرده افشانی کدو آجیلی به عنوان مهمترین فرصت‌های پیش‌روی این محصول به شمار می‌آیند. با این وجود، مقاومت پایین به آفات و بیماری‌ها، کشت به روش سنتی و استفاده نکردن از بذر اصلاح‌شده، حساسیت گیاه به علف هرز و نیاز به وجین بالا به عنوان عمده‌ترین نقاط ضعف زنجیره عرضه محصول کدو آجیلی می‌باشند. بنابر مطالعات و بررسی‌های انجام شده، واردات تخمه بی کیفیت خارجی، کاهش سهم صادرات محصولات زیربخش خشکبار ایران در سال‌های اخیر به دلیل عدم توجه کافی به وضعیت حاکم بر بازارهای جهانی و فعالیت گسترده واسطه‌ها و دلالتان در این مناطق از مهمترین چالش‌ها و تهدیدهای زنجیره عرضه این محصول هستند. عرضه این محصول در سامانه نیز امکان افزایش منافع تولیدکننده و توسعه کشت این محصول در منطقه را به همراه خواهد داشت.

در خصوص محصول افتابگردان نیز نیاز به سرمایه کم در ابتدای فعالیت و هزینه‌های پایین تولید و برداشت، عملکرد بالا و کیفیت مناسب محصول در منطقه (خوی، قطب تولید کدو و تخمه افتابگردان)، ظرفیت اشتغال‌پذیری بالا و همکاری اعضای خانواده در مراحل کاشت، داشت و برداشت و بهره‌وری بالا، مهمترین نقاط قوت این محصول برشمرده شده‌اند. بررسی‌ها بیانگر افزایش قیمت شدید آجیل در سال‌های گذشته، وجود زمینه صادرات به کشورهای همسایه، شرایط اقلیمی و آب و هوای مناسب استان و توسعه کارگاه و کارخانجات مستقل برای فراوری و توزیع به عنوان مهمترین فرصت‌های زنجیره عرضه این محصول است. با وجود این نقاط قوت و فرصت، کشت به روش سنتی و استفاده نکردن از بذر اصلاح شده، نبود ثبات قیمت در بازار آزاد، نبود بسته‌بندی مناسب و فقدان ارقام اصلاح شده نیز مهمترین نقاط ضعف زنجیره محصول افتابگردان می‌باشند. همچنین لازم به ذکر است که واردات تخمه خارجی، فعالیت زیاد واسطه‌ها و دلالتان در این مناطق، کاهش سهم صادرات محصولات زیربخش خشکبار ایران در سال‌های

اخیر به دلیل عدم توجه کافی به وضعیت حاکم بر بازارهای جهانی، وجود نوسانات زیاد در صادرات (عدم حضور در بازارهای هدف مناسب به دلیل مشکلات اقتصادی و سیاسی) و عدم توسعه صنعت بسته‌بندی استاندارد به عنوان عمده‌ترین چالش‌ها، زنجیره عرضه محصول آفتابگردان را تهدید می‌نمایند. حضور این کسب و کار در سامانه سازگار نیز در نهایت به کارایی بیشتر زنجیره تأمین و توسعه کشت این محصول سازگار منجر خواهد شد.

عملکرد بالا و کیفیت مناسب محصول در منطقه، صادراتی بودن محصول، بهره‌وری و سودآوری بالا و تولید انواع محصولات فراوری شده نظیر آب غوره، شیر انگور، کشمش، آب میوه برجسته‌ترین نقاط قوت محصول انگور می‌باشند. مطالعات و بررسی‌ها نشان داد، وجود زمینه صادرات به کشورهای همسایه هم‌مرز، راه اندازی مراکز فراوری محصولات کشاورزی، مراکز بسته‌بندی و تکمیل زیرساخت‌های مورد نیاز، حضور صادرکنندگان در بازار محصولات کشاورزی منطقه در چند سال اخیر فرصت‌های کسب و کارهای مرتبط با تولید انگور بوده‌اند. اما وجود دلالتان زیاد و چالش‌های بازاریابی و صادرات انگور، وجود باغ‌های سنتی فراوان با تولید ارقام غیراقتصادی و نبود بسته‌بندی مناسب از عمده‌ترین نقاط ضعف زنجیره عرضه انگور به شمار می‌آیند. همچنین نبود صنایع تبدیلی و استفاده از آبیاری سنتی در اکثر باغات منطقه، فعالیت زیاد واسطه‌گران و دلالتان در این مناطق و وجود نوسانات زیاد در صادرات (عدم حضور در بازارهای هدف مناسب به دلیل مشکلات اقتصادی و سیاسی) بزرگترین تهدیدهای این زنجیره هستند. به همین دلیل، حضور این کسب و کار در سامانه سازگار با حداقل سازی واسطه‌گری به افزایش منافع تولیدکننده و دوام تولید انگور و در نهایت توسعه کسب و کارهای مرتبط منجر خواهد شد.

در خصوص کسب و کار تولید عسل نیز درآمد بالا و پایدار، هزینه اولیه مورد نیاز پایین برای شروع فعالیت، قیمت بالای عسل، افزایش درآمد ارزی از طریق صادرات مهمترین نقاط قوت زنجیره این محصول ارزشمند به شمار می‌آید. در کنار این نقاط قوت، وجود مراتع فراوان با گونه‌های گیاهی بکر در منطقه، شرایط اقلیمی و آب و هوای مناسب در منطقه، افزایش میل و اقبال عمومی جهت روی آوری به مصرف محصولات دامی مفید و وجود زمینه صادرات به کشورهای همسایه به عنوان مهمترین فرصت‌های این زنجیره، این محصول را به عنوان یکی از محصولات بسیار ارزشمند و دارای ظرفیت بالا در زمینه کسب درآمد و ارزش افزوده مطرح می‌نماید. همانند بسیاری دیگر از محصولات منطقه و حتی کشور، مشکلات بسته‌بندی و توزیع عسل، شیوه تولید سنتی عسل و موم، چند ارگانی بودن امور زنبورداری و نیز مشخص نبودن بازار فروش مطمئن، قیمت‌گذاری و درجه‌بندی، وجود واسطه‌های فراوان در بازار این محصول به عنوان مهمترین نقاط ضعف این زنجیره محسوب می‌شوند. علاوه بر این نقاط ضعف، وقوع خشکسالی‌های اخیر (کاهش ۴۰ تا ۵۰ درصدی عسل کشور)، توسعه بازار محصولات بی‌کیفیت تقلبی در کشور به دلیل قیمت عرضه پایین‌تر (عسل تقلبی)، فقدان صنایع تبدیلی و بسته‌بندی در منطقه و نوسان‌های فراوان در صادرات زنجیره عرضه محصول عسل را دچار تهدیدهای جدی نموده و به چالش می‌کشاند. باتوجه به عرضه محصولات کیفی در سامانه محصولات سازگار، اعتماد مصرف‌کنندگان در تأمین عسل اصل و فراورده‌های آن جلب خواهد شد و توسعه کسب کار مورد نظر و ایجاد برندجغرافیایی در منطقه را در بلندمدت به همراه خواهد داشت.

نیاز آبی کم، قیمت مناسب و درآمد بالا، خواص دارویی فراوان، کیفیت بالای سیر در منطقه، پتانسیل صادراتی محصول مهمترین نقاط قوت محصول سیر برشمرده شده‌اند. توسعه صادرات محصول سیر در منطقه به جهت وجود کشورهای همسایه هم مرز، شرایط اقلیمی مناسب (میزان نور، حرارت، دما و رطوبت کافی و حاصلخیز بودن خاک)، افزایش میل و اقبال عمومی جهت روی آوردن به استفاده از سیر خشک در استان برجسته‌ترین فرصت پیش‌روی زنجیره عرضه محصول سیر به شمار می‌آیند. هزینه‌های تولید زیاد در کشت سنتی، پایین بودن کیفیت در کشت مکانیزه به دلیل مناسب نبودن ادوات موجود و وجود واسطه‌های فراوان در بازار این محصول به عنوان مهمترین نقاط ضعف این محصول می‌باشند. فعالیت زیاد واسطه‌گران و دلالان در این مناطق، کمبود صنایع تبدیلی استاندارد برای محصولات مختلف در مناطق آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی و فقدان کارخانجات بسته‌بندی، در استان‌های آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی عمده‌ترین تهدیدهای زنجیره عرضه محصول سیر است. عرضه این محصول از طریق سامانه سازگار، علاوه بر کاهش واسطه‌گری و افزایش منافع تولیدکننده به برندسازی این محصول سازگار با دریاچه نیز منجر خواهد شد.

عملکرد بالای تولید آلبالو در باغ‌های منطقه، مقاومت محصول به سرمای زودرس بهار، کیفیت منحصر به فرد (عطر، بو، رنگ و طعم مطبوع) آلبالو در استان آذربایجان غربی، شرایط اقلیمی مناسب و خاک حاصلخیز منطقه از نقاط قوت این محصول به شمار می‌آیند. وجود پتانسیل بالای صادرات محصولات کشاورزی در استان آذربایجان غربی به جهت کشورهای همسایه هم مرز، ظرفیت سردخانه‌ای و صنایع تبدیلی در استان‌های آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی و همچنین شرایط ویژه آب و هوایی، امکان تولید و توسعه ماشین آلات مورد نیاز برای باغ‌های آلبالو در داخل کشور مهمترین فرصت‌های زنجیره عرضه محصول آلبالو هستند. با وجود همه این نقاط قوت و فرصت و ظرفیت‌های بسیار بالا، قیمت پایین خرید محصول سر زمین و هزینه بالای برداشت، سودآوری پایین به دلیل بالا بودن هزینه‌های تولید آلبالو، در اختیار نداشتن فناوری نوین در باغ‌های آلبالو استان‌های آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی (برداشت محصول)، باغداری سنتی و هزینه بالای آن و بالا بودن قیمت ملزومات باغداری از جمله سم و کود زنجیره عرضه این محصول بسیار ارزشمند و دارای شهرت را با نقاط ضعفی مواجه نموده است. در کنار این نقاط ضعف، مشکلات فرآوری محصول آلبالو به دلیل کمبود صنایع تبدیلی در مناطق آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی، فعالیت زیاد واسطه‌گران و دلالان در این مناطق و کاهش سودآوری باغداران، هزینه بالای گمرکی و قدرت چانه زنی پایین در تعیین قیمت این محصول، مهمترین تهدیدهای زنجیره محصول آلبالو برشمرده می‌شوند. لذا حضور این کسب و کار در سامانه با بهبود قیمت تولیدکننده و منافع آن همراه بوده و مانع کاهش سطوح این کسب و کار سازگار با منابع دریاچه خواهد شد.

در این بخش شاخص حمایت بازاری از تولیدکنندگان در راستای بررسی چالش‌های بازاری تولیدکنندگان کسب و کارها در مناطق همجوار دریاچه ارومیه، برآورد و تحلیل شد که براساس نتایج، تولیدکنندگان تمام محصولات ناگزیر از پرداخت مالیات پنهان بودند. به این معنی که قیمتی دریافتی تولیدکنندگان از قیمت جهانی تعدیل شده با نرخ ارز

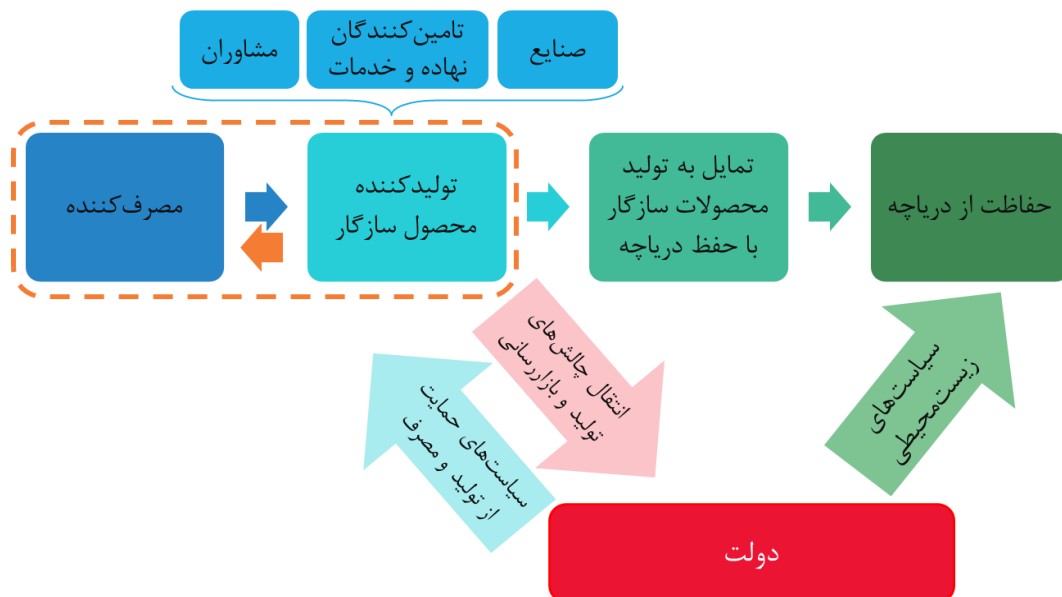
بازاری و هزینه حمل و نقل کمتر بوده و سیاست‌های بخش کشاورزی نتوانسته‌اند از دیدگاه بازاری حمایتگر تولیدکنندگان این بخش باشند که علت مهم آن سیاست‌های کلان اقتصادی، بویژه سیاست‌های ارزی است. با کاهش ارزش پول ملی، قیمت جهانی محصولات تفاوت چشمگیری با قیمت‌های داخلی پیدا می‌کند که اگرچه آثار تورمی آن در بلندمدت بر قیمت‌های تولیدکننده نیز وارد می‌شود، اما در کوتاه‌مدت باعث دریافتی اندک تولیدکنندگان در مقایسه با رقبای خارجی می‌شود. علت دیگر آن رویکرد حمایت از مصرف‌کننده در بخش کشاورزی به دلیل اهداف امنیت غذایی و رضایت شهروندان است که موجب تلاش دولت‌ها در کنترل و تثبیت قیمت‌ها به زیان تولیدکننده در بازار داخلی می‌شود و موضوع دیگر، سهم اندک تولیدکنندگان از حاشیه بازار در پی فعالیت ناکارآمد واسطه‌ها است. به طوری که در مورد محصولات صادراتی که سهمی در سبد کالاهای اساسی نیز ندارند (تا سیاست‌های حمایت از مصرف‌کننده درباره آنها به اجرا درآید) مانند زعفران، عناب، سنجد، گل محمدی و خشکبار نیز بیش از ۹۰ درصد مالیات پنهان برآورد شد که از رقابت‌پذیری کشاورزان می‌کاهد. در حالی که تنظیم و اجرای سیاست‌های کلان، ارزی، تجاری و گمرکی و همچنین سیاست‌های قیمتی و بودجه‌ای مناسب در بخش کشاورزی در جهت حمایت از این محصولات که سازگار با منابع دریاچه نیز هستند، تقویت رقابت‌پذیری، بهبود ارزآوری از طریق توسعه صادرات به همراه حفظ منابع آبی در منطقه را در پی دارد. پیاده سازی سامانه بازار محصولات سازگار با دریاچه ارومیه نیز به کاهش مالیات پنهان تولیدکننده منجر شده و حمایت واقعی را از تولیدکننده با کمترین هزینه برای دولت به همراه خواهد داشت.

طراحی سامانه جامع بازار محصولات سازگار با دریاچه ارومیه محصولات سازگار با دریاچه و ارائه بسته پیشنهادی نهایی کاربردی در جهت کاهش معیشت‌های آب‌بنیان و برندسازی و توسعه کسب و کارهای سازگار

در دهه‌های اخیر، افزایش فزاینده جمعیت بشر بر روی کره زمین نیاز به تولیدات کشاورزی و دامی را افزایش داده و در کنار آن استفاده نامناسب و غیر اصولی از منابع طبیعی بدون توجه به قابلیت و توان تولید آن سبب تخریب گسترده آن شده است. وضعیت کنونی دریاچه ارومیه که حاصل عملکرد مجموعه‌ای از عوامل انسانی و طبیعی طی دهه‌های گذشته است، از ابعاد مختلف آن طی چند سال گذشته مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. علی‌رغم ارائه راهکارهای متعدد، احیای دریاچه ارومیه همچنان در صدر مطالبات زیست محیطی کشور قرار دارد. از آنجایی که هدف اصلی این مطالعه ساماندهی بازار و برندسازی برای محصولات سازگار با منابع دریاچه ارومیه است، سامانه بازار محصولات سازگار دریاچه ارومیه نیز همگام با این مطالعه به صورت الکترونیکی طراحی شده است که گامی اجرایی برای حل مشکلات تولید و بازاریابی محصولات منتخب پس از بررسی‌های متعدد بخش مطالعاتی که در فصول پیشین به تفصیل بیان شد، به شمار می‌آید.

براساس شکل ۱ این سامانه اجزای زنجیره تامین محصولات سازگار با دریاچه ارومیه را از تامین‌نهاد تا تولید محصول و بازاریابی تا مصرف‌کننده نهایی در بر می‌گیرد. همچنین در این سامانه امکان خرید و فروش محصولات سازگار فراهم شده و به وسیله آن نظام عرضه و تقاضا هوشمندسازی خواهد شد. از اهداف دیگر این سامانه ثبت

آنلاین چالش‌های تولید و بازار برای محصولات سازگار با دریاچه و انتقال این چالش‌ها به صورت آنلاین و در کمترین زمان به سیاست‌گذار است تا نسبت به رفع این چالش‌ها برای محصولات سازگار با دریاچه ارومیه اقدام شود و به این ترتیب اقبال کشاورزان بیش از پیش به این محصولات افزایش خواهد یافت. به طور کلی این سامانه در دسترس مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، تامین‌کنندگان نهاده‌ها، واسطه‌ها، کارخانجات تولیدی، سازمان‌های جهاد کشاورزی، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های تولیدی و سایر ذی‌نفعان با کاربردهای مختلف قرار می‌گیرد.



شکل ۰- بازیگران بازار اصلی و سامانه محصولات منتخب سازگار با حفظ و احیای دریاچه ارومیه

منبع: یافته‌های پژوهش

امکانات و اهداف سامانه

همانطور که در مقدمه هم بیان شد، مهم‌ترین هدف این سامانه ایجاد رفاه اقتصادی بیشتر برای کشاورزان منطقه و در عین حال کمک به احیای سرمایه‌های ملی است. از این رو برای آن امکانات مختلفی در نظر گرفته شده است که از میان آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- فروش اینترنتی محصولات سازگار با احیای دریاچه ارومیه با قیمتی مناسب‌تر از فروش فعلی
- انتقال آنلاین مشکلات تولید، فروش و صادرات به مسئولین
- اطلاع‌رسانی آنلاین حمایت‌ها، تغییر قوانین و تصمیم‌گیری مسئولین به فعالان زنجیره تأمین
- فراهم‌آوری امکان خرید مستقیم کارخانه‌های فراوری از تولیدکنندگان و کشاورزی قراردادی
- فراهم‌آوری امکان خرید و دسترسی تولیدکنندگان به نهاده‌های تولید با قیمت کمتر و در زمان مناسب
- برقراری ارتباط تولیدکنندگان با انبارها و سردخانه‌ها و شرکت‌های باربری و رصد ظرفیت انبارهای موجود در جوار محل تولید

- برقراری ارتباط تولیدکنندگان از طریق این نرم افزار با شرکت های بازرگانی خارجی
- درآمدزایی برای کشاورزان از طریق توسعه گردشگری کشاورزی
- ایجاد اطمینان در مصرف کنندگان از خرید محصول بی واسطه، با کیفیت، با قیمت مناسب از منطقه

منافع سامانه برای تولیدکنندگان محصولات سازگار

از جمله منافی که برای تولیدکنندگان در این سامانه پیش بینی می شود شامل موارد زیر است که می تواند به افزایش انگیزه کشاورزان برای تولید محصولات سازگار با حفظ و احیای دریاچه ارومیه بیانجامد.

- افزایش منافع با بهبود بازاریابی، افزایش فروش، افزایش سهم از حاشیه بازار و کاهش هزینه های مبادله
- افزایش کارایی زنجیره تامین با تسهیل ارتباط با تامین کنندگان خدمات و نهاده ها، صنایع تبدیلی و شرکت های بازرگانی خارجی
- تسریع انتقال مشکلات تولید و بازاریابی به نهادهای مربوطه
- دریافت رایگان خدمات مشاوره فنی و اقتصادی
- کاهش ضایعات
- امکان کسب درآمد از گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم)
- احساس مثبت کمک به مسئولیت اجتماعی در مقابل محیط زیست

منافع سامانه برای مصرف کنندگان محصولات سازگار

علاوه بر منافی که برای تولیدکنندگان ذکر شد، مصرف کنندگان نیز در این سامانه از منافی برخوردار خواهند بود که چهار مورد اصلی آن به شرح زیر است:

دسترسی مستقیم برای خرید محصولات خاص منطقه شمال غرب کشور

اطمینان از قیمت و کیفیت مناسب با ایجاد شناخت و اعتماد به برند دریاچه ارومیه

امکان استفاده از خدمات مطمئن گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم)

احساس مثبت کمک به مسئولیت اجتماعی در مقابل محیط زیست

چشم انداز سامانه برندسازی محصولات سازگار با حفظ دریاچه ارومیه

همان طور که در **Error! Reference source not found.** مشاهده می شود، اهداف مختلفی از جمله برندسازی جغرافیایی، حفظ دریاچه ارومیه و احیای آن و بهبود معیشت تولیدکنندگان کشاورزی منطقه در چشم انداز اهداف

این سامانه قرار دارد که برندسازی محصولات سالم منطقه در چشم‌انداز بلندمدت آن است.



شکل ۲- چشم‌انداز سامانه برندسازی محصولات حافظ دریاچه ارومیه

معرفی نام و نشان سامانه

با توجه به اهداف سامانه، زبان غالب منطقه، ابعاد بازاریابی داخلی و بین‌المللی این سامانه با نام (دنیز مارکاسی و دامنه denizmarkasi.com) راه اندازی شده است که به معنای برند دریاچه است. مفهوم نشان (لوگو) انتخابی نیز به شرح زیر می‌باشد که در شکل ۳ مشاهده می‌شود:

- قطره آب (نمادی از دریاچه ارومیه و آبادانی)
- پیکان صعودی (نمادی از رشد اقتصادی و بهبود بازار محصولات سازگار با دریاچه ارومیه)
- در هم تنیدگی رنگها (نمادی از رابطه متقابل و بهم گره خوردن محیط زیست، آب و اقتصاد و بازیگران اقتصاد اعم از تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و دولت)
- شکل گرافیکی آبی کمرنگ (نماد حرف اول لاتین نام سامانه (d))



شکل ۳- نشان گرافیکی سامانه برندسازی دریاچه ارومیه

معرفی اجزای سامانه

سامانه برندسازی محصولات حافظ دریاچه ارومیه با هدف بهبود معیشت کشاورزان و افزایش رفاه مصرف‌کنندگان در دسترسی به محصولات این منطقه به نام دنیزمارکاسی طراحی و راه‌اندازی شده است که در شکل شمایی از صفحه اول سامانه دنیزمارکاسی مشاهده می‌شود. سامانه شامل بخش‌های زیر است که در بخش‌های بعدی معرفی خواهد شد:

- بازار نهاده
- بازار محصول
- بخش گردشگری
- بخش خدمات
- کشاورزی قراردادی
- ثبت چالش‌های تولید و بازار
- مشاوره مالی و اقتصادی
- مشارکت کسب و کار و تامین مالی
- آئین نامه‌ها و قوانین روزآمد کشاورزی

صفحه اصلی

بازار نهاد

بازار محصول

گردشگری

خدمات

کشاورزی قراردادی

درپاره ما

تماس ما

ورود

ثبت نام

گردشگری

گردشگری از باغات و مزارع زیبا علاوه بر اینکه خاطره ای جاودانه را برای متقاضیان آن خلق نموده و امکان خرید مستقیم و بی واسطه محصولات را فراهم خواهد نمود، به افزایش منافع غیر مستقیم کشاورزی سازگار با منابع دریایچه ازمیه منجر خواهد شد.

مشاوره رایگان

فی و اقتصادی

آیین نامه ها و قوانین به روز کشاورزی

مشارکت کسب و کار و تامین مالی

ثبت و رسیدگی به چالش ها و موانع تولید و بازار

تازه های بازار

روغن آفتابگردان
قیمت: 80,000 تومان
به ازای هر لیتر
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 5 لیتر

گل محمدی
قیمت: 30,000 تومان
به ازای هر شاخه
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 600 شاخه

انجور
قیمت: 80,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 78 کیلوگرم

لوبیا
قیمت: 120,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 46 کیلوگرم

مشاوره رایگان فی
قیمت: رایگان
به ازای هر ساعت
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید

مشاوره رایگان مالی
قیمت: رایگان
به ازای هر روز
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید

کود نیلوت
قیمت: 120,000 تومان
به ازای هر بسته
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 70 کیلوگرم

پسته
قیمت: 340,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 10 کیلوگرم

بستجد
قیمت: 80,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 15 کیلوگرم

عناب
قیمت: 40,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 28 کیلوگرم

عدس
قیمت: 100,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 30 کیلوگرم

عسل
قیمت: 300,000 تومان
به ازای هر کیلوگرم
★★★★★
❗ برای خرید ابتدا وارد شوید
موجودی انبار: 120 کیلوگرم

بیشتر

کاربر گرام

این بخش هم اکنون در حال بروزرسانی است و به زودی 10 نامین کننده برتری که بیشترین رضایت از خرید را به صورت مانتانه دریافت کرده اند نمایش خواهد داد

کسب و کارهای نمونه

نامین کنندگان برتر این ماه به انتخاب مشتریان

نام نامین کننده

★★★★★

رضایت مشتریان: %94

مشاهده محصولات

نام نامین کننده

★★★★★

رضایت مشتریان: %94

مشاهده محصولات

نام نامین کننده

★★★★★

رضایت مشتریان: %94

مشاهده محصولات

نام نامین کننده

★★★★★

رضایت مشتریان: %94

مشاهده محصولات

نمایشهای امتیاز

اطلاعات تماس

شماره تماس: 09224260645
ایمیل: almahmoudi@gmail.com
اینستاگرام: @denmakani
آدرس: تهران، کرج، چهارراه دانشکده، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

لینک های مفید

بازار خرید و فروش
حساب کاربری
درپاره ما
تماس ما

© تمام حقوق مادی و معنوی این سامانه متعلق به تیم دبیرمژگانس می باشد

شکل ۴- شمایی از صفحه اول سامانه دنیزمارکاسی

ورود و ثبت نام در سامانه

به منظور سهولت ورود و ثبت نام در سامانه، ثبت نام فرد تنها با شماره تلفن همراه، نام خانوادگی و ایجاد یک نام کاربری از طریق صفحه مشاهده شده در شکل ۵ امکان پذیر خواهد بود.

The image contains two screenshots of a web application interface for login and registration. Both screenshots feature a background image of a snowy mountain landscape. The top screenshot is the login form, titled 'ورود به حساب کاربری' (Login to user account). It has two input fields: 'تلفن همراه' (Mobile phone) and 'کلمه عبور' (Password). Below these is a checkbox labeled 'مرا به خاطر بسپار' (Remember me). A blue 'ورود' (Login) button is at the bottom. Below the button, there is a link 'حساب کاربری ندارید؟ ثبت نام' (Don't have an account? Register) and a link 'فراموشی کلمه عبور' (Forgot password). The bottom screenshot is the registration form, titled 'ثبت نام' (Registration). It has four input fields: 'نام کاربری' (Username), 'تلفن همراه' (Mobile phone), 'کلمه عبور' (Password), and 'تکرار کلمه عبور' (Repeat password). A blue 'ثبت نام' (Register) button is at the bottom. Below the button, there is a link 'حساب کاربری دارید؟ ورود' (Have an account? Login). Both screenshots have a navigation bar at the top with links: 'صفحه اصلی' (Home), 'بازار نهاده' (Feed market), 'بازار محصول' (Product market), 'گردشگری' (Tourism), 'خدمات' (Services), 'کشاورزی قراردادی' (Contract farming), 'درباره ما' (About us), and 'تماس با ما' (Contact us). There are also buttons for 'ثبت نام' (Register) and 'ورود' (Login) in the top left corner of each screenshot.

شکل ۵- صفحه ورود و ثبت نام سامانه دنیزمارکاسی

امکانات صفحه کاربری

امکانات صفحه کاربری اعضا شامل موارد مختلفی است که از مهم ترین آن ها می توان به ثبت تقاضا و عرضه به صورت آگهی، ویرایش آگهی های ثبت شده، ویرایش اطلاعات حساب کاربری، امکان طراحی بازاریابی شبکه ای و در نهایت به امکان رتبه بندی کاربران اشاره کرد که در شکل ۸ مشاهده می شود.



ثبت آگهی جدید

اطلاعات آگهی خود را در فرم زیر وارد کنید

استان	شهرستان	قیمت	واحد قیمت
انتخاب کنید...	انتخاب کنید...		
تقاضا یا عرضه	نوع آگهی	از تاریخ	تا تاریخ
انتخاب کنید...	انتخاب کنید...		
گروه	زیرگروه	تلفن همراه مرا نشان بده ☐	
انتخاب کنید...	انتخاب کنید...		
عنوان آگهی			
توضیحات آگهی			

ثبت آگهی

شکل ۶- امکانات صفحه کاربری سامانه دنیزمارکاسی

بازار نهاد

در این بخش، تمرکز سامانه بر آن است که با فراهم کردن بازار آنلاین برای عرضه و تقاضای نهاده‌های کشاورزی از قبیل سموم شیمیایی، بذر، کودهای شیمیایی و... به رفع موانع و چالش‌های موجود در بازار نهاده و حلقه تولید در زنجیره ارزش کمک کند و با حداکثر کردن سهولت و سرعت ارتباط بین عرضه‌کننده و تقاضا کننده و کاهش هزینه‌های مبادله با روشی نوین به رونق بازار نهاده و محصول بیافزاید (شکل ۷).



شکل ۷- عرضه و تقاضای بازار نهاده در سامانه دنیزارکاسی

بازار محصول

در بخش بازار نهاده، همانطور که در شکل مشاهده می‌شود، با ثبت تقاضای کاربران و متقابلاً تطبیق آن با عرضه‌های ثبت شده توسط تامین کنندگان، بستر مناسبی برای بهبود کارایی بازار محصولات سازگار با دریاچه ارومیه ایجاد می‌شود که توأم با رشد اقتصادی و رونق بازار، منابع محیط زیستی منطقه نیز حفظ می‌شود.



شکل ۸- عرضه و تقاضای بازار محصول در سامانه دنیزارکاسی

فرایند خرید

تلاش شده است تا فرایند خرید در سامانه دنیزارکاسی برای کاربران، در عین کاربردی بودن، ساده‌سازی شود تا

افراد مختلف در حداقل زمان و با هر سطحی از دانش فناوری اطلاعات (رایانه و تلفن همراه) توانایی استفاده از آن را داشته باشند که در ادامه به شرح این مراحل پرداخته می‌شود:

نمایش سبد خرید

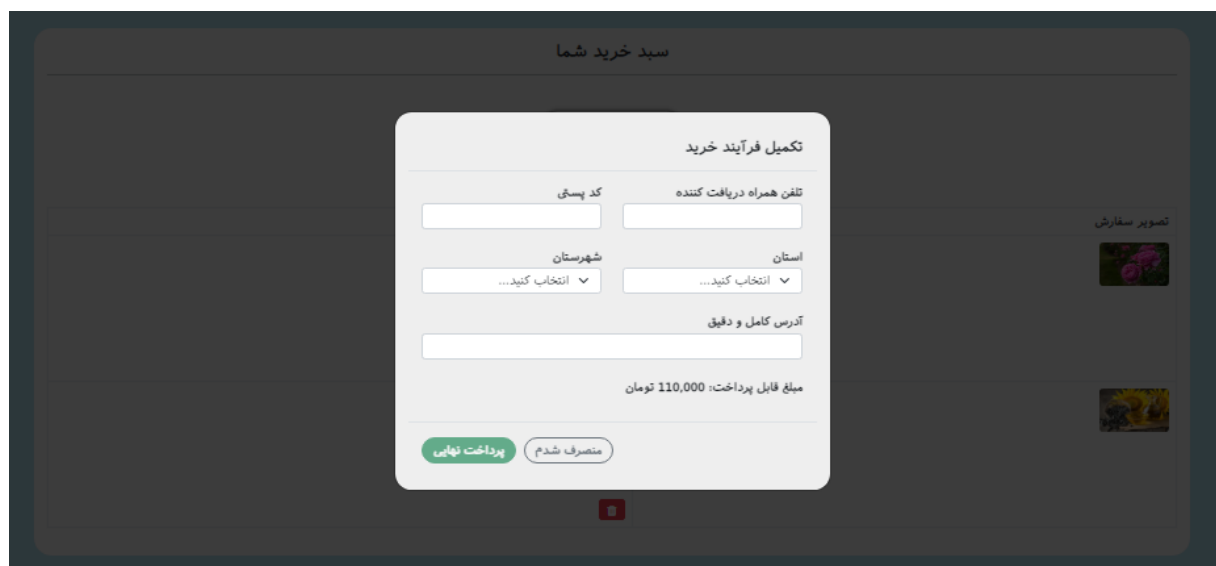
پس از انتخاب محصولات، مطابق شکل ۹ کاربر می‌تواند با مشاهده سبد خرید اقدام به تکمیل فرایند یا حذف محصولات نمایند.



شکل ۹- سبد خرید در سامانه دنیزمارکاسی

ورود مشخصات

در این بخش اگر کاربر تصمیم نهایی برای تکمیل فرایند خرید داشته باشد، اطلاعات تکمیلی را طبق فرم شکل ۱۰ وارد کرده و به بخش بعدی خرید هدایت خواهد شد.



شکل ۱۰- تکمیل اطلاعات خرید

نمایش سفارش در انتظار ارسال

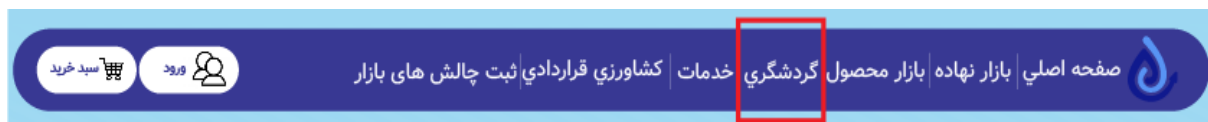
پس از تکمیل مراحل خرید توسط کاربر، صفحه‌ای مطابق شکل ۰ نمایش داده می‌شود که شامل مشخصات سفارش ارسال شده و مرحله انجام درخواست خرید است.

سفارشات	
چربیات	گل محمدی 30,000 تومان 2 09224260645 111111111111111111 فلکه دوم صادقیه - ابتدای بلوار فردوس شرق - خ ولیعصر - خ تقدیری شرقی - پ 46 - زنگ 7
عسل	300,000 تومان 1 09224260645 111111111111111111 فلکه دوم صادقیه - ابتدای بلوار فردوس شرق - خ ولیعصر - خ تقدیری شرقی - پ 46 - زنگ 7
انگور یاقوتی	15,000 تومان 2 09224260645 111111111111111111 فلکه دوم صادقیه - ابتدای بلوار فردوس شرق - خ ولیعصر - خ تقدیری شرقی - پ 46 - زنگ 7

شکل ۰- نمایش سفارش در انتظار ارسال، پس از تکمیل مراحل خرید

گردشگری

همان‌طور که در فصل‌های پیشین بیان شد، یکی از علاقمندی‌های باغداران و مردم، گردشگری کشاورزی است. در این قسمت تلاش سامانه، فراهم کردن پلتفرمی برای عرضه و تقاضای گردشگری باغ و باغچه و غیره برای تفریح و همچنین خرید مستقیم محصولات می‌باشد. امید است با گسترش گردشگری در حوزه دریاچه ارومیه و رونق کسب و کارهای مرتبط از جمله صنایع دستی، وابستگی معیشت کشاورزان به درآمد آب‌بنیان کاهش یابد. از این رو، همان‌طور که در شکل مشاهده می‌شود بخشی برای هماهنگی بازدید از باغچه و باغ ایجاد شده است.



شکل ۱۲- گردشگری کشاورزی در سامانه دنیزمارکاسی

خدمات

خدمات در بخش‌های مختلف زنجیره عرضه محصولات کشاورزی از اهمیت فراوانی برخوردار است که برای تسهیل دسترسی تولیدکنندگان و سایر فعالان بخش کشاورزی، این بخش نیز در سامانه دنیزمارکاسی در نظر گرفته شد. بخش خدمات در این سامانه متشکل از چهار بخش زیر است: ۱- بازار خدمات بازرگانی ۲- بازار حمل و نقل ۳- بازار اجاره انبار و سردخانه و ۴- بازار اجاره واحدهای سورتینک (تفکیک سازی بر اساس اندازه و کیفیت) و بسته‌بندی.

در هر بخش عرضه کننده با ثبت توانایی خویش در ارائه خدمات و تعیین زمان آن و از طرفی دیگر تقاضا کننده با ثبت نیاز خود به موارد بالا در بازه زمانی مشخص شده و تطبیق آنها، می‌توانند نیاز یکدیگر را در زمان مناسب با

بهترین هزینه تامین کنند (شکل).



شکل ۱۳- عرضه و تقاضای خدمات کشاورزی در سامانه دنیزمارکاسی

کشاورزی قراردادی

کشاورزی قراردادی در واقع یک نوع قرارداد مشخص میان کشاورزان و خریداران است که تفسیر حقوقی آن صرفاً یک رابطه مستقیم میان فروشنده و خریدار نیست، بلکه ایجاد کننده زمینه همکاری مستمری است که در قالب مشارکت تجاری ایجاد شده در قالب عقود مشارکتی قرار می‌گیرد که در آن کشاورز متعهد به تامین حجم و کیفیت مطروحه در قرارداد و خریدار متعهد به تحویل گرفتن به موقع محصول و پرداخت حقوق کشاورز مطابق با توافق مندرج در قرارداد می‌شود. عقد این نوع قرارداد با کشاورزان کوچک مقابله با محدودیت زمین شده و محصول همگن تولید شده و ریسک درآمدی کشاورزان نیز کاهش می‌یابد. از این رو در سامانه دنیز مرکزی نیز این قابلیت وجود دارد تا در زنجیره عرضه، بخش کشاورزی را به بخش صنعت مرتبط ساخته و در جهش تولید مؤثر باشد (شکل ۰۱۱۴).



شکل ۱۰۱۴- کشاورزی قراردادی در سامانه دنیزمارکاسی

ثبت چالش‌های بازار و موانع تولید

از گذشته تا به امروز مشکلاتی در مراحل مختلف پیش تولید تا بازار برای کشاورزان بوده است که رسیدگی به آنها به دلایل مختلف ناممکن بوده و گاهی از دید مسئولین مرتبط دور مانده است؛ به همین دلیل براساس

شکل یکی از بخش‌های پیش‌بینی شده برای سامانه دنیز مرکسی، ثبت چالش‌های بازار به صورت آنلاین است و پیام‌های ثبت شده در این بخش در کمترین زمان به نهاد مربوطه ارجاع داده می‌شود که با همکاری سازمان‌های مختلف می‌تواند گامی بلند در برطرف کردن سریع و به‌هنگام این مشکلات باشد.





شکل ۱۵- ثبت چالش‌های بازار و موانع تولید در سامانه دنیزارکاسی

مشاوره فنی و اقتصادی

براساس شکل در این بخش مشاوره توسط تیم مشاوره سامانه (متشکل از کاربران متخصص احراز هویت شده و دارای صلاحیت) به تقاضا کننده به دو صورت حضوری و تلفنی ارائه می‌شود تا تقاضاکننده مشاوره، چالش‌ها و موانع و همچنین نقاط قوت و ضعف تولید و بازار خود را بهتر مدیریت کند؛ شایان ذکر است تامین تمامی حق‌الزحمه کارشناسان، از طریق سود برند دنیزارکاسی امکان‌پذیر است.



شکل ۱۶- مشاوره فنی و اقتصادی در سامانه دنیزارکاسی

مشارکت در کسب و کار و تامین مالی

تقاضا یا عرضه

انتخاب کنید....

حداکثر نیاز مالی (به ریال)

حداکثر تامین مالی (به ریال)

کسب و کار

کسب و کار مورد نظرتان

امکانات

انتظارات

تلفن همراه (توجه داشته باشید که پس از تایید شدن این آگهی توسط پشتیبانی سامانه از طریق این تلفن همراه با دیگران در ارتباط خواهید بود)

ثبت

همان‌طو که در

شکل مشاهده می‌شود، هدف از ایجاد این بخش در سامانه کمک به مشارکت میان کشاورزان، صنایع، سرمایه‌گذاران و سایر افرادی است که به طرق مختلف با امکانات خود مایل به مشارکت در کسب و کارهای کشاورزی هستند تا با ایجاد بستری مناسب فضای مطلوب تری را برای توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و تامین مالی آن فراهم آورد.

The screenshot shows a web interface with a top navigation bar containing four menu items: 'ثبت و رسیدگی به چالش‌ها و موانع تولید و بازار' (Registration and handling of challenges and production and market obstacles), 'مشارکت کسب و کار و تامین مالی' (Business partnership and financial guarantee), 'آیین نامه‌ها و قوانین به‌روز کشاورزی' (Agriculture laws and regulations), and 'مشاوره رایگان فنی و اقتصادی' (Free technical and economic consultation). The second menu item is highlighted with a red box. Below the navigation bar is a form titled 'تقاضا یا عرضه' (Request or Offer). The form includes a dropdown menu for 'انتخاب کنید...' (Select...), followed by input fields for 'حداکثر نیاز مالی (به ریال)' (Maximum financial need (in Rials)), 'حداکثر تامین مالی (به ریال)' (Maximum financial guarantee (in Rials)), 'کسب و کار' (Business), 'کسب و کار مورد نظرتان' (Your business of interest), 'امکانات' (Facilities), and 'انتظارات' (Expectations). At the bottom of the form is a green button labeled 'ثبت' (Register). A note at the bottom of the form states: 'تلفن همراه (توجه داشته باشید که پس از تایید شدن این آگهی توسط پشتیبان سامانه از طریق این تلفن همراه با دیگران در ارتباط خواهید بود)' (Mobile phone (Please note that after this announcement is approved by the system administrator, you will be able to communicate with others through this mobile phone)).

شکل ۱۷- مشارکت کسب و کار و تامین مالی در سامانه دنیزمارکاسی

آیین‌نامه‌ها و قوانین به‌روز کشاورزی

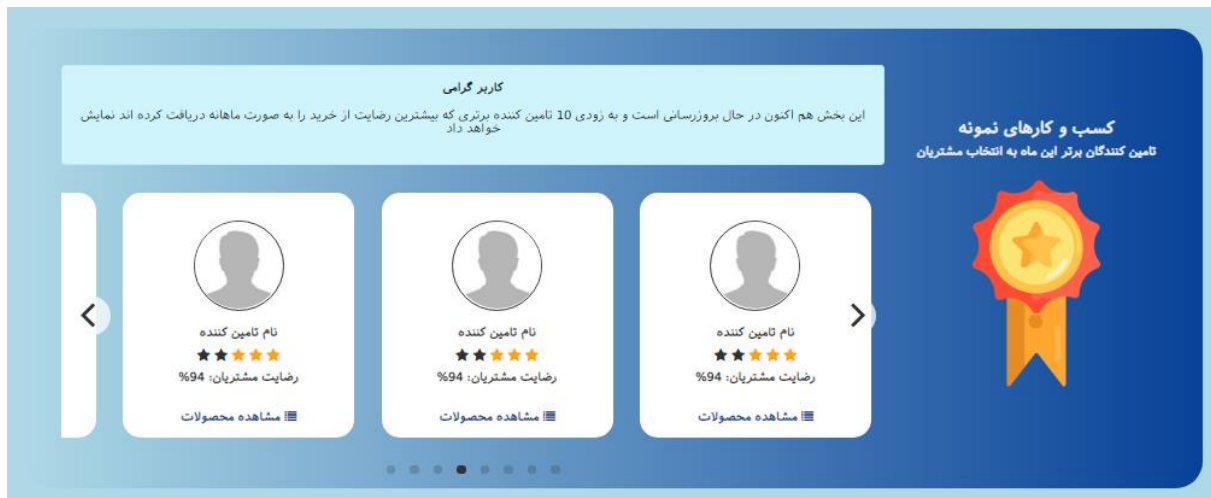
با توجه به تغییراتی که همواره در قوانین و آیین‌نامه‌ها ایجاد می‌شود، تیم دنیز مارکاسی برای سهولت دسترسی کشاورزان و آگاهی از این تغییرات، مجموعه‌ای از قوانین و آیین‌نامه‌ها و استانداردهای به‌روز مرتبط با تولید، بازار و صادرات محصولات کشاورزی را در این بخش از سامانه درج کند (شکل ۱۸).

The screenshot shows the same web interface as Figure 17, but with the third menu item, 'آیین نامه‌ها و قوانین به‌روز کشاورزی' (Agriculture laws and regulations), highlighted with a red box.

شکل ۱۸- آیین‌نامه‌ها و قوانین به‌روز کشاورزی در سامانه دنیزمارکاسی

کسب و کارهای نمونه

به منظور ایجاد انگیزه و تقویت رقابت‌پذیری بین کسب و کارهای فعال در سامانه، بخشی برای نمایش کسب و کارهای نمونه طراحی شده است. در این بخش کشاورزان و دیگر کاربرانی که امتیاز بیشتری از نظرات مشتریان، کیفیت محصول و انجام به موقع تعهدات در تامین محصولات درخواستی و سایر شاخص‌ها در یک بازه زمانی کسب کنند، معرفی می‌شوند که دیگران نیز می‌توانند با آنها وارد معامله و یا رقابت شوند (شکل ۱۹).



شکل ۱۹- کسب و کارهای نمونه در سامانه دنیزمارکاسی

محصولات جدید

همانطور که اشاره شد هدف از ایجاد این سامانه ساماندهی بازار است و در عین حال تامین کیفیت و ایجاد رضایت برای مصرف کننده؛ به همین دلیل بخشی که در شکل ۲۰ مشاهده می شود در قسمتی از صفحه اصلی طراحی شده است تا هم محصولات جدیدتر را به متقاضیان نشان دهد و هم موجب سهولت و سادگی بازدید از این محصولات شود. شایان ذکر است، با باز کردن صفحه مربوط به هر آگهی در بخش های مختلف سامانه، اطلاعات مرتبط با آن از جمله موجودی انبار، زمان عرضه، ویژگی ها و سایر اطلاعات درج شده توسط آگهی کننده درباره محصول قابل مشاهده است. همچنین نمایش امتیاز داده شده به هر محصول و تامین کننده توسط کاربران سامانه نیز برای کمک به تصمیم گیری بهتر کاربران در نظر گرفته شده است.

— تازه‌های بازار —

 عدس قیمت: 100,000 تومان به ازای هر کیلوگرم ★★★★★ افزودن به سبد خرید موجودی انبار: 30 کیلوگرم	 عسل قیمت: 300,000 تومان به ازای هر کیلوگرم ★★★★★ افزودن به سبد خرید موجودی انبار: 120 کیلوگرم	 روغن آفتابگردان قیمت: 80,000 تومان به ازای هر لیتر ★★★★★ افزودن به سبد خرید موجودی انبار: 5 لیتر	 گل محمدی قیمت: 30,000 تومان به ازای هر شاخه ★★★★★ افزودن به سبد خرید موجودی انبار: 600 شاخه	 نخود قیمت: 80,000 تومان به ازای هر کیلوگرم ★★★★★ افزودن به سبد خرید موجودی انبار: 78 کیلوگرم	 لوبیا قیمت: 120,000 تومان به ازای هر کیلوگرم ★★★★★ افزودن به سبد خرید موجودی انبار: 46 کیلوگرم
---	--	---	--	---	---



عنوان آگهی: عذاب
امتیاز: ★★★★★
توضیحات آگهی: عذاب تازه ارومیه
قیمت: 40,000 تومان | به ازای هر کیلوگرم
از تاریخ 1400/03/01 تا تاریخ 1400/04/01

افزودن به سبد خرید

تولید کننده: shadrasanji
موجودی انبار: 28 کیلوگرم
تاریخ ثبت آگهی: 1400/01/26

نام و نام خانوادگی

name@example.com

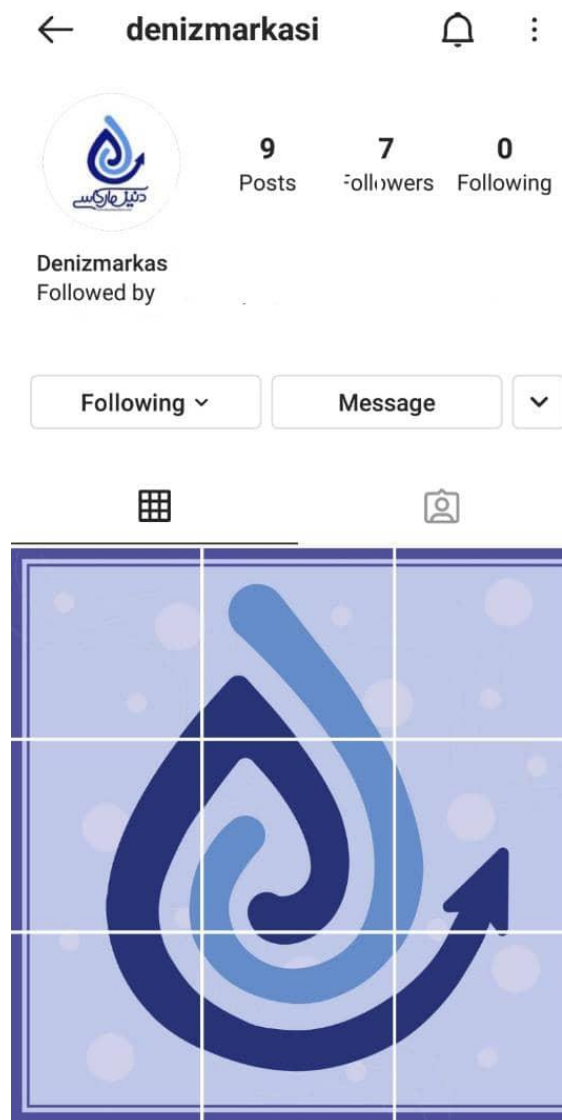
نظر شما

ثبت نظر

شکل ۲۰- محصولات جدید در سامانه دنیزمارکاسی

برند دنیزمارکاسی در شبکه‌های اجتماعی

امروزه یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های برندسازی، حضور در شبکه‌های اجتماعی و تعامل دوجانبه با بازار هدف است که این امر با بهبود سئوی سایت سامانه به افزایش بازدید و فروش خدمات از سایت نیز می‌انجامد. از این رو همان‌طور که در شکل ۲۱ مشاهده می‌شود، صفحه‌ای برای برند دنیزمارکاسی در شبکه پرمخاطب اینستاگرام ایجاد شده است.



شکل ۲۱- برند سامانه دنیزمارکاسی در شبکه‌های اجتماعی

بازمهندسی سامانه و ارائه الگوی سامانه نهایی کسب و کارهای سازگار با دریاچه ارومیه

همانطور که در بخش مربوط به سامانه ارائه گردید، این سامانه کوشش دارد کارایی زنجیره تامین محصولات کشاورزی را ارتقاء داده تا ضمن پایداری معیشت کشاورزان منطقه، به حفاظت و احیاء دریاچه ارومیه مساعدت نماید. علاوه بر آن، با توجه به نتایج که بیانگر وجود ادراک مصرف‌کنندگان نسبت به برند جغرافیایی است، با فعالیت این سامانه به برندسازی محصولات سازگار با دریاچه در بلندمدت کمک خواهد شد که حفاظت از دریاچه، پایداری معیشت کشاورزان و جلوگیری از معضلات اجتماعی - اقتصادی از جمله مهاجرت، فقر، بیکاری و سایر مشکلات مرتبط را به همراه خواهد داشت. البته لازم است در دوره‌های اول اجرای این سامانه در قالب یک کسب و کار، باتوجه به عملکرد این دوره‌ها، بازمهندسی از سامانه جهت رفع نواقص احتمالی و تقویت برخی بخش‌ها انجام گیرد.