



دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گراگان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد اول، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳
<http://jead.gau.ac.ir>

بازاریابی اینترنتی و خدمات کشاورزی تحت وب، گامی برای کارآفرینی در بخش کشاورزی

*محمد اسماعیلی اول^۱، محمدرضا محبوبی^۲، اسماعیل شهبازی^۳ و

اسماعیل کریمی دهکردی^۴

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان،

^۲دانشیار و عضو هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان،

^۳استاد گروه آبادانی روستاها، پارک علمی - تحقیقاتی دانشگاه شهید بهشتی، ^۴استادیار و عضو هیأت علمی

گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۲/۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۵/۸

چکیده

امروزه به کارگیری اینترنت و وب در تمامی حوزه‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و فعالیت آن گسترش قابل توجهی داشته است. بخش کشاورزی نیز از این قاعده مستثنی نیست و نقش اینترنت در توسعه کشاورزی امری بدیهی است و کارکردهای ویژه‌ای نیز دارد. از جمله کارکردهای اینترنت در کشاورزی می‌توان به توسعه اقتصادی مولدان کشاورزی؛ کمک به عمران اجتماعی؛ گسترش شبکه‌های رسانه‌ای جدید؛ حذف واسطه‌ها و کاهش مستقیم قیمت‌ها؛ اجتماع مجازی و هماهنگی کشاورزان و فعالان این بخش؛ و از همه مهم‌تر ارائه اطلاعات سریع، دقیق و به موقع به کشاورزان اشاره نمود. نتایج بررسی‌ها نشان داد در سطح جهان وبسایت‌های بسیاری در زمینه کشاورزی به صورت دولتی و خصوصی فعالیت می‌کنند. بسیاری از این وبسایت‌ها دولتی بوده و به ارائه اطلاعات و خدمات دولتی به کشاورزان و فعالان این بخش می‌پردازند. توسعه پورتال‌های کشاورزی برای اجتماع مجازی فعالان کشاورزی؛ درآمدزایی از طریق تبلیغات و ایجاد زمینه برای تشکیل شرکت‌های مجازی جهت ارائه

*مسئول مکاتبه: esmaili69@gmail.com

خدمات مختلف می‌تواند برای فارغ‌التحصیلان کشاورزی و مدیران وب‌سایت‌ها ایجاد کارآفرینی و کسب و کار نماید. یافته‌های حاصل از مرور منابع بیانگر آن است که علی‌رغم گستره زیاد فعالیت‌های اینترنتی و قابلیت‌های متعدد در به‌کارگیری خدمات تحت وب، تاکنون در ایران اقدامات خاصی در این زمینه انجام نشده است. بنابراین از جمله پیشنهادهای این پژوهش، ارائه خدمات تحت وب توسط دستگاه‌های دولتی و مؤسسات خصوصی بخش کشاورزی به‌منظور ارائه خدمات با کیفیت‌تر و نیز ارتقای سطح خدمت‌رسانی به کشاورزان و فعالان بخش کشاورزی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: خدمات کشاورزی، بازار الکترونیکی، کارآفرینی، اینترنت، خدمات تحت وب

مقدمه

بخش کشاورزی، از بخش‌های اقتصاد کشور است که تأمین‌کننده سهم مهمی از تولید ناخالص داخلی، اشتغال، نیازهای غذایی، صادرات غیرنفتی و نیاز صنایع است. این بخش طی چند دهه گذشته با رشد تدریجی ولی پیوسته همچنان نقش تعیین‌کننده‌ای در اقتصاد کشور ایفا نموده است و حتی در شرایط بسیار نامطلوب اقتصادی نیز شکوفایی و ظرفیت‌های خود را نشان داده است (گل محمدی، ۱۳۸۶).

در سال ۱۹۸۴ با هدف پیشبرد تجارت آزاد و عادلانه در میان کشورها، مذاکرات و گفتگوهای طولانی مدتی انجام شد که منجر به توافق عمومی در تعرفه‌ها و تجارت جهانی گردید. نتیجه این مذاکرات در سال ۱۹۹۵ منجر به شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی (گات) شد. در این مذاکرات توافق ویژه‌ای نیز در عرصه اصلاح تجارت محصولات کشاورزی حاصل شد که طی آن کشورهای عضو به تلاش برای دسترسی به بازار و رقابت صادراتی و کاهش حمایت دولتی از بخش تجارت جهانی محصولات کشاورزی تشویق و متعهد می‌شدند (Robbins, 1999).

این در حالی است که فرآیند جهانی شدن با چند پدیده و عامل دیگر، گسترش بیشتری یافته و این عوامل عبارتند از: پول، فناوری، حمل و نقل و رسانه‌های الکترونیک. به‌نظر می‌رسد رسانه‌های الکترونیک مانند اینترنت و ماهواره سرعت این پدیده را تشدید کرده است (ادریسی، ۱۳۸۳). مجموعه این عوامل ضرورت ایجاد بازارهای الکترونیکی در بخش کشاورزی را دوچندان نموده است. علاوه بر این برای توسعه کاربرد فناوری اطلاعات در بخش کشاورزی ایران باید به تمام بخش‌های ممکن که می‌توانند در این بخش استفاده شوند توجه نمود. این به معنای آن است که لازم است فناوری

اطلاعات در تمامی زمینه‌های مربوط به بخش کشاورزی اعم از مشاوره، خدمات، تأمین نهاده‌ها، فروش و ... فعالیت نماید.

از این‌رو با توجه به ضرورت ورود اینترنت به فعالیت‌های علمی و خدماتی بخش کشاورزی و همچنین بازاریابی اینترنتی و ارائه خدمات کشاورزی تحت وب، این پژوهش با هدف ارائه توضیحاتی در رابطه با فناوری اطلاعات، اینترنت و کارکردهای آن در کشاورزی و بازاریابی اینترنتی محصولات به صورت مروری به انجام رسیده است.

اینترنت و وب (وبسایت): شبکه اینترنت در سایه وب جهان‌گستر، به یکی از قدرتمندترین و سریع‌ترین ابزار ارتباط و تعامل میان انسان‌ها تبدیل شده است. کاربرد وب برای کاربران اینترنت چنان بوده است که امروزه بسیاری از افراد اینترنت و وب را معادل هم می‌دانند. همگام با رشد روزافزون کاربران اینترنت، اطلاعات موجود در این محیط رقمی نیز به‌طور شگفت‌آوری در حال افزایش است (مهرداد و بینش، ۱۳۸۶).

شبکه جهان‌گستر وب^۱، محیطی غیرمتمرکز است که توسط افراد مختلفی ایجاد و کنترل می‌شود و برای ورود به آن منابع کمتری نسبت به رسانه‌های اطلاعاتی مرسوم وجود دارد. این امر کاربران را قادر ساخته تا با دانشی اندک در زمینه رایانه و اینترنت بتوانند برای خود یا یک مجموعه (حقیقی - حقوقی) یک سایت راه‌اندازی نمایند. این مسئله باعث ایجاد سایت‌های متعددی گردیده که هر کدام کاربرهای مخصوص به خود دارند (دانش و همکاران، ۱۳۸۷)؛ از این‌رو تعداد منابع قابل دسترس از طریق اینترنت بی‌شمار است. برخی منابع اذعان داشته‌اند که به‌طور متوسط هر ماه بالغ بر ۴۳۵۰۰۰ سایت به شبکه جهانی اینترنت اضافه می‌گردد (Kahen, 2000)، از این‌رو با توجه به کثرت و نوع سایت‌ها، سایت‌های موضوعی و تخصصی جایگاه ویژه‌ای دارند (دانش و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین با توجه به این‌که اینترنت قادر است میزان زیادی اطلاعات و مجلات الکترونیکی را به اشکال مختلف همچون گرافیکی، تصویری و متنی درآورد (Layfield and Scanlon, 1999) بنابراین سایت‌ها منابعی پرکاربرد هستند و استفاده از آن‌ها به نحو چشمگیری امور روزمره را تسهیل و بسیاری از مشکلات بشر را رفع می‌کند. این بدان جهت است که وب مجموعه‌ای عظیم از مدارک است که هر یک برای پاسخگویی به یک نیاز بالقوه ایجاد و در بستر اینترنت منتشر گردیده است (ارسطوپور، ۱۳۸۵).

1- World Wide Web (www)

اهمیت و ضرورت فعالیت‌های اینترنتی در بخش کشاورزی: امروزه به‌کارگیری اینترنت و وب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و فعالیت آن در تمامی حوزه‌ها گسترش قابل توجهی داشته است. به اعتقاد ریچاردسون^۱ (۱۹۷۶) امروزه ما در یک روستای جهانی زندگی می‌کنیم. در روستاهایی که نخبگان آگاه و مطلع در کنار انسان‌های بی‌خبر از همه‌جا زندگی می‌کنند. با فناوری‌های جدیدی که در اختیار است می‌توان این وضعیت را تغییر داد و به توسعه پایدار در جوامع کشاورزی و روستایی کمک نمود. بنابراین این رسانه می‌تواند در بسیاری از بخش‌های مرتبط با کشاورزی تأثیرگذار باشد. از جمله این موارد می‌توان به تسهیل روابط بین دولت و مردم، تسهیل ارائه یارانه‌ها، تسهیل برنامه‌ریزی کلان، ایجاد امکان کنترل دقیق بر روی فرآیندها، ارائه آمارهای دقیق و کامل در هر زمان موردنیاز، فراهم آوردن امکان دسترسی همگان به اطلاعات موردنیاز اشاره نمود (FAO, 1996). همچنین فناوری اطلاعات و ارتباطات امکان جلوگیری از مشکلات قدیمی گریبان‌گیر بخش کشاورزی، نظیر عدم همخوانی عرضه و تقاضا در مورد محصولات مختلف کشاورزی را در جهت بهبود عملکرد کلان دولت‌ها در این بخش فراهم می‌نماید (اطرشی، ۱۳۷۶؛ موسوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۷).

با توجه به آنچه گفته شد، امروزه ارائه خدمات «تحت وب» و به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه کشاورزی بیش از پیش ضرورت یافته و لازم است بخش دولتی و خصوصی وابسته به کشاورزی، خدمات خود را از طریق اینترنت و به‌صورت «برخط^۲» ارائه نمایند. این مهم در توسعه کشاورزی نقش به‌سزایی داشته و در تسهیل خدمات نیز مؤثر خواهد بود.

نقش و کارکردهای اینترنت و وب در حوزه کشاورزی: اینترنت در توسعه کشاورزی و روستایی کارکردهای ویژه‌ای دارد. از جمله این کارکردها می‌توان به توسعه اقتصادی مولدان کشاورزی، کمک به عمران اجتماعی، توسعه فعالیت‌های اقتصادی خرد و متوسط و گسترش شبکه‌های رسانه‌ای جدید اشاره نمود (اطرشی، ۱۳۷۶). با در نظر گرفتن این کارکردها و استفاده از فناوری اطلاعات در فرآیندهای مختلف مرتبط با کشاورزی، علاوه‌بر حذف واسطه‌ها و کاهش مستقیم قیمت‌ها می‌توان با کاهش تلفات مواد غذایی از طریق کاهش زمان رسیدن محصول به مشتری، قیمت تمام شده محصول را نیز کاهش داد. همچنین به‌علت شفافیت امر اطلاع‌رسانی در محیط‌های وب و دسترسی عمومی به اینترنت، این ابزارها می‌توانند به‌عنوان مسیری جهت قیمت‌گذاری شفاف بر محصولات موردنیاز

1- D. Richardson

2- Online

مصرف‌کنندگان مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین با اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع و برنامه‌ریزی‌های مبتنی بر اطلاعات به‌روز و با جلوگیری از اتلاف منابع دولتی که در خریدهای تضمینی، یارانه‌ها و یا آموزش صرف می‌شود، می‌توان به توسعه بخش کشاورزی کمک کرد (موسوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۷). با توجه به تحقیقات انجام‌شده، اغلب کشورهای توسعه یافته دارای ارگان‌هایی هستند که با راهکارهای مختلفی از جمله وب‌سایت به اطلاع‌رسانی و نیز هماهنگی کشاورزان و فعالان این بخش کمک می‌کنند. با کمک به آن‌ها در خریدهای جمعی یا درخواست‌های هماهنگ و برنامه‌ریزی‌های یکنواخت می‌توان راه را برای توسعه روزافزون بخش کشاورزی از طریق کاهش هزینه‌ها و افزایش راندمان فراهم نمود.

با توجه به این‌که از طریق اینترنت می‌توان تمام دنیا را به‌عنوان بازار خرید یا فروش مدنظر داشت. بنابراین امکان یافتن سریع مشتری و یا مواد اولیه و نیز رساندن محصول به‌دست مصرف‌کننده نهایی در نقاط دور دست قبل از فساد ماده غذایی فراهم می‌شود. دولت نیز می‌تواند از طریق اینترنت اطلاعات سریع، دقیق و به موقع را به کشاورزان و فعالان بخش کشاورزی برساند (موسوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۷).

از کارکردهای دیگر اینترنت در حوزه کشاورزی می‌توان به ایجاد بازار الکترونیکی^۱ اشاره نمود. بازار الکترونیکی مجموعه‌ای از خریداران و تأمین‌کنندگان است که از طریق اینترنت هماهنگ و با یکدیگر مرتبط می‌شوند. در واقع، یک فرم از تجارت الکترونیک است که سیستم‌های تأمین خریداران را با سیستم اجرایی فروشندگان هماهنگ کرده و یک فرآیند استاندارد برای مبادلات کسب و کار ایجاد می‌کند (موسوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۷). یک بازار الکترونیکی باید با توجه به شرایط دنیای واقعی کار کند و بتواند شرایط بازار حقیقی و مجازی را به‌وسیله به‌کار بستن چهار نکته که مشترک بین بازارهای حقیقی و مجازی‌اند تطبیق دهد: (۱) صرفه‌جویی هزینه‌ای، (۲) بهبود یافتن تشخیص تفاوت‌ها، (۳) حفظ اعتماد و (۴) توسعه بازار. این چهار فاکتور می‌تواند در تمام مطالعات مشابه، فعالیت‌های تجارت الکترونیکی را با دنیای واقعی پیوند دهد (Loebbecke and O'Keefe, 2002).

ایجاد پورتال^۲ یا «درگاه وب» نیز از جمله کارکردهای دیگر اینترنت در توسعه کشاورزی است که عمدتاً مجموعه‌ای از خدمات را به‌صورت یکپارچه، در یک محیط مجتمع و با استفاده از ارتباط‌های

1- E-marketplace

2- Portal

مختلف با وبسایت‌های دیگر فراهم می‌کند. بنابراین بازارهای الکترونیکی و پورتال‌های یکپارچه، فرآیندی واحد را برای چندین کسب و کار مرتبط ایجاد نموده و همچنین یک راه حل تحت وب به جای کاغذ، تلفن و نمابر را برای تعاملات تجاری، در سطوح خرد تا کلان اقتصادی فراهم می‌نمایند. بازارهای الکترونیکی امروزه این اجازه را می‌دهد که چندین شرکت به آن متصل شوند و فرآیندهای بیشتری را دیجیتالی کنند. به‌طور خلاصه بازارهای الکترونیکی شرایط زیر را فراهم می‌کنند (Wikipedia, 2007؛ موسوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۷): ارتباط چندبجه‌چند به‌جای تک‌به‌تک؛ طیف گسترده‌ای از فرآیندهای دیجیتالی؛ کارآمدی بیشتر با توجه به هزینه‌های کمتر ارتباط و شبکه؛ مدت کوتاه پاسخ‌گویی.

بنابراین پورتال می‌تواند نقش به‌سزایی در ارائه خدمات ایفا نماید و تعداد زیادی از ارائه‌دهندگان خدمات کشاورزی که هر کدام توانایی خاصی دارند را شناسایی نموده و این افراد را گرد هم آورد و سپس از طریق هماهنگی نیازها و خدمات موجود هزینه‌های خریداران را کاهش دهد. همچنین درآمد خدمات‌دهندگان نیز افزایش یافته و در ارتقای کیفیت خدمات نیز مؤثر خواهد بود. باید در نظر داشت که توجه به انتظارات مشتری از سایت و خدمات تجارت الکترونیکی از جمله شرایط مهم برای تجارت الکترونیک می‌باشد. البته اکثر وبسایت‌ها در تشخیص انتظار مشتری شکست خورده‌اند، بنابراین باید در نظر داشت که وبسایت‌های با کیفیت ارائه خدمات بالا، الزاما سایت‌های موفق نخواهند بود (Schubert, 2002). بنابراین لازم است مدیران و طراحان وبسایت با در نظر گرفتن انتظارات مشتریان، ساده‌سازی محتوا، دسترسی آسان به بخش‌های مختلف وبسایت و بر اساس اصول مشتری‌مداری اقدام به پیاده‌سازی وبسایت خود نمایند. مسئله محتوا و طراحی سایت مناسب برای فعالیت‌های مختلف متغیر بوده و مباحث مبسوط و ویژه‌ای دارد که توضیح آن در این مقاله ممکن نیست. بنابراین با شناخت نیازها، شرایط و سلائق جامعه هدف یعنی کشاورزان و مشتریان خدمات کشاورزی، می‌توان کاربرد فناوری‌های نوین را به سادگی طراحی نمود (موسوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۷).

علاوه‌بر ارائه خدمات کشاورزی از طریق وبسایت؛ تلفن همراه نیز می‌تواند وسیله ارتباطی مناسبی برای کشاورزان باشد. طبق آمارهای موجود تلفن همراه توسعه قابل قبولی در میان مردم یافته است. بنابر اعلام شرکت همراه اول ۲۸ میلیون مشترک تلفن همراه از این اپراتور استفاده می‌کنند و مشترکان ایرانسل نیز به سرعت رو به افزایش است و تاکنون به گفته ایلنا ۱۱/۸ میلیون مشترک دارد.

در ایران اکثر مردم از جمله کشاورزان از موبایل استفاده کرده و با آن آشنا هستند. در بسیاری از کشورها نظیر مالزی، سنگاپور، استرالیا، انگلیس، آمریکا و بسیاری دیگر از کشورها بسیاری از خدمات نظیر درخواست‌ها، اطلاعیه‌ها، اختطرها و غیره از طریق تلفن همراه و پیام کوتاه ارائه می‌شود (Ntaliani, 2008). با توجه به این‌که در اغلب مواقع، دسترسی کشاورزان به مراکز اداری مشکل است، این‌گونه خدمات می‌تواند نتایج ملموسی در افزایش رفاه کشاورزان و فعالان بخش کشاورزی داشته و مانع از هدر رفتن وقت و صرفه‌جویی در هزینه آن‌ها شود.

معرفی تعدادی از وب‌سایت‌های فعال بخش کشاورزی در ایران و جهان: وب‌سایت‌های بسیاری در سطح جهان در زمینه کشاورزی فعالیت می‌کنند که البته بسیاری از آن‌ها پورتال‌های دولتی هستند و به ارائه اطلاعات و خدمات دولتی به کشاورزان و فعالان در این بخش می‌پردازند. همان‌طور که قبلاً گفته شد قسمتی از کار که بخش خصوصی می‌تواند در آن وارد شود، ایجاد بازارهای الکترونیکی کشاورزی و زنجیره تأمین مربوط به آن است. فرآیندهای بسیاری در این بخش وجود دارد که می‌تواند برای بخش خصوصی توجیه ایجاد کند. از جمله این موارد می‌توان به خرده‌فروشی محصولات کشاورزی فاسدشدنی، تبلیغ و فروش فرآورده‌های تبدیلی محصولات کشاورزی، توسعه پورتال‌های کشاورزی برای اجتماع مجازی فعالان کشاورزی در یک مکان خاص و درآمدزایی از طریق تبلیغات و ایجاد زمینه برای تشکیل شرکت‌های مجازی جهت ارائه خدمات مختلف از طریق ایجاد هماهنگی در استفاده از امکانات اشاره نمود.

به‌طور کلی می‌توان گفت تعداد وب‌سایت‌هایی که در زمینه کشاورزی فعالیت می‌کنند بسیار زیاد بوده و از پراکندگی محتوا و خدمات برخوردار است. در جدول زیر اطلاعاتی در مورد تعدادی از وب‌سایت‌های فعال در ایران و جهان همراه با آدرس اینترنتی، نوع مدیریت و خدمات ارائه گردیده است.

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (۱)، شماره (۲) تابستان ۱۳۹۳

نام وبسایت	آدرس اینترنتی	مدیریت	خدمات وبسایت
پورتال وزارت کشاورزی ایالات متحده	www.usda.gov	۲۰۳	ارائه کلیه خدمات کشاورزی در بخش دولتی و همکاری با بخش خصوصی
For Farmers	www.forfarmers.com	۱۰۳	به ارائه فرصت‌های شغلی، ایجاد امکان خرید مستقیم از تولیدکننده و نیز انواع دسته‌بندی‌های موردنیاز برای کالا و خدمات مربوط به کشاورزی
AGRICULTURE	www.agriculture.com	۱۰۳	فعالیت در زمینه مشاغل کشاورزی، محصولات ارگانیک، بازاریابی کشاورزی، ارائه نیازمندی‌های کشاورزی، نهاده‌های کشاورزی و ...
STAT	www.statpub.com	۱۰۳	ارائه خبرنامه تحت وب، ایجاد بازار برای کالاهای کشاورزی، پاسخگویی به نیازهای کشاورزان، تولید کنندگان و بازرگانان از دانه‌ها، دانه‌های روغنی، دام و محصولات دیگر
AGRIWATCH	www.agriwatch.com	۱۰۳	تجارت کالاهای کشاورزی، ارائه اطلاعات فعالین بخش کشاورزی مانند کشاورزان، معامله‌گران، تولید کنندگان نهاده‌های کشاورزی و غیره با ارائه آخرین و دقیق اطلاعات.
AGRISEEK	www.agriseek.com	۱۰۳	ارائه فرصت‌های شغلی، ایجاد امکان خرید مستقیم از تولیدکننده و نیز انواع دسته‌بندی‌های موردنیاز برای کالا و خدمات مربوط به کشاورزی
وزارت جهاد کشاورزی ایران	www.maj.ir	۲۰۳	ارائه اخبار، اطلاعات، فرم‌های موردنیاز، زیرمجموعه‌ها، دفاتر و ... بخش کشاورزی
نمایشگاه مجازی و دائمی آگروفوداکس	www.iranagribiz.com	۱۰۳	بازار الکترونیکی خصوصی فعال در بخش کشاورزی ایران
پایگاه مروج کشاورزی نوین	www.magri.ir	۱۰۳	ارائه اخبار و دستاوردهای علمی و پژوهشی جدید بخش کشاورزی؛ انتشار اخبار و فراخوان همایش‌ها و کنگره‌های ملی و بین‌المللی؛ ارائه مطالب علمی، آموزشی و ترویجی کشاورزی؛ فروشگاه کتاب و محصولات کشاورزی؛ درج تبلیغات اشخاص حقیقی، شرکت‌ها، سازمان‌ها و ...
بنگاه توسعه ماشین‌آلات استان فارس	www.agrimec.ir	۱۰۳	ارائه خدمات در زمینه مکانیزاسیون کشاورزی، تولید محصولات کشاورزی، تولید محصولات تبدیلی کشاورزی، خدمات تعمیراتی ماشین‌آلات، خدمات آب‌رسانی و ...

نتیجه گیری

امروزه به کارگیری اینترنت و وب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و فعالیت آن در تمامی حوزه‌ها گسترش قابل توجهی داشته است. به گفته صاحب‌نظران نقش و تأثیر اینترنت و وب در توسعه کشاورزی امری بدیهی است و تاکنون وب‌سایت‌های زیادی نیز برای فعالیت در این حوزه ایجاد شده است. اینترنت در توسعه کشاورزی و روستایی کارکردهای ویژه‌ای دارد. این کارکردها شامل توسعه اقتصادی مولدان کشاورزی؛ کمک به عمران اجتماعی؛ توسعه فعالیت‌های اقتصادی؛ گسترش شبکه‌های رسانه‌ای جدید؛ حذف واسطه‌ها و کاهش مستقیم قیمت‌ها؛ اجتماع مجازی و هماهنگی کشاورزان و فعالان این بخش؛ و از همه مهمتر ارائه اطلاعات سریع، دقیق و به موقع به کشاورزان می‌باشد.

با این وجود و با توجه به پیشرفت‌های عصر حاضر در ارائه خدمات اینترنتی و ارتباط‌های از راه دور، تا حد نسبتاً زیادی فاصله کشورها، شهرها و روستاها را به حداقل برساند. بنابراین با توجه به این که از طریق اینترنت می‌توان تمام دنیا را به‌عنوان بازار خرید یا فروش مدنظر داشت، بنابراین ایجاد بازارهای الکترونیکی و راه‌اندازی پورتال‌های کشاورزی ضروری می‌نماید.

بررسی‌های صورت گرفته نشان داد که در سطح جهان وب‌سایت‌های بسیاری در زمینه کشاورزی به‌صورت دولتی و خصوصی فعالیت می‌کنند. البته بسیاری از آن‌ها دولتی هستند و به ارائه اطلاعات و خدمات دولتی به کشاورزان و فعالان در این بخش می‌پردازند. توسط بخش خصوصی نیز ایجاد بازارهای الکترونیکی کشاورزی و زنجیره تأمین مربوط به آن اقداماتی صورت گرفته است. فرآیندهای بسیاری نظیر خرده‌فروشی محصولات کشاورزی فاسد شدنی؛ تبلیغ و فروش فرآورده‌های تبدیلی محصولات کشاورزی وجود دارد که می‌تواند برای بخش خصوصی توجیه ایجاد کند. بنابراین توسعه پورتال‌های کشاورزی برای اجتماع مجازی فعالان کشاورزی؛ درآمدزایی از طریق تبلیغات و ایجاد زمینه برای تشکیل شرکت‌های مجازی جهت ارائه خدمات مختلف می‌تواند برای فارغ‌التحصیلان کشاورزی و مدیران وب‌سایت‌ها کارآفرینی و ایجاد کسب و کار نماید.

یافته‌های حاصل از مرور منابع مختلف بیانگر آن است که علی‌رغم گستره زیاد فعالیت‌های اینترنتی و قابلیت‌های متعدد در به‌کارگیری خدمات تحت وب در ایران؛ تاکنون اقدامات خاصی در این زمینه انجام نشده است.

بر این اساس پیشنهاد می‌شود دستگاه‌های دولتی و همچنین مؤسسات و شرکت‌های خصوصی به‌منظور ارائه خدمات با کیفیت‌تر و نیز ارتقای سطح خدمت‌رسانی به کشاورزان و فعالان بخش کشاورزی نسبت به ارائه خدمات تحت وب اقدام نمایند. علاوه بر این لازم است با انجام نظرسنجی و نیازسنجی از کاربران اینترنت در بخش کشاورزی، یک پورتال جامع جهت ارائه خدمات کشاورزی راه‌اندازی شود.

منابع

۱. ادریسی، ا. ۱۳۸۳. جهانی شدن و فرهنگ. سومین همایش علوم انسانی و هنر. اراک: دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.
۲. ارسطویور، ش. ۱۳۸۵، خزنده و ساختواره وب. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۹ (۲-۳۴): ۱۰۶-۹۳.
۳. مهرداد، ج.، بینش، س.م. ۱۳۸۶. ارزیابی سایت‌های وب بازاریابی شده توسط دو راهنمای شبکه وب (YAHOO و ODP) در حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی براساس معیارهای محتوا و کارایی. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۰ (۱-۳۷): ۴۱.
۴. ریچاردسون، د. ۱۳۷۶. اینترنت و عمران روستایی. ترجمه مهرداد اطرش. ماهنامه جهاد (ترویج کشاورزی و توسعه روستایی)، ۱۷ (۱۹۶-۱۹۷): ۹۰-۹۴.
۵. موسوی‌نژاد، س.م.ا.، میمندپور، ر.، بخشوده، م. ۱۳۸۷. مزایا، چالش‌ها و روش‌های استفاده از فناوری اطلاعات در بخش کشاورزی ایران. مجموعه مقالات پنجمین همایش ملی تجارت الکترونیک. تهران، ۳ و ۴ آذرماه ۱۳۸۷. (وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، دفتر توسعه تجارت الکترونیکی).
۶. دانش، ف.، سهیلی، ف.، نوک‌ریزی، م. ۱۳۸۷. تحلیل پیوندهای وب‌سایت‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران با استفاده از روش وب‌سنجی. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۱ (۲-۴۲): ۱۲۱-۱۴۲.
7. FAO. 1996. The Internet and rural development. Recommendations for strategy and activity. Consultant's report (by D. Richardson). Rome.
8. O-Keefe, B., Loebbecke, C. 2002. Introduction to the special section: strategies for furthering electronic commerce. International Journal of Electronic Commerce. 7(1): 91.

9. Kahen, G. 2000. Assessment of Information Technology for Developing Countries: Appropriateness, Local Constraints, IT Characteristics and Impact, *Int. Journal of Computer and Application Technology*, Vol. 8.
10. Layfield, K., Scanlon, D. (Eds). 1999. Factors Encouraging use of the internet by secondary agriculture teachers: A National perspective. The Pennsylvania state university, Department of Agriculture and Extension Education.
11. Ntaliani, M., Costopoulou, C., Karetos. S. 2008. Mobile government: A challenge for agriculture. *Government Information Quarterly*. 25. Pp: 699–716.
12. Schubert, P. 2002. Extended web assessment method (EWAM): evaluation of electronic commerce applications from the costumers viewpoint. *International Journal of Electronic Commerce* 7(2): 51–80.
13. Robbins, P. 1999. Review of the impact of globalization on the agricultural sectors and rural communities of ACP countries. available at: www.cta.int/pubs/globalreview/globalreview.pdf.
14. Wikipedia. 2007. E-marketplace, Retrieved Dec. 2007. from Wikipedia: www.wikipedia.org.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 1 (2), 2014
<http://jead.gau.ac.ir>

Internet Marketing and Agricultural Web-Services; step to entrepreneurship in agriculture

***M. Ismaili Aval¹, M.R. Mahboobi², I. Shahbazi³ and
I. Karami Dehkordi⁴**

¹M.Sc. Student Dept. of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, ²Associate Prof., Dept. of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, ³Professor Dept. of Rural Development, Shahid Beheshti University, Science and Research Park, ⁴Professor and Faculty Member of the extension, communication and Rural Development, University of Zanjan

Received: 10/1/2014 ; Accepted: 30/7/2014

Abstract

Today, using the Internet and the Web is important in all areas of its activities have expanded considerably. Agriculture is no exception, and the role of the Internet in agricultural development is obvious and has special functions. Among the functions of the Internet in agriculture can be Economically productive agricultural development; Contribute to social development; Expansion of new media; Eliminating middlemen and reducing direct costs; Virtual community and coordination of farmers and activists; And most importantly Data provided quick, accurate and timely farmers mentioned. The results showed that globally many websites on agriculture to public and private acts. However, many state and government to provide information and services to farmers and activists engage in this sector. Electronic markets created by the private sector in agriculture and related supply chain that has been done. Development of agricultural portal for virtual community agricultural activities; Findings from a review of the literature suggests that, despite the large range of internet activities and the deployment of multiple Web services, since in certain actions have been taken in this regard. Therefore, the recommendations of this study is to provide Web services by public and private institutions in the agricultural sector to provide more quality services and enhancing services to Farmers and agriculture are.

Keywords: Agricultural services, Electronic markets, Entrepreneurship, The internet, Web services

*Corresponding author: esmaili69@gmail.com