گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۱۲۱۳۴
یکشنبه ۲۷ مهر ۱۴۰۴ ۱۵:۰۵

چگونه محصولات کشاورزی گیلان را بدون واسطه به دست مصرف‌کننده نهایی برسانیم؟

وقتی نام گیلان به گوش می‌رسد، بیشتر ما به یاد شالیزارهای سبز، باغ‌های چای و زیتون و عطر برنج می‌افتیم، غافل از اینکه بسیاری از کشاورزان گیلانی با وجود تولید محصولی باکیفیت، سهم کمی از قیمت نهایی دریافت‌شده از مشتریان دارند.

به گزارش خبرگزاری گزارش خبر، وقتی نام گیلان به گوش می‌رسد، بیشتر ما به یاد شالیزارهای سبز، باغ‌های چای و زیتون و عطر برنج می‌افتیم، غافل از اینکه بسیاری از کشاورزان گیلانی با وجود تولید محصولی باکیفیت، سهم کمی از قیمت نهایی دریافت‌شده از مشتریان دارند. دلیل این اتفاق هم کاملاً روشن است: واسطه‌ها و دلال‌هایی میان مزرعه و سفرهٔ مردم قرار گرفته‌اند که سود نهایی کشاورزان را کاهش می‌دهند. در چنین شرایطی، موضوع فروش مستقیم کشاورزان گیلان اهمیت زیادی پیدا می‌کند. چرا که حذف واسطه‌ها می‌تواند هم سود بیشتری به جیب کشاورز ببرد و هم محصولی تازه‌تر و ارزان‌تر به دست مصرف‌کننده برساند. در این مقاله، به‌صورت مفصل به موضوع فروش محصولات کشاورزی گیلان بدون واسطه می‌پردازیم.

مسیرهای فروش مستقیم محصولات کشاورزی در گیلان

برای رساندن محصولات کشاورزی گیلان به دست مصرف‌کننده نهایی، روش‌های مختلفی وجود دارد که هر کدام مزایا و محدودیت‌های خاص خود را دارند؛ در ادامه به برخی از روش‌های فروش محصولات کشاورزی گیلان بدون واسطه اشاره می‌کنیم:

فروش در بازارچه‌های محلی و نمایشگاه‌ها

بازارچه‌های محلی یکی از سنتی‌ترین و ساده‌ترین روش‌ها برای عرضهٔ مستقیم محصولات هستند. کشاورزان می‌توانند بدون حضور هیچ واسطه‌ای و به‌صورت مستقیم محصول خود را عرضه کنند. این ارتباط مستقیم با مشتری، هم اعتماد بیشتری ایجاد می‌کند و هم کشاورز را با نیاز واقعی مشتریان آشنا می‌کند. نمایشگاه‌های فصلی و جشنواره‌های روستایی هم فرصتی عالی برای معرفی محصولات و جذب مشتریان جدید هستند.

فروش از طریق پلتفرم‌های آنلاین

با افزایش استقبال از خرید اینترنتی، بسیاری از مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند محصول موردنظر خود را آنلاین سفارش دهند. کشاورزان می‌توانند از طریق سایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی که به‌صورت تخصصی به فروش محصولات آن‌ها می‌پردازند، محصولات خود را به فروش برسانند.

قرارداد مستقیم با فروشگاه‌ها و رستوران‌ها

یکی دیگر از روش‌های مؤثر برای فروش محصولات کشاورزی بی‌واسطه، جذب مشتری فروشگاه مواد غذایی، همکاری مستقیم با فروشگاه‌های محلی، سوپرمارکت‌ها و حتی رستوران‌هاست. به این ترتیب، محصول تولیدشده بدون هیچ واسطه‌ای وارد چرخهٔ مصرف می‌شود و کشاورز از ثبات فروش و نیاز فروشگاه یا رستوران طرف قرارداد اطمینان خواهد داشت. بسیاری از رستوران‌ها و هتل‌ها هستند که ترجیح می‌دهند مواد اولیهٔ غذاها را به‌طور مستقیم از کشاورزان مورد اطمینان خود تهیه کنند.

راه‌اندازی تعاونی‌های کشاورزی

ایجاد تعاونی‌ها باعث می‌شود که چندین کشاورز بتوانند محصولات خود را یکجا جمع‌آوری کرده و به‌صورت یکپارچه و هماهنگ وارد بازار کنند. این روش علاوه بر کاهش هزینه‌های بسته‌بندی و حمل‌ونقل، قدرت چانه‌زنی بیشتری هم برای کشاورزان ایجاد می‌کند و باعث می‌شود بتوانند سود بیشتری کسب کنند. مشتری هم به جای خرید پراکنده از چندین فروشنده، از یک مرجع واحد خرید می‌کند و از کیفیت و ثبات قیمت اطمینان بیشتری خواهد داشت.

فروش از طریق مدل «سبد محصولات» یا اشتراک ماهانه

ارائهٔ محصولات در قالب یک سبد ماهانه، روشی جدید برای فروش محصولات کشاورزی‌ست. در این مدل، خانواده‌ها هزینهٔ نسبتاً ثابتی را به‌صورت ماهانه یا فصلی پرداخت می‌کنند و هر هفته یا هر ماه یک سبد شامل محصولات تازه‌ای مثل برنج، سبزیجات، چای یا میوه‌های مخصوص فصل دریافت می‌کنند. این روش هم درآمد پایداری برای کشاورزان ایجاد می‌کند و هم فرایند خرید را برای مشتریان آسان و به‌صرفه خواهد کرد.

فروش محصول در مزرعه یا محل تولید

یکی دیگر از روش‌های نوآورانه برای فروش مستقیم از کشاورز به مشتری، فروش محصولات در مزرعه یا باغ تولیدی است. گردشگران داخلی و خارجی که به گیلان سفر می‌کنند، می‌توانند محصولات تازه را مستقیماً از مزرعه خریداری کنند. ترکیب گردشگری روستایی و ایجاد خانه‌های بوم‌گردی با فروش محصول نیز می‌تواند درآمدی اضافی برای کشاورزان و باغ‌داران ایجاد کند.

مزایای خرید مستقیم برای مصرف‌کننده و تولیدکننده

خرید مستقیم محصولات کشاورزی گیلان بدون واسطه نه‌تنها به نفع کشاورزان است، بلکه با حذف واسطه‌ها و دلالان از مسیر خرید و فروش و ایجاد ارتباط شفاف و دوطرفه میان تولیدکننده و خریدار، به نفع مصرف‌کننده نیز خواهد بود. برخی از مزایای فروش بی‌واسطه به شرح زیر هستند:

کاهش قیمت تمام‌شده

از مهم‌ترین مزایای حذف واسطه در فروش محصولات کشاورزی، کاهش قیمت برای مصرف‌کننده و افزایش سود برای تولیدکننده است. مشتری محصول را به قیمت واقعی می‌خرد و کشاورز هم درآمد بیشتری دریافت می‌کند.

افزایش اعتماد به کیفیت محصول

وقتی مشتری مستقیماً محصولات را از کشاورز تهیه می‌کند، اعتماد بیشتری به اصالت و سلامت محصول دارد و خریدار اطمینان دارد که محصولی تازه و سالم دریافت می‌کند.

امکان شخصی‌سازی سفارش‌ها

وقتی خرید به‌صورت مستقیم انجام می‌شود، مشتری می‌تواند نوع بسته‌بندی، میزان سفارش یا حتی روش برداشت محصول را با کشاورز هماهنگ کند و محصول را دقیقاً مطابق با نیاز خود خریداری کند. این انعطاف‌پذیری در بازار سنتی تقریباً وجود ندارد.

افزایش پایداری و حمایت از تولید داخلی

خرید مستقیم به توسعهٔ روستاها و توسعهٔ فعالیت‌های باغداری و کشاورزی و همچنین کارآفرینی برای مردم منطقه کمک می‌کند. با افزایش درآمد کشاورزان، سرمایه در منطقه باقی می‌ماند، امکان اشتغال مردم محلی بیشتر می‌شود و مهاجرت روستاییان به شهرها کاهش پیدا می‌کند.

شفافیت در قیمت‌گذاری

وقتی محصول بدون واسطه به دست مشتری برسد، قیمت‌گذاری شفاف و عادلانه‌تر است و کشاورز با توجه به اینکه تمام سود را شخصاً دریافت می‌کند، قیمت منصفانه‌تری را برای محصولات تعیین می‌کند.

چالش‌های فروش مستقیم محصولات کشاورزی

مانند هر کار دیگری که مزایا و معایبی دارد، فروش مستقیم هم با وجود مزایای متعدد، چالش‌های قابل‌توجهی نیز برای کشاورزان خواهد داشت.

یکی از مهم‌ترین مشکلات، در رابطه با حمل‌ونقل و لجستیک است. رساندن محصولات تازه، به‌ویژه مواد غذایی فاسدشدنی مانند سبزیجات و میوه‌ها به شهرهای دورتر نیازمند سیستم توزیع تخصصی و سریع است و طبیعتاً هزینه‌های قابل‌توجهی هم برای کشاورز خواهد داشت.

مشکل دیگر، نبود بسته‌بندی استاندارد است. بسیاری از کشاورزان هنوز از روش‌های سنتی برای بسته‌بندی استفاده می‌کنند که نه تنها جذابیت بصری ندارد، بلکه گاهی ممکن است ماندگاری محصول را هم کاهش دهند.

چالش سوم مربوط به بازاریابی دیجیتال است. بسیاری از کشاورزان تجربه یا دانش کافی برای معرفی محصول خود در فضای آنلاین را ندارند و همین مسئله باعث می‌شود که برخی از فرصت‌های فروش را از دست بدهند.

چالش دیگر، مدیریت و پیش‌بینی میزان تولید و تقاضاست. وقتی فروش به‌صورت مستقیم انجام می‌شود، کشاورز باید بتواند به‌خوبی میزان محصولی که قابلیت عرضه آن را دارد، با نیاز واقعی بازار هماهنگ کند. در غیر این صورت ممکن است محصول مازاد بر نیاز بازار تولید شود که منجر به اتلاف یا کاهش قیمت آن می‌شود و یا برعکس، کمبود محصول باعث نارضایتی مشتری و از دست رفتن اعتماد او شود. این چالش به‌ویژه برای محصولات فصلی که زمان محدودی برای پرورش آن‌ها وجود دارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و کسب اطلاعات از بازار است.

راهکارها و فرصت‌ها برای گسترش فروش بدون واسطه در گیلان

برای موفقیت فروش مستقیم محصولات کشاورزی گیلان بدون واسطه باید زیرساخت‌ها و فرصت‌های جدیدی ایجاد شود. فناوری و آموزش و

حمایت‌های دولتی می‌تواند مسیر کشاورزان را هموار کند و راه آسان‌تری برای دسترسی مصرف‌کنندگان به محصولات تازه و باکیفیت را ایجاد کند. برخی از راهکارهای افزایش احتمال موفقیت کشاورزان در این مسیر عبارت‌اند از:

توانمندسازی کشاورزان با آموزش دیجیتال

بسیاری از کشاورزان تجربهٔ کافی برای بازاریابی اینترنتی را ندارند و برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینهٔ فروش اینترنتی، روش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با پلتفرم‌های فروش مستقیم و حتی کارگاه‌های اصول بسته‌بندی و ارسال محصول، می‌تواند به آن‌ها کمک کند.

بیشتر بخوانید: کاربرد فناوری های نوآورانه در تصمیم سازی های حوزه کشاورزی

حمایت دولت و نهادهای محلی از پلتفرم‌ها

دولت می‌تواند با ارائهٔ تسهیلات مالی، وام‌های کم‌بهره یا ایجاد مراکز لجستیکی در روستاها، به شکل‌گیری بازار آنلاین محصولات کشاورزی گیلان کمک کند. همچنین نقش نهادهایی مانند سازمان جهاد کشاورزی یا شهرداری‌ها در تسهیل ارائهٔ مجوزها و نظارت بر کیفیت محصولات بسیار مهم و کاربردی است.

حمایت توسط استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا

استارتاپ‌ها می‌توانند با طراحی پلتفرم‌هایی که سفارش، پرداخت و ارسال محصول را تسهیل می‌کنند، واسطه‌ای سالم و هوشمند بین کشاورز و مشتری باشند. همکاری کشاورزان با چنین پلتفرم‌هایی می‌تواند هم فروش آن‌ها را افزایش دهد و هم باعث افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان به کشاورزان و این سبک از خرید شوند.

توسعهٔ زیرساخت‌های لجستیکی و حمل‌ونقل

محصولات کشاورزی به زیرساخت‌های سریع و مطمئن برای حمل‌ونقل نیاز دارند و همکاری با شرکت‌های پست، لجستیک محلی یا حتی راه‌اندازی سرویس‌های اختصاصی و ویژهٔ ارسال محصولات کشاورزی می‌تواند تجربهٔ خرید مشتری را ارتقا دهد. همچنین یکی از مشکلات اصلی کشاورزان نبود امکانات بسته‌بندی است و راه‌اندازی مراکزی برای جمع‌آوری و بسته‌بندی اختصاصی محصولات کشاورزی، باعث می‌شود تا این محصولات با بسته‌بندی بهداشتی و مناسب بازار به دست مشتری برسند.

ایجاد فروشگاه‎های آنلاین محصولات کشاورزی

ایجاد فروشگاه‌های آنلاین عمومی که امکان عرضهٔ محصولات مختلف کشاورزی را توسط چندین کشاورز فراهم کنند، هم هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و هم تنوع بیشتری برای مشتریان ایجاد می‌کند. این مدل فروشگاه‌ها می‌توانند رقیبی جدی برای بازارهای سنتی باشند.

ایجاد فرصت صادرات از طریق پلتفرم‌ها و شرکت‌ها

اگر زیرساخت‌ها به‌خوبی فراهم شود، می‌توان محصولات کشاورزی گیلان را نه‌تنها در بازار داخلی، بلکه در بازارهای خارجی هم عرضه کرد. برنج و چای گیلان مشتریان زیادی در کشورهای همسایه دارند و فروش مستقیم و آنلاین به‌صورت بین‌المللی می‌تواند راهی برای ورود به بازارهای کشورهای دیگر باشد.

چرا خرید بدون واسطه محصولات کشاورزی اهمیت دارد؟

اگر با کشاورزان گیلانی صحبت کرده باشید، می‌دانید که با وجود دشواری کار و زحمت زیاد کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی، آن‌ها مجبورند محصولات خود را به قیمت پایین به واسطه‌ها بفروشند. واسطه‌ها هم با اضافه کردن سود خود، محصول را چند برابر گران‌تر به بازار می‌رسانند. این روند به مرور زمان باعث می‌شود که کشاورز انگیزهٔ چندانی برای توسعهٔ کار و بهبود کیفیت محصولات خود نداشته باشد و مصرف‌کننده هم مجبور شود برای محصولی که می‌تواند آن را ارزان‌تر از تولیدکننده تهیه کند، هزینهٔ بیشتری بپردازد.

اما زمانی که محصول مستقیماً از کشاورز خریداری شود، زنجیره کوتاه‌تر می‌شود، هزینه‌های اضافی حذف می‌شوند و هم کشاورز درآمد بیشتر و عادلانه‌تری به دست می‌آورد و هم خریدار با پرداخت هزینهٔ کمتر، از کیفیت محصول اطمینان بیشتری خواهد داشت. این سبک از خرید و فروش حتی می‌تواند به رونق اقتصاد محلی و جلوگیری از مهاجرت کشاورزان به شهرها نیز کمک کند.

وضعیت تولید و تنوع محصولات کشاورزی گیلان

گیلان همواره به‌عنوان یکی از قطب‌های کشاورزی ایران شناخته می‌شود و اقلیم مرطوب، خاک حاصلخیز و دسترسی به منابع آبی باعث شده است محصولات متنوعی در این استان کشت شوند:

محصولات شاخص و پرمصرف گیلان

برنج گیلان، به‌خصوص از نوع هاشمی و صدری، به‌خاطر عطر و کیفیت بی‌نظیر خود شهرت بالایی دارد و از مهم‌ترین کالاهای صادراتی داخلی محسوب می‌شود و بسیاری از خانواده‌ها ترجیح می‌دهند برنج مصرفی را مستقیماً از کشاورزان گیلانی تهیه کنند.

چای گیلان نیز جایگاه ویژه‌ای دارد و برندهای معتبر چای در کشور، محصول خود را از باغ‌های شمال ایران می‌آورند. زیتون رودبار نیز هم به‌صورت تازه و هم به شکل روغن یا فرآورده‌های جانبی عرضه می‌شود. در کنار این‌ها، بادام‌زمینی آستانه‌اشرفیه نیز از محصولات خاص گیلان به شمار می‌رود. با این وجود، اکثر این محصولات با واسطه‌های متعدد به بازار شهرهای دیگر و به دست مشتریان می‌رسند.

مزیت رقابتی محصولات گیلانی در بازار کشور

چیزی که محصولات گیلان را از محصولات مشابه تولید سایر مناطق متمایز می‌کند، ترکیب آب‌وهوای خاص و استفاده از شیوه‌های سنتی در تولید، کمترین میزان استفاده از مواد شیمیایی و تولید به‌صورت ارگانیک است. همین موضوع اعتماد مصرف‌کنندگان به این محصولات را کاملاً جلب کرده است.

فروش مستقیم؛ راهی برای رونق کشاورزی و اقتصاد محلی

فروش مستقیم محصولات کشاورزی گیلان بدون واسطه، فرصتی برد-برد برای کشاورز و مصرف‌کننده است. کشاورزان با این روش هم درآمد بیشتری به دست می‌آورند و هم انگیزهٔ بیشتری برای ادامه و بهبود کیفیت تولید خواهند داشت. از سوی دیگر، مصرف‌کنندگان هم محصولی تازه‌تر، سالم‌تر و ارزان‌تر دریافت می‌کنند. هرچند چالش‌هایی مانند حمل‌ونقل، بسته‌بندی و بازاریابی وجود دارد، اما با توسعهٔ زیرساخت‌ها، آموزش و حمایت دولت و استارتاپ‌ها، می‌توان این موانع را برطرف کرد. آیندهٔ بازار محصولات کشاورزی گیلان در گرو تقویت همین ارتباط مستقیم و شفاف بین تولیدکننده و مشتری است؛ ارتباطی که علاوه بر سود اقتصادی، به پایداری کشاورزی محلی و رونق اقتصاد روستایی نیز کمک می‌کند.