

# دراسة آراء المستخدمين المحتملين حول تطبيق إلكتروني مقترح وسيط بين المنتجين الزراعيين وتجار الجملة

---

## دراسة حالة تطبيق طازج المقترح

إعداد الطالبة:

آلاء محمدخير عثمان

إشراف:

د. نريمان عمّار

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إلى الله الكريم، الذي وفقني وأعانني في مسيرتي الدراسية، فله الحمد أولاً وآخراً.

إلى روح أبي الغالية، الحاضر في قلبي رغم الغياب، كنت الدافع الأول للأصل إلى ما أنا عليه اليوم، رحمك الله وجعل الفردوس دارك.

إلى أمي الحنونة، مصدر عمي وتشجيعي الدائم، وسندي في كل قرار وخطوة.... شكراً طيبك ووعائك

إلى إخوتي لما، رولا، عبده، ووسام... شكراً لمحببتكم ومساندكم وعمكم في كل المراحل، أنتم السند الحقيقي والدافع للاستمرار.

إلى صديفتي الأقر، لجين، رفيقة الدرب والمواقف كلها.... شكراً لتعبك ومحببتك ووجودك الدائم إلى جانبي.

## الشكر

أتوجّه بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتورة ناريمان عمّار، على إشرافها القيم وتوجيهاتها الدقيقة ومتابعتها المستمرة، وعلى وقتها وجهدها الكبيرين في الرد الدائم والإشراف بكل اهتمام ، مما كان له الأثر الكبير في إنجاز هذا العمل.

كما أنقّدم بالشكر لجميع أساتذتي في المعهد العالي لإدارة الأعمال (HIBA) ، على ما قدموه من علم ومعرفة خلال مرحلة الماجستير ، وأخصّ بالشكر الدكتور حيان ديب والدكتور مالك نجار على جهودهم التعليمية ودعمهم الأكاديمي.

كل الشكر أيضًا لكل من قدّم لي كلمة دعم أو وقتًا أو نصيحة في مسيرتي... كان حضوركم دافعًا حقيقيًا لي للاستمرار والوصول.

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل آراء المستخدمين المحتملين لتطبيق إلكتروني وسيط في مجال التسويق الزراعي السوري، "طازج"، والذي يسعى إلى الربط المباشر بين المزارعين والتجار بما يضمن تقليل حلقات الوساطة وتحسين العدالة السعرية. تم تنفيذ الدراسة من خلال مقابلات معمّقة مع عيّنة من المزارعين والتجار والمطاعم في ريف دمشق ومدينة دمشق، من مناطق الكسوة، زبدین، وعرنة وغيرها.

اعتمدت المقابلات على منهج نوعي يركّز على استكشاف المشكلات الفعلية في التسويق الزراعي وتقبّل الحلول التقنية، وذلك ضمن ستة محاور رئيسية، مشكلات التسويق الزراعي، العلاقة بين العرض والطلب، تقبّل الحلول التقنية، الخصائص العملية للتطبيق المقترح، التصورات المستقبلية، والضمانات والثقة في التطبيق والمعاملات الرقمية، بالإضافة إلى أبعاد الجمالية.

أظهرت النتائج أن أبرز التحديات المشتركة بين المزارعين والتجار تتمثل في تذبذب الأسعار، ضعف البنية التحتية للتخزين والنقل، وغياب الشفافية في السوق. أما من جهة المزارعين، فبرزت مشكلة تحكم الوسطاء بالأسعار وضعف قنوات التسويق المباشر، بينما ركّز التجار وأصحاب المطاعم على عدم انتظام التوريد وتفاوت الجودة، الأمر الذي ينعكس على استقرار أعمالهم.

لاحقاً، تم اعتماد استبيان، يعكس المحاور السابقة بأسئلة كمية، وتم الحصول على عينة قدرها 51 شخصاً، تم تحليل إجاباتهم من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وكانت النتائج كما يلي:

1. بيّنت النتائج أن سهولة الاستخدام ووضوح الواجهات من أبرز نقاط القوة في التصميم المقترح، حيث وجد المشاركون أنه يناسب قدراتهم التقنية البسيطة ولا يتطلب خبرة مسبقة. كما أظهر محور المنفعة العملية (توفير الوقت، وتوسيع خيارات البيع والشراء) أعلى درجات الرضا.
2. في المقابل، برزت بعض النقاط التي تتطلب تطويراً إضافياً مثل تعزيز الأمان والخصوصية وتحسين سرعة البحث والفلاتر. وأجمع المشاركون على أهمية نظام التقييم المتبادل بين المزارع والتاجر كضمانة للثقة، إلى جانب ضرورة وجود دعم فني مباشر داخل التطبيق.
3. من الناحية البصرية، نالت الألوان واللغة البسيطة استحساناً، فيما اعتبر المحتوى التعليمي ميزة ثانوية يمكن تأجيل تطويرها. ولم تظهر فروق جوهرية بين آراء المزارعين والتجار، باستثناء ميل بسيط لدى التجار لتقدير الجوانب التنظيمية والوظيفية للتطبيق.
4. بشكل عام، تؤكد النتائج أن تطبيق «طازج» يتمتع بمستوى عالٍ من الجاهزية للإطلاق التجريبي.

وختاماً، استناداً إلى تحليل النتائج، يمكن اعتبار تطبيق طازج حلاً تسويقياً مبتكراً في السوق الزراعي السوري ذي الطبيعة التقليدية والذي يعاني بسبب تبعات الحرب. يعتمد التصميم التسويقي المقترح على مفهوم القيمة المشتركة، حيث يخلق التطبيق فائدة مزدوجة للطرفين، فالمزارع، يسعى إلى زيادة المردود المالي عبر الوصول المباشر للأسواق وتخفيض عمولة الوسطاء، كما يمكنه معرفة احتياجات السوق بشكل أسرع. أما التجار فيهتمون بتحسين انتظام التوريد وضمان جودة السلع، بالإضافة إلى توفير المتحقق من تخفيض طول سلسلة التوريد. لذلك فالتطبيق يقدم فرصة تحقيق ربحية حقيقية من الناحية السوقية، بالإضافة لكونه حلاً عملياً.

## فهرس المحتويات:

1	الإهداء
2	الشكر
3	الملخص:
4	فهرس المحتويات:
8	الفصل الأول: الإطار التمهيدي
9	مقدمة:
10	2.1 الدراسات السابقة:
11	3.1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:
12	4.1 أهداف الدراسة:
13	5.1 أهمية الدراسة:
13	6.1 منهجية الدراسة:
14	1.6.1 المنهج النوعي:
14	2.6.1 المنهج الوصفي الكمي:
15	الفصل الثاني: الإطار النظري
16	المبحث الأول
16	الأسس النظرية لتصميم تجربة المستخدم لتطبيق طازج ولمحة عن الاقتصاد الزراعي
17	مقدمة:
17	1.1.2 تعريف تجربة المستخدم وتصميمها:
17	2.1.2 العناصر الأساسية لتصميم تجربة المستخدم:
19	3.1.2 فلسفات تصميم تجربة المستخدم:
20	4.1.2 المكونات السبعة لتجربة المستخدم:
22	5.1.2 لمحة عن الاقتصاد الزراعي:
22	6.1.2 التكنولوجيا الحديثة كرافعة لتطوير الاقتصاد الزراعي:
23	7.1.2 تحسين علاقة العرض والطلب عبر التطبيقات الوسيطة:
24	8.1.2 تحسين الربحية عبر التطبيقات الوسيطة:
25	9.1.2 النفعية الاقتصادية لتصميم تجربة المستخدم في طازج:
25	ملخص مبحث تجربة المستخدم وتصميمها:
28	المبحث الثاني
28	تجارب مماثلة لتصميم تجربة المستخدم في تطبيقات زراعية
29	مقدمة:
29	1.2.2 أمثلة على تصميم تجربة المستخدم في تطبيقات B2B الزراعية:
29	1.1.2.2 تطبيق TaniHub – إندونيسيا:
30	2.1.2.2 عناصر التصميم في TaniHub:

31	3.1.2.2 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتطبيق TaniHub
32	4.1.2.2 القيمة المضافة لتطبيق TaniHub
33	2.2.2 دراسة تطبيق AgroStar الهند:
34	1.2.2.2 عناصر التصميم في AgroStar
35	2.2.2.2 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتطبيق AgroStar
36	3.2.2.2 القيمة المضافة لتطبيق AgroStar
36	3.2.2 دراسة لتطبيق محصولي المصري:
37	1.3.2.2 عناصر التصميم في محصولي:
38	2.3.2.2 عناصر تجربة المستخدم في محصولي:
39	3.3.2.2 القيمة المضافة لتطبيق محصولي:
39	4.2.2 المقارنة بين التطبيقات:
40	- جدول مقارنة بين التطبيقات الثلاثة:
41	1.4.2.2 تصميم رحلة المستخدم للتطبيقات الثلاثة:
42	5.2.2 بناء تحليل SWOT لتطبيق طازج:
43	6.2.2 تصميم رحلة المستخدم الخاصة بتطبيق طازج:
44	خلاصة المبحث الثاني:
45	الفصل الثالث: الإطار العملي
46	مقدمة:
46	1.3 منهجية البحث:
46	2.3 مجتمع الدراسة وعينتها:
46	3.3 أدوات الدراسة:
46	1.3.3 المقابلات المعمقة:
47	1.1.3.3 معايير اختبار المزارعين:
48	2.1.3.3 معايير اختيار التجار:
49	3.1.3.3 محاور المقابلات المعمقة:
50	4.1.3.3 تحليل مقابلات المزارعين والتجار:
52	5.1.3.3 المقارنة بين آراء المزارعين والتجار:
54	6.1.3.3 استنتاجات من نتائج مقابلات المزارعين (4 مقابلات):
55	7.1.3.3 استنتاجات من مقابلات التجار (3 مقابلات):
56	8.1.3.3 المزايا الأساسية المقترحة بناءً على تحليل النتائج:
56	2.3.3 تصميم النموذج التجريبي لتطبيق (طازج):
57	1.2.3.3 وصف التطبيق والفئة المستهدفة:
58	2.2.3.3 مزايا تطبيق طازج:
59	3.2.3.3 رحلة المستخدم في تطبيق طازج:
65	4.2.3.3 تصميم واجهات تطبيق (طازج):
74	3.3.3 الاستبانة الإلكترونية:

76	4.3.3 صدق وثبات الأداة:
77	5.3.3 أدوات تحليل البيانات:
77	6.3.3 حدود الدراسة:
79	مقدمة:
79	1.4 تحليل الاستبيان:
79	1.1.4 توصيف أفراد العينة:
81	2.4 دراسة متوسطات آراء أفراد العينة:
82	1.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن النفعية Utility:
84	المؤشر الإجمالي للنفعية:
84	2.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن سهولة الاستخدام:
86	3.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن قابلية الإيجاد:
88	4.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن الموثوقية:
90	5.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن الجمالية:
91	6.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن مزايا القيمة المضافة:
94	7.2.4 دراسة اختلاف آراء أفراد العينة من مزارعين وتجار عن أبعاد تجربة المستخدم ومزايا القيمة المضافة:
94	1.7.2.2.4 الفروق في المتوسطات بين التاجر والمزارع:
94	2.7.2.2.4 نتائج اختبار ليفين لتساوي التباينات واختبار T للعينات المستقلة:
95	3.7.2.2.4 نتائج اختبار t واستنتاج دلالة الفروق:
96	3.4 نتائج الدراسة:
98	4.4 التوصيات:
99	5.4 محددات الدراسة:
100	المراجع
102	الملاحق:
103	مقابلات المزارعين:
129	مقابلات التجار:
129	الاستبانة:

## فهرس الجداول:

79	جدول 1 المهنة
79	جدول 2 الفئة العمرية
80	جدول 3 المنطقة:
81	جدول 4 مستوى التعليم
82	جدول 5 دراسة متوسطات النفعية
84	جدول 6 دراسة متوسطات سهولة الاستخدام
86	جدول 7 دراسة متوسطات قابلية الإيجاد
88	جدول 8 دراسة متوسطات الموثوقية
90	جدول 9 دراسة متوسطات الجمالية
91	جدول 10 دراسة متوسطات مزايا القيمة المضافة
94	جدول 11 مقارنة متوسطات عينتين مستقلتين للمزارعين والتجار
94	جدول 12 اختبار T للعينات المستقلة

# الفصل الأول: الإطار التمهيدي

## مقدمة:

شهد قطاع الزراعة عالمياً في السنوات الأخيرة تحولاً متزايداً نحو الرقمية، إذ تسعى الحلول الرقمية إلى معالجة المشكلات المزمنة المتعلقة بمشاكل تصريف الإنتاج، وتذبذب الأسعار، وضيق المنتجات، خصوصاً في الأسواق التي تفتقر إلى البنية التنظيمية الحديثة. ومن هنا تنبع أهمية تطبيقات التجارة الإلكترونية كوسيط بين المنتجين الزراعيين والجهات التجارية. لذلك، وفي ظل التحديات الاقتصادية المتزايدة التي تمر بها سوريا عموماً، وخاصة بعد سنوات الحرب الأخيرة التي أعاقت الاستيراد والتصدير، وصعبت عملية النقل بين المدن، وأعاقت وصول المنتجات للمناطق ذات الطلب المرتفع مثل مدينة دمشق على وجه الخصوص، برزت الحاجة الماسة إلى حلول مبتكرة تدعم القطاع الزراعي وتساهم في تطويره.

يعتبر القطاع الزراعي من الركائز الأساسية للاقتصاد المحلي، غير أن المنتجين الزراعيين يعانون من صعوبات متكررة في تصريف محاصيلهم بسبب ضعف البنية التحتية التسويقية، وغياب المنصات التي تضمن العدالة والشفافية في تسعير المنتجات وتوصيلها إلى المشتري الصناعي أو التجاري في الوقت المناسب والمرتبطين بالوسطاء التجاريين في الأسواق الكبرى في المدينة.

من هنا، جاءت فكرة تطبيق طازج كتطبيق إلكتروني يهدف إلى الربط المباشر بين المنتج الزراعي والتاجر أو المشتري التجاري، من خلال منصة سهلة الاستخدام تتيح للمزارعين عرض محاصيلهم إما قبل الحصاد أو بعده، وتساعد المشتريين على اتخاذ قرارات شراء مبنية على معلومات دقيقة حول الكميات، التوقيت، والأسعار وحتى خيارات النقل والتكاليف الأخرى.

الدوافع الرئيسية وراء هذا المشروع تتجسد في حاجة السوق السورية، وخاصة في دمشق والغوطة، إلى حل عملي يساعد على تقليل الهدر في المنتجات الزراعية، وتحقيق الاستفادة القصوى من الموارد المتاحة. فالتطبيق يساهم في تقليص عدد الوسطاء، ويتيح فرصاً للمزارعين للحصول على أسعار عادلة، وفي الوقت ذاته يمنح المشتريين مزايا تتعلق بالتوفير، وضمان الجودة، وإدارة المخزون بكفاءة إذ أن هذه العوامل يجب التغلب عليها بحل مبتكر مثل تطبيق طازج.

وبناءً على ما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف آراء المستخدمين المحتملين، وتحليل مدى ملاءمة التطبيق لبيئة السوق المحلية، والتأكد من فعالية الخدمات التي يقدمها تطبيق "طازج" كأداة داعمة للتنمية الزراعية والتجارية في سورية.

## 2.1 الدراسات السابقة:

تناولت عدد من الدراسات الأخيرة اهتماماً متزايداً بتطوير منصات إلكترونية تعمل على ربط المنتجين الزراعيين بالمشتريين التجاريين من خلال نماذج الأعمال بين الشركاء (B2B)، بهدف تحسين كفاءة عمليات البيع والشراء، وتقليل التكاليف، وزيادة الشفافية في الأسواق الزراعية.

أولاً، في هذا السياق، قام عدد من الباحثين الهندين (Banker, Mitra, & Sambamurt, 2021) بدراسة تطوير منصة B2B لمنتجات الزراعة في الهند، حيث استعرضت الدراسة عملية تصميم وتنفيذ منصة رقمية تهدف إلى تسهيل عمليات التجارة بين المنتجين والمشتريين، مع التركيز على تحسين عمليات التفاوض، وتيسير عمليات الدفع، وتسريع عمليات التسليم.

أظهرت الدراسة أن المنصة الرقمية الجديدة استطاعت أن تحقق فوائد ملموسة، من بينها تقليل الاعتماد على الوسطاء وتقليل زمن المعاملات، مما أدى إلى تحسين أسعار المنتجين وزيادة أرباحهم. كما أشارت النتائج إلى أن المشاركين في عمليات البيع عبر المنصة حصلوا على أسعار أكثر تنافسية مقارنةً مع الطرق التقليدية، خاصة مع وجود معايير تصنيف واضحة وجودة محسنة للمنتجات. ومع ذلك، لاحظ الباحثون أن التحديات المرتبطة بتبني التكنولوجيا، مثل محدودية البنية التحتية التكنولوجية وضرورة التوعية والتدريب، لا تزال تؤثر على مدى انتشار استخدام المنصات الرقمية بين المنتجين الصغار.

وتُبرز هذه الدراسة أهمية تطوير نظم تصنيف دقيقة وموثوقة للمنتجات الزراعية، خاصة في الأسواق التي تتطلب تقييماً دقيقاً للجودة، بهدف زيادة الثقة في المنصات الرقمية وتشجيع استخدامها بشكل أوسع. بالتالي، تؤكد الدراسات الحالية على أن تطوير منصات B2B الزراعية يعزز من تكامل سلاسل الإمداد، ويدعم تحسين شروط التعاقد، ويُسهل في تحقيق فوائد اقتصادية مهمة لكل من المنتجين والمشتريين، مع ضرورة معالجة التحديات التقنية والتنظيمية لتحقيق أقصى استفادة من هذه المنصات.

ثانياً، إن منصات التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتعزيز سوق المنتجات الزراعية وربط المنتجين بالمشتريين بطريقة أكثر كفاءة وشفافية. من بين الدراسات البارزة في هذا المجال، دراسة إسلام وبويان (Islam & Bhuiyan, 2022) التي استعرضت دور منصات التجارة الإلكترونية في تحسين الوصول إلى الأسواق للمزارعين الصغار في عدد من الدول الآسيوية.

أظهرت الدراسة أن المنصات الرقمية ساعدت على تقليل التكاليف المرتبطة بالوساطة، وزادت من قدرة المنتجين على الوصول إلى مشتريين على مستوى محلي ودولي، مما أدى إلى تحسين أسعار المنتجات وزيادة الأرباح للمزارعين. كما أشارت إلى أن استخدام التكنولوجيا ساهم في زيادة الشفافية في عمليات التبادل التجاري، مع تحسين معايير الجودة والتسويق الرقمي للمنتجات الزراعية.

ومع ذلك، كشفت الدراسة عن بعض التحديات، مثل محدودية البنية التحتية الرقمية في المناطق الريفية، ونقص الوعي بين المزارعين حول فوائد استخدام المنصات الإلكترونية، بالإضافة إلى الحاجة إلى تدريب المستخدمين على إدارة عمليات البيع والشراء الإلكترونية بشكل فعال. وأوصت الدراسة بضرورة دعم السياسات الحكومية لتعزيز البنية التحتية الرقمية، وتوفير برامج تدريبية لتمكين المزارعين من استخدام التكنولوجيا بشكل فعال، بالإضافة إلى تطوير نظم تصنيف ومعايير جودة موحدة لضمان ثقة المستخدمين في المنصات الرقمية.

من أهم العوامل المحددة لنجاح المفهوم حسب هذه الدراسة، هو ضعف البنية التحتية وضرورة التدريب والتأهيل لاستخدام التطبيق، وهذا التحدي مهم للأخذ بالاعتبار عند دراسة آراء مستخدمي تطبيق طازج المحتملين بسبب الأهمية التقنية الموجودة في سوريا وضعف خدمات الإنترنت والاتصال. ثالثاً، أكدت دراسة (Kamal & Bablu, 2023) على أهمية تطبيقات الهاتف المحمول لمزارعي الأراضي الصغيرة من خلال منحهم وصولاً أفضل إلى المعلومات والأسواق والخدمات المالية وأدوات إدارة الموارد. توفر تطبيقات الهاتف المحمول معلومات زراعية آنية، مثل تحديثات الطقس وأسعار المحاصيل، مما يسمح للمزارعين باتخاذ خيارات مدروسة تؤدي إلى إنتاجية أعلى وعوائد أفضل.

تُظهر الدراسة أن هذه التطبيقات تعزز روابط السوق من خلال ربط المزارعين مباشرةً بالمشتريين، مما يُقلل الحاجة إلى الوسطاء، ويُخفض التكاليف. تُساعد شفافية الأسعار هذه المزارعين على الحصول على أسعار أفضل لمنتجاتهم، مما يزيد دخلهم. بالإضافة إلى ذلك، تُساعد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وخيارات الدفع الرقمي المزارعين على الوصول إلى الخدمات المالية بكفاءة، مما يُتيح لهم الدفع في الوقت المناسب والحصول على الائتمان اللازم للمدخلات اللازمة.

كما تساعد التطبيقات في إدارة الموارد من خلال مساعدة المزارعين على تتبع مدخلاتهم، مثل المياه والأسمدة. وأخيراً، تُسهل تطبيقات الهاتف المحمول تقديم خدمات الإرشاد الزراعي، مما يُساعد المزارعين في المناطق النائية على تبني الممارسات الحديثة، وبالتالي تحسين سبل عيشهم وإنتاجيتهم الزراعية. بشكل عام، تُفيد تطبيقات الهاتف المحمول مزارعي الحيازات الصغيرة بشكل كبير، وتُعزز النمو المستدام.

### 3.1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

بغرض فهم حاجات المزارعين والتجار والمشاكل التي يعانون منها قبل البدء بتصميم تطبيق مخصص لتسهيل تعاملاتهم، بدأ توثيق البحث من خلال الدراسة الاستكشافية (exploratory study)، اعتمدت على 32 سؤالاً، شملت جوانب تتعلق بالعرض والطلب، مشاكل تصريف المنتجات، التذبذب السعري، متطلبات الجودة، تأمين سلاسل التوريد، وطرق الدفع والضمان وغيرها. تم التواصل مع هؤلاء المزارعين من خلال زيارات ميدانية لمناطقهم في الكسوة، زبدین، والتواصل مع التجار بشكل مباشر في محلاتهم أو من خلال الهاتف. استغرقت الدراسة 20 يوماً لإتمامها واستخلص منها نتائج مهمة ساعدة في تطوير واجهات التطبيق ومزاياه.

من أهم ما خلصت إليه الدراسة أن الأسواق الزراعية المحلية، خاصة في دمشق والغوطة بمناطقها الزراعية وحتى الشبه حضرية، تعاني من ضعف واضح في التنسيق بين العرض والطلب، إذ لوحظ شكوى المزارعين حول الأسعار المتدنية التي يضطرون للبيع بها في الأسواق المحلية، مثل سوق الهال، كما أفاد أحد المزارعين الذين تم استقصاء رأيهم الذي قال بأنه يبيع سعر الكيلو من محصول الفاكهة بالجملة بعشر سعره في السوق، في مقابل تكاليف الإنتاج المرتفعة بسبب نقص الوقود، وشح الأمطار، ما يؤدي إلى هدر كميات كبيرة من المحاصيل. ويأتي تطبيق طازج كمحاولة لحل هذه الفجوة رقمياً. حيث أن التطبيق يهدف لتقديم منصة تساعد في عرض وبيع المنتجات بشكل أسرع ومسبق، استجابة لمشاكل المزارعين والتجار في آن معاً. كما يساهم تقصير سلسلة الوساطة بين الطرفين إلى تقليل التكاليف وتحقيق أرباح أعلى، ويمثل فرصة اقتصادية للتطبيق من أجل تحقيق ربح مناسب للاستمرار في النمو والتطور. وتتلو المشكلة البحثية حول السؤال: ما هي الصورة الأفضل لتطبيق طازج التي يمكنه أن يساهم في تحسين تصريف المنتجات الزراعية وتقليل الخسائر للطرفين أو تعظيم مكاسبهما؟

إن هذا القطاع يعاني منذ سنوات من تحديات متفاقمة تتعلق بتسويق المنتجات الزراعية وتصريفها بالشكل الأمثل. هذه التحديات تتراوح بين ضعف البنية التحتية التسويقية، وغياب قنوات توزيع عادلة وفعالة، ارتفاع تكاليف الإنتاج نتيجة شح الأمطار وإجهادات الأحواض المائية وزيادة تكلفة حفر الآبار، وارتفاع تكاليف النقل والتخزين، إلى جانب غياب المعلومات الدقيقة حول حجم الطلب والأسعار (دياب وخلف، 2025).

في مدينة دمشق، كمركز استهلاكي رئيسي، تتجلى المشكلة بشكل واضح، حيث يشتكي المشترون التجاريون، مثل أصحاب المطاعم والمولات والمصانع، من تذبذب في جودة وكميات المنتجات الزراعية المتوفرة، ومن ضعف آليات التواصل المباشر مع المنتجين. بالمقابل، يعاني المزارعون من صعوبة إيصال محاصيلهم إلى المشتريين النهائيين، ويضطرون أحياناً إلى بيعها بأسعار بخسة أو تركها تتلف، وعليه فإن الطاقة الإنتاجية للصناعات المرتبطة بالزراعة كالمطاحن على سبي لالمثال لا تعمل بأكبر طاقة إنتاجية ممكنة مما يؤدي إلى خسائر كبيرة تؤثر سلباً على استدامة الإنتاج الزراعي (التركاوي، 2025).

تقترح هذه الدراسة نظام رقمي وسلس يمكنه أن ينظم العلاقة بين الطرفين - المنتج الزراعي والمشتري التجاري - مما يسد فجوة تسويقية خطيرة تُضعف من كفاءة سلسلة الإمداد، وتُفقد الطرفين فرصاً ثمينة للتطوير والاستقرار الاقتصادي.

وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة، وإجراء الدراسة الاستقصائية يمكننا صياغة مشكلة البحث، والتي يمكن تلخيصها في السؤال المحوري التالي:

هل يمكن لتطبيق إلكتروني ربحي مثل طازج، يقوم بدور الوسيط بين المنتجين الزراعيين والمشتريين التجاريين، أن يساهم في حل مشكلة تصريف الإنتاج الزراعي في دمشق والغوطة؟

وتتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تقبل المنتجين الزراعيين والمشتريين التجاريين لاستخدام تطبيق إلكتروني في عمليات البيع والشراء؟
- هل يُمكن لتطبيق طازج أن يوفر حلاً عملياً لتقليل الفاقد الزراعي وتحسين التسعير؟
- ما هي الخصائص التقنية والتصميمية التي يجب أن يتضمنها التطبيق ليحقق هذه الأهداف بفعالية في السوق المحلية؟

تشكل هذه التساؤلات محور هذا البحث، وتوجّه الإطار النظري والميداني نحو دراسة إمكانية تحقيق أثر حقيقي ومستدام من خلال تبني الحلول الرقمية في الزراعة السورية.

#### 4.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مدى جدوى وفعالية استخدام تطبيق إلكتروني متخصص، مثل تطبيق طازج، في معالجة واحدة من أبرز مشاكل القطاع الزراعي في سوريا، وهي ضعف تصريف المنتجات الزراعية، والفجوة بين العرض والطلب، وذلك من خلال جملة من الأهداف التفصيلية:

1. تحليل احتياجات المنتجين الزراعيين والمشتريين التجاريين في الأسواق المحلية، وتحديد التحديات التي يواجهها كل طرف في عملية البيع والشراء.

2. قياس مدى تقبل السوق المحلية (دمشق والغوطة) لاستخدام تطبيق رقمي كوسيط في المعاملات الزراعية اليومية.
3. تحديد الخصائص الوظيفية والتقنية الأساسية في تجربة المستخدم التي يجب أن يحتويها التطبيق ليكون عملياً، فعالاً، وسهل الاستخدام للمزارع والمشتري على حد سواء.
4. تقييم قابلية استخدام التطبيق بكفاءة في سلاسل التوريد الزراعية، من خلال تقليل الوقت والتكلفة، وتحسين جودة وسرعة اتخاذ القرار.
5. اقتراح مجموعة من التوصيات والتعديلات التقنية والتسويقية التي تضمن نجاح التطبيق وانتشاره ضمن الفئات المستهدفة.

## 5.1 أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه دراسة آراء مستخدمي تطبيق طازج المحتملين في عدة مستويات، ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالواقع الاقتصادي والاجتماعي السوري، خاصة في ظل الظروف التي تمر بها البلاد:

1. تحقيق الربحية: يحقق المشروع لأصحاب رأس المال دخلاً من خلال تقليل سلسلة الوساطة الطويلة بين المنتج والمشتري التجاري وهنا تمكن فرصة تحقيق الربح، وتحديد قابلية نجاح المشروع تكمن في تحقيق أرباح وانتشار يسمح له بالنمو والاستمرار في السوق السوري انطلاقاً من مدينة دمشق والغوطة ليتمكن لاحقاً من الوصول إلى مناطق أوسع، وإضافة خدمات ومنتجات أخرى، قد تشمل بيع البذور والمبيدات الحشرية وتشكيل التخزين والتوصيل مستقبلاً.
2. أهمية اقتصادية وطنية: في وقت يعاني فيه الاقتصاد السوري من أزمت متعددة، تعتبر الزراعة أحد الموارد الأساسية للصمود الاقتصادي. لذلك، فإن تحسين كفاءة هذا القطاع سينعكس بشكل مباشر على الأمن الغذائي والاستقرار الاقتصادي في البلد.
3. أهمية محلية لسوق دمشق والغوطة: تُعد هذه المناطق من أكبر مراكز الإنتاج الزراعي والاستهلاك في سوريا. لذا فإن أي مبادرة تستهدف تحسين الأداء التسويقي في هذه المنطقة سيكون لها أثر ملموس وسريع.
4. أهمية اجتماعية: يستفيد آلاف المزارعين من وجود منصة تتيح لهم بيع محاصيلهم بشكل مباشر، دون الاعتماد على الوسطاء أو التجار الموسمين الذين قد يستغلون ضعف المزارع أو محدودية خياراتهم.
5. أهمية تقنية وعملية: تقدم الدراسة نموذجاً قابلاً للتطبيق لتطوير أدوات رقمية واقعية تُسهم في رقمته القطاع الزراعي في سوريا، وهو قطاع ما يزال تقليدياً في كثير من جوانبه.

## 6.1 منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهجية بحثية متكاملة تجمع بين الأساليب الكمية والنوعية بهدف تحقيق فهم شامل لواقع استخدام الحلول الرقمية في تصريف المنتجات الزراعية، وتقييم فعالية تطبيق طازج كمنصة وسيطة بين المنتج الزراعي والمشتري التجاري حيث أن التعمق في فهم حاجات السوق وسلوكيات المستخدمين المحتملين يحتاج إلى خليط من هذه المناهج للوصول إلى صورة شاملة وأكثر وضوحاً.

### 1.6.1 المنهج النوعي:

أستخدم المنهج الكيفي النوعي في المرحلة الأولى من البحث، من خلال:

- مقابلات معمقة مع عدد من المزارعين وتجار الجملة وأصحاب المطاعم لجمع المعلومات.
- تحليل انطباعاتهم عن تصميم التطبيق، ودرجة تقبلهم لفكرة الوساطة الرقمية.

هذه الأساليب تهدف لمساعدة الباحثة على اكتشاف المفاهيم الرئيسة التي يجب أن يعالجها التطبيق، وصياغة الفرضيات الأولية التي تم اختبارها لاحقاً في الجانب الكمي من البحث.

### 2.6.1 المنهج الوصفي الكمي:

تم تبني هذا المنهج كإطار عام للدراسة، لأنه يتيح وصف الظواهر موضوع الدراسة كما هي في الواقع، وتحليلها وفقاً لمعطيات ميدانية ومعلومات كمية ونوعية. ويُعد هذا المنهج الأنسب للبحث في التطبيقات الخدمية وتأثيرها على سلوك السوق.

في المرحلة الثانية من الدراسة، تم بناء استبيان مخصص ورّع على عينة من:

- المزارعين الصغار والمتوسطين في منطقة الغوطة وريف دمشق.
- تجار الجملة، وأصحاب مطاعم ومراكز استهلاك بالجملة في دمشق.

الهدف من الاستبيان هو قياس درجة رضا المستخدمين المحتملين، وتحديد الخصائص الأكثر أهمية في التطبيق، ومدى استعدادهم لاستخدامه كجزء من نشاطهم التجاري اليومي.

## الفصل الثاني: الإطار النظري

## المبحث الأول

الأسس النظرية لتصميم تجربة المستخدم لتطبيق طازج  
ولمحة عن الاقتصاد الزراعي

## مقدمة:

تركز الباحثة في هذا المبحث على تقديم تعريف لتجربة المستخدم، والعناصر الرئيسية المكونة لها من استراتيجيات وفلسفات تصميم ومكونات، تمهيداً لاعتمادها في دراسة التطبيق نفسه ومقارنته بتطبيقات أخرى في مباحث لاحقة.

### 1.1.2 تعريف تجربة المستخدم وتصميمها:

تجربة المستخدم (User Experience - UX) تشير إلى التفاعل الكامل للمستخدم مع منتج أو خدمة أو نظام، وتشمل مشاعره، سلوكياته، وتصوراته أثناء وبعد الاستخدام. يهدف تصميم تجربة المستخدم إلى تحسين هذا التفاعل من خلال جعل المنتجات أكثر فاعلية، كفاءة وإرضاءً للمستخدمين. تصميم تجربة المستخدم (UX Design) هو عملية تصميم المنتجات التي توفر تجارب ذات مغزى وذات صلة للمستخدمين، ويتضمن تصميم العملية الكاملة لاكتساب المنتج ودمجه، بما في ذلك جوانب العلامة التجارية، التصميم، سهولة الاستخدام، والوظيفة.

### 2.1.2 العناصر الأساسية لتصميم تجربة المستخدم:

يقترح **Jessy James Garrett** (Garrett، 2011) في كتابه "The Elements of User Experience" نموذجاً من خمسة مستويات مترابطة لفهم وتخطيط وتصميم تجربة المستخدم، تبدأ من المستوى الأكثر تجريداً وتنتهي بالمستوى الأكثر وضوحاً للمستخدم النهائي. هذه المستويات تمثل بنية منهجية لأي مشروع تصميم، وتُستخدم لتوجيه القرارات التصميمية في كل مرحلة من مراحل التطوير، وهي وفق الترتيب الآتي:

#### 1.2.1.2 الاستراتيجية Strategy:

يُعد هذا المستوى الأساسي للانطلاق في تصميم تجربة المستخدم، ويتضمن تحديد أهداف العمل من جهة، واحتياجات المستخدم من جهة أخرى. من المهم فهم: لماذا نقوم ببناء هذا المنتج؟ من هم المستخدمون المستهدفون؟ وما الذي يحتاجونه فعلاً؟ على سبيل المثال، في تطبيق زراعي مثل "طازج"، تشمل الاستراتيجية فهم أن الهدف هو تسهيل تصريف الإنتاج الزراعي، بينما احتياجات المستخدم قد تتمثل في بساطة الوصول، الثقة، وتقليل الوقت والجهد في عمليات البيع أو الشراء (Garrett، 2011).

#### 2.2.1.2 النطاق Scope:

بناءً على الاستراتيجية، يتم في هذا المستوى تحديد النطاق الوظيفي للمشروع: ما هي الميزات التي سيحتوي عليها التطبيق؟ ما نوع المحتوى الذي سيُعرض؟ ويشمل ذلك التخطيط للوظائف الأساسية مثل التسجيل، البحث، إرسال الطلبات، أو عرض الكميات، وكذلك تخطيط المحتوى النصي والبصري. القرارات التي تُتخذ هنا تحدد حجم المشروع وتعقيده، وتؤثر بشكل مباشر على الموارد والتوقيت (Garrett، 2011).

### 3.2.1.2 المخطط التنظيمي Organizational Mapping:

يمثل هذا المستوى التنظيم الداخلي للتفاعل مع النظام. كيف سيتنقل المستخدم من ميزة إلى أخرى؟ كيف يُعرض المحتوى بشكل منطقي؟ في التطبيقات الزراعية، قد يكون من المهم تنظيم عرض المنتجات حسب النوع أو الموقع، وتصميم آلية عرض الطلبات والردود بشكل يحاكي خطوات التفاوض في الأسواق الواقعية. يُحدد في هذا المستوى ما إذا كان التصميم سيكون خطياً (step-by-step)، أم مرناً بحسب رغبة المستخدم (Garrett، 2011).

### 4.2.1.2 الهيكل العظمي Skeleton:

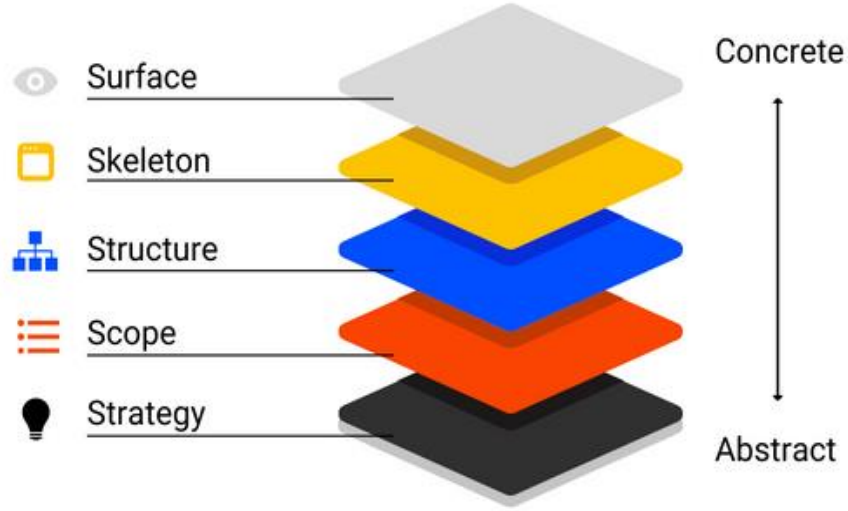
في هذا المستوى يتم رسم "الهيكل العظمي" لواجهة المستخدم، بما يشمل العناصر البصرية الأساسية مثل الأزرار، القوائم، الحقول، شريط البحث، والتنقل. الهدف هو تسهيل الاستخدام وتقليل الجهد العقلي المطلوب من المستخدم لإتمام المهام. تصميم الهيكل العظمي يُراعي ترتيب العناصر حسب الأولوية، وتوفير إمكانية الوصول السريع للمعلومات، مع المحافظة على التناسق في التصميم عبر الشاشات المختلفة (Garrett، 2011).

### 5.2.1.2 السطح Surface:

يمثل هذا المستوى الجانب المرئي النهائي للتصميم، وهو أول ما يتفاعل معه المستخدم فعلياً. يشمل اختيار الألوان، الأيقونات، الخطوط، الصور، والأنماط البصرية التي تعزز الجاذبية وتدعم العلامة التجارية.

في التطبيقات الزراعية، يُفضل استخدام ألوان مستوحاة من الطبيعة كالأخضر والبني لخلق شعور بالألفة والمصداقية، واستخدام رموز بسيطة ومألوفة للمزارعين وغيرهم من المستخدمين محدودي الخبرة التقنية

Figure 1 عناصر تصميم تجربة المستخدم الخمسة



### 3.1.2 فلسفات تصميم تجربة المستخدم:

تعكس فلسفات تصميم تجربة المستخدم المبادئ والقيم التي توجه عملية التصميم وتحدد أولويات المصممين عند إنشاء واجهات رقمية. وفيما يلي أبرز أربع فلسفات معتمدة في هذا المجال:

#### 1.3.1.2 التصميم المرتكز على المستخدم (User-Centered Design - UCD):

يرتكز هذا الأسلوب على فهم عميق لاحتياجات المستخدمين، وأهدافهم، وسلوكياتهم، ووضعهم في صلب كل قرار تصميمي. تتميز هذه الفلسفة بأنها تشاركية وتكرارية، إذ تتضمن اختبارات مبكرة، وملاحظات مباشرة من المستخدمين، وتعديل التصميمات بناء على تلك الملاحظات. في تطبيقات الزراعة B2B، يُعتبر هذا التصميم مثاليًا لأنه يساعد على إشراك المزارعين والتجار في تطوير الواجهة، بما يضمن أنها تلبى واقعهم وظروف عملهم (Norman, 2013).

#### 2.3.1.2 التصميم البسيط (Simplicity-Focused Design):

يهدف هذا التوجه إلى إزالة التعقيد من تجربة المستخدم، والتركيز على تقديم مسارات واضحة ومباشرة لإنجاز المهام. فكلما كانت واجهة المستخدم أكثر بساطة، زادت سهولة استخدامها وقلت الأخطاء المحتملة. في التطبيقات الزراعية، يُعتبر التصميم البسيط أولوية لأن كثيراً من المستخدمين قد تكون لديهم مهارات رقمية محدودة (Michael Peggs, 2022).

#### 3.3.1.2 التصميم الشامل (Inclusive Design):

يأخذ هذا التوجه في الاعتبار تنوع المستخدمين واختلاف قدراتهم، سواء من حيث العمر، أو الثقافة، أو اللغة، أو القدرات البدنية أو المعرفية. يُعد التصميم الشامل ضرورياً لضمان أن تكون الخدمة متاحة لأكبر شريحة ممكنة من الناس. مثال ذلك أن تطبيقاً زراعياً يجب أن يدعم أوضاع تباين الألوان، أو أن يدعم اللغات المحلية واللهجات المختلفة (Microsoft, 2021).

#### 4.3.1.2 التصميم المستدام (Sustainable Design):

يركز هذا المفهوم على إنشاء تجربة مستخدم يمكنها أن تستمر وتتكيف مع مرور الوقت، دون الحاجة إلى تغييرات جذرية متكررة. يتضمن ذلك التصميم بطريقة تراعي التطوير المستقبلي، وسهولة التحديث،

والكفاءة التقنية. في تطبيقات الزراعة، يشمل ذلك دعم الأجهزة منخفضة التكلفة لضمان الاستمرارية (Michael Peggs, 2022)

#### 4.1.2 المكونات السبعة لتجربة المستخدم:

##### أ- الإفادة (Useful):

تُعد هذه الخاصية بمدى تلبيةها لاحتياجات المستخدمين أو تقديمها لحلول فعالة لمشاكلهم. المنتج أو الخدمة يجب أن يكون ذو فائدة حقيقية، بحيث يساهم في تحسين حياة المستخدم أو يسهل عليه إنجاز المهام التي يسعى إليها بشكل واضح ومباشر. فمثلاً، تطبيق إدارة المهام يجب أن يساعد المستخدم على تنظيم وقته بشكل فعال، وأن يكون واضحاً في عرض المهام والأهداف، مما يعزز من رضا المستخدم ويزيد من احتمالية اعتماده على المنتج بشكل دائم (Nielsen & Norman, 1998).

##### ب- القابلية للاستخدام (Usable):

تتعلق هذه الخاصية بمدى سهولة تعلم واستخدام المنتج دون الحاجة إلى تدريب مكثف أو خبرة مسبقة. يجب أن يكون التصميم بسيطاً وواضحاً، مع واجهات بديهية تتيح للمستخدم التنقل بسهولة بين الوظائف المختلفة. على سبيل المثال، من المهم أن يكون الأزرار واضحة، وأن تكون القوائم منظمة بشكل منطقي، وأن يتلقى المستخدم ردود فعل فورية على أفعاله لضمان تجربة سلسة ومريحة، مما يقلل من معدل الأخطاء ويزيد من رضا المستخدم (Nielsen, 1998).

##### ت- المرغوبة (Desirable):

يُركز على الجانب العاطفي والجمالي للمنتج، حيث يلعب التصميم الجذاب والتفاعل البصري الممتع دوراً كبيراً في جذب المستخدمين وإبقائهم مهتمين بالتفاعل معه. العلامة التجارية القوية والألوان المختارة بشكل دقيق، مع التوازن بين الشكل والوظيفة، تخلق تجربة محفزة وتزيد من رغبة المستخدمين في الاستمرار في استخدام المنتج. التصميم الذي يركز على الجانب المرغوب فيه يساهم أيضاً في بناء علاقة عاطفية بين المستخدم والمنتج، مما يعزز من الولاء ويحفز على التوصية (Stevens, 2024).

##### ث- القابلية للإيجاد (Findable):

تتعلق بسهولة الوصول إلى المعلومات أو الوظائف داخل النظام. يجب تنظيم المحتوى بشكل منطقي، مع استخدام عناوين واضحة، وخرائط الموقع، وأنظمة البحث الفعالة، بحيث يستطيع المستخدم العثور على ما يحتاج بسرعة ودون عناء. على سبيل المثال، وجود شريط بحث فعال أو قوائم منسقة بشكل منطقي يسهل على المستخدم الوصول إلى الميزات أو المعلومات المهمة، مما يعزز من كفاءة الاستخدام ويقلل من الإحباط (Stevens, 2024).

##### ج- القابلية للوصول (Accessible):

هذه الخاصية تؤكد على ضرورة أن تكون التجربة متاحة لجميع المستخدمين، بما يشمل الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، مثل الذين يعانون من إعاقات بصرية أو سمعية أو حركية. يتطلب ذلك تصميم واجهات تلبية معايير الوصول العالمية، مثل استخدام ألوان ذات تباين مناسب، وتوفير بدائل

نصية للصور، وتمكين المستخدمين من التنقل باستخدام لوحة المفاتيح أو أدوات المساعدة. الهدف هو ضمان أن يتمكن الجميع من الاستفادة من المنتج بشكل فعال، مما يعزز من شمولية الخدمة ويعكس مسؤولية أخلاقية وتقنية (Mwangi، 2020).

### ح- الموثوقية (Credible):

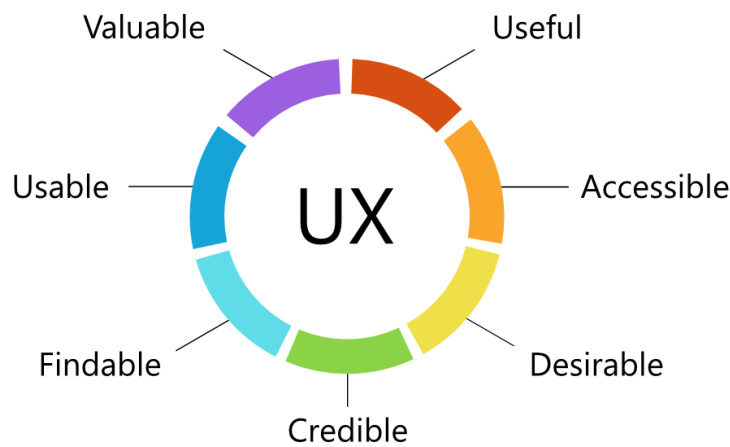
يجب أن يثق المستخدم بالمعلومات المقدمة في النظام، وبالخدمات التي يتلقاها. يتطلب هذا أن يكون المحتوى دقيقاً، ومحدثاً، وخالياً من الأخطاء، وأن تتبع المؤسسات معايير الأمان والخصوصية بشكل صارم. وجود شهادات، وتوصيات، وبيانات الاعتماد يعزز من مصداقية المنتج، كما أن تصميم واجهات واضحة وشفافة يساهم في بناء ثقة المستخدمين، خاصةً في المجالات التي تتطلب التعامل مع معلومات حساسة أو معاملات مالية (Michael Peggs, 2022).

### خ- القيم (Valuable):

تُعد هذه الخاصية بنقل قيمة ملموسة للمستخدم والمؤسسة. يجب أن يكون المنتج مُصممًا بحيث يحقق فائدة واضحة للمستخدم، سواء كانت توفير الوقت، أو تحسين الأداء، أو تقديم تجارب ممتعة، بالإضافة إلى أن يكون مجدياً اقتصادياً للمؤسسة من حيث تحقيق الأرباح أو تعزيز الحصة السوقية. توازن بين ما يقدمه المستخدم من قيمة وما تتلقاه المؤسسة من فوائد هو أساس نجاح أي تجربة مستخدم، ويعزز من استمرارية العلاقة بين الطرفين (Garrett، 2011).

باختصار، تعتبر هذه المكونات السبعة أساساً متيناً لتصميم تجربة مستخدم متكاملة وفعالة، حيث تضمن تلبية احتياجات المستخدمين بشكل شامل من خلال الجمع بين الوظيفة، والجمال، والموثوقية، والشمولية، والقيمة.

Figure 2 أبعاد تجربة المستخدم السبعة



### 5.1.2 لمحة عن الاقتصاد الزراعي:

يُعد الاقتصاد الزراعي فرعاً من فروع الاقتصاد الذي يختص بدراسة الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالإنتاج الزراعي، توزيع الموارد، وتسويق المنتجات الزراعية. ولا يقتصر دوره على الإنتاج فقط، بل يمتد ليشمل السياسات الزراعية، الأمن الغذائي، وسلوك المستهلك والمزارع، إضافة إلى دراسة تأثيرات العوامل البيئية والتكنولوجية على الإنتاج الزراعي في المنطقة العربية، حيث يعجز الإنتاج الزراعي الذي يشكل مصدراً مهم للرزق عن تلبية حجم الطلب الغذائي (UNESCWA، 2019).

ويشكل الاقتصاد الزراعي عنصراً محورياً في الاقتصادات النامية، حيث تعتمد نسبة كبيرة من السكان على الزراعة كمصدر رئيسي للدخل والغذاء. ومع ذلك، فإن هذا القطاع يواجه تحديات متزايدة، منها: ضعف التصريف، تفاوت الأسعار، تقلبات المناخ، ضعف البنى التحتية التسويقية، وسوء التنسيق بين المنتجين والتجار. هذه العوامل تُفضي إلى اختلال في السوق، حيث يعاني المنتجون من صعوبات في الوصول إلى السوق وبيع محاصيلهم بأسعار منصفة، في حين قد يواجه التجار نقصاً أو تقلبات حادة في التوريد (UNESCWA، 2019).

ومن هنا، أصبح تطوير هذا القطاع ضرورة اقتصادية واجتماعية، ليس فقط لدعم معيشة المنتجين، بل أيضاً لضمان استقرار الأسواق وتحقيق الأمن الغذائي. وتُعد التكنولوجيا الحديثة أداة مركزية في تحقيق هذا التطوير، لا سيما عبر تطبيقات الهواتف الذكية والمنصات الرقمية التي تعيد تنظيم العلاقة بين العرض والطلب.



### 6.1.2 التكنولوجيا الحديثة كرافعة لتطوير الاقتصاد الزراعي:

شهد العقدان الأخيران تطوراً سريعاً في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ما فتح آفاقاً واسعة لتوظيفها في القطاع الزراعي. وتُعرف هذه التوجهات عمومًا باسم "الزراعة الذكية" وتشمل استخدام الأقمار الصناعية، تقنيات الاستشعار عن بعد، البيانات الضخمة، والهواتف الذكية لتحسين الإنتاجية وتقليل الفاقد وتحسين التوزيع.

بالإضافة لما سبق من تطورات، تزامنت مع ظهور الزراعة الرقمية والتطبيقات الوسيطة التي تربط بين المنتجين والمستهلكين أو بين المنتجين وتجار الجملة. تلعب هذه التطبيقات دوراً مهماً في توفير المعلومات في الوقت الحقيقي، وتحسين الكفاءة اللوجستية، وتقليل عدد الوسطاء، ما ينعكس إيجاباً على أرباح المنتجين وانخفاض الأسعار على المستهلكين.

وفقاً لتقرير منظمة الأغذية والزراعة الذي نقله في دراسته (Solh, 2017)، فإن استخدام التكنولوجيا الرقمية في الزراعة يمكن أن يرفع الإنتاج بنسبة تصل إلى 20%، ويقلل الهدر في سلسلة القيمة بنسبة 30%. كما أظهرت دراسة حديثة (Gharleghi, Nawaser, & Shafighi, 2024) أن التطبيقات الذكية تُعزز من ثقة التجار بالمنتج المحلي وتساعد في توسيع الأسواق أمام المنتجين الصغار.

### 7.1.2 تحسين علاقة العرض والطلب عبر التطبيقات الوسيطة:

العالم العربي هو أكبر منطقة تعاني من نقص الغذاء في العالم، بسبب التحديات الرئيسية التي تواجه زيادة إنتاج الغذاء، على الرغم من الإمكانيات العالية لنمو الإنتاج الزراعي في معظم الدول العربية. في عام 2013، استورد العالم العربي 85.6 مليون طن من الحبوب مقارنة بـ 65.3 مليون طن لآسيا، ثاني أكبر مستورد للغذاء. تساهم عدة عوامل في نقص الغذاء في العالم العربي، بما في ذلك ندرة المياه وانخفاض كفاءة استخدام المياه؛ عواقب التغير المناخي الخطيرة، مثل الجفاف المتكرر وارتفاع درجات الحرارة؛ التصحر أو تدهور الأراضي بسبب الرعي المفرط، فقدان التنوع البيولوجي، والملوحة بسبب الري الخاطئ وتداخل مياه البحر. عدم الاستقرار السياسي هو عامل آخر مهم ساهم في توسيع الفجوة بين إنتاج الغذاء المحلي والاستهلاك. ومع ذلك، يمكن التغلب على هذه التحديات من خلال الابتكارات في العلوم والتكنولوجيا التي يمكن أن تساعد في نمو إنتاج الغذاء المستدام (Solh, 2017).

في المتوسط، خلال ستة مواسم (2010/2011-2016/2015) شملت محافظات بأكملها في تسع دول عربية، اتسعت فجوة إنتاجية القمح إلى 124% في ظل ظروف الري بالري في السودان، وإلى 96% في ظل الري التكميلي في اليمن، وإلى 84% في ظل ظروف الزراعة البعلية في سوريا. وتساهم زيادة إنتاجية القمح في تعزيز الأمن الغذائي في الدول العربية (Solh, 2017).

في الأسواق الزراعية التقليدية، يتسم الاتصال بين المنتجين والمشتريين بعدم الكفاءة، بسبب غياب المعلومات الدقيقة والفورية حول الأسعار، الكميات المتاحة، وتوقعات السوق (Aker J., 2020). يؤدي ذلك إلى فائض إنتاجي غير قابل للتصريف في بعض المناطق، بينما تعاني مناطق أخرى من نقص في التوريد. كما أن دور الوسطاء غالباً ما يزيد من التكاليف دون تقديم قيمة مضافة حقيقية، مما يُضعف عوائد المنتجين. (Aker, Ghosh, & Burrell, 2016)

تُسهّم التطبيقات الوسيطة حسب (Aker & Ghosh, 2020) في معالجة هذا الخلل من خلال:

- تعزيز الشفافية في السوق: حيث تُمكن المنتجين من عرض منتجاتهم مباشرةً بتفاصيل دقيقة عن النوعية والكمية والسعر، ما يسمح للتجار بالمقارنة واتخاذ قرارات مبنية على بيانات واقعية.
- تحسين التنبؤ بالطلب: عبر تحليل سلوك المشتريين والمبيعات السابقة، يمكن لهذه التطبيقات أن توفر بيانات تحليلية تساعد المنتجين في التخطيط لمواسم الزراعة بناءً على توقعات دقيقة للطلب.

- تقليص فجوة التوزيع: من خلال الربط المباشر بين المنتج والمشتري، تتقلص الحاجة إلى الوسطاء التقليديين، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف وزيادة الربح الصافي للطرفين.
- توفير قنوات تصريف جديدة: لا سيما في حالات فائض الإنتاج، يمكن للتطبيق أن يساعد المنتج في الوصول إلى تجار جدد أو أسواق خارج منطقتة الجغرافية المعتادة.
- دعم استقرار الأسعار: من خلال التوازن بين الكميات المعروضة والمطلوبة، تسهم هذه التكنولوجيا في الحد من تقلبات الأسعار التي تضر بالمزارع والمستهلك على حد سواء.
- وتجدر الإشارة إلى أن نجاح هذه التطبيقات لا يتوقف فقط على الجانب التقني، بل يتطلب أيضاً بناء ثقة المستخدمين، وتوفير تدريب للمزارعين على استخدامها، وتوفير بيئة تشريعية داعمة، فضلاً عن ضمان استقرار الاتصال بالإنترنت في المناطق الريفية.

### 8.1.2 تحسين الربحية عبر التطبيقات الوسيطة:

بحسب الدراسات السابقة، مثل هذه التطبيقات تعزز روابط السوق من خلال ربط المزارعين مباشرةً بالمشتريين، مما يقلل الحاجة إلى الوسطاء، ويُخفض التكاليف. تُساعد شفافية الأسعار هذه المزارعين على الحصول على أسعار أفضل لمنتجاتهم، مما يزيد دخلهم. بالإضافة إلى ذلك، تُساعد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وخيارات الدفع الرقمي المزارعين على الوصول إلى الخدمات المالية بكفاءة، مما يُتيح لهم الدفع في الوقت المناسب والحصول على الائتمان اللازم للمدخلات اللازمة (Bablu و Kamal، 2023).

إن زيادة الربحية المترتبة بتقليل عدد الوسطاء في السوق ناتجة عن عدد من العوامل المتعلقة بالوسطاء أنفسهم وسهولة الحصول على المعلومات، وبحسب (GSMA, 2020) تعتبر تويغا فودز مثالاً بارزاً على كيفية قدرة منصات الوساطة الرقمية على إعادة تشكيل الأسواق الزراعية من خلال ربط صغار المزارعين مباشرةً مع الباعة في المدن عبر نظام إلكتروني متنقل يعتمد على الدفع غير النقدي cashless B2B. تعمل المنصة على تجميع المنتجات الزراعية وتوصيلها إلى الأكشاك وتجار التجزئة في المدن الكينية، مع دمج وظائف أساسية مثل التنبؤ بالطلب، وضبط الجودة، وسلسلة التبريد، والتوصيل في اليوم التالي، وهي عناصر تسهم مجتمعةً في تقليل تكاليف البحث عن المشتريين، والحد من اختلالات التفاوض، وتقليل الخسائر بعد الحصاد (GSMA, 2020). وتشير الأدلة إلى أن المزارعين الذين يبيعون عبر تويغا يحصلون على أسعار أعلى بنسبة تتراوح بين 20-40% مقارنةً بالسماسة التقليدية أو مجموعات المزارعين، كما يتلقون مدفوعاتهم عبر الهاتف المحمول خلال 24-48 ساعة، الأمر الذي يعزز السيولة النقدية وبيح تخطيطاً أفضل وفرصاً أكبر لإعادة الاستثمار. بالإضافة إلى ذلك، تسهم منظومة اللوجستيات المتكاملة في الشركة في خفض الخسائر بعد الحصاد من المتوسط الوطني البالغ نحو 30% إلى حوالي 4% فقط، مما يزيد من نسبة المحاصيل التي تتحول فعلياً إلى دخل (GSMA, 2020). أما من جهة الطلب، فإن تجار التجزئة الحضريين يستفيدون من أسعار شراء أقل بحوالي 10-15% مقارنةً بالأسواق التقليدية، فضلاً عن التوفير في الوقت ورأس المال العامل من خلال خدمة التوصيل المجاني في اليوم التالي، التي تُغنيهم عن رحلات الصباح الباكر إلى أسواق الجملة وتقلل من تكاليف التفاوض (GSMA, 2020). وبصورة إجمالية، تؤدي هذه الآليات إلى تحقيق مكاسب متبادلة: إذ يحصل المزارعون على ربحية أعلى وتدفقات نقدية أكثر استقراراً، بينما يستفيد الباعة والمستهلكون النهائيون من انخفاض التكاليف، وتراجع الهدر الغذائي، واستقرار أكبر في الأسعار. ويُظهر النموذج كيف يمكن

لمنصات الوساطة الزراعية أن تحقق كفاءة أكبر على مستوى السلسلة بأكملها، بما يرفع ربحية المنتجين ويعزز رفاه المستهلكين في الوقت نفسه.

### 9.1.2 النفعية الاقتصادية لتصميم تجربة المستخدم في طازج:

- **منفعة اقتصادية للمشروع** عن طريق تحقيق ربحية من من خلال الحصول على نسبة من المزارع على البيع ومن التاجر على الشراء تتناسب مع حجم التوفير الذي يحققه التطبيق لكل منهما.
- **خفض تكاليف المعاملات** عبر تقليل زمن المطابقة بين عرض وطلب، تخفيض زيارات السوق المكررة، وتقليل الفاقد.
- **تحسين دخل المزارعين** عبر وصول أسرع لأسواق أكبر وقدرة تفاوضية محسنة بفضل الشفافية بالمعلومات.
- **كفاءة سلسلة التوريد** من خلال تنسيق لوجستي مبكر، توقعات أفضل للكمية، وتقليل التخزين غير الضروري.
- **مقاييس أداء مقترحة**: زمن من نشر العرض إلى إتمام الصفقة، نسبة العروض المباعة، متوسط هامش الربح للمزارع، تكاليف لوجستية لكل صفقة.

### ملخص مبحث تجربة المستخدم وتصميمها:

تجربة المستخدم تشير إلى التفاعل الكامل للمستخدم مع منتج أو خدمة، بما في ذلك المشاعر والسلوكيات والتصورات أثناء وبعد الاستخدام. تصميم تجربة المستخدم هو عملية متكاملة تهدف لجعل هذا التفاعل ذا معنى، فعال، كفء ومُرَضٍ عبر تصميم كامل دورة استخدام المنتج من العلامة التجارية حتى الوظائف وسهولة الاستخدام.

### تطبيق نموذج عناصر تجربة المستخدم الخمسة لتطبيق طازج من خلال:

#### • الاستراتيجية

**هدف العمل**: تقليل تكاليف التداول وتحسين انسياب الإنتاج الزراعي بين مزارعين وسوق دمشق وغطتها.

**احتياجات المستخدمين**: وصول سريع وبسيط للعروض؛ ثقة وشفافية في الأسعار والكميات؛ تقليل زمن البيع والشراء؛ أدوات تفاوض وسمات لوجستية.

#### • النطاق

**وظائف أساسية**: تسجيل مُيسر للمزارعين والتجار؛ قوائم منتجات بحسب النوع والموقع؛ محرك بحث فلترة حسب كمية وسعر وتاريخ الحصاد؛ نظام طلبات وعروض؛ تتبع عمليات التسليم والدفع.

**محتوى**: أوصاف قصيرة للمنتج؛ صور بسيطة؛ مؤشرات جودة وكمية؛ سجلات تفاوض مختصرة.

#### • المخطط التنظيمي

تدفق الاستخدام: تصفح حسب فئات أو خرائط جغرافية؛ صفحة عرض منتج مع خيارات تفاوض وإرسال عرض؛ لوحة تحكم للمزارع تُظهر مخزون وطلبات ومبالغ مستحقة.  
نماذج تفاعل: دعم مسار خطي لمستخدم مبتدئ ومسارات مرنة لمستخدم محترف.

#### • الهيكل العظمي

عناصر واجهة: شريط بحث بارز، فلاتر قابلة للوصول السريع، أزرار نشر عرض/طلب واضحة؛ إشعارات حالة الطلب، أيقونات بديهية للاتصال والتفاوض.

قابلية الوصول: أحجام أزرار كبيرة، لغة بسيطة، وضع عدم الاتصال الجزئي للبيانات الضعيفة.

#### • السطح

هوية بصرية: ألوان مستوحاة من الطبيعة (أخضر، برتقالي مشمشي، ترابي) لبناء الثقة والألفة.

رموز وخطوط: أيقونات بسيطة مألوفة للمزارعين، خطوط واضحة ومقروءة، صور واقعية للمنتجات بدقة جيدة ولكن مثالية للسرعة.

#### فلسفات التصميم المعتمدة وتطبيقها في طازج:

##### • التصميم المرتكز على المستخدم:

تطبيق: حلقات اختبار ميداني مع مزارعين وتجار في سوق دمشق وغوطتها؛ تعديل واجهات بناءً على ملاحظات حقيقية.

##### • التصميم القائم على المهام:

تطبيق: تبسيط تدفقات البيع والشراء إلى أقل عدد من الخطوات، قوالب سريعة لإدخال الكميات والأسعار.

##### • التصميم القائم على الدلائل:

تطبيق: استخدام بيانات سوق فعلية لاتخاذ قرارات واجهة، تعديل الخوارزميات بناءً على أنماط العرض والطلب.

##### • التصميم الشمولي Inclusive Design

تطبيق: دعم لغات محلية، وضعيات عدم الاعتماد الكامل على الإنترنت، واجهة تناسب مستخدمي خبرة تقنية منخفضة.

ختاماً، بعد الإطلاع على الفلسفات والأدوات المختلفة، تم اعتماد تصميم تجربة مستخدم منسجم مع فلسفة التركيز على المهمة ويراعي فئات مختلفة من المستخدمين بالحد الأدنى من الثقافة التكنولوجية، تجعل التطبيق أداة عملية تقلص التكاليف وتزيد كفاءة السوق عبر واجهة مبسطة، ثقة مرئية، تخدم

سوق دمشق وغطوتها. التركيز على طبقات Garrett الخمس يضمن قراراً تصميمياً منظمًا من الهدف إلى الواجهة ويحوّل الفوائد الاقتصادية إلى مؤشرات قابلة للقياس والتنفيذ.

أما على الصعيد الاقتصادي، يُعد تطوير الاقتصاد الزراعي من الأولويات الاستراتيجية لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، لا سيما في بلد مثل سوريا. وتُقدم التكنولوجيا الحديثة، وعلى رأسها التطبيقات الوسيطة، فرصاً حقيقية لتحسين علاقة العرض والطلب في السوق الزراعي، ويحمل معه فرص للأعمال الناشئة في هذا القطاع من أجل تحقيق أرباح جيدة خلال فترة سريعة كما أظهرت الحالات التي استعرضتها الباحثة سابقاً، من خلال تعزيز الشفافية، وتسهيل الوصول إلى الأسواق، وتقليل التكاليف، وزيادة كفاءة التوزيع. مثل هذه الفرصة تعتبر بديلاً استثمارياً محفزاً لتطبيق ناشئ مثل طازج للدخول من خلالها للأسواق الزراعية للفائدة الاقتصادية والعائدية المتوقعة وخاصة مع خلو السوق من منافسة، وتشكل هذه الأدوات الرقمية خطوة محورية نحو تمكين المنتجين وتحقيق استدامة القطاع الزراعي في المستقبل.

## المبحث الثاني

تجارب مماثلة لتصميم تجربة المستخدم في تطبيقات زراعية

## مقدمة:

في هذا المبحث تتناول الباحثة أمثلة عن تطبيقات شهيرة في مجال الأعمال الزراعية وأهم عناصر تصميم تجربة المستخدم فيها من أجل تحليلها وتحديد ما يمكن الاستفادة منه لاحقاً عند تصميم تجربة مماثلة للسوق السورية.

### 1.2.2 أمثلة على تصميم تجربة المستخدم في تطبيقات B2B الزراعية:

فيما يلي، ستستعرض الباحثة تجارب مشابهة من تطبيقات مماثلة من دول وثقافات مختلفة بغرض تحليلها والاستفادة منها، وهي تطبيقات TaniHub، محصولي، و Agrostar.

#### 1.1.2.2 تطبيق TaniHub – إندونيسيا:

تم إطلاق تطبيق TaniHub في عام 2016، وهو جزء من شركة TaniGroup التي تركز على الحلول الرقمية في القطاع الزراعي في إندونيسيا. تأسس التطبيق بهدف تحسين سلاسل الإمداد الزراعية، وتقليل الوسطاء، وتسهيل عمليات البيع والشراء بين المزارعين والمشتريين من الشركات، مثل المطاعم، ومحلات السوبر ماركت، والفنادق.

يسعى التطبيق إلى تمكين المزارعين من الوصول إلى أسواق أوسع بأسعار عادلة، وتوفير منصة موثوقة للمشتريين من المؤسسات للعثور على منتجات طازجة وذات جودة عالية. كما يهدف إلى تقليل الفاقد وتحسين دخل المزارعين عبر تسهيل عمليات البيع المباشر.



بحسب تقارير عام 2020، كانت المنصة تخدم أكثر من 200,000 مزارع وتاجر في إندونيسيا، مع زيادة مستمرة في قاعدة المستخدمين.

لم تُعلن الشركة عن أرقام أرباح صافية بشكل رسمي، لكن يُعتقد أن المنصة حققت نمواً ملحوظاً في الإيرادات، خاصة بعد استثمارات من شركات استثمارية إقليمية ودولية. حصلت على تمويلات تصل لمئات الملايين من الدولارات من مستثمرين كبار مثل SoftBank و Sequoia Capital، بهدف التوسع وتحسين الخدمات.

تركز بشكل رئيسي على إندونيسيا، وتخطط للتوسع في دول جنوب شرق آسيا. متاحة على الهواتف الذكية عبر أنظمة Android و iOS، وتقدم الواجهة باللغة الإندونيسية، مع دعم للغة الإنجليزية. تعتمد المنصة على عمولات من العمليات، وخدمات التوصيل، والاشتراكات الشهرية للشركات، مع التركيز على تنمية قاعدة المزارعين والتجار. لا يزال التطبيق في مرحلة النمو، مع التركيز على زيادة عدد المستخدمين وتحقيق الربحية، مع استمرار تلقي التمويلات لدعم توسعها وتحسين بنيتها التحتية الرقمية.

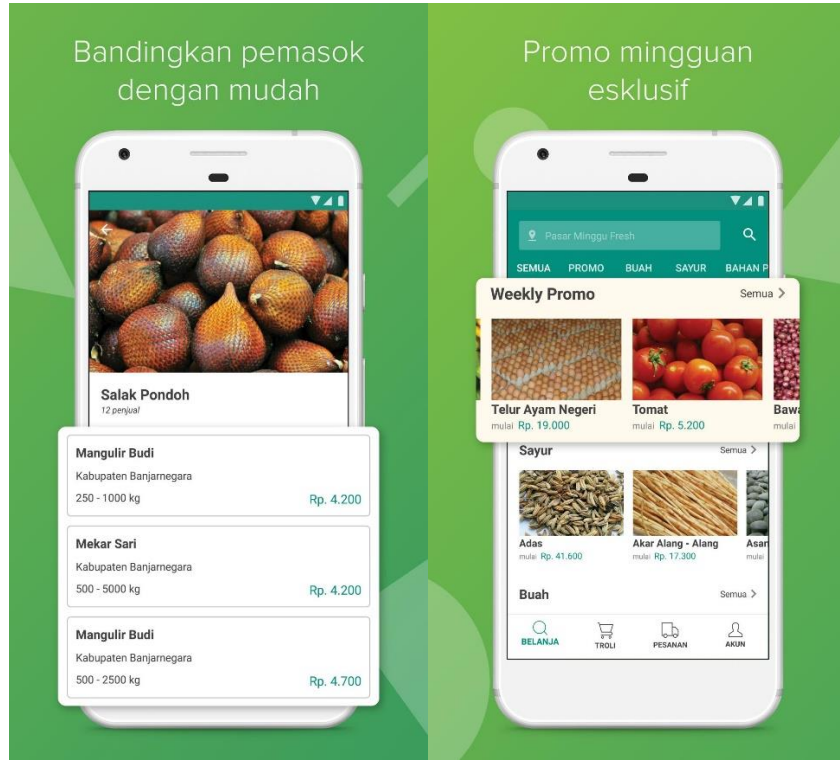
الشريحة المستهدفة التي يركز عليها التطبيق، هي المزارعين بكل فئاتهم، الصغار والمتوسطين، والكبار، مع الأعمال التجارية التي تتعامل معهم، ويركز على الحصول على عمولة الصفقات للنمو.



### 2.1.2.2 عناصر التصميم في TaniHub:

- واجهة بسيطة وواضحة، تحتوي على صور واضحة للمنتجات وأزرار بارزة.
- تصميم متجاوب مع جميع أنواع الأجهزة (هواتف وأجهزة لوحية).
- تصنيف المنتجات بحسب النوع (خضار، فواكه، حبوب...)، مما يسهل البحث.
- شريط تنقل سفلي يوفر وصولاً سريعاً إلى: المنتجات، الطلبات، الدعم، الحساب.

- تنبيهات بالأسعار والتوصيل تظهر بأسلوب بطاقات داخل الواجهة.
- أما عن عناصر تجربة المستخدم:
- سهولة التسجيل والبدء، عبر رقم الهاتف والبريد الإلكتروني.
- سرعة التفاعل مع العروض والطلبات، بفضل الواجهة الخفيفة.
- مصداقية عالية مع تقييمات مباشرة من المشترين.
- لغة محلية مدعومة وتصميم يعكس الثقافة البصرية للمزارعين المحليين.
- خيارات الدفع المرنة (رقمي، نقدي، تحويل).
- مثال جيد لتطبيق يوازن بين البساطة والوظائف العملية، مع مراعاة تنوع المستخدمين.



### 3.1.2.2 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتطبيق TaniHub:

في الجدول التالي، عرض توضيحي لأهم العناصر الداخلية والخارجية التي تؤثر على التطبيق الإندونيسي، بغرض الاستفادة منها لاحقاً في بناء تحليل خاص لتطبيق طازج:

نقاط الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> <li>• لا يقدم محتوى تعليمي أو دعم زراعي تقني للمزارعين.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• واجهة مستخدم بسيطة وواضحة تسهل التصفح.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• قابلية الاستخدام تحتاج إلى تحسينات تتعلق بمعلومات المنتج وطريقة عرض الصور والمعلومات.</li> <li>• محدودية التفاعل الشخصي أو المساعدة الفورية داخل التطبيق.</li> <li>• الاعتماد الكبير على استقرار شبكة الإنترنت للتنقل بين الواجهات.</li> <li>• لا يقدم أدوات ذكية لتوصية المزارعين بأفضل ممارسات أو اتجاهات السوق.</li> <li>• تجربة المستخدم قد لا تكون مناسبة للمزارعين كبار السن أو من غير المتعلمين.</li> <li>• ارتفاع تكاليف التشغيل وصيانة البنية التحتية مما يقلل من الأرباح الصافية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تنوع وسائل الدفع (نقداً، إلكترونياً، تحويل بنكي)، ما يعزز سهولة الشراء.</li> <li>• نظام تصنيف منظم للمنتجات (خضار، فواكه، حبوب...) يسهل البحث والطلب.</li> <li>• شبكة لوجستية قوية تدعم توصيل الطلبات بسرعة وكفاءة.</li> <li>• دعم اللغة المحلية والثقافة البصرية مما يعزز ثقة المستخدمين.</li> <li>• ثقة عالية في السوق نتيجة تقييمات المستخدمين وسمعة جيدة.</li> <li>• الدعم الاستثماري الكبير من كيانات دولية مثل SoftBank مما يوفر له قدرة توسع سريعة</li> </ul>
---	---

#### 4.1.2.2 القيمة المضافة لتطبيق TaniHub:

- تحسين الوصول للأسواق: يتيح للمزارعين بيع منتجاتهم مباشرة للشركات والموزعين، ما يقلل الوسطاء ويزيد هامش الربح للمزارع.
- دفع رقمي وسلسلة توريد شفافة: معاملات مالية مؤتمتة وآمنة، تساعد على تتبع الطلبات والمخزون.
- المساهمة في دعم تطوير المزارع: من خلال ربط المزارعين ببرامج التدريب والمشورة المقدمة من شركاء المنصة لتحسين جودة المنتجات الزراعية وفق معايير السوق.
- تقليل الهدر: من خلال مطابقة العرض والطلب بشكل أفضل، يقلل الفائض أو نقص المنتجات.

## 2.2.2: دراسة تطبيق AgroStar الهند:



تم إطلاق Agro Star في عام 2013، وهو أحد رواد الحلول الرقمية لدعم المزارعين في الهند. يهدف إلى تزويد المزارعين بالمعلومات، المنتجات، والدعم الفني، وربطهم بالسوق بشكل فعال، بهدف زيادة الإنتاجية وتحقيق أرباح أكبر.

يسعى التطبيق إلى تيسير عمليات الزراعة الحديثة عبر تقديم محتوى تعليمي، توصيات ذكية، وشراء منتجات زراعية موثوقة. كما يوفر دعمًا فنيًا مباشرًا عبر نظام دردشة داخلي، ويعتمد على التكنولوجيا لتقديم حلول مخصصة للمزارعين حسب نوع المحاصيل والمنطقة.



بحسب تقارير 2022، يخدم التطبيق أكثر من 2 مليون مزارع في الهند، مع توسع مستمر في قاعدة المستخدمين. في عام 2022، أعلنت الشركة أن إيراداتها تجاوزت 50 مليون دولار، مع نمو سنوي يتراوح بين 30-40%.

تركز على الهند، مع خطط للتوسع إلى دول جنوب آسيا. والمنصة متاحة على Android و iOS، مع دعم للغات ولهجات محلية، لتعزيز وصول المزارعين من خلفيات ثقافية مختلفة، ويعتمد على مبيعات المنتجات، الاشتراكات، خدمات الدعم الفني، والإعلانات، مع التركيز على التوسع في الخدمات الرقمية والتعليمية.

- بدأت الشركة تحقق أرباحاً، مع توسع في قاعدة العملاء وتنامي الإيرادات. تستثمر بشكل كبير في المحتوى والخدمات الذكية، وتخطط لتقديم المزيد من الحلول الرقمية المخصصة للمزارعين، مما يعزز مكانتها كشركة رائدة في مجال دعم الزراعة الذكية في الهند.

إن التوافر الجغرافي إندونيسيا، جنوب شرق آسيا، الهند، أسواق جنوب آسيا، وهما يستخدمان نموذج العمولات، بالإضافة لخدمات التوصيل، واشتراكات المبيعات، ويقدمان خدمات دعم، إعلانات.

الهدف الرئيسي ربط المزارعين بالمشتريين، تحسين سلاسل الإمداد دعم المزارعين من خلال المعلومات، المنتجات، والخدمات الذكية

هذه النماذج تظهر كيف يمكن للتقنية أن تحدث ثورة في القطاع الزراعي، عبر ربط المزارعين بالسوق، وتقديم الدعم الفني والمعلومات، بهدف زيادة الإنتاجية، تحسين الدخل، وتوفير حلول مستدامة لمشاكل الزراعة التقليدية.

الشريحة المستهدفة التي يركز عليها التطبيق، هي المزارعين الهامشين والصغار في الأرياف الهندية، بالإضافة للأعمال التجارية التي تتعامل معهم، ولكن عكس التطبيق السابق، فهو يركز بشكل أكبر على تزويد المزارعين بالمواد الأولية ذات الجودة العالية، والأدوات الزراعية لتحسين الإنتاج.

### 1.2.2.2 عناصر التصميم في AgroStar:

- ألوان زراعية دافئة مثل الأخضر والأحمر توجي بالثقة والاستدامة.
- تصميم مخصص للمزارع: زر كبير لطلب المساعدة، صور حقيقية للمنتجات.
- قائمة رئيسية بصور وأيقونات كبيرة تسهل التفاعل دون معرفة تقنية كبيرة.
- واجهات نظام دردشة داخلي مع الدعم أو ممثلين زراعيين.

### أما عناصر تجربة المستخدم:

- محتوى تعليمي مدمج داخل التطبيق (فيديوهات، مقالات).
- دعم لغات ولهجات محلية لتقليل الحاجز الثقافي.
- ملاحظات تفاعلية مرئية وصوتية عند الضغط على الأزرار.
- واجهة مرنة تلائم المستخدم المتقدم والمبتدئ.
- توصيات ذكية بناءً على المحاصيل المزروعة أو المنطقة الجغرافية.



### 2.2.2.2 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتطبيق AgroStar:

في الجدول التالي، عرض توضيحي لأهم العناصر الداخلية والخارجية التي تؤثر على التطبيق الإندونيسي، بغرض الاستفادة منها لاحقاً في بناء تحليل خاص لتطبيق طازج:

نقاط الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> <li>• لا يركّز كثيراً على التسويق أو التوصيل المباشر للمنتجات إلى الأسواق أو التجار.</li> <li>• تجربة الشراء عبر التطبيق قد تكون أقل سلاسة مقارنة بتطبيقات الوساطة المباشرة مثل TaniHub فالتطبيق لا يركز عليها.</li> <li>• محدودية أدوات الدفع الإلكترونية أو إدارة المعاملات المالية المتقدمة.</li> <li>• الاعتماد الكبير على استجابات بشرية من الموجهين الزراعيين يبطل بعض الخدمات.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• واجهة مبسطة بتصميم مرئي مباشر تناسب المزارعين في المناطق الريفية وذوي الخبرة المحدودة بالتقنية.</li> <li>• دعم لغات ولهجات محلية مما يعزز القرب الثقافي من المستخدمين.</li> <li>• محتوى تعليمي مدمج (فيديوهات، نصائح، مقالات) يساعد في رفع الوعي الزراعي.</li> <li>• نظام دعم زراعي مباشر (عبر دردشة أو الاتصال) مع مرشدين زراعيين</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• الاعتماد على التمويل الخارجي لتقديم خدمات القيمة المضافة مما يجعل استقرار الخدمات عرضة للتذبذب.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• توصيات ذكية بناءً على نوع المحصول والموقع الجغرافي (مبنية على البيانات).</li> <li>• تركيز على تحسين الإنتاجية أكثر من مجرد التسويق، ما يجذب المزارع الباحث عن حلول.</li> <li>• توفير خدمات قيمة مضافة للمزارعين مثل بذور محسنة، أسمدة، وغيرها.</li> </ul>
---	--

### 3.2.2.2 القيمة المضافة لتطبيق AgroStar:

- إمدادات زراعية موثوقة: يوفر وصولاً سريعاً إلى البذور، الأسمدة، المبيدات، والمعدات الزراعية، بأسعار أفضل من السوق المتعمد على الوسطاء.
- استشارات زراعية رقمية: يقدم نصائح متخصصة مبنية على بيانات المحاصيل والمواسم، مما يزيد الإنتاجية.
- التقليل من المخاطر: من خلال توجيه المزارع حول الممارسات الصحيحة، يقلل من خسائر المحاصيل بسبب الأمراض أو سوء الإدارة.
- تحسين اتخاذ القرار: يوفر بيانات عن الأسعار، الطقس، ونصائح تحسين الإنتاج، مما يرفع من كفاءة المزارع.

### 3.2.2 دراسة لتطبيق محصولي المصري:

رغم ندرة التطبيقات المشابهة في الوطن العربي، فقد تم مؤخراً إطلاق تطبيق محصولي، الذي بدعم من الحكومة المصرية، وهو تطبيق مُصمم لهواتف الأندرويد يُقدم العديد من الخدمات الزراعية التي تُهم المزارع المصري والهدف منه تسهيل حياته العملية وتوفير الوقت والجهد المادي والمعنوي المبذول وتوفير حلول قد تساهم في ضبط آليات السوق الزراعي في ظل الثورة التكنولوجية التي يشهدها المجال الزراعي، وهو يسهل التقاء المنتجين بالمشتريين كما يسهل بيع الأراضي. لكن ما يزال التطبيق حديث نسبياً في طور التجربة، إلا أنه يتمتع بهوية بصرية مشابهة TaniHub.



محصولي  
mahsoly

### 1.3.2.2 عناصر التصميم في محصولي:

- اسم عربي مباشر، محصولي، يوحى بالملكية والخصوصية للمزارع، وهو اسم سهل التذكر وذو صلة مباشرة بالنشاط الزراعي
- الشعار يمزج بين رمز حبة أو سيقان نبات، مما يرسخ الوصل بين الاسم والمجال الزراعي.
- الألوان الطبيعية والزراعية (الأخضر، البني، الأصفر) تمنح انطباعاً بالملاءمة مع الطبيعة والزراعة.
- هذه الألوان تدعم الثقة بالمنتج الزراعي، وتُذكر بالمحاصيل الطازجة، مما يعزز القرب العاطفي من المستخدم.
- يستعمل التطبيق صوراً حقيقية للمحاصيل والطبيعة، مما يربط المستخدم بالواقع الزراعي ويعزز الثقة.
- استخدام خرائط الموقع في «سوق الأراضي» يعزز من انطباع الاحترافية والدقة.



### 2.3.2.2 عناصر تجربة المستخدم في محصولي:

تصميم بسيط يعتمد على أيقونات واضحة وواجهة خطية تحتوي على خيارات مبسطة. استخدام الخطوط العربية البسيطة والمقروءة لدعم قابلية القراءة في الريف المصري. نافذة دعم مفتوحة للإرشادات وتقديم المعلومات. رسائل توضيحية تعمل على تعزيز تجربة المستخدم.



### 3.3.2.2 القيمة المضافة لتطبيق محصولي:

استراتيجية واضحة: تمكين المزارع من تسويق محصوله مباشرة، دون وسطاء، وبأقل قدر من التعقيد بواجهات بسيطة تركز على المستخدم.

نطاق وظيفي دقيق: عرض المحاصيل، متابعة الأسعار، التواصل مع المشتريين، وتحديد الموقع الجغرافي.

تسلسل خطوات منطقي: نُشبه ما يقوم به المزارع في السوق التقليدي وتنقلها للتطبيق وهذا التنظيم يُقلل من الجهد العقلي ويُسرّع عملية اتخاذ القرار.

واجهات بسيطة سهلة التعلم: أزرار كبيرة، رموز واضحة، شريط بحث مباشر. لا حاجة لتدريب أو شرح مطول.

لغة تصميم عملية: الألوان مستوحاة من الطبيعة، الأخضر، البني، الأصفر الترابي. الخطوط واضحة، والرموز مألوفة حتى لمن لا يقرأ بشكل جيد. مما يعزز شعور المستخدم بأن التطبيق "له"، وليس لأشخاص ذات مستوى تعليم عالي جداً.

### 4.2.2 المقارنة بين التطبيقات:

- يقدم تطبيق AgroStar تجربة أكثر بساطة وتصميم أقل تعقيداً من ناحية الأشكال والخطوط وذلك يتناسب مع طبيعة المستخدمين الزراعيين في الهند وجنوب شرق آسيا أكثر، بينما واجهة TaniHub أكثر بساطة من ناحية عدد الخطوات اللازمة والتعقيدات المتعلقة بالوصول للمنتج النهائي.

- تطبيق محصولي يركز على البساطة وسرعة الوصول للمنتجات مع واجهة واضحة وخيارات دفع مرنة.
- تراعي كل التطبيقات الاختلافات الثقافية كاللهجات واللغات المستعملة مما يوفر دعماً أكبر لشرائح أوسع من المزارعين.
- بينما يقدم تطبيق TaniHub خيارات دفع متنوعة وأكثر سهولة للمستخدمين تساعد في تسريع عملية الدفع والشراء، يقدم AgroStar خدمات ذات قيمة مضافة تساعد في فرز المحاصيل، تحديد الأمراض، وكيفية معالجتها.
- التطبيقات جميعها توفر مرجعاً جيداً لبناء تجربة المستخدم، حيث أن الظروف الاقتصادية في سوريا تتطلب تطبيقات بسيطة تناسب مع جالات الأفراد ومواصفاتها التقنية، والمستوى التعليمي المتوفر.

### - جدول مقارنة بين التطبيقات الثلاثة:

الفئة	AgroStar	TaniHub	محصولي
1. التصميم البصري	- واجهة تقليدية بتركيز على النصوص أكثر من الصور	- ألوان زراعية دافئة (أخضر وأحمر) توجي بالثقة	- واجهة بسيطة وواضحة
	- أيقونات وظيفية واضحة مرتبطة بالأدوات الزراعية	- تصميم يركز على صور حقيقية	- صور عالية الجودة للمنتجات
	- ألوان محايدة أقرب للأزرق والبرتقالي	- زر كبير لطلب الدعم	- أزرار بارزة وواضحة
2. البنية والتنقل	- تبويب بحسب الخدمات (شراء مدخلات، استشارات، مقاطع فيديو)	- قائمة رئيسية بصور وأيقونات كبيرة تسهل الفهم	- شريط سفلي للتنقل السريع بين الصفحات
	- بحث سريع بالمحاصيل أو المشاكل الزراعية	- تنظيم مبني على المهام الزراعية والمواسم	- تصنيف المنتجات حسب النوع
3. التوافق التقني	- يعمل على أجهزة ضعيفة الأداء كما يمكن استخدامه أوفلاين مع تحديثات عند توفر الإنترنت	- تصميم يراعي بساطة الأجهزة وضعف الاتصال في الريف	- تصميم متجاوب مع الهواتف والأجهزة اللوحية
4. الدعم اللغوي	- متاح بالهندية والإنجليزية ولهجات محلية ويدمج مصطلحات زراعية مألوفة للمزارع	- يدعم لغات ولهجات محلية عديدة (خاصة في الهند وجنوب شرق آسيا)	- يدعم اللغة المحلية ويعكس الثقافة البصرية للمزارعين
5. البساطة وسهولة الاستخدام	- إجراءات قصيرة ومبسطة	- تصميم أقل تعقيداً من ناحية الأشكال والخطوط	- خطوات قليلة للوصول للمنتج النهائي
	- تجربة مستخدم تفاعلية مع أيقونات إرشادية	- يناسب المزارعين محدودي الخبرة التقنية	- تسجيل سريع عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني
6. الدعم الفني والتواصل	- خط اتصال مباشر مع خبراء وقسم أسئلة وأجوبة مجتمعية (A&Community Q)	- نظام دردشة داخلي مع ممثلين زراعيين ومستشارين	- دعم تقني ضمن التطبيق
7. المحتوى التعليمي	- مكتبة كبيرة من الفيديوهات التوضيحية نصائح زراعية يومية مخصصة	- محتوى تعليمي مدمج (فيديوهات، مقالات، توصيات زراعية)	- لا يحتوي على محتوى تعليمي مدمج بشكل بارز

8. التفاعل والاستجابة	- إشعارات لحظية عن السوق والطقس ردود تفاعلية سريعة في واجهة المستخدم	- ملاحظات تفاعلية مرئية وصوتية عند استخدام الواجهة	- تنبيهات أسعار وتوصيل بأسلوب بطاقات داخل الواجهة
9. التخصيص والذكاء	خوارزميات ذكاء اصطناعي للتنبؤ بالمشاكل الزراعية واقتراح منتجات بحسب حالة التربة	- توصيات ذكية بحسب المحاصيل والمنطقة الجغرافية	- توصيات بناء على التصنيفات والطلبات السابقة
10. الدفع والشراء	- يركز على ربط المزارع بالمتجر القريب والدفع غالباً نقدي أو عبر التحويلات البسيطة	- لا يركز على الدفع، بل على الخدمات الإضافية للمزارعين مثل التشخيص الزراعي	- خيارات دفع مرنة ومتعددة (نقدي، رقمي، تحويل)
11. القيمة المضافة	- يقدم شبكة استشارات وخدمات تعليمية ويربط المزارع بالموردين والخبراء بشكل مباشر	- يقدم خدمات تشخيص الأمراض، فرز المحاصيل، وإرشادات معالجة	- يركز على سهولة الوصول للمنتجات وسرعة تنفيذ الطلب

#### 1.4.2.2 تصميم رحلة المستخدم للتطبيقات الثلاثة:

بدايةً، قامت الباحثة بتحليل تجربة استخدام التطبيقات من منظور رحلة المستخدم داخل كل تطبيق. ركزت على مجموعة من الجوانب الأساسية التي تؤثر على جودة الاستخدام، كما راعت نوعية المستخدمين، ونوع المعاملات التي يمكن إجراؤها في كل تطبيق، مثل، سهولة تسجيل الدخول، وضوح واجهة المستخدم، سرعة الوصول للمعلومة المطلوبة، دعم اللغة المحلية، التفاعل مع المستخدم (تنبيهات، اقتراحات، تخصيص)، والمزايا الإضافية.

وفي حال عدم إمكانية تجربة التطبيق بشكل مباشر، استعانت الباحثة بمصادر خارجية مثل مراجعات المستخدمين، فيديوهات توضيحية، أو لقطات شاشة لتكوين تصور شامل عن رحلة المستخدم داخله، إضافة للتقييمات المكتوبة والمنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت النتائج كما هي موضحة في الشكل التالي:

الجانب	محصولي	AgroStar	TaniHub
نوع المستخدم الأساسي	مزارعون، تجار الجملة، مشترون محليون	مزارعون	مزارعون، تجار جملة، شركات غذائية
الوظيفة الرئيسية	وساطة رقمية لبيع المنتجات الزراعية مباشرة للتجار والأسواق	توفير المستلزمات الزراعية + استشارات رقمية	منصة B2B لبيع المنتجات الزراعية مباشرة للشركات والتجار
القيمة المضافة	تسويق مباشر للمزارع - تحديد أسعار عادلة - تبسيط سلسلة التوريد - دعم المزارعين المحليين	توفير مستلزمات - زراعية موثوقة - استشارات رقمية لتحسين الإنتاج- تقليل المخاطر	وصول مباشر للشركات - والتجار- معاملات مالية مؤتمتة- تقليل الوسطاء-

تحسين جودة المنتجات- تقليل الهدر	الزراعية- تحسين اتخاذ القرار		
1. تسجيل الحساب 2. إدخال المنتجات أو الطلبات 3. مطابقة العرض والطلب 4. الدفع والمعاملات 5. الشحن والتوصيل 6. التقييم والمتابعة	1. تسجيل الحساب 2. تحديد الاحتياجات الزراعية 3. استشارات ذكية 4. طلب وشراء المستلزمات 5. تتبع الطلب والتوصيل 6. التقييم والتحسين	1. تسجيل الحساب 2. إدخال منتجات المحاصيل 3. عرض المنتجات للمشتريين 4. التفاوض والبيع 5. الدفع والتسليم 6. المتابعة والتقييم	رحلة المستخدم الأساسية
B2B مزارع → شركة / تاجر	B2C تطبيق للمزارع	B2B / B2C محلي	نوع المعاملات
تتبع الطلبات، بيانات السوق، نصائح لتحسين الجودة	نصائح زراعية، بيانات الطقس، تقارير إنتاج	بيانات الأسعار المحلية، التواصل مع التجار، متابعة المخزون	أدوات الدعم الإضافية

## 5.2.2 بناء تحليل SWOT لتطبيق طازج:

اعتمدت الباحثة بشكل رئيسي على تجربة التطبيقين السابقين كونهما من الأشهر عالمياً، بالإضافة لبعض العناصر التصميمية من محصولي، لكن غياب تطبيقات عربية مشابهة ما زال يعتبر عائقاً في تطوير تجربة المستخدم، ومن الملاحظ أن محصولي يتمتع بهوية بصرية مشابهة لـ TaniHub، ولكن مع اختلافات مخصصة لمصر.

فيما يلي جدول تحليل نقاط القوة والضعف لتطبيق طازج:

نقاط الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> <li>ارتفاع تكاليف التطوير والتشغيل مع انعدام الإيرادات في مرحلة التأسيس نتيجة لطول مدة التطوير وارتباط التطبيق بالمحاصيل الموسمية التي تحتاج دعماً من وقت مبكر.</li> <li>صعوبة تأمين مروجين خبراء في مجال الزراعة وأسواق المنتجات الزراعية.</li> <li>خطر اختراق الخصوصية أو الأمن الرقمي للمستخدمين في ظل غياب بني حماية قوية.</li> <li>نقص الكفاءات التقنية والإدارية المتخصصة لدى التطبيق حالياً.</li> <li>غياب خدمات التخزين والنقل لارتفاع تكاليفها ومخاطرها.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>بساطة التصميم وواجهة خفيفة تتناسب مع الهواتف ذات المواصفات المحدودة المنتشرة في سوريا.</li> <li>توفير قناة اتصال مباشرة بين المزارع والمنتج لتخفيف مشكلة ضعف التسويق الزراعي.</li> <li>اعتماد على اللغة العربية المحكية واللهجة المحلية مما يسهل الاستخدام للمزارعين والتجار.</li> <li>مرونة في الدفع (نقدي، حوالات داخلية، آجل) تتناسب مع الواقع النقدي للسوق السوري بعد أزمة السيولة الأخيرة.</li> <li>إمكانية تطوير نموذج شراكة مع سلاسل تجار ومطاعم ومراكز تعبئة لتأمين الطلب الثابت.</li> </ul>

التهديدات	الفرص
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ضعف البنية التحتية للإنترنت في المناطق الريفية قد يعيق استخدام التطبيق بسلاسة.</li> <li>• نقص الثقافة الرقمية بين المزارعين، وخاصة كبار السن، مما يتطلب دعماً تدريبياً مستمراً.</li> <li>• غياب الثقة الأولية بالتطبيقات الجديدة نتيجة لحدثة عمر التطبيق.</li> <li>• تقلبات حادة في الأسعار وسعر الصرف قد تعيق استقرار التسعير عبر التطبيق.</li> <li>• تحكم الحكومة ببعض المحاصيل الاستراتيجية وغياب مرونة العرض فيها مثل القمح والتبغ.</li> <li>• مقاومة محتملة من بعض الوسطاء التقليديين الذين قد يعتبرون التطبيق تهديداً لمصالحهم.</li> <li>• إمكانية دخول منافسين جدد بتمويل أكبر وخبرة سابقة، تهدد وجود التطبيق.</li> <li>• تحديات قانونية أو تنظيمية مستقبلية في حال توسع التطبيق دون إطار تشريعي واضح.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• فرصة لتقديم قناة تسويقية رقمية أكثر تنظيماً العشوائى المحلي الخاضع لسلاسل الوسطاء.</li> <li>• إمكانية الوصول المبكر وبناء قاعدة بيانات تسعيرية موحدة وشفافة تحفز المنافسة العادلة.</li> <li>• دعم المنظمات الدولية والمبادرات المحلية لمشاريع الأمن الغذائي والزراعة الرقمية.</li> <li>• إمكانية عقد شراكات مع خدمات نقل داخلي أو منصات دعم محلي لتوسيع نموذج العمل.</li> <li>• غياب منافسة قوية حالياً في السوق السورية، ما يفتح مجالاً للريادة.</li> <li>• زيادة الوعي الرقمي لدى السوريين بشكل مستمر مع تطبيقات جديدة.</li> <li>• التوجهات الحكومية نحو الدفع الإلكتروني مما يساهم بتعزيز البنية التحتية المناسبة.</li> </ul>

## 6.2.2 تصميم رحلة المستخدم الخاصة بتطبيق طازج:

اعتماداً على ما سبق من تطبيقات تعمل في نفس المجال، أجرت الباحثة مقارنة مبسطة لسّمات الرحلة المقتبسة من التطبيقات المرجعية:

السمة الأهم	مهمة طازج	مصدر التطبيق
تسجيل سريع وبسيط	يقلل حواجز الدخول للمزارعين محدودي التقنية	Agrostar
تخصيص حسب المحصول والموقع	يسرع عملية المطابقة بين العرض والطلب	TaniHub
دردشة تفاوض داخلية مع إشعارات فورية	يحفز إتمام الصفقات ويقلل الاعتماد على اتصالات خارجية	محصولي
تكامل لوجستي وجدولة	يخفض تكاليف النقل ويزيد ثقة الأطراف	TaniHub
نظام تقييم بسيط بعد الصفقة	يبني ثقة ويحفز تكرار الاستخدام	Agrostar
واجهة مرئية أرضية وألوان طبيعية	تعزز القبول الثقافي وسهولة التعرّف	محصولي / TaniHub

### خلاصة المبحث الثاني:

إن الاطلاع على التطبيقات المشابهة يوفر فهماً عملياً لآليات المطابقة واللوجستيات والتفاوض المجربة في أسواق شبيهة. مما يوفر وقتاً كبيراً وتكاليف عالية من التجريب عند تصميم تطبيق طازج، واستلهاً عناصر تجربة المستخدم الفعالة يسرع إطلاق التطبيق ويقلل مخاطر التصميم غير الملائم للمزارعين والتجار. كما أن تكييف مزايا مثل التسجيل السريع، خرائط العروض، ودرشة التفاوض يعزز القبول المحلي ويقلل الاعتماد على الوسطاء فإنه يخلق قيمة مشابهة لما يقدمه السوق التقليدي والذي يجب ألا يكون بعيداً جداً عن الواقع الافتراضي. وأخيراً، دمج حلول لوجستية وتسهيلات دفع مرنة يحقق نفعاً اقتصادياً مباشراً للمزارع ويخفض تكاليف السوق. من هنا يأتي دور المصمم وفريق التسويق من خلال اختبارات ميدانية متكررة مع المستخدمين المحليين بما يضمن تعديل المزايا بحسب خصوصية السوق السوري ويزيد احتمالية الاعتماد والاستدامة والتي سيتم تناولها في القسم العملي في الدراسة من خلال المقابلات المعمقة والاستبيان.

## الفصل الثالث: الإطار العملي

## مقدمة:

يتناول هذا البحث الإطار العملي للدراسة، موضحاً المنهجية المتبعة في تنفيذها، بما في ذلك أدوات البحث المقابلات المعمقة والاستبيانات، وطبيعة مجتمع الدراسة وعينتها، والأساليب الإحصائية المستخدمة، إضافة إلى طرق التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة، وآلية تحليل البيانات للوصول إلى النتائج والاستنتاجات ذات الصلة بأهداف الدراسة.

### 1.3 منهجية البحث:

تم توظيف المنهج النوعي في المرحلة الأولى من خلال إجراء مقابلات معمقة مع عينة من المزارعين والتجار في دمشق وريف دمشق، بهدف فهم التحديات التي يواجهونها في عملية الإنتاج والتسويق، وتحديد احتياجاتهم من تطبيق رقمي مثل تطبيق (طازج).

أما في المرحلة الثانية، فقد تم اعتماد المنهج الكمي وذلك باستخدام أداة الاستبانة لجمع بيانات كمية من عينة أوسع من المستخدمين (مزارعين وتجار)، بهدف تحليل اتجاهاتهم وتقييم آرائهم حول تصميم واجهات التطبيق المقترح ومدى ملاءمتها لاحتياجاتهم، واختبار العلاقات الإحصائية بين المتغيرات المدروسة.

### 2.3 مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكوّن مجتمع الدراسة من المنتجين الزراعيين وتجار الجملة في سوريا ممن لديهم استعداد لاستخدام تطبيق إلكتروني وسيط في عمليات البيع والشراء الزراعي.

وتم التركيز على محافظتي دمشق وريف دمشق لكونهما تمثلان مركز النشاط التجاري والتوزيع الزراعي، وتضمنان شريحة واسعة من المزارعين والتجار.

- **العينة:** تم اختيار عينة قصدية متنوعة مكونة من المنتجين الزراعيين الصغار والمتوسطين وأصحاب المطاعم ومطاعم الوجبات السريعة والمطابخ ومحال المونة المنزلية والخضار والفواكه.
- **العدد النهائي للاستجابات:** استبانة صالحة للتحليل بعد التنقيح.

### 3.3 أدوات الدراسة:

#### 1.3.3 المقابلات المعمقة:

قامت الباحثة بإجراء مجموعة من المقابلات المعمقة مع مزارعين وتجار من مناطق مختلفة في دمشق وريف دمشق، بهدف التعرف على التحديات والاحتياجات الفعلية للمزارعين والتجار في سلسلة الإنتاج والتسويق الزراعي،

وذلك لدعم تطوير تطبيق (طازج) كمنصة رقمية تربط المنتج الزراعي بالمستهلك التجاري بشكل مباشر، وتقلل من تدخل الوسطاء وتذبذب الأسعار، وتستند نتائجها إلى تحديد الاحتياجات الأساسية لتصميم واجهات التطبيق ومحتواه ووظائفه التشغيلية.

ومن أجل ذلك قامت الباحثة بتحديد فئتين أساسيتين:

• فئة المزارعين: الهدف من مقابلتهم هو التعرف على المشاكل التي تواجههم في تسويق منتجاتهم، احتياجاتهم اللوجستية، مدى تقبلهم للتقنيات الرقمية، والصعوبات التي يتوقعونها في استخدام تطبيق وسيط.

• فئة التجار (مطاعم، مطابخ، محلات خضار وفواكه):

الهدف من مقابلتهم هو فهم متطلباتهم من حيث الجودة، الالتزام، الكميات، وموقفهم من الحلول التقنية التي قد تسهل عليهم عمليات الشراء والتوريد.

### 1.1.3.3 معايير اختبار المزارعين:

تم اختيار المزارعين بناءً على المعايير التالية:

- تنوع المناطق الجغرافية: تم اختيار مناطق مثل الكسوة، سرغايا، عرنة، وزبدین، نظراً لكونها مناطق زراعية نشطة وتضم محاصيل متنوعة. وتعتبر مهمة في دمشق وريفها.
- تنوع المحاصيل: تم التركيز على من يزرعون محاصيل موسمية (خضار) وأشجار مثمرة (تفاح، كرز، زيتون) لضمان شمولية التحديات.
- الخبرة الزراعية: تم اختيار مزارعين لديهم خبرة طويلة في الزراعة، لضمان عمق الرؤية.
- القدرة على التعبير والمشاركة: تم التركيز على المزارعين القادرين على التعبير عن آرائهم واستعدادهم للمشاركة في المقابلة.

### الصعوبات التي واجهت الباحثة:

واجهت الباحثة أثناء تنفيذ المقابلات بعض الصعوبات التي أدت إلى تقليص حجم العينة الميدانية، من أبرزها:

- تغيير رأي بعض المشاركين: من بين 10 مزارعين تم التواصل معهم، اعتذر 6 لاحقاً بسبب ضيق الوقت أو عدم اقتناعهم بالفكرة.
- صعوبة التنقل الميداني: بعض المناطق كانت بعيدة أو يصعب الوصول إليها في الوقت المحدد.
- غياب الدعم المحلي: لم يكن هناك تسهيل من الوحدات الإرشادية الزراعية، مما اضطر الباحثة للاعتماد على العلاقات الشخصية.

وبناءً على ذلك، تم إجراء مقابلات مع 6 ، وتم تحليل 4 منها بشكل معمق ضمن هذه الدراسة.

الفئة	الاسم	المنطقة	النشاط	نوع المحاصيل أو المنتجات	سنوات الخبرة	التحصيل العلمي
مزارع	خلدون الحاره	الكسوة	زراعة موسمية وأشجار	خيار، كوسا، ثوم، زيتون، نجاص	25 سنة	إعدادية

الفئة	الاسم	المنطقة	النشاط	نوع المحاصيل أو المنتجات	سنوات الخبرة	التحصيل العلمي
مزارع	عبد الرحمن	سرغايا	أشجار مثمرة	تفاح، كرز، نجاص	منذ الستينات	هندسة معلوماتية
مزارع	X	عرنة	أشجار جبلية	تفاح، كرز، خوخ، دراق	50+ سنة	إدارة أعمال
مزارع	وليد	زبدین	خضار موسمية	فليفلة، كوسا، باذنجان	20 سنة	ثانوية

### 2.1.3.3 معايير اختيار التجار:

تم اختيار التجار بناءً على المعايير التالية:

- تنوع النشاط التجاري: شملت العينة أصحاب المطاعم، مطابخ وجبات، محال مونة منزلية وخضار وفواكه.
- الخبرة التجارية: جميعهم لديهم خبرة طويلة في السوق تزيد عن 5 سنوات.
- الاعتماد على المنتجات الزراعية بشكل يومي: لضمان ارتباطهم المباشر بسلسلة التوريد.
- الاستعداد للتعامل مع تطبيقات رقمية: تم اختيار من لديهم تجربة سابقة أو اهتمام باستخدام تطبيقات وسيطة.

### الصعوبات التي واجهت الباحثة:

واجهت الباحثة تحديات واضحة أثناء مقابلات التجار، من أبرزها:

- رفض العديد من التجار المشاركة في المقابلة أو الإجابة عن الاسئلة بشكل صريح: خشية ارتباط البحث بجهات رقابية مثل التموين.
- تهرب بعض التجار من المقابلات أو اختصار الإجابات، معتبرين أن موضوع الدراسة غير مفيد لهم مباشرةً.
- ضيق وقت المشاركين وصعوبة جدولة مواعيد للمقابلات نظراً لطبيعة أعمالهم اليومية.
- ضعف الثقة بالتعامل مع الباحثة الميدانية، مما تطلب جهداً إضافياً في بناء علاقة تواصل قبل بدء المقابلة.

وبناءً على ذلك، تم إجراء مقابلات مع 5 تجار، وتم تحليل 3 منها بشكل معمق ضمن هذه الدراسة.

الفئة	الاسم	المنطقة	النشاط	نوع المحاصيل أو المنتجات	سنوات الخبرة	التحصيل العلمي
تاجر	Y	الشعلان	محل خضار وفواكه	مونة، خضار يومية	30 سنة	غير حاصل على شهادة
تاجر	شاكور	دمشق	مطبخ شرقي غربي	خضار، لحوم، مونة	25 سنة	تكنولوجيا معلومات
تاجر	W	دمشق	مطعم	خضار طازجة، لحوم	20 سنة	غير محدد

### 3.1.3.3 محاور المقابلات المعمقة:

تم تصميم اسئلة المقابلات وفق محاور نوعية رئيسية تغطي الجوانب التالية:

1. **البيانات التعريفية:** الهدف منها التعرف على خلفية المشارك، نوع نشاطه الزراعي أو التجاري، سنوات الخبرة، التحصيل العلمي، ومدى استخدامه السابق للتطبيقات الرقمية.
2. **محور مشاكل التسويق الزراعي:** تناول هذا المحور أبرز التحديات التي تواجه المزارعين في بيع منتجاتهم، مثل تحكم الوسطاء، تذبذب الأسعار، ضعف البنية التحتية، وصعوبة الوصول إلى التاجر المناسب. أما لدى التجار، فتم التركيز على مشاكل التوريد، تفاوت الجودة، ضعف التخزين، وتأثير تقلب الأسعار على الربحية.
3. **محور العلاقة بين العرض والطلب:** تم فيه استكشاف مدى انتظام العلاقة بين المنتج والمشتري، وجود وسطاء، وفترات الوفرة أو الندرة في السوق.
4. **محور تقبل الحلول التقنية:** هدفه قياس مدى استعداد المزارعين والتجار لاستخدام تطبيق رقمي، وتحديد الخصائص التي يرونها ضرورية مثل التوصيل، الدفع، التفاوض، الدعم الفني، والضمانات.
5. **محور الخصائص العملية للتطبيق المقترح:** تم فيه استعراض تفضيلات المشاركين حول نماذج الدفع، الاشتراك، العمولة، اللغة، أسلوب التعامل، ونظام الضمانات.
6. **محور التصورات المستقبلية:** تناول توقعاتهم حول تأثير التطبيق على دخلهم، التحديات المحتملة، والأفكار الإضافية التي يرونها مفيدة.

### 4.1.3.3 تحليل مقابلات المزارعين والتجار :

المحور	الفئة	نتائج عامة	الإيجابيات	السلبيات
الأسئلة التعريفية	المزارعون	أنشطة زراعية متنوعة خبرة عائلية، مستوى تعليمي متفاوت، معظمهم لم يستخدموا أي تطبيق	خبرة عملية واسعة مشاركة عائلية تزيد المعرفة العملية	ضعف الخبرة التقنية لبعضهم، تفاوت مستوى التعليم قد يبطئ التكيف مع التطبيقات
	التجار	أنشطة تجارية متنوعة، خبرة من 5 إلى 30 سنة، بعضهم يستخدم تطبيقات منزلية	تجربة بسيطة مع التطبيقات تسهل إدخال التطبيق الجديد، وعي بالحاجة للتكنولوجيا لتحسين المردود	بعضهم لا يعرف التطبيقات المتخصصة للزراعة، الاعتماد على السوق التقليدي قد يحد من كفاءة استخدام التطبيقات.
مشاكل التسويق الزراعي	المزارعون	تذبذب الأسعار، محدودية التخزين، ارتفاع تكاليف الإنتاج الاعتماد على السوق التقليدي أو شركات تصدير	علاقات مع شركات تصدير تقلل صعوبة التسويق، وعي بالمواسم يساعد على التخطيط	ضعف حماية الأسعار والدعم، محدودية التخزين تؤثر على البيع، التعامل المباشر مع الأسواق يزيد المخاطر الموسمية
	التجار	تذبذب الأسعار، صعوبة تأمين الجودة، مشاكل التخزين اليومية، وجود وسطاء أحياناً.	القدرة على الوصول إلى الموردين بسهولة، تجربة مع سوق الهال والطلبات المباشرة.	ضعف التنظيم بين العرض والطلب، جودة المنتجات غير ثابتة، بعض المواد غير متوفرة دائماً أو بأسعار مرتفعة.
العلاقة بين العرض والطلب	المزارعون	لا يجدون صعوبة كبيرة في إيجاد المشترين، تأثير موسمي على العرض والطلب	التعامل المباشر أو عبر شركات تصدير يقلل دور الوسطاء	بعض الوسطاء يزيدون التكلفة ويؤثرون على الربحية، قلة التنظيم تؤدي لتذبذب الأسعار.

المحور	الفئة	نتائج عامة	الإيجابيات	السلبيات
	التجار	إيجاد الموردين متاح غالباً، المواسم تؤثر على الكمية والأسعار، وجود وسطاء	الاعتماد على السوق مباشرة لتأمين الاحتياجات	الوسطاء وكثرة السماسرة يؤثرون على الأسعار والكميات، قلة التنظيم تؤدي لمشاكل في التخطيط
تقبل الحلول التقنية	المزارعون	معرفة محدودة بالتطبيقات، استعداد لتجربة تطبيق وسيط محفزات: توسيع السوق، زيادة المردود سهولة التسويق	رغبة واضحة في توسيع النشاط، يقبلون التكنولوجيا إذا كانت سهلة وموثوقة، وعي بأهمية المصدقية والضمانات	نقص الخبرة التقنية قد يحد من الاستخدام الأولي، التطبيقات الحالية لا تلبي احتياجاتهم في الجودة والتوصيل
	التجار	تجربة محدودة مع تطبيقات الشراء محفزات: توصيل سريع تنظيم الطلبات، ضمان الجودة	وعي كبير بالفوائد المادية والعملية للتطبيق، خبرة سابقة مع التطبيقات المنزلية	العمولة العالية أو نقص المصدقية في التطبيقات الحالية يمنع الاستخدام، قد لا يكون الطلب حسب المواصفات المطلوبة
الخصائص العملية للتطبيق	المزارعون	الدفع: يفضل النقد حالياً، قبول الدفع الإلكتروني مستقبلاً الاشتراك: شهري إذا استفاد. دعم فني ضروري. لغة فصحي	اهتمام بالضمانات والمصدقية، يرغبون بتسهيل التسويق وتوسيع السوق، دعم فني واضح	اختلاف تفضيلات الاشتراك والعمولة يحتاج مرونة، بعضهم يحتاج لتعليم حول الدفع الإلكتروني
	التجار	الدفع: يفضلون النقد حالياً، دفع إلكتروني مستقبلاً. الاشتراك: حسب الطلب، عمولة أقل من 10% دعم فني مباشر ضروري. لغة: مزيج فصحي ولهجة	يريدون تطبيق سهل، موثوق، ويوفر ضمانات، دعم الطلبات المخصصة والتفاوض	المخاطر في الالتزام بالمواعيد والجودة، بعض المشاركين يفتقدون المصدقية في التطبيقات الحالية

المحور	الفئة	نتائج عامة	الإيجابيات	السلبيات
التصورات المستقبلية		محلية .التوصيل مرغوب		
	المزارعون	يرون التطبيق كفرصة لزيادة الدخل، تسهيل البيع، تحسين التخطيط، تقليل الاعتماد على الأسواق التقليدية	تفاؤل بتحسين المردود، اهتمام بالصور والفيديوهات التوضيحية، حجز مسبق وسعر ثابت يزيد الثقة	التحديات: تعديل الكميات بسرعة، تثبيت الدفعات الحفاض على الجودة
	التجار	التطبيق يسهل تنظيم الطلبات، يوفر الوقت، ويقلل التكلفة، بشرط المصداقية والالتزام بالجودة	تفاؤل بتحقيق وفورات مالية، يرغبون بخدمة متابعة الجودة والمخزون	التحديات: التزام المواعيد والجودة مصداقية الموردین، الحفاض على تلبية الطلب حسب الاتفاق

### 5.1.3.3 المقارنة بين آراء المزارعين والتجار: أولاً: تحليل العوامل المشتركة بين المزارعين (4 مقابلات)

التحديات المتكررة:

التحدي	عدد مرات الذكر	النسبة
تحكم الوسطاء/التجار في الأسعار	4 من 4	100%
صعوبة إيجاد التاجر المناسب	4 من 4	100%
تذبذب الأسعار	3 من 4	75%
ضعف البنية التحتية/التسويق	2 من 4	50%
مشاكل التخزين والطاقة	1 من 4	25%
صعوبة تلبية معايير الجودة	2 من 4	50%
غياب الإرشاد الزراعي	2 من 4	50%

الاحتياجات المتكررة:

النسبة	عدد مرات الذكر	الحاجة
100%	4 من 4	البيع المباشر بدون وسطاء
75%	4 من 3	دعم لوجستي (توصيل، تغليف، تخزين)
50%	4 من 2	واجهة سهلة الاستخدام
50%	4 من 2	تقييمات للمزارعين/المنتجات
50%	4 من 2	محتوى تعليمي أو إرشادي
25%	4 من 1	ضمانات مالية أو تعاقدية

ثانياً: تحليل العوامل المشتركة بين التجار (3 مقابلات)

• التحديات المتكررة:

النسبة	عدد مرات الذكر	التحدي
100%	3 من 3	عدم انتظام التوريد
100%	3 من 3	تفاوت جودة المنتجات
100%	3 من 3	تذبذب الأسعار
67%	3 من 2	مشاكل التخزين والطاقة
67%	3 من 2	غياب التنظيم في السوق

• الاحتياجات المتكررة:

النسبة	عدد مرات الذكر	الحاجة
100%	3 من 3	التزام بالمواعيد والكميات
67%	3 من 2	تقييمات موثوقة للمزارعين
67%	3 من 2	إمكانية الطلب المسبق

النسبة	عدد مرات الذكر	الحاجة
100%	3 من 3	دعم فني مباشر
100%	3 من 3	اشترك شهري أو عمولة منخفضة
67%	2 من 3	الدفع النقدي
67%	2 من 3	محتوى تعليمي
67%	2 من 3	خدمة التوصيل
67%	2 من 3	ضمانات واضحة

• مقارنات بين المزارعون والتجار:

المحور	المزارعون	التجار
التحدي الأبرز	تحكم الوسطاء (100%)	عدم انتظام التوريد (100%)
الاحتياج الأهم	البيع المباشر (100%)	التزام بالمواعيد والكميات (100%)
موقفهم من التطبيق	إيجابي مشروط بالثقة والبساطة	إيجابي مشروط بالجودة والضمان
عناصر UX المطلوبة	عرض بصري، سهولة الاستخدام، دعم لوجستي	دعم فني، تقييمات، توصيل، مرونة الدفع

6.1.3.3 استنتاجات من نتائج مقابلات المزارعين (4 مقابلات)

- تحكم الوسطاء في الأسعار جميع المزارعين اشتكوا من فقدان السيطرة على التسعير بسبب تدخل الوسطاء.
- صعوبة إيجاد التاجر المناسب في الوقت المناسب 100% من المزارعين يعانون من عدم وجود قناة مباشرة للوصول إلى المشتريين.
- تذبذب الأسعار الموسمية 75% أشاروا إلى تقلبات حادة تؤثر على الربحية.
- ضعف البنية التحتية والتسويق نصفهم يعاني من غياب أدوات عرض المنتجات أو دعم لوجستي.

- غياب الإرشاد الزراع 50% أشاروا إلى أنهم يعتمدون على الخبرة الشخصية دون دعم تقني أو توجيه رسمي.
- صعوبة تلبية معايير الجودة التصديرية 50% يواجهون تحديات في تلبية شروط الدول المستوردة بسبب غلاء المبيدات أو ضعف التوجيه.
- منصة بيع مباشر بدون وسطاء: مطلب أساسي لجميع المزارعين.
- دعم لوجستي (توصيل، تغليف، تخزين) 75% يرون أن ذلك سيحسن فرص البيع.
- واجهة سهلة الاستخدام: نصفهم يفضلون واجهة بسيطة ومرئية.
- نظام تقييم للمزارعين والمنتجات 50% يرون أنه يعزز الثقة.
- محتوى تعليمي أو إرشادي داخل التطبيق نصفهم يرحبون به لتطوير مهاراتهم الزراعية.
- ضمانات مالية أو تعاقدية 25%: يرغبون بألية تضمن حقوقهم في الصفقات.

### 7.1.3.3 استنتاجات من مقابلات التجار (3 مقابلات):

- عدم انتظام التوريد: جميع التجار يعانون من عدم التزام المزارعين بالكميات والمواعيد.
- تفاوت جودة المنتجات 100%: اشتكوا من عدم ثبات الجودة.
- تذبذب الأسعار: يؤثر على القدرة على التسعير والربحية.
- مشاكل التخزين والطاقة 67%: يعانون من ضعف التبريد وارتفاع تكاليف التشغيل.
- غياب التنظيم في السوق 67%: لا يعرفون عدد الوسطاء أو آلية واضحة للتعامل.
- التزام بالمواعيد والكميات: مطلب أساسي لجميع التجار.
- نظام تقييم موثوق للمزارعين 67%: يرونه ضرورياً لضمان الجودة.
- إمكانية الطلب المسبق وجدولة التوريد 67%: يرغبون بذلك لتخطيط الإنتاج.
- دعم فني مباشر داخل التطبيق 100%: يرونه ضرورياً.
- اشتراك شهري أو عمولة منخفضة: جميعهم يفضلون نموذج تسعير مرن.
- الدفع النقدي 67%: يفضلونه بسبب أزمة البنوك.
- محتوى تعليمي للمنتجات الجديدة 67%: يرحبون به.
- خدمة التوصيل 67%: يفضلون وجودها حسب الحاجة.
- ضمانات واضحة: مثل استبدال البضاعة أو تأمين بديل بسعر مماثل.

### 8.1.3.3 المزايا الأساسية المقترحة بناءً على تحليل النتائج:

الميزة	تخدم من؟	سبب التضمين
منصة بيع مباشر بدون وسطاء	المزارعين	لتجاوز تحكم السوق التقليدي وتحسين الربحية
نظام تقييم ثنائي الاتجاه	المزارعين والتجار	لبناء الثقة وتحسين جودة التعامل
واجهة بسيطة ومرئية	المزارعين	لتسهيل الاستخدام خاصة لمن لديهم خبرة تقنية محدودة
دعم لوجستي مدمج (توصيل، تغليف، تخزين)	المزارعين والتجار	لتقليل التكاليف وتحسين كفاءة التسليم
جدولة توريد وطلبات مسبقة	التجار	لتخطيط الإنتاج وضمان الكميات
دعم فني مباشر داخل التطبيق	الجميع	لحل المشكلات التقنية بسرعة
محتوى تعليمي اختياري	المزارعين والتجار	لتطوير المهارات وفهم معايير الجودة
نظام ضمانات تعاقدية	الجميع	لحماية الحقوق وثبيت الثقة في الصفقات
تسعير ديناميكي حسب الكمية والموسم	الجميع	لتقليل أثر التذبذب وتحقيق عدالة في التسعير
خيارات دفع متعددة (نقدي، إلكتروني، آجل)	التجار	لتناسب الواقع المالي المحلي
نموذج تسعير مرن (اشترك أو عمولة منخفضة)	التجار	لتقليل الحواجز المالية أمام الاستخدام

### 2.3.3 تصميم النموذج التجريبي لتطبيق (طازج):

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال المقابلات المعمقة التي أجريت مع عدد من المزارعين والتجار في دمشق وريفها، تم تحليل احتياجاتهم العملية في عمليات البيع والشراء الزراعية، وتحديد أبرز الصعوبات التي تُعيق التسويق والتواصل المباشر بينهم. وانطلاقاً من تلك المعطيات، وبالاعتماد على ماتم استعراضه من دراسات سابقة وتجارب بعض التطبيقات الزراعية الإقليمية والعالمية، عملت الباحثة، وبالتعاون مع مصمم مختص بتجارب المستخدم (UI/UX)، على تصميم واجهات أولية تمثل النموذج التجريبي للتطبيق الإلكتروني المقترح الذي أطلقت عليه اسم (طازج)، حيث

اختير اسم التطبيق ليعكس جوهر فكرة المشروع المتمثلة بإيصال المنتجات الزراعية الطازجة من المزارع إلى التاجر بكشل مباشر، بما يسهم في تقليل الهدر وتحسين كفاءة سلاسل التوريد.

وتهدف هذه الواجهات إلى محاكاة آلية عمل التطبيق المقترح من حيث سهولة الاستخدام، وسلاسة التصفح، والمزايا الوظيفية التي يقدمها، بما ينسجم مع احتياجات الفئتين المستهدفتين من المزارعين والتجار. كما شمل التصميم توضيح رحلة المستخدم داخل التطبيق، وشرح آلية الانتقال بين الصفحات، وتحديد العناصر التفاعلية والخيارات الأساسية والإضافية التي تضمن سهولة الاستخدام ووضوح الإجراءات للمزارعين والتجار.

وتُعد هذه المرحلة خطوة تمهيدية لتقييم تلك الواجهات من قبل المستخدمين المحتملين من خلال الاستبانة اللاحقة، وذلك بهدف قياس مدى وضوحها وملاءمتها قبل الانتقال إلى أي مرحلة تطوير مستقبلية للتطبيق.

### 1.2.3.3 وصف التطبيق والفئة المستهدفة:

يُعدّ طازج نموذجاً تجريبياً لتطبيق إلكتروني يهدف إلى ربط المزارعين مباشرة بالتجار وأصحاب المطاعم والمحال التجارية، بهدف تنظيم عمليات البيع والشراء الزراعية ضمن بيئة رقمية آمنة وموثوقة، تُسهّل التواصل بين الطرفين وتضمن حفظ بياناتهم الشخصية. ويقوم مبدأ التطبيق على نظام العمولة البسيطة التي تُستوفى بعد إتمام الصفقة النهائية.

يقوم مبدأ التطبيق على نظام عمولة تُقتطع من التاجر فقط بعد إتمام الصفقة النهائية، وتُحتسب بنسبة مئوية بسيطة من قيمة العملية التجارية، دون فرض أي رسوم على المزارعين أو على عمليات نشر المحاصيل.

ويهدف هذا التزام إلى تحفيز مشاركة المزارعين وتشجيعهم على تسويق منتجاتهم بحرية ودون أعباء مالية، مع ضمان استدامة تشغيل التطبيق من خلال نموذج تمويلي عادل ومتوازن يربط العائد المالي بنجاح عمليات البيع الفعلية فقط.

تسهم فكرة التطبيق في رفع كفاءة التسويق الزراعي من خلال تمكين المزارع من عرض محاصيله وتحديد السعر والكمية وطريقة التسليم والدفع، بينما يتيح للتاجر إنشاء طلبات الشراء أو استقبال عروض الأسعار بشكل تنافسي، الأمر الذي يختصر الوقت والجهد ويحدّ من الهدر الناتج عن بطء عمليات التسويق التقليدية

كما يتضمّن التطبيق مجموعة من الخدمات المساندة التي تدعم تجربة المستخدم، مثل الإشعارات الفورية والمحادثة المباشرة والدعم الفني والمحتوى الإرشادي، بما يسهم في تعزيز الثقة وتحسين كفاءة التعاملات الزراعية الرقمية.

ويستهدف التطبيق فئتين رئيسيتين من المستخدمين:

- 1- **المزارعون:** الذين يسعون إلى تسويق محاصيلهم الزراعية بطريقة مباشرة وسريعة دون وسطاء، والحصول على أسعار عادلة تقلل من الخسائر الناتجة عن تلف المحاصيل أو ضعف الطلب
- 2- **التجار والمشترون:** وتشمل هذه الفئة أصحاب المطاعم والمحال التجارية وورش تصنيع الأغذية وتعبئة المونة، والموزعين المحليين الراغبين في الحصول على منتجات زراعية طازجة

بجودة مضمونة وأسعار مستقرة، مع إمكانية تحديد الكميات المطلوبة بسهولة وتنظيم عمليات الشراء وضمان الشفافية والاستقرار في التوريد.

وبذلك يسعى تطبيق طازج إلى تحقيق حلقة تواصل متكاملة بين المزارع والتاجر قائمة على العدالة في التسعير، والشفافية في التعامل، وسهولة في الاستخدام، مما يعزز كفاءة السوق الزراعي المحلي، ويدعم استدامة الإنتاج والتسويق الزراعي في دمشق وريفها.

### 2.2.3.3 مزايا تطبيق طازج:

يتضمن تطبيق طازج مجموعة من المزايا الوظيفية التي تهدف إلى تحسين تجربة المستخدم وتسهيل عمليات البيع والشراء الزراعية، ومن أبرزها:

- سهولة الاستخدام: واجهات مبسطة وواضحة تمكن المستخدم من تنفيذ عملياته بسهولة مع وضوح الحقول والتعليمات في كل خطوة من عملية البيع أو الشراء.
- تنوع طرق البيع والشراء: يقدم التطبيق خيارات متعددة للبيع والشراء، سواء بتحديد السعر مباشرة أو من خلال فتح مناقصات لاستقبال عروض الأسعار، مما يمنح المستخدم مرونة في اختيار الطريقة الأنسب له.
- ميزة البحث والتصنيف: تمكن المستخدم من العثور بسرعة على المحاصيل المطلوبة من خلال تصفية النتائج حسب الكمية أو السعر أو الجودة.
- نظام الإشعارات والتنبيهات: يوفر التطبيق إشعارات فورية عند وصول طلبات أو عروض جديدة، بما يساعد المستخدمين على متابعة نشاطهم التجاري بسرعة وكفاءة.
- التواصل الآمن: يتيح التطبيق خاصية المحادثة المباشرة بين المزارع والتاجر مع إمكانية حفظ سجل المحادثات والاتفاقات، تعزيزاً للشفافية والمصداقية في التعامل.
- نظام العمولة العادل: تُستوفى العمولة فقط بعد إتمام الصفقة، الأمر الذي يعزز الثقة بين الأطراف ويشجع على إتمام العمليات عبر التطبيق.
- خيارات الدفع المرنة: يمكن التطبيق المستخدم من اختيار طريقة الدفع الأنسب، سواء نقدًا أو عبر التحويل الإلكتروني، مع الحفاظ على سرية البيانات المالية للطرفين.
- نظام التقييم المتبادل: يتيح للمزارع والتاجر تقييم بعضهما بعد إتمام عملية البيع أو الشراء مما يساهم في تعزيز الثقة بين المستخدمين وإبراز مدى موثوقية كل طرف داخل التطبيق.
- المحتوى الزراعي التوعوي: يتضمن التطبيق مقالات وفيديوهات إرشادية تساهم في رفع وعي المستخدمين وتحسين الممارسات الإنتاجية.
- نظام المكافآت: يمنح التطبيق نقاطاً أو رموز خصم للمستخدمين النشطين يمكن استبدالها لاحقاً بمزايا إضافية.
- الدعم الفني: يوفر التطبيق قناة تواصل مباشرة مع فريق الدعم لمساعدة المستخدمين عند مواجهة أي صعوبات أثناء الاستخدام.

### 3.2.3.3 رحلة المستخدم في تطبيق طازج:

بعد تحديد المزايا الوظيفية والخدمات الأساسية التي يقدمها تطبيق طازج، كان من الضروري توضيح تسلسل رحلة المستخدم داخل التطبيق لكل من المزارع والتاجر، بما يعكس كيفية تفاعلهم مع الواجهات المصممة لتحقيق تجربة استخدام سهلة ومتراصة. وتهدف هذه الرحلة إلى محاكاة الاستخدام الواقعي للتطبيق منذ مرحلة إنشاء الحساب وحتى إتمام عملية البيع أو الشراء، دون الدخول في التفاصيل التقنية الخاصة بكل واجهة، والتي سيتم تناولها في الجدول اللاحق.

#### أولاً: رحلة المستخدم (المزارع):

##### 1- إنشاء الحساب:

يبدأ المزارع رحلته بتسجيل حساب جديد عبر واجهة التسجيل، حيث يقوم بإدخال بياناته الأساسية (الاسم الكامل، الرقم الوطني، عنوان الأرض الزراعية، رقم الهاتف، كلمة المرور)، ثم يوافق على شروط وأحكام التسجيل ليُرسل إليه رمز تحقق يؤكد إنشاء الحساب بنجاح.

##### 2- الواجهة الرئيسية:

بعد تسجيل الدخول، ينتقل المزارع إلى الواجهة الرئيسية التي تتضمن مجموعة من الخيارات الأساسية:

- إضافة محصول جديد
- إدارة محاصيلي
- إدارة الطلبات
- عرض طلبات التجار

إضافة إلى الأقسام المساندة مثل الملف الشخصي، المقالات والفيديوهات الزراعية، الإعدادات، والدعم الفني عبر الدردشة الفورية.

##### 3- إضافة المحصول:

من خلال واجهة "إضافة محصول" يقوم المزارع بإدخال تفاصيل المحصول (الاسم، الكمية، السعر، الجودة، مكان وجود المحصول، طريقة التسليم والدفع)، مع إمكانية تحميل صورة توضيحية للمحصول.

بعد النشر، يُعرض المحصول في واجهة "المحاصيل المعروضة" ليظهر للتجار، ويمكن للمزارع تعديل البيانات أو حذف المحصول لاحقاً من واجهة "إدارة محاصيلي".

##### 4- استلام عروض الشراء من التجار:

عند تقديم أحد التجار عرض شراء على أحد المحاصيل المنشورة، يتلقى المزارع إشعاراً فورياً عبر التطبيق، يمكنه من خلاله استعراض تفاصيل العرض (السعر المقترح، الكمية المطلوبة، طريقة الدفع

والتسليم)، مع خيار قبول العرض أو رفضه أو التفاوض مع التاجر عبر الدردشة المباشرة قبل اتخاذ القرار النهائي. كما يمكنه مراجعة جميع الطلبات ضمن واجهة "إدارة الطلبات"

#### 5- الاطلاع على طلبات التجار وتقديم على المناقصات:

بالإضافة إلى العروض التي تصل إلى المزارع، يمكنه أيضاً الاطلاع على طلبات الشراء المنشورة من قبل التجار عبر واجهة "عرض طلبات التجار" والبحث عنها حسب نوع المحصول، مع إمكانية تصفية النتائج حسب الكمية أو السعر أو الجودة. وعند إيجاد طلب مناسب، يمكنه الدخول إلى تفاصيل الطلب وتقديم عرضه من خلال إدخال الكمية والسعر المقترح وطريقة التسليم، سواء كان الطلب بسعر ثابت أو ضمن مناقصة مفتوحة.

في حالة المناقصة، تظهر ملاحظة توضح أن عروض الأسعار ستُقيم من قبل التاجر بشكل تنافسي، وأن العملة الإضافية تُطبّق فقط عند إتمام الصفقة وتحملها التاجر دون اقتطاع من المزارع.

#### 6- تأكيد الصفقة وتوثيق العملية:

عند قبول التاجر لعرض المزارع، أو عند موافقة المزارع على عرض الشراء المرسل إليه، تنتقل العملية إلى مرحلة التوثيق، حيث تُعرض تفاصيل العملية (الكمية، السعر، طريقة الدفع).

- في حالة الدفع تحويل إلكتروني، يقوم التاجر بإدخال رقم عملية التحويل أو تحميل إيصال الدفع داخل التطبيق وذلك لتأكيد إتمام العملية.
- أما في حالة الدفع النقدي، تُعتبر العملية مكتملة بعد تأكيد الاستلام من قبل المزارع.

وفي كلا الحالتين، تُحتسب عمولة التطبيق تلقائياً من التاجر، وفقاً لنسبة العمولة المحددة والمذكورة في تفاصيل الطلب.

#### 7- التقييم والمتابعة:

بعد اكتمال الصفقة، يمكن للمزارع تقييم التاجر استناداً إلى التزامه بشروط الاتفاق وجودة التعامل أثناء العملية. ويظهر هذا التقييم إلى جانب اسم التاجر في العمليات المستقبلية.

كما يستطيع المزارع مراجعة سجل عملياته السابقة ومتابعة حالة الطلبات من واجهة "إدارة الطلبات" في أي وقت.

#### ثانياً: رحلة المستخدم التاجر:

##### 1- إنشاء الحساب:

يبدأ التاجر رحلته بإنشاء حساب جديد عبر واجهة التسجيل، من خلال إدخال بياناته الأساسية (الاسم، الرقم الوطني، العنوان، رقم الهاتف، وكلمة المرور)، ثم يوافق على شروط وأحكام التسجيل ليُرسل إليه رمز تحقق يؤكد إنشاء الحساب بنجاح.

## 2- الواجهة الرئيسية:

بعد تسجيل الدخول، ينتقل التاجر إلى الواجهة الرئيسية التي تتضمن مجموعة من الخيارات الأساسية:

- إضافة طلب شراء
- إدارة مشترياتي
- إدارة الطلبات
- استكشاف المحاصيل الزراعية

إضافة إلى الأقسام المساندة مثل الملف الشخصي، المقالات والفيديوهات الزراعية، الإعدادات، والدعم الفني عبر الدردشة الفورية.

## 3- استكشاف المحاصيل:

يمكن للتاجر تصفح المحاصيل المعروضة من قبل المزارعين عبر واجهة "استكشاف المحاصيل"، مع إمكانية البحث حسب نوع المحصول وتصفية النتائج وفق معايير الكمية أو السعر أو الجودة لاختيار الأنسب.

وعند إيجاد المحصول المناسب، يمكنه الاطلاع على تفاصيله وتقديم طلب شراء بتحديد الكمية المراد شراؤها ليحتسب السعر الإجمالي تلقائياً.

## 4- إضافة طلب شراء أو مناقصة:

في حال عدم توفر المحصول المطلوب، يمكن للتاجر الانتقال إلى واجهة "إضافة طلب جديد" لإنشاء طلب شراء يحدد فيه (نوع المحصول، الكمية، الجودة، طريقة الدفع، مكان الاستلام، التوصيل)، كما يمكنه اختيار نمط التسعير بين (سعر ثابت، مجال سعري، مناقصة).

وفي حال اختياره للمناقصة، يتم تفعيل آلية استقبال عروض الأسعار من المزارعين بشكل تنافسي مع ظهور تنويه حول نسبة العمولة الإضافية الخاصة بهذا النوع من الطلبات.

## 5- إتمام عملية الشراء:

بعد قبول عرض أحد المزارعين، ينتقل التاجر إلى واجهة "إتمام عملية الدفع" التي تتضمن تفاصيل الطلب والمبلغ الإجمالي وقيمة العمولة.

- في حالة الدفع تحويل إلكتروني، يقوم التاجر بإدخال رقم عملية التحويل أو تحميل إيصال الدفع داخل التطبيق وذلك لتأكيد إتمام العملية.
- أما في حالة الدفع النقدي، تُعتبر العملية مكتملة بعد تأكيد الاستلام من قبل المزارع.

وفي كلا الحالتين، تُحتسب عمولة التطبيق تلقائياً من التاجر، وفقاً لنسبة العمولة المحددة والمذكورة في تفاصيل الطلب.

## 6- التقييم والمتابعة:

بعد إتمام عملية الشراء وتأكيدھا داخل التطبيق، يتمكن التاجر من تقييم المزارع وفق التزامه بالكميات والجودة المتفق علیھا وطريقة التسليم، بحيث يظهر هذا التقييم إلى جانب اسم المزارع في العمليات المستقبلية. كما يتيح التطبيق للتاجر مراجعة سجل عملياته ومتابعة حالة الطلبات المنفذة بسهولة عبر قسم "إدارة الطلبات".

بعد استعراض الخطوات التفصيلية لرحلة المستخدم داخل تطبيق (طازج)، يوضح المخطط التالي تسلسل المراحل الأساسية التي يمرّ بها كل من المزارع والتاجر أثناء استخدام التطبيق. ابتداءً من التسجيل وحتى إتمام عملية البيع أو الشراء.

ويُبرز هذا التسلسل التفاعلي آلية الترابط بين الواجهات والخيارات المختلفة، بما يحقق تجربة استخدام واضحة وسلسلة لكل من الطرفين.

### A. خريطة رحلة المستخدم (المزارع):

■ إنشاء حساب جديد ← تسجيل الدخول ← الواجهة الرئيسية ← إضافة محصول جديد ←

(أ) استلام عروض الشراء من التجار ← قبول العرض أو التفاوض ← توثيق العملية (تحويل إلكتروني / نقدي) ← التقييم والمتابعة

أو

(ب) عرض طلبات التجار ← تقديم عرض سعر أو مناقصة ← استلام إشعار القبول أو الرفض ← توثيق العملية (تحويل إلكتروني / نقدي) ← التقييم والمتابعة

### B. خريطة رحلة المستخدم (التاجر):

■ إنشاء حساب جديد ← تسجيل الدخول ← الواجهة الرئيسية ← استكشاف محاصيل المزارعين ← اختيار محصول وتقديم طلب شراء ←

أو

إضافة طلب جديد / مناقصة ← استلام عروض المزارعين ← اختيار العرض الأنسب ← إتمام عملية الدفع (تحويل إلكتروني / نقدي) ← التقييم والمتابعة

رقم الواجهة	اسم الواجهة	المستخدم المستهدف	الوظيفة الرئيسية	العناصر الرئيسية / المكونات التفاعلية
4	إنشاء حساب	التاجر المزارع /	إنشاء حساب لمستخدم جديد من خلال إدخال البيانات الأساسية وتحديد نوع المستخدم	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف تحديد نوع المستخدم للانتقال إلى مسار التسجيل المناسب حقول الإدخال الاسم - العمر - الرقم الوطني - العنوان - رقم الموبايل - كلمة المرور - الموافقة على شروط وأحكام الاستخدام زر "إنشاء الحساب"
5	تأكيد الحساب	التاجر المزارع /	توثيق الحساب عبر إدخال رمز التحقق المرسل لهاتف المستخدم	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف حقل إدخال رمز التحقق خيار إعادة إرسال الرمز زر "تأكيد الحساب"
6	تسجيل الدخول	التاجر المزارع /	تمكين المستخدم من الدخول إلى حسابه أو التصفح كزائر	عنوان الواجهة حقول الإدخال رقم الموبايل كلمة المرور زر "تسجيل الدخول" خيار "تصفح كزائر" رابط "إنشاء حساب جديد"
7	الشاشة الرئيسية للمزارع	المزارع	عرض الخيارات الأساسية لإدارة الأنشطة داخل التطبيق والانتقال للصفحات الفرعية	شريط علوي بعنوان الواجهة وأيقونة الإشعارات بطاقة عرض طلبات التجار أيقونات إضافة محصول - إدارة محاصيل إدارة الطلبات شريط تنقل سفلي للوصول السريع إلى إدارة الملف الشخصي - المقالات والفيديوهات الإعدادات - أيقونة "المحادثة الفورية مع الدعم الفني"
8	إضافة محصول	المزارع	نشر عرض محصول جديد لبيعه في السوق	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف حقول الإدخال اسم المحصول - الكمية "خيار بيع الكمية كاملة أم يمكن للمشتري تحديد الكمية" - السعر - حالة الطلب "خيار تحديد موعد التسليم إن كان لاحق" - الجودة - مكان وجود المحصول - طريقة الدفع - التوصيل - الملاحظة - صورة المحصول زر "نشر العرض"
9	تقديم عرض للمناقصة	المزارع	تقديم عرض سعري على مناقصة منشورة من قبل التاجر	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف تفاصيل طلب التاجر اسم التاجر - تقييم التاجر - اسم المحصول المطلوب - الكمية المطلوبة - الجودة المطلوبة - السعر - طريقة الدفع - تاريخ

				التسليم المطلوب - مكان استلام الطلب تفاصيل العرض من المزارع حقول الإدخال الكمية التي يرغب بتقديمها السعر المقترح - هل يوجد توصيل ملاحظة صورة المحصول "اختيارية" ملاحظات وتنبيه لضمان الأمان أزارا "إرسال العرض للمناقصة" / "تواصل مع التاجر"
10	الشاشة الرئيسية للتاجر	التاجر	عرض الخيارات الأساسية لإدارة الأنشطة داخل التطبيق والانتقال للصفحات الفرعية	شريط علوي بعنوان الواجهة وأيقونة الإشعارات بطاقة استكشاف محاصيل المزارعين أيقونات - إضافة طلب إدارة مشترياتي إدارة الطلبات شريط تنقل سفلي للوصول السريع إلى - إدارة الملف الشخصي المقالات والفيديوهات لإعدادات أيقونة "المحادثة الفورية مع الدعم الفني"
11	شراء محصول	التاجر	تقديم طلب شراء مباشر على أحد العروض المنشورة من المزارعين	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف تفاصيل المحصول المنشور: صورة المحصول اسم المزارع - تقييم المزارع - الكمية - الجودة - السعر - الدفع - مكان وجود المحصول - التوصيل - ملاحظة تنفيذ عملية الشراء حقول الإدخال الكمية المطلوبة السعر الإجمالي "يُحسب تلقائياً" الملاحظات وتنبيه ضمان الأمان أزرار "تأكيد الطلب" / "تواصل مع المزارع"
12	إضافة طلب شراء محصول	التاجر	إنشاء طلب شراء جديد لمحصول محدد أو فتح مناقصة للمزارعين	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف حقول الإدخال اسم المحصول المطلوب - الكمية - السعر - طريقة تحديد السعر "ملاحظة بخصوص العمولة في حال اختياره للمناقصة" - نوع الطلب " خيار تحديد موعد التسليم إن كان لاحق" - الجودة - مكان استلام الطلب - طريقة الدفع - التوصيل - ملاحظة زر "نشر الطلب"
13	إتمام عملية الدفع	التاجر	توثيق عملية الدفع وتحميل إيصال التحويل الإلكتروني	عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف تفاصيل الطلب المؤكد اسم المحصول - حالة التسليم - الجودة - مكان التسليم - التوصيل - الكمية المتفق عليها - سعر الطن - طريقة الدفع تفاصيل العمولة والمبلغ النهائي إجمالي المبلغ قبل العمولة - عمولة التطبيق من التاجر - المبلغ الصافي المستحق للمزارع تأكيد التحويل (توثيق العملية) رقم حساب المزارع حقول الإدخال رقم عملية التحويل تحميل إيصال التحويل

(اختياري) ملاحظة أزرار "تأكيد عملية التحويل" / "تواصل مع المزارع"				
عنوان الواجهة + خيار العودة للخلف شريط بحث قائمة بطاقات إشعار مصنفة نوع الإشعار عرض جديد قبول طلب رسالة واردة كل بطاقة تحتوي: عنوان قصير- وصف مختصر- تاريخ/ وقت إمكانية النقر لفتح التفاصيل	إعلام المستخدم بجميع الأحداث المهمة (عروض واردة - قبول طلبات - عمليات دفع - تحديثات) إضافة إلى الرسائل الواردة من المستخدمين الآخرين	/	التاجر المزارع	الإشعارات
عنوان الواجهة + زر العودة للخلف شريط بحث خيارات تصفية حسب (الجودة / الكمية / السعر) بطاقات عرض المحاصيل تحتوي على صورة المحصول - الاسم - الكمية - السعر وزر "عرض المزيد" لفتح تفاصيل المحصول	قائمة استعراض قائمة المحاصيل مع إمكانية البحث والتصفية	/	التاجر المزارع	المحاصيل المعروضة

### 4.2.3.3 تصميم واجهات تطبيق (طازج):

تم إعداد مجموعة من الواجهات الأولية لتطبيق (طازج)، توضح الشكل المبدئي للتطبيق وآلية تفاعل المستخدمين معه.

تهدف هذه الواجهات إلى محاكاة تجربة الاستخدام الحقيقية لكل من المزارعين والتجار، من خلال عرض الصفحات الأساسية للتسجيل والبحث وإضافة الطلبات أو المحاصيل، بما يتيح تصوراً عملياً لتجربة المستخدم داخل التطبيق.

وتُعرض فيمالي الواجهات المصممة التي تم تضمينها في الاستبانة لقياس مدى وضوحها وسهولة استخدامها من قبل المستخدمين المحتملين.



9:42



تحدث مباشرة مع المزارع أو التاجر،  
قيّم التجربة، وابن سمعتك في السوق  
بثقة.



ابدأ الآن



يمكنك شراء أو طلب المنتجات بكل  
سهولة من المزارعين مباشرة،  
بخطوات واضحة وسريعة.



التالي

9:42



استمتع بمنتجات طازجة عالية الجودة  
تصل إليك مباشرة من المزارعين، دون  
وسطاء.



التالي

9:42

## إنشاء حساب

مزارع تاجر

الاسم الكامل

العمر

الرقم الوطني

عنوان الأرض الزراعية

رقم الموبايل

كلمة المرور

بإبشائك الحساب، أنت توافق على شروط وأحكام الاستخدام

إنشاء حساب

لديك حساب؟ تسجيل الدخول

9:42

## إنشاء حساب

مزارع تاجر

الاسم الكامل

العمر

الرقم الوطني

عنوان المنشأة أو المطعم

رقم الموبايل

كلمة المرور

بإبشائك الحساب، أنت توافق على شروط وأحكام الاستخدام

إنشاء حساب

لديك حساب؟ تسجيل الدخول

9:42

## تسجيل الدخول

رقم الموبايل

كلمة المرور

نسيت كلمة المرور؟

تسجيل الدخول

تصفح كزائر

ليس لديك حساب؟ إنشاء حساب

9:42

## تأكيد الحساب

قم بإدخال رمز التأكيد

1 2

لم يصلك الرمز؟ إعادة إرسال الرمز

تأكيد الحساب

1 2 3

4 5 6

7 8 9

0

9:42

## → تقديم عرض للمناقصة

تفاصيل طلب التاجر

اسم التاجر: مطعم المذاق السوري **تقييم التاجر: ★★★★★**

اسم المحصول المطلوب: بطاطا مالحة

الكمية المطلوبة: 800 كغ

الجودة المطلوبة: متوسطة

السعر: حسب السعر الأفضل

طريقة الدفع: تحويل الكتروني

تاريخ التسليم المطلوب: خلال 3 أيام من تاريخه

مكان استلام الطلب: دمشق- ساحة المرجة

تفاصيل العرض من المزارع

الكمية التي ترغب بتقديمها:

طن  كغ

السعر المقترح:

دولار  ليرة سورية

هل يوجد توصيل؟

نعم، مآجور  نعم، غير مآجور  لا

ملاحظة:

صورة المحصول:

الصورة اختيارية لكنها تساعد في تقييم العرض وزيادة الفرصة

تحميل صورة

ملاحظة: عند قبول عرض التاجر سيتم خصم العمولة المتفق عليها من المبلغ الإجمالي. ضمان الأمان، نقل بيانات الطرفين محمية حتى تأكيد الطلب.

إرسال العرض للمناقصة

تواصل مع التاجر

9:42

## إضافة محصول →

اسم المحصول:

الكمية:

طن  كغ

بيع الكمية كاملة؟

نعم  لا

يمكن للمشتري تحديد الكمية التي يريدونها؟

نعم  لا

السعر:

ليرة سورية  دولار

حالة الطلب:

جاهز للتسليم الفوري  لاحق

موعد التسليم:

يوم / شهر / سنة

الجودة:

عالية  متوسطة  منخفضة

مكان وجود المحصول:

طريقة الدفع:

نقدي دفعة واحدة  نقدي دفعات

تحويل الكتروني دفعة  تحويل الكتروني دفعات

هل يوجد توصيل؟

نعم، مآجور  نعم، غير مآجور  لا

ملاحظة:

صورة المحصول:

تحميل صورة

نشر العرض

9:42

## الشاشة الرئيسية للتاجر

استكشف محاصيل المزارعين وتسوق مباشرة دون وسطاء!

إدارة مشتريات

إضافة طلب

إدارة الطلبات

إعدادات

مفاتيح وفهروحات

الملف الشخصي

9:42

→ إضافة طلب شراء محصول

اسم المحصول المطلوب :

الكمية :

السعر :

طريقة تحديد السعر :

نوعية الطلب :

مؤعد التسليم :

الجودة :

مكان استلام الطلب :

طريقة الدفع :

هل ترغب أن يتضمن العرض خدمة توصيل ؟

ملاحظة :

نشر الطلب

9:42

الشاشة الرئيسية للتاجر

استكشف محاصيل المزارعين وتسوَّق مباشرة دون وسطاء!

إدارة مشترياتي

إضافة طلب

إدارة الطلبات

الإعدادات

مقالات وفيديوهات

الملف الشخصي

9:42

→ اتمام عملية الدفع

يرجى تأكيد عملية الدفع لإتمام الطلب.

تفاصيل الطلب المؤكَّد

اسم المحصول: اجاص بلدي  
حالة التسليم: جاهز للتسليم  
الجودة: عالية  
مكان التسليم: الكسوة شرقية جانب مطاحن الدولة  
التوصيل: لا  
الكمية المتفق عليها: 2 طن  
سعر الطن: 3,200,000 ل.س  
طريقة الدفع: تحويل الكتروني

تفاصيل العمولة والمبلغ النهائي

إجمالي المبلغ قبل العمولة: 6,400,000 ل.س  
عمولة التطبيق من التاجر 2% : 128,000 ل.س  
المبلغ الصافي المستحق للمزارع: 6,272,000 ل.س

تأكيد التحويل (توثيق العملية)

رقم الحساب البنكي للمزارع: 6053865

رقم عملية التحويل :

تحميل إيصال التحويل (اختياري):

تحميل صورة

ملاحظة: التحويل البنكي يتم خارج التطبيق، ويُستخدم إيصال الدفع لتأكيد العملية فقط.

تأكيد عملية التحويل

تواصل مع المزارع



### 3.3.3 الاستبانة الإلكترونية:

اعتمدت الباحثة على أداة الاستبانة الإلكترونية، بهدف جمع آراء المستخدمين المحتملين (المزارعين وأصحاب المطاعم والمحال التجارية) حول تصميم واجهات تطبيق (طازج) من حيث سهولة الاستخدام، وضوح الخطوات، وتناسق المزايا مع احتياجاتهم العملية في عمليات البيع والشراء الزراعية.

وقد تم تصميم الاستبانة بعد الاطلاع على تطبيقات مماثلة وتجارب سابقة مثل (TaniHub) و (AgroStar) و (محصولي)، واستناداً إلى نتائج المقابلات المعمقة السابقة التي ساعدت في تطوير واجهات التطبيق ومحتواه.

نُفذت عملية توزيع الاستبانة إلكترونياً وميدانياً معاً، حيث استخدمت الباحثة جهازاً لوحياً (Tablet) لعرض صور واجهات التطبيق المضمنة في الاستبانة وشرح آلية عملها للمشاركين ميدانياً قبل تعبئة الإجابات، وذلك لضمان فهم واضح للأسئلة المتعلقة بتجربة الاستخدام والتفاعل داخل التطبيق

وقد واجهت الباحثة بعض الصعوبات الميدانية تمثلت في بُعد المناطق الزراعية وضعف تغطية الانترنت في بعض القرى، مما أعاق تعبئة الاستبانة إلكترونياً.

وللتغلب على ذلك، قامت الباحثة بعدة زيارات ميدانية لشرح محتوى الاستبانة ومساعدة المشاركين في الإجابة، كما لجأت في بعض الحالات إلى إرسال صور الواجهات عبر تطبيق (واتساب) والتواصل هاتفياً لاستكمال الإجابات. إضافة إلى ذلك، عدم رغبة عدد كبير من المزارعين أو التجار بالمشاركة، مما استدعى جهوداً إضافية للحصول على عدد مقبول من الاستجابات.

وقد بلغ عدد المستجيبين 51 مشاركاً، منهم 27 مزارعاً، 24 تاجرًا.

**وتضمنت الاستبانة ثلاثة محاور رئيسية هي:**

1. البيانات الديموغرافية: العمر، المستوى التعليمي، نوع النشاط الزراعي.

• المهنة:

تاجر- مزارع

• الفئة العمرية:

بين 20 - 30 عام - بين 31 - 40 عام - بين 41 - 50 عام - أكبر من 50 عاماً

• المنطقة:

الزبداني وما حولها - الغوطة الشرقية - الغوطة الغربية - منطقة القلمون - مدينة دمشق - أخرى (يرجي ذكرها)

• مستوى التعليم:

شهادة تعليم ابتدائي - شهادة إعدادية - شهادة ثانوية - معهد متوسط - شهادة جامعي - ماجستير

2. محور تقييم تجربة المستخدم: النفعية، سهولة الاستخدام، قابلية الإيجاد، والموثوقية، والجمالية، من خلال مقياس ليكرت الخماسي، وكانت الأسئلة مقسمة على الشكل التالي:

### أولاً النفعية:

1. يساعدني تطبيق (طازج) في بيع أو شراء المحاصيل الزراعية بسهولة أكبر من الطرق التقليدية
2. المعلومات المطلوبة في واجهة (إضافة محصول) كافية لعرض المحصول بشكل واضح للمشتري
3. المعلومات المطلوبة في واجهة (إضافة طلب) كافية وواضحة لتوضيح احتياجات التاجر
4. وجود خيارات متعددة للتعامل بين المزارع والتاجر (مثل تحديد السعر أو التقديم على مناقصة) يزيد من فاعلية التطبيق
5. من خلال التطبيق يمكنني مقارنة ومعرفة الأسعار بشكل أسهل مما يحقق لي وفورات / أرباح
6. وجود إشعارات وتنبيهات عند وصول طلب أو عرض جديد يساعدني في متابعة عملي بسرعة
7. عرض صورة حقيقة للمحصول يساعد في بيعه بشكل أسرع وزيادة الثقة للمشتري
8. يمنحني التطبيق خيارات متنوعة للبيع أو الشراء بطريقة تناسب احتياجاتي
9. يوفر التطبيق علي الوقت والجهد في عمليات البيع أو الشراء.

### ثانياً: سهولة الاستخدام:

1. تصميم التطبيق بسيط وسهل الفهم من خلال الواجهات المعروضة
2. واجهات التطبيق (الرئيسية - إضافة محصول - إضافة طلب- تقديم عرض للمناقصة - شراء محصول) واضحة وسهلة
3. يمكنني إنجاز عملية (إضافة محصول- إضافة طلب- شراء محصول - تقديم عرض للمناقصة) بسهولة وبخطوات قليلة
4. رفع صور المحاصيل داخل التطبيق سهل وواضح
5. واجهات التطبيق واضحة ولا تحتاج وقتاً طويلاً لتعلم استخدامها
6. حجم الخطوط والأزرار في الواجهات واضح ومناسب للقراء والاستخدام
7. لغة التطبيق واضحة وسهلة الفهم

### ثالثاً: قابلية الإيجاد:

1. أستطيع العثور على منتجتي أو طلباتي بسهولة داخل التطبيق
2. في حال أخطأت أثناء إدخال المعلومات، يمكنني تصحيحها بسهولة قبل النشر
3. خطوات استخدام التطبيق متسلسلة وواضحة ولا تسبب ضياع أثناء الاستخدام
4. من المفيد وجود سجل للعروض والمحادثات السابقة لمراجعة الاتفاقات
5. ميزة البحث عن المنتجات حسب النوع مفيدة وتسهل الوصول السريع للمطلوب
6. الحقول الموضوعية داخل الواجهات واضحة. وأفهم بسهولة ما يجب كتابته في كل منها.

### رابعاً: الموثوقية:

1. أفضل وجود نظام تقييم للمزارع والتاجر لأنه يزيد من الثقة بالتعامل
2. فكرة دفع عربون بسيط (نسبة /قيمة) قبل التسليم تشعرني بالأمان
3. تطبيق العمولة فقط بعد إتمام الصفقة فكرة عادلة ومنطقية بالنسبة لي
4. حفظ المحادثات والاتفاقات داخل التطبيق يزيد من الموثوقية والشفافية

5. وجود جهة داعمة (مثل جهة حكومية أو جمعية زراعية) يزيد ثقتي بالتطبيق
6. أعتقد أن بياناتي الشخصية محمية داخل التطبيق.

#### خامساً: الجمالية:

1. ألوان التطبيق (الأخضر- البرتقالي- البني) مريحة وتعكس الطابع الزراعي للتطبيق
2. الصور المستخدمة في الواجهات جميلة وتجذب الانتباه
3. توزيع العناصر داخل الصفحة الرئيسية منظم وسهل التصفح
4. حجم الأزرار والأيقونات مناسب وواضح للاستخدام المريح

3. **محور القيمة المضافة:** الدفع، الدعم الفني، الخدمة المقدّمة، الثقة، السرعة، وتم قياس الإجابات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي من 1 = لا أوافق إطلاقاً إلى 5 = أوافق بشدة.

1. وجود قسم للمقالات والفيديوهات الزراعية داخل التطبيق مفيد لي.
2. نظام المكافآت (نقاط/ كودات خصم تستبدل بخصومات) يشجعني على استخدام التطبيق المتكرر.
3. توفير إمكانية شراء مستلزمات الإنتاج الزراعي (بذور – أسمدة) عبر التطبيق فكرة مفيدة
4. أفضل وجود دعم فني مباشر داخل التطبيق (دردشة مع إدارة التطبيق).
5. إرسال إشعارات حول الطلبات أو العروض الجديدة يزيد من رغبتني في استخدام التطبيق.
6. أفضل وجود خيار اشتراك شهري ثابت (يتيح لي عرض عدد محدد من المحاصيل أو الطلبات شهرياً) بدلاً من دفع عمولة لكل عملية بيع أو شراء.

#### 4.3.3 صدق وثبات الأداة:

- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين لضمان الصدق الظاهري والمحتوى.
- تم قياس ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، على الأبعاد الخمسة الأساسية لتجربة المستخدم وتم استثناء أسئلة المزايا لكونها لا تشكل بعداً متكاملًا وإنما هي عدة مزايا تم دراسة آراء المشاركين فيها.
- النتائج عموماً جيدة وتدل على ثبات داخلي جيد لأغلب الأبعاد حيث أنها حوالي 0.8 أو أعلى.
- بالمقابل "قابلية الإيجاد" هي الأضعف (0.608)، وهذه القيمة تعد قريبة من الحد الأدنى المقبول لكن لأهمية جميع الأسئلة الوارد فيها، تم الاحتفاظ بها جميعاً.

التقييم	معامل ألفا كرونباخ	عدد البنود	البُعد
جيد جداً	0.845	9	النفعية Utility
جيد جداً	0.83	7	سهولة الاستخدام Ease of Use
جيد جداً	0.798	6	الموثوقية Trustworthy

قابلية الإيجاد Findability	6	0.608	مقبول بصعوبة
الجمالية Aesthetics	4	0.796	جيد جداً


### 5.3.3 أدوات تحليل البيانات:

تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS الإحصائي، وتعتمد الباحثة التحليلات التالية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري.
- اختبار T للعينات المستقلة لمقارنة الفروقات بين المجموعات.

### 6.3.3 حدود الدراسة:

1. الحدود الزمانية: جرت الدراسة خلال شهري أيلول وتشرين الأول من عام 2025.
2. الحدود المكانية: اقتصرَت العينة على مدينة دمشق وريفها.
3. الحدود الموضوعية: اقتصرَت الدراسة على آراء المستخدمين المحتملين للتطبيق الوسيط دون التطرق إلى التحليل التقني للتطبيق نفسه.



الفصل الرابع  
نتائج الدراسة

## مقدمة:

في هذا القسم قامت الباحثة بإعداد الجداول الإحصائية الوصفية الخاصة بأفراد العينة، ومن ثم قامت بعرض المتوسطات الخاصة بإجابات الأفراد حول أبعاد تصميم تجربة المستخدم وتصميم الواجهات والمقارنة فيما بينها على أساس كونهم تجاراً ومزارعين، ومن ثم قامت بتلخيص أهم النتائج والتوصيات التي توصلت لها في هذا العمل.

## 1.4 تحليل الاستبيان:

قامت الباحثة بإعداد تحليل كمي للنتائج التي جمعتها من عينة المزارعين والتجار الذين بلغ عددهم واحداً وخمسين شخصاً، وذلك بداية بتصنيف الأبعاد الديموغرافية للعينة، ومن ثم الانتقال إلى نتائج دراسة أبعاد تجربة المستخدم.

### 1.1.4 توصيف أفراد العينة:

#### A. المهنة:

جدول 1 المهنة				
النسبة التراكمية	النسبة المحققة	النسبة	التكرارات	الفئة
47.1	47.1	47.1	24	تاجر
100.0	52.9	52.9	27	مزارع
	100.0	100.0	51	الإجمالي

تتكون العينة من 24 تاجراً بنسبة (47.1%)، و27 مزارعاً (52.9%) والإجمالي 51.

نلاحظ أن المزارعين يشكلون أغلبية طفيفة من العينة بنسبة 52.9% مقابل 47.1% للتجار. لذلك فالعينة قريبة من التوازن بين المهنتين وهو ما يهم لتوازن الآراء.

#### B. الفئة العمرية:

جدول 2 الفئة العمرية				
النسبة التراكمية	النسبة المحققة	النسبة	التكرارات	الفئة
27.5	27.5	27.5	14	أكبر من 50 عاماً
35.3	7.8	7.8	4	بين 20 - 30 عاماً
68.6	33.3	33.3	17	بين 31 - 40 عاماً

100.0	31.4	31.4	16	بين 41 - 50 عاماً
	100.0	100.0	51	الإجمالي

في العينة نجد فئة 31-40 عاماً وعددهم 17 (33.3%) الأكثر تمثيلاً، ومن ثم فئة 41-50 عاماً وعددهم 16، تليها فئة أكبر من 50 عاماً 14، وأخيراً فئة 20-30 عاماً 4 (7.8%).

الغالبية مركزة في الفئتين 31-40 و 41-50 معاً تشكلان 64.7% من العينة. الفئة الشابة (20-30) ضعيفة التمثيل.

بناءً عليه، العينة تميل إلى البالغين الناضجين بدلاً من الشباب؛ وقد يؤثر ذلك على استنتاجات تتعلق بالاتجاهات السلوكية أو الاحتياجات المصاحبة لكل عمر.

### C. المنطقة:

جدول 3 المنطقة:				
النسبة التراكمية	النسبة المحققة	النسبة	التكرارات	الفئة
2.0	2.0	2.0	1	الدرخبية
19.6	17.6	17.6	9	الزبداني وما حولها
39.2	19.6	19.6	10	الغوطة الشرقية
41.2	2.0	2.0	1	الكسوة الشرقية
45.1	3.9	3.9	2	جبل الشيخ عرنة
47.1	2.0	2.0	1	زاكية
54.9	7.8	7.8	4	عرنة
96.1	41.2	41.2	21	مدينة دمشق
98.0	2.0	2.0	1	مشروع دمر
100.0	2.0	2.0	1	منطقة القلمون
	100.0	100.0	51	الإجمالي

نلاحظ أن مدينة دمشق ب 21 مشارك (41.2%)، ومن ثم الغوطة الشرقية 10 (19.6%)، ويلهما الزبداني وما حولها 9 (17.6%)، تشكل النسبة الأعظم، أما باقي المناطق مجتمعة تشكل 22% تقريباً.

لقد كان التركيز واضح على مدينة دمشق مع تمثيل جيد أيضاً لمنطقتي الغوطة الشرقية والزبداني. عدة مناطق لها تمثيل ضئيل 1-4 مشاركين.

نتائج التحليل قد تنعكس بدرجة أكبر على واقع دمشق والمناطق الرئيسية الثلاث، بينما النتائج المتعلقة بالمناطق الصغيرة أقل موثوقية بسبب قلة العينات فيها.

D. مستوى التعليم:

جدول 4 مستوى التعليم				
النسبة التراكمية	النسبة المحققة	النسبة	التكرارات	الفئة
15.7	15.7	15.7	8	شهادة إعدادية
33.3	17.6	17.6	9	شهادة تعليم ابتدائي
47.1	13.7	13.7	7	شهادة ثانوية
78.4	31.4	31.4	16	شهادة جامعية
86.3	7.8	7.8	4	ماجستير
100.0	13.7	13.7	7	معهد متوسط
	100.0	100.0	51	الإجمالي

فيما يخص التعليم، عدد حاملين الشهادة الجامعية 16 (31.4%)، والتعليم الابتدائي 9 (17.6%)، أما إعدادية 8 (15.7%)، والثانوية 7 (13.7%)، معهد متوسط 7 (13.7%)، وأخيراً حملة ماجستير عدد 4 (7.8%)

أعلى نسبة لحملة الشهادة الجامعية، وتوزع متوازن لباقي المستويات مع فئة الماجستير الأقل تمثيلاً. العينة تمتلك مستوى تعليمي متنوع مع ميل نحو التعليم الجامعي، وهو ما يساعد في مؤشرات سهولة التعلم والموثوقية بالتطبيق.

#### 2.4 دراسة متوسطات آراء أفراد العينة:

في هذا القسم تستعرض الباحثة نتائج تحليل آراء أفراد العينة من خلال دراسة المتوسطات الخاصة بكل بعد من أبعاد الاستبيان ومن ثم المقارنة بين التجار والمزارعين لمعرفة الاختلافات، وهذا من خلال اختبارات One Sample Test، وكانت النتائج على الشكل التالي:

#### 1.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن النفعية Utility:

هذا الجدول يعرض قياسات مقياس النفعية لتطبيق طازج عبر عدة أسئلة تصف وظائف التطبيق وانطباع المستخدمين عنه، وهنا نجد المتوسط الذي يعكس درجة الاتفاق العام مع العبارة، والانحراف المعياري الذي يبين تشتت الأجوبة حول المتوسط. قيمة مستوى الدلالة المكتوبة 0.000 هنا تُفهم عملياً على أن النتيجة ذات دلالة إحصائية قوية ( $p < 0.001$ )

جدول 5 دراسة متوسطات النفعية				
مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.000	0.767	3.82	51	يساعدني تطبيق (طازج) في بيع أو شراء المحاصيل الزراعية بسهولة أكبر من الطرق التقليدية
0.000	0.800	4.00	51	المعلومات المطلوبة في واجهة (إضافة محصول) كافية لعرض المحصول بشكل واضح للمشتري
0.000	0.702	4.22	51	المعلومات المطلوبة في واجهة (إضافة طلب) تعبّر بوضوح عن احتياجات التاجر
0.000	1.017	4.08	51	وجود خيارات متعدّدة للتعامل بين المزارع والتاجر (مثل تحديد السعر أو التقديم على مناقصة) يزيد من فاعلية التطبيق
0.000	1.222	3.78	51	من خلال التطبيق يمكنني مقارنة ومعرفة الأسعار بشكل أسهل مما يحقق لي وفورات / أرباح
0.000	0.964	4.10	51	وجود إشعارات وتنبهات عند وصول طلب أو عرض جديد يساعدني على متابعة عملي بسرعة
0.000	1.143	3.67	51	عرض صورة حقيقية للمحصول يساعد في بيعه بشكل أسرع وزيادة الثقة للمشتري
0.000	0.881	4.06	51	يمنحني التطبيق خيارات متنوعة للبيع أو الشراء بطريقة تناسب احتياجاتي
0.000	0.783	4.22	51	يوفر التطبيق عليّ الوقت والجهد في عمليات البيع أو الشراء
0.000	0.62537	3.9956	51	<b>النفعية</b>

- تفسير نتائج عبارات النفعية:

(a) يساعدني تطبيق طازج في بيع أو شراء المحاصيل الزراعية بسهولة أكبر من الطرق التقليدية

يشير المتوسط (3.82) إلى أن المشاركين يرون أن التطبيق يسهم في تبسيط الإجراءات الزراعية مقارنة بالطرق التقليدية، مع ميل واضح نحو الموافقة على فاعليته، وإن كان بدرجة متوسطة.

**(b) المعلومات المطلوبة في واجهة إضافة محصول كافية لعرض المحصول بشكل واضح للمشتري**

بلغ المتوسط (4.00)، وهو ما يدل على رضا المشاركين عن وضوح البيانات المطلوبة في هذه الواجهة، وأنها تلبى الغرض من عرض المنتجات بطريقة مفهومة ومنظمة.

**(c) المعلومات المطلوبة في واجهة إضافة طلب تعبر بوضوح عن احتياجات التاجر**

حقق أعلى متوسط (4.22)، ما يعكس اتفاقاً واسعاً بين المشاركين على أن واجهة الطلب مصممة بأسلوب بطريقة منطقية وواضحة، تسهل على التاجر التعبير عن حاجاتهم.

**(d) وجود خيارات متعددة للتعامل بين المزارع والتاجر يزيد من فاعلية التطبيق**

يشير المتوسط (4.08) إلى اتفاق واضح بين المشاركين على أهمية تنوع أساليب التفاعل بين الطرفين، مما يعزز مرونة التصميم المقترح وملاءمته لاحتياجات الفئتين المستهدفتين.

**(e) من خلال التطبيق يمكنني مقارنة ومعرفة الأسعار بشكل أسهل مما يحقق لي وفورات / أرباح**

بلغ المتوسط (3.78)، ما يعكس قبولاً معتدلاً لهذه الفكرة؛ إذ يرى بعض المشاركين أن المقارنة السعريّة تسهم فعلاً في زيادة الأرباح، بينما لم يجد آخرون فيها أهمية كبيرة أو لم يختبروها فعلياً بعد.

**(f) وجود إشعارات وتنبيهات عند وصول طلب أو عرض جديد يساعدني على متابعة عملي بسرعة**

يشير المتوسط (4.10) إلى إدراك عالٍ لقيمة هذه الميزة، إذ يرى المشاركون أنها تحسن سرعة الاستجابة وتساعدهم على متابعة نشاطهم التجاري بكفاءة أكبر.

**(g) عرض صورة حقيقية للمحصول يساعد في بيعه بشكل أسرع وزيادة الثقة للمشتري**

جاء المتوسط (3.67)، وهو الأدنى نسبياً بين البنود، مما يدل على أن المشاركين ينظرون إلى الصور كعامل مساعد وليس رئيسي في اتخاذ القرار، ربما لاعتبارات تتعلق بجودة الصور أو ضعف الاتصال بالإنترنت.

**(h) يمنحني التطبيق خيارات متنوعة للبيع أو الشراء بطريقة تناسب احتياجاتي**

بلغ المتوسط (4.06)، ما يعكس قناعة المشاركين بأن التطبيق يوفر مرونة وتنوعاً في أساليب البيع والشراء بما يتناسب مع اختلاف ظروفهم.

**(i) يوفر التطبيق عليّ الوقت والجهد في عمليات البيع أو الشراء**

حقق أيضاً متوسطاً مرتفعاً (4.22)، وهو من أعلى البنود، ويؤكد أن أهم ما يقدمه التطبيق بنظر المستخدمين هو اختصار الوقت وتبسيط الإجراءات.

### المؤشر الإجمالي للنفعية:

بلغ المتوسط الكلي (3.99)، وهو ما يشير إلى تقييم إيجابي واضح لجوانب النفعية العامة في تطبيق (طازج)، إذ يرى المشاركون أن التطبيق يساهم في تسهيل عمليات البيع والشراء، ويختصر الوقت والجهد، ويمنحهم مرونة في التعامل، خصوصاً في البنود المتعلقة بوضوح واجهة الطلب وتنوع الخيارات.

في المقابل، أظهرت بعض البنود (مثل المقارنة السعرية والصور) تفاوتاً في مستوى القبول، ما يشير إلى أن هذه العناصر تحتاج إلى تحسينات إضافية لتصبح أكثر فاعلية وجاذبية للمستخدمين.

### توصيات لتحسين التطبيق

- تعزيز ميزة مقارنة الأسعار وإبراز فوائدها الاقتصادية للمستخدمين بشكل أكثر وضوحاً.
- تحسين جودة الصور وإضافة إرشادات لرفعها بطريقة صحيحة، لزيادة الثقة بين المزارع والتاجر.
- الحفاظ على نظام التنبيهات وتعدد الخيارات لما أظهره من رضا عالٍ لدى المشاركين واعتباره من أبرز نقاط القوة في التطبيق.

### 2.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن سهولة الاستخدام:

هذا الجدول يعرض نتائج دراسة متوسطات سهولة الاستخدام لتطبيق طازج عبر 51 مشاركاً، كل سطر يحتوي على العدد، المتوسط درجة الاتفاق من 1 إلى 5، الانحراف المعياري (مدى تشتت الإجابات حول المتوسط)، ومستوى الدلالة الذي هو 0.000 ويعني دلالة إحصائية قوية.

جدول 6 دراسة متوسطات سهولة الاستخدام				
مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.000	0.783	4.22	51	تصميم التطبيق بسيط وسهل الفهم من خلال الواجهات المعروضة
0.000	0.904	4.06	51	واجهات التطبيق (الرئيسية - إضافة محصول - إضافة طلب - تقديم عرض للمناقصة - شراء محصول) واضحة وسهلة
0.000	0.810	3.94	51	يمكنني إنجاز عملية (إضافة محصول - إضافة طلب - شراء محصول - تقديم عرض للمناقصة) بسهولة وبخطوات قليلة
0.000	0.858	3.94	51	رفع صور المحاصيل داخل التطبيق سهل وواضح
0.000	0.774	4.04	51	واجهات التطبيق واضحة ولا تحتاج وقتاً طويلاً لتعلم استخدامها
0.000	0.693	4.14	51	حجم الخطوط والأزرار في الواجهات واضح ومناسب للقراءة والاستخدام

0.000	0.644	4.53	51	لغة التطبيق واضحة وسهلة الفهم
0.000	0.55108	4.1232	51	سهولة الاستخدام

- تفسير نتائج عبارات سهولة الاستخدام:

(a) تصميم التطبيق بسيط وسهل الفهم من خلال الواجهات المعروضة

المتوسط (4.22)، يشير إلى اتفاق قوي على أن تصميم التطبيق يتميز بالبساطة والوضوح، ما يجعل المشاركين قادرين على فهم آلية العمل المقترحة بسهولة دون الحاجة لخبرة تقنية مسبقة.

(b) واجهات التطبيق واضحة وسهلة

يدل المتوسط (4.06)، على تقييم إيجابي لوضوح الواجهات وتناسقها، إذ يرى المشاركون أن العناصر البصرية والمعلومات المعروضة منظمة بشكل يسهل التصفح والفهم.

(c) يمكنني إنجاز العمليات بسهولة وبخطوات قليلة

نلاحظ أن المتوسط (3.94) يعكس رضا جيداً عن بساطة تسلسل الخطوات المقترحة في الواجهات، ما يشير إلى أن التصميم المقترح يوفر سهولة في الفهم والتنفيذ دون تعقيد أو كثرة في الإجراءات.

(d) رفع صور المحاصيل داخل التطبيق سهل وواضح

المتوسط (3.94)، يشير لقبول جيد لآلية رفع الصور كما عُرضت في النماذج، بما يشير إلى أن هذه الميزة مفهومة من حيث الخطوات العامة.

(e) واجهات التطبيق واضحة ولا تحتاج وقتاً طويلاً للتعلّم

يعكس المتوسط (4.04)، إدراكاً لدى المشاركين بسهولة التعلم والتعامل مع التصميم، بما يحقق مبدأ "قابلية الفهم السريع" في التصميم.

(f) حجم الخطوط والأزرار مناسب للقراءة والاستخدام

المتوسط (4.14) يدل على رضا عالٍ عن وضوح العناصر البصرية وسهولة التفاعل معها، وهو جانب أساسي في التطبيقات التي تستهدف فئات متنوعة من المستخدمين في بيئات عمل مختلفة.

(g) لغة التطبيق واضحة وسهلة الفهم

المتوسط (4.53) وهي أعلى قيمة في هذا المحور، ما يعكس رضا المشاركين عن استخدام لغة بسيطة ومألوفة بعيدة عن المصطلحات التقنية، مما يعزز وضوح التصميم وثقة المستخدمين المحتملين به.

المؤشر الإجمالي لسهولة الاستخدام

بلغ المتوسط الكلي (4.12)، وهو ما يشير إلى تقييم إيجابي مرتفع لسهولة الاستخدام في تطبيق (طازج)، إذ يرى المشاركون أن الواجهات المقترحة واضحة وسهلة الفهم، والعناصر البصرية مناسبة ومريحة، مما يجعل التصميم المقترح عملياً وسلساً للتعامل من قبل الفئتين المستهدفتين (المزارعين والتجار).

## توصيات لتحسين التطبيق

- تعزيز عناصر واجهة الاستخدام التي لديها متوسط أقل من 4 (مثل خطوات العمليات ورفع الصور) لتحسين التجربة العامة.
- الحفاظ على وضوح اللغة وحجم العناصر لأنهما نقاط قوة واضحة.
- اختبار تجربة رفع الصور عبر شبكات اتصال مختلفة وتقديم إرشادات مبسطة داخل الواجهة.

### 3.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن قابلية الإيجاد:

الجدول يعرض نتائج دراسة قابلية الإيجاد لتطبيق طازج بناءً على استجابات 51 مشاركاً. كل سطر يتضمن المتوسط درجة الاتفاق من 1 إلى 5، الانحراف المعياري (مدى تشتت الإجابات)، ومستوى الدلالة (0.000 يعني دلالة إحصائية قوية). المتوسطات القريبة من 4 تعكس تقديراً إيجابياً لسهولة العثور على المحتوى داخل التطبيق.

جدول 7 دراسة متوسطات قابلية الإيجاد				
مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.000	0.806	3.90	51	أستطيع العثور على منتجاتي أو طلباتي بسهولة داخل التطبيق
0.000	0.931	3.88	51	في حال أخطأت أثناء إدخال المعلومات، يمكنني تصحيحها بسهولة قبل النشر
0.000	0.775	3.86	51	خطوات استخدام التطبيق متسلسلة وواضحة ولا تسبب ضياع أثناء الاستخدام
0.000	0.817	4.18	51	من المفيد وجود سجل للعروض والمحادثات السابقة لمراجعة الاتفاقات
0.000	0.896	4.18	50	ميزة البحث عن المنتجات حسب النوع مفيدة وتسهّل الوصول السريع للمطلوب

0.000	0.871	4.04	51	الحقول الموضوعة داخل الواجهات واضحة. وأفهم بسهولة ما يجب كتابته في كل منها
0.000	0.59438	4.0046	51	قابلية الإيجاد

- تفسير عبارات قابلية الإيجاد:

(a) أستطيع العثور على منتجاتي أو طلباتي بسهولة داخل التطبيق

يشير المتوسط (3.90)، إلى تقييم إيجابي معتدل لقدرة المشاركين على إيجاد العناصر المطلوبة داخل التطبيق، ما يدل على أن هيكلة الصفحات مناسبة بشكل عام، مع وجود حاجة طفيفة لتحسين سهولة التصفح والوصول.

(b) في حال أخطأت أثناء إدخال المعلومات، يمكنني تصحيحها بسهولة قبل النشر

يدل المتوسط (3.88)، على تقبل المشاركين للآلية المقترحة لتصحيح الأخطاء ضمن الواجهات، وهو تقييم جيد يشير إلى وضوح خطوات الإدخال بشكل عام، مع ملاحظة الحاجة لتبسيط عملية التعديل أو إبراز أدوات التحرير بشكل أوضح.

(c) خطوات استخدام التطبيق متسلسلة وواضحة ولا تسبب ضياع أثناء الاستخدام

يظهر المتوسط (3.86)، اتفاقاً معتدلاً على أن الخطوات المعروضة في التصميم تتبع تسلسلاً منطقياً ومترابطاً، مما يشير إلى وضوح عام في ترتيب العمليات، مع وجود مجال طفيف لتحسين الإرشادات البصرية داخل الواجهات لتوجيه المستخدم بشكل أدق أثناء التنقل بين الصفحات.

(d) من المفيد وجود سجل للعروض والمحادثات السابقة لمراجعة الاتفاقات

المتوسط (4.18)، يبرز هذا البند كأحد أعلى البنود تقييماً في هذا المحور، مما يعكس إدراك المشاركين لأهمية ميزة حفظ السجل في تعزيز الشفافية وتتبع الصفقات السابقة، وهو ما يعد عنصراً داعماً للثقة داخل بيئة التعامل الإلكتروني.

(e) ميزة البحث عن المنتجات حسب النوع مفيدة وتسهّل الوصول السريع للمطلوب

يعكس المتوسط (4.18)، رضا مرتفع لدى المشاركين عن ميزة البحث، حيث تسهّل الوصول إلى المنتجات المطلوبة بسرعة، مع ملاحظة الحاجة البسيطة لتحسين وضوح خيارات التصفية والفلاتر لتقديم نتائج أكثر دقة.

(f) الحقول الموضوعة داخل الواجهات واضحة. وأفهم بسهولة ما يجب كتابته في كل منها

يدل المتوسط (4.04)، على أن الحقول النصية وعناوينها في التصميم مفهومة في الغالب، ما يعزز سهولة الإدخال ودقة المعلومات، مع إمكانية إضافة تلميحات أو أمثلة إرشادية لزيادة الوضوح والدقة في الإدخال.

المؤشر الإجمالي لقابلية الإيجاد:

بلغ المتوسط الكلي (4.00)، مما يعكس تقييماً إيجابياً عاماً لقابلية الإيجاد في تصميم تطبيق (طازج). ويظهر من النتائج أن المشاركين وجدوا سهولة في الوصول إلى المعلومات والمنتجات عبر الأدوات المتاحة في الواجهات، مثل ميزة البحث وسجل المحادثات السابقة، ما يعكس وضوح التصميم وتماسكه البصري.

#### توصيات لتحسين التطبيق:

- أولوية: الاحتفاظ بسجل المحادثات والعروض مميزة أساسية لأن لها تأثير واضح على رضا المستخدمين.
- توضيح أدوات التراجع والتحرير داخل الواجهات لضمان سهولة تصحيح المعلومات.
- تعزيز آلية البحث من خلال تحسين دقة الفلاتر وترتيب النتائج لتسريع الوصول.
- إضافة تلميحات نصية أو أمثلة داخل الحقول لزيادة وضوحها وتقليل احتمالية الأخطاء أثناء الإدخال.

#### 4.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن الموثوقية:

الجدول يعرض قياسات عناصر الموثوقية لتطبيق طازج بناءً على استجابات 51 مشاركاً. كل بند يحتوي على المتوسط درجة الاتفاق من 1 إلى 5، الانحراف المعياري مدى تشتت الإجابات، ومستوى الدلالة 0.000 = الذي يشير إلى دلالة إحصائية قوية. المتوسط الكلي للموثوقية مذكور في الأسفل.

جدول 8 دراسة متوسطات الموثوقية				
مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.000	1.012	4.24	51	أفضل وجود نظام تقييم للمزارع والتاجر لأنه يزيد الثقة بالتعامل
0.000	0.939	4.14	51	فكرة دفع عربون بسيط (نسبة/قيمة) قبل التسليم تشعرنني بالأمان
0.000	0.845	3.92	51	تطبيق العمولة فقط بعد إتمام الصفقة فكرة عادلة ومنطقية بالنسبة لي
0.000	0.796	4.35	51	حفظ المحادثات والاتفاقات داخل التطبيق يزيد الموثوقية والشفافية
0.000	1.060	4.27	51	وجود جهة داعمة مثل جهة حكومية أو جمعية زراعية يزيد ثقتي بالتطبيق
0.000	1.108	3.33	51	أعتقد أن بياناتي الشخصية محمية داخل التطبيق
0.000	0.59438	4.0046	51	<b>الموثوقية</b>

- تفسير عبارات الموثوقية

(a) أفضل وجود نظام تقييم للمزارع والتاجر لأنه يزيد الثقة بالتعامل

يشير المتوسط (4.24)، إلى اتفاق قوي على أهمية وجود نظام تقييم متبادل يعزز الشفافية والاعتمادية، ما يعكس إدراك المشاركين لقيمتها في تنظيم العلاقات التجارية وضمنان المصدقية، مع ملاحظات محدودة حول ضرورة ضبط آلية التقييم لضمان عدالتها.

#### (b) فكرة دفع عربون بسيط قبل التسليم تشعرني بالأمان

بلغ المتوسط (4.14)، ما يدل على قبول مرتفع لفكرة العربون كإجراء يرفع مستوى الثقة ويحد من المخاطر في المعاملات، مع تباين طفيف في الآراء حول الجوانب التنظيمية والمالية لتنفيذ هذه الخطوة عملياً.

#### (c) تطبيق العمولة فقط بعد إتمام الصفقة فكرة عادلة ومنطقية بالنسبة لي

المتوسط (3.92) يعكس تقبلاً جيداً لنظام العمولة المؤجلة، حيث يرى المشاركون أنه يعزز مبدأ العدالة في الدفع مقابل الخدمة، مع وجود حاجة مستقبلية لتوضيح تفاصيل احتساب العمولة وكيفية تنفيذها.

#### (d) حفظ المحادثات والاتفاقات داخل التطبيق يزيد الموثوقية والشفافية

المتوسط (4.35) أعلى القيم في هذا المحور، ما يعكس إجماعاً على أن حفظ المحادثات والاتفاقات داخل التطبيق يعد عنصراً أساسياً في بناء الثقة، ويمنح المستخدمين شعوراً بالضمن والشفافية في التعامل.

#### (e) وجود جهة داعمة مثل جهة حكومية أو جمعية زراعية يزيد ثقتي بالتطبيق

يشير المتوسط (4.27)، إلى تقدير كبير لأهمية الدعم المؤسسي في رفع مستوى الموثوقية، إذ يرى المشاركون أن إشراف جهة موثوقة يعزز مصداقية التطبيق ويمنحه طابعاً رسمياً، رغم اختلاف الآراء حول الجهة الأنسب لذلك.

#### (f) أعتقد أن بياناتي الشخصية محمية داخل التطبيق

بلغ المتوسط (3.33)، وهو الأدنى في هذا المحور، ما يشير إلى وجود تردد أو ضعف في الإحساس بالحماية الكاملة للبيانات الشخصية. مما يظهر حاجة ملحة لضرورة تعزيز الثقة من خلال عرض سياسات واضحة وإجراءات حماية ملموسة.

#### المؤشر الإجمالي للموثوقية

بلغ المتوسط الكلي (4.00)، ما يشير إلى أن الانطباع العام حول موثوقية تطبيق (طانج) إيجابي. ويظهر المشاركون ثقة عالية بالعناصر التنظيمية مثل نظام التقييم وحفظ المحادثات، بينما تبقى حماية البيانات نقطة تحتاج إلى اهتمام خاص لرفع مستوى الأمان وتعزيز الاطمئنان لدى المستخدمين مستقبلاً.

#### توصيات لتحسين التطبيق:

- تعزيز سياسات الخصوصية وحماية البيانات من خلال عرضها بوضوح داخل التطبيق وإظهار إجراءات الأمان للمستخدم.

- تصميم نظام تقييم شفاف يتضمن آلية مراجعة للتقييمات غير العادلة لضمان مصداقية النتائج.
- اعتماد حفظ المحادثات كميزة أساسية مع إمكانية أرشفتها أو تصديرها لتوثيق التعاملات.
- توضيح شروط دفع العربون وجعلها مرنة وآمنة لضمان القبول العام دون تعارض مع نظام العمولة.
- السعي لعقد شركات مع جهات داعمة مع توضيح دورها وصلاحياتها لزيادة القبول دون إثارة مخاوف المستخدمين.

#### 5.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن الجمالية:

هذا الجدول يعرض نتائج دراسة الجمالية لتطبيق طازج بناءً على 51 مشاركاً. لكل بند معطى المتوسط ودرجة الاتفاق من 1 إلى 5، الانحراف المعياري (مدى تشتت الإجابات)، ومستوى الدلالة = 0.000 الذي يدل على دلالة إحصائية قوية. المتوسطات حول 4 تشير إلى تقدير إيجابي عام للجمالية.

جدول 9 دراسة متوسطات الجمالية				
مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.000	1.014	3.82	51	ألوان التطبيق (الأخضر- البرتقالي- البني) مريحة وتعكس هوية التطبيق
0.000	0.993	3.88	51	الصور المستخدمة في الواجهات جميلة وتجذب الانتباه
0.000	0.802	4.27	51	توزيع العناصر داخل الصفحة الرئيسية منظم وسهل التصفح
0.000	0.849	4.20	51	حجم عناصر التحكم (مثل الأزرار والأيقونات) مناسب وواضح للاستخدام المريح
0.000	0.71538	4.0441	51	الجمالية

#### - تفسير عبارات الجمالية

##### (a) ألوان التطبيق (الأخضر- البرتقالي- البني) مريحة وتعكس هوية التطبيق

يشير المتوسط (3.82)، إلى أن غالبية المشاركين وجدوا الألوان المستخدمة متناسقة ومعبرة عن هوية التطبيق، إلا أن التباين النسبي في الإجابات يشير إلى اختلاف في الأذواق الشخصية، ما قد يستدعي مستقبلاً دراسة خيارات تخصيص الألوان لتناسب شرائح مختلفة من المستخدمين.

##### (b) الصور المستخدمة في الواجهات جميلة وتجذب الانتباه

بلغ المتوسط (3.88)، ما يعكس تقيماً إيجابياً معتدلاً لجاذبية الصور، إذ يرى المشاركون أن الصور تساهم في تحسين المظهر العام للتطبيق وإضفاء طابع بصري جذاب، مع احتمالية أن تفاوت الآراء يعود إلى تنوع جودة الصور أو أسلوب عرضها ضمن النماذج المصممة.

### c) توزيع العناصر داخل الصفحة الرئيسية منظم وسهل التصفح

المتوسط (4.27)، أعلى تقييم بين بنود هذا المحور، ما يشير إلى اتفاق واضح على أن تنظيم الصفحة الرئيسية متوازن وسهل التصفح، وأن التوزيع الحالي للعناصر يسهل الوصول إلى المعلومات الأساسية بسرعة، وهو ما يعكس نجاحاً في تحقيق الانسيابية البصرية والوظيفية في آن واحد.

### d) حجم عناصر التحكم مناسب وواضح للاستخدام المريح

يشير المتوسط (4.20)، إلى اتفاق قوي على أن أحجام الأزرار و الأيقونات مناسبة وواضحة، بما يحقق راحة بصرية وسهولة في الاستخدام عبر الأجهزة المحمولة، ويعزز الجانب العملي والجمالي للتصميم في الوقت ذاته.

### المؤشر الإجمالي للجمالية

بلغ المتوسط العام (4.04)، ما يعكس تقييماً إيجابياً عاماً للمظهر البصري لتطبيق (طازج). ويظهر من النتائج أن الألوان والعناصر الرسومية وتوزيع الصفحة وحجم الأزرار متناسقة ومريحة بصرياً، مع وجود اختلافات طفيفة تعود إلى التفضيلات الفردية في الألوان وأسلوب عرض الصور.

### توصيات لتحسين التطبيق:

- تحسين وتوحيد لوحة الألوان أو توفير إعداد بسيط يتيح للمستخدم اختيار السمة اللونية المفضلة.
- رفع جودة الصور وتوحيد أسلوبها البصري من حيث الإضاءة والخلفيات لجعل الواجهات أكثر انسجاماً وجاذبية.
- الحفاظ على هيكل الصفحة الرئيسية الحالي لما أظهره من رضا مرتفع، مع إمكانية اختبار تحسينات طفيفة دون الإخلال بالنمط العام.
- الإبقاء على أحجام الأزرار الحالية مع دراسة زيادة المسافات بين العناصر لضمان تجربة لمس أكثر راحة على الشاشات الصغيرة.

### 6.2.4 دراسة آراء أفراد العينة عن مزايا القيمة المضافة:

الجدول يعرض متوسطات تقييم المستخدمين لميزات القيمة المضافة في تطبيق طازج استناداً إلى 51 مشاركاً لكل بند، مع عرض المتوسط، الانحراف المعياري، ومستوى الدلالة لكل بند. المتوسطات تقاس على مقياس 1-5. بند واحد يظهر مستوى دلالة غير دال إحصائياً بينما بقية البنود ذات دلالة قوية.

جدول 10 دراسة متوسطات مزايا القيمة المضافة				
مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
0.745	1.287	3.06	51	وجود قسم للمقالات والفيديوهات الزراعية داخل التطبيق مفيد لي

0.000	1.082	3.90	51	نظام المكافآت (نقاط / كودات خصم تستبدل بخصومات) يشجّعني على استخدام التطبيق بشكل متكرر
0.000	0.917	4.20	51	توفير إمكانية شراء مستلزمات الإنتاج الزراعي (بذور - أسمدة) عبر التطبيق ميزة مفيدة
0.000	0.815	4.24	51	أفضل وجود دعم فني مباشر داخل التطبيق (محادثة مع إدارة التطبيق)
0.000	0.917	4.14	51	إرسال إشعارات حول الطلبات أو العروض الجديدة يزيد من رغبتني في استخدام التطبيق
0.000	0.976	3.65	51	أفضل وجود خيار اشتراك شهري ثابت (يتيح لي عرض عدد محدد من المحاصيل أو الطلبات شهرياً) عوضاً عن دفع عمولة لكل عملية بيع أو شراء
0.000	0.51608	3.8627	51	مزايا القيمة المضافة

#### - تفسير نتائج مزايا القيمة المضافة:

##### (a) وجود قسم للمقالات والفيديوهات الزراعية داخل التطبيق مفيد لي

يشير المتوسط (3.06)، إلى تقييم منخفض نسبياً، ما يدل على أن المشاركين لا يرون في المحتوى التعليمي (مقالات وفيديوهات) أولوية ضمن تجربتهم المتوقعة مع التطبيق. إذ يتركز اهتمامهم بشكل أكبر على الجوانب العملية المتعلقة بالبيع والشراء وإتمام المعاملات.

##### (b) نظام المكافآت يشجّعني على استخدام التطبيق بشكل متكرر

بلغ المتوسط (3.90)، ما يعكس تقييماً إيجابياً لفكرة نظام المكافآت باعتبارها أداة تحفيزية تعزز التفاعل المستمر مع التطبيق، رغم الحاجة إلى توضيح آلية تطبيق هذا النظام ومعايير الحصول على النقاط أو الحوافز.

##### (c) توفير إمكانية شراء مستلزمات الإنتاج الزراعي عبر التطبيق ميزة مفيدة

المتوسط (4.20)، أحد أعلى البنود في هذا المحور، ويعكس إدراكاً واضحاً من المشاركين لقيمة دمج سوق للمستلزمات الزراعية داخل التطبيق، إذ تسهّل هذه الميزة عمليات الشراء وتوفير الوقت والجهد على المستخدم.

##### (d) وجود دعم فني مباشر داخل التطبيق (محادثة مع الإدارة)

حقق هذا البند أعلى متوسط في المحور (4.24)، ما يشير إلى إجماع واسع على أهمية وجود دعم فني مباشر وسريع ضمن التطبيق، باعتباره عنصراً رئيسياً يعزز الثقة ويُعتبر من الضروريات في أي تطبيق خدمي حديث.

**(e) إرسال إشعارات حول الطلبات أو العروض الجديدة يزيد من الرغبة في الاستخدام**

يشير المتوسط (4.14)، إلى أن الإشعارات المنتظمة تعد من أكثر الخصائص التي تعزز تفاعل المستخدمين، إذ تُسهم في تحسين سرعة التواصل ومتابعة المستجبات داخل التطبيق بشكل فوري.

**(f) وجود خيار اشتراك شهري ثابت عوضاً عن دفع عمولة لكل عملية**

بلغ المتوسط (3.65)، ما يعكس قبولاً معتدلاً لفكرة الاشتراك الشهري، حيث يرى بعض المشاركين أنه خيار مناسب، لكنه لا يحظى بإجماع قوي، ما يشير إلى ضرورة اختبار بدائل متعددة لنماذج التسعير قبل التطبيق العملي.

**المؤشر الإجمالي لمزايا القيمة المضافة**

بلغ المتوسط العام (3.86)، ما يشير إلى تقييم إيجابي عام لمزايا القيمة المضافة المقترحة في تطبيق (طازج). وتبرز ميزات الدعم الفني المباشر، وسوق المستلزمات الزراعية، والإشعارات كأكثر العناصر جذباً للمستخدمين، في حين تُعد ميزة المحتوى التعليمي الأقل أهمية بنظرهم، مما يستدعي إعادة دراسة شكلها وآليتها بما يتناسب مع احتياجاتهم الواقعية.

**توصيات لتحسين التطبيق:**

- إعطاء الأولوية لتفعيل الدعم الفني المباشر، وسوق المستلزمات الزراعية وميزة الإشعارات، باعتبارها أكثر الخصائص فاعلية وجذباً للمستخدمين.
- تطوير نظام المكافآت بشكل مدروس وواضح يعتمد على معايير قابلة للقياس لتعزيز الاستخدام المتكرر.
- اختبار نموذج الاشتراك الشهري كخيار تجريبي إلى جانب نموذج العمولة لتقييم مدى تقبل المستخدمين المحتملين له قبل اعتماده فعلياً.
- إعادة تقييم وإجراء دراسة نوعية على قسم المقالات والفيديوهات قبل الاستثمار الكبير لتحديد احتياجات المستخدمين الفعلية وشكل المحتوى الذي يفضلونه.

#### 7.2.4 دراسة اختلاف آراء أفراد العينة من مزارعين وتجار عن أبعاد تجربة المستخدم ومزايا القيمة المضافة:

بما أن العينة مقسومة حسب المهنة تاجر (N=24) ومزارع (N=27) الجدول يعرض المتوسط والانحراف المعياري لكل مقياس لدى كل مجموعة، ثم نتائج اختبار ليفين لتساوي التباينات واختبار t للمقارنة بين المتوسطين. إذا ما تبين وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين متوسطات آراء التجار والمزارعين، يمكن إجراء مقارنات تساعد في فهم مواطن الافتراق.

جدول 11 مقارنة متوسطات عينتين مستقلتين للمزارعين والتجار				
الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المهنة	
0.38880	4.1528	24	تاجر	النفعية
0.75850	3.8560	27	مزارع	
0.41485	4.2202	24	تاجر	سهولة الاستخدام
0.64449	4.0370	27	مزارع	
0.42924	4.0861	24	تاجر	قابلية الإيجاد
0.71051	3.9321	27	مزارع	
0.42924	4.0861	24	تاجر	الموثوقية
0.71051	3.9321	27	مزارع	
0.59740	4.1667	24	تاجر	الجمالية
0.80142	3.9352	27	مزارع	
0.36109	3.7986	24	تاجر	المزايا
0.62424	3.9198	27	مزارع	

#### 1.7.2.2.4 الفروق في المتوسطات بين التاجر والمزارع:

- النفعية: تاجر = 4.1528 - مزارع = 3.8560 ← التاجر أعلى.
- سهولة الاستخدام: تاجر = 4.2202 - مزارع = 4.0370 ← التاجر أعلى.
- قابلية الإيجاد: تاجر = 4.0861 - مزارع = 3.9321 ← التاجر أعلى.
- الموثوقية: القيم متقاربة جداً في الجدول ← (تاجر أعلى).
- الجمالية: تاجر = 4.1667 - مزارع = 3.9352 ← التاجر أعلى.
- المزايا: تاجر = 3.7986 - مزارع = 3.9198 ← المزارع أعلى بشكل طفيف.

#### 2.7.2.2.4 نتائج اختبار ليفين لتساوي التباينات واختبار T للعينات المستقلة:

#### جدول 12 اختبار T للعينات المستقلة

اختبارات للمساواة بين المتوسطات			اختبار ليفين لتساوي التباينات			
مستوى الدلالة لاختبار العينات المستقلة	درجات الحرية	T	مستوى الدلالة	F		
0.091	49	1.725	0.000	16.660	افتراض تباينات متساوية	النفعية
0.082	39.720	1.786			عدم افتراض تباينات متساوية	
0.240	49	1.190	0.034	4.769	افتراض تباينات متساوية	سهولة الاستخدام
0.229	44.867	1.220			عدم افتراض تباينات متساوية	
0.361	49	0.922	0.093	2.943	افتراض تباينات متساوية	قابلية الإيجاد
0.348	43.453	0.948			عدم افتراض تباينات متساوية	
0.361	49	0.922	0.093	2.943	افتراض تباينات متساوية	الموثوقية
0.348	43.453	0.948			عدم افتراض تباينات متساوية	
0.253	49	1.157	0.046	4.188	افتراض تباينات متساوية	الجمالية
0.245	47.627	1.177			عدم افتراض تباينات متساوية	
0.408	49	-0.834	0.009	7.317	افتراض تباينات متساوية	المزايا
0.395	42.457	-0.860			عدم افتراض تباينات متساوية	

- إذا كانت قيمة Sig في ليفين أقل من 0.05 نعتبر التباينات غير متساوية وبالتالي نستنتج عدم افتراض تباينات متساوية.
- المتغيرات التي لديها Sig < 0.05 تباينات غير متساوية هي النفعية (0.00)، سهولة الاستخدام (0.034)، الجمالية (0.046)، المزايا (0.009)
- المتغيرات التي يمكن افتراض تساوي التباينات (Sig ≥ 0.05) قابلية الإيجاد (0.093)، الموثوقية (0.093)

#### 3.7.2.2.4 نتائج اختبار t واستنتاج دلالة الفروق:

- لجميع المقارنات المدرجة، قيمة Sig (2-tailed) تزيد على 0.05 سواء تم افتراض التباينات المتساوية أو عدم افتراضها.

- بالتالي لا توجد فروق إحصائية دالة عند مستوى  $\alpha = 0.05$  بين التجار والمزارعين في أي مقياس من مقاييس: النفعية ( $p \approx 0.082 - 0.091$ )، سهولة الاستخدام ( $p \approx 0.229 - 0.240$ )، قابلية الإيجاد ( $p \approx 0.348 - 0.361$ )، الموثوقية ( $p \approx 0.348 - 0.361$ )، الجمالية ( $p \approx 0.245 - 0.253$ )، المزايا ( $p \approx 0.395 - 0.408$ ).
- رغم وجود فروق في المتوسطات لصالح التجار في معظم المقاييس، هذه الفروق ليست كبيرة بما يكفي لتكون إحصائياً مؤكدة على مستوى العينة الحالية.
- تشتت الانطباعات لدى المزارعين أكبر في بعض المتغيرات (انحراف معياري أعلى)، ما قد يقلل قوة الكشف عن فروق حقيقية.

### 3.4 نتائج الدراسة:

- a- أظهرت النتائج تقبلاً إيجابياً عاماً لفكرة تطبيق طازج كمنصة تربط المزارعين والتجار مباشرة، وتلبي احتياجاتهم في البيع والشراء بشكل مبسط وواضح.

- b- تقييم تصميم الواجهات المقترحة بدرجة إيجابية عالية من حيث سهولة الاستخدام ووضوح الواجهات وتسلسل الخطوات، ما يشير إلى ملاءمة التصميم لقدرات الفئتين المستهدفتين دون حاجة لخبرة تقنية متقدمة.
- c- أظهر محور النفعية متوسطات قريبة من (4.0)، مع إبراز نقطتين أساسيتين: توفير الوقت والجهد، وتنوع خيارات البيع والشراء كقيمة مركزية للتطبيق.
- d- قابلية الإيجاد وفاعلية البحث والفلاتر حازت رضا عام، مع توصية لتحسين دقة الفلاتر وتسريع ظهور النتائج.
- e- ميزة حفظ المحادثات والاتفاقات اعتُبرت من العناصر الأساسية للبناء على الثقة والشفافية، وقد حظيت بتأييد قوي كخاصية ضرورية.
- f- حماية البيانات الشخصية تظهر كنقطة ضعف نسبية؛ المؤشرات تُظهر قلقاً لدى المشاركين حول خصوصية المعلومات وضرورة توضيح سياسات الأمان.
- g- اعتبر لوجود نظام تقييم بين المزارعين والتجار أهمية، واعتبر وسيلة ضرورية لتعزيز الثقة بين الطرفين.
- h- اللغة المستخدمة في التطبيق واضحة ومفهومة، وحجم الأزرار والخطوط مناسب وسهل القراءة والاستخدام على مختلف الأجهزة.
- i- الجوانب البصرية (الألوان، توزيع العناصر، أحجام الأزرار) نالت قبولاً واسعاً؛ مع ملاحظة اختلافات طفيفة في تفضيل الألوان وجودة الصور.
- j- الميزات الإضافية التي حازت قبولاً واضحاً: الدعم الفني المباشر، سوق مستلزمات الإنتاج داخل التطبيق، نظام إشعارات فعال، ونظام مكافآت مبسط.
- k- ميزة المحتوى التعليمي (مقالات/ فيديوهات) لم تحظ بأولوية لدى العينة الحالية، لذا تُعتبر ميزة ثانوية قابلة لإعادة الدراسة لاحقاً.
- l- لم تظهر دلائل على فروق جوهرية كبيرة بين تقييمات المزارعين والتجار؛ مع ميل طفيف لدى التجار إلى تقدير التطبيق بدرجة أعلى في الجوانب الوظيفية.

#### 4.4 التوصيات:

- (a) إطلاق تطبيق طازج بتصميمه الحالي بشكل تجريبي في مناطق دمشق وريفها، لقياس الأداء واستقبال الملاحظات الميدانية قبل الإطلاق النهائي.
- (b) إعداد خطة تسويقية تعريفية تراعي طبيعة المزارعين والتجار المحليين، وتشجعهم على تجربة التطبيق من خلال التوعية بالفوائد العملية.
- (c) الحفاظ على هيكل الواجهات الحالية واللغة البسيطة المستخدمة داخل التطبيق، لما أثبتته من وضوح وسلاسة في تجربة المستخدم.
- (d) الإبقاء على الهوية البصرية للتطبيق (الأخضر- البرتقالي - البني)، مع إجراء تحسينات طفيفة على التدرج والتباين لزيادة الوضوح، وإضافة إعداد بسيط يسمح بتغيير سمة اللون لاحقاً إن لزم.
- (e) تحسين جودة وإرشادات رفع الصور، ووضع دليل مبسط داخل الواجهة يشرح مواصفات الصورة المطلوبة (دقة - إضاءة - زاوية) وميزات ضغط خفيف لتقليل استهلاك البيانات.
- (f) تطوير صفحة البحث والفلاتر وتحسين أداء الفرز وسرعة عرض النتائج.
- (g) تفعيل وتنفيذ سجل الصفقات والمحادثات مع إمكانية تصدير أو طباعة الإتفاقات إن لزم الأمر.
- (h) تطبيق نظام تقييم ثنائي الاتجاه (مزارع - تاجر) مع آلية للتحقق ومراجعة التقييمات المشكوك فيها، وإظهار ملخص موثوق لكل حساب (متوسط التقييمات، عدد الصفقات الموثقة).
- (i) تعزيز سياسات وإجراءات حماية البيانات وإبرازها داخل التطبيق لرفع الثقة بسرعة مما يساعد في انتشاره.
- (j) تفعيل الدعم الفني المباشر داخل التطبيق كميزة أساسية في النسخة التجريبية للاستجابة السريعة لمشكلات المستخدمين وتعزيز التواصل معهم.
- (k) إدراج سوق الكتروني خاص بمستلزمات الإنتاج الزراعي (أسمدة - بذور - أدوات) ضمن التطبيق.
- (l) تفعيل نظام إشعارات ذكي (التنبيهات حسب: عرض جديد - طلب مطابق - حالة عملية) مع إعدادات تحكم في تكرار الإشعارات لتجنب الإزعاج.
- (m) تطبيق نظام مكافآت مبسط (نقاط / قسائم) لتحفيز الاستخدام المتكرر، مع توضيح آلية الحصول على المكافآت وشروط استبدالها.
- (n) إجراء اختبار ميداني لنموذج الاشتراك الشهري الثابت إلى جانب نموذج العمولة التي تحتسب بعد إتمام الصفقة لمعرفة التقبل والجدوى الاقتصادية.
- (o) إيجاد جهة راعية للتطبيق ذات طابع حكومي أو اجتماعي تزيد ثقة المزارعين والتجار به على حدٍ سواء.
- (p) إعادة تقييم قسم المقالات والفيديوهات الزراعية إلى مرحلة لاحقة بعد دراسة مدى الحاجة الفعلية له في السوق المحلي.
- (q) إجراء تحديث دوري للتطبيق بناءً على التغذية الراجعة من المستخدمين بعد المرحلة التجريبية لضمان استدامة التحسين والتطوير.

#### 5.4 محددات الدراسة:

- تقييد البحث بتقييم أبعاد تجربة المستخدم (النفعية، سهولة الاستخدام، قابلية الإيجاد، الموثوقية، الجمالية، المزايا) لتطبيق طازج مع اعتبار صعوبة إجراء دراسة تقنية قبل الإطلاق المبدئي.
- عدم وجود دراسات يمكن الاعتماد عليها في السوق السورية، وبالتالي النتائج التي تعكس ظروف وبيئة جمع البيانات وقت الدراسة لا يمكن مقارنتها بنتائج دراسات أخرى.
- حجم العينة محدود (N=51) وتقسيمها إلى مجموعتين مهنتين رئيسيتين (تاجر، مزارع)، طريقة الاعتماد على المشاركين المتاحين قد تحد من تمثيل المجتمع الأكبر خارج المحافظات المختارة.
- اعتماد على استبيان مقيس ذاتي قائم على مقاييس ليكرت؛ النتائج تمثل تصورات ذاتية للمتلقين ولا تعكس سلوكيات فعلية ملاحظة.
- صعوبة تعميم النتائج على مستخدمين في بيئات ثقافية أو سوقية مختلفة، أو المقارنة مع تطبيقات زراعية أخرى تملك خصائص مغايرة، مما يعني الحاجة لإجراء دراسة مماثلة في محافظات أخرى.
- اختلاف جودة الأجهزة، اتصال الإنترنت، وإصدارات نظام التشغيل بين المشاركين قد يؤثر على تقييمات بنود متعلقة بالجمالية والوظائف ويؤثر على التصور العام للتطبيق.

- Aker, J., Ghosh, I., & Burrell, J. (2016). The promise (and pitfalls) of ICT for agriculture initiative. *Agricultural Economics*, pp. 35-48.
- Banker, R., Mitra, S., & Sambamurt, V. (2021, September 30). The Effects of Digital Trading Platforms on Commodity Prices in Agricultural Supply Chains. *Management Information System Quarterly*.
- Cavendish Mwangi. (2020). *Designing a farmer's marketplace app — UX Case Study*. تم الاسترداد من Medium: <https://medium.com/@caveairstar/designing-a-farmers-marketplace-app-ux-case-study-84a933902195>
- Gharleghi, B., Nawaser, K., & Shafighi, N. (2024, November). Green finance and its role in sustainability in the EU. *Journal of Economy and Technology*, pp. 208 - 215.
- GSMA. (2020). *Twiga Foods*. Retrieved from gsma.com: [https://www.gsma.com/solutions-and-impact/connectivity-for-good/mobile-for-development/digital-grantees-portfolio/twiga-foods/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.gsma.com/solutions-and-impact/connectivity-for-good/mobile-for-development/digital-grantees-portfolio/twiga-foods/?utm_source=chatgpt.com)
- Islam, A. S., & Bhuiyan, S. (2022, January 6). The Role of E-commerce Platforms in Facilitating Market Entry for Emerging Entrepreneurs. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Management* , pp. 51-63.
- Ghosh, I. Aker & J. C. (2020, 11). Mobile phones, markets and economic development: Evidence from agricultural markets in sub-Saharan Africa. *World Development* . صفحة 135 .
- J. J. Garrett. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Academia, الصفحات 25-28.
- Michael Peggs, J. (2022, 4 11). *How to Develop Your UX Design Philosophy*. Retrieved from UX Matters: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2022/04/how-to-develop-your-ux-design-philosophy.php>
- Microsoft. (2021). *Inclusive Design Toolkit*. تم الاسترداد من <https://www.microsoft.com/design/inclusive>
- Mostafa Kamal Aziz و Bablu Tarek. (June , 2023). *Mobile Applications Empowering Smallholder Farmers: An Analysis of the Impact on Agricultural Development*. *Sustainable Aviation* , الصفحات 36-52.
- Nielsen, J. &. (1998). *The Definition of User Experience (UX)*. Retrieved from nngroup: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Books.

Solh, M. E. (2017, 7). The role of science and technology in enhancing food security in Arab countries. *Journal of Experimental Biology and Agricultural Sciences*, pp. 1-14.

Stevens, E. (2024, 9 10). *7 fundamental UX design principles all designers should know*. Retrieved from UX Design Institute: <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/ux-design-principles/>

UNESCWA (2019، 10). موجزات سياسات الأمن الغذائي في المنطقة العربية. تم الاسترداد من [org.unescwa.org](http://org.unescwa.org)  
خالد التركاوي. (2025، 7 23). الغذاء في سوريا وتحديات العرض والطلب.. هل علينا أن نقرع الأجراس؟ تم الاسترداد من  
العربي: <https://tinyurl.com/32zzmt33>

لمى دياب ، و بيسان خلف. (2025، 8 15). خبراء يشخصون الأزمة وحلولها (الجفاف يغير ملامح القطاع الزراعي في سوريا).  
تم الاسترداد من عنب بلدي: <https://tinyurl.com/msfc7byz>

الملاحق:

## مقابلات المزارعين:

المقابلة الاولى: مزارع من الكسوة / الاسم: خلدون الحاره

### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. مانوع نشاطكم الزراعي؟

المزارع: نحن عندنا أرض بالكسوة، مساحة 40 دنوم فيها أشجار مثمرة قسم تقريبا نصها والنص الثاني بنزرعه موسمي على هوا الاحتياجات اللي بنشوفها مناسبة للسوق يعني كل سنة كل موسم بموسمه

الباحثة: شو أبرز المحاصيل اللي بتزرعه؟

المزارع: بحكم المنطقة والشى اللي بناسبها بالصيفي فأغلب بيكون الثوم، الخيار، الكوسة، الفليفلة، البيبتجان تقريبا هذول بالنسبة للصيف بالنسبة للأشجار الموجودة بالقسم الثاني هو زيتون ونجاص ودرائان

الباحثة: السؤال الثاني. منذو متى تمارس هذا النشاط؟

المزارع: تقريبا من 25 سنة

الباحثة: السؤال الثالث: ما هو تحصيلك العلمي؟

المزارع: شهادة إعدادية

الباحثة: السؤال الرابع: هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟ في حال استخدمت هاي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إليها؟

المزارع: ما استخدمت هذا الشى أبدا

### ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة: السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسويق المحاصيل الزراعية؟

المزارع: يعني أي لاقى بيع الموسم بغض النظر هو شو من كان نوعه وبأي وقت، أي بيعه بأعلى سعر وأسرع وقت وطبعا بالنقدي كاش

الباحثة: يعني أنك تلاقى التاجر المناسب أو المستهلك المناسب بالوقت المناسب

المزارع: أكيد، مع أعلى سعر طبعا

الباحثة: ما في صعوبات تانية بتواجهها في تسويق المحاصيل؟

المزارع: هالأ هو هذا الشى حسب السوق بيتحكم فيه العرض والطلب الكمية اللي بتكون موجودة مثلا اليوم أنا عندي موسم أنه طلعت خيار بيكون الخيار معروض كتير في السوق فحيكون أنه سعره كتير متدني فبدي عاني كتير لحتى بيع بأعلى سعر

الباحثة: يعني الصعوبة تتعلق تختصرها بأنه ما في التاجر المناسب صعب الحصول على التاجر المناسب المزارع: نعم

الباحثة: تمام

الباحثة: السؤال السادس. هي الآلية التي تطرح بها منتجاتك الزراعية في السوق ولماذا؟

المزارع: هلاً مو آلية واحدة هي عدة طرق و عدة آليات، لأنه هذا الشيء بده عم يتحكم فيه المنتج ذات نفسه جودة المنتج نوعية المنتج الطلب عليه بالسوق هذا الشيء اللي بيأثر، يعني أحياناً مثلاً أنا فيه تاجر قريب مني من أرضي بيع البضاعة اللي جودتها مو عالية وسعرها رخيصة وعلى مبدأ بيع كثير وربح قليل فأنا بوفر هون أجار نقل وبعطيه البضاعة له بسعر قليل هي هيك هيك ما لح تجيب سعر، الجودة العالية بحاول أني بيعها على تاجر مفرق أكثر من تاجر جملة لأنه بتجيب سعر أعلى

الباحثة: مثلاً المنتجات مثلاً مثل ما قلت لي الزيتون أو الانجاص هذول شو الآلية اللي بتتبع معهم

المزارع: الزيتون تحديداً، الزيتون تحديداً أنا بقطفه لحسابي وبأخذه على المعصرة لحسابي وبعصره لحسابي مشان أقدر بيع الزيت اللي بيطالعه بأعلى سعر بدي ياه وبالمفرق طبعاً، بالنسبة للانجاص أغلبية الوقت مثلاً عم يكون أنه إحنا كذا ضمان فيه حوالينا بنعرف هون من معارفنا بحكم هالسنين الطويلة بهذا الشغل إنه بيجوا بيشوفوا الانجاص عالشجر بوقت معين بشهر ستة وقت يكون ثابت الضمان وبنعطيه لأحسن سعر

الباحثة: طيب بالنسبة للخضار والفواكه إنت شو الآلية اللي بتطرحها فيها؟

المزارع: الخضار والفواكه، هلاً الخضار تحديداً مثل الخيار، الفليفلة، البيتنجان، الكوسة هذا كل يوم بيومه اله تسويق عالأغلب عالسوق الهال عم يروح وبتتحكم فيه التاجر وبسعره بتتحكم التاجر بعمولاته، وأحياناً بيصير عليه فيه مزاد بسوق الهال يعني إذا البضاعة مثلاً متوسطة أو جيدة بتتعرض بمزاد بوسط سوق الهال لأعلى سعر

الباحثة: يعني إنت ما أنت اللي بتطرح منتجاتك دائماً بتلاقي أشخاص بتتعامل معهم بالعادة بتعطيم ياه المزارع: لأنه أغلبية الوقت أنو الكميات اللي عندي كبيرة فما بقدر أني أنا بيعها بالمفرق ولا عندي وقت لألها

الباحثة: بتبيعها للتاجر مباشر؟ أو عم يكون في وسيط

المزارع: التاجر هو اللي عم يكون وسيط

الباحثة: كيف يعني التاجر هو اللي عم يكون وسيط؟

المزارع: التاجر هو المركز تبعه بسوق الهال هو اللي عم يكون وسيط أنا بنزل الضاعة وبقعد جنبها بتجي العالم بيع عمل عليها مزاد إذا نوعيتها منيحة بتشوفها وبيصيروا بيزاودوا بياخذ عمولة هو على هذا الرقم اللي بيطلع من البيع

الباحثة: يعني إنت لو توصل للتاجر ما في بينكون وسيط؟

المزارع: لا، التاجر هو نفسه هو عم يكون الوسيط

الباحثة: هذول التاجر إنت تعرفت عليهم من الوقت الطويل يعني؟

المزارع: طبعاً بالوقت الطويل وموجودين بسوق الهال تبع مدينة دمشق وبحكم أنه أقرب سوق هال وأحسن سعر عم يكون فيه بمدينة دمشق وقريبة علي بالنسبة للكسوة مسافة 25 كيلو بس، بتكون فترة وأجار النقل لا كتير أجار النقل ولا الوقت بيبأثر على جودة البضاعة بحكم الجو إذا شوب أو شي.

الباحثة: السؤال السابع. ما هي مشاكل التخزين التي تعانيها مع منتجاتك؟

المزارع: أنا ما بخزين أبداً، كلفة التخزين والتبريد بسبب الأوضاع وقلة الكهرباء بتكلف أكثر من حق المنتج ذات نفسه، فعملياً هو عم يتسوق يوم بيوم

الباحثة: طيب إذا كان شي يوم مثلاً أنت عندك الخضار ومانباعت بهذا اليوم، و أنت ما رح تدفع عليها تخزين شو بتساوي فيها؟ يعني ممكن أنه أنت تتلف هذا الشي لأنه تكلف تخزينه كتير عالي؟

المزارع: طبعاً بده يتلف

الباحثة: يعني أنت إذا ما لقيت التاجر المناسب أو المستهلك المناسب هذا كله بيروح للتلف، بينتلف

المزارع: طبعاً بده يروح للتلف إذا كنت مضطر أني ومقطفه أنا بحاول أني ما أشيل شيء غير لأكون تقريباً أغلب الأوقات مأمئله زيون أنه قيمه

الباحثة: أديش بيكون معك وقت مثلاً بالخضار، هالأ الخضار هاي الصيفية، أديش بيكون معك وقت لحتى أنت تتركه بينما تقطفها وتلاقي لها تاجر وكذا؟

المزارع: ساعات، عدد ساعات قليلة ما بيتجاوز الخمس، ست ساعات، تمن ساعات، لأنه الجو بيتحكم بهذا الشي وبيأثر على جودة البضاعة.

الباحثة: السؤال الثامن: هل تتأثر بتذبذب الأسعار وكيف تتعامل مع ذلك؟

المزارع: طبعاً بتتأثر بتغيير الأسعار، كلياته بيبأثر هذا الشي عنا أبداً مثابت بيتعلق بالعرض والطلب والكميات الموجودة بسعر الصرف اللي غير ثابت نهائي وسعر المواد النفطية بالنسبة كمان للنقل بتأثر على السعر لأنه كمان هذا الشي متغير كتير عنا

الباحثة: كيف تتعامل مع هذا الشي، مع هذا التغيير؟

المزارع: ما بيقدر أتعامل غير بطريقة واحدة أنه بدي ألحق السوق بدي ألحق سعر السوق وأمشي عليه لأقدر أن أنفد بالبضاعة اللي ما بقدر أخرجها

الباحثة: يعني بتحملة كله للمستهلك؟

المزارع: أكيد بده يتحملة للمستهلك

الباحثة: السؤال التاسع. ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

لا، الجودة في بضاعة بجودة كتير عالية وعم تتحسن سنة عن سنة مو بس بالنسبة لمدينة دمشق وبالنسبة للساحل السوري والزراعات الاستوائية وكتير عم تتطوروا بشكل كتير سريع ببلدنا

الباحثة: ليش هالأ جودة المنتجات صايرة أحسن؟ شو السبب؟

المزارع: هذا الشيء الذي عم يآثر عليه مثلا بالزراعة الصيفية ما عادوا يتبعوا البذور التقليدية البلدية التي بيقيموها من هاي، صار فيه في السوق شركات وبذور هجين وشركات أجنبية وشغلات معدة لأنه تقريبا يعني اتقلل قدر الإمكان إصابات مرضية وفطرية على النبات

الباحثة: هل جودة المنتجات برأيك عم تتحسن لأنه المزارع مثلا عم يحصل على استشارات ولا لأ من خبرته والمواد المستخدمة والبذور المستخدمة والمبيدات.

المزارع: كلياتها هاي العوامل بتأثر فيه أمراض عم تتطور جديد إجباري بدها استشارات ومن عالم تكون دارسة. الفلاح كثير أغلبيت الفلاحين بيشتغلوا بخبرتهم وخبرتهم أبدا ما لقليلة كثير مهمة وواسعة، التي عم يآثر أنه عم يصير فيه أدوية جديدة وأجنبية غير الصناعات الوطنية عم تكون فعالة بالنسبة لهاي الأمراض التي بيستعملها

الباحثة: هل هذه الأدوية الجديدة سعرها مرتفع وبالتالي رح تأثر ع أسعار المنتجات؟

المزارع: هلاً بإصابات معينة بيكون سعرها تقريبا ما كثير بيفرق عن الأدوية الوطنية فيه إصابات معينة بتكون كثير غالية مثلا يعني فيه أدوية مثلا مثل دي سيس الفرنسي هذا تحديدا مثلا أنا بستعمله للزهر تبع الانجاص مشان ما تخلق الدودة فيه وينضرب الموسم فبستعمله وهذا دوا مفعوله كثير جيد بس أحيانا بيكلف جزء كبير من حق الموسم بيوصل لخمسين بالمية. و هاي الأدوية كلها أجنبية والله هي بالأغلب هي حتى مو مستوردة تهريب يعني لسه ما استورت بشكل نظامي نظامي فمشان خي بتكون اسعارها غالية ومو مأمنة دايمًا هي مثل ما تقولي تهريب وسوق سودا فبيكون مضاعف عن سعره العالمي حتى.

الباحثة: السؤال العاشر. هل يطلب منك معايير معينة في جودة الإنتاج؟ مين يحددها؟ وما صعوبة تلبيتها؟

المزارع، طبعا هاي المعايير التاجر بيكون في عنده طلبات معينة لهذا الشيء مثلا إن كان بالفواكه أو إن كان بالخضرة هلاً أحيانا بتكون طلباته ما يقدر إنني أنا ليلو يها لأنه بتكون الطلبات التي بده يها بتكلفني أكثر من حق الموسم، يقدر حاول قدر الإمكان ليليه طلباته على هو شي يناسب معي بسعر التكلفة حتى اقدر أربح ما يخسر معي الموسم كله

الباحثة: هي المعايير المعينة انو تاجر بدون جودة عالية فيه تاجر بدون جودة منخفضة او متوسطة؟

المزارع: طبعا طبعا بس هذا الشيء إنتي بالنسبة للجودة المتوسطة والمنخفضة أكيد موجود عندك، بس هي الجودة العالية التي مو موجود. إنتي لتطلي الجودة العالية وتفرضها وتبيعيها هذا الشيء بيكلف جدا هذك تلقائياً أولريدي طالعين طالعين طبعا

الباحثة: هل هاي الصعوبة بتتجلى بالأسعار أنه أسعار مرتفعة اولا أنا مالي قدران مثلاً أمن هي المواد؟

المزارع: شوفي لأقلك شغلة هلاً هلاً مثلاً التي احنا عم نحكي عنه تقريبا عالإنجاص خليني هلاً أنا عم بشغل فيه مثلاً هذا الإنجاص مثلاً مثل ما قلتلك بده دوا معين تكلفته عالية بده عمال وأجور عمال لينفرز كحبة كبيرة والنوعية جيدة تنحط بتغليف معين بصناديق معينة لتتنزل بوقت سريع عالسوق توصل للتاجر بأسرع وقت لتكون بأعلى جودة هذا الشيء كلياته بينضاف للتكلفة، هذا الشيء يعني صعوبة عمال وفرز وتكلفة أسمدة وتكلفة نقل هذا كلياته بيأثر على هذا الشيء طبعا.

## ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد المشتريين بالوقت المناسب؟

المزارع: أنا ما بلاقي صعوبة بحكم الوقت الطويل يعني عندي زباين بقدر أني شوف أيا واحد منون ويلى بيدفعلي أعلى سعر بعطي البضاعة

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات كثرة إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض؟

المزارع: طبعا بتصير هي القصة بتصير كثير مرة نحنا زرنا توم ما قدرنا نقيمه من الأرض صارت كلفة قيمانه من الارض بالنسبة لاجار تاركاتور ومحروقات وعمال أكثر من حقه اذا بدي بيعه بالسوق ع كتر ما العالم كلها زرعت توم

الباحثة: بيكون في أوقات طلب مرتفع بس مافي معروض؟

المزارع: أكيد مثل هاي السنة الخيار بسبب العوامل الجوية والشوب وتفاوت درجات الحرارة بيمرض الخيار بتصيبه بنقله نحنا بلغتنا الفلاحين لفهه هو مادة فطور بتتشكل عليه بصير بدو بخ واد ما بختو بتتكلف عليه بصير الانتاج كثير تبعه قليل اليوم خيار بالسوق مثلا بهاد الوقت المفروض يكون سعره 1500 /2000 اليوم عم يوصل سعره ل 12000 من قلة المادة وكتر الطلب

الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما هو عدد الوسطاء بينك وبين المشتري ومن ينظم العلاقة مع المشتري النهائي؟

المزارع: ماعندي وسطاء مباشرة انا من المشتري عندي زبايني وعندي معارفي مثل ما قلتلك قبل، دغري للتاجر والعلاقة بيني وبينه.

الباحثة: هل يوجد مكاتب او وسطاء بالعادة عندك فكرة؟

المزارع: اي بسوق الهال كلو موجود هالشي انا بحاول ما اتعامل معون مشان ربحي وورادي يكون اكثر

## ➤ المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيق حالياً لعرض المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك له؟

المزارع: لا مابعرف أبداً

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لتسويق منتجاتك؟

المزارع: ما سبق وفكرت بهاد الموضوع.

الباحثة: السؤال السادس عشر. مالذي قد يمنحك أو يشجعك على استخدام تطبيق مثل هذا؟ تطبيق بسيط

المزارع: هلا يلى بيمينني مافي شي يمنعي غير أنه شي جديد علي ما صار لسا قدامي مو واصلني فكرة عنه

الباحثة: اذا كان هناك تطبيق بسيط بتشجع انك تستخدمه؟

المزارع: أكيد ممكن اني جربه لشوف اذا بقدر حصل وارد مادي اعلى لالي من افاه.

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، مالذي ينقصه وماالذي تريده منه؟  
المزارع: بدو يكون بيستعمله عدد كبير من المستهلكين يلي بيطلبو كميات كبيرة لحتى اقدر انا اشتغل فيه

الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟

المزارع: بدون عمولة

الباحثة: بس العمولة ام في خصائص تانية بتتوقعها انو لازم تكون موجودة ليكون مفيد؟

المزارع: قلتلك ياه هاد الشي في عدد كبير وشرائح معينة كثيرة تطلب كثير منتجات وبكميات كبيرة ويكون التطبيق بدون عمولة من المنتج للمستهلك بدون وسيط

الباحثة: في شي حاببه ضيفه؟

المزارع: لا مافي شي ببالي حالياً

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من المردود الإجمالي أو تسهّل عملك اليومي؟

المزارع: أكيد أكيد

الباحثة: السؤال عشرون. هل لديك الرغبة في تجربة تأمين الحبوب و الأسمدة من خلال تطبيق إلكتروني؟

المزارع: اي اكيد عندي رغبة يكون موجود هيك تطبيق لانو في شغلات بالأسمدة العضوية أحيانا كثير بنعاني لحتى نأمنها وفي أنواع من الحبوب كمان بنعاني لحتى نامنها.

### ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله انه يكون موجود بهذا التطبيق؟ يعني اذا كان فيه تطبيق وسيط بتفضل الدفع النقدي/ إلكتروني / دفعات آجلة؟

المزارع: نقدي نقدي كاش

الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. ما هي طريقة الاشتراك التي تفضلها؟

يعني بالنسبة للتطبيق، اذا كان فيه تطبيق وسيط شو هي طريقة الاشتراك يلي انت بتفضلها

المزارع: بحب بفضل انه ما يكون فيه اشتراك عمولة على هوى كل بيعة

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟  
(1% و2%...5%)

المزارع: اقل نسبة ممكنة اكيد لتكون لمصلحتي، هالأ هي فيه مواسم حسب انتاجها وحسب كلفتها يعني فيه مواسم بتتحمل يكون العمولة عليها واحد بالمئة فيه مواسم بتتحمل يكون ثلاثة او اربعة بالمئة

الباحثة: حسب شو برأيك؟

المزارع: حسب شو سيكون مارق فيه الموسم وشو ما دفعته تكاليف حسب سعره بالسوق اليوم احيانا اللي احنا عم نوصل لمرحلة نبيع تقريبا بشبه التكلفة

الباحثة: يعني العمولة برأيك تتحدد حسب السعر حسب الكمية حسب الجودة حسب كل هدول؟

المزارع: بفضل قول انه حسب الكمية هي تكون نسبة يعني السعر يعني السعر لاحق الكمية لانه انه تكون على هوا الكمية مثلا على الكيلو مثلا واحد بالمئة عالطون ثلاثة بالالف مثلا يعني حسب هذا موضوع نسبي ما بقدر جاوبك عليه بشكل معين.

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

انه يعني مثلا فورا دعم فني مثلا انا حملت هذا المنتج هذا المحصول انه دائما يكون في حدا حاكيه مباشرة

المزارع: لا لا لا مافي داعي هو المهم يكون فيه مصداقية من بين البيع والشاري يكون مضمون المصداقية

الباحثة: أنا بقصد داخل التطبيق بتفضل انه يكون فيه دعم دائم؟ يعني تقدر تتواصل مع خدمة الزبائن يعني خدمة الزبائن دائما موجودة 24 ساعة داخل التطبيق؟

المزارع: اكيد هذا الشئ احسن

الباحثة: السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي؟ مثلا مقالات دعم زراعي فيديوهات بتلاقي انه هذا الشئ بيفيد هاي التطبيق انه يحتوي على محتوى تعليمي؟

المزارع: اللي عم يشتغل بهذا المجال مو فايث جديد ما بيهمه هذا الحكي كله لانه خبرته اكبر من هذا الشئ أما هاد بيهم واحد انه يكون فايث جديد انا ما بقدر جاوبك عليه

الباحثة: بس هلا كثير الزراعة عم تتطور برا اذا برا مثلا نزلوا مقالة عن الاعتناء بمحصول معين اذا اجتك هاي المقالة مترجمة للعربي او مثلا كفيديو واضح وبسيط بتحس انه هذا الشئ مفيد أو لا؟

المزارع: أي طبعاً اذا شغلات جديدة ومن برا بتفيد أكيد

الباحثة : السؤال السادس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم مزيج بينهما داخل التطبيق؟

المزارع: والله انا بلاقي مزيج بيناتهم لانه اصلا هي بين المحافظات بمناطق بين الريف للريف فيه منتجات بتكون الها عدة اسماء يعني مثلا البطيخ بالشام بيقولوه بطيخ بطلب بيقولوه جبس يعني كل منتج بكل منطقة له اسم يعني انا بفضل انه يكون فيه كل هدول مع صور توضيحية

الباحثة: بتلاقي انه لا لازم هو يدعم اكثر من اللهجة؟

المزارع: اكيد

الباحثة: السؤال السابع والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة؟ اذا استخدمت تطبيق وسيط شو لازم يكون فيه ضمانات انت كمزارع بتطلبها من التاجر، يعني شو بتطلب ضمانات لحتى انت تأمن على حالك؟

المزارع: هلاً انا بالحالة العادية قتلتك انا ماني مجرب التطبيق، بس انا مثلاً انه بييجي لعندي الزلثة بده يشتري ليضمن لانو انا يوم عن يوم بتزيد خسارتي اذا هو ما اشتريه فانا بيهمني انه وقت بده يشتري بده يعطيني عربون وبده يحمل بده يشيل ويحمل بأقرب وقت مشان يسدد لي كاش كل اللي اخده

الباحثة: يعني انت الضمان اللي بيشرعك بالثقة هو العربون؟

المزارع: اقل شي

الباحثة: بتطلب شي بالعادة غير العربون؟

المزارع: هلاً بيحكم يعني معرفتي مع الناس انا ما عم بطلب شي غير العربون، يعني حتى احياناً ما عم نوصل لعربون وقت عم نتفق عم يبيلشوا من نفس الوقت

الباحثة: ممكن تعطيني نسبة قديش بيكون العربون من حق المحصول؟

المزارع: اقل شي 15-20%

الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

المزارع: والله انا يعني بقدر اقلك انا بفضلهم كلهم ، لانه هذا الشئ بحسب كل منتج، يعني في منتجات معها وقت لانه الواحد يتفاوض ويأخذ عليها، في منتجات بيكون سعرها محدد لتتباع بوقت محدد بأحسن سعر

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق دخل أعلى وتسهيل عمليات البيع والتسويق؟

المزارع: أكيد أكيد هاد الشئ.

الباحثة: السؤال الثلاثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟

المزارع: هلاً أهم شي يكون في مصداقية رح لاقى صعوبات مثلاً أنه يكون هو التطبيق سهل واستخدامه سهل أكيد بدو يكون في انترنت ففي صعوبة تواجد انترنت بكل الأوقات بسبب ظروف بلدنا يعني هالشئ هاد برائي أنا.

الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟

المزارع: يعني يكون شامل بالنسبة يعني يكون مو بس وسيط للبيع يكون فيه تأمين للأسمدة للأدوية للبذور لانو اليوم حتى نحنا كفلاحين مو بس انا يعني بنبيع محاصيل مستهلكة بنبع نحنا مثلاً اليوم نحنا اذا زرنا موسم فول بنحط جزء كبير منه حب لنبيعه بذرة للزراعة لأنو بجيب مريح أكثر ما ينباع وهو أخضر يعني يكون فيه كثير شغلان تكون أنه يعني يشتغل كمان ع الجوالات يلي ما تكون كثير حديثة يعني ع أيا فئة موبايل بتعرفي بحكم شغلنا مو بنحمل هالأجهزة المتطورة.

الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. ماهي الخصائص والمزايا التي تجعل أي تطبيق بنظرك سهل الاستخدام وفعال؟

المزارع: يعني أنه يكون سهل الاستخدام يعني يكون مبسط مشروح فيه كل شي يعني يكون عربي باللغة العربية يعني يكون مابده كثير نت قوي ليشغل ما يكون كل شغلة بدك عملي عليها او تفوتي عليها بدها تستهلك نت ووقت كثير لحتى تستخدميه.

## المقابلة الثانية: مزارع من سرغايا / الاسم: عبدالرحمن

### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. مانوع نشاطكم الزراعي؟

المزارع: نحنا عنا أراضي بنزرع فيها تفاح ، نجاص ، كرز

الباحثة: السؤال الثاني. منذو متى تمارس هذا النشاط؟

المزارع: انا خلقت كان يعني جدي يعني بدك تقولي من دور جدي موجود هذا النشاط يعني تقريباً يعني بدك تقولي تقريباً بالسنينات

الباحثة: السؤال الثالث. ما هو تحصيلك العلمي؟

المزارع: بكالوريوس هندسة معلوماتية

الباحثة: السؤال الرابع: هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟ في حال استخدمت هاي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إليها؟

المزارع: لا أبدأ

### ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة: السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسويق المحاصيل الزراعية؟

المزارع: صراحةً لما مثلاً واحد بده يروح يسوي او يبيع بيلقي مشكلة بالسعر طبعاً انه مثلاً هو صارف عارضه كثير بيجي التاجر مثلاً بيعرضه بيحطله مثلاً سعر اقل من ما توقع بحجة مثلاً صعوبة التصدير والقصص القديمة

الباحثة: حضرتك انتو تصدير او بتبيعو محلي؟

المزارع: لا احنا ما بتبيع لقلب الشام نحنا تصدير لبرا

الباحثة: انتو بيكون عنكم تجاركم المعروفين بتتعاملوا معون بالعادة؟

المزارع: لا لا فيه تجار معروفين بتجي مثلاً بيروح على البستان بيقول لك انا بدي اضمن هاد الرزق يعني ياخذوا باللي فيه

الباحثة: السؤال السادس. ما هي الآلية التي تطرح بها منتجاتك الزراعية في السوق ولماذا؟

المزارع: يعني كيف ما هي الآلية

الباحثة: يعني هلا انت تطرحها عن طريق انه فيه معارف تجار وفيه ضمان، او انتو لحالكم بتصدروها لبرا

المزارع: لا بيجي التاجر بيشوف البستان ان عجبوا بيشتري ما عجبوا بيجي تاجر ثاني بيشوف هاي يعني الآلية اللي ماشية عندنا بالضيعة

الباحثة: الضمان هو التاجر يلي بيجي بيشوف المحصول ببيضمنه كله؟

المزارع: في طريقتين يا بياخدوا ضمان كامل يا اما بيبيع على الكيلو لما يخلص مثلاً القطاف بيزين على الكيلو ومنبيع

الباحثة: السؤال السابع. ما هي مشاكل التخزين التي تعانيها مع منتجاتك؟

المزارع: مشاكل التخزين هو اللي منحكي يعني قبل السقوط كان المازوت لانه ورق التبريد كان ما فيه كهربا تجي ونحنا كان عندنا حالين يعني مثلاً زمان بعد التاجر كان يلجأ المزارع انه يخزن الفواكه عنده بورق التبريد بعدين هو عن طريقه ويصدرها لبرا بقي كان في عندنا مشكلتين الكهربا والمازوت بس يعني هلا المازوت يعني غالي بس متوفر يعني قبل كان غالي ومش متوفر

الباحثة: يعني هلا مشكلة الكهرباء وارتفاع أسعار المحروقات؟

المزارع: اي مضبوط

الباحثة: السؤال الثامن: هل تتأثر بتذبذب الأسعار وكيف تتعامل مع ذلك؟

المزارع: طبعاً متأثر بتذبذب الاسعار يعني مثلاً ببيطكي مثال مثلاً كيلو الانجاص مثلاً حتى يبيعوا المزارع يعني لتوفي معه نحنا لازم يبيعوا ب30 الف، ايه بتروحي بتلاقي انه مسعرينه مثلاً ب12 الف

الباحثة:معناها هي ارتفاع الأسعار، ارتفاع أسعار البذور والأسمدة واليد العاملة والمحروقات هي كلها انت ما عم تحملها للمستهلك؟

المزارع: لا ما بيحملها يعني بالعربي اذا بدنا نحكي بالعامية هون هنين ما بيعترفوا ع شي التجار

الباحثة: يعني هلا هي ارتفاع الأسعار عم يحملها المزارع وحده؟

المزارع: اي عم يحملة بس المزارع، التاجر بيقلك انا ما بعترف انا جاي اشترى رزق ومثلاً سعره بالسوق هيك انت شو حاطط شو متكلف على رزقك يعني بيقولك مو مشكلتي

الباحثة: الأسعار بالسوق مين عم يحدده العرض والطلب ام التجار او كيف؟

المزارع: لا التجار طبعاً

الباحثة: السؤال التاسع. ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

المزارع: بالسنوات الاخيرة كان في تراجع بسبب نقص المحروقات انو كانوا يستخدموا المحروقات لسقاية المحاصيل وبسبب غلاء الأدوية الزراعية من الأسمدة ومبيدات حشرية بقي كان في تراجع كثير عن قبل حتى بس تقولك شغلة قبل يعني من 2020 لورا كان ممنوع دخول لأسمدة الزراعية لعنا على الضيعة يعني كان في مشاكل كثير بقي يطلع المحصول يعني سيء

الباحثة: السؤال العاشر. هل يطلب منك معايير معينة في جودة الإنتاج؟ مين يحددها؟ وما صعوبة تليبتها؟

بينطلب معايير مثلاً أنا مثلاً بيجي التاجر بيقول لك أنا مثلاً هيكا أنا بفوت على البستان بيشفرف إذا كانت مثلاً فواكه إكسترا يعني شيء أول هاد بدي يصدرها لبرا ، تاني شيء في مبيدات حشرية ممنوعة الرش على الفواكه لأنه صار يحلوا برا مثل مصر والأردن إذا فيه نسب أعلى من نسب المطلوبة بالدول مثلاً مصر والأردن بينرفض البراد كله ممنوع بقى يفوت لا على مصر ولا على الأردن يا بدك ترجعي على سوريا يا بدك تتلفيه بالبلد الموجود انت فيه الباحثة: طيب هذا الشيء صعب أنك انت تليبيه؟

المزارع: طبعاً صعب لأنه في مبيدات حشرية مثلاً موجودة بالبلاد صناعة سورية يعني ما كان فيه استيراد تصدير لمبيدات حشرية أجنبية تكون نسبة السمية فيها خفيفة بقى كان صعب على كثير على المزارع يلاقي مبيدات حشرية حتى إذا لقي يكون سعره كثير غالي طبعاً

الباحثة: هلاً وقت التاجر يطلب جودة معينة هو بدو يهاها هذا الشيء أكيد ييفرق بالسعر

المزارع: طبعاً ييفرق يعني إذا نفوتي عبستان حبه كلها إكسترا غير ما نفوتي عبستان تلاقى مشكل يعني فيه مثلاً نحنا بنقله أول ثاني ثالث يعني مثلاً حب كبير ووسط وصغير طبعاً يعني ييفرق مع التاجر ومع المزارع

### ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد المشترين بالوقت المناسب؟

المزارع: هلاً والله صعوبة ما فيه لأنه التجار مثلاً هلاً مثلاً موسم التفاح يعني حان هلاً موعد قطفه يعني لو احد تسعة ببلش بقى التجار بتبلش تلف على البساتين المشكلة إذا كان بستان أحد المزارعين موجد هون الصعوبة

الباحثة: يعني هلاً مو لأنه أنتوا يعرفوكم التجار بيحوا لعنكم؟

المزارع: لا فيه ناس مثلاً بيعرفوهم بيروحووا لعندهم يعني مو من البلد ممكن يحوا من بره يعني خلص من زمان بتعاملوا معهم وفيه ناس بيروحووا بيطلبوا من التجار يشوفوا البستان إذا عجبك اشترى ما عجبك مشان يشوف واحد غيره

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات كثرة إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض؟

المزارع: إيه مضبوط إن هديك السنة كان فيه الحمد لله وفرة كثير بالتفاح إيه منخفف الطلب وخفف السعر إيه كمان بينزل السعر، فيه أوقات بيكون فيه كثير طلب وما فيه معروض إيه يعني كمان هالسنة بإنجاص كان قليل عندنا بالضبعة بقى كان الطلب كثير عليه وكان سعره جيد

الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما هو عدد الوسطاء بينك وبين المشتري ومن ينظم العلاقة مع المشتري النهائي؟

المزارع: ما فيه بين المزارع والتاجر بيجي التاجر يشوف البستان يعني من راسه لراس المزارع يابتفقوا ياما كل واحد بيروح طريقه

### ➤ المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيق حالياً لعرض المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك له؟  
المزارع: لا والله

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لتسويق منتجاتك؟  
المزارع: كمان لا

الباحثة: السؤال السادس عشر. ما الذي قد يمنعك أو يشجعك على استخدام تطبيق مثل هذا؟ تطبيق بسيط  
المزارع: لنحكي الصراحة بالشام ممكن تزيط، إنه أنا تاجر عندي محل مثلاً مبيدات زراعية أو مثلاً تاجر عندي فواكي اما عندنا بالضبعة يعني الأمور يعني خلينا نقول بدائية التاجر اللي بيحب بيحكي المزارع او المزارع بيحكي مع التاجر يجي التاجر يشوفه بستان ويقعدوا يتفقوا على هاي الأساس يعني مثلاً أنا عندي بستان مثلاً نقول مثلاً 10 دونمات مزرعة تفاح ما فيه المزارع يصوره ويعرضه التاجر بيجي يعاين ممكن أنا أصور له جزء منيح مثلاً الدونم يكون منيح 9 دونمات يكون سيئين بقي فيه مشكلة يعني بهالأساس يعني التطبيق ممكن ينجح مثلاً للخضروات مثلاً بدرعا عنا يعني المشكلة هيك إنه لازم التاجر والمزارع يشوفوا الشيء على الواقع

الباحثة: مثلاً أنا كمزارع عندي هاي الكمية من هاد المنتج وحددت جودة المنتج وحطت كل المواصفات هاي القصة ما بتساعد؟

المزارع: بتساعد بس كمان التاجر بيجي يشوفه بعينه غير، هي صعبة للفواكه يعني مثلاً المزارع حاطت شو عندي الحبة إكسترا مطابق المواصفات لطلبينها واجا التاجر وشاف الوضع مختلف مثل ما قلتك صعبة للفواكي

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، ما الذي ينقصه وما الذي تريده منه؟  
المزارع: مصداقية

الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟

المزارع: التطبيق الوسيط لازم يكون خاص بين المزارع والتاجر فوراً أنه مثلاً أنا مزارع نشره مثل ما عم تقولي وحط الصفات أنه دغري التاجر يتواصل معه ويروح يشوف ما يكون فيه وسيط ثالث أو رابع بيناتهم لأنه مثل ما بتعرفي كل وسيط بصير بده نسبة اله

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من المردود الإجمالي أو تسهّل عملك اليومي؟

المزارع: طبعا التكنولوجيا بتسهل من عملنا ومردودنا اليومي يعني بقصص كثير يعني مثلاً قبل نحكي تعرفي كيف كانوا يفلحوا وهالأ يعني فيه صار معدات زراعية حديثة بقي كمان التكنولوجيا بتأثر إيجاباً

على التاجر وعلى المزارع، بس قصة التطبيق أظن أنه القصة بدها شوية وقت يعني أنا ما شفت من قبل هيك تطبيق يعني الصراحة بس يعني عم احكي لك وجهة نظري عنا بضيعة أنا شايفه أنه صعب يطبق الباحثة: صعب يطبق لأنه الكميات كبيرة ولأنه القصة للتصدير؟

المزارع: إيه ولقولك شغلة كمان عنا مناطق بالضيعة ممكن يكون فيها وفره بالماء مناطق سهلية فيه مناطق جبلية فيه مناطق صخرية يعني حتى مي ما فيها بنقولها بعلية، بقى يعني نفس المنطقة فيه مناطق بتحدد يعني كيف شكل التفاح وبين موجود إذا كان سهلي إذا كان جبلي لهيك بتلاقي صعوبة الباحثة: السؤال عشرون. هل لديك الرغبة في تجربة تأمين الحبوب و الأسمدة من خلال تطبيق إلكتروني؟

المزارع: أنا برأبي هاي فكرة كتير ممتازة لأنه فيه مشكلة بالخصوص يعني حتى مثل ما أقول لك أنه شركة أجنبية فاتحة بتكون كتير ممتازة يعني ومثل ما نكون صريحين في شركة يعني هي أدوية هي المستلمة كل شي هاي بتصير أحسن يعني حتى السعر بيرخص

### ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله انه يكون موجود بهذا التطبيق؟ يعني اذا كان فيه تطبيق وسيط بتفضل الدفع النقدي/ إلكتروني / دفعات آجلة؟

المزارع: إذا بعت على التطبيق يعني أنا بدي يكون دفعات بين المزارع والتاجر لأنه الدفعات حتكون كبيرة ما أظن الدفع الإلكتروني ممكن يتقبله فممكن يكون نقدي مثلا وممكن يعني دفعات آجلة الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. ما هي طريقة الاشتراك التي تفضلها؟

اشترك سنوي ممكن كمان يعني أنا صراحة ماني مجرب بس النظام السنوي إنه خلاص بيدفع اشترك سنوي وببضل عم يعرض منتجاته

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟ (1% و2%...5%)

المزارع: //

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

المزارع: طبعا يعني إذا كان مثلا فيه مهندسين مثلا ممكن يكون مثلا واحد مزارع مصور بستانه وعنده مرض أفة يعني، فممكن يكون من الدعم الفني مهندس يقدر يساعده ويحل المشكلة وتحسين إنتاجه وتحسين فواكههم

الباحثة: السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي؟

المزارع: طبعا لأنه خلي الناس تنتقف شوية

الباحثة : السؤال السادس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم مزيج بينهما داخل التطبيق؟

المزارع: والله اللهجة السورية العامية لأنه مع احترمي الشديد لكل يعني أغلبية الناس فلاحين إذا حكيت معهم بالفصحى ممكن يلاقوها صعب شوية

الباحثة: السؤال السابع والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة؟

المزارع: أنه أول شيء يكون في مصداقية أنه مثلاً خلص يعني مثل مزارع نشر وحط البيانات تبعه تكون بياناته صحيحة يعني حتى مثلاً ممكن يحط صور ويحط تقييم غير الصور بقى لازم يعني من خلال البرنامج يبين و من خلال الصورة يبين المنتج إذا كان سيء أو جيد أو يعني ما مش منيح  
الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

المزارع: لا التفاوض طبعاً تفاوض لأنه المزارع هيطلب سعر والتاجر هيدفع سعر وبعدين بدون يفتحوا بازار

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق دخل أعلى وتسهيل عمليات البيع والتسويق؟

المزارع: طبعاً ممكن مثلاً تاجر أنا أعرض محصولي ممكن تاجر يدفع لي سعر معين تاجر ثاني يشوف هذا المحصول يدفع لي سعر أعلى

الباحثة: السؤال الثلاثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟

المزارع: قنلتك ياها أنه مثلاً إحنا عندنا كميات عالي يعني كميات كبيرة مساحة عالي المشكلة أنه الصورة اللي بدي يصورها يعني الأشياء اللي بدي يرفقها عن محصوله يعني كيف بدها تكون مثلاً إذا أنا مثلاً عندي عشر دنومات كيف بدي وثق أنه عن العشر دنومات كلهم نفس الحبة نفس الجودة كلهم جيدين كلهم إكسترا هاي المشكلة

الباحثة: طيب هلا بدي أسألك سؤال هنال حد يجي ضمن المحصول هو بياخده كيف من كان صليح صح أنه حبة كبيرة حبة صغيرة

المزارع: لا أعطيك مثال أنا مثلاً عندي عشر دنومات تفاح إجا لقا المجلد 80% يعني من خلال النظرة مشي في البستان وشافوا أنه 80% حبة إكسترا والباقي أول وثاني التاجر بيقول له أنا اشتريت على السعر ولكن اشتريت أخذت الكمية كلها ولكن لما يزينوا عنده على القبان مثلاً التاجر بيقول لك أنا بدي 300 كيلو هذول إذا كانوا سيئين يعني عرفتي كيف يعني بياخذ الرزق كله وآخر شيء بنفقوا على كمية محددة ببشيلها التاجر ما بيدفع حقها هي يعني إذا كان مثلاً صغيرة ثالث مثلاً أو مضروبة أو أكلها العصفو هاي بتطلع بره

الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟

المزارع: حالياً أنا أسف ما عنديش أفكار

الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. ماهي الخصائص والمزايا التي تجعل أي تطبيق بنظرك سهل الاستخدام وفعال؟

المزارع: أول شيء ما أنا أحكي صراحة ما يعلق يعني أول شيء ما يعلق ثاني شيء يكون سلس وسهل بالتعامل ما يعني مثل باقي التطبيقات سجل وتأكد ورمز تحقق وكثير أشياء ثالث شيء مثل ما قنلتك المصداقية تكون بين التاجر والمزارع

## المقابلة الثالثة: مزارع من عرنة

### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. مانوع نشاطكم الزراعي؟

المزارع: نحننا عنا أرض بعرنة وعرنة منطقة جبلية ما بتصح فيها زراعات الموسمية أو الأرضية نحننا عنا كلها أشجار فاكهة أكثر شي في عنا تفاح تفاح نوعين بيحي تاني فاكهة مشهورة فيها هي الكرز والثالثة هي الإجاص والرابعة هي الخوخ بكل أنواعه والدراق بكل أنواعه

الباحثة: السؤال الثاني. منذ متى تمارس هذا النشاط؟

المزارع: والله أنا من صغري يعني أنا خلقت ببيت أهلي وهالأرض موجودة وكان الشجر صغير وعم نشغل فيها عم نشغل فيها حتى كبرت وصارت تعطي ووصلت لمرحلة مثل ما بيقلوا الهرم يعني إنه وصلت لمرحلة ما عم تعطي مثل الأول صار الإنتاج طبعاً يتراجع يعني أنا بديك تقولي من مو أقل من خمسين لحد الستين سنة وأنا بيشتغل بهذا المصلحة

الباحثة: السؤال الثالث. ما هو تحصيلك العلمي؟

المزارع: بكالوريوس إدارة أعمال خريج جامعة دمشق من عام 1979

الباحثة: السؤال الرابع: هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟ في حال استخدمت هاي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إليها؟

المزارع: لا لا والله نحن بالنسبة لنا يعني ما هيك الموضوع يعني أول شيء ما دربت عليه وثاني شيء ما في يعني كيف بدي قلقك يعني ما كان في أي توجهات من قبل الوحدة الإرشادية بالبلد أنو نستخدم هيك شغلة

### ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة: السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسويق المحاصيل الزراعية؟

المزارع: هلا احنا اهم شغلة او اصعب شغلة انه تأرجح الأسعار يعني مثلا هلا انا بيعت اليوم 20 صندوق تسويق على السوق اليوم اللي بينباع الكيلو مثلا بـ 10,000 ليرا لنفترض ماشي؟ 10,000 ليرا، منقول انه الصندوق فيه 18 كيلو بـ 10,000 بتطلع الصندوق 180,000 بتشجع بقول والله تاني يوم او بعد 4-5 ايام بدي بيعت 20 صندوق بشأن اكسب الارتفاع بالأسعار بتتراجع الي انا بعد 4-5 ايام بس بيعت كمية تانية ما بتجي بنفس الاسعار بتراجع الاسعار بتتراجع لورا بنكون بدنا حق الكيلو 10,000 يرجع كيلو لـ 6,000 لـ 8,000 عرفت كيف؟ يعني اهم شي او اصعب شغلي انه تأرجح الاسعار او عدم ثبات الاسعار

الباحثة: حضرتك شو العوامل برأيك يلي عم تأثر على الأسعار؟

المزارع: هلق هي عبارة عن عرض وطلب عبارة عن انفتاح على الدول المجاورة على علاقات اقتصادية استيراد وتصدير وكذا يعني هالانتاج التفاح في سوريا بغطي حاجة سوريا وبيزيد هالكميات اللي بيبيد لازم نتصدر مو كل الدول عم ترضى تتعامل معنا وتقبل انتاجنا لانه الانتاج تبعنا ما بيكون مراقب مراقبة جدية من الدولة يعني بيكون في مثلا اثار للأدوية الزراعية تمام ودول بره ما بتقبل هلا معظم نحننا شغلنا بالأرض عبارة عن خبرة شخصية ما فيه ارشاد زراعي بيشراف او برأقب انتاجنا

وبيقول انت عم تشتغل غلط او انت عم تشتغل صح وانا بدي حاول اني اعطيك الطريقة المظبوطة او اعطيك الطريقة الافضل يعني نحنا عم نشغل بدون وحدة ارشادية ولا كأنها موجودة ولا بتعطينا اي معلومات ما بيهتمواو عندهم مهندسين زراعيين بس يتخرج المهندس الزراعي من الجامعة وبيجي على وظيفة ادارية ما عنده خبرة حقلية ما عنده خبرة يعني ما له مارس المهنة فيلي عم يمارس المهنة عنده خبرة اكثر منه

وأبدا يا أنسة لا تترددى بإظهار هالميزة هاي انه المزارع بيشتغل على خبرته ما عم يشتغل لا على ارشاد ولا على توجيه وما شفنا ولا مرة هيك مثلا انو يعني حدا وفد زراعي من الوزارة اجا وقال انا بدي زور البساتين وزور الفلاحين وشوف انتاجهم وشو عم يشتغلوا وشو عم يعملوا هاي ولا بحياتنا شفناها نهائيا أبدا

الباحثة: السؤال السادس. ما هي الآلية التي تطرح بها منتجاتك الزراعية في السوق ولماذا؟

المزارع: نحنا بنبعث عالسوق بشكل افرادي هلا انا مزارع افرادي عندي مثلا لنفترض الف صندوق تفاح اذا انا بدي صدرهم يعني حاوية وحدة او براد واحد بياخذهم يعني انا وقت بدي صدر ما بدي صدر بس مثلا الف صندوق بدو يكون كميات كبيرة عرفتي انا مافي صدر لبرا انا بعطي تجار جملة بعطي مشاغل انا بنزل على سوق الهال وسوق الهال بيكون فيه عندهم مشغل اختصاصي بتصدير الفواكه هو على ارتباط مع تجار مثلا بالخليج مع تجار بمصر مع تجار بالعراق بيعرف شو النوعية اللي بده شو الكمية وشو الانتاج يعني انا بعطيهم الانتاج بصندوق كبير لنفترض وبهالصندوق الكبير هاد طبعا هو فيه انواع حبة كبيرة وسط وصغرة يعني احنا بنقول حبة فاخر حبة نوع اول حبة نوع ثاني حبة نوع ثالث على حسب حجمه فهو بيتولى عملية فرز التفاح كل نوع لحاله وبيصدر على الاساس هاد بيصدر الكميات الفاخرة اللي حبة كبيرة لحالها بيرجع بيصدر الكميات الثانية اللي انتاج الاول كمان لحاله عرفتي شو الموضوع اما اني انا افرز وعبي ووصدر ما بتزبط وبلاضافة هيك انه المشغل بيعرضها كمان لعمليات تشميع يعني مشان تتحمل السفر وما تذبل او يعني ما تصير من الانتاج السيء عرفتي شو الموضوع وبيحاول يعطيها منظر بالتصدير يعني حبة التفاح مثلا بيصفها بشكل مظبوط لعبوات مناسبة وبيحط لها ورقة هيك بقلبها بيعطيها شكل جذاب مغري حتى التجار يعني ترغب تشتريها والزبون بس يمرروا يلاقي انه هالانتاج هذا مغري يعني العين بتشبع

الباحثة: عمو انت دايمما بتعطي تاجر معين يعني فيه تجار حضرتك بتعرفهم تتعامل معهم دائما؟

المزارع: والله ايه احنا فيه عنا ثقة تجار معينين بس كمان بنكتشف اخطائهم بنكتشف انهم بيتلعبوا معنا بيتلعبوا بالأوزان بيتلعبوا بالسعر مثلا انا بيعتلهم خمسين صندوق هذا لازم يجي سعرهم موحد ويعرف اني قداش وزنهم بيجي وزنهم ناقص عن ما انا مقده عشرة كيلو او عشرين كيلو بيجي بعدين بدهم بييعلي هالخمسين صندوق كلهم بسعر موحد بييعلي عشرين صندوق بييعلي عشر صناديق بسعر عالي بييعلي خمس صناديق بسعر اقل واقل واقل يعني احيانا نفقد ثقة نحن بالتجارة وما بنوثق فيهم 100% بس وين نروح بانتاجنا يعني ومافي ومراقبة من الجهات المختصة بالاسعار وبها الامور هاي كمان مافي هاي معدومة نحن دول متخلفة يعني ما لنا دول مطورة متقدمة يعني انا عم حاكيكي بأسلوب علمي بأسلوب تجربة يعني عن تجارب كيف بديك تصيغي هالعبارات هاي وتعطيهم حقيقة بديك تحكي عن حقائق انا بعطيك حقائق عرفتي كيف

الباحثة: السؤال السابع. ما هي مشاكل التخزين التي تعانيها مع منتجاتك؟

المزارع: التيار الكهربائي عدم ثبات التيار الكهربائي يبجي مرات يبجي قوي مرات يبجي ضعيف مرات يبجي تنقطع الكهرباء ساعتين وثلاثة بترجع الحرارة يعني التفاح منحطه بدرجة حرارة معينة بنخزنه بدرجة الحرارة لازم موحدة طول فترة التخزين فنحننا درجة حرارة ممكن تطلع ممكن تنزل عطول عطول بتطلع وبتنزل و تعرض التفاح لدرجات مختلفة ومتفاوتة بالحرارة ما بيكون التخزين مزبوط هيكل بيضرر المنتجات ما بيكون يعني هلاً أنت اذا قطفت حبة التفاح هلاً انا اليوم وزنتها وطلع وزنها لنفترض متين غرام حطيتها بالبراد ما بيخيس منا شيء غير نسبة بسيطة ممكن يخيس وزن عشر غرامات خلال فترة التخزين خلال شهرين ثلاثة اربعة بيخيس منا شيء عشرة غرام بينما نحن وقت عم نحط اذا كانت درجة الحرارة فارقة ،لما وقت عم تكون درجة الحرارة متذبذبة بتطلع وبتنزل تطلع وبتنزل عم تكون نسبة الخياس بوزن التفاح كبيرة وبالتالي العالم هلاً شو بتعمل ما عم تعتمد على الطيار الكهربائي من وقت صار عنا ازمة بسوريا كل مين عنده وحدة تبريد اشترالها مولدة خصوصية وبيشغل المولدة وقت تنطفا الكهربا فترة طويلة بيشغل المولدة وتشغيل البراد على المولدة مكلف بده كل اربع ساعات بده عشرين لتر و ممكن ممكن انتي تشغيلها يوميا مو بس اربع ساعات ممكن تشغيلها ست ساعات معناها انت يوميا بدك ثلاثين لتر مازوت يعني قداش حقن قداش بيكلفو عدا عن انه كل فترة يبجي تغير الزيت تبعها وبالتالي عبرت رفع نسبة اسعار التبريد تكليف التبريد عبيكون قوي

الباحثة: عمو هي الكلفة يلي انتو عم تحطوها مين عم يحملها؟

المزارع: يعني التاجر مثل ما بيقولوا ما بيعطيك من الجمل ادنه

الباحثة: السؤال الثامن: هل تتأثر بتذبذب الأسعار وكيف تتعامل مع ذلك؟

المزارع: نعم طبعا والله يعني عم يحملها الفلاح أكثر شيء عم يحملها الفلاح يعني هلاً مثلاً أنا الصندوق التفاح بيكلفني تخزين أجار تخزينه من وقت قطفه لوقت يبجي بسوقه شهرين ثلاثة اربع بياخدوا أجار تبريد الصندوق 8000 ليرة 18 كيلو و نحن ع الموسم الماضي بأذار ونيسان بقعنا الصندوق ب60 ألف صندوق وفي نوع بعنا ب70 و ب80 ألف كل صندوق تفاح بدك تببيع بدك تشيله من حقه 8000 ليرة تخزين وفيه كمان تكاليف الرش أدوية وفي تكاليف الفلاحة في تكاليف السقاية وفي تكاليف الأسمدة وإلى آخره يعني حسبي ما بيظللنا بالصندوق 20 ألف ليرة أو 30 ألف يعني مرات كثير نحننا أنسة المزارع يعني اللي معتمد على الأرض إذا ما عنده كميات كبيرة بكل يعني الإنتاج تبعه بيحط 70% منه تكاليف ما بيظلل 30% صافي له وما بيحسب المزارع اللي عنا هون ما بيحسب اجرته يعني أنا بروح مثلاً ع أرضي معي ورش النقل معي ثلاثة أعمال ماشي أجلي العامل يوميا 100 ألف ليرة وأنا رحمت معهم طول النهار فما أنا شخص كمان أنا بقول إنني أنا دافع 300 أنا ما بقول ما بسجل إنني أنا دافع 400 ألف أنا ما بحسب أجلي أنا بدي روح مثلاً ما بحسب أجلي بدي روح رش بدي روح وزع أسمدة يعني الأعمال اللي نحننا بنقوم فيها بأنفسنا شايكي ما نحسبها من التكاليف

أنا اذا بدي أحسب قديش أنا لازم يعني أجلي بطلع بالأخير مثل ما نقوله راس براس عرفتي كيف. هي الشغلة اللي قنالك عنها انو الزراعة حالياً عنا هون ببلدنا بالذات هي نحننا ما نحننا اخترناها نحننا ورتناها عن أهلنا، أهلنا بالأرض زرعوها تفاح استنوا 15 سنة بلشت تعطي وقت بلشت تعطي أهلنا كبروا بالعمر أهلنا استفادوا منها 4-5 سنين وراحوا ونحننا استلمنا بالأرض منهم عرفتي شو الموضوع يعني انفرضت علينا فرض لأنه هلاً أنا الأرض اللي استلمتها من أهلي شايقة كيف كمان صارت هلاً بأخر عمرها ما عد عم تعطيني شايقة كيف يعني ابني ما عنده رغبة يستلمها مني إذا هلاً بده يستلمها

ابني مني بده يرجع يجدها ويستنى 15-20 سنة لحتى تصير السجرة تعطي وبالتالي ولادنا ما عندهم رغبي يعني يرجعوا يشتغلوا ويستمروا بهالعمل ها لأنه مردوده ضئيل وما بييني مستقبل ومساحاتنا محدودة ما عندنا مساحات كبيرة قول أنا عندي 20 دنوم 30 دنوم لا أكبر مزارع بعرنة يعني عنده 10 دنوم عرفتي كيف بينما مثلاً بيصير بسرغاية بالزبداني بالسويدا بهاي المناطق يعني الناس بتحكي 200 دنوم عندهم مساحات واسعة هاي نحن اللي عم نعاني منها ببلدنا

الباحثة: السؤال التاسع. ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

المزارع: حسب يعني جهد المزارع هلاً مثلاً بستان بعده جديد بالإنتاج مثلاً الشجرة عمرها 15 سنة بعده بأول بأول إنتاجها مثل الشاب بأول عمره بتلاقي هيك ماشي يعني ميين عليه النشاط والعزم والكذاب بيشتغل بكل عزم بكل القوة بيعطي مردود جيد فالشجرة بأول عمرها بتعطي مردود جيد وكل ما انتي مثل ما يقولوا كل ما انتي عطيتيها كل ما انتي سمدتيتها كلما تعبت عليها يعني بيرجع إنتاجها بيتحسن يعني بتعطي إنتاجها أكثر

هلاً في مزارعين بتكرم كثير بتقول أنا الشجرة بالنسبة لي أهم من أهل البيت بدهم يعطوها حق على أكمل وجه بتأخذ إنتاج جيد في مزارعين بتقولك واللهي لا ما فيني أحرم بيتي من المصروف وأعطي الأرض الأرض بتتحملنا هدول بيكون إنتاجهم شوي يعني غير مميز عن الإنتاج اللي قتلتك عنه بالأول فيعني حسب رغبة المزارع أنه هو يبدو يعطي الأرض بده يحسن إنتاجه أو لا بس أكيد أكيد يعني المزارع الناجح والنشيط اللي ما بيحرم الأرض من أي يعني شيء بدي ياه هاد إنتاجه بيطلع مميز

الباحثة: السؤال العاشر. هل يطلب منك معايير معينة في جودة الإنتاج؟ مين يحددها؟ وما صعوبة تلبيتها؟

المزارع: طبعاً طبعاً بيقل أنا مرات كثير بيحوا بدن يشتروا والكمية كلها بالجملة بيقل أنا بدي إنتاج كذا كذا أنا الحبة الصغيرة ما بخذاها أنا ما باخد غير الحبة الكبيرة أنا ما بتوفي معي أنا بدي بيع تفاحي كله بقلب بعضه عرفتي كيف و في تجار بيحوا بيقل لي أنا بدي النوع الفاخر بدي أكبر حبة عندك ياه و باقي الاحجام أنا ما باخذها أنا هيك تاجر ما بتعمل معه بتعمل معه تاجر ياخذ التفاح كله بيقبل بعضه وهو يصطقل منه لاله بيسوقه بيفرزه بيفرز كل نوع لحال يتصرف هو و في تجار بتجي تطلب الحبة الكبيرة والحبة المميزة وفي تجار بتطلب الحبة الصغيرة بيقل لك أنا هذا الشيء المطلوب مني

### ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد المشترين بالوقت المناسب؟

المزارع: لا صعوبة ايه ما فيني لاقى تاجر زبون ياخذ التفاح بالوقت الي أنا بدي ياه صعب

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات كثرة إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض؟

المزارع: معلوم معلوم أنا بعطيك امثلة في سنين بيحوا على الطلب ما منلحق يعني بيحوا زبون وزبونين وثلاثة ونعمل مثل منافسة عرفت كيف نعمل منافسة بيناتون يعني وكمان بتجينا سنوات نحن من نترجى بنتصل بربع خمس تجار تعو خدوا التفاح ولا واحد بيرد علينا بيكون ما في طلب في كساد والسوق المحلي ما بيستهلك الإنتاج شايقة كيف السوق المحلي معوم وتفاح كب بالاسواق وما في تصدير لبرا ولكن وقت بيفتح التصدير بيحوا زبائن كثير يشتروا ووقت بتكون البلاد مغلقة وما في تصدير كثير

مرات كثير من الانتاج تبعا بيروح على بلد التصدير على مصر او على ايران بيرجعوه غير مطابق للمواصفات لانو كمان لازم يكون لدينا ترشيد التصدير يكون التصدير باشراف الدولة تعرف كيف تتعامل مع الدول الثانية وهيك عرفتي كيف ، يعني ما فيني اشكي كثير اكثر من هيك

الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما هو عدد الوسطاء بينك وبين المشتري ومن ينظم العلاقة مع المشتري النهائي؟

المزارع: وسيط واحد بيكون مرات بيكون في وسيط هو مرات شخص عادي بيحبيب لي زبون يصفل منه للتاجر يعني هو التاجر بيكون متفق عليه بيقبله انا اذا اشتريت الكيلو من الفلاح ب2000 ليرة انا بدي على كل كيلو مثلا 200 ليرة او بدي 500 ليرة فهو بيعطيه بس انه يدبر له مصدر يشتري منه عرفت كيف وبيأخذ نسبة الوسيط بيأخذ من المشتري ما في بائع بيعطي واحد يعني اكرامية يعني بالاخير شو بيضلي من حق الصندوق

الباحثة: عمو طيب ممكن أوقات الفلاح ما يلاقي مشتري وهو يطلب من وسيط لاقيلي مشتري وبعطيك عمولة؟

المزارع: في حالات مثل ما بيقلوا وقت انت تقطع انه ما فيه شراية يشترو ما فيه كذا بنروح بنقول انو والله اخي دبرلنا لانو أنا جاء وقت اني بيع التفاح فدبرلنا حدا يشتري وبيجي زبوني اللي بيحبيه وجاي غص من عنه يعني ما بيجي هيكي يعني جاي وشايف حاله انه هون جاي يشيل عنا هم جاي يشيل عبئ عرفت كيف وبيجي متردد انه يعطيك حقك الطبيعي اي هاد الموضوع

#### المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيق حالياً لعرض المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك له؟  
المزارع: لا والله

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لتسويق منتجاتك؟

المزارع: لا هلاً انا قللك شو هلاً مثلاً اذا اوجد عند المزارع انا مثلاً اذا اوجد عندي انا ابني مثلاً يعني عنده يجيد انه يستخدم الكمبيوتر والشغلات هاي ممكن يستخدمو بس اني انا استخدمه لا ما استخدمته

الباحثة: يعني حضرتك ما بتفكر تستخدم تطبيق على جوالك لتعرض عليه منتجاتك؟

المزارع: ممكن ايه والله ممكن

الباحثة: السؤال السادس عشر. ما الذي قد يمنعك أو يشجعك على استخدام تطبيق مثل هذا؟ تطبيق وسيط

المزارع: والله الموضوع ما فكرنا فيه يعني ما بعرف انا وكل زملائي يعني نحنا بنستنى يجي لعنا او هو يتصل فينا عندك تفاح عندنا تفاح او نحنا نعرف مثلاً واحد عم يتسوق لمشغل تاجر عم يتسوق لمشغل بنتصل فيه أخي عم تشتري تفاح بيقلي ايه عم تشتري بقلو تعال شوف التفاح تبعنا بيغوت بيغوت التفاح بياخذ عينة منه وهيك بصير التفاوض بيننا وبينه عرفتي كيف، يعني هاي الطريقة بنلاقيها اسهل علينا او كيف بدي اقلك، يعني هاي الطريقة اللي تعودنا عليها

الباحثة: طيب عمو اذا كان في تطبيق انت تعرض عليه منتجاتك ويجيك أكثر من طلب هالشي مو أسهل إلك؟

المزارع: هو أكيد أريح وأسهل بس بعد ما وصلنا لها التقنيات هاي طبعاً يعني حتى معظم المشاغل اللي بتشتري تفاح يعني كمان ما عندها التقنيات انك تتسوق عن طريق الكمبيوتر متعودين على الطريقة التقليدية وما فيه توجيه او ضغط ضغط حكومي او نقابي مثلاً انو لا نحنا بدنا نترك الطرق القديمة نستخدم الطرق الحديثة بالبيع والشراء وكذا لا تاركينا بدائين بكل شي بدائي. يعني انا بحكيك عن مشاكل عانينا منها ما لاقينا اي دعم من جهات مختصة نحنا قمنا بايجاد الوسائل الخاصة لحتى نحمي انتاجنا ونزمت الانتاج تبعنا وبحكيك مشكلة اذا بدك يعني بتتعبني انو احنا كيف وصلنا لنتيجة وكيف تحمّلنا انو نزمط مواسمنا وما نخليها تروح تتعرض للسقيع ونفقد القيمة الشرائية تبع الانتاج

يعني انا بتمنى أني اعطيك معلومات كمان يعني تحكيها على الجهات المختصة على الطاقم اللي بده يستمع لك يعني يكون لها تأثير يا اختي يكون لها تأثير على الوزارة الاقتصادية ووزارة الزراعة يعني يسمعوا يعني مو يفوتوا من اذن يعني مو اذن قدح و اذن مزارب

يعني لقلك شغلة كمان احنا الانتاج كثير كمان من تفاح ما بيتسوق الحبة الصغيرة وبيجوا بياخدوه بالبلاش بيشترووه بالبلاش فصرنا نعملو خل لما نقطعو ونحطوه براميل ونعملو خل تفاح هلا انا عندي انتاج سنويا فوق الطون خل تفاح وهاد الطون خل تفاح وقت بتعبيه باناني ، الطون هني عبارة عن عن اربعة طون تفاح يعني اربعة تلاف كيلو يعني حوالي ميتين صندوق تفاح هذول انا بيجوا بدن يدفعولي فيه ما بيجب تكاليفه ما بيجب تكلفة الصندوق لذلك بلجأ الى عملية تصنيعه تحويل هالمادة هاي الى مادة غذائية تانية قبل ما بيعه حب تفاح وبقطعه وبحطه براميل وبستني سبع وتمن شهور حتى صفيه واعمله خل وبيعه حتى طلع تكاليفي حتى يزيدلي من حق الصندوق عرفتي كيف .يعني الميتين صندوق انا وقت بيجيني بالصندوق عشر تلاف ليرة الميتين صندوق قداش يطلع مليونين ايه وقت انا عم حولهم لخل تعرفي قداش انا عم بيعهم تقريبا ما يعادل ب12 مليون

يعني شايفة شو الموضوع يعني عم نلجأ باكثر من طريقه لنطلع تعبنا لنستفيد بس

وصرنا بالاخير يعني عم ندور على طرق نتخلص من هالمهنة يعني ما بدني انا مهنة اني استنى سنة كاملة حتى اقطف الموسم ونيبعه انا اختي ابني ما بيتحمل هيك

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، مالذي ينقصه وماالذي تريده منه؟

المزارع: مصداقية وموثوقية ورقابة أیه رقابة من الدولة عرفتي كيف

الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟

المزارع: انو هو يعني بين التاجر والمزارع والنسبة ياخدها من التاجر مثل ما قلناك عرفتي كيف

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تُحسن من المردود الإجمالي أو تسهّل عمك اليومي؟

المزارع: اي يعني اني بشوف عالفيس وعالواتس عروض يعني حدا عارض أسمدة وأودية باخود المعلومات وبتصل فيون وبروح لعندهون هيك بستدل على شغلات جديدة

الباحثة: السؤال عشرون. هل لديك الرغبة في تجربة تأمين الحبوب و الأسمدة من خلال تطبيق إلكتروني؟

المزارع: اي هيك شي ممكن بس يكون بطريقة ناجحة ما يكون عم يضحك علينا يعني اني بروح لعنده ما بطلب وبقله بعثلي باخود عنوانه وبقله وين انت موجود بروح لعنده وفرجيني عالانواع فرجيني عليها عطيني الكتالوك تبعها كيف طريقة استخدامها كيف كذا يعني بس ما برضى غير لشوف بعيني

الباحثة: عمو بس اذا كان عالتطبيق موجودة كل المعلومات والتفاصيل وفي تقييم للجودة وكل شي واضح هالشي ما بيخفف عنك انك بدل ما تروح وتجي فيك تطلبون ويصلو لعندك ؟

المزارع :لا ما بصدقه عالموبايل بدي روح لعنده وشوف الانتاج وشوف المصدر من وين وبشوف الكتالوك ومن ايا دولة لأنو في أسمدة من كتير دول بس أنا مثلا بصدق بالانتاج الفرنسي بالالمانى بالياباني شايفة كيف بينما بالانتاج الصيني مو كلون بثق فيون

الباحثة: عمو هو متوفر عنا الإنتاج الفرنسي والالمانى والياباني وبسهولة بتقدر بتحصل عليه؟

المزارع: لا بنضل عم نفتل وبنعمل جهدنا لناخود البضاعة الجيدة يعني من شركات يكون انتاجها جيد يعني من شركات عالمية مشهورة

### ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله انه يكون موجود بهذا التطبيق؟ يعني اذا كان فيه تطبيق وسيط تفضل الدفع النقدي/ إلكتروني / دفعات آجلة؟

المزارع: إذا بعت على التطبيق يعني أنا بدي نقدي.

الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. ما هي طريقة الاشتراك التي تفضلها؟

المزارع: بدون اشتراك

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟ (1% و2%...5%)

المزارع: اي من التاجر

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

المزارع: اي اكيد اكيد هيك اكيد

الباحثة: السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي؟

المزارع: كان سابقا يصير من 20-30 سنة كانت تجي شركات زراعية لعنا المقداد وما مقداد وغيره يعني ماني حافظ أسمائهم يعرضوا أفلام سينمائية ويقدموا وقائع كيف التسميد والفرق اذا بتاخذوا الانتاج تبعنا وبستخدمه شو وبيعطي نتيجة وكذا على الواقع يعطونا نتائج كثير كثير ناجحة

الباحثة: يعني كان هذا شي مفيد؟

المزارع: نعم بس من 20 سنة وما عدنا شوفنا حدا عرض علينا شي أبدا

الباحثة : السؤال السادس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم مزيج بينهما داخل التطبيق؟

المزارع: يفضل يفضل يعني مزيج بينهم بس اللهجة المحلية هالأ معظم المزارعين يعني فيه ناس بتفهم العربي بالنسبة لنا يعني معروف يعني كثير يعني مفهوم بالنسبة لنا يعني سواء اللهجة المحلية أو اللغة الفصحى معظم المحاضرات الزراعية اللي عم تصير معظمها بتكون باللهجة المحلية بتكون أوضح بتكون أوضح أكيد

المزارع: السؤال السابع والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة؟

المزارعون: يعني أول شي انو يكون في مصداقية عرفتي كيف أي ويكون يعني في رقابة ايه رقابة من الدولة مثل ما قلتلك عرفتي كيف

الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

المزارع: اي اي التفاوض يعني مثل ما قلتلك نحنا بتفاوض مع التاجر عرفتي كيف

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق دخل أعلى وتسهيل عمليات البيع والتسويق؟

المزارع: أي أكيد بس بده يكون فيه إشراف من جهات من جهة علمية وطبعا يعني وقت بده يطبق هاد بدا تكون زراعة الزراعة مشرفة عليه بشكل مضبوط وتحاول تفرضه عالفلاحين فرض عن طريق الجهات المختصة عن طريق التوعية، بس نحنا هالأ بوضع مافيكي تطالبي بأيا مكسب نهائيا

الباحثة: السؤال الثلاثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟

المزارع: يعني اذا انوجد اي انا ابني مثلا بجيد استخدام الكمبيوتر وهاي الشغلات بس أني ممكن ما استخدمه مثل ما قلتلك احنا كمان مو دائما عنا نت يا انسة

الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟

المزارعون: أي ما بنصح حدا يرجع يشتغل بهي المهنة نهائيا، إلا هيك بستان للمتعة للانتاج للاكتفاء الذاتي يكون عنده الواحد دنوم مزرعة صغيرة فيها انواع الفاكهة يزرع اله ولأصدقائه ولأهله وقرابينه.

الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. ماهي الخصائص والمزايا التي تجعل أي تطبيق بنظرك سهل الاستخدام وفعال؟ يعني عمو حضرتك انت بتستخدم تطبيقات على جوالك صح، شو الشي يلي ببينلك انو هاد التطبيق سهل ؟

المزارع: انو يكون التطبيق في كل شي واضح ومثلا اذا كان في تطبيق للأدوية الزراعية تكون فيه كل المعلومات يعني اعرف كل دوا لشو بيستخدموه وشو تركيبته وانو ما بيأذي النبات وما بيدخل بأنسجة الفاكهة يكون بس ملامسة يكون أثره خارجي أما بالنسبة للأسمدة أني كمان أحصل على أنواع أسمدة جيدة تعطي التربة ما تحتاجه شو مثلا بينقصها يعني عوضها الشي اللي مو موجود بالتربة وبالإضافة انه يكون كمان اني استرشد بتطوير الانتاج ومثلا شوف شوفي اصناف جديدة ممكن ضيفها عالارض لانو هي الاصناف الجديدة نحنا كلها مناخدها من برا.

## المقابلة الرابعة: مزارع من زبدين / الاسم وليد / العمر 36

### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. مانوع نشاطكم الزراعي؟

المزارع: عندي أشجار جوز بالإضافة لزراعة الخضراوات مثل الجزر والخس وليخنا بالإضافة لتربية الدجاج والأرانب وتدريب الكلاب.

الباحثة: السؤال الثاني. منذ متى تمارس هذا النشاط؟

المزارع: هو نشاط عائلي بدأ من سبع سنين بشارك فيه أنا وأخي المهندس الزراعي وأبي والأمر هو هواية ومصدر دخل إضافي.

الباحثة: السؤال الثالث. ما هو تحصيلك العلمي؟

المزارع: مهندس كهرباء

الباحثة: السؤال الرابع: هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟ في حال استخدمت هاتي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إليها؟

المزارع: ما قمت باستخدام أي تطبيق مشابه

### ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة: السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسويق المحاصيل الزراعية؟

المزارع: والذي بمعمل بشركة شحن وتصدير مختصة بشحن الخضراوات والغذائيات وبالمجمل منبيع من خلالها بسعر أفضل بشوي من سعر السوق لكن ما عنا خبرة كبيرة بتعامل مع أسواق محلية مثل سوق الهال مثلاً.

الباحثة: حضرتك شو العوامل برأيك يلي عم تأثر على الأسعار؟

المزارع: كل تكاليف الري والمازوت الضروري لتشغيل المولدة للري ومخاطر الجفاف والبرد القارص الفلاح بدو يحاول يغطيها وبنفس الوقت التاجر أكيد يحاول يكبر هامش الربح بتقليل تكلفة الشراء لأن الزبون النهائي دخله ضعيف، وبالتالي لا السوق عادل ولا الزبون قادر يدفع وأكيد التصدير مربح أكثر من البيع للسوق المحلي وما في حماية للزراعة أو دعم كافي.

الباحثة: السؤال السادس. ما هي الآلية التي تطرح بها منتجاتك الزراعية في السوق ولماذا؟

المزارع: ما بطرح بالسوق بشكل مباشر إلى لحوم الأرانب والدجاج عن طريق ملاحم محلية بالمنطقة أو تاجر معين بتطلب مني لحم الأرانب لي يعتبر نادر.

الباحثة: السؤال السابع. ما هي مشاكل التخزين التي تعانيتها مع منتجاتك؟

المزارع: كل الخضار تحتاج لبرادات ولولا برادات الشركة يلي بيشتغل فيها الوالد ما منقدر نخزن لفترة طويلة بالمقابل اللحم ممكن تفسد بسرعة إلى صار أي مشكلة بالتسليم والحيوانات أصلاً عرضة للنفوق بالشوب الشديد.

الباحثة: السؤال الثامن: هل تتأثر بتذبذب الأسعار وكيف تتعامل مع ذلك؟

المزارع: عم حاول حصل أفضل سعر من خلال الشركة ولي هو سعر تصدير مرتبط بالدولار لكن تكلفة الإنتاج أيضاً متأثرة بالدولار ولي بتخلي عملية تغطية التكاليف مع إنتاج صغير من أرض ثلاث دونمات ممكن ما يغطي الإجمالي في حال أي ارتفاع مفاجئ.

الباحثة: السؤال التاسع: ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

ما بقدر احكم بالإيجاب أو السلب، كل واحد عنده طريقة تسوقه والمحلات يلي بيبتاع منها لكن الأسعار بالمجمل ارتفعت مقارنة بالجودة عن أيام زمان قبل عشر سنين أو أكثر.

الباحثة: السؤال العاشر. هل يطلب منك معايير معينة في جودة الإنتاج؟ مين يحددها؟ وما صعوبة تلبيتها؟

بالخضار في بذور معينة ممكن نشترها من شركات أو محلات أدوات زراعية بتعطي إنتاج جيد لكن المشكلة بإنتاج اللحم يلي بتحتاج عناية كبيرة وأوزان دقيقة وأعلاف معينة.

### ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد المشترين بالوقت المناسب؟

المزارع: ما عندي هل مشكلة

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات كثرة إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض؟

المزارع: في مواسم أكيد لكل سلعة بس بالمجمل أنا ما بتعمد على زراعة موسمية معينة.

الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما هو عدد الوسطاء بينك وبين المشتري ومن ينظم العلاقة مع المشتري النهائي؟

المزارع: الشركة يلي بتعامل معها بالتصدير أو الجزار يلي بيشتري مني لمحلة الحيوانات.

### المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيق حالياً لعرض المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك له؟

المزارع: ما بعرف أبداً

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لتسويق منتجاتك؟

المزارع: ممكن جرب هيك شي لكن حالياً ما فكرت إذا موجود أو لا

الباحثة: السؤال السادس عشر. ما الذي قد يمنحك أو يشجعك على استخدام تطبيق مثل هذا؟ تطبيق وسيط المزارع: يشجعني وسع شغلي وإنتاجي ويفتحلي قنوات جديدة ممكن فكر بعدا فكر كبر شغلي أكثر وزيد إنتاجي الحيواني خاصة بالمدجنة.

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، ما الذي ينقصه وما الذي تريده منه؟ المزارع: بهمني بأي تطبيق يكون بسيط وواضح وفيه أفق لتصريف منتجاتي.  
الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟ المزارع: تنوع الخيارات وسهولة التسعير والطلب والحجز المسبق للإنتاج.

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من المردود الإجمالي أو تسهّل عمالك اليومي؟

المزارع: أكيد طبعاً وتسهل علي التخطيط لقدام.

الباحثة: السؤال عشرون. هل لديك الرغبة في تجربة تأمين الحبوب و الأسمدة من خلال تطبيق إلكتروني؟

المزارع: حالياً عم اتعامل مع مصدر موثوق ما فكرت غيره.

### ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله انه يكون موجود بهذا التطبيق؟ يعني اذا كان فيه تطبيق وسيط بتفضل الدفع النقدي/ إلكتروني / دفعات آجلة؟

المزارع: حالياً بسبب أزمة الكاش بفضل الدفع مباشر، لكن مستقبلاً ما عندي مشكلة بالتعامل مع البنوك مثلاً.

الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. ما هي طريقة الاشتراك التي تفضلها؟

اشترك شهري في حال كنت عم استفاد، لكن بسعر معقول.

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟ (1% و2%...5%)

المزارع: العمولة حصراً في حال الطلبات الكبيرة فوق المليون ليرة ممكن.

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

المزارع: طبعاً.

الباحثة: السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي؟

أكيد لكن أخي نفسه هو بوعينا على المشاكل كونه مهندس زراعي.

الباحثة : السؤال السادس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم مزيج بينهما داخل التطبيق؟  
المزارع: العربية الفصحى.

الباحثة:السؤال السابع والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة؟  
المزارع: الدفعة الأولى لتثبيت الحجز ووجود مبلغ تأمين.

الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

المزارع: التفاوض ممكن لكن بفضل أعطي خصم ثابت بحسب حجم الطلب لبيع أكثر.

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق دخل أعلى وتسهيل عمليات البيع والتسويق؟

المزارع: إذا سمح لي وسع نشاطي وحسيت في مجال إني وسع شغلي وخصص وقت أكثر للأرض رح يكون أكيد في تحسين بالدخل خاصة إني ما بفضل تعامل مع الأسواق التقليدية بشكل مباشر واضطر اخسر بسعر البيع بسبب سوء الأسعار المعروضة.

الباحثة: السؤال الثلاثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟

المزارع: تعديل الكميات المعروضة بشكل سريع وتثبيت الدفعات.

الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟  
المزارع: ما عندي أي اقتراحات.

الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. ماهي الخصائص والمزايا التي تجعل أي تطبيق بنظرك سهل الاستخدام وفعال؟

صور وفيديوهات توضيحية، أو فيديوهات دعم على اليوتيوب بالإضافة لخيار تسعير ديناميكي بحسب الكميات ووقت الطلب.

## مقابلات التجار:

المقابلة الأولى: تاجر محل فواكي وخضار

### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. مانوع نشاطكم التجاري؟ (مطعم / مطبخ / بقالية)

التاجر: عندي محل بيع خضرا وفواكي بالشعلان وعندي كل شي بيلزمك مونة بزاليا فول شو مابدي وكل ما اجيتي الصبح بتلاقي طلبك أكثر.

الباحثة: السؤال الثاني. منذو متى تمارس هذا النشاط؟

التاجر: صرلنا نحنا 30 سنة بالمصلحة

الباحثة: السؤال الثالث. ما هو تحصيلك العلمي؟

التاجر: مالي دراس

الباحثة: السؤال الرابع. هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟ في حال استخدمت هاي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إلهما؟

التاجر: لا والله

### ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة: السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسوق المنتجات الزراعية؟

التاجر: الصعوبة أنو الأسعار ما بتضل ثابتة يوم غالي يوم أرخص وما تنسي النقل بيكلفنا وخصوصي إذا البضاعة قليلة

الباحثة: السؤال السادس. ما هي الآلية التي تحصل بها على احتياجاتك من السوق؟

التاجر: أنا بروح على سوق الهال وبتسوق يعني بشوف شوفي بضاعة وبختار وبجيب، وأحياناً في طلبات معينة بنوصي عليها من لبنان بيجيبلون ياها الشوفيرية

الباحثة: السؤال السابع. ما هي المشاكل المتعلقة بتوريد احتياجاتك أو تخزينها؟

التاجر: المشكلة بالتخزين يعني اذا البضاعة ضليت عندك كم يوم بتخرب الخضرة مالها روح وعندي البرادات دوبها نخزن فيا بضاعة المونة ومثل مالك شايفة براد يعني مولدة يعني مازوت وكلو شي غالي

الباحثة: السؤال الثامن. هل يتأثر عملك بتذبذب أسعار السلع؟ وكيف تتعامل مع ذلك؟

التاجر: أكيد يتأثر، اذا غليت كثير الناس ما بقى بتشتري مثل العادة بقى أنا بصير بخفف كميات. لأنو مثل مالك شايفة أنا بضاعتي جودتها منيحة مافيني جيب شو ماكان لو أرخص

الباحثة: السؤال التاسع. ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

التاجر: حسب والله في مواسم بتكون البضاعة كثير منيحة، بس بشكل عام جودة بضاعة زمان أحسن هلق في غش كثير وماعاديت اجتنا البضاعة نضيفة مثل قبل

الباحثة: السؤال العاشر. هل يتطلب عملك مدخلات معينة؟ ما صعوبة تأمينها؟  
التاجر: اي لكن بذك صناديق بلاستيك أكياس وأحياناً غلا هالغراض بيعمللنا مشكلة بس بيضلو متوفرين

### ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة: السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد الموردين بالوقت المناسب والكمية المطلوبة؟  
التاجر: لا مافي صعوبة أنا بتسوق من سوق الهال لحالي والأجنبي في شوفيري بتجبلنا من لبنان بقى مافي صعوبة

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات توفر إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض وكيف يتأثر عملك بذلك؟

التاجر: أي في هيك شي ، يعني بيكون في مواسم مثلاً عندك الموسم الصيفي هي أحسن شي طبعاً وفي عندك موسم المونة الفول والبازاليا كل المواسم الصيفية هي أحسن شي يعني بالشتا مافي مواسم  
الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما مدى تنظيم هذه العلاقة اليوم؟ وهل هناك وسطاء كثيرون في السوق بينك وبين البائع؟

التاجر: لا عادية العلاقة مني ليلي بدي اشترى منه مافي عندي وسيط

### ➤ المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيقات حالياً تستخدم لعرض أو شراء المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك لها؟

التاجر: اي بعرف بي اوردر هلق تقييمي لالها بلاقيها جيدة بالنسبة لالنا هون بيعتولنا نشترك معون وهنين بياخدوا نسبة صغيرة بنمشي امورنا بنبع الرزق يلي عنا

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لشراء منتجاتك؟

التاجر: اي بستخدم بي اوردر

الباحثة: السؤال السادس عشر. ما الذي قد يشجعك أو يمنعك على استخدام تطبيق وسيط مثل هذا؟

التاجر: اللي بشجيني انو تخفو هالنسب يعني يلي بدو يمنعي من استخدامه العمولة العالية

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، مالذي ينقصه ومالذي تريده منه؟

التاجر: هلق مثلاً بي أوردر بياخدوا شي 20% اي انا بتمنى لو تكون النسبة أقل من هيك

الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟

التاجر: يعني يكون سهل وبسيط وفي حدا دغري يجاوبنا

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من المردود الإجمالي أو تسهل عملك اليوم؟

التاجر: اي طبعا بتحسن شوي لأنه بتحركنا شوي مثلا أوقات بنصير بنبع أكثر بشوي

### ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال العشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله (نقدي – الكتروني- دفعات آجلة...)?

التاجر: إلكتروني حالياً لا لانو وضع البنوك صعبة ناخودهون، بس اذا اتحسن وضع البنوك منيح إلكتروني

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. هل تفضل طريقة الاشتراك الشهري مقابل مبلغ معين وماهو؟

التاجر: اشتراك شهري أريحلي

الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟ (1% و2%...5%)

التاجر: إذا كان في عمولة يعني أقل من 10%

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

التاجر: أي منيحة هي

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي (أنواع المحاصيل، الجودة)؟

التاجر: لا مو مهتم بهيك شي

الباحثة : السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم مزيج بينهما داخل التطبيق؟

التاجر: أي والله خليا مزيج بيناتون

الباحثة:السؤال السادس والعشرون.هل ترغب بأن يتم توصيل البضاعة أم تفضل الاستلام المباشر؟

التاجر: أي منيح ما عندي مشكلة بالتوصيل

الباحثة: السؤال السابع والعشرون.ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

التاجر: والله أوقات بيلزنا طلبات مخصصة وأوقات تانية بدنا تفاوض

الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة داخل التطبيق الوسيط؟

التاجر: يعني أهم شي يكون كل شي واضح الاسعار مو تتغير كل شوي ويكون في ناس مسؤولين اذا صار يرجعولي حقي، يعني أعرف مع مين عم اتعامل ما تروح عليي مصاربي والبضاعة

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق وفورات أعلى؟

التاجر: أي ممكن يساعدنا ليش لا

الباحثة: السؤال الثالثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟

التاجر: يعني مثل ما قلتك يكون صعبة مانفهم عليه وما ياخود نت كثير

الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟

التاجر: لا والله مافي ببالي شي

الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. هل ترى أن إضافة خدمة جودة المنتجات ومتابعة المخزون عبر التطبيق ستساعدك؟

التاجر: اي هي الشغلة منيحة وبتريحنا كثير.

## المقابلة الثانية: مطعم

### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. مانوع نشاطكم التجاري؟ (مطعم / مطبخ / بقالية)

التاجر: عندي مطعم

الباحثة: السؤال الثاني. منذو متى تمارس هذا النشاط؟

التاجر: تقريبا من خمس سنين

الباحثة: السؤال الثالث. ما هو تحصيلك العلمي؟

التاجر: دارس هندسة، بس يعني هذا المجال بحبه اشتغلت فيه

الباحثة: السؤال الرابع. هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟ في حال استخدمت هاتي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إلهي؟

التاجر: لا أبدأ هاد الشي بحسه تجاري

### ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة: السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسويق المنتجات الزراعية؟

التاجر: أكبر صعوبة هي انو السعر مو ثابت، يعني كل يوم شكل، وكمان أوقات الجودة مو مثل ما بدنا

الباحثة: السؤال السادس. ما هي الآلية التي تحصل بها على احتياجاتك من السوق؟

التاجر: عادة بطلع على سوق الهال وبشتري بنفسي، او بخلي موردين يوصلولي بس الشغلات الاساسية

الباحثة: السؤال السابع. ما هي المشاكل المتعلقة بتوريد احتياجاتك أو تخزينها؟

التاجر: المشكلة الاكبر التخزين، لانو المطعم لازم كل يوم يكون في شي تازة، والتخزين أوقات بيخلي النوعية تخف

الباحثة: السؤال الثامن. هل يتأثر عملك بتذبذب أسعار السلع؟ وكيف تتعامل مع ذلك؟

التاجر: أكيدا بنتأثر، يعني مثلا إذا غليت الأسعار كثير أنا مجبور غلي الأسعار او مثلا خفف الكميات بس كمان مافيني خفف كثير أو غير الجودة هيك بخسر زبايني

الباحثة: السؤال التاسع. ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

التاجر: بصراحة في تراجع، يعني زمان كانت البضاعة أنصف وأطيب، هلق كثير أوقات عم تجي الخضرة مضروبة

الباحثة: السؤال العاشر. هل يتطلب عملك مدخلات معينة؟ ما صعوبة تأمينها؟

التاجر: أكيد، مثلا في خضرة معينة بدي ياها تكون تازة أو نوعية لحمة معينة، المشكلة أنو مو دايمًا عم نلاقي النوعية يلي بدن ياها أو عم تكون الأسعار عالية

### ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة: السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد الموردين بالوقت المناسب والكمية المطلوبة؟

التاجر: اوقات في صعوبة، خصوصي بالمواسم او اذا في ازمة معينة، بس اغلب الوقت بلاقي حدا يوفرلي

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات توفر إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض وكيف يتأثر عملك بذلك؟

التاجر: اي أكيد يعني مواسم هي، بتلاقي مثلا بالموسم الصيفي كل شي متوفر

الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما مدى تنظيم هذه العلاقة اليوم؟ وهل هناك وسطاء كثيرون في السوق بينك وبين البائع؟

التاجر: لا في تنظيم ولا شي، وفي وسطاء كثير عم تمر عابديهون البضاعة قبل ما توصلنا

### ➤ المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيقات حاليا تستخدم لعرض أو شراء المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك لها؟

التاجر: والله أنا بستخدم تطبيق بي أورد وتطبيق موفو بس يعني للأغراض المنزلية

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لشراء منتجاتك؟

التاجر: مثل ما قلتنك منتجات للمنزل يعني مو للمطعم

الباحثة: السؤال السادس عشر. ما الذي قد يشجعك أو يمنعك على استخدام تطبيق وسيط مثل هذا؟

التاجر: صراحة الشيء يلي ممكن يشجعني أنو يكون في توصيل يعني يصلوني لعندي، والشي يلي بيمنعني أنو ما رح يكون الطلب مثل ما بدي يعني كل شي الواحد بيشوفه بعينه أحسن

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، مالذي ينقصه ومالذي تريده منه؟  
التاجر: الشيء الناقص بهدول التطبيقات يعني الشخص يبعثك الغراض بجودة منيحة كأنه هو أخذها  
لو يعني فيني قلك المصدافية ناقصة

الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟

التاجر: يعني مثل ما عم قلتك يكون في توصيل و ضمان ومصدافية

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من المردود الإجمالي أو تسهل عملك اليوم؟

التاجر: ايه، طبعا إذا في تطبيق ينظملي طلبياتي ويحبيلي البضاعة عالباب اكيد بيريحني ويخليني  
ركز عالشغل أكثر

### ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال العشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله (نقدي – الالكتروني- دفعات آجلة...)?

التاجر: بفضل أكيد الدفع الالكتروني هلق أنا ماعم احكي كسوريا بشكل خاص، بسوريا بهالمشاكل دفع  
نقدي كاش يعني مصاري بس يعني بشكل عام او مستقبلا أكيد الدفع الالكتروني

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. هل تفضل طريقة الاشتراك الشهري مقابل مبلغ معين وماهو؟

التاجر: لا أنا ما بفضل الاشتراكات خلص حسب شو بطلب

الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟  
(1% و2%...5%)

التاجر: أنا فكرة النسبة ما كثير بحبها وبفضل بس يعني منطقيا ما تكون اكثر من 10%

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

التاجر: اي طبعا، لانوا اذا صار اي عطل او مشكلة لازم يكون في حدا يساعد فورا

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي (أنواع المحاصيل،  
الجودة)؟

التاجر: مو ضروري كثير الي، بس اذا موجود بيفيد الناس التانيين

الباحثة: السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم  
مزيج بينهما داخل التطبيق؟

التاجر: الافضل مزيج، يعني الاساس فصحى، بس بكلمات قريبة من الناس

الباحثة: السؤال السادس والعشرون. هل ترغب بأن يتم توصيل البضاعة أم تفضل الاستلام المباشر؟

التاجر: طبعا توصيل، لاني ماعندي وقت كل يوم روح عالسوق

الباحثة: السؤال السابع والعشرون. ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض  
الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

التاجر: مرات بدي عروض ثابتة، ومرات لازم اعمل طلبات مخصصة يعني حسب الحاجة  
الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة داخل التطبيق الوسيط؟  
التاجر: الضمان انو البضاعة توصل نفس الشئ يلي شفته بالصورة او اتفقت عليه، واذا في مشكلة  
يرجعوا المصاري او يبذلوا البضاعة

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق وفورات أعلى؟  
التاجر: اي اذا وفرلي وقت ومجهود اكيد بيوفر علي مصاري بالنهاية  
الباحثة: السؤال الثلاثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟  
التاجر: التحدي الأكبر انو ما يكون في التزام بالمواعيد او تكون الجودة مو مثل الاتفاق  
الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟  
التاجر: صراحة لا مو كثير عندي أفكار بس يعني إذا منلاقي تطبيق أو شركة معينة يكون في مصداقية  
كثير كبيرة وخدمات كثير مميزة وأهم شي يكون في ضمانات أنو ما تكون البضاعة مضروبة يعني  
البضاعة يلي انا اتفقت عليها وبدي اشترىها هي نفسها يلي رح توصلني ما يكون في اختلاف عن يلي  
اتفقنا عليه  
الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. هل ترى أن إضافة خدمة جودة المنتجات ومتابعة المخزون عبر  
التطبيق ستساعدك؟  
التاجر: أكيد 100%

### المقابلة الثالثة: مطبخ وجبات

#### ➤ المحور الأول: الأسئلة التعريفية:

الباحثة: السؤال الأول. ما نوع نشاطكم التجاري؟ (مطعم / مطبخ / بقالية)  
التاجر: أملك مطبخ شرقي غربي  
الباحثة: السؤال الثاني. منذ متى تمارس هذا النشاط؟  
التاجر: منذ أكثر من خمس وعشرين عام  
الباحثة: السؤال الثالث. ما هو تحصيلك العلمي؟  
التاجر: تكنولوجيا معلومات، لكن اخترت مهنة العائلة  
الباحثة: السؤال الرابع. هل سبق أن استخدمت أي تطبيقات جوال لها علاقة بالزراعة أو البيع والشراء؟  
في حال استخدمت هاي التطبيقات، كيف كانت تجربتك إلهما؟  
التاجر: نعم أستخدم Bee Order أو Movo لعرض منتجاتي

## ➤ المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمشاكل التسويق الزراعي:

الباحثة:السؤال الخامس. ما أبرز الصعوبات التي تواجهها في تسوق المنتجات الزراعية؟  
التاجر: أكبر صعوبة هي ضمان الجودة المعقولة، نسبة للحاجة الضخمة من مدخلات كبيرة للمطبخ ومونة.

الباحثة: السؤال السادس. ما هي الآلية التي تحصل بها على احتياجاتك من السوق؟  
التاجر: عادة من خلال أفراد يملكون ورشات كنسروة أو من خلال التبضع من أسواق الخضار، وطلبات متنوعة.

الباحثة: السؤال السابع. ما هي المشاكل المتعلقة بتوريد احتياجاتك أو تخزينها؟  
التاجر: الحاجة لكميات كبيرة من مواد التموين مثل البازلاء، الفول، والفاصولية، كونها موسمية ومرتفعة الأثمان بأوقات كثيرة، ومواد غير قابلة للتخزين الطويل مثل الفطر الطازج والألبان والخضار مثل الخس والبقدونس.

الباحثة: السؤال الثامن. هل يتأثر عملك بتذبذب أسعار السلع؟ وكيف تتعامل مع ذلك؟  
التاجر: طبعاً وممكن يتسبب مثل هذا الشيء بتخفيض نسبة الأرباح أو رفع السعر بشكل سريع غير مدروس.

الباحثة: السؤال التاسع. ما رأيك بجودة المنتجات المتاحة في السوق؟ هل ترى تحسناً أم تراجعاً في السنوات الأخيرة؟

التاجر: بعد التحرير توفرت الكثير من المنتجات الزراعية مثل الفواكه الاستوائية مثلاً بأسعار منطقية سمحت لنا بإضافة أصناف جديدة

الباحثة: السؤال العاشر. هل يتطلب عملك مدخلات معينة؟ ما صعوبة تأمينها؟  
التاجر: أنواع مختلفة من الخضراوات مثل البندورة والخيار أو اللحوم الباردة والدجاج المحكومة بتقليات السوق.

## ➤ المحور الثالث: عن العلاقة بين العرض والطلب:

الباحثة: السؤال الحادي عشر. هل تجد صعوبة في إيجاد الموردين بالوقت المناسب والكمية المطلوبة؟  
التاجر: في الوقت الحاضر لا ولكن سابقاً واجهتني مشاكل عديدة.

الباحثة: السؤال الثاني عشر. هل تلاحظ فترات توفر إنتاج دون طلب أو طلب مرتفع مع ندرة المعروض وكيف يتأثر عملك بذلك؟

التاجر: مثل موسم الفحوصات يخف الطلب وفي عطل الصيف يتحسن مع العلم أن رمضان يرتفع فيه الطلب مع صعوبة التلبية.

الباحثة: السؤال الثالث عشر. ما مدى تنظيم هذه العلاقة اليوم؟ وهل هناك وسطاء كثيرون في السوق بينك وبين البائع؟

التاجر: لا يوجد تنظيم ولا أعرف عدد الوسطاء.

## ➤ المحور الرابع: عن تقبل الحلول التقنية:

الباحثة: السؤال الرابع عشر. هل تعرف أي تطبيقات حالياً تستخدم لعرض أو شراء المنتجات الزراعية؟ وما تقييمك لها؟

التاجر: فقط ما ذكرت سابقاً وتطبيق بوسطجي.

الباحثة: السؤال الخامس عشر. هل فكرت في استخدام تطبيق على الجوال لشراء منتجاتك؟

التاجر: ما فكرت لكن لا أمانع.

الباحثة: السؤال السادس عشر. ما الذي قد يشجعك أو يمنعك على استخدام تطبيق وسيط مثل هذا؟

التاجر: أن أستطيع ضمان جودة المدخلات عند التعامل مع عدة وسطاء لتأمين حاجتي.

الباحثة: السؤال السابع عشر. في حال استخدامك تطبيقاً مشابهاً، ما الذي ينقصه وما الذي تريده منه؟

التاجر: لا أملك فكرة إلا أنني أريد تطبيقاً يحل المشكلة.

الباحثة: السؤال الثامن عشر. ما الخصائص التي تتوقعها في تطبيق وساطة ناجح؟

التاجر: سهولة شراء كميات كبيرة وتوريد مستمر.

الباحثة: السؤال التاسع عشر. هل ترى أن التكنولوجيا يمكن أن تحسن من المردود الإجمالي أو تسهّل عملك اليوم؟

التاجر: بكل تأكيد.

## ➤ المحور الخامس: الخصائص العملية للتطبيق المقترح:

الباحثة: السؤال العشرون. ما نوع الدفع الذي تفضله (نقدي – الالكتروني- دفعات آجلة...)?

التاجر: الدفع النقدي بسبب أزمة البنوك.

الباحثة: السؤال الحادي والعشرون. هل تفضل طريقة الاشتراك الشهري مقابل مبلغ معين وما هو؟

التاجر: أفضل العمولة على العملية لمرونة الخيارات.

الباحثة: السؤال الثاني والعشرون. في حال تفضيلك لنظام العمولات ما هي النسبة المقترحة؟ (15%)

التاجر: 5% لا فير

الباحثة: السؤال الثالث والعشرون. هل تفضل ان يكون هناك دعم فني مباشر داخل التطبيق؟

التاجر: بكل تأكيد

الباحثة: السؤال الرابع والعشرون. هل تفضل ان يحتوي التطبيق على محتوى تعليمي (أنواع المحاصيل، الجودة)؟

التاجر: في حال كان المنتج حديث بالتأكيد شيء مفيد.

الباحثة: السؤال الخامس والعشرون. هل تفضل استخدام العربية الفصحى، او لهجة سورية محلية أم مزيج بينهما داخل التطبيق؟

التاجر: العربية الفصحى

الباحثة: السؤال السادس والعشرون. هل ترغب بأن يتم توصيل البضاعة أم تفضل الاستلام المباشر؟

التاجر: حسب الكمية كبيرة أو صغيرة بتكفيها سيارة الشغل أو لا.

الباحثة: السؤال السابع والعشرون. ما الأسلوب الأنسب لك في التعامل مع التطبيق؟ هل تفضل العروض الثابتة، التفاوض، الطلبات المخصصة؟

التاجر: ما عندي مشكلة بالتفاوض لكن أهتم بقدرتي على حجز أكثر من طلبية بوقت واحد لنفس السلعة وبالتالي تحقيق سعر مناسب.

الباحثة: السؤال الثامن والعشرون. ماهي الضمانات التي تشعرك بالثقة داخل التطبيق الوسيط؟

التاجر: استلام كل طلبية بحسب الوقت المحدد وتأمين بديل فوراً في حال عدم تلبية الطلب الأساسي بنفس السعر.

### ➤ المحور السادس: التصورات المستقبلية:

الباحثة: السؤال التاسع والعشرون. هل تعتقد أن تطبيق وسيط سيساعدك في تحقيق وفورات أعلى؟

التاجر: توفير مالي يعادل دخل أفضل.

الباحثة: السؤال الثلاثون. ما أهم التحديات التي تتوقع أن تواجهها أثناء استخدام التطبيق؟

التاجر: تحدي تأمين الكميات المطلوبة في المواعيد المحددة.

الباحثة: السؤال الواحد والثلاثون. هل لديكم ملاحظات أو أفكار أخرى تودون إضافتها في هذا المجال؟

التاجر: حالياً أنا بحاجة ضمان كميات كبيرة قبل وقت الموسم لأحصل على سعر وجودة أفضل.

الباحثة: السؤال الثاني والثلاثون. هل ترى أن إضافة خدمة جودة المنتجات ومتابعة المخزون عبر التطبيق ستساعدك؟

التاجر: طبعاً أكيد.

### الاستبانة:

#### مقدمة:

من خلال هذه الاستبانة، تسعى الباحثة إلى جمع آراء المستخدمين المحتملين (المزارعين وأصحاب المطاعم والمحال التجارية) حول تصميم واجهات تطبيق (طازج) من حيث سهولة الاستخدام، والوضوح، والفاعلية، والمزايا.

ويُعد (طازج) تطبيقاً إلكترونياً تجريبياً لم يُطلق بعد، يهدف إلى ربط المزارعين مباشرةً بالتجار لتسهيل عمليات بيع وشراء المحاصيل الزراعية دون وسطاء، والحد من الهدر فيها.

وقد تم تصميم هذه الواجهات بالاعتماد على نتائج المقابلات المعمقة التي أجرتها الباحثة مع مجموعة من المزارعين والتجار، والتي ساهمت ملاحظاتهم وآراؤهم في تطوير محتوى التطبيق وشكله العام.

تأتي هذه الخطوة كمرحلة تالية لتقييم الواجهات المصممة وقياس مدى فاعليتها وسهولة استخدامها من وجهة نظر المستخدمين المحتملين.

جميع المعلومات المقدمة في هذه الاستبانة ستُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وبشكل سري تماماً.

### البيانات الديموغرافية:

1. المهنة \*

تاجر

مزارع

2. الفئة العمرية \*

بين 20 - 30 عام

بين 31 - 40 عام

بين 41 - 50 عام

أكبر من 50 عاماً

3. المنطقة \*

الزبداني وما حولها

الغوطة الشرقية

الغوطة الغربية

منطقة القلمون

مدينة دمشق

أخرى (يرجي ذكرها).....

4. مستوى التعليم \*

شهادة تعليم ابتدائي

### المحور الأول: الإفادة (النفعية) ليكرات خماسي 1 غير موافق أبداً – 5 موافق جداً

5. يساعدني تطبيق (طازج) في بيع أو شراء المحاصيل الزراعية بسهولة أكبر من الطرق التقليدية
6. المعلومات المطلوبة في واجهة (إضافة محصول) كافية لعرض المحصول بشكل واضح للمشتري
7. المعلومات المطلوبة في واجهة (إضافة طلب) تعبر بوضوح عن احتياجات التاجر
8. وجود خيارات متعددة للتعامل بين المزارع والتاجر (مثل تحديد السعر أو التقديم على مناقصة) يزيد من فاعلية التطبيق
9. من خلال التطبيق يمكنني مقارنة ومعرفة الأسعار بشكل أسهل مما يحقق لي وفورات / أرباح
10. وجود إشعارات وتنبيهات عند وصول طلب أو عرض جديد يساعدني في متابعة عملي بسرعة
11. عرض صورة حقيقة للمحصول يساعد في بيعه بشكل أسرع وزيادة الثقة للمشتري
12. يمنحني التطبيق خيارات متنوعة للبيع أو الشراء بطريقة تناسب احتياجاتي
13. يوفر التطبيق علي الوقت والجهد في عمليات البيع أو الشراء

### المحور الثاني: سهولة الاستخدام ليكرات خماسي 1 غير موافق أبداً – 5 موافق جداً

14. تصميم التطبيق بسيط وسهل الفهم من خلال الواجهات المعروضة
15. واجهات التطبيق (الرئيسية – إضافة محصول – إضافة طلب- تقديم عرض للمناقصة - شراء محصول) واضحة وسهلة
16. يمكنني إنجاز عملية (إضافة محصول- إضافة طلب- شراء محصول – تقديم عرض للمناقصة) بسهولة وبخطوات قليلة
17. رفع صور المحاصيل داخل التطبيق سهل وواضح
18. واجهات التطبيق واضحة ولا تحتاج وقتاً طويلاً لتعلم استخدامها
19. حجم الخطوط والأزرار في الواجهات واضح ومناسب للقراء والاستخدام
20. لغة التطبيق واضحة وسهلة الفهم

### المحور الثالث: قابلية الإيجاد ليكرات خماسي 1 غير موافق أبداً – 5 موافق جداً

21. أستطيع العثور على منتجتي أو طلباتي بسهولة داخل التطبيق
22. في حال أخطأت أثناء إدخال المعلومات، يمكنني تصحيحها بسهولة قبل النشر
23. خطوات استخدام التطبيق متسلسلة وواضحة ولا تسبب ضياع أثناء الاستخدام
24. من المفيد وجود سجل للعروض والمحادثات السابقة لمراجعة الاتفاقات

25. ميزة البحث عن المنتجات حسب النوع مفيدة وتسهل الوصول السريع للمطلوب  
26. الحقول الموضوعية داخل الواجهات واضحة. وأفهم بسهولة مايجب كتابته في كل منها

#### المحور الرابع: الموثوقية ليكرات خماسي 1 غير موافق أبداً – 5 موافق جداً

27. أفضل وجود نظام تقييم للمزارع والتاجر لأنه يزيد من الثقة بالتعامل  
28. فكرة دفع عربون بسيط (نسبة /قيمة) قبل التسليم تشعرني بالأمان  
29. تطبيق العمولة فقط بعد إتمام الصفقة فكرة عادلة ومنطقية بالنسبة لي  
30. حفظ المحادثات والاتفاقات داخل التطبيق يزيد من الموثوقية والشفافية  
31. وجود جهة داعمة (مثل جهة حكومية أو جمعية زراعية) يزيد ثقتي بالتطبيق  
32. أعتقد أن بياناتي الشخصية محمية داخل التطبيق

#### المحور الخامس: الجمالية ليكرات خماسي 1 غير موافق أبداً – 5 موافق جداً

33. ألوان التطبيق (الأخضر- البرتقالي- البني) مريحة وتعكس الطابع الزراعي للتطبيق  
34. الصور المستخدمة في الواجهات جميلة وتجذب الانتباه  
35. توزيع العناصر داخل الصفحة الرئيسية منظم وسهل التصفح  
36. حجم عناصر التحكم (مثل الأزرا والأيقونات) مناسب وواضح للاستخدام المريح

#### المحور السادس: المزايا الاضافية ليكرات خماسي 1 غير موافق أبداً – 5 موافق جداً

37. وجود قسم للمقالات والفيديوهات الزراعية داخل التطبيق مفيد لي  
38. نظام المكافآت (نقاط / كودات خصم تستبدل بخصومات) يشجعني على استخدام التطبيق المتكرر  
39. توفير إمكانية شراء مستلزمات الإنتاج الزراعي (بذور – أسمدة) عبر التطبيق فكرة مفيدة  
40. أفضل وجود دعم فني مباشر داخل التطبيق (دردشة مع إدارة التطبيق)  
41. إرسال إشعارات حول الطلبات أو العروض الجديدة يزيد من رغبتني في استخدام التطبيق  
42. أفضل وجود خيار اشتراك شهري ثابت (يتيح لي عرض عدد محدد من المحاصيل أو الطلبات شهرياً) بدلاً من دفع عمولة لكل عملية بيع أو شراء

