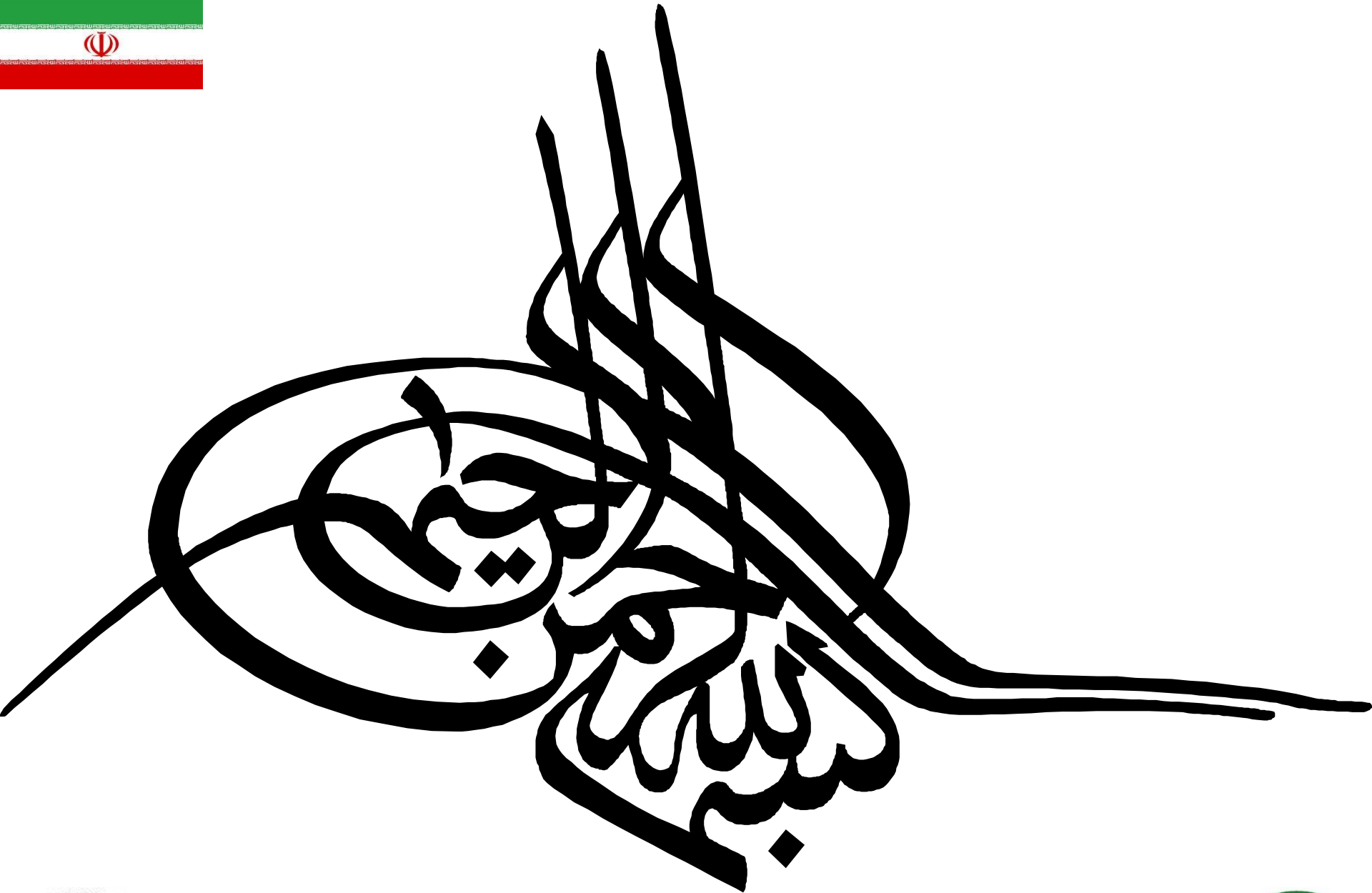




گزارش شرکت در میزگرد تخصصی آنلاین سازمان خواروبار جهانی

روستاهای دیجیتال



شهره سلطانی، حسین اسماعیل نیا، غلامرضا فروهش تهرانی، اکرم عباسی

اطلاعات میزگرد تخصصی:

☐ تاریخ: ۲۷ ژوئن ۲۰۲۲ برابر با ۶ تیرماه ۱۴۰۱

☐ زمان: ۱۱ تا ۱۵ به وقت بانکوک

☐ برگزار کننده: دفتر منطقه‌ای فائو در آسیا و اقیانوسیه

☐ محل برگزاری: تایلند

☐ نحوه برگزاری: مجازی

☐ شرکت کنندگان: طیفی از ذینفعان مانند مدیران و کارشناسان سازمان‌های

بین‌المللی، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران، مدیران و کارشناسان در سطح کشورها و

وزیران کشاورزی یا توسعه روستایی کشورهای ذینفع

برنامه میزگرد تخصصی

فهرست

میزگرد کارشناسی - نشست ۱: ابتکارات دیجیتالی شدن برای توسعه **فراگیر** روستایی

میزگرد کارشناسی - نشست ۲: مشارکت نهادهای مختلف در توسعه اکوسیستم دیجیتال

میزگرد وزرا : تسهیم دانش، نوآوری و دیجیتالی شدن، به عنوان کاتالیزور تحول روستایی و دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs) در آسیا و اقیانوسیه

Inclusive development is an equitable development approach built on the understanding that every individual and community, of all diverse identities and experiences, is instrumental in the transformation of their own societies. Their engagement throughout the entire development process leads to better outcomes.

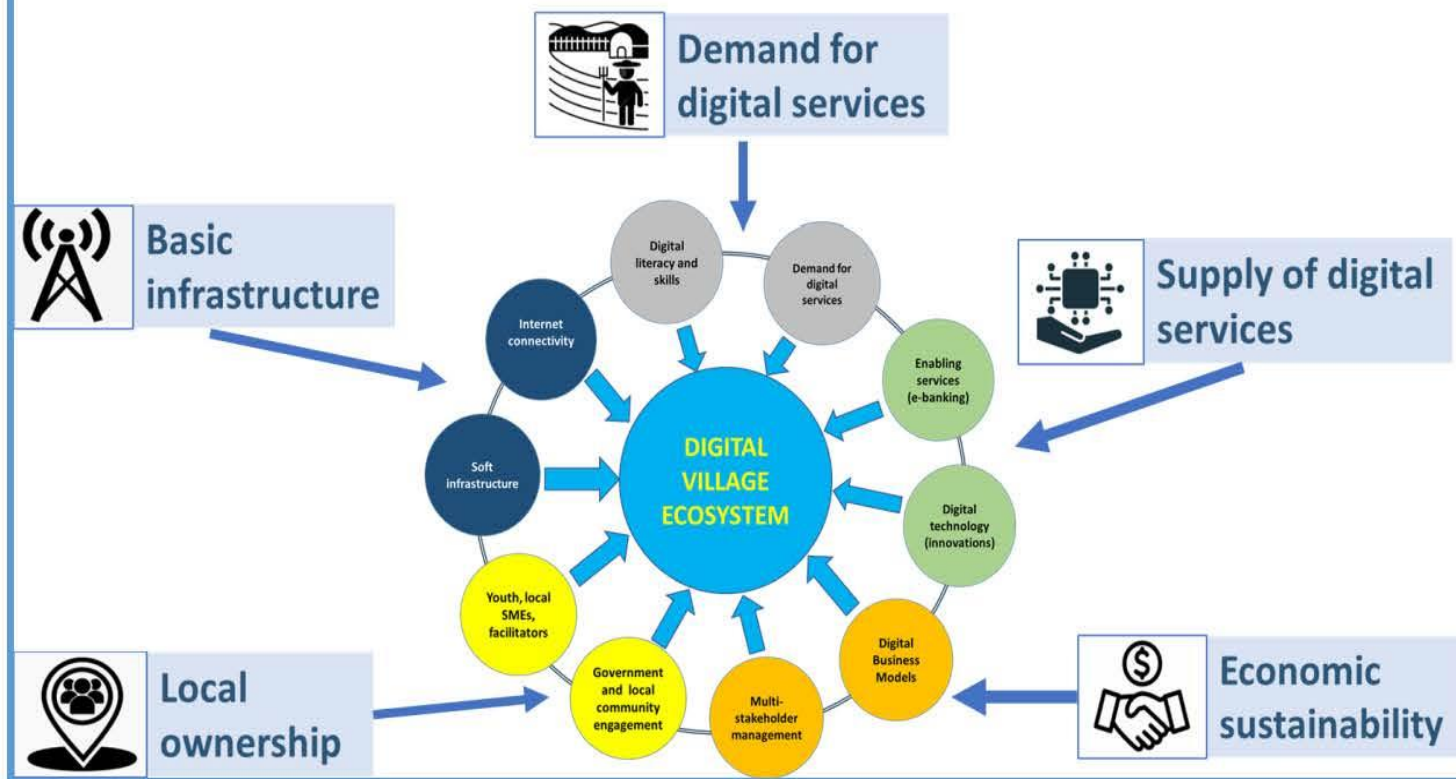
معرفی ابتکار ۱۰۰۰ روستای دیجیتال فائو

The Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) launched the Digital Village Initiative (DVI) to promote digital innovations to support inclusive, gender sensitive rural development and sustainable agri-food transformation in support of Agenda 2030. FAO DVI follows a country-led, user-centered, holistic digital ecosystem approach for digital village development.

The DVI combines a territorial approach with innovative design, pilot and deployment that combines end-user needs and demand, inclusive business models and local ownership to ensure sustainability.



Digital village ecosystem approach





Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Digital Village Initiative – Supporting digitalization for Agrifood & rural transformation

Principal OUTCOME:	Facilitating digitalization for rural and agrifood transformation
Guiding METRICS:	Inclusiveness – Affordability - Sustainability
Guiding PRINCIPALS:	Country-led; people-centered; design-flexible (no single solutions fits all)
Implementation DVI:	1. Digital agriculture strategy; 2. Tool box for DVI; 3. Knowledge sharing and exchange platform

Inclusiveness Affordability Sustainability

Country-led People-centered design flexible

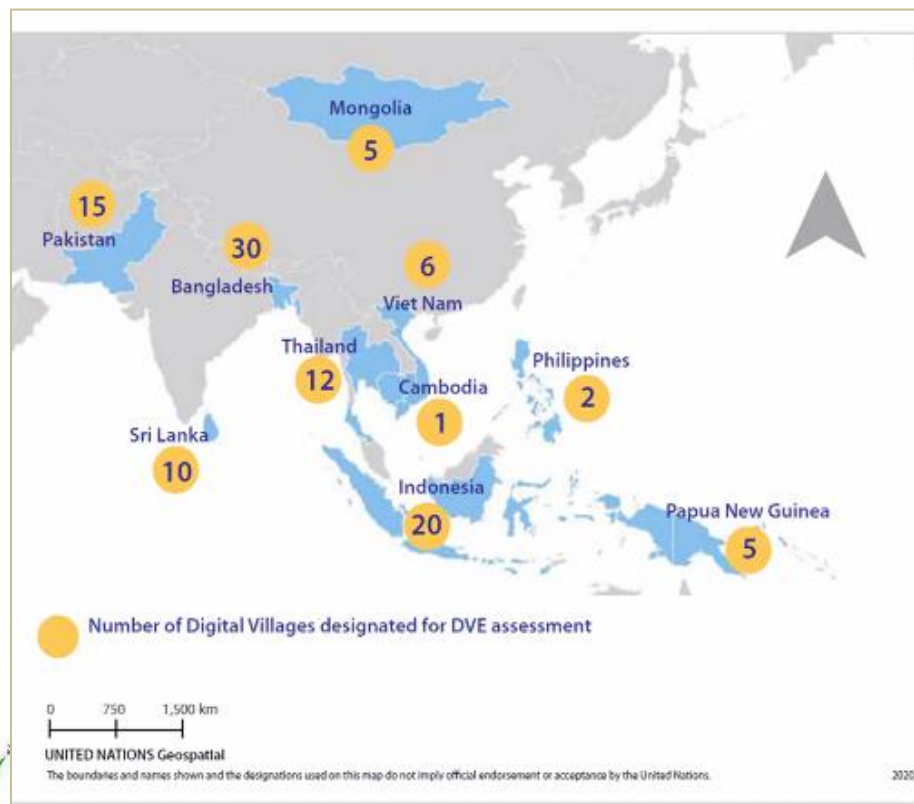
1,000 DIGITAL VILLAGE INITIATIVE: KNOWLEDGE SHARING AND POLICY DIALOGUE



Surasak Boonchan (FAO)

اطلاعات روستاهای دیجیتال در منطقه آسیا و اقیانوسیه

در منطقه آسیا و اقیانوسیه، ۱۰۰ روستا در ده کشور منطقه، شامل پاکستان، بنگلادش، تایلند، اندونزی، سریلانکا، ویتنام، مغولستان، فیلیپین، کمبوجیه و گینه نو مشمول ابتکار ۱۰۰۰ روستای دیجیتال شدند.



The Digital Village Ecosystem Assessment Tool (survey instrument) is implemented over 100 digital villages in 10 countries:

- **Bangladesh:** supporting farmers organizations acquire access digital services
- **Mongolia:** expand on pilot innovations in livestock traceability and e-commerce
- **Indonesia:** assess performance of on-going digital pilots by startups and governments
- **Pakistan:** Develop the base for pilot smart village (replicable, and scalable) w/ USF
- **Papua New Guinea:** enable digital services to accompany value chain development
- **Philippines:** Support farmer organizations upgrade their digital and on-line marketing capacity
- **Sri Lanka:** Develop the road map for investing in last mile e-extension/on-line marketing upgrade
- **Thailand:** Help DEPA develop enhanced digital ecosystems for their smart pilot interventions
- **Viet Nam:** Support the development of community digital prototypes

با این وجود که تمام کشورها عضوی از یک پروژه کلی در سازمان خواروبار جهانی بوده‌اند، اختیار لازم برای تعریف هدف خاص آن کشور با توجه به وضعیت کشور مذکور وجود داشت. به‌طور مثال هدف پروژه در بنگلادش، حمایت از سازمان‌های کشاورزان برای «دسترسی به خدمات دیجیتال» می‌باشد، در حالی که هدف پروژه در فیلیپین، حمایت از سازمان‌های کشاورزان برای «ارتقای ظرفیت دیجیتالی و بازاریابی آنلاین» بوده است.

نحوه شروع و توسعه پروژه دیجیتالی کردن، **موانع، راهکارها و دستاوردهای** هر یک از پروژه‌ها مطرح شد. یکی از مباحث مطرح شده، پیرامون تامین هزینه خدمات دیجیتالی شدن روستاها بود. از آنجا که کشاورزان و روستاییان خرده پا و فقیر استفاده‌کننده این خدمات هستند، برنامه‌ریزی به نحوی انجام می‌شود که با توسعه شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌ها و تامین بودجه توسط دولت و سازمان‌های بین‌المللی، **هزینه‌ای بر خانوار کشاورز تحمیل نمی‌شود.**

A “Digital Village” is a concept to promote digitalization in rural areas for the benefit of residents, enabling them to apply, deploy or harness digital innovations and technologies, services and solutions, to improve their economic livelihoods, individual wellbeing, and create social cohesion through better connectivity.

There is no single definition, pathway or approach for a rural community to become “Digital” – in fact the diversity of applying a variety of digital innovations is the key to becoming a successful digital village.

24 AgTech start ups and innovators providing Data-driven Digital Agriculture solutions and services

One Million Farmers are expected to access digital solutions and innovations

 DigiCow: Uber of Veterinary Services	 Hello Tractor: Uberizing farm mechanization	 Digital Green: video-based extension service	 AgroCares: IoT soil scanner
 SunCulture: Solar powered irrigation	 TruTrade Africa: Increasing Market access and price	 Digitally enabled supply chain finance: AgriWallet	 Weather-index based Crop and Livestock insurance: ACRE Africa

چهار مرحله برای دیجیتالی شدن روستاها وجود دارد. هر روستا ممکن است در یکی از این مراحل باشد. چهار مرحله مذکور شامل **روستاهای در حال ظهور**، **روستاهای در حال توسعه**، **روستاهای پیشرفته** و **روستاهای هوشمند** وجود دارد. روستاهای هوشمند بسیار نادر هستند و در کشورهای پیشرفته مانند چین، کره، ژاپن، یا اروپا دیده می‌شوند.

Asia-Pacific's digital readiness is region-specific and tailoring investments to the needs is required

Indicators of Digital Readiness



Infrastructure

Network coverage & performance, other enabling infrastructure and spectrum

Affordability

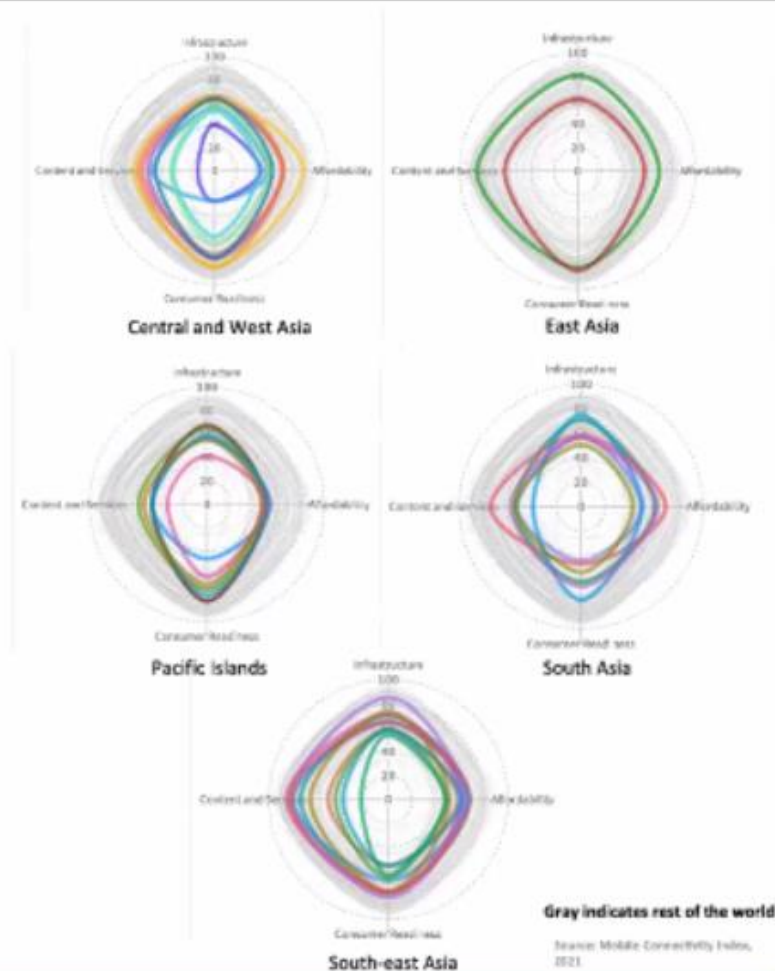
Tariffs, handset prices, taxation, income inequality

Content and Services

Local relevance, availability, security

Consumer Readiness

Digital literacy, gender equality, mobile ownership



1,000 DIGITAL VILLAGE INITIATIVE: KNOWLEDGE SHARING AND POLICY DIALOGUE

Slide 5 of 12

The digital village ecosystem assessment tool

The digital village ecosystem (DVE) assessment tool begins with an assessment of the current level of digitalization and supports digital pilot capacity. The assessment is carried out via surveys targeting village residents, gender-disaggregated technology users, technology developers and enablers, and using gender disaggregated questionnaires. The DVE assessment tool is currently piloted in eight countries of Asia (table 1 below).



© FAO

Table 1. Country-level activities under Digital Village Initiative in Asia and the Pacific

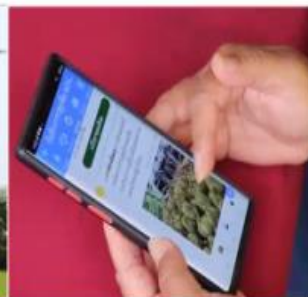
Countries participating in FAO digital village initiative (2021-2022)	Digital landscape assessment	Digital village ecosystem assessments (# digital villages)	Digital village pilot development (action plan)	DV pilot implementation & support (# digital villages)	Digital villages supported under DVI (# digital villages)
Bangladesh	✓	✓ (30)	✓ (3)	✓ (10)	✓ (30)
Cambodia	✓ (E-Ag Strategy)	✓ (1)			✓ (1)
China			✓ (10)	✓ (10)	✓ (10)
Small Islands States	✓	✓			✓ (digital islands)
Mongolia	✓	✓ (6)	✓ (1)	✓ (1)	✓ (6)
Indonesia	✓ (E-Ag Strategy)	✓ (20)	✓ (4)	✓ (3)	✓ (20)
Pakistan		✓ (15)	✓ (1)	✓ (1)	✓ (15)
Philippines		✓ (2)	✓ (2)		✓ (2)
Papua New Guinea		✓ (5)	✓ (2)	✓ (2)	✓ (5)
Republic of Korea	✓				✓ (2)
Sri Lanka		✓ (10)			✓ (10)
Thailand	✓	✓ (11)	✓ (3)	✓ (3)	✓ (11)
Viet Nam		✓ (6)	✓ (3)	✓ (3)	✓ (6)



Khlong Song- IoT-greenH
(Association Physically handicapped)



Ban Mai digital village (drone for rice, vegetables)



Village 491-Chumphon (Durian traceability)

AGE INITIATIVE: KNOWLEDGE SHARING AND POLICY DIALOGUE

تایلند



Improving last mile service delivery: Leveraging female banking agents to deliver gender focused financial services

Experiences from India

Alireza Ranita Pinto & Amit Arora | June 2022

Chitra Choudhary

هند

موضوع تبادل نظر:

جایگاه روستاهای ایران در فرایند دیجیتالی شدن را چگونه ارزیابی می کنید؟

زمان تبادل نظر: ۱۵ دقیقه

ارائه درسها و تجارب از روستاهای دیجیتال پیشرفته چین

Photos - Screenshot (76).png

See all photos

Add to



Edit & Create

Share



Zoom Webinar

Recording LIVE on Custom Live Streaming Service



Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

1,000 DIGITAL VILLAGE INITIATIVE

Knowledge Sharing and Policy Dialogue

27 June 2022

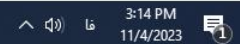
Facilitating inclusive e-commerce development in China

Jikun Huang

China Center for Agricultural Policy, Peking University



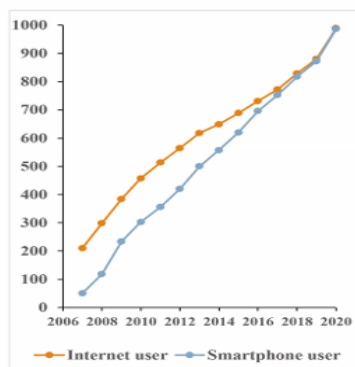
Type here to search



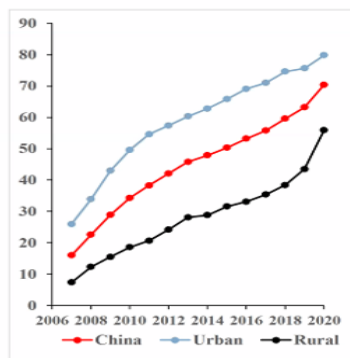
در سال‌های اخیر زیرساخت‌های آی سی تی در چین به شدت بهبود یافته است؛ به نحوی که تعداد کاربران چینی اینترنت در سال ۲۰۰۷ حدود ۲۰۰ میلیون نفر و تعداد کاربران چینی گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۰۷ حدود ۵۰ میلیون نفر بودند که این ارقام در سال ۲۰۲۰ به حدود یک میلیارد نفر رسیده است؛ به علاوه درصد افزایش نفوذ اینترنت در چین از ۱۵ درصد در سال ۲۰۰۷ به حدود ۷۰ درصد در سال ۲۰۲۰ رسیده است که این نسبت برای نواحی شهری از ۳۰ به ۸۰ درصد و برای نواحی روستایی از ۷ به ۵۷ درصد افزایش یافته است

ICTs infrastructure in China

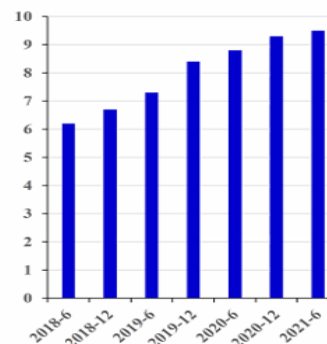
Rising number of internet and smartphone users (Million), 2007-2020



Rising internet penetration (%), 2007-2020



Rising mobile base stations (million) 4G + 5G, 2018-2021



Source: Authors' compilation based on CNNIC's annual reports.

مقایسه قیمت فروش و هزینه بازاریابی اینترنتی و غیراینترنتی محصولات کشاورزی

Selling prices and marketing costs between e-commerce and non-e-commerce by farmers in Shandong (yuan/kg)

	E-commerce	Non-e-commerce	Diff. in mean
Apple			
Selling price			
Grade1	2.09	1.28	0.81***
Grade2	1.56	0.88	0.68***
Marketing cost			
Grade1	0.66	0.14	0.52***
Grade2	0.60	0.13	0.47***
Peach			
Selling price			
Grade1	2.52	1.48	1.05***
Grade2	1.73	1.00	0.72***
Marketing cost			
Grade1	0.78	0.13	0.65***
Grade2	0.72	0.13	0.59***

Notes: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.10.

Source: authors' calculations

1,000 DIGITAL VILLAGE INITIATIVE: KNOWLEDGE SHARING AND POLICY DIALOGUE



Jikun Huang, Professor, P...



Selling prices and marketing costs between e-commerce and non-e-commerce by farmers in Shandong (yuan/kg)

	E-commerce	Non-e-commerce	Diff. in mean
Apple			
Selling price			
Grade1	2.09	1.28	0.81***
Grade2	1.56	0.88	0.68***
Marketing cost			
Grade1	0.66	0.14	0.52***
Grade2	0.60	0.13	0.47***

+0.29
+23% of 1.28 price

Peach

- Farmers **gain significantly** by selling their products through e-commerce.
- Higher value** of agricultural product or **better quality** of the same product **gains more increases** from e-commerce.

Source: authors' calculations

1,000 DIGITAL VILLAGE INITIATIVE: KNOWLEDGE SHARING AND POLICY DIALOGUE



Leave



Chat



Raise Hand



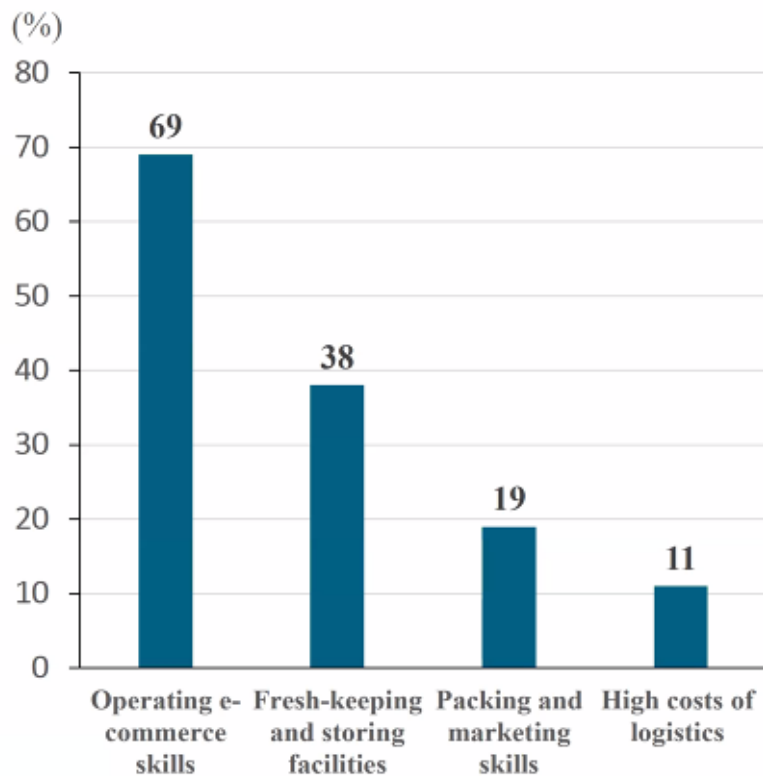
Q&A



دلایل عمده محدودیت بهره‌برداری از تجارت الکترونیک بر مبنای بررسی‌ها در ۸ استان چین به ترتیب اولویت به شرح ذیل بوده است:

- کمبود مهارت‌های بهره‌برداری از تجارت الکترونیک ۶۹ درصد
- کمبود تسهیلات تازه نگهداری و ذخیره سازی ۳۸ درصد
- کمبود مهارت‌های بسته بندی و بازاریابی ۱۹ درصد
- هزینه بالای لجستیک ۱۱ درصد

Major reasons of not operating e-commerce (based on a national representative survey in 8 provinces)



در دو روستای ZJ و SD چین، سهم تولیدکنندگان میوه با فروش آنلاین در تجارت الکترونیک به **۴۹ درصد** می‌رسد

	%
Total	49
Decision-maker by gender	
Male	47
Female	63
Decision-maker by age	
16-30	82
31-45	61
46-60	47
Above 60	19
Decision-maker by edu	
Elementary school or lower	31
Junior middle school	45
High school or above	64
Household by farm size	
0.3 hectare or below	44
0.3 - 1 hectare	49
Above 1 hectare	86

۴۷ درصد از تصمیم‌گیران مرد و ۶۳ درصد از تصمیم‌گیران زن، فروش آنلاین در تجارت الکترونیک داشته‌اند. به عبارت دیگر زنان از مردان، گرایش بیشتری به تجارت الکترونیک دارند.

۸۲ درصد از ۱۶ تا ۳۰ ساله‌ها فروش آنلاین در تجارت الکترونیک داشته‌اند و این در حالی است که تنها ۱۹ درصد از بالای ۶۰ ساله‌ها فروش آنلاین داشته‌اند. به عبارت دیگر افراد در سنین پایین‌تر، گرایش بیشتری به تجارت الکترونیک دارند.

• هرچه آموزش بالاتر باشد، افراد گرایش بیشتری به فروش آنلاین در تجارت الکترونیک دارند.

• هرچه اندازه مزرعه خانوار، بزرگ‌تر باشد، افراد گرایش بیشتری به فروش آنلاین در تجارت الکترونیک دارند.

سهم تولیدکنندگان میوه با فروش آنلاین در تجارت الکترونیک در دو روستای چین

پشتیبانی بانک توسعه آسیا (ADB) از کشاورزی دیجیتال در کوتاه مدت تا میان مدت

۲- کشاورزی هوشمند به اقلیم: تمرکز بر روی افزایش سازگاری اقلیم برای بهره برداران خرد	۱- دیجیتالی شدن متمرکز مسیر پروژه: - دیجیتالی کردن زنجیره ارزش کشاورزی - نظام‌های هشدار (warning) اولیه - خدمات مشورتی و ترویجی دیجیتالی - ارتباط (connectivity) روستایی - فن‌آوری‌های سنجش از دور (Remote sensing) - مشاوره و پیش‌بینی وضعیت هوا - فن‌آوری‌های مبتنی بر تلفن همراه - خدمات ابری (cloud-services)
۳- راه‌حل‌های مبتنی بر طبیعت nature-based پایش و ارزیابی راه‌حل‌های ابتکاری	
۴- افزایش شرکت‌های منطقه ای بهبود اشتراک گذاشتن دانش منطقه ای نظیر تسهیل تجارت متقابل	
۵- کالاهای ویژه کاربرد دیجیتال برای بهبود تاب‌آوری کالاها و محصولات مهم	

شرکایی برای شتاب بخشیدن به دیجیتالی کردن در دولت‌های جزیره کوچک؛ مورد: وانواتو

موانع زیربنایی و روبنایی

- کمبود دسترسی به خدمات پایه اما ضروری
- کیفیت تسهیلات سلامت، بانکداری، فرودگاه و دادگاه
- حمل و نقل غیرقابل اعتماد و هزینه بالای مسافرت
- کیفیت غیرقابل اعتماد و فقیرانه خدمات ارتباطی دور
- کمبود دانش و مهارت‌های کشاورزی
- کمبود مهارت در بازار و فروش محصولات
- سطح خیلی پایین سواد به طور کلی؛ شامل سواد دیجیتالی و مهارت‌ها
- عرضه نیرو و انرژی غیرقابل اعتماد

ایجاد تفاهم مشترک، نیازهای اولویت‌دار اجتماعی

- پوشش و خدمات شبکه ارتباطات از راه دور با کیفیت خوب و قابل اعتماد
- آموزش مهارت و سواد دیجیتالی
- بهبود مهارت‌های بازار، فروش و کشاورزی؛ بهبود تکنیک‌های تولید شامل ایجاد تولیدات جدید
- عرضه نیرو و انرژی قابل اعتماد
- دسترسی به خدمات بانکی آنلاین و ابتکارات حمایت مالی
- آب شرب پاکیزه و ایمن و بهبود بهداشت
- کاهش و سازش با اثرات تغییر اقلیم

پنج پیش‌بینی برای ایجاد فرصت‌های بالقوه کسب و کار

- افزایش فروش به وسیله بازاریابی بهبودیافته از تولیدات و خدمات موجود
- افزایش معنی‌دار خدمات ارتباطی و آنلاین
- افزایش حضور دولت
- تحرک بخشیدن به تولید کشاورزی
- افزایش دسترسی و رسیدن به خدمات مالی

نتیجه‌گیری از رویکرد شراکتی

- کاهش نابرابری؛ بهبود دسترسی به مشاغل بهتر از طریق خدمات دیجیتالی
- خدمات آموزشی، بهداشتی، حکومتی و تجارت الکترونیک از طریق پلتفرم دیجیتال مشترک
- افزایش پایداری و **شراکتی** متقابل به وسیله سازگاری با اهداف توسعه پایدار مربوط به رویکرد کلی حکومت
- ایجاد و افزایش مقیاس کسب و کارها و SME به طور مشترک با تهیه یک پلتفرم برای نوآوری

ارزیابی دیجیتالی کردن وام

نقاط ضعف روش سنتی:

- هزینه معامله قابل توجه
- ریسک‌ها (تامین مالی و بازپرداخت‌ها)
- نسبت NPL کشاورزی
- دسترسی کم

مرحله آغازین پایلوت دیجیتالی:

- هزینه معامله در حال کاهش (عوامل اعتباری کمتر) و بهبود مدیریت ریسک (ارزیابی وام و KYC بهتر)
- اجازه دادن بانک توسعه ملی برای گسترش دسترسی در کشاورزی کوچک مقیاس بدون ایجاد شعبه
- سناریوی مورد نظر در مقیاس (ما فوق پایلوت، با سازگاری UDB از نظر تکنولوژی مناسب و با استفاده وسیع‌تر از BIG DATA)
- گسترش نمونه کارها به زنجیره ارزش جدید در نواحی کمتر مورد علاقه
- احتمال دارد نرخ بهره و NPL کاهش پیدا کند (به طور قابل مقایسه تحت شرایط وام)
- دامنه متنوعی از فرآورده‌های مالی

درس‌های مقدماتی:

1. تلاش زیاد در راه اندازی پایلوت
2. عضویت ابزاری UNCDF در خصوص این پایلوت
3. استقرار فرآیند خرید (BUY-IN) به وسیله UDB بر مبنای تجارب بین المللی و رویدادهای KS

انقلاب در انعطاف پذیری کشاورزان خرد/ خرده مالک از طریق کشاورزان دیجیتال



kuza®
revolutionizing
 the resilience of
 smallholder farmers through
 Digital Agripreneurs

Sriram Bharatam
 Founder & Chief Mentor

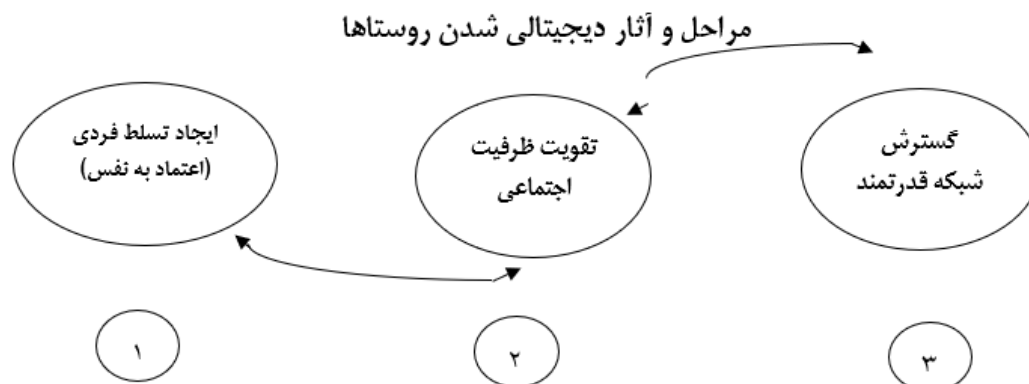
Sri@Kuza.One





حوزه فعالیت شرکت کوزا قاره آفریقا و کشور هند است
گسترش روستاهای دیجیتال عاملی برای «ایجاد فرصتهایی برای جوانان، زنان و صاحبان مشاغل کوچک برای یادگیری، ارتباط و رشد»

کانون تمرکز			
کشاورزی	سلامت	کارآفرینی خرد	حوزه فعالیت منطقه
آفریقا و هند	آفریقا	آفریقا و هند	
۷۵۰ هزار شبکه کشاورزان	۳ میلیون و هفتصد هزار نفر جویندگان مراقبت	۳۱۴ هزار نفر جوان	جمعیت تحت پوشش اقدامات
۴۰۰۰ کشاورز	۱۰۰۰ نفر کارمند بهداشت	۲۲۹۶۰۰ نفر زن	





00:57:23 Done You are viewing Supajit Tienpati (FAO)'s screen View Options

Recording LIVE on Custom Live Streaming Service

스마트 농업 교육센터

Youth Agricultural Business Incubation Centre
Provides modern theory and on-site training to support a potential young farmer's new start in agriculture.

This place is unique because it offers opportunities to people without background knowledge about agriculture

Policy dialogue
MCR Meeting Room

Chat Raise Hand Q&A English Leave

01:34 بظ ۱۳۰۱/۰۴/۰۶ ENG



00:57:24 Done You are viewing Supajit Tienpati (FAO)'s screen View Options

Recording LIVE on Custom Live Streaming Service

Smart Farm Innovation Valley
Fosters young farmers & leads agricultural innovation. This government-run institution, has 4 regional bases nationwide.

I'm now growing cherry tomatoes in a rental greenhouse.

Policy dialogue
MCR Meeting Room

Chat Raise Hand Q&A English Leave

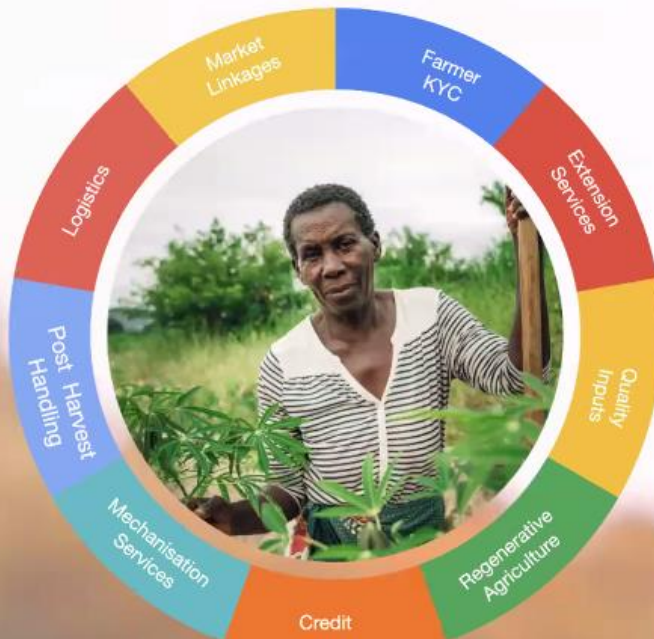
01:34 بظ ۱۳۰۱/۰۴/۰۶ ENG

جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی
موسسه پژوهش‌های
اقتصاد کشاورزی و



Smallholder Challenges

current approaches are mostly sub-optimal & unsustainable



© Copyright: Kuza Biashara Ltd. All Rights Reserved.



Sriram Bharatam | Founder, Kuza.One

● چالش های خرده مالکان شامل :

- ضعف عمومی در خدمات ترویجی
- دسترسی به نهاده‌های با کیفیت و اعتبار
- دسترسی به بازار

● چالش‌های ارایه خدمات شامل:

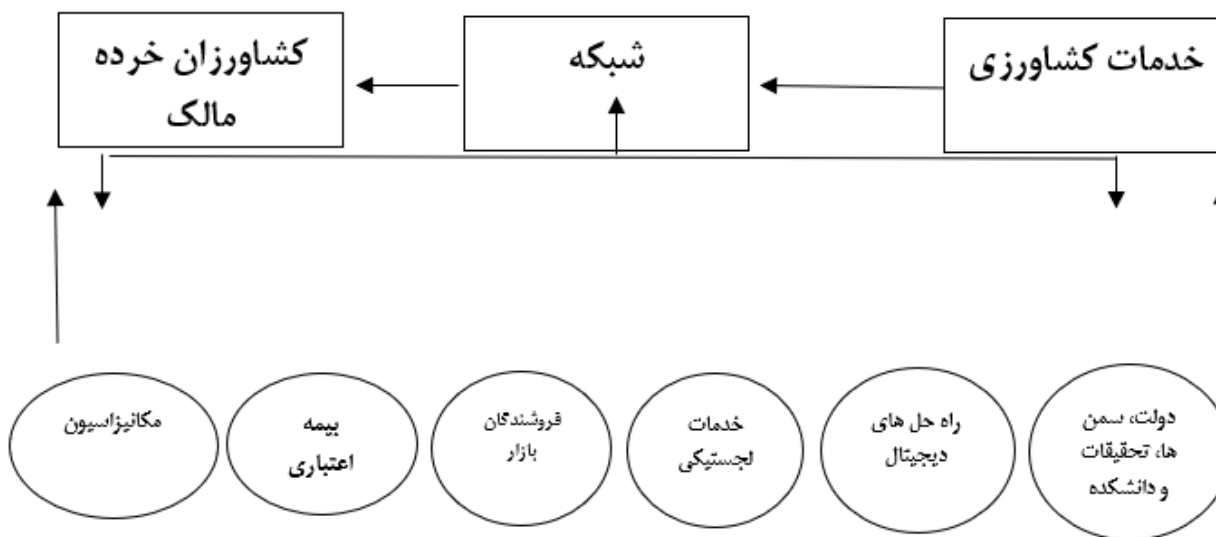
- کانال‌های قابل اعتماد برای گسترش
- پیش‌بینی عرضه و تقاضا

جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی

موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی،
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی



زنجیره ارتباط خدمات کشاورزی، شبکه دیجیتال و کشاورزان خرده مالک





Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

1,000 DIGITAL VILLAGES

Knowledge sharing and

27 June 2022

Question and Answer

All questions (24)

My questions (1)



Ali Kiani rad (You) 01:13 PM

What is the difference between a "Digital village" and a "non-digital village"? I'm asking this question since I can see many mobile phones, ICT centres and other digital instruments in rural areas. Does it mean that they are digital? Or there should be other indicators as well?

Collapse all (1) ^



77831169 01:35 PM

No if the village only has people with mobile phones and uses for personal social media connections. It is not a digital village. We have 4 stages emerging village (that is the one with mobile phones only); developing when pilot interventions or services are being piloted; and advanced when digital services are advanced or even at commercial stage. Smart is top of the line. These are rare and mostly found in advanced countries like China, R. of Korea or Japan or in Europe.



An aerial photograph of a vast, green landscape under a hazy sky. A dirt road winds through the middle of the frame. In the foreground, there are numerous purple thistle-like flowers. The text 'باسپاس از' is written in red Persian script across the middle of the image.

باسپاس از

توجه شما