

اهمیت توجه به تقویت روحیه کارآفرینی کشاورزان در ترویج کشاورزی با تاکید بر مدیریت ضایعات فرآورده‌های کشاورزی

لطیف محمدزاده^{۱*}، مسعود برادران^{۲*}، سمیرا جابری^۳

۳۰۱. دانشجوی دوره دکتری ترویج کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان

۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان

آدرس ایمیل نویسنده‌گان مسئول: masoudbaradar@yahoo.com / latifm68@gmail.com

چکیده

کارآفرینی با کارکردها مثبتی که دارد، راه‌حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات مدیریتی به شمار می‌رود. از طریق کارآفرینی در بخش کشاورزی، می‌توان با شناسایی فرصت‌ها، و قوت‌های جوامع روستایی به توسعه بخش کشاورزی در کنار سایر ابعاد کمک کرد. در این میان ترویج کشاورزی به عنوان مداخله‌گر و رابط بین کشاورزان و برنامه‌ریزان می‌تواند نقش بسیار ارزنده‌ای در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی ایفا نماید. امروزه بحثی که در بیشتر محافل علمی مورد توجه است، مدیریت ضایعات در بخش کشاورزی به منظور خروج بخش قابل توجهی از تولیدات کشاورزی از چرخه تولید تا مصرف می‌باشد. ترویج کشاورزی به عنوان اصلی‌ترین ارکان و یک مداخله‌گر می‌تواند در مدیریت ضایعات کشاورزی و بهبود شرایط زندگی کشاورزان نقش موثری داشته باشد. بنابراین، هدف نوشتار حاضر استدلال روی مفاهیم و اهمیت کارآفرینی در کشاورزی و تعیین جایگاه ترویج کشاورزی در تحقق کارآفرینی در کشاورزی در کشور و ارائه راهکارهایی برای تقویت کارآفرینی با تاکید بر مدیریت ضایعات فرآورده‌های کشاورزی می‌باشد. تحقیق حاضر از نوع مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی است که به کمک منابع انتشاراتی موجود، مبانی اصلی و چارچوب‌های نظری لازم ارائه شده با برداشت‌ها و تحلیل‌های کارشناسانه تلفیق و ادغام گردیده است. در پایان نیز با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته در مورد نقش کارآفرینی در مدیریت مناسب ضایعات کشاورزی پیشنهادهایی عملی در جهت بهبود وضعیت بهره‌وری و کاهش ضایعات محصولات کشاورزی جهت استفاده بخش ترویج کشاورزی و مروجان و کارشناسان ترویجی ارائه گردیده است.

واژه‌های کلیدی: روحیه کارآفرینی، ترویج کشاورزی، ضایعات کشاورزی، بهره‌وری، روستا.



مقدمه

با پیشرفت‌های روز افزون در صنعت و تکنولوژی، بقا و ماندگاری از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی‌داری برقرار سازند (کاردان یامچی و همکاران، ۱۳۹۲). به عبارتی، عصر جدید، عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست. کشورهای پیشرفته امروزی که فاتحان این رقابت هستند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را در سرلوحه کار خود قرار داده‌اند. این کشورها در پرتو وجود افراد تحصیل‌کرده و متخصص، چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت در آورده‌اند و به ابداعات و نوآوری‌هایی دست یافته‌اند (Shan et al., 2003). از این‌رو صاحب‌نظران برای نخستین بار در نظریه‌های خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند (احمدپور و عرفانیان، ۱۳۸۶). به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند (Gurel et al., 2010).

یکی از جنبه‌های مهم مبحث کارآفرینی، کارآفرینی در بخش کشاورزی به عنوان یکی از پایه‌های اصلی اقتصاد در هر کشور است (Hitt et al., 2011). چنانکه امروزه با توجه به این که بخش اعظمی از جمعیت جهان در روستاها زندگی می‌کنند و به حرفه کشاورزی مشغول هستند، و همچنین نقش مهمی که روستاییان و کشاورزان در نظام تولید و اشتغال کشورهای در حال توسعه دارند، ضرورت و اهمیت کارآفرینی کشاورزی و روستایی و نقش آن در توسعه کشورها، مورد توجه دست‌اندرکاران و متخصصان امر قرار دارد (کاردان یامچی و همکاران، ۱۳۹۲). امروزه توجه به روحیه کارآفرینی بین کشاورزان و تقویت آن از مهم‌ترین راه‌کارهای توسعه روستایی محسوب می‌شود. اگرچه کارآفرینی تنها راه‌کار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی نیست، اما قطعاً یکی از بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است. در این میان کارآفرینی کشاورزی می‌تواند صرف‌نظر از این که یک منبع درآمد و اشتغال برای ساکنین روستا باشد، در توسعه اقتصادی کشاورزی و در نهایت توسعه روستایی مؤثر باشد (Asadi Sisakht et al., 2014).

کارآفرینی در کشاورزی با کارکردها و پیامدهای مثبتی که دارد، به عنوان راه‌حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات مدیریتی در این حوزه قلمداد می‌شود (Hitt et al., 2011). مشکلات عدیده‌ای در بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه وجود دارد. یکی از این مشکلات در بخش کشاورزی افزایش حجم ضایعات در نتیجه تشدید فعالیت‌های کشاورزی که به دنبال افزایش رشد جمعیت و استانداردهای زندگی صورت گرفته، می‌باشد. بخش زیادی از محصولات در دنیا به رغم مدیریت و نگهداری محصول، به علت عوامل مختلف از جمله انواع آفات، شرایط جوی مانند خشکسالی، تگرگ و باران‌های سیل آسا به ضایعات تبدیل شده و از بین می‌روند. در نتیجه، موضوع با اهمیتی که دولتمردان هر کشوری باید در نظر بگیرند، تعیین خط مشی کلان در رابطه با کاهش ضایعات می‌باشد (مومنی و مودن، ۱۳۹۴). بعد از تعیین خط مشی و سیاست کلان بایستی مسئولیت‌ها و وظایف، سازمان‌های خصوصی و دولتی مشخص و تعیین شود. در این راستا باید دو راه حل در نظر گرفته شود. راه حل اول، مربوط به بالا بردن سطح آگاهی عمومی کشاورزان و روستاییان در کاهش ضایعات از طریق روش‌های جلوگیری از ضایعات می‌باشد (سپه‌پناه و موحدی، ۱۳۹۴). البته این راه حل در روند درازمدت ثمردهی خواهد داشت. راه حل دوم مربوط به تدوین سیاست‌ها از طرف دولت‌ها می‌باشد. اجرای این سیاست‌ها بعد از تدوین اثرگذاری سریعتری در کاهش ضایعات خواهد داشت و در مدت زمان کمتری عملی خواهد شد. در این میان ترویج کشاورزی به عنوان یک مداخله‌گر و یک رابط بین کشاورزان و برنامه‌ریزان می‌تواند نقش بسیار ارزنده‌ای در توسعه کارآفرینی با تاکید بر آموزش کشاورزان در بهره‌وری و مدیریت ضایعات محصولات کشاورزی در مناطق روستایی ایفا نماید (Kafayi Lotfi, 2005).

کارآفرینی و اهمیت آن در زندگی امروزی

امروزه کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است. با پیشرفت‌های اخیر، کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند (Gurel et al., 2010). تجارب کشورهای پیشرفته آکنده از فعالیت‌های چشمگیر کارآفرینانی بوده است که امروز به توسعه یافتگی این کشورها منجر شده است. به عبارتی، روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این واقعیت است که بخش قابل توجه اقتصاد کشورها تحت تاثیر کارآفرینی است. به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته نقش اصلی و محوری داشته‌اند (Sookhtanlo et al., 2009). می‌توان چنین اظهار کرد که بخش اعظمی از عامل عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است که البته می‌توان با یک برنامه صحیح آموزشی به تقویت روحیه کاری پرداخت، به گونه‌ای که شرایط و بستر لازم برای توسعه جوامع فراهم شود (Asadi Sisakht et al., 2014).

کارآفرینی موضوعی است که در اواخر قرن بیستم مورد توجه قرار گرفت و به گفته احمدپور و عرفانیان (۱۳۸۶) اغراق نیست اگر بگوییم که به تعداد صاحب‌نظران این حوزه، برای کارآفرینی تعریف وجود دارد. وجود تعاریف متعدد در کارآفرینی، از یک سو نشان دهنده گستردگی و اهمیت آن است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرارگیرد. از سوی دیگر بیانگر پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدل‌ها و تئوری‌ها و نظرات متفاوت را فراهم آورده است. همچنین، کارآفرینی یکی از مفاهیم مطرح در حوزه علوم انسانی است و از آنجا که مفاهیم علوم انسانی همانند مفاهیم علوم تجربی قطعی و واحد نیست، ارائه یک تعریف مشخص برای واژه‌های آن که مورد تائید همگان باشد، کاری بسیار دشوار و حتی غیر ممکن است (Jose and Niels, 2014). لذا، برای درک هر چه بهتر مفهوم کارآفرینی در این بخش، یکی از ساده‌ترین تعاریف ارائه شده از هیت و همکاران^۱ (۲۰۱۱) می‌باشد. به اعتقاد آنان کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و بسیج منابع، مبادرت به ایجاد یک راهکار نو یا کسب و کار و خلق روش‌های نوآور و رشد یابنده کرده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است، منجر به معرفی محصول یا خدمت جدیدی به جامعه می‌شود. به گفته یادآور (۱۳۹۵) کارآفرینی نیازمند شناخت در سه حوزه است: ۱- ویژگی‌های فردی کارآفرین، ۲- محیط فعالیت کارآفرین و ۳- نحوه تدبیر کسب و کاری است که کارآفرین می‌خواهد شروع کند. بنا بر استدلال ژوزف شومپتر، نوآوری در نتیجه کارآفرینی به وجود می‌آید و به فردی نیاز دارد که ویژگی‌های غیرعادی داشته باشد، درصدد بنا نهادن یک قلمرو خصوصی باشد، برای رفع موانع، انگیزه داشته باشد و از ایجاد مهارت و به کار بستن آن در جهت کارآفرین شدن، لذت برده و خشنود شود (Gurel et al., 2010). شومپتر استدلال می‌کند که کارآفرینان، ساز و کارهای ایجاد و توزیع ثروت در نظام سرمایه‌داری هستند. در همین راستا، کارآفرینان با توجه به نقش حساس که در توسعه ایفا می‌کنند، به شدت مورد توجه بخش‌های مختلف تولید و خدماتی از جمله بخش کشاورزی که یکی از ارکان و ستون اصلی توسعه ابعاد اجتماعی و اقتصادی در هر کشور به شمار می‌رود، مورد قرار گرفتند (عبدالله‌زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۳). چراکه فعالیت‌های جدید کارآفرینانه و یا بکارگیری یک روش و کسب و کار به افزایش بهره‌وری کمک قابل توجهی می‌کند (سپه‌پناه و موحدی، ۱۳۹۴). این فعالیت‌ها فشار را برای افزایش رقابت افزایش می‌دهد و همچنین واحدهای دیگر را وادار می‌کنند که یا کارایی خود را افزایش دهند و یا دست به ابداع بزنند. افزایش بهره‌وری و ابداع در واحدهای شغلی چه در سازمان‌ها، تولیدات، خدمات و یا بازار توان رقابت را افزایش می‌دهد. در همین راستا توسعه فرهنگ تلفیق‌پذیری در فرایند کارآفرینی و آماده سازی بسترها و زمینه‌های لازم برای کارآفرینی پایدار در نظام تولید در حرفه کشاورزی امری ضروری و مسلم محسوب می‌گردد (موحدی و همکاران، ۱۳۹۵).

1. Hitt et al

رویکرد ارزشی به کارآفرینی و تولید در بخش کشاورزی؛ تقویت روحیه کارآفرینی کشاورزان

در جوامع مختلف طیف نسبتاً گسترده‌ای از سیاست‌ها، برنامه‌ها، تدابیر و ابزارها برای مدیریت بخش کشاورزی و پاسخگویی به نیازهای جمعیت در حال رشد به کار گرفته می‌شود. با توجه به چالش‌های زیست‌محیطی و پتانسیل‌های مرتبط با رقابت‌پذیری، تولید، بهره‌وری و پایداری در بخش کشاورزی، کارآفرینی، نیرویی محرکه و حیاتی برای پیشبرد توسعه پایدار کشاورزی در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود (Asadi Sisakht et al., 2014). بنابراین، هنگامی که کارآفرینی به حوزه کشاورزی و محیط روستایی وارد می‌شود، می‌توان امیدوار بود که کشاورزان با بهره‌گیری از عواملی همچون خلاقیت و نوآوری، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت و ریسک‌پذیری این امکان به وجود بیاید که در فضای تولید و بهره‌وری به رسالت خود در قبال جامعه جامه عمل بپوشانند (Sookhtanlo et al., 2009). با این حال، می‌توان اذعان نمود که فرهنگ‌سازی کارآفرینی که همانا توسعه و تقویت روحیه کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش کشاورزان می‌باشد، به عنوان راه‌حلی برای این معضل حاد مطرح می‌شود. بنابراین، لازمه توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی بهبود روحیه کارآفرینی در بین کشاورزان، مروجان، فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بخش کشاورزی است (مومنی و مودن، ۱۳۹۴).

دانشگاه‌های کشاورزی می‌توانند به عنوان سازمان‌های پیچیده‌ای که تربیت متخصصان جامعه در رشته‌های گوناگون را بر عهده دارند، با در اختیار داشتن امکانات وسیع، انبوه دانشجویان و پژوهشگران و ابزار تحقیقاتی در زمینه‌های مختلف کمک شایانی به پیشرفت و پیشبرد کارآفرینی نمایند. هرچند که بیکاری گسترده در میان دانش‌آموختگان این رشته حیاتی، واقعیت تلخی را نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های انجام شده برای تربیت نیروی انسانی ماهر، دست کم برای مدتی بلا استفاده باقی می‌ماند (Asadi Sisakht et al., 2014). تجربیات موجود در زمینه اشتغال فارغ‌التحصیلان بخش کشاورزی در کشور نشان می‌دهد که یکی از راه‌های فایده‌آمیز بر این مساله، ارائه تعریفی نو از مقوله کار و اشتغال و گذر از کار جویی و کاریابی به کارآفرینی و نیز اشاعه آن از طریق آموزش می‌باشد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، حل این مشکل و تحقق اقتصاد مقاومتی نیازمند ارتقای توانمندی و روحیه کارآفرینی ذی‌مدخلان حوزه کشاورزی به ویژه کشاورزان و روستاییان می‌باشد. با توجه به نقش مهم بخش کشاورزی در اقتصاد کشور بهبود روحیه کارآفرینی کشاورزان این بخش ضرورت دارد و در وهله اول نیاز است که وضعیت موجود مورد شناسایی قرار گیرد (Kafayi Lotfi, 2005).

به گفته محمدزاده و صدیقی (۱۳۹۴) کارآفرینی در کشاورزی با ابداع و ترویج تکنولوژی مناسب، کاهش بیکاری، بهره‌وری اثربخش، تولید و عرضه مناسب و در نهایت افزایش درآمد و کمک به اقتصاد ملی و محلی، از طریق پرورش انسان‌های خلاق و مبتکر به چرخه کشاورزی امکان‌پذیر می‌باشد. علیرغم اهمیتی که به آموزش کارآفرینی داده می‌شود و در چند سال اخیر به شدت مورد حمایت قرار گرفته است. این نوع آموزش نیز با موانع و چالش‌هایی روبرو است که شناخت این موانع در مراحل مختلف برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی ضرورت دارد. در خصوص تقویت روحیه کارآفرینانه نظریه‌های متفاوتی وجود دارد (صبوری و همکاران، ۱۳۹۰). یکی از این نظریه‌ها که با توجه به ویژگی‌های روانشناختی افراد مطرح شده است، نظریه مک‌کلند می‌باشد. در مورد روحیه کارآفرینی تعریف جامع و مشخصی وجود ندارد، اما بیشتر صاحب‌نظران روحیه کارآفرینی را مجموعه‌ای از ویژگی‌های روانشناختی معرفی می‌کنند که قابل آموزش هستند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۳). مک‌کلند ویژگی‌های تشکیل دهنده روحیه کارآفرینی را شامل خلاقیت، عزت نفس، انگیزه، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و کنترل درونی می‌داند و معتقد است که پرورش ویژگی‌های ذکر شده در افراد باعث تقویت روحیه کارآفرینی در آنان می‌شود (McClelland, 1961).

در حال حاضر اغلب کشاورزان کشور ما که در مزرعه فعالیت می‌کنند افرادی هستند که سینه به سینه این مهارت را از پدران خود آموخته‌اند و این امر در حالی است که فارغ‌التحصیلان کشاورزی رغبتی به فعالیت در این حوزه نداشته و دارای روحیه کارآفرینی نیستند. در چنین شرایطی انتظار رقابت با محصولات کشاورزی سایر کشورها را نمی‌توان داشت (پیکارپرسا و همکاران، ۱۳۹۲). در چند سال اخیر در ایران نیز تعدادی از سازمان‌ها، مراکز آموزشی و سازمان‌ها به ویژه در بخش کشاورزی و روستایی تلاش کرده‌اند که با تدوین و ارائه برنامه‌های توسعه کارآفرینی در جهت ارتقای رفتارهای کارآفرینانه ذی‌نفعان بخش کشاورزی و توسعه روستایی اقدام نمایند

(Mohammadzadeh et al., 2016). این تلاش‌ها می‌تواند در بخش فعالیت‌های درون‌مزرعه‌ای، فعالیت‌های مربوط به فرآوری و صنایع تکمیلی کشاورزی با هدف تولید ارزش افزوده به محصولات کشاورزی و یا فعالیت‌هایی در خارج از مزرعه و در بخش خدمات کشاورزی صورت پذیرد. در این بین، ترویج کشاورزی به عنوان اصلی‌ترین ارکان و به عنوان یک مداخله‌گر بتواند به رسالت خود در بهبود شرایط زندگی کشاورزان نقش موثری داشته باشد (Kafayi Lotfi, 2005).

باز اندیشی نقش ترویج کشاورزی، جهت‌گیری کارآفرینانه

حرفه کشاورزی به دلیل قرار گرفتن در فضای باز از عوامل مختلف طبیعی و غیرطبیعی تاثیر می‌پذیرد. به همین دلیل در صورت نبود یک سازوکار مناسب در جهت تقویت کشاورزان و توانمند ساختن آنها، این بخش به شدت آسیب می‌بیند (شیرزاد، ۱۳۸۶؛ شاه‌ولی و همکاران، ۱۳۹۶). واضح است که توسعه آموزش‌ها و آگاهی دادن به کشاورزان به عنوان یکی از زیرساخت‌های توسعه هر کشور، از اهمیت فراوانی برخوردار است (Sookhtanlo et al., 2009). در همین راستا، توسعه فعالیت‌های ترویجی در بخش کشاورزی و روستایی می‌تواند نقش مهمی در رشد کشاورزی ایفا نموده و دستیابی به توسعه همه جانبه و پایدار کشاورزی را تضمین نماید. تسهیل و ترویج کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه یک راهبرد توسعه‌ای در بخش کشاورزی به شمار می‌رود (عبدالله‌زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۳). ارتقاء و بهره‌برداری از ظرفیت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی نیازمند محیطی سازنده و یک رهیافت نهادی مقتضی برای تسهیل توسعه کسب و کارهای کشاورزی است. در این میان نقش ترویج کشاورزی به عنوان یک مداخله‌گر و کانون اندیشه نوگرایی در بخش کشاورزی، در ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب و کار جدید در جامعه، انکارناپذیر است (شاه‌ولی و همکاران، ۱۳۹۶).

با وجود تمامی موفقیت‌ها و با در نظر گرفتن شرایط کشور باید پذیرفت که ترویج کشاورزی در حال حاضر با چالش‌ها و تنگناهای متعددی روبه رو است (صالحی و برادران، ۱۳۸۶). اشتغال نامناسب دانش‌آموختگان، عدم گرایش افرا به فعالیت‌ها و اقدامات کارآفرینانه (محمدزاده و صدیقی، ۱۳۹۴)، عدم ارتباط مؤثر بین بخش‌های اجرای و مدیریتی با کشاورزان (Mohammadzadeh et al., 2016)، ناکافی بودن تعداد آموزش‌های ترویجی (صبوری و همکاران، ۱۳۹۰)، عدم شناخت نیازهای واقعی کشاورزان (Adejo et al., 2012)، کمبود امکانات و ضعف مدیریت (Allahyari and Chizari, 2008) از جمله این تنگناها می‌باشد. در این میان، ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشاورزی نقش مهمی در تربیت نیروی ماهر جهت جبران این کمبودها و موانع ایفا می‌نماید و کمک می‌کند تا کشاورزان از حداقل منابع موجود بیشترین بهره ممکن را ببرند. لذا کارآفرینی، هم اکنون و با توجه به چالش‌های بیان شده به عنوان یک ضرورت، در پیشبرد اهداف ترویج کشاورزی و توسعه بخش کشاورزی و در نهایت کمک به اقتصاد ملی مورد توجه قرار گرفته است (Slaper and Hall, 2011). ترویج کشاورزی ملزم است برای ترقی به تقویت روحیه کارآفرینی در بین کشاورزان بیندیشند. چون نسل جوان و جدید روستایی نیاز دارد که بدانند چطور در برابر محیط‌های ناامن و پیچیده و قوانین و مقررات متغیر در بازار کار و بهره‌وری بیشتر با توجه به مدیریت منابع طبیعی بطور انعطاف پذیر عمل کند. ساختار ترویج کشاورزی باید طوری تنظیم گردد که کشاورزان بتوانند در آینده بصورت کارآفرین در جامعه به ویژه در روستا فعالیت کنند (Mohammadzadeh et al., 2016 and Allahyari and Chizari, 2008). چرا که نظام ترویج کشاورزی لازمه پیشرفت کشاورزی و انتشار فناوری‌های موجود است. طوری که کارآیی نظام‌های کشاورزی در گرو خدمات ترویج است (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴ و صبوری و همکاران، ۱۳۹۰). لذا در این بین، باز اندیشی نقش ترویج کشاورزی، در جهت تسهیل و ترویج کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کارآفرین در بخش کشاورزی به عنوان یک راهبرد توسعه‌ای در بخش کشاورزی به شمار می‌رود (عبدالله‌زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۳).



حرکت ترویج کارآفرینی در راستای توانمندی کشاورزان با تاکید بر مدیریت ضایعات فرآورده‌های کشاورزی

همانطور که بیان شد، موضوع مهمی که سیاست‌مداران و برنامه‌ریزان هر کشوری باید در نظر بگیرند تعیین خط‌مشی کلان در رابطه با کاهش ضایعات می‌باشد و بعد از تعیین خط‌مشی و سیاست کلان بایستی مسئولیت‌ها و وظایف، سازمان‌های خصوصی و دولتی مشخص و تعیین شود (Jose and Niels, 2014). اهمیت ضرورت و توجه به کاهش ضایعات محصولات کشاورزی باید به عنوان یکی از اصول اساسی دستیابی به ارزش افزوده بالاتر در کشور در قلمرو سیاست‌های کلان کشاورزی وارد شود. ولی حتی آمار دقیق و مکفی در این زمینه وجود ندارد و مطالعات بسیار کم‌رنگ و ناچیزی در این زمینه به ویژه در کشور ایران صورت گرفته است (پیکارپرسان و همکاران، ۱۳۹۲). هر چند محدود آمارهای موجود هم به صورت تخمینی هستند. برای مثال آمارها نشان می‌دهند که از مجموع تولید محصولات کشاورزی شامل محصولات باغی و زراعی در ایران در سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۹۰ میلیون تن و میزان ضایعات و پسماند حاصل از این بخش قریب به ۱۵/۳ میلیون تن یعنی حدود ۱۷٪ از کل تولیدات بخش کشاورزی کشور برآورد گردیده و ارزشی معادل ۳۸/۲۵۰ میلیارد ریال را به خود اختصاص می‌دهد (شادان، ۱۳۸۶). هر چند مطابق آنچه گفته شد بیشتر این آمارهای بیان شده دقیق نیستند، اما با توجه به شرایط فعلی اقتصاد و کاهش درآمد ارزی در کشور باید، از امکانات استفاده بیشتری کرد، تا تولیدات را افزایش داد و از بند واردات رها شد و نهایتاً از هدر رفتن ارز جلوگیری کرد (محمدزاده و صدیقی، ۱۳۹۴).

کشور ما طی سال‌های گذشته در زمینه بسیاری از مواد و محصولات به مرز خودکفایی رسیده است ولی عواملی چون افزایش جمعیت در کنار عدم کاهش ضایعات راه را برای رسیدن به نقطه استقلال، طولانی‌تر نموده است (مومنی و موذن، ۱۳۹۴). ضایعات کشاورزی در پنج مرحله کاشت، داشت، برداشت، توزیع و مصرف روی می‌دهد. ولی قسمت عمده ضایعات در مراحل برداشت و پس از آن می‌باشد (شادان، ۱۳۸۶). مواردی نظیر زمان برداشت محصول، عوارض پاتوبیولوژیکی، تکنولوژی انبارداری، بسته‌بندی و حمل و نقل به عنوان مهمترین عوامل ایجاد ضایعات پس از برداشت محصول، معرفی شده‌اند. انجام مقدمات لازم جهت کاهش ضایعات در مراحل مختلف تولید محصولات کشاورزی، سبب افزایش بهره‌وری و تولید در این بخش خواهد شد که موجب کاهش مهاجرت و افزایش اشتغال در مهمترین بخش تولیدی کشور با حداکثر سود اقتصادی نیز خواهد بود (Kafayi Lotfi, 2005). لذا در این راستا ترویج کشاورزی با جهت‌گیری کارآفرینانه و با برگزاری دوره‌های آموزشی در جهت تقویت روحیه کارآفرینی روستاییان و بهره‌برداران می‌تواند به عنوان یکی از مهمترین ارکان و پایه‌های کشاورزی نقش بسیار مهمی را در افزایش بهره‌وری و کاهش ضایعات به عهده بگیرد (صالحی و برادران، ۱۳۸۶). در تحقیق که توسط برنس و همکاران^۲ (۲۰۰۸) صورت گرفت، نشان داده شد که یکی از موانعی که پیش‌روی مجریان ترویج کشاورزی در اجرای برنامه‌های کارآفرینانه است، عدم حمایت و پشتیبانی مدیران سطوح بالا در اجرای برنامه، نیروی انسانی ناکافی و بی‌انگیزه بودن آنها می‌باشد. در حال حاضر جهت هماهنگی با تغییرات عصر جدید و کمک به افزایش تولیدات و بهره‌وری کشاورزی، نیاز مبرمی نسبت به تقویت مهارت کارآفرینانه مخصوصاً در سازمان ترویج و آموزش کشاورزی احساس می‌شود (Mohammadzadeh et al., 2016). ترویج کشاورزی یک نوع مداخله‌گری است که از طریق برگزاریهای دوره‌های آموزشی، به کشاورزان کمک می‌کند تا روش‌ها و فنون کشاورزی خود را اصلاح کنند یا روش‌های جدید و نو بکارگیرند. در این صورت است که بهره‌وری و درآمد خود را بالا برده، و می‌توانند سطح زندگی خود را بهبود ببخشند و استاندارد زندگی خود را ارتقاء دهند (یادآور، ۱۳۹۵). طوری که ترویج کشاورزی با استفاده از کارآفرینی به عنوان یک حرفه، همانند دیگر حرفه‌ها فعالیت‌های خلاقانه خود را توسعه دهد و از طریق برنامه‌های مختلف آموزشی و آگاه‌سازی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، به توانمندسازی و تقویت روحیه کارآفرینی در بین کشاورزان برای مدیریت و کاهش ضایعات به کمک خود کشاورزان و روستاییان بپردازد (شاه‌ولی و همکاران، ۱۳۹۶). زیرا در جریان توسعه بخش کشاورزی به دلیل افزایش روز افزون جمعیت و محدودیت منابع، لزوم استفاده بهینه از منابع و ارتقای بهره‌وری عوامل تولید از اهمیت بالایی برخوردار است. در این

². Brenes et all

راستا ترویج و آموزش کشاورزی به عنوان یکی از مهمترین ارکان و پایه‌های کشاورزی نوین می‌تواند در بهره‌وری و ضایعات کشاورزی و در کل بهبود شرایط زندگی کشاورزان نقش موثری داشته باشد (موحدی و همکاران، ۱۳۹۵).

ترویج کشاورزی با تقویت روحیه کشاورزان و بهره‌برداران می‌تواند تولیدکنندگان بخش کشاورزی را به عنوان راهکاری جهت افزایش بهره‌وری و کاهش ضایعات در راس امور و اقدامات خود قرار دهد (محمدزاده و صدیقی، ۱۳۹۴). این سازمان می‌تواند در زمینه تغییرات مطلوب افکار، تولید ایده‌های نو، توانایی انجام ریسک، کنترل اعمال، عقاید و فرهنگ تولیدکنندگان تاثیرگذار باشد و با اجرای خدمات حمایتی خود باعث شناخته شدن استعدادها بالقوه در این بخش شده تا از این قابلیت‌ها حداکثر بهره را ببرد. سپس به تبع آن با افزایش بهره‌وری در هر یک از بخش‌های تولید در اثر افزایش دانش و آگاهی تولیدکنندگان، ضایعات رو به کاهش گذاشته و گامی بزرگ در جهت خودکفایی برداشته شود (شاه‌ولی و همکاران، ۱۳۹۶).

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه آگاه کردن مردم از آثار زیست‌محیطی، اقتصادی - اجتماعی و مدیریت ضایعات کشاورزی، ارتقای استانداردهای زیست‌محیطی و صرفه‌جویی اقتصادی را به دنبال دارد. این مسئله به‌خصوص در جامعه ما که از جهت اشتغال و بهره‌وری و مهارت یافتگی نیروهای آموزش دیده دارای کاستی‌هایی است، به تبع آن از ناامنی، اضطراب و نامالایمات اقتصادی و اجتماعی رنج می‌برد، حائز اهمیت است. بنابراین، لازم است که در کشور به اشاعه و ترویج کارآفرینی توجه شود و از به کارگیری کارآفرینان حمایت گردد. در این راه تمام نهادهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و آموزشی باید همکاری لازم را انجام دهند.

همانگونه که در مطالب هم ذکر شد، ضایعات در بخش کشاورزی در چند مرحله و تحت تأثیر میزان آگاهی کشاورزان، روش‌ها، تکنولوژی و الگوهای تولید، امکانات و ظرفیت زیرساخت‌های داخلی کشور، مکانیزم ظرفیت بازار، زنجیره‌های بازار، کانال‌های پخش و توزیع محصولات کشاورزی و فرآورده‌های غذایی و در نهایت الگوهای خرید و مصرف مواد غذایی در بین مصرف‌کنندگان قرار دارد. اما روش درست و اصولی این است که، صرف نظر از سطح توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح کشور، لازم است ضایعات محصولات کشاورزی در پایین‌ترین سطح ممکن نگاه داشته شود.

ضایعات غذا از جنبه هدررفت منابع مورد استفاده در تولید محصولات کشاورزی از جمله آب، انرژی، صرف هزینه‌های اقتصادی اضافی توسط کشاورزان که فاکتورهای اصلی در تولیدات کشاورزی به شمار می‌رود، حایز اهمیت است. بنابراین، لازم است دولت‌ها و فعالان عرصه اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی بدون در نظر گرفتن هرگونه تعلق و گرایش و بدور از هرگونه قشری‌نگری و جزیره‌ای عمل کردن، به‌طور منسجم و با تمام توان و پتانسیل در جهت آموزش، ترویج و توسعه واقعی آن در سطح همه لایه‌های اقشار اجتماع همت گمارند. در این میان نقش نهادهای علمی - آموزشی و پرورشی بسیار حیاتی خواهد بود تا در ایجاد، بسط و گسترش نهضت ملی کارآفرینی همه توان و ظرفیت خود را به کار بگیرند. سپس بهتر است علاوه بر توجه و عنایت به مقوله کارآفرینی تمامی مسئولان، برنامه‌ریزان و متولیان بخش کشاورزی و روستایی در راه نهادینه‌سازی این فرهنگ متعالی گام بردارند. در این راستا، ترویج کشاورزی می‌تواند با انجام رسالت‌های خود باعث شناخته شدن استعدادها بالقوه در بخش کشاورزی شده، و در جهت تقویت روحیه کارآفرینانه از این قابلیت‌ها حداکثر بهره را ببرد و با افزایش دانش و آگاهی تولیدکنندگان، علاوه بر مدیریت و کاهش ضایعات کشاورزی، باعث صرفه‌جویی در هزینه و تمرکز در بخش‌های غیرکشاورزی می‌شود. مثلاً ترویج کشاورزی علاوه بر آموزش‌های حرفه کشاورزی با تقویت روحیه کارآفرینی در زمینه غیرکشاورزی از قبیل بسته‌بندی، فرآوری مواد غذایی و دیگر موارد از این قبیل، هم به اشتغال روستاییان به ویژه جوانان و زنان کمک می‌کند و هم از مهاجرت روستاییان جلوگیری می‌کند. که در نهایت آبادی و توسعه هر چه بیشتر روستاها را به دنبال دارد. به عبارتی هر کدام از عوامل بهره‌وری و ضایعات کشاورزی به تنهایی و به صورت مستقیم با ترویج کشاورزی در ارتباط هستند. حال اگر با دید کلی تری به این نگاه کرد، می‌توان رابطه مستقیمی را بین این عامل ذکر شده ترسیم کرد. به این صورت که ترویج کشاورزی با یک رویکرد کارآفرینانه

یکی از بهترین روش‌های توسعه اشتغال و افزایش درآمدهای کشاورزی و غیرکشاورزی، ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی است. از سوی دیگر ایجاد صنایع تبدیلی و تکمیلی، مؤثرترین راهکار برای کاهش حجم ضایعات کشاورزی، مقاوم سازی اقتصاد و افزایش راندمان به قلمداد می‌شود.

پیشنهادها

با توجه به آنچه در این تحقیق ذکر رفت، راهکارهای مطلوب برای کاهش ضایعات تولیدات کشاورزی در گروه شناسایی عوامل مختلف زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی، آموزش و آگاه‌سازی کشاورزان و سیاست‌های موجود در کشور است. در همین راستا و برای مدیریت هر چه بهتر در کاهش ضایعات تولیدات کشاورزی و کمک به روستاییان و کشاورزان با توجه به تقویت روحیه کارآفرینانه، موارد زیر پیشنهاد می‌شود.

- دولت با در نظر گرفتن تمامی عوامل ایجاد و تولید ضایعات و پسماند بخش کشاورزی در راستای کاهش آن نسبت به ارتقای سطح آگاهی کشاورزان با تقویت آموزش و ترویج کشاورزی مدرن، ارائه الگوهای نو و جدید، و حمایت منابع مالی جهت تقویت روحیه کارآفرینانه کشاورزان و حتی مدیران و مسوولان بخش کشاورزی نسبت به تدوین یک برنامه کاربردی متناسب با نیازهای واقعی هر منطقه اقدام کند.
- برگزاری دوره‌های ترویجی برای گروه‌های مختلف روستایی (زنان، دختران، جوانان، باغداران و...) با هدف تقویت روحیه کارآفرینانه در صنایع تبدیلی کوچک جهت فرآوری و تبدیل ضایعات و پسماند بخش کشاورزی بسیار مثمرتر خواهد بود. البته در این بخش دولت نیز با اعطای تسهیلات کم بهره می‌تواند موجبات انگیزه مشارکت بخش خصوصی را در این امر فراهم نماید و از بخش‌ها و واحدها نوآور، خلاق و یا دانش بنیان حمایت به عمل آورد.
- آموزش مروجان و پرورش مروجانی خلاق و کارآفرین در زمینه مدیریت بهینه کاهش ضایعات کشاورزی جهت کمک به کشاورزان و روستاییان.
- استقبال از ایده‌های خلاقانه و نو کشاورزان در زمینه‌های مختلف، به ویژه در زمینه کاهش ضایعات محصولات کشاورزی و معرفی کشاورزان کارآفرین به سازمان‌های دولتی برای دریافت تسهیلات.
- برگزاری دوره‌های ترویجی برای تقویت انگیزه کشاورزان و توان خطرپذیری در مقابله با مشکلات.
- برگزاری دوره‌های ترویجی در جهت آشنایی با تجارت و خرید و فروش الکترونیکی به منظور فروش به موقع محصولات و جلوگیری از ضایعات و تلف شدن تولیدات کشاورزی

فهرست منابع

۱. احمدپور، م و عرفانیان، الف. ۱۳۸۶. نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی، مجله اقتصادی، جلد ۷، شماره ۷۰، ص ۲۲-۴.
۲. پیکارپرسان، مرجان، شعبانعلی فمی، حسین، دانشورعامری، ژیلا و خدابخشی، آزاده. ۱۳۹۲. عوامل مؤثر بر به‌کارگیری عملیات مدیریت ضایعات در تولید سیب در شهرستان ابهر، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی، دوره ۲۴، شماره ۲، ص ۳۲۹-۳۴۱.
۳. سپه پناه، م. و موحدی، ر. ۱۳۹۴. کارآفرینی پایدار رویکردی نو در کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۲، شماره ۱، ص ۳۶-۱۹.

۴. شادان، عبدالرحمن، ۱۳۸۶، بررسی ابعاد اقتصادی ضایعات محصولات کشاورزی در ایران، ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، مشهد، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشگاه فردوسی مشهد.
۵. شاه‌ولی، منصور. خلیق‌زاده، پروین و کرمی، غلامحسین. ۱۳۹۶. رویکرد ارزشی به کسب و کار و تولید در بخش کشاورزی: مهیاسازی برای ترویج سازوکار تأمین زکات، توسعه آموزش عالی کشاورزی با تأکید بر کارآفرینی پایدار، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۴، شماره ۲، صص ۸۷-۱۰۲.
۶. شریف‌زاده، محمدشریف. ۱۳۹۳. کشاورزی پایدار کارآفرینانه: در جستجوی رهیافتی مقتضی برای تسهیل توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۱، شماره ۱، صص ۱۰۳-۱۲۹.
۷. شیرزاد، ح. ۱۳۸۶. مطالعه تطبیقی نظام‌های بیمه محصولات کشاورزی در کشورهای مختلف جهان، فصلنامه برنامه و بودجه، شماره ۸۱، صص ۸۱-۱۱۴.
۸. صالحی، س. و برادران، م. ۱۳۸۶. راهکارهای بکارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی. ماهنامه ی جهاد، سال ۲۶، شماره ۲۴۷.
۹. صبوری، م. ملک‌محمدی، ا. چیدری، م. حسینی، م. ۱۳۹۰. جهت‌گیری‌های آتی نقش‌های ترویج در توسعه کشاورزی از منظر کنشگران نظام دانش و اطلاعات کشاورزی. فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۴، شماره ۴، صص ۱-۲۶. زمستان ۱۳۹۰.
۱۰. عباسی، عنایت. محمدزاده، لطیف و فرهادیان، همایون. ۱۳۹۳. ارزیابی تأثیر ارائه درس کارآفرینی بر تقویت کارآفرینی فراگیران در مرکز آموزش کشاورزی شهرستان میاندوآب، فصلنامه کارآفرینی و کشاورزی، سال ۱، شماره ۱، صص ۵۰-۶۹.
۱۱. عبدالله زاده، غ. و شریف زاده، م.ش. ۱۳۹۳. تلفیق پایداری در فرآیند کارآفرینی: تبیین مفهوم، ضرورت و ملزومات کارآفرینی پایدارگرا و کسب و کار سبز، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۱، شماره ۳، صص ۳۶-۶۳.
۱۲. کاردان‌یامچی، ح.، غنی‌زاده، ق. و قهری، الف. ۱۳۹۲. بررسی امکان‌سنجی استفاده از بیوگاز و پتانسیل‌های آن در مناطق روستایی و دورافتاده. فصلنامه علمی ترویجی راه سلامت، ایمنی و محیط زیست، ۳ (۴)، صص ۲۷-۳۸.
۱۳. محمدزاده، لطیف و صدیقی، حسن. ۱۳۹۴. شناسایی موانع آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی (مطالعه موردی: مرکز آموزش کشاورزی شهرستان میاندوآب)، فصلنامه کارآفرینی و کشاورزی، سال ۲، شماره ۳، صص ۴۳-۵۱.
۱۴. موحدی، رضا. گلی، فائزه. یوسفی‌محمدی، مریم. ۱۳۹۵، توسعه آموزش عالی کشاورزی با تأکید بر کارآفرینی پایدار، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۳، شماره ۱، صص ۵۵-۷۷.
۱۵. مومنی هلالی، ه.، مودن، ز. ۱۳۹۴. مروری بر موانع توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۲، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۲۴.
۱۶. یادآور، حسین. ۱۳۹۵. کارکردهای ترویج بازاریابی در کارآفرینی کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۳، شماره ۲، صص ۱۷-۳۷.
17. Adejo, P.E., Okwu, O.J., and Ibrahim, M.K. 2012. Challenges and prospects of privatization of agricultural extension service delivery in Nigeria. Journal of Agricultural Extension and Rural Development Vol. 4(3), pp. 63 – 68.
18. Allahyari, MS., and Chizari, M. 2008. Supportive organizations regarding environ. sound agriculture in Iran. Green Farming J., 1(6):1-4.
19. Asadi Sisakht, K., Jalili Orumieh, S., and Talebi, K. 2014. Identification and Analysis of Entrepreneurial Strategies preserving Schumpeterian Rent. Journal of Entrepreneurship, Business and Economics, 2(1): 41–63.
20. Brenes ER, Mena, M., Molina, GE. 2008. Key Success Factors for Strategy Implementation in Latin America. Journal of Business Research. 2008; 61 (6): 590-8.

21. Gurel, E., L. Alting and R. Daniele. 2010. Tourism students entrepreneurial intentions, *Annals of Tourism Research*, 37(3): 646-69.
22. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Sirmon, D.G., and Trahms, C.A. 2011. Strategic entrepreneurship: Creating value for individuals, organizations, and society. *Academy of Management Perspectives*. 25(2): 57-75.
23. Jose, E.A., and Niels, B. 2014. Global entrepreneurship monitor 2013 global report. www.gemconsortium.org/report. 104p.
24. Kafayi Lotfi. S. (2005). An Investigation on the Perception of the Apple Orchardists about the Role of Extension Education Activities in Prevention of Postharvest Losses in Damavand Township, Master Thesis, Tarbiat Modares University.
25. McClelland, D. 1961. *The Achieving Society*, Princeton: NJ, Van Nostrand.
26. Mohammadzadeh, Latif., Sadighi, Hassan and Abbasi, Enayat. 2016. Assessment of farmer-oriented agricultural extension intervention in Iran. *The Journal of Agricultural Education and Extension*. 1-14.
27. Shan. S. Locke .E & Collin .C. (2003) "Entrepreneurial motivation. *Human resource management Review* " Vol .13 pp 257-279.
28. Slaper, T.F., and Hall, T.J. 2011. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? *Indiana Business Review Magazine*, March 22, 2011.
29. Sookhtanlo, M., A. Rezvanfar and S.M. Hashemi. 2009. Psychological Capabilities Affecting Agricultural Students Entrepreneurship Level: A Comparative Study. *Research Journal of Agriculture and Biological Sciences*, 5: 175-184.

