

بررسی عوامل مؤثر بر دانش صیفی کاران جنوب استان کرمان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی

۱-مرضیه پهلوانی، ۲-امیرحسین علی بیگی

۱-دانش آموخته ی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی

۲-امیرحسین علی بیگی، دانشیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر، بررسی عوامل فردی، زراعی، اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر دانش صیفی کاران در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی می باشد. برای انجام این پژوهش از روش توصیفی و همبستگی استفاده شد. جامعه مورد مطالعه کشاورزان صیفی کار جنوب استان کرمان بودند که بر اساس نمونه گیری چندمرحله ای تعداد ۳۶۳ نفر انتخاب شدند. نتایج نشان داد که به طور کلی نمره دانش پاسخگویان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی ۱۱/۵۸ (از ۲۰) به دست آمد که نشان از دانش ضعیف پاسخگویان در این زمینه دارد. همچنین بین دانش کشاورزان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی با متغیر سن، فاصله مزرعه تا مرکز خدمات کشاورزی، تجربه کار کشاورزی، عضویت در تعاونی تولید روستایی و عضویت در شورای اسلامی شهر تاثیر منفی و معناداری وجود دارد. بین دانش و مساحت زیر کشت، تحصيلات، درآمد سالیانه کشاورزی، عضویت در بسیج روستا و منابع ارتباطی نیز رابطه مثبت و معناداری یافت شد.

واژه های کلیدی: مدیریت، مدیریت کسب و کار زراعی، دانش، کشاورزان صیفی کار، جنوب استان کرمان

Investigating the Factors Affecting the Truck farmers' Knowledge of Southern Kerman Province on the Field of Agricultural Business Management

Morzieh Pahlavani¹, Amir Hossein Ali Beigi²

1- M.S., Agricultural promotion and education, Razi University

2- Amir Hossein Ali Beigi, Associate Professor, Faculty of Agriculture, Razi University

Abstract

The main objective of this research is to investigate the individual, agronomic, social and economic factors affecting the knowledge of truck farmers in southern Kerman province agricultural business management. This research was applied in terms of its purpose and descriptive-survey in terms of method. The statistical population of the study consisted of all truck farmers in southern Kerman province with 75000 persons. The statistical sample of the study included 382 farmers who were selected by multi-stage cluster sampling according to the sampling table of Morgan (1970). The results showed that in general, knowledge score of respondents in agribusiness management was 11.58 (out of 20), which indicates a low level of acceptable knowledge of respondents in this field. Also, there is a negative and significant relationship between knowledge of farmers in agribusiness management with age variable, farm distance to agricultural service center, agricultural experience, membership in rural production cooperatives and membership in Islamic city council. There was a positive and significant relationship between knowledge and area under cultivation, education, annual agricultural income, membership in rural mobilization and communication resources.

Keywords: Management, Agricultural Business Management, Knowledge, Truck farmers, South of Kerman Province

مقدمه

بررسی وضعیت بهره‌وری کشاورزی در ایران نشان می‌دهد که سطح آن نسبت به کشورهای توسعه یافته و برخی کشورهای هم سطح پایین تر است (قاندی و حسینی نیا، ۱۳۸۷). یکی دیگر از مسائلی که بخش کشاورزی ایران با آن روبرو است، هدر رفتن یا افت شدید محصول است که به دلیل نبود مدیریت صحیح و پایین بودن بهره‌وری در این بخش روی می‌دهد (صامتی و نراقی، ۱۳۸۸). با توجه به اینکه مدیریت واحدهای بهره‌برداري عمدتاً سنتی و غیرتجاری می‌باشند، این واحدها با مشکلاتی از قبیل عدم بهره‌برداري مطلوب از عوامل مختلف تولید مواجه هستند (حکمت و همکاران، ۱۳۹۲). بهره‌برداري نادرست بیش از هر چیز به ضعف مدیریت عوامل تولید و پایین بودن آگاهی، اطلاعات و مهارت‌های فنی کشاورزان مربوط است. این مسئله به ویژه در مورد بهره‌برداران خرد بیشتر صادق است (یعقوبی و همکاران، ۱۳۸۸). توسعه بخش کشاورزی و افزایش بهره‌وری منبع‌های این بخش نیازمند افزایش دائمی سطح دانش و مهارت مدیران واحدهای بهره‌برداري و تولیدکنندگان کشاورزی است. به عبارتی دیگر، کشاورز در نقش مدیر تولید، بدون آشنایی و پذیرش شیوه‌های نوین و بدون برخورداری از یک مدیریت منطقی نمی‌تواند با موفقیت به فعالیت اقتصادی بپردازد (حکمت و همکاران، ۱۳۹۲).

تمامی این مشکلاتی که بیان شد نشان از توجه مضاعف به مهارت‌های فنی و تولیدی کشاورزان می‌باشد در حالی که با گذر زمان مسلمان کشاورزان با توجه به تجربیاتی که کسب می‌کنند و همچنین انتقال این تجربیات به نسل‌های بعدی می‌توان امید داشت که کشاورزان در زمینه مهارت‌های عملیاتی مزرعه موفق باشند. آنچه که با گذر زمان و تغییر تکنولوژی و همچنین جهانی شدن باید مورد توجه قرار گیرد توجه به تمامی مواردی است که باید کشاورزان برای موفقیت در امر کشاورزی به آن‌ها دست یابند. از قبیل، تاکید بر بازار و نیاز کشاورزان به رقابت، خواستار مهارت‌های بهتر مدیریت مزرعه می‌باشد. تغییر در نرخ سریع محصولات کشاورزی با توجه به فشار قیمت تمام شده همراه با کاهش قیمت و افزایش هزینه‌های ورودی بسیاری از کشاورزان که مایل به ماندن در این میدان کسب و کار می‌باشند نیاز به تصمیم‌گیری در مورد چگونگی کسب و کار خود هستند. این تغییرات بدون شک ادامه خواهد داشت و وجود خواهد داشت و با توجه به تغییرات چشمگیر فناوری بیشتر نیز خواهد شد. بنابراین کشاورزان برای بهبود درآمد مزرعه باید بتوانند مهارت لازم را در زمینه متناسب با محیط کسب و کارشان را داشته باشند در غیر این صورت نمی‌توانند در این محیط دوام آورند (الریماوی، ۲۰۰۴). با توجه به شرایط طبیعی و اقتصادی ایران تولید محصولات کشاورزی در این شرایط یکی از پرمخاطره‌ترین مشاغل محسوب می‌شود. بدیهی است که کشاورز اگر نتواند خود را با این شرایط سازگار کند و دانش کافی را جهت مدیریت در شرایط گوناگون نداشته باشد متحمل ضررهای اقتصادی زیادی خواهد شد.

با گذشت زمان، همچنین تنگناها و فشارهای اقتصادی، پیشرفت تکنولوژی، افزایش قیمت‌های نهاده‌ها و بلاخص بالا رفتن رقابت در بازار فروش محصولات کشاورزان را مجبور به تغییر رویه‌ی خود از مدیریت مزرعه و تبدیل شدن به مدیریت کسب و کار برای مزرعه خویش کند. به عبارتی کشاورزان برای موفقیت در امر کسب و کار و افزایش سود و بازده مزرعه خود باشند باید علاوه بر مهارت‌های لازم در زمینه تولید محصولات (توجه به بعد فنی) بر امر اقتصاد و همچنین مهارت‌های جدید که با گذشت زمان برای افزایش سود آوری مزرعه لازم است مسلط باشند، به عبارتی، تولید و کار سخت کافی نیست کشاورزان باید از مدیر مزرعه به مدیر کسب و کار زراعی، جهت مقابله با تغییرات پیش رو تبدیل شوند. هر چند در کشور ما هنوز هم به این سری مهارت‌ها توجهی نشده و بیشتر به جنبه‌ی فنی مزرعه برای افزایش عملکرد مزرعه توجه می‌کنند اما این امر در کشورهای دیگر برای مواجهه با فشارها و تنگناهای اقتصادی و جهت کاهش ضررهای مالی کشاورزان مورد قبول واقع شده است.

مدیریت کسب و کار مزرعه شامل داشتن اهداف آن مزرعه و تعیین اهداف برای رسیدن به آنها می‌باشد (رلز، ۲۰۰۱). به عبارت دیگر تجزیه و تحلیل کسب و کار مزرعه پس از فرایند بازیابی، سازماندهی، پردازش و تجزیه و تحلیل اطلاعات در تصمیم‌گیری کسب و کار استفاده می‌شود. حتی به زبانی ساده تر سه سوال اند که خواسته می‌شود تا به آنها پاسخ دهند یعنی کجا هستیم؟ کجا باید باشیم؟ و چگونه باید آنجا دست یافت (رسید). همانگونه که بوهلیج و همکاران (۲۰۰۲) نیز بیان داشتند که به منظور دستیابی به سطح قابل قبولی از موفقیت از



طریق تولید محصولات کشاورزی، ضروری است تا مدیران مزارع به هزینه تولید پایین تر از متوسط آن در بازار فروش دست پیدا کنند. برای دستیابی به این هدف هزینه ای، کشاورزان باید به مهارت های تولیدی و فنی قوی دست یابند. هر اندازه که دانش و آگاهی افراد در مورد مدیریت صحیح کسب و کار زراعی کمتر باشد متعاقب آن سطح بروز رفتار صحیح نیز کمتر است. که این امر به نوبه خود موجب ضررهای مالی و کاهش درآمد خواهد بود.

جنوب استان کرمان که منطقه پژوهش می باشد تمامی این شرایطی که در بالا اشاره شد روبروست. از آنجا که این منطقه قطب تولید صیفی جات است. طبق بررسی های صورت گرفته و همچنین گزارش های دریافتی از سازمان جهاد کشاورزی این منطقه متاسفانه با توجه به این پتانسیل ها، و کیفیت مرغوب محصولات کشاورزی این منطقه، و همچنین مهارت های فنی بالای تولیدی، کشاورزان از درآمد کسب و کار خود راضی نیستند و همیشه محصول که کیفیت آن تایید شده است روی زمین می ماند و کشاورز هزینه های هنگفتی را از دست می دهد حال می خواهیم بررسی کنیم که آیا دلیل این نارضایتی و درآمد پایین به دلیل نداشتن دانش در زمینه مدیریت کسب و کار است؟ یا عوامل دیگری نیز دخیل هستند؟ مدیریت صحیح کسب و کار مزرعه یکی از روش هایی است که می تواند در این زمینه بتواند از مشکلات یاد شده در این زمینه جلوگیری کند لذا در این تحقیق سعی بر آن است که آیا نا مناسب بودن دانش مدیریت کسب و کار باعث این مشکلات گردیده یا به طور دقیق تر آیا کشاورز قادر به مدیریت کسب و کار خود در این شرایط هست؟ آیا دانش این را دارد که بتواند جلوی ضررهای وارده را بر روی کسب و کار زراعی خویش بگیرد؟ این درحالی است که در مباحث مربوط به بررسی دانش کشاورزان در این زمینه می توان برای افزایش آگاهی کشاورزان نسبت به مدیریت مزرعه و به ویژه مدیریت کسب و کار مزرعه شان به راه حل های زیادی جهت آموزش دست یافت. در این راستا مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان کرمان به عنوان نهادی که وظیفه آن رفع نیازهای اطلاعاتی کشاورزان و کمک به آنها در جهت بهبود عملکرد مزرعه و بهبود کسب و کار شان می باشد، نقش به سزایی دارد. به طور کلی ارزیابی دانش بهره برداران در زمینه مدیریت کسب و کار مزرعه در قبل از هر اقدام آموزشی می تواند نقش مهمی در بهبود ظرفیت سازی و توسعه منابع انسانی و در نتیجه، موفقیت برنامه های آموزشی و ترویجی مدیریت مزرعه و بلاخص مدیریت کسب و کار زراعی داشته باشد. این اطلاعات کمک می کند تا تصمیم گیری های مربوط به بهبود این مسئله و ارائه راهکارهای مناسب جهت حل آن برای مسئولین آسان تر گردد. از طرف دیگر نیز با مشخص شدن منابع و مجاری اطلاعاتی مورد استفاده کشاورزان و نیز مشخص شدن نیازهای آموزشی مورد نیاز در این زمینه می توان به طور دقیق تر و با برنامه ریزی صحیح به امر آموزش در این زمینه پرداخت.

در تحقیقی با عنوان مهارت های مدیریت کسب و کار برای قرن ۲۱، مهارت های مدیریت کسب و کار مزرعه را به هشت سطح تقسیم کرده که شامل موارد زیر است: ۱- مهارت های مدیریت تولید ۲- مهارت های مدیریت فروش ۳- مهارت های مدیریت مالی ۴- مهارت های مدیریت کارکنان ۵- موضع گیری استراتژیک ۶- مهارت های مدیریت ارتباطات ۷- مهارت های رهبری و ۸- مهارت های مدیریت ریسک (بوهلج وهمکاران، ۲۰۰۲). همچنین میسرا و مورهارت نیز در سال ۲۰۰۱ موفقیت مالی در فراورده های لبنی مزارع را مورد بررسی قرار دادند و متوجه شدند که اجزای مختلف مدیریت، اندازه گیری شده آموزش مدیران، کنترل هزینه، سازمان کسب و کار مزرعه، و مدیریت ریسک از عوامل مهم موفقیت کسب و کار مزرعه بودند. در پژوهشی دیگر ماکهام و مالکوم (۱۹۸۶) مجموعه ای از وظایف کلیدی برای مدیران کسب و کار مزرعه های لبنی را شامل: تولید و حفاظت محصولات، تولید و پرورش حیوانات، انتخاب ماشین الان و تعمیر و نگه داری، جنبه های اقتصادی مدیریت مزرعه، امور مالی و اعتباری، بازاریابی، مدیریت کار و ارتباطات، جمع اوری اطلاعات.

نوتال (۲۰۰۶) در تحقیق خود بر اساس مرور منابع بیان می کند که یک مدیر مزرعه خوب باید ویژگی های زیر را دارا باشد: (۱) شناسایی مشکلات و فرصت ها، (۲) داشتن مهارت های خوب جستجوی اطلاعات، (۳) توانایی برای دسته بندی و جدا نمودن چیزهای مرتبط و غیر مرتبط از هم، (۴) توانایی ساده نمودن چیزهای پیچیده، (۵) توانایی اداره نمودن در شرایط سخت، (۶) توانایی متصور شدن نتایج فعالیت های ممکن، (۷) توانایی پیش بینی نتایج و عمل نمودن به موقع، (۸) داشتن همه مهارت ها و دانش های فنی مناسب، (۹) درک و فهم مقابله با خطر و شرایط نامطمئن (نوتال، ۲۰۰۶). به طور کلی می توان گفت محکم ترین نظریه ای که در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی وجود



دارد و بسیاری از محققان نیز از این نظریه استفاده می کنند؛ نظریه بوهلج و همکاران (۲۰۰۲) می باشد که دارای هشت سطح است. برخی شواهد نشان دهنده این هستند که نیاز به اطلاعات بازاریابی در بین نیازهای دیگر کشاورزان بسیار مهم به شمار می آید، نتایج مطالعه ای که در جمهوری چک انجام شد، نشان می دهد که اطلاعات در مورد بازاریابی از نظر کشاورزان، رتبه اول و اطلاعات درباره فراوری و فروش محصولات، رتبه دوم را به دست آورده است. همچنین در زمینه نیازهای آموزشی تولیدکنندگان خرده پا، رتبه های اول تا سوم را آموزش های مبتنی بر تولید کسب کردند. ازین یافته ها می توان چنین نتیجه گرفت که کشاورزان خرده پا قبل از اینکه متوجه مسائل مدیریت مالی مزرعه باشند بیشتر در جستجوی درک این هستند که مزرعه به عنوان یک پدیده کاربردی، اکنون چگونه است و در آینده چگونه باید باشد (قائدی و حسینی نیا به نقل از رلز، ۲۰۰۱).

موسوی و چیزری (۱۳۸۶) طی پژوهشی نشان داد که بین سن و نیازهای آموزشی و بین میزان سواد و نیازهای آموزشی در زمینه کلی بازاریابی رابطه ای وجود ندارد. همچنین، بین میزان عملکرد، سابقه کاشت سیب زمینی و سطح زیر کشت و نیازهای آموزشی در زمینه کلی بازاریابی رابطه معناداری مشاهده نگردید. بین سن، سواد، میزان عملکرد، سابقه کاشت سیب زمینی و سطح زیر کشت با نیازهای اطلاعاتی در زمینه کلی بازاریابی رابطه معناداری وجود ندارد اما بین میزان کسب اطلاعات و نیازهای اطلاعاتی کلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (موسوی و چیزری، ۱۳۸۶). قائدی و حسینی نیا (۱۳۸۷) نیز در پژوهشی تحت عنوان بررسی نیازهای آموزشی بهره برداران در زمینه اقتصاد و مدیریت مزرعه به این نتیجه دست یافت که در سطح ملی: آشنایی با قوانین کار، آشنایی با نحوه ی انتقال تجارب و معلومات جدید به افراد شاغل در مزرعه، آشنایی با شیوه مدرن کاشت محصولات تولیدی، آشنایی با روش های نظارت بر فرایند تولید برای کنترل کیفیت و حفظ بازاریابندی محصولات تولیدی و آشنایی با شیوه های مدرن بسته بندی محصولات تولیدی، اولویت های ۱ تا ۵ نیازهای آموزشی بهره برداران می باشد.

خیاطی (۱۳۹۰)، نشان داد که دانش فنی نیمی از گندم کاران تحت پوشش برنامه های ترویجی در حد زیاد بود. نتایج تحقیق نشان می دهد که کانال ارتباطی، اثربخشی - نوآوری، مشارکت و رضایتمندی کشاورزان از برنامه های ترویجی کشاورزی پایدار با دانش فنی گندم کاران رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج مطالعه جنت و همکاران (۱۳۸۷) نیز نشان می دهد که بین متغیرهای سن، جنسیت، سطح تحصیلات و سابقه دامپروری و همچنین میزان شرکت در کلاس های آموزشی و میزان مطالعه نشریات ترویجی با متغیر دانش فنی گاوآردان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. عمانی در سال ۱۳۸۹ در مطالعات خود پیرامون شناسایی عوامل موثر بر دانش پایداری آب زراعی در بین گندم کاران شهرستان اهواز دریافت بین میزان شرکت در کلاس های آموزشی-ترویجی، سطح سواد گندمکاران، مشارکت اجتماعی، استفاده از کانال های ارتباطی و میزان درآمد حاصل از محصول با دانش پایداری آب زراعی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (عمانی، ۱۳۸۹). چیزری و همکاران (۲۰۰۶)، در مطالعه خود تحت عنوان تحلیل دانش فنی کشاورزان در خصوص کشاورزی پایدار در استان خوزستان نتیجه گرفتند که بین سطح تحصیلات، عملکرد محصول، میزان مشارکت اجتماعی، منزلت اجتماعی، درآمد، میزان شرکت در کلاس های ترویجی و کشاورزی، و میزان استفاده از کانال های ارتباطی با دانش فنی کشاورزان در خصوص کشاورزی پایدار مناطق خشک رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد.

حیدری ساریان (۱۳۹۲)، در تحقیق خود به این نتایج دست یافت که بین متغیرهای سن، سطح تحصیلات، سابقه فعالیت کشاورزی، تجربه کشت گندم، سطح اراضی دیم، وسعت اراضی کشاورزی، سطح زیر کشت گندم، شمار قطعه های اراضی زراعی، درآمد ناخالص، عمل به رهنمودهای ترویجی مروجان، راه ها و منبع های اطلاعاتی، دانش و نگرش با مهارت کشاورزان گندم کار در مدیریت زراعی رابطه معنی داری وجود دارد. موسوی و چیزری (۱۳۸۶) نیز در پژوهش خود تحت عنوان "بررسی نیازهای آموزشی سیب زمینی کاران شهرستان عجب شیر در زمینه ی بازاریابی" نشان دادند که بر اساس بررسی ها تاکنون هیچ دوره آموزشی در زمینه بازاریابی در منطقه مورد مطالعه برگزار نشده است و همچنین بررسی دانش فنی افراد مورد مطالعه نشان داد که این افراد مورد مطالعه نشان داد که این افراد در زمینه بازاریابی

و هر یک از فعالیت های مرتبط با آن دارند لذا برگزاری دوره های آموزشی با توجه به نیازهای روز و میزان دانش فنی افراد مورد مطالعه مدنظر است.

برزیله و همکاران (۲۰۰۱)، در نودا تحقیق خود بین کشاورزان پاسخگویی که در کلاس های آموزشی ترویجی مدیریت مزرعه شرکت کرده و گروهی که شرکت نکرده بودند و همچنین از لحاظ دانش و استفاده از آن در حیطه موضوع با یکدیگر مقایسه کردند. نتایج نشان داد، افرادی که در کلاس ها شرکت نکرده بودند، دانش و توانایی خود در استفاده از دانش مدیریت مزرعه را در سطح بالاتری ارزیابی کرده اند و دیگر اینکه افرادی که یک بار در این کلاس ها شرکت کرده بودند تمایل بیشتری به شرکت در کلاس های آموزشی دیگر داشتند. این وضعیت نشان داد که این کلاس ها باعث شده اند که افراد به نیازهای خود به دانستن مطالب بیشتر درباره مزرعه پی ببرند. الریماوی (۲۰۰۳) در تحقیق خود با عنوان ارزیابی مهارت های مدیریت مزرعه مروجان اردن نشان داد که بیشترین میزان دانش مدیریت مزرعه مروجان در مهارت های اقتصاد کشاورزی، مدیریت آب و خاک و تولیدات حیوانی است و رابطه مثبت و معنی داری را بین سن، سابقه کار، سطح تحصیلات و نگرش نسبت به مهارت های مدیریت مزرعه با میزان این مهارت ها به دست آمد.

یانگ (۱۹۹۸)، در مطالعه خود تحت عنوان تعیین نیازهای آموزشی کشاورزان به دانش مدیریت مزرعه، یک گروه مباحثه داوطلبانه در مناطق کلمبیاف کاتاراگیوس و کورتلند در آمریکا تشکیل داد. نتایج حاصل از این بحث ها نشان دهنده نیاز شدید به دانش درباره منابع نسائی برای اجتماع کشاورزان بود. شواهد دیگری نیز نشان می دهد که کشاورزان خرده پا به آگاهی از سیاست های دولت توجه کمتری نشان می دهند. الریماوی و همکاران نیز (۲۰۰۶) به نقل از زیپ نیازهای اساسی کشاورزان اروپای شرقی را شامل اطلاعات بازار، مهارت های بهبود یافته مدیریت در زمینه حسابداری، و تجزیه و تحلیل هزینه و فایده گزارش نمودند (الریماوی، ۲۰۰۶). ریس و همکاران (۲۰۰۰) نیز در مطالعه ای که در کشور کنیا انجام داده اند، اظهار داشته اند که سطح دانش فنی کشاورزان و منابع دسترسی به این دانش بستگی به ساختار کشاورزی و شرایط اقلیم هر منطقه دارد و مهم ترین منابع کسب دانش برای کشاورزان خرده پا را به ترتیب افراد خانواده، همسایگان، شرکت ها و فروشگاه های توزیع نهاده های کشاورزی و سازمان های محلی نام برده اند. بین ۴۰ تا ۷۰ درصد از کشاورزان در تحقیق مذکور ترویج دولتی را مهم ترین منبع انتقال دانش فنی انتخاب نموده اند.

الریماوی و همکاران (۲۰۰۴) در مطالعه ای با هدف بررسی نیازهای آموزشی تولید در مدیریت مزرعه و مهارت های بازاریابی به این نتایج دست یافتند که تولید کنندگان تا حد زیادی تجاری بودند، اما اکثریت نیازی به درک شرکت در فعالیت های آموزشی در مدیریت مزرعه و مهارت های بازاریابی نمی دیدند. و در حالی که نقش آموزشی بهبود توانایی های مدیریتی از تولید وظیفه مهم ترویج دولت باقی مانده، بخش دولتی و خصوصی می توانند در مناطقی که شرکت های خصوصی وجود دارند فعالیت هایی مانند دفترداری و نرم افزار مدیریت فنی و مالی بهره مند همکاری کنند.

هدف کلی این پژوهش بررسی عوامل موثر بر دانش مدیریت کسب و کار زراعی در بین صیفی کاران جنوب استان کرمان می باشد.
هدف های اختصاصی در این پژوهش نیز عبارت اند از:

توصیف ویژگی های فردی، زراعی، اقتصادی و اجتماعی کشاورزان صیفی کار

بررسی و مقایسه دانش صیفی کاران در مورد مدیریت کسب و کار زراعی

بررسی رابطه بین دانش کشاورزان نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی با سایر متغیرهای تحقیق

روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش های کمی و از نظر هدف از نوع کاربردی محسوب می شود. روش این پژوهش بر اساس شیوه ی گرد آوری داده ها، توصیفی (غیر آزمایشی) - پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شامل ۷۵۰۰۰ هزار صیفی کار جنوب استان کرمان بود که در سال زراعی ۹۴-۹۳ اقدام به کشت محصولات صیفی نموده اند. روش نمونه گیری، خوشه ای چند مرحله ای بود. ابتدا از بین ۷ شهرستان ۴ شهرستان (۵۰ درصد) انتخاب شد سپس از بین دهستان های هر شهرستان بر حسب تصادف ۵۰ درصد دهستان ها انتخاب

گردید در مرحله بعدی از بین روستاهای دهستان های انتخاب شده نیز ۵۰ درصد به عنوان نمونه برگزیده شد. در مرحله آخر نیز تعداد صیفی کاران روستاهای نمونه انتخاب شده به شیوه انتساب متناسب برآورد شد و از بین آنها نیز تعداد نمونه مورد نظر مشخص گردید. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰)، ۳۸۲ نفر برآورد گردید که از این نمونه ۳۶۳ پرسشنامه جمع آوری شد (نرخ بازگشت = ۰/۹۵ درصد). ابزار اصلی گردآوری داده ها، پرسشنامه ای شامل سوال های تخصصی و مدیریتی در ارتباط با دانش مدیریت کسب و کار زراعی بود برای اطمینان از روایی ابزار تحقیق پرسشنامه در اختیار پانل متخصصان شامل رشته های ترویج و آموزش کشاورزی، توسعه کشاورزی و مدیریت کشاورزی قرار گرفت و نظرات ایشان در پرسشنامه اعمال گردید. جهت برآورد پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفا معادل ۰/۹۵ بدست آمد. در این تحقیق متغیرهای مستقل عبارتند از: ۱- ویژگی های فردی (سن، وضعیت تاهل، تعداد افراد خانوار و میزان تحصیلات)، ۲- ویژگی های زراعی (فاصله مزرعه تا مرکز خدمات کشاورزی، تجربه کشاورزی)، ۳- ویژگی های اقتصادی (کل زمین تحت مالکیت، درآمد سالیانه حاصل از کشاورزی، ۴- ویژگی های اجتماعی (تعداد دفعات شرکت در کلاس های ترویجی، عضویت در تعاونی تولید روستایی، عضویت در شورای اسلامی روستا و عضویت در بسیج روستا) و ۶- کانال های ارتباطی (مجلات ترویجی، کشاورزان پیشرو، تعاونی تولید روستایی، مراکز خدمات کشاورزی، شرکت های مشاوره خصوصی، تحقیقاتی کشاورزی، رادیو، تلویزیون، فروشندگان نهاده های شیمیایی، کشاورزان همسایه و دیگر روستاییان، اعضای خانواده، رهبران محلی)، به منظور سنجش میزان دانش مدیریت کسب و کار زراعی صیفی کاران مورد مطالعه از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. قسمت دوم مربوط به بررسی میزان دانش کشاورزان نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی می باشد که خود با هشت قسمت سنجیده شده است، که شامل) مدیریت تولید با ۵ سوال، مدیریت فروش و بازاریابی با ۵ سوال، مدیریت مالی مزرعه با ۵ سوال، مدیریت کارکنان مزرعه با ۵ سوال، مدیریت ریسک با ۵ سوال، مدیریت ارتباطات با ۴ سوال و رهبری با ۵ سوال) می باشد.

نتایج و بحث

نتایج پژوهش نشان داد که میانگین سن صیفی کاران مورد مطالعه ۳۷/۷۹ با انحراف معیار ۱۳/۷۷ سال بود و در دامنه سنی ۱۶ تا ۶۹ سال قرار داشتند، میانگین تعداد اعضای خانوار صیفی کاران مورد مطالعه ۴ با انحراف معیار ۲/۸۹ بود و کمینه و بیشینه تعداد اعضای خانوار آن ها به ترتیب ۱ و ۱۵ بود، میانگین مساحت زمین زیر کشت محصولات ۳/۹۸ با انحراف معیار ۳/۴۸ هکتار بود و مساحت زمین زیر کشت محصولات کشاورزی آن ها در دامنه ۰/۵ تا ۲۳ هکتار قرار داشت، میانگین فاصله مزرعه صیفی کاران مورد مطالعه تا مراکز جهاد کشاورزی ۲۶/۶۷ با انحراف معیار ۱۱/۷۷ کیلومتر بود، میانگین سابقه کار کشاورزی صیفی کاران مورد مطالعه ۱۹ با انحراف معیار ۱۴/۰۳ سال بود و سابقه کار کشاورزی آن ها در دامنه ۱ تا ۵۲ سال قرار داشت. همچنین نتایج نشان داد که میانگین درآمد سالیانه حاصل از بخش کشاورزی صیفی کاران مورد مطالعه ۴/۸۶۶ میلیون با انحراف معیار ۶/۰۶۱ میلیون در سال بود

جدول شماره ۱- ویژگی های فردی و حرفه ای و اقتصادی صیفی کاران

ویژگی های آزمودنی ها	تعداد پاسخگو	حداکثر	حداقل	میانگین	انحراف معیار
سن	۳۶۳	۶۹	۱۶	۳۷/۷۹	۱۳/۷۷
تعداد خانوار	۳۶۳	۱۵	۱	۴	۲/۸۹
میزان اراضی زیر کشت (هکتار)	۳۶۳	۲۳	۰/۵	۳/۹۸	۳/۴۸
فاصله تا مرکز خدمات کشاورزی (کیلومتر)	۳۶۳	۶۰	۵	۲۶/۶۷	۱۱/۷۷
تجربه کار کشاورزی (سال)	۳۶۳	۵۲	۱	۱۹	۱۴/۰۳
درآمد کشاورزی (تومان)	۳۶۳	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰	۴,۸۶۶	۲/۱۸

یافته های حاصل از پژوهش نشان داد که ۱۳۰ نفر (۳۵/۸ درصد) از افراد بی سواد بودند که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص دادند و کمترین فراوانی نیز مربوط به گروه فوق دیپلم و بالاتر با فراوانی ۲۸ نفر (۷/۷ درصد) بود. خلاصه نتایج در جدول ۲ آمده است.

جدول شماره ۲- وضعیت افراد مورد مطالعه از نظر متغیر سطح سواد

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
بی سواد	۱۳۰	۳۵/۸
ابتدایی	۸۱	۲۲/۳
راهنمایی	۵۷	۱۵/۷
دبیرستان	۳۴	۹/۴
دیپلم	۳۳	۹/۱
فوق دیپلم و بالاتر	۲۸	۷/۷
جمع	۳۶۳	۱۰۰

جدول شماره ۳- وضعیت افراد مورد مطالعه از نظر شرکت در کلاس های آموزشی

شرکت در کلاس ترویجی	فراوانی	درصد
شرکت نکرده	۳۱۳	۸۶/۲
۱ تا ۳ بار	۴۵	۱۲/۴
۴ بار و بیشتر	۵	۱/۴
جمع	۳۶۳	۱۰۰

منابع اطلاعاتی مورد استفاده کشاورزان صیفی کار

بررسی دریافت و جستجوی اطلاعات توسط صیفی کاران مورد مطالعه نشان داد از بین ۱۴ منبع اطلاعاتی مورد بررسی، به ترتیب کشاورزان همسایه و دیگر روستاییان با میانگین ۴/۲۳ و انحراف معیار ۱/۱۹، اعضای خانواده با میانگین ۳/۸۵ و انحراف معیار ۱/۲۷ و تلویزیون با

میانگین ۳/۳۱ و انحراف معیار ۱/۲۹ بیشتر از سایر منابع از سوی کشاورزان مورد استفاده قرار می گیرد. این در حالی است که مجلات ترویجی با میانگین ۰/۷۷ و انحراف معیار ۱/۲۰، تعاونی تولید روستایی با میانگین ۰/۸۷ و انحراف معیار ۱/۲۵ و شرکت های مشاوره خصوصی با میانگین ۰/۹۹ و انحراف معیار ۱/۳۰ به ترتیب آخرین اولویت ها را در بین کانال های اطلاعاتی مورد استفاده کشاورزان دارا می باشند. نتایج حاصل از تحلیل سایر منابع در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول شماره ۴- منابع اطلاعاتی مورد استفاده کشاورزان صیفی کار

اولویت	انحراف معیار	میانگین از (۵)	منابع اطلاعاتی
۱	۱/۱۹	۴/۲۳	کشاورزان همسایه و دیگر روستاییان
۲	۱/۲۷	۳/۸۵	اعضای خانواده
۳	۱/۲۹	۳/۳۱	تلویزیون
۴	۱/۵۶	۲/۹۴	رهبان محلی روستا
۵	۱/۸۷	۲/۴۱	فروشندهگان نهاده های کشاورزی
۶	۱/۴۴	۲/۲۷	کشاورزان پیشرو
۷	۱/۵۷	۲/۱۰	رادیو
۸	۱/۸۷	۱/۸۵	مراکز خدمات کشاورزی
۹	۱/۳۶	۱/۲۸	مراکز تحقیقات کشاورزی
۱۰	۱/۳۷	۱/۱۷	اینترنت
۱۱	۱/۲۱	۱/۱۱	شورا و دهیاری روستا
۱۲	۱/۳۰	۰/۹۹	شرکت های مشاوره خصوصی
۱۳	۱/۲۵	۰/۸۷	تعاونی تولید روستایی
۱۴	۱/۲۰	۰/۷۷	مجلات ترویجی

طیف مورد استفاده ۰-هیچ، ۱- بسیار کم، ۲- کم، ۳- متوسط، ۴- زیاد، ۵- بسیار زیاد

بررسی مشارکت صیفی کاران در تشکل های اجتماعی

بررسی مشارکت کشاورزان در تشکل های روستایی نشان می دهد که، ۱۳/۲ درصد کشاورزان در تعاونی تولید روستایی، ۱۱/۶ درصد در شورای اسلامی روستا و ۳۹/۹ درصد در بسیج روستا عضو می باشند. که این نتایج بیانگر این است که کشاورزان در تشکلات اجتماعی مشارکت ضعیفی دارند.

بررسی و مقایسه میزان دانش صیفی کاران در حیطه های مدیریت کسب و کار زراعی

به منظور بررسی میزان دانش کشاورزان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی از هشت حیطه بهره گرفته شد که هر کدام به جز مدیریت ارتباطات که با ۴ گویه سنجیده شد، شامل ۵ سوال هستند. پس از وارد کردن داده ها برای نمره گذاری و رتبه بندی سطح دانش کشاورزان با توجه به اینکه حداقل نمره کسب شده توسط کشاورزان ۰ و بالاترین نمره ۲۰ است، در هر یک از حیطه ها از بازه ۰ تا ۲۰ استفاده شد. برای بیان و اولویت بندی سطح دانش کشاورزان در هر یک از حیطه های مدیریت کسب و کار زراعی از میانگین و انحراف معیار استفاده شد. بررسی دانش پاسخگویان نشان می دهد که بیشترین میزان دانش آن ها در حیطه مدیریت تولید با میانگین ۱۴/۲۹ و کمترین میزان دانش ها مربوط به حوزه مدیریت مالی مزرعه با میانگین ۸/۰۵ به ترتیب، بیشترین و کمترین سطح دانش را در مدیریت کسب و کار زراعی دارند. میانگین و انحراف معیار هر یک از حیطه ها به ترتیب اولویت در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۵- بررسی دانش صیفی کاران مورد مطالعه در زمینه مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی

انحراف معیار	نمره از (۵)	حیطه های مدیریت کسب و کار زراعی
مدیریت دانش		
۱/۲۸	۳/۰۴	دانش در زمینه ضرورت تنوع در زمان بازاریابی محصولات
۱/۷۲	۲/۵۶	دانش در زمینه نقش انبارداری درست محصول در افزایش درآمد
۱/۸۵	۲/۱۸	دانش در زمینه شناسایی فرصت های بازار برای موفقیت
۱/۹۲	۱/۹۲	دانش در زمینه قراردادهای کتبی و اسناد قبلی به عنوان راهکار برای مقابله با تغییرات
۱/۹۵	۱/۵۶	دانش در زمینه دانش درباره تاثیر سیاست های دولت بر قیمت
دانش مدیریت فروش و بازاریابی		
۱/۷۰	۳/۰۴	دانش در زمینه ضرورت تنوع در زمان بازاریابی محصولات
۱/۹۲	۲/۵۶	دانش در زمینه نقش انبارداری درست محصول در افزایش درآمد
۱/۹۹	۲/۱۸	دانش در زمینه شناسایی فرصت های بازار برای موفقیت
۲	۱/۹۲	دانش در زمینه قراردادهای کتبی و اسناد قبلی به عنوان راهکار برای مقابله با تغییرات
۱/۹۵	۱/۵۶	دانش در زمینه دانش درباره تاثیر سیاست های دولت بر قیمت
مدیریت مالی مزرعه		
۱/۹۹	۲/۲۱	دانش درباره ثبت اطلاعات لازم برای هر معامله
۱/۹۸	۱/۷۷	دانش در زمینه تقسیم بندی هزینه ها
۱/۹۲	۱/۴۵	دانش در زمینه دفتر حساب نقدی به عنوان اولین دفتر تنظیم حساب های مزرعه
۱/۹۱	۱/۴۱	دانش در مورد ترازنامه مزرعه
۱/۸۴	۱/۲۱	دانش در زمینه ثبت اطلاعات لازم برای هر معامله
دانش مدیریت کارکنان مزرعه		
۱/۱۸	۳/۶۰	دانش در زمینه ضرورت آموزش افراد برای انجام وظایف کلیدی مزرعه
۱/۷۷	۲/۹۳	دانش در زمینه روابط انسانی خوب، مهم ترین عامل مدیریت نیروی انسانی
۱/۸۷	۲/۷۱	دانش در زمینه افزایش احساس مسئولیت افراد با شرکت دادن آن‌ها در برنامه ریزی مزرعه
۱/۹۸	۲/۲۷	دانش در زمینه دانش در زمینه ضرورت تناسب توانایی فرد با مسئولیت های وی
۱/۹۸	۱/۷۵	دانش در زمینه دانش شیوه سنجش صحیح کار
دانش مدیریت استراتژیک		
۱/۸۱	۲/۸۶	دانش تجزیه و تحلیل موقعیت های اضطراری جز وظایف کلیدی مدیر مزرعه
۱/۹۹	۱/۷۹	دانش جمع آوری آمار درباره فعالیت های مزرعه به عنوان منبع اطلاعاتی برای تصمیم گیری
۱/۹۶	۱/۶۲	دانش درباره الگوی کشت متناسب با نیاز منطقه و بازار
۱/۸۲	۱/۱۸	دانش درباره روش برآورد قیمت و هزینه مزرعه
۱/۸۱	۱/۱۵	دانش برنامه ریزی مزرعه بر اساس تشخیص نقاط ضعف و قوت مزرعه
دانش مدیریت ریسک		
۱/۵۷	۳/۲۳	دانش درباره استفاده از تنوع کشت جهت مقابله با ریسک
۱/۸۴	۲/۷۸	دانش درباره انجام کشت به موقع به عنوان راهکار کاهش ریسک تولیدی و فنی
۲	۲/۰۷	دانش درباره استفاده از قراردادهای قیمت جلو برای کاهش ریسک قیمت

۱/۹۹	۱/۸۰	دانش درباره توجه به سود و زیان تصمیم در موقع تصمیم گیری
۱/۹۲	۱/۴۳	دانش درباره تغییر فناوری عامل افزایش ریسک و خطر دانش مهارت رهبری
۱/۵۳	۳/۲۸	موفقیت های مدیر مزرعه؛ عامل اساسی افزایش اعتبار واحد زراعی
۱/۸۸	۲/۶۷	خصوصیات رهبران محلی
۱/۹۶	۲/۴۱	نفوذ اجتماعی عبارت از تاثیر بر دیگران با رفتار و گفتار
۱/۹۷	۲/۳۰	مشخصات مدیران کارآمد
۱/۹۸	۲/۲۲	بیان چشم انداز از کسب و کار مزرعه توسط مدیر مزرعه دانش مدیریت ارتباطات
۱/۶۵	۴/۳۷	دانش استفاده از رسانه های عمومی جهت دریافت اطلاعات قیمت ها
۲/۵۰	۲/۵۹	جلسات رادیویی به عنوان یک عامل افزایش آگاهی کشاورزان نسبت به نوآوری های کشاورزی
۲/۴۱	۱/۸۱	دانش درباره نقش کلیدی استفاده از فناوری اطلاعات در کشاورزی تجاری و رقابتی
۲/۳۲	۱/۵۶	دانش در زمینه کانال های دریافت اطلاعات

جدول شماره ۶- رتبه بندی میزان دانش صیفی کاران مورد مطالعه در زمینه مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی

اولویت	انحراف معیار	نمره (از ۲۰)	حیطه های مدیریت کسب و کار زراعی
۱	۴/۵۰	۱۴/۲۹	مدیریت تولید
۲	۴/۰۲	۱۳/۲۶	مدیریت کارکنان مزرعه
۳	۴/۴۸	۱۲/۸۸	مدیریت رهبری
۴	۴/۷۹	۱۰/۷۱	مدیریت ارتباطات
۵	۴/۰۴	۱۱/۳۱	مدیریت ریسک
۶	۴/۱۱	۱۱/۲۶	مدیریت فروش و بازاریابی
۷	۴/۱۱	۸/۶۰	مدیریت استراتژیک مزرعه
۸	۴/۲۹	۸/۰۵	مدیریت مالی مزرعه

میانگین: ۱۱/۲۹ انحراف معیار: ۲/۴۰ بیشینه: ۱۸ کمینه: ۲/۶۳

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۴- ۱۷؛ به طور کلی نمره دانش پاسخگویان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی ۱۱/۵۸ (از ۲۰) به دست آمد که نشان از دانش ضعیف پاسخگویان در این زمینه دارد.

جدول شماره ۷- نتایج حاصل از ضریب همبستگی به منظور تعیین درجه همبستگی گروهی از متغیرها با متغیر میزان دانش فنی در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی

متغیر مستقل	نوع ضریب	میزان ضریب	سطح معنی داری
سن	پیرسون	-۰/۱۷	۰/۰۱**
تعداد خانوار	پیرسون	۰/۰۳	۰/۵۳
فاصله مزرعه از مرکز خدمات کشاورزی	پیرسون	-۰/۱۱	۰/۰۱*
تجربه کشاورزی	پیرسون	-۰/۲۴	۰/۰۰۰***
مساحت زیر کشت	پیرسون	۰/۱۷	۰/۰۰۱**
سطح تحصیلات	اسپیرمن	۰/۲۵	۰/۰۰۰***
درآمد سالیانه کشاورزی	پیرسون	۰/۲۶	۰/۰۰۰***
تعداد دفعات شرکت در کلاس ترویجی	پیرسون	۰/۱۸	۰/۱۹
عضویت در تعاونی تولید روستایی	کرامر	-۰/۱۱	۰/۰۱*
عضویت در شورای اسلامی روستا	کرامر	-۰/۱۰	۰/۰۲*
عضویت در بسیج روستا	کرامر	۰/۰۹	۰/۰۳*
منابع ارتباطی	پیرسون	۰/۲۰	۰/۰۰۰***

باتوجه به جدول ۷ مشاهده می شود که بین دانش کشاورزان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی با متغیر سن، فاصله مزرعه تا مرکز خدمات کشاورزی، تجربه کار کشاورزی، عضویت در تعاونی تولید روستایی و عضویت در شورای اسلامی شهر تاثیر منفی و معناداری وجود دارد. همچنین بین دانش و مساحت زیر کشت، تحصیلات، درآمد سالیانه کشاورزی، عضویت در بسیج روستا و منابع ارتباطی رابطه مثبت و معناداری یافت شد. همچنین بین دانش با تعداد خانوار و تعداد دفعات شرکت در کلاس ترویجی رابطه ای یافت نشد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

مطابق یافته ها بالاترین میزان دانش افراد در زمینه مدیریت تولید و پایین ترین آن نیز در حوزه مدیریت فروش، مدیریت مالی و استراتژیک مزرعه بود. با پیشرفت تکنولوژی و تغییرات سریع فناوری، و تاثیراتی که روی کسب و کار می گذارد و همچنین مسائل و مشکلاتی که بیان شد، مدیر مزرعه نه تنها باید روش های مختلف تولید را درک کند، بلکه باید نگران هزینه ها و بازده خود نیز باشد. او باید بداند که چگونه منابع تولیدی کمیاب در کسب و کار کشاورزی را برای رسیدن به اهداف خود اختصاص دهد و در همان زمان به نیروهای اقتصادی که هم در داخل و هم در خارج از مزرعه به وجود می آیند واکنش نشان دهد. این اطلاعات نشان دهنده ی این است که کشاورزان پیش بینی ضعیفی در مورد آینده ی کسب و کار مزرعه دارند و تنها توجه آن ها به زمان حال و توجه به موقعیت فعلی مزرعه دارند و نقاط ضعفی که روی کسب و کار آینده ی مزرعه صدمه می زند اطلاعات چندانی ندارند یا به آن توجهی ندارند و با دانش پیشین خود پیش می روند. کشاورزان صیفی کار قبل از اینکه متوجه برنامه ریزی، پیش بینی بازار محصول انتخابی و همین طور مسائل مالی مزرعه از جمله جستجو و پیدا کردن روش های کاهش هزینه های ورودی مزرعه باشند بیشتر در مراحل تولیدی و رشد محصول یا به عبارتی مدیریت تولیدی و عملیات مزرعه توجه می کنند. در حالی که با توجه به پیشرفت روز به روز فناوری و تجاری شدن کشاورزی این مهارت ها به تنهایی کفایت نمی کند. مسئولین مربوطه باید به این مسئله توجه شایانی داشته باشند و برای آن برنامه ریزی کنند. زیرا این مسئله به شدت روی کسب و کار افراد تاثیرگذار است.



نتایج تحقیق رلز (۲۰۰۱) که نشان می دهد اطلاعات در مورد بازاریابی از نظر کشاورزان، رتبه اول و اطلاعات درباره فراوری و فروش محصولات، رتبه دوم را به دست آورده است، همچنین بیان داشتن نیاز اطلاعاتی در زمینه های اقتصاد، مالیات و امور مالی به عنوان رتبه های هشتم و نهم می توان چنین نتیجه گرفت که کشاورزان خرده پا قبل از اینکه متوجه مسائل مدیریت مالی مزرعه باشند بیشتر در جستجوی درک این هستند که مزرعه به عنوان یک پدیده کاربردی، اکنون چگونه است و در آینده چگونه باید باشد، که این نتایج با نتایج این پژوهش همسو می باشد. نتایج مطالعه موسوی و چیدری (۱۳۸۶) نیز بیانگر دانش پایین سبب زمینی کاران در زمینه بازاریابی و هر یک از فعالیت های مرتبط با آن بود که نیاز آموزشی در این زمینه و برگزاری دوره های آموزشی با توجه به نیازهای روز و میزان دانش فنی افراد مورد مطالعه را خواستار بودند. که نتایج این مطالعه با این تحقیق همسو می باشد.

طبق یافته ها بیشترین میزان دانش پاسخگویان به ترتیب در زمینه های مدیریت تولید و مدیریت کارگران مزرعه بود. که این یافته با نتایج مطالعه ی قائدی و حسینی نیا (۱۳۸۷) همسو نیست. در این تحقیق کشاورزان در زمینه آشنایی با قوانین کار (مدیریت کارگران مزرعه)، آشنایی با نحوه ی انتقال تجارب و معلومات جدید به افراد شاغل در مزرعه (مدیریت کارگران مزرعه)، آشنایی با شیوه مدرن کاشت محصولات تولیدی (مدیریت تولید)، آشنایی با روش های نظارت بر فرایند تولید برای کنترل کیفیت (مدیریت تولید)، پایین ترین میزان دانش را کسب کردند. در حالی که در قسمت بیان مسئله نیز بیان شد که کشاورزان این منطقه در مدیریت تولید دانش بالایی دارند. در این زمینه نیاز به آموزش کمتری نسبت به حیطه های دیگر دارند. نتایج حاصل از مطالعه یانگ (۱۹۹۸) نشان دهنده نیاز شدید به دانش درباره منابع انسانی برای اجتماع کشاورزان بود. که با نتایج مطالعه حاضر همسو نیست. نتیجه ی دیگر این تحقیق نشان داد که کشاورزان خرده پا به آگاهی از سیاست های دولت توجه کمتری نشان می دهند. که با مطالعه ی حاضر همسو است. همانگونه که بیان گردید کشاورزان این منطقه به آگاهی در مورد سیاست های دولت در بخش کشاورزی توجه ندارند و از دانش کمی در این زمینه برخوردارند که یکی از دلایل آن می تواند اهمیت کم آن برای کشاورزان مورد مطالعه باشد. سلطانی و همکاران (۱۳۸۷) بیان می دارد، تعویض دولت ها سبب تغییر سیاست کشاورزی می گردد. برنامه های دولت اثرات مستقیمی بر روی واحدهای کشاورزی دارد. واحد های کشاورزی بایستی خود را با این تغییرات منطبق سازند. یکی از راه های فروش بهتر محصولات تنوع در زمان بازار رسانی محصولات است اکثر کشاورزان از این امر آگاهند. اما متأسفانه کشاورزان محصول تولیدی را بعد از برداشت روانه بازار می کنند زیرا امکان اینکه محصول را نگه دارند آن هم با گرمای شدید این منطقه و همچنین نبود مکانی برای نگه داری محصولات مانند انبار مناسب، امری غیر ممکن است. بدین گونه که حتی کشاورزان نیز اگر دانش در این زمینه برخوردار باشند مسائل و مشکلات زیادی وجود دارد که مانع موفقیت کشاورزان صیفی کار در زمینه مدیریت کسب و کار آن ها می شود که در قسمت بررسی چالش ها به این موارد اشاره شده است.

طبق نتایج این تحقیق پاسخگویان در زمینه های مدیریت فروش، مدیریت مالی و مدیریت استراتژیک که سه حیطه مهم برای موفقیت در کسب و کار زراعی هستند ضعیف عمل می کنند. برای ارتقا کشاورزی سنتی به تجاری، کشاورزان باید در جهت ایجاد یک سیستم ثبت ساده، اما اثربخش در مزرعه تلاش کنند و در خصوص این که چطور داده های مزرعه را برای سازماندهی، مدیریت تولید، بازاریابی و با استفاده از ابزارهای مدیریتی مالی ساده به کار گیرند، مورد آموزش قرار گیرند. سلطانی و همکاران (۱۳۸۷) نیز بیان می دارند کشاورزان باید تمام درآمدها و هزینه های تولید در یک واحد کشاورزی را در مراحل مختلف کاشت، داشت و برداشت در یک دفتر یادداشت و ثبت کنند و اثر آن را روی سود و زیان مزرعه خود مورد بررسی قرار دهند. در این صورت کشاورزان می توانند با تجزیه و تحلیل حسابهای مزرعه و لیست ارقام درآمد و هزینه ثبت شده در طول فصل رشد گذشته، تصمیم بگیرند که در طی فصل رشد آینده، آیا همین روش های بکار برده شده در دوره قبل، سودآوری لازم را داشته و یا درآمدی که مزرعه داشته نسبت به هزینه آن مقرون به صرفه هست یا اینکه باید اصلاحاتی در امور مزرعه انجام گیرد. یکی از نتایج مهم که در بررسی دانش پاسخگویان در زمینه مدیریت تولید و مدیریت فروش پایین بودن سطح دانش در زمینه توجه به سیاست های دولت درباره تولید محصولات (مثلاً چه محصولی بیشتر نیاز است کشت شود) و توجه به سیاست های دولت درباره ی عواملی که روی قیمت ها اثر می گذارد؛ بود. این بدین معنی است که کشاورزان در این زمینه اطلاعاتی ندارند



و از دانش کمی نسبت به سیاست های دولت بخصوص در زمینه تولید و صادرات محصولات دارند. متأسفانه مهم ترین دلیل این امر عدم حضور سیاست شفاف و واضح از جانب دولت و نیز تصمیمات صحیح و به موقع در خصوص بازار محصولات صیفی باشد. نتایج نشان داد که بین دانش کشاورزان و سن، و تجربه کشاورزی رابطه منفی و معناداری یافت شد که با نتایج مطالعه موسوی و چیزری (۱۳۸۶)، نتایج مطالعه جنت و همکاران (۱۳۸۷)، حیدری ساربان (۱۳۹۲) همخوانی ندارد. بدین معنی که هرچه سن افراد بالاتر می رود تجربه آن ها نیز در زمینه کشاورزی افزایش می یابد. بنابراین میزان دانش صحیح آن ها در زمینه روش های جدید مدیریتی بخصوص مدیریت کسب و کار زراعی کمتر می گردد و با روش پیشین پیش می روند و پذیرش علوم جدید برای آن ها چندان معنایی ندارد. نتایج نشان داد که کشاورزانی که مساحت زیر کشت و درآمد سالیانه کشاورزی با میزان دانش آن ها نیز در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی مثبت و معنادار است. با توجه به اینکه این افراد هزینه بیشتری صرف نموده اند و دنبال کسب سود و درآمد بیشتری هستند لذا سعی در به روز شدن و فراگیری علم جدید در کسب و کار در زمینه کارهای مزرعه هستند تا با ضررهای مالی جبران ناپذیری روبرو نشوند. بنابراین برای این افراد دانش صحیح و به روز در این زمینه اهمیت زیادی دارد.

بین سطح تحصیلات کشاورزان، و منابع ارتباطی با میزان دانش در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی رابطه مثبت و معنادار یافت شد. با توجه به اینکه بیشتر افراد مورد مطالعه در این منطقه از سطح سواد پایینی برخوردار بودند و این مسئله در بسیاری از روستاهای این منطقه وجود دارد لذا مسئولان باید توجه مضاعفی به مسئله سواد کشاورزان داشته باشند و از افرادی که وجدان کاری و اخلاقی در این زمینه دارند جهت آموزش استفاده کنند نه صرفاً مدرک تحصیلی. بنابراین در طرح ریزی و برنامه های اجرایی در زمینه مدیریت کسب و کار باید توجه مبدولی به این گروه گردد و از روش های عینی که نتایج کوتاه مدتی در پی دارد استفاده گردد. همچنین متغیر فاصله مزرعه تا مرکز خدمات کشاورزی رابطه منفی و معنی داری با متغیر دانش داشت صدیقی و روستا (۱۳۸۱) نیز در مطالعه خویش، رابطه بین مسافت مزرعه کشاورزان تا مرکز خدمات را با میزان پایداری مزرعه آنان منفی و معنادار اعلام کردند. چون با افزایش بعد مسافت، دسترسی کشاورزان به این مراکز مشکل تر می شود و همچنین نظارت و سرویس دهی مروجان و کارشناسان کشاورزی به این دسته از زارعین سخت تر صورت می گیرد بنابراین دانش این افراد نسبت به کسانی که فاصله نزدیک تری با مراکز خدمات دارند پایین تر است.

بین سطح تحصیلات کشاورزان با میزان دانش در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی رابطه مثبت و معنادار یافت شد. که با نتایج با مطالعات جنت و همکاران (۱۳۸۷)، عمانی (۱۳۸۹)، چیزری و همکاران (۲۰۰۶)، حیدری ساربان (۱۳۹۲)، الیماری (۲۰۰۳) هم سو و با پژوهش موسوی و چیزری (۱۳۸۶) هم جهت نیست. با توجه به اینکه بیشتر افراد مورد مطالعه در این منطقه از سطح سواد پایینی برخوردار بودند و این مسئله در بسیاری از روستاهای این منطقه وجود دارد لذا مسئولان باید توجه مضاعفی به مسئله سواد کشاورزان داشته باشند و از افرادی که وجدان کاری و اخلاقی در این زمینه دارند جهت آموزش استفاده کنند نه صرفاً مدرک تحصیلی. بنابراین در طرح ریزی و برنامه های اجرایی در زمینه مدیریت کسب و کار باید توجه مبدولی به این گروه گردد و از روش های عینی که نتایج کوتاه مدتی در پی دارد استفاده گردد. همچنین بین دانش و مساحت زیر کشت، درآمد سالیانه کشاورزی، عضویت در بسیج روستا و منابع ارتباطی رابطه مثبت و معناداری یافت شد. که با نتایج مطالعه (عمانی، ۱۳۸۹). چیزری و همکاران (۲۰۰۶)، حیدری ساربان، الیماری (۲۰۰۳) و خیاطی (۱۳۹۰) همسو می باشد. همچنین نتایج تحلیل بین متغیرهای اجتماعی نیز بیانگر این بود که عضویت در تعاونی تولید روستایی و عضویت در شورای اسلامی شهر تاثیر منفی و معناداری با دانش مدیریت کسب و کار زراعی داشتند که این می تواند به این دلیل باشد که کشاورزی جز شغل اصلی این افراد محسوب نمی شود و از شغل های جانبی این افراد محسوب می شود به همین دلیل از دانش ضعیف تری در زمینه کشاورزی جهت سودآوری بیشتر مزرعه برخوردارند. همچنین بین میزان دانش و تعداد دفعات شرکت در کلاس ترویجی رابطه ای یافت نشد این می تواند به این دلیل باشد که اکثر کشاورزان در کلاس های ترویجی شرکت نکرده بودند و تعداد محدودی نیز که در کلاس ها شرکت کرده بودند تاثیر چندانی روی دانش مدیریتی آن ها نداشته که ممکن است به دلیل عدم مرتبط بودن موضوع با مشکلات کشاورزان و دلایل دیگر باشد.



۱- براساس یافته های پژوهش، اکثر افراد مورد مطالعه که اکثر نیز جوان هستند، از نظر سطح تحصیلات، در سطح پایینی قرار داشته و اغلب آنان بی سواد و کم سواد بودند. از آنجا که، سطح سواد کشاورزان رابطه مثبت و معناداری با دانش دارد، عامل مهمی در مدیریت کسب و کار زراعی و همچنین کاهش آسیب پذیری کشاورزان در برابر پیشرفت تکنولوژی کشاورزی می باشد، لذا پیشنهاد می شود به مسئله آموزش بزرگسالان در روستاها بیشتر پرداخته شود. همچنین با توجه به جوان بودن حداکثری جامعه مورد بررسی پیشنهاد می گردد که در روستا باشگاه جوانان روستایی با هدف افزایش دانش آن ها تشکیل گردد.

با توجه به پایین بودن میزان دانش صیفی کاران در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی آن ها، یکی از راه های افزایش این دانش برگزاری دوره های آموزشی کسب و کار زراعی می باشد. در بسیاری از کشورها این دوره ها با عنوان مدرسه کسب و کار مزرعه (FBS¹) برگزار می گردد. برگزاری این دوره ها نیز مانند ffs در مزارع برگزار می شود. از جمله دوره های آموزشی این روش آموزش شیوه های بازاریابی و فروش، روش های حسابداری و امور مالی مزرعه، روش های کاهش هزینه های مزرعه و ... می باشد. مدیریت هماهنگی ترویج جنوب استان کرمان می تواند از طریق این روش نسبت به آگاه سازی کشاورزان اقدام نماید. با توجه به اینکه بین کشاورزان تعامل و اعتماد اجتماعی بالایی وجود داشت پیشنهاد می شود که از رهبران محلی و کشاورزان پیشرو و افرادی که از نفوذ اجتماعی بالایی در روستا دارا می باشند و به عنوان الگو برای سایرین قلمداد می شوند برای ایجاد انگیزه در کشاورزان دیگر جهت شرکت در این کلاس ها و تأثیرات پایداری مدد گرفته شود که این مسئله در جسم و روح انسان می گذارد.

۳- با توجه به اینکه دانش مدیریت کسب و کار زراعی پدیده ای بسیار حائز اهمیت است و چالش بزرگی در بخش کشاورزی سنتی ایران به خصوص منطقه جنوب استان کرمان قلمداد می شود و نظر به اینکه طبق یافته های پژوهش، افزایش دانش کشاورزان صیفی کار در خصوص این مقوله مهم در تغییر رفتار کشاورزان مؤثر است، به مراکز جهاد کشاورزی پیشنهاد می شود آگاهی های لازم از طرق گوناگون از جمله: با برگزاری کلاس های ضمن خدمت برای هرچه کاربردی تر شدن دانش کارشناسان ترویج در این زمینه اقدامات لازم صورت گیرد؛ همچنین باید سعی شود که از کارشناسانی از خود شهرستان ها متناسب با لهجه ی محلی کشاورزان منطقه که فهم مطالب را برای کشاورزان آسان تر کند، استفاده گردد. تعداد کارشناسان بلاخص کارشناسان ترویج برای افزایش دسترسی کشاورزان به آنان افزایش پیدا کند. ضمن اینکه به کارشناسان نیز پیشنهاد می شود در روش های آموزشی خود تجدید نظر کنند و از روش های متنوع تر و عینی تری مانند مدرسه در مزرعه و روز مزرعه استفاده کنند تا کشاورزان به طور مستقیم نتایج را مشاهده کنند همچنین تسهیلگرانی را انتخاب کنند که رضایت و یادگیری بیشتر کشاورزان را در پی داشته باشد. و همچنین اولویت اول منبع ارتباطی کشاورزان همسایه پیشنهاد می شود از آموزش تبادلی کشاورز به کشاورز از طریق افرادی که رهبر فعالیت های مدیریت مزرعه (با تمرکز روی کشاورزان پیشرو) در روستا هستند از طرف سازمان جهاد کشاورزی منطقه، صورت گیرد.

۴- با توجه به نمره های کسب شده در هر حیطه و همچنین اولویت بندی سطح دانش در حیطه ها و همچنین اولویت بندی گویه های هر حیطه، پیشنهاد می شود ابتدا به نیازسنجی دقیق آموزشی در هر یک از حیطه ها پرداخته شود و در نهایت نیز اهداف دوره های آموزشی به ترتیب اولویت نمره دانش و تهیه سر فصل آموزشی هر یک از حیطه ها برگزار گردد. همچنین در این زمینه بکارگیری دانش آموختگان رشته های کشاورزی، مدیریت، اقتصاد و بازرگانی و ... به طور کلی در هر یک از حیطه ها از متخصصان همان حیطه کمک شایانی به دانش محور شدن فعالیت های خرید، بازاریابی و فروش محصولات می نماید.

از آنجا که فاصله مزرعه کشاورز تا نزدیک ترین مرکز خدمات کشاورزی رابطه منفی و معناداری با دانش مدیریتی کشاورزان در زمینه کسب و کار مزرعه دارد و این وضعیت موجب افزایش شکاف بین کشاورزان و کارشناسان این مراکز می شود، بنابراین افزایش تعداد این مراکز در دهستان ها می تواند گام موثری در افزایش دسترسی کشاورزان به خدمات آموزشی ترویجی و همچنین نظارت کارشناسان بر امور کشاورزی این افراد باشد.

¹- Farm Business School

منابع

- ۱- حکمت، م. و ا، عمانی، و س، میردامادی، (۱۳۹۲). متغیرهای مؤثر بر مهارت های مدیریت مزرعه گندم کاران دانش آموخته کشاورزی شعبه شوشتر. فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۲۷، ۷۵-۸۳.
- ۲- صامتی، م. و نراقی، م. (۱۳۸۸). بررسی جایگاه بخش کشاورزی در مقایسه با سایر بخش های عمده اقتصادی در اقتصاد ملی. مقالات منتخب، موسسه پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی، وزارت جهاد کشاورزی.
- ۳- جنت، س.، چیدری، م. و عباسی، س. (۱۳۸۷). بررسی دانش فنی گاوداران پیرامون بهبود کیفیت شیر: مطالعه موردی شهرستان گلپایگان. مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۴، شماره ۱، ۴۹-۶۰.
- ۴- حیدری ساربان، و. (۱۳۹۰). بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر دانش کشاورزان گندم کار پیرامون مدیریت آب زراعی (مطالعه موردی: شهرستان مشگین شهر). پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، سال چهارم، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۰.
- ۵- خیاطی، م. (۱۳۹۰). واکاوی سازه های ترویجی مؤثر در دانش فنی کشاورزی پایدار گندم کاران استان تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.
- ۶- سلطانی، غ.، نجفی، ب. و ترکمانی، ج. (۱۳۸۷). مدیریت واحد کشاورزی. شیراز: مرکز نشر دانشگاه شیراز.
- ۷- صدیقی، ح. و روستا، ک. (۱۳۸۱). بررسی پایداری نظام زراعی در واحد های کشاورزی نمونه. مجله کشاورزی، سال چهارم، شماره دوم، ۴۹-۶۰.
- ۸- عمانی، ا. ر. (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر دانش پایداری آب زراعی در بین گندم کاران شهرستان اهواز. مجله پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، سال سوم، شماره ۲، ۷۷-۶۵.
- ۹- قائدی، ی. و حسینی نیا، غ. (۱۳۸۷). نیازهای آموزشی بهره برداران در زمینه اقتصاد و مدیریت مزرعه. فصلنامه علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۴، شماره ۲، ۱۳-۲۶.
- ۱۰- موسوی، م. و چیدری، م. (۱۳۸۶). بررسی نیازهای آموزشی سبب زمینی کاران عجب شیر در زمینه ی بازاریابی. علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، سال یازدهم، شماره ۱، ۴۸۷-۴۹۸.
- ۱۱- یعقوبی، ا. چیدری، م. پزشکی راد، غ. و فعلی، س. (۱۳۸۸). اهمیت مهارت های مدیریت مزرعه از دیدگاه گندم کاران شهرستان تفرش. اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال ۱۷، شماره ۶۶، ۱۱۴-۹۹.
- 12- Al-Rimawi, A. S. (2003). Jordanian extension agents' attitudes Jordan toward farm business management and training needs. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 10 (2): 7-17.
- 13- Al-Rimawi, A. S., Emad, K. K. & Abdulfatah, S. A. (2004). An investigation in to the perceived farm management and marketing educational needs of farm operators in Jordan. *Journal of Agricultural Education*, 45(3), 34-43.
- 14- Boehlje, M., Dobbins, C., & Miller, A. (2002). *Are your farm business management skills ready for the 21 century*. Retrieved From <http://www.Purdue.edu/extmedia/ID /ID-244.pdf/>
- 15- Breazeale, D.; Myer, G. & Hill, G. (2001). What do you know about your client? Implication for extension financial management training.
- 16- Chizari, M., Ommani, A. & Noorivandi, N. A. (2006). *Analysis technical knowledge of farmers regarding dry land sustainable agriculture in Khuzestan province of Iran*. A paper presented at the International Symposium on Dry lands Ecology and Human Security, December 4-7, 2006. Dubai.

- 17- Makeham, JP. and Malcolm, LR. (1986). What is Farm Business Management? Business Management 12 for Tropical Dairy Farmers.
- 18- Nuthall, P. L. (2006). Determining the important management skill competencies: The case of family farm business in New Zealand. *Agricultural Systems*, 88, 429– 450.
- Rees, D., Momanyi, M., wekundah, J., Ndungu, F., Odondi, J., Oyure, A.O., Andima, D., kamau, M., Ndubi, J., Musembi, F., Mwaura, L., & Joldersma, R. (2000). Agricultural Knowledge and Information Systems in Kenya Bank: Rome. (Implication for Technology Dissemination and Development). Agricultural Research and Extension Network, P.7.
- 20- Rolls, M.J. (2001). Review of farm management in extension programs in central and eastern European countries and agricultural organization of the United Nations. Rome, Italy.
- 21- Young. R. C. (1998). Selective client approach in extension work: a study of contact farmers in Bangladesh. *Journal of extension system*. 6 (1): 74-76.

