

## بررسی رفتار صیفی کاران جنوب استان کرمان نسبت به مهارت های 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 کلی این پژوهش تحلیل رفتار صیفی کاران جنوب استان کرمان نسبت به مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی بود. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی، و به لحاظ روش از نوع توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه صیفی کاران جنوب استان کرمان به تعداد ۷۵۰۰۰ تن بودند، که بر اساس جدول نمونه گیری مورگان (۱۹۷۰) تعداد ۳۸۲ کشاورز بودند که به روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده ها، پرسشنامه ای محقق ساخته بود که برای اطمینان از روایی ابزار تحقیق پرسشنامه در اختیار پانل متخصصان قرار گرفت و نظرات ایشان در پرسشنامه اعمال گردید. جهت برآورد پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفا معادل ۰/۹۵ نشان از پایایی ابزار پژوهش داشت. نتایج نشان داد میانگین سطح بروز رفتار صحیح در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی در بین صیفی کاران پاسخگو ۲/۵۴ محاسبه شد که نشان از سطح کم رفتار صحیح در این زمینه دارد. بالاترین و پایین ترین سطح رفتار صحیح نیز به ترتیب مربوط به حیطه مدیریت کارکنان مزرعه و مدیریت استراتژیک زراعی بود. همچنین نتایج ضرایب همبستگی حاکی از آن بود که بین دانش، نگرش، درآمد سالیانه کشاورزی، سطح تحصیلات کشاورزان، درآمد سالیانه کشاورزی، منابع ارتباطی مساحت زیر کشت، کل زمین تحت مالکیت، نوع کشاورزی و نوع نظام بهره برداری منابع ارتباطی با میزان بروز رفتار صحیح در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی رابطه مثبت و معناداری مشاهده گردید. اما بین رفتار، سن و تجربه کشاورزی رابطه منفی و معنی داری وجود داشت.

کلمات کلیدی: مهارت های مدیریت، کسب و کار زراعی، رفتار صیفی کاران، جنوب استان کرمان

نویسنده مسئول : [Marziyeh.pahlavani@gmail.com](mailto:Marziyeh.pahlavani@gmail.com)

## Investigating Truck farmers' Behavior of Southern Kerman Province on Agricultural Business Management Skills

Morzieh Pahlavani<sup>1</sup>, Amir Hossein Ali Beigi<sup>2</sup>

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

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

### Abstract

The general objective of this research was to analyze the behavior of truck farmers in southern Kerman province regarding agricultural business management skills. 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 main instrument for data collection was a researcher-made questionnaire. The questionnaire was given to the panel experts to ensure the validity of the questionnaire. Cronbach's alpha test was used to estimate the reliability of the questionnaire. The alpha value equaled to 0.95 which indicated the reliability of the research tool. The results showed that the average level of acceptable behavior in the field of agro-economic management was 2.45, which indicates a low level of acceptable behavior in this field. The highest and lowest levels of correct behavior pertained to farm management and strategic agricultural management, respectively. Furthermore, the results of correlation coefficients indicated that between knowledge, attitude, annual agricultural income, farmer's education level, annual agricultural income, communication resources, cultivated area, total ownership of land, type of farming, and type of utilization system of communication resources, related to the incidence of behavior had a positive and significant relationship with the level of correct behavior in the field of agribusiness management. But there was a negative and significant relationship between behavior, age and agricultural experience.

**Keywords:** Management skills, Agricultural business, Truck farmers behavior, Southern province of Kerman

### مقدمه

کشاورزی به عنوان یکی از محورهای اساسی توسعه کشور نقش مهمی در رونق اقتصادی دارد. (روستا و همکاران، ۱۳۸۷). در راستای افزایش بهره وری بخش کشاورزی، اقتصادی نمودن تولید و افزایش ارزش افزوده محصولات بخش کشاورزی، گذر از اقتصاد کشاورزی معیشتی به اقتصاد کشاورزی پیشرفته و صنعتی، بکارگیری و مشارکت بهره برداران بخش کشاورزی در امور تصدی گری لزوم مدیریت صحیح و کارآمد را بیش از پیش در این بخش نمایان می کند (مالکوم، ۲۰۰۱). تغییرات چشم گیر در کشاورزی در سراسر جهان که نتیجه جهانی شدن، آزادسازی و گسترش شهرنشینی می باشد، در حال وقوع است. کشاورزان در حال تشدید الگوهای موجود تولید و تنوع مزارعشان برای بهبود معیشت خود هستند. به منظور رقابت و استفاده از فرصت های جدید که به وجود می آیند، کشاورزان به طور فزاینده مجبور به انطباق کسب و کار خود با تغییرات بازار و بهبود بهره وری، سود آوری و درآمد خود هستند (الریماوی و همکاران، ۲۰۰۶). محیط جدید اقتصادی نیز چالش های جدید برای تولید کنندگان ایجاد کرده است. توسعه مداوم فناوری و افزایش عدم قطعیت، که مشخصه بخش کشاورزی است، نیاز به مهارت های مدیریت کسب و کار دارد. همچنین کشاورزان برای ادامه بقای خود در محیط تجاری که به شدت رقابتی است به مهارت های مدیریتی و بازاریابی نیازمند می باشند (الریماوی و همکاران، ۲۰۰۴). از طرفی دیگر، به موازات گذار از کشاورزی سنتی به کشاورزی تجاری بر مشکلات کشاورزان نیز در زمینه عرضه محصول به بازار افزوده شده است. علاوه بر آن، مشکلات دیگری از قبیل؛ عدم رعایت الگوی کشت، نداشتن اطمینانی که در میزان تولید و قیمت و به تبع آن در میزان درآمد کشاورزان و تغییر شدید در بازار یا آب و هوا بر اهمیت و ضرورت مدیریت علم و بلاخص مدیریت کسب و کار در بخش کشاورزی افزوده است. تمامی این مسائل می تواند باعث کاهش شدید سود یا حتی بدتر از آن، موجب زیان های قابل توجه اقتصادی شود.

بدیهی است که کشاورز اگر نتواند خود را با این شرایط سازگار کند و مهارت کافی را جهت مدیریت در شرایط گوناگون نداشته باشد متحمل ضررهای اقتصادی زیادی خواهد شد. وضعیت موجود در اکثر نقاط کشور، به ویژه جنوب استان کرمان حاکم است، این منطقه قطب تولید صیفی جات می باشد و شغل اصلی مردم نیز کشاورزی است. این منطقه با سطح زیرکشت حدود ۲۴۲ هزار هکتار، ۲۹٪ سطح زیرکشت و حدود ۶۷٪ از کل تولید محصولات کشاورزی و دامی استان و حدود ۴٪ از تولید کشور را به خود اختصاص داده و به تنهایی در ۱۰ محصول کشاورزی رتبه اول تا سوم تولید و سطح زیرکشت کشور را داراست و رتبه اول در تولید هندوانه و خرما را به خود اختصاص داده است. این نشان می دهد که کشاورزان از مهارت های فنی تولیدی کافی برخوردارند. حال با توجه به این پتانسیل ها و کیفیت مرغوب محصولات کشاورزی این منطقه، و همچنین مهارت های فنی بالای تولیدی، جای بحث دارد که چرا کشاورزان از درآمد کسب و کار خود راضی نیستند و همیشه محصولی که کیفیت آن تایید شده است روی زمین می ماند و کشاورز هزینه های هنگفتی را از دست می دهد. مدیریت کسب و کار زراعی یکی از عامل هایی است که کشاورزان برای موفقیت در بخش کشاورزی باید به آن توجه کنند. مدیریت کسب و کار زراعی شامل داشتن اهداف مزرعه و تعیین اهداف برای رسیدن به آنها می باشد (رلز، ۲۰۰۱). فریس و مالکوم نیز این مفهوم را کمی متفاوت در نظر گرفته اند و بیان می دارند مدیریت کسب و کار مزرعه یک فرایند مستمر برنامه ریزی شده برای انجام کاری و سپس تغییر نیت با گذشت زمان و شرایط جدید و متفاوت برای شرایطی که قبلا پیش بینی شده بودند، و حکم می کند که اقدامات مختلفی گرفته شود (فریس و مالکوم، ۱۹۹۹).

در گذشته بیشتر بحث مدیریت مزرعه مطرح بود و بیانگر این موضوع بود که اگر کشاورزان به مهارت های بالای فنی و تولیدی مسلط باشند مدیران موفق برای مزرعه خود هستند و همین موضوع باعث می شد که بیشتر برنامه ریزان، محققان و مسئولان کشاورزی به این امر توجه کنند. اما با گذشت زمان، تنگناها و فشارهای اقتصادی، پیشرفت تکنولوژی، افزایش قیمت های نهاده ها و بلاخص بالا رفتن رقابت در بازار فروش محصولات، کشاورزان را مجبور به تغییر رویه ی خود از مدیریت مزرعه به مدیریت کسب و کار برای مزرعه خویش نماید، به عبارتی کشاورزان برای موفقیت در امر کسب و کار و افزایش سود و بازده مزرعه خود علاوه بر مهارت های لازم در زمینه تولید محصولات (توجه به بعد فنی) بر امر اقتصاد و همچنین مهارت های جدید که با گذشت زمان برای افزایش سود آوری مزرعه لازم است



مسلط باشند، برای این منظور تنها بهبود بهره وری فنی، مدیریت تولید و کار سخت کافی نیست و مدیران مزرعه نیاز به مدیریت خوب و مهارت های بازاریابی برای موفقیت هستند (الریماوی، ۲۰۰۳).

بنابراین با توجه به مشکلات یاد شده و در نتیجه اثرات آن بر درآمد کشاورزان این منطقه به نظر می رسد که رفتار مناسب در زمینه هر یک از حیطه های مدیریت صحیح کسب و کار مزرعه بتواند از مشکلات یاد شده در این زمینه جلوگیری کند لذا در این تحقیق سعی بر آن است که به بررسی این موضوع پرداخته شود که آیا نامناسب بودن رفتار در زمینه مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی باعث بروز مشکلات گردیده؟ با توجه به مسائل مطرح شده در منطقه و همچنین با توجه به اینکه تاکنون هیچ مطالعه ای در این زمینه و برای رفع این مشکلات صورت نگرفته است، بررسی و انجام پژوهشی در این زمینه در منطقه مورد اشاره لازم و ضروری به نظر می رسد. نتایج پژوهش کمک می کند تا تصمیم گیری های مربوط به بهبود این مسئله و ارائه راهکارهای مناسب جهت حل آن برای مسئولین آسان تر گردد. و آگاهی نسبت به اینکه در کدام یک از هشت سطح مدیریت کسب و کار زراعی مورد بررسی، نیاز به تامل، صرف وقت و پتانسیل بیشتری است. از طرفی برای اینکه گردانندگان مزرعه بتوانند با حداکثر کارایی در جهت تحقق اهداف عمل نمایند، نیازمند یک سری از پیش نیازهای مهارت مدیریتی می باشند. این مهارت ها آن ها را قادر می سازد تا حرفه خود را به طور موثرتری اداره نمایند تا با تغییرات در محیط کشاورزی تجاری رو در رو شوند و در محیط بسیار رقابتی تجارت باقی بمانند این مهارت های مدیریتی به آنها کمک می کند تا برحسب سطوح مالی، نیروی کار، منابع زمین و ریسک گریزی انتخاب درستی انجام دهند و برای دستیابی به سطوح ممکن درآمدی راجع به اینکه چه چیزی باید تولید شود، در کدام قسمت مزرعه، با چه روشی، کی و چه مقدار، تصمیمات آگاهانه ای اتخاذ نمایند (الریماوی و همکاران، ۲۰۰۴).

در رابطه با انواع مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی نظریه های گوناگونی از سوی محققان ارایه شده است. برای نمونه، بوهلج و همکاران 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 و همکاران، ۲۰۰۲). همچنین میشرا 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 ی آموزش مدیران، کنترل هزینه، سازمان کسب و کار مزرعه، و مدیریت ریسک از عوامل مهم موفقیت کسب و کار مزرعه بودند.

الریماوی و همکاران (۲۰۰۶) در مطالعه ای با هدف بررسی نگرش ها و مهارت های کشاورزان درباره مدیریت کسب و کار مزرعه به این نتایج دست یافت که مدیران مزرعه تا حد زیادی تجاری بودند. اما آن ها اهمیت زیادی به کشاورزی به عنوان یک کسب و کار یا مهارت هایشان در مدیریت نمی دادند. همچنین دو سوم از پاسخ دهندگان مهارت های عملیاتی را به عنوان کلید موفقیت می دانستند. مهارت ضعیف مدیریتی، مدیران را در تصمیم گیری آگاهانه، برنامه ریزی و تجزیه و تحلیل عملکرد مالی عملیات خود محدود می کند. الهیاری (۱۳۹۰) در تحقیق خود، مهارت های مدیریت مزرعه را در میان گردانندگان واحدهای مرغ داری صنعتی در استان گیلان به ۹ سطح تقسیم کرد، بر پایه نظر پاسخ گویان اولویت مهارت ها به ترتیب عبارت اند از: مهارت های کاری و تولیدی، ارتباطی، برنامه ریزی، مالی، بسیج منبع ها، عقلانیت در تصمیم گیری ریسک پذیری، اطلاع یابی و بازاریابی. نتایج حاصل از یافته های تحقیق نشان داد که سطح توانمندی گردانندگان مزرعه در این حیطه در حد متوسط تا زیاد می باشد. توانایی در مهارت های بازاریابی از جمله مهارت هایی بود که پاسخگویان کم ترین توانمندی را در این حیطه ابراز نموده اند. نایینی و همکارانش (۱۳۹۲) نیز مهارت های مدیریت مزرعه را به هشت سطح تقسیم کردند که شامل مهارت های پایداری، تعیین هدف ها و برنامه ریزی، مالی و حسابداری، مدیریت ریسک، کاری و فنی عملیاتی و تولیدی، اطلاع یابی و ارتباطی، بازاریابی و تصمیم گیری. در پژوهشی دیگر یعقوبی و همکاران (۱۳۸۸) مهارت های مدیریت مزرعه را به ۷ سطح تقسیم کرده اند که به ترتیب اولویت عبارت اند از: مهارت های عملیاتی، تعیین هدف ها، اطلاع یابی، حسابداری، بازاریابی، تولیدی



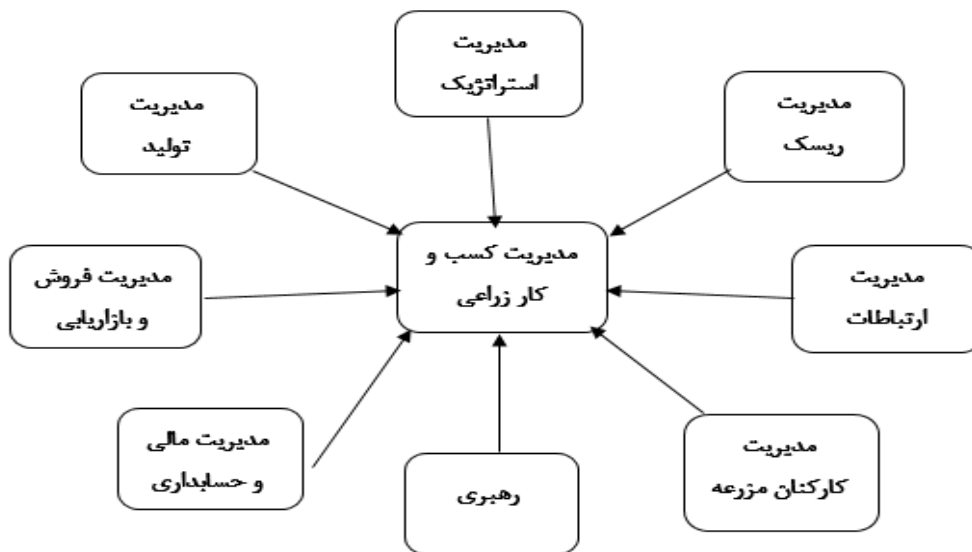
و کاری. یافته های تحقیق همچنین نشان می دهد که سه مهارت مهم مورد نیاز مدیران مزرعه (کشاورزان) عبارتند از: مهارت های عملیاتی، تعیین اهداف و اطلاع یابی.

ثریا و همکاران طی مطالعه ای با هدف بررسی مهارت های مدیریت مزرعه در مزارع پرورش گاو صنعتی شهرستان بهبهان بر اساس نتایج، رابطه مثبت و معنادار در سطح ۹۹ درصد در میان متغیرهای سن، سطح تحصیلات، تجربه، دسترسی به منابع اطلاعاتی، تعداد گاو، کل درآمد و سطح مهارت های مدیریت مزرعه وجود دارد (ثریا و همکاران، ۲۰۱۴). شاهرودی (۱۳۸۵) در پژوهشی با هدف سنجش مهارت کشاورزان پیرامون مدیریت خاک زراعی به این نتیجه رسید که بین مهارت های پاسخ گویان با متغیرهای میزان عملکرد، سطح زیر کشت، میزان تماس های ترویجی، دسترسی به منابع اطلاعاتی، مشارکت اجتماعی، دانش فنی و تکنولوژی های خاک زراعی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. رسولی آذر و همکاران (۱۳۸۷) نیز در پژوهشی مشابه تحت عنوان عوامل موثر بر مهارت های مدیریت مزرعه کارشناسان ناظر طرح گندم استان آذربایجان غربی به این نتیجه دست یافتند که بین متغیرهای سن، سابقه کشاورزی و تعداد دفعات شرکت کارشناسان ناظر در دوره های آموزشی با میزان مهارت های مدیریت مزرعه آن ها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، همچنین بین میانگین میزان مهارت های مدیریت مزرعه کارشناسان ناظر طرح در رابطه نوع شغل اصلی آن ها نیز تفاوت معنی داری به دست آمد.

حکمت و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان متغیر های موثر بر مهارت های مدیریت مزرعه گندم کاران دانش آموخته کشاورزی شعبه شوشتر به این نتایج دست یافتند که بین سطح مهارت مدیریت مزرعه دانش آموختگان کشاورزی با سن، سطح تحصیلات، سابقه در کشاورزی، نگرش، شرکت در کلاس های ترویجی، استفاده از مجراهای ارتباطی، مشارکت اجتماعی، سطح مکانیزاسیون، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، هم چنین بین دانش فنی و سطح مهارت مدیریت مزرعه توسط دانش آموختگان کشاورزی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. هادی و همکاران (۱۳۸۸) طی پژوهشی مشابه با عنوان بررسی عوامل موثر بر مهارت های مدیریتی سویاکاران دشت مغان در کنترل آفات سویا دریافتند که بین میزان مهارت های مدیریتی سویاکاران در ارتباط با آفات سویا، مشارکت در تشکل های اجتماعی روستایی، مشارکت در به کارگیری روش بیولوژیک، به کارگیری روش های ارائه شده در مدیریت آفات، مشارکت در برنامه های مدیریت آفات، شرکت در کلاس های آموزشی و سابقه سویاکاری در سطوح یک و پنج درصد رابطه مثبت و معنی دار وجود داشت. نتایج پژوهش حیدری ساریان (۱۳۹۲)، نشان داد 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.

سری دوی و کریشنا-رائو نقش جنسیت را در توانایی های مدیریتی و انجام امورات کشاورزی در کریشناگوداوی در ناحیه آندهاراپاراداش کشور هندوستان مورد مطالعه قرار دادند، نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهایی چون سن، وضع اقتصادی و اجتماعی، طبقه خانوادگی، تجربه و سابقه کشاورزی و تحصیل عمومی در مردان، سهم اصلی را در توانایی مدیریتی و انجام امورات کشاورزی داشته است (سری دوی و کریش، ۱۹۹۹). همچنین کولی و همکاران در پژوهشی کارایی فنی، تخصصی و هزینه را برای کشاورزان برنج کار بنگلادشی به دست آوردند. نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد کشاورزانی که دسترسی بهتری به بازار دارند، بیشترین کارایی را دارند و سن، تحصیلات، و تجربه اثر زیادی بر کارایی ندارد (کولی و همکاران، ۲۰۰۰).

بر اساس مطالعات پیشین، بیشتر محققان مهارت های مهم کسب و کار زراعی را در هشت سطح 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 طبقه بندی کرده اند. چارچوب مفهومی این تحقیق نیز مطابق این دیدگاه صورت گرفت.



شکل ۱- چارچوب مفهومی تحقیق

#### اهداف

- ۱- تعیین سطح رفتارهای صحیح در زمینه مهارت مدیریت کسب و کار زراعی در حیطه های مختلف در بین صیفی کاران
- ۲- بررسی تفاوت بین میانگین های رفتاری در حیطه های مختلف مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی از دیدگاه پاسخگویان
- ۳- بررسی عوامل موثر بر رفتار در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی

#### مواد و روش ها

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 آن ها 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 مدیریت کسب و کار زراعی بود که بر اساس پیشینه تحقیق و چارچوب مفهومی مذکور تدوین شد. 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 (رعایت تناوب، شغل اصلی، فاصله مزرعه تا مرکز خدمات کشاورزی، تجربه کشاورزی، مساحت زمین زیر کشت و نوع کشاورزی)، ۳- ویژگی های اقتصادی (نوع محصول، کل زمین تحت مالکیت، نوع نظام بهره برداری، درآمد غیرکشاورزی در سال، 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، فروشندهگان نهاده های شیمیایی، کشاورزان همسایه و دیگر روستاییان، اعضای خانواده، رهبران محلی)، بود. به منظور سنجش میزان مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی صیفی کاران مورد مطالعه از ۴۲ سوال بسته پاسخ در قالب ۸ حوزه مدیریتی (مدیریت تولید، مدیریت فروش، مهارت های مدیریت مالی، مهارت های مدیریت کارکنان، موضع گیری استراتژیک، مدیریت ارتباطات، رهبری و مدیریت ریسک) استفاده شد. برای سنجش رفتار پاسخگویان نسبت به هر یک از حیطه ها در مدیریت کسب و کار زراعی از طیف شش قسمتی استفاده شد که از هیچ، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد رتبه بندی شده بودند. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آماره های توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و استنباطی ضرایب همبستگی جهت تعیین عوامل موثر بر رفتار مدیریت کسب و کار زراعی استفاده شد.

#### یافته ها

### بررسی رفتار صیفی کاران برای مدیریت کسب و کار زراعی

#### ۱- بررسی رفتار مدیریت تولید

جدول شماره ۱- رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت تولید

میانگین (۵)	انحراف معیار	مدیریت تولید
۳/۸۳	۱/۰۷	داشتن برنامه مشخص کاشت و برداشت
۳/۶۰	۱/۲۹	نظارت بر تمام مراحل تولیدی محصول برای حفظ کیفیت و بازاریابندی
۳/۴۳	۱/۲۸	انتخاب بهترین رقم بازاریابند برای کاشت
۲/۸۶	۱/۴۵	خرید کلی نهاده های کشاورزی برای تخفیف در قیمت
۱/۸۳	۱/۳۸	استفاده از مشاوران تولید برای به دست آوردن مهارت های تولیدی
۱/۳۷	۱/۲۹	توجه به سیاست های دولت درباره تولید محصولات (مثلا چه محصولی بیشتر نیاز است کشت شود)

میانگین: ۲/۸۲، انحراف معیار: ۱/۲۹، ۰=هیچ، ۱=بسیار کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد، ۵=بسیار زیاد

نتایج جدول شماره ۱، نشان می دهد که میانگین رفتار مدیریت تولید در بین صیفی کاران در حوزه مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی ۲/۸۲ (۵ از) و انحراف معیار ۱/۲۹ است. که نشان از این است که آن ها در سطح کم رو به متوسطی از رفتار صحیح در زمینه مدیریت تولید برخوردارند. با بررسی رفتارها مشخص شد که پاسخ گویان به ترتیب در " داشتن برنامه مشخص کاشت و برداشت " (میانگین = ۳/۸۳) و " توجه به سیاست های دولت درباره تولید محصولات " (میانگین = ۱/۳۷) بیشترین و کمترین سطح بروز رفتار صحیحی است که در زمینه مدیریت تولید انجام می دهند. این بدین معنی است که کشاورزان همیشه برنامه مشخصی برای کاشت و برداشت محصولات خود دارند اما متأسفانه در این بین به این مورد که سیاست دولت در مورد کاشت محصولات استراتژیک را نادیده می گیرند و به کشت محصول قبلی آن هم به طور وسیع مبادرت دارند.

#### بررسی رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی

یعقوبی و همکاران (۱۳۸۸) بیان می دارند که، مهم ترین کار بعد از تولید هر محصول، رساندن آن به دست مصرف کننده است. نتایج حاصل از تحلیل داده ها در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی در نمونه مورد بررسی نشان داد که میانگین رفتار صحیح در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی در بین صیفی کاران ۲/۱۹ (۵ از) با انحراف معیار ۱/۳۵ است که نشان از سطح کم رفتار صحیح در این حیطه می باشد. میانگین و انحراف معیار هر یک از گویه ها در جدول زیر آمده است (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲، رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی

انحراف معیار	میانگین (۵)	مدیریت فروش و بازاریابی
۱/۲۰	۲/۵۸	زمان های مختلف برای بردن محصولات به بازار فروش
۱/۳۲	۲/۵۷	انتخاب زمانی که محصولات بیشتر فروش می رود برای فروش محصول (مانند فروش خارج از فصل کشت)
۱/۴۰	۲/۲۸	استفاده از قراردادهای رو به جلو و قراردادهای آینده برای تضمین فروش محصولات
۱/۴۲	۲/۰۸	استفاده از بسته بندی های جدید و تبلیغات برای افزودن ارزش و بازاریابندی محصولات
۱/۴۱	۱/۴۵	توجه به سیاست های دولت درباره ی تورم، بیکاری و عرضه پول و تجارت خارجی که روی قیمت ها اثر می گذارد.

میانگین: ۲/۱۹، انحراف معیار: ۱/۳۵، =۰ هیچ، =۱ بسیار کم، =۲ کم، =۳ متوسط، =۴ زیاد، =۵ بسیار زیاد همانگونه که در جدول ۲؛ نیز مشاهده می شود، بیشترین رفتار مطلوبی که صیفی کاران در زمینه فروش محصولات خود انجام می دهند مربوط به گویه " زمان های مختلف برای بردن محصولات به بازار فروش " ( $M= 2/58$ ) و کمترین سطح بروز رفتار صحیح مربوط به گویه " توجه به سیاست های دولت درباره ی تورم، بیکاری و عرضه پول و تجارت خارجی که روی قیمت ها اثر می گذارد " ( $M= 1/45$ ) می باشد. 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 و همین امر نیز روی رفتار آن ها در این زمینه تاثیر گذاشته است.

#### بررسی رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت مالی و حسابداری مزرعه

حسابداری مزرعه، دانشی است که با استفاده از آن، کشاورز می تواند تمام درآمدها و هزینه های تولید در یک واحد کشاورزی را در مراحل مختلف کاشت، داشت و برداشت در یک دفتر یادداشت و ثبت کند و اثر آن را روی سود و زیان مزرعه خود مورد بررسی قرار دهد (حسن پور، ۱۳۹۴). میانگین رفتار صحیح در زمینه مدیریت مالی مزرعه پاسخگویان در حوزه مدیریت کسب و کار زراعی (۱/۸۷ از ۵) با انحراف معیار ۱/۴۲ می باشد که این بیانگر این است که کشاورزان در مدیریت مالی مزرعه به طور ضعیف عمل می کنند. میانگین و انحراف معیار هر یک از گویه ها در جدول زیر گزارش شده است.

جدول شماره ۳، رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت مالی مزرعه

انحراف معیار	میانگین (۵)	رفتار مدیریت مالی مزرعه
۱/۶۵	۲/۶۰	برآورد سود خالص و ناخالص مزرعه در پایان دوره
۱/۴۸	۲/۵۱	ثبت و محاسبه میزان سرمایه اولیه و نهاده های مصرف شده در فرایند تولید
۱/۵۱	۲/۳۶	ثبت و محاسبه میزان سود و زیان
۱/۴۹	۱/۸۸	تهیه ی یک فایل برای ذخیره اسناد مالی مزرعه
۱/۳۸	۱/۱۸	استفاده از دفاتر کل در کارهای مزرعه
۱/۰۲	۰/۷۴	استفاده از کامپیوتر در کارهای مزرعه

میانگین: ۱/۸۷، انحراف معیار: ۱/۴۲، =۰ هیچ، =۱ بسیار کم، =۲ کم، =۳ متوسط، =۴ زیاد، =۵ بسیار زیاد استفاده بسیار کم از دفاتر کل و کامپیوتر در کارهای حسابداری بیانگر دو موضع مهم و اساسی بی سوادی و کشاورزی سنتی می باشد که دو عامل مهم و تاثیرگذار در مدیریت کسب و کار می باشد.

#### بررسی رفتار مدیریت ریسک در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی

کشاورزی به عنوان یکی از پرمخاطره ترین مشاغل محسوب می گردد و به تبع آن کشاورزان و گردانندگان واحدهای تجاری کشاورزی نیز دارای ریسک بالایی در شغل خود می باشند، بنابراین ضروری است تا از توانمندی و قابلیت های بالایی در برخورد با شرایط بحرانی و پرخاطر برخوردار باشند (الهیاری، ۱۳۹۰). بررسی رفتار کشاورزان در زمینه مدیریت ریسک نشان می دهد که، میانگین رفتار صحیح



کشاورزان در زمینه مدیریت ریسک در حوزه مدیریت کسب و کار زراعی ۲/۶۹ (از ۵) و انحراف معیار ۱/۳۹ می باشد که نشان دهنده سطح کم رفتار صحیح کشاورزان در زمینه مدیریت ریسک می باشد.

جدول شماره ۴، رفتار پاسخگویان در زمینه مدیریت ریسک

انحراف معیار	میانگین (۵)	رفتار برای مدیریت ریسک
۱/۰۶	۳/۹۲	کشت به موقع
۱/۳۶	۳/۵۴	استفاده از بذور اصلاح شده و واریته‌های مناسب و مقاوم برای مقابله با ریسک
۱/۴۹	۲/۸۲	شناختن مشتریان مزرعه و اینکه بیشتر چه محصولاتی را می‌پسندند
۱/۴۴	۲/۵۰	تنوع در کشت محصولات
۱/۴۹	۱/۹۳	استفاده مناسب از بیمه محصولات کشاورزی
۱/۵۲	۱/۴۶	ایجاد پس انداز و حساب‌های مالی پشتیبان

میانگین: ۲/۶۹، انحراف معیار: ۱/۳۹، ۰ = هیچ، ۱ = بسیار کم، ۲ = کم، ۳ = متوسط، ۴ = زیاد، ۵ = بسیار زیاد  
اکثر کشاورزان پاسخگو از توان مالی پایینی برخوردار بودند به همین دلیل نیز توان پس انداز برای آینده را برخوردار نبودند. طبق بیانات افراد پاسخگو، بیمه نکردن محصولات نیز به دلیل عدم وجود بیمه مناسب در زمینه خسارات صیفی کاران در این زمینه بود.

#### بررسی رفتار مدیریت کارکنان مزرعه در حوزه مدیریت کسب و کار زراعی

نیروی کار در کشاورزی تجاری یکی از عوامل مهم و در زراعت خانوادگی عمده ترین عامل تولید به حساب می‌آید. (سلطانی و همکاران، ۱۳۸۷). میانگین رفتار مناسب و صحیح کشاورزان در زمینه مدیریت افراد مشغول در مزرعه ۳/۳۹ (از ۵) است که نشان دهنده میزان بروز رفتار صحیح پاسخگویان در این حیطه است (جدول شماره ۵). اکثر شاخص‌های مورد بررسی در این حیطه نیز در وضعیت خوب و بسیار خوب قرار دارند. گویه‌ها، میانگین و انحراف معیار گویه‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول شماره ۵- رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت کارگران مزرعه

انحراف معیار	میانگین	رفتار برای مدیریت کارکنان مزرعه
۱/۱۳	۴/۰۱	رعایت قوانین کار
۱/۳۳	۳/۴۸	تقسیم کارهای مزرعه براساس سن و جنسیت
۱/۱۶	۳/۳۱	تعریف وظایف خاص برای هر یک از افراد مشغول در مزرعه
۱/۲۰	۳/۲۸	کمک به کارکنان در جهت بهبود مهارت‌ها و توانایی‌هاشان
۱/۱۹	۳/۲۱	گوش دادن به نظرات افراد مشغول در مزرعه و پیاده سازی پیشنهادات آنها برای بهبود کار
۱/۳۳	۳/۰۹	انتقال تجارب و معلومات جدید به افراد شاغل در مزرعه

میانگین: ۳/۳۹، انحراف معیار: ۱/۲۲، ۰ = هیچ، ۱ = بسیار کم، ۲ = کم، ۳ = متوسط، ۴ = زیاد، ۵ = بسیار زیاد  
نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در جدول شماره ۵؛ نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به گویه "رعایت قوانین کار" ( $M=4/01$ ) و کمترین میانگین نیز مربوط به گویه "انتقال تجارب و معلومات جدید به افراد شاغل در مزرعه" ( $M=3/09$ ) می‌باشد.

#### بررسی رفتار مدیریت استراتژیک در حوزه مدیریت کسب و کار زراعی

اولین وظیفه مدیر، ایجاد اهداف برای فعالیت هاست (کی و ادوارد، ۱۹۹۴). این عمل باعث انعطاف پذیری طرح‌های مزرعه برای پاسخگویی به تغییرات تقاضاهای بازار خواهد شد. نتایج جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که رفتار صحیح کشاورزان در زمینه مدیریت استراتژیک در حد بسیار پایین می‌باشد ( $M=1/76$ ) (از ۵). کمترین سطح بروز رفتار مربوط به گویه "پیش بینی و برآورد نیاز تولیدی منطقه تحت پوشش و نیاز بازار" ( $M=1/56$ ) به طور نسبی پایین‌ترین ویژگی گزارش شده از سوی پاسخگویان بود. که این بیانگر این است که

کشاورزان با وجود بروز مشکلات در زمینه فروش محصولات در سال های قبل، هیچ توجهی به بازار فروش محصول انتخابی ندارند و تنها به مراحل کاشت و برداشت محصولات توجه دارند.

جدول شماره ۶- رفتار کشاورزان صیفی کار در زمینه مدیریت استراتژیک مزرعه

رفتار مدیریت استراتژیک	میانگین (۵)	انحراف معیار
شناسایی نقاط ضعف و قوت کسب و کار مزرعه	۲/۲۵	۱/۵۶
جستجو برای یافتن روش های جدید و بهتر انجام کارهای مزرعه	۱/۹۱	۱/۶۱
برنامه ریزی الگوی کشت متناسب با نیاز منطقه و بازار	۱/۶۶	۱/۲۶
پیش بینی و برآورد درآمد حاصل از تولید	۱/۶۲	۱/۳۵
برنامه ریزی برای تولید و مشخص نمودن اهداف تولیدی در کوتاه مدت و بلندمدت	۱/۶۰	۱/۴۱
پیش بینی و برآورد نیاز تولیدی منطقه تحت پوشش و نیاز بازار	۱/۵۶	۱/۲۲

میانگین: ۱/۷۶، انحراف معیار: ۱/۴۰، بیشینه: ۵، کمینه: ۰، هیچ، ۱= بسیار کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد، ۵= بسیار زیاد

### بررسی رفتار مدیریت ارتباطات در حوزه مدیریت کسب و کار زراعی

یکی از مهارت های اصلی مورد نیاز برای هر مدیر مزرعه توانایی برقراری ارتباط مطلوب و اثر بخش می باشد. یافته های جدول شماره ۷، میانگین رفتار مناسب پاسخگویان در این حوزه از مدیریت کسب و کار زراعی را در سطح کم ( $M= ۲/۵۹$ ) (از ۵) نشان می دهد. که بیانگر سطح رفتار صحیح نامناسب در زمینه مدیریت ارتباطات می باشد. گویه رفتاری " مشاوره با کارشناسان و مروجین کشاورزی " ( $M= ۱/۳۶$ ) در این حیطه نشان دهنده ارتباط ضعیف کشاورزان با مروجان و کارشناسان کشاورزی است که یکی از دلایل آن می تواند نبود مروجان یا مسافت طولانی مراکز جهادکشاورزی و عدم دسترسی کشاورزان به این افراد برای دریافت مشاوره و اطلاعات به روز می باشد. داشتن ارتباط صادقانه و خوب با دیگران نیز بیانگر اعتماد اجتماعی بالایی است که کشاورزان نسبت به همدیگر دارند.

جدول شماره ۷- توزیع فراوانی دیدگاه پاسخگویان نسبت به میزان رفتار در زمینه مدیریت ارتباطات

گویه ها	میانگین (۵)	انحراف معیار
برقراری ارتباط خوب، واضح، دقیق و صادقانه با دیگران	۳/۷۶	۱/۰۱
جمع آوری اطلاعات درباره قیمت نهاده ها مانند بذر، کود و سم	۳/۲۴	۱/۲۲
استفاده از رسانه های عمومی (مانند تلویزیون، رادیو و...)	۳/۰۱	۱/۴۵
مشاوره با افراد با تجربه	۲/۷۲	۱/۴۵
دریافت اطلاعات درباره بازار آینده محصول انتخابی	۲/۷۰	۱/۳۲
مطالعه نشریات ترویجی و مجلات علمی	۱/۴۰	۱/۳۸
مشاوره با کارشناسان و مروجین کشاورزی	۱/۳۶	۱/۲۹

میانگین: ۲/۵۹، انحراف معیار: ۱/۳۰، هیچ، ۱= بسیار کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد، ۵= بسیار زیاد

### بررسی رفتار مهارت های رهبری در حوزه مدیریت کسب و کار زراعی

رهبری شامل تاثیر و تغییر است و این بدان معناست که چگونه رهبران بر پیروان اثر می گذارند. تاثیر، شرط حتمی رهبری است (گاردنر، ۱۹۹۸). میانگین میزان بروز رفتار صحیح کشاورزان در این حیطه ۳/۰۵ (از ۵) می باشد که نشان دهنده سطح رفتاری متوسط در این حیطه است. اکثر شاخص های مورد بررسی در این حیطه نیز در وضعیت خوبی نسبت به بقیه ی حیطه ها قرار دارند، اما در این بین با توجه به اطلاعات جدول شماره ۸، گویه رفتاری " دادن اعتماد به نفس به زیردستان " ( $M= ۳/۵۶$ ) و گویه رفتاری " داشتن ظرفیت پذیرش شکست " ( $M= ۲/۳۰$ ) به ترتیب اولویت اول و اولویت آخر شاخص های رفتار مناسب را از سوی کشاورزان پاسخگو دریافت کردند.

جدول شماره ۸- توزیع فراوانی دیدگاه پاسخگویان نسبت به میزان رفتار در زمینه مهارت رهبری

انحراف معیار	میانگین	گویه ها
۱/۹۴	۳/۳۸	دادن اعتماد به نفس به زیردستان
۱/۰۷	۳/۲۸	کمک در حل و فصل اختلافات بین مزرعه و جامعه غیر کشاورزی
۱/۲۶	۳/۱۵	داشتن روحیه ی مشارکت و ارائه مشاوره به دیگران
۱/۱۸	۳/۱۵	ایجاد انگیزه در دیگران و توانایی نفوذ در دیگران
۱/۴۷	۲/۲۵	ارزیابی نقاط قوت و ضعف شخصی
۱/۶۱	۲/۱۸	داشتن ظرفیت پذیرش شکست

میانگین: ۳/۰۵، انحراف معیار: ۱/۴۲، =۰ هیچ، =۱ بسیار کم، =۲ کم، =۳ متوسط، =۴ زیاد، =۵ بسیار زیاد  
با توجه به اینکه سطح مهارت های رهبری پاسخگویان در حد مطلوبی قرار دارد، به این موضوع می توان به عنوان یک مزیت نگاه کرد  
بدین ترتیب که کسب چنین مهارت هایی به اعتقاد دیلتر (۲۰۰۱) به کشاورزان در حل مشکلات فردی و اجتماعی کمک می کند و کشاورزان  
می توانند مسائل و مشکلات خود را با مسئولین زیرربط در میان بگذارند.

بررسی تفاوت بین میانگین های رفتار در حیطه های مدیریت کسب و کار زراعی از دیدگاه پاسخگویان

بررسی رفتار پاسخگویان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی با استفاده از میانگین هر یک از حیطه ها نشان می دهد که از نظر آن ها حوزه  
مدیریت کارکنان مزرعه با میانگین ۳/۳۹ و حوزه مدیریت استراتژیک با میانگین ۱/۷۶ به ترتیب، بیشترین و کمترین سطح بروز رفتار 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 ۹).

جدول شماره (۹)، اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان درباره رفتار در مهارت های مدیریت کسب و کار زراعی

رتبه	انحراف معیار	میانگین	حیطه های مدیریت کسب و کار زراعی
۱	۱/۲۲	۳/۳۹	مدیریت کارکنان مزرعه
۲	۱/۴۲	۳/۰۵	مهارت رهبری
۳	۱/۲۹	۲/۸۲	مدیریت تولید
۴	۱/۳۹	۲/۶۹	مدیریت ریسک
۵	۱/۳۰	۲/۵۹	مدیریت ارتباطات
۶	۱/۳۵	۲/۱۹	مدیریت فروش و بازاریابی
۷	۱/۴۲	۱/۸۷	مدیریت مالی مزرعه
۸	۱/۴۰	۱/۷۶	مدیریت استراتژیک

=۰ هیچ، =۱ بسیار کم، =۲ کم، =۳ متوسط، =۴ زیاد، =۵ بسیار زیاد

به طور کلی میانگین سطح بروز رفتار صحیح در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی در بین صیفی کاران پاسخگو ۲/۵۴ و انحراف معیار آن  
۱/۳۴ محاسبه شد که نشان از سطح کم رفتار صحیح در این زمینه دارد.

بررسی رابطه متغیرهای مستقل با رفتار صیفی کاران در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی

جدول شماره (۱۰)، رابطه بین متغیر رفتار مدیریت کسب و کار با متغیرهای مستقل مورد مطالعه

متغیر مستقل	نوع ضریب	ضریب هم بستگی	سطح معنی داری
دانش	پیرسون	۰/۵۴	۰/۰۰۰**
نگرش	پیرسون	۰/۲۶	۰/۰۰۰**
سن	پیرسون	-۰/۱۱	۰/۰۳*
جنسیت	کرامر	۰/۵۰	۰/۷۹
تعداد خانوار	پیرسون	۰/۰۳	۰/۵۱
فاصله مزرعه از مرکز خدمات کشاورزی	پیرسون	-۰/۰۶	۰/۲۴
تجربه کشاورزی	پیرسون	-۰/۱۲	۰/۰۱*
مساحت زیر کشت	پیرسون	۰/۲۶	۰/۰۰۰**
رعایت تناوب زراعی	کرامر	۰/۵۵	۰/۲۷
کل زمین تحت مالکیت	پیرسون	۰/۲۳	۰/۰۰۰**
سطح تحصيلات	اسپیرمن	۰/۱۹	۰/۰۰۰**
شغل اصلی	کرامر	۰/۵۳	۰/۴۴
نوع کشاورزی	کرامر	۰/۵۸	۰/۰۱*
نظام بهره برداری	کرامر	۰/۵۶	۰/۰۹*
درآمد غیرکشاورزی	اسپیرمن	۰/۰۵	۰/۲۶
درآمد سالیانه کشاورزی	پیرسون	۰/۳۱	۰/۰۰۰**
تعداد دفعات شرکت در کلاس ترویجی	پیرسون	۰/۲۳	۰/۱۰
عضویت در تعاونی تولید روستایی	کرامر	۰/۵۱	۰/۷۶
عضویت در شورای اسلامی روستا	کرامر	۰/۵۰	۰/۸۰
عضویت در بسیج روستا	کرامر	۰/۵۶	۰/۲۲
منابع ارتباطی	پیرسون	۰/۳۶	۰/۰۰۰**

\*\* معنی داری در سطح ۱ درصد \* معنی داری در سطح ۵ درصد

با توجه به جدول ۱۰؛ مشاهده می شود که بین رفتار کشاورزان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی و دانش و نگرش پاسخگویان رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد بدین معنی که هر چه دانش افراد در زمینه مدیریت کسب و کارشان افزایش یابد و همچنین نگرش آنان نیز در این زمینه مساعد باشد می توان نتیجه گرفت که رفتار آنان نیز در این زمینه بهبود یابد.

همچنین بین رفتار و سن، و تجربه کشاورزی رابطه منفی و معنی داری وجود دارد. بدین معنی که هرچه سن افراد بالاتر می رود تجربه آنها نیز در زمینه کشاورزی افزایش می یابد. بنابراین میزان رفتار صحیح آنها در زمینه روش های جدید مدیریتی بخصوص مدیریت کسب و کار زراعی کمتر می گردد و با روش پیشین پیش می روند. نتایج نشان داد که کشاورزانی که مساحت زیر کشت، کل زمین تحت مالکیت،

نوع کشاورزی و نوع نظام بهره برداری با میزان رفتار آن‌ها نیز در زمینه مدیریت کسب و کار مثبت و معنادار است. با توجه به اینکه این افراد هزینه بیشتری صرف نموده اند لذا رفتار غیرمعقول در زمینه کارهای مزرعه با ضررهای مالی جبران ناپذیری روبرو خواهند شد بنابراین برای این افراد رفتار صحیح در این زمینه اهمیت زیادی دارد. بین سطح تحصیلات کشاورزان، درآمد سالانه کشاورزی و منابع ارتباطی با میزان بروز رفتار در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. 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 مبذولی به این گروه گردد و از روش های عینی که نتایج کوتاه مدتی در پی دارد استفاده گردد.

مطابق یافته های جدول (۱۰) بین رعایت تناوب زراعی، شغل اصلی، ویژگی های اجتماعی، وضعیت تاهل و جنسیت پاسخگویان با میزان رفتار در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی رابطه معناداری یافت نشد.

### نتیجه گیری و بحث

یافته ها مویید این مطلب بود که میزان رفتار صحیح افراد مورد مطالعه در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی در سطح کمی قرار داشت. بالاتر بودن نمره رفتار مدیریت تولیدی و عملیاتی کشاورزان مورد مطالعه بیانگر اهمیت، مهارت، نظارت و توجه مضاعف آن‌ها در این حیطه است. همانگونه که بیان شد کشاورزان مورد مطالعه از مهارت فنی و تولیدی زیادی در زمینه تولید محصولات با کیفیت برخوردارند اما این امر به تنهایی کافی نیست با توجه به صنعتی شدن کشاورزی و پیشروی کشاورزی سنتی به سوی کشاورزی تجاری کشاورزان نه تنها باید از مهارت های تولیدی برخوردار باشند بلکه باید در زمینه های دیگر نیز از مهارت کافی برخوردار گردند، اما 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. به خصوص رفتار ضعیف پاسخگویان در زمینه های عدم پیش بینی بازار آینده یا برنامه ریزی کوتاه و بلند مدت برای مزرعه، برآورد نیاز بازار و در مدیریت مالی نیز استفاده از دفاتر کل و استفاده از کامپیوتر در کارهای مزرعه همه نشان از بی سوادی، سنتی بودن، عادت به روش های سنتی و کم اهمیتی این موارد برای کشاورزان (بخصوص کشاورزان خرده مالک) است. همانگونه که عزت آبادی و همکاران (۱۳۸۰) نیز در پژوهش خود علت استفاده نکردن کشاورزان از سیستم های حسابداری را، نداشتن آگاهی از اهمیت آن بیان کردند، و در صورت بیان منافع آن، به آسانی از سوی کشاورزان پذیرفته می شود. 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 حساب های مزرعه و لیست ارقام درآمد و هزینه ثبت شده در طول فصل تولید گذشته، تصمیم بگیرند که 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. در مورد مدیریت کردن فروش و بازاریابی محصولات نیز بریم نژاد (۱۳۸۵) بیان می دارد که تا زمانی که محصولات تولیدی به نقطه فروش نرسند و مشتریان راضی نباشند، فرایند تولید کامل نمی شود. یک جنبه ی اولیه در یک شغل این است که آیا کسی کالا یا خدمت تولیدی مرا خواهد خرید، از طرفی دیگر تغییرهای نامنظم قیمت ها از شوک های " ناگهانی و پیش بینی نشده" در عرضه و تقاضای بازار ناشی می شوند. مارو (۲۰۰۳) نیز بیان می کند کشاورزانی که فرصت های بازار را می شناسند، شانس بیشتری برای موفقیت از کسانی دارند که این فرصت ها را نمی شناسند. لذا کشاورزان باید برای موفقیت

در کسب و کار مزرعه خویش و کسب درآمد به تمامی این حیطه ها مسلط باشند و صرفا توجه به این عمل آوردن محصول و توجه به مراحل عملیاتی آن نمی تواند برای موفقیت اقتصادی کافی باشد. نداشتن پس انداز و حساب مالی پشتیبان برای مواقع ضروری که یکی از دلایل نداشتن حساب پس انداز درآمد پایین کشاورزان و همچنین ضررهای اقتصادی و عدم موفقیت در زمینه فروش محصولات باشد. میانگین نمره رفتار پاسخگویان در حیطه مدیریت کاکتان و کارگران مشغول در مزرعه بالاترین میانگین را داشت. بوهلیج و همکاران (۲۰۰۲) در خصوص اهمیت این حیطه به این نکته اشاره نمودند که در مدیریت موفق مزرعه، مدیریت کارگران و کارمندان به شدت مهم است. در بسیاری از مزارع، مدیریت کارمندان به اندازه مدیریت تولید، استفاده از مهارت های بازاریابی یا مدیریت مالی مهم می باشد. در بررسی رفتار در حیطه مدیریت ارتباطات نیز شواهد نشان دهنده ارتباط ضعیف کشاورزان با مروجان و کارشناسان کشاورزی می باشد که یکی از دلایل آن می تواند نبود مروجان یا مسافت طولانی مراکز جهاد کشاورزی و عدم دسترسی کشاورزان به این افراد برای دریافت مشاوره و اطلاعات به روز باشد. داشتن ارتباط صادقانه و خوب با دیگران نیز بیانگر اعتماد اجتماعی بالایی است که کشاورزان نسبت به همدیگر دارند. تایید این مطلب نیز در قسمت بررسی رفتار پاسخگویان در زمینه مهارت رهبری قابل مشاهده است. اکثر ویژگی های این مهارت از میانگین بالاتری نسبت به حیطه های دیگر برخوردار است. این ویژگی ها بخصوص داشتن روحیه مشارکت کشاورزان برای موفقیت برنامه های ترویجی امری مهم است.

نتایج این بررسی با مطالعات الهیاری (۱۳۹۰) مبنی بر ارزیابی سطح توانمندی گردانندگان مزرعه همخوانی دارد. بررسی رفتار پاسخگویان در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی نشان دهنده رفتار ضعیف پاسخگویان در این زمینه بود، که الهیاری نیز بر اساس یافته های تحقیق خود نشان داد توانایی در مهارت های بازاریابی از جمله مهارت هایی بود که پاسخگویان کم ترین توانمندی را در این حیطه ابراز نموده اند. یکی از نتایج مهم که در بررسی رفتار پاسخگویان در زمینه مدیریت تولید و مدیریت فروش پایین بودن سطح بروز رفتار در زمینه توجه به سیاست های دولت درباره تولید محصولات (مثلا چه محصولی بیشتر نیاز است کشت شود) و توجه به سیاست های دولت درباره ی عواملی که روی قیمت ها اثر می گذارد؛ بود. 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 می باشد. مطابق نتایج بین دانش، نگرش، درآمد سالیانه کشاورزی، سطح تحصیلات کشاورزان، درآمد سالیانه کشاورزی، منابع ارتباطی مساحت زیر کشت، کل زمین تحت مالکیت، نوع کشاورزی و نوع نظام بهره برداری منابع ارتباطی با میزان بروز رفتار صحیح در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی رابطه مثبت و معناداری به دست آمد که با نتایج تحقیق ثریا و همکاران (۲۰۱۴)، شاهرودی (۱۳۸۵)، حکمت و همکاران (۱۳۹۲)، حیدری ساریان (۱۳۹۲)، سری دوی و کریشنا-رائو (۱۹۹۹) و (کولی و همکاران، ۲۰۰۰) همخوانی دارد. همچنین بین سن، و تجربه کشاورزی رابطه منفی و معنی داری وجود داشت که با نتایج مطالعات ثریا و همکاران (۲۰۱۴)، رسولی آذر و همکاران (۱۳۸۷)، حکمت و همکاران (۱۳۹۲)، سری دوی و کریشنا-رائو (۱۹۹۹)، مطابقت ندارد.

### پیشنهادها

با توجه به اینکه 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، رفتار پاسخگویان در بیشتر حیطه ها در سطح متوسط و رو به پایین قرار داشت؛ از طرفی نقش آموزشی بهبود مهارت های مدیریتی کشاورزان وظیفه مهمی برای خدمات ترویج دولتی محسوب می شود، مروجان از طریق برنامه های آموزشی می توانند توانایی مدیریتی گردانندگان مزارع را به طور قابل توجهی بهبود بخشند. آن ها می توانند به کشاورزان در اتخاذ تصمیمات بهتر و آگاهانه تر، کسب مهارت هایی که به آن ها در تجزیه و تحلیل تصمیم هایشان کمک می کند، ارزیابی بازاریابی، شناسایی فرصت های تجاری و برنامه زمانی، کیفیت و کمیت محصولات در جهت رضایت بازار هدف در محیط به شدت تجاری، کمک نمایند. لذا به مراکز جهاد کشاورزی پیشنهاد می شود آگاهی های لازم از طرق گوناگون از جمله: برگزاری دوره های آموزشی ترویجی بیشتر در این زمینه و برگزاری کلاس های ضمن خدمت برای هرچه کاربردی تر شدن دانش کارشناسان ترویج

در حیطه های مختلف مدیریت 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 می کند، استفاده گردد. تعداد کارشناسان بلاخص کارشناسان ترویج برای افزایش دسترسی کشاورزان به آنان افزایش پیدا کند.

به کارشناسان 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.

- با توجه به بالا بودن روحیه مشارکت و اعتماد اجتماعی بین افراد پیشنهاد می شود از آموزش تبادل 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. همچنین مشاوره امور زراعی تنها از سوابق تولیدات و عملکرد و تحلیل سودآوری آغاز نشود، بلکه از حسابداری و ارزیابی کلیه منابع زراعی در دسترس نیز استفاده گردد؛ کشاورزان را تشویق به حساسی به امور مالی مزرعه و استفاده از سیستم ساده مدیریتی مانند استفاده از دفاتر کل کنند.

- با توجه به اینکه هم زمینه و امکانات استفاده از دفاتر حسابداری وجود دارد و هم این مسئله دارای اهمیت زیادی در موفقیت کشاورزان است، اهمیت ترویج آن در میان کشاورزان مشخص بیش از پیش نمایان می شود. لذا با استفاده از آموزش های ساده و ابتدایی می توان به آسانی کشاورزان را تشویق به استفاده از سیستم های حسابداری و ثبت ارقام مربوط به مزرعه نموده، و از داده های ثبت شده به بهترین نحو در سیستم اطلاعاتی مدیریت کسب و کار زراعی، و سرانجام در برنامه ریزی های گوناگون مزرعه استفاده کرد.

#### منابع

- ۱- حاجی ملکی، ه.، و فرج الله حسینی، س.ج.، و میردامادی، س.م. (۱۳۹۰). بررسی دیدگاه کلزاکاران نسبت به مهارت های فنی مدیریت مزرعه در استان قزوین. مجله پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، سال چهارم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۰، ص ۴۳-۳۲.
- ۲- حسن پور، ب. (۱۳۹۴). حسابداری ساده مزرعه و مدیریت کشاورزی در مزارع کوچک. مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان کهگیلویه و بویراحمد، نوبت چاپ: اول/پاییز ۱۳۹۴.
- ۳- روستا، ک.، فرج... حسینی، ج.، چیدری، م.، و حسینی، م. (۱۳۸۷). بررسی سازوکارهای ترویجی موثر بر مدیریت ریسک تولید گندم در استان خراسان رضوی. مجله علوم کشاورزی و منابع طبیعی، سال ۱۵ (۶)، ص ۲۱-۹.
- ۴- سلطانی، غ.، نجفی، ب.، و ترکمانی، ج. (۱۳۸۷). مدیریت واحد کشاورزی. شیراز: مرکز نشر دانشگاه شیراز.
- ۵- شاهرودی، ع. (۱۳۸۵). تحلیل عوامل تأثیرگذار بر دانش، نگرش و مهارت کشاورزان چغندرکار پیرامون مدیریت خاک زراعی، مطالعه موردی در استان خراسان رضوی. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ۶- 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.
- ۷- عمانی، ا. ر.، و م.، چیدری، (۱۳۸۵). تعیین ویژگی های اجتماعی، اقتصادی و زراعی گندم کاران اهواز، دزفول و بهبهان با توجه به پذیرش روش های کشاورزی پایدار کم نهاده (LISA). فصل نامه علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، سال ۱۰ (۱).
- ۸- 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، صفحات ۲۶-۱۳.
- ۹- نجفی، ب. و فرج زاده، ز. (۱۳۸۹). نقش تعاونی های روستایی در بازاریابی محصولات کشاورزی، مطالعه موردی استان فارس. تعاون، سال ۲۱، دوره جدید، شماره ۱، بهار ۱۳۸۹.

۱۰- 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، صفحات ۱۱۴ - ۹۹.

11- 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.

12- Allahyari, M. S. & M. S. Saburi, & F. Keshavarz, (2001). Analyzing Farm Management Skills in Poultry Production Enterprises in Iran. *Life Science Journal*, Volume 8(1): 61-67.

13- 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.

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- Gardner, William L., and Anolio. Bruce J., " The Charismatic Leadership". *Academy of Management Review*, Vol, 23, 1998, pp. 32-58.

16- Kay, R. D. & W. M. Edwards (1994), *Farm Management* (3rd ed.), New York: McGraw-Hill, Inc.

17- Malcolm, L. R. 2001. *Farm Management Economic Analysis: A Few Disciplines, a Few Perspectives*, Rolls, M. J. (2001). Review of farm management in extension programs in central and eastem European countries and agricultural organization of the United Nations. Rome, Italy.

18- Napier, R. (1998). Conference papers: Teaching management in to the 21<sup>st</sup> century. *Farm Management*, 9(12), 646-658.

19- Nuthall, P. L. (2006). Determining the important management skill competencies: The case of family farm business in New Zealand. *Agricultural Systems*, 88, 429- 450.

20- Richardson, D. (2008). How Can Agricultural Extension Best Harness ICTs to Improve Rural Livelihoods in Devleloping Countries? Pp.:14-1

21- 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.

22- Wada, T. (1995), *The management, growth and structure of large scale paddy field farmers in Japan*, Tokyo, University of Tokyo Press.

23- Yazdani, S., Kiyani Rad, A.(2004). Revenue insurance, a new paradigm in risk management in agricultural products .*Seasonal journal of agricultural economic and development*. 47. 47-79.