

## نقش ترویج کشاورزی در زمینه صنایع غذایی کوچک روستایی شهرستان کرمانشاه

فاطمه ساسانی<sup>۱</sup>، مهنا شاهمرادی<sup>۲</sup>، ماریه صحرایی<sup>۳</sup> و ظاهره ملکی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی / دانشگاه رازی کرمانشاه، <sup>۲</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه ی روستایی / دانشگاه رازی کرمانشاه، <sup>۳</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی / دانشگاه رازی کرمانشاه، <sup>۴</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه ی روستایی / دانشگاه رازی کرمانشاه  
fateme.sasani@yahoo.com

صاحبان صنایع غذایی کوچک روستایی، گروه دیگری از تولید کنندگان بخش کشاورزی هستند که نیاز به خدمات ترویج دارند. اما متأسفانه علیرغم وجود طرح رهیافتهای جدید مانند نظام دانش و اطلاعات کشاورزی و نظام نوآوری کشاورزی در جهان، مخاطبان ترویج کشاورزی در ایران، هنوز هم محدود به گروه کشاورزان سنتی میشود که در مزارع مشغول به کار هستند. این در حالی است که اهمیت صنایع غذایی کوچک روستایی در رونق بخش کشاورزی، افزایش فرصت های شغلی و جلوگیری از مهاجرت روستایی، واضح و مبرهن است. در این مطالعه نظرات ۲۵ نفر از مدیران شرکت های صنایع غذایی کوچک روستایی، به روش کیفی تئوری بنیانی و با استفاده از ابزار مصاحبه، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج مطالعه نشان داد که خدمات ترویجی برای این صنایع به طور عمده توسط دفتر صنایع تبدیلی و تکمیلی سازمان جهاد کشاورزی ارائه می شود و محدود به راهنمایی جهت ثبت شرکت، اخذ پروانه بهره برداری و مجوزها می باشد. در حالی که از دیدگاه مدیران این شرکتها، بیشترین نیاز به آموزش و اطلاع رسانی در زمینه ی دسترسی به اعتبارات و ارائه ی اطلاعات تخصصی می باشد. همچنین با توجه به تاکید مدیران شرکت های صنایع غذایی کوچک روستایی، بر تاثیر قابل توجه تبادل تجربیات و استفاده از ایده های افراد متخصص، برقراری ارتباط بین سایر مدیران موفق در این زمینه و نیز کارآفرینان، پیشنهاد می گردد.

**واژه گان کلیدی:** صنایع غذایی کوچک، صنایع غذایی روستایی، ترویج کشاورزی