

تاک

ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی
فصلنامه علمی تخصصی انجمن علمی دانشجویی
ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران
دوره اول، شماره اول، پاییز ۱۳۹۸

کشمون، یعنی محل کشت و کار داستان استارت‌آپ کشمون از زبان محمد قائم‌پناه

- اهمیت کارآفرینی کجاست؟
- آب؛ همانی که قدرش را نمی‌دانیم!
- هیدروپونیک، نوآوری در کشت
- رافلزیا، بزرگ بدبو!



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



انجمن علمی دانشجویی ترویج و آموزش کشاورزی
دانشگاه تهران



پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

نشریه یسنا و نشریه

فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی (تاک)

تاریخ صدور و شماره مجوز: ۱۳۹۸/۳/۱۰ - ۱۳۲/۵۹۴۳۰

صاحب امتیاز: انجمن علمی دانشجویی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران

سال اول، شماره اول، پاییز ۱۳۹۸

مدیر مسئول: الهه بابازاده

سر دبیر: نرگس عبادی

دبیر تحریریه: محسن ملک لی

استاد مشاور انجمن و نشریه: دکتر امیر علم بیگی

ویراستار: محسن ملک لی

خبرنگاران: الهه بابازاده، یسنا لوافیان

صفحه آرا: الهه بابازاده، محسن ملک لی

هیئت تحریریه: سعیده اجاقی، نجیمه اسماعیلی، محسن ملک لی، زهرا زارع، الهه بابازاده،

زهرا پیرهادی، نرگس عبادی، کوثر شاهوردی، نرگس بنفش سیف الدین، سیده نرگس صالحی

ارتباط با ما



Taakgroupinfo@Gmail.com



Taaksj.ut.ac.ir

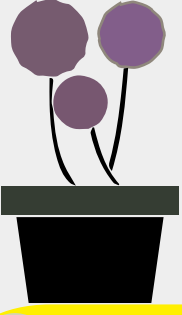


@Taak_Group_ut



@Taak_Group

فہرست



۶ اہمیت کاراقرینے کجاست؟

۱۰ آب، همانے کہ قدرش رانے دانیم!



۱۲ سرمایہ ات را کجا خرج مے کنے؟

۱۴ درآمدزایے به لیمویے

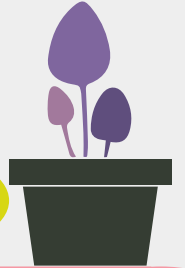
۱۶ میوه و سبزی علیہ آلودگے!



۱۸ ہیدروپونیک، نوآوری در کشت



۲۰ کینوا، خاویار گیاهے



۲۲ این دیوار نفس مے کشد!

۲۴ کشمون یعنیے محل کشت و کار

۲۹ رافلزیاء، بزرگ بدبو!



۳۰ گروہ تاک دریک نگاه



سخن سردبیر

پس از تولد یک سالگی گروه "تاک" که متشکل از اعضای انجمن علمی دانشجویی ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران می‌باشد، فعالیت‌های این گروه با توجه به نیازی که در فضای بازار وجود دارد، دغدغه‌مندی بیشتر نسبت به مسئله کسب و کار و کارآفرینی پیدا کرد. از این رو این گروه بر آن شد تا نشریه‌ای تحت عنوان "فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی" را به عنوان برگ جدیدی در دفتر فعالیت‌های گروه تاک برای پیشرفت کسب و کار و کارآفرینی در کشاورزی و منابع طبیعی رقم بزند. تا کنون گروه تاک مجموعه اهداف و فعالیت‌های خود را در زمینه تولید محتوا با رویکرد ارائه راه‌حل‌هایی به عموم جامعه در زمینه ایجاد ارزش افزوده و کسب مزیت در کشاورزی و منابع طبیعی و بهبود کیفیت زندگی معطوف داشته و از این پس نیز به طور هدفمند و جدی‌تر با "فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی" این مهم را پیگیر خواهد بود.

نشریه پیش رو، اولین شماره از فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی می‌باشد و از این پس هر فصل به منظور استفاده مخاطبان و علاقه‌مندان منتشر خواهد شد. این فصلنامه دربرگیرنده‌ی موضوعات متنوع و کاربردی در زمینه‌ی کسب و کار و کارآفرینی در کشاورزی و منابع طبیعی می‌باشد و در پی آن است تا ظرفیت‌های ناب و فرصت‌های کلیدی را به مخاطب خود در این زمینه معرفی نماید. در شماره اول فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی تلاش بر آن است تا علاوه بر معرفی ظرفیت‌ها، فرصت‌ها، تهدیدها و همچنین راهکاری متنوع، مطالب عمومی و جذاب در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی نیز برای طیف مخاطبان با سلیق مختلف ارائه شود. دبیرخانه فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی صمیمانه از پیشنهادهای شما مخاطبان گرامی برای بهبود محتوایی و فنی این نشریه استقبال می‌کند. با تشکر از اینکه فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی را جهت مطالعه انتخاب نموده‌اید.

نرگس عبادی

سردبیر فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی

کارآفرینی

Entrepreneurship



اهمیت کارآفرینی کجاست؟

دنیا به سرعت در حال تغییر است و با پیشرفت تکنولوژی، شرایط بازار، ساختار کسب و کارها و نیاز مشتریان تغییر کرده و رقابت موثر در بازار کنونی نیازمند استفاده از اصول و قوائد دنیای کارآفرینی است. در عصر امروز که سرعت پیشرفت فناوری ها روز به روز در حال افزایش است، سازمان ها برای بقا و رشد خود، راهی جز منطبق شدن با تغییرات محیط پیرامون ندارند و موفقیت سازمان ها عمدتاً ریشه در نوآوری دارد.

نوآوری در حال تبدیل به یک مؤلفه ی کلیدی در سیاست گذاری اقتصادی است؛ به طور مثال دفتر علم و نوآوری انگلستان، نوآوری را موتور اقتصاد مدرن می داند که ایده و دانش را به کالا و خدمات تبدیل می کند. یکی از پایگاه های اینترنتی استرالیا نیز چنین می نویسد؛ شرکت هایی که برای نوآوری سرمایه گذاری نمی کنند، آینده ی خود را به خطر می اندازند و اگر به دنبال راه حل هایی نوآورانه نباشند احتمال موفقیت کسب و کار آنها اندک است.

کارآفرینی متشکل از دو واژه ی ”کار“ به معنای هرگونه فعالیت ذهنی و فیزیکی که به صورت فردی و گروهی منجر به هدایت و رهبری برای عملی ساختن یک ایده می شود و کلمه ی ”آفرینی“ که اشاره به خلق چیزی تازه و نو دارد، می باشد. در واقع کارآفرینی زمانی معنی و مفهوم پیدا می کند که به کارگیری خلاقیت منجر به رفع نیاز جامعه شود.

الهه بابزاده:

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

Babazade.elahe@ut.ac.ir

Entrepreneurship



کارآفرین کیست؟ کارآفرینی چیست؟

بنا به تعریف هیستریچ کارآفرینی فرآیند پویای خلق ارزش از طریق شناخت فرصت‌ها و نیازها با تخصیص زمان و تلاش بسیار همراه با پذیرش ریسک و مسئولیت است که با هدف پاداش مادی، معنوی، رضایت شغلی و استقلال شخصی انجام می‌پذیرد.

بنا به تعریف شومپیتر (پدر علم کارآفرینی و اقتصاد)

کارآفرینی به مانند درختی است که در بستری از خلاقیت قرار دارد و ثمره‌ی آن نوآوری است. ژان باتیست سی نیز با پیروی از نظریات اقتصادی کارآفرین را فردی میدانند که منابع اقتصادی را از یک حوزه با بهره‌وری پایین به حوزه‌ای دارای بهره‌وری و سود بالاتر منتقل می‌کند. پیتر دراگر با نگرشی اقتصادی،

کارآفرین را کسی می‌داند که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه‌گذاری اولیه‌ی خود ایجاد می‌کند. در اصل کارآفرین بودن به معنی ارائه‌ی یک کالای جدید، یا روش جدید برای تولید کالا، یافتن منابع جدید و یا ایجاد هرگونه شکل‌های جدید در صنعت است و اساساً نوآوری، خلاقیت و ابتکار عمل جوهره کارآفرینی است. اما یک کارآفرین باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟

یک کارآفرین دارای مرکز کنترل درونی است.

یعنی وضع موجود زندگی اجتماعی و شخصی خود را حاصل عملکرد خود دانسته و معتقد است که توانمندی‌ها و یا رفتار او عامل نتیجه است نه عوامل بیرونی و شرایط اجتماعی!

یک کارآفرین سرشار از نیاز به استقلال شخصی، خوش بینی، آینده‌نگری، خلاقیت و نوآوری است. او برای عملی ساختن ایده خود مخاطره‌پذیر بوده و با تحمل ابهام با ساخت تیم کاری و رهبری آن برای چشیدن طعم پیروزی تلاش بسیار کرده و حتی احتمال شکست را نیز قبول می‌کند.

اما آیا کارآفرینان زاده می‌شوند یا ساخته می‌شود؟ درست است که برخی از افراد با این ویژگی‌ها زاده و البته صفات را به صورت بالقوه در خود دارند و راه هموارتری را تا تبدیل شدن به یک کارآفرین و به فعلیت رساندن این صفات دارند اما خبر خوشحال‌کننده این است که بسیاری از ویژگی‌های افراد کارآفرین با مطالعه و تمرین قابل اکتساب است.



“

در اصل کارآفرین بودن به معنی ارائه‌ی یک کالای جدید، یا روش جدید برای تولید کالا، یافتن منابع جدید و یا ایجاد هرگونه شکل‌های جدید در صنعت است و اساساً نوآوری، خلاقیت و ابتکار عمل جوهره کارآفرینی است.

”

66

مفاهیم خلاقیت و نوآوری

همان طور که بیان شد، خلاقیت و نوآوری جوهره ی کارآفرینی است و برای شناخت بهتر دنیای کارآفرینی لازم است ابتدا با معنی و مفهوم خلاقیت و نوآوری بیشتر آشنا شویم. خلاقیت مقدمه ی نوآوری است. خلاقیت عبارت است از فرآیند یافتن راه های جدید برای انجام دادن بهتر کارها؛ خلاقیت یعنی توانایی ارائه ی راه حل جدید برای حل مسائل. به عبارت ساده تر، خلاقیت، ایده و فکر ایجاد چیز جدید است در حالی که نوآوری عملیاتی کردن موفقیت آمیز فنی و اقتصادی خلاقیت است، به عبارت دیگر نوآوری فرآیند خلاقانه ای است که در آن، دو یا چند مفهوم به شیوه ی بدیعی با هم ترکیب می شوند تا چیزی را خلق نمایند که قبلاً ناشناخته بوده و ارزش خاصی ایجاد کند که قبلاً وجود نداشته است.

پیتر دراگر نوآوری را همانند هر فعالیت عینی در کنار نبوغ و استعداد، نیازمند دانش، توجه و سخت کوشی همه ی دست اندرکاران می داند و معتقد است آنچه در میان کارآفرینان مشترک است نه گونه ی خاصی از ویژگی های شخصیتی بلکه تعهد سیستماتیک به نوآوری بوده است.

توجه داشته باشید نو بودن برای نوآوری شرط لازم است ولی شرط کافی این است که با ارزش افزوده و یا بهبود برای سازمان و یا مشتری توأم شود. ارزش افزایی می تواند در قالب کاهش هزینه، بهبود شرایط زندگی کاری، بهبود ایمنی محیط کار، افزایش درآمد و در نهایت بهبود شرایط رقابتی خود را نشان دهد.

منابع:

کتاب کارآفرینی چیست؟ کارآفرین کیست؟ (ژینوس هنرجویی)؛ کتاب هم آفرینی ارزش (علی اشرف احمدیان)؛ جزوه ی درس مبانی کارآفرینی (دکتر امیر علم بیگی)



Threats

تهدیدات



آب همان‌که قدرش را نمیدانیم!

در بلند مدت نیز علاوه بر استمرار اصلاح الگوی مصرف باید تمهیداتی برای مهار و حفظ منابع آبی اندیشیده شود؛ در غیر این صورت باید به زودی شاهد سهمیه‌بندی آب و شکل‌گیری تنازعات برای تأمین منابع آبی باشیم!

یکی از راه‌های مقابله با کمبود منابع آبی، بازیافت آب‌هایی است که بصورت فاضلاب از چرخه مصرف خارج می‌شوند. به همین منظور، در کشور اقداماتی صورت گرفته است که برای مثال می‌توان به مشاوره یک هیأت پنج نفره آلمانی به منظور بازیافت پساب و تزریق آن به سفره‌های زیرزمینی اشاره کرد. به کاربردن روش‌های مدرن آبیاری و به ویژه افزایش سهم کشت گلخانه‌ای از بخش کشاورزی نیز می‌تواند در این مسیر بسیار راهگشا باشد. آمارها حاکی از این است که ۱۵ درصد از زمین‌های کشاورزی دنیا تحت آبیاری قرار دارند و ۸۵ درصد باقیمانده نیز بصورت دیم و بدون آبیاری مورد استفاده قرار می‌گیرند. باید به این نکته توجه داشت که بخش قابل توجهی از فعالیت‌های کشاورزی ایران با عملیات آبیاری انجام می‌شود. این در حالیست که بر اساس آمارها، بخش کشاورزی ایران حدود ۴۶/۲ درصد از زمین‌های زراعی را بصورت آبی مورد استفاده قرار می‌دهد که این میزان حدود سه برابر میانگین جهانی است و متأسفانه بخش قابل توجهی از آن بصورت غرقابی و سطحی کشت می‌شود و هدررفت آب بالایی دارد. با استفاده نکردن از روش‌های نوین آبیاری، ۶۵ درصد از آب مزارع از بین می‌رود و با احتساب آب تلف شده در کانال‌های انتقال، میزان تلفات از ۷۵ درصد نیز تجاوز می‌کند. اهمیت اصلاح الگوی کشت در بخش کشاورزی ایران وقتی بیشتر نمایان می‌شود که بدانیم در درجه اول، ۱۸ تا ۲۲ درصد از اشتغال کشور در بخش کشاورزی قرار دارد و در درجه دوم، امنیت غذایی جمعیت ۸۰ میلیون نفری ایران به وجود یک کشاورزی پایدار و مستمر نیاز دارد.

کوثر شاهی‌پور؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران
Kosarsha996@gmail.com

ایران کشوری با اقلیم گرم و خشک است و با این وجود، همواره با مدیریت نامناسب منابع آبی در وضعیت بحرانی آب قرار دارد. رشد سریع جمعیت، فقدان مدیریت منابع آبی و مصرف‌گرایی بی‌رویه، از مهم‌ترین عوامل کاهش سرانه آب تجدیدشونده ایران در قرن گذشته بوده‌اند. میزان سرانه آب تجدیدپذیر سالانه کشور از حدود ۱۳۰۰۰ متر مکعب در ۱۰۰ سال گذشته به حدود ۱۴۰۰ متر مکعب تقلیل یافته و در صورت ادامه این روند، وضعیت به مراتب بدتر خواهد شد. اما مهمترین دلایل وضعیت بحرانی آب در ایران تحت تاثیر سه عامل عمده است: رشد سریع و الگوی نامناسب استقرار جمعیت، کشاورزی ناکارآمد و سوء مدیریت و عطش توسعه.

با اینکه تنها ۱۲ درصد از مساحت ایران زیر کشت است، اما حدود ۹۳ درصد از مصرف آب ایران در بخش کشاورزی صورت می‌گیرد. این در حالیست که تنها ده درصد تولید ناخالص کشور از راه کشاورزی بدست می‌آید و حدود ۲۰ درصد نیروی کار کشور در این بخش مشغول هستند! از سوی دیگر، ورود آلاینده‌های مختلف شیمیایی و فاضلاب و زهاب‌های کشاورزی به رودخانه‌ها، دریاچه‌ها و سفره‌های آب زیرزمینی که منابع آب سالم را با محدودیت بیشتری همراه می‌کند منجر به بحرانی‌تر شدن وضعیت آب در کشور شده‌اند.

با این وجود، در کلیه بخش‌های منابع طبیعی، کشاورزی و محیط زیست، شاهد عدم هماهنگی و پیوستگی برنامه‌ها و فعالیت‌ها در امور توسعه و حفاظت و بهره‌برداری از منابع آب و خاک و منابع زیستی هستیم که همین مسأله نیز عدم کفایت سیاست‌های ملی آب و نبود برنامه جامع در سطح کشور را به منظور حفظ و بهره‌برداری اصولی از آب نشان می‌دهد. در وضعیت موجود به نظر می‌رسد بحران آب کشور در کوتاه مدت جز از مسیر اصلاح الگوی مصرف آب برطرف نمی‌شود.

فرصتھا

Opportunities



سرمایه‌ات را کجا خرج می‌کنی؟!



آمارها نشان می‌دهد که ایران در رده هفتم کشورهای برتر در زمینه تولید محصولات کشاورزی در جهان قرار دارد. در بین محصولات کشاورزی از جمله تولید میوه نیز ایران در بین ۱۰ کشور برتر دنیا قرار داشته و دلیل وجود شرایط جوی گوناگون و از لحاظ توپوگرافی، تنوع فراوانی میوه‌ها و محصولات کشاورزی را داراست؛ بطوری که می‌توان انواع میوه‌های گرمسیری و سردسیری را در ایران به بهره‌برداری رساند. برای مثال ایران رتبه اول صادرات پسته را در جهان به خود اختصاص داده و عمده کشور های خریدار این محصول روسیه، امارات، آلمان، عراق، پاکستان، هند، لبنان و هنگ کنگ هستند.



ایران با داشتن مساحتی بالغ بر ۱۶۴۸۱۹۵ کیلومتر مربع و موقعیت استراتژیک خوب در منطقه (خاورمیانه) و همچنین داشتن اقلیم مناسب، دارای پتانسیل بسیار بالا برای انجام فعالیت‌های کشاورزی است. از جمله دلایلی که سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی در ایران را توجیه می‌کند را می‌توان شامل وجود منابع فراوان و شرایط اقلیمی گوناگون برای کشت انواع محصولات کشاورزی، نیاز بازار داخلی ایران (جمعیت ۸۰ میلیون نفری) و همچنین نیاز کشورهای منطقه و خصوصاً همسایگان ایران و سایر کشورهای جهان دانست.



مشوق های سرمایه گذاری در کشاورزی:

۱-رتبه چهارم دنیا به لحاظ تنوع تولیدات محصولات کشاورزی در جهان
۲-هجدهمین اقتصاد برتر دنیا

۳-تضمین جبران زیان ناشی از ممنوعیت و یا توقف اجرای موافقت نامه‌های مالی

۴-امکان تملک زمین بنام شرکت (ثبت شده در ایران) در سرمایه گذاری های مشترک

۵-خرید تضمینی محصولات دامی از طریق شرکت پشتیبانی امور دام با اعلام قیمت

باتوجه به وجود منابع و اراضی فراوان کشاورزی در بخش تولیدات مواد غذایی و دامی و رونق این صنعت در استان های ایران نیاز کشور به توسعه سیستم های آبیاری و اجرای پروژه هایی به منظور اشتغال زایی و فقرزدایی به شدت احساس می گردد. هر چند این مهم قابل تأمل می باشد که ایران مابین ۷کشور برتر دنیا در زمینه صادرات محصولات کشاورزی قرار دارد و به طور خاص این امر می تواند سرمایه گذاران را به اجرای پروژه های جانبی همانند توسعه آبیاری نوین و مکانیزه و غیره تشویق نماید.

کوثر شاهوری؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

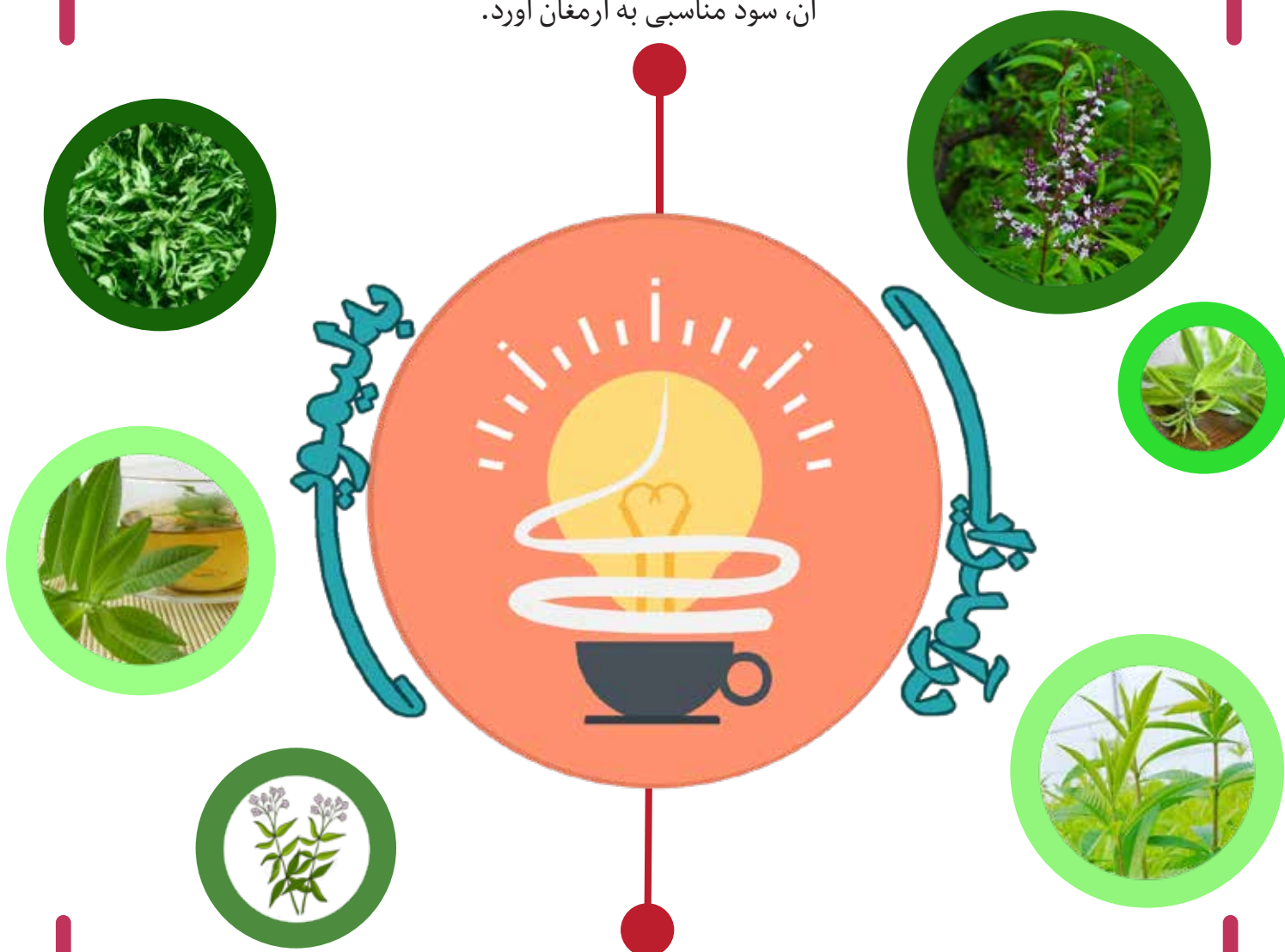
Kosarsha996@Gmail.com

Earnings

درآمد



به لیمو گیاه دارویی معطری است که عطر خوشایند لیمو را به همراه دارد. این گیاه بومی آمریکای جنوبی است و به طور طبیعی در کشورهایمانند آرژانتین و شیلی رشد می‌کند. به لیمو از آمریکای جنوبی به نقاط مستعد برای کشت منتقل شد که یکی از این مناطق، کشور ایران و بخصوص شمال ایران است. درختچه به لیمو همیشه سبز است و ارتفاع آن به ۲ متر نیز می‌رسد. به لیمو مصارف خوراکی و درمانی داشته و می‌توان آن را بصورت جوشانده و یا در کنار سایر نوشیدنی‌ها استفاده نمود. اما امروزه کشت و کار این گیاهچه علاوه بر منفعتی که برای مصرف‌کنندگان آن دارد، سود مناسبی هم برای تولیدکننده آن دارد. کسب و کار کشت و پرورش و فرآوری به لیمو را با هزینه اندک می‌توان راه اندازی نمود و با نیازهای کم، می‌تواند برای تولید کننده آن، سود مناسبی به ارمغان آورد.



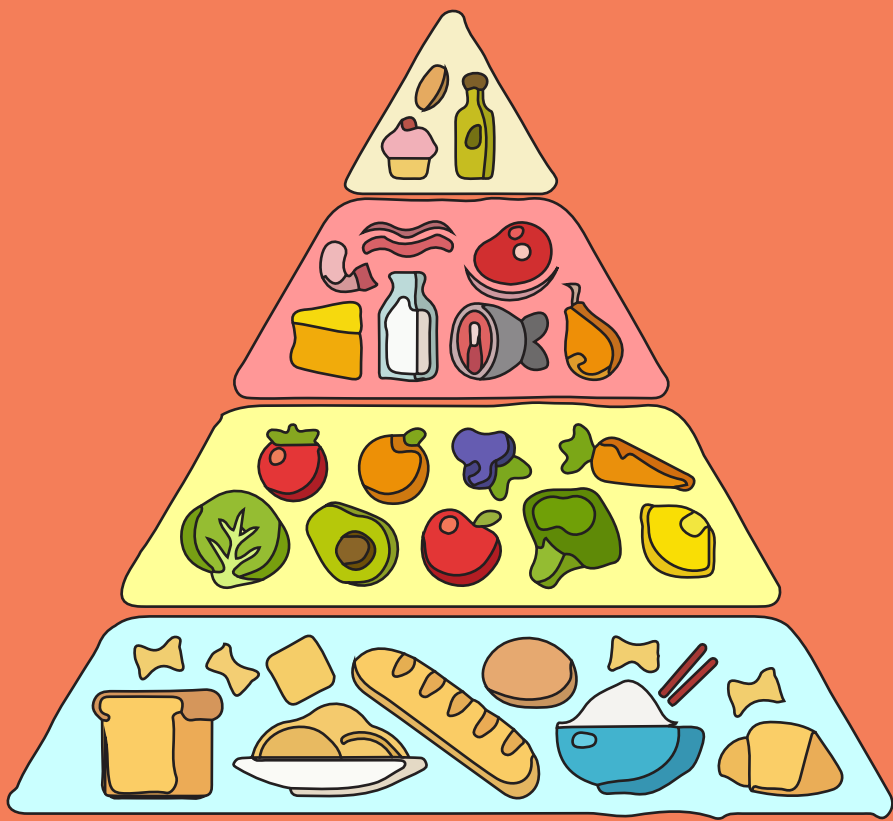
برگ‌های به لیمو در اواخر تابستان جمع‌آوری می‌شوند و مزه ای تند و تلخ دارند. به لیمو برای درمان سوء هاضمه، نفخ، سردرد، دردهای عصبی، سرگیجه و علائم سرماخوردگی استفاده می‌شود، به علاوه در تقویت حافظه و ایجاد آرامش نیز مفید است. گیاه به لیمو در سال نخست ۲ بار چیده می‌شود و در سال‌های بعد نیز می‌توان بیش از ۳ بار برداشت نمود. به طور میانگین در هر نیم هکتار ۵۵۰ کیلوگرم و در طول سال ۱/۵ تن گیاه به لیمو در هر دوره برداشت می‌شود. کشت این گیاه سودآوری ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون ریالی دارد و درآمد سالانه آن می‌تواند به ۵۴ میلیون تومان هم برسد. سودآوری کشت این گیاه بیش از ۲ برابر هزینه آن است و به همین منظور، کشت به لیمو شرایط خوبی برای راه اندازی کسب و کار دارد و نکته مهم اینجاست که بازار تولید و فروش این گیاه فعلاً اشباع نشده است.

نجمه اسماعیلی

دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

N.esmaeili1992@gmail.com

Health | سلامت



میوه و سبزی علیه آلودگی!



آلودگی هوا بخودی خود حاوی ترکیبات اکسیدکننده و سمی است و از طرفی بدن همواره به ذراتی که در هوای آلوده وجود دارد واکنش التهابی نشان می‌دهد. اما ترکیبات آنتی اکسیدانی از این آسیب‌ها ممانعت به عمل می‌آورند. برای مثال، متخصصان تغذیه و سلامتی توصیه می‌کنند که افراد در معرض خطر، مصرف سبزیجات تیره از جمله کلم بروکلی، کاهو، اسفناج و سبزیجات رنگی مانند هویج و کدو را بدلیل داشتن فیبر

بالا، بتاکاروتن-سیلنیوم، روی و ویتامین‌های C و E را در برنامه‌ی غذایی خود استفاده کنند. این نوع از مواد غذایی در دفع آلاینده‌های محیطی و رادیکال‌های آزاد در داخل بدن تاثیر چشمگیری دارند. در میان میوه‌ها سیب، سرب



موجود در آلودگی هوا را جذب می‌کند و مانع رسیدن آسیب به سلول‌های بدن می‌شود. پرتقال، لیمو، گریپ فروت، انبه، کدو، فلفل سبز و کیوی نیز دارای این خاصیت هستند. بر اساس پژوهش‌های انجام شده، کلم بروکلی نیز باعث تنفس راحت‌تر می‌شود. فیتواستروژن‌های موجود در بذر کتان یا بزرک نیز خاصیت ضدالتهابی و آنتی‌اکسیدان دارد و به طور مؤثری از آسم و آلرژی‌های حاصل از آلودگی هوا جلوگیری می‌کند. در نتیجه مصرف موادی مانند میوه و سبزیجات نقش بسزایی در کاهش تاثیر آلاینده‌ها بر سیستم بدن افراد دارد و مصرف این نوع خوراکی‌ها می‌تواند از جذب این آلاینده‌ها در بدن جلوگیری نموده و یا در صورت جذب، با افزایش سطح ایمنی بدن، اثر آن‌ها را کاهش دهد.

متخصصان تغذیه و سلامتی معتقدند که اثرات امروزه‌ی مشکلات آلودگی هوا که گریبانگیر بیشتر کلانشهرهای کشور است و بیشتر در فصل سرما و در قالب پدیده‌های با عنوان وارونگی دما و پایین آمدن آلاینده‌های هوا به سمت زمین نمود پیدا می‌کند بسیار خطرناک است. افرادی که در مناطق درگیر با آلودگی هوا زندگی می‌کنند، بیشتر در معرض خطر ابتلا به بیماری‌هایی همچون اختلال در سیستم گوارشی، بیماری‌های قلبی

و عروقی و مرگ ناشی از آن قرار دارند. آلودگی هوا ممکن است نیازمند مراقبت‌ها و رعایت موارد بسیاری باشد ولی نباید از نقش تغذیه و مصرف خوراکی‌های مفیدی همچون میوه و سبزیجات در کاهش تاثیرات آلودگی هوا صرف نظر نمود.

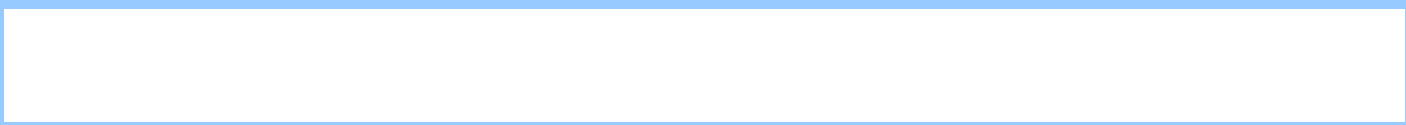
هنگام بروز پدیده آلودگی هوا، افراد گاه‌ا زودرنج‌تر، عصبانی‌تر و کم تحمل‌تر می‌شوند و از سوی دیگر بر اثر پدیده وارونگی، گازهای مضر به سطح زمین برمی‌گردد و از طریق ریه‌ها، بافت‌های بدن و دستگاه تنفسی و قلب و عروق به سیستم ایمنی بدن آسیب می‌رساند که در راستای حل این معضلات و کمک به کاهش اثرات ناشی از آلودگی هوا در افراد، کارشناسان و متخصصان تغذیه توصیه می‌کنند که افراد باید با مصرف خوراکی‌ها و مواد غذایی سالم و پُر فایده از جمله میوه‌ها و سبزیجات، از اثرات مخرب آلودگی هوا بر بدن خود بکاهند. خیلی مهم است که در شرایط آلودگی هوا ضمن پرهیز از قرار گرفتن در محیط آلوده، تا حد ممکن میوه و سبزیجات را در رژیم غذایی خود بگنجانید.

سیده نرگس صالحی؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران
s.n.s.a.l.e.h.i.i.i@gmail.com

Technology

تکنولوژی

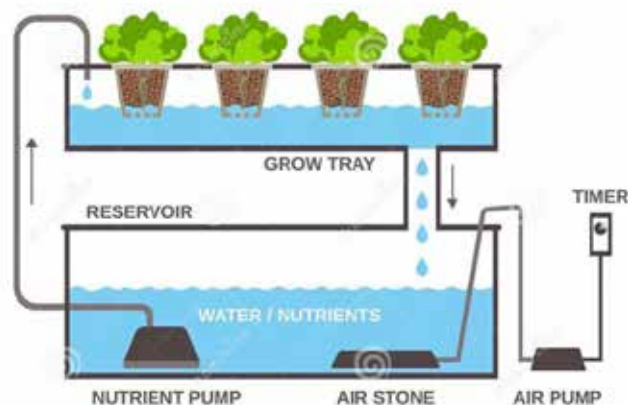


هیدروپونیک؛ نوآوری در کشت

با رشد روز افزون جمعیت، تولید محصولات کشاورزی و امنیت غذایی مسئله‌ای مهم و ضروری می‌باشد و نیاز است برای رسیدن به خودکفایی در تولیدات کشاورزی، تغییراتی در روش‌های کشاورزی سنتی از جمله کشت‌های خاکی صورت گیرد و روش‌های نوین که عملکرد بهتری در این حوزه دارند جایگزین آن‌ها شوند. یکی از روش‌های نوین و پربازده، کشت هیدروپونیک می‌باشد. عبارت هیدروپونیک اولین بار در آمریکا استفاده شد و مترادف با "کشت روی آب" است. هیدروپونیک (کشت بدون خاک)، که به آن "آبکشت" نیز گفته می‌شود نوعی از تکنولوژی برای پرورش گیاهان در بستری غیر از خاک می‌باشد و در آن مواد مغذی و املاح مورد نیاز گیاه توسط کارشناس متخصص اندازه‌گیری شده و به جای خاک با استفاده از آبی که به گیاه داده می‌شود، تأمین می‌شود.

نرگس عبادی؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران
Narges.ebadi7620@Gmail.com



در کشت هیدروپونیک، بستر کشت گیاه عاری از خاک است و به جای آن از ترکیباتی مثل پرلیت، کوکوپیت، پیت ماس، پشم شیشه و موادی از این دست استفاده می شود. در واقع علم هیدروپونیک ثابت کرده است که برای رشد گیاهان نیازی به خاک نیست اما به عناصری که در خاک موجود است احتیاج است. کشور ایران به دلیل داشتن منابع آبی محدود، بارش کم و داشتن خاک شور (با نیترات بالا) در زمینه تولیدات کشاورزی محدودیت‌هایی دارد که یکی از راهکارهای حل این مسئله استفاده از کشت هیدروپونیک می باشد، زیرا در این روش با صرف زمان کمتر و کار آسانتر می توان محصولی با راندمان بیشتر کشت کرد. از مزیت‌های مهم این روش کشت، صرفه جویی قابل ملاحظه در مصرف آب می باشد به این صورت که آبی که از زهکش خارج می شود مجدداً مورد استفاده قرار می گیرد؛ یعنی تجزیه شده و اگر عنصری در آن دچار کاهش شده باشد وارد آب شده و دوباره در چرخه قرار می گیرد. از دیگر مزایای کشت هیدروپونیک می توان به صرفه جویی در مصرف کودشیمیایی، کاهش هزینه نیروی انسانی، آسان بودن کارها به دلیل اتوماتیک بودن این سیستم، عدم نیاز به تناوب کشت، عدم وجود علف های هرز، یکنواختی رشد، کیفیت بهتر محصول، زودرس بودن تولیدات، استریل بودن محیط کشت و کاهش ابتلا به آفات و بیماری های گیاهی، کنترل شرایط محیطی (در این روش عواملی مثل نور، حرارت، رطوبت و محلول دهی، همگی طبق یک برنامه زمان بندی شده کنترل و انجام می گیرد).

تولید محصول در تمامی مناطق (مناطقی که دارای کمبود آب بوده، مناطق دارای خاک نامناسب و یا مناطقی که به هردلیل قابل کشت نیستند) و بازده بیشتر تولید اشاره کرد.

چه گیاهانی را می توان با روش هیدروپونیک کشت کرد؟
به طور کلی هر گیاهی را میتوان به صورت هیدروپونیک کشت کرد ولی بعضی از آن ها موفقیت بیشتری در این سیستم دارند. کشت هیدروپونیک برای محصولات مقاوم از قبیل گوجه فرنگی، خیار، فلفل، سبزیجات برگی مثل کاهو و گیاهانی که رشد سریعی دارند ایده آل می باشد. در کشت هیدروپونیک به طور کلی دو سیستم تغذیه برای گیاهان وجود دارد. سیستم باز: در این سیستم عناصری که گیاه به آن ها نیاز دارد فقط یکبار در دسترس گیاه قرار می گیرد و بعد از استفاده، از پایین بسترهای کشت خارج می شود. سیستم بسته: در این سیستم مواد غذایی محلول در آب بیشتر از یکبار استفاده می شوند و با اندازه گیری و کنترل، عناصری که جذب ریشه شده اند و محلول، دیگر آن ها را با خود ندارد به آن اضافه می گردد. در شرایط کنونی که کشور با بحران آبی مواجه است و از سوی دیگر راه اندازی کسب و کارهای نوین و سودآور برای رشد اقتصادی ضروری می نماید، روش های جدید کشاورزی مانند کشت هیدروپونیک که هم منابع و آب کمتری استفاده می کنند و هم موجب ایجاد ارزش افزوده می شود می تواند راهگشا باشد. تولیدکنندگان با راه اندازی کسب و کارهای نوینی مانند کشت و کار گلخانه ای هیدروپونیک، علاوه بر کاهش هزینه های تولید می توانند به افزایش تولید غذا، بهبود ضریب امنیت غذایی و تأمین مایحتاج داخل کشور پردازند.



اینفوگرافیک Infographic

کینوا QUINOA

گروه «تاک» پژوهش‌های علمی

خاویار گیاهی

مردم دنیا
چه
می‌خورند؟

کینوا یکی از این غلات است.
تامین می‌شود.
نزدیک به نیمی از غذای مردم، توسط غلات
دنیا، توسط غذاهایی با منشأ گیاهی است.
بیش از هشتاد درصد از تامین انرژی مردم در

ویژگی‌های کینوا

- بسیار مغذی
- "دانه ای نخلی" از کوهستان آند
- معارف دارویی

- بادشکن مناسب در مناطق بادخیز
- جلوگیری از فرسایش خاک
- سبب نازکی عارضه‌ها و کودکان

تولید پاناک

- منبع غنی از آهن، کلسیم، ویتامین B1، املاح، سرخس و شکر
- جایگزین مناسب برای بونج
- مفید برای دستگاه گوارش
- درمان فشار خون بالا

- مناسب برای افراد حساس به گلوتن
- تولید بیسکولیت
- تولید کننده دیات و قند خون
- استفاده در انواع سوپ، سالاد، برگر گیاهی و کتلت گیاهی

نام علمی کینوا، *Chenopodium quinoa wild* است

- این گیاه، بومی کوهستان آند در بولیوی، شیلی و پرو است
- در ایران در استان‌های البرز، فارس، خوزستان، گلستان، آصفهان و ... کشت می‌شود
- در ایران، تلاش می‌شود در خاک‌های شور کشت شود
- در حال حاضر سه نوع کینوا سفید، قرمز و سیاه وجود دارد
- کینوا شبه غله بوده ولی در خانواده غلات دسته بندی می‌شود

پژوهش: زهرا پیرهادی

دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

Zahra.pirhad@ut.ac.ir

طراحی: محسن مالک لاری

دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

Maleki_m@ut.ac.ir

Beautification

تجميل



این دیوار، نفس می‌کشد!

متخصصین رشته کشاورزی بخصوص گرایش فضای سبز، می‌توانند در این کسب و کار با داشتن مدل درآمدی اصولی از موفقیت بسیاری در بازار برخوردار شوند؛ ضمن اینکه سایر علاقه‌مندان به این کسب و کار نیز می‌توانند با گذراندن دوره‌های آموزشی آزاد و تجربه کاری مرتبط، اقدام به راه‌اندازی کسب و کار مبتنی بر دیوار سبز نمایند.

شاید مهم‌ترین اصل یک دیوار سبز، گیاهان موجود روی آن باشد. بنابراین باید توجه ویژه‌ای به نحوه قرارگیری و ترتیب این گیاهان و همچنین نوع آن‌ها از نظر نیازهای مختلف شود. نوعی از دیوارهای سبز که غالباً به صورت هیدروپونیک طراحی می‌شوند دارای گیاهان و سبزی‌های خوراکی هستند، اما در نوع غالب آن گیاهان آپارتمانی قرار داده می‌شود که مناسب منزل و محیط کار باشند و علاوه بر داشتن زیبایی و قابلیت تصفیه هوای محیط، نیازهای یکسانی داشته باشند که نگهداری آن‌ها را نیز ساده‌تر نماید. نمونه‌هایی از گیاهان مناسب برای دیوارسبز را می‌توان شامل موارد زیر دانست:

اسکینانتوس: گیاهی با برگ‌های سبز و جوانه‌های بلند قرمز رنگ و مناسب برای بخش‌های پایینی دیوار سبز؛
 یاسمن: دارای گل‌های معطر و رشد طولی زیاد که نیاز به هرس مرتب دارد؛

هوستا: بسیار مقاوم و با رشد کم و مناسب برای میانه دیوار سبز؛

کروتون: درختچه‌ای رنگارنگ و مناسب برای میانه دیوار سبز؛

ویرزیا: دارای برگ‌ها و گل‌های زیبا و مناسب برای کناره‌ها یا بالای دیوار سبز؛

پتوس: دارای برگ‌های پهن و عادت رشدی به سمت پایین و مناسب برای لبه‌های بیرونی دیوار سبز.

یکی از کارکردهای امروز کشاورزی، غیر از تولید محصولات کشاورزی و غذا، بهینه‌سازی فضای کار و زندگی است. دیوار سبز یکی از این کارکردهای مفید و سودمند است که در سال‌های اخیر توانسته است مزایای مختلفی برای متخصصین و استفاده‌کنندگان از آن به ارمغان آورد. در واقع دیوار سبز فضای سبزی است که به صورت عمودی بر روی یک دیوار مستقل، طراحی و ساخته می‌شود. شاید بتوان دیوار سبز را ایده‌ای الهام گرفته شده از دیوارهای طبیعی که در کناره‌های آبشارها و در جنگل‌های موسمی شکل می‌گیرد دانست. دیوار سبز علاوه بر زیبایی منحصر به فرد، مزایای دیگری نیز دارد که می‌توان به ایجاد ارزش افزوده برای ساختمان، افزایش سرانه فضای سبز شهری، حفظ اصول توسعه پایدار، تنظیم دمای محیط در فصول گرم و تصفیه هوای محیط در کلان‌شهرهایی که درگیر با آلودگی هوا هستند اشاره کرد. امروزه دیوار سبز در انواع مختلفی وجود دارد که شامل دیوار سبز مدولار، دیوار سبز کابلی، دیوار سبز شبکه‌ای، نمد پلیمری و دیوار سبز هیدروپونیک می‌باشد.

هرکدام از این دیوارها موارد مصرف متفاوتی دارند که بسته به محیط و شرایط آب و هوایی می‌تواند تغییر کند. در تمامی این دیوارها، برای سیم‌کشی و ساخت اسکلت کلی، از فلزات ضدزنگ استفاده می‌شود و همواره به پایداری ساخت این دیوارها در بلندمدت توجه ویژه‌ای می‌شود. از جمله مزیت‌های کاربردی دیوار سبز استفاده از اکسیژن تولیدشده توسط گیاهان دیوار سبز در تهویه داخلی منازل یا محل کار است که این امر با استفاده از پمپ‌هایی صورت گرفته و در نهایت منجر به افزایش کیفیت هوای محیط می‌گردند. راه‌اندازی کسب و کار تخصصی طراحی و نصب دیوار سبز یکی از مشاغل است که می‌تواند ارزش افزوده مناسبی برای مشتریان ایجاد کرده و با کسب مزیت رقابتی نسبت به سایر کسب و کارهای مشابه، منجر به درآمدزایی مناسب برای صاحب این کسب و کار شود.

نرگس بنفش سیف‌الدین؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

Narges.banafsheh@ut.ac.ir

مقابلة

Interview



کشمون یعنی محل کشت و کار مصاحبه با بنیانگذار استارت آپ "کشمون"

کشمون: پسته ایرانی

در این مصاحبه با آقای محمد قائم پناه مؤسس استارت آپ کشمون گفت و گو کردیم. آقای قائم پناه در رشته‌ی فیزیک تحصیل کرده‌اند اما در دنیای کسب و کار به دنبال علایق، رویاها، توانایی‌های دیگر و دغدغه‌های خود رفتند یکی از دغدغه‌های مهم ایشان مسائل محیط زیستی و استفاده بهینه از آب بوده و هست که همین دغدغه یکی از پایه‌های محکم تأسیس استارت آپ کشمون بود. کشمون بستری ایجاد کرده است تا در آن کشاورزان بتوانند محصولات باکیفیت خود را که در تولید آن آب کمتری مصرف کرده‌اند و مسائل زیست محیطی را رعایت نموده‌اند به مصرف‌کنندگان ایرانی و خارجی که به دنبال محصولات مرغوب هستند ارائه بدهند. لازم است که بگوییم کشمون افزون بر اینکه امکان خرید و فروش محصولاتی مانند زعفران و عسل را فراهم می‌نماید در سایت خود شرایطی را فراهم آورده که کاربران و خریداران با کشاورزان آشنا شوند؛ به این شکل که هر کشاورز یک صفحه مخصوص به خود را دارد که داستان زندگی‌اش و میزان مرغوبیت محصولش که بر اساس آزمایش‌ها در آن نوشته شده است.

مصاحبه: الهه بابازاده؛

بازگرداننده و نگارش: سعیده اجاغی؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران
Babazade.elah@ut.ac.ir

دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران
Saeedeh.ojaghi@ut.ac.ir



آقای قائم پناه معنی لغوی کشمون چیست؟
 - کشمون از کشمان آمده است و به معنی محلی برای کشت و کار است. به مجموعه زمین‌هایی که از یک قنات آب دریافت می‌کنند کشمون می‌گویند.

خودتان تا به حال کشاورزی کرده‌ید؟
 - خودم کشاورز نبوده‌ام و تا به حال زمین کشاورزی نداشته‌ام ولی برای کمک به زمین کشاورزی رفته‌ام و پدرم با وجود اینکه پزشک است زمین کشاورزی و زعفران کاری دارد. همینطور پدر بزرگ‌های من کشاورز بوده‌اند.
 لطفا بفرمایید که کشمون فعالیت خود را با سرمایه گذار آغاز کرد یا با سرمایه شخصی خودتان شروع به کار کرد؟

- مثل اکثر استارت‌آپ‌های دیگر کشمون با سرمایه شخصی خودم شروع به کار کرد ولی از یک مرحله‌ای به بعد سرمایه‌گذار وارد این کسب و کار کردیم.
 اعضای تیم کشمون چند نفر هستند؟
 - ۲۲ نفر به غیر از کشاورزان.

فعالیت شما برای کشمون از چه سالی شروع شد؟
 - از سال ۹۵ دغدغه‌ها و بررسی‌های من در مورد کشمون شروع شد. تمام تلاش من این بود که کشمون را در اروپا راه‌اندازی کنم چون اندازه بازار آنجا بزرگتر است، قیمت زعفران در اروپا بالاتر است در نتیجه حاشیه سود آن خیلی بیشتر می‌شود و علاوه بر این موارد در اروپا خرید مستقیم از کشاورز رایج و در حال افزایش است. با توجه به این موارد قصد داشتیم این ایده را در اروپا اجرا کنیم. یک سال تلاش کردیم ولی در این زمینه موفق نبودیم در نهایت تصمیم گرفتیم که کار را در ایران شروع کنیم. بنابراین در بهار ۹۶ وبسایت کشمون راه‌اندازی شد.

لطفا خودتان را معرفی کنید و بفرمایید که ایده کشمون از کجا و چگونه به ذهن شما رسید؟

- من محمد قائم پناه اهل شهرستان قائم از خراسان جنوبی هستم. خانواده‌ام کشاورز هستند و نسل در نسل در کشت و کار زعفران فعالیت می‌کردند. در مورد ایده کشمون؛ همانطور که گفتم خانواده‌ام کشاورز بودند پس با کشاورزی و کشت زعفران آشنا بودم همچنین خودم در صادرات زعفران فعالیت می‌کردم و در یک دوره‌ی زمانی به خارج از کشور زعفران صادر می‌کردم و با تجارت زعفران نیز آشنا بودم ولی به علت تحریم‌ها مجبور شدم که این صادرات را کنار بگذارم تا بعد از برجام که مجدداً تصمیم گرفتم که صادرات زعفران را شروع کنم. ۷ الی ۸ ماه این صادرات را پیش بردم و بعد بنا به دلایلی به فکر شروع یک کار جدید افتادم. علاوه بر موارد از یک دوره‌ای به بعد دغدغه‌های محیط زیستی من شروع شد و همچنان هم ادامه دارد با توجه به این دغدغه‌ها در زمینه‌های محیط زیستی مانند NGO آب و استفاده از دوچرخه به جای ماشین فعال بودم و به این موضوع فکر می‌کردم که چه کار جدیدی می‌توانم انجام دهم که مسائل محیط زیستی و استفاده بهینه از آب در آن رعایت شود و همچنین خارج از آن تجارت سنتی باشد. چون در تجارت سنتی و متداول زعفران مشکلات و تقلب زیاد شده بود و اگر شخصی می‌خواست محصول اصل و با کیفیت را خرید و فروش کند متحمل هزینه‌های بیشتر و در نتیجه فروش محصول با قیمت گران‌تر می‌شود که این صرفه‌ی اقتصادی نداشت و یا اینکه باید با محصول تقلبی کار کند که این هم جزء اصول من نبود. افزون بر این مورد مسئله دیگر خرید از کشاورزان بود. عمدتاً کشاورزان به صورت معیشتی کشاورزی می‌کنند و در صورت نیاز محصول زعفران خود را می‌فروشند و یا در کل تولید محصولی که دارند کم است. همه‌ی این موارد سبب شد که تصمیم بگیرم کار جدیدی راه‌اندازی کنم کسب و کاری که هم با ارزش‌های من تطابق داشته باشد، هم در آن در مصرف آب صرفه‌جویی شود و هم در مقیاس بزرگ و درآمدزا باشد.



محمد قائم پناه



در واقع ما قصد داشتیم این تناقض و کاهش درآمد را با فروش مستقیم به مصرف کننده جبران کنیم و واسطه‌ها را از این میان حذف کنیم. کشمون می‌خواست که یک مکانیزم اقتصادی بسازد که هر چند مصرف آب پایین بیاید ولی درآمد بیشتری کسب شود. این را هم بگویم که مصرف آب با روش‌های نوین آبیاری مانند: آبیاری قطره ای هم پایین می‌آید ولی وقتی کشاورز آبیاری قطره‌ای می‌کند مثلا برای آبیاری ۳۰۰ نهال زرشک نصف مقدار آبی که به صورت جوی و پشته‌ای استفاده می‌کرده نیاز دارد و کشاورز می‌تواند آن نصف باقی‌مانده آب را به زارع دیگری بدهد و یا اینکه به جای ۳۰۰ نهال ۶۰۰ نهال کشت کند. ما در ایران محدودیت زمین نداریم بلکه مقدار آب تعیین کننده‌ی سطح زیر کشت است. در خراسان جنوبی سطح زیر کشت نسبت به ۲۰ سال پیش کاهش یافته و اگر آب بیشتری باشد در نتیجه سطح زیر کشت مانند قبل افزایش می‌یابد. خلاصه این ایده اولیه ما بود و زمانی که می‌خواستیم این کار را انجام دهیم تفکیک محصول برحسب کشاورز لازم بود. ممکن است ما دو محصول زعفران داشته باشیم که وقتی به آزمایشگاه فرستاده می‌شوند قدرت رنگ‌دهی هر دو محصول یکسان باشد و در نگاه اول این دو زعفران با یکدیگر فرق نکنند ولی یک کشاورز در مصرف آب صرفه‌جویی کرده و دیگری نه. موضوع اصلی ما در کشمون استفاده بهینه از آب و حفظ منابع آبی بود برای همین این دو محصول باید از یکدیگر تفکیک شوند و قیمت این دو با هم متفاوت باشد پس به این دلیل تفکیک کشاورز و طبقه‌بندی محصولات در کشمون ایده اصلی بود. لازم به است که بگویم در زمینه کنترل و بررسی دقیق میزان استفاده از آب توسط کشاورزان در حال تحقیق و توسعه یک روش هستیم که در قصد داریم در آینده از آن استفاده کنیم.

لطفا در مورد تیم تولید محتوای کشمون در شبکه‌های مجازی صحبت کنید و اینکه چطور شد به سمت معرفی کشاورزان در سایت رفتید؟

- تولید محتوای کشمون را بخش مارکتینگ ما انجام می‌دهند. در مورد معرفی کشاورزان در سایت بگم که؛ ما سعی می‌کنیم ماجراهای جالب و به یادماندنی از کشاورزان بیان کنیم که در ذهن افراد بماند و پروفایل همه‌ی کشاورزان مثل همدیگر نشود.

پس تمرکز شما بیشتر بر روی بازار اروپا بوده است؟
- از سال ۹۶ تا به حال بر روی ایران تمرکز داشتیم ولی تلاش کردیم در مراحل جدید جذب سرمایه برای اروپا هم جذب سرمایه کنیم هرچند که در حال حاضر نسخه انگلیسی سایت کشمون بالا آمده است و خریدهای اروپایی هم داریم. مصرف‌کننده انگلیسی نیز می‌تواند برای مصارف شخصی خود در حد یک گرم زعفران خریداری کند ولی تمرکز و هدف ما این نیست.

ما قصد داشتیم کاری انجام دهیم که کشاورز آب کمتری در زمین مصرف کند و به درآمد بیشتری هم دست پیدا کند.

به نظر من یکی از نقاط قوت کشمون طبقه‌بندی محصولات برای عرضه و فروش است این ایده چطور به ذهن شما رسید؟

- در کشاورزی هرچقدر کشاورز آب بیشتری در زمین استفاده کند، سطح کشت بیشتری دارد و در نتیجه درآمد بیشتری نیز کسب می‌کند. ما قصد داشتیم کاری انجام دهیم که کشاورز آب کمتری در زمین مصرف کند و به درآمد بیشتری هم دست پیدا کند. باید به این موضوع توجه کرد که وقتی آب کمتری نسبت به سطح زیر کشت مصرف شود در نتیجه درآمد هم کمتر می‌شود پس خواست ما با این اصل متناقض بود.



مشکلات مربوط به سیستم‌های اداری و حقوقی مرسوم است. ولی به نظر من مهم‌ترین مشکل یک استارت‌آپ ذات باهم کار کردن است، برقراری مهارت‌های ارتباطی است.

آرزوی شما برای کشمون چیست؟

- من از دو سمت مصرف‌کننده و کشاورز دو آرزو دارم. از جهت مصرف‌کننده آرزو و هدفم این است که به یک میلیون نفر در اروپا جعبه‌هایی حاوی زعفران، گل محمدی و ... با قصه‌ها و کارت‌پستال‌های مربوط به آن محصولات به‌عنوان پیامی از شرق با قیمت هر جعبه ۵۰ یورو ارسال کنیم. و جهت کشاورز آرزو و هدفم این است که کشاورزان خارج از ایران از جمله افغانستان، عراق و سایر کشاورزان خاورمیانه در کشمون عضو شوند به صورتی که وارد سامانه شود و نام و نقطه محلی خود را وارد کنند و ما بنابر آن اطلاعاتی که از کشاورز، آب و خاک، میراث کشاورزی و جنبه‌ی فرهنگی محل زندگی آن به او الگوی کشت، بازار فروش و قیمت محصولش را ارائه می‌دهیم.

اگر من در مشتم یک الماس داشته باشم و همه به من بگویند گدو است برای من اهمیتی ندارد.

و در آخر پیام شما به مخاطبان ما و دانشجویان رشته کشاورزی چیست؟

- این را بدانیم که حداقل یکی از هر ده استارت‌آپ موفق مربوط به کشاورزی بوده است. نظر و دیدگاه دیگران مهم نیست این دید خودمان است که مهم است اگر من در مشتم یک الماس داشته باشم و همه به من بگویند گدو است برای من اهمیتی ندارد چون خودم به ارزش و ماهیت آن آگاه هستم. پس اگر عمیقا باور داری کاری که می‌کنی صحیح است سرزنش و تشویق دیگران نباید در تو اثر داشته باشد.

با شخصی صحبت کردم که می‌گفت: من از کشمون زعفران خریدم اسم کشاورزی که از او خریدم خاظم نیست ولی می‌دانم آن کشاورز همانی بود که پلویز بر سرش افتاده بود!

متأسفانه در ایران کشاورزی را یک شغل سطح پایین می‌دانند یک دید سطحی به کشاورز دارند شما با این کار معرفی کشاورزان و نشان دادن توانایی‌های آن‌ها از دید جامعه‌شناسی کشاورز را ارزشمند جلوه داده‌اید و آن جایگاه اصلی کشاورزی را نشان داده‌اید آیا خودتان اینگونه به این موضوع نگاه کرده‌ید؟

- بله. کشاورزان برای من بسیار معنا و مفهوم دارند. خانواده خودم کشاورز است پس شناخت صحیح را از کشاورزان دارم. گاهی اوقات کامنت‌هایی را می‌بینم که برخی از افراد تصور نادرست و یک دید سطحی به کشاورزان دارند مثلا می‌گویند هنوز هم هستند که آدم‌هایی که این شکل زنگی می‌کنند من جواب این کامنت‌ها را اینگونه می‌دهم که کشاورزان از تغذیه سالم، آب سالم و هوای سالم استفاده می‌کنند و به یک توزان خاص در زندگی خود رسیده‌اند و به شکلی متفاوت زندگی می‌کنند. یا وقتی مشتری می‌گوید خوشحالم با خریدم به کشاورز کمک کرده‌ام در پاسخش می‌گویم کشاورز نیز خوشحال است که به تو کمک کرده تا از یک محصول با کیفیت استفاده کنی.

مهم‌ترین مشکل یک استارت‌آپ، ذات باهم کار کردن و برقراری مهارت‌های ارتباطی با یکدیگر است.

اکثر مخاطبین ما افرادی هستند که می‌خواهند در حوزه کشاورزی کارآفرینی کنند، ایران هم این پتانسیل را دارد از شما می‌خواهم که به مخاطبین ما از مشکلاتی که در این راه است بگویید؟

- اول؛ در همه جای دنیا مشکل وجود دارد. دوم؛ هر مشکلی هست طبیعی است و زمانی که تو کارآفرین باشی باید بتوانی آن مشکلات را برطرف کنی. سوم؛ بعضی

Special Plants

نباتات خاصة



رافلزیا؛ بزرگ بدبو!

همانگونه که در تصویر ملاحظه می‌شود این گل غول‌پیکر پنج گلبرگ دارد که رنگ گلبرگ‌های آن نارنجی و قرمز سوخته همراه با لکه‌های سفید بر روی آن است. این گل هر ۹ ماه یک بار شکوفا می‌شود و عمر آن ۷ تا ۱۰ روز می‌باشد و بوی بدی شبیه بوی گوشت فاسد یا لاشه دارد. خاصیت این بوی بد، جذب حشرات به ویژه مگس‌ها است که به این گیاه در گرده‌افشانی گل‌هایش و رویش دوباره آن کمک می‌کند. این گل ۸۲ گونه دارد که تا کنون ۲ گونه آن منقرض شده است و بیشتر گونه‌های آن دارای جنس نر و ماده جداگانه‌اند، هرچند که نمونه‌های دوجنسی هم در آن‌ها یافت شده است.

در حال حاضر این گل کمیاب و باشکوه در معرض انقراض قرار دارد و از جمله عوامل دخیل در انقراض آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: دانه آن به سختی جوانه می‌زند و بسیاری از جوانه‌های گل قبل از باز شدن از بین می‌روند؛ این گل



کمیاب به مناطق ذکر شده به ویژه اندونزی سفر می‌کنند. گل رافلزیا برای پارک‌ها و مجموعه‌هایی که آن را تکثیر و از آن نگهداری می‌کنند درآمدزایی قابل توجهی از طریق جذب گردشگران دارد و به نظر می‌رسد تبدیل به روش جدید

فقط از یک نوع تاک به صورت انگلی تغذیه می‌کند و بدون این تاک، جوانه می‌میرد؛ گل شکوفا شده عمری کوتاه دارد و باید در این مدت کوتاه برای خود جفت پیدا کند که پیدا شدن جفت آماده‌ی گرده‌افشانی در این زمان کوتاه، دشوار است؛ با قطع درختان جنگل‌های استوایی، گونه تاک حمل‌کننده این گل نیز کمیاب شده است. تا کنون در کشورهای میزبان این گل، اقداماتی (مانند انجام عملیات لقاح مصنوعی) برای جلوگیری از انقراض این غول‌پیکر صورت گرفته است و به این ترتیب می‌توان به عدم انقراض زودهنگام این گل همچنان امیدوار بود.

درآمدی در این کشورها شده است. با انجام پژوهش‌های کاربردی و پیاده‌سازی آن‌ها به منظور حفظ، نگهداری و تکثیر گیاهان خاص نظیر رافلزیا می‌توان گردشگران را از کشورهای مختلف برای بازدید و پرداخت هزینه‌های گردشگری کلان ترقیب نمود. حفظ و نگهداری این گیاه توسط محققان و متولیان آن می‌تواند علاوه بر حفظ گونه‌های ارزشمند به کشور میزبان آن از نظر درآمدی کمک کند. نکته جالب توجه در مورد رافلزیا این است که وزن هر گل آن به ۷ تا ۱۰ کیلوگرم می‌رسد و فاقد ریشه، ساقه و برگ می‌باشند. این گیاه زندگی انگلی دارد و آب و مواد غذایی مورد نیاز خود را از طریق مجاورت با گیاهان دیگر کسب می‌کند.

زهرا زارع؛

دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی پایدار دانشگاه تهران

Zarezahra755@Gmail.com

“گروه تاک در یک نگاه”

“اعضای انجمن علمی دانشجویی و دانشجویان گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران”

برگزاری فصلانه کتاب در هر فصل

فصلانه در هر فصل و با محوریت کتاب
های کارآفرینی و کسب و کار و با
رویکرد دعوت عمومی برگزار می‌گردد

“

نولید محتوا بصورت ویدیو

طراحی و تدوین ویدیوهای آموزشی در
حوزه کسب و کار کشاورزی به منظور
ترویج کسب و کار کشاورزی

نولید محتوا بصورت پادکست

طراحی و تدوین پادکست آموزشی به
منظور دسترسی آزاد همگانی به
اطلاعات مرتبط با کشاورزی

“

برگزاری کارگاه آموزشی

برگزاری کارگاه های آموزشی علمی و
عملی با محوریت توسعه مهارت های
فردی برای بازار کار

”

“



”

ارتباط مستمر با خارج از دانشگاه

ارتباط با صاحبان مشاغل، سازمان و
ادارات، موسسات آموزشی و مدارس با
هدف تعامل دو سویه

”

برگزاری جلسات تحلیل کسب و کار

این جلسات بین اعضای تاک بصورت
مداوم برگزار می‌گردد و بزودی عمومی
می‌شود

”

“

اکران مستندهای علمی و تخصصی

این اکران و نمایش‌ها عمومی بوده و با
محوریت دغدغه‌های موجود در بخش
کشاورزی و منابع طبیعی است

”

“

برگزاری نشست های تخصصی درون گروهی

این نشست‌ها بصورت هفتگی، ماهانه و
مستمر بوده و به منظور توسعه درون
گروهی انجام می‌پذیرد

”

همراه تاک باش!

انجمن علمه دانشجویه ترویج و آموزش کشاورزی موفق شد در دومین جشنواره فرهنگ دانشگاه تهران، مقام برگزیده در حوزه آماده سازی افراد برای ورود به کسب و کار و ارتباط با صنعت را کسب نماید.



فراخوان ارسال مطالب و همکاری با نشریه ترویج و آموزش کارآفرین در کشاورزی



فصلنامه علمی تخصصی ترویج و آموزش کارآفرین در کشاورزی از علاقه‌مندان و صاحب‌نظران دعوت به عمل می‌آورد تا مطالب خود را در محورهای زیر به دبیرخانه نشریه ارسال دارند.

- ۱- کسب و کار کشاورزی و منابع طبیعی
- ۲- کارآفرین در کشاورزی و منابع طبیعی
- ۳- معرفی استارت‌آپ جدید در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی
- ۴- معرفی کشاورزان نوآور
- ۵- ظرفیت‌های جدید در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی
- ۶- مقالات علمی در زمینه کسب و کار و کارآفرین
- ۷- تصاویر مرتبط با کسب و کار کشاورزی و منابع طبیعی

نشانه برای ارسال مطالب:

ایمیل: Taakgroupinfo@Gmail.com

تلگرام: @Taak_Admin_ut ; ۰۹۳۷۵۹۰۸۱۶۳



پرشنونده‌ترین پادکست تخصصی
مدیریت، کارآفرینی و استارت‌آپ
به زبان فارسی



این نشست‌ها بصورت هفتگی، ماهانه و
مستقیماً بوده و به منظور توسعه درون
گروهی انجام می‌گیرد.

اسکن کنید
و بشنوید

تاک

ترویج و آموزش کارآفرینی در کشاورزی

فصلنامه علمی تخصصی انجمن علمی

دانشجویی ترویج و آموزش

کشاورزی دانشگاه تهران، دوره اول،

شماره اول، پاییز ۱۳۹۸