

The Effect of Knowledge and Attitude on the Behavior of Truck Farmers in South of Kerman Province toward Agribusiness Management

MARZIAH PAHLAVANI¹, AMIRHOSSEIN ALIBAYGI^{2*}

1, M.Sc in agricultural Extension and Education, Department of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

2, Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

(Received: -Jan. 20, 2019- Accepted: Dec. 5, 2020)

ABSTRACT

Today, many farmers face problems in their production, such as economic bottlenecks, lack of production inputs, high institutional costs, and so on. Farmers' mastery to business management can reduce these problems to a large extent. Therefore, due to the importance of the subject, this descriptive- correlational research was conducted to investigate the effect of knowledge and attitude on agricultural business management behavior. The statistical population included all truck farmers in the south of Kerman Province (N=75000). The statistical sample of the study included 382 farmers who were selected by multi-stage random sampling according to the sampling table of Kerjesi and Morgan. The research instrument was a researcher-made questionnaire whose validity was confirmed by panel of experts and Cronbach's alpha coefficient was used to calculate the reliability of the questionnaire that an acceptable value was obtained ($\alpha=0.85-0.95$). The results showed that farmers were moderate in the management of agricultural business. They were better off in terms of farm staff management but had the greatest weakness in strategic farm management. The knowledge score of the respondents in the field of agricultural business management was 11.58 (out of 20), which shows that their agricultural business management is slightly higher than the average level. However, 73.3% of the respondents had a positive attitude towards their business management. Path analysis showed that knowledge and attitude on agribusiness management behavior had a significant positive effect. Therefore, training courses should be planned and implemented to improve the management of farmers' agricultural business.

Keywords: Agricultural Business Management, Knowledge, Attitude, Behavior, Truck Farmer

Extended Abstract

Objective

Due to the economic situation of the country and the continuous sanctions, which lead to an unreasonable increase in production costs, the production of agricultural products is one of the most risky occupations. It is obvious that the farmer will suffer a lot of economic losses if he cannot adapt to these conditions and does not have enough knowledge and skills to manage in different situations. In fact, the farmer in the role of production manager without familiarity and acceptance of new methods and without having a rational management cannot successfully engage in economic activity. Improper exploitation is primarily related to poor agribusiness management, low awareness, information and technical skills of farmers. It seems that proper management of the farm business can reduce these problems or prevent them from occurring to some extent. Therefore, the present study was conducted to investigate the effect of knowledge and attitude on the behavior of farmers in the south of Kerman province towards agricultural business management.

Methods

The statistical population of this descriptive survey study included 75,000 farmers in the south of Kerman province. The sample size was 382 and multi-stage random sampling method was used. A researcher-made questionnaire was used to collect data. The questionnaire consisted of four parts, the first part was related to the individual characteristics of the farmers. The second part of the questionnaire included 48 items to assess farmers' knowledge of agricultural business management, which is divided into eight areas: production management, farm staff management, leadership management, communication management, risk management, sales and marketing management, strategic management Farm and farm financial management were separated. The third part was related to the study of farmers' attitudes toward the importance of agricultural business management, which included three parts: 1- cognitive dimension, 2- emotional dimension and 3- psychological-motor dimension. The fourth part of the questionnaire was dedicated to farmers' behavior in relation to agricultural business management, which was also measured in eight levels of management. The content and appearance validity of the questionnaire were confirmed using the opinions of the panel of experts. The reliability of the questionnaire was assessed by calculating the Cranach's alpha coefficient and an acceptable value was obtained. Data analysis was performed by SPSS and Amos software.

Results

In general, the respondents' knowledge score in the field of agricultural business management showed the average knowledge of the respondents in this field. The general attitude of farmers towards the management of the agricultural business was good. So that the attitude of the respondents in cognitive, emotional and behavioral dimensions was moderate and high. Overall, the findings indicated that the cognitive, emotional and behavioral dimensions of the respondents regarding the management of the agribusiness were favorable. Prioritizing different business management skills of workers on average also showed that workers are in good condition in terms of farm staff management, leadership skills and production management, and these three skills are ranked. First is their skills, And these three skills are in the first ranks of their skills, but the skills in which workers are not in a good position and are weak are sales and marketing management, farm financial management and strategic management, which are in the rank of Were at the bottom. Examining the relationship between independent variables showed that there is a direct relationship between knowledge and attitudes of respondents. Relationship between attitude and dependent variable that is the behavior of responsible employees in the field of business management; indicates a direct relationship between these two variables. Examining the direct and indirect effects of influential variables in the model of the effect of knowledge and attitude on the behavior of agricultural business management, showed that the variable of knowledge in the field of agricultural business management had the greatest impact on behavior in this field.

Discussion

Due to the fact that farmers did not have adequate knowledge in the field of agricultural business management. Therefore, the extent of their knowledge has a direct impact on their behavior. The accuracy of this information is evident in the study of farmers' knowledge and behavior in each of the areas of agribusiness management. In the study of attitude, the cognitive or cognitive dimension had a moderate average, and this also affected the psycho-motor dimension and had the lowest average. According to the findings, the attitude of most of the respondents was positive but the behavior and knowledge of the respondents were poor. Therefore, it can be understood that although the attitude of most people was positive, but the knowledge of individuals had the greatest impact on their behavior, which was confirmed by path analysis, so that the indirect effect of knowledge on Behavior was more than the direct effect of attitude on behavior.

Conclusion

Respondents' poor knowledge in agribusiness management has played an important role in the emergence of favorable behavior in this area. If farmers have the appropriate knowledge in each of

the areas of business management and subsequently show this knowledge in their behavior, it can be expected that their problems in terms of successive economic losses will be reduced. It can be expected that their problems will also be reduced in the context of successive economic losses. Even problems that may not be related to farmers and have structural and organizational roots, with the correct knowledge in the field of agricultural business management and appropriate to the conditions and situation can be from the intensity of their impact on business. Farmers stopped. So until farmers' knowledge in any area of agribusiness management improves, farmers' behavior will remain the same, causing successive losses at the end of the growing season. Therefore, the officials should not be unaware of this, and investing in this region to solve the problems of farmers will undoubtedly affect the country's economy. Especially since most of the farmers studied are young farmers, as young farm managers play an important role in the country's economy.

بررسی تأثیر دانش و نگرش بر رفتار صیفی کاران جنوب استان کرمان نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی

مرضیه پهلوانی^۱، امیرحسین علی بیگی^{۲*}

۱، دانش آموخته ی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده

کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲، دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۳۰ - تاریخ تصویب: ۹۹/۹/۱۵)

چکیده

امروزه، بسیاری از کشاورزان در تولید خود با مشکلات عدیده‌ای از جمله تنگناهای اقتصادی، کمبود نهاده‌های تولیدی، هزینه‌های نهادی بالا و غیره مواجه هستند. تسلط کشاورزان به مدیریت کسب و کار می‌تواند تا حدود زیادی این مشکلات را کاهش دهد. لذا، با توجه به اهمیت موضوع این پژوهش توصیفی-همبستگی با هدف بررسی تأثیر دانش و نگرش بر رفتار صیفی کاران جنوب استان کرمان نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش را کشاورزان صیفی کار جنوب استان کرمان تشکیل دادند (N= ۷۵۰۰۰) که بر اساس جدول کرجسی و مورگان تعداد ۳۸۲ کشاورز به روش نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که روایی آن به تأیید پانل متخصصان رسید و برای محاسبه پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار قابل قبولی به دست آمد (۰/۹۵-۰/۸۵/۰/۸۵). نتایج نشان داد، کشاورزان در مدیریت کسب و کار زراعی در سطح متوسط بودند. آن‌ها در زمینه مدیریت کارکنان مزرعه وضعیت بهتر و لیکن بیشترین ضعف را در مدیریت استراتژیک زراعی داشتند. نمره دانش پاسخگویان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی ۱۱/۵۸ (از ۲۰) به دست آمد که نشان می‌دهد مدیریت کسب و کار زراعی صیفی کاران از سطح متوسط اندکی بالاتر است و ۷۳/۳ درصد افراد نسبت به مدیریت کسب و کار خود نگرش مثبتی داشتند. نتایج حاصل از تحلیل مسیر نیز نشان داد که دانش و نگرش بر رفتار مدیریت کسب و کار زراعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین، توصیه می‌گردد برای بهبود مدیریت کسب و کار زراعی صیفی کاران جنوب کرمان نسبت به ارتقای سطح دانش آنان دوره‌های آموزشی غیررسمی برنامه‌ریزی و اجرا شود.

واژه‌های کلیدی: مدیریت کسب و کار زراعی، دانش، نگرش، رفتار، کشاورز صیفی کار.

مقدمه

با توجه به شرایط اقتصادی کشور و تحریم‌های پی‌درپی که متعاقب آن افزایش بی‌رویه هزینه‌های تولید را در پی دارد، تولید محصولات کشاورزی در این شرایط یکی از پرمخاطره‌ترین مشاغل محسوب می‌شود (Sabziyanmollai et al., 2015). بدیهی است که کشاورز اگر نتواند خود را با این شرایط سازگار کند و دانش و مهارت کافی را جهت مدیریت در شرایط گوناگون نداشته باشد متحمل ضررهای اقتصادی زیادی خواهد شد (Golzar et al., 2014). از طرفی نداشتن اطمینانی که در میزان تولید، قیمت و به تبع آن در میزان درآمد کشاورزان وجود دارد، توسعه مداوم فناوری و افزایش عدم قطعیت، که مشخصه بخش کشاورزی است، موجب یک بی‌ثباتی در کسب و کار کشاورز می‌گردد. این تغییرات بدون شک ادامه و وجود خواهد داشت و با توجه به تغییرات چشمگیر فناوری بیشتر نیز خواهد شد (Al-Rimawi, 2004).

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 (Yaghoobi et al., 2018). همان‌گونه که صیفی‌کاران جنوب استان کرمان از فعالیت اقتصادی خویش ناراضی بوده و بهره‌برداران این بخش با مشکلاتی از قبیل عدم بهره‌برداری مطلوب از عوامل مختلف تولید مواجه هستند. جنوب استان کرمان قطب تولید صیفی‌جات است و شغل اصلی مردم نیز کشاورزی است. این منطقه با سطح زیرکشت حدود ۲۴۲ هزار هکتار، ۲۹ درصد سطح زیرکشت و حدود ۶۷ درصد از کل تولید محصولات کشاورزی و دامی استان و حدود ۴ درصد 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 رتبه‌ی اول در تولید هندوانه را به خود اختصاص داده است. اما با توجه به این پتانسیل‌ها و کیفیت مرغوب محصولات کشاورزی این منطقه، کشاورزان از درآمد کسب و کار خود راضی نیستند و همیشه محصولی که کیفیت آن تأیید شده است روی زمین می‌ماند و سبب می‌گردد کشاورزان هزینه‌های هنگفتی را محتمل شوند. به‌گونه‌ای که هزینه‌های

ورودی مزرعه بسیار بالاتر از درآمد نهایی آن‌ها می‌باشد. این مشکلات موجب شده که بسیاری از کشاورزان به خصوص قشر جوان روستا، میل و رغبت خود را نسبت به فعالیت در بخش کشاورزی که یکی از پایه‌های اساسی اقتصاد کشور است از دست بدهند و زمین‌های خود را رها کرده و به کارگری در کلان شهرها روی آورند (Sazmanejahadekeshavarzi, 2018).

بهره‌برداری نادرست بیش از هرچیز به ضعف مدیریت کسب‌وکار زراعی، پایین بودن آگاهی، اطلاعات و مهارت فنی کشاورزان مربوط است و این موضوع که تولیدکنندگان تا چه حد مدیریت کسب‌وکار خود را می‌دانند و دانش و نگرش بر عملکرد مدیریت کسب‌وکار آن‌ها تا چه حد موثر است. این مهم به‌ویژه در مورد بهره‌برداران خرد که بخش وسیعی از کشاورزان کشور را تشکیل می‌دهند بیشتر صادق است (Sommer, 2019) به نظر می‌رسد که مدیریت صحیح کسب‌وکار مزرعه بتواند مشکلات یاد شده را کم کند و یا تا حدودی از بروز آن‌ها جلوگیری نماید زیرا مدیریت کسب‌وکار زراعی اهمیت زیادی نه تنها در بخش کشاورزی کشورهای توسعه‌یافته و تجاری جهان بلکه در کشاورزی کشورهای در حال توسعه و نوع امرار معاش آن‌ها به‌عهده دارد (Fish, 2018). مدیر مزرعه نه تنها باید روش‌های مختلف تولید را درک کند، بلکه باید نگران هزینه‌ها و بازده خود نیز باشد. او باید بداند که چگونه منابع تولیدی کمیاب در کسب و کار کشاورزی را جهت رسیدن به اهداف خود اختصاص دهد و در همان زمان به نیروهای اقتصادی که هم در داخل و هم در خارج از مزرعه به‌وجود می‌آیند، واکنش نشان دهد.

مدیریت کسب‌وکار مزرعه شامل داشتن اهداف برای مزرعه و تعیین راه برای رسیدن به آن‌ها می‌باشد (Zoller, 2000). بهره‌برداری که دارای توانایی مدیریت کسب و کار زراعی باشد، می‌تواند با برنامه‌ریزی صحیح، سازماندهی و کنترل تمامی جوانب مزرعه و واحد تولیدی، خود را به موفقیت و کسب سود برساند (Bond et al., 2018). در مدیریت کسب و کار، رفتار عنصری مهم و تأثیرگذار می‌باشد و نوع رفتار می‌تواند کسب‌وکار را مدیریت نماید (Buglar et

اوست، آن‌گاه قصد می‌کند که رفتار مذکور را انجام دهد.

Al-Rimawi et al., (2004) در مطالعه‌ای با هدف بررسی نگرش‌ها و مهارت‌های کشاورزان درباره مدیریت کسب‌وکار مزرعه به این نتایج دست یافت که مدیران مزرعه تا حد زیادی تجاری بودند. آنها نگرش را در سه سطح شناختی، عاطفی و روانی حرکتی تقسیم‌بندی نمودند و تأثیر آن را بر مدیریت کسب‌وکار بررسی نمودند، نتیجه پژوهش نشان داد که نگرش شناختی و عاطفی بهره‌برداران در سطح متوسط و نگرش روانی- حرکتی آن‌ها از سطح متوسط پایین‌تر می‌باشد. (Onyuma et al., 2018) در پژوهشی با عنوان تأثیر مدیریت در تولید محصولات کشاورزی در کشور کنیا، به نقش مهارت‌های مدیریتی پرداختند. نتایج حاصله نشان داد که فراخواندن کشاورزان خرده پا به منظور بهبود مهارت‌های مدیریتی آن‌ها کاملاً ضروری است. از جمله راهکارهای افزایش این مهارت‌ها عبارت‌است از: ایجاد انگیزه برای بالا بردن مدیریت موثر مزرعه، برگزاری دوره های آموزشی- ترویجی، قدرت دادن به کشاورزان خرده پا در جهت افزایش سطوح کشت و تشکیل شرکت‌های تعاونی می‌باشد. در تحقیقی دیگر که توسط (Burton et al., 2017) تحت عنوان نگرش اجتماعی در زمینه مدیریت آب در استرالیای غربی انجام شد، نشان داد کشاورزانی که در سطح بالاتری از دانش قرار داشتند نگرش مثبت‌تری نسبت به مدیریت آب داشته و از لحاظ درآمد سالانه کشاورزی نیز در سطح بالاتری قرار بودند. Al Rimawi et al., (2004) در مطالعه‌ای با هدف بررسی نیازهای آموزشی تولید در مدیریت مزرعه و مهارت‌های بازاریابی به این نتایج دست یافتند که اکثر تولیدکنندگان نیازی به درک شرکت در فعالیت های آموزشی در مدیریت مزرعه و مهارت های بازاریابی نمی‌دیدند.

در ارتباط با تأثیر دانش بر نگرش و اثر مستقیم و غیرمستقیم نگرش بر رفتار مطالعات مختلفی انجام شده است که در تمامی آنها دانش بر نگرش اثر مثبت و مستقیمی را نشان می‌دهد (Omani, 2010؛ Afshani, Ferdowsie, 2007؛ Shabanietal, 2014؛ Hejazi & Eshghi, 2008؛ Heidarisareban, 2011؛ Jahan (2016). (2014) در مطالعه‌ای تحت عنوان

al, 2018). از طرفی، بر اساس نتایج مطالعات دانش و نگرش بر رفتار تأثیرگذار می‌باشد، دانش به میزان اطلاعات و آگاهی‌های افراد در مورد کسب‌وکار خود و نگرش به معنی قضاوت فرد درباره خوب یا بد بودن نتایج رفتار اشاره دارد (Sabziyanmolai et al., 2015). در زمینه تأثیر رفتار بر مدیریت کسب‌وکار و اهمیت دانش و نگرش بر روی رفتار مطالعاتی انجام گرفته است از جمله (Ghelavandi&Noorolhahe noorvandi (2016) در پژوهشی با عنوان نقش دانش و نگرش کشاورزان در استفاده از سموم شیمیایی نشان دادند که آرایه آموزش‌های مختلف در ارتباط با مضرات سموم شیمیایی سبب تغییر نگرش کشاورزان نسبت به مزایای کاربرد سموم می‌گردد و در نتیجه، شاهد رفتار متفاوتی از کشاورزان در میزان استفاده از این سموم خواهیم بود. (Faryabi et al., 2016) در پژوهش خود بر روی گلخانه‌داران به این نتیجه دست یافتند که وضعیت دانش گلخانه‌داران در مدیریت کسب و کار مطلوب اما نگرش آنها در حد متوسط می‌باشد و بین نمره عملکرد با دانش و نگرش ارتباط معناداری وجود دارد. (Dehghani 2014) در پژوهش خود با عنوان اصلاح نگرش نسبت به استفاده از سموم شیمیایی، گامی به سوی کشاورزی پایدار به این نتیجه دست یافت که تغییر نگرش کشاورزان نسبت به استفاده از سموم شیمیایی بر روی رفتار آنها در استفاده و کاربرد سموم تأثیر مثبتی خواهد داشت. مهم‌ترین نظریه محکمی که ثابت می‌کند رفتار تحت تأثیر نگرش فرد است، نظریه فیش باین و آیزن می باشد (Ajzen & Fishbein, 1980). به طور خلاصه، می‌توان این نظریه را این گونه بیان کرد که اگر فرد نگرش مثبتی نسبت به انجام رفتار داشته و افرادی که از نظرش مهم هستند اجرای رفتار او را تأیید نمایند و نیز باور داشته باشند که انجام رفتار تحت کنترل

مهارت‌های مدیریت مالی ۴- مهارت‌های مدیریت کارکنان ۵- موضع‌گیری استراتژیک ۶- مهارت‌های مدیریت ارتباطات ۷- مهارت‌های رهبری و ۸- مهارت‌های مدیریت ریسک طبقه‌بندی نمود. چارچوب مفهومی این تحقیق نیز بر پایه این دیدگاه شکل گرفت از طرفی از آن‌جا که مطالعاتی که تاکنون صورت گرفته بیشتر در خصوص بررسی مهارت‌های مدیریت مزرعه یا چالش‌های بازاریابی کشاورزی آن هم به صورت محدود انجام شده است و هیچ‌گونه پژوهشی در زمینه مدیریت کسب‌وکار زراعی در ایران صورت نگرفته است، محقق نیز موفق به دستیابی به هیچ‌گونه مطالعه‌ای به‌طور دقیق در این زمینه نشد، در کشورهای خارجی نیز مطالعات محدودی در خصوص بررسی تأثیر دانش و نگرش بر رفتار کشاورزان نسبت به کسب و کار مزرعه صورت پذیرفته است. لذا، با توجه به اهمیت بالای موضوع مدیریت کسب‌وکار زراعی و بلاخص بررسی سطح دانش، بینش و رفتار کشاورزان جنوب استان کرمان درباره مدیریت کسب‌وکارشان، در این پژوهش سعی گردید خلا اطلاعاتی موجود پر گردد. لذا، در پژوهش پیش‌رو بررسی تأثیر دانش و نگرش بر رفتار صیفی‌کاران جنوب استان کرمان نسبت به مدیریت کسب‌وکار زراعی مورد بررسی قرار گرفت، همان‌گونه که نگاره ۱ به‌عنوان چارچوب مفهومی پژوهش نشان می‌دهد دانش مدیریت کسب‌وکار و نگرش نسبت به آن از عوامل تاثیرگذار بر رفتار مدیریت کسب‌وکار می‌باشند. همچنین، بر اساس مرور پیشینه نگاه‌های انجام شده در رابطه با مهارت‌های مورد نیاز مدیریت کسب‌وکار زراعی، اکثر پژوهشگران به مهارت‌هایی اشاره نمودند که مربوط به هشت مهارت مدیریتی (Boehlje et al., 2002) بود و اکثر محققان این نظریه را مبنای کار خود قرار دادند. لذا در این پژوهش نیز مبنای سنجش مهارت‌ها هشت سطح مدیریت (Boehlje et al., 2002) بود که عبارت است از:

- ۱- مهارت‌های مدیریت تولید ۲- مهارت‌های مدیریت فروش ۳- مهارت‌های مدیریت مالی ۴- مهارت‌های مدیریت کارکنان ۵- موضع‌گیری استراتژیک ۶- مهارت‌های مدیریت ارتباطات ۷- مهارت‌های رهبری و ۸- مهارت‌های مدیریت ریسک. همچنین با الهام از پژوهش Al Rimawi et al., (2004) که نگرش را متأثر از سه

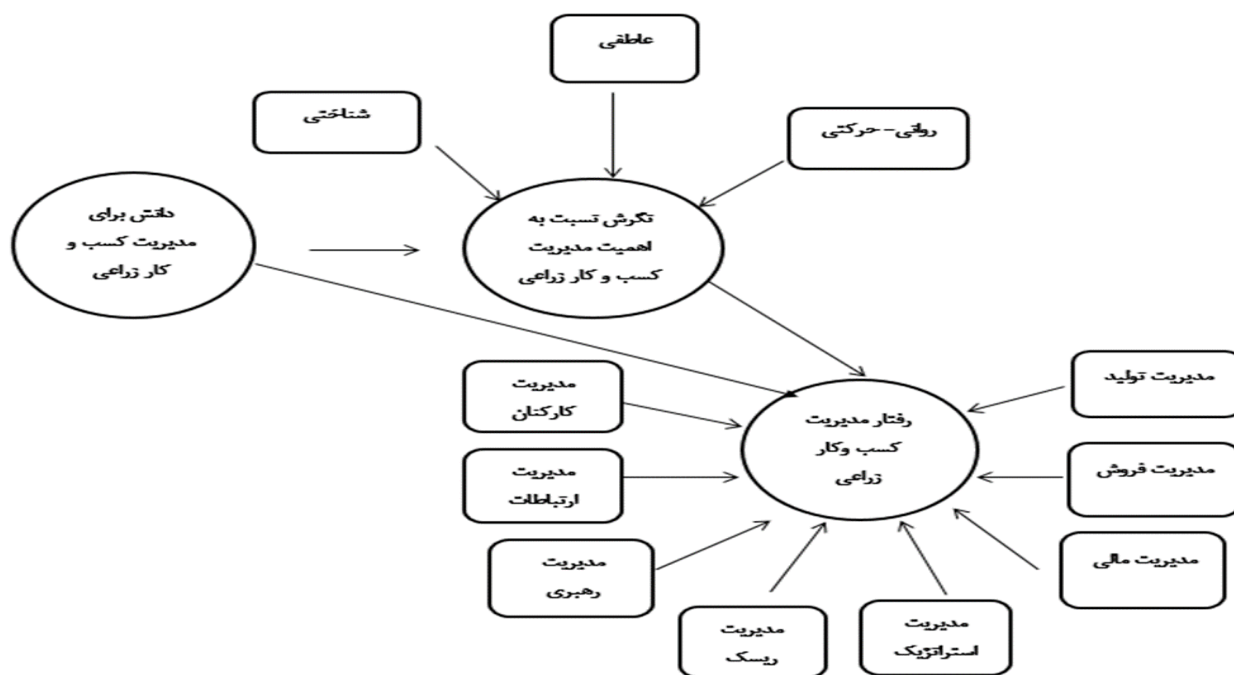
"مدیریت بازاریابی کشاورزی در بنگلادش و ایجاد عصر جدید در بازاریابی" به این نتیجه رسید که مدیریت بازاریابی به‌عنوان پل ارتباطی بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان است و می‌تواند باعث بهبود وضعیت تولیدی کشور شود.

(Boehlje et al., 2002) مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار مزرعه را به هشت سطح تقسیم کرده که شامل موارد زیر است: ۱- مهارت‌های مدیریت تولید ۲- مهارت‌های مدیریت فروش ۳- مهارت‌های مدیریت مالی ۴- مهارت‌های مدیریت کارکنان ۵- موضع‌گیری استراتژیک ۶- مهارت‌های مدیریت ارتباطات ۷- مهارت‌های رهبری و ۸- مهارت‌های مدیریت ریسک. آن‌ها همچنین مجموعه‌ای از وظایف کلیدی برای مدیران کسب و کار مزرعه‌های لبنی را شامل: تولید و حفاظت محصولات، تولید و پرورش حیوانات، انتخاب ماشین‌آلات و تعمیر و نگهداری، جنبه‌های اقتصادی مدیریت مزرعه، امور مالی و اعتباری، بازاریابی، مدیریت کار و ارتباطات، جمع‌آوری اطلاعات دانسته‌اند.

با مروری بر تحقیقات انجام شده در داخل و خارج کشور می‌توان این‌گونه برداشت کرد که رفتار تحت تأثیر عوامل مختلفی است که مهم‌ترین آن‌ها نگرش، دانش و آگاهی می‌باشد. به‌عبارتی، دانش می‌تواند باعث بهبود نگرش و نگرش نیز روی رفتار فرد جهت بهبود وضعیت تأثیر زیادی دارد. پژوهش‌های زیادی به این نکته اشاره کرده و اذعان داشته‌اند که دانش می‌تواند نقش مهمی در تغییر نگرش و رفتار داشته باشد (Onyuma et al., 2006؛ Al Rimawi et al., 2004)؛ Burton et al., 2017). هر چند تاکنون پژوهشی که در مورد مدیریت کسب‌وکار زراعی که این مساله را آزمون کند، صورت نگرفته؛ اما با استناد به نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص موضوعات دیگر فرض بر این است که دانش نقش مهمی در نگرش و نگرش نیز نقش بسزایی در تعیین رفتار مورد نظر دارد. همچنین، بررسی‌های انجام شده و ارایه خلاصه نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین تقسیم‌بندی از مهارت‌های کسب و کار زراعی توسط (Boehlje et al., 2002) انجام شد که مهارت‌های مهم کسب‌وکار زراعی را در هشت سطح ۱- مهارت‌های مدیریت تولید ۲- مهارت‌های مدیریت فروش ۳-

تاثیر دانش و نگرش بر رفتار انجام شد (Rimawi et al.,)
Boehlje et al.,) و نظریه (Burton et al., 2004; 2017)
2002) در خصوص مهارت‌های مدیریت کسب و کار
زراعی، چارچوب مفهومی زیر برای رسیدن به اهداف
پژوهش حاضر مهیا شده است.

سطح عاطفی، شناختی و روانی-حرکتی دانست، در
پژوهش حاضر و همان‌طور که چارچوب مفهومی نشان
می‌دهد (نگاره ۱) این سه سطح از نگرش نیزمورد بررسی
قرار گرفت. در نهایت، با استفاده از تئوری برنامه‌ریزی
فیش بین و آیزن(۱۹۸۰)، مطالعاتی که در زمینه‌های



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

که شامل سه بخش بود، از دهستان‌هایی که در این سه
بخش قرار داشتند ۲۰ درصد به صورت تصادفی انتخاب
شدند، پس از مشخص شدن دهستان‌ها، ۲۰ درصد
روستاها در این دهستان‌ها به صورت تصادفی انتخاب
گردیدند و در نهایت، حجم نمونه به تناسب روستاهای
انتخاب شده از بین صیفی‌کاران مشخص شد.

برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق‌ساخته
استفاده شد. پرسشنامه شامل چهار قسمت بود، قسمت
اول مربوط به ویژگی‌های فردی بهره‌برداران بود. بخش
دوم پرسش‌نامه شامل ۴۸ گویه جهت بررسی میزان
دانش کشاورزان نسبت به مدیریت کسب‌وکار زراعی بود
که به هشت حیطه مدیریت تولید (۶گویه)، مدیریت
کارکنان مزرعه(۶گویه)، مدیریت رهبری (۶گویه)،
مدیریت ارتباطات (۷گویه)، مدیریت ریسک (۶گویه)،
مدیریت فروش و بازاریابی (۵گویه)، مدیریت استراتژیک

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر رویکرد کمی، از جنبه هدف
کاربردی و از جهت گردآوری داده‌ها توصیفی و به روش
پیمایش بود. جامعه آماری این تحقیق شامل ۷۵۰۰۰
هزار صیفی‌کار جنوب استان کرمان بودند. این منطقه با
هفت شهرستان جیرفت، کهنوج، عنبرآباد، منوجان،
رودبارجنوب، قلعه گنج و فاریاب جمعاً شامل ۱۳ شهر،
۱۶ بخش، ۴۴ دهستان، ۳۹۰۱ روستا است و جمعیتی
بالغ بر ۷۳۰,۰۰۰ نفر در این منطقه سکونت دارند. حجم
نمونه با استفاده از جدول نمونه‌گیری کرجسی و
مورگان، ۳۸۲ نفر برآورد گردید و با توجه به حجم
جامعه از روش نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای
استفاده شد، به این ترتیب که از بین ۱۶ بخش استان
کرمان، ۲۰ درصد آن‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند

ابتدایی ۳۱/۱ درصد (۱۱۹ نفر) و کم‌ترین فراوانی سطح تحصیلات مربوط به پاسخگویان با سطح تحصیلات فوق دیپلم بود ۶/۳ درصد (۲۴ نفر). از ۳۸۲ پاسخگو، ۲۹۸ نفر تنها به کشت صیفی‌جات مشغول بودند (۷۸/۰۱ درصد) و ۸۴ نفر (۲۱/۹۹ درصد) نیز در کنار کشت صیفی‌جات محصولات زراعی دیگری نیز داشتند.

بر اساس نتایج پژوهش، به‌طور کلی نمره دانش پاسخگویان در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی ۱۱/۵۸ (از ۲۰) به‌دست آمد که نشان از دانش متوسط پاسخگویان در این زمینه دارد. میزان دانش صیفی‌کاران مورد مطالعه در زمینه مهارت‌های هشت‌گانه مدیریت کسب و کار زراعی در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱- میزان دانش صیفی‌کاران مورد مطالعه در زمینه مهارت‌های مدیریت کسب و کار زراعی

| رتبه | انحراف معیار | نمره (از ۲۰) | حیطه‌های 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 |

جدول ۱ نشان می‌دهد که کشاورزان در زمینه مدیریت استراتژیک و مدیریت مالی مزرعه نمره کمتر از ۱۰ گرفته‌اند و در این زمینه‌ها ضعیف هستند.

بررسی نگرش کشاورزان نسبت به مدیریت کسب‌وکار زراعی

سنجش نگرش کشاورزان در سه سطح مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که نگرش کلی صیفی‌کاران نسبت به مدیریت کسب‌وکار زراعی با میانگین ۴/۰۳ (انحراف معیار = ۱/۲۳) در حد خوبی قرار دارد (جدول ۳) به طوری که نگرش پاسخگویان در ابعاد شناختی (میانگین = ۳/۷۸)، عاطفی (میانگین = ۴/۴۷) و رفتاری (میانگین = ۳/۸۴) در حد متوسط و رو به بالایی سنجش شدند (جدول ۲). در مجموع، یافته‌ها حاکی از آن است که وضعیت ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری پاسخگویان در مورد مدیریت کسب‌وکار زراعی مطلوب

مزرعه (۶ گویه) و مدیریت مالی مزرعه (۶ گویه) تفکیک گردید. پس از وارد کردن داده‌ها برای نمره‌گذاری و رتبه‌بندی سطح دانش کشاورزان با توجه به این‌که حداقل نمره کسب شده توسط کشاورزان صفر و بالاترین نمره ۲۰ است، در هر یک از حیطه‌ها از بازه ۰ تا ۲۰ استفاده شد. قسمت سوم، مربوط به بررسی نگرش کشاورزان نسبت به اهمیت مدیریت کسب و کار زراعی بود که به‌صورت طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (بسیار مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و بسیار موافقم) مورد ارزیابی قرار گرفت که شامل سه قسمت ۱- بعد شناختی با ۱۰ سوال، ۲- بعد عاطفی با ۱۱ سوال و ۳- بعد روانی- حرکتی نیز با ۸ سوال بود. چهارمین بخش پرسش‌نامه نیز به رفتار کشاورزان در ارتباط با مدیریت کسب و کار زراعی اختصاص داشت که این قسمت نیز در هشت سطح مدیریت با طیف پنج‌گزینه‌ای (بسیار کم، کم، متوسط، زیاد و بسیار زیاد) سنجیده شد. روایی محتوایی و ظاهری پرسش‌نامه با استفاده از نظرات پانل متخصصان شامل رشته‌های توسعه روستایی و ترویج و آموزش کشاورزی به تعداد ۵ نفر و متخصصان سازمان جهاد کشاورزی به تعداد ۹ نفر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسش‌نامه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد که متغیر نگرش (۰/۹۵) و رفتار (۰/۸۹) برآورد شد. نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۹۵ درصد بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها به‌وسیله نرم‌افزارهای spss نسخه ۲۲ و Amos نسخه ۱۸ انجام شد.

یافته‌ها

بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان نشان داد که ۲۹۸ نفر (۷۸ درصد) از پاسخگویان مرد و ۸۴ نفر دیگر (۲۲ درصد) زن بودند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸/۲۲ با انحراف معیار (۱۱/۱۲) بود، کم سن‌ترین پاسخگو ۱۹ سال و مسن‌ترین ۷۵ سال سن داشت. از لحاظ سابقه فعالیت (تجربه کشت صیفی‌جات) تمامی پاسخگویان دارای سابقه فعالیت بودند که ۶۷ نفر (۱۷/۵۳ درصد) دارای تجربه کمتر از پنج سال، ۲۲۰ نفر (۵۷/۵۹ درصد) دارای سابقه فعالیت پنج تا ده سال و ۹۵ نفر (۲۴/۸۶ درصد) از پاسخگویان نیز دارای سابقه فعالیت بیش از ۱۰ سال بودند. از لحاظ سطح تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویان با سطح سواد

گویه‌های هر حیطه از نظر پاسخگویان خود اختصاص داد.

جدول ۲: اولویت بندی ابعاد نگرش مدیریت کسب و کار

| زراعی | | | |
|-------|--------------|---------|-------------|
| رتبه | انحراف معیار | میانگین | بعد نگرش |
| ۱ | ۱/۰۰ | ۴/۴۷ | عاطفی |
| ۲ | ۱/۳۸ | ۳/۸۴ | روانی-حرکتی |
| ۳ | ۱/۳۵ | ۳/۷۸ | شناختی |

بود. همان‌طور که در جدول ۳؛ نمایان است، در حیطه شناختی گویه (به‌کار بستن روش‌های کسب و کار صحیح، میزان رضایت و انگیزه کشاورزان را از شغل کشاورزی افزایش می‌دهد.) با میانگین ۴/۴۵، در حیطه عاطفی گویه (من معتقدم که حق کشاورز است که درآمد و کسب و کار بالایی داشته باشد) با میانگین ۴/۹۸ و در حیطه روانی - حرکتی نیز گویه (اگر در این زمینه کلاس آموزشی برگزار گردد تمایل دارم در آن شرکت کنم) با میانگین ۴/۷۰ اولویت‌های اول را در بین

جدول ۳- اولویت بندی گویه‌های مربوط به نگرش مدیریت کسب و کار زراعی

| گویه‌ها | | | |
|-------------------|--------------|---------|--|
| رتبه | انحراف معیار | میانگین | بعد شناختی |
| ۱ | ۱/۳۲ | ۴/۴۵ | به کار بستن روش‌های کسب و کار صحیح میزان رضایت و انگیزه کشاورزان را از شغل کشاورزی افزایش می‌دهد. |
| ۲ | ۱/۴۸ | ۴/۳۰ | کشاورز با اعمال مهارت‌های کسب و کار و بازاریابی باعث اتلاف در وقت و هزینه می‌شود.* |
| ۳ | ۱/۱۹ | ۳/۹۸ | مدیریت کسب و کار روی بهبود کیفیت محصول تأثیری ندارد.* |
| ۴ | ۱/۲۴ | ۳/۹۳ | کنترل صحیح کسب و کار استرس‌های مالی را کاهش می‌دهد. |
| ۵ | ۱/۳۹ | ۳/۸۵ | مدیریت مالی و کسب و کار یک عامل مهم برای ماندن کشاورز در محیط رقابتی بازار است. |
| ۶ | ۱/۵۲ | ۳/۷۱ | حسابرسی به کارهای مزروع زراعی و مدیریت درست موجب کاهش وابستگی به دولت می‌شود. |
| ۷ | ۱/۳۶ | ۳/۶۹ | مدیریت کردن مالی و حسابرسی کارهای مزروع باعث هدر رفتن منابع تولیدی می‌شود.* |
| ۸ | ۱/۴۲ | ۳/۴۴ | مدیریت کسب و کار هزینه‌های تولیدی را افزایش می‌دهد.* |
| ۹ | ۱/۴۰ | ۳/۴۰ | موفقیت در کسب و کار کشاورزی باعث بهبود کیفیت زندگی می‌شود. |
| ۱۰ | ۱/۲۴ | ۳/۱۰ | مهارت‌های بازاریابی و کسب و کار کشاورزی روش مناسبی برای نظارت بر فرایند تولیدی و اقتصادی مزروع می‌باشند. |
| بعد عاطفی | | | |
| رتبه | انحراف معیار | میانگین | |
| ۱ | ۰/۹۶ | ۴/۹۸ | من معتقدم که حق کشاورز است که درآمد و کسب و کار بالایی داشته باشد. |
| ۲ | ۰/۹۳ | ۴/۸۸ | من به مسایلی که مربوط به افزایش درآمد می‌شود علاقه مند هستم. |
| ۳ | ۰/۹۹ | ۴/۸۰ | به نظر من کسی که درآمد خود را مدیریت می‌کند از سلامت جسمی و روانی بهتری برخوردار است. |
| ۴ | ۰/۹۴ | ۴/۴۳ | به کار بردن روش‌های صحیح کسب و کار برای موفقیت چندان مهم نیست.* |
| ۵ | ۰/۹۸ | ۴/۴۳ | من معتقدم کشاورزان با مدیریت کسب و کار مزروع خود نقش مهمی در توسعه کشور ایفا می‌کنند. |
| ۶ | ۰/۹۷ | ۴/۳۷ | گوش دادن و به کار بردن اصول مدیریت کسب و کار برایم ارزشمند است. |
| ۷ | ۰/۹۵ | ۴/۳۲ | علاقه و تمایل دارم که کلاس‌های ترویجی و آموزشی مدیریت کسب و کار در روستا تشکیل شود. |
| ۸ | ۱/۰۴ | ۴/۳۱ | هیچ اعتقادی به مدیریت کسب و کار ندارم چون احساس می‌کنم کار بیپوده ای است.* |
| ۹ | ۱/۰۳ | ۴/۳۱ | فکر می‌کنم کشاورز موفق کسی است که علاوه بر توجه به عوامل تولیدی به مدیریت در زمینه کسب و کار مزروع نیز توجه کند. |
| ۱۰ | ۱/۱۲ | ۴/۲۹ | دلیل شکست و عدم موفقیت مالی کشاورزان دولت است نه عدم مدیریت کسب و کار.* |
| ۱۱ | ۱/۱۷ | ۴/۰۶ | بهبود وضعیت کسب و کار کشاورزان صرفاً وظیفه دولت است.* |
| بعد روانی - حرکتی | | | |
| رتبه | انحراف معیار | میانگین | |
| ۱ | ۱/۴۶ | ۴/۷۰ | اگر در این زمینه کلاس آموزشی برگزار گردد تمایل دارم در آن شرکت کنم. |
| ۲ | ۱/۳۳ | ۳/۹۱ | با دقت و توجه کافی به امر حسابرسی مزروع ام آینده خوبی برای خانواده ام تامین می‌کنم. |
| ۳ | ۱/۳۴ | ۳/۷۸ | آمدگی این را دارم که کشاورزان دیگر را تشویق به شرکت در کلاس‌های ترویجی کسب و کار کنم. |
| ۴ | ۱/۲۹ | ۳/۷۶ | برای داشتن اقتصادی ثابت و در حال رشد تمایل دارم در کارهای حسابداری مزروع بیشتر تلاش کنم. |
| ۵ | ۱/۳۴ | ۳/۶۹ | مصمم هستم تا بخشی از وقتم را صرف حسابرسی به کارهای مزروع کنم. |
| ۶ | ۱/۴۸ | ۳/۶۵ | قصد دارم دیگر کشاورزان را نیز تشویق به بهبود مهارت‌های کسب و کارشان کنم. |
| ۷ | ۱/۴۱ | ۳/۶۴ | تمایل دارم تا مهارت‌های مدیریتی خود را برای موفقیت کسب و کارم بهبود بخشم. |
| ۸ | ۱/۴۶ | ۳/۶۳ | تمایل دارم به عنوان نماینده کشاورزان کلاس‌های ترویجی مربوط به مهارت‌های کسب و کار را پیگیری کنم. |
| | | ۴/۰۳ | جمع کل |

طیف امتیازدهی: ۱ = کاملاً مخالفم، ۲ = مخالفم، ۳ = نظری ندارم، ۴ = موافقم، ۵ = کاملاً موافقم

*طیف امتیازدهی بر خلاف گویه‌های مثبت است.

در جدول ۶ اولویت‌بندی دیدگاه صیفی‌کاران درباره رفتارشان در مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار زراعی بر اساس میانگین ارائه شده است، بالاترین میانگین در مهارت مدیریت کارکنان، رعایت قوانین کار و تقسیم کارهای مزرعه براساس سن و جنسیت است، در مهارت رهبری صیفی‌کاران معتقدند که در دادن اعتماد به نفس به زیردستان و کمک در حل و فصل اختلافات بین مزرعه و جامعه غیر کشاورزی موفق و دارای توانایی هستند، از لحاظ مدیریت تولید صیفی‌کاران در زمینه داشتن برنامه مشخص کاشت و برداشت، نظارت بر تمام مراحل تولیدی محصول برای حفظ کیفیت و بازارپسندی مهارت دارند، از لحاظ مدیریت ریسک دارای توانایی و مهارت در کشت به موقع و استفاده از بذور اصلاح شده و واریته‌های مناسب و مقاوم برای مقابله با ریسک هستند، مهارت اصلی و مهم صیفی‌کاران در مدیریت ارتباطات برقراری ارتباط خوب، واضح، دقیق و صادقانه با دیگران و جمع‌آوری اطلاعات درباره قیمت نهاده‌هایی مانند بذر، کود و سم می‌باشد، در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی صیفی‌کاران اذعان نمودند که از لحاظ زمان‌های مختلف برای بردن محصولات به بازار فروش و انتخاب زمانی که محصولات بیشتر فروش می‌رود، موفق‌تر می‌باشند، در زمینه مدیریت مالی مزرعه برآورد سود خالص و ناخالص مزرعه در پایان دوره و همچنین ثبت و محاسبه میزان سرمایه اولیه و نهاده‌های مصرف شده در فرایند تولید دارای بالاترین میانگین بوده و از این لحاظ دارای مهارت بالاتری می‌باشند، مهارت استراتژیک نیز یکی از مهارت‌های بود که در صیفی‌کاران مورد بررسی قرار گرفت که در این زمینه دو مهارت شناسایی نقاط ضعف و قوت کسب و کار مزرعه و جستجو برای یافتن روش‌های جدید و بهتر انجام کارهای مزرعه دارای بالاترین میانگین بود و از این لحاظ، صیفی‌کاران در شرایط و وضعیت مناسبی قرار داشتند.

دسته‌بندی صیفی‌کاران بر اساس نگرش در جدول (۴) ارائه شده است، همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۷۳/۳ درصد افراد نسبت مدیریت کسب‌وکار خود نگرش مثبتی دارند.

جدول ۴- دسته‌بندی صیفی‌کاران بر اساس نگرش نسبت به مدیریت کسب‌وکار زراعی

| رتبه | درصد | فراوانی | سطوح نگرش |
|------|------|---------|-----------|
| ۱ | ۷۳/۳ | ۲۶۶ | مثبت |
| ۲ | ۲۲ | ۸۰ | خنثی |
| ۳ | ۴/۷ | ۱۷ | منفی |
| | ۱۰۰ | ۳۶۳ | جمع کل |

بررسی رفتار صیفی‌کاران نسبت به مدیریت کسب‌وکار زراعی

میانگین نمره کسب شده مدیریت کسب‌وکار زراعی در بین صیفی‌کاران پاسخگو ۲/۴ (از ۵) و انحراف معیار آن ۱/۳۴ محاسبه شد. اولویت‌بندی مهارت‌های مختلف مدیریت کسب‌وکار صیفی‌کاران بر اساس میانگین نیز نشان می‌دهد که صیفی‌کاران از لحاظ مدیریت کارکنان مزرعه، مهارت رهبری و مدیریت تولید در شرایط مناسبی قرار دارند و این سه مهارت در رتبه‌های نخست مهارت‌های آنان قرار دارد، اما مهارت‌هایی که صیفی‌کاران در آن وضعیت مناسبی ندارند و ضعیف هستند مدیریت فروش و بازاریابی، مدیریت مالی مزرعه و مدیریت استراتژیک می‌باشد که در رتبه‌های پایین قرار دارند.

جدول ۵- اولویت‌بندی مهارت‌های مختلف مدیریت کسب و کار زراعی

| رتبه | انحراف معیار | میانگین | نوع مهارت |
|------|--------------|---------|-------------------------|
| 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 |

جدول ۶- اولویت‌بندی دیدگاه پاسخگویان درباره رفتار در مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار زراعی

| رتبه | انحراف معیار | میانگین | مهارت |
|------|--------------|---------|--|
| | ۱/۲۲ | ۳/۳۹ | مدیریت کارکنان مزرعه |
| ۱ | ۱/۱۳ | ۴/۰۱ | رعایت قوانین کار |
| ۲ | ۱/۳۳ | ۳/۴۸ | تقسیم کارهای مزرعه براساس سن و جنسیت |
| ۳ | ۱/۱۶ | ۳/۳۱ | تعریف وظایف خاص برای هر یک از افراد مشغول در مزرعه |
| ۴ | ۱/۲۰ | ۳/۲۸ | کمک به کارکنان در جهت بهبود مهارت‌ها و توانایی‌هاشان |
| ۵ | ۱/۱۹ | ۳/۲۱ | گوش دادن به نظرات افراد مشغول در مزرعه و پیاده‌سازی پیشنهادات آنها برای بهبود کار |
| ۶ | ۱/۳۳ | ۳/۰۹ | انتقال تجارب و معلومات جدید به افراد شاغل در مزرعه |
| | ۱/۴۲ | ۳/۰۵ | مهارت رهبری |
| ۱ | ۱/۹۴ | ۳/۳۸ | دادن اعتماد به نفس به زیردستان |
| ۲ | ۱/۰۷ | ۳/۲۸ | کمک در حل و فصل اختلافات بین مزرعه و جامعه غیر کشاورزی |
| ۳ | ۱/۲۶ | ۳/۱۵ | داشتن روحیه‌ی مشارکت و ارائه مشاوره به دیگران |
| ۴ | ۱/۱۸ | ۳/۱۵ | ایجاد انگیزه در دیگران و توانایی نفوذ در دیگران |
| ۵ | ۱/۴۷ | ۲/۲۵ | ارزیابی نقاط قوت و ضعف شخصی |
| ۶ | ۱/۶۱ | ۲/۱۸ | داشتن ظرفیت پذیرش شکست |
| | ۱/۲۹ | ۲/۸۲ | مدیریت تولید |
| ۱ | ۱/۰۷ | ۳/۸۳ | داشتن برنامه مشخص کاشت و برداشت |
| ۲ | ۱/۲۹ | ۳/۶۰ | نظارت بر تمام مراحل تولیدی محصول برای حفظ کیفیت و بازارپسندی |
| ۳ | ۱/۲۸ | ۳/۴۳ | انتخاب بهترین رقم بازارپسند برای کاشت |
| ۴ | ۱/۴۵ | ۲/۸۶ | خرید کلی نهاده‌های کشاورزی برای تخفیف در قیمت |
| ۵ | ۱/۳۸ | ۱/۸۳ | استفاده از مشاوران تولید برای به دست آوردن مهارت‌های تولیدی |
| ۶ | ۱/۲۹ | ۱/۳۷ | توجه به سیاست‌های دولت درباره تولید محصولات (مثلا چه محصولی بیشتر نیاز است کشت شود) |
| | ۱/۳۹ | ۲/۶۹ | مدیریت ریسک |
| ۱ | ۱/۰۶ | ۳/۹۲ | کشت به موقع |
| ۲ | ۱/۳۶ | ۳/۵۴ | استفاده از بذور اصلاح شده و واریته‌های مناسب و مقاوم برای مقابله با ریسک |
| ۳ | ۱/۴۹ | ۲/۸۲ | شناختن مشتریان مزرعه و اینکه بیشتر چه محصولاتی را می‌پسندند |
| ۴ | ۱/۴۴ | ۲/۵۰ | تنوع در کشت محصولات |
| ۵ | ۱/۴۹ | ۱/۹۳ | استفاده مناسب از بیمه محصولات کشاورزی |
| ۶ | ۱/۵۲ | ۱/۴۶ | ایجاد پس انداز و حساب‌های مالی پشتیبان |
| | ۱/۳۰ | ۲/۵۹ | مدیریت ارتباطات |
| ۱ | ۱/۰۱ | ۳/۷۶ | برقراری ارتباط خوب، واضح، دقیق و صادقانه با دیگران |
| ۲ | ۱/۲۲ | ۳/۲۴ | جمع‌آوری اطلاعات درباره قیمت نهاده‌ها مانند بذر، کود و سم |
| ۳ | ۱/۴۵ | ۳/۰۱ | استفاده از رسانه‌های عمومی (مانند تلویزیون، رادیو و...) |
| ۴ | ۱/۴۵ | ۲/۷۲ | مشاوره با افراد با تجربه |
| ۵ | ۱/۳۲ | ۲/۷۰ | دریافت اطلاعات درباره بازار آینده محصول انتخابی |
| ۶ | ۱/۳۸ | ۱/۴۰ | مطالعه نشریات ترویجی و مجلات علمی |
| ۷ | ۱/۲۹ | ۱/۳۶ | مشاوره با کارشناسان و مروجین کشاورزی |
| | ۱/۳۵ | ۲/۱۹ | مدیریت فروش و بازاریابی |
| ۱ | ۱/۲۰ | ۲/۵۸ | زمان‌های مختلف برای بردن محصولات به بازار فروش |
| ۲ | ۱/۳۲ | ۲/۵۷ | انتخاب زمانی که محصولات بیشتر فروش می‌رود برای فروش محصول (مانند فروش خارج از فصل کشت) |
| ۳ | ۱/۴۰ | ۲/۲۸ | استفاده از قراردادهای رو به جلو و قراردادهای آینده برای تضمین فروش محصولات |
| ۴ | ۱/۴۲ | ۲/۰۸ | استفاده از بسته‌بندی‌های جدید و تبلیغات برای افزودن ارزش و بازارپسندی محصولات |
| ۵ | ۱/۴۱ | ۱/۴۵ | توجه به سیاست‌های دولت درباره ی تورم، بیکاری و عرضه پول و تجارت خارجی که روی قیمت‌ها اثر می‌گذارد. |
| | ۱/۴۲ | ۱/۸۷ | مدیریت مالی مزرعه |
| ۱ | ۱/۶۵ | ۲/۶۰ | برآورد سود خالص و ناخالص مزرعه در پایان دوره |
| ۲ | ۱/۴۸ | ۲/۵۱ | ثبت و محاسبه میزان سرمایه اولیه و نهاده‌های مصرف شده در فرایند تولید |
| ۳ | ۱/۵۱ | ۲/۳۶ | ثبت و محاسبه میزان سود و زیان |
| ۴ | ۱/۴۹ | ۱/۸۸ | تهیه ی یک فایل برای ذخیره اسناد مالی مزرعه |
| ۵ | ۱/۳۸ | ۱/۱۸ | استفاده از دفاتر کل در کارهای مزرعه |
| ۶ | ۱/۰۲ | ۰/۷۴ | استفاده از کامپیوتر در کارهای مزرعه |
| | ۱/۴۰ | ۱/۷۶ | مدیریت استراتژیک |
| ۱ | ۱/۵۶ | ۲/۲۵ | شناسایی نقاط ضعف و قوت کسب و کار مزرعه |
| ۲ | ۱/۶۱ | ۱/۹۱ | جستجو برای یافتن روش‌های جدید و بهتر انجام کارهای مزرعه |
| ۳ | ۱/۲۶ | ۱/۶۶ | برنامه ریزی الگوی کشت متناسب با نیاز منطقه و بازار |
| ۴ | ۱/۳۵ | ۱/۶۲ | پیش بینی و برآورد درآمد حاصل از تولید |
| ۵ | ۱/۴۱ | ۱/۶۰ | برنامه ریزی برای تولید و مشخص نمودن اهداف تولیدی در کوتاه‌مدت و بلندمدت |
| ۶ | ۱/۲۲ | ۱/۵۶ | پیش بینی و برآورد نیاز تولیدی منطقه تحت پوشش و نیاز بازار |

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

بررسی تأثیر دانش و نگرش بر رفتار صیفی کاران جنوب استان کرمان نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی بر اساس روش تحلیل مسیر بیان الگو

کلیه متغیرهای تحقیق به دو دسته پنهان و آشکار تبدیل می‌شوند، متغیرهای آشکار (مستطیل شکل ۲) یا مشاهده شده به گونه‌ای مستقیم به وسیله پژوهشگر اندازه‌گیری می‌شوند (همان گویه‌های تحقیق)، در حالی که متغیرهای مکنون یا مشاهده نشده به گونه‌ای مستقیم اندازه‌گیری نمی‌شوند؛ بلکه، بر اساس روابط یا همبستگی‌های بین متغیرهای اندازه‌گیری شده استنباط می‌شوند، متغیرهای مکنون بیانگر یک سری سازه‌های تئوریک هستند، مانند مفاهیم تئوریک که مستقیماً

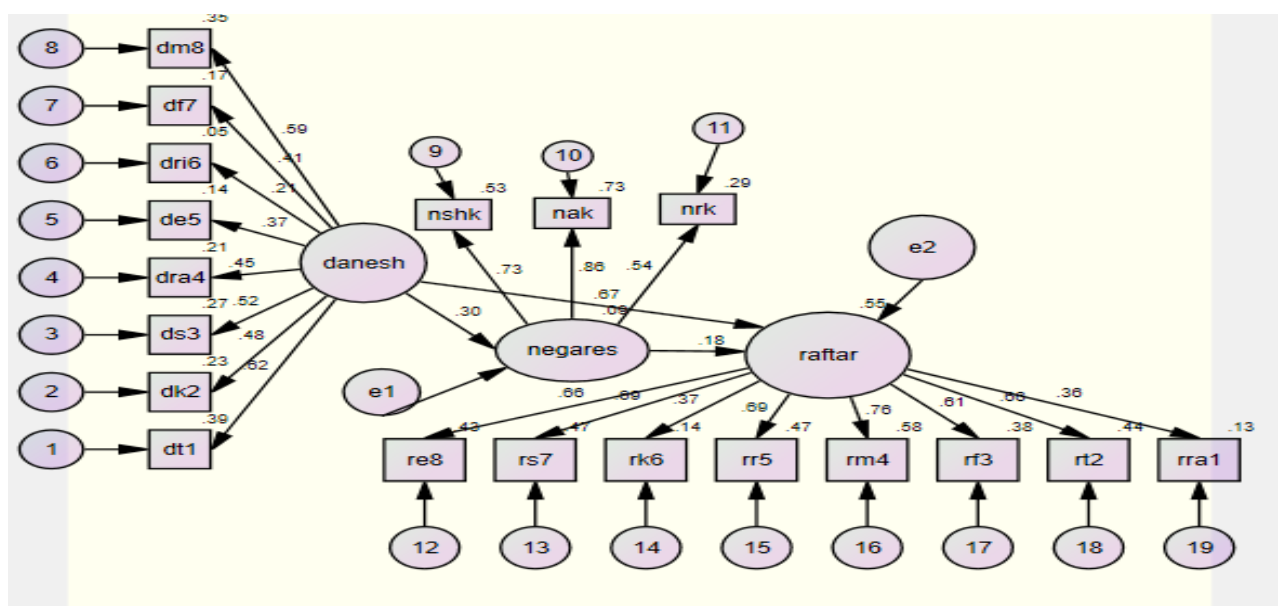
قابل مشاهده نیستند و از طریق سایر متغیرهای مشاهده شده ساخته و مشاهده می‌شوند، متغیرهای مکنون به نوبه خود به دو نوع متغیرهای درون‌زا یا جریان‌گیرنده و متغیرهای برون‌زا یا جریان‌دهنده تقسیم می‌شوند. هر متغیر می‌تواند هم به‌عنوان یک متغیر درون‌زا و هم یک متغیر برون‌زا در نظر گرفته شود. به منظور بررسی قابل قبول بودن الگو از شاخص‌های برازش الگو استفاده شد (جدول ۷). همان‌طور که جدول نشان می‌دهد مقدار کای اسکویر برابر $300/18$ با درجه آزادی ۱۴۹ در سطح مناسبی قرار دارد، مشاهده سایر شاخص‌های برازش الگو در جدول نیز حاکی از آن است که الگو از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۷- شاخص‌های برازش الگو

| شاخص | CMIN | df | NFI | TLA | CFI | IFI | RFI | RMSEA |
|-------|--------|-----|------|------|------|------|------|-------|
| مقدار | ۳۰۰/۱۸ | ۱۴۹ | ۰/۹۰ | ۰/۹۵ | ۰/۹۶ | ۰/۸۸ | ۰/۷۶ | ۰/۰۳۴ |

نمودار مسیر (شکل ۲)، نمایان‌گر آثار مستقیم و غیر-مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته رفتار مدیریت کسب و کار زراعی می‌باشد. بررسی رابطه متغیرهای مستقل در مدل نشان می‌دهد که بین دانش و نگرش افراد پاسخگو رابطه مستقیم وجود دارد (سطح معناداری = $0/000$ و $\beta = 0/30$) یعنی با افزایش سطح دانش کشاورزان میزان نگرش آن‌ها نیز نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی مثبت می‌گردد. به عبارت دیگر، تأثیر دانش بر رفتار به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم می‌باشد. یعنی افزایش دانش نه تنها می‌تواند به صورت مستقیم سبب تغییر رفتار صیفی کاران شود بلکه از طریق تأثیر بر روی نگرش و به صورت غیر مستقیم هم رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهد. دومین متغیر

مستقل مدل، نگرش می‌باشد. رابطه این متغیر با متغیر وابسته که رفتار صیفی کاران پاسخگو در زمینه مدیریت کسب و کار می‌باشد؛ نشان از رابطه مستقیم بین این دو متغیر دارد (سطح معناداری = $0/002$ و $\beta = 0/18$) بدین گونه که با بهبود نگرش افراد، رفتار صحیح آنان نیز نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی افزوده می‌شود. علاوه بر تأثیر دانش بر نگرش و نگرش بر رفتار همان-گونه که طبق پیشینه نگاشته‌ها در مدل مفهومی پژوهش نیز نمایان است دانش نیز به طور غیر مستقیم بر رفتار تأثیر می‌گذارد. که در اینجا نیز همانگونه که در مدل مشخص است رابطه مستقیم با متغیر رفتار دارد (سطح معناداری = $0/000$ و $\beta = 0/67$).



شکل شماره ۲، مدل تحلیل مسیر (SEM) اثرات مستقیم و غیر مستقیم دانش و نگرش بر رفتار مدیریت کسب و کار زراعی

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، با استناد به نتایج جدول (۸) و بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای اثرگذار در مدل بررسی تاثیر دانش و نگرش بر رفتار مدیریت کسب و کار زراعی، مشخص است که متغیر دانش در زمینه مدیریت کسب و کار زراعی (بتا= ۰/۶۷)، بیشترین تاثیر را بر رفتار در این زمینه داشته است.

نتیجه‌گیری و بحث

طبق یافته‌های پژوهش بین دانش و نگرش صیفی-کاران نسبت به مدیریت کسب و کار زراعی رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار به‌دست آمد. بدین‌گونه که دانش بر نگرش افراد تاثیر مستقیم دارد و نگرش نیز بر رفتار در این زمینه تاثیر مستقیم دارد. همچنین، تاثیر غیر مستقیم دانش بر رفتار کشاورزان طبق نتایج تأیید شد که با نتایج مطالعه (onyuma et al., 2006)، مطابقت دارد. عمده تحقیقات انجام شده در زمینه تأثیر دانش و نگرش بر رفتار در زمینه های مختلف تأثیر دانش بر نگرش، نگرش بر رفتار و همچنین تأثیر مستقیم دانش بر رفتار را تأیید نموده‌اند. از جمله مطالعات (omani (2010)، Shabani et al. (2014)، Ferdowsi et al. (2007)، Hejazi ؛ Heidari Sareban., (2011)، Afshani (2008) and Eshaghi (2014).

اعتقاد محققان بر این است که نگرش عامل اصلی در تغییر رفتار است و در صورت تغییر نگرش افراد، رفتار آنها نیز تغییر خواهد کرد (Kothari, 1988) که این

Dt1= دانش مدیریت تولید، dk2= دانش مدیریت کارکنان، ds3= دانش مدیریت استراتژیک، dra4= دانش مهارت رهبری، de5= دانش مدیریت ارتباطات، dri6= دانش مدیریت ریسک، df7= دانش مدیریت فروش، dm8= دانش مدیریت مالی مزرعه.

rt1= رفتار مهارت رهبری، rt2= رفتار مدیریت تولید، rf3= رفتار مدیریت فروش، rm4= رفتار مدیریت مالی، rs5= رفتار مدیریت ریسک، rk6= رفتار مدیریت کارکنان مزرعه، rs7= رفتار مدیریت ریسک، rs8= رفتار مدیریت استراتژیک مزرعه.

Nshk= حیطة شناختی نگرش، nak= حیطة عاطفی نگرش، nrk= حیطة روانی حرکتی نگرش)

جدول (۸)، نمایانگر آثار مستقیم و غیر مستقیم دانش و نگرش بر رفتار مدیریت کسب‌وکار زراعی می‌باشد. از دو متغیر مستقل وارد شده هر دو معنی‌دار شدند که در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۸- بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیر دانش

و نگرش بر رفتار مدیریت کسب و کار زراعی

| متغیر | میزان اثر | سطح معنی داری |
|-------------------------------|-----------|---------------|
| تأثیر مستقیم دانش بر نگرش | ۰/۳۰ | ۰/۰۰۰** |
| تأثیر مستقیم نگرش بر رفتار | ۰/۱۸ | ۰/۰۰۲* |
| تأثیر مستقیم دانش بر رفتار | ۰/۶۷ | ۰/۰۰۰** |
| تأثیر غیرمستقیم دانش بر رفتار | ۰/۴۸ | ۰/۰۰۰** |

***: در سطح ۰/۰۱، **: در سطح ۰/۰۵

برداشت قابل تاملی که در این زمینه می‌توان بیان کرد این بود که طبق نتایج، میزان رفتار صحیح کشاورزان در سطح کم قرار داشت. این میزان رفتار صحیح با میزان نگرش حداکثر مثبتی پاسخگویان نسبت به اهمیت مدیریت کسب‌وکار مزرعه و همچنین، از آنجایی که طبق نتایج حاصل از یافته‌ها نگرش بر رفتار تأثیر مثبتی دارد شاید در دید اول غیر منطقی به نظر آید که این نیز می‌تواند علل مختلفی داشته باشد که از مهم‌ترین آن در بعد شناختی و روانی حرکتی نگرش مشهود است. طبق نتایج میانگین این دو حیطه از حیطه عاطفی پایین‌تر بود. این بدیهی است که کشاورزان دوست دارند درآمد بالایی داشته باشند حال این افزایش درآمد به طریق مدیریت کردن کسب و کار باشد یا روش‌های دیگری که کشاورزان را در این زمینه یاری دهد. همچنین، با توجه به دانش پایین کشاورزان در این زمینه این نتیجه قابل توجیح است که بیشترین تأثیر را دانش بر رفتار داشته باشد. اما نباید از تأثیر قابل توجه نگرش بر رفتار نیز غافل بود و برنامه‌ریزان باید روی بعد شناختی و روانی - حرکتی آن تمرکز کنند تا موفقیت هر چه بیشتر برنامه‌های صورت گرفته را تضمین کنند.

با توجه به نتایج می‌توان به پرسش‌های مطرح شده در زمینه (آیا نامناسب بودن دانش، نگرش و رفتارهای مدیریت کسب و کار باعث این مشکلات گردیده یا به-طور دقیق‌تر آیا کشاورز قادر به مدیریت کسب‌وکار خود در این شرایط هست؟ آیا دانش این را دارد که بتواند جلوی ضررهای وارده بر کسب و کار زراعی خویش را بگیرد؟) پاسخ داده شود. در جواب به این پرسش‌ها که از ابتدا در ذهن محقق در برخورد با مشکلات بیان شده بود می‌توان با توجه به نتایج به‌دست آمده این‌گونه پاسخ داد که دانش ضعیف پاسخگویان در مدیریت کسب و کار زراعی نقش مهمی در بروز رفتار مطلوب در این زمینه داشته است. هر چند نمی‌توان از نقش عوامل دیگر در این زمینه غافل بود، اما اگر کشاورزان از دانش مناسبی در هر یک از حیطه‌های مدیریت کسب و کار برخوردار باشند و متعاقب آن این دانش را در رفتار خود نشان دهند می‌توان انتظار این را داشت که مشکلات آن‌ها نیز در زمینه ضررهای متوالی اقتصادی کاهش یابد. حتی مشکلاتی که شاید منبع آن مربوط به کشاورزان نباشد و

نتایج همسو با یافته‌های این پژوهش می‌باشد. هر چند این مطالعات در زمینه‌های مختلف دیگری صورت گرفته و تاکنون پژوهشی که قبلاً این مطلب را در مدیریت کسب‌وکار زراعی تأیید کند وجود نداشت یا محقق موفق به دستیابی به آن نشد، اما طبق یافته‌های دیگر محققان و همچنین، یافته‌ی این تحقیق صحت این مطالب تأیید شد.

با توجه به اینکه کشاورزان در زمینه مدیریت کسب‌وکار زراعی از دانش مناسب برخوردار نبودند. بنابراین، میزان دانش آن‌ها نیز روی رفتار آن‌ها تأثیر مستقیم گذاشته است. صحت این مطالب در بررسی دانش و رفتار کشاورزان در هر یک از حیطه‌های مدیریت کسب‌وکار زراعی مشهود است بدین‌گونه که دانش کم پاسخگویان روی رفتار آن‌ها نیز اثر گذاشته است. به-عنوان مثال، در زمینه مدیریت فروش، مدیریت مالی و همچنین، مدیریت استراتژیک مزرعه که سه حیطه از مدیریت کسب‌وکار زراعی هستند. مطابق یافته‌ها هم در زمینه دانش و هم رفتار صحیح جز سه عامل آخر قرار گرفتند که این مطلب موید این است که دانش پاسخگویان در این زمینه بر رفتار آنان تأثیرگذار بوده در قسمت بررسی نگرش نیز بعد دانشی یا شناختی از میانگین متوسطی برخوردار بود و همین امر نیز باعث شد روی بعد روانی- حرکتی نیز تأثیر گذارد و پایین-ترین میانگین را داشته باشد. طبق یافته‌ها نگرش اکثر پاسخگویان مثبت بود اما رفتار و دانش پاسخگویان در حد ضعیف بود. لذا، می‌توان این‌گونه برداشت کرد که اگر چه نگرش حداکثر افراد مثبت بود، اما دانش افراد بیشترین تأثیر را بر رفتار آن‌ها در زمینه مدیریت کسب و کار داشته که صحت این مطلب طبق تحلیل مسیر نیز تأیید شد به گونه‌ای که تأثیر غیرمستقیم دانش بر رفتار (۰/۶۷) بیشتر از تأثیر مستقیم نگرش بر رفتار (۰/۱۸) بود.

مطالعات دیگر نیز به این نتیجه رسیدند که تمایلات مبتنی بر دانش بالا، رفتار را بهتر از تمایلات مبتنی بر دانش کم، پیش‌بینی می‌نمایند. همچنین، اکثر مطالعات انجام شده در زمینه بررسی تأثیر دانش بر رفتار، فقدان دانش را به عنوان سد اساسی برای رفتارهای مثبت محیطی ذکر کرده‌اند (Valner et al., 2003). یک

زنی و در نهایت بازاریابی مناسب و کاهش ضرر و زیان صیفی‌کاران می‌گردد.

- با توجه به اینکه دانش مدیریت کسب‌وکار زراعی پدیده‌ای بسیار حائز اهمیت است و چالش بزرگی در بخش کشاورزی سنتی ایران به‌خصوص منطقه جنوب استان کرمان قلمداد می‌شود و نظر به اینکه طبق یافته‌های پژوهش، افزایش دانش کشاورزان صیفی‌کار در خصوص این مقوله مهم در تغییر رفتار کشاورزان مؤثر است، به مدیریت ترویج کشاورزی پیشنهاد می‌شود آگاهی‌های لازم را به روش‌های مختلف از جمله: با برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت برای هرچه کاربردی‌تر شدن دانش کارشناسان ترویج در این زمینه صورت گیرد. همچنین، باید سعی شود که از کارشناسانی از خود شهرستان‌ها متناسب با لهجه محلی کشاورزان منطقه استفاده شود که فهم مطالب را برای کشاورزان آسان‌تر نماید. همچنین، لازم است تعداد کارشناسان بالادست کارشناسان ترویج برای افزایش دسترسی کشاورزان به آنان افزایش پیدا کند.

- به کارشناسان ترویج نیز پیشنهاد می‌شود در روش‌های آموزشی خود تجدیدنظر کنند و از روش‌های متنوع‌تر و عینی‌تری استفاده نمایند تا کشاورزان به‌طور مستقیم نتایج را مشاهده کنند. همچنین، تسهیل‌گرانی را انتخاب نمایند که رضایت و یادگیری بیشتر کشاورزان را در پی داشته باشد. در این زمینه پیشنهاد می‌شود از آموزش تبدلی کشاورز به کشاورز از طریق افرادی که رهبر فعالیت‌های مدیریت مزرعه (با تمرکز روی کشاورزان پیشرو) در روستا هستند از طرف سازمان جهاد کشاورزی منطقه، صورت گیرد.

- بر اساس یافته‌ها، نگرش کلی کشاورزان نسبت به کسب و کارشان مثبت بود و این نشان می‌دهد که آن‌ها علاقه و تمایل مثبتی به کشاورزی و به‌خصوص کشت صیفی‌جات دارند، اما وجود پاره‌ای مسایل و مشکلات مانند بازاریابی و هزینه بالای نهاده‌ها و کاهش قیمت خرید سبب بی‌رغبتی و عدم تمایل آنها به ادامه فعالیت می‌گردد. در این زمینه پیشنهاد می‌گردد که دولت با اتخاذ سیاست‌های مناسب در جهت برطرف نمودن مشکلات اقدام نموده مانند خرید تضمینی محصول، حذف واسطه‌ها، صادرات درست و برنامه‌ریزی شده در

ریشه‌ی ساختاری و سازمانی داشته باشد نیز با دانش صحیح در زمینه مدیریت کسب‌وکار زراعی و متناسب با شرایط و موقعیت می‌توان از شدت تاثیر آن‌ها بر کسب‌وکار مزرعه جلوگیری کرد و حتی در مواردی نیز از مشکلات به‌عنوان یک فرصت استفاده نمود. بنابراین تا زمانی که دانش کشاورزان در هر یک از حیطه‌های مدیریت کسب‌وکار زراعی بهبود نیابد، رفتار کشاورزان نیز به همان صورت خواهد ماند و باعث ضررهای متوالی در پایان فصل کشت می‌گردند. لذا، مسئولان نباید از این امر غافل شوند و سرمایه‌گذاری در این منطقه در جهت حل مسایل صیفی‌کاران بدون شک روی اقتصاد کشور نیز تاثیرگذار است. به‌خصوص این‌که اکثر کشاورزان مورد مطالعه را کشاورزان جوان تشکیل می‌دهند، به عنوان مدیران جوان مزرعه نقش مهمی را در اقتصاد کشور ایفا می‌کنند. زیرا همان‌گونه که گفته شد این منطقه در تأمین محصولات صیفی کشور نقش بسزایی ایفا می‌کند.

پیشنهادها

- با توجه به این‌که میزان دانش صیفی‌کاران در زمینه مدیریت کسب‌وکار زراعی در سطح متوسط است و با توجه به این موضوع که دانش بر روی نگرش و رفتار به‌طور مستقیم و غیرمستقیم مؤثر است، می‌توان گفت افزایش دانش صیفی‌کاران عامل مهمی در بهبود مدیریت کسب‌وکار آن‌ها می‌باشد. لذا، لازم است این موضوع به‌طور جدی مورد توجه برنامه‌ریزان سازمان جهاد کشاورزی قرار گیرد و با برگزاری کلاس‌های آموزشی از سوی مروجان کشاورزی و سازمان ترویج به‌طور متناوب و بر اساس نیازهای آموزشی صیفی‌کاران سبب افزایش دانش آن‌ها و در نهایت بهبود فرآیند مدیریت کسب‌وکار زراعی را فراهم آورد.

- از آن‌جا که بر اساس نتایج پژوهش میزان دانش صیفی‌کاران در زمینه مدیریت فروش، مدیریت استراتژیک مزرعه و مدیریت مالی ضعیف است، پیشنهاد می‌گردد تمرکز اصلی دوره‌های آموزشی- ترویجی بر روی آموزش بازاریابی، امور مالی و مدیریت آن معطوف گردد. آموزش این روش‌ها به بهره‌برداران توسط مروجان سبب کاهش هزینه‌های تولیدی، افزایش قدرت چانه

های مختلف و در نهایت، اصلاح نگرش و رفتار آن‌ها گردید.

توجه به تأثیر میزان استفاده کشاورزان از منابع ارتباطی در رفتار و دانش کشاورزان و همچنین، اولویت اول منبع ارتباطی کشاورزان که همسایه‌ها بود، پیشنهاد می‌شود از آموزش تبادلی کشاورز به کشاورز از طریق افرادی که رهبر فعالیت‌های مدیریت مزرعه (با تمرکز روی کشاورزان پیشرو) در روستا هستند از طرف سازمان ترویج کشاورزی، صورت گیرد.

نتایج تحلیل مسیر نشان داد که نگرش با رفتار رابطه مثبت دارد و هرچه نگرش بهره‌برداران مثبت‌تر باشد رفتار صحیح در آن‌ها افزایش خواهد یافت. از آن‌جا که بین کشاورزان تعامل و اعتماد اجتماعی بالایی وجود دارد پیشنهاد می‌شود که از رهبران محلی و کشاورزان پیشرو و افرادی که از نفوذ اجتماعی بالایی در روستا برخوردار می‌باشند، به‌عنوان الگو برای سایرین استفاده گردد و برای ایجاد انگیزه در کشاورزان دیگر جهت استفاده از تجارب آن‌ها، شرکت در کلاس‌ها و ایجاد اثرات پایدار مدد گرفته شود.

زمان برداشت، ایجاد صنایع فرآوری و تبدیلی مناسب و قیمت‌گذاری مناسب محصولات.

- بر اساس نتایج رفتار کشاورزان در مدیریت کسب و کار مناسب نبود و این نشان از آن دارد که آن‌ها در مدیریت فعالیت‌های کشاورزی خود موفق نبودند. علت این موضوع را می‌توان در مسایل مختلف بررسی و جست‌وجو نمود اما کمبود دانش و اطلاعات کشاورزان در مسایل مختلف به خصوص مباحث مدیریتی، کمبود تجربه با توجه به این‌که اکثر آن‌ها جوان هستند را می‌توان از علت‌های عدم رفتار صحیح و مدیریت درست کسب و کار زراعی بیان نمود. لذا توصیه و پیشنهاد می‌گردد که با اقدامات مقتضی و مناسب از جمله برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریتی از سوی مدیریت ترویج، تشویق بهره‌برداران به استفاده از تجارب صیفی کاران موفق و دارای سابقه بالا توسط مروجان، برگزاری دوره‌های آموزشی روز مزرعه توسط مدیریت ترویج جهت بازدید صیفی کاران از مزارع نمونه و استفاده از تجارب صیفی کاران موفق و دعوت از صیفی کاران با تجربه و موفق جهت حضور در کلاس‌های آموزشی مرتبط با مباحث صیفی سبب بهبود دانش صیفی کاران در زمینه-

REFERENCES

1. Afshari, Z. (2008). Factors Affecting the Stability of Attitude and Behavior among Cotton Producers in Isfahan. *Master's thesis, Ramin Khuzestan Agricultural Extension and Education and Natural Resources field Engineering*. (In Farsi).
2. Ajzen, I., and Fishbein, M. (1980). Prediction of goal directed behavior: attitudes, intentions and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41(4), 607-627.
3. 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.
4. 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.
5. 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>
6. Bond, J. L., Kriesemer, S. K. Emborg, J. E. & Chadha, M. L. (2018). Understanding farmers' pesticide use in Jharkhand India. *Extension Farming Systems Journal*, 5 (1), 53-61.
7. Buglar, M. E., White, K. M., & Robinson, N. G. (2018). The role of self-efficacy indental patients' brushing and flossing: Testing an extended Health Belief Model. *Patient Education and Counseling*, 78(2), 269-272. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pec.2009.06.014>.
8. Burton, M., Dobbins, C., & Miller, A. (2017). *Are your farm business management skills ready for the 21 century?* Retrieved From <http://www.Purdue.edu/extmedia/ID/ID-244.pdf>
9. Dehghani, H. (2016). Improving attitudes towards the use of chemical toxins. A step towards sustainable agriculture. *Congress of pioneers of progress, Tehran, Center for the Islamic-Iranian Model of Progress* (In Farsi).
10. Ferdowsi, S., Mortazavi, S., & Rezvani, N. (2007). The relationship between environmental knowledge and environmental behaviors. *Journal of Humanities*, 53, 27-56. (In Farsi).
11. Fish, A. (2018). *Sustainable agriculture and integrated pest management (IPM) resource & information directory*. Retrieved from <http://www.mda.state.mn.us/news/publications/protecting/sustainable/esapdirectory.pdf>.

12. Faryabi, R., Mokhtari, M., Rahimi, T., Javadi, A., & Rastgari, N. (2016). Investigation of status and correlations between knowledge, attitude and performance of greenhouse farmers of Jiroft town in relation to adverse health and environmental effects of the use of pesticides in 2015. *Iranian Journal of occupational Health*, 14(5), 153-164. (In Farsi).
13. Golzar, F., Askari, M., Rari, M., & Daneshvar Ameri, J. (2014). Analysis of Factors Influencing Production Risk Management Farmer Orange Work in Jiroft. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 45(1), 67-57. (In Farsi).
14. Ghlavandi, S., & Noorollah noorvandi, A. (2016). The role of farmer's knowledge and attitudes in the use of chemical pesticides. *National conference on climate orientation*, Mashhad, Fedosi University of Mashhad. (In Farsi).
15. Heidari S. (2011). Investigation of Socio-Economic Factors Influencing the Knowledge of Farmers of Wheat on Crop Management (Case study: Meshgin City). *Agricultural Extension and Education Research*, 4(4), 24-32 (In Farsi).
16. Hejazi, S. Y. & Eshaghi, S. R. (2014). Explaining the environmental behavior of villagers in western provinces of Iran based on planned behavioral model. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 45(2), 257-268. (In Farsi).
17. Jahan, S. (2016). Understanding effects on attitude-behavior consistency: The role of relevance, complexity, and amount of knowledge. *Journal of personality and Social Psychology*, 90 (4), 556- 577.
18. Omani, O.R. (2010). Identification of Factors Affecting Agricultural Water Sustainable Knowledge among Wheat Farmers in Ahvaz. *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 3 (2), 77-65. (In Farsi).
19. Onyuma, S. E., Birachi, T., Cheruiyoi, K., & Icart, E. (2018). Effect of management in agricultural production: Evidence from Kenya. *African Journal of Business and Economics*, 1(1), 1-18.
20. Sommer, L. (2019). The Theory of Planned Behavior and the Impact of Past behavior. *International Business & Economics Research Journal*. 10(1), 91-99.
21. Shabani, K., Shahasand, M. R., Baradaran, M., Khosravi Pour, B., Zandi Sohani, N. (2014). Identification of the most effective factors in the attitude and behavior of wheat farmers regarding food security in the north of Khuzestan. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 45(3), 583-575. (In Farsi).
22. Sabziyanmollai, Kh. Ajili, A.A., Mahmoodzade, S., Yazdanpanah, M., & Foroozani, M. (2015). Investigating the tendency and behavior of farmers to apply integrated pest management using the developed theory of planned behavior. *Journal of Agricultural Extension and Education Resarch*, 2(30), 57-71. (In Farsi).
23. Wallner, S., Hunziker, M., & Kienast, F. (2003). DO natural Science experiments influence public attitudes towards environmental problems? *Global environmental change*, 13, 185- 194.
24. Yaghobi, A.H., Chizari, M., Pezeshkirad, GH, R., & Feli, S. (2018). The importance of farm management skills from the perspective of wheat farmers in Tafresh city. *Journal of Agricultural Economics and development*, 17(66), 99-114. (In Farsi).
25. Zoller, C.T. (2000). Collaboration builds a successful farm management workshop. *Journal of Extension*, 38(1). Retrieved Sep. 12, 2010 from: <http://www.joe.org/joe/2000february/iw4.htm/>