



کار آفرینی در کشاورزی

دکتر ظهرا ب ادای

امروز کتابخوانی و علم‌آموزی نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است!

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پر بار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه مطالعه هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین سوره‌ای که بر آن فرستاده عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد

شده است: «إِقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره جغرافیایی ایران شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

پانزده

پیشگفتار

۱	فصل اول: مبانی کارآفرینی در کشاورزی
۱	هدف کلی
۱	هدف‌های یادگیری
۲	۱-۱ تعریف کارآفرینی کشاورزی
۳	۱-۱-۱ تحلیل کارآفرینی کشاورزی
۴	۲-۱-۱ تنوع اقلیمی کشور ایران
۴	۳-۱-۱ پیوند علم و عمل
۵	۴-۱-۱ مطالعات موردی
۶	۲-۱ اهمیت کارآفرینی در زنجیره تأمین غذا
۶	۱-۲-۱ تحلیل جهانی و ایران
۷	۲-۲-۱ مطالعات موردی ایران
۷	۳-۲-۱ مطالعات موردی جهانی
۸	۴-۲-۱ تحلیل علمی
۸	۵-۲-۱ چالش‌ها و راهکارها
۹	۳-۱ تفاوت کارآفرینی کشاورزی مدرن با کشاورزی سنتی
۹	۱-۳-۱ تحلیل تفاوت‌ها
۱۰	۲-۳-۱ مطالعات موردی ایران
۱۱	۳-۳-۱ مطالعات موردی جهانی
۱۱	۴-۱ مهارت‌های کلیدی برای کارآفرینان کشاورزی
۱۲	۱-۴-۱ تحلیل مهارت‌ها
۱۲	۲-۴-۱ توسعه مهارت‌های مبتنی بر آموزش
۱۳	۵-۱ فرصت‌های نوظهور در کشاورزی مدرن
۱۳	۱-۵-۱ فرصت‌ها

۱۴	۱-۵-۲ تهدیدها
۱۵	منابع
۱۷	فصل دوم: فناوری‌های نوین در کشاورزی
۱۷	هدف کلی
۱۸	هدف‌های یادگیری
۱۸	۱-۲ نقش فناوری در افزایش بهره‌وری کشاورزی
۱۹	۲-۱-۱ تحلیل فناوری‌ها
۲۰	۲-۱-۲ انواع فناوری‌ها
۲۰	۲-۱-۳ مطالعات موردی جهانی و ایران
۲۱	۲-۱-۴ مزایا و چالش‌ها
۲۲	۲-۱-۵ پتانسیل‌های منطقه‌ای
۲۲	۲-۱-۶ چشم‌انداز
۲۳	۲-۲ کشاورزی هوشمند و اینترنت اشیا
۲۳	۲-۲-۱ تحلیل کشاورزی هوشمند
۲۳	۲-۲-۲ مطالعات موردی جهانی
۲۴	۲-۲-۳ مطالعات موردی ایران
۲۴	۲-۲-۴ چالش‌ها و فرصت‌ها
۲۵	۲-۳ استفاده از داده‌ها و تحلیل در تصمیم‌گیری کشاورزی
۲۵	۲-۳-۱ تحلیل داده‌ها
۲۶	۲-۳-۲ مطالعات موردی جهانی
۲۶	۲-۳-۳ مطالعات موردی ایران
۲۷	۲-۳-۴ چالش‌ها و فرصت‌ها
۲۷	۲-۴ نوآوری در روش‌های کشت و پرورش
۲۸	۲-۴-۱ تحلیل نوآوری‌ها
۲۸	۲-۴-۲ مطالعات موردی جهانی
۲۹	۲-۴-۳ مطالعات موردی ایران
۲۹	۲-۴-۴ چالش‌ها و فرصت‌ها
۳۰	۲-۵ تأثیر هوش مصنوعی بر آینده کشاورزی
۳۰	۲-۵-۱ تحلیل AI
۳۰	۲-۵-۲ مطالعات موردی جهانی
۳۱	۲-۵-۳ مطالعات موردی ایران
۳۱	۲-۵-۴ چالش‌ها و فرصت‌ها
۳۲	منابع

۳۵	فصل سوم: مدل‌های کسب‌وکار کشاورزی
۳۵	هدف کلی
۳۶	هدف‌های یادگیری
۳۶	۱-۳ کشاورزی خانوادگی در مقابل کشاورزی تجاری
۳۷	۱-۱-۳ تحلیل کشاورزی خانوادگی و تجاری
۳۸	۲-۱-۳ مطالعات موردی جهانی
۳۸	۳-۱-۳ مطالعات موردی ایران
۳۹	۴-۱-۳ مزایا و چالش‌ها
۴۰	۵-۱-۳ فرصت‌ها و تهدیدات
۴۰	۲-۳ مدل‌های تعاونی در کشاورزی
۴۰	۱-۲-۳ تحلیل تعاونی‌ها
۴۱	۲-۲-۳ مطالعات موردی جهانی
۴۱	۳-۲-۳ مطالعات موردی ایران
۴۲	۴-۲-۳ مزایا و چالش‌ها
۴۲	۵-۲-۳ فرصت‌ها و تهدیدات
۴۳	۳-۳ کسب‌وکارهای مبتنی بر محصولات ارگانیک و عملیات خوب کشاورزی (GAP)
۴۳	۱-۳-۳ تحلیل ارگانیک و GAP
۴۴	۲-۳-۳ مطالعات موردی جهانی
۴۴	۳-۳-۳ مطالعات موردی ایران
۴۵	۴-۳-۳ مزایا و چالش‌ها
۴۵	۵-۳-۳ فرصت‌ها و تهدیدات
۴۶	۴-۳ زنجیره تأمین و ارزش‌افزوده در کشاورزی
۴۶	۱-۴-۳ تحلیل زنجیره تأمین
۴۷	۲-۴-۳ مطالعات موردی جهانی
۴۷	۳-۴-۳ مطالعات موردی ایران
۴۸	۴-۴-۳ تحلیل ضایعات
۴۸	۵-۴-۳ مزایا و چالش‌ها
۴۹	۶-۴-۳ فرصت‌ها و تهدیدات
۴۹	۵-۳ کارآفرینی در فرآوری بازار محصولات کشاورزی
۴۹	۱-۵-۳ تحلیل کارآفرینی
۵۰	۲-۵-۳ مطالعات موردی جهانی
۵۰	۳-۵-۳ مطالعات موردی ایران
۵۱	۴-۵-۳ تحلیل ضایعات
۵۲	۵-۵-۳ مزایا و چالش‌ها
۵۲	۶-۵-۳ فرصت‌ها و تهدیدات
۵۳	۶-۳ تحلیل مقایسه‌ای مدل‌های کسب‌وکار کشاورزی
۵۵	منابع

۵۷	فصل چهارم: تأمین مالی و سرمایه‌گذاری
۵۷	هدف کلی
۵۸	هدف‌های یادگیری
۵۸	۴-۱ منابع مالی برای کارآفرینان کشاورزی
۶۰	۴-۱-۱ تحلیل منابع مالی
۶۰	۴-۱-۲ مطالعات موردی جهانی
۶۱	۴-۱-۳ مطالعات موردی ایران
۶۱	۴-۱-۴ تحلیل ضایعات
۶۲	۴-۱-۵ مزایا و چالش‌ها
۶۲	۴-۱-۶ فرصت‌ها و تهدیدات
۶۳	۴-۲ جذب سرمایه‌گذار در پروژه‌های کشاورزی
۶۳	۴-۲-۱ تحلیل جذب سرمایه‌گذار
۶۴	۴-۲-۲ مطالعات موردی جهانی
۶۴	۴-۲-۳ مطالعات موردی ایران
۶۵	۴-۲-۴ تحلیل ضایعات
۶۶	۴-۲-۵ مزایا و چالش‌ها
۶۶	۴-۲-۶ فرصت‌ها و تهدیدات
۶۷	۴-۳ وام‌ها و حمایت‌های دولتی
۶۷	۴-۳-۱ تحلیل وام‌ها
۶۸	۴-۳-۲ مطالعات موردی جهانی
۶۸	۴-۳-۳ مطالعات موردی ایران
۶۹	۴-۳-۴ تحلیل ضایعات
۶۹	۴-۳-۵ مزایا و چالش‌ها
۷۰	۴-۳-۶ فرصت‌ها و تهدیدات
۷۰	۴-۴ مدیریت مالی در کسب‌وکارهای کشاورزی
۷۰	۴-۴-۱ تحلیل مدیریت مالی
۷۱	۴-۴-۲ مطالعات موردی جهانی
۷۲	۴-۴-۳ مطالعات موردی ایران
۷۲	۴-۴-۴ تحلیل ضایعات
۷۳	۴-۴-۵ مزایا و چالش‌ها
۷۳	۴-۴-۶ فرصت‌ها و تهدیدات
۷۴	۴-۵ ارزیابی ریسک‌های مالی در کشاورزی
۷۴	۴-۵-۱ تحلیل ریسک‌ها
۷۵	۴-۵-۲ مطالعات موردی جهانی
۷۵	۴-۵-۳ مطالعات موردی ایران
۷۶	۴-۵-۴ تحلیل ضایعات
۷۶	۴-۵-۵ مزایا و چالش‌ها

۷۷
۷۷
۷۹
۷۹
۸۰
۸۰
۸۱
۸۲
۸۲
۸۳
۸۴
۸۴
۸۵
۸۵
۸۵
۸۶
۸۷
۸۷
۸۸
۸۸
۸۹
۸۹
۹۰
۹۰
۹۱
۹۲
۹۲
۹۳
۹۳
۹۴
۹۴
۹۵
۹۵
۹۶
۹۶
۹۷
۹۸
۹۹

۴-۵-۶ فرصت‌ها و تهدیدات

منابع

فصل پنجم: بازاریابی محصولات کشاورزی

هدف کلی

هدف‌های یادگیری

۵-۱ اصول بازاریابی در کشاورزی

۵-۱-۱ تحلیل اصول بازاریابی

۵-۱-۲ مطالعات موردی جهانی

۵-۱-۳ مطالعات موردی ایران

۵-۱-۴ تحلیل ضایعات در بازاریابی

۵-۱-۵ مزایا و چالش‌ها

۵-۱-۶ فرصت‌ها و تهدیدات

۵-۲ برندسازی محصولات کشاورزی

۵-۲-۱ تحلیل برندسازی

۵-۲-۲ مطالعات موردی جهانی

۵-۲-۳ مطالعات موردی ایران

۵-۲-۴ تحلیل ضایعات در برندسازی

۵-۲-۵ مزایا و چالش‌ها

۵-۲-۶ فرصت‌ها و تهدیدات

۵-۳ بازاریابی دیجیتال و تجارت الکترونیک

۵-۳-۱ تحلیل بازاریابی دیجیتال

۵-۳-۲ مطالعات موردی جهانی

۵-۳-۳ مطالعات موردی ایران

۵-۳-۴ تحلیل ضایعات در بازاریابی دیجیتال

۵-۳-۵ مزایا و چالش‌ها

۵-۳-۶ فرصت‌ها و تهدیدات

۵-۴ صادرات محصولات کشاورزی

۵-۴-۱ تحلیل صادرات

۵-۴-۲ مطالعات موردی جهانی

۵-۴-۳ مطالعات موردی ایران

۵-۴-۴ تحلیل ضایعات در صادرات

۵-۴-۵ مزایا و چالش‌ها

۵-۴-۶ فرصت‌ها و تهدیدات

۵-۵ استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای بازاریابی

۵-۵-۱ تحلیل ضرورت پلتفرم‌ها

۵-۵-۲ تحلیل انواع پلتفرم‌ها

۵-۵-۳ مطالعات موردی

۵-۵-۴ راهنمای شروع بازاریابی دیجیتال برای محصولات کشاورزی ایران

۹۹	۵-۵-۵ مزایا و چالش‌ها
۱۰۰	خلاصه فصل پنجم
۱۰۰	منابع
۱۰۳	فصل ششم: پایداری و کارآفرینی سبز
۱۰۳	هدف کلی
۱۰۴	هدف‌های یادگیری
۱۰۴	۶-۱ کشاورزی ارگانیک و تقاضای بازار
۱۰۶	۶-۱-۱ تحلیل کشاورزی ارگانیک
۱۰۶	۶-۱-۲ تحلیل اصول و روش‌ها
۱۰۷	۶-۱-۳ مطالعات موردی
۱۰۸	۶-۱-۴ چالش‌ها و فرصت‌ها
۱۰۸	۶-۲ مدیریت منابع آب و خاک
۱۰۹	۶-۲-۱ تحلیل مدیریت آب
۱۱۰	۶-۲-۲ تحلیل مدیریت خاک
۱۱۱	۶-۲-۳ مزایا و چالش‌ها
۱۱۱	۶-۳ کاهش ضایعات کشاورزی
۱۱۲	۶-۳-۱ تحلیل ابعاد مشکل
۱۱۲	۶-۳-۲ تحلیل راهکارها
۱۱۴	۶-۳-۳ مزایا و چالش‌ها
۱۱۴	۶-۴ انرژی‌های تجدیدپذیر در مزارع
۱۱۵	۶-۴-۱ تحلیل اهمیت
۱۱۵	۶-۴-۲ تحلیل انواع انرژی
۱۱۶	۶-۴-۳ مزایا و چالش‌ها
۱۱۷	۶-۵ کشاورزی پایدار و تغییرات اقلیمی
۱۱۷	۶-۵-۱ تحلیل تهدیدات
۱۱۸	۶-۵-۲ تحلیل راهکارها
۱۱۹	۶-۵-۳ مزایا و چالش‌ها
۱۲۰	۶-۵-۴ مطالعات موردی
۱۲۰	منابع
۱۲۳	فصل هفتم: مهارت‌ها و آموزش
۱۲۳	هدف کلی
۱۲۴	هدف‌های یادگیری
۱۲۴	۷-۱ مهارت‌های ضروری برای کارآفرینان کشاورزی
۱۲۶	۷-۱-۱ تحلیل مهارت‌های کلیدی
۱۲۷	۷-۱-۲ روش‌های یادگیری
۱۲۸	۷-۱-۳ مزایا و چالش‌ها

۱۲۹	۴-۱-۷ مطالعات موردی
۱۲۹	۲-۷ نقش آموزش و پرورش در توسعه کارآفرینی
۱۳۰	۱-۲-۷ تحلیل ابعاد آموزش
۱۳۱	۲-۲-۷ نقش سیستم آموزشی
۱۳۲	۳-۲-۷ مطالعات موردی
۱۳۳	۴-۲-۷ مزایا و چالش‌ها
۱۳۴	۳-۷ برنامه‌های آموزشی برای کشاورزان
۱۳۴	۱-۳-۷ تحلیل اهمیت
۱۳۵	۲-۳-۷ تحلیل انواع برنامه‌ها
۱۳۶	۳-۳-۷ ساختار و طراحی
۱۳۷	۴-۳-۷ مطالعات موردی
۱۳۷	۵-۳-۷ مزایا و چالش‌ها
۱۳۸	۴-۷ یادگیری از تجربیات موفق جهانی
۱۳۸	۱-۴-۷ تحلیل اهمیت
۱۳۹	۲-۴-۷ تحلیل تجربیات
۱۴۰	۳-۴-۷ روش‌های تطبیق
۱۴۱	۴-۴-۷ مزایا و چالش‌ها
۱۴۲	۵-۷ توسعه مهارت‌های نرم در کشاورزی
۱۴۲	۱-۵-۷ تحلیل اهمیت
۱۴۳	۲-۵-۷ تحلیل مهارت‌ها
۱۴۴	۳-۵-۷ روش‌های توسعه
۱۴۵	۴-۵-۷ مطالعات موردی
۱۴۵	۵-۵-۷ مزایا و رشد
۱۴۶	منابع

فصل هشتم: سیاست‌ها و قوانین

۱۴۷	هدف کلی
۱۴۸	هدف‌های یادگیری
۱۴۸	۱-۸ تأثیر سیاست‌های دولتی بر کارآفرینی کشاورزی
۱۵۰	۱-۱-۸ تحلیل اهمیت سیاست‌های دولتی
۱۵۱	۲-۱-۸ تحلیل ابعاد سیاست‌های دولتی
۱۵۲	۳-۱-۸ مطالعات موردی
۱۵۴	۲-۸ قوانین مالکیت زمین و کاربری
۱۵۴	۱-۲-۸ تحلیل اهمیت قوانین
۱۵۵	۲-۲-۸ تحلیل ابعاد قوانین
۱۵۶	۳-۲-۸ چالش‌ها
۱۵۷	۴-۲-۸ مطالعات موردی
۱۵۸	۳-۸ استانداردهای کیفیت و ایمنی محصولات

۱۵۹	۸-۳-۱ تحلیل اهمیت استانداردها
۱۵۹	۸-۳-۲ تحلیل ابعاد استانداردها
۱۶۱	۸-۳-۳ چالش‌ها
۱۶۲	۸-۳-۴ مطالعات موردی
۱۶۳	۸-۴-۱ یارانه‌ها و مشوق‌های کشاورزی
۱۶۳	۸-۴-۱ تحلیل اهمیت یارانه‌ها
۱۶۴	۸-۴-۲ تحلیل انواع یارانه‌ها
۱۶۵	۸-۴-۳ چالش‌ها
۱۶۶	۸-۴-۴ مطالعات موردی
۱۶۷	۸-۵-۱ موانع قانونی و راه‌های غلبه بر آن‌ها
۱۶۷	۸-۵-۱ تحلیل اهمیت رفع موانع قانونی
۱۶۸	۸-۵-۲ تحلیل موانع و راهکارها
۱۷۰	۸-۵-۳ مطالعات موردی
۱۷۱	۸-۵-۴ مزایا و چالش‌ها
۱۷۱	منابع

فصل نهم: کارآفرینی اجتماعی در کشاورزی

۱۷۵	هدف کلی
۱۷۶	هدف‌های یادگیری
۱۷۶	۹-۱ کشاورزی به‌عنوان ابزاری برای توسعه جوامع
۱۷۷	۹-۱-۱ تحلیل اهمیت کشاورزی در توسعه
۱۷۸	۹-۱-۲ تحلیل ابعاد کشاورزی
۱۸۰	۹-۱-۳ مطالعات موردی
۱۸۱	۹-۲ توانمندسازی زنان در کشاورزی
۱۸۱	۹-۲-۱ تحلیل اهمیت توانمندسازی
۱۸۲	۹-۲-۲ تحلیل ابعاد توانمندسازی
۱۸۴	۹-۲-۳ مطالعات موردی
۱۸۵	۹-۳ پروژه‌های خیریه و اجتماعی در کشاورزی
۱۸۵	۹-۳-۱ تحلیل اهمیت خیریه‌ها
۱۸۶	۹-۳-۲ تحلیل ابعاد خیریه‌ها
۱۸۸	۹-۳-۳ مطالعات موردی
۱۸۹	۹-۴ کاهش فقر از طریق کارآفرینی کشاورزی
۱۸۹	۹-۴-۱ تحلیل اهمیت کاهش فقر
۱۹۰	۹-۴-۲ تحلیل ابعاد کاهش فقر
۱۹۱	۹-۴-۳ مطالعات موردی
۱۹۳	۹-۵ همکاری‌های محلی و منطقه‌ای
۱۹۳	۹-۵-۱ تحلیل اهمیت همکاری‌ها
۱۹۴	۹-۵-۲ تحلیل ابعاد همکاری‌ها

۱۹۵

۳-۵-۹ مطالعات موردی

۱۹۷

منابع

۱۹۹

فصل دهم: آینده کارآفرینی در کشاورزی

۱۹۹

هدف کلی

۲۰۰

هدف‌های یادگیری

۲۰۰

۱-۱۰ روندهای جهانی در کشاورزی

۲۰۱

۱-۱-۱۰ تحلیل اهمیت روندها

۲۰۲

۲-۱-۱۰ تحلیل روندهای کلیدی

۲۰۳

۳-۱-۱۰ مطالعات موردی

۲۰۵

۲-۱۰ چالش‌های پیش‌رو برای کارآفرینان

۲۰۵

۱-۲-۱۰ تحلیل اهمیت چالش‌ها

۲۰۶

۲-۲-۱۰ تحلیل چالش‌های کلیدی

۲۰۷

۳-۲-۱۰ مطالعات موردی

۲۰۹

۳-۱۰ فرصت‌های جدید در دهه‌های آینده

۲۰۹

۱-۳-۱۰ تحلیل اهمیت فرصت‌ها

۲۱۰

۲-۳-۱۰ تحلیل فرصت‌های کلیدی

۲۱۱

۳-۳-۱۰ مطالعات موردی

۲۱۲

۴-۱۰ نقش کارآفرینان در امنیت غذایی

۲۱۳

۱-۴-۱۰ تحلیل اهمیت نقش

۲۱۳

۲-۴-۱۰ تحلیل ابعاد نقش

۲۱۴

۳-۴-۱۰ مطالعات موردی

۲۱۵

۵-۱۰ دیدگاه‌های نو برای کشاورزی پایدار

۲۱۶

۱-۵-۱۰ تحلیل اهمیت

۲۱۶

۲-۵-۱۰ تحلیل ابعاد

۲۱۸

۳-۵-۱۰ مطالعات موردی

۲۱۹

منابع

۲۲۱

فصل یازدهم: راهنمای عملی برای شروع یک کسب‌وکار کشاورزی

۲۲۱

هدف کلی

۲۲۲

هدف‌های یادگیری

۲۲۲

۱-۱۱ تدوین طرح کسب‌وکار کشاورزی

۲۲۳

۱-۱-۱۱ اهمیت طرح کسب‌وکار

۲۲۴

۲-۱-۱۱ گام‌های تدوین

۲۲۵

۳-۱-۱۱ مطالعات موردی

۲۲۶

۲-۱۱ جذب سرمایه و شرکا

۲۲۷

۱-۲-۱۱ اهمیت سرمایه و شرکا

۲۲۸

۲-۲-۱۱ گزینه‌های تأمین مالی

۲۲۹	۳-۲-۱۱ انتخاب شریک
۲۳۰	۴-۲-۱۱ قرارداد
۲۳۱	۵-۲-۱۱ مطالعات موردی
۲۳۲	۳-۱۱ انتخاب محصول و بازار هدف
۲۳۲	۱-۳-۱۱ اهمیت انتخاب
۲۳۳	۲-۳-۱۱ عوامل انتخاب محصول
۲۳۳	۳-۳-۱۱ تحلیل بازار هدف
۲۳۴	۴-۳-۱۱ مطالعات موردی
۲۳۵	۴-۱۱ پیاده‌سازی پروژه آزمایشی
۲۳۷	۵-۱۱ ارزیابی و گسترش کسب‌وکار
۲۴۱	منابع
۲۴۳	واژه‌نامه
۲۴۹	نمایه

پیشگفتار

کارآفرینی در بخش کشاورزی، به‌عنوان یکی از ستون‌های اصلی توسعه پایدار، نقشی بی‌بدیل در تأمین امنیت غذایی، اشتغال‌زایی و حفظ منابع طبیعی ایفا می‌کند. در جهانی که با چالش‌هایی نظیر تغییرات اقلیمی، افزایش جمعیت، و نوسانات بازار مواجه است، کارآفرینان کشاورزی با بهره‌گیری از نوآوری، فناوری‌های پیشرفته، و رویکردهای استراتژیک، نه تنها به خلق ارزش اقتصادی می‌پردازند، بلکه پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی را نیز تقویت می‌کنند. این کتاب با عنوان کارآفرینی در کشاورزی، با هدف ارائه چارچوبی علمی، جامع، و کاربردی، راهنمایی برای کارآفرینان، پژوهشگران، و سیاست‌گذاران فراهم می‌آورد تا با درک عمیق‌تر از فرصت‌ها و چالش‌های این حوزه، کسب‌وکارهایی تاب‌آور و سودآور ایجاد کنند. این اثر در یازده فصل منسجم، با تکیه بر چارچوب‌های نظری معتبر و تجربیات عملی، فرایند کارآفرینی کشاورزی را از شناسایی فرصت‌ها تا گسترش کسب‌وکار به‌صورت گام‌به‌گام تشریح می‌کند. فصل اول به تحلیل چالش‌های کلیدی کارآفرینان کشاورزی در ایران و جهان پرداخته و با بهره‌گیری از نظریه قابلیت‌های پویا (Teece, 2007) و چارچوب سه‌گانه پایداری (Elkington, 1997)، راهکارهایی برای تاب‌آوری ارائه می‌دهد. فصل دوم فرصت‌های نوظهور، نظیر کشاورزی هوشمند و اقتصاد چرخه‌ای، را با استفاده از نظریه نوآوری باز (Chesbrough, 2003) و مدل اکوسیستم نوآوری (Adner, 2017) بررسی می‌کند. فصل سوم نقش کارآفرینان در امنیت غذایی را با تأکید بر چارچوب‌های پایداری و قابلیت‌های پویا تحلیل کرده و به اهمیت تولید پایدار می‌پردازد.

فصل چهارم به تدوین طرح کسب‌وکار کشاورزی اختصاص دارد و با تکیه بر مدل برنامه‌ریزی استراتژیک (Porter, 1980) و نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت

(Shane & Venkataraman, 2000)، فرایند برنامه‌ریزی را تشریح می‌کند. فصل پنجم جذب سرمایه و شرکا را با استفاده از نظریه اثرگذاری (Sarasvathy, 2001) و مدل هلیکس سه‌گانه (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) بررسی کرده و راهکارهایی برای جلب منابع مالی و همکاری‌های استراتژیک ارائه می‌دهد. فصل ششم انتخاب محصول و بازار هدف را با چارچوب پایداری کشاورزی (FAO, 2020) و نظریه پذیرش فناوری (Davis, 1998) تحلیل می‌کند، درحالی‌که فصل هفتم پیاده‌سازی پروژه آزمایشی را با روش استارت‌آپ ناب (Ries, 2011) معرفی می‌نماید.

فصل هشتم ارزیابی و گسترش کسب‌وکار را با مدل هلیکس سه‌گانه و چارچوب پایداری کشاورزی بررسی کرده و به مدیریت ریسک در مقیاس بزرگ می‌پردازد. فصل نهم دیدگاه‌های نو برای کشاورزی پایدار را با تأکید بر فناوری‌های سبز و اقتصاد چرخه‌ای، براساس نظریه نوآوری باز و مدل اکوسیستم نوآوری تحلیل می‌کند. فصل دهم به مدیریت ریسک‌های بازار و اقلیمی پرداخته و راهکارهای عملی ارائه می‌دهد. نهایتاً، فصل یازدهم با خلاصه‌ای جامع، چارچوب‌های نظری و عملی را یکپارچه کرده و راهنمایی کاربردی برای ایجاد کسب‌وکارهای پایدار و سودآور ارائه می‌نماید.

این کتاب، با تلفیق نظریه‌های علمی و مطالعات موردی واقعی از ایران و جهان، رویکردی چندبعدی به کارآفرینی کشاورزی ارائه می‌دهد. با هم‌راستایی با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل (UN, 2015)، به‌ویژه SDG 2 (امنیت غذایی)، SDG 8 (کار شایسته و رشد اقتصادی)، SDG 12 (تولید و مصرف مسئولانه)، و SDG 17 (شراکت برای اهداف)، این اثر نه تنها به کارآفرینان کمک می‌کند تا در محیط پویای کشاورزی موفق شوند، بلکه به توسعه جوامع محلی و جهانی نیز یاری می‌رساند. امید است این کتاب، چراغ راهی برای کارآفرینانی باشد که در پی خلق آینده‌ای پایدار و شکوفا در بخش کشاورزی هستند.

فصل اول

مبانی کارآفرینی در کشاورزی

هدف کلی

کارآفرینی در کشاورزی، رویکردی نوآورانه برای بهره‌برداری از منابع طبیعی، دانش محلی، و فناوری‌های پیشرفته است که به خلق ارزش، برندسازی، صادرات، و درآمدزایی منجر می‌شود. این فصل به بررسی تعریف کارآفرینی کشاورزی، اهمیت آن در زنجیره تأمین غذا، تفاوت‌های آن با کشاورزی سنتی، مهارت‌های کلیدی کارآفرینان، و فرصت‌ها و چالش‌های نوظهور در این حوزه می‌پردازد.

کارآفرینی کشاورزی با نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت (Venkataraman & Shane, 2003) فرصت‌های نوآورانه را شناسایی می‌کند. نظریه مبتنی بر منابع (RBV) (Barney, 1991) منابع محلی را برای رقابت کلیدی می‌داند. مدل زنجیره ارزش (Porter, 1985) ارزش افزوده را تقویت می‌کند. چارچوب توسعه پایدار (FAO, 2020) پایداری را هدایت می‌کند. این فصل تعریف کارآفرینی، نقش آن در زنجیره تأمین غذا، تفاوت با کشاورزی سنتی، مهارت‌ها، و فرصت‌ها و چالش‌ها را با تأکید بر تنوع اقلیمی ایران تحلیل می‌کند (FAO, 2020؛ خسروی پور و عامری، ۱۳۹۷).

هدف‌های یادگیری

پس از مطالعه این فصل، خواننده قادر خواهد بود:

۱. کارآفرینی کشاورزی را با نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت توضیح دهد.
۲. نقش آن را با مدل زنجیره ارزش تحلیل کند.

۳. تفاوت‌ها با کشاورزی سنتی را با نظریه مبتنی بر منابع مقایسه کند.

۴. مهارت‌ها را با چارچوب توسعه پایدار شناسایی کند.

۵. فرصت‌ها و چالش‌ها را با نظریه کارآفرینی ارزیابی کند.

۱-۱ تعریف کارآفرینی کشاورزی^۱

مبانی نظری: نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت (Venkataraman & Shane, 2003) کارآفرینی را فرایند شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بازار تعریف می‌کند. در مقابل، نظریه مبتنی بر منابع (Barney, 1991) بر نقش منابع راهبردی به‌عنوان عامل کلیدی موفقیت تأکید دارد. این بخش با تحلیل این دو چارچوب، کاربرد آن‌ها در توسعه کشاورزی پایدار را بررسی می‌کند (FAO, 2020) «خلاصه مبانی نظری و چارچوب‌های اصلی کارآفرینی در کشاورزی در جدول (۱-۱) ارائه شده است.»

جدول ۱-۱. مبانی و چارچوب‌های نظری کارآفرینی در کشاورزی

منبع	اهمیت در کارآفرینی کشاورزی	شرح مختصر	محور اصلی
Venkataraman & Shane (2003)	ایجاد ارزش‌افزوده، توسعه بازار و افزایش رقابت‌پذیری کشاورزان	استفاده نوآورانه از منابع طبیعی، دانش محلی و فناوری‌های نوین برای خلق ارزش و درآمد	تعریف کارآفرینی کشاورزی
Venkataraman & Shane (2003)	توسعه ایده‌های جدید، شکل‌گیری استارت‌آپ‌های کشاورزی و صادرات	شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های نوآورانه در بخش کشاورزی	نظریه فرصت‌محور
Barney (1991)	پایداری تولید و بهبود کارایی در شرایط اقلیمی متنوع ایران	تاکید بر استفاده بهینه از منابع محلی (زمین، آب، مهارت انسانی) برای مزیت رقابتی	نظریه مبتنی بر منابع (RBV)
Porter (1985)	ارتقای کیفیت محصول، کاهش هزینه‌ها، و تقویت جایگاه در بازار	تحلیل مراحل مختلف تولید تا مصرف برای افزایش ارزش‌افزوده	مدل زنجیره ارزش پورتر
FAO (2020)	حفاظت از منابع، کاهش ضایعات، و هم‌سویی با اهداف SDGs	تاکید بر پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی	چارچوب توسعه پایدار

منبع	اهمیت در کارآفرینی کشاورزی	شرح مختصر	محور اصلی
خسروی پور و عامری (1397)	افزایش بهره‌وری، کاهش اتلاف منابع، و ارتقای معیشت کشاورزان	از تولید صرف به سمت نوآوری، بازاریابی، و ارزش‌محوری حرکت می‌کند	تفاوت با کشاورزی سنتی
FAO (2020)	توانمندسازی کشاورزان برای ورود به بازارهای داخلی و جهانی	ریسک‌پذیری، خلاقیت، مدیریت مالی، بازاریابی، و شبکه‌سازی	مهارت‌های کلیدی کارآفرینان
FAO (2020); Barney (1991)	فراهم‌سازی زمینه برای سیاست‌گذاری هوشمند و نوآوری‌های فناورانه	فرصت‌ها: تنوع اقلیمی، بازار صادرات، فناوری دیجیتال / چالش‌ها: تغییر اقلیم، محدودیت منابع، نوسانات بازار	فرصت‌ها و چالش‌ها

۱-۱-۱ تحلیل کارآفرینی کشاورزی

کارآفرینی کشاورزی با بهره‌گیری از نوآوری، بهره‌وری را ۴۰ درصد افزایش داده و اثرات زیست‌محیطی را ۲۵ درصد کاهش داده است (FAO, 2022; Kashirskaya et al., 2019). تنوع اقلیمی^۱ ایران فرصت‌های منحصربه‌فردی برای توسعه کشاورزی فراهم کرده است (خسروی پور و عامری، ۱۳۹۷) تلفیق فناوری‌های نوین، مانند حسگرهای اینترنت اشیا (IoT) و داده‌های کلان، تولید را بهینه‌کرده و مصرف آب را در ایران ۳۵ درصد کاهش داده است (Wolfert et al., 2017؛ جمشیدی، ۱۴۰۲).

نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت، شناسایی تقاضای جهانی برای محصولات ارگانیک را تسریع کرده و با برندسازی^۲، مانند زعفران طلایی، ارزش‌افزوده را ۵۰ درصد افزایش داده است (FAO, 2020؛ واعظی فر و کرباسی، ۱۳۹۷).

این رویکرد با کاهش وابستگی به روش‌های سنتی، پایداری را تقویت کرده و با چارچوب توسعه پایدار هم‌راستا است (Saghaian et al., 2022). چالش‌های مالی و زیرساختی با سیاست‌های یارانه‌ای دولتی قابل مدیریت هستند (حسین پور و روغنگری‌ها، ۱۴۰۳). درنهایت، کارآفرینی کشاورزی با ایجاد ۲۰ درصد اشتغال بیشتر، اقتصاد محلی را تقویت کرده و به توسعه پایدار کمک می‌کند (FAO, 2022).

1. Climatic diversity
2. Branding

۱-۱-۲ تنوع اقلیمی کشور ایران

تنوع اقلیمی ایران، از مناطق کویری تا نواحی مرطوب، بستری منحصر به فرد برای نوآوری‌های کشاورزی فراهم کرده است (خسروی پور و عامری، ۱۳۹۷). نظریه مبتنی بر منابع، خاک و آب را به عنوان مزیت‌های رقابتی کلیدی معرفی می‌کند (Barney, 1991). داده‌ها نشان می‌دهند که در کرمان، آبیاری قطره‌ای صادرات پسته را به ۷۰ درصد افزایش داده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰). در خراسان، استفاده از حسگرهای خاک ارزش صادرات زعفران را به ۲۵ میلیون دلار رسانده است (واعظی فر و کرباسی، ۱۳۹۷). همچنین، در مازندران، کشت هیدروپونیک توت‌فرنگی با ایجاد درآمد ارزی ۲۵ میلیون دلاری، تولید را هفت برابر افزایش داده است (فیروزمند و فراستی، ۱۴۰۳).

در مناطق کوهستانی، زنبورداری هوشمند سودآوری را ۱۵ درصد بهبود بخشیده است (اداک و همکاران، ۱۳۹۷). این یافته‌ها با تحلیل‌های بازار همخوانی داشته و نشان‌دهنده پتانسیل بالای فرصت‌های صادراتی است (Sher et al., 2019). برای نمونه، پسته ایران ۸۰ درصد بازار اروپا را تأمین می‌کند (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰). در مناطق خشک، کشت زعفران مصرف آب را ۳۰ درصد کاهش داده است (راسخ جهرمی و نورانی آزاد، ۱۴۰۲). در نواحی مرطوب، گلخانه‌های هیدروپونیک تولید را هفت برابر افزایش داده‌اند (فیروزمند و فراستی، ۱۴۰۳).

چالش‌های اقلیمی با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین قابل مدیریت هستند (FAO, 2022). آموزش‌های دانشگاهی نیز نقش کلیدی در بهره‌برداری پایدار از منابع ایفا می‌کنند (رضایی، ۱۳۹۹). این نتایج تأیید می‌کنند که ترکیب تنوع اقلیمی، فناوری‌های نوین، و آموزش‌های تخصصی می‌تواند مزیت رقابتی ایران را در بازارهای جهانی تقویت کند.

۱-۱-۳ پیوند علم و عمل

داده‌های کلان بهره‌وری کشاورزی را ۳۸ درصد افزایش داده‌اند (Wolfert et al., 2017). در ایران، استفاده از حسگرها در تولید زعفران ۱۵ میلیون دلار سودآوری ایجاد کرده است (واعظی فر و کرباسی، ۱۳۹۷). همچنین، کندوهای هوشمند در تولید عسل زاگرس درآمدی بالغ بر ۲ میلیون دلار به همراه داشته‌اند (اداک و همکاران، ۱۳۹۷). این دستاوردها با نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت هم‌خوانی داشته و نوآوری را تسریع می‌کند (Venkataraman & Shane, 2003).

کاربرد حسگرهای اینترنت اشیا (IoT) در ایران ضایعات^۱ کشاورزی را ۲۲ درصد کاهش داده است (جمشیدی، ۱۴۰۲). تحقیقات دانشگاهی، مانند تولید بیواتانول از نیشکر، کاربردهای عملی فناوری را تقویت کرده‌اند (عمی و لی، ۱۴۰۳). برای نمونه، در خوزستان، مدیریت ضایعات ۳۰ درصد درآمد اضافی ایجاد کرده است (FAO, 2022) این رویکرد با چارچوب توسعه پایدار هم‌راستا بوده و پایداری منابع را تضمین می‌کند (FAO, 2020).

استارت‌آپ‌های کشاورزی، به‌ویژه در حوزه زعفران، ۲۵ درصد از بازار جهانی را به خود اختصاص داده‌اند (Saghaian et al., 2022). آموزش‌های مبتنی بر فناوری پذیرش دانش علمی را ۱۵ درصد افزایش داده‌اند (Rahman & Roy, 2022).

چالش‌های فنی نیز از طریق همکاری‌های بین‌المللی قابل رفع هستند (Kashirskaya et al., 2019). این یافته‌ها نشان می‌دهند که تلفیق فناوری، تحقیقات دانشگاهی، و همکاری‌های جهانی می‌تواند جایگاه ایران را در بازارهای کشاورزی بین‌المللی تقویت کند.

۱-۱-۴ مطالعات موردی

تنوع اقلیمی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در ایران فرصت‌های کارآفرینانه‌ای را ایجاد کرده است که با نظریه کارآفرینی مبتنی بر فرصت هم‌راستا است (Venkataraman & Shane, 2003). در سیستان، فرآوری خرماي مضافتی منجر به صادرات ۱۲ میلیون دلاری و افزایش ۲۰ درصدی ارزش افزوده شده است (ارباب و همکاران، ۱۴۰۳؛ FAO, 2022) در خوزستان، تولید بیواتانول از نیشکر درآمد چندمنظوره‌ای ایجاد کرده و ۱۵ درصد به تأمین انرژی پایدار کمک کرده است (علیمی، ۱۴۰۳). همچنین، در یزد، بسته‌بندی زیره کویر صادرات ۴ میلیون دلاری و ۱۰ درصد از بازار اروپا را به‌دنبال داشته است (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۵).

کاربرد فناوری‌های نوین، مانند اینترنت اشیا (IoT)، سودآوری را ۳۰ درصد افزایش داده است (Kamilaris et al., 2017) سیاست‌های یارانه‌ای هزینه‌های تولید را ۲۵ درصد کاهش داده‌اند (حسین‌پور و روغنگار، ۱۴۰۳). این اقدامات با چارچوب توسعه پایدار هم‌راستا بوده و امنیت غذایی را تقویت می‌کنند (FAO, 2020). آموزش‌های محلی پذیرش فناوری را