



دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی گیاره

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد چهارم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۶

<http://jead.gau.ac.ir>

کشاورزی ارگانیک، فرصتی برای کارآفرینی کشاورزی

*سعید کریمی

استادیار دانشگاه بوعلی سینا، همدان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۸/۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۲۵

چکیده

با توجه به اهمیت موضوع امنیت غذایی و همچنین خسارات جبران‌ناپذیر ناشی از استفاده بیش از حد نهاده‌های شیمیایی کشاورزی بر محیط زیست و سلامت بشر، امروزه بیش از پیش نسبت به کشاورزی ارگانیک گرایش به وجود آمده است. کشاورزی ارگانیک می‌تواند باعث بهبود پایداری، حفظ محیط زیست و افزایش سلامت مردم شود. کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارها کوچک و متوسط در طول چرخه عرضه محصولات ارگانیک از جمله در بخش‌هایی مانند تولید نهاده‌ها و محصولات ارگانیک، فرآوری، بسته‌بندی، توزیع، بازاریابی و عرضه و فروش آن‌ها، می‌تواند فرصت‌های شغلی متعددی برای جوانان و زنان روستایی، کشاورزان و فارغ‌التحصیلان کشاورزی ایجاد نماید و از این طریق به توسعه روستایی و کشاورزی کمک کند. ولیکن جهت ارتقا و توسعه کشاورزی ارگانیک در کشور، پیش و بیش از هر اقدامی باید فرهنگ‌سازی و ترویج و آموزش کشاورزی ارگانیک مدنظر قرار گیرد و شرایط لازم و محیط مناسب برای آن فراهم شود. مقاله حاضر با استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای، به بررسی مفهوم و اهمیت کشاورزی ارگانیک می‌پردازد، کارآفرینی کشاورزی را توضیح می‌دهد و در نهایت به تشریح نقش کشاورزی ارگانیک در ایجاد فرصت‌های کسب و کار و اشتغال می‌پردازد و پیشنهادهایی در این زمینه ارائه می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی کشاورزی، کشاورزی ارگانیک، فرصت کسب و کار، توسعه روستایی

مقدمه

اثرات منفی و نامطلوب مصرف انواع کودهای شیمیایی، سموم، هورمون‌ها و سایر محصولات شیمیایی در کشاورزی متعارف بر محیط زیست و سلامتی بشر، باعث شده است که کشورهای مختلف جهان نسبت به کشاورزی ارگانیک بیش از پیش گرایش پیدا کنند. دلایل مختلفی برای رشد و گسترش روش‌های کشاورزی ارگانیک وجود دارد اما از همه

مهم‌تر حرکت به سوی یک سیستم غذایی محلی پایدار می‌باشد. کشاورزی ارگانیک شیوه نوینی است که مصرف نهاده‌های شیمیایی را حذف کرده و کیفیت محصولات تولیدی را افزایش می‌دهد و علی‌رغم قیمت دو تا ده برابری این محصولات نسبت به محصولات غیرارگانیک، به دلیل افزایش کیفیت محصولات تولیدی، ارزش غذایی بالا و سلامت این محصولات از یک سو و فرصت‌های اقتصادی مناسب در بازارهای محصولات ارگانیک از سوی دیگر،

*مسئول مکاتبه: skarimi@basu.ac.ir

محیط زیست و مردم و همچنین فرصت‌های فراوانی که این نوع کشاورزی برای کارآفرینی فراهم می‌کند، هدف مقاله حاضر آن است تا با استفاده از مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای به تشریح مفهوم کشاورزی ارگانیک و وضعیت این نظام کشاورزی در جهان و ایران پرداخته و فرصتی که کشاورزی ارگانیک می‌تواند برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی فراهم کند، را تشریح نماید.

کشاورزی ارگانیک: از اوایل قرن بیستم و با شکل‌گیری سامانه‌ای از کشاورزی که اکنون، کشاورزی رایج نامیده می‌شود، نگرانی‌هایی در خصوص پیامدهای این سامانه ابراز شده است. این دغدغه‌ها در میانه‌های سده گذشته و با کاربرد بیش از حد نهاده‌های برون‌مزرعه‌ای، به‌ویژه کودها و آفت‌کش‌های شیمیایی مصنوعی افزایش یافت و تا حد زیادی برای یافتن رهیافت‌های جایگزین، تلاش شد تا این‌که در نهایت مفهوم کشاورزی پایدار مطرح شد. کشاورزی پایدار که در سامانه‌های کشاورزی سنتی، با بهره‌گیری از نهاده‌های کم ریشه دارد و بر فناوری‌ها و عملیات نوین بوم‌سازگار مبتنی است، عمدتاً به دنبال تولید با عملکرد مطلوب و حافظ ساختار محیط است و در عین حال در کاهش پیامدهای منفی فعالیت‌های کشاورزی نیز تأثیر مطلوبی دارد. کشاورزی ارگانیک (زیستی) نیز یکی از شاخه‌های اصلی کشاورزی پایدار است که طی دو دهه اخیر در نقاط مختلف جهان بسیار به آن توجه شده است (نوروزی و شهبازی، ۱۳۸۹).

کشاورزی ارگانیک در ساده‌ترین تعریف به‌عنوان «کشاورزی بدون افزودن مواد شیمیایی صنعتی» تعریف شده است. به‌عبارت دیگر، کشاورزی ارگانیک یک روش تولید کشاورزی است که از نظر زیست محیطی و اجتماعی مناسب و پایدار است و از هیچ گونه سم یا کود شیمیایی استفاده نمی‌کند (Lampkin

بسیاری از کشورها از جمله کشورهای در حال توسعه در این عرصه فعال شده‌اند (عابدی پریجائی و همکاران، ۱۳۹۲).

علی‌رغم توجه به زنجیره‌های عرضه محصولات ارگانیک طی دهه گذشته، فرصت‌های بسیاری در این زمینه در بازار وجود دارد و تقاضا برای این نوع محصولات در سرتاسر جهان از جمله در کشورهای در حال توسعه رو به افزایش است (Edwardson and Santacoloma, 2013). نوآوری، ریسک‌پذیری، رقابت و کارآیی در این صنعت نوپا از جمله عوامل بسیار مهم هستند. کارآفرینی می‌تواند در بهبود این عوامل به کشاورزی ارگانیک کمک کند و شرایط را برای خلق یا شناسایی فرصت‌های کسب و کار در زنجیره‌های عرضه محصولات ارگانیک و رشد و ارتقای سریع‌تر این صنعت فراهم نماید. امروزه کارآفرینی در مرکز فرایند ارایه پاسخ به نگرانی روزافزون درباره پایداری می‌باشد، هرچند که تلاش‌های اندکی در این باره انجام شده است، همچنان که هال و همکاران (Hall et al., 2010) تأکید می‌کنند، بنابر پیشنهاد بسیاری از صاحب‌نظران، کارآفرینی می‌تواند نقش اساسی در گذار به یک جامعه پایدارتر داشته باشد.

لازم به ذکر است که در اسناد فرادستی قانون اساسی، سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، تعهد سیاسی و عزم کلی دولت در سیاست‌گذاری‌های سطح ملی برای کاهش گرسنگی و سوء تغذیه و دستیابی به امنیت غذایی پایدار اعلام شده است. اصول ۳، ۲۹ و ۴۳ قانون اساسی، ضرورت تأمین نیازهای اساسی، رفع فقر و برطرف ساختن هر نوع محرومیت در زمینه تغذیه، رفاه فردی و اجتماعی را مورد تأکید قرار داده است.

بنابراین، با توجه به اهمیت و ضرورت کشاورزی ارگانیک در بهبود امنیت غذایی، پایداری و سلامت

نهاده‌های درون مزرعه‌ای و طبیعی همانند کود سبز، کود حیوانی، کمپوست، بقایای گیاهی، تناوب زراعی، کشت مخلوط و ... می‌شود و محصول سالم با کیفیت مطلوب و طبیعی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد. مواد ارگانیک، دارای مقادیر بیشتری از مواد مغذی حیاتی، مانند ویتامین‌ها و مواد معدنی هستند و مهم‌تر این که تغذیه با این مواد همراه با تأمین سلامتی جامعه، اجازه حیات دوباره به طبیعت نیز داده می‌شود. این نوع محصولات به زمان و نیروی کار بیشتری نیاز دارند و به همین دلیل قیمت آن‌ها در بازار گران‌تر از سایر محصولات است. شایان ذکر است که کشاورزی ارگانیک برگشت به عقب و انجام آن چه ما در گذشته در مزارع خود انجام می‌دادیم نیست، بلکه کشاورزی ارگانیک سنت، نوآوری و علم را با هم ترکیب می‌کند تا از محیط زیست سود ببرد و روابط منصفانه را ارتقا دهد و کیفیت خوب زندگی را برای همه افراد دخیل فراهم نماید. کشاورزی ارگانیک ظرفیت بزرگی برای دستیابی به رشد اجتماعی و اقتصادی پایدار دارد و همچنین به خوبی می‌تواند به توسعه نواحی روستایی کمک نماید (Arabska, 2015).

کشاورزی ارگانیک در جهان و ایران: تقاضا برای مواد غذایی ارگانیک به سرعت در حال رشد است و در آینده‌ای نه چندان دور مهم‌ترین و اصلی‌ترین مشخصه حضور در بازارهای جهانی به‌ویژه برای محصولات باغی، عرضه محصولات عاری از ترکیبات شیمیایی و ارگانیک خواهد بود (شعبانعلی فمی و همکاران، ۱۳۸۷). بر اساس آمار مرکز تجارت بین‌المللی، سرعت رشد صنعت مواد غذایی ارگانیک ۲۰ درصد در سال می‌باشد. میزان فروش مواد غذایی و نوشیدنی ارگانیک در جهان بیش از ۴۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ بوده است. فدراسیون بین‌المللی جنبش کشاورزی ارگانیک و موسسه تحقیقات کشاورزی

(et al., 1999). کشاورزی ارگانیک یک سیستم تولیدی است که سلامت خاک، اکوسیستم و مردم را حفظ می‌کند. بنابر تعریف فدراسیون جهانی جنبش کشاورزی ارگانیک^۱ (IFOAM, 2008) این سیستم به‌جای استفاده از نهاده‌هایی که دارای اثرات مضر و منفی هستند، بیشتر متکی بر فرایندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و چرخه‌های سازگار با شرایط محلی و بومی می‌باشند. اداره کشاورزی امریکا (USDA, 2015) هم کشاورزی ارگانیک را چنین تعریف کرده است: کشاورزی ارگانیک نظام تولیدی است که در آن برای حفظ و نگهداری سطح حاصلخیزی خاک، رساندن مواد غذایی موردنیاز به گیاه و کنترل حشرات، علف‌های هرز و دیگر آفات، از ترکیبات شیمیایی ساخته شده (مانند کودهای شیمیایی، سموم آفت کش، هورمون‌ها و مواد افزودنی به خوراک دام) استفاده نمی‌شود، بلکه در عوض از تناوب زراعی، بقایای گیاهی، کود سبز، کشت حبوبات، کودهای حیوانی، فضولات آلی، شخم زمین، سنگ‌های مولد مواد معدنی و جنبه‌هایی از مبارزه بیولوژیک استفاده می‌شود. بنابراین، از مهمترین ویژگی‌های کشاورزی ارگانیک حفظ حاصلخیزی خاک در دراز مدت، خودکفا نمودن خاک به لحاظ تأمین ازت، کنترل علف‌های هرز، آفات و حشرات، تقویت عناصر غذایی با روش‌های مختلف از جمله تناوب زراعی، روش‌های بیولوژیکی و غیره می‌باشد (Leifeld, 2012).

با توجه به تعاریف مذکور می‌توان گفت که کشاورزی ارگانیک قصد دارد تا ضمن حفاظت از حاصلخیزی خاک و افزایش تولید محصول، کمترین اتکا به استفاده از مواد شیمیایی را نیز داشته باشد. در این نوع کشاورزی تأکید بیشتری بر استفاده از

1- International Federation for Organic Agriculture Movement (IFOAM)

صورت ارگانیک تولید می‌شوند که از مهمترین آنها می‌توان به انجیر، خرما، پسته، بادام، گیاهان دارویی، انار و فرآورده‌های حاصله از جمله (روغن دانه انار، کنسانتره انار)، گلاب، روغن گل، گل خشک، شیرین بیان، زعفران اشاره کرد.

در کشور ما با توجه به شرایط خشک محیطی و فراوانی نیروی کار، تولید محصولات ارگانیک اقتصادی‌تر و آسان‌تر از بسیاری از مناطق جهان به نظر می‌رسد (نصراصفهانی و میرفندرسکی، ۱۳۸۴). هر چند در سال‌های اخیر اقداماتی در جهت حمایت و تولید محصولات ارگانیک صورت گرفته ولی آمار و ارقام موجود نشان می‌دهد که سرعت پیشرفت آن‌ها چشمگیر نبوده و علی‌رغم پتانسیل‌های بالقوه موجود در کشور، رشد چندانی در سطح زیرکشت، عملکرد، تولید و حتی مصرف این محصولات به چشم نمی‌خورد. از دلایل مهم بی‌توجهی به کشاورزی ارگانیک در ایران، افزایش جمعیت و تصمیم سیاستگذاران بر تولید هر چه بیشتر برای دستیابی به امنیت غذایی و فدا کردن کیفیت برای رسیدن به کمیت است. از سوی دیگر عدم استقبال کشاورزان از تولید محصولات ارگانیک به دلیل نگرانی از کاهش احتمالی عملکرد محصول در واحد سطح و در نتیجه کاهش درآمد بوده است.

مطالعه پاپزن و شیری (۱۳۹۱) نشان داد موانع و مشکلاتی مانند مسائل زیرساختی، مسایل اقتصادی، ضعف دانش و آگاهی کشاورزان، مسایل فنی و مدیریتی، مسایل حمایتی و موانع انگیزشی و نگرشی در راه توسعه کشاورزی ارگانیک وجود دارد. بر اساس نتایج مطالعه هاشمی‌نژاد و رضوانفر (۱۳۸۹) توسعه کشاورزی ارگانیک با موانع و مشکلاتی مانند نبود بازار مناسب، نبود نهاده‌ها و ارگان‌های حمایتی و کمک کننده و نبود استانداردهای مشخص برای تولید این نوع محصولات رو به رو می‌باشد. همچنین

ارگانیک^۱ هر ساله گزارشی درباره کشاورزی ارگانیک در جهان منتشر می‌کند. براساس گزارش اخیر این دو نهاد مذکور، در سال ۲۰۱۴، حدود ۴۳/۷ میلیون هکتار اراضی کشاورزی ارگانیک در جهان وجود داشته است (حدود یک درصد از کل اراضی کشاورزی جهان) که بیشترین مقدار آن در اقیانوسیه (۱۷/۳ میلیون هکتار، حدود ۴۰ درصد از کل اراضی کشاورزی ارگانیک جهان) و کمترین آن در آفریقا (۳ درصد، ۱/۳ میلیون هکتار) می‌باشد. در آسیا هم حدود ۳/۶ میلیون هکتار (۸ درصد) زیر کشت محصولات ارگانیک می‌باشد. استرالیا (۱۷/۲ میلیون هکتار)، آرژانتین (۳/۱ میلیون هکتار) و آمریکا (۲/۲ میلیون هکتار) دارای بیشترین میزان اراضی کشاورزی ارگانیک در جهان می‌باشند. کشورهای پیشرو در آسیا عبارتند از چین (۱/۹ میلیون هکتار) و هند (۰/۷ میلیون هکتار). بر اساس گزارش تنها ۱۱۶۰۱ هکتار از ۱۵ میلیون هکتار اراضی کشاورزی ایران (یعنی حدود ۰/۰۸ درصد از کل اراضی کشاورزی کشور) زیر کشت محصولات ارگانیک می‌باشد که در بین ۱۷۲ کشور مورد مطالعه رتبه ۸۴ را دارد. این در حالی است که در کشورهای پیشرو دو تا سه درصد سطح زیر کشت آنها به این محصولات اختصاص دارد. لازم به ذکر است که در سال ۲۰۱۱ حدود ۴۳۳۳۲ هکتار از اراضی کشاورزی زیر کشت محصولات ارگانیک بوده است، یعنی در طی سه سال اخیر توسعه اراضی کشاورزی ارگانیک از رشد منفی برخوردار بوده است (Willer and Lernoud, 2016). همچنین، بر اساس اعلام رسمی موسسه تحقیقات کشاورزی ارگانیک در سال ۲۰۰۷ حدود ۱۵ هزار هکتار از اراضی ایران تحت پوشش کشاورزی ارگانیک بوده است و از مجموع ۶۶ محصول کشاورزی کشور نیز تعدادی به

1- Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)

آموزش، مدیریت، فناوری، زیرساخت‌ها، شبکه توزیع در مناطق روستایی و کشاورزی نسبت به مناطق شهری و صنعتی متفاوت است (سپه‌پناه و موحدی، ۱۳۹۴). به‌عبارتی کارآفرینی در کشاورزی به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی است و زمینه‌های کارآفرینی متنوعی در این بخش وجود دارد. همه اقداماتی که می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم به ایجاد اشتغال، درآمد و بهره‌برداری مطلوب و پایدار به نیازهای بخش کشاورزی توجه نماید و موجب بهبود کیفیت زندگی در نواحی روستایی و کشاورزی شود در قلمرو کارآفرینی کشاورزی قرار می‌گیرد (کریمی و آگهی، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر، کارآفرینی کشاورزی را می‌توان شیوه‌ای جدید در بخش کشاورزی برای افزایش و خلق درآمد و ثروت و نیز ایجاد اشتغال قلمداد نمود (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹). در همین راستا، موحدی و همکاران بیان می‌کنند که کارآفرینی کشاورزی تلاش برای ایجاد تنوع تولید و رها شدن از وضعیت تولید مواد خام در چرخه عرضه محصولات و حرکت به سمت تولید برای بازارهای خاص، ارائه خدمات به سایر کشاورزان و شاغلین روستایی، استفاده از ظرفیت‌های کشاورزی مزارع و واحدهای دامپروری برای جذب گردشگران و اشتغال‌زایی می‌باشد رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۸۹) هم کارآفرینی کشاورزی را فرایند شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف محیط‌های فعالیت از جمله کشاورزی با روش‌شناسی و سیاست‌گزینی خاص و جدید برای ایجاد تحول و دگرگونی در کشاورزی تعریف می‌کنند. آن‌ها متذکرند که این تحول با ارایه تفکر، روش و تدبیری نو برای حل مشکلات گذشته و کنونی کشاورزی همراه است، که حاصل همکاری بین عواملان اصلی کشاورزی

خالدی و امجدی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که برخلاف اغلب روش‌ها و فناوری‌های نوین، عوامل اقتصادی به تنهایی نقش اساسی در پذیرش و توسعه کشاورزی ارگانیک ندارد، بلکه عوامل دیگری مانند آگاهی و اطلاعات، گرایش و تمایلات فردی و مهارت‌های فنی، تکنولوژیکی و مدیریتی، مسایل اجتماعی، و عوامل نهادی مانند قوانین و مقررات، بازارها و حمایت‌های دولتی در این فرایند باید مورد توجه جدی قرار گیرند.

بررسی‌ها نشان می‌دهند برای رسیدن به وضعیت مطلوب در زمینه تأمین مواد غذایی لازم در کشور باید ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار هکتار زمین کشاورزی را زیر کشت محصولات ارگانیک برد و در برنامه پنجم توسعه نیز پیش بینی شده بود که ۲۵ درصد یعنی معادل چهار میلیون هکتار از اراضی زراعی و باغی تحت پوشش تولید محصولات ارگانیک قرار گیرند. در هر صورت باید امیدوار بود که با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح توسعه کشت ارگانیک، سهم قابل توجهی از محصولات کشاورزی کشور به صورت ارگانیک تولید و به بازارهای ایران و جهان عرضه شود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

کارآفرینی کشاورزی: کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید از جمله عواملی است که می‌تواند بر حل مشکل بیکاری، توسعه اقتصادی و ارتقای نوآوری در یک کشور موثر باشد (کریمی، ۱۳۹۴). بسیاری از صاحب‌نظران کارآفرینی را به عنوان اساس توسعه پایدار و ایجاد اقتصاد دانش‌محور می‌دانند. کارآفرینی در کشاورزی، صنعت و خدمات از نظر اصول و مبانی یکسان است. گرچه کارآفرینی در کشاورزی در اصل تفاوتی با کارآفرینی شهری و یا دیگر بخش‌های اقتصادی ندارد، اما درون دادهای موردنیاز جهت توسعه کارآفرینی از جمله سرمایه،

مراحل مختلف چرخه‌های عرضه محصولات ارگانیک مانند تولید نهاده‌های ارگانیک (بذر، نهال، کود و سموم ارگانیک)، کارگاه‌ها و کارخانه‌های فرآوری و بسته‌بندی این محصولات، در نهایت بازاریابی و عرضه آن‌ها باعث ایجاد فرصت‌های شغلی فراوانی می‌شود. این نوع کشاورزی فعالیت نیروی انسانی زیادی را طلب می‌کند که می‌تواند امکانات مناسبی را در جذب و اشتغال و جلوگیری از مهاجرت فراهم آورد و همچنین امنیت غذایی را افزایش داده و از بروز مشکلات و معضلات اقتصادی و سیاسی جلوگیری نماید (رکن‌الدین افتخاری و ساریان، ۱۳۸۵). با توجه به مطرح شدن مفهوم کشاورزی رقابتی، یکی از راه‌های بالابردن بهره‌وری و کسب سود، استفاده از روش‌های کشاورزی ارگانیک به عنوان ابزاری برای ایجاد دگرگونی ساختاری در شیوه‌های کنونی تولید کشاورزی است. از آنجایی که هر تغییری در ساختارها منشا فرصت‌ها به‌عنوان قلب کارآفرینی است. استفاده از ظرفیت‌های کشاورزی ارگانیک علاوه بر شناسایی و ارضای نیازهای مشتریان در شرایط رقابتی امروز فرصت‌های بی‌شماری را در حوزه کشاورزی در اختیار فعالین در این حوزه قرار می‌دهد که می‌تواند منشا کسب مزیت رقابتی قرار گیرد (داوری و همکاران، ۱۳۹۰). تولیدات ارگانیک به‌ویژه برای کشاورزان خرده‌پا مناسب می‌باشد زیرا به آن‌ها کمک می‌کند تا کمتر به منابع بیرونی متکی باشند و بتوانند بر دانش و مهارت سنتی خود اتکا نمایند و از این طریق ارزش افزوده کسب نمایند. این کشاورزان آسان‌تر می‌توانند استانداردهای کشاورزی ارگانیک را رعایت کنند و با روش‌های آن سازگار شوند. در واقع در حال حاضر هم بعضی از محصولات آن‌ها بودن استفاده از نهاده‌های شیمیایی تولید می‌شود و بنابراین ارگانیک هستند. ولیکن این محصولات باید از طریق موسسات مربوطه تأیید

(فعالان بخش کشاورزی) و عاملان بیرونی (برنامه‌ریزان، مدیران و مسئولان) با در نظر گرفتن شرایط و تحولات جهانی، فناوری نوین، فرهنگ روستایی، و محدودیت‌های زیست محیطی در راستای دستیابی به الگوهای نو در کشاورزی برای بالا بردن بهره‌وری و کارآیی و دستیابی به بازارهای نو در مقیاس‌های بزرگ‌تر است. در کل، چنین فرایندی به بهبود وضع اقتصادی روستاییان و به‌ویژه کشاورزان می‌انجامد. مک الوی (McElwee, 2005) بیان می‌کند کارآفرینی کشاورزی می‌تواند موجب نوسازی و تجدید ساختار کشاورزی خرده‌پا و به وجود آوردن محیط کشاورزی نوین به‌منظور ایجاد و توسعه مشاغل جدید در مناطق روستایی شود. کلاگر و آقایی هم به نقل از سلجوقی (۱۳۹۳) کارآفرینی کشاورزی را از جنبه‌های زیر قابل توجه و اهمیت می‌داند: متنوع ساختن فعالیت‌های کشاورزی، افزودن ارزش به محصولات کشاورزی، کاهش ضایعات ناشی از فساد مواد غذایی و ایجاد اشتغال و کمک به حل مشکل بیکاری در مناطق روستایی و بخش کشاورزی.

کارآفرینی در کشاورزی ارگانیک: مشکلات
زیست محیطی متعدد در بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله کشاورزی باعث شد که بحث کارآفرینی پایدار و سبز مورد توجه جدی قرار گیرد و بسیاری کشورها آن را به‌عنوان یک عامل حیاتی در توسعه مشاغل جدید و بهبود رشد اقتصادی در نظر بگیرند. کارآفرینی سبز کسب و کارهایی را شامل می‌شود که در فعالیت‌های اقتصادی درگیرند و به حفاظت یا بازیابی محیط زیست و یا حفظ منابع طبیعی کمک می‌کنند (Roth, 2012). یکی از زمینه‌های توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی مربوط به فعالیت‌های کشاورزی ارگانیک می‌باشد. ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط در

در نظام بهره‌برداری علاوه بر ایجاد تنوع و افزایش درآمد می‌توان بازار مناسبی هم برای محصولات ارگانیک فراهم نمود (Fowler, 2011). گردشگری کشاورزی سبز می‌تواند به توسعه پایدار روستایی کمک کند و فرصت‌های شغلی متعددی را برای نسل فعلی و آتی ایجاد نماید.

کشاورزی ارگانیک همچنین فرصت‌های زیادی برای کارآفرینی زنان ارایه می‌دهد. سرمایه اولیه سنگین که مورد نیاز کشاورزی متعارف می‌باشد، ورود زنان کارآفرین را به این بخش محدود می‌سازد در حالی که ورود به کشاورزی ارگانیک نیازمند سرمایه سنگین نیست. به علاوه، زنان کارآفرین روستایی می‌توانند با تشکیل تعاونی برای پرورش، تولید و یا فروش محصولات ارگانیک، با امکانات بهتر وارد بازار محصولات ارگانیک شوند و به منابع اساسی مورد نیاز برای کسب و کار دسترسی پیدا کنند. ارتقای کارآفرینی زنان از طریق تشکیل تعاونی زنان به‌ویژه در گوشه بازارهای^۱ محصولات ارگانیک می‌تواند روش اثربخشی برای توانمندسازی زنان، کاهش فقر روستایی و در نهایت توسعه روستایی باشد (Sanyang and Huang, 2008).

نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت موضوع امنیت غذایی و همچنین خسارات جبران‌ناپذیر ناشی از استفاده بیش از حد نهاده‌های شیمیایی کشاورزی بر محیط زیست و

شوند تا بتوانند با برچسب ارگانیک و قیمت مناسب به فروش برسند. گزارش‌های متعدد نشان می‌دهند که کشاورزان خرده‌پایی که به تولید و بازاریابی محصولات ارگانیک روی آورده‌اند از بهره‌وری و درآمد بالاتر و پایدارتر و امنیت غذایی بهتری برخوردارند (IFAD, 2005; UNEP-UNCTAD, 2008).

گردشگری یکی از بزرگترین و سریع‌الرشدترین صنایع در جهان است و همچنین مهم‌ترین منبع درآمد، اشتغال و ثروت در بسیاری از کشورهاست (کریمی، ۱۳۹۳). تقاضا برای گردشگری به‌ویژه گردشگری روستایی و کشاورزی همچنان در حال افزایش است. این نوع گردشگری با هدف توسعه پایدار جوامع محلی در نواحی روستایی به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و یکی از مهم‌ترین راه کارها برای ایجاد مشاغل مدرن در مناطق روستایی تجسم یافته است که با تأثیرگذاری در سه بعد پایداری اقتصادی، اجتماعی و محیطی ضمن جلب مشارکت جوامع محلی در توسعه اقتصادی ملی با پتانسیل حفظ و حمایت از منابع طبیعی و محیط زیست باعث پایداری محیطی می‌شود. در بعد اقتصادی گامی جهت کاهش فقر با توسعه مراکز اشتغال کوچک افزایش و تغییر شکل منابع در معرض خطر به سمت منابع پربازده و همراه با سودمندی و توزیع درآمد برمی‌دارد و در بعد اجتماعی نیز باعث کارآفرینی و جلوگیری از مهاجرت روستائیان و نهایتاً ایجاد توسعه پایدار روستایی می‌گردد (زوله، ۱۳۹۰). در همین راستا کشاورزی ارگانیک هم می‌تواند فرصت‌های زیادی برای کارآفرینی سبز در حوزه گردشگری روستایی از طرق مختلف از جمله کمک به حفظ مناظر و چشم‌انداز روستایی و تامین مواد غذایی سالم برای گردشگران فراهم نماید. با ادغام گردشگری کشاورزی

۱- Niche market گوشه بازار یا بازار جاویژه، یک قسمت متمرکز و قابل هدف‌گذاری بازار است. کسب و کاری که محصول یا خدمتی را برای بخش بسیار کوچکی از بازار ارائه می‌نماید و به دنبال بیشترین سهم در این بازار کوچک است. اغلب کسب و کارهایی که به این روش کار می‌کنند به دنبال بازاری بدون رقابت جدی و مطمئن هستند و از تنوع محصولات و خدمات اجتناب می‌کنند.

بسیار چالش‌آفرین است. علاوه بر چالش‌های مذکور راه‌اندازی کسب و کار در این حوزه با چالش‌های دیگری مانند هزینه زیاد و کمبود مهارت‌های مدیریتی و بازاریابی رو به رو می‌باشد.

در هر حال دولت، سیاست‌گذاران، موسسات آموزشی و سایر نهادهای ذیربط اگر به دنبال پایداری و سلامتی هستند و در این روند قصد ترویج و گسترش مواد غذایی ارگانیک را دارند باید چالش‌های مذکور و سایر چالش‌های موجود در این زمینه را بر طرف نمایند. دولت باید محیط مناسبی برای توسعه زنجیره‌های عرضه محصولات ارگانیک هم برای بازارهای داخلی و هم صادرات فراهم نماید. این کار مشخصاً نیازمند گسترش خدمات آموزشی - ترویجی به‌منظور بهبود تکنیک‌های تولید ارگانیک، توسعه حمایت‌های مالی و اعتباری برای پوشش هزینه‌های تغییر و تبدیل نظام زراعی و اخذ گواهی‌های لازم، و ارایه آموزش در زمینه امنیت غذایی و مدیریت کیفیت، مدیریت کسب و کار و خدمات مشاوره‌ای می‌باشد. دولت همچنین باید از طریق توسعه بازارها و فروشگاه‌های محصولات ارگانیک با مشارکت نهادهای ذیربط مانند شهرداری‌ها و همچنین از طریق تهیه محصولات ارگانیک برای نهادهای عمومی مانند مدارس، دانشگاه‌ها، بیمارستان‌ها به بهبود و ارتقای مصرف داخلی محصولات ارگانیک کمک نماید. رسانه‌های عمومی و سایر نهادهای ذیربط مانند صدا و سیما هم باید نقش مهم خود در فرهنگ‌سازی و ترویج و تبلیغ محصولات ارگانیک و ایجاد گرایش و نگرش مثبت مردم نسبت به این محصولات را به خوبی ایفا نمایند. با رونق گرفتن و گسترش کشاورزی ارگانیک، فرصت‌های متعددی در طول چرخه عرضه محصولات ارگانیک فراهم خواهد شد که با بهره‌گیری از آن‌ها می‌توان به توسعه کشاورزی و روستایی کمک فراوانی نمود. در این راستا، مسلماً

سلامت بشر، امروزه بیش از پیش نسبت به کشاورزی ارگانیک گرایش به‌وجود آمده است. کشاورزی ارگانیک می‌تواند باعث بهبود پایداری، حفظ محیط زیست و افزایش سلامت مردم شود. کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارها کوچک و متوسط در طول چرخه عرضه محصولات ارگانیک از جمله در بخش‌هایی مانند تولید نهاده‌ها و محصولات ارگانیک، فرآوری، بسته‌بندی، توزیع، بازاریابی و عرضه و فروش آن‌ها، می‌تواند فرصت‌های شغلی متعددی برای روستاییان، کشاورزان و فارغ‌التحصیلان کشاورزی ایجاد نماید.

اگرچه به دلایل مختلف مانند زیست‌محیطی، سلامتی و پایداری، تقاضا برای محصولات ارگانیک به سرعت در حال رشد است و بازار وسیعی در این حوزه در حال شکل گرفتن است به طوری که سالانه میلیاردها دلار صرف خرید مواد غذایی و نوشیدنی ارگانیک در جهان می‌شود و در این روند فرصت‌های فراوانی برای کارآفرینی وجود دارد، اما چالش‌های عملی بسیار مهمی هم در این مسیر وجود دارد. از جمله مهمترین چالش‌ها، ضعف فرهنگ و عدم آگاهی عموم مردم از خسارات و زیان‌های فراوان کشاورزی متعارف برای محیط زیست و سلامتی آن‌ها می‌باشد و همچنین عدم آشنایی با فواید و مزایای نظام کشاورزی ارگانیک برای پایداری و سلامتی محیط زیست و مردم می‌باشد. چالش مهم دیگر آن است که اکثر کشاورزان و فارغ‌التحصیلان کشاورزی با فرایند کشاورزی ارگانیک آشنا نبوده و فاقد مهارت‌ها و صلاحیت‌های موردنیاز در این زمینه می‌باشند. چالش سوم هم آن است که محصولات ارگانیک برای این که بتوانند تحت برچسب "ارگانیک" فروخته شوند، باید توسط موسسات تخصصی تأیید شوند و این امر به ویژه برای کشاورزان خرده پا هزینه‌بر و پر زحمت می‌باشد. جلب اعتماد مردم به این محصولات هم

سیاست‌های حمایتی و تشویقی دولت به منظور توسعه و ارتقای کارآفرینی در کشاورزی ارگانیک، ارائه تسهیلات اقتصادی و یارانه مناسب از طرف دولت به این نوع کسب و کارها می‌تواند نقش اساسی در روند توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی ارگانیک ایفا کند. در واقع اگر کشاورزی ارگانیک و کارآفرینی در

این بخش از مدیریت، حمایت و سیاست صحیح برخوردار باشد می‌تواند گامی اساسی در تولید و مصرف محصولات ارگانیک و حل معضلات اقتصادی و زیست‌محیطی جامعه برداشته که نهایتاً منجر به اشتغال‌زایی و توسعه کارآفرینی و در نتیجه توسعه روستایی و کشاورزی خواهد شد.

منابع

۱. داوری، م.ر.، سلطانی، ع. و فراهانی، ح. (۱۳۹۰). ظرفیت‌های کارآفرینی کشاورزی زیستی ارگانیک در ایران. همایش ملی اشتغال دانش‌آموختگان بخش کشاورزی و منابع طبیعی، ۲ و ۳ آذر ماه، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
۲. رکن‌الدین افتخاری، ع.، سجاسی قیداری، ح. و رضوی، س.ح. (۱۳۸۹). راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خداآهنه. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳(۳): ۲۹-۱.
۳. زوله، م. (۱۳۹۰). توسعه توریسم روستایی رویکردی نوین در جهت ایجاد اشتغال پایدار در روستاها، همایش ملی اشتغال دانش‌آموختگان بخش کشاورزی و منابع طبیعی، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
۴. سپه‌پناه، مرجان و موحدی، رضا (۱۳۹۴). کارآفرینی پایدار رویکردی نو در کشاورزی. کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۱): ۳۶-۱۹.
۵. شعبانعلی فمی، ح.، قاسمی، ج. و محمدزاده نصرآبادی، م. (۱۳۸۷). نظام‌های کشاورزی پایدار (مروری بر رویکردهای غالب). مؤسسه فرهنگی منادی تربیت، تهران.
۶. عابدی پریجانی، ع.، رنجکش، م. و کاظمی، م. (۱۳۹۲). بررسی نقش کشاورزی ارگانیک در توسعه گردشگری روستایی. اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار. دانشگاه گیلان، رشت.
۷. کاظمی، م.، زاهدی، س. و ملایی امامزاده، ث. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کارآفرینی در کشاورزی ارگانیک بروی کیفیت مواد غذایی سالم (مطالعه موردی در استان کرمان). نخستین کنفرانس ملی توسعه کیفیت راهبردی فراگیر در سلامت غذا.
۸. کریمی، ش. و آگهی، ح. (۱۳۹۴). تحلیلی بر رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی، در توسعه کارآفرینی کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۲): ۱۰۴-۸۱.
۹. کریمی، س. (۱۳۹۴). اثرات مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. نشریه توسعه کارآفرینی، ۲(۸): ۳۹۰-۳۷۱.
۱۰. کلاگر، پ. و آقائی، م. (۱۳۹۳). بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۱): ۶۱-۸۳.
۱۱. موحدی، ر.، حیدری ترزاک، خ.، سامیان، م. (۱۳۹۳). آموزش کارآفرینی کشاورزی پیش‌نیاز توسعه کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۴): ۴۸-۳۳.
۱۲. نوروزی، ع. و شهبازی، الف. (۱۳۸۹). نقش ترویج در توسعه کشاورزی ارگانیک (زیستی) در روستاهای کشور.

- توسعه روستایی، ۲(۲): ۱-۲۲.
۱۳. نصر اصفهانی، ا. و میرفندرسکی، س. (۱۳۸۴)، بررسی وضعیت کشاورزی ارگانیک در ایران و جهان، وزارت جهاد کشاورزی، معاونت برنامه‌ریزی و اقتصادی، مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی
۱۴. پاپ‌زن، ع.ح. و شیرینی، ن. (۱۳۹۱). بررسی موانع و مشکلات توسعه کشاورزی ارگانیک. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱(۱): ۱۱۳-۱۲۶.
۱۵. هاشمی‌نژاد، آ. و رضوانفر، ا. (۱۳۸۹). بررسی موانع و مشکلات کشاورزی ارگانیک از دیدگاه تولیدکنندگان محصولات ارگانیک شهرستان روانسر استان کرمانشاه. مجموعه مقالات اولین کنگره چالش‌های کود در ایران: نیم قرن مصرف کود، ۱۰ و ۱۲ اسفند ماه، دانشگاه تهران، تهران.
۱۶. خالدی، م. و امجدی، الف. (۱۳۹۰). بررسی انگیزه‌ها و موانع تبدیل به کشاورزی ارگانیک: درس‌هایی از تجربه سایر کشورها، مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان، ۱۵ و ۱۶ تیرماه، دانشگاه بوعلی سینا، همدان.
17. Arabska, E. 2013. Sustainable rural development through organic production encouragement in state and local strategies in Bulgaria. *4th International Conference of Economic Sciences Quality of Life, Sustainability and Locality*; 9– 10 May 2013, Kaposvár University, Hungary, Pp: 518–527.
18. Edwardson, W., and Santacoloma, P. 2013. *Organic supply chains for small farmer income generation in developing countries Case studies in India, Thailand, Brazil, Hungary and Africa*. Rome, FAO.
19. Hall, J.K., Daneke, G.A., and Lenox, M.J. 2010. Sustainable Development and Entrepreneurship: Past Contributions and Future Directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5): 439-448.
20. IFAD. 2005. *Organic agriculture and poverty reduction in Asia: China and India focus. Thematic evaluation*. Report 1664. Rome, International Fund for Agricultural Development.
21. IFOAM, 2008. Definition of Organic Agriculture. Retrieved 4 August 2016, from http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/doa/index.html.
22. Lampkin, N.H. et al. eds 1999. *The policy and regulatory environment for organic farming in Europe, Organic farming in Europe*. Economics and policy Volume 1 (Stuttgart: University of Hohenheim, Department of Farm Economics)
23. Leifeld, J. 2012. How sustainable is organic farming? *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 150: 121-122.
24. McElwee, G. 2008. Taxonomy of entrepreneurial farmers. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(3): 465-478.
25. Roth, D.F. 2012. The elusive and expensive green job. *Journal of Energy Economics*, 34: 43–52.
26. Sanyang, S.E., and Huang, W.-C. 2008. Green cooperatives: A strategic approach developing women's entrepreneurship in the Asian and Pacific region. *World Journal of Agricultural Sciences*, 4(6): 674-683.
27. UNEP-UNCTAD, 2008. *Best Practices for Organic Policy. What developing country governments can do to promote the organic agriculture sector*. Capacity Building Task Force on Trade, Environment and Development. New York and Geneva, United Nations.
28. USDA. 2015. *National Organic Program standards*. Available online: www.ams.usda.gov/nop/NOP/standards (accessed on 28 July 2016)
29. Willer, H., and Lernoud, J. 2016. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2016. FiBL-IFOAM Report. Bonn: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Retrieved 4 January 2017, from <https://shop.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1698-organic-world-2016.pdf>



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 4(3), 2017
<http://jead.gau.ac.ir>

Organic Farming as an Opportunity for Agricultural Entrepreneurship

***S. Karimi**

Assistante Prof., Dept., of Agricultural Extension and Education,
Bu-Ali Sina University

Received: 23/9/2017 ; Accepted: 16/12/2017

Abstract

Considering the importance of food safety and adverse effects of chemical inputs on the environment and human health, there is an increasing interest in organic farming around the world. Organic farming can improve sustainability, protect the environment, food safety, and increase people's health. Entrepreneurship and the establishment of small and medium enterprises in organic supply chains including production of organic inputs and products, processing, aggregation and distribution, marketing, delivering and selling them, could create many job opportunities for rural youth, women, farmers and agricultural graduates and thereby help rural and agricultural development, however, for the promotion and development of organic farming, it is firstly needed to promote culture, education and information about organic farming and provide favorable conditions and conducive environment for it. This study is a descriptive and library research and its aim is to review the concept and definition of organic farming and agricultural entrepreneurship. The paper finally explains the role of organic farming in creating business opportunities and presents some suggestions in this regard.

Keywords: Organic farming, Agricultural entrepreneurship, Business opportunity, Rural developmen

*Corresponding author: skarimi@basu.ac.ir

