

دکتر علیقلی حیدری*، دکتر اسماعیل شهبازی*، دکتر سید محمود حسینی*

چکیده

ترویج کشاورزی به طور کلی شامل نظام آموزشی غیررسمی است که ارباب رجوع آن را عمدتاً مردم روستایی با اشتغال اولیه کشاورزی تشکیل می دهند. رهیافتهای ترویجی شکل و فرم کار و جوهر یک نظام ترویج است و نظام به کمک آنها انواعی از پیامها را تهیه می کند و به مردم می رساند.

در این تحقیق مهمترین رهیافتهای ترویج، که در مناطق مختلف جهان و در ایران کم و بیش به کار گرفته شده است، با بیان مهمترین ویژگیها، مسائل و مشکلات و مزایا به اختصار بررسی شده و سپس از دیدگاه متخصصان ترویج کشور میزان کاربرد هر رهیافت در وزارتخانه های کشاورزی سابق، جهاد سازندگی سابق و جهاد کشاورزی کنونی به منظور تحقق توسعه پایدار کشاورزی مورد مطالعه و سنجش قرار گرفته است.

* به ترتیب: کارشناس ارشد توسعه روستایی وزارت جهاد کشاورزی؛ استادپژوهش در آموزش و ترویج توسعه، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران. e-mail: aliheidary1345@yahoo.com

رهیافتهای مورد استفاده در وزارت کشاورزی به ترتیب عبارتند از رهیافت متعارف ترویج، تخصصی کالا، دگرگونی فنی و پروژه‌ای و در وزارت جهاد سازندگی شامل رهیافت مشارکتی، متعارف ترویج و توسعه جامع روستایی بوده است. همچنین در خصوص رهیافتهای ترویجی مناسب برای استفاده در وزارت جهاد کشاورزی به ترتیب رهیافتهای مشارکتی، تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی و توسعه جامع روستایی پیشنهاد شده است. از ویژگیهای مهم پژوهش حاضر می‌توان به جامعیت آن از لحاظ ابعاد موضوعی و نگرش گذشته‌نگر و جهتگیری مطلوب برای آینده به منظور تحقق توسعه پایدار کشاورزی و روستایی اشاره کرد.

کلید واژه‌ها:

وزارت جهادسازندگی، وزارت کشاورزی، وزارت جهاد کشاورزی، رهیافتهای ترویجی

مقدمه

ترویج عبارت از یک نظام خدمات آموزشی است که روستاییان را از طریق بهبود روشها و فنون کشاورزی و افزایش کارایی تولید و درآمد، ارتقای سطح زندگی و بالابردن استانداردهای اجتماعی و آموزشی جامعه روستایی تحت تأثیر قرار می‌دهد (سوان سون، ۱۳۷۰). رهیافتهای شکل و جوهر یک نظام ترویج محسوب می‌شوند و از طریق آنها انواعی از پیامها تهیه و به روستاییان عرضه می‌گردد (معاونت ترویج وزارت جهاد سازندگی، ۱۳۷۹). انتخاب رهیافتهای مناسب به عوامل زیادی از جمله شرایط اقتصادی و اجتماعی منطقه، سطح سواد گروههای هدف، صلاحیتهای مهارتهای حرفه‌ای کارکنان ترویج، امکانات اجرایی و تسهیلاتی، محتوای پیامهای ترویجی، منابع مالی و غیره بستگی دارد. با این حال در انتخاب رهیافتهای ترویجی اصول کلی زیر مورد پذیرش اکثریت صاحب‌نظران است:

...

- ارجحیت رهیافتهایی که بر برنامه ریزی نا متمرکز تأکید دارند بر رهیافتهای نظارتی و متمرکز؛
 - ارجحیت رهیافتهای مشارکت محور بر رهیافتهای دولت محور
 - ارجحیت رهیافتهای تمام نگر بر رهیافتهایی که تنها گروهی خاص را مد نظر قرار می دهد؛
 - ارجحیت رهیافتهای مبتنی بر اولویت بخشی نیازهای گروههای هدف بر رهیافتهای کلیشه ای و از بالا؛ و بالاخره
 - ارجحیت رهیافتهای مبتنی بر تأمین منابع مالی مشارکتی بر رهیافتهای مبتنی بر منابع مالی دولتی.
- در این تحقیق مهمترین رهیافتهای ترویجی، که در مناطق مختلف جهان و در ایران کم و بیش به کار گرفته شده است، با بیان مهمترین ویژگیها، مشکلات و مزایای آن به اختصار بررسی شده و سپس از دیدگاه متخصصان ترویج کشور میزان به کارگیری هر رهیافت در وزارتخانه های کشاورزی و جهاد سازندگی سابق و همچنین قابلیت کاربرد آنها در وزارت جهاد کشاورزی کنونی مورد بررسی قرار گرفته است.
- پژوهش حاضر از دو بعد زیر دارای اهمیت است:
- بعد اول به شرایط زمانی و موضوع ادغام دو وزارتخانه کشاورزی و جهادسازندگی مربوط می شود. باتوجه به اینکه نظام ترویجی در دو وزارتخانه از ابعاد مختلفی همچون سازمان و تشکیلات، هدفها، سیاستها، نیروی انسانی و غیره باهم تفاوتی داشته است که در کاربرد رهیافتهای متنوع ترویجی نیز بروز کرده است، لذا ضرورت دارد از تجارب موفق این دو مجموعه بهره گرفته و در جهت برطرف کردن نقاط ضعف اقدام شود.
 - بعد دوم به شرایط و ضرورتهای بخش کشاورزی در ابعاد ملی و بین المللی مربوط می شود. باتوجه به خسارات وارد بر محیط زیست و منابع با ارزش موجود در بخش (منابع آبی، خاکی، جنگلها و مراتع و...)، امروزه سیاستهای کلان ملی و به تبع آن سیاستها و رهیافتهای ترویجی در اکثر کشورها دچار تغییر و تحولات اساسی شده است. از موارد عمده این تحولات می توان به تغییر جهتگیری از توجه صرف به افزایش تولید کشاورزی به سمت توجه به پایداری منابع طبیعی و توجه به مبحث کشاورزی پایدار و نیز جهتگیری به سمت منابع انسانی در روستاها و توجه به تولیدکنندگان خرده پای معیشتی اشاره کرد. در این تحقیق سعی شده است ضرورتهای مذکور در قالب رهیافتهای مطلوب و مورد نیاز وزارت جهاد کشاورزی با استناد به تجارب ملی و بین المللی پیشنهاد شود.
- هدف کلی این تحقیق شناخت رهیافتهای غالب ترویجی در وزارتخانه های کشاورزی و جهادسازندگی سابق به منظور تعیین رهیافتهای مطلوب ترویجی برای نظام ترویج وزارت

جهاد کشاورزی کنونی است. دسترسی به هدف فوق از طریق بررسی، مطالعه و شناخت هدفهای مرحله ای زیر میسر می شود:

- بررسی ویژگیهای رهیافتهای ترویجی به کار گرفته شده در نظامهای ترویجی ایران و سایر کشورهای جهان؛

- بررسی و شناخت میزان کاربرد رهیافتهای ترویجی در نظام ترویج وزارت کشاورزی و وزارت جهادسازندگی سابق؛

- مقایسه تطبیقی کاربرد رهیافتهای ترویجی در نظام ترویج در دو وزارتخانه (سابق) و تبیین و اولویت بندی رهیافتهای مناسب نظام ترویج برای وزارت جهاد کشاورزی کنونی

پیشینه تحقیق

روشندل در سال ۱۳۷۵ در پژوهشی تحت عنوان " کاربرد مدل تصمیم گیری در انتخاب رهیافتهای ترویجی در جهاد سازندگی " با استفاده از مدلهای تصمیم گیری چندمعیاره به رتبه بندی رهیافتهای ترویجی وزارت جهاد سازندگی پرداخت. رتبه بندی او عبارت است از: رهیافت مشارکتی ترویج، تسهیم هزینه، توسعه نظامهای زراعی، متعارف ترویج کشاورزی، پروژه ای، آموزش و دیدار، مؤسسه آموزشی و رهیافت تخصصی کالا (روشندل، ۱۳۷۵).

دومین مورد، مطالعه کارشناسان بانک جهانی در زمینه وضعیت کشاورزی ایران است. در ماه می سال ۱۹۹۲ هیئتی به سرپرستی ویلم زیپ^۱ از طرف بانک جهانی به ایران عزیمت و پس از دو هفته گزارشهایی تهیه نمود که نسخه ای از آن را نیز در اختیار وزارتخانه های جهادسازندگی و کشاورزی قرار داد. گزارش ششم این هیئت به موضوع ترویج، آموزش و تحقیقات کشاورزی اختصاص دارد که در زیر به نکاتی از آن اشاره می شود:

- تحقیقات، ترویج و آموزش توجه خود را به کشاورزان بزرگتر معطوف کرده است. سازمان تحقیقات، تحقیقات ژنتیک را بر تحقیقات شیمیایی و فرهنگی و اجتماعی، تحقیقات کالایی را بر تحقیقات نظامهای زراعی، هدفهای ملی را برعلاق کشاورزان، تولید را بر درآمد و تحقیقات اراضی آبی را بر اراضی دیم ترجیح داده است. ترویج هم از نظر اطلاع رسانی و هم از لحاظ دریافت بازخورد، بخش کوچکی از کشاورزان را مورد توجه قرار داده است.

1. Villem Zip

...

- تعدادی از مؤسسات یا وزارتخانه ها درگیر ایجاد وانتقال فناوری هستند وکشاورزان ممکن است بعضی مواقع نظرات متفاوت وگاهی توصیه های متضاد ازکارمندان ترویج، که تخصص کمی دارند، دریافت کنند. موازی کاری و نداشتن تخصص کافی برخی از کارکنان ترویج، باعث استفاده غیرمفید از منابع و ایجاد خلأهای مهمی شده است. اقدام پیشنهادی شامل انجام مطالعه‌ای جامع برروی عرضه و تقاضای اطلاعات کشاورزی است. این مطالعه خواهد توانست طرحهای تحقیقاتی پیشنهادی را برای ادغام ترویج وزارتخانه‌ها تنظیم کند.

- برنامه ریزی استانی ترویج و تحقیق غالباً براساس عرضه یافته ها وبدون مشارکت کشاورزان و با هدف افزایش تولید و با تأکید بر رویه های مربوط به بودجه انجام می گیرد. پیشنهاد می شود کشاورزان در برنامه ریزی، اجرا و نظارت وارزشیابی برنامه های ترویجی، تشخیص مشکلات کشاورزی، مسئله یابی، همکاری بهتر، تحقیق وترویج با به کارگیری فنون ارزیابی سریع روستایی و ارزیابی مشارکتی روستایی با آموزش وسفرهای مطالعاتی موردنیاز، مشارکت داده شوند.

- به منظور بهبود هدفهای تنظیم شده ترویج، باید بر تغییرات ایجاد شده در طرز فکر کشاورزان تمرکز کرد نه بر اجرای فعالیتهای ترویجی.

- ترویج، تحقیقات و آموزش باید بانیاذهای در حال توسعه کشاورزان ایرانی همگام باشند. به این منظور بسیج بهترین منابع انسانی در ترویج ضروری وشایسته است. همچنین تشکیل یک گروه کاری از مقامات سطح بالا و آموزش مستمر مربیان پیشنهاد می شود.

جهاد سازندگی در زمینه های تحت مسئولیت خود مانند امور دام، منابع طبیعی و صنایع روستایی بر پایه «رهیافت مشارکتی» به شرح زیر عمل می کند:

- آموزش شوراهای اسلامی روستایی در زمینه مهارتهای مدیریتی؛

- راه اندازی طرحهای کوچک مشارکتی که توسط مردم وتحت مدیریت خانه های عمران روستایی

اداره می شود؛

- اقتصادی کردن دادوستد مردم از طریق نظام شرکتهای تعاونی.

کارمندان وزارت جهاد سازندگی معتقدند که ترویج در این وزارتخانه با استفاده از

چند رهیافت اصولی زیر انجام می شود:

- احترام به مردم روستایی و کسانی که به آنها رسیدگی نشده وفقیر و ناتوانند؛

- سازگاری روشها با ویژگیهای مردم روستایی؛

- تلفیق عناصر مختلف اجتماعی و سنتهای فرهنگی در جشنواره ها، انواع مسابقه ها، برنامه های مذهبی، تئاترهای مردمی و غیره؛

- انتخاب موضوعاتی که برای کشاورزان ارزشمند است، بویژه طراحی برنامه ها با حداکثر مشارکت خودمردم تا مطمئن شوند برنامه به خودشان تعلق دارد (ویلیم زیپ و همکاران، ۱۳۷۱).

گزارش هیئت اعزامی بانک جهانی علی رغم مدت کوتاه اقامت آنان در ایران از جامعیت مناسبی برخوردار می باشد. با این حال شایان ذکر است که طبق بررسیهای انجام شده تاکنون در ایران هیچ تحقیق جامعی در زمینه رهیافتهای مختلف موجود در کشور و وزارتخانه های متولی صورت نگرفته است.

روش شناسی تحقیق

در تحقیق حاضر با توجه به ماهیت هر یک از انواع تحقیقات توصیفی - تحلیلی، پیمایشی و تبیینی، از روشهای اسنادی و کتابخانه ای و روش میدانی استفاده شده است.

در مجموع سه نوع پرسشنامه مشتمل بر حدود ۳۳ متغیر از دیدگاه پاسخگویان در مورد سه تشکیلات وزارت جهاد سازندگی، وزارت کشاورزی و وزارت جهاد کشاورزی و نه متغیر در مورد پاسخگویان بررسی شده است.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی کشور شامل اعضای هیئت علمی ترویج در دانشگاهها که با تشکیلات دو وزارتخانه جهاد سازندگی و کشاورزی سابق همکاری داشته اند و همچنین معاونان وزیر و مدیران کل و مدیران استانی ترویج در دو وزارتخانه و معاونان یا جانشینان آنان در سطح کشور با حداقل ۳ سال همکاری مداوم و نیز همکاران دارای مدرک کارشناسی ارشد ترویج و بالاتر در سطح کشور (با حداقل ۴ سال همکاری) تشکیل می دهد. بر اساس آمار انجمن علمی ترویج و وزارت جهاد کشاورزی (آمار سال ۱۳۸۱)، مجموع افراد جامعه مورد نظر بر اساس ویژگیهای مذکور ۱۸۰ - ۲۰۰ نفر برآورد می شود (۱۰۰ نفر عضو انجمن و ۱۰۰ نفر غیر عضو).

در پژوهش حاضر چون جامعه آماری تحقیق در سطح ۲۸ استان و دهها شهرستان پراکنده است، از نمونه گیری احتمالی طبقه ای نسبی استفاده و در نهایت ۵۰ درصد نمونه ها از

...

بین اعضای انجمن و ۵۰ درصد مابقی از بین سایر افراد انتخاب شد. نمونه های تحقیق در مجموع از ۱۹ استان کشور و دفتر مرکزی انتخاب گردید.

ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه است که به منظور دستیابی به اطلاعات مورد نیاز در تحقیق با استفاده از پیش نگاهشته‌ها، فرضیه‌ها، مصاحبه‌ها و پرسشهای تحقیق تدوین شد. در تحقیق حاضر برای تحلیل و توصیف داده‌ها، آمار توصیفی و تحلیلی به کار رفت. در بخش توصیف داده‌ها از میانگین، نما، میانه، واریانس و در بخش تحلیلی از آمار استنباطی (کروسکال والیس و من ویت‌نی) استفاده شد.

چارچوبهای نظری

در این بخش مهمترین رهیافتهای ترویجی شناخته شده در جهان و ایران به منظور تدوین سئوالات پرسشنامه به اختصار بررسی می شود.

رهیافت متعارف (عمومی) ترویج کشاورزی^۱

رهیافت عمومی ترویج کشاورزی احتمالاً متداولترین رهیافت مورد استفاده در جهان است که تقریباً در دستور کار سازمانهای دولتی متولی امور کشاورزی قرار دارد. این دولتهای مرکزی معمولاً دارای یک وزارت کشاورزی با بخشهای مختلف هستند. یکی از این بخشها به ترویج کشاورزی اختصاص دارد. فرضیه اصلی در این رهیافت بیان می‌دارد که علی‌رغم وجود فناوری و اطلاعات لازم، امکان دسترسی کشاورزان به آنها وجود ندارد. لذا اگر بتوان معلومات مربوط به فناوری و اطلاعات موجود را به کشاورزان منتقل کرد، عملیات کشاورزی بهبود خواهد یافت. این رهیافت اساساً از موارد نمونه «انتقال فناوری» از دولت به مردم روستایی است (آکسین، ۱۳۷۰، ۶۷-۶۸) که به دلایل مختلفی از جمله دیوانسالاری زیاد با موانعی مواجه شده است. همچنین در این رهیافت اولویتهای تحقیقاتی به ندرت به ارزشیابی ترویج در مزرعه وابسته بوده و اساساً نظام ارتباطات رو به بالا در بسیاری از کشورهای آسیایی و آفریقایی در این رهیافت به وجود نیامده است (Nagel, 1994, 4).

1. general agricultural extension approach

حسینی (۱۳۶۶) در یک بررسی نظری در مورد مسائل و مشکلات و تنگناهای رهیافت متعارف ترویج در ایران مسائل زیر را با اهمیت قلمداد کرده است:

- ضعف میان ترویج و دیگر عوامل مؤثر توسعه روستایی و کشاورزی؛
- نداشتن ارتباط متقابل با اجزای دیگر نظام دانش و اطلاعات کشاورزی؛
- انحراف از هدفهای آموزشی؛
- نداشتن قطعیت و روشنی لازم در اولویتها، هدفها و فعالیتهای آنها.
- اتخاذ سیاستهای نامناسب در مورد استخدام، نگهداری، بازآموزی و استفاده از کارکنان؛
- صلاحیت ناکافی کارکنان میدانی و غیر بومی بودن آنها؛
- تمرکز بیشتر فعالیتهای ترویجی بر منافع کشاورزان مرفه و پیشرو و غفلت از نیازهای آموزشی کشاورزان خرده‌با، زنان و جوانان روستایی و عشایر و غیر کشاورزان

مرور عملکرد رهیافت متعارف ترویج در چهار دهه گذشته در آسیا و آفریقا بیانگر نارساییها و سردرگمیهای مختلف است که به راحتی نمی توان از آن خلاصی یافت و نقاط ضعفش را برطرف کرد.

رهیافت تخصصی کالا^۱

این رهیافت مبتنی بر این فرضیه است که راه افزایش بهره وری و تولید یک محصول ویژه، منتج از تمرکز کلیه امور و عملیات و تأمین عوامل و نهاده‌های مربوط در یک واحد خدماتی ویژه برای توسعه تولید یگانه محصول مورد نظر است. مواردی همچون تجمع فعالیتهای تحقیقاتی و ترویجی، تأمین نهاده‌های تولید، انجام خدمات بازاریابی و فروش محصول، همراه با تدارک سایر خدمات مربوط به تولید، تبدیل و توزیع یگانه محصول مورد نظر در یک سازمان فنی - بازرگانی متولی آن محصول خاص، اساس این رهیافت را تشکیل می دهد (شهبازی، ۱۳۷۲، ۱۴۳ و ۱۴۴).

یکی از بزرگترین مزایای این رهیافت، تناسب فناوری انتخابی با مسائل تولیدی است. بنابراین، پیامهایی که کارکنان ترویج به کشاورزان منتقل می کنند، متناسب حال و کار آنان

1. commodity specialized approach

...

است. لذا فعالیتهای ترویجی، اثربخش و دارای کارایی لازم خواهد بود. از دیگر مزایای این رهیافت می توان به تمرکز آن بر یک زمینه فنی خیلی محدود، داشتن انگیزه های حقوقی خیلی بالا و اعمال مدیریت و سرپرستی کارآمد اشاره کرد. در نهایت، این رهیافت به دلیل کوچکتر بودن تشکیلاتش، امور نظارت و ارزشیابی را به نحو آسانتری انجام می دهد و از لحاظ اقتصادی نسبت به سایر رهیافتهای بصره تر عمل می کند (آکسین، ۱۳۷۰، ۸۲-۸۳).

رهیافت آموزش و دیدار^۱

طراح اصلی این رهیافت دانیل بنور^۲ بود که در اوایل دهه ۱۹۷۰ وارد بانک جهانی شد و با استفاده از تجارب شخصی و بویژه آگاهی از مشکلات نظام رایج و معمول ترویج و با کمک حمایتهای بی دریغ بانک جهانی توانست رهیافت آموزش و دیدار را برای حل پاره ای از مشکلات نظام معمول ترویج طراحی کند (زمانی پور، ۱۳۷۳). در رهیافت یادشده این فرضیه مطرح است که کارکنان صحرائی ترویج آموزشهای کافی ندیده اند، از لحاظ کسب آخرین اطلاعات فنی بهنگام نیستند و اغلب تمایلی به مراجعه به محل کار کشاورزان ندارند. بنابراین برای مقابله با این مسائل، این رهیافت فرض می کند که با استفاده از یک شیوه انضباطی خاص، امکان ایجاد یک جریان دوطرفه برای مبادله اطلاعات بین واحدهای تحقیقاتی و ترویجی و بین کارکنان ترویج و روستاییان میسر می شود. در این رهیافت مخاطبان برنامه شامل کلیه خانوارهای روستایی مستقر در هر حوزه عمل ترویج است که از طریق بازدیدهای منظم مروجان کشاورزی، مورد تماس قرار می گیرند. مروجان کشاورزی در این نظام به هدایت مخاطبان روستایی خود در فعالیتهای زراعی و دامی موظف هستند. نیازهای علمی و فنی خود مروجان نیز از طریق ارتباط منسجم با گروه کارشناسان متخصص در زمینههای مختلف کشاورزی تأمین می شود (شهبازی، ۱۳۷۵، ۱۵۹-۱۶۰).

پیشنهادهای اصلاحی در مورد راهبردهای عملیاتی T&V به شرح زیر است:

1. training & visit (T & V)
2. Daniel Benor

- در عملیات ترویجی ملاحظات اقتصادی ای نظیر تحلیل هزینه- فایده در مورد فناوری برتر اعمال شود (Nok Jasval , 1986).

- به جای روش تماس با یک کشاورز، روش ملاقات گروهی اجرا شود؛

- تنظیم برنامه زمانی ملاقات مروجان بر اساس تقویم عملیات نمایشی در سطح مزرعه انجام گیرد؛

- از دانش‌آموختگان دانشگاهی به عنوان مروج سطح مزرعه استفاده شود، زیرا کشاورزان انتظار دارند مروجان از تواناییهای فنی بالایی برخوردار باشند.

این رهیافت نیز به دلایل سطح پوشش نسبتاً محدود، کمبود کارکنان متخصص و باتجربه و هزینه بالا برای کشورهای دارای جمعیت بهره‌بردار زیاد و کارکنان ناکافی قابل توصیه نیست.

رهیافت مشارکتی ترویج کشاورزی^۱

در سراسر جهان شواهد فراوانی وجود دارد که نشان می‌دهد هنگامی که روستاییان برای منافع خودشان سازمان می‌یابند، دستاوردهای فراوانی خواهند داشت. رهیافت مشارکتی ترویج کشاورزی از این اصل بهره می‌گیرد و بر مشارکت پر اهمیت کسانی تأکید دارد که باید از نظام ترویج کشاورزی تأثیر پذیرند. در بهترین حالت، این مشارکت شامل کارکنان تحقیقات کشاورزی و سازمانهای خدماتی و همچنین کشاورزان است. ترویج کشاورزی کاملاً مشارکتی، عموماً به طیف گسترده‌ای از موضوعات کشاورزی مربوط می‌شود که کانون توجه محلی خود را هنگام تغییر کردن مسائل روستا و یا به وجود آمدن نیازهای جدید تغییر می‌دهد (آکسین، ۱۳۷۰، ۸۰).

در این رهیافت شانس متناسب بودن طرحی خاص با نیازها و علایق کشاورزان زیاد است. مزیت دیگری که اغلب در سطوح بالای مشارکت یافت می‌شود، رابطه حمایتی متقابلی است که در بین مشارکت‌کنندگان پدید می‌آید. همچنین رهیافتهای بسیار مشارکت آمیز، عموماً کم هزینه است. این رهیافت موجب افزایش اعتماد، آگاهی و فعالیت در کشاورزان می‌شود و نیز نیروی انسانی و فنی ترویج را تأمین می‌کند (شهبازی، ۱۳۷۲، ۱۵۶).

1. participatory approach

...

یکی از محدودیتهای رهیافت یادشده از دید برخی دولتها نبود کنترل لازم از طرف دولت مرکزی در امور طرح است. گاهی اوقات این وزارت کشاورزی نیست که از آن خواسته می شود تا گروههای کشاورزان را سازماندهی کند، بلکه وزارتخانه های دیگری این دستور را دریافت می کنند. این امر ممکن است به رقابت و تداخل امور منجر شود (Axinn, 1988).

رهیافت پروژه ای

در این رهیافت فرض بر این است که دیوانسالاری عظیم دولتی، که در بعضی از دیگر رهیافتهای ترویج نیز وجود دارد، به احتمال بر تولیدات کشاورزی و بر مردم روستایی تأثیر چشمگیری نمی گذارد. بنابراین در موقعیتی خاص می توان طی دوره ای مشخص ضمن استفاده از منابع خارج از محیط روستا به اهداف مورد نظر دست یافت. در این رهیافت، در مرحله اجرا اعتبارات مالی و پشتیبانی ویژه ای برای حقوق و مزایای کارکنان، حمل و نقل و تجهیزات در نظر گرفته می شود. همچنین دریافت خدمات مشاوره ای در این رهیافت پیش بینی شده است (شهبازی، ۱۳۷۵). به منظور ایجاد امکانات و تسهیلات لازم برای جامعیت بخشیدن به طرح و توسعه آن و تأمین همکاری و هماهنگی در ارائه خدمات لازم برای توسعه با قبول این فرض که منابع تحقیقاتی تولید فناوری نوین و مناسب موجود هستند، دولتها و سازمانهای ذیربط به منظور تسهیل جریان انتقال و کاربرد کامل توصیه های ترویجی در قالب طرح جامع توسعه، مبادرت به تشکیل مراکز خدمات کشاورزی در قطبهای تولیدی کشاورزی می کنند. لذا وجود مراکز خدمات در روستاها و یا قطبهای تولیدی کشاورزی امکان دسترسی آسان مخاطبان را به اطلاعات بهنگام، منابع اعتباری و نهاده های با ارزش تولید فراهم می سازد (سو آن سون، ۱۳۷۰).

رہیافت تسہیم ہزینہ^۱

فرضیہ رہیافت مذکور این است کہ اگر بهره گیران ہربرنامہ آموزشی غیررسمی در تأمین بخشی از ہزینہ های آن سهمی بہ عہدہ داشتہ باشند احتمال تحقق آن برنامہ بیشتر خواہد بود. همچنین فرض می شود کہ مردم روستا بیش از آن محروم ہستند کہ توانایی تأمین تمام ہزینہ های یک برنامہ ترویجی را داشتہ باشند، بنابراین دولتہای مرکزی و منطقہ ای سهم بیشتری در تأمین ہزینہ ہا دارند. در این رہیافت ہزینہ های برنامہ ریزی و نظارت بر اجرای برنامہ های ترویجی، در قالب مشارکت طرفین در تقبل و تسہیم ہزینہ های مربوط، بین مردم و واحدہای دولتی و نہادہای منطقہ ای متصدی امور توسعہ و ترویج کشاورزی تقسیم می شود. این شیوہ عمل یکی از مطمئن ترین و متداولترین تمہیدات لازم برای جلب مشارکت مسئولانہ مردم در جریان برنامہ ریزی و نظارت بر اجرای برنامہ ہاست؛ زیرا سهامداران روستایی در این نظام در ازای ہزینہ هایی کہ برای برقراری و ادارہ امور ترویج منطقہ خود تقبل می کنند حق اظہار نظر و ارائه پیشنہاد را برای خود محفوظ می دانند (شہبازی، ۱۳۷۵).

رہیافت ترویج تعاونی^۱

ترویج تعاونی کہ در سال ۱۹۱۴ با استفادہ از قانون موریل بہ وجود آمد، با ہمکاری وزارت کشاورزی آمریکا ودانشگاہہای دولتی طراحی شد. این رہیافت بعدہا قوانین ایالتی، دولتہاوسازمانہای محلی را توانا ساخت تا در سطح شہرستانہا سومین ہمکار در تلاشہای آموزش غیر رسمی باشند. بنابراین، ترویج تعاونی واحد ہمکاری گستردہ ای است کہ از ساکنان محلی دانشگاہہای ایالتی دولتی وزارت کشاورزی آمریکا ودولتہای محلی تشکیل می شود. تمامی این گروہہا در برنامہ ریزی، تأمین اعتبار و اجرای برنامہ های ترویجی مشارکت دارند. ادارہ کردن ہمپوش و متمرکز، بعد اصلی نظام ترویج تعاونی است. همچنین رہیافت ترویج تعاونی یکی از اجزای نظام یکپارچہ توسعہ کشاورزی بہ شمار می آید؛ نظامی با کنش

1. cost sharing approach
2. cooperative extension approach

...

متقابل و از پایین به بالا که به دنبال همکاری کشاورزان برای تصمیم‌گیری‌های عمده ترویجی است و توصیه‌هایی را برای تمامی محصولات و دیگر فعالیتها ارائه می‌دهد. محدودیت عمده نظام ترویج تعاونی عبارت است از پیچیدگی و روابط در هم پیچیده آن و همچنین نیازمندی آن به مسئولیتها و مراجعی که مهارت کافی و میل به همکاری داشته باشند (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳).

رهیافت تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی (FSR/E)^۱

نظام تحقیق و ترویج مزرعه‌ای پس از پروژه‌های توسعه جامع روستایی در اوایل دهه ۱۹۷۰ و به دنبال مطرح شدن تفکرات سیستمیک، فعالیت خود را آغاز نمود (Waugh, Hildebrand & Andrew, 1989). این نظام بنا به تعریف شانر^۲ عبارت است از: رهیافتی در پژوهش و توسعه فناوری کشاورزی که تمامیت مزرعه را به عنوان نظام به حساب آورده و تمرکز دارد بر (۱) وابستگی بین اجزای نظام که تحت کنترل افراد خانوار زارع می‌باشد و (۲) چگونگی کنش متقابل بین این اجزا با سازه‌های فیزیکی، زیست‌شناختی و اجتماعی - اقتصادی (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳، ب، ۱۵۰).

رهیافت یادشده دو نقطه ضعف مشخص را در فرایند توسعه و انتقال فناوری مورد توجه جدی قرار می‌دهد: (۱) پیوند ضعیف بین تحقیق و ترویج (۲) توجه اندک تحقیق به نیازها و مسائل گروههای مختلف کشاورزان، بویژه تولیدکنندگانی که منابع محدود در اختیار دارند. این مسائل، که در متون ترویجی به طور مفصل و همه‌جانبه در باره آنها مطلب نوشته شده است، در اغلب نظامهای ملی ترویج رواج دارند و به عنوان عوامل بازدارنده‌ای در مقابل توسعه و جریان فناوری مناسب به سوی گروههای اصلی کشاورزان عمل می‌کنند (برنامه توسعه سازمان ملل، ۱۳۷۶، ۸۳-۸۷)

1. farming system research /extension
2. Shanner

رہیافت توسعه جامع روستایی^۱

در این رہیافت کلیه فعالیتهای توسعه ای از جمله کشاورزی، آموزش، بهداشت و غیره به صورت همه جانبه و مداوم در مکانهای خاص و در سطح روستاها جهت ایجاد بسترهای لازم برای توسعه متمرکز می شوند. دسترسی کافی به خدمات مخابراتی و ارتباطی در مناطق روستایی و دور افتاده کلید موفقیت این رہیافت است. ساختار یک ارتباط مؤثر در چنین مناطقی منجر به توسعه اقتصادی متوازن و از بین رفتن یا کاهش اختلافات زیاد بین مردم روستایی و شهری در زمینه شرایط زندگی، آموزش و دیگر خدمات اجتماعی خواهد شد (Spanol Francis, 1994) پیش فرض اصلی این رہیافت، قابلیت و استعداد فطری عامه روستاییان برای پذیرش مسئولیت و مشارکت فردی و جمعی در قالب نهادها و سازمانهاست (شهبازی، ۱۳۷۲، ۱۵۰-۱۵۲).

این رہیافت در تعدادی از کشورها از جمله کشورهای فرانسه، زبان آفریقایی به کار گرفته شده است. رہیافت یاد شده به رغم داشتن مزایای عمده ای همچون فراهم کردن مشارکت فعال مردم، بومی کردن دانش، دریافت بازخورد پیامها، همکاری دوجانبه نیروهای دولتی و مردم، به دلایلی مانند هزینه نسبتاً بالا، زمانبر بودن اجرای رہیافت و اجرای الگویی آن در مناطق محدود، کمتر در کشورهای جهان سوم و از جمله ایران به کار گرفته شده است. در همین ارتباط حتی یک نمونه کامل اجرایی از این رہیافت در سطح بسیار محدود وجود ندارد.

رہیافت دگرگونی فنی^۲

این رہیافت با به حداکثر رساندن پذیرش نوآوریها در صدد ایجاد نوعی واژگون سازی در نحوه ارائه خدمات ترویجی و تکنولوژیکی و شدت بخشی به ارائه و گسیل فناوری از بالا به پایین می باشد. پیش فرض اصلی این رہیافت اشاعه اطلاعات بدون تبعیض در جامعه روستایی، از بین بردن و کمرنگ کردن عامل اقتصادی و دسترسی یکسان افراد به فناوری

1. integrated rural development approach (IRD)

2. the technical change approach

...

است. در رهیافت یادشده کنترل و برنامه‌ریزی توسط دولت مرکزی و از بالا به پایین و اجرای برنامه‌های ترویجی نیز توسط مروجان دولتی و در راستای سیاستهای تعیین شده در مرکز صورت می‌پذیرد. در این رهیافت که در خارج از محیط روستا تعیین شده هیچ گونه بازخوردی از پیامها و برنامه‌های ابلاغ شده توسط مسئولان و دست‌اندرکاران مرتبط با مرکز دریافت نمی‌شود. در رهیافت مذکور تحقیق معمولاً غیر یکپارچه و ترویج یکپارچه و متمایل به R&D است (برتوس هاور کورت و نیلز رولینگ، ۱۳۶۸، ۱۴۸-۱۵۰)

رهیافت مشاوران خصوصی ترویج^۱

در کشورهای توسعه‌یافته صنعتی که در آنها تولید کشاورزی بسیار فنی و تجاری است، بسیاری از کشاورزان مشاوران خصوصی استخدام می‌کنند تا از خدمات فنی و تخصصی آنها برخوردار شوند. این مشاوران غالباً متخصصان موضوعی آموزش‌دیده و دارای معلومات بالایی هستند که قبلاً برای سازمانهای ترویج دولتی کار می‌کرده‌اند. البته قطع و یا کاهش بودجه در ترویج دولتی همراه با افزایش حقوق مشاوران خصوصی، در بسیاری از کشورهای صنعتی منجر به خصوصی شدن سریع نظامهای ترویجی شده است. مشاوران خصوصی مهارتهای فنی یا مدیریتی خود را به کشاورزان بزرگی می‌فروشند که قادر به پرداخت بهای این گونه خدمات هستند. فرایند خصوصی سازی ترویج به طور مؤثر منجر به تجاری شدن کامل کشاورزی خواهد شد. در این شرایط کشاورزان کوچک و متوسط که دیگر امکان دسترسی به خدمات ترویج دولتی را ندارند، سرانجام از صحنه تولید کشاورزی تجاری خارج خواهند شد. مشاوران خصوصی را می‌توان در برخی از کشورهای در حال توسعه، به ویژه در صنایع کشاورزی تخصصی شده مانند مرغداری و تولیدات باغی، مشاهده کرد. افراد یا شرکتهای خصوصی که در مقابل دریافت وجه، خدمات و مشاورتهای تخصصی و مدیریتی ارائه می‌کنند عموماً در زمینه محصولات نقدی یا صادراتی با ارزش، که به دست کشاورزان تجاری کشت می‌شوند، فعالیت می‌کنند (برنامه توسعه سازمان ملل ۱۳۷۶، ۶۷-۶۸)

1. private consultants approach

یافته های تحقیق

نزدیک به ۹۳ درصد پاسخگویان مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر داشته‌اند. میانگین سنی پاسخگویان حدود ۴۰ سال بوده است. حداقل، حداکثر و میانگین سابقه خدمت پاسخگویان به ترتیب ۴ سال، ۵۳ سال و حدود ۱۴ سال و حدود ۷۰ درصد آنها حداقل ۱۰ سال سابقه داشته‌اند. حدود دو سوم پاسخگویان در حال حاضر در وزارت جهاد کشاورزی مشغول به کارند و نزدیک به یک سوم آنان عضو هیئت علمی دانشگاه هستند و تنها ۳ درصد پاسخگویان هم اکنون در سازمانهای مذکور اشتغال ندارند. بیشتر پاسخگویان دارای پست هیئت علمی (۳۱ درصد) و پستهای کارشناس و کارشناس مسئول (۲۴ درصد) بوده‌اند.

اولویت بندی رهیافتهای ترویجی به کار گرفته شده در وزارت کشاورزی سابق

از نظر نوع رهیافتهای ترویجی مورد استفاده در وزارت کشاورزی سابق، اطلاعات حاصل از بررسی نظرات پاسخگویان (جدول ۱) نشان می‌دهد که رهیافت عمده و غالب به کار گرفته شده در وزارتخانه، رهیافت متعارف ترویج بوده است. اولویت سایر رهیافتهای ترتیب در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. میزان کاربرد رهیافتهای ترویجی در وزارت کشاورزی (میانگین از ۵)

میزان کاربرد			نام رهیافت
سطح بندی	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	
۱	۱/۰۸	۳/۹۲	متعارف ترویج
۲	۰/۶۴۲	۳/۳۱	تخصصی کالا
۳	۰/۹۹۸	۲/۷۸	دگرگونی فنی
۴	۱/۱۳۶	۲/۴۵	پروژه‌ای
۵	۱/۰۸۹	۲/۱۰	آموزش و دیدار (T&V)
۶	۰/۵۳۴	۱/۳۹	مشارکتی ترویج
۷	۰/۷۵۶	۱/۳۰	تسهیم هزینه
۸	۰/۷۲۱	۱/۰۱	توسعه جامع روستایی (IRD)
۹	۰/۸۵۱	۰/۹۸	مشاوران خصوصی
۱۰	۰/۸۸۶	۰/۹۸	تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی (FSR/E)
۱۱	۰/۷۲۲	۰/۶۶	ترویج تعاونی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

اولویت بندی رهیافتهای ترویجی به کار گرفته شده در وزارت جهاد سازندگی سابق

اطلاعات جدول ۲ نظرات پاسخگویان را در مورد میزان کاربرد رهیافتهای مختلف ترویجی در وزارت جهاد سازندگی سابق به ترتیب اولویت نشان می دهد. همان گونه که مشاهده می شود، به اعتقاد پاسخگویان، در این وزارتخانه عمدتاً رهیافتهای مشارکتی و متعارف ترویج مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول ۲. میزان کاربرد رهیافتهای ترویجی در وزارت جهاد سازندگی (میانگین از ۵)

میزان کاربرد			نوع رهیافت
سطح بندی	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	
۱	۰/۸۷	۳/۱۱	مشارکتی ترویج
۲	۰/۸۵۱	۲/۹۸	متعارف ترویج
۳	۰/۸۰۲	۲/۳۵	تخصصی کالا
۴	۰/۸۸۶	۲/۲۱	دگرگونی فنی
۵	۰/۹۱۷	۲/۰۹	توسعه جامع روستایی (IRD)
۶	۰/۹۲۶	۲	تسهیم هزینه
۷	۱/۰۳۷	۱/۹۱	آموزش و دیدار (T&V)
۸	۰/۸۹۴	۱/۸۹	پروژه ای
۹	۰/۸۹۲	۱	تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی (FSR/E)
۱۰	۰/۸۵۱	۰/۹۸	مشاوران خصوصی
۱۱	۰/۸۲۸	۰/۶۴	ترویج تعاونی

مأخذ: یافته های تحقیق

اولویت بندی رهیافتهای ترویجی به کار گرفته شده در وزارت جهاد کشاورزی کنونی

در خصوص رهیافتهای ترویجی مناسب برای استفاده در وزارت جهاد کشاورزی، بررسی نظرات پاسخگویان (جدول ۳) میزان کاربرد رهیافتهایی مانند رهیافت مشارکتی ترویج، رهیافت تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی و رهیافت توسعه جامع روستایی را بیشتر از سایر رهیافتهای نشان می دهد. در همین حال رهیافت ترویج تعاونی، رهیافت متعارف ترویج، رهیافت

دگرگونی فنی و رهیافت آموزش و دیدار از جمله رهیافتهایی است که پاسخگویان به میزان کمتری آنها را برای به کارگیری در وزارت جهاد کشاورزی مناسب دانسته اند. بدین ترتیب می توان به ضرورت تغییر و اصلاح رهیافتهای رایج و متداول در نظام ترویج کشاورزی کشور پی برد.

جدول ۳. میزان کاربرد رهیافتهای ترویجی در وزارت جهاد کشاورزی (میانگین از ۵)

قابلیت به کارگیری در جهاد کشاورزی			نوع رهیافت
رتبه بندی	انحراف معیار	میانگین رتبه ای	
۱	۰/۶۴۲	۴/۴۴	مشارکتی ترویج
۲	۰/۹۷۵	۴/۲۱	تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی (FSR/E)
۳	۰/۸۹۰	۴/۰۶	توسعه جامع روستایی (IRD)
۴	۰/۸۲۶	۳/۳۶	مشاوران خصوصی
۵	۱/۰۳۷	۳/۱۹	پروژه ای
۶	۱/۱۰۶	۳/۱۱	تخصصی کالا
۷	۰/۹۹۵	۳/۱۰	رهیافت تسهیم هزینه
۸	۱/۳۴۵	۲/۹۲	آموزش و دیدار (T&V)
۹	۱/۱۷۰	۲/۹۱	دگرگونی فنی
۱۰	۱/۳۰۴	۲/۵۴	متعارف ترویج
۱۱	۱/۳۹۲	۲/۴۵	ترویج تعاونی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

آزمونهای آماری و تحلیل استنباطی داده ها

در این مطالعه از آزمونهای مقایسه میانگین استفاده شد. از آنجا که حداقل یکی از متغیرهای تحقیق در هر فرضیه به منظور تفاهم سنجی بین پاسخگویان نسبت به متغیر میزان کاربرد رهیافتهای نظام ترویج در سه تشکیلات مقیاس رتبه ای سنجیده شده است، لذا برای مقایسه میانگین گروهها از آزمونهای یوی من وایت نی برای مقایسه دو گروه و کروسکال والیس برای مقایسه چند گروه استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمونهای فوق (جدول ۴) به شرح زیر است:

...

۱. در مورد رهیافت متعارف ترویج، بین میزان کاربرد این رهیافت در دو وزارتخانه کشاورزی سابق و جهاد سازندگی سابق با ۹۹ درصد اطمینان اختلاف وجود دارد و وزارت کشاورزی این رهیافت را بیشتر از وزارت جهاد سازندگی به کار گرفته است. همچنین بین میزان کاربرد این رهیافت در وزارتخانه های جهاد سازندگی و جهاد کشاورزی با ۹۵ درصد اطمینان و کشاورزی و جهاد کشاورزی با ۹۹ درصد اطمینان اختلاف وجود دارد. نکته در خور توجه اینکه میزان کاربرد این رهیافت در هر دو وزارتخانه پایین تر از میزان کاربرد آن در شرایط کنونی ارزیابی شده است.

۲. در مورد رهیافت تخصصی کالا، بین میزان کاربرد این رهیافت در دو وزارتخانه کشاورزی و جهاد سازندگی با ۹۹ درصد اطمینان تفاوت وجود دارد و این رهیافت نیز بیشتر در وزارت کشاورزی به کار گرفته شده است. همچنین بین میزان کاربرد این رهیافت در وزارتخانه های جهاد سازندگی و جهاد کشاورزی با ۹۹ درصد اطمینان تفاوت وجود دارد و لازم است وزارت جهاد کشاورزی بیش از وزارت جهاد سازندگی سابق این رهیافت را به کار ببرد. در ضمن بین میزان کاربرد این رهیافت در وزارتخانه های جهاد کشاورزی و کشاورزی تفاوت معنیداری مشاهده نشد.

۳. در به کارگیری رهیافت آموزش و دیدار تفاوتی بین دو وزارتخانه کشاورزی و جهاد سازندگی سابق مشاهده نشد. اما هر دو وزارتخانه با وضعیت مطلوب و قابلیت به کارگیری با ۹۹ درصد اطمینان فاصله دارند و لازم است در وزارت جدید بیشتر روی این رهیافت سرمایه گذاری شود.

۴. در به کارگیری رهیافت مشارکتی ترویج بین وزارتخانه های کشاورزی و جهاد سازندگی با ۹۹ درصد اطمینان تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر این رهیافت بیشتر در وزارت جهاد سازندگی سابق به کار گرفته شده است. ولی هر دو وزارتخانه سابق با وضعیت مطلوب نیز با ۹۹ درصد اطمینان فاصله دارند. این رهیافت با میانگین ۴/۴۴ از ۵ بالاترین امتیاز را جهت کاربرد در وزارت جهاد کشاورزی به دست آورده است. بنابراین با اولویت بالا در اجرای این رهیافت باید تلاش کرد.

۵. رهیافت پروژه ای را وزارت کشاورزی با ۹۵ درصد اطمینان بیشتر از وزارت جهاد سازندگی به کار گرفته است. ولی هر دو وزارتخانه با ۹۹ درصد اطمینان با وضعیت مطلوب فاصله دارند.

۶. رهیافت تسهیم هزینه را نظام ترویج وزارت جهاد سازندگی سابق با ۹۹ درصد اطمینان بیشتر از وزارت کشاورزی سابق به کار گرفته است. ولی هر دو وزارتخانه با ۹۹ درصد اطمینان با وضعیت مطلوب فاصله دارند.

۷. در به کارگیری رهیافت نهاد آموزشی تفاوتی بین نظام ترویج دو وزارتخانه کشاورزی و جهاد سازندگی سابق مشاهده نشده و هر دو وزارتخانه در حد کم از این رهیافت استفاده کرده اند، لذا این فرضیه رد می شود. در مورد میزان کاربرد این رهیافت نیز هر دو وزارتخانه سابق با وضعیت مطلوب فاصله دارند.

۸. رهیافتهای ترویج تعاونی، تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی و مشاوران خصوصی را هر دو وزارتخانه در حد کم و نسبتاً مشابه به کار گرفته اند و اختلافی بین آنها وجود ندارد، لذا با ۹۹ درصد اطمینان، ضرورت توجه و کاربرد بیشتر این رهیافتها پیشنهاد می شود.

۹. در به کارگیری رهیافت توسعه جامع روستایی هر دو وزارتخانه با یکدیگر و با وضعیت مطلوب، با ۹۹ درصد اطمینان، تفاوت دارند. این رهیافت را وزارت جهاد سازندگی بیش از وزارت کشاورزی به کار گرفته است.

۱۰. رهیافت دگرگونی فنی در وزارت کشاورزی بیش از وزارت جهاد سازندگی به کار گرفته شده است و این دو وزارتخانه با ۹۹ درصد اطمینان با هم تفاوت دارند. همچنین وزارت جهاد سازندگی در به کارگیری این رهیافت از وضعیت مطلوب، با ۹۹ درصد اطمینان، دارد اما وزارت کشاورزی تفاوت معنیداری با آن ندارد.

۱۱. بر اساس نتایج به دست آمده هیچ اختلاف معنیداری بین میزان کاربرد رهیافتهای یازده گانه ترویجی از دیدگاه پاسخگویان وجود ندارد. لذا پاسخگویان صرف نظر از جایگاه سازمانی خود، در ترسیم وضعیت مطلوب اتفاق نظر دارند. به عبارت دیگر، اولویت پیشنهادی سه گروه برای هر رهیافت با هم تطبیق دارد و اظهار نظرها متأثر از جایگاه سازمانی افراد نیست.

جدول ۴. مقایسه میانگین کاربرد رهیافتهای ترویجی درسه وزارتخانه

کشاورزی، جهادسازندگی و جهاد کشاورزی

ردیف	نام رهیافت	مقایسه	یومی ن وایت نی	Z	P
۱	متعارف ترویج	Z1,P1	۱۱۴۲/۵۰	-۴/۶۶۲	۰/۰۰۰
		W1,P1	۱۶۸۵/۵	-۲/۰۵۹	۰/۰۴۰
		W1,Z1	۹۱۸/۵۰۰	-۵/۷۱۶	۰/۰۰۰
۲	تخصصی کالا	Z1,P1	۹۹۰/۰۰۰	-۵/۴۶۳	۰/۰۰۰
		W1,P1	۱۲۶۳/۵	-۴/۱۰۵	۰/۰۰۰
۳	آموزش و دیدار	W1,Z1	۱۸۹۱/۰۰۰	-۱/۰۹۱	۰/۲۷۵
		Z1,P1	۱۹۲۲/۵	-۰/۹۰۸	۰/۳۶۴
		W1,P1	۱۲۶۰/۰۰۰	-۴/۰۶۶	۰/۰۰۰
۴	مشارکتی ترویج	W1,Z1	۱۴۴۰/۰۰۰	-۳/۲۱۴	۰/۰۰۱
		Z1,P1	۵۰۰/۵۰۰	-۷/۷۶۸	۰/۰۰۰
		W1,P1	۶۱۳/۸۰۰	-۷/۳۵۱	۰/۰۰۰
۵	پروژه ای	W1,Z1	۱۸/۵۰۰	-۱۰/۰۱۷	۰/۰۰۰
		Z1,P1	۱۶۶۵/۰۰۰	-۲/۱۳۷	۰/۰۳۳
		W1,P1	۷۹۰/۰۰۰	-۶/۴۱۵	۰/۰۰۰
۶	تسهیم هزینه	W1,Z1	۱۳۸۴/۰۰۰	-۳/۴۸۱	۰/۰۰۱
		Z1,P1	۱۳۸۴/۰۰۰	-۳/۵۵۶	۰/۰۰۰
		W1,P1	۸۶۳/۵	-۶/۱۲۳	۰/۰۰۰
۷	ترویج تعاونی	W1,Z1	۳۵۱/۰۰۰	-۸/۴۴۸	۰/۰۰۰
		Z1,P1	۱۹۹۲/۵	-۰/۶۳۶	۰/۵۲۵
		W1,P1	۵۸۳/۵	-۷/۳۳۹	۰/۰۰۰
۸	تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی	W1,Z1	۵۴۸/۵	-۷/۴۸۹	۰/۰۰۰
		Z1,P1	۲۰۸۸/۵	-۰/۱۱۸	۰/۹۰۶
		W1,P1	۸۰/۰۰۰	-۹/۶۳۴	۰/۰۰۰
۹	توسعه جامع روستایی	W1,Z1	۷۹/۵	-۹/۶۳۵	۰/۰۰۰
		Z1,P1	۱۰۰۴/۵	-۵/۳۵۵	۰/۰۰۰
		W1,P1	۴۱۶/۰۰۰	-۸/۰۶۱	۰/۰۰۰
۱۰	گرگونی فنی	W1,Z1	۸۱/۰۰۰	-۹/۶۱۳	۰/۰۰۰
		Z1,P1	۱۵۲۹/۵	-۲/۸۰۸	۰/۰۰۵
		W1,P1	۱۳۶۴/۰۰۰	-۳/۶۲۶	۰/۰۰۰
۱۱	مشاوران خصوصی	W1,Z1	۲۰۷۴/۰۰۰	-۰/۱۸۶	۰/۸۵۳
		Z1,P1	۲۰۸۷/۵۰۰	-۰/۱۲۳	۰/۹۰۲
		W1,P1	۲۴۶/۰۰۰	-۸/۹۶۱	۰/۰۰۰
		W1,Z1	۱۶۷/۵۰۰	-۹/۳۲۲	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته های تحقیق

تذکر: میزان کاربرد در وزارتخانه های جهاد کشاورزی، کشاورزی و جهاد سازندگی به ترتیب با W، Z و P نشان داده شده است.

نتیجه گیری و پیشنهاد

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که هیچ یک از وزارتخانه های کشاورزی و جهاد سازندگی سابق به طور رسمی و مشخص رهیافت یا رهیافتهایی را برای نظام ترویج وزارتخانه خود انتخاب و یا ابلاغ نکردند تا براساس آن، ساختار سازمانی یا نیروی انسانی و سایر شرایط و ملزومات جهت اجرای رهیافت فراهم شود و پس از اجرا نیز قابلیت ارزشیابی داشته باشد. اما جهتگیریهای کلان در قالب سیاستهای کوتاهمدت و میانمدت و اقدامات و عملکردهای چند دهه گذشته هر وزارتخانه را می توان با ویژگیهای هر رهیافت مقایسه و میزان تطبیق را ارزیابی کرد که در زیر به مهمترین نتایج اشاره می شود.

۱. براساس نتایج به دست آمده میزان کاربرد رهیافت مشارکتی ترویج در وزارت کشاورزی سابق بین خیلی کم تا کم و در وزارت جهاد سازندگی سابق تقریباً در حد متوسط ارزیابی شد. لذا ضرورت دارد این رهیافت در وزارت جهاد کشاورزی، به عنوان موفقترین رهیافت، در حد زیاد و خیلی زیاد به کار گرفته شود.

۲. بر اساس جدولهای ۱ تا ۴، میزان کاربرد رهیافت متعارف ترویج در وزارت کشاورزی نزدیک به زیاد، در وزارت جهادسازندگی نزدیک به متوسط و در وزارت جهاد کشاورزی بین کم تا متوسط ارزیابی شد. با توجه به نتایج فوق پیشنهاد می شود مسئولان نظام ترویج در وزارت جهاد کشاورزی نسبت به اصلاح روند گذشته و کاربرد محدود این رهیافت و استفاده بیشتر از رهیافتهایی که از دیدگاه متخصصان و بر پایه شرایط موجود کشور از اولویت و اهمیت بالایی برخوردارند، اهتمام نمایند.

۳. براساس نتایج به دست آمده از جدولهای ۱ تا ۴، میزان کاربرد رهیافت تخصصی کالا در وزارت کشاورزی در حد متوسط و در وزارت جهاد سازندگی بین کم تا متوسط ارزیابی شد. بنابراین پیشنهاد می شود این رهیافت در مناطقی استفاده شود که در آن کشت یک محصول کاملاً غالب است و یا آنکه با در نظر گرفتن سایر شرایط منطقه‌ای، ناحیه مورد نظر از پتانسیل بالایی برای تولید یک محصول برخوردار باشد.

...

۴. رهیافت آموزش و ملاقات نیز در دو وزارتخانه کشاورزی و جهاد سازندگی به میزان کم به کار گرفته شده است، لذا ضرورت دارد در وزارت جهاد کشاورزی کاربرد آن افزایش یابد. همچنین در وزارت کشاورزی سابق روی روشهای انفرادی و در وزارت جهاد سازندگی روی روشهای گروهی بیشتر تأکید شده است. لذا پیشنهاد می شود با برنامه ریزی دقیق در هر منطقه و توجه به امکانات، نیروی انسانی و سایر شرایط جهت به کار گیری مؤثر آموزشهای انفرادی و گروهی به صورت توأم اقدام شود. بدیهی است برای روستاییان دارای واحدهای تولیدی بزرگتر، روشهای انفرادی و برای تولیدکنندگان خرده پا روشهای گروهی توجیه پذیرتر است.

۵. نتایج تحقیق میزان کاربرد رهیافتهای مشاوران خصوصی و تسهیم هزینه را در دو وزارتخانه در حد خیلی کم تا کم و در وزارت جهاد کشاورزی در حد متوسط و کمی بالاتر نشان داد. لذا پیشنهاد می شود فعالیتهای بخش خصوصی ترویج به سمت واحدهای تولیدی بزرگ و پربازده سوق داده شود و حمایت ترویج دولتی از اکثریت روستاییان کم درآمد همانند گذشته ادامه داشته باشد.

۶. میزان کاربرد رهیافتهای دگرگونی فنی و ترویج تعاونی در هر دو وزارتخانه سابق و در وزارت جهاد کشاورزی پایین تر از متوسط ارزیابی شده است. لذا این رهیافتهای چندان مناسب شرایط کشورمان نیستند و یا در حال حاضر شرایط اجرای آنها وجود ندارد.

۷. با توجه به اینکه میزان کاربرد رهیافت مشارکتی ترویج، تحقیق و ترویج در نظامهای زراعی و توسعه جامع روستایی همگی در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی شده اند، لذا پیشنهاد می شود نظام ترویج جهاد کشاورزی با توجه به شرایط منطقه‌ای، تلفیقی از این سه رهیافت را به عنوان رهیافت اصلی و رهیافتهای کم کاربرد دیگر را به عنوان رهیافت کمکی انتخاب کند.

۸. جهت لحاظ کردن شرایط استانها و شهرستانها در میزان کاربرد رهیافتهای ترویجی پیشنهاد می شود کمیته ای تخصصی در هر استان با محوریت مشارکت مردم روستایی و بر اساس پتانسیلهای تولیدی منطقه‌ای تشکیل شود تا مناسبترین رهیافتهای را برای استان، شهرستان و

منطقه انتخاب کند و نیروی انسانی و ملزومات لازم را فراهم آورد. بدیهی است اجرای آزمایشی هر رهیافت به مدت ۲ سال و ارزشیابی آن می تواند به اصلاح فرایند فعالیت های ترویجی در راستای توسعه متوازن و پایدار روستایی کمک کند.

۹. نتیجه گیری کلی آنکه ترویج زمانی می تواند به هدف نهایی خود، که همانا توسعه کشاورزی روستایی است، نزدیک شود که فرد روستایی را محور توجه خود قرار دهد و توسعه انسانی را بر توسعه فیزیکی مقدم بداند. توسعه کشاورزی زمانی پایدار خواهد ماند که نیروی محرکه آن از درون جوامع روستایی نشأت گرفته باشد و این کار مستلزم به کارگیری دقیق رهیافت مشارکتی ترویج است.

منابع

۱. آکسین، جورج، اچ (۱۳۷۰ الف)، رهنمودی بر رهیافت های بدیل ترویج، ترجمه اسماعیل شهبازی، سازمان ترویج کشاورزی.
۲. آکسین، جورج، اچ (۱۳۷۰ ب)، رهنمودی بر رهیافت های بدیل ترویج، ترجمه علیرضا کاشانی و جواد میر، مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی وزارت جهاد سازندگی.
۳. برتوس، هاور کورت و نیلز رولینگ (۱۳۶۸)، ده مقاله درباره ترویج کشاورزی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
۴. برنامه توسعه سازمان ملل (UNDP) (۱۳۷۶)، ترویج کشاورزی، ترجمه سید محمود حسینی و محمد چیدری، دانشگاه زنجان.
۵. حسینی، سید محمود (۱۳۶۶)، نقدی بر رهیافت ترویج متعارفی در ایران، چهارمین کنفرانس روستا، رشد و توسعه، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
۶. روشندل، محسن (۱۳۷۵)، کاربرد مدل تصمیمگیری در انتخاب رهیافت های ترویجی در جهاد سازندگی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه امیر کبیر.
۷. زمانی پور، اسدالله (۱۳۷۳)، ترویج کشاورزی در فرایند توسعه، انتشارات دانشگاه بیرجند.

...

۸. سوان سون ، برتون (ویراستار) (۱۳۷۰)، مرجع ترویج کشاورزی ، ترجمه اسماعیل شهبازی و احمد حجاران، سازمان ترویج کشاورزی.
۹. شهبازی ، اسماعیل (۱۳۷۲)، توسعه و ترویج روستایی ، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. شهبازی ، اسماعیل (۱۳۷۵) ، توسعه و ترویج روستایی ، انتشارات دانشگاه تهران ، چاپ دوم با تجدید نظر .
۱۱. کرمی ، عزت الله و ابوطالب فنایی (۱۳۷۳)، بررسی نظریه پردازیهای ترویج ، جلد دوم ، معاونت ترویج و مشارکت مردمی.
۱۲. معاونت ترویج و مشارکت مردمی (۱۳۷۹)، مبانی نظری طراحی ساختار سازمانی ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی.
۱۳. منصور فر ، کریم (۱۳۷۵)، روشهای آماری در علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۱۴. ویلم زیپ و همکاران (۱۳۷۱) بررسی وضعیت کشاورزی ایران.
15. Axinn, George & H. Guide (1988), On alternative approaches, FAO.
16. Francis, Spanol (1994), Integrated rural development, Action Plan.
17. Nok, Jasval (1986), Training and visit system of agriculture extension, transfer of technology in T&V.
18. Uwe Jeans Nagel (1994), Alternative approaches to organizing extension, Berlin.
19. Waugh, R.K, Hildebrand, P.E & C.O Andrew (1989), Farming system research & extension, London.
-