

تعیین کارکرد سازمان‌ها در نظام ترویج تکثرگرا در راستای توسعه روستایی ایران

نسیم ایزدی^{۱*} و احمد یعقوبی فرانی^۲

تاریخ پذیرش: ۲۹ آذر ۱۳۹۵

تاریخ دریافت: ۲۳ فروردین ۱۳۹۵

چکیده

در چند دهه اخیر ضعف کارآمدی فعالیت‌های بخش دولتی و حضور کارگزاران جدید در عرصه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی منجر شد به اینکه نظام‌های ترویج کشاورزی به تنوع کارکردی و تکثرگرایی ساختاری جهت تسهیل مشارکت بخش‌های مختلف، اعم از دولتی، خصوصی و غیردولتی (مردم‌نهاد) روی کنند. هدف این مطالعه، تعیین کارکرد سازمان‌ها در نظام ترویج تکثرگرا در ایران است. این تحقیق به روش دلفی انجام شد. جامعه آماری این تحقیق را ۵۰ نفر از متخصصان و کارشناسان موضوعی تشکیل دادند. در روش دلفی از نمونه‌گیری استفاده نمی‌شود بلکه پانل کارشناسان براساس تخصص موضوعی و تجربه حرفه‌ای به صورت هدفمند انتخاب می‌شود. این تحقیق در سه مرحله انجام شد که چهارده سازمان و پنج دسته کارکرد توسط کارشناسان معرفی شدند. پس از حذف گویه‌هایی که کمتر از ۸۰ درصد نسبت به آنها توافق جامع وجود داشت، کارکردهای هر سازمان به دست آمد. نتایج این تحقیق نشان داد که در یک نظام ترویج تکثرگرا بصورت هم‌زمان مراکز تحقیقات، شرکت‌های خصوصی، مراکز ترویج جهاد کشاورزی و شرکت‌های تعاونی، برنامه‌های آموزشی و ترویجی برگزار می‌کنند که مخاطب براساس نیاز، سطح آگاهی کیفیت خدمات به یکی از این سازمان‌ها مراجعه می‌کند. در این سیستم فضای رقابتی باعث بهبود کیفیت خدمات می‌گردد.

کلمات کلیدی: ترویج کشاورزی دولتی، ترویج کشاورزی خصوصی، خدمات مشاوره‌ای و ترویجی، سازمان‌های مردم‌نهاد.

۱ - دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان.
۲ - استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان.
(* نویسنده مسئول: Izadi.nasim@yahoo.com)

مقدمه

بر اساس عقیده بونن (۱۹۹۰)، سه عامل مهم که در توسعه کشاورزی دخالت دارند، عبارت از فناوری جدید، کیفیت نیروی انسانی و تغییرات نهادی و سازمانی در جامعه هستند؛ در دیدگاه جدید، تأکید بر توسعه منابع انسانی در کشورهای در حال توسعه یک اصل محسوب می‌شود. نظریه سرمایه انسانی اساس نظر مستحکمی است که ضرورت ترویج کشاورزی را در بخش کشاورزی نشان می‌دهد. بر اساس این نظریه، منابع انسانی پایه اصلی ثروت ملت‌ها را تشکیل می‌دهد (اکرلی^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). مخاطبان ترویج در روستا عبارت‌اند از کشاورزان پیشرو، بزرگ مالکان، کشاورزان فقیر، کارگران کشاورزی، دامداران، زنان روستایی، جوانان روستایی و دلانان کشاورزی که هر کدام نیاز به مشاوره‌ای خاص خود دارند و در واقع سیستم ترویجی توانمند است که بتواند در مقابل همه آن‌ها پاسخ‌گو باشد. البته ترویج در قرن ۲۱ مخاطبان شهری نیز دارد (سوانسون و راجالاهتی، ۲۰۱۰). مخاطبان ترویج بر اساس سطح معلومات، روابط اجتماعی، طبقه اجتماعی، جنسیت، سیستم کشت و درآمد خود به سطوح متفاوت اطلاعات و تکنولوژی نیازمندند و ترویج باید ابتدا این تفاوت‌ها را مشخص کرده و مخاطبان خود را طبقه‌بندی نماید و با توانمندی خود به هر گروه اطلاعات و تکنولوژی مناسب ارائه کند (سوانسون و راجالاهتی، ۲۰۱۰). به‌طور کلی مواردی مثل یکپارچگی حقیقی ترویج با تحقیقات و اطمینان از مؤثر بودن یافته‌های جدید برای کشاورزان را می‌توان از ویژگی‌های اصلی ترویج قرن ۲۱ بیان کرد (کیم و کانگ^۲، ۲۰۰۹).

به باور جرج اکسین (۱۹۷۲) آموزش و ترویج کشاورزی نقش برجسته‌ای در توسعه کشاورزی دارد. ترویج یکی از مجامعی است که کارکنان دولتی و سازمان‌های مردم نهاد بصورت چهره به چهره با کشاورزان ملاقات می‌کنند تا تصمیماتی را جهت مدیریت منابع طبیعی اتخاذ نمایند. بنابراین می‌توان گفت ترویج سازمان یا مؤسسه‌ای است که از طریق آن کاهش فقر، پایداری محیط زیست، برابری جنسیتی و گاهی اهداف دموکراتیک به روش عملی و واقعی دنبال می‌گردد (سوانسون و راجالاهتی^۳، ۲۰۱۰). اثر بخشی یک نظام ترویج کشاورزی برای اشاعه فناوری‌ها به چهار عنصر اساسی وابسته است: نظام سیاسی تشویق‌گر کشاورزی، ساختار محیطی هدایت‌گر جریان اشاعه تکنولوژی، تقاضای پیوسته برای دانش و تکنولوژی جدید و بالاخره عرضه مؤثر و به هنگام دانش و تکنولوژی از سوی مراجع تحقیقاتی و سایر منابع و مراجع دخیل در این فرآیند (میلر^۴، ۲۰۰۶).

سوری و همکاران در تحقیق خود بیان کردند که مهم‌ترین مشکلات نظام ترویج کشاورزی ایران به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: منطبق نبودن تحقیقات با مشکلات و نیازهای روزمره کشاورزان، سطح پایین انگیزش و مسئولیت‌پذیری پرسنل ترویج، پایین بودن حقوق کارکنان ترویج، عدم تطبیق برنامه‌های درسی دانشکده‌های کشاورزی با نیاز روز، کمبود بودجه، مهاجرت جوانان روستایی به شهر و پراکندگی مزارع که پیشنهاد شد برای جبران این مشکلات ترویج کشاورزی به سمت تغییر در ساختار سازمانی خود و تغییر در محتواهای آموزشی پیش رود (سوری

1- Okorley

2- kim and kong

3- Swanson and Rajalahti

4- Miller

و همکاران، ۱۳۹۰). علاوه، بررسی دلایل شکست بسیاری از رهیافت‌های ترویجی ما را به سمت تغییر نگرش مدیریتی نسبت به ترویج می‌رساند (سوانسون و راجالاهتی، ۲۰۱۰).

پیچیدگی مزارع و تنوع کشاورزان فقیر یعنی که ترویج باید به پذیرش تکنولوژی مناسب شرایط توجه کند و در واقع با توجه به تنوع مخاطب، طیفی از تکنولوژی‌های مناسب را در اختیار داشته باشد که با توجه به شرایط آن‌ها را توصیه نماید. تضاد بین اهداف انقلاب سبز و خواسته کشاورزان و کشاورزی پایدار نیز دغدغه دیگر ترویج است که باید با توجه به آن شرایط محیط را تحلیل کرده و رویکرد مناسب اتخاذ کند (سوانسون و راجالاهتی، ۲۰۱۰).

سیستم ترویج دولتی نقش مهمی را در تقویت و بهبود رشد کشاورزی در طول انقلاب سبز به‌وسیله انتقال تکنولوژی و مدیریت مزارع از طریق اطلاعات داشت به‌طوری‌که اقتصاد و محیط کشاورزی به طرز چشمگیری در این دوران تغییر کرد. اما جهانی‌شدن و دسترسی به شبکه‌های ارتباطی باعث شده که کشاورزان نیاز به اطلاعات جدید پیدا کنند و گاه اطلاعات مروج یا سازمان ترویج پاسخگوی نیاز آنها نیست. بنابراین در حالی که کشاورزان در سطح ابتدایی وجود دارند، چنین مخاطبانی نیز برای ترویج موجود است لذا ترویج برای پاسخگویی به مخاطبان مختلف باید نظام تکثرگرا را پیشه کند که در آن متناسب با شرایط مخاطبین و نیاز آن‌ها به ارائه اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای پردازد (آدھیگورا و همکاران^۱، ۲۰۰۹). رشد کشاورزی چند کارکردی و خصوصی سازی فعالیت‌های ترویج کشاورزی باعث توجه به تکثرگرایی در ترویج جهت ایجاد تنوع در خدمات بر اساس گروه‌های مختلف مخاطبین شده است (کلرکس و پروکتور^۲، ۲۰۱۳). توسعه جهانی نیاز به ایجاد تغییراتی در سیستم ترویج ایجاد کرده از جمله خصوصی سازی و تکثرگرایی جهت جلب مشارکت مخاطبان و ارائه خدمات مناسب به گروه‌های مختلف مخاطب و این راهی به‌سوی توسعه پایدار کشاورزی است (کیوتشات^۳، ۲۰۱۱). تغییرات موجود در جهان از جمله تمرکز بر بلایای طبیعی، جهانی شدن، آزادسازی بازار، تمرکز زدایی، مشارکت مخاطبان، انقلاب فناوری اطلاعات، فقر روستایی و امنیت غذایی اصلاحات در سیستم ترویج کشاورزی را تقویت نموده و این سیستم را به سمت تکثرگرایی و تفکیک خدمات بر اساس مخاطبان و شرایط پیش برده است (شارما^۴، ۲۰۰۶).

ترویج کشاورزی در شرایط بحرانی قرار دارد، فعالیت و عملکرد سازمان‌های ترویج در تأمین معیشت کشاورزان فقیر ملالت‌انگیز است. خدمات ترویج دولتی نمی‌تواند تمام کارها را انجام دهد. شکست یک روش ثابت در شرایط متفاوت معمولاً قطعی است. همواره باید این سؤال را داشته باشد که به چه کسانی ارائه خدمات کند؟ و معیشت کسانی که به آن‌ها خدمات ارائه می‌کند چطور پایدار می‌شود؟ این سؤالات نگرش سنتی ترویج را از توجه به محصول به‌سوی انسان تغییر می‌دهد (موریس^۵، ۱۹۹۱).

ترویج باید به‌تواند بین محصول و انسان ارتباط برقرار کند و در عین حال سیاست‌های ملی مثل امنیت غذایی را در

1- Adhiguru et al
2- Klerkx and Proctor
3- Qteshat
4- Sharma
5- Moris

نظر بگیرد. توجه به افراد به جای محصول و ایجاد این ارتباط نیازمند تلاش و تغییر شرایط ترویج است. هم‌چنین لازم است بدانیم که چگونه کشاورزان و مأموران ترویج برای ایجاد یک معیشت پایدار بین گروه‌های مختلف با سازمان‌های دولتی، خصوصی و مردم‌نهاد در تعامل خواهند بود (اسکابر و کاستانیا^۱، ۲۰۰۱).

سیستم ترویج کشاورزی نیازمند دستیابی به مشارکت افراد و سازمان‌هاست که این هدف با تکثرگرایی و خصوصی‌سازی محقق می‌شود و مردم به این شکل از طریق سازمان‌های خود در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی مشارکت می‌کنند (عمر^۲ و همکاران، ۲۰۱۲).

یکی از مشکلات اصلی سازماندهی ترویج کشاورزی در کشورهای در حال توسعه، نبود قانون و چارچوب قانونی برنامه برای ارائه این خدمات است. ایجاد قانون و چارچوب یکی از روش‌های اولیه برای بهبود ترویج در کشورهای در حال توسعه است و نتایج نشان داد که ایجاد سیستم ترویج تکثرگرا می‌تواند روشی جهت بهبود خدمات ترویجی در کشورهای در حال توسعه باشد (هیمسکرت و دیویس^۳، ۲۰۱۲). علی‌رغم چنین شواهد روشن و تفاسیر مهمی، شرایط نهاد تخصصی ترویج کشاورزی در کشور نگران‌کننده است، البته این شرایط حاصل تصمیم‌های سال‌های اخیر نمی‌باشد. اما صرف نظر از دلایل آن، نکته مهم این است که ادامه چنین وضعی می‌تواند روند به‌کارگیری دانش فنی نوین را در میان بهره‌برداران بخش کشاورزی مختل کند و بخش کشاورزی را از ظرفیت‌های بالقوه ترویج کشاورزی بیش از پیش محروم سازد. برای دستیابی به توانمندی‌ها و اهداف نهاد ترویج و آموزش کشاورزی در بخش کشاورزی، لازم است اصلاحات ساختاری در حوزه ترویج کشاورزی و حتی در وزارت جهاد کشاورزی به عمل آید. همچنین شواهدی مبنی بر لزوم تغییر ساختار کنونی ترویج به سمت تکثرگرایی ارائه گردید. بنابراین هدف این مطالعه تعیین کارکرد سازمان‌ها در نظام ترویج تکثرگرا در ایران بیان شده است.

در گذشته تصور می‌شد که موفقیت ترویج یعنی گسترش تکنولوژی که در نتیجه آن هزینه‌های تولید کشاورزان کمتر شوند در حالی که ارزش محصولات افزایش یابد ولی این تصویر ساده متروک شده است. امروزه بین آنچه کشاورزان انجام می‌دهند با آنچه باید انجام دهند شکاف وجود دارد و ترویج باید این شکاف را کاهش دهد یا از بین ببرد. در گذشته تصور می‌شد که ترویج می‌داند که چه چیزی برای کشاورز خوب است در نتیجه باید کشاورز تکنولوژی را که ترویج می‌گوید، بپذیرد اما این نیز منسوخ شده زیرا در این دیدگاه شرایط محیطی و ویژگی‌های کشاورز نادیده گرفته می‌شد. در شرایط کنونی ترویج در مورد کشاورزان فقیر که معیشت آن‌ها به شدت تحت تأثیر استراتژی‌های پیرامونی و وضعیت آب و هواست، همواره با این مسئله روبروست که چگونه نیازهای متغیر و استراتژی‌های مورد نیاز گروه هدف را با تکنولوژی مناسب مدیریت کند؟

با توجه به اهمیت ترویج و آموزش کشاورزی در توسعه انسانی و تنوع مخاطبان آن و مرور ادبیات موضوع، می‌توان گفت که ترویج کشاورزی در ایران ابتدا دولتی بوده که ضعف‌هایی در ارائه خدمات به همه مخاطبان و سطح

1- Schaubert and Castania

2- Omar

3- Heemskerk and Davis

پوشش داشته و با صرف بودجه دولت و برنامه‌ریزی‌های بالا به پایین در ارائه خدمات و توسعه روستایی موفقیت چندانی کسب نکرد. پس از آن، ترویج به سمت خصوصی شدن و واگذاری فعالیت‌ها به بخش خصوصی پیش رفت. متأسفانه این رهیافت نیز به دلیل مشکلاتی نظیر خاص‌گرایی و توجه به بزرگ‌مالکان که توانایی پرداخت هزینه‌ها را داشتند، موفقیتی کسب نکرد. لذا در این مطالعه برای غلبه بر مشکلات گذشته در دو تجربه ترویج دولتی و خصوصی، تغییر به سمت ساختار ترویج تکثرگرا پیشنهاد شده است.

تعدیل ساختاری فرآیند پیچیده‌ای است که، اهداف بسیاری دنبال می‌کند، از جمله بهره‌برداری بهینه از منابع، جلب مشارکت مردم، کاهش هزینه‌ها، رفع محدودیت‌ها و موانع تولید و تجارت را می‌توان نام برد. در این فرآیند حجم تصدی‌گری دولت نیز کاهش می‌یابد. برنامه‌های تعدیل ساختاری فارغ از ملاحظات نظری، از یک سو مبتنی بر شرایط ویژه‌ی هر کشور بوده و از سوی دیگر متأثر از شرایط اقتصاد جهانی می‌باشد (علوی، ۱۳۸۱).

سیستم ترویج جمهوری تاجیکستان چنان که ردی^۱ (۲۰۱۲)، بیان کرده به دنبال ایجاد خدمات مشاوره‌ای ترویج تکثرگرا جهت رسیدن به اهداف خود در آینده که عبارت‌اند از: افزایش درآمد کشاورزان خرده‌پا، بهبود کیفیت و عملکرد محصولات کشاورزان تجاری، افزایش ظرفیت جوامع محلی و تأمین امنیت قشر آسیب‌پذیر زنان و جوانان و توسعه بازارها و زنجیره ارزش محصولات و در نهایت بهبود وضعیت کشاورزی پایدار می‌باشد (ردی، ۲۰۱۲).

در هند به ترویج تکثرگرا برای همکاری بخش خصوصی و دولتی جهت حل مشکلات افزایش جمعیت، امنیت غذایی و غیره توجه گردیده است (سینق و همکاران^۲، ۲۰۱۴).

در آمریکای لاتین ترویج تکثرگرا جهت دستیابی به اهداف متنوع مثل توسعه روستایی، انتقال تکنولوژی، افزایش بهره‌وری کشاورزی، امنیت غذایی و سازگاری با تغییرات اقلیمی ایجاد شده و به‌عنوان یک سیستم مشاوره‌ای پویای ترویج در حال اجراست (کلرکس^۳، ۲۰۱۶).

آلمان: (تمرکز زدایی) علاوه بر پرسنل ترویج دولتی، مشاورین خصوصی هم در قالب گروه‌های حرفه‌ای، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و واحدهای خصوصی به فعالیت مشغول هستند. کشاورزان به استفاده از خدمات مروچانی که از سوی انجمن کشاورزی آلمان گواهی دریافت کرده‌اند، سوق داده می‌شوند و کشاورزانی که فعالیت‌های یک‌سانی دارند اقدام به تشکیل گروه‌هایی برای حمایت از تکنسین‌های خصوصی نموده‌اند.

تونس: (حرکت به سمت تغییر) دولت در حال کم کردن خدمات حمایتی خود از بخش کشاورزی می‌باشد (رضایی، ۱۳۸۳).

استدلال نظام ترویج ایران برای پرداختن به تکثرگرایی بهره‌گیری هم‌افزایانه از ظرفیت کنش‌گران مختلف جهت

1- Reddy

2- Singh et al

3 - Klerkx

ارائه خدمات ترویجی است. تکثرگرایی نهادی موجب مشارکت کنش‌گران نهادی مختلف در فرآیند تأمین و عرضه خدمات ترویجی می‌شود که در صورت حمایت تسهیل‌گرانه و هماهنگ می‌تواند بسیار اثربخش‌تر و کارآمدتر از نظام ترویج دولتی باشد. نقش دولت در یک محیط نهادی ترویج تکثرگرا هماهنگ‌سازی فعالیت کنش‌گران مختلف و تسهیل همکاری‌های نهادی بین کارگزاران امر است. منظور از هماهنگی، مدیریت مشارکتی، بهبود روند تبادل اطلاعات و تسهیل‌گری، تدوین و اعمال قوانین و مقررات مناسب، نظارت هدایت‌گرانه، تسهیل خودگردانی نهادی در عرضه خدمات ترویجی، مدیریت کیفیت و تنظیم روابط بین کارگزاران جهت بهره‌گیری از حداکثر توان و ظرفیت آن‌ها است (حسینی و شریف‌زاده، ۱۳۸۷).

ترویج تکثرگرا، تفاوت ذاتی کشاورزان و سیاست‌های کشاورزی را تشخیص می‌دهد و نیازها و چالش‌ها در توسعه روستایی را با خدمات و رهیافت‌های مختلف هدایت می‌کند (هیمسکرت و دیویس، ۲۰۱۲). در ترویج تکثرگرا، بسیاری از انواع ارائه‌دهندگان خدمات مشاوره‌ای با انواع رهیافت‌ها در کنار هم وجود دارند که روستاییان با نیازهای متفاوت می‌توانند از خدمات، رهیافت‌ها و حمایت‌های متفاوت آن‌ها بهره بگیرند (هیمسکرت و دیویس، ۲۰۱۲). در ترویج تکثرگرا برنامه‌های ترویج از تأکید بر امور اداری و جلب رضایت کارکنان ترویج به سمت ایجاد یک رابطه قوی بین کشاورز و مروج و جلب رضایت هر دو پیش می‌رود (سوانسون و راجالاهتی، ۲۰۱۰).

هرچند تکثرگرایی در خدمات مشاوره‌ای آن را امکان‌پذیرتر می‌کند تا برای کاربران مختلف نتایج متفاوتی داشته باشد اما یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های تکثرگرایی این است که سازمان‌های مختلفی را که از نظر دیدگاه و تفکر متفاوت‌اند باهم هماهنگ سازد. هماهنگی و مدیریت خدمات ترویج تکثرگرا مبتنی بر یک برنامه برای توسعه فعالیت‌ها بوسیله بهره‌برداران متفاوت و ارائه‌دهندگان خدمات مختلف یک گزینه مناسب برای جوامع امروزی است (هیمسکرت و دیویس، ۲۰۱۲).

فایور و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در تحقیق خود بیان کردند: از آنجا که ترویج مسئول برقراری ارتباط، مشارکت و مشاوره است بنابراین سیستم ترویج تکثرگرا با ایجاد ارتباط مؤثر بین سازمان‌ها و عوامل اجرایی به بهبود مشارکت و در نتیجه اثربخشی مشاوره‌ها کمک می‌کند. آن‌ها چارچوبی جهت اجرای بهتر سیستم ترویج تکثرگرا پیشنهاد کردند.

در سیستم ترویج تکثرگرا مشارکت سازمان‌های مختلف باعث ارزش افزوده محصولات سیستم، تکامل فعالیت‌های سازمان‌های مربوطه، افزایش کارایی و بهره‌وری و تطبیق منابع با نیازها می‌گردد. در این سیستم مدیریت دانش و ارزیابی بازار به خوبی انجام می‌شود (بلام^۲، ۲۰۱۲).

بر اساس اهداف بلندمدت توسعه کشاورزی، این مطلب بسیار مهم است که در هر زمان تصمیم صحیحی گرفته شود که کدام سازمان (دولتی، خصوصی و یا مردم نهاد) جهت ارائه خدمات بهتر و دستیابی به اهداف مطلوب وارد عمل شود. به‌طور مثال بخش خصوصی سریع‌تر و با بهره‌وری بیشتر می‌تواند پروژه‌های خرد را اجرا کند اما بخش

1 - Faure et al

2 - Blum

دولتی در اجرای پروژه‌های عمرانی و عام‌المنفعه موفق‌تر عمل می‌کند. در بعضی جاها نیز لازم است که هر سه بخش با هم همکاری نزدیک و مستمر داشته باشند (ریورا و آلكس^۱، ۲۰۰۴).

اهداف و کارکردهای نظام ترویج تکثرگرا عبارت‌اند از:

- متنوع‌شدن عرضه خدمات ترویج
- شناسایی گروه‌های مختلف مخاطب و نیازهای متفاوت آن‌ها
- همکاری بین‌بخشی در ترویج بین نهادهای مختلف
- تنوع‌بخشی کارکردی و بازاریابی در نقش دولت
- تقویت تشکل‌های تولیدی به‌عنوان مؤلفه نظام ترویج تکثرگرا
- بهره‌گیری از فرصت هم‌افزایی و همکاری نهادی چندجانبه
- تنوع کارکردی ترویج کشاورزی در گستره نظام دانش و اطلاعات کشاورزی
- توانمندسازی کشاورزان در پرتو ترویج مشارکتی
- در نظر گرفتن شناسه‌های موقعیتی در روند تدوین و پیاده‌سازی راهبردهای ترویج کشاورزی از سوی دولت و سایر کنشگران
- در نظر گرفتن تفاوت‌های موقعیتی و عدم ارائه یک انگاره واحد و جهان‌شمول برای ساماندهی نظام ترویج (حسینی و شریف‌زاده، ۱۳۸۷).

مواد و روش‌ها

این تحقیق به روش دلفی انجام شده است. روش دلفی یکی از راه‌های کسب دانش گروهی به‌شمار می‌رود و فرآیندی دارای ساختار برای پیش‌بینی و کمک به تصمیم‌گیری در تحقیقات پیمایشی، جمع‌آوری اطلاعات و در نهایت اجماع گروهی است (کندی^۲، ۲۰۰۴). در حالی که اکثر پیمایش‌ها سعی در پاسخ به سؤال "چه هست" دارند، دلفی به سؤالات "چه می‌تواند/ چه باید باشد"، پاسخ می‌دهد (پوول^۳، ۲۰۰۳). از دلفی می‌توان برای گردآوری اطلاعات میدانی برای هر شرایط ویژه‌ای که اطلاعات در مورد موضوع کم است، استفاده کرد.

1 - Rivera and Alex

2 - Kennedy

3 - Powell

جامعه‌آماری این تحقیق شامل ۵۰ نفر متخصص موضوعی بوده است که از بین آن‌ها ۳۹ نفر در پاسخ دادن به پرسش‌ها همکاری نمودند. در واقع نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۷۸ درصد بوده است. پاسخ‌گویان را کارشناسان و متخصصان موضوعی تشکیل دادند.

لازم به ذکر است که در روش دلفی از نمونه‌گیری استفاده نمی‌شود بلکه جامعه آماری کارشناسان و متخصصان موضوعی هستند که به صورت هدفمند انتخاب می‌شوند. روش دلفی حداقل در دو مرحله انجام می‌شود که به گردآوری داده‌ها می‌پردازد. در این تحقیق در مرحله اول سؤال بازی با عنوان "چه نهادهایی در جهت ترویج تکثرگرا مؤثرند و چه فعالیت‌هایی در جهت ترویج تکثرگرا دارند؟" از پاسخگویان سؤال شد و از آن‌ها خواسته شد تا سازمان‌های مورد نظر خود و کارکردهای آن‌ها را لیست کنند. در مرحله دوم انجام تحقیق، بر اساس موارد گردآوری شده در مرحله اول و جمع‌بندی آن‌ها، سازمان‌ها و کارکردهای مهم و اساسی آن‌ها که اکثریت کارشناسان روی آن توافق نظر داشتند، شناسایی شد. در این مرحله از پاسخ‌گویان خواسته شد تا نظرات خود را در مورد هر یک از گویه‌ها در قالب طیف پنج قسمتی لیکرت (۱= کاملاً مخالفم، ۲= مخالفم، ۳= نظری ندارم، ۴= موافقم و ۵= کاملاً موافقم) به منظور اولویت‌بندی کارکردها، بیان نمایند. در مرحله سوم انجام تحقیق، توافق سنجی به منظور تعیین سطوح موافقت و مخالفت، نظر کارشناسان نسبت به هر کدام از کارکردهای مطرح شده در تحقیق انجام پذیرفت و در نهایت سازمان‌های مطرح شده توسط کارشناسان، در سه طبقه دولتی، خصوصی و مردم نهاد تقسیم‌بندی گردید و برای آن‌ها کارکردهایی بیان شد. البته مجموع کارکردهای موجود در هر طبقه پس از حذف مواردی که کمتر از ۸۰ درصد نسبت به آن‌ها توافق عمومی وجود داشت، به‌دست آمدند (روبرت و جیمز^۱، ۲۰۰۴). در این تحقیق به منظور مشخص نمودن کارکرد سازمان‌های مختلف در نظام ترویج تکثرگرا از آمار توصیفی (فراوانی، درصد و میانگین) استفاده گردید. ضمناً برای تأیید اعتبارپذیری پژوهش با استفاده از دو روش بررسی گردید: یکی از طریق تبادل نظر با متخصصان و دیگری بررسی موضوع از زوایای نظرات مختلف سه گروه متخصص (مثلت‌سازی^۲) بررسی گردید.

نتایج و بحث

هدف این تحقیق تعیین کارکرد سازمان‌ها در نظام ترویج تکثرگرا بود. در مرحله اول مطابق نظر ۳۹ کارشناس حاضر در تحقیق، که از بین ۵۰ نفر به پرسشنامه اولیه پاسخ داده بودند، تعدادی سازمان و کارکردهای آن‌ها شناسایی گردید (جدول ۱). همان‌طور که در جدول ۱ مشخص شده است، ۹۵ درصد کارشناسان (۳۷ نفر)، ادارات ترویج جهاد کشاورزی در سطح شهرستان را به‌عنوان یک سازمان مؤثر در نظام ترویج تکثرگرا معرفی کردند و کارکرد اصلی آن را برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی دانستند. هم‌چنین ۹۷ درصد کارشناسان (۳۸ نفر)، دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی را با کارکرد اصلی ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی به‌عنوان یک سازمان تأثیرگذار در ترویج تکثرگرا معرفی کرده‌اند.

1 - Roberts and James

2 - Triangulation

جدول ۱- سازمان‌ها و کارکردهای آن‌ها در سیستم ترویج تکثرگرا

درصد موارد	پاسخگویان		کارکرد	سازمان
	تعداد	درصد		
۹۴/۹	۷/۱	۳۷	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی	ادارات ترویج جهاد کشاورزی در سطح شهرستان
۱۷/۹	۱/۳	۷	برنامه‌ریزی	
۱۲/۸	۰/۹۶	۵	خرید تضمینی محصولات	مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان
۸۷/۲	۶/۵	۳۴	خدمات بازاریابی و بازاریابی محصولات	
۷۶/۹	۵/۷	۳۰	اجرای فعالیتهای حمایتی و مشاوره	شرکت‌های خصوصی خدمات فنی و مهندسی کشاورزی
۵۱/۳	۳/۸	۲۰	توزیع نهاده‌ها و خدمات پشتیبانی تولید	
۶۴/۱	۴/۸	۲۵	وظایف و کارکردهای آموزشی	بنگاه‌های تجاری و بازرگانی کشاورزی
۴۳/۶	۳/۲	۱۷	ارائه خدمات و نهاده مشاوره فنی	
۳۸/۵	۲/۸	۱۵	بازاررسانی محصولات	شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی و کشت و صنعت ها
۲۵/۶	۱/۹	۱۰	توزیع نهاده	
۱۷/۹	۱/۳	۷	هدایت و مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی	شرکت‌های تعاونی روستایی
۷/۷	۰/۵۷	۳	کشاورزی	
۶۱/۵	۴/۶	۲۴	خدمات بازاریابی	تشکل‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ التحصیلان و سازمان‌های کشاورزان)
۱۲/۸	۰/۹۶	۵	کنترل کیفیت در زنجیره ارزش	
۳۸/۵	۲/۸	۱۵	خدمات پشتیبانی تولید	دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی
۲۵/۶	۱/۹	۱۰	بازاریابی محصولات	
۲۰/۵	۱/۵	۸	نیازسنجی و ارائه نظرات مخاطبان	هنرستان‌های کشاورزی
۱۷/۹	۱/۳	۷	وظایف آموزشی و مشاوره‌ای	
۱۰/۲	۰/۷۶	۴	توزیع نهاده‌ها	مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی
۷/۷	۰/۵۷	۳	ارائه ماشین‌آلات	
۹۷/۴	۷/۳	۳۸	ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی	سازمان بسیج مهندسين کشاورزی
۳۳/۳	۲/۵	۱۳	وظایف و کارکردهای آموزشی	
۱۰/۲	۰/۷۶	۴	فرهنگ‌سازی	مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی
۴۳/۶	۳/۲	۱۷	آموزش	
۳۸/۵	۲/۸	۱۵	برگزاری دوره‌های حرفه‌آموزی	نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی
۱۲/۸	۰/۹۶	۵	فرهنگ‌سازی	
۱۵/۴	۱/۱	۶	بازاررسانی محصولات	سازمان بسیج مهندسين کشاورزی
۱۰/۲	۰/۷۶	۴	توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات	
۲/۵	۰/۱۹	۱	نیازسنجی و ارائه نظرات مخاطبان	مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی
۴۸/۷	۳/۶	۱۹	ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی	
۳۰/۷	۲/۳	۱۲	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی	سازمان بسیج مهندسين کشاورزی
۲۰/۵	۱/۵	۸	خدمات بازاریابی	
۲/۵	۰/۱۹	۱	وظایف پشتیبانی و ارائه خدمات ماشینی	مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی
۲۳	۱/۷	۹	سیاست‌گذاری	
۱۲/۸	۰/۹۶	۵	بازاریابی	نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی
۷/۷	۰/۵۷	۳	آموزش	
۵/۱	۰/۳۸	۲	ارائه مشاوره	سازمان بسیج مهندسين کشاورزی
۱۷/۹	۱/۳	۷	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی و مشاوره‌ای	
۱۰/۲	۰/۷۶	۴	بازاریابی	مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی
۲/۵	۰/۱۹	۱	مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی	
۶۹/۲	۵/۲	۲۷	خدمات بازاریابی محصولات	شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی
۵۱/۳	۳/۸	۲۰	ارائه خدمات فنی و نهاده	
۳۰/۷	۲/۳	۱۲	تأمین بودجه فعالیتهای ترویجی	جمع کل
۵/۱	۰/۳۸	۲	تعیین قیمت محصولات	
٪۱۳۳۴/۹	٪۱۰۰	۵۲۱		

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در مرحله دوم تحقیق از کارشناسان خواسته شده بود تا سطوح موافقت و مخالفت خود را نسبت به سازمان‌ها و کارکردهای معرفی شده آن‌ها توسط اعضاء در مرحله اول به‌عنوان نهادهای مؤثر در نظام ترویج تکثرگرا، بیان نمایند. نتایج این تجزیه و تحلیل مشخص نمود که از بین کارکردهای معرفی شده، میانگین پنج کارکرد کلی بیش از ۴ (=۴ موافق) عنوان شد که نشان از موافقت گروه کارشناسان نسبت به این موارد داشت (جدول ۲). این پنج دسته کارکرد عبارت‌اند از: ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی، برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی و حرفه‌آموزی، خدمات بازاریابی و بازاریابی محصولات، توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات و خدمات پشتیبانی تولید و هدایت و مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی. که بعضی از این کارکردها مثل خدمات مشاوره، دوره‌های آموزشی ترویجی و توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات و خدمات پشتیبانی را نظام ترویج دولتی از ابتدا در حوزه کار خود داشته و آن‌ها را اجرا کرده است اما دو کارکرد خدمات بازاریابی و بازاریابی محصولات و هدایت و مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی کمتر در این نظام مورد توجه قرار گرفته‌اند. حال آن‌که یکی از مشکلات عمده کشاورزان اکنون بازاریابی محصولات و حذف واسطه‌ها و دلالتان است که ترویج با تمرکز بر این کارکرد می‌تواند از کشاورزان حمایت نموده و به تعدیل قیمت محصولات در بازار کمک شایانی نماید. هم‌چنین با توجه به مشکلات زیست‌محیطی و حجم ضایعات بخش کشاورزی لازم است ترویج به حوزه هدایت و مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی وارد شود و بتواند علاوه بر افزایش کیفیت، کاهش ضایعات و کم کردن واسطه‌ها، تناسب بین عرضه و تقاضا ایجاد نموده و از کشاورزان و فعالیت‌های آن‌ها حمایت نماید و مانع هدر رفتن منابع شود. بنابراین بر اساس نظر سنجی‌های انجام شده در این دو مرحله چهارده سازمان و پنج دسته کارکرد استخراج گردید که در مرحله آخر درصد موافقت کارشناسان با انجام هر کارکرد توسط سازمان مربوطه در نظام ترویج تکثرگرا پرسیده شد.

در مرحله سوم به‌منظور تعیین درصد توافق هر کدام از اعضای گروه کارشناسی نسبت به کارکرد هر سازمان معرفی شده، دیدگاه کارشناسان نسبت به هر گویه به‌صورت امتیاز بین صفر تا پنج مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاکی از این بود که صد درصد اعضاء نسبت به این مطلب توافق نظر داشتند که توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات و خدمات پشتیبانی تولید از وظایف مرکز خدمات در سطح دهستان است اما این وظیفه را بنگاه‌های تجاری و بازرگانی کشاورزی هم به‌عنوان بخش خصوصی می‌توانند انجام دهند و مخاطبان نظام ترویج تکثرگرا (کشاورزان) با توجه به نیاز و امکانات خود یکی را انتخاب می‌کنند (جدول ۳).

در این تحقیق پس از حذف کارکردهایی که کمتر از ۸۰ درصد نسبت به آن‌ها توافق عمومی وجود داشت (روبرت و جیمز، ۲۰۰۴)، کارکردهای باقی‌مانده سازمان‌ها در نظام ترویج تکثرگرا مورد نظر سنجی قرار گرفتند و نتایج آن به شکل درصد در جدول سه گزارش گردید. در نهایت سازمان‌های موجود در نظام ترویج تکثرگرا، که در این مطالعه کارشناسان به آن‌ها اشاره کردند، در سه دسته سازمان‌های دولتی، خصوصی و مردم نهاد طبقه‌بندی گردیدند (جدول ۴). البته این طبقه‌بندی بر اساس ماهیت سازمان‌ها است و کارشناسان تحقیق نقشی در تعیین طبقات یا قراردادن سازمان‌ها در هر طبقه نداشته‌اند.

جدول ۲- رتبه‌بندی کارکردهای سازمان‌ها در سیستم ترویج تکثرگرا (n = ۳۹)

سازمان	کارکرد	میانگین*	انحراف معیار	ضریب تغییرات
ادارات ترویج جهاد کشاورزی در سطح شهرستان	برنامه‌ریزی	۳/۶	-۰/۴۹	۰/۱۳۶
	خرید تضمینی محصولات	۴/۲۵	-۰/۶۱	۰/۱۴۳
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی	۴/۸۱	-۰/۷۶	۰/۱۵۸
	اجرای فعالیتهای حمایتی و مشاوره خدمات	۴/۵۰	-۰/۴۸	۰/۰۹
	بازاریابی و بازرسانی محصولات	۴/۴۱	-۰/۴۰	۰/۱۰۶
	توزیع نهاده‌ها و خدمات پشتیبانی تولید	۴/۴۰	-۰/۵۴	۰/۱۲۲
شرکت‌های خصوصی خدمات فنی و مهندسی کشاورزی	ارائه خدمات و نهاده	۴/۷۱	-۰/۴۹	۰/۱۰۴
	مشاوره فنی	۴/۵۰	-۰/۴۸	۰/۱۰۶
	وظایف و کارکردهای آموزشی	۴/۷۹	-۰/۶۷	۰/۱۲۹
بنگاه‌های تجاری و بازرگانی کشاورزی	توزیع نهاده	۴/۷۴	-۰/۴۸	۰/۱۰۱
	مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی	۴/۷۲	-۰/۴۹	۰/۱۰۳
شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی و کشت و صنعت‌ها	بازاررسانی محصولات	۴/۷۵	-۰/۵۱	۰/۱۰۷
	خدمات بازاریابی	۴/۷۱	-۰/۵۵	۰/۱۱۶
	کنترل کیفیت در زنجیره ارزش	۴/۴۷	-۰/۶۵	۰/۱۴۵
	بازاریابی محصولات	۴/۴۱	-۰/۴۰	۰/۰۹
شرکت‌های تعاونی روستایی	خدمات پشتیبانی تولید	۴/۵۰	-۰/۵۱	۰/۱۱۳
	نیازسنجی و ارائه نظرات مخاطبان	۳/۷۳	-۰/۵۲	۰/۱۳۹
تشکل‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ التحصیلان و سازمان‌های کشاورزان)	وظایف آموزشی و مشاوره‌ای	۴/۴۰	-۰/۴۹	۰/۱۱۱
	توزیع نهاده‌ها	۴/۳۶	-۰/۶۵	۰/۱۳۹
	تصمیم‌گیری	۳/۳۲	-۰/۸۴	۰/۲۵۳
	وظایف و کارکردهای آموزشی	۴/۳۰	-۰/۴۸	۰/۱۱۱
دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی	ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی	۴/۳۱	-۰/۵۶	۰/۱۲۹
	فرهنگ‌سازی	۳/۶۳	-۰/۵۸	۰/۱۵۹
هنرستان‌های کشاورزی	آموزش	۴/۲۵	-۰/۵۴	۰/۱۲۷
	برگزاری دوره‌های حرفه‌آموزی	۴/۲۲	-۰/۶۱	۰/۱۴۴
دهیاری‌ها و شوراهای روستایی	فرهنگ‌سازی	۳/۴۰	-۰/۶۱	۰/۱۷۹
	توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات	۴/۳۰	-۰/۵۳	۰/۱۳۳
	بازاررسانی محصولات	۴/۳۶	-۰/۶۵	۰/۱۴۹
	نیازسنجی و ارائه نظرات مخاطبان	۳/۶۱	-۰/۵۵	۰/۱۵۲
سازمان بسیج مهندسین کشاورزی	ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی	۴/۶۸	-۰/۴۸	۰/۱۰۲
	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی	۴/۵۵	-۰/۵۷	۰/۱۲۵
	خدمات بازاریابی	۴/۳۹	-۰/۷۲	۰/۱۶۴
	وظایف پشتیبانی و ارائه خدمات ماشینی	۳/۷۸	-۰/۶۸	۰/۱۷۹
مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی	سیاست‌گذاری	۳/۸۶	-۰/۵۶	۰/۱۴۵
	آموزش	۴/۳۹	-۰/۶۷	۰/۱۵۲
	ارائه مشاوره	۳/۵۰	-۰/۶۸	۰/۱۹۴
	بازاریابی	۴/۲۹	-۰/۹۴	۰/۲۱۹
نظام‌مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی	۴/۲۲	-۰/۴۳	۰/۱۰۱
	بازاریابی	۴/۱۸	-۰/۵۶	۰/۱۳۳
	مشاوره‌ای	۴/۱۹	-۰/۷۵	۰/۱۷۸
شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی	مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی	۴/۱۴	-۰/۸۴	۰/۲۰۲
	خدمات بازاریابی محصولات	۴/۴۵	-۰/۷۲	۰/۱۶۱
	تأمین بودجه فعالیتهای ترویجی	۳/۴۰	-۰/۶۱	۰/۱۷۹
	ارائه خدمات فنی و نهاده	۴/۴۲	-۰/۸۱	۰/۱۸۳
	تعیین قیمت محصولات	۴/۱۶	-۰/۸۶	۰/۲۰۶

* ۱ = کاملاً مخالفم، ۲ = مخالفم، ۳ = نظری ندارم، ۴ = موافقم، ۵ = کاملاً موافقم.

جدول ۳- سطح موافقت پاسخ‌گویان با کارکردهای سازمان‌ها در سیستم ترویج تکثرگرا (درصد) (n = ۳۹)

نام سازمان	ارائه خدمات مشاوره فنی و مهندسی	برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی و حرفه‌آموزی	خدمات بازاریابی و بازررسانی محصولات	توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات و خدمات پشتیبانی تولید	هدایت و مدیریت زنجیره ارزش تولیدات کشاورزی
ادارات ترویج جهاد کشاورزی در سطح شهرستان	۶۸/۳	۹۷/۲	۷۵	۴۸/۳	۹۶/۲
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان شرکت‌های خصوصی	۸۹/۱	۷۸/۱	۸۷/۵	۱۰۰	۷۶/۳
خدمات فنی و مهندسی کشاورزی	۱۰۰	۹۰/۴	۷۰/۳	۹۳/۴	۳۸
بنگاه‌های تجاری و بازرگانی کشاورزی	۵۵/۱	۳۰	۹۵/۴	۱۰۰	۸۸/۳
شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی و کشت و صنعت‌ها	۴/۸	۲۰/۲	۹۳/۷	۱۰/۶	۸۴/۱
شرکت‌های تعاونی روستایی	۰	۰	۸۸/۹	۹۲/۹	۷۲/۵
تشکل‌های غیردولتی	۸۷/۳	۸۵/۱	۶۶/۹	۹۰	۴۰/۳
وسازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ التحصیلان و سازمان‌های کشاورزان)	۸۹/۱	۱۰۰	۷/۳	۰	۱۱/۶
دانشکده‌ها و مراکز آموزش - عالی کشاورزی	۸/۱	۹۴/۶	۰	۰	۰
هنرستان‌های کشاورزی	۰	۱۵/۶	۹۷/۱	۹۰/۲	۱۸/۲
دهیاری‌ها و شوراهای روستایی	۹۵/۲	۹۱/۴	۸۱/۸	۷/۹	۳۹/۲
سازمان بسیج مهندسين کشاورزی	۷۵/۸	۹۲/۷	۹۱/۵	۲۹/۱	۱۷/۱
مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی	۱۰۰	۸۴/۳	۹۶/۱	۱۹/۸	۸۳/۹
نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی	۶۷/۹	۵۲/۷	۱۰۰	۸۹/۸	۱۰۰
شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی					

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴- طبقه‌بندی سازمان‌ها در نظام ترویج تکثرگرا

طبقه‌بندی	سازمان
سازمان‌های دولتی	ادارات ترویج جهاد کشاورزی در سطح شهرستان
	مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان
	دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی
	هنرستان‌های کشاورزی
سازمان‌های خصوصی	دهیاری‌ها و شوراهای روستایی
	سازمان بسیج مهندسين کشاورزی
	مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی
	شرکت‌های خصوصی خدمات فنی و مهندسی کشاورزی
سازمان‌های مردم‌نهاد	بنگاه‌های تجاری و بازرگانی کشاورزی
	شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی و کشت و صنعت‌ها
	شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی
	نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی
	شرکت‌های تعاونی روستایی
	تشکل‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ‌التحصیلان و سازمان‌های کشاورزان)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

ترویج کشاورزی بخش دولتی در ده سال گذشته در بسیاری از کشورهای جهان اعم از کشورهای صنعتی و در حال توسعه از لحاظ محدودیت‌ها و مسائل مربوط به منابع مالی و تحت پوشش قرار نگرفتن اکثریت وسیعی از کشاورزان مورد انتقاد جدی محافل اقتصادی و سیاسی بوده و نقش آن به‌عنوان تنها متولی انتقال تکنولوژی کشاورزی زیر سؤال رفته است از جمله مشکلات آن محدودیت‌ها و ضعف نظام ترویج دولتی مثل ساختار و عملیات متمرکز از بالا به پایین و محدود بودن سطح پوشش خدمات ترویج دولتی، فشار مالی وارد بر دولت‌ها، تجاری شدن بخش کشاورزی در سطح بین‌المللی و عدم رضایت‌مندی از عملکرد ترویج دولتی است که در کشورهایی مثل ایران تغییر ساختار در سیستم ترویج را ضروری ساخته است (ایزدی و همکاران، ۱۳۸۹).

بنابراین یکی از راه‌های رفع این نواقص رویکرد ترویج به‌سوی نظام تکثرگرا است. منظور از نظام ترویج تکثرگرا با توجه به مرور مطالعات پیشین نظام ترویجی است که در آن تفاوت ذاتی کشاورزان و سیاست‌های کشاورزی تشخیص داده می‌شود و نیازها و چالش‌ها در توسعه روستایی با خدمات و رهیافت‌های مختلف هدایت می‌شود و در آن خدمات توسط سه گروه سازمان‌ها دولتی، خصوصی و مردم‌نهاد ارائه می‌گردد. در ترویج تکثرگرا به‌دلیل در نظر گرفتن تفاوت‌های فردی مخاطبان و ارائه خدمات مشاوره‌ای متناسب با نیاز افراد، در منابع صرفه‌جویی شده و بهره‌وری افزایش می‌یابد (مسنگان و همکاران^۱، ۲۰۱۶). در این تحقیق هدف اصلی تعیین کارکرد سازمان‌ها در نظام ترویج

تکثرگرا در ایران از دید کارشناسان بود که چهارده سازمان و پنج دسته کارکرد بر اساس نظر کارشناسان استخراج گردید. هدف اصلی نظام ترویج تکثرگرا این است که خدمات توسط سازمان‌های مختلف ارائه شود و کشاورز بر اساس شرایط و بودجه خود تصمیم بگیرد که از کدام سازمان خدمات دریافت کند. در این تحقیق نیز به‌طور مثال مشخص گردید که هم‌زمان مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان، شرکت‌های خصوصی خدمات فنی و مهندسی کشاورزی، تشکل‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ‌التحصیلان، سازمان‌های کشاورزان و نظام‌مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی)، دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی و سازمان بسیج مهندسیین کشاورزی می‌توانند خدمات مشاوره فنی و مهندسی ارائه کنند و مخاطبان نظام تکثرگرا بر اساس سطح آگاهی، نوع نیاز، میزان امکانات و بودجه خود و کیفیت ارائه خدمات هر سازمان تصمیم می‌گیرند که از کدام سازمان این خدمات را دریافت کنند. همچنین مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح شهرستان، شرکت‌های خصوصی خدمات فنی و مهندسی کشاورزی، تشکل‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ‌التحصیلان، سازمان‌های کشاورزان و نظام‌مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی)، دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی، هنرستان‌های کشاورزی، سازمان بسیج مهندسیین کشاورزی، مراکز و ایستگاه‌های تحقیقاتی جهاد کشاورزی می‌توانند دوره‌های آموزشی ترویجی و حرفه‌آموزی برگزار کنند ولی مخاطب نظام ترویج تکثرگرا با توجه به موضوع مورد علاقه و نیاز، سطح آموزشی لازم و امکانات خود و کیفیت آموزش سازمان‌ها در دوره‌های آموزشی یک یا چند سازمان شرکت می‌کند. در مورد توزیع نهاده‌ها، ماشین‌آلات و خدمات پشتیبانی تولید نیز مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان، شرکت‌های خصوصی خدمات فنی و مهندسی کشاورزی، بنگاه‌های تجاری و بازرگانی کشاورزی، شرکت‌های تعاونی روستایی، تشکل‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (تشکل فارغ‌التحصیلان و سازمان‌های کشاورزان)، دهیاری‌ها و شوراهای روستایی و شرکت‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی می‌توانند فعالیت کنند و به این شیوه کیفیت خدمات و نهاده‌ها و ماشین‌آلات ارتقاء یابد و مخاطبان به‌توانند در یک محیط متنوع و مطلوب سازمان مورد نظر خود را انتخاب کرده و نهاده‌ها و ماشین‌آلات را از آن‌جا تأمین کنند. در نظام ترویج تکثرگرا در صورت اجرای صحیح، وظایف دولت به‌عنوان تنها عرضه‌کننده خدمات کم می‌شود و در یک محیط رقابتی کیفیت خدمات بهبود می‌یابد ضمن این‌که بعضی از خدمات ماهیت انحصاری دارند و مثلاً سازمان‌های خصوصی در ارائه آن‌ها موفق‌تر عمل می‌کنند. در تأیید یافته‌ها باید گفت که سودی و مک نامارا (سودی و ام سی نامارا، ۲۰۱۴) در تحقیق خود بیان کردند که تکثرگرایی در سیستم ترویج با سازمان‌های مختلف، سرویس‌های متنوع و منابع و اهداف چندگانه همراه است که رهیافت‌های مختلف را به کار می‌گیرد تا مدیریت بهتری ارائه کند. همچنین در این تحقیق بر نقش سازمان‌های مردم‌نهاد، گروه‌های کشاورزان و تشکل‌ها تأکید شده و فواید بسیاری برای اجرای ترویج تکثرگرا بیان گردیده است.

در پایان با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌گردد: با توجه به کارکردهای مختلف برای سازمان‌ها، تمهیداتی ارائه گردد تا کیفیت کارکردها ارتقاء پیدا کند و نوعی رقابت بین سازمان‌ها ایجاد شود که در این حالت بهره‌برداران بتوانند انتخاب مناسبی داشته باشند، قوانین نظام ترویج در راستای تفویض اختیار و واگذاری وظایف جهت تقویت تکثرگرایی در این نظام اصلاح گردد، مردم جهت تشکیل سازمان‌های مردم‌نهاد و غیردولتی توانمند گردند زیرا تعداد

این سازمان‌ها در مقایسه با سازمان‌های دولتی بسیار محدود است، سازمان‌های دولتی فضایی مناسب برای فعالیت سازمان‌های خصوصی و مردم‌نهاد ایجاد کنند و آن‌ها را به‌عنوان رقیب خود ندانند و در جهت بهبود کیفیت فعالیت‌ها و هم‌افزایی از آن‌ها بهره‌مند گردند، با توجه به ظرفیت‌های هر سازمان در ارائه خدمات، سعی در استفاده حداکثری از فعالیت‌های آن سازمان در نظام توسعه گردد، در زمینه ایجاد نظام ترویج تکثرگرا آگاه‌سازی انجام شود تا بهره‌برداران در انتخاب سازمان‌ها موفق‌تر گردند، مردم نسبت به سازمان‌های مختلف و وظایف آن‌ها شناخت کافی پیدا کنند و شرح خدمات و کارکردهای سازمان‌ها جهت تصمیم‌گیری صحیح و انتخاب سازمان مناسب در اختیار بهره‌برداران قرار گیرد، سازمان‌ها گروه‌های مختلف مخاطبان و نیازهای آن‌ها را شناسایی و بر اساس آن به ارائه خدمات مناسب جهت توسعه بپردازند، با بهبود هماهنگی در نظام ترویج، سعی در توانمندسازی نهادها و بهبود کیفیت خدمات آن‌ها گردد و از مشارکت مردم در مراحل مختلف برنامه‌ریزی استفاده شود تا بتوان از نهایت همکاری آن‌ها بهره برد.

منابع

- ایزدی، ن.، عطائی، پ. و خطیر، ا. ۱۳۸۹. خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی، لزوم و محدودیت‌ها. همایش ملی کشاورزی در افق ۱۴۰۴، مهرماه ۱۳۸۹، رشت.
- حسینی، س. م. و شریف‌زاده، ا. ۱۳۸۷. سناریوهای بهسازی ترویج کشاورزی: در جستجوی یک پارادایم نوین. نشر آموزش کشاورزی: کرج، ۶۲۴ ص.
- سوری، س.، صدیقی، ح. و پزشکی‌راد، غ. ر. ۱۳۹۰. شناسایی مشکلات و محدودیت‌های فعالیت‌های نظام ترویج کشاورزی از دیدگاه کارشناسان ترویج کشاورزی (مطالعه موردی حوزه ستادی وزارت کشاورزی و مرکز استان قم). مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۳(۲): ۲۵۲-۲۴۱.
- علوی، س. ه. ۱۳۸۱. درجه‌بندی کشورهای جهان از لحاظ آزادی اقتصادی. اداره بررسی سیاست‌ها و اطلاعات اقتصادی وزارت امور خارجه، تهران.
- Adhiguru, P., Birthal, P.S. and Ganesh Kumar, B. 2009. Strengthening Pluralistic Agricultural Information Delivery Systems in India. *Agricultural Economics Research Review*, 22: 71-79.
- Blum, M. 2012. pluralistic extension systems - characteristics and considerations. Beijing. editor: FAO.
- Faure, G., Davis, K.E., Ragasa, C., Franzel, S. and Babu, S.C. 2016. Framework to Assess Performance and Impact of Pluralistic Agricultural Extension Systems. Report for International Food Policy Research Institute, 48 p.
- Heemskerk, W. and Davis, K. 2012. Pluralistic Extension Systems. Agricultural innovation systems: An investment. world Bank, 12 p.
- Kennedy, H.P. 2004. Enhancing Delphi Research: Methods and Results. *Journal of Advance*

- Nurses*, 45(5): 504 - 511.
- Kim, J., Kong, M. and Ju, D. 2009. Challenges in Public Agricultural Extension of Korea. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 16: 51-60.
- Klerkx, L. and Proctor, A. 2013. Beyond fragmentation and disconnect: Networks for knowledge exchange in the English land management advisory system. *Land Use Policy*, 30: 13– 24.
- Klerkx, L., Landini, F. and Santoyo cortes, H. 2016. Agricultural extension in Latin America: current dynamics of pluralistic advisory systems in heterogeneous contexts. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 22: 389-397.
- Masangano, C.H., Chiwasa, H., Kambewa, D.K., Kakwera, M., Chimombo, M., Matita, M. and Gausi, W. 2016. Making the demand driven extensions services systems work through decentralised structures: Prospects for the future extension service delivery in Malawi. *Agricultural extension and rural development*, 8(12): 240-249.
- Miller, D. 2006. Bulding anew Agricultural Research and extension system in Afghanistan: initial thoughts. USAID
- Moris, J. 1991. *Extension Alternatives in Tropical Africa*. Overseas Development Institute, London, 115 p.
- Okorley, E. L., Gray, D. and Reid, J. 2010. Towards A Cross-Sector Pluralistic Agricultural Extension System in A Decentralized Policy Context: A Ghanaian Case Study. *Journal of Sustainable Development in Africa*, 12: 1-10.
- Omar, J.A.E., Abu Bakar, A., Jais, H. and Shalloof , F.M. 2012. Study Of Role Of Agricultural Extension In The Dissemination Of Sustainable Agricultural Development. *International Journal Of Science And Nature*, 3(1): 12- 19.
- Powell, C. 2003. The Delphi technique: Myths and realities. *Journal of Advance Nurses*, 41(4): 376- 382.
- Qteshat, I. 2011. The agricultural extension services: a review of global experience. Report submitted to the ministry of agriculture.
- Reddy, M.N. 2012. Analysis And Recommendations For Creating A Pluralistic Agricultural Extension System In Tajikistan. Report of United States Agency for International Development (USAID), 50 p.
- Rivera, W. and Alex, G. 2004. The continuing role of government in pluralistic extension systems. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 11: 41–52.
- Roberts, T. and James, E. 2004. Characteristics of effective agriculture teachers. *Journal of agricultural education*, 45(4): 82-95.
- Schauber, A. C. and Castania, K. 2001. Facing issues of diversity: Rebirthing the Extension

Service. *Journal of Extension* [On-line], 39(6). Available at: <http://www.joe.org/joe/2001december/comm2.html>, Visited: 2003. 3.16.

Sharma, V. P. 2006. Enhancement of Extension Systems in Agriculture. Asian Productivity Organization, 178 p.

Singh, K.M., Meena, M.S., Swanson, B.E., Reddy, M.N. and Bahal, R. 2014. Indepth Study of the Pluralistic Agricultural Extension System in India. *Munich Personal RePEc Archive*, 166 p.

Suvedi, M. and MC Namara, P. 2014. Strengthening the Pluralistic Agricultural Extension System in Nepal. Report for U.S. Agency for International Development (USAID), 80 p.

Swanson, B. E. and Rajalahti, R. 2010. Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems. The World Bank, 187p.

Identification of the functions of organizations in a pluralistic extension system for Iran's rural development

Nasim Izadi^{1*} and Ahmad Yaghubi Farani²

Submitted: 11 April, 2016

Accepted: 19 December, 2016

Abstract

The weak performance of the public sector (in agricultural extension systems) in providing services in recent decades has led to the presence of new agents in the field of agricultural extension and rural development. The resulting functional diversity and pluralism structure including governmental, private and non-governmental results in the facilitation of the participation of actors in various subjects. The aim of this study is to determine the function of organizations in Iran as a pluralistic extension system. The study was conducted by Delphi. The population of the study were 50 subject experts. The Delphi method of sampling is not used here, but a panel of experts on the subject with expertise and professional experience should be chosen. This research was conducted in three stages. Fourteen organizations and five categories of functioning were introduced by the panel of experts. The function of each organization was identified after removing the items on which there was less than 80 percent overall agreement. The results showed that in a pluralist system the extension of an organization can provide a service in return for payment. Therefore, the audience turns to one of the organizations based on his/her needs and conditions and the choice of the quality of service. Usually, the competitive nature of this work provides for improvement of services.

Keywords: Government agricultural extension, Private agriculture extension, Advisory services and extension, NGO.

1 - Ph.D student in agricultural extension and education, Bu Ali Sina University, Hamedan

2 - Assistant Professor Agricultural Extension Education, Bu Ali Sina University, Hamedan

(*-Corresponding author E-mail: Izadi.nasim@yahoo.com)

DOI: 10.22048/rdsj.2017.51518.1531