

تحلیل راهبردی نظام ترویج به عنوان ابزار توسعه روستایی

پریوش مرادی^{۱*}، عنایت عباسی^۲ و مجیدرضا خداوردیان^۳

تاریخ دریافت: ۸ خرداد ۱۳۹۶

تاریخ پذیرش: ۲۹ بهمن ۱۳۹۶

چکیده

امروزه ترویج متأثر از تغییرات مستمری است که در شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضای جوامع روستایی یا همان توده‌های بهره‌بردار از منابع پایه تولید روی داده و می‌دهد؛ از مهم‌ترین انتقاداتی که به نظام ترویج کشاورزی وارد شده است، عدم توجه کافی به آینده و آماده نبودن برای مواجهه با این تغییرات است. هدف اصلی این تحقیق تحلیل راهبردی نظام ترویج کشاورزی ایران است. جامعه آماری ۱۶۹ نفر از کارشناسان و مدیران ترویج شش استان فارس، زنجان، تهران، کرمان، مازندران و کرمانشاه بوده که ۱۱۷ نفر بر اساس جدول کرجسی و مورگان به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه بوده و روایی آن به تأیید پانلی از متخصصان ترویج قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز در مرحله آزمون مقدماتی تعیین گردید و میزان آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه محاسبه گردید (۰/۹۲ - ۰/۷۵). روش تحقیق توصیفی و با عنایت به اهداف تحقیق مبتنی بر تحلیل راهبردی SWOT است. ابتدا با تحلیل محیط داخلی، فهرستی از نقاط قوت و ضعف نظام ترویج تهیه و سپس با واکاوی محیط بیرونی فهرستی از فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی گردید. برخی از راهبردهای حاصل از یافته‌های تحقیق شامل افزایش سهم اعتبارات خاص ترویج و آموزش کشاورزی در کشور؛ اصلاح ساختار، بازتعریف رسالت‌ها و بازنگری در اهداف ترویج و قانونی نمودن آن‌ها به منظور جلوگیری از تغییرات مداوم؛ ایجاد هماهنگی بیشتر بین دستگاه‌های اجرایی با فعالیتهای ترویجی؛ بازنگری در ارتباط تشکیلاتی بین صف و ستاد ترویج و استفاده از ظرفیت مراکز آموزشی و تحقیقی می‌باشد.

کلمات کلیدی: تحلیل SWOT، توسعه روستایی، نظام ترویج کشاورزی

۱- دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۲- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳- استادیار مؤسسه آموزش علمی کاربردی وزارت جهاد کشاورزی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول: moradiparivash@ymail.com

مقدمه

برای این که سازمان‌ها بتوانند در محیط پرقاب‌ت امروزی به بقای خود ادامه دهند، باید از عواملی که موجب شکست و موفقیت سازمان می‌شود، درک روشنی داشته باشند تا بتوانند به نتایج مطلوبی دست پیدا کنند. مطمئناً در جهان پر تحول کنونی، تنها سازمان‌هایی می‌توانند کارآ و مؤثر به فعالیت خود ادامه دهند که تحولات کوتاه‌مدت و بلندمدت را پیش‌بینی کنند و خود را برای چالش با آن‌ها و درخواست‌های متنوع ارباب‌رجوع آماده سازند (شاه‌ولی و همکاران، ۱۳۸۷). ترویج نیروی محرکه تمامی بخش‌های فعال در نظام کشاورزی محسوب می‌شود زیرا از یک‌سو با جامعه علمی کشاورزی و از سوی دیگر با بهره‌برداران ارتباط دارد و هر یک از این بخش‌ها برای اجرای صحیح برنامه‌های خود به این سازوکار ارتباطی نیاز دارند؛ لذا کارایی نظام‌های کشاورزی در گرو خدمات ترویج است (صبوری و همکاران، ۱۳۹۰).

امروزه ترویج متأثر از تغییرات مستمری است که در شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضای جوامع روستایی یا همان توده‌های بهره‌بردار از منابع پایه تولید روی داده و می‌دهد (شهبازی، ۱۳۹۲). هید و پرینسلی معتقدند از مهم‌ترین انتقاداتی که به ترویج کشاورزی وارد شده است، عدم توجه کافی به آینده و آماده نبودن برای مواجهه با تغییرات است. در بسیاری از کشورهای درحال توسعه، تلاش‌های متعدد برای انجام اصلاحات در نظام ترویج کشاورزی، به ظهور مدل‌های عمومی و خصوصی متنوع برای بودجه و اجرای خدمات ترویج منجر شده است؛ اما وعده‌های ترویج در توانایی برای غلبه بر موانع مربوط به بودجه، نیروی انسانی، تخصص و همچنین در انعطاف‌پذیری لازم به ارائه خدمات ترویجی تقاضامحور، چهارچوب ویژه و دانش‌محور همواره با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است (بیتزر و همکاران^۱، ۲۰۱۶). هر کشوری در ارائه خدمات ترویجی با مجموعه‌ای از چالش‌ها نظیر کمبود کارکنان بخش ترویج؛ منابع مالی محدود؛ ارتباط ضعیف ترویج با تحقیقات؛ عدم همکاری و هماهنگی بین تأمین‌کنندگان خدمات ترویجی؛ فقدان ظرفیت‌های کافی در میان کارکنان ترویج؛ و عدم حرفه‌ای‌گرایی^۲ در ترویج روبه‌رو است (یاداو و همکاران^۳، ۲۰۱۴).

اعضای جوامع روستایی به‌عنوان مخاطبان اصلی ترویج، با مسائل و مشکلات جدیدی مواجه هستند بر این مینا این سؤال مطرح است که آیا هنوز هم کانون توجهات نظام تشکیلاتی ترویج می‌باید افزایش سطح و کمیت تولید باشد؟ و یا وقت آن رسیده است که ارتقای کیفیات انسانی و افزایش میزان بهره‌وری تولیدکنندگان روستایی کانون توجهات نظام ترویج باشد (شهبازی، ۱۳۹۲).

در مفهوم جهانی ترویج کشاورزی با چالش‌های جدیدی درخصوص افزایش تقاضا برای غذا؛ کاهش سطح زیرکشت و موانع مالی در بخش عمومی مواجه شده است. لذا سازمان‌های بین‌المللی و آژانس‌های تأمین‌کننده منابع مالی به دولت‌های کشورهای در حال توسعه برای اصلاح و تغییر ساختارهای بخش عمومی، رهیافت‌های هدف-ویژه

1- Bitzer

2 - Professionalism

3 - Yadav

و نیاز- ویژه پیشنهاد می‌کنند. در حقیقت پارادایم گذار از عملکرد غیر اثربخش نظام ترویج عمومی به سمت خصوصی- سازی در سراسر جهان است (منگال و همکاران^۱، ۲۰۱۴).

توسعه روستایی نیاز به بازتعریف نقش‌های جدید، استراتژی‌ها، فن‌آوری‌ها و اولویت‌ها برای بهبود کیفیت خدمات ترویج در بین مردم روستایی دارد. انتظار می‌رود که روش‌های مدرن ترویج بتواند کیفیت خدمات ارائه شده در مناطق روستایی را بهبود بخشد (رامجئاتان و همکاران^۲، ۲۰۱۷). اصلاحات در ترویج کشاورزی نیازمند چشم‌انداز خط‌مشی، عزم و اراده و یک استراتژی قابل اجرا است. پاسخ به این سؤال که آیا کاملاً به بخش خصوصی واگذار شود؟ یا خصوصی‌سازی مؤسسه‌ها به شکل ترتیبات قراردادی با بخش خصوصی انجام شود، (از جمله سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، سازمان‌های تولیدکننده روستایی و گسترش شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای) یا ارتقای تأمین مالی ترویج، مستلزم تجزیه و تحلیل سیستماتیک و آماده‌سازی، تغییر تدریجی، هماهنگی و نظارت سیستم است (ریورا و قمر^۳، ۲۰۰۳).

در زمینه نقش ترویج در توسعه روستایی دو انگاره مطرح می‌شود: در انگاره قدیم، روستاییان بهره‌برداران توسعه هستند، در فرآیند توسعه مشارکت ندارند و راه‌حل‌های نسخه‌وار به آن‌ها توصیه می‌شود؛ آن‌ها به کارشناسان و متخصصان برای فناوری و به نیروهای ترویج برای آموزش و توصیه‌های لازم وابسته می‌شوند، به گونه‌ای که اعتماد به نفس، ظرفیت تصمیم‌گیری و مدیریت آن‌ها تحلیل می‌رود؛ اما در انگاره جدید، ترویج نقش بسیار حساسی را می‌پذیرد که با افزایش مشارکت روستاییان در تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی و اجرای آن‌ها همراه است. امروزه این دیدگاه که استحکام و موقعیت سازمان‌های دولتی از عواملی است که می‌توانند در ارائه برنامه، تأمین عدالت اجتماعی در جوامع روستایی و رفع تبعیض بین شهر و روستا با همکاری مردم مؤثر باشد، از سوی متخصصان توسعه پذیرفته شده است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۶). ارتقای اثربخشی نظام خدمات کشاورزی در گرو توجه به مشکلات روستاییان با شناسایی نقاط قوت ارائه خدمات در بخش‌های دولتی (مدیریت منابع طبیعی، مدیریت مزرعه، بازاریابی، آموزش رهبران محلی)، خصوصی (خدمات ماشین‌آلات، نهاده‌ها، مدیریت نظام زراعی و انتقال فناوری) و غیردولتی (سازماندهی جوامع، شکل‌های روستایی و برنامه کاهش فقر) است (معتد و همکاران، ۱۳۹۳).

نظام ترویج کشاورزی در کشور به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های توسعه روستایی طی سال‌های اخیر با مشکلاتی نظیر مسئله پرداخت هزینه‌ها، دستمزدها، کمبود امکانات، خدمات‌رسانی ناقص و وجود بوروکراسی افراطی روبه‌رو بوده است. در چنین شرایطی با گذشت زمان خدمات ارائه شده کاهش یافته و ترویج را بیشتر در خدمت کارکنان خود قرار داده تا ارباب‌رجوع روستایی. از طرفی، آموزش‌های موجود نیز در بلندمدت از کارایی چندانی برخوردار نبوده و محتوای آن‌ها به مسائل مهم کشاورزی، بازار کار، ارتقای آگاهی نسبت به اهمیت محیط زیست، پایداری منابع و ظهور فن‌آوری نوین در آینده توجهی ندارد (شیرزاد، ۱۳۸۵). پوشیده نیست که هدف اصلی نظام ترویج به‌عنوان موتور انتقال دانش، نوآوری

1 -Mengal

2- Ramjattan et al

3- Rivera and Qamar

و توسعه، حمایت از افراد روستایی در بهبود استانداردهای (کیفیت) زندگی از طریق رشد تولید محصولات کشاورزی و درآمد زراعی بوده و تحقق این هدف در گرو کارکردهای انتقال تکنولوژی، توسعه منابع انسانی و بهبود سرمایه اجتماعی است. با این حال با گذشت حدود شصت سال از آغاز فعالیت‌های رسمی نظام ترویج کشاورزی در کشور و با وجود فعالیت‌های فراوان و آثار تقریباً مثبت آن، امروزه بیش از هر زمان دیگر این نظام توانمندساز در حوزه علمی - اجرایی در معرض اظهارنظر، انتقاد، بحث و مجادله قرار گرفته است. در وضعیت فعلی، چالش‌ها و نارسایی‌هایی در ارکان نظام ترویج کشاورزی کشور (ختمی و چارچوب نظری، اهداف و کارکردها، کارگزاران، ساختار اداری و تشکیلاتی، گروه‌های هدف، تدوین برنامه‌های ترویجی، پیوند با تحقیقات، و بودجه و منابع مالی) وجود دارد (فعلی و همکاران، ۱۳۹۶). از منظر بسیاری از صاحب‌نظران مهم‌ترین زمینه‌های تحول ترویج، مشارکت و دخالت بیشتر روستاییان و کشاورزان در طراحی و اجرای برنامه‌های ترویجی؛ استفاده بیشتر از منابع جامع اطلاعاتی و دانش بومی؛ استفاده از مجراهای فناوری متنوع به منظور افزایش اثربخشی ترویج و ایجاد هماهنگی بین بخش دولتی و خصوصی می‌باشند (احمدوند و همکاران، ۱۳۸۴).

در دیدگاه نوین، ترویج روستایی می‌بایست بیش از کشاورزی، به مواردی چون بازشناسی درآمد بالقوه و اهمیت اقتصادی فعالیت‌های غیرکشاورزی داخل مزرعه، اکوتوریسم، صنایع روستایی و غیره توسعه یابد. شبکه ترویج چند-بخشی، رهیافت جامعی برای توسعه روستایی ارائه می‌دهد که این امر باعث ایجاد فعالیت‌های ترویج روستایی برای غیرکشاورزان مناطق روستایی می‌شود (ریورا و قمر، ۲۰۰۳). هرچند، سرعت تحولات در ایران نسبتاً کندتر از کشورهای پیشرفته است، ولی سازمان ترویج کشاورزی در کشورمان برای بقای خود نیاز دارد تا خود را با این تحولات تطبیق دهد. در چند سال اخیر، اقداماتی صورت گرفته ولی پاسخگوی تحولات محیط پیرامون سازمان نبوده است. برای این که ماهیت وجودی سازمان ترویج کشاورزی زیر سؤال نرود، باید تغییراتی اساسی در آن ایجاد شود (شاهولی و همکاران، ۱۳۸۷). خدمات‌رسانی بهتر نظام ترویج کشاورزی ایران مستلزم آن است که بتوان سیاست‌های این بخش را متناسب با تهدیدها و فرصت‌های آینده‌ای که محصول تغییرات مذکور هستند تدوین نمود (فعلی و همکاران، ۱۳۹۱). در این زمینه تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است که به‌طور مختصر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

میرزایی و همکاران (۱۳۸۶) در پژوهشی پیرامون ارزیابی نظام ترویج کشاورزی ایران، دریافتند کارگزاران ترویج در پیوند بین نظام ترویج و سایر مؤسسات و پیوند با سیاست‌گذاران بخش کشاورزی بسیار ضعیف عمل کرده‌اند. و بنا به عقیده اکثریت کارشناسان، نظام ترویج نیاز به بازنگری اساسی دارد. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که نظام ترویج به لحاظ پوشش خدمات ترویجی مخاطبان از جمله زنان و جوانان روستایی، تولیدکنندگان خرده‌پا و کشاورزان پیشرو وضعیت مناسبی دارد (میرزایی و همکاران، ۱۳۸۶). آقاسی‌زاده (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان تحلیل عوامل و الزامات نوین تجدید ساختار سازمانی ترویج کشاورزی ایران به این نتیجه دست یافت اقدامات تسهیل‌کننده ساختار سازمانی مطلوب برای ترویج در درجه اول به همسویی تحقیق - ترویج - اجراء بستگی دارد، هم‌چنین بهبود و اصلاح ترکیب و تعداد نیروی انسانی ترویج، هماهنگی و پیوستگی در اتخاذ تصمیمات مؤثر بر ترویج و تقویت جهت‌گیری ترویجی وزارتخانه بسیار اساسی می‌باشد؛ وی دریافت که راه‌حل اصلی برای برون‌رفت از چالش‌های ساختار

سازمانی ترویج کشاورزی ایران توجه به الزامات تحول در ترویج ایران می‌باشد. فعلی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی، نداشتن جایگاه قانونی ثابت و پایدار، نداشتن مهارت لازم در عرصه تبدیل یافته‌های نوین علمی و تحقیقاتی به پیام‌ها و توصیه‌های عملی و مؤثر ترویجی؛ ضعف در ساختار تشکیلاتی؛ نداشتن شبکه گسترده ترویجی با پوشش کافی برای مخاطبان؛ نبود زمینه ارتباط بین نهادهای تحقیقاتی، ترویجی و کشاورزان؛ ضعف در ارزشیابی و نظارت؛ و ضعف ارتباط‌های نظام‌مند و قواعد و فرهنگ همکاری را از جمله تنگناها و نارسایی‌های نظام ترویج کشاورزی در کشور عنوان کرده‌اند. محمدی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تحلیل نظام مدیریت دانش در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان با استفاده از روش SWOT» به تحلیل نظرات ۸۰ نفر از کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان پرداختند. نتایج به‌دست آمده از تحلیل SWOT، بیانگر غلبه ضعف‌های مرتبط با نظام مدیریت دانش بر قوت‌ها، همچنین غلبه تهدیدهای مؤثر بر نظام مدیریت دانش سازمان بر فرصت‌ها بود. به‌علاوه، یافته‌های حاصل از تشکیل ماتریس SWOT و تدوین استراتژی‌های تهاجمی، محافظه‌کارانه، تنوع و تدافعی، حاکی از آن است که استراتژی‌های تدافعی نسبت به سایر استراتژی‌ها، در اولویت قرار دارند (محمدی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۶).

اروس و همکاران^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی پیرامون ترویج کشاورزی و خدمات مشاوره‌ای در الجزایر به ارزیابی کمی و کیفی عملکرد خدمات ترویج کشاورزی با استفاده از تجزیه و تحلیل SWOT پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که استفاده از روش‌های نوین ارتباطی می‌تواند منابع اطلاعاتی کشاورزان را متنوع سازد و هماهنگی بهتر بین کنش-گران درگیر در تولید محصولات کشاورزی را تضمین نماید یافته‌های این تحقیق نشان داد نقاط قوت سیستم ترویج در الجزایر شامل: پشتیبانی از کشاورزان توسط سازمان‌ها و مؤسسات حرفه‌ای؛ ایجاد یک برنامه آموزشی برای کشاورزان جوان؛ ظهور مزارع مدرن با ذی‌نفعان علاقه‌مند در برنامه‌های ترویج و آموزش و نسل جدیدی از کشاورزان جوان، با انگیزه و خلاق است. نقاط ضعف شامل: وابستگی ضعیف کشاورزان به انجمن‌های حرفه‌ای و اتحادیه؛ فقدان خطمشی ارتباطی؛ عدم هم‌خوانی بین نیازهای اطلاعاتی کشاورزان و عرضه خدمات؛ دسترسی مشکل به دانش و اطلاعات کشاورزی؛ کهولت سن مدیران مزرعه؛ ناکافی بودن کارکنان شایسته و عدم توزیع یکنواخت آن‌ها؛ فقدان منابع مالی و مواد؛ فقدان ابزار برای بازیابی اطلاعات؛ و کندی پاسخ به اطلاعات درخواست شده از کشاورزان. از جمله فرصت‌های پیش رو شامل: انگیزه بالای کشاورزان جدید و جوان برای بهبود دانش خود؛ شمار بالای زیرساخت‌های تحت بهره‌برداری تحقیقات و ترویج کشاورزی؛ و منابع انسانی مجرب (متخصصین کشاورزی) برای اجرای پروژه‌های ترویجی؛ و همچنین تهدیدها: مشکلات کاربردی مختل‌کننده کشاورزی و توسعه روستایی؛ عدم ارتباط ترویجی اثربخش بین بخش کشاورزی و تحقیقات و از دست دادن اعتماد بین ذی‌نفعان روستایی و نهادهای مشاوره‌ای می‌باشد (اروس و همکاران، ۲۰۱۳).

یاداو و همکاران^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «نقش‌ها، راهبردها و ظرفیت‌ها برای تقویت ترویج کشاورزی و خدمات مشاوره‌ای در نپال» به بررسی نظام ترویج کشاورزی در هفت کشور جنوب آسیا (هندوستان، بنگلادش، باتن،

1- Arous et al

2- Yadav et al

مالدیو، نپال، پاکستان و سریلانکا) با هدف بازنگری در چشم‌انداز، رسالت، کارکردها، ارزش‌ها؛ و ساختار تشکیلاتی ترویج کشاورزی و خدمات مشاوره‌ای، پرداختند. از جمله راهبردهای پیشنهادی در این مطالعه عبارتند از:

الف) راهبردهای کوتاه‌مدت: ۱) ایجاد قطب یا مرکز فعالیت به‌وسیله شبکه ارتباطی بین علاقه‌مندان و افراد درگیر در تدارک ترویج و خدمات مشاوره (خط مشی/ اجرا/ تدریس/ تحقیق/ تعلیم) از طریق سازماندهی یک همایش در سطح ملی. ۲) توسعه یک کتاب راهنما (پایگاه داده آنلاین) از تأمین‌کنندگان ترویج و خدمات مشاوره‌ای در منطقه. ۳) ارتقاء ترویج و خدمات مشاوره‌ای از طریق سازماندهی برنامه‌های آموزشی و توسعه منابع آموزشی؛ به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات (تجارب خوب، وبلاگ‌ها، انتشارات، اطلاعات مربوط به آموزش، همایش‌ها و غیره) از طریق پورتال وب و رسانه اجتماعی.

ب) راهبردهای بلندمدت: ۱) مطالعات بازنگری و ارزیابی ظرفیت نیازها بر روی وضعیت ترویج در کشورهای عضو. ۲) آغاز مطالعات ارزشیابی بر روی ترویج. ۳) آغاز مطالعات موردی بر روی فعالیت‌های ابتکاری ترویج در کشورهای عضو. ۴) توسعه سازوکاری برای گواهی‌دارکردن تأمین‌کنندگان ترویجی به منظور حمایت حرفه‌ای از خدمات ترویجی. ۵) برگزاری همایش‌های سالانه کشور قطب. ۶) توسعه یک نظام‌نامه و به‌کارگیری رویه‌های استاندارد ترویج کشاورزی در جنوب آسیا^۱ (یادا و همکاران، ۲۰۱۴).

در تحقیقی که توسط اولادل و همکاران^۲ (۲۰۰۹) صورت گرفت، نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای ترویج کشاورزی در کشورهای منتخب آفریقای جنوبی از جمله مالاوی، زامبیا، سوازیلند، موزامبیک، لسوتو و بوتسوانا بررسی شد. این امر مبتنی بر نیاز به بهبود عملکرد و باز تقویت‌کننده نظام ترویج کشاورزی برای ارائه خدمات بهتر است. برخی از نقاط قوت عبارتند از کارهای توسعه برای بهبود مناطق روستایی، پوشش گسترده مردمی ترویج، و استفاده از کمیته‌ها برای ارتباط تحقیق و توسعه، دخالت سازمان‌های غیردولتی و بخش خصوصی و جایگاه مؤثر واحدهای ترویج دولتی؛ از سوی دیگر فرصت‌هایی که می‌تواند مورد بررسی قرار گیرند: تأمین‌کننده منابع مالی برنامه به‌خوبی طراحی شده، توسعه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشارکت بالای کشاورزان در برنامه‌ریزی ترویج، و پتانسیل اجرای برنامه‌های اثربخش است. تهدیدها برای سیستم‌های ترویجی عبارتند از: تلاش برای خدمات ترویج خصوصی، بازخورد ضعیف برای پژوهش و فرسایش تأمین‌کننده. توصیه می‌کند که باید توجه مناسب مدیران ترویج، و سیاست‌گذاران به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به منظور ارتقای نظام ترویج از ضروریات داشته باشند (اولادل و همکاران، ۲۰۰۹). نتایج تحقیق اولادل و ساکاگامی^۳ (۲۰۰۴) پیرامون تجزیه و تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان ترویج در برخی کشورهای آسیا و آفریقا از جمله ژاپن، چین، تایلند، نیجریه، ساحل عاج و غنا نشان داد که نقش‌های جدید و درحال ظهور از خدمات ترویج، نیاز به بهبود عملکرد و تجدیدنظر در موقعیت سازمان برای مقابله با چالش‌های آینده دارد. براساس یافته‌های این مطالعه برخی از نقاط قوت مورد مطالعه

1- Agricultural Extension in South Asia (AESAs)

2- Oladele

3- Oladele and Sakagami

عبارتند از: ارتباط قوی میان تحقیق، ترویج و کشاورزان؛ سازمان کامل از سطح ملی به سطح شهرستان؛ پوشش گسترده از جمعیت کشاورزی؛ و امکان سنجی بالا از طرح‌ها و برنامه‌ها است، درحالی‌که نقاط ضعف شامل استفاده محدود از روش‌های ترویجی جایگزین؛ همکاری و هماهنگی ناکافی با سازمان‌های دیگر؛ مقررات بروکراتیک بالا؛ و عدم تمرکز مالی ضعیف است. از سوی دیگر فرصت‌های شناخته شده شامل پتانسیل برای بهبود اثربخشی و بهره‌وری از طریق تحولات؛ ظهور تأمین‌کنندگان خصوصی خدمات ترویجی؛ و پتانسیل اجرای اثربخش برنامه‌ها است؛ همچنین نتایج نشان داد تهدیدهایی که این سازمان‌ها با آن مواجه هستند شامل: ساختار بیش از حد سخت و محکم؛ استفاده محدود از روش‌های ترویجی جایگزین؛ تعدد نقش‌های مشاوران ترویج و بودجه ناکافی برای خدمات ترویجی. در نهایت پیشنهاد می‌شود که مدیران ترویج و سیاست‌گذاران باید بر روی شناسایی نقاط قوت، ضعف، تمرکز، فرصت‌ها، و تهدیدها با نگاه به یک نظام ترویج در حال تحول، پایدار و اثربخش تمرکز نمایند (اولادل و ساکامی، ۲۰۰۴).

یافته‌های پژوهش اسپیسیز و همکاران^۱ (۲۰۱۲) با عنوان «تحلیل SWOT نظام ترویج کشاورزی در تایلند: یک مطالعه موردی از ناحیه مرکزی» با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و با استفاده از گروه کانونی و مصاحبه عمیق با ۱۰ نفر از کارکنان اجرایی ترویج نشان داد نقاط قوت و ضعف به پنج مقوله ساختار سازمانی؛ کارکنان؛ سیاست‌ها؛ منابع و سایر، تقسیم شدند؛ علاوه بر این فرصت‌ها و تهدیدها می‌تواند از چهار جنبه مورد توجه قرار گیرد: سیاسی؛ تکنولوژی پیشرفته؛ کشاورزی رقابتی؛ و تغییرات آب و هوایی. لذا استراتژی‌ها برای توسعه نظام ترویج کشاورزی با استفاده از ماتریس SWOT عبارتند از: (۱) به‌کارگیری ترویج مشارکتی برای توسعه کشاورزی. (۲) استفاده از فنون ترویجی برای ارائه اطلاعات. (۳) سیاست‌گذاری از طریق مشارکت. (۴) استفاده از تکنولوژی و سیستم‌های پایگاه داده برای کاهش نیروی انسانی در جمع‌آوری داده‌ها؛ از سازمان‌های محلی یا داوطلب برای تهیه اطلاعات پایه. (۵) تعدیل، توازن و کاهش فرایند کار به‌منظور تسریع در روند کارها. (۶) شناسایی شاخص‌های کاری و تشریح کردن آن‌ها برای کشاورزان (اسپیسیز و همکاران، ۲۰۱۲). ال‌انگ^۲ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «آوردن ذی‌نفعان در دستور کار اصلاح ترویج کشاورزی: تجزیه و تحلیل مشارکتی خدمات ترویج کشاورزی» با استفاده از تحلیل SWOT دریافتند که نقاط قوت شامل: سطح بالای کارکنان تعلیم دیده؛ فناوری اطلاعات؛ سازمان‌های کشاورزان قوی؛ همکاری منطقه‌ای؛ برنامه جوانان؛ مدل بخش عمومی؛ ساختار غیرمتمرکز؛ مدارس مزرعه‌ای کشاورزان؛ کالامحوری؛ برنامه‌های تشویق کشاورز و متخصصین موضوعی، نقاط ضعف عبارتند از: بودجه ناکافی؛ سیاست‌های ضعیف کشاورزی؛ انگیزه ضعیف؛ زیرساخت ضعیف؛ تعلیم و آموزش غیرمتمرکز؛ موانع کار میدانی؛ ارتباطات ضعیف و کندی زمان در اجرا؛ پرسنل ناکافی؛ دسترسی ضعیف به جاده؛ ارتباط ضعیف تحقیق، ترویج؛ انگیزه پایین کشاورز؛ تکنولوژی ضعیف؛ هزینه بالای آموزش پیشرفته. فرصت‌ها: برنامه‌های جوانان؛ استفاده از IT برای پیوند مراکز دانش روستایی و منطقه‌ای؛ ظرفیت-سازی برای سازمان‌های کشاورزان؛ آموزش؛ همکاری منطقه‌ای؛ تمرکز بر کالای غیرستنی؛ بیمه محصولات؛ مخاطبین جدید، شامل همکاری بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی؛ گسترش مدرسه، مزرعه، کشاورز^۳؛ و

1- Species et al

2- Alonge

3- Farmer Field School

از جمله تهدیدهای پیش رو شامل: فقدان کارکنان برای بخش خصوصی؛ کاهش مخاطبان پایه؛ اولویت پایین دولت برای کشاورزی؛ آفات و بیماری‌ها؛ شرکت‌های شیمیایی؛ پیری کارکنان ترویج؛ جهانی شدن و تجارت آزاد؛ برنامه ضعیف برای تقویت سازمان‌های کشاورزان؛ و عدم علاقه جوانان به کشاورزی می‌باشد.

در شرایط کنونی نظام ترویج کشاورزی در کشور با مسائل پیچیده‌ای روبه‌رو است. یکی از اقداماتی که به‌منظور احیاء و تجدید ساختار در نظام ترویج ایران صورت گرفته، طرح نظام نوین ترویج کشاورزی در کشور است. به‌رغم تلاش‌های گسترده‌ای که در طول سالیان گذشته برای توسعه و نوسازی نظام ترویج صورت گرفته، توفیق چندانی حاصل نشده است. در حال حاضر رویکرد نظام نوین ترویج که حاصل مطالعات و مشارکت بخش‌های اجرایی و دانشگاهی است برای برون رفت از چالش‌های مربوطه و بنا به پیشنهاد معاونت ترویج سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج به منظور افزایش ضریب پوشش فعالیت‌های ترویجی و توسعه دانش فنی در واحدهای تولیدی بخش کشاورزی طرح و در شهریور سال ۱۳۹۴ ابلاغ شده است. نظام نوین ترویج مجموعه‌ای از سازوکارهای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، اجرایی و نظارتی است که مهم‌ترین مأموریت آن عبارت است از: ظرفیت‌سازی و نهادسازی؛ تسهیل فرایند نوآوری و انتقال فن‌آوری؛ توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی و تکثیرگرایی و به‌کارگیری همه ظرفیت‌های کنشگران ترویج است و بر مبنای اسناد توسعه‌ای این نوسازی مستلزم حرکت به سوی انسجام سازمانی و کار مشارکتی است (اسدالله‌پور و نظری، ۱۳۹۴).

با توجه مطالب بیان شده هدف کلی این تحقیق تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فرا روی نظام ترویج کشاورزی ایران می‌باشد. به‌منظور دستیابی به هدف فوق اهداف اختصاصی زیر مدنظر است:

تبیین نقاط قوت و ضعف داخلی در نظام ترویج کشاورزی ایران؛

تبیین فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی نظام ترویج کشاورزی ایران؛

ارائه راهبردهای مناسب برای بهبود ساختار تشکیلاتی نظام ترویج کشاورزی در ایران.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر که با هدف شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فرا روی نظام ترویج کشاورزی ایران انجام شده است، از جمله تحقیقات کاربردی است. روش تحقیق توصیفی و با عنایت به اهداف تحقیق مبتنی بر تحلیل راهبردی SWOT است. تکنیک SWOT به لحاظ سادگی و کاربردی بودن آن، به‌طور وسیعی در حوزه‌های مختلف مورد استفاده محققان قرار گرفته است در این تحلیل پس از شناسایی عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها)، عوامل کلیدی از عوامل غیرکلیدی تمیز داده می‌شود. در این مرحله از تلاقی هر یک از عوامل، استراتژی‌های مورد نظر حاصل می‌شود (دیوید، ۲۰۱۱).

در تحقیق حاضر برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۱۲۳ سؤال (نقاط قوت ۲۹ سؤال، نقاط ضعف ۴۲ سؤال، فرصت‌ها ۲۲ سؤال و تهدیدها ۳۰ سؤال در قالب طیف لیکرت پنج‌قسمتی) استفاده شد؛ روایی ابزار به تأیید پانلی از متخصصان ترویج قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز در مرحله آزمون مقدماتی تعیین گردید. بدین منظور تعداد ۱۹ نفر از کارشناسان پرسشنامه‌های تحقیق را تکمیل و میزان آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه محاسبه گردید (جدول ۱).

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ بخش‌های مختلف پرسشنامه

نام متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
نقاط قوت	۰/۹۵۲
نقاط ضعف	۰/۷۵۱
فرصت‌ها	۰/۹۲۳
تهدیدها	۰/۹۲۷

ابتدا با تحلیل محیط داخلی، فهرستی از نقاط قوت و ضعف سازمان ترویج تهیه و سپس با واکاوی محیط بیرونی فهرستی از فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی گردید. سپس با نظرخواهی از کارشناسان عوامل وزن‌دهی شده‌اند. داده‌ها در دو مرحله گردآوری شد. در مرحله اول برای محاسبه اهمیت نسبی هر کدام از گویه‌های مربوط به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از نقطه‌نظرات ۱۹ نفر از کارشناسان ارشد و مدیران ستادی وزارت جهاد کشاورزی بهره گرفته شد.

لازم به ذکر است که مبنای طراحی سؤالات پرسشنامه بررسی ادبیات نظری و پیشینه تجربی تحقیق و هم‌چنین برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای کارشناسان در طی چندین مرحله در استان‌ها بود. برای محاسبه اهمیت نسبی هر گویه، ابتدا میانگین هر یک از گویه‌های مربوط به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها محاسبه گردید. سپس تمام میانگین‌ها با هم جمع و بر تعداد آن‌ها تقسیم تا یک میانگین کل حاصل شود. با تقسیم میانگین هر گویه بر میانگین کل اهمیت نسبی هر گویه به دست آمد. بنا بر آئین‌نامه‌های داخلی وزارت جهاد کشاورزی، استان‌های کشور بر حسب عوامل همجواری، محل جغرافیایی و سایر اشتراکات به مناطق شش‌گانه طبقه‌بندی شده است (وزارت جهاد کشاورزی، دفتر هماهنگی و امور استان‌ها، ۱۳۹۴). لذا مطابق تصمیم تیم تحقیق در مرحله دوم از هر منطقه یک استان انتخاب و بر اساس مکاتبات انجام شده با مدیران ترویج استان‌های منتخب در مجموع جامعه آماری، ۱۶۹ نفر از کارشناسان و مدیران ترویج شش استان منتخب به تفکیک استان فارس (۵۱ نفر)، زنجان (۱۹ نفر)، تهران (۲۷ نفر)، مازندران (۲۴ نفر)، کرمان (۲۳ نفر) و کرمانشاه (۲۵ نفر) تعیین گردید؛ که در مجموع ۱۱۷ نفر بر اساس جدول کرجسی و مورگان^۱ (۱۹۷۰) به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شده است. براین اساس پرسشنامه در اختیار کارشناسان ترویج استان‌های فارس (۳۵ نفر)، زنجان (۱۳ نفر)، تهران (۱۹ نفر)، مازندران (۱۶ نفر)، کرمان (۱۷ نفر) و کرمانشاه (۱۷ نفر) قرار گرفت. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Excel مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به

1- Krejcie and Morgan

این منظور با توجه به اطلاعات حاصل از پرسشنامه کشاورزان میانگین هر یک از گویه‌های مربوط به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها محاسبه گردید. این میانگین امتیاز خالص نام دارد. برای به دست آوردن امتیاز عامل هر گویه، اهمیت نسبی هر گونه (که از پرسشنامه مرحله اول به دست آمده است) را در امتیاز خالص (که از پرسشنامه مرحله دوم به دست آمده است) ضرب تا امتیاز عامل هر گویه به دست آید. امتیاز عامل مبنای رتبه‌بندی گویه‌های مختلف قرار گرفت. در ادامه، با توجه به میانگین‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها ناحیه استقرارپذیری استراتژیک نظام ترویج کشاورزی ایران ترسیم می‌شود. در تحلیل SWOT بر مبنای تلاقی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها چهار استراتژی قابل استخراج است. هدف استراتژی WO^۱ بهبود ضعف‌های داخلی با بهره‌گیری از فرصت‌های خارجی است. گاهی اوقات فرصت‌های کلیدی خارجی وجود دارند، اما یک سازمان دارای نقاط ضعف داخلی است که آن را از بهره‌برداری از این فرصت‌ها باز می‌دارد. استراتژی WT^۲ تاکتیک‌های دفاعی در جهت کاهش ضعف‌های داخلی و پرهیز از تهدیدهای خارجی است. سازمان در مواجهه با تهدیدهای خارجی متعدد و ضعف‌های داخلی در واقع ممکن است در یک موقعیت مخاطره‌آمیز باشد. استراتژی ST^۳ استفاده از نقاط قوت یک سازمان برای جلوگیری و یا کاهش تأثیر تهدیدات خارجی است. هدف استراتژی SO^۴ استفاده از نقاط قوت داخلی یک سازمان با استفاده از فرصت‌های خارجی است (دیوید، ۲۰۱۱).

نتایج و بحث

بر اساس نتایج به دست آمده ۶۶ درصد کارشناسان مرد و ۲۹ درصد آنان زن بودند و ۵ درصد از آن‌ها به این پرسش پاسخ نداده بودند. میانگین سن پاسخگویان ۴۱/۹ سال بود. براساس نتایج حاصله، بیشترین فراوانی (۵۳ نفر) مربوط به پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی بود که در حدود ۶۲ درصد آن‌ها را تشکیل می‌دهند. یافته‌ها بیانگر این است که رشته تحصیلی حدود ۳۳ درصد از پاسخگویان ترویج کشاورزی بود. میانگین سابقه کار افراد ۱۶/۴۸ سال و ۸۵ نفر از آنان (۷۳/۵ درصد) دارای پست کارشناس بودند. جدول ۲ نگرش کارشناسان مورد مطالعه نسبت به نقاط قوت بخش ترویج کشاورزی ایران را نشان می‌دهد. رتبه‌بندی نقاط قوت بخش ترویج کشاورزی ایران با استفاده از امتیاز عامل هر گویه حاکی از آن است که تشکیل بانک اطلاعاتی نیازهای کشاورزان؛ انتقال دانش نوین کشاورزی و افزایش سطح درآمد کشاورزان؛ به‌کارگیری کشاورزان خبره در فعالیتهای آموزشی و ترویجی؛ استفاده از دانش بومی کشاورزان پیشرو و بازدیدهای میدانی از مهم‌ترین نقاط قوت بخش ترویج کشاورزی ایران می‌باشند و اروس و همکاران (۲۰۱۳) نیز در تحقیقات خود به یک یا بیشتر این موارد به عنوان نقاط قوت بخش ترویج اشاره کرده‌اند.

جدول ۳ نگرش کارشناسان مورد مطالعه نسبت به نقاط ضعف بخش ترویج کشاورزی ایران را نشان می‌دهد. هدف از نقاط ضعف نوعی محدودیت یا کمبود در منابع، مهارت‌ها، امکانات و توانایی‌ها است که به‌طور محسوس مانع عملکرد اثربخش یک نوآوری می‌شود.

-
- 1-Conservative strategies
 - 2-Defensive strategies
 - 3- Competitive strategies
 - 4- Aggressive strategies

جدول ۲. رتبه‌بندی گویه‌های نقاط قوت بخش ترویج کشاورزی ایران

رتبه	امتیاز عامل ^۲	اهمیت نسبی ^۱	میانگین (امتیاز خالص)	گویه	رتبه
۱	۴/۳۶۰	۱/۱۲۹	۳/۸۶۰	تشکیل بانک اطلاعاتی نیازهای کشاورزان	S۱
۲	۴/۳۰۱	۱/۱۰۱	۳/۹۰۶	انتقال دانش نوین کشاورزی و افزایش سطح درآمد کشاورزان	S۲
۳	۴/۱۶۰	۱/۱۰۱	۳/۷۷۷	به‌کارگیری کشاورزان خبره در فعالیتهای آموزشی و ترویجی	S۳
۴	۴/۱۳۲	۱/۱۰۱	۳/۷۵۲	استفاده از دانش بومی کشاورزان پیشرو و نمونه	S۴
۵	۴/۱۲۷	۱/۰۷۳	۳/۸۴۶	بازدیدهای میدانی	S۵
۶	۴/۰۹۷	۱/۰۷۳	۳/۸۱۹	ارائه توصیه‌های ترویجی مناسب و منطبق با نیازهای کشاورزان	S۶
۷	۴/۰۵۴	۱/۰۴۴	۳/۸۸۰	ترویج شیوه‌های نوین به‌منظور تولید محصول سالم و حفظ محیط زیست	S۷
۸	۳/۹۹۱	۱/۰۲۴	۳/۸۹۷	ایجاد مزارع الگویی و نمایشی در مزارع کشاورزان پیش‌رو	S۸
۹	۳/۹۸۶	۱/۰۸۷	۳/۶۶۶	استفاده از توان فنی خبرگان کشاورزی، تشکل‌ها و سایر مراجع ذی‌ربط	S۹
۱۰	۳/۹۷۸	-۰/۹۸۸	۴/۰۲۵	در دسترس بودن مراکز جهاد کشاورزی دهستان برای رفع نیاز کشاورزان	S۱۰
۱۱	۳/۹۵۲	۱/۰۵۸	۳/۷۳۲	همکاری زنان تسهیل‌گر روستایی با مراکز جهاد کشاورزی دهستان	S۱۱
۱۲	۳/۹۲۹	۱/۰۴۴	۳/۷۶۰	گردآوری اطلاعات پایه کشاورزان تحت پوشش	S۱۲
۱۳	۳/۸۶۸	-۰/۹۸۸	۳/۹۱۴	ارتباط نزدیک با کشاورزان برای جلب اعتماد و مشارکت آن‌ها در پروژه‌ها	S۱۳
۱۴	۳/۸۶۷	۱/۰۳۰	۳/۷۵۲	آشنایی کارشناسان سطح صف با فرهنگ و آداب و رسوم کشاورزان تحت پوشش	S۱۴
۱۵	۳/۸۶۳	-۰/۹۷۴	۳/۹۶۵	وجود کارشناسان مجرب ستادی در شهرستان	S۱۵
۱۶	۳/۸۶۲	۱/۰۰۲	۳/۸۵۳	دارابودن رسانه‌ها، وسایل و تجهیزات آموزشی و کمک آموزشی	S۱۶
۱۷	۳/۸۴۵	۱/۰۴۴	۳/۶۸۱	نظارت بر فعالیتهای فنی و مشاوره‌ای بخش غیردولتی	S۱۷
۱۸	۳/۸۰۷	-۰/۹۸۸	۳/۸۵۲	استفاده از روش‌های آموزشی-ترویجی (نظیر FFS، مزارع تحقیقی-ترویجی)	S۱۸
۱۹	۳/۷۳۲	۱/۰۲۰	۳/۶۴۹	واگذاری فعالیتهای تصدی‌گری نظیر خدمات مشاوره‌ای به دانش‌آموختگان	S۱۹
۲۰	۳/۶۸۳	-۰/۹۸۸	۳/۷۲۶	برخورداری از امکانات و تجهیزات فنی و تخصصی آموزشی و ترویجی	S۲۰
۲۱	۳/۶۱۵	۱/۰۰۲	۳/۶۰۶	حضور سربازان سازندگی در مراکز جهاد کشاورزی	S۲۱
۲۲	۳/۵۵۳	۱/۰۱۶	۳/۴۹۵	حمایت از نظام‌های بهره‌برداری تشکل‌ها و تعاونی‌های بخش کشاورزی	S۲۲
۲۳	۳/۵۲۸	-۰/۹۰۳	۳/۹۰۵	همکاری در توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی	S۲۳
۲۴	۳/۵۰۹	-۰/۹۴۵	۳/۷۰۹	همکاری جهت اجرای بیمه محصولات کشاورزی و دامی	S۲۴
۲۵	۳/۴۲۴	-۰/۹۳۱	۳/۶۷۵	جلوگیری از تغییر کاربری غیرمجاز اراضی باغی و زراعی	S۲۵
۲۶	۳/۳۰۷	-۰/۹۱۷	۳/۶۰۳	برآورد سالیانه هزینه تولید محصولات کشاورزی	S۲۶
۲۷	۳/۰۹۹	-۰/۸۶۱	۳/۵۹۸	تعیین نرخ خرید و فروش روزانه محصولات کشاورزی	S۲۷
۲۸	۲/۷۸۰	-۰/۸۴۷	۳/۲۸۲	باشگاه جوانان روستایی	S۲۸
۲۹	۲/۱۵۴	-۰/۷۲۰	۲/۹۹	اجاره‌دادن فضاهای مازاد مراکز جهاد کشاورزی دهستان به بخش غیردولتی	S۲۹

میانگین کل نقاط قوت: ۴/۱۶۶ منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

همان‌طور که از جدول ۳ مشخص است، مطابق با یافته‌ها، نبود ردیف اعتباری خاص برای حمایت از بخش ترویج؛ تغییرات مداوم جایگاه و تشکیلات ترویج کشاورزی؛ کمبود انگیزه کاری نزد کارکنان ترویج؛ ارتباط ضعیف تشکیلاتی بین صف و ستاد ترویج و ضعف در تأمین وسیله نقلیه جهت انجام کارهای ترویجی و نظارتی از مهم‌ترین نقاط ضعف در بخش ترویج کشاورزی ایران هستند؛ این یافته با نتایج تحقیقات اولادل و ساکاکامی (۲۰۰۴) و میرزایی

۱- اهمیت نسبی = (میانگین کل) / (میانگین هر گویه)

۲- امتیاز عامل = امتیاز خالص × اهمیت نسبی

و همکاران (۱۳۸۶) مطابقت دارد.

جدول ۳. رتبه‌بندی گویه‌های نقاط ضعف بخش ترویج کشاورزی ایران

ردیف	گویه	میانگین (امتیاز خالص)	اهمیت نسبی	امتیاز عامل	رتبه
W1	نبود ردیف اعتباری خاص برای حمایت از بخش ترویج	۴/۰۱۷	۱/۱۴۷	۴/۶۰۷	۱
W2	تغییرات مداوم جایگاه و تشکیلات ترویج کشاورزی	۳/۸۳۷	۱/۱۰۴	۴/۳۳۶	۲
W3	کمبود انگیزه کاری نزد کارکنان ترویج	۳/۸۹۶	۱/۰۴۶	۴/۰۷۸	۳
W4	ارتباط ضعیف تشکیلاتی بین صف و ستاد ترویج	۳/۸۷۱	۱/۰۴۶	۴/۰۵۲	۴
W5	ضعف در تأمین وسیله نقلیه جهت انجام کارهای ترویجی و نظارتی	۳/۸۷۰	۱/۰۴۶	۴/۰۵۱	۵
W6	نبود تعامل مناسب بین مروجان با واحدهای تحقیقاتی	۳/۸۵۳	۱/۰۳۲	۳/۹۷۸	۶
W7	کاربردی نبودن و منطبق نبودن نتایج یافته‌های تحقیقاتی با نیاز کشاورزان	۳/۷۱۵	۱/۰۶۱	۳/۹۴۲	۷
W8	نداشتن آمار و اطلاعات دقیق و به‌روز از حوزه‌های عملیاتی	۳/۷۳۵	۱/۰۳۲	۳/۸۵۵	۸
W9	اختصاص اعتبارات هزینه‌ای ترویج به سایر بخش‌های کشاورزی	۳/۶۳۲	۱/۰۶۱	۳/۸۵۴	۹
W10	فرسایش نیروی انسانی در سطح صف به دلیل مهاجرت نیروهای کارآمد به استان	۳/۷۱۷	۱/۰۳۲	۳/۸۳۸	۱۰
W11	عدم هماهنگی و نبود نگرش سیستمی در ترویج کشاورزی	۳/۶۱۷	۱/۰۶۱	۳/۸۳۸	۱۰
W12	کمبود مدرسان ماهر و مجرب در حوزه آموزش کشاورزی	۳/۷۷۳	۱/۰۰۳	۳/۷۸۷	۱۱
W13	عدم پایداری و ثبات در تصمیمات و اجرای پروژه‌ها	۳/۸۳۳	۰/۹۸۹	۳/۷۸۲	۱۲
W14	فقدان قانون نظام ترویج و آموزش کشاورزی در کشور	۳/۶۴۱	۱/۰۳۵	۳/۷۷۱	۱۳
W15	ضعف در سازماندهی عاملین شبکه ترویج کشور	۳/۷۰۶	۱/۰۰۳	۳/۷۲۰	۱۴
W16	نامناسب بودن فضاها، امکانات و تجهیزات فنی و آموزشی بخش کشاورزی	۳/۹۱۴	۰/۹۴۶	۳/۷۰۴	۱۵
W17	به‌روز نبودن برخی شیوه‌های به‌کار گرفته‌شده در فعالیت‌های ترویجی	۳/۹۳۱	۰/۹۳۱	۳/۶۶۴	۱۶
W18	کمبود نیروی انسانی متخصص بومی در سطح صف	۳/۷۰۰	۰/۹۸۹	۳/۶۶۱	۱۷
W19	نامشخص بودن وظیفه ترویج در سطح شهرستان	۳/۷۷۳	۰/۹۶۰	۳/۶۲۵	۱۸
W20	ضعف دانش فنی و مهارت عوامل ترویج (دولتی و خصوصی)	۳/۷۶۷	۰/۹۶۰	۳/۶۱۹	۱۹
W21	قانونمند نبودن شیوه‌های حمایت و تقویت شرکت‌ها	۳/۶۰۳	۱/۰۰۳	۳/۶۱۶	۲۰
W22	به‌روز نبودن اطلاعات و روش‌های ترویجی در سطح صف	۳/۸۰۳	۰/۹۴۶	۳/۵۹۹	۲۱
W23	کند بودن فرایند انتقال یافته‌های جدید و نوین کشاورزی	۳/۸۴۶	۰/۹۳۱	۳/۵۸۴	۲۲
W24	فقدان سازماندهی بهره‌برداران و تولیدکنندگان بخش کشاورزی	۳/۷۱۷	۰/۹۶۰	۳/۵۷۱	۲۳
W25	فقدان زیرساخت‌های لازم برای استفاده مناسب از ICT	۳/۵۸۹	۰/۹۸۹	۳/۵۵۰	۲۴
W26	عدم ارتباط مناسب جهت به‌کارگیری یافته‌های تحقیقاتی	۳/۵۷۳	۰/۹۸۹	۳/۵۳۵	۲۵
W27	شفاف نبودن فرآیندهای انتقال یافته‌های علمی به مزرعه	۳/۵۶۴	۰/۹۸۹	۳/۵۲۶	۲۶
W28	کمبود آموزش در زمینه توانمندسازی ترویج بخش غیردولتی	۳/۶۴۶	۰/۹۶۰	۳/۵۰۲	۲۷
W29	مشارکت نداشتن کشاورزان در انجام فعالیت‌های آموزشی-ترویجی بخش کشاورزی	۳/۵۸۹	۰/۹۷۴	۳/۴۹۹	۲۸
W30	بومی نبودن اغلب کارشناسان و مروجین	۳/۷۴۱	۰/۹۳۱	۳/۴۸۶	۲۹
W31	به‌کارگیری نامناسب کادر فنی شاغل در سازمان استان‌ها در امور ترویجی	۳/۷۰۰	۰/۹۳۱	۳/۴۴۹	۳۰
W32	توزیع نامناسب و ضعف سازماندهی نیروی انسانی متخصص	۳/۷۹۴	۰/۹۰۳	۳/۴۲۷	۳۱
W33	وجود برنامه‌ریزی متمرکز (از بالا به پایین)	۳/۷۰۶	۰/۹۱۷	۳/۴۰۱	۳۲
W34	نبود نظارت بر فعالیت‌های ترویجی و کشاورزی بخش غیردولتی	۳/۶۶۶	۰/۹۱۷	۳/۳۶۴	۳۳
W35	مشارکت نداشتن کارشناسان در اخذ تصمیمات مدیریتی	۳/۷۷۷	۰/۸۸۸	۳/۳۵۸	۳۴
W36	فقدان زیرساخت مناسب برای تبدیل محتوی به رسانه	۳/۵۸۹	۰/۹۰۳	۳/۳۴۲	۳۵
W37	بالا بودن سن کشاورزان و بهره‌برداران	۳/۵۸۹	۰/۸۶۰	۳/۰۸۸	۳۶
W38	عدم آشنایی مروجان با فرآیند نیازسنجی و مسئله‌یابی	۳/۶۷۲	۰/۸۳۱	۳/۰۵۴	۳۷
W39	مهارت نداشتن مروجان در امور تخصصی بخش کشاورزی	۳/۶۴۱	۰/۸۳۱	۳/۰۲۷	۳۸
W40	کمبود کارشناسان و مروجان زن روستایی در سطح صف	۳/۵۷۳	۰/۸۴۵	۳/۰۲۲	۳۹
W41	کمبود روحیه خودباوری نزد مروجان جهت انجام امور ترویجی	۳/۶۳۲	۰/۸۳۱	۳/۰۲۰	۴۰
W42	پایین بودن سطح سواد کشاورزان	۳/۴۹۱	۰/۸۶۰	۳/۰۰۳	۴۱

میانگین کل نقاط ضعف: ۴/۱۰۲ منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول ۴ فرصت‌های پیش‌روی ترویج کشاورزی ایران را نشان می‌دهد. منظور از فرصت‌ها متغیرهایی هستند که

به‌عنوان موتور محرک شتاب حرکت را افزایش می‌دهند. با توجه به جدول مشارکت و حمایت دستگاه‌های مرتبط (سازمان‌های دامپزشکی، شیلات، جنگل‌ها و مراتع و غیره)، صدا و سیما و رسانه‌های انبوهی، شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی کشاورزی (ناظرین مزارع)، استفاده از ظرفیت مراکز آموزشی و تحقیقی، وجود کلینیک‌های گیاه‌پزشکی از مهم‌ترین فرصت‌های پیش‌روی بخش ترویج کشاورزی ایران می‌باشند.

جدول ۴. رتبه‌بندی گویه‌های فرصت‌های بخش ترویج کشاورزی ایران

رتبه	امتیاز عامل	اهمیت نسبی	میانگین (امتیاز خالص)	گویه	رتبه
۱	۴/۳۹۴	۱/۱۵۷	۳/۷۹۴	مشارکت و حمایت دستگاه‌های ذی‌ربط (سازمان‌های دامپزشکی، شیلات، جنگل‌ها و غیره)	۰۱
۲	۴/۳۶۵	۱/۱۲۷	۳/۸۷۱	صدا و سیما و رسانه‌های انبوهی	۰۲
۳	۴/۲۶۸	۱/۱۲۷	۳/۷۸۶	شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی کشاورزی (ناظرین مزارع)	۰۳
۴	۴/۰۳۱	۱/۰۸۱	۳/۷۲۶	استفاده از ظرفیت مراکز آموزشی و تحقیقی	۰۴
۵	۳/۹۹۹	۱/۰۶۶	۳/۷۵۰	وجود کلینیک‌های گیاه‌پزشکی	۰۵
۶	۳/۹۵۳	۱/۰۰۵	۳/۹۳۱	وجود مراکز فنی و حرفه‌ای	۰۶
۷	۳/۸۶۳	۱/۰۵۱	۳/۶۷۵	وجود فرصت‌ها و ظرفیت‌های بین‌المللی برای توانمندسازی بهره‌برداران	۰۷
۸	۳/۷۴۲	-/۹۵۹	۳/۸۸۰	وجود دانشکده‌های کشاورزی و مراکز علمی مرتبط	۰۸
۹	۳/۷۳۸	۱/۰۰۵	۳/۷۱۷	امکان بهره‌گیری از دانش و تجارب موجود در سطح بین‌المللی	۰۹
۱۰	۳/۷۳۷	۱/۰۵۱	۳/۵۵۵	مشارکت بانک‌ها (وجود تسهیلات بانکی)	۰۱۰
۱۱	۳/۷۲۷	۱/۰۳۶	۳/۵۹۸	استفاده از فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT)	۰۱۱
۱۲	۳/۶۹۱	۱/۰۶۶	۳/۴۶۱	تعاونی‌ها و تشکل‌های بخش کشاورزی	۰۱۲
۱۳	۳/۵۶۰	-/۹۵۹	۳/۷۰۹	شرکت‌های خدمات مکانیزاسیون	۰۱۳
۱۴	۳/۵۵۸	-/۹۷۵	۳/۶۴۹	امکان بهره‌گیری از توان آموزش و پرورش	۰۱۴
۱۵	۳/۵۱۱	-/۹۵۹	۳/۶۵۸	وجود سازمان‌های بین‌المللی و امکان استفاده از دستاوردهای نوین	۰۱۵
۱۶	۳/۴۶۴	-/۹۷۵	۳/۵۵۲	سایر بخش‌های خصوصی فعال در بخش کشاورزی	۰۱۶
۱۷	۳/۴۰۳	-/۹۴۴	۳/۶۰۳	استفاده از ظرفیت امکانات کشاورزی دقیق نظیر ایستگاه‌های هواشناسی	۰۱۷
۱۸	۳/۳۴۲	-/۹۴۴	۳/۵۳۸	نمایشگاه‌های مرتبط با بخش	۰۱۸
۱۹	۳/۲۸۹	-/۹۱۴	۳/۵۹۸	وجود تورهای ترویجی بین‌المللی با مشارکت بخش خصوصی	۰۱۹
۲۰	۳/۱۹۹	-/۹۱۴	۳/۵۰۰	وجود شوراهای اسلامی روستایی و دهیاری‌ها	۰۲۰
۲۱	۲/۵۹۳	-/۸۳۷	۳/۰۹۴	پایگاه بسیج روستایی	۰۲۱
۲۲	۲/۵۷۸	-/۸۳۷	۳/۰۷۷	مشارکت خانه‌های بهداشت	۰۲۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

میانگین کل فرصت‌ها: ۳/۸۶۰

جدول ۵ تحلیل نگرش کارشناسان مورد مطالعه نسبت به تهدیدهای بخش ترویج کشاورزی ایران را نشان می‌دهد. تهدیدها، تغییرات عمده و ناگهانی هستند که می‌توانند محدودکننده موفقیت یک تغییر باشند. مطابق نتایج ارائه شده در جدول ۵ یافته‌ها نشان داد پایین بودن سهم اعتبارات ترویج و آموزش در کشور؛ وجود بوروکراسی پیچیده اداری سیاست‌های غیرکارشناسی و نابه‌جای واردات و صادرات محصولات کشاورزی؛ عدم ضمانت اجرایی آیین‌نامه‌ها، قوانین و دستورالعمل‌ها؛ و عدم تعیین قیمت تضمینی و خرید توافقی محصولات کشاورزی، مهم‌ترین تهدیدهای بخش ترویج کشاورزی ایران به‌شمار می‌روند؛ که یاداو و همکاران (۲۰۱۴)، و اولادل و ساکامی (۲۰۰۴) نیز پیش از این در

تحقیقات خود به برخی از این موارد اشاره کرده‌اند.

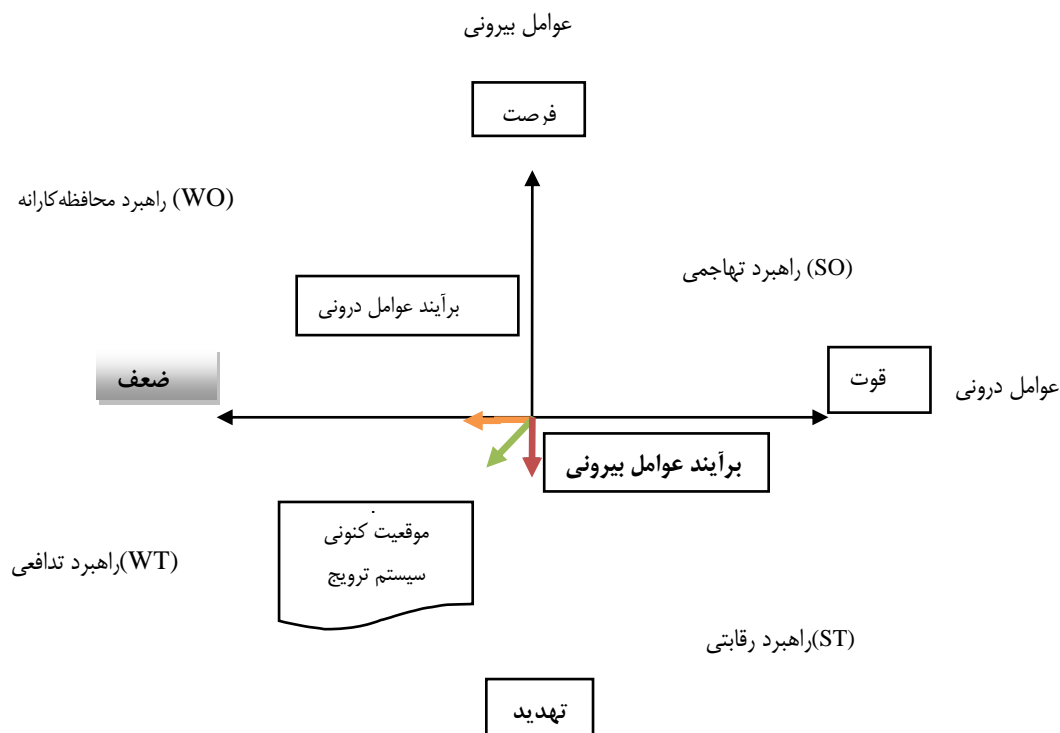
جدول ۵. رتبه‌بندی گویه‌های تهدیدهای بخش ترویج کشاورزی ایران

رتبه	امتیاز عامل به	اهمیت نسبی	میانگین(امتیاز خالص)	گویه	ردیف
۱	۴/۸۹۰	۱/۱۷۲	۴/۱۷۲	پایین‌بودن سهم اعتبارات ترویج و آموزش در کشور	T1
۲	۴/۲۷۳	۱/۰۳۰	۴/۱۴۵	وجود بوروکراسی پیچیده اداری (به‌خصوص بانک کشاورزی)	T2
۳	۴/۲۶۴	۱/۰۵۹	۴/۰۲۵	سیاست‌های غیرکارشناسی و نابه‌جای واردات و صادرات محصولات کشاورزی	T3
۴	۴/۱۹۲	۱/۰۷۳	۳/۹۰۵	عدم ضمانت اجرایی قوانین، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها	T4
۵	۴/۱۴۵	۱/۰۱۶	۴/۰۷۶	عدم تعیین قیمت تضمینی و خرید توافقی محصولات کشاورزی	T5
۶	۴/۱۳۰	۱/۰۰۲	۴/۱۱۹	عدم تولید دانش ترویجی و کاربردی متناسب با شرایط توسط نظام دانشگاهی	T6
۷	۴/۱۱۵	۱/۰۳۰	۳/۹۹۱	وجود واسطه‌ها در امور تهیه، تولید، توزیع و بازاریابی محصولات کشاورزی	T7
۸	۴/۰۷۹	۱/۰۳۰	۳/۹۵۶	عدم تعیین سیاست و نظام حمایتی از الگوهای نوین کشت متناسب هر منطقه	T8
۹	۴/۰۶۲	۱/۰۳۰	۳/۹۴۰	بالا بودن هزینه تولید محصولات کشاورزی	T9
۱۰	۴/۰۴۳	۱/۰۸۷	۳/۷۱۷	ضعیف بودن ارتباط کارکردی و فرایندی ترویج با نظام تحقیقات	T10
۱۱	۴/۰۱۳	-۰/۹۸۸	۴/۰۵۹	وجود خشک‌سالی و کمبود شدید آب در سطح کشور	T11
۱۲	۴/۰۰۸	۱	۴/۰۰۸	عدم نظارت بر تولید و مصرف نهاده‌ها	T12
۱۳	۴/۰۰۲	۱/۰۰۲	۳/۹۹۱	ضعف ارتباط فرایندی بین ترویج و دانشگاه	T13
۱۴	۳/۹۶۵	۱/۰۳۰	۳/۸۴۶	موازی کاری دستگاه‌ها و سازمان‌ها در امور کشاورزی	T14
۱۵	۳/۹۶۲	-۰/۹۸۸	۴/۰۰۸	عدم توانمندی کافی نیروی انسانی تربیت‌شده توسط دانشگاه برای کار در عرصه ترویج	T15
۱۶	۳/۹۵۶	-۰/۹۷۴	۴/۰۶۰	بی‌برنامگی در مقابله با بلایای طبیعی (سیل، خشک‌سالی، تنش‌های دمایی)	T16
۱۶	۳/۹۵۶	-۰/۹۶۰	۴/۱۱۹	وجود تورم و افزایش بی‌رویه قیمت نهاده‌های کشاورزی	T17
۱۷	۳/۹۱۶	۱/۰۴۵	۳/۷۴۷	عدم تناسب نیازسنجی پژوهشی با نیاز عرصه	T18
۱۸	۳/۸۸۶	-۰/۹۸۸	۳/۹۳۱	یک‌پارچه‌نبودن اراضی کشاورزی	T19
۱۹	۳/۸۸۴	۱/۰۱۶	۳/۸۲۰	ناکافی بودن تحقیقات کاربردی و تقاضامحور	T20
۲۰	۳/۸۳۵	-۰/۹۸۸	۳/۸۷۹	عدم استقرار امکانات کشاورزی دقیق در مزارع	T21
۲۱	۳/۸۲۶	-۰/۹۸۸	۳/۸۷۰	عدم آشنایی کافی برخی از اساتید و دانشجویان با عرصه کشاورزی	T22
۲۲	۳/۷۵۶	-۰/۹۷۴	۳/۸۵۴	کمبود ظرفیت‌های نگهداری و انبارداری محصولات کشاورزی	T23
۲۳	۳/۷۳۶	-۰/۹۳۲	۴/۰۰۸	ازبین‌بردن مراتع و اراضی ملی و تبدیل آن‌ها به سایر موارد	T24
۲۴	۳/۷۲۸	۱/۰۰۲	۳/۷۱۷	عدم بهره‌گیری از رهیافت تحقیق و ترویج مزرعه‌ای	T25
۲۵	۳/۶۶۹	۱/۰۱۶	۳/۶۰۸	عدم الزام سایر بخش‌ها به کارسپاری به شرکت‌ها	T26
۲۶	۳/۵۰۷	-۰/۹۱۷	۳/۸۲۰	توانمندی نامطلوب شرکت‌ها در حوزه فعالیت‌های ترویجی و تخصصی	T27
۲۷	۳/۴۷۴	-۰/۹۱۷	۳/۷۸۴	محدود بودن بیمه محصولات کشاورزی	T28
۲۸	۳/۳۹۷	-۰/۹۰۳	۳/۷۵۸	نظارت ضعیف بر عملکرد بخش خصوصی توسط ترویج	T29
۲۹	۳/۳۸۴	-۰/۸۸۹	۳/۸۰۰	وجود بلایای طبیعی (سیل، زلزله، تنش، طوفان و غیره)	T30

میانگین کل تهدیدها: ۴/۱۶۵ منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

پس از استخراج استراتژی‌های تلفیقی حاصل از ماتریس SWOT در یک جدول مختصات دو بعدی، میانگین نقاط روی محور X با یکدیگر و نقاط محور Y با هم جمع و نقطه حاصل از برآیند آن‌ها روی محورها تعیین گردید، سپس محل تقاطع دو نقطه برآیند بر روی محورهای X و Y تعیین و بردار جهت‌دار از مبدأ مختصات نمودار تا نقطه تقاطع جدید ترسیم شد که این بردار نقطه استراتژیک غالب را نشان می‌دهد (شکل ۱). با توجه به میانگین‌های نقاط قوت،

ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها وضعیت شماتیک ناحیه استقرارپذیری استراتژیک نظام ترویج کشاورزی ایران به‌صورت ذیل قابل ترسیم می‌باشد:



شکل ۱. نمودار ناحیه استراتژیک نظام ترویج در شرایط موجود-

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

پس از شناسایی نقاط قوت و ضعف (عوامل درونی) و فرصت‌ها و تهدیدها (عوامل بیرونی) و مشخص نمودن عوامل کلیدی راهبردهای پیشنهادی بر اساس ماتریس SWOT قابل ارائه خواهد بود. در نهایت به‌منظور ارائه راهبرد مناسب میانگین نقاط قوت و فرصت‌ها (SO) با میانگین کل نقاط ضعف و تهدیدها (WT) محاسبه شده و با یکدیگر مقایسه شدند (جدول ۶).

جدول ۶. ماتریس SWOT و چگونگی تعیین استراتژی‌ها

ماتریس SWOT	نقاط قوت (Strengths)	نقاط ضعف (Weaknesses)
فرصت‌ها (Opportunities)	۱۰۴/۹۶ (راهبرد تهاجمی)	۱۲۸/۶۲ (راهبرد محافظه‌کارانه)
تهدیدها (Threats)	۱۲۷/۰۴ (راهبرد رقابتی)	۱۵۰/۷ (راهبرد تدافعی)

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

ترویج متأثر از تغییرات مستمری است که در شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضای جوامع روستایی روی داده است؛ این در حالی است که نظام ترویج نمی‌تواند نسبت به این تغییر و تحولات بی‌تفاوت باشد. ارتقای اثربخشی نظام ترویج به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های توسعه روستایی مستلزم شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی این نظام و ارائه راهبردهای مناسب برای تقویت آن و در نتیجه تسهیل فرآیند توسعه است. لذا برای اثربخشی برنامه‌های ترویج باید با انتخاب راهبردهای مناسب، تغییرات یاد شده را تعدیل نمود. بدیهی است که غفلت از این امر و عدم توجه به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو منجر به کاهش عملکرد ترویج و تضعیف فرآیند توسعه روستایی خواهد شد.

در تحقیق حاضر با استفاده از تحلیل SWOT و در راستای تحقق اهداف تحقیق، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی بخش ترویج کشاورزی ایران تعیین گردید. با مشخص نمودن عوامل کلیدی، راهبردهای پیشنهادی بر اساس ماتریس SWOT از محل تلاقی هر یک از عوامل ارائه شد.

به‌طور کلی بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، بهترین راهبردهای کلان که در بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران مؤثر واقع خواهند شد تلفیقی از راهبردهای تدافعی و محافظه‌کارانه می‌باشند. سایر راهبردهایی که می‌توانند در بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران مؤثر باشند و همچنین آن‌هایی که کمتر مؤثر هستند در زیر مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

راهبردهای تهاجمی (SO)

این راهبرد نیز نقطه مقابل راهبرد تدافعی است، زمانی که میانگین کل نقاط قوت‌ها و فرصت‌ها بیشتر از میانگین کل نقاط ضعف‌ها و تهدیدها باشد ($SO > WT$). این راهبردها به‌دنبال به‌حداکثر رساندن نقاط قوت و فرصت‌ها می‌باشند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در این مطالعه این راهبرد برای بهسازی نظام ترویج کشاورزی ایران در شرایط فعلی کارایی ندارد؛ لذا کاربرد این راهبرد برای بهسازی نظام ترویج کشاورزی ایران توصیه نمی‌شود. در ادامه راهبردهای پیشنهادی حاصل از نتایج تحقیق برای بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران آورده شده است.

راهبردهای رقابتی (ST)

این راهبرد در واقع نقطه مقابل راهبرد محافظه‌کارانه است و زمانی مفید است که میانگین کل نقاط قوت و تهدیدها از میانگین کل نقاط ضعف و فرصت‌ها بیشتر باشد ($ST > WO$)، این نوع راهبردها بر بهره‌گیری از قوت‌ها برای مقابله با تهدیدها تأکید دارند که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده (جدول ۶)، در صورت استفاده، راهبرد مناسبی برای بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران نخواهد بود.

راهبردهای تدافعی (WT)

مطابق با یافته‌های تحقیق از آن‌جا که میانگین کل ضعف‌ها و تهدیدها (WT) بیشتر از میانگین کل نقاط قوت و

فرصت‌ها (SO) می‌باشد ($WT (150/7) < SO (104/96)$)، راهبرد کلان پیشنهادی برای بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران از نوع راهبرد تدافعی خواهد بود. در این راهبرد سعی بر این است که زیان‌های ناشی از تهدیدها و نقاطضعف را به حداقل رساند. در این حالت تمرکز باید صرف بهبود شرایط داخلی جهت دستیابی به زمان مناسب برای بهبود شرایط بیرونی گردد. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش حاضر، راهبردهای تدافعی پیشنهادی برای بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران به شرح ذیل توصیه می‌شود:

افزایش سهم اعتبارات خاص ترویج و آموزش کشاورزی در کشور؛

اصلاح ساختار، بازتعریف رسالت‌ها و بازنگری در اهداف ترویج و قانونی‌نمودن آن‌ها به‌منظور جلوگیری از تغییرات مداوم؛

اندیشیدن تمهیداتی برای حذف یا تسهیل مقررات؛

اصلاح سیاست‌های واردات و صادرات محصولات کشاورزی از طریق اتخاذ سیاست‌های کشاورزمحور؛

تقویت ارتباط بین بخش‌های اجرایی و ستادی ترویج

راهبردهای محافظه‌کارانه

از آنجایی که در این تحقیق میانگین کل نقاط ضعف و فرصت‌ها از کل نقاط قوت‌ها و تهدیدها کمتر است ($WO > ST$)، بنابراین راهبرد دوم مورد استفاده در بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران راهبرد محافظه‌کارانه خواهد بود. در این راهبرد سعی بر آن است که با غلبه بر ضعف‌های درونی بهترین استفاده از فرصت‌های بیرونی به‌عمل آید. به‌عبارت دیگر استفاده از مزایای فرصت‌ها برای جبران نقاط ضعف از مهم‌ترین ابزار این راهبرد به‌شمار می‌آید.

بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق راهبردهای پیشنهادی برای بهبود نظام ترویج کشاورزی ایران به شرح ذیل خواهد بود:

ایجاد هماهنگی بیشتر بین دستگاه‌های اجرایی با فعالیت‌های ترویجی؛

بازنگری در ارتباط تشکیلاتی بین صف و ستاد ترویج و استفاده از ظرفیت مراکز آموزشی و تحقیقی؛

استفاده از امکانات و ظرفیت‌های شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی کشاورزی جهت امور اجرایی ترویجی؛

فراهم کردن بستر مناسب برای ارتقاء انگیزه کاری در میان کارکنان ترویج؛

استفاده از ظرفیت برنامه‌های صدا و سیما و رسانه‌های انبوهی برای تقویت و حمایت از بخش ترویج کشاورزی؛

بازنگری در سهم اعتبارات ترویج و آموزش کشاورزی.

منابع

- احمدوند، م.، شریف‌زاده، م. و شاه‌ولی، م. ۱۳۸۴. آینده ترویج و روندهای آن؛ یک فراتحلیل. فصلنامه روستا و توسعه، ۸ (۲): ۸۵-۱۰۴.
- اسداله‌پور، ع. و نظری، م. ۱۳۹۴. مقدمه‌ای بر ضرورت تحول در نظام ترویج کشاورزی کشور. فصلنامه مروج، ۱۵۳-۱۵۲ پاییز و زمستان، ۶۰-۶۴.
- آقاسی‌زاده، ف. ۱۳۸۳. تحلیل عوامل و الزامات نوین تجدید ساختار سازمانی ترویج کشاورزی ایران. پژوهش و سازندگی، ۶۴: ۸۰-۹۳.
- شاه‌ولی، م.، عزیزی خالخیلی، ط.، لاجینی، ز.، ابدی، ب. و مسرور، الف. ۱۳۸۷. چالش سازمان ترویج کشاورزی با تحولات به کمک دو رویکرد عملکردمداری و ارباب‌رجوع‌گرایی. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۱ (۲): ۶۱-۹۰.
- شهبازی، ا. ۱۳۹۲. جستارهایی از ترویج در توسعه روستایی. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران. ۲۶۲ ص.
- شیرزاد، ح. ۱۳۸۵. بازمهندسی اعتبارافزایی مدل‌های سازگار مدیریت هماهنگ تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی در ایران. ماهنامه جهاد، ۲۷۲: ۸۰-۱۱۴.
- رکن‌الدین‌افتخاری، ع.، سجاسی قیداری، ح. و عینالی، ج. ۱۳۸۶. نگرشی نو به مدیریت روستایی با تأکید بر نهادهای تأثیرگذار. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۰ (۲): ۱-۳۱.
- صبور، م. ص.، ملک‌محمدی، الف.، چیدری، م. و حسینی، س. م. ۱۳۹۰. جهت‌گیری‌های آتی نقش‌های ترویج در توسعه کشاورزی از منظر کنشگران نظام دانش و اطلاعات کشاورزی. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۴ (۴): ۱-۲۶.
- فعلی، س.، پزشکی‌راد، غ. ر.، صدیقی، ح.، شهبازی، ا. و قریشی‌ابهری، س. ج. ۱۳۹۶. عوامل بیرونی مؤثر بر نظام ترویج کشاورزی ایران تا افق سال ۱۴۰۴ شمسی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۶ (۱): ۱۵۷-۱۶۶.
- فعلی، س.، پزشکی‌راد، غ. ر.، صدیقی، ح.، شهبازی، الف. و قریشی‌ابهری، س. ج. ۱۳۹۱. آینده‌نگاری: ضرورتی انکارناپذیر در نظام ترویج کشاورزی ایران. چهارمین کنگره ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران، ۲۹-۲۸ شهریور، ۱۳۹۱.
- معتمد، م. ک.، اللهیاری، م. ص. و علویون، س. ج. ۱۳۹۳. الویت‌بندی خدمات کشاورزی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن در مراکز جهاد کشاورزی استان گیلان. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، ۱ (۴): ۹۳-۱۰۴.
- محمدی‌نیا، س. ا.، فروزانی، م.، محمدزاده، س. و برادران، م. ۱۳۹۶. تحلیل نظام مدیریت دانش در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان با استفاده از روش SWOT. مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۳ (۱): ۲۲۹-۲۴۶.
- میرزایی، ر.، صدیقی، ح. و فلسفی، پ. ۱۳۸۶. ارزیابی نظام ترویج کشاورزی ایران. مجله علوم ترویج و آموزش

وزارت جهادکشاورزی، دفتر هماهنگی و امور استان‌ها. ۱۳۹۴.

- Alonge, A. J. 2006. Bringing stakeholders in to agricultural extension reform agenda: A participatory SWOT Analysis of the Trinidad national agricultural extension services. 22nd Annual Conference Proceedings Clearwater Beach, Florida.
- Arous, S. A., Araar, H., Driouech, N., BILALI, H. EL., Belsanti, V. and Sisto, L. 2013. Agricultural extension and advisory services in Algeria at crossroads: Pressing problems and innovative solutions. IV International Symposium „ Agrosym 2013“.
- Bitzer, V., Wennink, B. and Pitters, B.D. S. 2016. The governance of agricultural extension systems. KIT sustainable economic development & gender. Kit working papers.
- David, F. R. 2011. Strategic management concepts and cases. 13th Edition. Prentice Hall. Francis Marion University Florence, South Carolina. 363 pp.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. 1970. Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30: 607-610.
- Mengal, A.A. Mirani, Z. and Magsi, H. 2014. Historical overview of agricultural extension services in Pakistan the Macrotheme Review, A multidisciplinary *journal of global macro trends*, 3(8): 77-84.
- Oladele, O.I. Lepetu, J. and Subair, S.K. 2009. SWOT Analysis of Extension Systems in Southern African Countries. *Journal of Agriculture and Environment for International Development*, 103 (4): 309-320.
- Oladele, O.I. and Sakagami, J. I. 2004. SWOT analysis of extension systems in Asian and West African countries. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 2(2): 232-236. WFL Publisher Science and Technology.
- Ramjattan, J., Ganpat, W. and Chowdhury, A. 2017. Value of modern extension methods in improving image and quality of extension: Perception of extension agents in Trinidad and Tobago. *Journal of Agricultural Extension and Rural Development*. 9 (8): 155-162.
- Rivera, W.M. and Qamar, M.K. 2003. Agricultural Extension, Rural development and the food security challenges. Food and Agricultural Organization of the United Nations, Rome. 58.
- Species, P.B.W., Wedge, C. and Ananchai, M. 2012. SWOT Analysis of Agricultural Extension System in Thailand: A Case Study of the Central Region. *Journal of Veridian* 7, Issue 3 September- December 2557. 601-612.
- Yadav, K., Sulaiman, V. R. and Devkota, K. (Eds). 2014. Strengthening Extension & Advisory Services in South Asia. Proceedings of the first face to face meeting of Agriculture Extension in South Asia (AESA) 14-15 January 2014 held at Kathmandu, Nepal.

Strategic analysis of agricultural extension system as rural development tool

Parivash Moradi^{1*}, Enayat Abbasi² and Majid Reza Khodaverdian³

Submitted: 29 May 2017

Accepted: 18 February 2018

Abstract

Today extension is influenced by the continuous changes in the economic, social and cultural conditions of the rural communities' members. One of the criticisms of the extension system as the most important component of rural development is that it is not ready to deal with these changes. The main purpose of this study was to perform a strategic analysis of agricultural extension system in Iran. It was an applied type of research and the main instrument which was used in this survey was a questionnaire. The population of the study consisted of 169 experts in six provinces (Fars, Zanzan, Tehran, Kerman, Mazandaran and Kermanshah), from which 117 people were selected based on the Krejcie & Morgan table by stratified random sampling method. The questionnaire was revised with the help of experts who had significant experience in agricultural extension to examine the validity of the instrument. A pilot study was conducted with 18 experts to determine the reliability of the questionnaire for the study. Computed Cronbach's Alpha score was acceptable for different parts of the questionnaire (0.75-0.92), which indicated that the instrument was reliable. The research method is descriptive and according to research objectives it is based on SWOT analysis. Beginning with an analysis of the internal environment, a list of strengths and weaknesses of the extension System were prepared and a list of opportunities and threats were identified by analyzing the external environment. Some of the strategies derived from the research findings include increasing the share of special agricultural extension & education credits in the country; reforming the structure; redefining the missions; and reviewing them in order to promote and legitimize them to prevent continuous changes; creating more coordination between executive institutions with extension activities; reviewing the relationship between extension line and staff and use of the capacity of educational and research centers.

Keywords: Agricultural extension system, Rural development, SWOT analysis

1 - PhD Education Department, Agricultural Extension & amp, Tarbiat Modares University

2 - Associate Professor Agricultural Extension & Education Department, Tarbiat Modares University,

3 - Assistant Professor, Institute Training and Vocational Higher Education, Tehran, Iran

(*-Corresponding author Email: moradiparivash@gmail.com)

DOI: 10.22048/RDSJ.2018.80666.1642