

بررسی راهکارهای مناسب خدمات رسانی ترویج خصوصی از دیدگاه کارشناسان ترویج حوزه ستادی وزارت جهاد کشاورزی

فرهاد لشگر آرا و سید محمود حسینی^۱

چکیده

با توجه به افزایش هزینه‌ها و محدودیت منابع موجود، یکی از گزینه‌های مطرح در سالهای اخیر به منظور به حداقل رساندن محدودیت های ترویج دولتی، خصوصی‌سازی ترویج می‌باشد. در ایران نیز با توجه به به نیازهای متنوع کشاورزان تجاری، ناکافی بودن خدمات دولتی برای کشاورزان خرده‌پا، ایجاب می‌کند که راهکارهای مناسب ترویج خصوصی مورد مطالعه قرار گیرد. از این رو هدف این تحقیق، بررسی و اولویت‌بندی راهکارهای مناسب خدمات رسانی ترویج خصوصی از دیدگاه کارشناسان ترویج می‌باشد. روش تحقیق از نوع پیمایشی بوده و ابزار تحقیق، پرسشنامه می‌باشد. به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق، پرسشنامه طراحی شده در اختیار چند نفر از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی قرار گرفت و روایی صوری آن تأیید شد. برای سنجش پایایی نیز، ۴۰ پرسشنامه توسط کارشناسان ترویج وزارت جهاد کشاورزی تکمیل شد و ضریب کرونباخ آلفا محاسبه گردید ($\alpha=0/89$). جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲۵ کارشناس ترویج حوزه ستادی وزارت جهاد کشاورزی می‌باشد. داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS تحت ویندوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. متغیر وابسته این تحقیق دیدگاه کارشناسان نسبت به مناسب بودن راهکارهای خدمات رسانی می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که مهمترین راهکارهای خدمات رسانی ترویج خصوصی از دیدگاه کارشناسان ترویج به ترتیب اولویت، سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز می‌باشد. همچنین مقایسه دیدگاه کارشناسان نسبت به مناسب بودن هر یک از راهکارهای خدمات رسانی بر اساس میزان تحصیلات آنان نشان داد که در سه راهکار سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز، بین کارشناسان با مدرک لیسانس و دکتری اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: خصوصی سازی ترویج، راهکارهای ترویج خصوصی.

۱. به ترتیب استادیاران دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات و پردیس کشاورزی دانشگاه تهران. تهران، ایران.
(far_lashgarara@yahoo.com)

مقدمه

علی‌رغم اهمیت فراوان بخش کشاورزی در اشتغال‌زایی، تولید، درآمد و برآورد نیازهای جامعه، خدمات ترویج کشاورزی که تاکنون به وسیله بخش دولتی انجام می‌شدند، به خاطر ناتوانی در انجام کارکردهای محوله و فقدان اثربخشی هزینه‌ها و کارآیی، مورد انتقاد گسترده قرار گرفته است و تغییرات اساسی نظیر اصلاح ساختاری، تمرکززدایی و خصوصی‌سازی را در این برهه از زمان برای ترویج کشاورزی ضرورت بخشیده است (Rivera, 1993).

گرایش‌های جدید در عرصه‌های سیاسی، ملی و بین‌المللی، گسترش ساختار دولتی و تمرکزگرایی موجود را مورد انتقاد قرار داده است. در این زمینه، صحبت از خصوصی‌سازی و کاهش نقش دولت به عنوان تحولی مهم در بسیاری از کشورهای جهان متداول شده است، هرچند که ترویج کشاورزی هنوز در بسیاری از کشورها به عنوان کارکرد دولتی محسوب می‌شود که مسئولیت انجام آن و پاسخگویی به نیازهای مخاطبان را بر عهده گرفته است. توافقات گوناگونی پیرامون تأمین بودجه و عرضه خدمات ترویج کشاورزی توسط دولت‌ها تحت عنوان خصوصی‌سازی از اواسط دهه ۱۹۸۰ مدنظر قرار گرفته است. همچنین زمینه‌سازی برای حضور کارآمد کشاورزان و مشارکت نهادینه شده آنها در قالب سازمان‌ها و اتحادیه‌ها، به طور فزاینده‌ای مورد توجه است که این امر در واقع به معنای واگذاری مسئولیت بیشتر به مخاطبان و استفاده‌کنندگان از خدمات ترویج با تفویض بهینه اختیارات به آنها در رویه‌ای مشارکتی و تعاملی می‌باشد. برنامه‌های ترویج کشاورزی به دلیل فشارهای مالی فزاینده و تردید پیرامون اثربخشی و کارآیی خدمات مربوطه برای تغییر تحت فشار قرار دارند. تغییر نظام‌های کشاورزی و نقش دولت، از یکسو منجر به ارزیابی مجدد اثربخشی هزینه و تناسب خدمات ترویج کشاورزی شده است و از سوی دیگر زمینه ساز بکارگیری استراتژی‌هایی شده است که دخالت گسترده‌تر عرضه‌کنندگان خدمات خصوصی را در برنامه‌های ترویجی همچون بازیافت هزینه‌ها، تجاری شدن، خصوصی‌سازی و قراردادی کردن خدمات ممکن ساخته است (Rivera et al., 2000).

از جمله راهکارهایی که کشورهای مختلف همچون آلمان، هلند، فرانسه، انگلستان و شیلی برای پوشش دادن این نواقص و نقاط ضعف ترویج دولتی در کشور خود پیاده کرده و به توفیقات مهمی در این راستا دست یافته‌اند، خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی می‌باشد. خصوصی‌سازی ترویج اشاره به خدماتی دارد که توسط کارکنان ترویج در مراکز یا سازمان‌های خصوصی برای آن دسته از کشاورزانی که انتظار می‌رود هزینه خدمات را پرداخت کنند، ارایه می‌شود که بعنوان مکملی برای ترویج دولتی نیز در نظر گرفته می‌شود (Saravanan, 2001; Hanchinal et al., 2001).

ترویج خصوصی در راستای وظایف خود راهکارهای مناسب و خاص خود را می‌طلبد. منظور از راهکارهای خدمات رسانی، مجموعه روش‌ها یا تکنیک‌هایی است که ترویج بخش خصوصی جهت ارایه خدمات در عرصه‌های مختلفی چون اطلاع‌رسانی (قیمت محصولات مختلف در بازار، اعتبارات و منابع، تولید فیلم‌های ویدئویی، انتشار مجلات کشاورزی)، مشاوره (برنامه‌ریزی و اجرای پروژه)، تهیه نهاده‌ها (بذور، کود و آفت‌کش‌ها)، زیرساخت‌ها (حمل و نقل، انبارهای سرد، اجاره و تعمیر ماشین آلات و فرآوری)، فنی (آزمایش خاک)، بازاریابی (خرید و فروش) و سایر خدمات (محصولات زراعی، دامی و ...) به کار می‌گیرد (Shivalinge Gowda and Saravanan, 2001).

بر این مبنا راهکارهای خدمات‌رسانی ترویج خصوصی عبارتند از:

۱. خدمات‌رسانی مبتنی بر مخاطبان: سازمان‌های خصوصی داوطلب یا سازمان‌های غیردولتی برای ارایه خدمات به گروه‌های هدف معین ایجاد و اداره می‌شوند (Rivera et al, 2000).
۲. ترویج مبتنی بر کالا: بخش خصوصی مسئول تأمین کلیه خدمات می‌باشد و هزینه آن از طریق قیمت‌گذاری محصول به طور مستقیم از کشاورزان دریافت می‌گردد (Rivera, 1993).
۳. نظام عرضه نهاد: بخش خصوصی عمدتاً در مورد چگونگی استفاده صحیح از نهاده‌های کشاورزی مورد فروش، آموزش، توصیه و مشاوره فنی ارائه می‌کند. هزینه‌های مربوط به کمک‌های فنی و ارائه خدمات

می‌توانند در ایران کاربرد داشته باشند. در راستای نیل به این هدف، اهداف اختصاصی زیر تدوین شدند:

- ۱- اولویت‌بندی راهکارهای مناسب ترویج خصوصی از دیدگاه کارشناسان ترویج
- ۲- بررسی رابطه بین ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن هر یک از راهکارها
- ۳- بررسی تفاوت بین دیدگاه کارشناسان نسبت به راهکارها بر حسب ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای

روش پژوهش

از آنجایی که هدف این تحقیق شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای مناسب خدمات‌رسانی ترویج خصوصی می‌باشد، تحقیق از نوع پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه بوده است. برای تدوین پرسشنامه، ابتدا مبانی نظری موضوع با توجه به منابع و مراجع مربوطه مورد بررسی قرار گرفت، سپس با در نظر گرفتن نتایج مطالعات، پرسشنامه مقدماتی تهیه گردید. به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق، پرسشنامه طراحی شده در اختیار متخصصان و صاحب‌نظران ترویج و آموزش کشاورزی قرار گرفت که پس از انجام اصلاحات لازم اعتبار پرسشنامه تأیید شد. برای آزمون پایایی ابزار، تعداد ۴۰ پرسشنامه توسط کارشناسان ترویج در خارج از حوزه ستادی وزارت جهاد کشاورزی تکمیل شد و ضریب کرونباخ آلفای آن ۰/۸۹ محاسبه گردید. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارشناسان ترویج حوزه ستادی وزارت جهاد کشاورزی می‌باشد که پس از پیگیری‌های مکرر، ۱۲۵ کارشناس ترویج انتخاب شد و همگی مورد سرشماری قرار گرفتند. در این تحقیق به کلیه کسانی که در ادارات ترویج و آموزش وزارتخانه جهاد کشاورزی و واحدهای تابعه دارای مدرک لیسانس کشاورزی (صرف نظر از هر گرایشی) بوده و با مدرک کارشناسی و بالاتر مشغول به فعالیت می‌باشند، کارشناس ترویج اطلاق شده است. متغیرهای مستقل تحقیق عبارتند از جنس، سابقه فعالیت‌های ترویجی و سطح تحصیلات کارشناسان و متغیر وابسته نیز دیدگاه کارشناسان نسبت به مناسب بودن هر یک از راهکارهای

آموزشی در قیمت خرید کالا لحاظ گردیده و بدین طریق کشاورز هزینه آن را مستقیماً می‌پردازد (برنامه توسعه سازمان ملل، ۱۳۷۶). تفاوت این راهکار با راهکار قبلی در این است که در ترویج مبتنی بر کالا، بخش خصوصی مسؤول تأمین کلیه خدمات اعم از نهاده‌ها، مشاوره‌ها و هرگونه خدمات دیگر می‌باشد ولی راهکار عرضه نهاده، تنها بر تأمین نهاده‌های مورد نیاز کشاورزان تمرکز دارد.

۴. مشاوران خصوصی: مروجان خصوصی در قبال مشاوره با کشاورزان، مستقیماً از آنان پول دریافت می‌کنند (برنامه توسعه سازمان ملل، ۱۳۷۶).

۵. سازمانهای ترویجی کشاورزان: توسط کشاورزان کنترل می‌شود و اعضاء در قبال دریافت خدمات هزینه پرداخت می‌کنند، یا اینکه این سازمانها از هر واحد تولیدی مالیات می‌گیرند (برنامه توسعه سازمان ملل، ۱۳۷۶).

۶. خدمات رسانی مبتنی بر کارمزد: از کشاورزان عمده در قبال ارائه خدمات ترویجی، حق‌الزحمه دریافت می‌شود (Hanchinal et al., 2001). این راهکار در مقایسه با راهکار مشاوران خصوصی، عمومی‌تر می‌باشد چرا که به ارائه مشاوره محدود نمی‌شود و هر گونه خدمات اعم از مشاوره‌ای و غیر مشاوره‌ای را شامل می‌شود.

۷. سیستم کشت سهمی: مروج و کشاورز اقدام به کشت سهمی در مزرعه کشاورز می‌کنند، مروج کلیه فعالیت‌های مربوط به تهیه نهاده و ... را به عهده دارد و در قبال آن سهمی از محصول را دریافت می‌نماید (Saravanan, 2001).

۸. دادن یارانه به کشاورز: کشاورز قسمتی از هزینه خدمات ترویج خصوصی را خود می‌پردازد و بقیه را دولت متقبل می‌شود (محمودی کرمجوان، ۱۳۸۳).

۹. سیستم بازبافت هزینه: در این سیستم ترویج به صورت دولتی باقی مانده و در ازای خدمات از کشاورزان هزینه دریافت می‌کند (Rivera, 1993).

۱۰. سیستم قراردادی: فعالیت‌های ترویجی دولتی به موجب قراردادی به بخش خصوصی واگذار می‌گردد (محمودی کرمجوان، ۱۳۸۳).

از اهداف اصلی این تحقیق بررسی و شناسایی آن دسته از راهکارهای خدمات‌رسانی ترویج خصوصی می‌باشد که

ده گانه ترویج خصوصی است که برای سنجش مناسب بودن هر یک از راهکارها، از طیف لیکرت ۵ سطحی (خیلی نامناسب = ۱ امتیاز تا خیلی مناسب = ۵ امتیاز) استفاده و سپس هر یک از راهکارها با مقیاس ترتیبی سنجیده شدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از نرم‌افزار SPSS (ver 11.5) استفاده شد. در بخش یافته‌های توصیفی از آماره‌های میانگین و ضریب تغییرات (CV) و در بخش یافته‌های استنباطی از آماره‌های تحلیل همبستگی (ضریب همبستگی اسپیرمن و V کرامر) و آزمون‌های ناپارامتری مقایسه میانگین (من-وایتنی و کروسکال والیس) بهره گرفته شد.

یافته‌ها و بحث

بر اساس توزیع فراوانی کارشناسان بر حسب جنس، اکثر کارشناسان ترویج مورد مطالعه (۷۴/۴٪) مرد بوده‌اند. میانگین سابقه فعالیت‌های ترویجی آنان، ۱۲/۶۲ سال می‌باشد. ۸٪ از کارشناسان دارای سابقه خدمتی کمتر از ۵ سال بوده که کمترین فراوانی هم به این گروه مربوط می‌شود و بیشترین فراوانی از آن کارشناسانی است که دارای سابقه خدمتی بین ۵ تا ۱۰ سال می‌باشند (۳۲٪). بیشترین فراوانی مربوط به کارشناسان دارای مدرک تحصیلی لیسانس می‌باشد که در حدود ۷۰٪ جامعه آماری را تشکیل می‌دهند. همچنین ۲۷/۶٪ کارشناسان دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و تنها ۲/۴٪ دارای مدرک دکتری می‌باشند.

به منظور اولویت‌بندی راهکارهای مناسب خدمات‌رسانی ترویج خصوصی از دیدگاه کارشناسان ترویج، از ضریب تغییرات استفاده شد. یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که سه راهکار سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز به ترتیب از دیدگاه کارشناسان به عنوان مهم‌ترین راهکارهای خدمات‌رسانی مطرح می‌باشند.

طبق یافته‌ها، مناسبترین راهکار از نظر کارشناسان، راهکار سازمان‌های ترویجی کشاورزان می‌باشد. این گونه سازمان‌ها توسط کشاورزان تشکیل و کنترل می‌شوند و اعضاء در قبال خدمات دریافتی نیز حق العمل یا کارمزد

می‌پردازند. در تحقیقی که نیز توسط قبیل (۱۳۷۷) با عنوان بررسی زمینه‌ها و امکانات خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی از دیدگاه متخصصان، صورت گرفت راهکار سازمان‌های ترویجی کشاورزان از مهمترین راهکارهای پیشنهادی کارشناسان بوده است.

راهکار مناسب دوم طبق یافته‌ها، مشاوران خصوصی می‌باشد. در این راهکار مشاوران به صورت انفرادی یا در قالب شرکت در قبال مشاوره با کشاورزان مستقیماً از آنان پول می‌گیرند. این راهکار از آن جهت می‌تواند در کشور ما کارآیی داشته باشد که با توجه به تعداد زیاد دانش آموختگان بیکار کشاورزی، تشکیل شرکت‌های مشاوره‌ای در راستای اشتغال و کارآفرینی برای فارغ‌التحصیلان کشاورزی کشور بسیار مفید خواهد بود. سپهریان (۱۳۸۱) نیز در تحقیق خود به راهکار مشاوران خصوصی به عنوان راهکاری مناسب برای خصوصی‌سازی و خدمات‌رسانی اشاره کرده است.

اعطای یارانه به کشاورز به عنوان راهکار مناسب سوم مطرح می‌باشد. در این راهکار، کشاورز قسمتی از هزینه خدمات ترویج خصوصی را خود می‌پردازد و بقیه را دولت متقبل می‌شود. با توجه به ضعف مالی کشاورزان خرده‌پا، این راهکار می‌تواند بخوبی مورد استفاده قرار گیرد. در تحقیقی که توسط محمودی کرمجوان (۱۳۸۳) نیز انجام شد، مهمترین راهکارها از دیدگاه کارشناسان، دادن یارانه به کشاورز بوده است. به منظور بررسی روابط بین جنس، سابقه فعالیت‌های ترویجی و میزان تحصیلات کارشناسان با دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن هر یک از راهکارها از ضرایب همبستگی مناسب استفاده شد.

از آنجایی که متغیر جنس دارای مقیاس اسمی و دیدگاه کارشناسان نسبت به راهکارها دارای مقیاس ترتیبی می‌باشد، برای بررسی وجود رابطه میان این دو متغیر از جدول توافقی و Chi square استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که بین جنس کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن راهکارهای خدمات‌رسانی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد. در تحقیق صورت گرفته توسط هانچینال و همکاران نیز این نتیجه تأیید گردید (Hanchinal et al., 2001).

جدول ۱- اولویت‌بندی راهکارهای مناسب ترویج خصوصی از دیدگاه کارشناسان ترویج

اولویت	راهکارهای خدمات رسانی	میانگین	ضریب تغییرات
۱	سازمانهای ترویجی کشاورزان	۳/۸۱۶	۰/۴۴
۲	مشاوران خصوصی	۳/۷۱۶	۰/۴۷
۳	دادن یارانه به کشاورز	۳/۵۳۶	۰/۵۲
۴	سیستم باز یافت هزینه	۳/۴۸۸	۰/۵۸
۵	سیستم قراردادی	۳/۲۴۸	۰/۶۲
۶	خدمات رسانی مبتنی بر مخاطبان	۳/۲۱۶	۰/۶۶
۷	خدمات رسانی مبتنی بر کارمزد	۳/۰۹۷	۰/۷۱
۸	سیستم کشت سهمی	۲/۸۰۲	۰/۷۳
۹	ترویج مبتنی بر کالا	۲/۸۰۲	۰/۷۷
۱۰	نظام عرضه نهاده	۲/۸۰۲	۰/۷۹

همچنین با توجه به ترتیبی بودن متغیرهای سطح تحصیلات کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به هر یک از راهکارهای خدمات‌رسانی ترویج خصوصی از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. بر اساس جدول ۳، رابطه مثبت و معنی‌داری بین سطح تحصیلات کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به راهکارهای سازمان‌های ترویج کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز در سطح ۵ درصد وجود دارد.

ساراوآنان (Saravanan, 2001)، هانچینال و همکاران (Hanchinal et al., 2001)، سپهریان (۱۳۸۱) و فرخی (۱۳۸۱) همگی در تحقیقات خود رابطه بین میزان تحصیلات کارشناسان و دیدگاه آنان را نسبت به خصوصی‌سازی مثبت گزارش کرده‌اند.

با توجه به این که متغیر سابقه فعالیت‌های ترویجی دارای مقیاس فاصله‌ای و دیدگاه کارشناسان نسبت به هر یک از راهکارها دارای مقیاس ترتیبی است، به منظور بررسی وجود رابطه بین این دو متغیر از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. طبق یافته‌های جدول ۲، میان سابقه فعالیت‌های ترویجی کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن راهکارهای سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ۵ درصد وجود دارد.

ساراوآنان (Saravanan, 2001) و بگلریان (۱۳۸۰) نیز در تحقیقات خود به معنی‌داری رابطه بین سابقه فعالیت‌های ترویجی کارشناسان و نگرش نسبت به خصوصی‌سازی ترویج اشاره کرده‌اند.

جدول ۲- رابطه میان سابقه فعالیت‌های کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن راهکارها

متغیر	راهکار خدمات‌رسانی	ضریب همبستگی
سابقه فعالیت‌های ترویجی	سازمان‌های ترویجی کشاورزان	۰/۶۸۱*
	مشاوران خصوصی	۰/۶۷۸*
	دادن یارانه به کشاورز	۰/۶۲۷*

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این تحقیق که با هدف بررسی و اولویت‌بندی راهکارهای مناسب ترویج خصوصی صورت گرفت نشان داد که از دید کارشناسان وزارت جهاد کشاورزی، راهکارهای مناسب در کشور ما سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورزان می‌باشند.

با توجه به شناخت سازمان‌های ترویجی کشاورزان به عنوان مناسب‌ترین راهکار از دیدگاه کارشناسان در شرایط موجود کشور از یکسو و قابلیت‌ها و اثربخشی روز افزون آنها در اقصی نقاط دنیا در عرصه‌های مختلف تولیدی و خدمات‌رسانی، زمینه‌سازی و توجه بیشتر و جدی‌تر برای استفاده مطلوب و کارآمد از این نوع راهکار و بهره‌گیری از تجربیات کشورهای موفق در این زمینه توصیه می‌شود.

از اینرو دولت باید با همکاری وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و تعاون به بهره‌گیری از تجربیات و طرح‌های کشورهای موفق در این زمینه با توجه به شرایط خاص جامعه روستایی ایران اقدام نموده و به تأسیس و سازماندهی تشکلهای سازمان‌های کشاورزان همت گمارد.

از سوی دیگر برای مقایسه میانگین دیدگاه کارشناسان ترویج مرد و زن نسبت به مناسب بودن هر یک از راهکارها، از آزمون مقایسه میانگین ناپارامتری من-وایتنی استفاده شد. نتایج حاصل نشان داد که بین نظرات کارشناسان مرد و زن و دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن راهکارهای خدمات رسانی، هیچ گونه اختلاف معنی‌داری وجود ندارد.

همچنین به منظور مقایسه دیدگاه کارشناسان ترویج با سطح تحصیلات متفاوت (لیسانس، فوق لیسانس و دکتری) نسبت به مناسب بودن هر یک از راهکارها از آزمون کروسکال والیس استفاده شد. مطابق جدول ۴ بین نظرات کارشناسان با مقاطع تحصیلی مختلف نسبت به مناسب بودن سه راهکار سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز در سطح ۵ درصد تفاوت معنی‌داری وجود دارد و در سایر راهکارها تفاوتی مشاهده نمی‌شود.

بگلریان (۱۳۸۰) نیز در تحقیق خود دریافته است که بین میانگین نگرش کارشناسان با مدرک کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری نسبت به خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳- رابطه بین سطح تحصیلات کارشناسان و دیدگاه آنان نسبت به مناسب بودن راهکارها

متغیر	راهکار خدمات‌رسانی	ضریب همبستگی
سطح تحصیلات	سازمان‌های ترویجی کشاورزان	۰/۵۵۲*
	مشاوران خصوصی	۰/۵۰۱*
	دادن یارانه به کشاورز	۰/۵۴۹*

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

جدول ۴- مقایسه دیدگاه کارشناسان نسبت به مناسب بودن راهکارها بر حسب سطح تحصیلات

میزان تحصیلات	راهکار خدمات‌رسانی	F	مجموع مربعات	سطح معنی‌داری
لیسانس	سازمان‌های ترویجی کشاورزان	۰/۸۸۵	۶۴/۵۹۲	۰/۰۴۱*
فوق لیسانس	مشاوران خصوصی	۰/۰۹۵	۶۸/۱۱۲	۰/۰۴۱*
دکتری	دادن یارانه به کشاورز	۰/۱۳۸	۷۸/۸۳۲	۰/۰۴۴*

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

صورت یارانه در اختیار کشاورزان قرار دهد تا آنان بتوانند خدمات مورد نیاز خود را با کیفیت مطلوب دریافت کنند. همچنین با عنایت به مناسب بودن راهکارهای سازمان‌های ترویجی کشاورزان، مشاوران خصوصی و دادن یارانه به کشاورز در بین کارشناسان با سابقه ترویجی بیشتر و سطح تحصیلات بالاتر، برنامه‌ریزی و توجه ویژه برای استفاده از سه راهکار فوق‌الذکر در نظام ترویج خصوصی کشور از یکسو و بهره‌گیری از نظرات و تجارب کارشناسان ترویجی که سابقه و تحصیلات بیشتری دارند، از سوی دیگر پیشنهاد می‌شود.

سپاسگزاری

از کلیه کارشناسان ترویج حوزه ستادی وزارت جهاد کشاورزی که با پاسخگویی در این تحقیق ما را یاری دادند، صمیمانه تشکر می‌شود.

با عنایت به مناسب بودن راهکار مشاوران خصوصی در کشور ما از یکسو و خیل عظیم فارغ‌التحصیلان بیکار در بخش کشاورزی، توجه بیشتر برای زمینه‌سازی و کاربرد این راهکار ضروری به نظر می‌رسد. لذا با توجه به تعداد زیاد فارغ‌التحصیلان بیکار در رشته‌های مختلف کشاورزی، دولت باید با اعطا و فراهم آوردن امکانات، شرایط و تسهیلات لازم همچون دادن وام‌های بلند مدت به کارشناسان کشاورزی زمینه کار این دانش‌آموختگان را در قالب شرکت‌های مشاوره‌ای و به تبع آن اشتغال‌زایی و کارآفرینی میسر سازد. تمرکز بر راهکار اعطای یارانه به کشاورزان با توجه به هزینه خدمات ترویجی از یکسو و ناتوانی اکثر کشاورزان خرده پا در تقبل هزینه خدمات ترویجی و یا عدم تمایل آنان برای پرداخت هزینه خدمات به عنوان یکی از راهکارهای مفید در کشور ضروری می‌باشد. از اینرو دولت باید با طراحی مکانیزم‌های خاصی، بخشی از هزینه خدمات ترویجی را متقبل شود و بخش دیگر را به

منابع مورد استفاده

- برنامه توسعه سازمان ملل. (۱۳۷۶). *ترویج کشاورزی*. ترجمه محمود حسینی و محمد چیدری، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بگلریان، م. (۱۳۸۰). *بررسی نگرش رؤسا و معاونان سازمان‌های جهاد کشاورزی در خصوص راهکار خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی در ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.
- سپهریان، ن. (۱۳۸۱). *بررسی امکان خصوصی‌سازی فعالیت‌های ترویجی امور دام کشور از دیدگاه کارگزاران و متخصصین فن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد وزارت جهاد کشاورزی.
- فرخی، ص. (۱۳۸۱). *بررسی نگرش کارشناسان و کشاورزان استان ایلام نسبت به خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.
- قبله، م. (۱۳۷۷). *بررسی زمینه‌ها و امکانات خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی از دیدگاه متخصصان و مسئولان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- محمودی کرمجوان، ج. (۱۳۸۳). *بررسی زمینه‌ها و راهبردهای خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی در استان آذربایجان شرقی از دیدگاه کشاورزان و کارشناسان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

Hanchinal, S.N., Sundaraswamy B., & Ansari M.R. (2001). *Attitudes and preferences of farmers towards privatization of extension service*. Available at: <<http://www.manage.gov.in/pvtext/pvext/htm>>.

Rivera, W.M. (1993). Impacts of extension privatization. *Journal of Extension*, 31(3), 47-48.

- Rivera, W.M., Zipp, W., & Alex, G. (2000). Contacting for Extension. The World Bank, Rural Development Family, Agricultural Knowledge & Information Systems (AKIS). *Journal of Extension*, 32(2), 22-24.
- Saravanan, R. (2001).). Privatization of Agricultural Extension. National institute of agricultural extension management. Available at: < <http://www.manage.gov.in/pvtext>>.
- Shivalinge Gowda, N.S., & Saravanan, R. (2001). *Attitude and preference of agricultural scientists toward privatization of agricultural extension services*. National Institute of Agricultural Extension Management Rajendrana, Heydarabad. Available at: <<http://www.manage.gov.in/pvtext/pvext/htm>>.

Investigating the Appropriate Practices for Supplying Private Extension Services as Perceived by the Extension Specialists of the Ministry Agricultural Jihad

F. Lashgarara, and S.M. Hosseini¹

Abstract

In regard to the increasing costs and limitations on the available resources, one of the policy options in the recent years to minimize the constraints of the public extension, has been the privatization of agricultural extension services. In Iranian context, considering the diverse needs of the commercial farmers and inadequacies of the public extensions' services for the small farmers, there is a necessity for searching suitable programs and practices related to private extension. Thus, the objective of this study was to investigate and prioritize programs and practices of supplying private extension services to farmers, as perceived by Iranian agricultural extension specialists. A survey research was conducted using a questionnaire which its face validity was confirmed by a panel of related agricultural extension experts and its reliability was established through the administering of 40 instruments among the extension specialists of the Ministry of Agricultural Jihad (MAJ) and calculating the Cronbach's alpha ($\alpha=0.89$). The target population of the study encompassed 125 agricultural extension specialists of MAJ. The gathered data were analyzed using SPSS-win software. The dependent variable was the perception of the agricultural extension specialist regarding the appropriateness of the selected practices of private extension. Based on the findings, the priority of the most important practices for supplying private extension services from the view point of the extension specialists were: farmers' extension organizations, private consultants, and allocating subsidies to the farmers. Also, there was a significant difference between the Ph.D and M.Sc respondents as to their perceptions on the appropriateness of the three above-mentioned private extension practices.

Keywords: Extension Privatization, Policies, Programs and Practices of Private Agricultural Extension.

1. Faculty Members of the Islamic Azad University: Science and Research Branch, Tehran, and Un College of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran, Iran. (far_lashgarara@yahoo.com).