

تحلیل نگرش کشاورزان در جهت جهش تولید نسبت به شرکت‌های خدمات فنی مهندسی

هیوا عزیزی، ارشد زراعت

Hivaazizi06@gmail.com

فریده خرمی، ارشد توسعه کشاورزی

Fkhorami4@gmail.com

مهدی نیاکان، کارشناس منابع طبیعی مرتع و آبخیزداری

Mehdiniakan1354@gmail.com

بنفشه آتش‌فراز، ارشد توسعه روستایی

Banafshatashfaraz@gmail.com

چکیده

بخش کشاورزی در کشورهای مختلف، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، در سال‌های اخیر با مشکلات و چالش‌های متعددی مانند افزایش جمعیت و فشار فزاینده برای تولید غذای کافی، عدم دسترسی کشاورزان به دانش و فناوری‌های نوین، کارایی پایین سازمان‌ها و نهادهای دولتی، مانند ترویج کشاورزی، در انتقال دانش و اطلاعات جدید به کشاورزان و موارد دیگر مواجه بوده است. در این زمینه، به منظور مقابله با این مسائل و حرکت در راستای دستیابی به توسعه و بهبود مستمر، تمهیدات و راهکارهای سیاسی خاصی انجام گرفته است، از جمله این راهکارها، راه‌اندازی شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای، با هدف افزایش تولید و دستیابی هرچه بهتر کشاورزان به اطلاعات کشاورزی می‌باشد. شناسایی نگرش کشاورزان نسبت به خدماتی که این شرکت‌ها ارائه می‌دهند، می‌تواند در برنامه‌ریزی فعالیت‌ها به اعضا شرکت‌ها کمک نماید. بر این اساس این تحقیق از نوع، کمی (توصیفی - همبستگی) می‌باشد. جامعه آماری تحقیق 3706 از کشاورزان شهرستان روانسر بودند که با استفاده از جدول کرجسی شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای ناراضی بودند. 11/9 درصد پاسخگویان نگرش مثبتی نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای داشتند و بین متغیرهای سن، درآمد و میزان اراضی رابطه مثبت و معنی‌داری با میزان نگرش وجود داشت و بین سطح سواد و نگرش رابطه منفی و معنی‌داری مشاهده شد و در نهایت مشخص شد که سن و میزان درآمد مهم‌ترین متغیرهای تاثیر گذار بر نگرش می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سنجش نگرش، خصوصی سازی، ترویج کشاورزی، شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای، مهندسی ناظر

مقدمه

نقش مهم و اساسی بخش کشاورزی در هر کشور تولید مواد غذایی مورد نیاز مردم آن کشور است، البته مسلم است که کشاورزی در سایر زمینه‌ها نظیر اشتغال، تولید مواد اولیه برای صنعت صادراتی نیز نقش بزرگی ایفا می‌کند، اما تمرکز و اهمیت آن در تولید مواد غذایی است که اگر قادر باشد در این زمینه به خوبی نقش خود را ایفا کند، کمک شایان توجهی به توسعه کشور نموده است (شفیعی وهمکاران، 1387). تحقق جهش تولید در کشاورزی باعث فرصت‌سازی در توسعه فعالیت‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی و همچنین موجب کاهش اثرات تهدیدهای ملی نظیر تحریم‌های اقتصادی می‌شود اگر با بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌ها مبتنی بر تفکر جهادی و راهبردهای متأثر از مدیریت جهادی همراه باشد. باید لنگی پای اقتصاد خسته کشاورزی را درمان کرد و بعد از او انتظار پریدن داشت. از طرفی تامین غذا یا به بیان بهتر تامین امنیت غذایی در جوامع بشری به حدی حائز اهمیت است که به خطر افتادن آن می‌تواند زمینه‌ساز بزرگترین جنگ‌ها میان جوامع باشد. در این میان رشد جمعیت توسعه کشاورزی را به یکی از مقوله‌های مهم توسعه‌ای تبدیل کرده است چرا که با افزایش جمعیت میزان مصرف نیز افزایش می‌یابد و تامین

امنیت غذایی در چنین شرایطی نیازمند برنامه‌ریزی در حوزه اشتغال و اقتصاد مبتنی بر کشاورزی است و در این مسیر لاجرم جهش در کشاورزی بر پایه یافته‌های علمی و تحقیقاتی به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر تبدیل می‌شود. بنابراین، لزوم توجه به نحوه توسعه کشاورزی جهت توسعه و پیشبرد کشور امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. از سویی، اقتصاد اغلب کشورهای جهان سوم از جمله کشور ما اغلب بر تولیدات کشاورزی متکی است و فعالیت‌های کشاورزی هم، غالباً در روستاها انجام می‌شود. توسعه و رشد بخش کشاورزی به‌عنوان موتور محرکه توسعه روستایی است و علت آن اشتغال بیش از ۸۰ درصد جمعیت روستایی جهان سوم به‌طور مستقیم و غیر مستقیم در فعالیت‌های کشاورزی می‌باشد (هاشمی و ایمنی، ۱۳۸۶ به نقل از مایکل تودارو، ۱۹۹۰).

منابع انسانی پایه اصلی ثروت ملت‌ها را تشکیل می‌دهد و سرمایه و منابع طبیعی عوامل لازم تولید هستند. کشوری که نتواند مهارت‌ها و دانش مردم خود را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به‌نحو مؤثری بهره‌برداری کند، قادر نیست به توسعه ملی برسد. زیرا با دستیابی به توسعه منابع انسانی سایر ابعاد توسعه نیز تحقق می‌یابد (هاربینسون، ۱۹۹۸). برای دستیابی متوازن و پایدار بخش کشاورزی، مؤثرترین و اقتصادی‌ترین و کارآمدترین راهبرد، تأمین منابع انسانی برخوردار از دانش، مهارت، اخلاق حرفه‌ای و مدیریت است. تا این عوامل تأمین نشود سایر عوامل در فرایند توسعه نظیر سرمایه، نهاده‌ها، ماشین‌آلات و عوامل اقلیمی نمی‌تواند بازدهی مفیدی ارائه دهند (حاج صادقی، ۱۳۸۸ به نقل از کلیتون، ۱۹۹۰). در این راستا، در مناطق روستایی و عشایری کشور، وزارت جهاد کشاورزی به‌عنوان یکی از دستگاه‌های کارگزار، سرمایه‌گذاری‌های بسیاری از طریق افزایش اطلاعات و دانش روستاییان، با اجرای برنامه‌های عمرانی، هدایتی، حمایتی، آموزشی و ترویجی ارائه داده است. با توجه به این سرمایه‌گذاری‌های تقریباً وسیعی که اغلب از طریق کمک‌های دولتی به‌انجام رسیده است. بهره‌وری و تولید در بخش کشاورزی با توجه به رشد فزاینده جمعیت و نیازهای غذایی ناشی از آن رشد چشم‌گیری نداشته‌است (حسینی و همکاران، ۱۳۸۶). در این میان از خدمات ترویج کشاورزی - که یکی از ابزارهای اصلی توسعه بخش کشاورزی است و تاکنون بیشتر از طریق بخش دولتی به‌انجام رسیده است. در سه دهه پیشین به دلیل مسائل متعددی همچون پوشش ندادن شمار زیادی از کشاورزان، غیرمشارکتی بودن و دخالت ندادن کشاورزان در برنامه‌ها، انجام ندادن مطلوب کارکردهای واگذار شده، نامناسب بودن ساختار داخلی سازمان‌های ترویجی، فقدان اثربخشی هزینه‌ها و کارایی در واحد زمان و غیره انتقاد جدی شده‌است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲ به نقل از ربورا، ۲۰۰۰؛ میرزایی و همکاران، ۱۳۸۶؛ حسینی و همکاران، ۱۳۸۶). به‌منظور غلبه بر این مشکلات و رفع ناکارآمدی‌ها و ضعف‌های ذاتی سیستم‌های ترویج دولتی، در سال‌های اخیر رویکردها و راهکارهای خاصی از جمله اصلاحات ساختاری، سیستم‌های ترویج قراردادی و تمرکززدایی و کاهش تصدی‌گری دولت معرفی شده‌است (اندرسون، ۱۳۸۵).

در ایران نیز سیستم‌های ترویج کشاورزی (دولتی) با سابقه‌ای حدود نیم قرن هنوز نتوانسته‌اند همه ارباب‌رجوع بالقوه خود را تحت پوشش قرار دهند و نیازهای آنان را در زمینه‌های مختلف رفع کنند (رضایی و همکاران ۱۳۹۲ به نقل از امیریان، ۱۳۸۰؛ حسینی و حجازی، ۱۳۸۹). کمبود پرسنل ترویجی، پایین بودن سطح مهارت‌ها و قابلیت‌های حرفه‌ای کارشناسان ترویج، انگیزه کم کارکنان و داشتن نقش‌های پراکنده و متضاد و کمبود منابع مالی، برخی از مهم‌ترین مسائل مبتلا به سازمان‌های ترویج دولتی در ایران هستند (پزشکی‌راد و همکاران، ۱۳۷۲؛ پزشکی‌راد و آقایی، ۱۳۸۰؛ رضایی، ۲۰۰۵). از این‌رو، هم‌زمان با تحولات صورت گرفته در سیستم‌های ترویج کشاورزی در سطح بین‌المللی و در راستای سوق دادن کشاورزی معیشتی به‌سوی کشاورزی مدرن و تجاری، از نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ وزارت جهاد کشاورزی تأسیس نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی را با هدف ایجاد یک سازمان تخصصی جهت پوشش فعالیت‌های کارشناسان در بخش کشاورزی و پشتیبانی از منابع انسانی به تصویب مجلس شورای اسلامی رساند. این سازمان، به‌منظور افزایش پوشش خدمات مشاوره‌ای برای کشاورزان و فراهم کردن زمینه اشتغال برخی از دانش‌آموختگان بخش کشاورزی، طرح استقرار شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و فنی مهندسی کشاورزی را تصویب کرده و در سال ۱۳۸۶ جهت اجرا به کلیه استان‌ها ابلاغ نمود (رحیمی، ۱۳۹۰).

عرضه خدمات ترویجی، آموزشی، فنی و اجرایی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت، ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات کشاورزی، ایجاد زمینه اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی، ایجاد تحول در ترویج یافته‌های علمی و عرضه خدمات متناسب با نیاز کشاورزان، گسترش پوشش خدمات ترویج کشاورزی، افزایش مشارکت کشاورزان در طراحی و اجرای فعالیت‌های ترویجی و افزایش توان پاسخگویی دولت به بهره‌برداران و تولیدکنندگان بخش کشاورزی برخی از مهم‌ترین اهداف تشکیل شرکت‌های

خدماتی محسوب می‌شوند (سازمان جهاد کشاورزی، 1385؛ هاشمی و حجازی، 1389). شایان ذکر است که به‌دلیل حضور محدود کارشناسان دستگاه‌های اجرایی در مناطق روستایی شرکت‌های خدماتی می‌توانند کارکردهای متنوعی را در زمینه‌ی خدمات گیاه‌پزشکی، خدمات مکانیزاسیون کشاورزی، خدمات بازرگانی (بازاریابی و بازرسانی)، خدمات مالی و بیمه‌ای، خدمات مشارکتی و حقوقی، ایجاد مراکز فروش، خدمات مشاوره‌ای، آموزشی و ترویجی و سایر خدمات برای کشاورزان در جامعه‌ی روستایی داشته‌باشند (سازمان جهاد کشاورزی، 1385).

تصمیم کشاورزان به پذیرش توصیه‌های شرکت‌های خدماتی در روستا متأثر از عوامل مختلفی است که یکی از مهم‌ترین آنان، نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدماتی می‌باشد، زیرا فعالیت و تصمیم‌گیری افراد نسبت به هر پدیده‌ای تحت‌تأثیر نگرش آن‌ها می‌باشد. اکنون پس از گذشت 7 سال از استقرار شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی، ارزشیابی جامعی از نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌ها صورت نپذیرفته است. از این‌رو در این پژوهش برآن شدیم تا با تحلیل نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و فنی و مهندسی، اطلاعات جامعی راجع به نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدماتی، در اختیار مسئولین و سیاست‌گذاران قرار دهیم. به‌منظور رسیدن به این هدف شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی شهرستان روانسر مورد مطالعه قرار گرفت.

تعریف نگرش

واژه نگرش با معادل انگلیسی «attitude» است که در فرهنگ ما معادل های فارسی متعددی همچون طرز تلقی، گرایش، ایستار، بازخورد، طرز فکر، گرایش ذهنی، رویه، وجهه نظر، نگره، نحوه برخورد، طرز رفتار، وضع، تمایل فکری، وضع رفتار، وضع روانی، هیات روانی، بخش رفتار و کردار، وضع و حال و شیوه برخورد دارد. اما در سال‌های اخیر، اغلب صاحب‌نظران و اهل فن اصطلاح «نگرش» را برای attitude پذیرفته‌اند (رفیعی‌پور، 1372). نگرش مترادف لغاتی مانند view (نظر یک شخص درباره پدیده)، perception برداشت و طرز تلقی یک شخص از یک پدیده و یا به زبان آلمانی لغت ansehauung (نگرش) که در زبان انگلیسی در رابطه با لغت anshchaung welt (جهان‌بینی) عیناً مورد استفاده قرار می‌گیرد، تعریف شده است (حاج‌صادقی 1388 به نقل از آلپورت، 1994). آمادگی عمومی ارگانسیم به‌صورت یک کل، نسبت به یک شیء یا موقعیت که سازگاری با آن را طلب می‌کند را نیز نگرش نامیده‌اند (حاج‌صادقی 1388 به نقل از زیگ، 1985).

نگرش یکی از مهم‌ترین مفاهیم روانشناسی نوین است. تاکنون تحقیقات بسیاری در مورد نگرش روستاییان و کشاورزان نسبت به موضوع‌ها، خدمات و برنامه‌ها و سیاست‌های مختلف انجام شده‌است. نگرش یک فرد درباره یک پدیده به‌طور عموم در مرحله‌ای است که آن فرد هنوز درباره‌ی آن پدیده تجربه شخصی زیادی نداشته و هنوز به یک تصمیم‌گیری قاطع درباره پذیرش یا رد آن پدیده نرسیده‌است. در نتیجه این مرحله، نظر فرد درباره آن پدیده با یک برخورد شخصی، به‌سادگی قابل تغییر و تعدیل است (رفیعی‌پور، 1372)، هم‌چنین نگرش به‌معنی یک نظام پایدار از گرایش‌ها و باورهای یک فرد نسبت به پدیده‌های محیط خود است.

برخی نیز آن را یک حالت روانی و عصبی تعریف کرده‌اند که از طریق تجربه سازمان می‌یابد و بروی پاسخ فرد در قبال اشیاء و موقعیت‌ها، تأثیری پویا می‌گذارد (براتی و همکاران 1393 به نقل از آقا احمدی و مباحثینیا، 1386). در معنای نگرش نوع، زاویه و چگونگی نگاه به پدیده‌ها دارای اهمیت است. به‌نظر می‌رسد نوع نگرش افراد به پدیده‌ها بستگی به نوع پدیده‌ها داشته، به‌طور کلی بر ساختار شخصیتی آنان نیز تأثیر مستقیم می‌گذارد (خاوندی‌زاد اقدم، 1382).

مفهوم نگرش اولین بار در سال ۱۹۱۸ در مطالعه‌ای توسط توماس و زانیککی به‌شیوه‌ای علمی مورد استفاده قرار گرفت. آن‌ها نگرش را چنین تعریف کردند: با نگرش ما می‌توانیم فرایند خودآگاهی فردی را که فعالیت ممکن یا واقعی افراد را در جهان واقعی تعیین می‌کند، بشناسیم (شاطریان و همکاران، 1391 به نقل از مهرداد، ۱۳۸۸).

نگرش مقدمه‌ای است برای عمل، هر رفتاری که از افراد سر می‌زند با نوعی نگرش همراه است. اگر نگرش را مقدمه عمل بدانیم هر نگرش خاص به یک پدیده یا مقوله خاص، آمادگی خاص در هر فرد برای عمل ایجاد می‌کند (شاطریان و همکاران 1391 به نقل از سیاه‌پوش، ۱۳۸۱). نگرش یک سازه فرضی است، زیرا به‌صورت مستقیم قابل مشاهده نیست، بلکه بیشتر با اظهارات کلامی و رفتاری همراه است (آذربایجانی و همکاران، 1385).

به لحاظ اهمیتی که نگرش‌ها در زندگی افراد دارند، برخی از صاحب نظران تا آنجا پیش می‌روند که موضوع اصلی روان‌شناسی اجتماعی را «نگرش» می‌دانند و آن را علم مطالعه نگرش‌های افراد تعریف می‌کنند (کریمی، ۱۳۷۹). به طوری که از نظر برخی پژوهشگران، مفهوم نگرش احتمالاً شاخص‌ترین و ضروری‌ترین مفهوم در روانشناسی اجتماعی است (ترکان، ۱۳۸۷ به نقل از آلپورت، ۱۹۳۵).

بخشی از اهمیت نگرش ناشی از آن است که صاحب نظران مطالعه نگرش را برای درک رفتار اجتماعی، حیاتی می‌دانند. بخش دیگری از این اهمیت مبتنی بر این فرض است که نگرش‌ها تعیین کننده رفتارها هستند و این فرض به طور ضمنی دلالت بر این امر دارد که با تغییر دادن نگرش‌های افراد، می‌توان رفتارهای آن‌ها را تغییر داد. به علاوه، با افزایش نگرش‌های شخص در مورد چیزها، احتیاج او به تفکر و اخذ تصمیم‌گیری تازه، کم می‌شود و رفتار او نسبت به آن چیزها عادی، قالبی، مشخص و قابل پیش‌بینی می‌گردد و در نتیجه زندگی اجتماعی او آسان می‌شود. همچنین آگاه بودن از نگرش‌های افراد می‌تواند دارای اهمیت زیادی باشد. اگر نگرش‌های مردم را بدانیم، می‌توانیم رفتار آنان را پیش‌بینی کنیم و بر رفتار آنان کنترل داشته باشیم (کریمی، ۱۳۷۹). اگر ما از نگرش‌های دیگران مطلع باشیم، دنیا پیش‌بینی پذیرتر می‌شود. ممکن است تفکر و رفتارمان از طریق این دانش شکل بگیرد و سعی کنیم تا رفتار دیگران را از طریق ایجاد تغییر در نگرش آن‌ها کنترل نمائیم؛ و بالاخره در سطح «بین گروهی» نگرش‌ها نسبت به گروه خودمان و دیگر گروه‌ها، در بطن تعاون و تعارض بین گروهی قرار دارد (ترکان، ۱۳۸۷ به نقل از هیوستون و اشتروبه، ۱۳۸۳).

با وجود اهمیت سازه نگرش، روانشناسی اجتماعی، مباحثه‌های مکرر را در رابطه با تعریف مناسب آن تجربه کرده است. اگر چه این مباحثه‌ها در دهه‌های پایانی قرن بیستم رو به کاهش نهاده است (ایگلی و چایکن، ۲۰۰۷). از جمله تعاریف که شاید جامع‌تر از بقیه باشد، تعریف کمبرت و همکاران (۱۹۶۴ به نقل از آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۵) است: «نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها و موضوع‌های اجتماعی یا قدری وسیع‌تر، هرگونه حادثه‌ای در محیط فرد».

نگرش را می‌توان آمادگی ویژه‌ای از نظر روانی در رویارویی با پدیده‌ها، مسایل، چیزها، وقایع و عکس‌العمل‌ها توأم با هیجان نسبت به آن‌ها دانست که ناشی از گذشته افراد و تجربیات مختلف آن‌ها در زندگی می‌باشد. در واقع، تعاریف گوناگونی که از نگرش ارایه شده است، مبتنی بر این اصل است که نگرش را واقعیتی آمیختنی و بالنسبه باداوم در نظر می‌گیرند که به عنوان یک گرایش از سوی فرد اظهار می‌شود و براساس آن، شخص به گونه‌ای مثبت یا منفی درباره پدیده‌ها داوری می‌کند (علی‌بیگی و همکاران، ۱۳۹۱؛ به نقل از فلکی و همکاران، ۱۳۸۶).

الگوی سه مؤلفه‌ای نگرش

در این الگو فرض بر این است که نگرش‌ها ترکیبی از سه سبک مشخص تجربه و واکنش نسبت به یک امر می‌باشند: عاطفی، شناختی، رفتاری. برای مثال، طرفداران حفظ محیط‌زیست معتقدند که آلودگی هوا باعث از بین رفتن لایه ازن می‌شود که خطر ابتلاء به سرطان را افزایش می‌دهد (شناختی)، آن‌ها ممکن است به خاطر انقراض گیاه و جانور ناراحت و غمگین شوند (عاطفی) و بر این اساس آن‌ها از وسیله نقلیه عمومی به جای خودروی شخصی استفاده و در فرایند بازیافت شرکت خواهند نمود (رفتاری) (بهتر و وانک، ۱۳۸۴). می‌توان در بیشتر تعریف‌های ظاهراً متفاوت نگرش، فصل‌های مشترکی پیدا کرد. هر کدام از این تعریف‌ها به صورتی، خصوصیت اصلی نگرش را آمادگی برای پاسخ دادن می‌دانند (ترکان، ۱۳۸۷ به نقل از آلپورت، ۱۹۳۵، به نقل از کریمی، ۱۳۷۹). نگرش حالت درونی و آمادگی است به جای این‌که علنی و عملی باشد؛ یعنی نگرش، رفتار نیست بلکه پیش شرط رفتار است. روی هم رفته تعریف سه عنصری نگرش، تعریفی است که بیشتر روانشناسان اجتماعی روی آن اتفاق نظر دارند (کریمی، ۱۳۸۵).

حاج‌صادقی، ۱۳۸۸ به نقل از فلدمن (۲۰۰۱) نیز نگرش را از زاویه سه رهیافت مورد بررسی قرار می‌دهد:

- ۱- دیدگاه ارزش‌یابانه: عبارت‌است از پیش‌آمادگی‌های آموخته شده جهت پاسخ به شیوه‌ای مطلوب یا نامطلوب نسبت به فرد یا شیء یا ایده‌های بخصوص. در واقع نگرش مجموعه‌ای از احساسات خوب بد یا نسبت به یک چیز، فکر و یا رفتار می‌باشد.
- ۲- دیدگاه حافظه‌ای: عبارت‌است از مجموعه‌ای از اطلاعات به‌هم پیوسته پیرامون افکار، احساسات و رفتار متمرکز بر شیء (در این تحقیق کشاورزان شهرستان روانسر). مقصود از حافظه در واقع مجموعه‌ای از اطلاعات به‌هم پیوسته پیرامون افکار، عقاید و

احساسات و یا شیء نگرش می‌باشد. هنگامی که محرکی از بیرون این شبکه ذهنی را تحریک می‌کند، خاطرات پیرامون شیء نگرش برانگیخته می‌شوند.

3- دیدگاه سه مؤلفه‌ای: نگرش عبارت‌است از مؤلفه شناختی، عاطفی و رفتاری یا اقدام به عمل مؤلفه رفتاری: پیش‌آمدگی‌ها یا نیاتی برای انجام عمل به شیوه‌ای خاص که بازتابنده نگرش هستند را دربرمی‌گیرد. مؤلفه عاطفی: یک واکنش احساس مثبت، منفی و یا آمیزه‌ای از یک دو که در برگیرنده احساسات ما نسبت به یک شیء است. مؤلفه شناختی: یک واکنش شناختی که شامل ارزیابی‌های ما براساس تهدید مربوط، تصورات و خاطره‌ها می‌باشد. به‌طور مثال نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای در قالب این سه مؤلفه را می‌توان چنین تشریح کرد. کشاورز عقیده دارد که شرکت‌های خدماتی می‌تواند در افزایش عملکرد محصولات کشاورزی و امور دامی تأثیر به‌سزایی داشته‌باشد. درواقع این باور کشاورز مربوط به مؤلفه شناختی او نسبت به شرکت‌های خدماتی است که می‌تواند احساس خوبی نسبت به حضور و پذیرش شرکت‌های خدماتی و هم‌چنین واکنش برقراری ارتباط با شرکت‌های خدماتی منطقه خود را داشته‌باشد. این احساس مثبت کشاورز همان مؤلفه عاطفی و یا رفتار احساسی او محسوب خواهد شد و درنهایت براساس مؤلفه رفتاری احتمال این‌که کشاورز در کلاس‌های آموزشی- ترویجی که شرکت‌های خدماتی پیرامون مسائل و مشکلات کشاورزی برگزار می‌کند، شرکت کند، بسیار زیاد است.

نگرش دارای سه ویژگی است: نخست اینکه هر نگرشی شامل یک شیء مشخص، رویداد یا موقعیت است (موضوع نگرش) (کریمی، 1385). موضوع نگرش ممکن است هر چیزی باشد که در جهان شناختی شخص وجود دارد. این چیزها هم در جهان مادی و هم در جهان اجتماعی شخص می‌توانند وجود داشته باشند. اما نگرش‌های افراد محدود به شناخت‌های آنها است. یعنی، ما نسبت به چیزهایی نگرش داریم که درباره آنها شناخت داشته باشیم (کریمی، 1379). موضوعات نگرش ممکن است «عینی» یا «انتزاعی» باشند، ممکن است اشیاء بی‌جان، اشخاص یا گروه‌ها باشند. برخی از نگرش‌ها بر اساس موضوع نگرش نسبت به گروه‌های اجتماعی، مخصوصاً چنان‌چه نگرش به صورت منفی باشد «تعصب» نامیده می‌شوند؛ نگرش‌های نسبت به خود، تحت عنوان «حرمت خود» نامیده می‌شوند؛ نگرش‌های نسبت به امور انتزاعی (مثلاً آزادی بیان) اغلب به‌صورت «ارزش‌ها» نام‌گذاری شده‌اند (ترکان، 1387 به‌نقل از هیوستون و اشتروبه، 1383). اکثر روان‌شناسان اجتماعی نگرش را به معنی ارزیابی افراد، اشیاء و یا نقطه نظرها تعریف نموده‌اند. نگرش را به این جهت ارزیابی کننده می‌گویند، زیرا شامل عکس‌العمل‌های مثبت یا منفی نسبت به امری می‌باشد. انسان‌ها موجوداتی بی‌تفاوت نسبت به دنیای خود نیستند، بلکه دائماً در حال ارزیابی آنچه می‌بینند، می‌باشند. اگر کسی نسبت به آدم‌های دیگر و یا اشیاء و خلاصه دنیای پیرامون خود اظهار بی‌تفاوتی کند، باعث تعجب خواهد شد (ترکان به‌نقل از ارونسون، تیموتی و اکرت، 1385) و سوم آنکه نگرش‌ها معمولاً دارای ثبات و دوام قابل توجهی‌اند. از میان عناصر تشکیل دهنده، عنصر عاطفی و از میان ویژگی‌ها، ویژگی ارزشیابی کردن، مهم‌ترین مؤلفه‌های نگرش‌ها را تشکیل می‌دهند. بنابراین، شدیدترین صفت ممیزه نگرش این است که دارای عنصری ارزشیابانه و عاطفی است (کریمی، 1385).

عملکرد نگرش‌ها

با توجه به این‌که افراد نگرش‌های متفاوتی دارند و براساس نگرشی که کسب کرده‌اند رفتار می‌کنند پس می‌توان انتظار داشت که نگرش‌های مختلف باید دارای عملکردهای مختلفی هم باشند (گاسون، 1996).

در روان‌شناسی اجتماعی برای نگرش‌ها دو عملکرد مطرح شده است:

الف- عملکرد دانشی: به این معناست که هر شخصی براساس نگرشی که اخذ نموده، می‌تواند جهان و مسائل مربوط به آن را بفهمد به آن‌ها سازمان بخشد و فرد را قادر سازد تادرک کند، مردم چرا این‌گونه عمل می‌کند و یا وقایعی که در جهان اتفاق می‌افتد چه دلیلی دارند (پیشین).

ب - عملکرد خودکارکرد: محث جالب و پیچیده‌ای است که در روان‌شناسی اجتماعی از آن به عنوان عزت نفس یاد می‌کند. مقصود این‌که افراد با اخذ نگرش‌های افراد مشهور، مورد علاقه و مهم خود احساس عزت نفس و محبوبیت می‌کند. اساس عملکرد خودکارکرد بر کسب خوی و حفظ حس مثبت نسبت به خود استوار است. از این لحاظ وقتی ما، نگرش افراد مورد علاقه و مهم را اخذ می‌کنیم تصور دیگران از خود را مانند تصور خود از آن فرد مهم تلقی می‌کنیم و این اندیشه باعث ایجاد حس مثبت، عزت نفس و اعتماد به شخصیت خواهد شد و نهایتاً در رفتارمان نیز بروز خواهد کرد (ویلوک، 1999).

ابعاد نگرش

به نقل از کلاین برگ (1998) نگرش دارای پنج بعد به شرح زیر می باشد :

- 1- جهت
- 2- میزان
- 3- شدت
- 4- ثبات رأی
- 5- ابراز

الف- جهت: مقصود این که با چه موضوعات یا فعالیت‌هایی موافق یا مخالف هستیم. به طور مثال آیا با مساوات حقوق سیاه‌پوستان و سفیدپوستان با شرکت در سازمان ملل موافق هستیم یا نه؟

ب - میزان: آیا برای موافقت یا مخالفت خود محدوده قائل هستیم؟ به طور مثال موافق مساوات حقوق برای سیاه‌پوستان تنها در زمینه اقتصادی هستیم یا در تمام زمینه‌ها؟

ج - شدت: شدت و عمق احساسات ما در مورد اشیاء یا افراد بدون آن که طرز تفکر افراطی یا تفریطی داشته باشیم چقدر است. به طور مثال آیا احساساتی شدید عمیق از خود بروز می‌دهیم یا دارای احساساتی با شدت و عمق کمتری هستیم؟

ثبات‌رأی: اگر پیرامون موضوعی نگرش مثبت پیدا کرده‌ایم این نگرش را برای گروه خاصی قائلیم یا برای همه گروه‌های دیگر هم قائل می‌شویم. برای مثال مساوات حقوق را تنها برای سیاه‌پوستان قائلیم یا برای سرخ‌پوستان و زردپوستان و ... قائلیم؟ ابراز: تا چه حد وضع رفتار مشخصی را ابراز می‌کنیم؟ موافقت یا مخالفت خود را با چه سرعت یا سهولتی ابراز می‌کنیم؟ واکنش سریع نشان می‌دهیم یا با احتیاط بیشتر رفتار می‌کنیم (کلاین برگ، 1998).

کریمی (1383) درجه پیچیدگی را به عنوان یکی دیگر از ابعاد نگرش معرفی می‌کند. به این معنا که هر کدام از مؤلفه‌های نگرش (شناختی، عاطفی و رفتاری) می‌تواند از سادگی کامل تا پیچیدگی زیاد حرکت کند. برای مثال در مورد مؤلفه شناختی، اطلاعات ما درباره یک فرد سیاستمدار می‌تواند شامل درجات زیر باشد. آدم پاک است، پاک و قاطع است، پاک، خطیب و ... است. از نظر عاطفی، تنها برای او احترام قائل هستیم، به جز احترام به او محبت می‌ورزیم، موارد قبل به علاوه مطیع بودن و شیفته بودن، از نظر رفتاری، تنها به او رأی می‌دهیم، برای انتخاب شدنش فعالیت می‌کنیم، علاوه بر موارد ذکر شده در راه انتخاب شدنش متقبل هزینه هم می‌شویم (آدریان، 2005).

برم و کاسین (1997) بعد نیرومندی یا استحکام را به ابعاد دیگر نگرش اضافه کردند که با چند خصوصیت مشخص می‌شود:

- الف - به طور مستقیم نفع شخصی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند.
- ب - عمیقاً به ارزش‌های سیاسی، فلسفی و مذهبی افراد وابسته است.
- ج - به گروه‌های اجتماعی، دوستان نزدیک و خانواده مربوط می‌شوند.

عوامل مؤثر در پایداری نگرش

1- اطلاعات: هر چند اطلاعاتی که اساس نگرش را می‌سازند بیشتر باشد، استحکام نگرش بیشتر خواهد بود به‌ویژه اگر این اطلاعات از تجربه اشخاص گرفته باشد و از نوع اطلاعات دسته اول محسوب شوند (پائول، 1998).

2- نگرش‌هایی که به راحتی به ذهن خطور می‌کند و قابلیت دسترسی بیشتری دارند از استحکام بیشتری برخوردار خواهد بود (پائول، 1998).

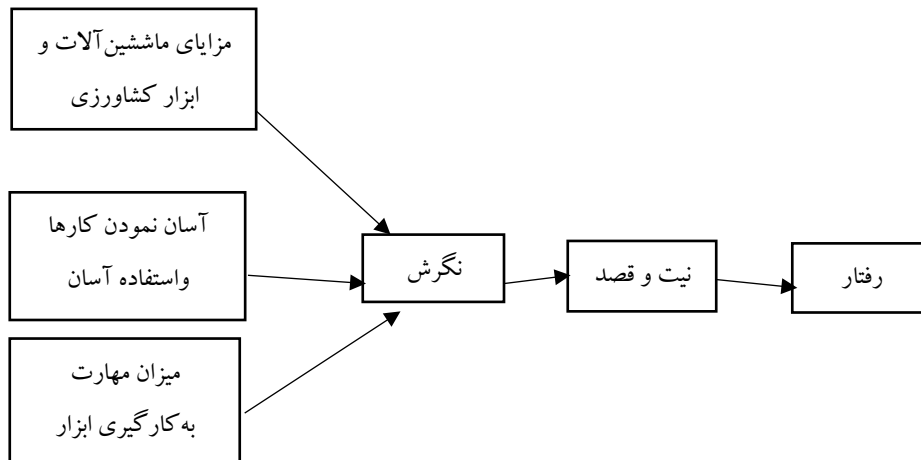
3- نگرش‌های قدیمی‌تر: نیرومندی و استحکام بیشتری نسبت به نگرش‌های تازه دارند (پائول، 1998).

مدل شارپلی

مطالعات شارپلی بر روی 2700 کشاورز نشان می‌دهد که رفتار کشاورزان در استفاده از ابزار و ماشین‌آلات کشاورزی ناشی از نگرش کشاورزان به سه سؤال زیر می‌باشد:

- 1- ابزارآلات می‌توانند مفید باشند؟
- 2- ابزارآلات کشاورزی تا چه اندازه در آسان نمودن کارهای مزرعه کارایی دارند؟
- 3- آیا دانش و مهارت خاصی برای استفاده از ابزار لازم است؟

براساس این تحقیق شاربلی نتیجه می‌گیرد کشاورزانی که احساس کرده‌اند مهارت کافی برای استفاده از ابزار را دارند، نگرش مثبت‌تری نسبت به مکانیزه نمودن کشت مزارع از خود نشان می‌دهند. شاربلی پس از این نتیجه‌گیری مدل خود را در شکل 2-1 ارائه می‌دهد:



شکل 2-1- مدل نگرش شاربلی (شاربلی، 2001)

مدل وایتس

دانشمند دیگری به نام وایتس، مدل نگرشی خود را براساس مؤلفه فاکتورهای شخصیتی و فاکتورهای خارجی ارائه می‌دهد و در زمینه هر کدام از مؤلفه‌ها تحقیقاتی را انجام داده و سپس رفتار نهایی کشاورز را مورد بررسی قرار می‌دهد و این فاکتورهای خارجی را مهم‌ترین عامل رفتار کشاورز بیان داشته و معتقد است فاکتورهای شخصیتی زمینه را برای بروز فاکتورهای خارجی ایجاد می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

متوسط سن کشاورزان در تحقیق حاضر 49/95 سال می‌باشد. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد سن کشاورزان منطقه مورد مطالعه در وضعیت خوبی قرار دارد و می‌توان بیان داشت که کشاورزان در وضعیت مطلوبی به لحاظ تجربه کار کشاورزی قرار دارند. از لحاظ میزان سواد تنها در حدود 35 درصد کشاورزان دارای سواد دیپلم و بالاتر می‌باشند که نشان دهنده سطح پایین سواد در بین کشاورزان منطقه می‌باشد. شغل 74/5 درصد از ساکنان منطقه کشاورزی می‌باشد که نشان از وابسته بودن زندگی و اقتصاد مردم منطقه به کشاورزی و فعالیت‌های مربوط به آن می‌باشد. میانگین زمین کشاورزی افراد مورد مطالعه 2/3 هکتار می‌باشد که نشان از خرده‌پا بودن کشاورزان منطقه می‌باشد. کم بودن میزان زمین باعث شده که کشاورزان فشار زیادی بر زمین‌ها وارد نمایند که این امر در بلند مدت موجب از بین رفتن اراضی می‌شود. در نمونه مورد مطالعه بیش از دو سوم (68 درصد) بهره‌برداران مالک زمین‌هایشان بودند و اکثراً به زراعت اکتفا نموده‌اند و سایر بهره‌برداران علاوه بر زراعت به دامپروری، باغداری و یا ترکیبی از آن‌ها اشتغال دارند. کشت غالب منطقه گندم می‌باشد (71/4 درصد). البته در کنار گندم محصولاتی مانند ذرت، جو، گوجه، نخود و سیب‌زمینی نیز کشت می‌شود. نیمی از زمین‌های (49 درصد) به صورت آبی کشت می‌شد و 68 درصد افراد به صورت متناوب زمین‌های خود را کشت می‌کنند.

تحقق جهش تولید در کشاورزی باعث فرصت‌سازی در توسعه فعالیت‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی و همچنین موجب کاهش اثرات تهدیدهای ملی نظیر تحریم‌های اقتصادی می‌شود اگر با بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌ها مبتنی بر تفکر جهادی و راهبردهای متأثر از مدیریت جهادی همراه باشد. بی‌تردید تنوع فعالیت‌ها و تولیدات کشاورزی و تضمین موفقیت در صحنه رقابت جهانی نیازمند عرضه مستمر اطلاعات به‌هنگام و متنوع فنی کشاورزی به جامعه بهره‌برداران است. با توجه به کمبود کارشناسان ترویج و مروجان دولتی نسبت به تعداد مخاطبان روستایی، برای ارائه‌ی اطلاعات مورد نیاز ترویجی و آموزشی و خدمات مشاوره‌ای تعداد زیادی کارشناس موضوعی و تخصصی در رشته‌های مختلف کشاورزی نیاز است که امکان استخدام آن‌ها در سیستم دولتی

وجود ندارد. با توجه به اهمیت موضوع، برای رفع این مسئله تشکیل شرکت‌های مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی طی چند سال اخیر مورد توجه جدی دولت قرار گرفته است و تعداد زیادی از این شرکت‌ها در استان‌های مختلف کشور از جمله استان کرمانشاه ایجاد و راه‌اندازی شدند. هدف اساسی ایجاد چنین شرکت‌هایی توسعه‌ی نظام ارائه‌ی خدمات مهندسی تقاضا محور، ارباب رجوع محور و کشاورز محور بود. علی‌رغم این موضوع به نظر می‌رسد که در عمل شرکت‌های خدماتی با مشکلات و مسائل متعددی مواجه شده و نتوانسته‌اند در جلب رضایت کشاورزان چندان موفق باشند.

یکی از نکات کلیدی مهم در بهبود طرح‌ها و برنامه‌های توسعه و ترویج، توجه به نگرش‌ها و دیدگاه‌های کنشگران به‌ویژه کشاورزان و ذینفعان (بهره‌برداران) می‌باشد، چرا که از این طریق می‌توان از طرز تفکر آنان نسبت به نقاط قوت و ضعف پروژه‌ها و برنامه‌ها بهره گرفت.

بر اساس نتایج مشخص شد که حدود 70 درصد پاسخگویان از خدمات ارائه شده از طرف شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای ناراضی بودند، پاسخگویان بیان داشتند که این شرکت‌ها جز دادن سهمیه کود به افراد خدمات دیگری ندارند که ارائه دهند و با توجه به اینکه در حال حاضر کود به صورت آزاد به فروش می‌رسد، پاسخگویان بیان داشتند که در گذشته خدمات ارائه شده، خدمات مناسبی بود، ولی در حال حاضر، این شرکت‌ها چیزی برای ارائه ندارند و دیگر کشاورزان تمایلی برای مراجعه به این شرکت‌ها ندارند و حتی پاسخگویان بیان داشتند که افرادی که در شرکت‌ها مشغول به فعالیت می‌باشند از دانش، تخصص و مهارت کافی برخوردار نمی‌باشند و در صورتی که برای مزارع مشکلی پیش بیاید، کارشناسان در حل آن ناتوانند و کشاورزان در این زمینه بیشتر از تجربه سایر کشاورزان استفاده می‌کنند.

نتایج مطالعه ریورا و گری (2000)، حاکی از رضایت متوسط کشاورزان از خدمات ترویج خصوصی بود، همچنین ماندلر (2010) بیان داشت که شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای در دستیابی به اهداف خود چندان موفق عمل نکرده‌اند و نتوانسته‌اند رضایت اکثر کشاورزان را جلب کنند، که مطابق نتایج ما در تحقیق حاضر می‌باشد.

مطالعه هانچینال (2002)، نشان داد که رضایت حدود 35 درصد از کشاورزان در سطح خیلی زیاد، 42 درصد در سطح زیاد و 23 درصد نیز در سطح کم و خیلی کم بود، که بر خلاف نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر می‌باشد.

ناراضی بودن افراد از خدمات ارائه شده از طرف شرکت و از طرفی هم دور بودن این شرکت‌ها از روستاهای منطقه (21 تا 40 کیلومتر)، باعث شده اکثر کشاورزان یا به این مراکز مراجعه نکنند یا حداکثر یک بار مراجعه کنند. در این رابطه بیان داشتند که آدم از رفتن به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی پشیمان می‌شود و مراجعه به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای یا شرکت در جلسات آن‌ها فقط وقت تلف کردن است و آن‌ها هیچ کار مفیدی انجام نمی‌دهند و بر اساس نیاز کشاورزان فعالیتی انجام نمی‌دهند.

در این راستا باید گفت که این شرکت‌ها اوایل خدماتی رایگان هم‌چون، دادن سم جهت مبارزه با حیوانات موزی (موش)، دادن کودهای تقویتی، بازدید از مزارع کشاورزان و ارائه جدیدترین اطلاعات به آن‌ها را انجام می‌دادند، اما حالا دیگر خیلی برای مردم کار نمی‌کنند. همچنین کارشناسان شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تجربه و مهارت کافی در زمینه کشاورزی ندارند، به نیازهای کشاورزان توجه نمی‌کنند و کارشناسان بیشتر به فکر درآمد و تأمین منافع خود می‌باشند. این عوامل در مجموع باعث شده که کشاورزان نگرش مثبتی نسبت به این شرکت‌ها نداشته باشند.

به منظور گروه‌بندی نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای، از فرمول چهار قسمتی نگرش منفی، نسبتاً منفی، نسبتاً مثبت و مثبت ISDM استفاده شد. بر این اساس مشخص شد که تنها 11/9 درصد پاسخگویان نگرش مثبتی نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای داشتند. در این راستا کشاورزان بیان داشتند که بودن و نبودن شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی به حال ما فرقی نمی‌کند ما هر کاری بخواهیم خودمان هم می‌توانیم انجام دهیم و احتیاجی به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای نداریم.

بر اساس یافته‌های فعلی و همکاران (1386)، دانش فنی و مهارت حرفه‌ای کشاورزان تحت پوشش طرح ناظرین گندم به‌طور معنی‌داری نسبت به کشاورزان خارج از طرح بیشتر است. این نتایج حاکی از نگرش مثبت کشاورزان تحت پوشش طرح به ناظرین گندم در مقایسه با کشاورزان خارج از طرح است، همچنین نتایج مطالعه رسولی‌آذر و همکاران (1389)، نشان دادند، سه‌چهارم کشاورزان نسبت به کارشناسان ناظر و خدمات مشاوره‌ای آنها سطح نسبتاً مساعد و درحالی‌که فقط 3/70 درصد کشاورزان دارای

نگرش نامساعدی نسبت به کارشناسان ناظر گندم و خدمات مشاوره‌ای آنها بودند. که مخالف نتیجه به دست آمده در تحقیق حاضر می‌باشد که کشاورزان نگرش منفی نسبت به شرکت‌ها داشتند. گفته شد که شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای در سال 1380، با هدف بکارگیری فارغ‌التحصیلان کشاورزی در غالب این شرکت‌ها، تا بتوانند دانش و اطلاعات لازم درباره کشاورزی را در اختیار کشاورزان قرار دهند و به کشاورزان در راستای افزایش تولید کمک کنند. در اوایل راه‌اندازی این شرکت‌ها، فارغ‌التحصیلان با تمام توان در راستای جذب رضایت کشاورزان کار می‌کردند و به آن‌ها کمک می‌کردند و کشاورزان نیز از خدمات آن‌ها راضی بودند، ولی هرچه سال‌های بیشتری از فعالیت این شرکت‌ها می‌گذشت، کارشناسان به این نتیجه رسیدند که میزان درآمدی که از این راه به دست می‌آوردند در مقابل کاری که انجام می‌دهند ناچیز می‌باشد و دیگر آن شور و اشتیاق اول را نداشتند، همین عامل باعث شد، از خدمات ارائه شده‌ی آن‌ها به کشاورزان کاسته شود و هرچه تعداد سال‌های بیشتری از عمر این شرکت‌ها می‌گذشت و کشاورزان می‌دیدند که این شرکت‌ها مثل سابق خدمات ارائه نمی‌دهند و اطلاعات جدیدتری برای ارائه به کشاورزان ندارند، عوامل یاد شده در مجموع باعث شد، کشاورزان رضایت گذشته را از عملکرد این شرکت‌ها را نداشته باشند.

نتایج تحقیق نشان داد که بین متغیرهای سن، درآمد و میزان اراضی رابطه مثبت و معنی‌داری با میزان نگرش وجود دارد و بین سطح سواد و نگرش رابطه منفی و معنی‌داری مشاهده شد. هرچه سواد افراد بیشتر شود، آگاهی آن‌ها نیز بیشتر شده و دسترسی آن‌ها به منابع اطلاعاتی (مقالات علمی، کتاب و اینترنت) نیز بیشتر می‌باشد و این باعث می‌شود که افراد باسواد با چشم‌تردید به گفته‌های کارشناسان نگاه کنند و سعی دارند که دانسته‌های کارشناسان را آزمایش کنند و وقتی که می‌بینند کارشناسان اطلاعات جامع و کاملی ندارند به دانسته‌های آن‌ها شک کرده و این باعث می‌شود که نگرش مساعدی نسبت به کارشناسان شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای نداشته باشند. و در نهایت مشخص شد که سن و میزان درآمد مهم‌ترین متغیرهای تاثیر گذار بر نگرش می‌باشد. به طوری که هر چه میزان این متغیر بیشتر باشد نگرش مثبت‌تر نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای داشتند، چرا که این کشاورزان به این نتیجه رسیده بودند که استفاده از دانش فنی کارشناسان این شرکت‌ها باعث افزایش عملکرد آن‌ها شده و امکانات بهتری به دست خواهند آورد و بهتر می‌توانند به فعالیت‌های مربوط به مزرعه رسیدگی کنند.

منابع

- آزادی، ح. (1382). ارزشیابی جامع طرح سربازان سازندگی. تهران نشر امیر کبیر.
- آذربایجانی و همکاران. (1385). روانشناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی. تهران: انتشارات سمت.
- اکبری، م. (1386). بررسی چالش‌ها و سازوکارهای بهبود طرح مهندسين ناظر گندم مطالعه موردی استان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.
- آزادی، ح. (1382). ارزشیابی جامع طرح سربازان سازندگی. تهران نشر امیر کبیر. 221

-Anderson, J. (2007). *Agricultural Advisory Services. A Background Paper for WDR, Washington, DC: World Bank.*

-Benin, S., E. Nkonya, G. Okecho, J. Pender, S. Nahdy, S. Mugarura, E. Kato, and G.

-Birner, R. and Anderson, H. (2007). How to make agricultural extension demand-driven? The Case of India's agricultural extension policy. International Food Policy Research Institute (IFPRI), Discussion Paper 00729, 48 p.

-Chipeta, S. 2006. Demand driven agricultural advisory services. Swiss Center for