



بررسی عوامل موثر بر رضامندی کشاورزان شهرستان کرمانشاه از

مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی

فهیمة مرادی^۱، علیرضا پورسعید^۲

^۱ کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی / واحد ایلام^۲ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد

ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام دانشکده کشاورزی / واحد ایلام

چکیده

رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی به دلیل ارتباط تنگاتنگ جامعه روستایی با امنیت غذایی و حیات اجتماعی - اقتصادی کشور بسیار مهم می باشد. از این رو مراکز، می تواند نقش فراهم آورنده شرایط لازم برای افزایش تولیدات کشاورزی، بهبود دسترسی کشاورزان به تسهیلات خدماتی و زیربنایی، افزایش درآمد و ارتقاء سطح زندگی آن ها را، دارا باشد. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر رضامندی کشاورزان شهرستان کرمانشاه از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی انجام گردیده است. پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش جمع آوری اطلاعات، از نوع پیمایشی و از جهت آماری جزء پژوهش های توصیفی، همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش، کشاورزان شهرستان کرمانشاه به تعداد ۳۲۳۵۰ نفر می باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۴۱۷ نفر تعیین و به روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی انتخاب شدند. به منظور سنجش رضایت کشاورزان کشاورزی از ابعاد مدل سروکوال و فرمول شاخص رضایت مشتری (CSM) بهره گرفته شد. یافته های حاصل از پژوهش نشان داد که در میان متغیرهای مستقل، سن، درآمد، سطح زیرکشت آبی، سابقه فعالیت، میزان بهره مندی از خدمات آموزشی- ترویجی، میزان مشارکت در سازمان ها و نهادهای روستایی و نگرش کشاورزان با میزان رضامندی ایشان از خدمات ارائه شده در مراکز رابطه مثبت و معنی دار و بین متغیرهای پیچیدگی قوانین و مقررات اداری، فاصله محل سکونت از مرکز و بعد خانوار، رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج تحلیلی رگرسیون نشان داد که ۶۳٪ از تغییرات متغیر وابسته (رضامندی)، ناشی از نگرش کشاورزان، پیچیدگی قوانین و مقررات اداری، میزان بهره مندی از خدمات آموزشی- ترویجی، سابقه فعالیت، مشارکت در سازمان ها و نهادهای روستایی، وضعیت تاهل، عضویت در تشکل ها و بعد خانوار می باشد. در نهایت از نظر شاخص میزان رضایت کشاورزان شهرستان کرمانشاه از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی، رضایت ایشان در حد متوسط به بالا (۶۷ درصد) محاسبه گردید. اطلاع رسانی کامل در مورد خدمات و قوانین مقررات اداری این مراکز و اجرای بیشتر و بهتر روش های آموزشی - ترویجی می تواند در افزایش رضامندی کشاورزان موثر واقع گردد.

کلمات کلیدی: رضامندی، مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی، مدل سروکوال

^۱ E-mail: fahim.bita@yahoo.com



مقدمه

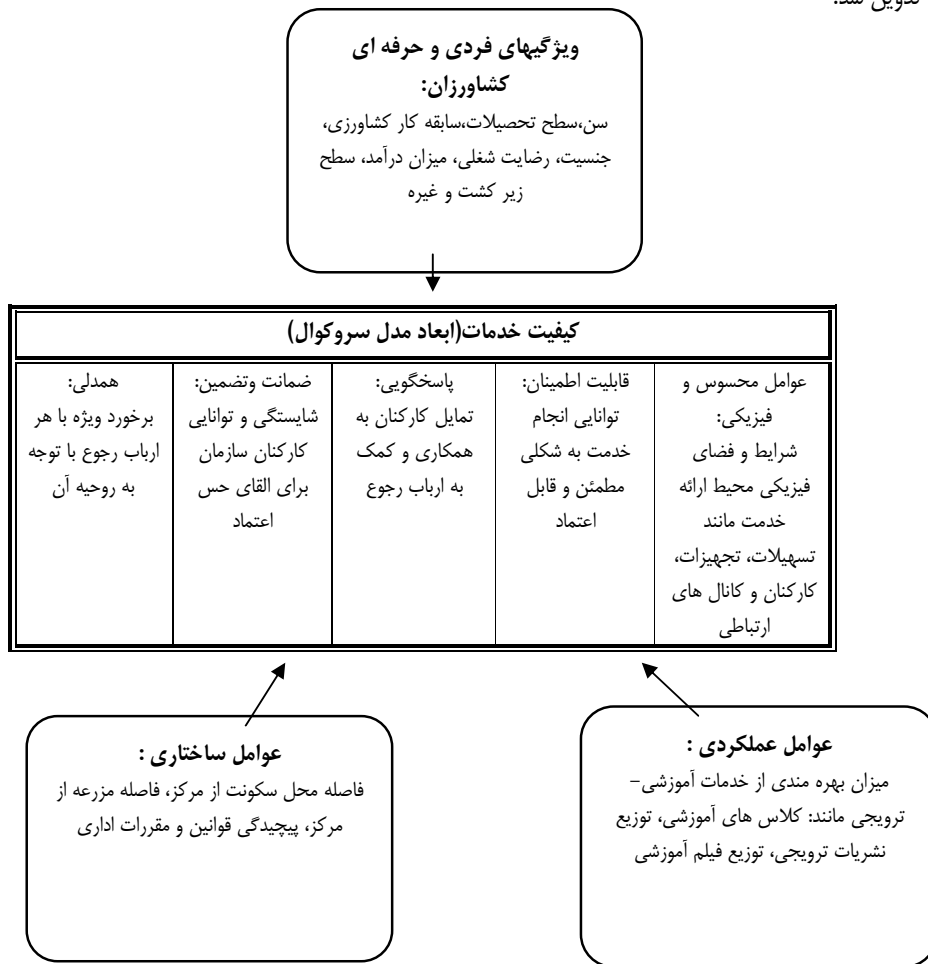
کشاورزی یکی از قدیمی ترین اشکال فعالیت های اقتصادی و تولیدی می باشد، به نحوی که معاش جمع کثیری از جمعیت فقیر جهان که غالباً در روستاها زندگی می کنند به کشاورزی بستگی دارد. در راستای توسعه و پیشرفت این بخش همواره برنامه ها و اقدامات مختلفی اجرا شده است که از جمله می توان به تشکیل مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سال ۱۳۶۰ اشاره نمود. این مراکز به منظور تامین پاره ای از نیازها و انتظارات ارباب رجوع خویش، اجرای طرح های خودکفایی، مشارکت با روستائیان در زمینه های اجتماعی و اقتصادی، تقویت و نوسازی واحدهای بهره برداری جمعی سنتی، پژوهش های علمی و بازتاب نتایج به آن ها بیشتر از سه دهه است که مشغول فعالیت می باشند. بر اساس تعریف از کیا این مراکز، یک واحد برنامه ریزی، اجرایی، هدایتی، حمایتی و نظارتی بخش کشاورزی در سطح دهستان است که با اعمال سیاست ها و برنامه های کشاورزی با همکاری و مشارکت مردم، بر اساس شناخت عوامل تولید، موجبات بهبود و توسعه کشاورزی و حفظ و بهبود منابع طبیعی به صورت جامع را در درون نظام های بهره برداری منطقه مورد عمل فراهم می سازد (از کیا، ۱۳۸۱). در حال حاضر مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در شهرستان کرمانشاه به صورت دولتی اداره می شوند و خصوصی سازی مراکز به دلیل مسائل مختلف اجرایی نشده است. آن ها زیر مجموعه ای از وزارت جهاد کشاورزی محسوب می شوند و در هر استان، شاخه ای از بدنه ی سازمان جهاد کشاورزی می باشند. در دهه های گذشته فعالیت ها و طرح های مهمی توسط مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی اجرا شده اند که باعث بکارگیری کارشناسان کشاورزی در آن ها شده است، از جمله می توان به طرح های نظارت بر محصولات راهبردی (گندم، ذرت، کلزا و غیره)، تشکیل شرکت های خدمات فنی - مشاوره ای، سربازان سازندگی و غیره اشاره نمود که هر کدام به فراخور وظایف شان فعالیت می نمایند. با توجه به گستردگی فعالیت و اقدامات مراکز، سنجش رضامندی کشاورزان و عوامل موثر بر آن و آگاهی از انتظارات کشاورزان ضروری می باشد. میزان رضایت می تواند شاخصی بر میزان مطلوبیت چرخه فعالیت های مراکز و میزان کیفیت خدمات آن ها باشد. از طرف دیگر، رضایت کشاورزان، از عوامل موثر بر تقویت پیوند میان آن ها با مراکز و بهره گیری از خدمات ارزشمند و موثر آنها در زمینه های آموزشی- ترویجی و بهبود توسعه بخش کشاورزی می باشد. همچنین میزان رضایت کشاورزان از مراکز و در حقیقت میزان کیفیت مدیریت آنها بررسی شده است. از طرفی با توجه به تکرر وظایف مراکز و همچنین تنوع نیازهای ارباب رجوعان، انجام تحقیقات در راستای بهبود کارکرد این مراکز اهمیتی ویژه می یابد. با توجه به اهمیت این مراکز و با عنایت به اینکه درباره عوامل موثر بر رضامندی کشاورزان از آن ها، تاکنون پژوهشی انجام نشده است، این تحقیق بدنبال پاسخگویی به این سوال مهم است که آیا کشاورزان از این مراکز به عنوان نهادی که مسئول ارائه خدمات کشاورزی به آن ها هستند رضایت دارند؟ آیا این مراکز توانسته اند انتظارات و خواسته های کشاورزان را برآورده سازند؟ همچنین کدام عوامل بر افزایش میزان رضامندی آن ها تاثیر گذار هستند؟ هدف کلی این پژوهش بررسی عوامل موثر بر رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی، در شهرستان کرمانشاه می باشد و اهداف اختصاصی عبارتند از: تبیین میزان رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی، بررسی ویژگیهای فردی و حرفه ای، عوامل ساختاری و عملکردی موثر بر رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی و بررسی تاثیر کلی این عوامل بر رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی. بدون شک رضایت مشتری یکی از موضوع های بسیار راهبردی در دهه های اخیر است. یکی از اساسی ترین مفاهیم ارزیابی به شمار می آید که در بسیاری از کسب و کارها دنبال می شود و در صنایع و شرایط مختلف، تعاریف ویژه ای دارند. رضایت مشتری حوزه ای است که در آن به میل، خواسته ها و احتیاجات ارباب رجوع پاسخ داده می شود. لذا خدمتی رضایت بخش است که بتواند نیازها و خواسته های ارباب رجوع را برآورده سازد یزدان پناه، زمانی و مقدم (۱۳۸۸). ملکی و دارابی (۱۳۸۸)، به نقل از ریجار الیور بیان می کنند که رضامندی یا عدم رضایت او از تفاوت بین انتظارات مشتری و کیفیتی که او دریافت کرده است حاصل می شود. یزدان پناه و همکاران (۱۳۸۸)، دو نوع رضامندی را تشخیص داده اند: رضامندی داد و ستدی و رضامندی کلی (تجمعی). رضامندی داد و ستدی به قضاوت ارزشی در مورد کالا یا خدمات پس از خرید آن گفته می شود در حالی که رضامندی تجمعی، ارزیابی کلی بر اساس تمام تجارب فرد می باشد زیرا رابطه بازار (خرید) یک رابطه طولانی مدت است. اندازه گیری رضایت



مشتري در دهه های اخير در بين محققان ارزش والایي پيدا نموده است اما، کارهای جدی تحقیقاتی از اواسط دهه ۱۹۷۰ در غرب آغاز شده و در دهه ۱۹۸۰ پایه های اساسی نظری این مقوله بنا نهاده شده است، که در هر دو بخش دولتی و خصوصی به این مفهوم توجه ویژه ای شده است (بحرانی، ۱۳۸۷). در همین راستا مدل ها و شاخص های مختلفی از سوی محققان علوم مدیریت کیفیت و دانشمندان علوم اقتصادی و بازاریابی ارائه شده است مانند: شاخصهای ملی سوئد (فورنل)، آمریکا، اروپا، سوئیس، مالزی، ایران و مدل های کانو، اسکمپر و سروکوال و غیره. در این پژوهش با توجه به نظر پرسش شونده به مثابه اهمیت دهنده پرسش ها، ارزش و وزن هر پرسش توامان تعیین شده، معیار مورد نظر شاخص سنجش رضایت مشتری (CSM) می باشد. با استفاده از این شاخص می توان اختلاف سطح رضامندی موجود با حداکثر رضامندی را تعیین نمود (آذری، هوشمند و نقوی، ۱۳۸۸). با توجه به ارتباط موضوع پژوهش با ویژگی های مدل سروکوال، از این مدل به عنوان مبنای کار بهره گرفته شده است. ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده، یک چالش است زیرا رضایت مشتری توسط عوامل ناملموس بسیاری تعیین می شود. در سال ۱۹۸۸ توسط پاراسورامان، زیتامل و بری این مقیاس چند موردی به نام ابزار سروکوال طراحی شد تا به وسیله آن ابعاد کیفیت خدمات را ارزیابی کنند و از معتبرترین مقیاس اندازه گیری مطالعات حوزه ی بازاریابی در جهان به شمار می آید. این مدل برای سنجش اینکه مشتریان چگونه کیفیت خدمات را درک می کنند به کار می رود و بر اساس ۵ بعد (عوامل محسوس و فیزیکی، قابلیت اطمینان، پاسخگویی سازمانی، تضمین و ضمانت و همدلی) و مقایسه بین انتظارات مشتری از اینکه چگونه خدمات باید ارائه شود و تجربه آن ها از اینکه خدمات چگونه ارائه شده است، عمل می کند. هر کدام از این ابعاد دارای چندی مولفه هستند که بوسیله یک مقیاس ۵ رتبه ای کاملاً موافق تا کاملاً مخالف اندازه گیری می شوند، مجموعاً این ابعاد دارای ۲۲ مولفه می باشند (بحرینی، شاه عزیزاده کلخوران و نورائی، ۱۳۸۸). بسیاری از محققان هم با بهره گیری از این مدل نسبت به سنجش رضامندی اقدام نموده اند از جمله رجبی پور میبیدی (۲۰۱۲)، در ارزیابی کیفیت خدمات ادارات دولتی در استان یزد با استفاده از این مدل دریافت که بین انتظارات و ادراکات خدمات این دفاتر در همه زمینه ها تفاوت وجود دارد. سنجش رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی بدلیل تعدد و تنوع نیازها و انتظارات آن ها و با توجه به اینکه رضامندی حالتی ذهنی و مبتنی بر انتظارات افراد است تعیین متغیرهای موثر بر آن کار راحتی نیست. از این رو مطالعات مختلفی در زمینه رضامندی کشاورزان از مقوله های مختلفی انجام گرفته است که به برخی از آن ها اشاره می شود. هر شخص دارای ویژگیهای فردی، شخصیتی و حرفه ای متعددی است که انتظارات و ادراکات وی را تحت تاثیر قرار می دهد و در معرض تجربیات گوناگون رضامندیش تغییر می کند. راسخی، علی بیگی و رحیمی (۱۳۹۰)، در ارزیابی عوامل موثر بر رضایت روستائیان از دفتر ICT روستایی، نتیجه گرفتند میزان رضامندی آن ها در حد قابل قبولی است از عوامل فردی موثر بر رضامندی را سن و میانگین مراجعه به دفتر در ماه با تاثیر مثبت عنوان نموده و اثر متغیرهایی مانند تحصیلات، میزان درآمد، تعداد فرزندان، دارا بودن رایانه شخصی را بر رضایت روستائیان منفی گزارش کرده اند. لاویس و بلکبرن (۱۹۹۰)، در پژوهشی که درباره رضایت ارباب رجوع ترویج از ارتباط با اداره ترویج صورت گرفته، دریافتند میزان کیفیت خدمات ارائه شده توسط اداره ترویج منطقه در سطح نسبتاً خوبی قرار دارد. نتایج نشان گر رابطه مثبتی بین رضایت ارباب رجوع با کثرت تماس، میزان مالکیت اراضی کشاورزان و سن آنها می باشد و سطح رضایت افرادی که بطور مکرر از خدمات ترویج استفاده می کنند و کشاورزان بزرگ مالک و جوان تر بالا است. در مطالعاتی که در زمینه رضامندی از بیمه محصولات کشاورزی انجام گرفته است عوامل مختلفی را در آن دخیل می دانند از جمله در نتایج تحقیق شاهنوشی، رفیعی دارابی و عدالتیان (۱۳۹۰)، که در استان خراسان رضوی صورت گرفته است، در گروه متغیرهای عملکردی (ارائه خدمات به موقع، اطلاع رسانی، میزان غرامت، تعداد ساعات شرکت در کلاس های ترویجی، عملکرد جهاد کشاورزی، عضویت در تشکل ها) و گروه متغیرهای ساختاری (قوانین و مقررات، فاصله کشاورز از بانک و میزان حق بیمه) تاثیر گذار هستند. قوانین و مقررات با تاثیر منفی از بالاترین تاثیرگذاری نسبت به سایر متغیرها بر رضایت از بیمه برخوردار است. همچنین یزدان پناه و همکارانش (۱۳۸۸)، در تحقیق با عنوان رضامندی کشاورزان از بیمه محصولات کشاورزی که با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر در استان فارس بین دو گروه بیمه گذاران فعلی و قبلی انجام دادند متغیرهای حق بیمه، تعهد کشاورزان نسبت به بانک کشاورز، کیفیت خدمات دریافتی،



میزان پاسخگویی به شکایات، میزان غرامت دریافتی و وجهه ظاهری بانک را بررسی نمودند و دریافتند که در مورد بیمه گذاران فعلی متغیرهای وجهه بانک و کیفیت خدمات دریافتی و در مورد بیمه گذاران قبلی تعهد کشاورزان نسبت به بانک اثرگذار هستند. همچنین کیفیت خدمات دریافتی از عوامل مهم علی بر رضامندی می دانند این متغیر طیف گسترده ای از فعالیت ها از قبیل رفتار کارگزاران و کارشناسان، سرعت عمل انجام بیمه، اطلاع رسانی و مواردی از این قبیل را در بر می گیرد. در خصوص مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی که ارائه دهنده خدمات بسیاری در زمینه های آموزشی، ترویجی، زراعی و غیره هستند نیز کلانتری، اسدی، موحد محمدی و میرک زاده (۱۳۸۸)، در تعیین حوزه نفوذ و شناسایی خلائهای خدماتی مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی استان اصفهان شعاع عملکردی مراکز را بر اساس دو رویکرد مورد بررسی قرار دادند. در رویکرد اول مشخص شد که کشاورزان و بهره برداران هر ناحیه برای رفع نیازهای آموزشی و فنی شان شرکت در کلاس ها و برنامه های آموزشی - ترویجی در مناطق کوهستانی به طور متوسط از فاصله ۲۳ کیلومتری به مراکز مراجعه می کنند و دامنه سفرها برای بهره مندی از خدمات آموزشی بین ۵ تا ۸۰ کیلومتر در نوسان است. بر اساس رویکرد دوم مشخص گردید که مروجان و کارشناسان این مراکز به منظور ارائه خدمات گوناگون به بهره برداران تحت پوشش خود تا فاصله ۴ الی ۶ کیلومتری دست کم هر دو هفته یکبار برنامه اجرا می شود و با افزایش مسافت، فاصله برنامه های ارائه شده نیز طولانی تر می شود. در این پژوهش پس از بازخوانی مبانی نظری، با تاکید بر دیدگاه های صاحب نظران، به استخراج و تعیین مفاهیم محوری اقدام گردید و در راستای موضوع تحقیق مدل مفهومی به شرح شکل ۱ تدوین شد.





شکل ۱ مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

این پژوهش از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی و از نوع همبستگی است و به منظور بررسی عوامل موثر بر رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی صورت گرفته و از نظر بینش حاکم بر پژوهش از نوع روش پهنانگر است و از لحاظ ماهیت داده ها از نوع پژوهش های کمی می باشد. همچنین از نظر اهداف در زمره ی مطالعات کاربردی قرار می گیرد. پژوهش حاضر در سال زراعی ۹۲-۹۱ در شهرستان کرمانشاه اجرا گردید. جامعه آماری تمامی کشاورزان شهرستان کرمانشاه به تعداد ۳۲۳۵۰ نفر می باشند. برای انتخاب حجم نمونه از فرمول عمومی کوکران استفاده شد که ۴۱۷ نفر تعیین گردید و از طریق روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی با انتساب متناسب انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات در بخش مطالعات اسنادی و کتابخانه ای از منابع کتابخانه ای و اینترنت استفاده شد که البته با توجه به اینکه در زمینه رضامندی از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی تاکنون تحقیقی صورت نگرفته است منابع چاپی در اختیار نبود به همین دلیل مطالعاتی در مورد رضامندی از بیمه محصولات کشاورزی و سیستم های آبیاری و غیره بررسی شد. داده ها و اطلاعات میدانی مورد نیاز نیز از طریق پرسشنامه و مصاحبه فراهم گردید. این پرسشنامه از دو بخش اصلی تشکیل شده است بخش اول که به سنجش میزان رضایت از کیفیت خدمات ارائه شده توسط مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی با استفاده از ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات می پردازد و بخش دیگر نیز مربوط به عوامل تاثیرگذار بر رضامندی کشاورزان از این مراکز می باشد. اعتبار پرسشنامه با استفاده از نظرات اساتید، کارشناسان و تعدادی از صاحب نظران بخش ترویج و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS تأیید گردید ($\alpha=0/82$). متغیر وابسته ی این پژوهش رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی است که با استفاده از ابعاد مدل سروکوال توسط شاخص رضایت مشتری سنجیده شد و متغیرهای مستقل در قالب سه دسته ویژگی های فردی و حرفه ای کشاورزان، عوامل عملکردی و ساختاری تقسیم بندی و بررسی گردید.

نتایج

ویژگی های فردی و حرفه ای کشاورزان:

طبق اطلاعات استخراج شده در بین جامعه آماری فقط ۶ نفر (۱/۴ درصد) زن و باقی آن ها یعنی ۴۱۱ نفر (۹۸/۶ درصد) مرد هستند. همچنین ۳۸۷ نفر (۹۲/۸) ساکن روستاها و ۳۰ نفر (۷/۲ درصد) شهرنشین بودند و متوسط تعداد افراد خانوار پنج نفر بود. بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۵۶ تا ۷۰ سال با تعداد ۱۳۰ نفر (۳۱/۲ درصد) و کمترین گروه سنی زیر ۲۵ سال با تعداد ۵ نفر (۱/۲ درصد) می باشند. از نظر میزان تحصیلات در بین جامعه آماری، ۱۶۹ نفر (۵/۴۰) درصد از افراد بیسواد و بقیه تحصیل کرده بودند. نتایج، نشان داد که اکثر پاسخگویان در محدوده ی کمتر از ده کیلومتری مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی زندگی می کنند، کمترین فراوانی مربوط به فاصله بیشتر از ۳۰ کیلومتر می باشند همچنین متوسط مسافت مزارع از مراکز ۸/۹۹ کیلومتر می باشد. بررسی ها حاکی از آن است که ۳۹۴ نفر (۹۲/۱ درصد) از پاسخگویان شغل اصلی شان کشاورزی و ۷/۹ درصد نیز شغل هایی مانند باغداری، دامداری، کارگری و غیره دارند. سابقه فعالیت کشاورزی بطور متوسط ۳۸ سال و متوسط درآمد سالانه ۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، می باشد. در پژوهش انجام شده در خصوص میزان اراضی تحت مالکیت کشاورز ۳۲/۹ درصد در رده کمتر از پنج هکتار زمین داشتند که همچنین ۹۶ درصد اراضی آبی و ۷۴/۱ اراضی دیم کمتر از ده هکتار می باشند و میانگین تعداد قطعات زمین های آبی و دیم به ترتیب ۰/۸۵ و ۴/۶۱ می باشد. در مورد عضویت در تشکل های روستایی نتایج نشان داد که ۷/۹ درصد در تشکل ها عضویت و ۳۸۴ نفر (۹۲/۱ درصد) نیز در هیچ تشکلی عضو نیستند. برای سنجش نگرش، بعد از تقسیم بندی نتایج به طبقات مختلف، در رده نگرش مثبت نسبت به مراکز، بیشترین فراوانی یعنی، ۴۲/۷ درصد بدست آمد. برای سنجش پیچیدگی قوانین و مقررات اداری گویه هایی از طیف کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم طراحی شد و سپس ترکیب و به صورت شاخص در آمد. در مرحله بعد به سه طبقه با پیچیدگی و دشواری کم، متوسط و زیاد تقسیم بندی گردید. نتایج بدین شرح است که



افراد مورد مطالعه با بیشترین فراوانی یعنی ۲۷۷ نفر ۶۶/۴ درصد اظهار داشته اند که دشواری قوانین در حد متوسطی قرار دارد. همچنین میزان استفاده از خدمات آموزشی مانند کلاس های آموزشی، فیلم های آموزشی، نشریه ها و پوستره های ترویجی، بازدید از مزارع نمونه و بازدید کارشناسان از مزرعه کشاورز نیز بررسی شد، نتایج نشان می دهد که کشاورزان از این خدمات آموزشی خیلی کم استفاده می نمایند و بیشترین علت آن را در عدم برگزاری کلاس های آموزشی و فعالیت های ترویجی می دانند.

میزان رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی:

برای سنجش رضامندی کشاورزان از شاخص رضایت مشتری استفاده گردید. پرسشنامه طراحی شده برای سنجش رضامندی کشاورزان از فعالیت ها و خدمات مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی شامل ترکیب جامعی از ابعاد مدل سروکوال می باشد. قسمت اول پرسشنامه با استفاده از پنج بعد این مدل که عبارتند از: عوامل محسوس و فیزیکی (۶ گویه)، قابلیت اطمینان (۴ گویه)، پاسخگویی (۵ گویه)، ضمانت و تضمین (۳ گویه)، همدلی (۳ گویه) طراحی گردید. این قسمت پرسشنامه شامل دو دسته پرسش های اصلی است که یک قسمت مربوط به میزان اهمیت هر گویه از نظر کشاورز با استفاده از طیف لیکرت از بسیار کم تا بسیار زیاد، و دیگری مربوط به میزان رضایت از هر کدام از گویه ها می باشد که از طیف کاملاً موافق تا کاملاً مخالف طراحی شده است. بنابراین برای محاسبه میزان رضامندی کشاورزان از فرمول شاخص رضایت مشتری (CSM) استفاده و درصد رضامندی کل استخراج گردید. α_i

$$CSM = \left(\sum \alpha_i \beta_i / \sum \alpha_i (\max) \beta_i \right) * 100$$

میزان اهمیت هر مولفه (اهمیت هر گویه از نظر پاسخ گو) = β_i = میزان امتیاز هر مولفه (امتیاز هر گویه از نظر پاسخ گو) = n = تعداد مولفه ها یا گویه ها، که بسته به دسته پرسش های مورد بررسی با میزان کل رضامندی متفاوت است.

Customer Satisfaction Measurement-۱

بعد از محاسبه CSM مربوط به هر پاسخ گو، باید CSM مجموع را محاسبه نماییم که برای این منظور ساده ترین روش، استفاده از میانگین گیری است. که نتایج بدست آمده در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۱ میانگین رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی

شاخص رضامندی کل		
میانگین کل	انتظارات	اختلاف عملکرد با انتظارات
۶۶/۷۳	۱۰۰	۳۳/۲۷

نتایج بیان گر اینست که رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در حد متوسط به بالا می باشد. چنانچه میزان رضامندی کل ۶۶/۷۳ درصد است و اختلاف ۳۳/۲۷ درصدی با رضایت کامل دارد که لزوم توجه به بازسازی برنامه ها و فعالیت های مراکز را گوشزد می نماید. به منظور بررسی روابط بین متغیرهای مورد مطالعه، یعنی رابطه بین متغیر وابسته تحقیق (میزان رضامندی کل) و متغیرهای مستقل پژوهش، از آماره هایی نظیر ضریب هم بستگی (اسپیرمن، پیرسون، آزمون های مقایسه میانگین ها) استفاده شد که نتایج آن به ترتیب در قالب جداول ۲ و ۳ آمده است:

جدول ۲ همبستگی بین متغیرهای مستقل با میزان رضامندی کل کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی

متغیر مستقل	ضریب همبستگی (پیرسون)	ضریب همبستگی (اسپیرمن)	سطح معناداری
سن	۰/۱۶۴*		۰/۰۰۰
تعداد افراد خانوار	-۰/۱۲۱*		۰/۰۱۴
میزان درآمد سالانه	۰/۱۲۶*		۰/۰۱۰
میزان اراضی تحت مالکیت کشاورز	۰/۰۷۷		۰/۱۱۸
سطح زیر کشت آبی	۰/۰۹۸*		۰/۰۴۵
سطح زیر کشت دیم	-۰/۰۰۵		۰/۹۲۰
تعداد قطعات اراضی آبی	۰/۰۷۷		۰/۱۱۵



۰/۰۸۸	۰/۰۸۴	تعداد قطعات اراضی دیم
۰/۰۰۰	۰/۵۱۲**	میزان مشارکت با سازمان ها و نهادهای روستایی
۰/۰۰۰	۰/۶۲۲**	نگرش کشاورزان نسبت به مرکز
۰/۰۱۸	-۰/۱۱۶*	فاصله محل سکونت کشاورز تا مرکز
۰/۰۶۱	-۰/۰۹۲	فاصله مزرعه تا مرکز
۰/۰۰۳	۰/۱۴۸**	سابقه فعالیت کشاورزی
۰/۰۰۰	-۰/۵۵۱**	پیچیدگی قوانین و مقررات اداری در مراکز
۰/۰۰۰	۰/۵۳۸**	میزان بهره مندی از برنامه ها و خدمات آموزشی ترویجی
۰/۰۰۰	۰/۳۲۵**	رضایت شغلی
۰/۶۵۸	-۰/۰۲۲	سطح تحصیلات
۰/۰۰۰	۰/۱۷۹**	میزان مراجعه به مرکز

* = معنی داری در سطح ۵ درصد ** = معنی داری در سطح ۱ درصد

جدول ۳ نتایج آزمون مقایسه میانگین کشاورزان مورد مطالعه

نام متغیر	گروه	فروانی	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری
جنسیت	مرد	۱۰/۰۲	۶۶/۷۶	-۰/۳۷۰	۱/۲۱۸
	زن	۴/۰۸	۶۴/۶۴		
وضعیت تاهل	مجرد	۹/۴۵	۶۷/۰۶	-۰/۸۷۹	۰/۱۵۲
	متاهل	۱۰/۰۰	۶۶/۷۱		
محل سکونت	روستا	۹/۸۰	۶۷/۰۳	۰/۰۵۷	۱/۹۷۰
	شهر	۱۱/۲۹	۶۲/۸۵		
اصلی بودن شغل کشاورزی	کشاورزی	۶۷/۲۳	۹/۷۴	۳/۵۰۹	۰/۰۷۲
	غیر کشاورزی	۶۰/۹۷	۱۰/۷۷		
داشتن شغل جانبی	دارد	۶۶/۸۹	۱۱/۰۹	-۰/۱۸۰	۰/۸۵۷
	ندارد	۶۶/۶۷	۹/۵۱		
عضویت در تشکل ها	دارد	۲۹/۲۶	۸/۳۹	۱/۷۱۹	۰/۰۹۴
	ندارد	۶۶/۵۳	۱۰/۰۶		

نتایج حاصل از تعیین ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و وابسته ی تحقیق در جدول شماره ۲ نشان می دهد که سن، میزان درآمد سالانه، سطح زیر کشت آبی، میزان مشارکت با سازمان ها و نهادهای روستایی، نگرش نسبت به مراکز و سابقه فعالیت کشاورزی رابطه مثبت و معنی داری با میزان رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی دارند. در حالی که با تعداد افراد خانوار، فاصله محل سکونت، پیچیدگی قوانین و مقررات اداری رابطه منفی و معنی داری دارد بدین معنا که هر چقدر جمعیت خانواده ای بیشتر باشد و فاصله محل سکونت از مراکز دورتر گردد به همان میزان رضامندی کشاورزان کاهش خواهد یافت، همچنین پیچ و خم های اداری و سخت تر شدن قوانین و مقررات اداری مراکز در کاهش رضامندی کشاورزان موثر است. در این پژوهش بین میزان رضامندی کشاورزان و میزان اراضی تحت مالکیت آن ها، سطح زیر کشت اراضی آبی و دیم، تعداد قطعات اراضی آبی و دیم، فاصله مزرعه تا مرکز رابطه ای وجود نداشت، یعنی این عوامل تاثیری در میزان رضامندی کشاورزان نداشتند. بررسی ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای رضایت شغلی و رضامندی کشاورزان وجود رابطه مثبت و معنی داری در سطح خطای یک درصد را نشان می دهد، بدین معنا که افرادی که از شغل خود راضی ترند از خدمات ارائه شده از مراکز نیز به مراتب راضی تر هستند. بین میزان رضامندی با متغیر میزان مراجعه کشاورزان به مرکز رابطه منفی و معناداری وجود دارد، بطور معمول اگر کشاورزان از فعالیت ها و خدمات مراکز راضی ترند باشند این موضوع باعث تماس ها و مراجعات مکرر آن ها می شود



که این برای یک سازمان ترویجی مانند مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی امری حیاتی محسوب می گردد. همچنین همبستگی بین سطح تحصیلات کشاورزان با میزان رضامندی شان از مراکز تأیید نگردید. در بررسی نتایج به دست آمده از مقایسه میانگین میزان رضامندی برحسب جنسیت، وضعیت تاهل، محل سکونت کشاورزان ارتباط معنی داری به دست نیامد. همچنین میزان رضامندی در افرادی که شغل جانبی دارند با کسانی که تنها به کشاورزی اشتغال دارند و همچنین بین عضویت در تشکل ها و عدم عضویت آن ها تفاوت معنی داری وجود ندارد. اما در میزان رضامندی بر حسب اصلی بودن شغل کشاورزی تفاوت معنی دار به دست آمد.

تحلیل رگرسیون چند گانه

در پایان به منظور پیش بینی نقش متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته ی میزان رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی با توجه به اعتبار روش های رگرسیونی از رگرسیون چندگانه گام به گام استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده که در جدول شماره ۴ آمده است میزان F در سطح یک درصد خطا، معنی دار شده است لذا می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق، قادر است تغییرات در میزان رضامندی را تبیین نماید. مقدار R^2 یعنی ضریب تعیین معادل $0/639$ و مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (R^2 Ad) $0/631$ می باشد بنابراین مقدار عددی ضریب تعیین، بیان گر این است که حدود ۶۴ درصد از تغییرات رضامندی توسط متغیرهای ذیل پیش بینی می گردد و ۲۶ درصد از تغییرات (باقی مانده) نیز به عوامل دیگری که در این تحقیق مورد بررسی و مطالعه قرار نگرفته اند بر می گردد.

جدول ۴ نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه به روش مرحله ای به منظور تبیین میزان رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات

جهاد کشاورزی

B	β	آماره t	سطح معنی داری	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین (R^2)	ضریب تعدیل شده
۶۸/۶۲۲		۲۰/۱۴۵	۰/۰۰۰			
۰/۳۲۸	۰/۲۵۵	۶/۲۵۱	۰/۰۰۰	۰/۶۲۲	۰/۳۸۷	۰/۳۸۵
-۱/۱۱۷	-۰/۳۱۶	-۹/۵۵۰	۰/۰۰۰	۰/۷۰۴	۰/۴۹۶	۰/۴۹۴
۰/۵۸۲	۰/۳۰۷	۸/۲۳۳	۰/۰۰۰	۰/۷۶۳	۰/۵۲	۰/۵۷۹
۰/۰۷۷	۰/۱۲۲	۳/۸۷۳	۰/۰۰۰	۰/۷۷۴	۰/۶۰۰	۰/۵۹۶
۰/۵۹۲	۰/۱۶۲	۴/۰۹	۰/۰۰۰	۰/۷۸۱	۰/۶۱۰	۰/۶۰۵
-۴/۵۶۷	-۰/۰۹۸	-۳/۰۰۴	۰/۰۰۳	۰/۷۸۷	۰/۶۲۰	۰/۶۱۴
-۴/۱۴۳	-۰/۱۰۹	-۳/۲۷۰	۰/۰۰۱	۰/۷۹۲	۰/۶۲۷	۰/۶۲۰
۲/۹۵۶	۰/۰۸۰	۲/۶۵۱	۰/۰۰۸	۰/۷۹۶	۰/۶۳۳	۰/۶۲۶
-۰/۳۹۳	-۰/۰۸۳	-۲/۵۹۳	۰/۰۱۰	۰/۸۰۰	۰/۶۳۹	۰/۶۳۱

۰/۰۰۰

Sig= ۷۹/۷۷۴

F= ۰/۶۳۹R2=

بحث

خدمات کشاورزی یکی از مهم ترین عوامل توسعه کشاورزی محسوب می گردد و خدمت رسانی به کشاورزان نیز از وظایف اصلی مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی می باشد. کشاورزان همواره برای دسترسی به خدمات و نهاده های مورد نیاز خویش با



مشکلاتی مواجه اند که باید نهادهای دولتی و خصوصی ارائه دهنده خدمات آن ها را در برنامه ریزی ها در نظر بگیرند تا کشاورزان با مراجعه به مراکز از تسهیلات و امکانات متناسب با نیازها و شرایط خود بهره مند گردد. این خدمات بسیار متنوع و شامل تامین نهاده ها، ارائه آموزش های فنی - ترویجی، خرید ماشین آلات و ادوات کشاورزی، فعالیت ها و اقدامات محسوس و نامحسوس دیگر است. در این پژوهش رضامندی کشاورزان درباره عملکرد کارمندان رسمی مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی سنجیده شده است و بقیه گروه های شاغل در آن ها مانند شرکت های خدمات فنی - مشاوره ای و سربازان سازندگی در نظر گرفته نشده است. بررسی یافته های حاصل از سنجش رضامندی کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در سطح شهرستان کرمانشاه میزان رضامندی آنها را در سطح متوسط به بالا گزارش می کند. این چنین مراکزی باید چندین ویژگی مهم داشته باشند از جمله این که خواسته ها، نیازها و انتظارات ارباب رجوع خود توجه نموده و راهکار و سیاست های کاری خویش را در مسیر ارائه خدمات با کیفیت و مناسب قرار دهند. نگرش کشاورزان نسبت به مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی، از عوامل تاثیر گذار بر رضامندی محسوب می گردد. شاید انتظارات بجا و شناخت اهداف واقعی مراکز توسط کشاورزان باعث تغییر دیدگاه و نگرش و بالطبع رضامندی آنها شود، زیرا که نارضایتی ممکن است بدلیل ناآگاهی فرد نسبت به چگونگی ارائه خدمات باشد. بنابراین باید برنامه هایی جهت ایجاد آگاهی و اطلاع رسانی در مورد اهداف و وظایف مراکز تهیه گردد تا بتواند نگرش صحیح و مثبت تری نسبت به مراکز پدید آورد. همچنین بدلیل تعدد وظایف مراکز و عهده دار بودن فعالیت ها بسیاری از دستگاه های اجرایی از جمله نظارت بر طرح ها و پروژه ها، تغییر کاربری های غیر مجاز، صدور دفترچه کشاورزی و غیره، تاحد امکان کارمندان در هر حیطه از فعالیت خویش توجیه باشند و سعی در انجام برنامه ها در کوتاه ترین زمان ممکن داشته باشند تا از ایجاد نگرش منفی حتی در یک شخص خودداری نمایند زیرا به سرعت به دیگر افراد نیز تسری می یابد. در حال حاضر قوانین و مقررات برای کشاورزان پیچیده و وقت گیر است و یا این که کشاورزان از آنها اطلاع کافی ندارند، ساده سازی قوانین و اطلاع رسانی در این خصوص، می تواند کمک مهمی به کشاورزان در آشنایی با قوانین و مقررات فرآیندهای اداری باشد و به افزایش رضامندی کشاورزان منجر گردد. همچنین با توجه به این که رسالت مهم و اصلی مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی، به عنوان یک نهاد آموزشی - خدماتی که همیشه مدنظر سیاست گذاران بخش کشاورزی است، افزایش کارآیی و بهره وری و به طور کلی رشد کمی و کیفی به خصوص در عرصه تولیدات کشاورزی در پرتو آموزشهای ترویجی امکان پذیر می باشد، میزان بهره مندی کشاورزان از خدمات آموزشی - ترویجی مراکز عامل مهمی به حساب می آید، بنابراین برای انجام فعالیت های ترویجی بیشتر، تعداد کلاس های آموزشی بیشتری توسط مراکز اجرا شود و کارشناسان ملزم باشند درحد امکان، بکوشند کشاورزان در برخی کلاس ها شرکت نمایند تا تمایل آنها برای برقراری ارتباط بیشتر با کارشناسان و مروجان در مراکز بیشتر گردد. بدلیل کمبود تعداد مروجان در مراکز کارشناسان بیشتری در هر مرکز به کار گرفته شوند و از طریق برنامه ریزی منطقه ای بر اساس تعداد بهره برداران، مساحت کل اراضی، تعداد روستاها و نیازهای فنی - زراعی آنها کارشناسان عهده دار چندین روستا گردند که به طور منظم از مزارع بازدید به عمل آورند و توصیه های لازم را به آنها ارائه دهند و برای کاهش اثرات ناشی از کمبود نیروی انسانی می بایست امور تصدی گری به شرکت های خدمات فنی - مشاوره ای واگذار گردد تا توزیع خدمات در سطح روستاها منظم تر و بهتر گردد. همچنین برای برآورده شدن انتظارات تمامی قشرهای کشاورزان (افراد مسن، جوانان، زنان، مردان و غیره) متناسب با نیازهای فنی - آموزشی آنها از برنامه ها و روش های آموزشی عملی همچون ملاقات سر مزرعه، بازدید از مزارع نمونه و نمایشی و نمایشگاهها استفاده نمود. در جهت افزایش مشارکت و همکاری کشاورزان، در زمینه تشکل های روستایی از افرادی که مورد قبول تمام روستائیان باشد استفاده نمود. در این راستا می توان از رهبران محلی به عنوان رابط با مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی بهره گرفت، همچنین در این زمینه می توان برنامه ها و مشوق های مالی نیز در نظر گرفت.



فهرست منابع

- آذری، ل، هوشمند، م، نقوی، س. ۱۳۸۸. سنجش رضایتمندی از فعالیت شرکت های تعاونی مرزنشینان استان خراسان رضوی، فصلنامه توسعه و روستا، ۲: ۸۷-۱۱۱.
- بحرانی، ش، ۱۳۸۷. بررسی میزان و عوامل موثر بر رضایت ارباب رجوعان مناطق نه گانه شهرداری شیراز از کیفیت خدمات ارائه شده، معاونت برنامه ریزی شهرداری شیراز، طرح.
- بحرینی، ک، علیزاده کلخوران، م، نورانی، ف، ۱۳۸۸. بررسی کیفیت خدمات در دانشگاه آزاد اسلامی بر اساس مدل سروکووال و QFD (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول)، (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، ۱۴: ۸۰-۶۲.
- راسخی، ب، رحیمی، الف، علی بیگی، الف. ۱۳۹۰. ارزیابی عوامل موثر بر رضایت روستائیان از دفاتر ICT روستایی (مطالعه موردی: شهرستان کرمانشاه)، پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۶: ۷۱-۵۶.
- شاهنوشی، ن، رفیعی دارابی، ه، عدالتیان، ع. ۱۳۹۰. بررسی عوامل ساختاری و عملکردی موثر بر رضایت بیمه گذاران از بیمه محصولات کشاورزی: مطالعه موردی استان خراسان رضوی، اقتصاد کشاورزی، ۱: ۱۲۱-۱۰۳.
- فعلی، س، بیگلری، ن، پزشکی راد، غ. ۱۳۹۰. تحلیل عاملی مولفه های رضایتمندی دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم کشاورزی ایران)، ۲: ۳۴-۲۵.
- کریمی گوگری، ح، رضوانفر، الف، حجازی، س. ۱۳۹۰. تحلیل رابطه ی تعهد سازمانی و عمل کرد شغلی کارشناسان ترویج کشاورزی، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۸: ۹۰-۷۸.
- کلانتری، خ، اسدی، ع، موحد محمدی، ح، میرک زاده، ع. ۱۳۸۸. تعیین حوزه نفوذ و شناسایی خالهای خدماتی مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی استان اصفهان، نشریه پژوهش های جغرافیای انسانی، ۶۸: ۱۱۸-۱۰۳.
- ملکی، الف، دارابی، م. ۱۳۸۷. روش های مختلف اندازه گیری رضایت مشتری، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، ۳: ۳۲-۲۷.
- وثوقی، م. ۱۳۷۷. جامعه شناسی روستایی، انتشارات کیهان، ۲۸۸ صفحه.
- یزدان پناه، م، زمانی، غ، رضایی مقدم، ک. ۱۳۸۸. رضایتمندی کشاورزان از بیمه محصولات کشاورزی: کاربرد تحلیل مسیر، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۶۶: ۱۶۳-۱۳۹.
- Lavis K, Blackburn D. 1990. Extension Clientele Satisfaction, Journal of Extention, 1: Brief/IRIB4.
- Rajabipoor Meybodi A. 2012. Measuring service quality using servqual model: a case study of brokerage offices in iran, International Journal for Quality Resaerch, 1: 55-60.



Investigating the Factors Affecting on Farmers satisfaction about Jihad-e-keshavarzi in Kermanshah Extension and Services Centers of Township

, Alireza Poursaeed² Fahimeh Moradi

(M.sc. Agricultural Extension and Education, Islamic Azad University, Ilam Branch, Iran), ² (Assistant
Professor, Ilam, Iran, Islamic Azad University, Science and Research branch, Department of Agricultural
Extension and Education)

Abstract

Farmers satisfaction of Extension and Services Centers of Jihad-e-keshavarzi is very important because if close relationship between rural society wick supports whole nation nutritionally, and the existence of the whole nation socially and economically. So, this centers can have effective role in increasing agricultural products, improving farmers access to crucial services and facilities, increasing income: and elevating their quality of life. The main purpose of this study is to investigate the factor's satisfaction toward agricultural extension service centers. The data gathering tool was a questionnaire that was designed based on the dimensions of the SERVQUAL model ($\alpha = 0/82$). Statistical population consisted of farmers in Kermanshah Twonship (N =32350) The sample size was identified by Cochran's formula (n=417) accordingly stratified random sampling method was applied. For measuring farmers satisfaction, the customer satisfaction index formula (CSM) was used. Based on findings, there are significant positive correlation among variables including age, income, work experience, and benefits from the training services, participation in farmers' organizations and farmers attitude with their satisfaction toward extension services. Also, the relationship among complexity of the laws and administrative regulations, distance to extension center, family size with satisfaction was negative. Multiple regression analysis showed that 63% of the variance in dependent variable, satisfaction is due to attitude of farmers, the complexity of the laws and berucracy, the benefit from educational services, active participation in rural organizations, marital status, membership in organizations and family size. In general, satisfaction level of farmers was determined as moderate to high (about 67%) Information dissemination about official services and rules of this centers' and holding sessions can develop farmers satisfaction.

Keys words: satisfaction, Extension and Services Centers of Jihad-e-keshavarzi, Servqual model