

• مهندس حسین یادآور

• دکتر غلامرضا پزشکی‌راد

### چکیده

برای هر مدیر، آگاهی از مسئله انگیزش کارکنان الزامی است. چراکه اگر فردی می‌خواهد تا بر رفتار و عملکرد شخص دیگری تأثیر بگذارد، ابتدا باید بداند که مهمترین نیاز یا انگیزه برای شخص مورد نظر کدام است. در این راستا، بررسی عوامل مؤثر بر انگیزش، تفحص در علل رفتار یا عملکرد متفاوت کارکنان می‌باشد.

هدف از این پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر انگیزش کارشناسان ترویج در استانهای شمال کشور می‌باشد تا از این طریق با شناخت عوامل در راستای هدایت و کنترل عملکرد کارشناسان اقدامهای لازم به عمل آید. این پژوهش از نوع کاربردی و توصیفی - همبستگی می‌باشد.

بنابراین با همکاری ۱۰۸ نفر از کارشناسان شاغل در استانهای گیلان، مازندران و گلستان پژوهشی انجام شد. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه نهایی با استفاده از آزمونهای آماری مناسب همانند آزمون T، F، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره به وسیله نرم افزار SPSS/PC+ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

نتایج پژوهش نشان داد که بین متغیرهای مستقل مانند "نیازهای اجتماعی (نیاز به پیشرفت"، "نیاز به تعلق در گروه" و "نیاز به قدرت")، "علاقه‌مندی به شغل"، "نگرش سازمانی"، "ارزشمندی شغل"، "کاربرد مشوقها"، "چگونگی سرپرستی"، "ارزشیابی" و "مشارکت در تصمیم‌گیری" با متغیر "انگیزش" همبستگی معنی‌داری وجود دارد. بر اساس روش تحلیل رگرسیونی، نزدیک به ۹۸ درصد از تغییرات واریانس انگیزش، تابع متغیرهای یاد شده می‌باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود که یک اصلاح ساختاری در شیوه مدیریت و ارزشیابی عملکرد به عمل آید، کارشناسان در تصمیم‌گیریها مشارکت بیشتری داشته باشند، حسن رقابت سالم در محیط کار ایجاد گردد، به کارشناسان اختیارات لازم تفویض شود و ارزشمندی واقعی شغل ترویج به نحو مقتضی احیاء گردد.

### مقدمه

منابع انسانی شاغل در سازمانها را باید نوعی

سرمایه تلقی کرد، چراکه ابزارها و ماشین‌آلات را می‌توان همواره تهیه نمود، ولی تأمین نیروی انسانی با قابلیت‌های تخصصی به آسانی میسر نمی‌شود. بنابراین، باید به منابع انسانی و قابلیت‌های آنها توجه فراوانی مبذول داشت. (کریمی‌فر، ۱۳۷۲)

اصولاً در یک مجموعه اداری، اشتغال نیروی انسانی با قابلیت‌های تخصصی می‌تواند بهره‌وری را افزایش دهد و در اینکه بهره‌وری حول محور نیروی انسانی در حرکت است، اتفاق نظر وجود دارد. از چهار عامل نظام تشکیلاتی، امکانات و تسهیلات، تکنولوژی و کارکنان که در بهره‌وری تأثیر دارند، انسان عامل غالب به شمار می‌آید. این عامل می‌تواند بر اساس امکانات، مهارتها، دانش و نگرش در هر مرحله‌ای از فعالیت، سایر عوامل را تغییر دهد و در جهت افزایش بهره‌وری به کار گیرد. (حسینی‌الموسوی، ۱۳۷۳)

بهره‌وری را می‌توان از طریق استفاده بهینه از وقت و پتانسیلهای نیروی کار در یک مجموعه افزایش داد. بنابراین، باید در نیروی کار ایجاد انگیزه کرد. صرف نظر از آنکه چه اندازه ماشین‌آلات و تجهیزات در سازمانی وجود داشته

باشد، این وسایل و لوازم را نمی‌توان به طور سودمند به کار گرفت، مگر اینکه کارکنانی با انگیزه وجود داشته باشند و برای هدایت و بهره‌گیری از امکانات به کارگمارده شوند. در تأیید این گفته، "کرمی" (۱۳۷۳) معتقد است که؛ "انگیزه کارکنان ترویج برای رساندن سازمان به اهداف خود (بهره‌وری) بسیار مهم می‌باشد و کارکنان فاقد انگیزه بی‌شک در عملیات سازمان مشارکت اندکی خواهند داشت." (۹، ۱۴)

در این رابطه صاحب‌نظران انگیزش کارکنان را چنین تعریف می‌نمایند؛ "انگیزش یک فرایند روان‌شناختی است که به رفتار انسان هدف، جهت و نیرو می‌بخشد. اساساً انگیزش، علت بازده متفاوت کار و مهمترین عامل تعیین‌کننده انجام مؤثر شغل می‌باشد." (Kreitner, 1979 & Lawler III, 1973)

اطلاع و آگاهی از مسئله انگیزش کارکنان که در واقع شناخت علل، اسباب و چراهای رفتار افراد در سازمان می‌باشد، برای هر مدیری ضرورت دارد. کنکاش در مسئله انگیزش، پاسخ چراهای رفتار آدمی است. چرا انسان در سازمان کار می‌کند؟ چرا بعضی افراد بسیار فعال و برخی کم‌کار هستند؟ علت علاقه به شغل و بی‌علاقگی نسبت به کار چیست؟ این سؤاها و بسیاری دیگر با موضوع انگیزش ارتباط دارند و پاسخ به آنها را می‌توان در انگیزش و میزان انگیزه‌های کارکنان جستجو کرد. (الوانی، ۱۳۶۹)

پاسخ سؤاهاها بالا به صورت ساده این است که انسان نیازهای متعددی دارد. یک نیاز ارضاء نشده، خواست و تنش (Tension) ایجاد می‌کند. برای اینکه شخص از شدت تنش بکاهد، به انجام عمل یا رفتار معینی مبادرت می‌ورزد. مثلاً، خوردن غذا یک نیاز است، لذا انسان به ناچار غذا می‌طلبد (خواست) و نیاز ارضاء نشده (گرسنگی) موجب تنش می‌گردد و برای رفع گرسنگی و رهایی از رنج و محرومیت، فرد در صدد تحصیل غذا بر می‌آید. (اقتداری، ۱۳۶۸)

صاحب‌نظران عقیده دارند که رفتارهای انسان (به جز برخی بازتابهای ساده و غریزی) به انگیزه بستگی دارند. همچنین آنها معتقدند که انگیزه سبب پیدایش زمینه رفتارها می‌شود، یعنی ضرورتاً بروز رفتار تابع علت خاصی است و از

آنجایی که رفتار انسان هدف‌مدار می‌باشد، بنابراین به هدف مشخص و تعریف‌شده‌ای برای توجیه رفتار بسنده می‌کند.

در این رابطه با اینکه در محیط‌های کار، اهداف فراروی کارکنان آشکار و واضح است، انتظار می‌رود کارکنان در راستای تحقق آن اهداف در حد توان، تلاش و کوشش نمایند. با این وجود در عمل کمتر اتفاق می‌افتد که نیروی انسانی شاغل با رغبت و انگیزه کافی به فعالیت بپردازند. علت این امر (هر چه که باشد) نتیجه آن بازدهی اندک، سودهی پایین و نهایتاً عدم نیل سازمان و جامعه به بهره‌وری خواهد بود.

نمود عینی پایین بودن یا فقدان انگیزه کارکنان در رفتارهایی از قبیل بی‌رغبتی به کار، عدم علاقه به حرفه، عدم استفاده بهینه از امکانات، صرف قسمت عمده وقت و نیرو به فعالیت‌هایی که در راستای اهداف و برنامه‌های سازمان نیست، غیبت‌های غیرموجه، نگرش‌های منفی نسبت به کار سازمانی، مقاومت منفی و ... قابل مشاهده است.

از آنجایی که ویژگی‌های کلی کارکنان و همچنین خصوصیات و ویژگی‌های سازمانها باهم تقریباً مشابه می‌باشند، لذا موارد یاد شده در تمام سازمانها مشهود است و بخش ترویج کشاورزی نیز از آن مستثنی نمی‌باشد.

در ممالک پیشرفته بویژه ژاپن، نیروی انسانی شاغل در سازمانها نزدیک به ۹۰ درصد از ساعت‌های کار را صرف فعالیت‌های مفید و مثمر‌تر برای سازمان می‌نمایند، ولی متأسفانه در ایران وضعیت چنین نیست. شاید به جرات بتوان ادعا نمود که نیروی انسانی شاغل در سازمانهای کشاورزی در مقابل هزینه‌های صرف شده، توجیه اقتصادی لازم را نداشته باشند.

نتیجه بررسی‌های میدانی قبل از آغاز پژوهش نشان داد که به طور نسبی، کارکنان وزارت کشاورزی تمایل چندانی به فعالیت در محیط کار خود ندارند و به دلایل مختلف از محیط کار خویش ناراضی هستند و در مقابل استفاده بهینه از امکانات، دقت و توجه لازم را مبذول نمی‌دارند و بیشتر وقت آنها به صحبت کردن با همکاران و اتلاف زمان می‌گذرد، نسبت به آینده از اطمینان کافی برخوردار نیستند و نسبت به دستورات و

بخشنامه‌ها به طور صوری عمل می‌کنند. البته باید گفت که افرادی نیز مشاهده می‌شوند که با جان و دل وظایف محوله را به نحو احسن انجام می‌دهند که هر دوی این حالتها جای بحث دارد. به هر حال، صاحب‌نظران معتقدند که اگر فردی می‌خواهد تا بر رفتار شخص دیگری تأثیر بگذارد، ابتدا باید بداند که چه نیازها یا انگیزه‌هایی برای آن شخص در آن موقع بخصوص بیشترین اهمیت را دارد. به عبارت دیگر، ابتدا باید علت یا علت‌های رفتار را بشناسد و سپس به بررسی آن بپردازد. بدین ترتیب برخورد صحیح با نیازهای مهم و واقعی کارکنان می‌تواند از جهت انگیزش در افزایش کارایی و کاربری آنها امری مهم تلقی شود و این پژوهش در پی بررسی این امر مهم می‌باشد.

## هدف کلی و اهداف اختصاصی پژوهش

هدف کلی این پژوهش، شناخت و بررسی عوامل مؤثر بر انگیزش کارشناسان ترویج، فعالیت در سازمان ذی‌ربط می‌باشد. بر این اساس، اهداف اختصاصی پژوهش دربرگیرنده موارد ذیل می‌باشد:

- ۱- بررسی نظریه‌های کاربردی در خصوص انگیزش کارشناسان ترویج
- ۲- بررسی مبانی نظری عوامل تشکیل‌دهنده انگیزش
- ۳- تعیین میزان و سطح انگیزش کارشناسان ترویج
- ۴- بررسی عوامل مؤثر و بازدارنده انگیزش در کارشناسان ترویج
- ۵- بررسی نگرش کارشناسان ترویج نسبت به سازمان ذی‌ربط
- ۶- بررسی علاقه‌مندی کارشناسان به حرفه خود
- ۷- بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصی افراد (کارشناسان ترویج) در انگیزش آنها

## نوع پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی است. چراکه به آزمون نظریه‌های انگیزشی در مورد چگونگی رفتار کارشناسان در یک موقعیت شغلی می‌پردازد. به عبارت دیگر، هدف این نوع پژوهش، مطالعه مبانی نظری در میدان عمل می‌باشد و نتایج حاصل از آن می‌تواند برای بهبود

وضعیت ترویج مؤثر باشد.

از جنبه دیگر، این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی می باشد. نادری و نراقی، (۱۳۷۶) در این خصوص اظهار می دارند که: "روش پژوهش همبستگی یا همخوانی برای مطالعه میزان تغییرات در یک یا چند عامل در اثر تغییرات یک یا چند عامل دیگر است." (۱۱، ص. ۸۱)

## جامعه آماری

جمعیت آماری مورد مطالعه در این پژوهش، شامل کلیه کارشناسانی است که دارای مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر در یکی از رشته های تحصیلی کشاورزی یا رشته های مرتبط با کشاورزی هستند و در حال حاضر در بخش های ترویجی، آموزشی و فنی اداره یا واحدهای ترویج در استانهای شمالی کشور (گیلان، مازندران و گلستان) مشغول فعالیت می باشند.

از بین کل جامعه آماری (۱۷۸ نفر کارشناس)، تعداد ۱۰۸ نفر از آنان به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند که به عنوان حجم نمونه آماری تعیین شدند و از همکاری آنها برای تکمیل پرسشنامه ها استفاده شد.

## ابزار پژوهش

برای جمع آوری اطلاعات میدانی، پرسشنامه ای تنظیم شد. شایان ذکر است که برای تنظیم بخش های مختلف پرسشنامه با اعمال تغییرات لازم از آزمونهای موجود نظیر آزمون سنجش نگرش، آزمون سنجش نیازها و مقیاس سنجش احساس فرد نسبت به شغل خود استفاده شد.

به منظور تعیین روایی، پرسشنامه یاد شده در اختیار ۱۲ نفر از صاحب نظران، کارشناسان ارشد ترویج و دانشجویان مقطع تحصیلی دکتری تخصصی ترویج و همچنین دو تن از اساتید صاحب نظر در زمینه انگیزش قرار گرفت و نقطه نظرات اصلاحی آنها در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید.

در این زمینه، آماردانان روایی و اعتبار را از خصایصی می دانند که برای مفید و مؤثر واقع شدن روش های جمع آوری اطلاعات شرط اساسی به شمار می آورند. منظور از روایی (Validity) آن

خصیصه، ابزار یا روش جمع آوری داده هاست که داشتن این خصیصه همان مقوله هایی را تعیین می کند که برای تعیین آن مقوله ها طرح ریزی شده است و منظور از اعتبار (Reliability) کیفیت ثابتی است که ابزار یا روش جمع آوری داده ها در طول زمان از خود نشان می دهد. (بست، ۱۳۷۱)

به منظور تعیین اعتبار و رفع نواقص احتمالی در سؤال های پرسشنامه، پس از تنظیم اولیه پرسشنامه و بررسی روایی آن برای آزمون مقدماتی (Pilot Test) در راستای اعتبار بخشیدن به ابزار پژوهش (پرسشنامه نهایی)، تعداد ۱۵ نسخه پرسشنامه بین جامعه آماری مشابه (کارشناسان ترویج شاغل در استان تهران) توزیع و تکمیل شد. سپس برای اینکه مشخص شود که سؤال های مطرح شده در پرسشنامه اولیه یکپارچه بوده و دارای انسجام و ارتباط با یکدیگر می باشد، ضریب آلفای کرونباخ (Cronbach Alpha Coefficient) با استفاده از نرم افزار SPSS/PC+ محاسبه گردید.

بر اساس این محاسبات، ضریب یاد شده در همه موارد از جمله نیاز به تعلق در گروه، نیاز به پیشرفت، نیاز به داشتن قدرت اجتماعی، علاقه مندی به شغل، نگرش به اهداف سازمان، ارزشمندی شغل ترویج، نیاز مادی و کاربرد مشوقها، چگونگی سرپرستی و مدیریت، مشارکت در تصمیم گیری و ارزشیابی از عملکرد بیش از ۷۶ درصد بود که با توجه به نظر "اوپنهام" (۱۳۶۹) ضریبهای اعتبار فوق مطلوب بوده و می توان گفت که این شاخصها از نظر میزان اعتبار قابل قبول هستند. لازم به توضیح است که ضریب محاسبه شده با مقدار ۷۸ درصد و ۹۱ درصد به ترتیب برای بخش های نیاز مادی و کاربرد مشوقها و ارزشمندی شغل ترویج به دست آمد و بقیه بخشها بین دو عدد یاد شده قرار داشتند. با این وجود، ضریب محاسبه شده برای کل بخش های پرسشنامه معادل ۸۸/۵۵ تعیین گردید که با استناد به نظر "اوپنهام" این رقم قابل قبول است.

## روش های آماری مورد استفاده در پژوهش

پس از نماد گذاری، داده های حاصل از پرسشنامه ها با استفاده از نرم افزار SPSS/PC+

وارد رایانه گردید. برای داده پردازی از دو روش آمار توصیفی به منظور بررسی میانگین، میانه، نما، انحراف معیار، درصد و فراوانی و آمار تحلیلی به منظور آزمون فرضها و مقایسه میانگینها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی (T-test)، آزمون تحلیل واریانس (F-test)، آزمون L.S.D. و رگرسیون چندمتغیره استفاده شد.

## یافته های پژوهش

یافته های این پژوهش در دو بخش توصیفی و تحلیلی تدوین گردید که در اینجا به خلاصه ای از آنها اشاره می شود:

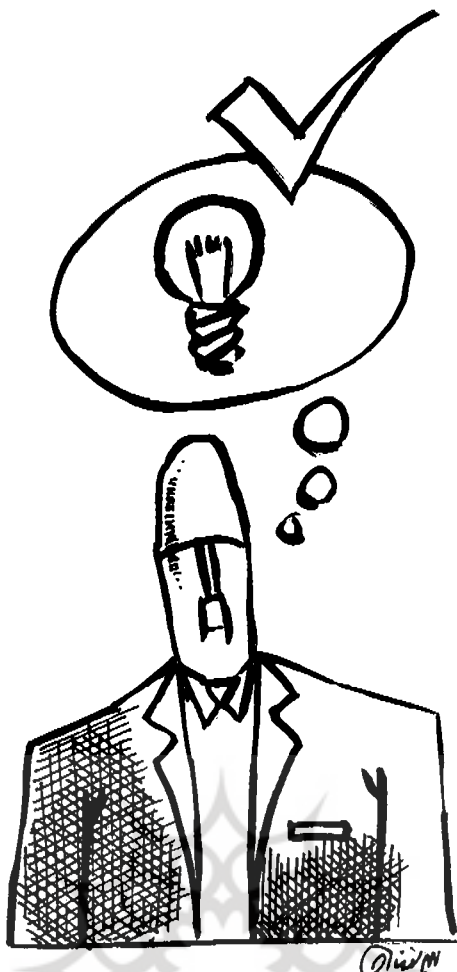
### ۱- نتایج آمار توصیفی

اطلاعات پژوهش نشان می دهد که بیشترین فراوانی (۹۶ = f) در خصوص میزان تحصیلات کارشناسان ترویج مورد مطالعه در حد لیسانس می باشد و تعداد محدودی (۱۲ = f) از اعضای نمونه جامعه آماری را کارشناسان ارشد تشکیل می دهند.

همچنین در باره رشته تحصیلی جامعه مورد مطالعه باید گفت که کارشناسان شاغل در بخش ترویج به ترتیب فراوانی در یکی از رشته های زراعت و اصلاح نباتات با فراوانی ۳۲ نفر، ترویج و آموزش کشاورزی با فراوانی ۱۹ نفر، کشاورزی عمومی با فراوانی ۱۸ نفر، صنایع غذایی و علوم گیاهی هر یک با فراوانی ۶ نفر، گیاه پزشکی و خاک شناسی نیز هر یک با فراوانی ۵ نفر تحصیل نموده اند و فراوانی سایر رشته ها بین ۴-۱ نفر در نوسان می باشد. شایان ذکر است که تنوع رشته تحصیلی شاغلان در بخش ترویج قابل ملاحظه است، به گونه ای که مجموع نمونه منتخب (۱۰۸ = n) طیف نسبتاً وسیعی از رشته های تحصیلی را در برمی گیرد.

در خصوص سن کارشناسان ترویج مورد مطالعه، یافته های پژوهش نشان می دهد که میانگین سنی کارشناسان ترویج ۳۹/۶۸ سال و حداکثر و حداقل سن اعضای جامعه آماری به ترتیب ۵۶ و ۲۷ سال است و سن ۳۰ سال دارای بیشترین فراوانی می باشد.

با توجه به یافته های پژوهش از مجموع ۱۰۸ کارشناس مورد مطالعه، نزدیک به ۹۷ درصد از



سابقه فعالیت کارشناسان ترویج در پستهای فعلی آنها و وزارتخانه کشاورزی، میزان انگیزش آنها کاهش می‌یابد. به بیان دیگر، کارشناسان دارای ۱۰-۱ سال سابقه خدمت در سمت فعلی و وزارتخانه، واجد انگیزه بالاتری برای فعالیت بودند و در نهایت معلوم شد که سطح و میزان انگیزش کارشناسان در کل با عدد ۳/۳۷ و با انحراف معیار ۰/۴۴۹ از حد متوسط به بالا بوده که در این بین ۹۵/۶ درصد دارای سطح انگیزش بالاتر از متوسط و بقیه دارای سطح انگیزش پایین‌تری از متوسط می‌باشند.

### نتایج آمار تحلیلی

بررسی رابطه معنی‌داری بین میزان انگیزش کارشناسان ترویج مورد مطالعه و سن آنها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین دو متغیر مذکور رابطه معکوس وجود دارد. با این حال، این رابطه در سطح ۵ درصد معنی‌دار نگردید. به عبارت دیگر، کارشناسانی که سن بالاتری داشتند، انگیزه کمتری برای کار در سازمان داشتند. این عامل شاید به دلیل انتظار و سطح توقع کارشناسان مستتر نسبت به کارشناسان جوانتر باشد. از طرف دیگر، ویژگی ذاتی شغل ترویج که نیازمند داشتن تحرک و فعالیت زیاد می‌باشد. نظیر مراجعه به مزرعه، تلاش مستمر و... - در این زمینه می‌تواند علتی به حساب آید چراکه از نظر علمی، افراد با افزایش سن، تمایل و رغبت چندانی برای فعالیتهای جسمانی توانفرسا ندارند.

همچنین بر اساس بررسی رابطه معنی‌داری بین متغیر میزان حقوق دریافتی کارشناسان ترویج مورد مطالعه در ماه و انگیزش آنها نسبت به کار در سازمان با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، می‌توان گفت که بین دو متغیر یاد شده رابطه مستقیم ولی ناچیزی حاکم است. در هر حال، این رابطه در سطح ۵ درصد معنی‌دار نگردید. به عبارت دیگر، کارشناسانی که دریافتی بالاتری داشتند، به آن نسبت انگیزه کافی برای فعالیت در سازمان نداشتند. به نظر می‌رسد که سطح دریافتی کارشناسان در آن حد نیست که افزایش یا کاهش نامحسوس فعلی آن تأثیر چندانی در انگیزش آنها داشته باشد.

آنها متأهل بوده و تنها ۳ نفر از ایشان در وضعیت مجرد به سر می‌برند. همچنین در زمینه جنس پاسخگویان، یافته‌های پژوهش مؤید آن است که فراوانی مردان با ۷۳ نفر در حدود سه برابر تعداد زنان شاغل در بخش ترویج بوده است که با توجه به اهمیت دستیابی به مخاطبان زن، توجه نمودن به امر جنسیت در به کارگیری نیروی انسانی حائز اهمیت است.

از جنبه میزان حقوق دریافتی، نتایج به دست آمده حاکی از آن است که میانگین حقوق دریافتی کارشناسان ترویج مورد مطالعه ۶۷/۲۹ هزار تومان در ماه و حداکثر و حداقل حقوق دریافتی اعضای جامعه به ترتیب ۱۰۲ و ۴۰ هزار تومان و حقوق دریافتی ۸۰ هزار تومان در ماه دارای بیشترین فراوانی می‌باشند.

همچنین از نقطه نظر محل خدمت کارشناسان ترویج، مدیریت کشاورزی شهرستانها با ۵۴ نفر دارای بیشترین فراوانی است که در این بین با توجه به ویژگیهای اقلیمی و جغرافیایی استانهای مورد مطالعه، پراکنش نیروها در محلهای خدمت مختلف قابل توجه و دفاع می‌باشد.

با توجه به اطلاعات به دست آمده در خصوص کارشناسان شاغل در ترویج، ۶۹ نفر در وضعیت استخدامی رسمی قرار داشتند و حدود ۳۹ نفر از آنها نیز به طور قراردادی با سازمانهای ذی‌ربط همکاری می‌نمودند. همچنین سمت فعلی بیشتر کارشناسان ترویج مورد مطالعه، "کارشناس ترویج" بود که در حدود یک سوم کل جامعه آماری نیز در سمت کارشناس مسئول ترویج در حال انجام وظیفه بودند.

با توجه به یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، میانگین سابقه خدمت در سمت فعلی ۷/۹ سال و حداکثر و حداقل آن به ترتیب ۲۹ و یک سال بود که سابقه خدمت ۴ سال دارای بیشترین فراوانی را داشت. همچنین، میانگین سالهای خدمت در وزارت کشاورزی ۱۳/۳۷ سال و حداکثر و حداقل آن به ترتیب ۲۹ و یک سال بود که سابقه خدمت ۷ سال بیشترین فراوانی را دارا بود.

همچنین در خصوص میزان و سطح انگیزش کارشناسان ترویج مورد مطالعه، مشخص شد که سطح انگیزش کارشناسان با تحصیلات کارشناسی

ارشد، بالاتر از کارشناسان دارای مدرک لیسانس بود و همچنین افرادی با تحصیلات در رشته تحصیلی ترویج و آموزش کشاورزی، زراعت و اصلاح نباتات و کشاورزی عمومی دارای میزان انگیزش متفاوت و بالاتری نسبت به سایر رشته‌ها بودند. از بعد جنسیت پاسخگویان معلوم شد که کارشناسان مرد با انگیزه‌تر هستند و در خصوص دریافت حقوق، کارشناسانی که حقوق دریافتی آنها بین ۸۵-۷۱ هزار تومان در ماه بود، در مقایسه با سایر گروهها انگیزه بالاتری برای فعالیت داشتند. در همین رابطه، کارشناسانی که در مدیریتهای کشاورزی شاغل بودند، نسبت به سایر کارشناسان شاغل در مراکز خدمات و سازمانهای کشاورزی دارای سطح انگیزش بالاتری بودند. همین موضوع در مورد کارشناسان رسمی نیز صادق بود و آنها نسبت به کارشناسان قراردادی، انگیزه بالاتری برای کار و فعالیت داشتند. در ادامه مشخص شد که کارشناسان مسئول ترویج در قیاس با کارشناسان ترویج از نقطه نظر سمت و پست سازمانی دارای سطح انگیزش بالاتری بودند ولی متأسفانه نتایج مبین آن بود که با افزایش

توجه این رابطه می‌تواند چنین باشد که به دلیل اینکه میزان دریافتی کارشناسان نسبت به سطح توقع و انتظار آنها از زندگی، خیلی اندک است؛ لذا عامل مادی در بروز انگیزه آنها برای فعالیت، نقش و اهمیت خود را تا حد زیادی از دست داده است و با توجه به محدودیتهای مالی دولت در پرداختهای اضافی به نظر می‌رسد حقوق تقریباً ثابتی که افراد دریافت می‌دارند، آن چنان ارزش و اهمیتی ندارد که محرک ایشان برای فعالیت باشد و در تأیید این نظر، مصاحبه‌های شخص نگارنده با اعضای جامعه آماری حاکی از آن است که بیشتر کارشناسان دارای منبع درآمد دیگری بودند و دریافتی از اداره را عامل مؤثری در گذران زندگی خود نمی‌دانستند.

در عین حال، بررسی رابطه معنی‌داری بین سالهای خدمت در ترویج و انگیزش کارشناسان برای فعالیت در سازمان با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین دو متغیر یاد شده، رابطه معکوس ولی ناچیزی حاکم است. البته این رابطه در سطح ۵ درصد معنی‌دار نگردید. به عبارت دیگر با افزایش سابقه خدمت در ترویج، کارشناسان انگیزه لازم برای فعالیت را از دست می‌دهند. با اطمینان می‌توان ادعا نمود که فضای سازمانی موجود به نحوی است که افراد با سابقه انگیزه لازم را در شرایط حاکم بر سازمان از دست می‌دهند و با مشاهده تناقض و تضادها در برخورد با موقعیتهای افراد دلسرد می‌شوند. شایان ذکر است که با اصلاح ساختار تشکیلاتی و اعمال تشکیلات جدید، افراد انگیزه لازم برای کار را از دست داده‌اند که این مسئله در بین کارشناسان ترویج نمود و عینیت بالایی پیدا کرده است.

با این حال، با استناد به نتایج تجزیه و تحلیل ضریب همبستگی پیرسون، رابطه مستقیمی بین انگیزش و سابقه خدمت در وزارت کشاورزی در سطح ۵ درصد مشاهده نشد، به این معنی که با افزایش سابقه خدمت کارشناسان مورد مطالعه در وزارت کشاورزی، تمایل و رغبت آنها برای فعالیت در چارچوب اهداف سازمان ذی‌ربط کاهش می‌یابد. به نظر می‌رسد که دلایل عنوان شده در بخش فرضیه سوم در این خصوص نیز مصداق داشته باشد.

## انگیزش یک فرایند روان شناسختی است که به رفتار انسان هدف، جهت و نیرو می‌بخشد. اساساً انگیزش، علت بازده متفاوت کار و مهمترین عامل تعیین کننده انجام مؤثر شغل می‌باشد.

### در ممالک پیشرفته بویژه ژاپن، نیروی انسانی شاغل در سازمانها نزدیک به ۹۰ درصد از ساعاتی کار را صرف فعالیتهای مفید و منمثر ثمر برای سازمان ذی‌ربط می‌نمایند، ولی متأسفانه در ایران وضعیت چنین نیست.

همچنین بر اساس بررسی معنی‌داری بین انگیزش و نیاز به تعلق در گروه با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، می‌توان گفت که رابطه بین دو متغیر مذکور، مثبت و مستقیم است و با اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار می‌باشد. نتیجه حاصل از این فرض، برای اعمال تردید در نظر و افکار افرادی که می‌پندارند انسانها صرفاً به جهت کسب منافع مادی به کار اقدام می‌نمایند، کفایت می‌کند. این نتیجه مؤید آن است که جو حاکم در بین کارشناسان همکار، خیلی صمیمانه می‌باشد و افراد از حضور در کنار یکدیگر لذت می‌برند. در این خصوص، میرزانی (۱۳۷۴) نیز تأثیر نیاز به تعلق در گروه در انگیزش کشاورز برای مشارکت در فعالیتهای ترویجی را تأیید می‌نماید.

بررسی معنی‌داری رابطه بین انگیزش و نیاز به پیشرفت با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون حاکی از آن است که بین دو متغیر یاد شده در سطح ۹۹ درصد رابطه معنی‌داری وجود دارد و این رابطه از نوع مستقیم می‌باشد. به عبارت دیگر، با افزایش میزان نیاز به پیشرفت در کارشناسان، آنها رغبت و تمایل بیشتری نسبت به کار در سازمان پیدا خواهند نمود که در تأیید این نتیجه Henderson And Karala (1981) اشاره داشتند که داوطلبان شاغل به فعالیت در

باشگاههای 4-H اکثراً توسط نیاز به پیشرفت برانگیخته شده بودند.

علاوه بر این، بررسی رابطه معنی‌داری بین انگیزش کارشناسان ترویج مورد مطالعه و نیاز به داشتن قدرت اجتماعی با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون می‌توان گفت که بین دو متغیر یاد شده با احتمال ۹۹ درصد ارتباط متوسط و معنی‌داری وجود دارد و تنها یک درصد احتمال دارد که این ارتباط از خطای نمونه‌گیری ناشی شده باشد. بنابراین، با اعمال تفویض اختیارات قانونی می‌توان تا حدودی در افراد (کارشناسان) ایجاد انگیزه نمود. در همین زمینه، "قانی بنادکی" (۱۳۷۵) در پژوهشی به این نتیجه رسید که بین نیاز به داشتن قدرت اجتماعی و میزان موفقیت در بین مدیران مدارس همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین نتایج تجزیه و تحلیل همبستگی بین علاقه‌مندی به شغل ترویج و انگیزش با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که این دو متغیر در سطح یک درصد ارتباط مستقیم و معنی‌داری با هم دارند و لذا با اطمینان ۹۹ درصد این ارتباط زیاد است. شاید دلیل این امر، ویژگیهای ذاتی شغل ترویج باشد که در اثر مراد و تبادل افکار با مخاطبان، پویایی لازم را دارد و افراد را به پرداخت به آن شغل تشویق می‌نماید. در همین رابطه پژوهشی که توسط "بانسی" (۱۳۷۳) صورت گرفته است، مؤید آن است که بین علاقه‌مندی به شغل با انگیزش کارکنان همبستگی قابل توجهی وجود دارد.

بر اساس بررسی رابطه معنی‌داری که بین انگیزش و کاربرد مشوقهای مادی و غیرمادی با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون وجود دارد، می‌توان گفت که بین دو متغیر یاد شده با احتمال ۹۹ درصد رابطه معنی‌داری وجود دارد و این رابطه از نوع مستقیم است. به عبارت دیگر در صورت افزایش به کارگیری مشوقهای مادی و غیرمادی، انگیزه کارشناسان برای فعالیت نیز با نسبتی مستقیم افزایش خواهد یافت. عکس این رابطه نیز صادق است. با این وجود، پژوهشهای فراوان در این زمینه، مؤید نقش کاربرد مشوقها در انگیزش می‌باشد. در این زمینه "میرزانی" (۱۳۷۵) بیان می‌کند که پرداخت حقوق و دستمزد منصفانه، تأمین امکانات رفاهی در افزایش

انگیزش و به تبع آن افزایش کارایی مؤثر بوده است.

بررسی رابطه معنی داری که بین نگرش کارشناسان مورد مطالعه به سازمان و اهداف آن با انگیزش آنها برای فعالیت با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون وجود دارد نشان می‌دهد که رابطه فوق مستقیم، مثبت و قابل توجه است. لذا در صورتی که اهداف، نقش و وظایف سازمان به نحو احسن برای کارشناسان بیان شود، می‌توان با اطمینان ۹۹ درصد نوید افزایش انگیزش آنها برای کار را به مدیران داد. در همین زمینه، "منتظری توکلی" (۱۳۷۲) ابراز می‌دارد که؛ تصریح و تدوین اهداف روشن و متعالی در افزایش انگیزش شغلی مریبان پرورشی مؤثر بوده است.

همچنین با بررسی معنی داری که بین دو متغیر ارزشمندی شغل ترویج و انگیزش کارشناسان برای فعالیت با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون انجام شد، مشخص گردید که بین دو متغیر یاد شده رابطه مثبت، مستقیم و زیادی وجود دارد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان ادعا نمود که در صورت اتخاذ تمهیداتی به منظور اعاده حیثیت شغل ترویج و ارزشمند جلوه دادن آن حداقل در بین سایر همکاران می‌توان در افزایش هر چه بیشتر انگیزش کارشناسان به فعالیت موفق شد. در این رابطه شایان ذکر است که پژوهشگر در هیچ پژوهشی به آزمون متغیر ارزشمندی شغل در انگیزش برخورد نمود و علت اصلی به کارگیری این متغیر، تجربه شخصی نگارنده در مواجهه و مصاحبه با کارشناسان بود که آنها اغلب از ارزشمند نبودن شغل ترویج در محیط کار خود شکایت داشتند و اظهار می‌نمودند که شغل ترویج ارزش و اهمیت والایی دارد که باید به نحوی این مهم تحقق یابد تا آنها رغبت و تمایل بیشتری برای کار داشته باشند.

بررسی معنی داری بین انگیزش و چگونگی سرپرستی و مدیریت با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون نیز حاکی از آن است که بین دو متغیر فوق در سطح ۵ درصد ارتباط مستقیم ولی از نظر آماری در حد کم وجود دارد. به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۵ درصد اصلاح شیوه مدیریت می‌تواند در افزایش میزان انگیزش کارشناسان برای فعالیت تأثیر مستقیم بگذارد. این موضوع را

نتایج پژوهشهای Mwangi & McCaslin (1994) نیز تأیید می‌کند. ایشان به این نتیجه رسیدند که چگونگی سرپرستی و مدیریت حاکم بر سازمان در انگیزش مروجان مؤثر بوده است.

بر اساس بررسی رابطه معنی داری که بین انگیزش و مشارکت دادن کارشناسان در تصمیم‌گیریها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون وجود دارد، می‌توان گفت که بین دو متغیر یاد شده در سطح یک درصد رابطه معنی داری وجود دارد. لذا می‌توان نتیجه گرفت که با اطمینان ۹۹ درصد در صورتی که فرایند مشارکت کارشناسان در تصمیم‌گیریها بهبود یابد، به طور قطع آنها با انگیزه‌تر و فعال‌تر به وظایف و مسئولیتهای خود رسیدگی خواهند نمود. در پژوهشی که توسط "مزینانی" (۱۳۷۵) صورت گرفت، این فرضیه تأیید شد که مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیریها بر انگیزش و کارایی تأثیر مثبت دارد و باعث بالا رفتن انگیزش کارکنان می‌شود. با استناد به نتایج تجربه و تحلیل ضریب همبستگی پیرسون بین انگیزش و ارزشیابی از عملکرد کارشناسان، رابطه مثبت، مستقیم و

معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۹ درصد در صورتی که فرایند ارزشیابی از عملکردها اصلاح یا بهسازی شود، این موضوع در افزایش انگیزش کارشناسان ترویج مورد مطالعه به فعالیت در سازمان تأثیر قابل قبولی خواهد داشت. این نتیجه با تئوری انتظار مطابق است، بدین نحو که فرد در چارچوب نظام ارزشیابی مطمئن، نسبت به انتظارات و پاداشهای لازم با دید منصفانه‌ای خواهد نگرست و افراد به یک اطمینان قلبی در این زمینه دست خواهند یافت که فعالیتهای آنها عبث و بیهوده نمی‌باشد. در این رابطه نتایج پژوهش "الهیان" (۱۳۷۳) نیز مؤید مؤثر بودن انجام ارزشیابی صحیح و مستمر از عملکرد در انگیزش آنها برای فعالیت در سازمان می‌باشد.

به منظور بررسی میزان تأثیر ۷ متغیر مستقل (ارزشمندی شغل ترویج برای کارشناسان، نیاز به پیشرفت، نگرش به اهداف سازمان، نیاز به داشتن قدرت اجتماعی، علاقه‌مندی به حرفه ترویج، نیاز به تعلق در گروه و کاربرد مشوقها) بر متغیر وابسته انگیزش، در تعامل با یکدیگر با استفاده از تجربه

جدول شماره (۱): نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش به روش همبستگی

ردیف	متغیر وابسته	متغیر مستقل	r	P
۱	انگیزش	سن	-۰/۱۸	۰/۰۶۷
۲	انگیزش	میزان حقوق دریافتی	+۰/۱۱	۰/۲۸۱
۳	انگیزش	سالیانه خدمات در ترویج	-۰/۱۳	۰/۱۹۷
۴	انگیزش	سابقه خدمات در وزارت کشاورزی	-۰/۰۶	۰/۵۱
۵	انگیزش	نیاز به تعلق در گروه	+۰/۶۴**	۰/۰۰
۶	انگیزش	نیاز به پیشرفت	+۰/۷۱**	۰/۰۰
۷	انگیزش	نیاز به قدرت اجتماعی	+۰/۵۲**	۰/۰۰
۸	انگیزش	علاقه‌مندی به حرفه ترویج	+۰/۸۳**	۰/۰۰
۹	انگیزش	کاربرد مشوقها	+۰/۷۳**	۰/۰۰
۱۰	انگیزش	نگرش نسبت به سازمان	+۰/۷۱**	۰/۰۰
۱۱	انگیزش	ارزشمندی شغل ترویج	+۰/۸۳**	۰/۰۰
۱۲	انگیزش	چگونگی سرپرستی و مدیریت	+۰/۲۳*	۰/۰۲
۱۳	انگیزش	مشارکت در تصمیم‌گیری	+۰/۵۹**	۰/۰۰
۱۴	انگیزش	ارزشیابی فعالیتها	+۰/۵۴**	۰/۰۰

\* معرف معنی داری آماری در سطح ۵ درصد

\*\* معرف معنی داری آماری در سطح ۱ درصد

و تحلیل رگرسیون چند متغیره به صورت گام به گام (Stepwise) مشخص گردید که متغیر مستقل "ارزشمندی شغل" به تنهایی حدود ۷۴ درصد از تغییرات ایجاد شده در انگیزش کارشناسان ترویج نسبت به فعالیت در سازمان را بیان می‌کند. بر اساس نتایج یاد شده در نهایت ۷ متغیر یاد شده، حدود ۹۸ درصد تغییرات مشترک واریانس متغیر انگیزش را تعیین می‌کنند و سایر متغیرها به انضمام متغیرهای ناشناخته تنها دو درصد تغییرات را تبیین می‌کنند.

## معادله رگرسیون حاصل

در نهایت با توجه به ضریب تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (B) و عدد ثابت عرض از مبدأ، خط رگرسیون حاصل به شرح ذیل می‌باشد:

$$\text{برآورد انگیزش} = (\text{ارزشمندی شغل ترویج}) \times (0/139) + (\text{نیاز به پیشرفت}) \times (0/118) + (\text{نگرش به اهداف سازمان}) \times (0/234) + (\text{نیاز به قدرت}) \times (0/131) + (\text{علاقه‌مندی به حرفه ترویج}) \times (0/131) + (\text{نیاز به تعلق در گروه}) \times (0/122) + (\text{کاربرد مشوقها}) \times (0/095) + (-0/041)$$

نتایج کاربرد روش آماری T - تست برای آزمون فرض یکسان بودن میانگین انگیزش کارشناسان با سطح تحصيلات مختلف نشان داد که داشتن سطح تحصيلات مختلف تفاوت معنی داری در انگیزش ایجاد نمی‌نماید. با استناد به نتیجه بالا می‌توان عنوان کرد که عقیده "ایجاد انگیزه در افراد از طریق اعطای بورسهای تحصيلی" نمی‌تواند منطقی باشد، چرا که هیچ تضمینی برای افزایش تمایل و رغبت به کار در افراد ایجاد نمی‌کند.

بررسی مقایسه معنی داری بین میانگین انگیزش کارشناسان دارای رشته تحصيلی مختلف با استفاده از آزمون F نشان داد که کارشناسان رشته‌های تحصيلی ترویج و آموزش، زراعت و اصلاح نباتات و کشاورزی عمومی انگیزه بالاتری نسبت به سایر کارشناسان دارند. به نظر می‌رسد که این موضوع متأثر از دو عامل متفاوت باشد؛ اول اینکه، کارشناسان با رشته‌های تحصيلی یاد شده، اغلب دید و نگرش جامعی نسبت به مسائل دارند، دوم اینکه، فعالیتهای کارشناسان این سه رشته با

کارشناسان رشته‌های تحصيلی ترویج و آموزش، زراعت و اصلاح نباتات و کشاورزی عمومی انگیزه بالاتری نسبت به سایر کارشناسان دارند. به نظر می‌رسد که این موضوع متأثر از دو عامل متفاوت باشد؛ اول اینکه، کارشناسان با رشته‌های تحصيلی یاد شده، اغلب دید و نگرش جامعی نسبت به مسائل دارند، دوم اینکه، فعالیتهای کارشناسان این سه رشته با موضوع و مسائل موجود در میدان عمل و نوع رشته آنها مطابقت بیشتری دارد.

موضوع و مسائل موجود در میدان عمل و نوع رشته آنها مطابقت بیشتری دارد.

بررسی معنی داری تفاوت بین میزان انگیزش کارشناسان ترویج با جنسیت، از طریق آزمون T نشان داد که تفاوت بین میانگین انگیزش این دو گروه در سطح ۵ درصد معنی دار نگردید. به عبارت دیگر، نمی‌توان به این نتیجه رسید که جنسیت در انگیزش تفاوت معنی داری ایجاد می‌کند.

نتایج بر اساس بررسی تفاوت بین میزان انگیزش کارشناسان ترویج مورد مطالعه با دریافتهای حقوق مختلف در ماه با استفاده از آزمون F نشان داد که تفاوت در میزان انگیزش کارشناسان در سطح ۵ درصد معنی دار نشد. به عبارت دیگر، نمی‌توان نتیجه گرفت که دریافتهای مختلف در انگیزش کارشناسان تفاوت معنی داری ایجاد می‌کند. به نظر می‌رسد علت این امر این باشد که سطح دریافتها به طور قطع خیلی پایینتر از هزینه‌های زندگی است و با توجه به شرایط مالی دولت، بیشتر پرداختها یکسان می‌باشد. یعنی افراد با پست سازمانی مشابه دریافتهای تقریباً یکسانی دارند و شاید بتوان ادعا کرد که در شرایط فعلی، پول دریافتی نقش انگیزشی خود را تا حد زیادی از دست داده است.

آزمون فرضیه مقایسه میزان انگیزش کارشناسان شاغل در محلهای خدمت مختلف با استفاده از آزمون F در سطح یک درصد نشان داد که بین انگیزش کارشناسان شاغل در مدیریتهای کشاورزی و سازمان کشاورزی تفاوت معنی داری وجود دارد. با اعمال آزمون L.S.D مشخص گردید که کارشناسان شاغل در مدیریتهای کشاورزی شهرستانها نسبت به بقیه کارشناسان، انگیزه بالاتری برای کار دارند. به نظر می‌رسد علت این امر، عملی و تفکیک شده بودن وظایف

کارشناسان باشد.

بررسی تأثیر وضعیت استخدامی کارشناسان ترویج مورد مطالعه در میزان انگیزش آنها به فعالیت با استفاده از آزمون T نشان داد که کارشناسان دارای وضعیت استخدامی قراردادی نیز همپای کارشناسان رسمی فعالیت می‌نمایند. البته نمی‌توان به این نتیجه رسید که بین میزان انگیزش آنها تفاوت معنی داری وجود دارد. لذا این عامل نمی‌تواند تأثیر چندانی در کاهش یا افزایش انگیزش کارشناسان به کار داشته باشد.

بر اساس نتایج آزمون نقش سمت فعلی کارشناسان مورد مطالعه در میزان انگیزش آنها با استفاده از روش آماری T - تست در سطح ۵ درصد، می‌توان گفت که در میزان انگیزش کارشناسان با سمتهای مختلف تفاوت معنی داری وجود ندارد. به عبارت دیگر هر دو گروه "کارشناسان مسئول ترویج" و "کارشناسان ترویج" با انگیزه نسبتاً یکسانی به انجام فعالیتهای محوله می‌پردازند. در هر حال به نظر می‌رسد همگن و مشابه بودن فعالیتهای کارشناسان مسئول ترویج عاملی می‌باشد که آنها انگیزه متفاوتی نداشته باشند و شاید اگر تفکیک مسئولیتهای و وظایف به طور مشخص صورت گیرد، در آن صورت افراد در پستهای سازمانی مختلف انگیزه‌های متفاوتی برای کار داشته باشند.

آزمون فرض عدم وجود تفاوت معنی دار در میزان انگیزش کارشناسان با سنین مختلف با استفاده از آزمون F در سطح ۵ درصد نشان داد که این تفاوتها معنی دار نمی‌باشد. به عبارت دیگر با توجه به اینکه میزان انگیزش کارشناسان با افزایش سن، کاهش می‌یابد، ولی این کاهش در اثر روند افزایش سن در قیاس با سایر گروههای سنی معنی دار نمی‌باشد.

## پیشنهادهای

۱- با استناد به یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می‌شود که تمهیداتی اتخاذ شود تا بدان وسیله ضمن تبیین ارزش وجودی و ارزشمندی حرفه ترویج در عمل جلوه قابل قبول و محترمانه‌ای از ترویج معرفی شود.

۲- پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش نیاز به پیشرفت در کارشناسان و به تبع آن افزایش انگیزش ایشان برای فعالیت در سازمان، طبق یک روش علمی و مشخص، حس رقابت سازنده در محیط کار ایجاد شود.

۳- به منظور افزایش انگیزش کارشناسان ترویج نسبت به فعالیت، پیشنهاد می‌شود ضمن معرفی اهداف، وظایف و راهبردهای سازمان، با شفاف و روشن نمودن آنها در هدف‌گذاری سازمان، مشارکت کارشناسان افزایش یابد.

۴- به دلیل اهمیت و تأثیر عامل نیاز به داشتن قدرت اجتماعی در افزایش انگیزش کارشناسان، پیشنهاد می‌شود که ضمن تفویض اختیار به کارشناسان، آنها را در اجرای شرح وظایف و دستورات محوله تا حد امکان مختار و مخیر گذارند.

۵- با توجه به تأثیر عامل علاقه‌مندی به حرفه ترویج در افزایش یا کاهش میزان انگیزش کارشناسان ترویج مورد مطالعه پیشنهاد می‌گردد که با اتخاذ پیش‌بینی‌های کافی به منظور ایجاد علاقه بیشتر نسبت به حرفه ترویج در بین

کارشناسان، نسبت به پژوهش‌های لازم اقدام‌های مقتضی انجام گیرد.

۶- طبق یافته‌های این پژوهش، متغیر "نیاز به تعلق در گروه" در میزان انگیزش کارشناسان تأثیر مثبت و مشخصی دارد. لذا پیشنهاد می‌شود که با ایجاد فضای حسن نیت و اعتماد و پرهیز از بروز اصطکاک بین نیروها (کارشناسان)، ضمن محبت‌آمیز و قابل تحمل نمودن محیط کار، در راستای تحقق اهداف سازمان از تمامی توان و قابلیت‌های کارشناسان استفاده شود.

۷- به دلیل تأثیر عامل به کارگیری مشوقها در افزایش یا کاهش انگیزش، پیشنهاد می‌شود که ضمن کاربرد مشوقهای مادی و غیرمادی مناسب از قبیل اعمال فرصت و امتیازات یکسان، استفاده از مأموریت‌های موجود بدون تبعیض، توجه به روحیه و نیازهای روحی - روانی و رفاهی کارشناسان و پرداخت پاداش‌های مناسب افراد را به کار بیشتر و مفیدتر در سازمان ترغیب نمایند.

۸- با استناد به یافته‌های این پژوهش، پرداختن به نیازهای مادی و معیشتی کارشناسان در انگیزش آنها مؤثر است. لذا پیشنهاد می‌شود با استفاده دقیق و مناسب از اهرم پول، افراد را به انگیزش بیشتر وادار نمایند.

۹- به دلیل اینکه چگونگی مدیریت و سرپرستی در انگیزش مؤثر بوده است، پیشنهاد می‌شود در صورت امکان با اصلاح شیوه مدیریت فعلی، برای فعالیت انگیزش کارشناسان را افزایش

دهند و در صورت نیاز مطالعه لازم صورت پذیرد.

۱۰- به دلیل نقش مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیریها بر انگیزش، پیشنهاد می‌گردد فرایند مزبور در سازمانها تقویت شود.

۱۱- نقش حساس و کلیدی ارزشیابی در سازمانها غیرقابل انکار است، بنابراین اصلاح روند فعلی ارزشیابی پیشنهاد می‌شود.

۱۲- با استناد به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود که از اعطای بورسهای تحصیلی در قالب دوره‌های معادل یا هر عنوان دیگر از قبیل دوره معادل کارشناسی ارشد و ... به شدت پرهیز شود و در عوض با اعمال روشهای کیفی به قدردانی از فعالیت‌های افراد پرداخته شود.

۱۳- از به کارگیری کارشناسان سایر رشته‌ها در پست سازمان ترویج جداً خودداری شود.

۱۴- پیشنهاد می‌شود پژوهشی در زمینه علل پراکنجه بودن کارشناسان شاغل در مدیریتهای کشاورزی صورت پذیرد.

۱۵- پیشنهاد می‌شود به منظور امکان استفاده از نتایج این پژوهش با توجه به شرایط هر منطقه، پژوهش‌های تکمیلی لازم نیز انجام شود.

## منابع و ماخذ

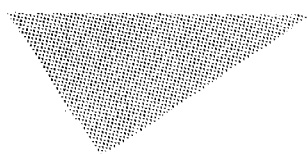
- ۱- اقتداری، علیمحمد. "سازمان و مدیریت، سیستم و رفتار سازمانی"، چاپ بیست و یکم، تهران، انتشارات مولوی، ۱۳۶۸.
- ۲- الوانی، سیدمهدی. "مدیریت عمومی"، چاپ

## جدول شماره (۲): خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش به روش رگرسیون چندمتغیری

ردیف	متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	R	R <sup>2</sup> (درصد)	P
۱	ارزشمندی شغل ترویج برای کارشناسان مورد مطالعه	انگیزش	۰/۸۶*	۷۲	۰/۰۰
۲	ارزشمندی شغل، نیاز به پیشرفت	انگیزش	۰/۹۳*	۸۷	۰/۰۰
۳	ارزشمندی شغل، نیاز به پیشرفت، نگرش به اهداف سازمان	انگیزش	۰/۹۵*	۹۱	۰/۰۰
۴	ارزشمندی شغل، نیاز به پیشرفت، نگرش به اهداف سازمان، نیاز به قدرت	انگیزش	۰/۹۶*	۹۳	۰/۰۰
۵	ارزشمندی شغل، نیاز به پیشرفت، نگرش به اهداف سازمان، نیاز به قدرت، علاقه‌مندی به حرفه ترویج	انگیزش	۰/۹۷*	۹۵	۰/۰۰
۶	ارزشمندی شغل، نیاز به پیشرفت، نگرش به اهداف سازمان، نیاز به قدرت، علاقه‌مندی به حرفه ترویج، نیاز به تعلق در گروه	انگیزش	۰/۹۸*	۹۷	۰/۰۰
۷	ارزشمندی شغل، نیاز به پیشرفت، نگرش به اهداف سازمان، نیاز به قدرت، علاقه‌مندی به حرفه ترویج، نیاز به تعلق در گروه، کاربرد مشوقها	انگیزش	۰/۹۹۴*	۹۸	۰/۰۰

\* معرف معنی دار بودن عدد در سطح یک درصد می‌باشد.





### بقیه از صفحه ۸۳

یزدان پناه، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۷.

۲- لوکایدن، ژاک و دیگران. "بررسی تحلیلی از توزیع درآمد و توسعه اقتصادی"، ترجمه احمد اخوی، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۳.

۳- کاتوزیان، همایون. "اطلاعات سیاسی و اقتصادی"، شماره ۱۰۳ و ۱۰۴.

۴- پروین، سهیلا. "زمینه‌های فقر در ایران"، دانشنامه دکترا، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۲، صفحه ۵۲.

۵- مومنی، فرشاد. "ترتیبات نهادی مناسب برای حل مشکل بیکاری دانش آموختگان"، دانشگاه علامه طباطبائی.

۶- اخوی، احمد. "تجارت بین الملل، استراتژی بازرگانی و توسعه اقتصادی"، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۳.

### پی نوشتها:

1- Miller

2- Medust

۳ اقتصاددان برجسته هندی و برنده جایزه نوبل ۱۹۹۸.

4- International Labour Office (I.L.O).

5- Krishna.

6- Raul Porebiseh

7- Balassa

8- Cross

9- Krueger

10- Tyler

۱۳- منتظری توکلی، حمدالله. "بررسی نظرات مربیان پرورشی استان کرمان در ارتباط با عوامل مؤثر در انگیزش شغلی آنان"، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی، اصفهان، انتشارات دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۳.

۱۴- میرزائی، امان اله. "بررسی عوامل مؤثر بر انگیزش کشاورزان برای مشارکت در فعالیتهای ترویجی"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی کرج، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۴.

15- Henderson, K.A. & P.Karala. "A motivating the adult 4-H volunteer", Journal of Extension, Volume XIX, January/Februray, 1981- p. 19-27.

16- Kreitner, R. "Management", Arizona State University, Princeton, NewJersey, Houghton Mifflin Co., 1989, P. 430-431

17- Mwangi, G. & N.L. McCaslin. "The Motivation of Kenya's Rift Vally Extension Agents", Journal of Agricultural Education, Volume 35, No.3, 1994, P. 35-43.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

ششم، تهران، انتشارات نشر نی، ۱۳۶۹.

۳- الهیانی، علوان. "بررسی شیوه‌های جذب و نگهداری جهادگران متخصص سازمان جهاد سازندگی مناطق محروم (استان سیستان و بلوچستان)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۳.

۴- اوینهام، ایان. "طرح پرسشنامه و سنجش نگرشها"، مترجم مرضیه کریم نیا، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۶۹.

۵- بانثی، عبادالله. "بررسی اثرات تغییر ساختار سازمانی بر انگیزش کارکنان وزارت صنایع سنگین"، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۳.

۶- بست، جان. "روشهای تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری"، مترجم حسن پاشاشریفی و نرگس طالقانی، تهران، انتشارات رشد، ۱۳۷۳.

۷- حسینی الموسوی، عبدالحسین و حسن مفتخر محسنی. "بهره‌وری نیروی انسانی و بررسی عوامل مؤثر در ارتقاء و بهبود آن"، تحول اداری، ویژه نامه بهره‌وری، ۱۳۷۳.

۸- فانی بنادکی، علی. "بررسی انگیزه پیشرفت و قدرت در مدیران مدارس غیرانتفاعی و دولتی شهر شیراز"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تحصیلات تکمیلی، شیراز، انتشارات دانشگاه شیراز، ۱۳۷۵.

۹- کرمی، عزت اله و ابوطالب فنایی. "بررسی نظریه پردازیه‌ها در ترویج کشاورزی"، تهران، انتشارات معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی، دفتر مطالعات و بررسیها، ۱۳۷۳.

۱۰- کرمی فر، عباس. "برداشتهایی از سمینار بهره‌وری و مدیریت مشارکتی"، تحول اداری، دوره اول، شماره ۲ و ۳، ۱۳۷۲.

۱۱- نادری، عزت اله و مریم نراقی. "روشهای تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی"، تهران، انتشارات بدر، ۱۳۷۶.

۱۲- مزینانی، محمدحسین. "انگیزش و افزایش کارایی کارکنان شرکت تکاب نیرو"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۵.