



## تعیین‌کننده‌های افزایش سطح زیر کشت کلزا در استان خراسان رضوی: تحلیل محتوا\*

حسین آزادی - دکترای ترویج کشاورزی - مدیریت ترویج و مشارکت مردمی خراسان رضوی  
 غلامرضا خراشادیزاده - کارشناس ترویج کشاورزی - مدیریت ترویج و مشارکت مردمی خراسان رضوی  
 خلیل سلیمانیان - کارشناس ارشد جغرافیا - مدیریت ترویج و مشارکت مردمی خراسان رضوی  
 علی مظلوم علی آبادی و حمیدرضا کبیریان - به ترتیب کارشناسان ارشد اصلاح نباتات و زراعت -  
 مدیریت ترویج و مشارکت مردمی خراسان رضوی

### چکیده

افزایش موفقیت‌آمیز سطح زیر کشت کلزا مستلزم شناخت موانع، مشکلات و تعیین‌کننده‌های پذیرش یا رد این محصول به عنوان یک نوآوری است. بدین منظور و با هدف شناخت تعیین‌کننده‌های افزایش سطح زیر کشت این محصول در استان خراسان رضوی، اقدام به مطالعه کیفی و تحلیل محتوایی نتایج حاصل از آن، در دو گام شد. در گام اول یافته‌های حاصل از مصاحبه گروهی با رؤسای ترویج برخی از شهرستانهای این استان نشان داد که به طور کلی، از دید این افراد، چهار دسته تعیین‌کننده مدیریتی، فنی، اقتصادی و آموزشی - ترویجی قابل شناسایی است. در گام دوم و با هدف تعیین میزان اهمیت تعیین‌کننده‌های فوق، اقدام به تحلیل محتوایی این سازه‌ها شد. تحلیل این یافته‌ها نشان داد که به طور کلی ترتیب اهمیت سازه‌های افزایش سطح زیر کشت کلزا، از دید رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای مورد مطالعه عبارت است از تعیین‌کننده‌های آموزشی - ترویجی، اقتصادی، فنی و مدیریتی. براین اساس، چنانچه به دنبال توسعه سطح زیر کشت این محصول باشیم، باید بیش و پیش از هر عملی، اقدام به رفع این تعیین‌کننده‌ها و در رأس آنها سازه‌های آموزشی - ترویجی کنیم. همچنین توجه به تعیین‌کننده‌های اقتصادی، فنی و مدیریتی نیز توصیه می‌گردد.

\*نویسندگان این مقاله، مراتب سپاس و قدردانی خود را از خانم مهندس متین فاطمی که در گردآوری و ارائه آمار و اطلاعات استانی کلزا کمک شایانی نمودند، اعلام می‌دارند. همچنین، از کلیه رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای استان خراسان رضوی که با بیان مسائل، مشکلات و تنگناهای افزایش سطح زیر کشت کلزا، کمک شایانی نموده‌اند، تشکر ویژه می‌شود.



## واژه‌های کلیدی: کلزا، سطح زیر کشت، تحلیل محتوا، خراسان رضوی / استان.

### مقدمه

#### جایگاه کلزا در جهان

دانه‌های روغنی پس از غلات، دومین ذخیره غذایی جهان است. این محصولات علاوه بر دارا بودن ذخایر غنی اسیدهای چرب، حاوی پروتئین نیز می‌باشند. استفاده از پروتئینهای گیاهی به جای گوشت و نیز معرفی دانه‌های روغنی جدید چون کلزا به بازارهای جهانی، سبب اهمیت روزافزون این محصولات شده است، به طوری که در حال حاضر کلزا، یکی از مهم‌ترین گیاهان روغنی است و کشت آن در جهان نیز روز به روز افزایش می‌یابد (شریعتی و قاضی شهنی زاده، ۱۳۷۹). کشت تجاری کلزا از سال ۱۹۴۲ در کانادا شروع شد و چند سال بعد یعنی در سال ۱۹۴۸ روغن کلزا برای مصرف خوراکی مورد توجه قرار گرفت و بالاخره منجر به استخراج روغن کلزا در سالهای ۵۷-۱۹۵۶ گردید. اکنون کانادا یکی از مهم‌ترین کشورهای تولیدکننده کلزا در جهان است. براساس اطلاعات منتشر شده از سوی سازمان خواربار و کشاورزی جهانی، میزان تولید کلزای جهان در سال ۲۰۰۰ برابر ۳۹۵۱۸۷۴۸ تن بوده است که نسبت به سال قبل از آن، ۹ درصد کاهش و نسبت به سال ۱۹۹۱ (سال پایه)، ۴۱/۶ درصد افزایش داشته است. از کل تولید جهانی کلزا در سال ۲۰۰۰، ۴۴/۱ درصد در آسیا، ۳۰/۴ درصد در اروپا، ۲۰/۲ درصد در امریکای شمالی و مرکزی، ۴/۶ درصد در اقیانوسیه، ۰/۴۶ درصد در آفریقا و ۰/۲۲ درصد در آمریکای جنوبی تولید شده است. ده کشور از بین کشورهای جهان بیش از ۴۰۰ هزار تن کلزا در سال ۲۰۰۰ تولید کرده‌اند که بین آنها چین با تولید بیش از ۱۰ میلیون تن، رتبه اول را دارد و به تنهایی ۲۷/۳ درصد کلزای جهان را تولید می‌کند. پس از چین، کانادا با تولید حدود ۷/۱ میلیون تن و هند با تولید حدود ۶/۱ میلیون تن به ترتیب مقام دوم و سوم جهان را دارند (شیرانی راد و دهشیری، ۱۳۸۱).

#### جایگاه کلزا در ایران

براساس آمارها، مصرف سرانه روغن خوراکی کشور بیش از ۱۶ کیلوگرم برآورد شده است.

با توجه به جمعیت کشور، حدود یک میلیون تن روغن در سال نیاز است که بیش از ۹۰ درصد آن از طریق واردات تأمین می‌شود. بدین لحاظ لزوم برنامه‌ریزی بلند مدت و منسجم با هدف نیل به خودکفایی در تولید روغن خوراکی غیر قابل انکار خواهد بود (عاقل و ذوقی، ۱۳۸۳). در این میان، کلزا که یکی از مهم‌ترین گیاهان روغنی است برای کشت در شرایط آب و هوایی کشور مورد توجه قرار گرفته است. با انجام تحقیقات و بررسی نتایج حاصله مشخص شده که توسعه کشت کلزا در کشور امکان‌پذیر است و می‌تواند به موازات کشت و توسعه زیتون، در کاهش واردات روغن گیاهی مؤثر باشد (شریعتی و قاضی شهینی‌زاده، ۱۳۷۹؛ شیرانی راد و دهشیری، ۱۳۸۱).

مزایای این گیاه از جمله انطباق کشت آن با شرایط آب و هوایی کشور، امکان تناوب آن با سایر محصولات زراعی به ویژه غلات و قابلیت کنترل آفات، بیماری‌ها و علفهای هرز، توسعه کشت این محصول را به یکی از مهم‌ترین سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی تبدیل کرده است. به طوری که سطح زیر کشت کلزا در سال زراعی پایه ۷۳-۱۳۷۲ برابر ۹۴/۵ هکتار، در سال زراعی ۸۰-۱۳۷۹ برابر ۲۵۹۳۹ هکتار و در سال ۸۱-۱۳۸۰ بالغ بر ۷۰ هزار هکتار بوده است. میزان مجموع تولید این محصول در سال پایه فوق، ۵۱/۲ تن، در سال زراعی ۸۰-۱۳۷۹ معادل ۲۷۹۵۰ تن و در سال زراعی ۸۱-۱۳۸۰ بیش از ۶۵ هزار تن بوده است (شیرانی راد و دهشیری، ۱۳۸۱).

### جایگاه کلزا در استان خراسان رضوی

در سالهای اخیر، در استان خراسان نیز که یکی از قطبهای اصلی تولیدات کشاورزی کشور است، توجه ویژه‌ای به کشت کلزا مبذول شده است. جدول ۱ سطح زیر کشت این محصول در شهرستانهای مختلف استان خراسان رضوی در سالهای زراعی ۸۴-۷۸ را نشان می‌دهد. براساس داده‌های این جدول، در سالهای مذکور شهرستانهای تربت جام، تربت حیدریه و سبزوار دارای بیشترین سطح زیر کشت کلزا بوده‌اند. در مقابل و با توجه به تقسیمات جدید کشوری که استان خراسان را به سه استان تبدیل کرده است، ترکیب متنوعی از شهرستانهای دارای کمترین میزان سطح زیر کشت کلزا مشاهده می‌شود، با این حال و همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، در سال زراعی گذشته (۸۴-۱۳۸۳)، در تمامی ۲۱ شهرستان استان خراسان رضوی کلزا کشت می‌شده است.

جدول ۱- مقایسه سطح زیر کشت کلزا در شهرستانهای استان خراسان رضوی (سالهای زراعی ۸۴-۱۳۷۸)

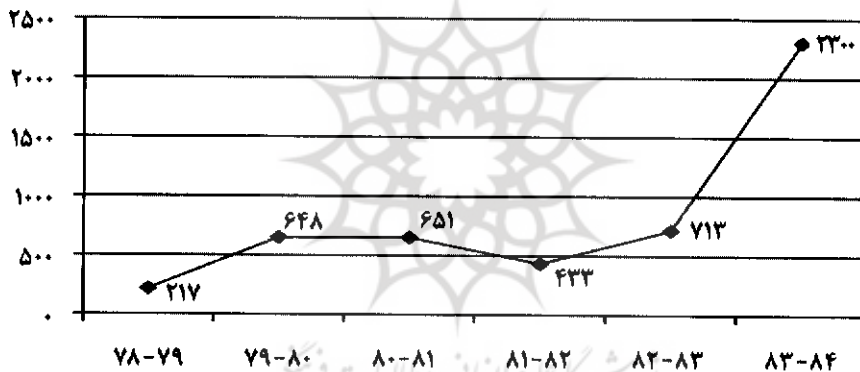
ردیف	نام شهرستان	سطح زیر کشت کلزا (هکتار)					
		سال زراعی ۷۸-۷۹	سال زراعی ۸۰-۸۱	سال زراعی ۸۱-۸۲	سال زراعی ۸۲-۸۳	سال زراعی ۸۳-۸۴	سال زراعی ۸۴-۸۵
۱	پروسن	۰	۳۵	۶۰	۸۹	۱۱۵	۱۶۰
۲	تایباد	۱	۰	۵	۷	۱۱	۶۷
۳	تربت جام	۸۱	۱۰۵	۱۲۷	۱۳	۱۷۷	۲۹۰
۴	تربت حیدریه	۱۷	۱۸۵	۱۳۰	۲۳	۴۰	۱۹۰
۵	چناران	۰	۰	۹	۶	۱۵	۱۲۵
۶	خلیل‌آباد*	۰	۰	۰	۰	۲۱	۷۰
۷	خراب	۰	۰	۰	۵	۱۱	۴۵
۸	درگز	۰	۰	۱۷	۰	۰	۱۸
۹	رشتخوار*	۰	۰	۰	۳	۰	۳۰
۱۰	سبزوار	۶۳	۴۵	۶۰	۸۶	۹۸	۳۴۰
۱۱	سرخس	۷	۳۸	۰	۴	۰	۳۵
۱۲	صالح‌آباد*	۰	۰	۰	۰	۰	۸
۱۳	فردوس	۰	۰	۵	۲	۶	۳۷
۱۴	فریمان	۳	۷۸	۵۵	۱۵	۱۵	۱۱۰
۱۵	فیض‌آباد*	۰	۰	۰	۰	۱۵	۱۰۵
۱۶	قوچان	۲۴	۵۵	۵۵	۹۲	۶۸	۱۶۵
۱۷	کاشمر	۰	۰	۰	۲	۰	۶۰
۱۸	کلات*	۰	۰	۰	۸	۴	۳۰
۱۹	گناباد	۰	۱۸	۳	۲	۳	۲۰
۲۰	مشهد	۶	۴۵	۳۰	۷	۴۵	۲۵۰
۲۱	نیشابور	۱۵	۴۴	۹۵	۶۹	۶۹	۱۴۵

(منبع: سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی، ۱۳۸۴)

\*این شهرستانها ممکن است کشت کلزا داشته باشند ولی آمار سطح زیر کشت آنها در مقطع قبل از تقسیمات جدید کشوری، تحت پوشش شهرستان قبلی تابعه آنها محاسبه شده است.

چنانچه به افزایش سطح زیر کشت این محصول در استان نظر بیفکنیم، مشاهده می‌کنیم که تغییرات مجموع سطح زیر کشت این محصول در سالهای زراعی مختلف، متفاوت می‌باشد و تنها در سال زراعی ۸۴-۱۳۸۳ در مقایسه با سال زراعی ۸۳-۱۳۸۲ افزایش محسوسی در سطح زیر کشت این محصول در سطح استان مشاهده می‌شود (به ترتیب ۲۳۰۰ در مقابل ۷۱۳ هکتار). به عبارت دیگر، سطح زیر کشت کلزا در سال زراعی گذشته بیش از سه برابر دو سال قبل از آن، افزایش یافته است.

### نمودار ۱- تغییرات مجموع سطح زیر کشت کلزا در استان خراسان رضوی در سالهای زراعی ۱۳۷۸-۸۴



(منبع: سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی، ۱۳۸۴)

### اهداف تحقیق

به رغم موفقیت‌های در خور توجه سالهای اخیر، توسعه کشت کلزا در استان خراسان، موانع و مشکلاتی نیز دارد که سبب ناکامی در دستیابی به اهداف برنامه شده است. این موضوع زمانی بیشتر اهمیت می‌یابد که بدانیم براساس مصوبه وزارت جهاد کشاورزی، سطح زیر کشت این محصول برای استان خراسان رضوی، در سال ۱۳۸۵ در مقایسه با سال قبل، پنج برابر در نظر گرفته شده است. در صورتی که به اعتقاد کارشناسان استان، افزایش پنج برابری کشت این محصول، راهبرد دشواری است که نیازمند شناخت موانع، مشکلات و مسائل موجود توسعه سطح زیر کشت این محصول می‌باشد. بدیهی است که ارائه راه‌حلهای منطقی و راهگشا، ضمن جلب رضایت کلزاکاران به منظور تداوم کشت کلزا، روند نیل به اهداف برنامه را سرعت خواهد بخشید. براین اساس، هدف کلی این مطالعه، تعیین

سازه‌های مؤثر بر افزایش سطح زیر کشت کلزا در استان خراسان رضوی است.

### روش تحقیق

برای بررسی و شناخت موانع، مشکلات و مسائل موجود افزایش سطح زیر کشت کلزا در استان خراسان رضوی، از دو تکنیک روش تحقیق کیفی یعنی «مصاحبه گروهی» و «تحلیل محتوا»<sup>۲</sup> استفاده شد. بهره‌گیری از روش مطالعات اسنادی بدین دلیل بود که بتوان دیدی کلی نسبت به وضعیت کشت کلزا به ویژه در استان در سالهای مختلف به دست آورد. از روش مصاحبه گروهی نیز به منظور شناسایی و کنکاش موانع و مشکلات توسعه کشت کلزا از دید ۱۸ نفر از رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای استان خراسان رضوی در منطقه استفاده شد. نهایتاً، از فن تحلیل محتوا نیز به منظور طبقه‌بندی یافته‌های حاصل از مصاحبه گروهی بهره گرفته شد.

با توجه به ماهیت این تحقیق که پژوهشی اکتشافی<sup>۴</sup> از نوع عمیق<sup>۵</sup> بود، و نیز محدودیتهای موجود در حین انجام این تحقیق، از جمله رسیدن به بیشترین یافته‌ها، در حداقل زمان از دو روش فوق استفاده شد. برای آشنایی بیشتر، فنون فوق به طور خلاصه تشریح شده‌اند.

### مصاحبه گروهی

مصاحبه گروهی نوعی روش تحقیق بازاریابی است که معمولاً توسط یک سازمان به منظور جمع‌آوری اطلاعات در کمک به بازاریابی محصول استفاده می‌شود. از این روش در دهه ۱۹۵۰ برای شبیه‌سازی فرآیند گروهی تصمیم‌گیری، به منظور جمع‌آوری اطلاعات دقیق‌تر در مورد ترجیحات مصرف‌کننده استفاده می‌شد با این وجود، مصاحبه‌های گروهی می‌توانند روشی مؤثر برای جمع‌آوری داده‌ها در جهت کمک به ایجاد تصویری کامل از هر پدیده باشند (Gamble, 1989). در تحقیقات کشاورزی و توسعه روستایی، مصاحبه گروهی غالباً برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد جهت‌گیریهای الگوهای کشت، اراضی کشت، مالکیت دام و غیره به کار می‌رود (Nieuwkoop et al., 1994). مصاحبه گروهی، مصاحبه‌ای است با گروهی از افراد در مورد یک موضوع خاص که به مدت نیم تا دو ساعت

2. focus-group interview
3. content analysis
4. exploratory research
5. in-depth

در بحث مشارکت می‌کنند. (Waters - Bayer and Bayer, 1994). مصاحبه گروهی روشی در کسب داده‌ها در مورد احساسات و عقاید گروهی کوچک از مردم درباره یک مشکل، تجربه، خدمت یا دیگر پدیده‌هاست و هدف از انجام آن، آگاهی در مورد این موضوع است که مردم «به چه چیزی فکر می‌کنند» (Chakraborty et al., 1991). مشارکت‌کنندگان نوعاً گروهی نسبتاً همگن هستند که به پاسخهای یکدیگر گوش می‌دهند. به این ترتیب، این روش، نظارت و کنترل زیادی روی صحت داده‌های جمع‌آوری شده دارد چون مشارکت‌کنندگان تمایل دارند که اطلاعات خود را چک کرده و معتدل سازند. با شنیدن آرای دیگران، پویایی گروه موجب تمرکز روی موضوعات و موارد مهم می‌شود. پویایی گروه همچنین سبب می‌شود که گروه به مشارکت تمایل زیادی نشان دهد. برای گروه ضروری نیست که به آمار خاصی برسند بلکه هدف دستیابی به کیفیت بالاتری از داده‌ها در هر زمینه اجتماعی است که افراد می‌توانند دیدگاه‌هایشان را در کنار آرای دیگران ارائه دهند (Patton, 1990). در مصاحبه گروهی حالت ارتباط متقابل به وجود می‌آید و افراد دیدگاه‌های خود را بهتر ابراز کرده و بیانات یکدیگر را تکمیل می‌کنند. در واقع، کلید مصاحبه گروهی، «بحثی» است که بین اعضای منتخب رخ می‌دهد. بنابراین مصاحبه در موارد زیر انجام می‌گیرد:

#### ● محتوای بحث؛

● آنچه مردم احساس یا فکر می‌کنند؛

● روشی که افراد با هم رابطه دارند و به یکدیگر پاسخ می‌دهند.

در مقایسه با مصاحبه‌های نیمه ساختاری، میزان اطلاعات خلق شده در این روش بیشتر است. همچنین، صحت اطلاعات کسب شده در این روش، به دلیل اینکه با بیش از یک نفر مصاحبه می‌شود و اطلاعات توسط جمع کنترل می‌گردد، بیشتر است (Maundu, 1995). تسهیلگر که عمدتاً یک مشاهده‌گر است و در بحث مشارکت نمی‌کند، در خلق محیطی دوستانه و صمیمی که افراد بتوانند به راحتی دیدگاه‌هایشان را ارائه دهند نقش مهمی ایفا می‌کند (Gamble, 1989). این روش به ویژه هنگامی مفید است که زمان محدود باشد. از طرفی، کسی که بیشتر حرف می‌زند ممکن است بحث را در اختیار گیرد و صحبت‌های افراد دیگر را تحت الشعاع قرار دهد. در مقابل، برخی از افراد آگاه، ممکن است خجل بوده و مشارکت زیادی در بحث نداشته باشند، در نتیجه ممکن است بسیاری از اطلاعات مطلوب پوشیده بماند (Maundu, 1995).

بدین ترتیب، با استفاده از این روش که با هدف ایجاد تصویری روشن از موقعیتی پیچیده به کار گرفته می‌شود، تلاش شد تا با توجه به محدودیت زمان، بیشترین اطلاعات

(Gamble, 1989) در قالب مصاحبه گروهی دو ساعته از رؤسای برخی از ادارات ترویج شهرستانهای استان خراسان رضوی پیرامون موضوع مورد مطالعه گردآوری شود و با استفاده از روش تحلیل محتوا، یافته‌های مربوطه واکاوی شوند.

### تحلیل محتوا

تحلیل محتوا یکی از تکنیکهای روش تحقیق تجربی است که گرچه قدمت طولانی دارد اما تاکنون تحول و پیشرفت بسیاری کرده است، تا حدی که امروز تلاش می‌کند معانی پنهان گفتار را نیز بررسی کند (کیا، ۱۳۸۱). این تکنیک برای توصیف عینی و منظم محتوای پیام تولید شده با هدف نهایی تفسیر داده‌ها به کار می‌رود (کمالی، ۱۳۸۳). در این تکنیک، محتوای پیامهایی که تولید شده‌اند به طور نظام‌دار و کمی «توصیف» می‌شوند. از این رو، این تکنیک را می‌توان فن تبدیل داده‌های کیفی به داده‌های کمی قلمداد کرد (سرمد و همکاران، ۱۳۷۷). آنچه به تحلیل محتوا عمری دوباره بخشید، دو تحول عمده در نگرشهایی بود که نسبت به این روش در اوایل نیمه دوم قرن بیستم به وجود آمد. اول اینکه در این دوره، عینی بودن مورد اقبال واقع شد و محققان، آمیختن فهم و استنباط بالینی را با داده‌های آماری بهتر قبول کردند. تحول عمده دیگر این بود که روش تحلیل محتوا جنبه استنباطی پیدا کرد و فقط به عنوان روشی توصیفی در نظر گرفته نمی‌شود (کیا، ۱۳۸۱). منطق استفاده از این روش به زعم طرفداران آن این است که «جالب‌ترین و مهم‌ترین پرسشها درباره رفتار انسان به ندرت با آماره‌های مرسوم که قابل درک برای همه باشد، پاسخ داده می‌شوند». اما با کمی خلاقیت و دقت می‌توان از داده‌های کیفی، مفاهیم زیادی را استنباط کرد و گفتگوهای کوتاه و ساده می‌توانند برای توجیه بسیاری از رفتارهای انسانی و اجتماعی، کمک زیادی نمایند (رفیع‌پور، ۱۳۶۴). بدین ترتیب، تحلیل محتوا، تکنیک خلاصه کردن داده‌ها به چند طبقه اصلی بر اساس قواعد کددهی نظام‌مند است. این تکنیک، امکان تلفیق حجم زیادی از داده‌های مشابه را به چند طبقه اصلی به وجود آورده و تلاش می‌کند تا با بررسی روابط اصلی و فرعی اطراف پدیده مورد بررسی، تصویر روشنی از آن ارائه دهد (Stemler, 2001). در این تکنیک، مواد گفتگو شده به طور نظام‌مند، توصیف و تعریف می‌شوند. البته، نمونه‌گیری در تحلیل محتوایی کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. پژوهشگران می‌توانند در مورد مطالب و مسائل از مردم پرسش کنند و به مدارکی دست یابند و آنها را برای خود توصیف کرده یا آنها را در دفترچه یادداشت، نگهداری کنند (Jones, 1985). در بررسی سیر تاریخی تحلیل محتوا، پنج فن گوناگون یعنی تحلیل مقوله‌ای، تحلیل سنجش، تحلیل





بیان، تحلیل نحوه بیان و تحلیل گفتمان، قابل شناسایی است که مهم ترین و پرکاربردترین آن تحلیل مقوله ای است. در تشریح فن تحلیل مقوله ای می توان گفت که این نوع از تحلیل که قدیمی ترین نوع تحلیل نیز هست از نظر کاربرد، بیشترین میزان استفاده را دارد. تحلیل مقوله ای بر پایه عملیات برش متن در واحدهای مشخص و سپس طبقه بندی این واحد در مقوله هایی است که بر حسب مشابهت طبقه بندی شده اند (کیا، ۱۳۸۱). به طور کلی، به منظور تحلیل مقوله ای داده ها، باید گام های اساسی زیر برداشته شوند:

- ۱- بحث گروه یا نوار مربوط به آن را پیاده (یادداشت) کنید؛
- ۲- این یادداشتهای را بخوانید و به قصد پیدا کردن ایده ها، لغات، عبارات و نقل قولهای کلیدی که افکار گروه را دربرگرفته مجدداً یادداشتهای را خوانده یا به نوارها گوش دهید؛
- ۳- حال این یادداشتهای را طبقه بندی نمایید؛
- ۴- مناسب ترین ایده ها و طبقات را پیدا کنید؛
- ۵- محتوای هر طبقه را به منظور جستجوی زیرعناوین و انتخاب مفیدترین آنها، به دقت بررسی کنید؛
- ۶- تصویری روشن از موقعیت با توجه به ایده ها و موضوعات به دست آورید؛
- ۷- گزارش را بنویسید و سرفصلها را مشخص سازید. گزارش باید خلاصه ای از مهم ترین ایده ها و نتایج باشد (Gamble, 1989).

#### یافته ها و بحث

یافته های این مطالعه در دو بخش ارائه می گردند. ابتدا با هدف یافتن طبقات اصلی، نتایج یافته های مصاحبه کیفی ارائه می شوند و سپس به منظور تحلیل محتوای هر طبقه و اهمیت آنها از دید گروه هدف مورد بررسی (رؤسای ادارات ترویج) تحلیل محتوایی نتایج حاصل از مصاحبه کیفی ارائه می گردد. ذیلاً نتایج این دو بخش تشریح گردیده اند:

#### نتایج مصاحبه گروهی

نتایج حاصل از مصاحبه گروهی با رؤسای ادارات ترویج برخی از شهرستانهای استان خراسان رضوی نشان داد که مهم ترین تعیین کننده های افزایش سطح زیر کشت کلزا از دید این افراد، در چهار طبقه اصلی قابل بحث و شناسایی است:

- تعیین کننده های مدیریتی شامل: «نبود یا ضعیف بودن اهرم اجرایی در سطح

شهرستانها»، «نیاز به مدیریت قوی در کشت کلزا»، «عدم هماهنگی بین مدیران و کارشناسان شهرستان در ترغیب کشاورزان به کشت کلزا»، «برخورد نادرست کارشناسان و مسئولان ستادی با کشاورزان کلزا کار و عدم مشارکت آنها در برنامه‌ریزی کشت این محصول»، «نبود نیروی کافی در ادارات ترویج شهرستانها»، «نیاز به تشکیل ستادی در سطح شهرستانها برای مدیریت کشت این محصول»، «بازدید مستمر مدیران و کارشناسان ستادی از مزارع کشت کلزا به منظور نزدیک شدن و آشنا شدن با مسائل و مشکلات کشت این محصول»، «تحويل به موقع نهاده‌های لازم به کلزا کاران»، «نیاز به حمایت‌های بعدی پس از فعالیتهای ترویجی مانند بیمه کلزا» و «برنامه‌ریزی برای استفاده از کمباینهای منطقه».

- **تعیین‌کننده‌های فنی** شامل: «پایین بودن مقاومت کلزا در برابر آفات و بیماریها»، «در نظر گرفتن فاصله لازم بین مزارع کلزا جهت استفاده از سمپاش»، «نیاز به ماشین‌آلات، به ویژه بذرکار و کمباین کلزا»، «تعیین محصول جایگزین افزایش سطح زیر کشت»، «نیاز به پیگیری تحقیقات و انجام پروژه‌های تحقیقاتی بر روی کلزا»، «استفاده از سطح زیر کشت گندم به عنوان مبنایی برای تعیین سطح زیر کشت کلزا» و «استفاده از تاریخ کشت به عنوان مبنایی برای تعیین سطح زیر کشت کلزا».

- **تعیین‌کننده‌های اقتصادی** شامل: «پایین بودن مزیت نسبی کشت کلزا در مقایسه با گندم»، «پایین آمدن در آمد کشاورز در صورت کشت کلزا»، «خرید تضمینی کلزا (خرید فوری، نقدی و به موقع)»، «پرداخت مابه‌التفاوت کشت کلزا در مقایسه با سایر محصولات به کشاورزان»، «افزودن سازمان تعاون روستایی و شرکتهای تعاونی تولید جهت خرید تضمینی کلزا»، «حساس بودن مسئله کنترل افت محصول در هنگام خرید»، و «افزایش قیمت خرید این محصول از سوی دولت».

- **تعیین‌کننده‌های آموزشی - ترویجی** شامل: «حمایت‌مالی از خدمات ارائه شده توسط ترویج برای افزایش کشت کلزا»، «تعیین گروه هدف ترویج برای افزایش کشت کلزا»، «استفاده از انواع روشهای آموزشی ترویجی برای اطلاع‌رسانی ویژه در مورد کشت کلزا»، «نادرست بودن درخواستهای بیش از حد از ترویج برای افزایش کشت کلزا»، «مشغول بودن کارشناسان و نیروهای ترویج به فعالیتهای اجرایی و نه ترویجی»، «عدم ایجاد احساس اجباری بودن کشت این محصول در کشاورز»، «افزایش اعتبارات آموزش و ترویج ویژه کشت این محصول»، «توجه نبودن و اعتقاد نداشتن کارشناسان ترویج به عملی شدن افزایش چهار برابری سطح زیر کشت کلزا در استان» و «انطباق تجربیات و سوابق ذهنی کشاورز با کشت گندم در مقایسه با کلزا».

### نتایج تحلیل محتوا

به منظور بررسی میزان اهمیت از طبقات فوق، اقدام به سنجش میزان اهمیت تعیین‌کننده‌های هر طبقه از دید رؤسای ادارات مذکور شد.

### اهمیت تعیین‌کننده‌های مدیریتی

در نخستین گام، میزان اهمیت موارد مختلف هشتگانه مرتبط با تعیین‌کننده‌های مدیریتی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بررسی که در جدول ۲ آمده است، ذیلاً ارائه شده است:

- ۱- نبود یا ضعیف بودن اهرم اجرایی در سطح شهرستانها (خیلی زیاد)
  - ۲- نیاز به مدیریت قوی در کشت کلزا (خیلی زیاد)
  - ۳- عدم هماهنگی بین مدیران و کارشناسان شهرستان در ترغیب کشاورزان به کشت کلزا (زیاد)
  - ۴- برخورد نادرست کارشناسان و مسئولان ستادی با کشاورزان کلزا کار و عدم مشارکت آنها در برنامه‌ریزی کشت این محصول (متوسط و خیلی زیاد)
  - ۵- نبود نیروی کافی در ادارات ترویج شهرستانها (خیلی زیاد)
  - ۶- نیاز به تشکیل ستادی در سطح شهرستانها برای مدیریت کشت این محصول (خیلی زیاد)
  - ۷- استفاده از تاریخ کشت به عنوان مبنایی برای تعیین سطح زیر کشت کلزا (خیلی زیاد)
  - ۸- بازدید مستمر مدیران و کارشناسان ستادی از مزارع کشت کلزا به منظور نزدیک شدن و آشنا شدن با مسائل و مشکلات کشت این محصول (زیاد)
  - ۹- برنامه‌ریزی برای استفاده از کمباینهای منطقه (زیاد)
  - ۱۰- نیاز به حمایت‌های بعدی پس از فعالیتهای ترویجی مانند بیمه کلزا (خیلی زیاد)
  - ۱۱- مشارکت سازمان تعاون روستایی و شرکتهای تعاونی تولید در خرید تضمینی کلزا (خیلی زیاد)
- همان‌طور که مشاهده می‌شود، از دید رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای مورد مطالعه، میزان اهمیت اغلب تعیین‌کننده‌های مدیریتی «زیاد» تا «خیلی زیاد» ارزیابی شده است. به طوری که در موارد «نبود یا ضعیف بودن اهرم اجرایی در سطح شهرستانها»، «نیاز به مدیریت بالا در کشت کلزا»، «نبود نیروی کافی در ادارات ترویج شهرستانها»، «نیاز به تشکیل ستادی در سطح شهرستانها برای مدیریت کشت این محصول»، «استفاده از تاریخ کشت به عنوان

مبنایی برای تعیین سطح زیر کشت کلزا»، «نیاز به حمایت‌های بعدی پس از فعالیتهای ترویجی مانند بیمه کلزا» و «مشارکت سازمان تعاون روستایی و شرکتهای تعاونی تولید در خرید تضمینی کلزا»، پاسخ «خیلی زیاد» داده شده است. در موارد «عدم هماهنگی بین مدیران و کارشناسان شهرستان در ترغیب کشاورزان به کشت کلزا»، «بازدید مستمر مدیران و کارشناسان ستادی از مزارع کشت کلزا به منظور نزدیک شدن و آشنا شدن با مسائل و مشکلات کشت این محصول» و «برنامه‌ریزی برای استفاده از کمباینهای منطقه» پاسخ «زیاد» داده شده است و بالاخره فقط در مورد «برخورد نادرست کارشناسان و مسئولان ستادی با کشاورزان کلزا کار و عدم مشارکت آنها در برنامه‌ریزی کشت این محصول» پاسخ از «متوسط» تا «خیلی زیاد» متغیر بوده است.

#### اهمیت تعیین‌کننده‌های فنی

نتایج سنجش میزان اهمیت تعیین‌کننده‌های فنی که در جدول ۳ آمده است، عبارت‌اند از:

- ۱- پایین بودن مقاومت کلزا در برابر آفات و بیماریها (زیاد)
  - ۲- در نظر گرفتن فاصله لازم بین مزارع کلزا جهت استفاده از سمپاش (متوسط)
  - ۳- نیاز به ماشین‌آلات، به ویژه بذر کار و کمباین کلزا (خیلی زیاد)
  - ۴- تعیین محصول جایگزین سطح زیر کشت افزایش یافته (خیلی زیاد)
  - ۵- نیاز به پیگیری تحقیقات و انجام پروژه‌های تحقیقاتی بر روی کلزا (زیاد تا خیلی زیاد)
  - ۶- محدودیت زمانی کاشت کلزا با توجه به ارقام موجود (زیاد)
- همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، دیدگاه رؤسای ادارات ترویج نسبت به میزان اهمیت اغلب تعیین‌کننده‌های فنی، از «زیاد» تا «خیلی زیاد» است. در این مورد تنها یک گزینه متفاوت می‌بینیم. بدین ترتیب که میزان اهمیت تعیین‌کننده «در نظر گرفتن فاصله لازم بین مزارع کلزا جهت استفاده از سمپاش»، متوسط ارزیابی شده است.

#### اهمیت تعیین‌کننده‌های اقتصادی

جدول ۴، نتایج بررسی میزان اهمیت تعیین‌کننده‌های اقتصادی را نشان می‌دهد. این موارد هفتگانه عبارت‌اند از:

- ۱- پایین بودن مزیت نسبی کشت کلزا در مقایسه با گندم (خیلی زیاد)
- ۲- پایین آمدن در آمد کشاورز در صورت کشت کلزا (خیلی زیاد)
- ۳- خرید تضمینی کلزا (خرید فوری، نقد و به موقع) (خیلی زیاد)

۴- پرداخت مابه‌التفاوت کشت کلزا به کشاورزان در مقایسه با سایر محصولات (خیلی زیاد)

۵- حساس بودن مسئله کنترل آفت محصول در هنگام خرید (زیاد)

۶- افزایش قیمت خرید این محصول از سوی دولت (خیلی زیاد)

مطابق جدول ۴، پاسخ به تمامی تعیین‌کننده‌های فوق «خیلی زیاد» بوده است. تنها استثناء در این مورد، مربوط به تعیین‌کننده ششم یعنی «حساس بودن مسئله کنترل آفت محصول در هنگام خرید» است که «زیاد» ارزیابی شده است. این نشان‌دهنده آن است که تمامی موارد مرتبط با سازه‌های اقتصادی از دید کسانی که سنجش شده‌اند اهمیت خیلی زیاد دارند.

#### اهمیت تعیین‌کننده‌های آموزشی - ترویجی

در نهایت، میزان اهمیت تعیین‌کننده‌های نه‌گانه آموزشی - ترویجی نیز سنجش شد. این موارد عبارت‌اند از:

۱- تعیین گروه هدف ترویج برای افزایش کشت کلزا (خیلی زیاد)

۲- استفاده از انواع روشهای آموزشی - ترویجی برای اطلاع‌رسانی ویژه در مورد کشت کلزا (خیلی زیاد)

۳- نادرست بودن درخواستهای بیش از حد از ترویج برای افزایش کشت کلزا (خیلی زیاد)

۴- مشغول بودن کارشناسان و نیروهای ترویج به فعالیتهای اجرایی و نه ترویجی (خیلی زیاد)

۵- عدم ایجاد احساس اجباری بودن کشت این محصول در کشاورز (خیلی زیاد)

۶- افزایش اعتبارات آموزش و ترویج ویژه کشت این محصول (خیلی زیاد)

۷- توجه نبودن و اعتقاد نداشتن کارشناسان ترویج به عملی شدن افزایش چهار برابری سطح زیر کشت کلزا در استان (زیاد تا خیلی زیاد)

۸- انطباق تجربیات و سوابق ذهنی کشاورز با کشت گندم در مقایسه با کلزا (زیاد)

با دقت در موارد بالا و همچنین جدول ۵ در می‌یابیم که پاسخ رؤسای ادارات ترویج به تمامی تعیین‌کننده‌ها (به جز دو تعیین‌کننده) «خیلی زیاد» بوده است، دو استثناء در این مورد عبارت‌اند از تعیین‌کننده «توجه نبودن و اعتقاد نداشتن کارشناسان ترویج به عملی شدن افزایش چهار برابری سطح زیر کشت کلزا در استان» که به آن پاسخ «زیاد تا خیلی زیاد» داده شده و دیگری گزینه «تجربیات و سوابق ذهنی کشاورز با کشت گندم در مقایسه با کلزا» که به آن پاسخ «زیاد» داده شده است.

جدول ۲ - میزان اهمیت مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های مدیریتی در افزایش سطح زیر کشت گلزا

مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های مدیریتی		میزان اهمیت											
مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های مدیریتی	رتبه	زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		هیچ		رتبه	
		رتبه	وزن	رتبه	وزن	رتبه	وزن	رتبه	وزن	رتبه	وزن		
نیود یا ضعیف بودن اهرم اجرایی در سطح شهرستانها	۳	۱۷/۶	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱۷/۶	۰/۰	۳	
نیاز به مدیریت قوی در کشت گلزا	۰	۱۶/۷	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
عدم هماهنگی بین مدیران و کارشناسان شهرستان در ترغیب کشاورزان به کشت گلزا	۱	۵۰/۰	۱۸/۸	۳	۱۸/۸	۳	۶/۳	۱	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
بوجود نداشتن کارشناسان مسئول سطح شهرستانها	۱	۱۷/۶	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱	
کار و عدم مشارکت آنها در برنامه‌ریزی کشت این محصول	۰	۳۳/۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
نبود نیروی کافی در ادارات ترویج شهرستانها	۰	۳۲/۲	۰/۰	۱	۱۶/۷	۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
نیاز به تشکیل ستادی در سطح شهرستانها برای مدیریت کشت این محصول	۱	۵۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱۱/۱	۲	۵/۶	۰/۰	۰/۰	۱	
بازدید مستمر مدیران و کارشناسان ستادی از مزارع کشت گلزا به منظور نزدیک شدن و آشنا شدن با مسائل و مشکلات کشت این محصول	۲	۳۹/۴	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۲	
استفاده از تاریخ کشت به عنوان منظمی برای تعیین سطح زیر کشت گلزا	۲	۳۹/۴	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۲	
تجهیل به موقع نهاده‌های لازم به گلزار کاران	۰	۱۶/۷	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
برنامه‌ریزی برای استفاده از کسانهای متخصص	۰	۵۶/۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
نیاز به حمایت‌های بی‌شمار از فعالان ترویجی مانند بیمه گلزا	۰	۳۷/۸	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	
مشارکت سازمان تعاون روستایی و شرکتهای تعاونی تولید در خرید تضمینی گلزا	۰	۳۳/۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

جدول ۳ - میزان اهمیت مهم ترین تعیین کننده های فنی در افزایش سطح زیر کشت گلزا

میزان اهمیت												مهم ترین تعیین کننده های فنی	
خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		هیچ		پایین بودن مقاومت گلزا در برابر آفات و بیماریها در نظر گرفتن فاصله لازم بین مزارع گلزا جهت استفاده از سمپاش نیاز به ماشین آلات، به ویژه بندر کار و کمپاین گلزا تعیین محصول جایگزین سطح زیر کشت افزایش یافته نیاز به پیگیری تحقیقات و انجام پروژه های تحقیقاتی بر روی گلزا محدودیت زمانی کاشت گلزا با توجه به ارقام موجود	
				فرکانس	درصد	فرکانس	درصد	فرکانس	درصد	فرکانس	درصد		
۵	۴۱/۲	۷	۱۷/۶	۳	۵/۹	۱	۰/۰	۰	۰	۵/۹	۱	۰	۰
۰	۲۹/۴	۵	۳۵/۳	۶	۱۷/۶	۳	۰/۰	۰	۰	۱۷/۶	۳	۰	۰
۱۶	۵/۶	۱	۵/۶	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰
۱۲	۳۷/۸	۵	۵/۶	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰
۸	۳۷/۱	۸	۵/۹	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰
۳	۳۷/۸	۵	۱۶/۷	۳	۱۶/۷	۳	۱۷/۱	۲	۱۱/۱	۱۱/۱	۲	۲	۲

(منبع : یافته های تحقیق)

جدول ۴ - میزان اهمیت مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های اقتصادی در افزایش سطح زیر کشت کلزا

میزان اهمیت											
خیلی زیاد	زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		هیچ		مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های اقتصادی
	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد		
۶۶/۷	۱۲	۱۶/۷	۳	۵/۶	۱	۱۱/۱	۲	۰/۰	۰/۰	۰	پایین بودن مزیت نسبی کشت کلزا در مقایسه با گندم
۵۰/۰	۹	۴۴/۴	۸	۵/۶	۱	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	پایین آمدن درآمد کشاورز در صورت کشت کلزا
۸۸/۹	۱۶	۱۱/۱	۲	۰/۰	۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	خرید تضمینی کلزا (خرید فوری، نقدی و به موقع)
۶۱/۱	۱۱	۳۰/۳	۴	۱۶/۷	۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	پرداخت ماهبه‌التفاوت کشت کلزا در مقایسه با سایر محصولات به کشاورزان
۲۳/۵	۴	۴۷/۱	۸	۱۷/۶	۳	۰/۰	۰/۰	۵/۹	۱	۵/۹	حساس بودن مسئله کنترل آفات محصول در هنگام خرید
۸۳/۳	۱۵	۱۱/۱	۲	۵/۶	۱	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰	افزایش قیمت خرید این محصول از سوی دولت

(منبع: یافته‌های تحقیق)



جدول ۵ - میزان اهمیت مهم ترین تعیین کننده های آموزشی - ترویجی در افزایش سطح زیر کشت گلزا

ردیف	میزان اهمیت		میزان	تعداد	نوع	کم		متوسط		زیاد		مجموع	شیخ		مهم ترین تعیین کننده های آموزشی - ترویجی
	کم	زیاد				کم	زیاد	کم	زیاد	مرد	زن				
۵۸/۸	۱۰	۳۵/۳	۶	-/۰	۰	۰/۰	۰	۵/۹	۱	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	تعیین گروه هدف ترویج برای افزایش کشت گلزا
۵۸/۸	۱۰	۳۵/۳	۶	۵/۹	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	استفاده از انواع روشهای آموزشی - ترویجی برای اطلاع رسانی ویژه در مورد کشت گلزا
۷۶/۵	۱۳	۱۷/۶	۳	۵/۹	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	تأثیر مستقیم بودن درخواستهای بیش از حد از ترویج برای افزایش کشت گلزا
۶۶/۷	۱۲	۲۲/۲	۴	۱۱/۸	۲	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	مشمول بودن کارشناسان و نیروهای ترویج به هالیتهای اجرایی و نه ترویجی
۶۶/۷	۱۲	۲۷/۸	۵	۵/۶	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	عدم ایجاد احساس اجباری بودن کشت این محصول در کشاورز
۶۱/۸	۱۱	۳۲/۳	۶	۵/۶	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	افزایش اعتبارات آموزش و ترویج ویژه کشت این محصول
۴۱/۲	۷	۴۱/۲	۷	۱۱/۸	۲	۵/۹	۱	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	توجه نبودن و اعتقاد نداشتن کارشناسان ترویج به عملی شدن افزایش چغال برابری سطح زیر کشت گلزا در استان
۳۲/۳	۶	۵۰/۰	۹	۱۶/۷	۳	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰	۰/۰	۰	انطباق تحریرات و سوابق ذهنی کشاورز با کشت گندم در مقایسه با گلزا

(منبع : یافته های تحقیق)

### مقایسه میانگین اهمیت تعیین‌کننده‌ها

در نهایت اقدام به مقایسه میانگین اهمیت تعیین‌کننده‌ها شد. نتایج این سنجش در نمودار ۲ آمده است. مطابق این نمودار، از دید رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای مورد مطالعه، تعیین‌کننده‌های آموزشی - ترویجی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند و بنابراین میانگین بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند. این تعیین‌کننده‌ها با میانگین  $4/51$ ، بیشترین اهمیت را در مقایسه با بقیه دارند. این در حالی است که تعیین‌کننده مدیریتی با میانگین  $3/96$  کمترین اهمیت را در بین تعیین‌کننده‌ها داراست. بالاخره بعد از محدودکننده‌های آموزشی - ترویجی، تعیین‌کننده‌های اقتصادی و فنی به ترتیب با میانگین  $4/43$  و  $4/03$ ، اولویت دوم و سوم را دارا هستند. بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که اهمیت تعیین‌کننده‌های افزایش سطح زیر کشت کلزا در استان خراسان، از دید رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای مورد مطالعه، به ترتیب عبارت است از: تعیین‌کننده‌های «آموزشی - ترویجی»، «اقتصادی»، «فنی» و «مدیریتی».

نمودار ۲- مقایسه میانگین انواع تعیین‌کننده‌های افزایش سطح زیر کشت کلزا (دامنه تغییرات ۵-۰)



(منبع: یافته‌های تحقیق)

### مقایسه میانگین اهمیت تعیین‌کننده‌ها

در نهایت اقدام به مقایسه میانگین اهمیت تعیین‌کننده‌ها شد. نتایج این سنجش در نمودار ۲ آمده است. مطابق این نمودار، از دید رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای مورد

مطالعه، تعیین‌کننده‌های آموزشی - ترویجی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند و بنابراین میانگین بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند. این تعیین‌کننده‌ها با میانگین ۴/۵۱، بیشترین اهمیت را در مقایسه با بقیه دارند. این در حالی است که تعیین‌کننده مدیریتی با میانگین ۳/۹۶ کمترین اهمیت را در بین تعیین‌کننده‌ها داراست. بالاخره بعد از محدودکننده‌های آموزشی - ترویجی، تعیین‌کننده‌های اقتصادی و فنی به ترتیب با میانگین ۴/۴۳ و ۴/۰۳، اولویت دوم و سوم را دارا هستند. بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که اهمیت تعیین‌کننده‌های افزایش سطح زیر کشت کلزا در استان خراسان، از دید رؤسای ادارات ترویج شهرستانهای مورد مطالعه، به ترتیب عبارت است از: تعیین‌کننده‌های «آموزشی - ترویجی»، «اقتصادی»، «فنی» و «مدیریتی».

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج این مطالعه نشان داد که افزایش و توسعه سطح زیر کشت کلزا به عوامل مختلفی بستگی دارد که مهم‌ترین آنها از دید رؤسای ترویج شهرستانهای استان خراسان رضوی عبارت‌اند از: تعیین‌کننده‌های «مدیریتی»، «فنی»، «اقتصادی» و «آموزشی - ترویجی». همچنین، تحلیل محتوایی سازه‌های مذکور نشان داد که به طور کلی از بین سازه‌های مذکور، تعیین‌کننده‌های «آموزشی - ترویجی» بیشترین و «مدیریتی» کمترین اهمیت را دارا هستند. این در حالی است که پس از سازه‌های آموزشی ترویجی، تعیین‌کننده‌های «اقتصادی» و «فنی» قرار دارند.

براین اساس، از دید رؤسای ترویج شهرستانهای استان خراسان رضوی، چنانچه به دنبال توسعه سطح زیر کشت این محصول باشیم، باید بیش و پیش از هر عملی، اقدام به رفع این تعیین‌کننده‌ها و در رأس آنها سازه‌های «آموزشی ترویجی» نماییم. بدین ترتیب، موارد زیر به عنوان توصیه‌های این مطالعه ارائه می‌گردند:

- ۱- تعیین و شناخت صحیح گروه‌های هدف ترویج برای افزایش کشت کلزا؛
- ۲- استفاده از انواع روشهای آموزشی - ترویجی برای اطلاع‌رسانی ویژه در مورد کشت کلزا؛
- ۳- تعدیل درخواستهای بیش از حد از ترویج برای افزایش کشت کلزا؛
- ۴- محدود کردن فعالیتهای کارشناسان و نیروهای ترویج به فعالیتهای ترویجی و نه اجرایی؛
- ۵- ترغیب کشاورزان به کشت این محصول (با خاطر نشان کردن مزایای کشت این محصول) به جای ایجاد حس کشت اجباری آن در این افراد؛

- ۶- افزایش اعتبارات آموزش و ترویج ویژه کشت این محصول؛
- ۷- توجه کارشناسان ترویج به عملی بودن افزایش سطح زیر کشت کلزا در استان با ارائه توصیه‌های فنی و مدیریتی؛
- ۸- ایجاد و افزایش تجربیات و سوابق ذهنی کشاورز در مورد کشت کلزا
- ضمناً با توجه به اهمیت سایر سازه‌ها، به ترتیب رفع تعیین‌کننده‌های «اقتصادی»، «فنی» و «مدیریتی» نیز پیشنهاد می‌گردد.



### منابع

- ۱- رفیع پور، ف. (۱۳۶۴)، *جامعه روستایی و نیازهای آن: پژوهشی در ۳۲ روستای برگزیده استان یزد*. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ۲- سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی (۱۳۸۴)، *آمار سطح زیر کشت، تولید و عملکرد کلزا*. مشهد: سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی، اداره آمار و برنامه ریزی.
- ۳- سرمد، ز؛ بازرگان، ع. و حجازی، ا. (۱۳۷۷)، *روشهای تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: انتشارات آگاه.
- ۴- شریعتی، ش. و قاضی شهینی زاده، پ. (۱۳۷۹)، *کلزا*. تهران: وزارت جهاد کشاورزی، اداره کل آمار و اطلاعات در امور کشاورزی.
- ۵- شیرانی راد، ا. و دهشیری، ع. (۱۳۸۱)، *راهنمای کلزا (کاشت، داشت، برداشت)*. تهران: وزارت جهاد کشاورزی، سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی، معاونت تجهیز نیروی انسانی.
- ۶- عاقل، ح. و ذوقی، م. (۱۳۸۳)، *سنجش نگرش کلزاکاران و بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش و توسعه کشت کلزا در استان خراسان (پروژه مطالعاتی)*. مشهد: سازمان جهاد کشاورزی خراسان، مدیریت ترویج و مشارکت مردمی.
- ۷- کیا، ع. ا. (۱۳۸۱)، «*تئوریه‌ها و مبانی تحولات تحقیقی رسانه‌ها*». فصلنامه پژوهش و سنجش. ۹، ش ۳۲.
- ۸- کمالی، م. (۱۳۸۳)، «*تحقیق*». قابل دسترسی در:

<http://www.mkamali.com/kamali/ppt/tahgmohtav.ppt>.

vegetable production project in Coastal West Bengal". *Journal*

- 9- Chakraborty, S.; Gleason, J.E.; Mandal, B. and Das, C.S. (1991), "Integrating women into farming systems research: a homestead vegetable production project in Coastal West Bengal". *Journal for Farming Systems Research Extension*. Vol.2, No. 2, PP. 51-58.
- 10- Gamble, D. (1989), *Two Techniques for Gathering Data and Building Rich Pictures in Rural and Community Development Action Research Projects*. Hawkesbury: Hawkesbury Agricultural College.
- 11- Jones, R.A. (1985), *Research Methods in the Social and Behavioral Sciences*. U.S.A.: Massachusetts.
- 12- Maundu, P. (1995), "Methodology for collecting and sharing indigenous knowledge: a case study". *Indigenous Knowledge and Development Monitor*. Vol.3, No. 2, PP. 3-5.

- 13- Nieuwkoop, M.V.; Defoer, T. and Hussain, S.S. (1994), "The contribution of rapid rural appraisal in the planning of on-farm research and extension activities". **Agricultural Systems**. Vol.44, PP. 201-216.
- 14- Patton, M.Q. (1990), **Qualitative Evaluation and Research Methods (2<sup>nd</sup> Ed.)**. London: Sage.
- 15- Stemler, S. (2001), "An overview of content analysis". **Practical Assessment, Research & Evaluation**. Vol.7, No. 17, available at : <http://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17>.
- 16- Waters - Bayer, A. and Bayer, W. (1994), **Planning with Pastoralists PRA and More : A Review of Methods Focused on Africa**, German Agency for Technical Cooperation:GTZ.

