

## خدمات برخوردار از مزیت نسبی برای توسعه کسب و کارهای مشاوره‌ای خصوصی در بازار اشتغال کشاورزی

عرفان علی میرزایی<sup>۱</sup>، سید محمود حسینی<sup>۲</sup>

۱- استادیار مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران.

۲- استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، کرج، ایران.

### چکیده

پژوهش حاضر، شناسایی زمینه‌های کارکردی برخوردار از مزیت نسبی برای کمک به توانمندسازی و توسعه مشاوران ترویج کشاورزی خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی مربوطه در سطح دو استان تهران و البرز را مد نظر داشت. بر این اساس با توجه به امکان بکارگیری یافته‌ها در میدان عمل، این پژوهش به لحاظ جهت‌گیری کلی و هدف در شمار پژوهش‌های کاربردی تصمیم‌گرا قرار دارد. از منظر درجه کنترل محقق بر متغیرهای مورد مطالعه و شرایط زمینه‌ای پژوهش نیز، نوعی تحقیق غیرآزمایشی به شمار می‌رود که در بازه‌ای تک‌مقطعی از زمان، به توصیف پدیده‌های مورد بررسی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش، ۲۵ نفر از خبرگان کلیدی از بخش‌های دولتی و خصوصی را در بر داشت که همگی به شکل هدفمند مورد انتخاب و بررسی قرار گرفتند. روش انجام پژوهش نیز بر انجام مطالعات اسنادی، مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند و همچنین پیمایش کمی با استفاده از یک نسخه پرسشنامه محقق ساخته مبتنی بود. برای شناسایی شکاف‌های کارکردی موجود در حوزه عملکرد بنگاه‌های ترویج خصوصی یا به بیان دیگر شناسایی درجات مزیت نسبی زمینه‌های مختلف خدمات‌رسانی بنگاه‌های یاد شده در منطقه، میانگین وزنی امتیاز تفاوت‌ها با استفاده از رابطه نیازسنجی بوریچ محاسبه شد. بر اساس یافته‌های حاصل از تحلیل نظرات افراد نمونه آگاهان و مزیت‌های نسبی محاسبه شده، «تبلیغات، تحریک، ساماندهی و تقویت بعد تقاضا برای فرآیندهای تحقیق و توسعه و نوآوری‌های کشاورزی» اولویت‌دارترین؛ و «اجرای طرح‌های نظارت و ارزشیابی جهت اطمینان از کیفیت خدمات ترویج و ارزیابی از کسب و کارهای فعال در منطقه» کم‌اولویت‌ترین حوزه خدماتی برای تمرکز نقش‌آفرینی مشاوران خصوصی کشاورزی در منطقه شناسایی شدند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۸/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۰۸

### کلید واژه‌ها:

نظام نوآوری کشاورزی

ترویج کشاورزی تکثرگرا

خدمات مشاوره‌ای خصوصی

شایستگی حرفه‌ای

مزیت نسبی در خدمات

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): علی میرزایی، عرفان، حسینی، سید محمود. (۱۴۰۱). خدمات برخوردار از مزیت نسبی برای توسعه کسب و کارهای مشاوره‌ای خصوصی در بازار اشتغال کشاورزی. دو فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی. ۱(۱). ۱۷۲-۱۵۹.

doi <https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423064.1025>



Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: موسسه مدیریت فکر نو اندیش

ایمیل: e.alimirzaei@gmail.com

نویسنده مسئول: عرفان علی میرزایی

## ۱ - مقدمه

بخش کشاورزی ایران با اختصاص ۲۷ درصد از کل تولید ناخالص داخلی و ۳۰ درصد از فرصت‌های اشتغال، همچنین با تأمین ۸۲ درصد از نیازهای غذایی جامعه و در اختیار داشتن ۳۵ درصد از صادرات غیرنفتی، یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشور به شمار می‌رود (Asadihkoob and Ebrahimi, 2015). این در حالی است که ابرچالش‌هایی نظیر تغییرات اقلیمی مخرب؛ کمبود ذخایر آبی قابل استحصال؛ فرسایش منابع خاک؛ تغییرات غیرمجاز کاربری اراضی؛ و البته تحریم‌های بین‌المللی به ویژه در طول نیم دهه اخیر، حیات بخش کشاورزی را با مسائل جدی و مشکلات عدیده‌ای مواجه ساخته است. از این رو اهتمام حداکثری برای دستیابی به توسعه کشاورزی مبتنی بر کاربست فناوری‌های نوآورانه و دانش‌بنیان، برای برون رفت از شرایط فعلی و حرکت در مسیر توسعه پایدار بخش، ضرورتی انکارناپذیر به شمار می‌رود.

از طرفی گستره وسیع موضوعی و تنوع فعالیت‌های مبتنی بر فناوری در طول زنجیره‌های تولید ارزش از مناسبات اقتصادی بخش کشاورزی نیز، هم‌اکنون تقاضای گروه‌های مختلف بهره‌برداران بخش - که جمعیت آنان فراتر از چهار و نیم میلیون نفر بهره‌بردار مستقیم برآورد می‌گردد - را برای دریافت انواع خدمات فنی و مشاوره‌ای افزایش داده و ضرورت تلاش برای نشر متوازن نوآوری‌های فناورانه در راستای پیشبرد توسعه کشاورزی از مراحل پیش از مزرعه تا فرایندهای متنوع پس از برداشت را دو چندان نموده است. در همین رابطه دور از ذهن نخواهد بود که برآوردن مطلوب خدماتی چنین متنوع، به تنهایی از عهده کارگزاران حاکمیتی فعال در عرصه توسعه کشاورزی ساخته نیست و در مقابل، به واسطه اقدامات جمع‌گرایانه و هم‌افزایانه تمامی کنشگران ذی‌ربط در یک چارچوب نهادی کثرت‌گرایانه همراه با تقویت تعاملات سیستمی قابل حصول خواهد بود (علی‌میرزایی، ۱۳۹۵). در همین رابطه، هم‌اکنون درک رو به رشدی نسبت به لزوم تغییرات یکپارچه در راستای دستیابی به نوآوری‌های پایدار در سیستم‌های کشاورزی به وجود آمده و تغییر گرایشی اساسی از رهیافت‌های تکنولوژی - محور، به سوی شناخت و کاربرد رهیافت‌های سیستمی کاملاً مشهود است. دیدگاه جدیدی که نوآوری را ترکیبی از پیشرفت‌های تکنولوژیکی و غیرتکنولوژیکی در رویکردی کل‌نگرانه به شمار می‌آورد (Schut et al., 2014) و منطق نگرش‌های تحلیلی در باب ناکامی‌های نوآوری کشاورزی را به سمت پژوهش‌های مبتنی بر منطق شکست سیستمی و فرایندهای شبکه‌ای در حال ظهور تغییر جهت می‌دهد (Jiggins et al., 2016; OECD, 2013). در میان پیشرفته‌ترین رهیافت‌های سیستمی برای مطالعه نوآوری در بخش کشاورزی، رهیافت نظام‌های نوآوری کشاورزی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است (Temela et al., 2003; Klerkx et al., 2012). دیدگاه کلانی که پایه‌ریزی شبکه‌ای کثرت‌گرایانه شامل کنشگران نهادی مختلف از جمله مشاوران خصوصی را برای دستیابی به منافع متقابل، نقطه شروع نوآوری کشاورزی به شمار می‌رود (Ingram, 2015; Schut et al., 2015; Jiggins et al., 2016). در این میان در حالی که تدارک خدمات ترویجی و مشاوره‌ای کشاورزی با تمرکز بر انتقال تکنولوژی‌های فنی و در رویکردی «بالا به پایین»، از دیرباز به عنوان یکی از مسئولیت‌های بخش دولتی تلقی شده است، گذشت زمان نشان داده که سازمان‌های دولتی از انعطاف ساختاری و بهره‌وری مناسب برای تدارک انواع خدمات ترویج کشاورزی مورد نیاز جامعه برخوردار نیستند (Kidd et al., 2000; Davidson and Ahmad, 2002; Gemo et al., 2013; Hellin, 2012; Kaur et al., 2014; Mengal et al., 2014) و در مقابل، برای تداوم نقش آفرینی به عنوان «موتور پیشران نوآوری»، به

مجموعه‌ای از نوآوری‌های اساسی در حوزه‌های نهادی - ساختاری و سیاستی نیاز دارند (Schut et al., 2015; Roling, 1991; Pretty, 1995; van den Ban and Hawkins, 1996; Scarborough et al., 1997; Rivera and Qamar, 2003; Rivera and Alex, 2010; Okorely et al., 2004). بسیاری از صاحب‌نظران حوزه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی نیز (al., 2014; den Ban and Hawkins, 1996; Scarborough et al., 1997; Rivera and Qamar, 2003; Rivera and Alex, 2010; Okorely et al., 2004) بر این باورند که نهاد ترویج به عنوان کلیدی‌ترین رکن توسعه نوآوری در بخش کشاورزی، همانند گذشته دیگر نمی‌تواند یک نوع خدمات دولتی یک شکل تلقی گردد. به بیان دیگر می‌توان استدلال نمود که ظرفیت‌ها و عملکرد نظام ترویج کشاورزی تا حد زیادی از شرایط زمینه‌ای، ساختارها، نهادها و وضعیت کنشگران درگیر در این نظام تأثیر می‌پذیرد. مؤلفه‌هایی که در قالب سخت‌افزار؛ نرم‌افزار؛ و سازمان‌افزار یک سیستم کلان، قابل جمع شدن و یکپارچه‌سازی هستند (Lakai et al., 2012; Ragasa et al., 2016).

در این میان به نظر می‌رسد که بالا رفتن سطح پیچیدگی و حساسیت اطلاعات فنی و مشاوره‌ای کشاورزی، برای کنشگران بخش خصوصی مشوق‌های بیشتری را در جهت تولید، ساده‌سازی و تدارک انواع اطلاعات و فناوری‌های بهره‌بردارپسند<sup>۱</sup> به همراه دارد (Samy et al., 2003). همچنان که بخش خصوصی، از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های ارزشمندی برای پوشش خلاء عملکردی مزارع نیز برخوردار است. به همین خاطر در حالی که دستیابی به اطلاعات بازار و شیوه‌های نوین تولید هم‌اکنون برای بسیاری از کشاورزان به یک نهاد اساسی باارزش تجاری بالا تبدیل شده است (Jiggins et al., 2016)، این افراد همانند گذشته خود را به کارگزاری‌های سنتی تدارک بیننده خدمات اطلاعاتی کشاورزی در بخش دولتی محدود نمی‌کنند. در مقابل، فعالان به دنبال انواع گسترده‌ای از منابع کارآمد خدمات مشاوره‌ای خصوصی هستند تا بتوانند نیازهای دانشی و تکنولوژیکی خویش را برآورده سازند (Samy et al., 2003).

در بخش کشاورزی ایران نیز، نیاز برای پایه‌ریزی و توسعه مشارکت بنگاه‌های فنی و مشاوره‌ای خصوصی در چارچوب یک نظام ترویج کشاورزی کثرت‌گرا به منظور اعمال مدیریت کارآمد بر نشر نوآوری‌های کشاورزی امری کاملاً ضروری به نظر می‌رسد. پیشرفت‌های درخور توجه علمی و تحقیقاتی در حوزه کشاورزی، توسعه روزافزون فناوری‌های نوین دانش‌بنیان، تغییر در ماهیت تجاری دانش کشاورزی، عدم توانایی بخش دولتی در تدارک تمامی خدمات مورد نیاز جامعه، و وفور نیروی جوان تحصیل کرده در شاخه‌های مختلف علوم کشاورزی در اردوگاه عرضه؛ همچنین کشاورزی چندکارکردی و گستره وسیع نیازهای خدماتی جامعه روستایی، تنوع در مقیاس فعالیت واحدهای بهره‌برداری، شکاف عمیق فناورانه در مناسبات بخش کشاورزی، هزینه‌های هنگفت فرصت، تقاضای رو به رشد برای محصولات کشاورزی سالم و برخوردار از استانداردهای کیفی، پتانسیل‌های کم‌نظیر کشور برای تولید ارزش افزوده کشاورزی، و وجود تشکل‌های مختلف کشاورزان به ویژه تعاونی‌ها در اردوگاه تقاضا؛ از جمله زمینه‌ها و فرصت‌های موجود برای جلب مشارکت فعال مشاوران خصوصی به منظور توسعه یک نظام ترویج کشاورزی کثرت‌گرا به شمار می‌رود (علی‌میرزایی، ۱۳۹۵). در عین حال علی‌رغم وجود احساس نیاز مبرم برای دستیابی به این مهم و تلاش‌های مقطعی انجام شده برای توسعه مشارکت بنگاه‌های خصوصی تدارک بیننده خدمات فنی و مشاوره‌ای، به نظر می‌رسد که ساختار سلسله‌مراتبی موجود نظام ترویج کشاورزی و عوامل زمینه‌ای در برگیرنده نظام خدمات‌رسان بخش کشاورزی در سطحی کلان‌تر،

## 2- User-Friendly

تاکنون اجازه شکل‌گیری چنین تحولی را نداده‌اند. چنان که می‌توان استدلال نمود که بنگاه‌های مشاوره‌ای خصوصی یاد شده، در نظام ترویج کشاورزی کشور نهادینه نبوده و از سطح توسعه‌ای مناسبی برخوردار نیستند. در همین رابطه به نظر می‌رسد اقدامات مقطعی و شتاب‌زده‌ای که طی دو دهه اخیر در راستای توسعه مشارکت بنگاه‌های خصوصی تدارک بیننده خدمات فنی و مشاوره‌ای در دستور کار دولت‌های وقت قرار داشته‌اند نیز، بیشتر با هدف جبران کمبود منابع مالی و انسانی کارگزاری‌های بخش دولتی انجام شده و برنامه مدونی برای توانمندسازی و حمایت کارشناسانه از مشاوران کم‌تجربه ترویج خصوصی در مدیریت کسب و کارهای یاد شده وجود نداشته است. به گونه‌ای که اغلب بنگاه‌های مزبور با تکیه بر معهود قراردادهای دولتی، همان راه رفته و نرفته ترویج دولتی در مسیر نشر فناوری‌های نوآورانه کشاورزی را - به شیوه آزمون و خطا - پیموده‌اند و با کسب و کارهای اقتصادی توسعه یافته و متکی بر مناسبات دنیای تجارت و مکانیسم بازار آزاد، فاصله زیادی داشته‌اند.

اگر چه تأسیس این بنگاه‌ها نتایج مثبتی را نیز به همراه داشته است، در مجموع به عنوان یک رهیافت خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی سیاست موفق‌تری به نظر نمی‌رسد و از منظر کمیت و کیفیت خدمات با تردیدهای فراوانی همراه است. افزون بر این بنگاه‌های یاد شده با موانع و مشکلات متعدد مدیریتی، ساختاری، آموزشی، اقتصادی و قانونی نیز مواجه هستند که مناسبت و پایداری خدمات مربوطه را به شدت تهدید می‌نماید (Rasouliazar et al., 2011).

در این بین تلاش برای همگام‌سازی صلاحیت حرفه‌ای مشاوران خصوصی با نیازهای واقعی دنیای کار، از چالشی‌ترین مباحث حوزه توسعه منابع انسانی و مدیریت نوآوری در بخش کشاورزی به شمار می‌رود. تردیدی وجود ندارد که سطوح شایستگی‌های حرفه‌ای مشاوران خصوصی، در تبیین شانس موفقیت بنگاه‌های اقتصادی مربوطه بسیار تعیین‌کننده خواهد بود. در یک دیدگاه جمع‌گرایانه، صلاحیت حرفه‌ای را می‌توان ترکیب یکپارچه‌ای از دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و سایر ویژگی‌های فردی برشمرد که بر وظایف و تکالیف اساسی تعیین شده در یک شغل خاص اثرگذار بوده و به عملکرد شغلی اثربخش، رضایت‌آمیز و برتر منجر می‌گردد (پورکریمی و همکاران، ۱۳۹۶). شایستگی‌هایی که دو طبقه مجزا اما به هم وابسته را در بر می‌گیرند. طبقه نخست، شایستگی‌های اغلب فنی را در بر دارند که در بیشتر مواقع، برنامه‌های نظام آموزش کشاورزی رسمی صرفاً بر ارتقای این نوع از شایستگی‌ها متمرکز بوده‌اند. طبقه دیگر نیز، شایستگی‌های اغلب غیرفنی همانند دانش کسب و کار؛ و شناخت قوانین و مقررات مرتبط با بنگاه‌داری را شامل می‌گردند که در اکثر مواقع به طور مستقیم قابل مشاهده و سنجش نیستند؛ اما چه بسا تأثیر عمیق‌تری را بر عملکرد نهایی فرد در مدیریت یک بنگاه اقتصادی کشاورزی بر جای خواهند گذاشت و حتی می‌توانند اثر شایستگی‌های طبقه نخست را تحت‌الشعاع قرار دهند. از جمله موارد ذیل طبقه اخیر که به موضوع تحقیق حاضر نیز مربوط می‌شوند، می‌توان شایستگی‌هایی نظیر «آشنایی با مختصات بازار کسب و کارهای کشاورزی» همچون شناخت نیازهای خدماتی؛ کشش تقاضا؛ و زمینه‌های خدماتی برخوردار از مزیت نسبی را به عنوان اولویت‌دارترین محورهای شایستگی مورد نیاز شاغلان بازار کار کشاورزی در بخش «صلاحیت‌های شناختی محوری» نام برد (علی‌میرزایی و شاقلی، ۱۴۰۰). افزون بر این آشنایی مشاوران خصوصی با مباحث مهمی نظیر: جمعیت بالقوه و بالفعل جامعه ارباب رجوع متقاضی خدمات مشاوره‌ای خصوصی در منطقه تحت پوشش هر بنگاه؛ نگرش جامعه ارباب رجوع نسبت به جایگاه حرفه‌ای بنگاه‌های مشاوره‌ای خصوصی به عنوان یک مرجع تخصصی برای کمک به توسعه کشاورزی دانش‌بنیان؛ سطح آمادگی ذهنی و گرایش

ارباب رجوع برای کاربست توصیه‌ها و خدمات مشاوره‌ای بنگاه‌های ترویج خصوصی؛ درجه آمادگی اقتصادی ارباب رجوع برای خرید خدمات از مشاوران خصوصی به ویژه از منظر سطح توسعه تشکل‌های حرفه‌ای در منطقه؛ وضعیت زیرساخت‌های عمرانی مورد نیاز برای توسعه کشاورزی دانش‌بنیان در منطقه نظیر انرژی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، حمل و نقل و مواردی از این قبیل؛ و آگاهی کامل از سطح توسعه و مناسبت امکانات تجارت آزاد؛ از جمله سایر شایستگی‌های شناختی بسیار مهم برای مشاوران خصوصی به شمار می‌روند که در مسیر کسب موفقیت شغلی بنگاه‌های اقتصادی آنان، بسیار کلیدی خواهند بود. در همین رابطه، پژوهش حاضر بر شناسایی زمینه‌های کارکردی برخوردار از مزیت نسبی برای تمرکز خدمت‌رسانی بنگاه‌های ترویج غیردولتی و مشاوران بخش خصوصی در دو استان تهران و البرز متمرکز می‌باشد. تردیدی وجود ندارد که ارتقای سطح آگاهی مشاوران خصوصی از اولویت‌های واقعی مورد تقاضای بازار خدمات فنی و مشاوره‌ای کشاورزی به عنوان یکی از کلیدی‌ترین شایستگی‌های حرفه‌ای غیرفنی (شناختی) در طبقه محوری، شانس موفقیت بنگاه‌های اقتصادی مربوطه را در دنیای عمل و در مسیر نهادینه شدن آن‌ها در نظام ترویج کشاورزی کشور بهبود خواهد بخشید.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر، بررسی موقعیتی مسأله‌مند در حوزه مدیریت بنگاه‌های مشاوره‌ای خصوصی در نظام ترویج کشاورزی را مد نظر دارد. هدف اصلی پژوهش، شناسایی زمینه‌های کارکردی برخوردار از مزیت نسبی برای تمرکز خدمت‌رسانی بنگاه‌های ترویج غیردولتی و مشاوران خصوصی در دو استان تهران و البرز را مد نظر داشته است. به گونه‌ای که با ارتقای سطح آگاهی مشاوران خصوصی از اولویت‌های واقعی مورد تقاضای بازار خدمات فنی و مشاوره‌ای کشاورزی در منطقه پژوهش، شانس موفقیت بنگاه‌های اقتصادی مربوطه در مسیر نهادینه شدن در نظام ترویج کشاورزی را بهبود بخشد. بر این اساس با توجه به امکان به کارگیری یافته‌ها در میدان عمل، پژوهش حاضر به لحاظ جهت‌گیری کلی و هدف، نوعی پژوهش کاربردی تصمیم‌گرا به شمار می‌رود. همچنین از منظر درجه کنترل محقق بر متغیرهای مورد مطالعه و شرایط زمینه‌ای پژوهش، در شمار تحقیقات غیرآزمایشی قرار می‌گیرد که در یک چارچوب زمانی تک مقطعی به توصیف پدیده‌های مورد بررسی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش، ۲۵ نفر از خبرگان کلیدی شامل مدیران ارشد وزارت جهاد کشاورزی؛ نمایندگان ارشد سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور در دو سطح ملی و استانی؛ و نمایندگان بنگاه‌های خصوصی تدارک‌بیننده خدمات ترویجی و مشاوره‌ای کشاورزی فعال در منطقه تحقیق را در بر داشت که همگی آن‌ها از طریق نمونه‌گیری غیراحتمالی و به شکل هدفمند ترکیبی مورد انتخاب و بررسی قرار گرفتند. چنان‌که مناسبت افراد نمونه برای مشارکت در پژوهش و اتکای یافته‌ها به نظرات آنان، اصلی‌ترین ملاک تأیید روایی و پایایی دست‌آوردهای این تحقیق به شمار می‌رود. روش پژوهش نیز بر انجام مطالعات اسنادی، مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند اولیه برای تکمیل عناوین حوزه‌های کارکردی مورد انتظار از بنگاه‌های مشاوره‌ای خصوصی و همچنین پیمایش کمی با استفاده از یک نسخه پرسشنامه محقق‌ساخته مبتنی بوده است. در گام اولیه و بر اساس اطلاعات به دست آمده از مطالعات اسنادی در دو بخش داخلی و بین‌المللی و همچنین مصاحبه‌های تکمیلی انجام شده با ۱۰ نفر از مطلعان کلیدی که همگی آن‌ها نیز به شیوه هدفمند انتخاب شدند، حوزه‌های کارکردی - خدماتی مورد انتظار از مشاوران ترویج

خصوصی در قالب ۵۱ گویه مجزا مفهوم‌پردازی و دسته‌بندی شدند. در ادامه و پس از تأیید روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری، وضعیت موجود و مطلوب خدمات‌رسانی بنگاه‌های مشاوران خصوصی در زمینه‌های کارکردی احصاء شده، از طریق سنجه‌های بسته در بازه پیوسته صفر تا ده مورد بررسی قرار گرفت.

برای شناسایی شکاف‌های کارکردی موجود در حوزه عملکرد بنگاه‌های ترویج خصوصی، ابتدا وضعیت خدمات‌رسانی بنگاه‌های خصوصی بر پایه میانگین امتیازات اختصاص یافته توسط پاسخگویان بررسی شد. در ادامه از افراد نمونه مطلعان درخواست شد مشخص کنند که با توجه به شرایط و مناسبات کشاورزی منطقه، نقش آفرینی بنگاه‌های مشاوره‌ای خصوصی در هر یک از زمینه‌های موضوعی تا چه اندازه مناسب دارد. به بیان ساده‌تر تعیین کنند که به عقیده آن‌ها، فعالیت بنگاه‌های خصوصی در کدام یک از حیطه‌های کارکردی مورد مطالعه، در بازار کار واقعی جواب خواهد داد. در نهایت برای شناسایی شکاف‌های کارکردی موجود در حوزه عملکرد بنگاه‌های ترویج خصوصی یا به بیان دیگر شناسایی درجات مزیت نسبی زمینه‌های خدمات‌رسانی بنگاه‌های ترویج خصوصی در منطقه نیز، میانگین وزنی امتیاز تفاوت‌ها با استفاده از رابطه نیازسنجی بوریچ<sup>۱</sup> (۱۹۸۰) محاسبه شد. بدین منظور ابتدا تفاوت وضعیت موجود و مطلوب عملکرد بنگاه‌های ترویج خصوصی در هر حوزه کارکردی مورد بررسی محاسبه گردید. در ادامه نیز وزن امتیازات مربوط به تفاوت وضعیت موجود و مطلوب بنگاه‌ها در ارتباط با هر یک از حوزه‌های کارکردی به دست آمد. در نهایت با تقسیم حاصل جمع وزن امتیازات تفاوت‌ها بر تعداد پاسخگویان، میانگین وزنی امتیازات یا به عبارت دیگر مقادیر پایه برای شناسایی اولویت شکاف‌های کارکردی بنگاه‌های فنی - مشاوره‌ای خصوصی در زمینه تدارک خدمات ترویجی و مشاوره‌ای کشاورزی در منطقه به کمک نرم‌افزار آماری SPSS محاسبه شد.

### یافته‌ها

بر اساس یافته‌ها، میانگین سنی افراد نمونه آگاهان ۴۲ سال و سابقه خدمت آنان در بخش کشاورزی ۱۵/۵ سال به دست آمد. از نظر سطح تحصیلات رسمی نیز، ۲۰ درصد آن‌ها مدرک کارشناسی؛ ۵۲ درصد کارشناسی ارشد؛ و ۲۸ درصد دیگر دکترای تخصصی داشتند. با توجه به یافته‌های تحقیق؛ تبلیغات، تحریک، ساماندهی و تقویت بعد تقاضا برای فرآیندهای تحقیق و توسعه و نوآوری‌های کشاورزی؛ اطلاع‌رسانی و گزارش‌دهی در حوزه اخبار و رویدادهای مهم مرتبط با فعالیت‌های حرفه‌ای کشاورزی؛ تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت بازاریابی به ویژه ظرفیت‌سازی، افزایش توان رقابت و...؛ مشارکت در فرایندهای بازار محصولات کشاورزی از قبیل خرید و فروش، پایه‌ریزی فن‌بازارهای تخصصی و خوشه‌ای...؛ و تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولید و پرورش گیاهان دارویی؛ به ترتیب به عنوان پنج اولویت برتر برخوردار از بالاترین مزیت‌های نسبی برای تمرکز خدمات‌رسانی مشاوران ترویج خصوصی و بنگاه‌های مربوطه در منطقه پژوهش شناسایی شدند. اطلاعات تفصیلی مرتبط با یافته‌های پژوهش در بخش اولویت زمینه‌های خدمات‌رسانی بنگاه‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای خصوصی بر مبنای مزیت نسبی در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول (۱) اولویت زمینه‌های خدمات‌رسانی بنگاه‌های ترویج خصوصی در منطقه پژوهش بر مبنای مزیت نسبی

اولویت	امتیاز	میانگین مطلوب	میانگین موجود	زمینه کارکردی
۱	۷۴/۳۴۷	۹/۰۶۷	۰/۸۶۷	تبلیغات، تحریک، ساماندهی و تقویت بعد تقاضا برای فرآیندهای تحقیق و توسعه و نوآوری‌های کشاورزی
۲	۷۳/۵۵۱	۸/۹۳۳	۰/۷۰۰	اطلاع‌رسانی و گزارش‌دهی در حوزه اخبار و رویدادهای مهم مرتبط با فعالیت‌های حرفه‌ای کشاورزی
۳	۷۱/۷۰۰	۹/۰۰۰	۱/۰۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت بازاریابی به ویژه ظرفیت‌سازی، ارتقا توان رقابت و...
۴	۶۹/۶۸۹	۹/۳۳۳	۱/۸۶۷	مشارکت در فرایندهای بازار محصولات کشاورزی از قبیل خرید و فروش، پایه‌ریزی فن‌بازارهای تخصصی و خوشه‌ای ...
۵	۶۶/۷۹۳	۸/۶۰۰	۰/۸۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولید و پرورش گیاهان دارویی
۶	۶۵/۱۹۳	۸/۴۶۷	۰/۷۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه توسعه گردشگری روستایی
۷	۶۲/۷۸۰	۸/۶۰۰	۱/۳۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی
۸	۶۰/۶۸۰	۸/۲۰۰	۰/۸۰۰	انجام مطالعات امکان‌سنجی و تدارک خدمات مشاوره‌ای در حوزه شناسایی فرصت‌های تولید ارزش افزوده ...
۹	۵۸/۴۱۸	۸/۲۶۷	۱/۲۰۰	تهیه و تدوین محتوای آموزشی مورد نیاز ترویج برای انتشار از طریق رسانه‌های انبوهی (ساخت فیلم و ...)
۱۰	۵۵/۱۴۷	۹/۴۰۰	۳/۵۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مکانیزاسیون واحدهای تولیدی
۱۱	۵۲/۰۸۰	۸/۴۰۰	۲/۲۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولید محصولات سالم و ارگانیک
۱۲	۵۰/۹۷۶	۷/۵۳۳	۰/۷۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تکنولوژی برتر (High Tech) نظیر نانو تکنولوژی و ...
۱۳	۴۸/۳۹۳	۷/۹۳۳	۱/۸۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولید خوراک دام، طیور، آبزیان، زنبور و ...
۱۴	۴۷/۹۶۴	۹/۴۶۷	۴/۴۰۰	تهیه و تجهیز ادوات و نهاده‌های فنی همراه با ارائه خدمات حمایتی مربوطه

اولویت	امتیاز	میانگین مطلوب	میانگین موجود	زمینه کارکردی
				(تقویت دسترسی و بهره‌گیری از ...)
۱۵	۴۷/۱۲۰	۷/۶۰۰	۱/۴۰۰	برگزاری سمینارهای علمی، نمایشگاه‌های تخصصی، گردهمایی‌ها و جشنواره‌های ترویجی در سطوح ملی تا محلی
۱۶	۴۶/۶۸۹	۷/۳۳۳	۰/۹۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت ضایعات و پسماندهای کشاورزی
۱۷	۴۳/۸۶۷	۹/۴۰۰	۴/۷۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولیدات گلخانه‌ای در زیربخش گیاهان زینتی و ...
۱۸	۴۲/۳۲۰	۹/۲۰۰	۴/۶۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه کشاورزی شهری، توسعه فضای سبز و پارک‌ها
۱۹	۴۲/۳۱۱	۹/۳۳۳	۴/۸۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه اصلاح و توسعه سیستم‌های آبیاری
۲۰	۴۱/۸۵۳	۸/۶۰۰	۳/۷۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه شیلات و آبریز پروری در بخش خوراکی
۲۱	۴۱/۰۲۷	۶/۸۰۰	۰/۷۶۷	تدارک خدمات مشاوره‌ای در حوزه راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل و کارایی در بخش کشاورزی
۲۲	۴۰/۰۴۰	۷/۸۰۰	۲/۶۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه خاک‌ورزی، آماده‌سازی بستر، اصلاح و احیای خاک
۲۳	۳۹/۰۱۳	۸/۸۶۷	۴/۴۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت تغذیه گیاهی
۲۴	۳۸/۴۲۲	۸/۸۶۷	۴/۵۳۳	تدارک خدمات آزمایشگاهی کشاورزی (تجزیه آب، آزمون برگ، آزمون خاک و ...)
۲۵	۳۷/۵۲۰	۸/۹۳۳	۴/۷۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولیدات گلخانه‌ای در زیربخش خوراکی مثل قارچ و ...
۲۶	۳۷/۱۷۳	۶/۸۰۰	۱/۳۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه نیازهای خاص جوانان روستایی
۲۷	۳۶/۶۴۴	۶/۴۶۷	۰/۸۰۰	همکاری در برنامه‌ریزی، تصمیم‌سازی و هدف‌گذاری برنامه‌های ترویج و توسعه کشاورزی در سطوح محلی و عملیاتی
۲۸	۳۶/۵۸۷	۶/۵۳۳	۰/۹۳۳	مشارکت در پروژه‌های تحقیقاتی و مطالعات سازگاری (طرح‌های



اولویت	امتیاز	میانگین مطلوب	میانگین موجود	زمینه کارکردی
				تحقیقی- تطبیقی، تحقیقی- ترویجی و ...)
۲۹	۳۶/۴۴۹	۹/۲۶۷	۵/۳۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه گیاه‌پزشکی و حفظ نباتات
۳۰	۳۵/۷۲۰	۹/۴۰۰	۵/۶۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه پرورش طیور اعم از گوشتی و تخم‌گذار
۳۱	۳۵/۳۴۲	۹/۴۶۷	۵/۷۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه پرورش دام اعم از گوشتی و شیری
۳۲	۳۵/۱۱۱	۶/۶۶۷	۱/۴۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه نیازهای خاص زنان روستایی و اقتصاد خانوار
۳۳	۳۳/۸۹۳	۶/۲۰۰	۰/۷۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه شیلات و آبرزی‌پروری در بخش غیر خوراکی
۳۴	۳۲/۷۱۱	۶/۱۳۳	۰/۸۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت ریسک، مدیریت بحران، انطباق پویا و ...
۳۵	۳۲/۳۵۶	۹/۳۳۳	۵/۸۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه دام‌پزشکی
۳۶	۳۱/۱۱۱	۸/۳۳۳	۴/۶۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولید گیاهان جالیزی، سبزی و صیفی
۳۷	۳۰/۹۶۹	۶/۹۳۳	۲/۴۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه زنبورداری و نوقان‌داری

ادامه جدول (۱) اولویت زمینه‌های خدمات‌رسانی بنگاه‌های ترویج خصوصی در منطقه پژوهش بر مبنای مزیت نسبی

اولویت	امتیاز	میانگین مطلوب	میانگین موجود	زمینه کارکردی
۳۸	۲۸/۰۹۳	۵/۷۳۳	۰/۸۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه توسعه سرمایه اجتماعی، شکل‌سازی و توانمندسازی
۳۹	۲۷/۷۶۷	۵/۶۶۷	۰/۷۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه نیازهای ویژه زندگی جوامع عشایری
۴۰	۲۶/۷۵۶	۵/۷۳۳	۱/۰۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه حفاظت از محیط زیست و ذخایر ژنتیکی
۴۱	۲۵/۶۰۹	۵/۷۳۳	۱/۲۶۷	برگزاری دوره‌های آموزشی جهت توسعه منابع انسانی شبکه عاملین ترویج و دیگر کنشگران نظام نوآوری کشاورزی ...
۴۲	۲۴/۲۳۱	۷/۷۳۳	۴/۶۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولیدات زراعی استراتژیک و پایه
۴۳	۲۳/۱۰۲	۷/۵۳۳	۴/۴۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولیدات باغی استراتژیک و پایه
۴۴	۲۳/۰۴۰	۵/۴۰۰	۱/۱۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت پایدار منابع طبیعی
۴۵	۲۲/۰۰۰	۶/۰۰۰	۲/۳۳۳	همکاری در تهیه و تدوین آمارنامه‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی در خصوص واحدهای تولیدی و شاخص‌های آگرواکولوژیکی
۴۶	۲۰/۵۹۱	۷/۵۳۳	۴/۸۰۰	پذیرش کارگزاری بیمه محصولات کشاورزی و تدارک خدمات در این حوزه
۴۷	۲۰/۵۵۶	۴/۹۳۳	۰/۷۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه زراعت چوب و آگروفارستی
۴۸	۱۹/۱۹۱	۴/۵۳۳	۰/۳۰۰	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه توسعه صنایع دستی روستایی
۴۹	۱۸/۶۶۷	۸/۰۰۰	۵/۶۶۷	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت اراضی کشاورزی نظیر مساحی، نقشه‌برداری و ...
۵۰	۱۸/۵۶۰	۴/۸۰۰	۰/۹۳۳	تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه بهداشت حرفه‌ای و سلامت محل کار (OHM)
۵۱	۱۵/۸۴۰	۴/۴۰۰	۰/۸۰۰	اجرای طرح‌های نظارت و ارزشیابی جهت اطمینان از کیفیت خدمات ترویج و ارزیابی از کسب و کارهای فعال ...

یافته‌ها حاکی از آن است که کارکردهایی نظیر «تبلیغات، تحریک، ساماندهی و تقویت بعد تقاضا برای فرآیندهای تحقیق و توسعه و نوآوری‌های کشاورزی...»؛ «اطلاع‌رسانی و گزارش‌دهی در حوزه اخبار و رویدادهای مهم مرتبط با فعالیت‌های حرفه‌ای کشاورزی...»؛ «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت بازاریابی...»؛ «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولید و پرورش گیاهان دارویی»؛ «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه توسعه گردشگری روستایی»؛ «انجام مطالعات امکان‌سنجی و تدارک خدمات مشاوره‌ای در حوزه شناسایی فرصت‌های تولید ارزش افزوده در زنجیره‌های پیش و پس از مزرعه با رویکرد کارآفرینانه»؛ و «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تکنولوژی‌های برتر...»، علی‌رغم برخورداری از مناسبت و مزیت نسبی بالا برای نقش‌آفرینی بنگاه‌های خصوصی و کسب سود، مورد غفلت بسیار واقع شده‌اند.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در حال حاضر انتظار از نظام‌های ترویج کشاورزی برای تدارک انواع خدمات متناسب و اطلاعات روزآمد، در گستره‌ای بسیار وسیع از حوزه‌های موضوعی رو به افزایش است (Tobin et al., 2013). در همین رابطه پژوهش حاضر شناسایی زمینه‌های کارکردی برخوردار از مزیت نسبی برای تمرکز خدمت‌رسانی بنگاه‌های ترویج غیردولتی و مشاوران خصوصی در دو استان تهران و البرز را مد نظر داشت. بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که چنانچه بنگاه‌های ترویج خصوصی روی حوزه‌های کارکردی برخوردار از اولویت‌های بالاتر متمرکز شوند، در کوتاه مدت فرصت‌های اقتصادی و در نتیجه سود بیشتری به دست خواهند آورد. در مقابل تمرکز و سرمایه‌گذاری مشاوران خصوصی ترویج روی بسیاری از کارکردهای دارای مزیت نسبی پایین، استراتژی تکنولوژیکی و یا استراتژی تجاری موفق‌تری به نظر نمی‌رسد و برای ماندگاری و نهادینگی آن‌ها در نظام خدمات کشاورزی منطقه از توجیه اقتصادی لازم برخوردار نخواهد بود. در همین رابطه یافته‌های تحقیق حکایت از آن دارد که تدارک برخی کارکردهایی نظیر «تبلیغات، تحریک، ساماندهی و تقویت بعد تقاضا برای فرآیندهای تحقیق و توسعه و نوآوری‌های کشاورزی...»؛ هزینه فرصت قابل توجهی را به مشاوران ترویج خصوصی تحمیل می‌کنند. یافته‌ای که تلویحاً حکایت از آن دارد که در مجموع، کشاورزی منطقه خیلی بر کاربرد یافته‌های فناورانه نوین و پیروی از رویه‌ها و رویکردهای دانش‌بنیان تولید و توزیع استوار نیست.

بر این اساس پیشنهاد می‌گردد که متولیان امر و تصمیم‌گیرندگان بخش دولتی نظام ترویج، اولویت‌های مزبور را در تعیین حوزه‌های خدماتی قابل واگذاری به بنگاه‌های ترویج خصوصی مد نظر قرار دهند. چنان که واگذاری برخی پروژه‌های مقطعی نظیر برگزاری کلاس‌های آموزشی یک روزه ویژه بهره‌برداران، اجرای طرح‌های نظارت بر پروژه‌های مقطعی ترویج، آماربرداری و شناسنامه‌دار کردن واحدهای تولیدی و موارد مشابه، اگرچه در کوتاه مدت می‌توانند به عنوان گزیدارهای موقتی کسب درآمد به بنگاه‌های خصوصی تفویض گردند، در عین حال در مسیر نهادینه‌سازی کشمگری این بخش در نظام خدمات کشاورزی منطقه، انتخاب‌های چندان پایداری به نظر نمی‌رسند.

افزون بر این بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که کارکردهایی نظیر «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه مدیریت اراضی کشاورزی نظیر مساحی، نقشه‌برداری...»؛ «پذیرش کارگزاری بیمه محصولات

کشاورزی و تدارک خدمات در این حوزه؛ «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولیدات باغی استراتژیک و پایه ...»؛ و «تدارک آموزش‌های ترویجی و خدمات مشاوره‌ای در حوزه تولیدات زراعی استراتژیک و پایه ...» نیز علی‌رغم برخورداری از مناسبت برای ارائه توسط بنگاه‌های خصوصی، در نظام خدمات کشاورزی منطقه به حالت اشباع نسبی رسیده‌اند و انتخاب‌های ایده‌آلی برای سرمایه‌گذاری بلند مدت بنگاه‌ها و مشاوران ترویج خصوصی به ویژه کسب و کارهای نوپا در این بخش به نظر نمی‌رسند.

در پایان خاطر نشان می‌گردد که اولویت‌بندی انجام شده در خصوص زمینه‌های کارکردی برخوردار از مزیت نسبی برای تمرکز خدمت‌رسانی بنگاه‌های ترویج غیردولتی و مشاوران خصوصی، در قالب یک پژوهش دانشگاهی، در مقطعی خاص از زمان و در یک محدوده جغرافیایی مشخص انجام شده است و از این رو قابلیت تعمیم به کل جغرافیای کشور در طول زمان‌های مختلف را نخواهد داشت. در همین رابطه پیشنهاد می‌گردد که نمایندگان بنگاه‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای خصوصی و به طور مشخص سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور و واحدهای استانی تابعه، با اتخاذ رویکردی موقعیت‌محور و بر اساس ملاک‌های موضوعی؛ جغرافیایی؛ ارباب‌رجوع خدمات؛ سطوح حرفه‌ای و جمعیت‌شناختی مخاطبان؛ و البته مقیاس اقتصادی فعالیت‌های آنان، حوزه‌های کارکردی اولویت‌دار و برخوردار از مزیت نسبی اقتصادی برای مشاوران خصوصی را تعیین و به اعضای خود معرفی نمایند. در عین حال طبقه‌بندی حوزه‌های خدمات‌رسانی مشاوران ترویج خصوصی و اولویت‌بندی ارائه شده در این پژوهش نیز، به نوبه خود می‌تواند در کمک به پی‌ریزی طرح‌های تحقیقاتی اقتضایی مشابه با هدف تسهیل توانمندسازی و نهادینه‌سازی بنگاه‌های اقتصادی مربوطه در نظام ترویج کشاورزی کثرت‌گرای کشور، هدایت‌گر و راهگشا باشند.

## مراجع

- شاقلی، ر. و علی‌میرزایی، ع. (۱۴۰۰). شایستگی‌های حرفه‌ای تقاضا مدار برای محتواگزینی دوره‌های آموزش کشاورزی از دیدگاه خبرگان. فصل‌نامه علمی پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. شماره ۵۷ و ۵۸. تابستان و پاییز ۱۴۰۰. صص ۷۳-۸۸.
- پورکریمی، ج. و همکاران (۱۳۹۶). اثر میانجی تعهد حرفه‌ای در رابطه بین صلاحیت حرفه‌ای و عملکرد شغلی (مورد مطالعه: کارشناسان آموزش دانشگاه تهران). مجله مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۱۵، شماره ۴. صص ۸۳۳-۸۵۶.
- علی‌میرزایی، ع. (۱۳۹۵). طراحی الگوی نهادینه‌سازی مشارکت بخش خصوصی برای نظام ترویج کشاورزی کثرت‌گرا (مورد مطالعه: استان‌های البرز و تهران). رساله دکتری تخصصی. دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران.
- Asadihkoob, H. and Ebrahimi, M. S. (2015). Farmer's Attitude to Agricultural and Rural Development in Southwest Iran. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, Vol. 5, Pp 86-90.
- Gemo, H. R. et al. (2013). The Role of a Pluralistic Extension System in Enhancing Agriculture Productivity in Mozambique. *South African Journal of Agricultural Extension*, Vol. 41, Pp 59-75.
- Hellin, J. (2012). Agricultural Extension, Collective Action and Innovation Systems: Lessons on Network Brokering from Peru and Mexico. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 18, Pp 141-159.

- Ingram, J. (2015). Framing Niche-Regime Linkage as Adaptation: An Analysis of Learning and Innovation Networks for Sustainable Agriculture Across Europe. *Journal of Rural Studies*, Vol. 40, Pp 59-75.
- Jiggins, J. (2016). Innovation Platforms and Projects to Support Smallholder Development-Experiences from Sub-Saharan Africa. *Journal of Cahiers Agriculture*, Vol. 25, 64002. DOI: 10.1051/cagri/2016051
- Kaur, J. et al. (2014). Attitude of Farmers towards Privatization of Agricultural Extension Services. *Research journal of Agricultural Science Digest*, Vol. 34, Pp 81-86.
- Klerkx, L. et al. (2012). Advances in Knowledge Brokering in the Agricultural Sector: towards Innovation System Facilitation. *Journal of IDS Bulletin*, Vol. 43, Issue 5, Pp 53-60.
- Kidd, A. D. et al. (2000). Privatizing Agricultural Extension: Caveat Emptor. *Journal of Rural Studies*, Vol. 16, Pp 95-102.
- Mengal, A. A. (2014). Historical Overview of Agricultural Extension Services in Pakistan. *Journal of The Macro Theme Review*, Vol. 3, Pp 23-36
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2013). *Agricultural Innovation Systems: A Framework for Analyzing the Role of Government*. OECD Publishing, Paris, France.
- Okorley, E. L. et al. (2010). Towards A Cross-Sector Pluralistic Agricultural Extension System in A Decentralized Policy Context: A Ghanaian Case Study. *Journal of Sustainable Development in Africa*, Vol. 12, No 4, Pp 1-10.
- Pretty, J. N. (1995). *Regenerating Agriculture: Policies and Practice for Sustainability and Self-reliance*. The Joseph Henry Press book. International Institute for Environment and Development, London.
- Ragasa, C. (2016). Factors Affecting Performance of Agricultural Extension: Evidence from Democratic Republic of Congo. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, Vol. 22, Pp113-143.
- Rasouliazar, S. et al. (2011). The Investigation Perception of Agricultural Extension Agents about affective Factors on Effectiveness of Agricultural Advisory Services Companies in Iran. *Journal of American Science*, Vol. 7, Pp 445-451. Retrieved from <http://www.americanscience.org>.
- Rivera, W. M. and Alex, G. (2004). *Decentralized Systems: Case Studies of International Initiatives*. Washington, DC: The World Bank.
- Rivera, W. M. and Qamar, M. K. (2003). *Agricultural Extension, Rural Development and The Food Security Challenge*. Rome. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Retrieved from <http://www.fao.org>.
- Samy, M. et al. (2003). Structural Change in Agriculture: Privatization of Information and the Role of Extension. AIAEE 2003. *Proceedings of the 19th Annual Conference*. Raleigh, North Carolina, USA.
- Schut, M. et al. (2014). Systems Approaches to Innovation in Crop Protection. A Systematic Literature Review. *Journal of Crop Protection*, Vol. 56, Pp 98-108.
- Schut, M. et al. (2015). RAAIS: Rapid Appraisal of Agricultural Innovation Systems. (Part II). Integrated Analysis of Parasitic Weed Problems in Rice in Tanzania. *Journal of Agricultural Systems*, Vol. 132, Pp 12-24.
- Schut, M. et al. (2016). Innovation Platforms: Experiences with their Institutional Embedding in Agricultural Research for Development. *Journal of Experimental Agriculture*, Vol. 52, Pp 537-561.
- Schut, M. et al. (2016). Sustainable Intensification of Agricultural Systems in the Central African Highlands: The need for institutional innovation. *Journal of Agricultural Systems*, Vol. 145, Pp 165-176.
- Temel, T. et al. (2003). Systems Analysis by Graph Theoretical Techniques: Assessment of the Agricultural Innovation System of Azerbaijan. *Journal of Agricultural Systems*, Vol. 77, Pp 91-116.
- Tobin, D. et al. (2013) Factors Affecting Growers' On-farm Food Safety Practices: Evaluation Findings from Penn State Extension Programming. *Journal of Food Control*, Vol. 33, Pp 73-80.



Original Article (Quantified)

# Services with a comparative advantage for the development of private consulting businesses in the agricultural employment market

Irfan Alimirzaei<sup>1</sup>, Seyyed Mahmoud Hoseini<sup>2</sup>

1- Assistant Professor of Agricultural Education and Extension Institute; Agricultural Research, Education and Promotion Organization; Tehran; Iran

2- Professor, Department of Agricultural Promotion and Education, Faculty of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran, Karaj, Iran

**Receive:**

24 September 2022

**Revise:**

08 November 2022

**Accept:**

29 December 2022

**Keywords:**

Agricultural innovation system  
promoting pluralistic agriculture  
private consulting services  
professional competence  
comparative advantage in services

**Abstract**

The current research aimed to identify the functional areas with relative advantage to help empower and develop private agricultural extension consultants and related economic enterprises at the level of two provinces of Tehran and Alborz. Based on this, considering the possibility of applying the findings in the field of practice, this research is among the decision-oriented applied research in terms of general orientation and goal. From the point of view of the researcher's degree of control over the variables under study and the background conditions of the research, it is considered a type of non-experimental research that describes the phenomena under investigation in a single period of time. The statistical population of the research included 25 key experts from the public and sectors, whom were purposefully selected and examined. The research method was based on documentary studies, semi-structured interviews, and quantitative survey using a researcher-made questionnaire. In order to identify functional gaps in the field of performance of private promotion companies, or in other words, to identify the degree of relative advantage of the various service delivery areas of the mentioned companies in the region, the weighted average score of the differences using the needs assessment relationship was calculated. Based on the findings from the analysis of the opinions of knowledgeable sample people and the calculated relative advantages, "advertising, stimulating, organizing and strengthening the demand dimension for research and development processes and agricultural innovations" is the most prioritized; and "Implementation of monitoring and evaluation plans to ensure the quality of promotion and evaluation services from active businesses in the region" were identified as the least priority service areas for focusing on the role of private agricultural consultants in the region.

**Please cite this article as (APA):** alimirzaei, I., & hoseini, S. M. (2023). Services with a comparative advantage for the development of private consulting businesses in the agricultural employment market. *New Approaches in Management and Marketing*, 1(1), 159-172. doi: 10.22034/jnamm.2023.423064.1025



<https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423064.1025>



**Publisher:** Institute of Management fekrenoandish

**Creative Commons:** CC BY 4.0



**Corresponding Author:** Irfan Alimirzaei

**Email:** e.alimirzaei@gmail.com