###### 28

###### آزاد.jpeg

###### دانشگاه آزاد اسلامي

###### واحد تهران مرکز

**موضوع:**

**بررسي و شناخت نيازهاي آموزشي – ترويجي کيوي کاران استان مازندران**

**چکيده**

تحقيق حاضر به بررسي و شناخت نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران استان مازندران (شهرستانهاي تنكابن و چالوس) پرداخته است. اين تحقيق از نوع کاربردي و به روش توصيفي، همبستگي مي باشد كه شيوه اجراي آن به صورت ميداني و با استفاده از پرسشنامه صورت گرفته است. جامعه آماري اين تحقيق شامل 7132 نفر از کيويکاران شهرستانهاي تنکابن وچالوس در سال زراعي 1385-1384 مي باشد و در همين راستا جمعيت مورد مطالعه بر اساس فرمول کوکران 360 نفر برآورد شده است و روش نمونه گيري بصورت تصادفي ساده مي باشد . براي تجزيه و تحليل داده ها از نرم افزارspsswin استفاده
شده است .

 نتايج نشان مي دهد که ميزان نيازهاي آموزشي - ترويجي کيويکاران در کليه مراحل کشت کيوي؛ اعم از احداث باغ، کاشت، داشت، برداشت و انبارداري درحد متوسط به بالامي باشد. همچنين مهمترين کانال
آموزشي و ترويجي استفاده شده در خصوص کشت کيوي، مشاهده فعاليت سايرکيويکاران مي باشد ضمن اينکه استفاده از مجلات و نشريات آموزشي - ترويجي، استفاده از کلاسهاي آموزشي، استفاده از برنامه هاي آموزشي - ترويجي تلويزيون و راديو، تماس با مروجين و تماس با کارکنان جهاد کشاورزي در حد کم صورت گرفته است.

نتايج حاصل از ضريب همبستگي نشان مي دهد كه بين متغير هاي مستقل؛ سطح تحصيلات، سابقه کشت کيوي، سطح کشت کيوي، تماس با کارکنان جهاد کشاورزي، تماس با مروجان، استفاده از کلاسهاي آموزشي و ترويجي، استفاده از مجلات و نشريات آموزشي و مشاهده فعاليت ساير کيويکاران با متغير وابسته ميزان نيازهاي آموزشي - ترويجي کيويکاران رابطه معکوس وجود دارد ولي بين متغير دسترسي به مناطق شهري با متغير ميزان نياز آموزشي رابطه مثبت وجود دارد. ضمن اينکه بين
متغيرهاي؛ سن، درآمد، تعداد افراد تحت تکفل، عملکرد محصول کيوي، استفاده از برنامه هاي آموزشي راديو و تلويزيون با متغير ميزان نياز آموزشي رابطه اي مشاهده نمي گردد. نتايج حاصل از تأثير فردي متغيرهاي مستقل بر متغير وابسته نشان مي دهد که جنسيت، تأهل، شغل اصلي، نوع مالکيت،عضويت در تعاوني کيويکاري بر ميزان نياز آموزشي مؤثر است ولي تسهيلات حمايتي بر ميزان نياز آموزشي تأثيري نداشته است.

نتايج حاصل از رگرسيون چند متغيره درخصوص تأثيرات متغيرهاي مستقل تحقيق بر ميزان نيازهاي آموزشي - ترويجي کيويکاران بيانگر آن است كه به ترتيب متغيرهاي سابقه کشت کيوي، استفاده از کلاسهاي آموزشي - ترويجي، مشاهده فعاليت ساير کيويکاران و تماس با مروجان تأثيرمنفي بر ميزان نيازهاي آموزشي داشته اند. ولي متغير دسترسي به مناطق شهري بر ميزان نيازهاي آموزشي تأثير مثبت داشته است.

**واژگان كليدي: نیاز سنجی آموزشی ، فعالیتهای ترویجی ، کیویکاران ، کیوی.**

**1-1- مقدمه[[1]](#footnote-1)**

فصل اول

طرح تحقيق

رشد وتوسعه بخش كشاورزي از مصاديق بارز توسعه ملي، اقتصادي و در نهايت امنيت ملي هر كشور محسوب مي شود. بر مبناي تجربه هاي به دست آمده از كشورهاي توسعه يافته وحتي برخي كشورهاي همسايه، رشد بخش كشاورزي را مي توان زيربنا و بستر توسعه صنعتي ، بخش خدمات، بهداشت غذائي و ... در اقتصاد ملي هر كشور محسوب نمود، به عبارت ديگر بخش كشاورزي نقش موتور و نيرو دهندة توسعه را برعهده دارد. زيربخش باغباني نيز به دليل داشتن مزيتهاي خاص نسبت به ساير زيربخشهاي كشاورزي و همچنين ديگر بخشهاي اقتصادي، داراي ظرفيتهاي ويژه اي جهت توسعه بخش كشاورزي در راستاي تحقق اهداف توسعه ملي است.

به اعتقاد كارشناسان، مزيت اقتصادي كه در فعاليتهاي باغداري وجود دارد در بخش زراعي كمتر به چشم
مي خورد، قيمت محصولات باغي به مراتب از محصولات زراعي در بازارهاي جهاني بيشتر است و از اينرو مي توان به درآمدهاي ارزي مناسب وبهره گيري بهتر از مزيت هاي موجود( شرايط اقليمي، دسترسي به بازارهاي خارجي و ...) نائل آمد. تنوع آب وهوا و كشت وپرورش طبيعي انواع ميوه و تره بار در ايران با بهره گيري از منابع طبيعي خاك وآب و بهره گيري از تابش مستقيم خورشيد سبب شده است كه محصولات باغي ايران، از مزيتهاي بهداشتي ومرغوبيت در طعم و مزه برخوردار شود.

از اينرو با سرمايه گذاري در ايجاد صنايع تبديلي و نگهداري، تجهيزات حمل و نقل و حضور موثر در بازارهاي جهاني (نمايشگاههاي معتبر صنايع غذايي و محصولات كشاورزي در اروپا وشرق آسيا) مي توان زمينة گسترش صادرات محصولات باغي كشور را فراهم آورد.

يكي از محصولات بسيار ارزنده و گرانبها كه مي تواند در صورت ازدياد توليد و صدور به خارج مقاديري از ارز كشور را تأمين نمايد ميوه كيوي (كيوي فروت ) است.

نام اصلي اين ميوه Chinese gooseberry يا انگور فرنگي چيني است. كيوي، ميوه بومي مناطق جنوب غربي چين است. در اوائل دهه 1920 توليد آن در مناطق جنوب شرقي آسيا، ژاپن و نيوزیلند آغاز شد ودر اوائل دهه 1960 با صدور اولين محموله انگور فرنگي چيني از سوي نيوزیلند، صادركنندگان براي اين ميوه نام كيوي را كه در اصل نام پرنده ملي اين كشور است برگزيدند. كيوي از جمله گياهان مناطق نيمه گرمسيري است و در مقابل سرما بسيار مقاوم مي باشد. گونه هاي كيوي به شكلهاي زينتي و خوراكي در جهان كشت مي شوند. درخت كيوي به درخت انگور شباهت بسيار دارد و داراي ساقه خزنده با برگهاي قلبي شكل است. همچنين اين ميوه گياهي است دو پايه كه با توجه به خصوصيات گلهاي نر و ماده آن براي اينكه ميوه تشكيل گردد و اختلالات تلقيحي و ريزش پيش نيايد مي بايد هنگام گرده افشاني تمام سطح كلاله به مقدار كافي دانه گرده دريافت نمايد كه اين عمل در شرايط طبيعي توسط حشرات به ويژه زنبور عسل( تا 96 درصد) و باد (تا 4 درصد ) صورت مي گيرد.

لازم به ذكر است كه نهال كيوي به رطوبت زياد ( حداقل بارش سالانه 150 سانتي متر) ، آبياري مناسب در فصل رشد، نورآفتاب كافي در تابستان، دماي خنك پائيزي براي كامل شدن ميوه و زمستانهاي نسبتاً سرد براي طعم بخشيدن به ميوه نياز دارد. خاك مناسب جهت كاشت كيوي، خاك عميق حاصلخيز و داراي هوموس مي باشد، كه PH آن نبايد از 9/6 تجاوز كند. زمان كاشت نهال كيوي در اواخر زمستان يا اوائل بهار است، كه پس از 4 سال به بهره دهي مي رسد.

اين ميوه داراي ظاهري كشيده و استوانه شكل بوده، پوست آن بسيار نازك و به رنگ قهوه اي مي باشد و از كركهاي كوتاه و پرپشت پوشيده شده است. ميوه كيوي سفت اما گوشتي و آبدار است، قسمت گوشتي آن به رنگ سبز و حاوي دانه هاي ريز و سياهرنگ خوراكي است كه بسيار معطر و خوش طعم وسرشار از ويتامين C بوده و ميزان آن 10 برابر ويتامين C موجود در ليموترش است.

بر حسب واريته هاي مختلف، وزن هر عدد ميوه كيوي بين 30 تا 200 گرم مي باشد. واريته " هايوارد" معروفترين و پرمحصول ترين رقم كيوي در جهان است كه گرد و تخم مرغي شكل است و در اواسط آبان ماه مي رسد. " آبوت" كه فصل برداشت آن در اواخر مهر ماه است نسبتاً كشيده تر از واريته هايوارد است." برونو" استوانه اي شكل بوده و قسمت بالا وپايين آن كروي است. " مانتي " نيز به شكل گلابي است و رنگ آن قهوه اي روشن مي باشد كه در آذرماه مي رسد.

حال به منظور پرورش ميوه كيوي در ايران، با توجه به بيان مطالبي در خصوص آب و هوا وشرايط اقليمي مورد نياز آن ( آب ، رطوبت ، حرارت، آفتاب و خاك ...) مي توان گفت كه در ايران بويژه قسمت مهمي از منطقه شمال ( گيلان و مازندران ) يعني از آستارا تا ساري براي كشت اين ميوه مساعد و مناسب مي باشد. كيوي، اين طلاي سبز كه مي تواند هرساله به ما محصول فراواني دهد، جا دارد كه باغداران توليد كننده آن از طريق آموزش در خصوص نحوه صحيح كشت و كار و برداشت و نگهداري اين ميوه اطلاعاتي بدست آورده تا بتوانند در جهت توسعه هر چه بيشتر اين محصول هم از لحاظ كمي و هم كيفي كوشا باشند.

از اينرو به منظور اثربخشي آموزش اين افراد(كيويكاران) ، مي بايد از نيازهاي آموزشي – ترويجي آنان در ارتباط با پرورش كيوي آگاه شد. زيرا نيازهاي آموزشي - ترويجي يكي از دروندادهاي اصلي سيستم آموزشي است كه مبناي اساسي طرح ريزي، اجرا و ارزشيابي فعاليتهاي سيستم قرار مي گيرد. در بسياري از مواقع فراگيران مجبور مي شوند مطالبي را ياد بگيرند كه عملاً در موقعيت شغلي شان كاربردي ندارد. اين مشكل جدا از تبعاتي كه دارد، ناشي از دو دليل است: عدم دقت در نيازسنجي و يا نبود خود نيازسنجي در فرآيند آموزش.

لازم به توضيح است كه شناخت اينگونه نيازها، احتياج به درك صحيحي از وضع موجود و تعيين اهداف معقولي به عنوان وضع مطلوب دارد تا به واسطه آن بتوان، فاصله ميان اين دو وضعيت را كاهش داد.

به طور كلي با در نظرگرفتن اهميت اقتصادي محصول كيوي، از يك سو به عنوان تأمين كننده بخش مهمي از درآمد خانوارهاي كيويكار واز سوي ديگر با عنايت به اينكه برخي از مناطق تحت كشت اين محصول از جمله شهرستانهاي تنكابن و چالوس از استان مازندران به علت دارا بودن پتانسيلهاي بالا به عنوان مراكز عمده كشت كيوي كه ارزش صادراتي نيز داشته مطرح گرديده اند، لذا اين تحقيق درصدد آن شده كه به بررسي نيازهاي آموزشي- ترويجي كيويكاران اين مناطق جهت ارائه برنامه هاي آموزشي مناسب در راستاي ارتقاي سطح كمي و كيفي محصول توليدي بپردازد.

**1-2- تعريف مسأله[[2]](#footnote-2)**

بررسي هاي انجام شده در زمينه بهترين مناطق جهت كشت كيوي در ايران، حاكي از آن است كه حاشيه درياي خزر و به ويژه نواحي مركزي كرانه هاي درياي خزر، مناسبترين مناطق براي كشت و توليد كيوي در ايران مي باشد. وجود رشته كوه البرز همچون سدي در جنوب اين ناحيه وموجوديت درياي خزر در شمال كرانه هاي درياي خزر باعث شده كه اين مناطق داراي آب و هوا وشرايط اقليمي بسيار مساعدي براي انواع فعاليتهاي گوناگون كشاورزي باشند. رطوبت فراوان، بارش سالانه به ميزان 300 تا 2000 ميليمتر پراكنش مناسب، تعداد ساعات آفتابي فراوان،فقدان يخبندان طولاني و زمستانهاي بسيار سرد، عدم وزش بادهاي شديد و بارش تگرگ و غيره از جمله خصوصياتي است كه نواحي مركزي درياي خزر را مي توان به عنوان بهترين منطقه براي كشت كيوي در جهان قلمداد كرد. درخت كيوي با توجه به شرايطي كه براي رشد و نمو نياز دارد، در نواحي مركزي كرانه هاي درياي خزر (غرب استان مازندران و شرق گيلان) وبيشتر در
ماسه زارهاي ساحلي به خوبي رشد مي كند.

حال، از ميان نواحي مركزي كرانه هاي درياي خزر، غرب استان مازندران بويژه شهرستانهاي تنكابن و چالوس داراي بيشترين اراضي جهت كشت كيوي مي باشند واين امر بدان علت است كه باغداران اين مناطق به صورت خودجوش و بدون آنكه دولت هزينه اي را متقبل شده باشد، بخشهاي بزرگي از باغهاي مركبات را به باغهاي كيوي تبديل كرده اند و در نتيجه توليد اين محصول به سرعت افزايش يافته است
( قنبري و ذاكري ، 1381 ، ص 52).

در حال حاضر با توجه به اظهارات مديريت جهادكشاورزي شهرستان تنكابن، از كل ميزان كيوي توليد شده در كشور كه حدود 70 هزار تن اعلام شده است، اين شهرستان با توليد سالانه بيش از 50 هزار تن كيوي از سطحي معادل 2000 هكتار از اراضي شهرستان وميزان عملكردي بالغ بر 25 تن در هكتار، توانسته است 85 درصد از كيوي توليد شده در كشور را در اختيار داشته باشد كه از اين لحاظ رتبه نخست كشور را به خود اختصاص داده است( روزنامه آسيا، 25/8/1384،ص 1).

همچنين شهرستان چالوس نيز بر اساس آخرين آمارگيري در سال 1382، توانسته است با توليدي حدود 4967 تن كيوي از سطحي معادل 283 هكتار از اراضي شهرستان وميزان عملكردي بالغ بر 5/17 تن در هكتار، پس از تنكابن به عنوان يكي از توليد كنندگان عمده كيوي در استان به حساب آيد
(مركز آمار ايران، ارديبهشت 1384، ص 129).

با در نظر گرفتن سطح زيركشت كيوي در استان مازندران به ويژه غرب اين استان(شهرستانهاي تنكابن و چالوس) كه در بالا به آن اشاره شده است، نزديك به 8737 نفر در استان به كشت اين محصول اقدام نموده اند. كه از اين تعداد حدود 5632 نفر در تنكابن و 1500 نفر در چالوس مشغول به فعاليت
مي باشند.حال، در اين تحقيق با توجه به بررسي اجمالي كه در خصوص وضعيت وروند توليد كيوي وهمچنين تعداد بهره برداران مشغول به فعاليت در اين بخش در شهرستانهاي نام برده شده از استان مازندران صورت گرفته است، به تشريح و بيان مسأله از ابعاد اقتصادي و اجتماعي مي پردازيم.

محصول باغ كيوي بر طبق جدول (1-1) ، از نظر اقتصادي تا 25 سال قابل بهره برداري است و بطور متوسط محصول ساليانه آن در هر هكتار 20 تن مي باشد.

**جدول (1-1) توليد محصول کيوی در سنوات مختلف و بر حسب تن در هكتار**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **رديف** | **سنوات** | **وزن بر حسب تن در هكتار** |
| 1 | توليد محصول در سال سوم | 1 تن |
| 2 | توليد محصول در سال پنجم | 10 تن |
| 3 | توليد محصول در سال ششم | 12 تن |
| 4 | توليد محصول در سال هفتم | 17 تن |
| **5** | توليد محصول در سال هشتم | 20 تن |
| **6** | توليد محصول در سال نهم | 24 تن |
| **7** | توليد محصول در سال دهم تا بيستم هر سال | 24 تن |

**منبع : ( عباسپور ، 1370، ص 17)**

بر اين اساس با آنكه بازدهي مي بايد متناسب با سرمايه گذاري باشد، ولي وضع اقتصادي و وضع توليد دو عامل مهم و تعيين كننده در قيمتها خواهد بود. از اين رو در آبان ماه سال جاري (1384) هر كيلوگرم كيوي بر روي درخت 3 تا 3 هزار و 500 ريال خريداري شده است، كه به هنگام عرضه به بازار مصرف
( در محل سردخانه ) اين قيمت به بيش از دو برابر افزايش پيدا خواهد كرد.(خبرگزاري جمهوري اسلامي ، 22/8/1384، ص 1).

همچنين با توجه به آنكه هزينه احداث يك باغ يك هكتاری كيوي صرفنظر از خريد زمين در سال
 1385-1384 ، حدود 6 ميليون تومان برآورده شده است، ليكن در مدت بيست سال ، سود دهي سرمايه در اين رشته اقتصادي بيش از 50 درصد مي باشد.

از اينرو، سود سرشاري كه با محاسبه تمام معيارها واحتمالات مثبت و منفي از كشت اين محصول عايد كيويكاران مي شود، بسياري از ساكنين روستاهاي غرب اين استان را بر اين امر تشويق نموده است كه با تبديل باغات مركبات و يا شاليزارهاي خود به اراضي كيويكاري از اين محصول به عنوان منبع درآمدي براي معيشت خانواده هاي خود استفاده نمايند.

از ديدگاه اجتماعي نيز مي توان اذعان نمود كه بهبود وضعيت اقتصادي كيويكاران منطقه، از يك سو منجر به تامين رفاه و آسايش هر چه بيشتر خانواده هاي آنان مي شود و از سوي ديگر با اشتغال روستائيان به خصوص جوانان منطقه در اين رشته سودآور از معضل بيكاري و مهاجرت بي رويه آنان به شهرهاي صنعتي و بزرگ جلوگيري بعمل مي آيد.

با توضيحاتي كه در مورد ابعاد اقتصادي و اجتماعي مسئله داده شده است وبه منظور تحقق اين هدف كه صنعت كيويكاري از رونق اقتصادي عميق وگسترده تري برخوردار گردد، آموزش اثربخش كه به عنوان نياز هر فرآيند آموزشي و ترويجي محسوب مي شود مورد توجه قرار گرفته است. اين آموزش مي بايد با توجه به شناخت ويژگيهاي شخصي و نيز نيازهاي شغلي و علائق عاطفي وانگيزه هاي اجتماعي ارائه گردد.

لذا، اين تحقيق درصدد است تا نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران استان مازندران (شهرستانهاي تنكابن و چالوس) را مورد شناسايي قرار دهد .

شواهد حاكي از آن است كه بسياري از كيويكاران داراي اطلاعات تجربي بوده كه براي افزايش توليد نيازمند دانش و اطلاعات حرفه اي مي باشند كه مي بايد از طريق آموزشهاي ترويجي به آنها ارائه گردد. اين امر خود مستلزم بررسي نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران، سنجش ميزان دانش و اطلاعات حرفه اي موجود آنها در زمينه پرورش كيوي، اولويت بندي اينگونه از نيازها و در نهايت شناسايي عوامل موثر بر نيازهاي آموزشي - ترويجي آنان مي باشد. بدين منظور ضمن افزايش درآمد كيويكاران از طريق افزايش راندمان در واحد سطح و افزايش كيفي توليدات آنان از طريق ارائه آموزشهاي مناسب و با لزوم توجه به برآورد نيازهاي اساسي و واقعي آنان، در نهايت فوائدي متقابل هم براي براي كيويكاران و هم براي اقتصاد كشور در كل بوجود مي آيد و در نتيجه از هدر رفتن سرمايه هاي ملي و شخصي باغدار نيز جلوگيري مي گردد.

**1-3- اهميت موضوع[[3]](#footnote-3)**

با در نظر گرفتن مزيت نسبي فعاليتهاي باغباني نسبت به ساير فعاليتهاي بخش كشاورزي، مي توان اظهار داشت كه اين مزيت عمدتاً از يك سو ناشي از قابليتهاي اقتصادي و توان رقابت در بازارهاي جهاني محصولات كشاورزي است و از سوي ديگر برگرفته از قابليت كشت محصولات باغي در زمينه هايي است كه امكان كشت وكار ساير محصولات در آنها ميسر نمي باشد( حاجي پور، 1382، ص 18). در اين ميان، كيوي يكي از محصولات استراتژيك و صادراتي كشور محسوب مي شود. افزايش روز افزون سطح زير كشت كيوي طي دهه اخير و كيفيت بالا و بازار پسند آن موجب گرديد كه اين محصول خود به خود پس از فتح بازارهاي داخلي به بازارهاي بين المللي سرريز شود و رشد معني داري را در صادرات ميوه كشور تثبيت نمايد ( مهاجر، 1381، ص1). از لحاظ صادرات، كيوي ايران براي اولين بار در سال 1366 به ميزان 1 تن صادر شد و در سال 1377 ميزان صادرات آن به حدود 20 هزار تن بالغ گرديد. با توجه به استقبال گسترده مردم جهان از اين ميوه، به همان نسبت تقاضا براي خريد آن رو به افزايش رفته است، لذا اين امر موجب شده است كه صادرات كيوي در ايران روند صعودي داشته باشد.

امروزه كيوي ايران علاوه بر كشورهاي آسياي ميانه و حاشيه خليج فارس درساير كشورها نيز همچون تركيه، لبنان، سوريه، اروپاي غربي، تايوان ، اندونزي و ... طرفداران زيادي دارد واگر برنامه اي براي توليد صادرات اين محصول تدوين واجرا شود و همه بخش ها نيز از آن حمايت كنند مي توان به جذب هر چه بيشتر بازارهاي جهاني اميدوار بود( بي نام ، 1381، ص 1).

لازم به توضيح است كه موفقيت در توليد و صادرات هر كالا يا محصول خاص، نيازمند وجود مزيت نسبي هم در توليد وهم در صادرات آن مي باشد. از اينرو، ميوه كيوي در توليد واجد مزيت نسبي مي باشد و وجود اين مزيت در صادرات آن نيز با بررسي هاي انجام شده مورد تاييد قرار گرفته است، كه اين امر در واقع حاكي از سهم نسبي كشور ايران در صادرات ميوه كيوي بين كشورهاي عمده صادركننده و جايگاه بين المللي آن مي باشد. در حال حاضر ايران بعد از كشورهاي نيوزیلند، شيلي ويونان ، رتبه چهارم را از نظر سهم نسبي صادرات اين ميوه به خود اختصاص داده است، در حاليكه از لحاظ توليد و صادرات آن رتبه ششم را در بين كشورهاي توليد كننده عمده دارا مي باشد (قنبري و ذاكري، 1381، ص 54).

يكي از امتيازات كيوي ايران تفاوت در فصل برداشت اين محصول با كشورهاي نيمكره جنوبي مي باشد. كيوي نيوزیلند از ماه ژوئن تا اواخر پائيز در بازارهاي اروپا عرضه مي شود و اين درست زماني است كه كيوي ايران برداشت شده است و به صورت تازه براي عرضه به بازار آماده مي باشد. به دليل تقارن برداشت محصول در ايران با جشنهاي سال نو ميلادي بازار مناسبي براي عرضه اين محصول (به جهت تمايل مردم اروپا به خزيد كيوي تازه) وجود دارد. در ضمن، دراين فصل از توليد كيوي در كشورهاي نيمكره جنوبي (نيوزیلند و شيلي) كه بزرگترين رقباي صادراتي ايران به حساب مي آيند خبري نيست ( اعتماد، 1381، ص107). از ديگر امتيازات توليد كيوي درايران آن است كه به علت عدم استفاده از سموم شيميايي وكودهاي غيرمجاز، سالم ترين كيوي در دنيا شناخته شده است.

 به طور كلي ميزان توليد محصول كيوي در سه استان مازندران، گيلان وگلستان كه توليد كنندگان اصلي اين محصول در كشور به شمار مي آيند، 70 هزار تن اعلام شده است ( روزنامه آسيا، 25/8/1384،
ص 1). در اين ميان، استان مازندران به ويژه غرب آن به دليل داشتن شرايط اقليمي مساعدتر و گستردگي باغات كيوي توانسته است مقام نخست كشور را جهت توليد اين محصول به خود اختصاص دهد. بطوريكه، پيش بيني شده است كه در سال جاري (آبان 1384) ، 65 هزار تن محصول كيوي از سطحي معادل 3400 هكتار از باغات استان برداشت گردد. اين ميزان از توليد نشان دهنده آن است كه محصول كيوي در اين استان نسبت به سال گذشته حدود 10 تا 15 درصد افزايش يافته است( خبرگزاري جمهوري اسلامي ، 22/8/1384 ، ص 1). بر حسب تجربه هاي سالهاي اخير، بازار داخلي تنها قادر به جذب يك چهارم (10 تا 15 درصد) از كيوي توليد شده در اين استان خواهد بود و در نتيجه مابقي اين محصول يعني سالانه بيش از 40 هزار تن از آن مي بايد به بازارهاي خارجي به ويژه كشورهاي اروپايي وآسياي ميانه صادر گردد
( روزنامه آسيا، 25/8/1384 ، ص1).

گفتني است كه 90 درصد كيوي توليدي اين استان از نوع هايوارد مي باشد كه نسبت به بقيه انواع،
درشت تر و داراي كيفيت بهتري است و با توجه به بازار پسندي آن از قابليت صادراتي نيز برخوردار
مي باشد (خبرگزاري جمهوري اسلامي، 22/8/1384، ص 1).

همچنين سهم عمده اي از صادرات كيوي كشور به شهرستان تنكابن تعلق دارد، بطوريكه در سال 1383 بيش از 20 هزار تن كيوي از اين شهرستان صادر گرديد كه از اين مقدار فقط 7 هزار تن آن بصورت رسمي و 13 هزار تن بطور غيررسمي يعني بدون اخذ مجوز قرنطينه بهداشتي و از مبادي خروجي ساير استانها صادر شده است (خبرگزاري مهر، 5/4/1383، ص 1).

در خصوص صادرات اين محصول از شهرستان چالوس نيز، با توجه به آنكه بعد از تنكابن به عنوان دومين توليد كننده عمده در استان به شمار مي آيد، تاكنون گزارشي ارائه نشده است.

بنابراين با در نظر گرفتن موارد ذكر شده مي توان به اهميت اين محصول به عنوان يك كالاي غيرنفتي كه از طريق صادرات سبب ارزآوري براي كشور مي شود اشاره كرد. به همين منظور باغداران و خانوارهاي روستايي كه به كشت كيوي مي پردازند جهت افزايش كمي وكيفي محصول خود نيازمند اطلاعات آموزشي مي باشند.

امروزه، آموزش مقدمه و وسيله آغاز بلوغ فكري و تعميق قدرت تفكر و تحليل هاي ذهني در افراد و لذا اسباب استراتژيك تحول و توسعه اجتماعي و مالاً سازندگي جامعه مي باشد( شهبازي، 1375).

به عبارت ديگر، آموزش مكانيسم كليدي براي توسعه مهارتهاي افراد و پيشرفت منابع انساني است (ونتلینگ، 1375، ص 9). بنابراين اگر مهارتهاي مردم افزايش يابد، آنها بيشتر توليد خواهند كرد و بيشتر در جهت تامين رفاه وآسايش خانواده، جامعه وكشور خود تلاش خواهند كرد. در يك تفسير ساده مي توان گفت كه گسترش آموزش در يك جامعه، باعث كاهش نرخ رشد جمعيت كه معضل عظيمي در كشورهاي در حال توسعه است، مي شود. از طرفي ديگر، توسعه آموزش ، سبب افزايش طول عمر وانتظار زندگي
 مي شود كه اين امر خود نيز سبب افزايش فعاليت جهت بهبود زندگي اقتصادي و اجتماعي مي شود
 ( حسنيون،1370).

به طور كلي، سهم آموزش در پيشرفت اقتصادي از طريق توانايي و افزايش بهره دهي نيروي كار موجود با استفاده از آموزش عمومي و تخصصي (فني وحرفه اي) است. مطالعات در آمريكا نشان داده كه 10 درصد افزايش در آموزش كشاورزي، باعث 3 تا 5 درصد افزايش در بهره دهي مي شود. در حاليكه همين مقدار سرمايه گذاري در زمين يا كودهاي شيميايي ويا ماشين آلات فقط 1 تا 2 درصد افزايش بهره دهي خواهد داشت ( همان منبع ).

 چنانچه ملاحظه مي شود، آموزش اساسي ترين عامل در رشد و توسعه اقتصادي و اجتماعي است و
سرمايه گذاري در آن بدليل كمبود نيروي انساني ماهر و حرفه اي در كشور بسيار مهم و با ارزش است. البته سرمايه گذاري در امر آموزش بايد همراه با سرمايه گذاري در ساير خدمات اجتماعي نظير بهبود تغذيه و بهداشت، مسكن وغيره باشد تا تأثير مثبت و فزاينده اي بر روند توسعه اقتصادي واجتماعي داشته باشد (همان منبع).

حال، به منظور همياري وارائه آموزشهاي مناسب به اين افراد مي بايد نيازهاي آموزشي - ترويجي آنها شناسايي و تحقيقات بر اساس نوع نيازهاي آنان صورت پذيرد، سپس نتايج تحقيقات كاربردي وتكنولوژيكي جديد در مواقعي كه كشاورزان به آن نيازمند مي باشد در دسترس آنها قرار گيرد
(خيري، 1383).

در اين صورت با يك برنامه ريزي صحيح واصولي جهت اجراي نيازسنجي كيويكاران منطقه، مي توان به ايجاد زمينه مناسب براي ارتقاء سطح كمي وكيفي محصول كيوي اميدوار بود.

با توجه به اهميت و نقش ميوه كيوي به عنوان يك محصول صادراتي، ساير موارد ذيل مي تواند در اهميت موضوع تحقيق مدنظر باشد:

* توجه به نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران باعث افزايش توليد در واحد سطح و ارتقاء سطح كيفيت و رشد اقتصادي و اجتماعي منطقه مي گردد.
* اين محصول استراتژيك به عنوان منبع درآمدي براي معيشت خانواده هاي روستايي وهمچنين
فارغ التحصيلان كشاورزي و ساير افراد به حساب مي آيد.
* اشتغال زايي اين محصول در منطقه، نه تنها موجب ممانعت از مهاجرت روستائيان به خصوص جوانان به شهرهاي بزرگ مي شود بلكه سبب جلب مهاجرت افراد از ساير مناطق به استان مازندران نيز مي گردد.
* آشنايي با نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران منطقه مشخص مي كند كه چه كساني نياز به آموزش دارند وآموزشهاي مورد لزوم آنها چه مي باشد.
* شناسايي نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران منطقه از يك سو سبب بهبود كارايي آنها مي شود و از سوي ديگر موجب صرفه جوئي در زمان و نيروي كار مروجين، كارشناسان و بطور كلي واحدهاي مراكز خدمات كشاورزي مي گردد.

 **1-4- دلايل انتخاب موضوع**

از لحاظ اقتصادي، توليد و صادرات كيوي داراي ارزش افزوده بيشتري است و ارز مناسبي را براي كشور به همراه دارد. از طرفي كيوي در مقايسه با ساير اقلام محصولات كشاورزي، از قيمت مناسبي برخوردار است واگر چه ايجاد باغهاي تازه به سرمايه گذاري بيشتري نياز دارد اما هزينه توليد وبرداشت آن بسيار كمتر از ساير محصولات و براي نمونه مركبات است(مهاجر، 1381، ص1).

بنابراين، همه شواهد حكايت از آن دارد كه كيويكاري سود مناسبي را براي باغدار ، بازرگان و صادركننده و ساير عوامل دست اندر كار توليد و صادرات آن دارد. لازم به ذكر مي باشد كه قيمت تمام شده محصول نيز در سطحي است كه كيوي ايران را از قدرت رقابتي بهتري در برابر توليدات ساير كشورها برخوردار مي كند و اين در حالي است كه كشت مركبات در طول بيش از نيم قرن، در استان مازندران به بن بست رسيده است و يكي از دلايل كشاورزان مازندراني به زراعت كيوي را همين نامتعادل بودن هزينه هاي توليد مركبات در برابر قيمت هاي مورد انتظار بازار داخلي و بين المللي تشكيل مي دهد ( مهاجر، 1381 ، ص 1). از اينرو با در نظر گرفتن مطالب ذكر شده لزوم توجه به نقش كيويكاران منطقه جهت توليد محصولي بيشتر و با كيفيت بهتر صد چندان مي شود و ضرورت ارائه آموزشهاي مناسب و مقتضي با برنامه ريزيهاي صحيح به آنها بيش از پيش نمايان مي گردد.

حال به منظور آنكه اينگونه آموزشها براي كيويكاران مؤثر واقع شود و از هدر رفتن سرمايه، وقت و توان اين افراد جلوگيري به عمل آيد، مي بايد نيازهاي آموزشي- ترويجي آنان مورد بررسي قرار گيرد. زيرا از آنجائيكه آموزش، يكي از ابزارهاي مداخله توسعه محسوب مي گردد، تعيين نياز
آموزشي - ترويجي به نوعي مي تواند تعيين كننده نحوه دخالت در فرآيند توسعه كشاورزي باشد.برآورد اين نوع از نياز يك فرآيند نسبي است و هيچ وقت به طور كامل انجام نمي شود، زيرا شرايط جامعه هدف كه بر مبناي آن نيازها تعيين مي شوند در حال تغيير است. بنابراين، نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران نيز به عنوان يك گروه اجتماعي همواره درحال تحول مي باشد( شعبانعلي فمي، 1380، ص42).

به طور كلي ، انگيزه و دلايل انتخاب موضوع به شرح ذيل مي باشد:

1. عدم بررسي و توجه به نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران استان مازندران تا به امروز، به ويژه در شهرستانهاي تنكابن و چالوس كه از توليد كنندگان عمده اين محصول به شمار مي آيند؛
2. اهميت اقتصادي ميوه كيوي به عنوان يك محصول استراتژيك و ارز آور براي كشور و همچنين به عنوان منبع درآمدي براي كيويكاران؛
3. افزايش توليد كيويي با كيفيت مطلوب تر از طريق افزايش راندمان در واحد سطح واستفاده از ارقام پرمحصول توسط كيويكاران جهت جلوگيري از تبديل هر چه بيشتر باغات مركبات به اراضي كيويكاري؛
4. انطباق برنامه هاي تهيه شده توسط كارشناسان متخصص با امكانات موجود در منطقه، جهت ارائه به كيويكاران ؛
5. عملياتي نمودن يافته هاي تحقيق جهت ارائه آموزشهاي مناسب و اثر بخش به كيويكاران منطقه، به شرط آنكه از سوي مسئولين ذيربط حمايت گردد.

**1-5- اهداف تحقيق**

**1-5-1- هدف كلي**

هدف كلي تحقيق بررسي و شناخت نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران استان مازندران (شهرستانهاي تنكابن و چالوس) مي باشد كه براي رسيدن به اين هدف، اهداف ذيل مي بايد مورد توجه قرار گيرد:

**1-5-2- اهداف اختصاصي [[4]](#footnote-4)**

1- آشنايي با ويژگيهاي فردي ، اقتصادي و فعاليتهاي باغداري كيويكاران شهرستانهاي تنكابن و چالوس

2- شناسايي و اولويت بندي نيازهاي آموزشي – ترويجي کیویکاران ؛

3- بررسي عوامل مؤثر بر رفع يا كاهش نيازهاي آموزشي - ترويجي كيويكاران مناطق ذكر شده؛

4- شناسايی فعاليتهای آموزشی - ترويجی انجام شده در زمينه کيويکاری؛

5- بررسي ميزان استفاده كيويكاران منطقه از كانالهاي ارتباطي جهت كسب اطلاعات در زمينه پرورش كيوي.

**1-6- محدوده هاي تحقيق**

محدوده هاي تحقيق از سه بخش مختلف قابل بررسي مي باشد :

**1-6-1– محدوده موضوعي[[5]](#footnote-5)**

محدوده موضوعي اين تحقيق بررسي و شناخت نيازهاي آموزشي – ترويجي کيويکاران استان مازندران
( شهرستانهاي تنکابن و چالوس ) مي باشد. لازم به توضيح است که تحقيق حاضر به شناخت نيازهاي آموزشي - ترويجي کيويکاران مناطق مذکور در مراحل مختلف احداث باغ ، کاشت، داشت ، برداشت و انبار داری کیوی مي پردازد و در نهايت عواملي را که در کاهش و يا بر طرف نمودن نيازهاي آنان مؤثر
مي باشند مورد بررسي قرارمي دهد.

 1**-6-2– محدوده مکاني[[6]](#footnote-6)**

تحقيق حاضر از لحاظ جغرافيايي در محدوده استان مازندران انجام مي گيرد و محدود به کيويکاراني است که در شهرستانهاي تنکابن و چالوس به کشت اين محصول مشغول مي باشند. به منظور آشنايي با اين استان و شهرستانهاي مذکور آن در ذيل به توصيف سيماي کلي از آنها پرداخته شده است

1. -Introduction [↑](#footnote-ref-1)
2. - Statement of the problem [↑](#footnote-ref-2)
3. -Significance of the study [↑](#footnote-ref-3)
4. - Objectives [↑](#footnote-ref-4)
5. 5- Subjective domain [↑](#footnote-ref-5)
6. 6- Area domain [↑](#footnote-ref-6)