فرآیند تدوین برنامه عملیاتی پهنه تولیدی:

یکی از مهمترین محورهای عملیاتی پیش‌بینی شده در چارچوب نظام نوین ترویج کشاورزی، پهنه‌بندی عرصه‌های تولیدی و تدوین برنامه عملیاتی برای هر پهنه می‌باشد. پهنه‌بندی، ظرفیتی را ایجاد می‌نماید تا بر اساس یک برنامه اقدام مشخص برای هر مروج مسئول پهنه، بهره‌برداران دسترسی بیشتر و بهتری به خدمات ترویجی و یافته‌های تحقیقاتی پیدا کنند. از این رو گام نهایی در پهنه‌بندی عرصه‌های تولیدی، تدوین برنامه عملیاتی بر مبنای ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها، محدودیت‌ها و مقتضیات هر پهنه در چارچوب سیاست‌های کلان بخش و برنامه‌های محوری وزارتخانه می‌باشد که لازم است از سوی مروجان مسئول پهنه، مورد عمل قرار گیرد.

برنامه عملیاتی در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی از نظر سطح پوشش، میزان تولید و عملکرد در هکتار تنظیم می‌شود. پیش‌بینی برنامه علاوه بر ایجاد تعهد و مسئولیت در هر یک از مروجان مسئول پهنه، امکان نظارت و ارزیابی مدیران را نیز فراهم می‌کند. مروج مسئول پهنه به عنوان مسئول اجرای برنامه عملیاتی و در ارتباط تنگاتنگ با بهره‌برداران، به پهنه خود سرکشی نموده و عملیاتی شدن برنامه‌ها را رصد و در حد توان خود مسائل مزرعه را شناسایی و راه حل ارائه می‌نماید.

در راستای برنامه‌ریزی عملیاتی اجرای فعالیتهای ترویجی، آموزشی و فنی، گام‌های اجرایی به شرح زیر پیش‌بینی شده که لازم است از سوی مروجان مسئول پهنه و مراکز جهاد کشاورزی مورد اقدام قرار گیرند.



گام‌های اجرایی برنامه‌ریزی عملیاتی پهنه:

به طور کلی دو نوع برنامه‌ریزی در سطح پهنه‌های تولیدی عملیاتی می‌شود.

الف) نوع اول در راستای اجرایی نمودن سیاستها و برنامه‌های ابلاغی به مراکز جهاد کشاورزی (مانند سهم بندی سطوح زیر کشت ابلاغی برای محصولات استراتژیک): در این نوع از برنامه ابتدا باید سهمیه مرکز به تفکیک پهنه‌ها برش خورده و سهم هر پهنه به لحاظ کمی مشخص گردد، سپس گروه‌های هدف در پهنه شناسایی شده و برنامه آموزشی ترویجی موردنیاز به تفکیک گروه‌های هدف، تدوین و اجرایی می‌گردد.

ب) نوع دوم در راستای اجرایی شدن برنامه‌های پیش‌بینی شده بر اساس اولویت های موضوعی محصولی و نیاز پهنه و یا اولویت های ملی در موضوع افزایش بهره‌وری و راندمان تولید:

گام‌های اجرایی ذیل برای تنظیم و تدوین برنامه نوع ب مدنظر می باشند: (البته برخی از این گام‌ها در نوع الف هم کاربرد دارد)

۱- طبقه‌بندی بهره‌برداران پهنه در هر موضوع و محصول در سه گروه (بهره‌برداران با عملکرد متوسط، حداقل ۲۰ درصد بالاتر از عملکرد متوسط و بهره‌برداران با عملکرد پایین‌تر از عملکرد متوسط پهنه).

۲- پایش و تحلیل وضعیت موجود در هر پهنه به تفکیک طبقات سه گانه بهره‌برداران.

۳- تبیین وضعیت مطلوب فرآیند عملیاتی در هر پهنه با مشارکت کارشناسان فنی اجرایی و محققان استانی (و به ویژه محققان معین مراکز) مبتنی بر شرایط اقلیمی و وضعیت منابع تولید در سطح هر پهنه.

۴- تشکیل گروه‌های کاری در هر مرکز جهاد کشاورزی:

الف) کارگروه مرکز: این کارگروه با مسئولیت رئیس مرکز و عضویت تمامی مروجان مسئول پهنه و محقق معین مرکز برای بررسی و شناسایی عوامل موثر در شکاف عملکرد موجود بین طبقات سه گانه بهره‌برداران در مقایسه با یکدیگر و در مقایسه با وضعیت مطلوب ترسیم می‌شود.

ب) کارگروه پهنه: این کارگروه با مسئولیت مروج مسئول پهنه و عضویت ۲ نفر از مددکاران ترویجی مرتبط با موضوع و یا محصول و محقق معین مرکز جهاد کشاورزی برای بررسی و شناسایی عوامل موثر در شکاف عملکرد موجود بین طبقات سه گانه بهره‌برداران در مقایسه با یکدیگر و در مقایسه با وضعیت مطلوب ترسیم می‌شود.

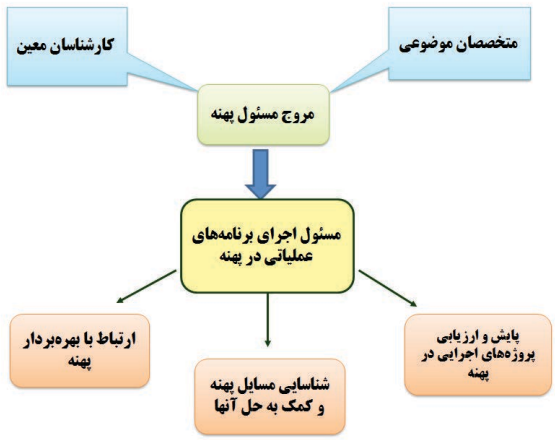
۵- تلخیص و تعیین متغیرهای صرفا دانشی و مهارتی تاثیر گذار در شکاف عملکرد.

۶- تدوین برنامه آموزشی و ترویجی با هدف گذاری بهبود متغیرهای صرفا دانشی و مهارتی معطوف به تغییر مشخص و قابل اندازه‌گیری در کمیت و کیفیت تولید محصول و یا فرآیند عملیاتی موضوع مورد نظر.

۷- مخاطب شناسی دقیق و هدفند در برنامه آموزشی و ترویجی تدوین شده و برآورد اولیه از نتایج مورد انتظار از اجرای برنامه در سطح مخاطبان تحت پوشش و واحدهای تولیدی مربوطه. (در این خصوص تعیین جامعه آماری ((بهره‌برداران با متوسط عملکرد پهنه و ارتقاء عملکرد آنها حداقل برای رسیدن به بهره‌برداران با عملکرد ۲۰ درصد بالای متوسط عملکرد پهنه)) و تعیین گروه هدف اصلی از بین جامعه آماری به عنوان مخاطب اصلی و مستقیم برنامه صورت می‌پذیرد).

۸- ایجاد فرصت‌های آموزشی و ترویجی برای سایر ذی‌ربطان برنامه که تحت پوشش مستقیم برنامه نمی‌باشند با هدف وسیع سازی نتایج حاصل از برنامه در سطح کل پهنه.

۹- ارزشیابی و گزارش کمیت و کیفیت اجرای برنامه و اثرات حاصل از آن در متغیرهای تولیدی.



ملاحظات مورد توجه در تدوین برنامه عملیاتی پهنه:

- استفاده از ظرفیت رسانه‌های ترویجی در اجرای برنامه عملیاتی پهنه.
- استفاده از ظرفیت کارشناسان موضوعی شهرستان و معین استانی، محققان معین و مدعو، پژوهشگر مروجان ارشد و... (به عنوان مهمترین عوامل انسانی شبکه دانش و اطلاعات کشاورزی) در قالب کارگروه‌های نیازسنجی، مسئله‌یابی و برنامه‌ریزی پهنه.
- استفاده از ظرفیت شبکه ترویج مردمی و خصوصی در تدوین و اجرای برنامه عملیاتی پهنه.
- عدم فراموشی برنامه‌های جاری در جریان تدوین برنامه عملیاتی پهنه.

مهمترین برنامه‌های عملیاتی ابلاغی / پیش بینی شده
توسط مروج مسئول پهنه (براساس نیازسنجی اولویت‌های پهنه) برای اجرا طی سال ۱۴۰۱

عنوان برنامه: .....

نوع برنامه: ☐ ابلاغی ☐ پیشنهادی مروج

محصول: زراعی☐ باغی☐ دامی☐ و ... مربوطه: .....

مشکل یا مسئله در تولید محصول: .....

جامعه **آماری مربوط به مشکل یا مسئله مورد نظر در سطح پهنه :** - تعداد نفر ..... - سطح زیر کشت / واحد دامی و .....

مخاطبین اصلی برنامه : - تعداد نفر ..... - سطح زیر کشت / واحد دامی و ....

رفتار/ رویه مورد انتظار در مخاطبین اصلی پس از اجرای برنامه: تغییر از ..... به ..... در ..... نفر از مخاطبین اصلی برنامه

وضعیت کمی/کیفی مورد انتظار تولید محصول پس از اجرای برنامه: تغییر در میزان (حجم تولید) از ..... به ..... در ..... نفر از مخاطبین اصلی برنامه در سطح .....

اقدامات و روش های پیش بینی شده ترویجی و آموزشی جهت اجرای برنامه:

- عنوان اقدام و روش (۱) ..... واحد: ..... حجم: ..... زمان: .....
- عنوان اقدام و روش (۲) ..... واحد: ..... حجم: ..... زمان: .....
- عنوان اقدام و روش (۳) ..... واحد: ..... حجم: ..... زمان: .....
- عنوان اقدام و روش (۴) ..... واحد: ..... حجم: ..... زمان: .....
- عنوان اقدام و روش (۵) ..... واحد: ..... حجم: ..... زمان: .....

تغییر رفتاری / رویه مشاهده شده در مخاطبین اصلی پس از اجرای برنامه:

۱. تعداد ..... نفر از افراد تحت پوشش (گروه اول) در سطح ..... رفتار خود را تغییر دادند، این تغییر رفتار دارای اثرات زیر در متغیرهای کمی تولید و مصرف نهادها بوده است.

- اثرات منتج از تغییر رفتار گروه اول:

.....

.....

.....

.....

.....

۲. تعداد ..... نفر از افراد تحت پوشش (گروه دوم) در سطح ..... رفتار خود را تغییر ندادند،

- دلایل عدم تغییر رفتار گروه دوم:

.....

.....

.....

.....

.....

تغییرات کلی مشاهده شده در وضعیت کمی/کیفی تولید محصول مخاطبین اصلی پس از اجرای برنامه: تغییر در میزان (حجم تولید) از ..... به ..... در ..... نفر از مخاطبین اصلی برنامه در سطح .....

درصد تحقق برنامه: ..... درصد