



سازمان‌های کشاورزان (FOs):

ساختارهای نهادی پویا برای توانمندسازی کشاورزان در فرآیند توسعه پایدار روستایی

«قسمت اول»

چکیده

با رویکرد دولتها به سمت استفاده گسترده از راهبردهای مشارکتی بجای گسترش دیوانسالاریهای اداری ناکارآمد، حضور بخش خصوصی و نهادهای جامعه‌گرا در عرصه توسعه پایدار بطور اعم و توسعه روستایی بطور اخص، مطرح و پیگیری می‌شود و این امر فرصتی را برای کشاورزان فراهم آورده تا مشارکتهای خویش را در قالب نهادهایی منسجم و پویا سازماندهی نمایند و با گسترش ارتباطات نهادی، ترکیب و تخصیص بهینه منابع را برای توانمندسازی خویش و توسعه پایدار کشاورزی فراهم آورند. در این زمینه سازمانهای کشاورزان از ارکان مهم محیطهای تکثرگرای نهادی در عرصه توسعه پایدار روستایی به حساب می‌آیند که با توسعه ظرفیت نهادی خود می‌توانند زمینه مطلوبی برای توانمندسازی کشاورزان در عرصه توسعه پایدار را فراهم آورند. در این راستا نهادهای ترویجی می‌توانند در توسعه ظرفیت نهادی کشاورزان تأثیرگذار شوند. با توجه به جایگاه مهم سازمانهای کشاورزان در عرصه توسعه پایدار، این مقاله بر آنست تا ضمن معرفی مفاهیم و چارچوبهای ساختی-کارکردی، نقش سازمانهای کشاورزان و نقش ترویج کشاورزی در استقرار و تقویت این سازمانها را مورد بررسی قرار دهد و با بررسی مسائل مربوط به مدیریت و برنامه‌ریزی سازمانهای کشاورزان، پیشنهادات مقتضی را برای توسعه ظرفیت نهادی این سازمانها عرضه دارد.

رویکردهای جاری مرتبط با سازمانهای کشاورزی:

از لحاظ تاریخی، ترویج عمدتاً درگیر انتقال تکنولوژیها در فرآیندی یکسویه و بدون بازخورد از مؤسسات تحقیقاتی به کشاورزان می باشد که در آن کارگزار ترویجی سطح روستا به انتقال دانش علمی و گاه ساده سازی آن از ایستگاههای تحقیقی به کشاورزان از طریق استفاده از رسانه ها و کانالهای اطلاع رسانی می پردازد. امروزه از نهاد ترویج خواسته شده تا نقش توسعه تکنولوژی را بوسیله شکل دهی ارتباط بین تحقیقات کشاورزی و نیازهای گروههای کشاورزان ایفا نماید و به تسهیل توسعه تکنولوژی مناسب کشاورزان کمک نماید. در این سیر تاریخی، بسیاری از آژانسهای دولتی از سیاستهای ملی تبعیت نموده و چارچوب کارکردی را برای توسعه روستایی و کشاورزی طراحی نموده اند که عمدتاً درگیر عرضه خدمات کشاورزی می باشد و استقرار و حضور مشارکتی سازمانهای کشاورزان به عنوان چالشی پیش روی نهادهای دولتی متمرکز در بخش کشاورزی قرار دارد (Chamala & Shingi, 1997). زمینه سازی مناسب برای ساخت دهی کارآمد نهادهای محلی باعث می شود که سازمانهای کشاورزان در قالب تعاونی ها و گروههای تخصصی کالا بمنظور تدارک نهادهای مختلف، خدمات آموزشی و بازاریابی شکل گیرند. در چارچوب ساختی-کارکردی قبلی نهادهای ترویج، اصولاً به تشکیل گروههای کشاورزان توجه چندانی معطوف نمی شد و این فقدان را خصوصاً در دانش و مهارت مروجین و ضعف آنها در تسهیل مشارکت و نهادهای سازی مخاطبین نهادهای ترویجی که از چارچوبهای ساختی-

کشاورزان کشورهای صنعتی برای خدمت به منافع جمعی خویش از طرق بسیار متفاوتی خود را سازمان داده اند. در این حوزه سازمانهایی وجود دارند که برای کمک به کشاورزان جهت افزایش قابلیت تولید، آموزش و اطلاعات، به دولت فشار سیاسی وارد می کنند، مثلاً انجمنهای بهبود تولیدات دامی، انجمنهای سازماندهی نظامهای آبیاری، شرکتهای تعاونی بازاریابی و انجمنهایی برای دریافت ملزومات نهادهای، اعتبارات و مساعدتهای فنی و غیره در سراسر جهان فعالیت می نمایند. در کشورهای کمتر توسعه یافته صنعتی چنین سازمانهایی یا وجود ندارند و یا بی اثرند و بسیاری از آنها اسماً سازمانهای کشاورزی هستند، اما در حقیقت بیشتر شبیه سازمانهای دولتی می باشند (Van den Ban & Hawkins, 1999) در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، تأسیس و تقویت مستمر سازمانهای اثربخش برای کشاورزان دارای اهمیت وافر است. سازمانهای ترویجی برای اینکه به کشاورزان بیاموزند چگونه خود را بطور مؤثر سازماندهی نمایند، می توانند نقش مهمی را ایفا نمایند. با این حال شاید برای تکامل این نقش نیاز به پشتیبانی سیاسی و نهادی باشد، زیرا ممکن است عده ای باشند که از خطر افتادن قدرت و نفوذی که بر روی کشاورزان دارند دچار بیم شوند. در این زمینه آموزش کشاورزان، پیرامون این مسئله که چگونه خودشان را سازماندهی نمایند، بیش از آموختن تکنیک مدرن تولید به آنان، نیاز به گسترش ارتباطات تسهیل گرانه مختلفی دارد.



کارکردی سابق تبعیت می کنند، می توان بوضوح مشاهده نمود. در این زمینه کارگزاران میدانی ترویج از تجربه و مهارت چندانی در فرآیند استقرار چنین سازمانهایی برخوردار نیستند. بر اساس این واقعیت در برخی کشورها همانند تایلند، کارگزاران میدانی ترویج در نهادهای ترویجی برای تشکیل تعاونی در مناطق روستایی فعالیت می نمایند، در عین حال، در سایر کشورها همانند مالزی و اندونزی سازمانهایی پیرامون تولید و عرضه محصولات کشاورزی و ارائه خدمات ترویجی فعال بوده و در هند نیز تعاونی های مختلفی فعالیت می کنند که دارای تجارب موفقی نیز می باشند. نقش های جدید کارگزاران ترویج را می توان در قالب رسالت نهادهای ترویج در ارتباط با توسعه تکنولوژی نهادی مورد بحث قرار داد، که همانا معطوف به وظیفه ترویج در شکل گیری و تداوم فعالانه سازمانها، تشکلهای و نهادهای کشاورزی و روستایی است. به هر حال بسیاری از کارگزاران میدانی ترویج و نیز مدیران نهادهای ترویجی فاقد دانش، مهارت و حمایت های نهادی لازم برای استقرار و جلب مشارکت

می گردد، لازم است چالشهای مربوط به توسعه پایدار در قرن بیست و یکم در قالب موارد ذیل لحاظ گردد: (Chamala Shingi, 1997).

(۱) افزایش فقر مطلق و نسبی در بسیاری از کشورها به همراه توزیع نامتعادل منابع و درآمدها، (۲) تخریب فزاینده منابع طبیعی همانند آب و خاک، فلور گیاهی و جانوری، (۳) دخالت و مشارکت محدود زنان و کشاورزان حاشیه ای و بی زمین و تولیدکنندگان با منابع پایه اندک در طراحی و استفاده از خدمات برنامه های رشد کشاورزی، بهداشت، آموزش و سایر برنامه های توسعه، (۴) تداوم نابرابریهای اجتماعی درون منطقه ای و بین منطقه ای در جوامع روستایی کشورها در حال توسعه و (۵) افزایش آشوبهای سیاسی-اجتماعی در میان جوامع. به هر حال در مقطع کنونی از گسترش و تداوم فرآیندهای توسعه پایدار در جوامع روستایی و بویژه در عرصه کشاورزی بعنوان محور اقتصادی جوامع روستایی، بکارگیری راهبردهای منسجم در راستای جلب مشارکت مردم محلی و کشاورزان و نهادینه سازی آن در قالب سازمانهای کشاورزان، به عنوان یک

استلزام راهبردی مطرح می شود و در این زمینه نقشها و وظایفی برای نهادهای ترویجی خلق شده اند که در ادامه مورد توجه قرار می گیرند.

در بسیاری از کشورها سازمانهای داوطلب خصوصی^۱ یا سازمانهای غیردولتی، در کنار سازمانهای محلی همانند سازمانهای کشاورزان، نوعی از فعالیت های ترویجی را به منظور برآوردن نیازهای گروههای منتخبی از کشاورزان یا خانوارهای روستایی سازماندهی کرده اند. اینها اغلب از گروههای محروم^۲ مانند زنان کشاورز در سطح معیشتی پایین و یا اقلیت های قومی می باشند که تحت پوشش خدمات ترویجی دولتی نیستند. از آنجایی که این سازمانها بیشتر مسأله گرا^۳ هستند تا تکنولوژی مدار^۴، معمولاً از رهیافتهای خودیاری^۵ که تأکید بیشتری بر روشهای مشارکتی دارند، استفاده می کنند. تأمین مالی این سازمانها عموماً از طرف گروههای خارجی نظیر سازمانهای خیریه یا مذهبی در کشورهای صنعتی انجام گرفته و منابع اضافی نیز بوسیله برخی از مراکز اهداء کننده کمک^۶ فراهم می گردد و بطور کلی این نوع اقدامات ترویجی و توسعه روستایی دربرگیرنده سهم بسیار کوچکی از منابع ترویج و توسعه یک کشور بوده ولی با وجود این، نظر به اینکه آنها در راستای چندین هدف مهم اجتماعی قرار می گیرند، نقش قابل توجهی در بهبود ترویج و توسعه روستایی جامع و فراگیر دارند. برخی از ویژگیهای ساختی-کارکردی این سازمانها را می توان به قرار زیر برشمرد:

۱- با توجه به اینکه سازمانهای داوطلب خصوصی و محلی همانند سازمانهای کشاورزان و سازمانهای غیردولتی از رهیافتهای ترویجی مسئله گرا و خودیاری استفاده می کنند، به میزان زیادی مخاطب مدار^۷

در بسیاری از کشورها سازمانهای داوطلب خصوصی یا سازمانهای غیردولتی، در کنار سازمانهای محلی همانند سازمانهای کشاورزان، نوعی از فعالیت های ترویجی را به منظور برآوردن نیازهای گروههای منتخبی از کشاورزان یا خانوارهای روستایی سازماندهی کرده اند.



مستمر سازمانهای کشاورزان می باشند و در این زمینه نهادهای ترویجی به روشهای میانبری برای استقرار سازمانهای کشاورزان متوسل شده اند که غالباً منجر به انحراف ساختی-کارکردی سازمانهای شکل گرفته از رسالتهای اصلی خویش در جهت برآورد نیازهای واقعی اعضا شده است و به مرور زمان سازمانهای شکل گرفته به نهادهای کاملاً دولتی بدل گشته اند که تنها دستورات صادر شده از بالا در رویه ای متمرکز را به اجرا می گذارند و یا چنین سازمانهایی پس از مدت زمانی که حمایت های

اولیه از آنها فروکش نموده است، دچار اضمحلال گشته اند، چرا که آنها بجای اتکا به توانایی اعضاء و منابع محلی بیشتر به بارانه های دولتی وابسته بوده اند و در این زمینه موارد متعددی وجود دارد که نخبگان روستایی پس از شکل گیری نهادهای کشاورزان، تمام خدمات عرضه شده را به تسخیر خود درآورده و فرصت کمتری را برای فقرا و زنان روستایی و کشاورزان بی بضاعت برای بهره گیری از منافع سازمانهای کشاورزی مناطق روستایی بجا گذاشته اند و این پیامدهای منتج از ساخت دهی سازمانهای کشاورزان همانا عمدتاً بدین واقعیت معطوف گشته است که کوشش اندکی پیرامون توسعه ظرفیت مدیریت رهبران سازمانهای کشاورزان و اعضاء آنها و همچنین کارگزاران ترویج به عنوان تسهیل گر یا آغازگر- صورت گرفته و در این زمینه لازم است تا آموزشهایی پیرامون سازماندهی مشارکتها و شکل دهی نهادهای محلی و تسهیل گری در این عرصه ها در دستور کار برنامه های ترویجی قرار گیرد و در بکارگیری رهیافتهای مرسوم که بمنظور سازماندهی کشاورزان و تشکیل تعاونی های روستایی استفاده

و مشارکتی می‌باشند. این ویژگیها از عناصر اصلی یک نظام ترویجی و توسعه نهادی خوب به حساب می‌آیند. بدین ترتیب بسیاری از این گروهها به مثابه الگوهای ساختی مطلوبی برای پیشرفت اهداف ترویج کشاورزی و توسعه محلی عمل می‌کنند. بعد از بررسی نظام‌مند و مسائل خانوار، این اطلاعات را مجدداً به مخاطبان بالقوه و یا به نمایندگان گروههای محلی منعکس می‌نمایند تا بدین ترتیب اطلاعات را اعتبار بخشیده^۸ و سپس مسائل را اولویت‌بندی کنند و از چنین فرآیند مشارکتی اهداف مشخص و همچنین جریان عملیاتی که باید پیگیری شود، حاصل می‌گردد. در نتیجه، چنین رویه‌ای برای طرح و اجرای کارکردهای سازمانهای مزبور به میزان زیادی بر توسعه منابع انسانی متمرکز بوده و مخصوصاً آموزش مهارتهای سازمانی را که تصمیم‌گیرهای گروهی، بررسی و شناسایی منابع خارجی و محلی و همیاری با یکدیگر در جهت منافع جمع را تسهیل و تسریع کند، مورد توجه خاص قرار می‌گیرد.

۲- گروههای خودیار برای توسعه ملی دارای اهمیت زیاد می‌باشند، زیرا که آنها دائماً توجه خود را به نیازهای اقشار محروم معطوف می‌دارند. بدین ترتیب آنها در جلب و جذب توجهات و منابع دولتی به سوی این‌گونه نیازهای اساسی تأثیر بسزایی می‌گذارند. گروههای محروم، نیازمند دستیابی به منافع و خدمات می‌باشند. البته در اکثر موارد آنها در فرآیند توسعه روستایی نادیده گرفته می‌شوند مگر اینکه یک سازمان غیردولتی یا گروه مشابهی فرارسد و به چنین گروههایی کمک کند تا نهادینه و متشکل شده و چگونگی استفاده صحیح از منابع و خدمات موجود را فرا گیرند. خلاصه اینکه، سازمانهای خودیار و نهادهای محلی گرا همچون سازمانهای کشاورزان سعی می‌کنند به گروههای محروم از طریق متشکل کردن آنها اقتدار بخشند.

۳- از این نظر که ساختهای جامعه‌گرا همچون سازمانهای کشاورزان و نهادهای غیردولتی عموماً از لحاظ وسعت ساختی- کارکردی، کوچک، نزدیک به موقعیت، مسئله‌گرا و انعطاف‌پذیر می‌باشند، می‌توانند به عنوان منبعی برای ایده‌های جدید و شیوه‌های نوآورانه به منظور کمک به فقرای روستایی مطرح باشند. بنابراین، این دسته از کارگزاران متعهد و متخصص، در قالب سازمانهای محلی گرا می‌توانند به یک الگوی باارزش به عنوان مراکز تربیتی و آموزشی بالقوه، برای پرسنل دولتی در آیند. مشروط بر اینکه این ارگانهای دولتی به کار مستقیم‌تر با گروههایی نظیر زنان کشاورز بی‌بضاعت، افراد بی‌زمین و اقلیتهای قومی محروم تشویق شوند (برنامه توسعه ملل متحد، ۱۳۷۶).

وظایف نهادی ترویج کشاورزی در قبال سازمانهای

کشاورزان:

یکی از اهداف ترویج کشاورزی همانا کمک به توانمندسازی مردم محلی برای خوداتکالی در رویه‌ای پایدار می‌باشد و در این راستا ترویج کشاورزی می‌تواند نقشهای مختلفی را در جهت کمک به سازماندهی جوامع روستایی و کشاورزان در قالب سازمانها و انجمن‌های کشاورزان ایفا نماید. در ادامه چند نقش عمده نهاد ترویج کشاورزی در زمینه استقرار و تداوم سازمانهای کشاورزان و به تبع آن استفاده از این نهادها به عنوان مکانیزمهای مناسب برای پیگیری حصول اهداف نهادهای ترویجی بر شمرده می‌شوند (Shingi, 1997). Chamala).

۱- **نقش توانمندسازی:** نقش توانمندسازی می‌تواند و می‌بایست اساس رهیافت جدید ترویج باشد و در این زمینه لازم است پرسنل ترویج مسئله جدید را در جایی که نقش آنها کمک به کشاورزان و جوامع روستایی در جهت سازماندهی خویش و بر عهده گرفتن مسئولیت هدایت فرآیندهای رشد و توسعه کشاورزی است، بخوبی درک نمایند. برای کارگزاران میدانی ترویج، توانمندسازی روند عملی کمک به جوامع کشاورزی به منظور ساخت، توسعه و افزایش قدرت آنها در قالب فعالیت تعاونی، تسهیم منابع و کارکردها و کار با همدیگر در رویه‌ای مشارکتی است.

قدرت حاصل از توانمندسازی همانا از آزادسازی انرژی نهان ذخیره شده در اجتماعات محلی-متکی بر توانایی و خرد جمعی-بمنظور پیشبرد فرآیندهای حل مسائل مشترک می‌باشد و این رویه تمرکز کمتری به توزیع مجدد قدرت از دارندگان به نادران^۹ معطوف می‌نماید. در این زمینه سازمانهای کشاورزان می‌توانند قدرت حاصل از همجوشی اعضا را در جهت تداوم و گسترش فرآیندهای رشد و توسعه بکار گیرند. سازمانهای کشاورزی اگر بخوبی توانمندساز باشند می‌توانند به عنوان نقاط یا موقعیتهای همگرا در راستای حل مسائل محلی و انتقال منابع انسانی و مالی برای توسعه پایدار عمل نمایند (Manalili, 1990).

۲- **نقش سازماندهی جامعه:** کارگزاران ترویج روستایی لازم است تا اصول سازماندهی تشکلهای اجتماعات روستایی و مهارت مدیریت ساختها و کارکردهای گروهی را فرا گرفته و این توانایی‌ها را در راستای کمک به بخشهای مختلف جامعه خصوصاً گروههای فقیر و حاشیه‌ای به منظور خودسازماندهی فرآیندهای توسعه بکار گیرند (Chamala Mortiss, 1990).

۳- **نقش توسعه منابع انسانی:** رهیافت توسعه منابع انسانی مردم را توانمند نموده و با انگیزش مداوم و حمایتی لازم، مسائل مربوط به فرسایش نیروی انسانی^{۱۰} را مرتفع می‌سازد. در این زمینه توسعه ظرفیتهای فنی و مدیریتی توأمان لازم است و مدل‌های کارآموزی که

امروزه از نهاد ترویج خواسته شده تا نقش "توسعه تکنولوژی" را بوسیله شکل‌دهی ارتباط بین تحقیقات کشاورزی و نیازهای گروههای کشاورزان ایفا نماید و به تسهیل توسعه تکنولوژی مناسب کشاورزان کمک نماید.



اکنون در دسترس هستند (Chamaya Mortiss, 1990). نمی توانند به توسعه مهارت‌های مدیریتی گروهی و فردی کمک نمایند.

۴- نقش حل مسئله و آموزش کاربردی: حل مسئله نقش بسیار مهمی برای نهادهای ترویج و به تبع آن وظیفه عملیاتی خطیری برای کارگزاران میدانی ترویج است، ولی رویه ایفای چنین نقشی از ارانه

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، تأسیس و تقویت مستمر سازمانهای اثربخش برای کشاورزان دارای اهمیت وافری است. سازمانهای ترویجی برای اینکه به کشاورزان

کشاورزان برای انجام کارآمد کارکردهای ترویجی از سوی دیگر، این نقش از سازمانهای کشاورزان بطور جداگانه بررسی می شود.

در طول قرن گذشته، همینکه ترویج، کشاورزان را در سازمان یابی و افزایش هر چه بیشتر راندمان تولیدشان یاری می داد، این سازمانها نیز به نوبه خود برای تضمین پشتیبانی مستمر دولت از ترویج از آن حمایت سیاسی می کردند. از طریق این رابطه حمایتی متقابل، سازمانهای کشاورزان نقش مهم و مداومی در تعیین اولویتها و همچنین عملکرد ترویج داشته اند و این خصوصاً در کشورهای توسعه یافته صنعتی صادق است که سازمانهای کشاورزان از انسجام و قدرت بیشتری (در مقابل دولت) برخوردارند (برنامه توسعه ملل متحد ۱۳۷۶). در سالهای اخیر با تحولات صورت پذیرفته در بخش کشاورزی، میزان حمایت دولتی از ترویج کشاورزی کاهش یافته و این وضعیت با کاهش میزان جمعیت کشاورز و مسائل دائمی حاصله از هزینه های زیاد افزایش تولید همراه بوده است. نتیجه چنین وضعیتی این است که در برخی از کشورها که سازمانهای کشاورزان فعال هستند، مسئولیت مربوط به ترویج که قبلاً با وزارت کشاورزی بود، اینک به چنین سازمانهایی واگذار شده است.

در طول این دوره انتقال، بودجه سالانه دریافتی این نوع سازمانها از منابع دولتی برای انجام مسئولیت جدید سازمانی، در حال کاهش است. در هر صورت، بعد از یک دوره زمانی پنج تاده ساله این سازمانها مسئولیت تأمین کلیه هزینه های ترویجی را به عهده خواهند گرفت. این تحول عمدتاً در چارچوب یک گرایش دولتی (عمومی) صورت می گیرد که هدف آن ایجاد شرایطی است که در آن خود کشاورزان می باید کلیه هزینه های ترویجی را تقبل نمایند. در جریان این فرآیند، ممکن است از این



سازمانها خواسته شود که در قبال ارائه خدمات، از اعضای خود وجهی دریافت نموده یا اینکه از هر واحد تولیدی مربوطه مالیات محدودی وصول کنند. موقعیت و نوع ساختار آینده نظامهای ترویجی کنترل شده به وسیله کشاورزان^{۱۲} به چگونگی ایجاد چنین منابع جدید ترویجی وابسته است. حال که نظامهای ترویجی به سازمانهای عمومی کشاورزی بدل می شوند، سازمانهای کالایی مختلف ممکن است از طریق وصول مالیات کم از هر واحد تولید فروخته شده، راههای عادلانه تر و منطقی تری را برای ایجاد منابع مورد نیاز، داشته باشند. در هر صورت، محتمل به نظر می رسد که کشاورزان تجاری بزرگ که توانایی پرداخت هزینه های ترویج خصوصی را دارند، سرانجام اولویتها را به خود اختصاص داده و قسمت اعظم منافع حاصله از نظامهای ترویجی کنترل شده به وسیله سازمانهای کشاورزان را از آن خود نمایند. خدمات ترویجی که از طریق سازمانهای کشاورزان ارائه می گردند، حداقل از دیدگاه کشاورزان مشارکت کننده نمونه های

راه حل‌های فنی از قبل مشخص شده به سمت بهبود سازمانهای کشاورزان به منظور حل مسائل خویش در حال تغییر بوده و این از طریق کمک به کشاورزان برای تشخیص مسائل واقعی و اولویت بندی نیازها و جستجوی راه حل‌های کارآمد در جهت استفاده توانان از منابع محلی (مالی، دانشی و نهادی) و خارجی (حمایت‌های دریافتی) ارتقا می یابد و همینطور یک تغییر راهبردی در کارکردها و اشکال برنامه های آموزشی نهادهای ترویجی از رویه های مرسوم سخنرانی، سمینار و کارآموزی به یادگیری از طریق عمل و تشویق کشاورزان و سازمانهای آنها به منظور بر عهده گرفتن طرح و اجرای پروژه های عمل پژوهی و عمل آموزی^{۱۱} در جریان است.

سازمانهای کشاورزان و ارائه خدمات ترویجی:

اگرچه این بعد کارکردی سازمانهای کشاورزان را می توان در قالب نقش تدارک خدمات برای اعضا در نظر گرفت، اما بدلیل اهمیت خدمات ترویجی کشاورزی از یکسو و ظرفیت گسترده سازمانهای

خوبی از یک نظام ترویجی مبتنی بر تقاضا می‌باشند. در این رهیافتها خود کشاورزان مشارکت‌کننده اولویتها را تعیین کرده، در اجرای برنامه‌ها نظارت داشته و نتایج حاصله را ارزشیابی می‌کنند. کارکنان ترویج در مقابل کشاورزان مشارکت‌کننده از هر جهت پاسخگو بوده، و تصمیمات مربوط به پرسنل از نظر عزل و نصب و نیز حقوق و ارتقای شغلی کاملاً بر عهده نمایندگان کشاورزان و یا هیأت مدیره‌ای است که نظارت کلی بر کار سازمان و پرسنل ترویجی آن را دارند. کارکنان ترویج در چنین رویه‌ای، موفقیتی کسب نخواهند کرد مگر اینکه از کارایی و مهارت‌های حرفه‌ای بالایی برخوردار بوده و نسبت به نیازهای کشاورزان احساس مسئولیت کاملی ابراز نمایند.

نقش ترویج کشاورزی در استقرار و تداوم ساختی- کارکردی سازمانهای کشاورزان:

نقش و وظایف ترویج کشاورزی در قبال سازمانهای کشاورزی بسته به ماهیت ساختی-کارکردی متنوع این سازمانها متغیر است و نقش ترویج با توجه به تعدد و وظایف بخشهای مختلف مدیریتی و اجرایی سازمان، تنوع و گستره خدمات عرضه شده و ساخت نهادی استفاده شده در سازمان کشاورزی تعیین می‌شود. در سازمانهای تخصصی کالا، ترویج به عنوان فعالیت تکمیلی یا تقویتی (حمایتی) در راستای عملی کردن اهداف برنامه ریزی شده و نیز پایدارسازی فعالیت‌های کارآفرینی سازمان، عمل می‌نماید و در چنین سازمانهایی، ترویج با سایر جنبه‌های ساختی-کارکردی سازمان بمنظور حداکثرسازی نرخ بازگشت سرمایه در فرآیند کارآفرینی جمعی اعضای سازمان تلفیق شده است. در این راستا کارکردهای ترویجی قویاً بوسیله سازمان و اعضای آن بمنظور جهت‌دهی کارکردهای سازمان در راستای حصول منافع قابل سنجش تحت تأثیر قرار می‌گیرد. در این زمینه وجود یک نیاز قابل تعریف برای خدمات ترویجی پیرامون کالاهای تخصصی در حوزه تحت پوشش سازمان کشاورزان مهم می‌باشد و در صورت وجود چنین نیاز یا تقاضایی برای خدمات ترویجی، سازمانهای کشاورزان قادر می‌باشند تا درآمد کافی از فعالیت‌های ترویجی را بدست آورده و آنرا بمنظور تأمین مخارج سازمان کشاورزان در راستای تدارک رضایت‌بخش منافی برای اعضا هزینه نمایند و در این زمینه قطعاً مشارکت مالی و غیرمالی اعضا می‌تواند در ارائه مطلوب خدمات مؤثر واقع شود (Shingi, 2000; Chamala). در ارائه خدمات ترویجی در قالب سازمانهای کشاورزان توجه به تضادهای فرضی و عمدتاً حل نشده پیرامون مسائل برابری و دسترسی همگان به خدمات ارائه شده، ضروری می‌باشد و به مرور زمان از طریق تأثیر نیروهای مختلف عمدتاً از سوی اعضا و نهادهای شریک، شکل مطلوب ارائه خدمات ترویجی و پایدارسازی سازمان کشاورزان مشخص می‌شود. البته برخی سازمانهای کشاورزان نیز به انتقال اطلاعات کشاورزی و ارائه توصیه‌های فنی و مشاوره‌های کشاورزی بطور رایگان می‌پردازند که قطعاً مسائل مربوط به هزینه تأمین چنین خدماتی، تداوم چنین رویه‌ای را محدود یا غیرممکن می‌سازد. البته درآمد بدست آمده از فعالیتهای ترویجی خصوصاً در مراحل اولیه سازماندهی گروهی کشاورزان که متوجه پایدارسازی اقتصاد معیشتی خویش می‌باشند و نیز زمانی که عرضه خدمات

ترویجی به گروه خاصی از کشاورزان (اعضای سازمان کشاورزی) تعلق می‌گیرد، چندان مقرون به صرفه نیست. برای بهینه‌سازی خدمات ترویجی ارائه شده، سازمانهای کشاورزان نیازمند ساخت‌دهی ارتباطات تعاملی مطلوب با مراکز تحقیقات کشاورزی هستند و در این زمینه سازمان‌های کشاورزان می‌توانند بطور پاره‌وقت یا تمام‌وقت از همکاری متخصصان و محققان متعهد و ماهر سازمانهای پژوهشی فعال در عرصه کشاورزی استفاده نمایند و این نیازمند گسترش همکاریهای نهادی و نیز تدارک محرک‌های مناسب برای پرسنل همکار است. این رویه هر چند که ممکن است هزینه خدمات ترویجی را خصوصاً برای سازمانهایی که می‌خواهند از نظر مالی خودحمایتی^۴ باشند افزایش دهد، ولی به بهینه‌سازی خدمات ترویجی کمک می‌نماید. البته در عرضه خدمات ترویجی، سازمانهای کشاورزی نیازمند توجه و پیش‌بینی نیروهای تأثیرگذار بر بازارهای ترویجی هستند و این نیروها دربرگیرنده فاکتورهایی همانند تغییرات اقلیمی کشاورزی، توسعه زیربنایی و تقویت و تحول نیروهای بازار در راستای افزایش یا کاهش تقاضا برای محصولات تولیدی سازمانهای کشاورزان است. برخی از سازمانهای کشاورزان که در مناطق با استعداد طبیعی، زراعت تک‌کشتی و کشت آبی فعالیت می‌کنند، دارای وضعیت و شرایط بهتری برای فعالیت و عرضه خدمات نسبت به سازمانهایی می‌باشند که در شرایط کشاورزی معیشتی فعالیت می‌نمایند. ولی چنین سازمانهایی غالباً در محیطی رقابتی فعالیت می‌کنند که عوامل متعددی بر موفقیت آنها تأثیر می‌گذارد و مدیریت و هماهنگی آنها را تا حدی مشکل می‌سازد. بهر حال در عرضه خدمات ترویجی می‌بایست به انگاره‌های تأثیرگذار بر رویه کارکردی که سازمانهای کشاورزی بر عهده گرفته‌اند توجه جامعی معطوف شود (Cupta, 81,85).

ادامه دارد



پی‌نوشت‌ها:

- 1-Private Voluntary Organizations
- 2-Disadvantaged Groups
- 3-Problem-Oriented
- 4-Technology Driven
- 5-Self-Help Approaches
- 6-Donor Agencies
- 7-Client-Centered
- 8-Validate
- 9-Haves to the Have-nots
- 10-Human erosion
- 11-Action-Learning
- 12-Farmer-Controlled Extension Organizations
- 13-Supplementary or Supportive activity
- 14-Self-Supporting