

# نیازهای پرسنلی و فیزیکی و تأثیر یک سازمان ترویج کار آمد

(قسمت آخر)

اشاره:

در قسمت‌های اول و دوم، ضمن بر شمردن مشکلات کلی ترویج، به ویژگی‌های اصلی، اصول اساسی و سایر ویژگی‌های عملیاتی نظام آموزش و ملاقات به عنوان یک نظام موثر در ترویج کشاورزی اشاره گردید. در این شماره که قسمت آخر مطلب ارائه میشود، نیازهای پرسنلی و فیزیکی سازمان ترویج و تأثیرات کمی و بصری این نظام در اتخاذ شیوه‌های موثر و مفید در افزایش بازدهی تولیدات کشاورزی افزایش درآمد و ارتقاء سطح زندگی

روستائیان مورد بحث قرار می‌گیرد. متذکر میشویم، در ج مطالبی در سه شماره تحت عنوان «ترویج کشاورزی، نظام آموزش و ملاقات» که تلخیص از ترجمه یک متن خارجی بود لزوماً به معنی تأیید نقطه‌نظرات مطروحه نبوده و نیست و انشاء... در شماره آینده نقدی را که در ارتباط با این شیوه ترویج به نگارش در آمده، جهت اطلاع علاقمندان و استفاده دست اندر کاران امر ترویج و آموزش روستایی در مجله چاپ و منتشر می‌نماییم.

لذا مروجین روستا باید حداقل دارای دیپلم دبیرستان و تجاربی عملی در کار کشاورزی بوده و قبل از شروع کار نیز مقداری آموزش کشاورزی ببینند. چنانچه این آموزش توأم با کار عملی هنرجویان و تحت نظارت دقیق بازرسان ترویج کشاورزی در مزارع باشد اثر چشمگیری خواهد داشت. علاوه بر آموزش قبل از خدمت و جلسات منظم آموزش دو هفته یکبار، مروجین روستا باید هرچند گاه یکبار در زمینه‌های فنی مرتبط با کار خود تحت آموزش‌های ویژه‌ای قرار گیرند. همچنین باید مزایای ثابت و مناسبی در ماه برای سفرهای مروجین و تأمین مخارج ایاب و ذهاب و خورد و خوراک آنها در نظر گرفته شود. علاوه بر موارد یاد شده، بودجه لازم جهت عملیات ترویجی مروج روستا از قبیل آزمایش‌های مزرع‌های، کار در مزرعه، مواد لازم جهت ساخت وسایل بصری کمک آموزشی، خرید نمونه‌هایی جهت نشان

● آموزش منظم، اهداف معین، برنامه‌های کاری مشخص و عینی، ارتباط نزدیک با تحقیقات و کشاورزان و اجتناب از مسئولیتهای متعدد غیر ترویجی باعث می‌شود که کارکنان ترویج برداشتی حرفه‌ای و هدف‌دار از کار خود داشته باشند و از طرف مردم نیز بعنوان یک نیروی موثر و قوی که رشد کشاورزی را تسریع می‌کند قلمداد گردند.

دادن به کشاورزان و نظایر آنها نیز باید تأمین گردد.

**بازرس ترویج کشاورزی - سطح حوزه:** چون یک بازرس ترویج کشاورزی فقط می‌تواند شش تا هشت مروج روستا را بطور مؤثری تحت سرپرستی خود بگیرد، بنابراین تعداد آنها حدوداً «یک هشتم» تعداد مروجین روستا خواهد بود. کارکنان این سطح باید تحصیلات دانشگاهی داشته و از تجارب عملی و توانایی سازمانی نیز برخوردار باشند. مروجین روستا که در امور فنی مزرعه و وظایف سرپرستی مهارتهای زیادی کسب کرده‌اند و تحصیلات لازم را نیز دارند، می‌توانند بازرسان خوبی باشند. برای تأمین هزینه مسکن و هزینه‌های کارهای ترویجی بازرسان ترویج کشاورزی نیز همانند مروجین روستا باید بودجه لازم در نظر گرفته شود.

**سطح بخش:** در این سطح برای هر هشت

تعداد مروجین روستائی مورد نیاز و نیروی انسانی لازم در کلیه سطوح دیگر، تعداد خانوارهای کشاورزی است که سازمان ترویج تحت پوشش خواهد گرفت. اگر به تعداد نسبتاً زیادی مروج روستای جدید نیاز باشد و استخدام شدن آنها مدتی طول بکشد، در شروع کار باید مناطقی را که تحت پوشش سازمان ترویج قرار می‌گیرند محدود نمود، و از اقدام به پخش کردن مروجین موجود در سطح گسترده‌تر جداً خودداری کرد. زیرا در این صورت هیچیک از آنها کارایی کافی نداشته و بعلت حجم زیاد کار تأثیر مهمی در زندگی کشاورزان نخواهند داشت. یکی از اهداف سازمان ترویج در درازمدت باید این باشد که هر مروج روستا در رشته‌های مربوطه، تحصیلات دانشگاهی و تجربیاتی عملی در زمینه کار کشاورزی داشته باشد.

6- نیازهای پرسنلی و فیزیکی  
برای تأسیس یک سازمان ترویج حرفه‌ای کشاورزی با نظام آموزش و ملاقات معمولاً به پرسنل بیشتر، برنامه‌های آموزشی، وسایل نقلیه، مسکن، تجهیزات و منابع مالی نیاز می‌باشد. در واقع، این نظام بلافاصله پرسنل موجود ترویج و سایر منابع را گردآوری و متحد کرده و آنها را به شیوه صحیحی مجدداً بکار می‌گمارد. طرحهای دوباره کاری مربوط به توسعه که هزینه زیادی در بر دارند حذف و در مورد کارکنانی که مشاغل غیرمولد دارند تجدیدنظر خواهد شد. بطور کلی، آنچه را که مورد نیاز است باید دقیقاً بررسی و تعیین کرده و منابع موجود در هر یک از سطوح سازمان ترویج را ارزیابی نمود. مروج روستا - سطح دایره: کلید تعیین

متخصصان موضوعی تشکیل می‌شوند. برای کارکنان سطح منطقه، همانند سطوح ناحیه مرکز، از نظر تأمین هزینه‌های لازم جهت تهیه وسایل، دفتر کار، وسایل نقلیه، آموزش، فعالیتهای محلی و مسکن باید اقدامات مؤثر صورت گیرد.

**سطح مرکز:** در مرکز به حداقل پرسنل نیاز است. از آنجائیکه در نظام ترویج اصلاح شده، به گزارشهای کتبی چندانی نیاز نیست، تعداد کارمندان دفتری به حداقل می‌رسد، چنانکه علاوه بر مدیر ترویج، به حداکثر سه کارمند ارشد و یک گروه کوچک از متخصصان موضوعی نیاز است. در مرکز جهت فراهم آوردن وسایل نقلیه کافی و مزایای سفر، پیش‌بینیهای لازم باید صورت گیرد.

برای بالا بردن سطح دانش متخصصان در زمینه‌های تخصصی خود و روشهای ترویج و همچنین بهبود تواناییهای اداری و

تخصصهای مهم محلی را که تحت پوشش متخصصان موضوعی بخش نمی‌باشند، ارائه نماید. محصولات مهم و ویژه منطقه، ابزار و وسایل کشاورزی، کارهای زنان در مزارع و مدیریت نمونه‌هایی از این تخصص‌ها هستند. در سطح ناحیه و همچنین در سطح مرکزیت سازمان ترویج باید یک «واحد اطلاعات» مجهز وجود داشته باشد که اطلاعات، نشریات و وسایل کمک آموزشی مربوطه را در داخل یا خارج سازمان ترویج گردآوری، آماده و منتشر نماید. این واحد، بخصوص در سطح مرکزیت سازمان باید یک نشریه ادواری حاوی کشفیات فنی و نتایج فعالیتهای موفقیت‌آمیز ترویج منتشر کند.

**سطح منطقه:** هنگامی که تعداد ناحیه‌ها آنقدر زیاد است که نمیتوان آنها را مستقیماً از مراکز سرپرستی کرد، به تشکیل این سطح نیاز می‌شود. کارکنان این سطح از یک مسئول ترویج منطقه و احتمالاً یک گروه از

بازرس ترویج کشاورزی یک مسئول بخش مورد نیاز است. کیفیت آموزش قبل از خدمت مسئولان بخش مشابه آموزش بازرسان ترویج کشاورزی می‌باشد. علاوه بر این مسئولان به توانایی اداری و تجارب عملی بیشتری نیاز دارند چرا که مسئولیت هماهنگ ساختن کار متخصصان موضوعی بخش و جلسات آموزشی دو هفته یکبار دوره‌های آموزشی ویژه برای مروجین روستا و بازرسان ترویج را نیز بر عهده دارند.

یک متخصص موضوعی باید از تحصیلات دانشگاهی همراه با تجربه عملی وسیع در کار کشاورزی و تخصص در یک موضوع، برخوردار باشد تا بتواند بر موضوع احاطه کامل و قدرت خوبی در امر آموزش داشته باشد. البته این مهارتها، بتدریج و در حین آموزشهای ضمن خدمت و تماس مکرر با مراکز تحقیقاتی و دوره‌های فشرده ویژه بدست آمده و یک پرسنل معمولی تبدیل به



● **ترویج حرفه‌ای که مطابق با نیازهای کشاورزان و استعدادهای کشور تنظیم شده باشد بهترین وسیله برای افزایش تولید، درآمد کشاورزان و در نتیجه بهبود وضع زندگی میلیونها تن از ساکنان جهان محسوب می‌شود.**

یک متخصص موضوعی ماهر می‌گردد. در سطح بخش، نسبت یک گروه متخصصان موضوعی به حدود صد مروج روستا می‌باشد. لذا به علت کمی تعداد آنها، براحتی می‌توان برنامه‌های آموزشی حین خدمت را برای آنها ترتیب داد. برای کارکنان ترویج بخش نیز جهت تأمین هزینه مسکن، دفتر کار، و تهیه وسایل نقلیه برای سرکشی به مراکز آموزشی مروجین روستا، مزارع کشاورزان و ایستگاههای تحقیقاتی، ترتیبات لازم باید داده شود.

**سطح ناحیه:** پرسنل سطح ناحیه بر عملیات ترویجی سطوح پائین‌تر نظارت داشته و دفاتر بخش آن ناحیه را پشتیبانی فنی و اداری می‌کنند. هر ناحیه، علاوه بر یک مسئول ترویج ناحیه، باید یک گروه از متخصصان موضوعی با سطح بالایی از تجربه و مهارت داشته باشد تا این گروه بتواند ضمن پشتیبانی متخصصان موضوعی بخش،



مدیریت وزارت کشاورزی، در سطح مرکز نیز به برنامه‌های آموزشی نیاز می‌باشد.

**برآورد نیازها:** نیازهای گوناگون سازمان ترویج به پرسنل، برنامه‌های آموزشی، مسکن، وسایل نقلیه، تجهیزات و عملیات ترویجی را به کمک معیارها و ضوابط یاد شده، برآحتی می‌توان تخمین زد. همچنین با استفاده از کارکنان و کلیه منابع دیگر سازمان ترویج، هزینه سازماندهی را می‌توان در پائین‌ترین حد نگهداشت در صورت در دسترس بودن نیروی انسانی و سایر منابع، یک برنامه مرحله‌ای برای پیاده کردن ترویج حرفه‌ای باید اجرا گردد. در این برنامه، میزان استخدام کارکنان جدید، توجیه و آموزش آنان در نظر گرفته شده و هزینه‌های هریک از عوامل مورد نیاز در هریک از سطوح سازمان ترویج برآورد می‌گردد. با عمل کردن این هزینه‌ها در نیازهای برآورد شده مرحله‌ای می‌توان به سادگی بودجه یکساله سازمان ترویج را محاسبه کرد.

#### ۷- تأثیر یک سازمان ترویج کارآمد

نظام ترویج، توانایی بالقوه برای تبدیل شدن به یک وسیله ارتباطی قوی را دارا می‌باشد. چرا که با استفاده از این نظام

می‌توان با سرعت به تعداد زیادی از کشاورزان دسترسی پیدا کرد. اما در مورد نتیجه و تأثیر واقعی نظام ترویج باید گفت: از آنجائیکه هدف ترویج کشاورزی افزایش تولید و درآمد کشاورزان است، تأثیر آن را باید در مزارع سنجید. تأثیر ترویج را می‌توان از روی اثرات حاصله بر روی شاخص‌هایی از قبیل میزان عملکرد محصولات و مساحتی که طبق روشهای توصیه شده زیر کشت رفته، برداشت بازدید کنندگان از مزارعی که این نظام در آن پیاده شده، واکنش کشاورزان در برابر نظام جدید و واکنش خود کارکنان ترویج نسبت به وضعیت جدید کارهای خویش، ارزشیابی کرد.

با توجه به اینکه هندوستان در پیاده کردن نظام ترویج بیشترین تجربه را دارد، می‌تواند شاهد عینی خوبی برای ارزیابی نتایج حاصل از پیاده شدن این نظام باشد، لذا به اثرات مختلفی که در نتیجه اجرای این نظام در مزارع کشاورزی هندوستان بدست آمده است، ذیلاً اشاره می‌گردد.

**اثرات کمی:** اگرچه، بعلت پیچیده بودن امر کشاورزی و مداخله عوامل مختلف، نسبت دادن یک سهم ویژه به ترویج در

افزایش تولید بسیار مشکل است، اما معمولاً این بررسیها و مطالعات براساس آزمایشهای مقطعی بر روی نمونه‌های کشاورزان و مطابق با شیوه‌های آماری استاندارد انجام می‌شود. چنانکه تعدادی از نمونه‌های چند ایالت هندوستان برای ارزیابی نظام ترویج مورد بررسی قرار گرفت. نظام ترویج کشاورزی گجرات هندوستان از تاریخ ۸۰-۱۹۷۹ به نظام آموزش و ملاقات تغییر داده شد. از آن تاریخ به بعد، تغییرات چشمگیری در وضعیت کشاورزی، خصوصاً در تولید بادام زمینی حاصل گردید.

سازمان ترویج، کشت بادام زمینی در فصول قبل از بارندگی و تابستان را با استفاده بهتر از منابع آب، ارقام اصلاح شده بذر و انجام اقدامات مناسب برای حفاظت گیاه ترویج داد. بطوریکه مناطق زیر کشت تابستانه بادام زمینی از ۲۵۵۰۰ هکتار در سالهای ۷۹-۱۹۷۸ به ۱۷۴۰۰۰ هکتار در سالهای ۸۲-۱۹۸۱ افزایش یافت.

همچنین میانگین تولید در هر هکتار پنبه نیز از ۱۸۱ کیلو گرم به ۱۹۸ کیلوگرم ترقی کرد. پنبه‌کاران از آموزش مبارزه همه جانبه با آفات بهره‌مند شدند و بسیاری از

کشاورزان تعداد سمپاشی پنبه را به نصف کاهش دادند. اصلاحات دیگری که در این زمینه صورت گرفت بدین ترتیب بود که اتحادیه کشت و صنعت ایالتی، توزیع کودها و وسایل کشاورزی را توسعه داد، بخش تولید بذر، شیوه‌های تولید و توزیع بذر را بهبود بخشید و تعاونی فروش، نظامی برای بازاریابی بادام زمینی پی‌ریزی کرد. در ایالت کارناتا کا نیز، فعالیت سازمان ترویج عمدتاً بر معرفی محصولات جدید و ارقام اصلاح شده و استفاده اساسی از کودها متمرکز گردید. کشت ارقام اصلاح شده برنج و ارزن و گاودانه زودرس در مناطق گسترده‌ای رواج داده شد و کشت نخود سبز بعنوان یک محصول قابل توجه از ابتکارات ترویج در این ایالت بود. سازمان ترویج کشاورزان را به استفاده از گچ در مورد بادام زمینی، کشت ریزوبیوم بقولات و استفاده از فسفات آمونیم برای بقولات و دانه‌های روغنی تشویق کرد و در سالهای ۸۱-۱۹۸۰ که خشکسالی سختی به وقوع پیوست در سطحی در حدود ۱۶۰۰۰۰ هکتار، از فسفات آمونیم استفاده شد. نظام ترویج که در سالهای ۸۲-۱۹۸۱ در ایالت ماهاراشتر پیاده شد، با تأکید بر معرفی ارقام اصلاح شده مناسب، تنظیم الگوهای کاشت و شیوه‌های صحیح مبارزه با آفات، موجب شد که زمینهای زیر کشت ذرت خوشه‌ای هیبرید به سه تا چهار برابر افزایش یابد، بعلاوه، کشت توأم بقولات با پنبه و ذرت خوشه‌ای و سویا با پنبه نیز با موفقیت ترویج داده شد. کشت گلرنگ که قبلاً بطور پراکنده و توأم با ذرت خوشه‌ای انجام می‌شد، با راهنمایی ترویج، بصورت یک محصول مجزا پرورش داده شد. از زمان پیاده شدن ترویج در این ایالت، زمینهای زیر کشت تابستانه بادام زمینی بطور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته و بدلیل توصیه‌هایی که کارکنان ترویج در مورد مبارزه همه جانبه با آفات به کشاورزان نموده‌اند، تعداد سمپاشی‌های پنبه نیز کاهش یافته است.

**تأثیر بصری:** مشاهده منطقه‌ای که ترویج حرفه‌ای در حال کار در آن است، گواه عینی روشنی از تأثیر ترویج بدست می‌دهد. اساساً قابل رؤیت بودن اثرات ترویج و سرعتی که با آن، این اثرات نمایان می‌شود، موجب تشویق کشاورزان شده و آنها را متقاعد می‌سازد که توصیه‌های ترویج را پیگیری نمایند. شرایط این مزارع در بسیاری از نقاط دلیل بسیار خوبی بر درستی روشهای پیشنهاد شده می‌باشد. در چنین مزارعی علف هرز چندانی وجود نداشته، تعداد گیاهان در حد مطلوب و یا

نزدیک آن است، کساشت از روی قاعده انجام شده و آفات بخوبی تحت کنترل قرار دارند. کلیه این محاسن حاکی از دگرگونی اساسی در روشهای کشاورزی و در نتیجه در میزان عملکرد محصولات و درآمد کشاورزان می‌باشد. افزایش درآمدها بنوبه خود، موجبات پیشرفت سریع یک منطقه را در مفهومی وسیع‌تر فراهم می‌آورد. چرا که در صورت افزایش درآمد، کشاورزان می‌توانند از خورد و خوراک بهره‌مند شوند، کودکان خود را به مدرسه بفرستند، در خانه‌های بهتر و بزرگتری زندگی کنند و مشاغل بیشتری ایجاد نمایند.

**● نظام ترویج، توانایی بالقوه برای تبدیل شدن به یک وسیله ارتباطی قوی را دارا می‌باشد. چرا که با استفاده از این نظام می‌توان با سرعت به تعداد زیادی از کشاورزان دسترسی پیدا کرد.**

**● از آنجائیکه هدف ترویج کشاورزی افزایش تولید و درآمد کشاورزان است، تأثیر آن را باید در مزارع سنجید. تأثیر ترویج را می‌توان از روی اثرات حاصله بر روی شاخص‌هایی از قبیل میزان عملکرد محصولات و مساحتی که طبق روشهای توصیه شده زیر کشت رفته، برداشت بازدید کنندگان از مزارعی که این نظام در آن پیاده شده، واکنش کشاورزان در برابر نظام جدید و واکنش خود کارکنان ترویج نسبت به وضعیت جدید کارهای خویش ارزشیابی کرد.**

**واکنش کشاورزان:** در جایی که عملکرد نظام ترویج حرفه‌ای موفقیت آمیز بوده، واکنش کشاورزان با علاقمندی توأم بوده است. تناوب و اهمیت ملاقات با مروجین روستا در فواصل معین، همراه با توصیه‌ها و راهنماییهای آنها واکنش سریعی از سوی کشاورزان را به دنبال دارد. بطوریکه پس از چند بار ملاقات که سودمند بودن کار مروج روستا آشکار شد، کشاورزان برای راهنمایی‌های اضافی در بین نوبت‌های ملاقات به وی مراجعه خواهند کرد. حتی ممکن است کشاورزان خواهان تغییر مقررات برای مروج روستای خود باشند، بدین ترتیب

که با فراهم آوردن مساعدتهایی موجب شوند تا مروجین روستا به سرکشی خود به روستاها ادامه دهند. هنگامی که روستائیان به خدمات سودمند مروج روستا خو گرفتند، به ادامه یافتن آن علاقمندی نشان خواهند داد و در صورتی که مروجین روستا طبق برنامه به ملاقات آنها نروند، موضوع را به سرپرست مروج روستا یعنی بازرس ترویج کشاورزی گزارش می‌دهند.

**واکنش پرسنل ترویج:** واکنش کارکنان سطح مزرعه یکی از مهمترین شواهد دال بر ثمربخش بودن فعالیت ترویج می‌باشد. در صورت محول کردن وظایف قابل حصول به مروجین روستا، بازرسان ترویج کشاورزی و سایرین، و همچنین فراهم آوردن وسایل، زمان و آموزش لازم برای انجام این وظایف، اغلب کارکنان واکنشی مخلصانه و مشتاقانه از خود بروز می‌دهند. و هنگامی که پس از گذشت چند سال، نتایج درخشان کار خود را می‌بینند، نسبت به کار و نقش خود بعنوان یک مروج حرفه‌ای احساس غرور کرده، طرف اعتماد کشاورزان قرار گرفته و تبدیل به چهره‌های محترم در جامعه روستایی می‌گردند. بطور کلی، آموزش منظم، اهداف معین، برنامه‌های کاری مشخص و عینی، ارتباط نزدیک با تحقیقات و کشاورزان و اجتناب از مسئولیتهای متعدد غیر ترویجی، باعث می‌شود که کارکنان ترویج برداشتی حرفه‌ای و هدفدار از کار خود داشته باشند، و از طرف مردم نیز بعنوان یک نیروی مؤثر و قوی که رشد کشاورزی را تسریع می‌کند، قلمداد گردند. اما در کشورهایی که کشاورزی بعنوان یک تخصص و حرفه ویژه تصور نشود، معمولاً سازمان مناسبی برای آن پی‌ریزی نشده و بجای آنکه بعنوان یک حرفه عمل کند، تبدیل به دایره‌ای از افراد معیوب می‌گردد. بدین ترتیب که کارکنان سازمان ترویج با آنکه حجم عظیمی از کار را بر عهده دارند بعلت برخورداری از حداقل پشتیبانی اداری و فنی تبدیل به انسانهایی عیب جو و بی اعتقاد می‌گردند و از روی تجربه در می‌یابند که کارشان هیچگونه ثمری نداشته و دانش آنان برای ارائه کمک مؤثر به کشاورزان ناکافی و نامناسب است و در واقع برنامه‌های توسعه روستایی بسیاری از سازمان‌های ترویج زیر سؤال قرار می‌گیرد.

**اولویت‌ها:** از مجموع مطالب فوق‌الذکر این نتیجه حاصل می‌شود که سازمان ترویجی که بخوبی سازماندهی شده است می‌تواند در زمان کوتاهی تأثیر قابل ملاحظه‌ای ایجاد کند، اگر چه حداقل ده تا

# بحران در بورس وال استریت

بقیه از صفحه ۵۱

از ۳۰ میلیارد دلار به ۲۲ میلیارد دلار رسیده است. موارد فوق منضاف به بسیاری از مسائل و مشکلات اقتصاد سرمایه‌داری در کنار سیاست نظامی‌گری دولت ریگان تزلزل را در بازارهای بورس فراهم نمود که حمله به سکوهای رشادت در آبهای خلیج فارس، بعنوان جرقه‌ای بر انبار باروت عمل نمود. و سبب گشت که اعتماد عمومی صاحبان سرمایه به روند سوددهی شرکت‌های تولیدی و تجاری کمتر شده و ترجیح دهند که سرمایه خود را در بانکهای اروپائی یا آمریکائی، هر کدام که بهره بیشتری می‌دهند، بکار گیرند. از آنجائیکه عدم تعادل عادی بازار پول بین‌المللی هم از ناحیه اقتصادی (با توضیح بالا) و هم از ناحیه روانی، نگرانی‌های عمده‌ای را برای صاحبان سرمایه ایجاد نموده است، شرایطی که در این قطب‌های اقتصادی می‌گذرد، هم حکم معلول را دارد، که از شرایط فعلی اقتصاد سرمایه‌داری نشأت می‌گیرد و هم بعنوان علت می‌تواند عمل کند. که چنانچه علیرغم همه کوششها، سردمداران کشورهای غربی (اروپائی، آمریکا و ژاپن) نتوانند شرایط عادی را به بازارها بازگردانند، این بحران دنیای استکباری را با آنچنان مشکلاتی روبرو خواهد کرد که شاید در نقشه سیاسی جهان اثرات قاطع داشته باشد.

## پانویس

- ۱- جهت اطلاع بیشتر به کتاب رباخواران انتشارات چاپ پخش مراجعه شود.
- ۲- آمارها از کتاب بحران ۱۹۲۹- انتشارات توکا استفاده شده است.

اقتصادی اروپا را نیز دستخوش رکود گردانید و بحران آمریکا به اروپا صادر شد.

## ۳- بحران ۱۹۸۷ وال استریت

در اینجا اشاره‌ای به مقدمات بحران موجود در بازار پولی بین‌المللی خواهیم داشت که ضرورتاً نگاهی به ابعادی از اقتصاد آمریکا نیز بعنوان محل شروع بحران داریم:

در مورد اقتصاد آمریکا پیش‌بینی‌ها برای سال ۱۹۸۷ حاکی از حدود ۲۵۰ میلیارد دلار کسری بودجه و حدود ۱۸۰ میلیارد دلار کسری تراز تجاری است. در فاصله سالهای ۸۵-۱۹۸۱ واردات آمریکای لاتین از آمریکا بالغ بر ۱۲ میلیارد دلار کاهش یافته است و حجم ورود نقدینه در سال ۱۹۸۴ به آمریکا حدود ۱۶۰ میلیارد دلار و در سال ۱۹۸۶ نزدیک به ۱۴۴ میلیارد دلار بوده است. از طرف دیگر افزایش نرخ بهره با هدف جلب سرمایه‌های خارجی (اروپائی و عربی) به بانکهای آمریکا به منظور مقابله با کسری بودجه توسط دولت ریگان در نظر گرفته شده بود. این سیاست آشکارا نسبت بازدهی سود سرمایه مالی به سرمایه تولید را به نفع سرمایه مالی تغییر می‌دهد و باعث می‌شود که سهامداران بسا نقد سهام دلاری خود آنرا بصورت سپرده به بانکها عرضه نمایند.

البته کاهش سرمایه در آمریکا از ناحیه دیگر نیز صورت گرفته است، مثلاً حجم سپرده عربستان از ۱۸۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۳ به ۸۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۶ کاهش یسافته و سپرده‌های امارات متحده عربی نیز طی همین مدت

در تولیدات گشت، بطوریکه براساس پایه (۱۰۰=۱۹۲۶) قیمت محصولات کشاورزی به ۴۸/۲٪ و محصولات غیر کشاورزی ۶۸/۳۷٪ و مجموع قیمتها به ۶۴/۸٪ تا سال ۱۹۳۲ کاهش یافت.

از جمله اثرات عمیق بحران را می‌توان در بازگانی ایالات متحده آمریکا نیز در خلال سالهای ۳۲-۱۹۲۹ مشاهده نمود که مازاد تراز برده‌ختهای این کشور از ۸۴۱/۶ میلیون دلار در سال ۱۹۲۹ به ۲۸۸/۲ میلیون دلار در سال ۱۹۳۲ کاهش یافت. (۲)

اما بحران نمی‌توانست در محدوده ایالات متحده آمریکا محبوس گردد، زیرا رشته‌های گوناگونی جامعه آمریکا را با اروپا پیوند می‌داد. آمریکا به شکل وسیعی با اروپا داد و ستد داشت ولی بروز بحران میزان صادرات و واردات را حدود ۱٪ تقلیل داد. بحران آمریکا موجب تقلیل قیمت محصولات شد به نحوی که از بدهی‌های کالاهای صنعتی حدود ۱/۲٪ و محصولات کشاورزی تا ۱/۲٪ کاسته شد و بلافاصله این تغییرات بازار جهانی داد و ستد را تحت تأثیر خود گرفت واز همه مهمتر اینکه آمریکا بعد از جنگ اول جهانی تأمین کننده سرمایه برای کشورهای اروپائی بود و اکثر ممالک اروپائی از انگلستان گرفته تا اتریش از این سرمایه‌ها برای رونق و احیای صنایع و اقتصاد خود استفاده می‌کردند، ولی با اوج گرفتن سفته‌بازی در بازارهای آمریکا این سرمایه‌ها که همچون براده‌های آهن همواره جذب مغناطیس منافع بیشتر می‌شوند، به محض مشاهده سود بالاتر معاملات بورس نیویورک راهی آمریکا شدند و موقعی که بحران شروع گردید بسرعت مجموع این عوامل فعالیت

## نیازهای پرسنلی و فیزیکی و تأثیر یک سازمان ترویج کارآمد

بقیه از صفحه ۱۹

همچنین باعث رشد سریع تولید شده، و برای سایر نهادها و خدمات در سطح مزرعه ایجاد تقاضا می‌نماید. زمانی که این روند به حرکت در آمد ترویج می‌تواند نیروی پویایی را بوجود آورد که ایجاد تکنولوژی جدید و توسعه کشاورزی را پیوسته تسریع می‌کند. ترویج حرفه‌ای که مطابق با نیازهای کشاورزان و استعدادهای کشور تنظیم شده باشد بهترین وسیله برای افزایش تولید، درآمد کشاورزان و در نتیجه بهبود وضع زندگی میلیونها تن از ساکنان جهان محسوب می‌شود.

برخوردار است. البته این بدین معنا نیست که سایر طرحهای توسعه نهاده‌ها، اعتبارات کشاورزی و منابع آب کنار گذاشته شده و فقط روی ترویج سرمایه‌گذاری شود. اما از نظر قائل شدن اولویت تأکید بر ترویج در شروع کار منطقی بنظر می‌رسد چون شرط اولیه حصول حداکثر بازدهی از سایر سرمایه‌گذاریها می‌باشد. ترویج حرفه‌ای هزینه کمی در بر داشته و بازدهی آن چشمگیر است، به کشاورزان و پرسنل به یک اندازه اعتماد به نفس بخشیده و آنان را از کار خودشان راضی و خشنود می‌کند.

پانزده سال کوشش مداوم نیاز است تا بتوان یک سازمان ترویج حرفه‌ای سازمان یافته با عملکرد یکنواخت در منطقه ای برقرار کرد. بطور کلی باید گفت پی‌ریزی ترویج حرفه‌ای همراه با یک سرمایه‌گذاری از اولویت خاصی