

## تدوین ساختار مناسب سازه‌های ترویجی برای تعاونی‌های کشاورزی از دیدگاه اعضاء و مدیران تعاونی‌های کشاورزی استان تهران

عبدالرضا نراقی\*

دانش‌آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مهدی محمدی

مشاور وزارت تعاون، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۴/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۰/۰۷/۲۱

### چکیده

پژوهش حاضر به شناسایی سازه‌های مطلوب ترویجی در تعاونی‌های کشاورزی و تدوین ساختار مناسب برای آنها از دیدگاه اعضاء و مدیران تعاونی‌های کشاورزی استان تهران پرداخته است. این تحقیق به روش توصیفی، همبستگی انجام گرفته و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است. جامعه آماری تحقیق اعضاء تعاونی‌های کشاورزی استان تهران و مشتمل بر ۵۰۹۴ نفر می‌باشند که با استفاده از فرمول کوکران ۲۰۰ نفر نمونه انتخاب و برای آنها پرسشنامه ارسال شد که نهایتاً ۱۷۱ پرسشنامه جمع‌آوری گردید. ۲۷ پرسشنامه نیز به صورت جداگانه به وسیله مدیران تعاونی‌ها تکمیل شد. با توجه به اهمیت مشارکت اعضاء در اداره تعاونی‌های کشاورزی، شناسایی عوامل موثر در ارتقاء مشارکت در تعاونی‌ها از دیدگاه اعضاء نیز مدنظر قرار گرفت و مشخص شد که میزان دسترسی تعاونی به خدمات ترویجی، دفعات برگزاری مجمع عمومی در سال، میزان توجه به نظرات اعضاء در مجمع عمومی و میزان دسترسی تعاونی به وام و اعتبارات بانکی، می‌تواند در ارتقاء مشارکت اعضاء در اداره تعاونی‌ها موثر باشد. همچنین سازه‌های ترویجی مناسب از دیدگاه اعضاء و نیز مدیران تعاونی‌ها شناسایی، و در قالب ساختاری که در برگیرنده محتوی و روش‌های ترویجی باشد، ارائه گردید.

**واژه‌های کلیدی:** سازه ترویجی، تعاونی کشاورزی، مجمع عمومی، مشارکت.

## مقدمه

پس از پیروزی انقلاب اسلامی موضوع مشارکت مردم در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی در قالب تشکلهای تعاونی مورد توجه قرار گرفت و در اصل ۴۴ قانون اساسی بخش تعاون به‌عنوان دومین بخش رسمی اقتصاد کشور در کنار بخش‌های دولتی و خصوصی مورد تصویب قرار گرفت (عسکری، ۱۳۷۷). در دیدگاه فائو تعاونی‌ها شکلی برجسته از سازمان‌های اجتماعی مدنی محسوب می‌شوند و توان بالقوه‌ای دارند که نقشی مهمی در توسعه سرمایه اجتماعی مناطق روستایی ایفا می‌کنند تا پیش شرط امنیت غذایی و توسعه پایدار باشند (FAO, 1996).

تعاونی‌های کشاورزی نقش مهمی در بازاریابی محصولات کشاورزی دارا می‌باشند. آنها می‌توانند فرصت فرآوری و بازاریابی محصول را برای تولیدکنندگان محصولات کشاورزی فراهم آورند. تعاونی‌های تولید، از طریق بازرسی در ضمن تولید، هنگام برداشت و زمان تحویل، موجب یکنواختی در کیفیت محصولات می‌شوند. آماده‌سازی محصولات به شکل واحد شمار کشاورزانی را که خریدار کالا باید با آنها وارد معامله شود، کاهش می‌دهد. دیگر مزایای ناشی از تعاونی‌ها به این قرار است: ۱. تنظیم زمان‌بندی و برنامه‌ریزی برای تحویل؛ ۲. واگذاری حمل و نقل و هزینه‌های تحویل؛ ۳. مشخص کردن مکان تحویل؛ ۴. محفوظ داشتن قیمت‌ها (Downing et al., 1998).

عباسی در سال ۱۳۷۶ نقش اساسی ترویج تعاون را آگاه نمودن، تشویق و ایجاد زمینه‌های مناسب برای مشارکت مردم در فعالیتهای گروهی و همیاری یکدیگر می‌داند. به این منظور که طی این فرآیند مردم در ابعاد فعالیت گروهی، تصمیم‌گیری، اداره و مدیریت فعالیتهای مشارکت می‌جویند و بازده اقتصادی مطلوب‌تری نصیب آنان می‌گردد (عباسی، ۱۳۷۶).

عباسی در سال ۱۳۸۱ نیز معتقد بود که به‌کارگیری ترویج در بخش تعاون می‌تواند تحولات مثبتی در ابعاد مختلف آن ایجاد نماید. این ابعاد شامل: ۱. ابعاد اقتصادی: ترویج فرهنگ تعاون و تعاون‌گرایی در بین مردم، موجب خواهد شد که آنان به اقتصاد تعاونی گرایش پیدا کنند. در نتیجه این بخش از اقتصاد کشور رشد و توسعه‌یافته، سهم بیشتری را به خود اختصاص خواهد داد. بنابراین می‌توان پیش‌بینی نمود که یکی از ارمغان‌های ترویج تعاون، تغییر موازنه اقتصاد به سود بخش تعاون باشد که رفاه نسبی و آرامش اقتصادی-اجتماعی بیشتری را برای تعاون‌گران تامین کند. ۲. ابعاد اجتماعی: ترویج فرهنگ تعاون در میان مردم مناسبات اجتماعی را به سوی مشارکت‌جویی، همکاری و فعالیتهای اقتصادی گروه‌های اجتماعی سوق خواهد داد. از این‌رو رفتارهای همگرا، وحدت گروه‌های اجتماعی، علاقه به کار گروهی، پیوستگی اجتماعی و نظایر آن را تقویت نموده، و توسعه خواهد بخشید. ۳. ابعاد فرهنگی: ترویج مستمر فرهنگ تعاون و تعاون‌گرایی، تعاون‌پذیری و رویکردهای تعاون‌گرایانه را به‌عنوان ارزش و اعتقاد متعالی در نزد مردم متبلور خواهد ساخت (عباسی، ۱۳۸۱).

فلسفه مکتب آموزشی ترویج در جریان پرورش فرد، بر سه رکن تداوم آموزش موثر و مفید، تحکیم اراده خودیاری، و پرورش حس همیاری در افراد مورد هدف برنامه استوار است. مبنای این اصول هم منبعث از مضامین و مفاهیم مستتر در اصل فلسفه این مکتب است که پرورش استعدادها، آموزش و تعالی فرد را مورد توجه قرار می‌دهد (شهبازی، ۱۳۷۲).

در بخش تعاون نیز ترویج در جهت توسعه انواع مختلف فعالیت‌های تعاونی در میان مردم است. هدف اصلی سهم شدن روزافزون مردان و زنان در منافع تعاون است. یک فرد تعاونی علاقه دارد که دیگران نیز از مزایایی که نهضت تعاونی برای او به وجود آورده‌اند، بهره‌مند گردد. بنابراین هدف ترویج تعاون ایجاد شرکت‌های جدید در مناطقی که به وجود این شرکت‌ها نیازمند هستند، افزایش تعداد اعضای شرکت‌های موجود و کمک به اعضاء برای شرکت موثرتر در اتخاذ تصمیمات و حل مسایل مورد ابتلای شرکت می‌باشد (دفتر ترویج و مشارکت‌های مردمی وزارت تعاون، ۱۳۷۵).

ترویج باید به جوامع بیاموزد که چگونه منابع موجود در زمینه‌های جاری اجتماع‌شان را کشف کنند و به‌کار گیرند. بنابراین ترویج به مردم در ساختن سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. این امر به جای یک برنامه ناپایدار، رهیافتی پایدار می‌آفریند. در حقیقت با استفاده از داده‌ها، تخصص و تجربه‌ای که در دانشگاه به آن دسترسی پیدا می‌شود به اعضاء اجتماع کمک می‌نماید تا ظرفیت‌های خود را کشف کنند و سبب ساخت نظام‌های پایدار توسعه‌ای گردند تا پابرجا بمانند. ترویج یک کار انسانی است که گسترش آن فراتر از انتقال اطلاعات می‌باشد (Raison, 2010).

عوامل موثر بر موفقیت یک نظام ترویجی که باید به هنگام طراحی یک نظام اثربخش ترویجی مورد توجه قرار گیرند، بدین ترتیب می‌باشند: سیاست‌های دولت در زمینه کشاورزی؛ سازمان کلان خدمات ترویجی؛ مسوولیت‌های خدمات ترویجی؛ ارتباط میان تحقیقات و ترویج؛ رهیافت برنامه‌ریزی در ترویج؛ انتخاب و آموزش کارکنان ترویج؛ کارگزینی در سطح ترویج محلی؛ راهبردهای حمایتی برای کارکنان محلی ترویج؛ عوامل جغرافیایی، آب و هوایی، سیاسی، اقتصادی و مربوط به کشاورزی (Maunder, 1972; Sigman & Swanson, 1984; Swanson et al., 1990).

ساگرو و ورما، عوامل اصلی را به قرار شرایط جغرافیایی، آب و هوایی جمعیتی، اقتصادی، سیاسی، کشاورزی، زیربنایی و مشخصه‌های عمومی یا مطلوب موثر بر یک نظام آموزشی- ترویجی از دیدگاه سیاست‌گذاران و استفاده‌کنندگان می‌دانند (Sager & Verma, 1998).

ملک‌محمدی و همکاران در سال ۱۳۶۹ بر اساس برنامه مطالعاتی طراحی الگو و تدوین نظام ترویج کشاورزی ایران، موارد زیر را به‌عنوان ارکان نظام ترویج کشاورزی ذکر می‌کنند: مبانی فلسفی، اهداف و اصول زیربنای نظری ترویج؛ بهره‌گیران، فراگیران، مخاطبین یا گروه‌های هدف؛ محتوی عرصه فعالیت‌های نظام ترویجی؛ سازمان (تشکیلات، مدیریت، امکانات و بودجه و...); عاملین اجرایی (مدیران، کارشناسان، مروجین و...); نحوه عمل و تکنولوژی نشر (فرایند); عوامل پیرامونی موثر در ترویج

(سیاست‌های حاکم، چارچوب اقتصادی، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی و...) (ملک‌محمدی و همکاران، ۱۳۶۹).

ترویج ضرورتاً مجبور نبوده است به‌طور سنتی خود و برنامه‌هایش را ارتقا دهد. تلاش‌های زیادی باید صورت گیرد تا برنامه‌های متناسب توسعه یابند و به ارباب‌رجوع مناسب ارایه شوند. برای اینکه سازمان ترویج بتواند به حیات خود ادامه دهد، مدیران دانشگاهی باید با این واقعیت دست و پنجه نرم کنند که از زمان تاسیس ترویج در سال ۱۹۱۴ تا کنون تغییرات انقلابی زیادی در جامعه رخ داده، ولی تکامل تدریجی ترویج هنوز صورت نگرفته است (West et al., 2009).

به نظر ریورا، ترویج کشاورزی در حال تجربه نمودن تغییرات زیادی است که انتظار می‌رود در قرن بیست و یکم نیز ادامه یابند. انتقال از نظام‌های ترویج تمرکزگرا به نظام‌های غیرمتمرکز و نظام‌های خصوصی، چهار روند اصلاحی شامل ارتقاء بخش نیمه‌دولتی؛ نمایندگی بخش دولتی؛ مشارکت بخش خصوصی؛ رهیافت‌های بازارمدار، را در تجدید ساختار ترویج نمایان می‌سازد (Rivera, 1998).

تحقیق رزاقی در سال ۱۳۷۶ نشان می‌دهد که روش‌های آموزشی مورد استفاده در تعاونی‌های جنگل‌نشین شمال کشور به‌ترتیب اولویت عبارتند از: سخنرانی، کلاس‌های آموزشی، آموزش عملی در عرصه، آموزش از طریق نمایش فیلم، گردش و بازدید، رادیو و تلویزیون، نشریات و روزنامه‌های محلی. عمدتاً از سه روش سخنرانی، کلاس آموزشی و آموزش عملی در عرصه‌ها استفاده شده است و به‌کارگیری چهار روش دیگر بسیار محدود و قابل چشم‌پوشی است. همچنین مناسب‌ترین روش‌های آموزشی از نظر اعضاء شامل: بازدید عملی، انجام نمایش به‌صورت طریقه‌ای، انجام نمایش به‌صورت نتیجه‌ای، استفاده از فیلم‌های آموزشی، سخنرانی، پوستر، اسلاید و برنامه تلویزیونی، رادیویی و استفاده از نشریات و نوشته‌ها می‌باشد (رزاقی، ۱۳۷۶).

نتایج پژوهش سارانی در سال ۱۳۷۹ نشان‌دهنده آن است که گفتگو با مروج، بازدید، مراجعه مستقیم و سؤال از مروج، ملاقات و گفتگو با معتمدان و ریش‌سفیدان (رهبران محلی) سازه‌های ترویجی موثر در جلب مشارکت نیداران در احیای نیزارها می‌باشند. استفاده از مجلات و نشریات، استفاده از برنامه‌های تلویزیونی، برنامه‌های رادیویی و تماشای فیلم‌های ویدیویی کمترین تاثیر را در جلب مشارکت داشته‌اند (سارانی، ۱۳۷۹).

پژوهش احمدی در سال ۱۳۷۸ نشان‌گر آن است که عضویت کشاورزان در تعاونی‌های تولید روستایی با میزان اعتماد به توصیه‌های مروجین و کارشناسان کشاورزی، عمل به توصیه‌های مروجین و کارشناسان کشاورزی، تماس با مرکز خدمات کشاورزی (دفتر تعاونی تولید روستایی)، شرکت در فعالیت‌های آموزشی - ترویجی و تماس با کانال‌های ارتباطی رابطه مثبت دارد (احمدی، ۱۳۷۸).

تحقیق امامی در سال ۱۳۷۹ نشان می‌دهد که بین میزان مشارکت ماهی‌گیران عضو تعاونی‌های ماهی‌گیری در حفاظت از ذخایر شیلاتی با تجربه آنان در ماهی‌گیری، میزان آگاهی آنها از نتایج مقررات حفاظتی و میزان دسترسی آنان به امکانات آموزشی رابطه مثبتی وجود دارد (امامی، ۱۳۷۹).

از نتایج تحقیق کرمی در سال ۱۳۸۲ بر می‌آید که کشاورزان نیاز زیادی به خدمات ترویجی دارند، ولی موفقیت تعاونی‌های تولید در انجام خدمات ترویجی از دیدگاه آنان قابل توجه نبوده است (کرمی، ۱۳۸۲).

از نتایج پژوهش طیوری و همکاران در سال ۱۳۷۸ مشخص می‌گردد که بازدید از مزارع و باغ‌های نمایشی، شرکت در کلاس‌های آموزشی و سخنرانی‌های ترویجی را می‌توان روش‌های مناسب ترویجی در تعاونی‌های کشاورزی به حساب آورد (طیوری و همکاران، ۱۳۷۸).

نتایج تحقیق سرحدی و ابراهیمی‌لویه در سال ۱۳۸۲ نشان می‌دهد که میزان آشنایی اعضا تعاونی‌های روستایی زنان با مجلات ترویجی و آموزشی در حد پایینی بوده است (سرحدی و ابراهیمی‌لویه، ۱۳۸۲). نتایج تحقیق درویشی‌نیا در سال ۱۳۷۹ نشان‌گر آن است که بین آگاهی و تعداد دفعات وام با مشارکت اعضا در شرکت تعاونی ارتباط وجود دارد. در ضمن تعاونی‌های کشاورزی نقش موثری در آموزش و ترویج ایفا نکرده‌اند (درویشی‌نیا، ۱۳۷۹).

از نتایج پژوهش شیخی در سال ۱۳۸۰ چنین بر می‌آید که میزان مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌های تعاونی‌های کشاورزی با سود ناشی از فعالیت‌های تعاونی و میزان برقراری ارتباط مدیران با اعضا رابطه مثبتی وجود دارد. همچنین شرکت اعضا در کلاس‌های آموزشی مستقل از مشارکت آنان در تصمیم‌گیری بوده است (شیخی، ۱۳۸۰).

انصاری در سال ۱۳۷۶ بر اساس پژوهش خود درباره تعاونی‌های جنگل‌نشین توصیه می‌کند که از طریق آموزش اعضا و افزایش آگاهی‌ها و تعمیق شناخت آنها از تعاونی و منابع طبیعی به‌ویژه جنگل باید زمینه‌های مشارکت اعضا را در اداره امور تعاونی، توسعه بخشید (انصاری، ۱۳۷۶).

آمدی و حسینی‌نیا در سال ۱۳۸۷ بر اساس پژوهش خود درباره نقش تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی برگزاری کارگاه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی، اطلاع‌رسانی مناسب از طریق نشریات ترویجی، گسترش کار گروهی از طریق آموزش به اعضا، ارائه خدمات آموزشی - ترویجی و توجه به عوامل اقتصادی از قبیل دسترسی به اعتبارات را توصیه می‌نماید (آمدی و حسینی‌نیا، ۱۳۸۷).

## اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق حاضر تدوین ساختار مناسب سازه‌های ترویجی برای تعاونی‌های کشاورزی از دیدگاه اعضا و مدیران تعاونی‌های کشاورزی استان تهران است. اهداف اختصاصی آن نیز بدین قرار می‌باشند:

۱. بررسی ویژگی‌ها و صلاحیت‌های فردی اعضاء و مدیران تعاونی‌های کشاورزی؛
۲. بررسی عوامل موثر در ارتقاء مشارکت اعضاء در اداره شرکت‌های تعاونی کشاورزی؛
۳. شناسایی سازه‌های مطلوب ترویجی از دیدگاه اعضاء و مدیران تعاونی‌های کشاورزی.

### روش پژوهش

تحقیق حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و به روش توصیفی، همبستگی انجام شده است. جمع‌آوری اطلاعات تحقیق در دو بخش کتابخانه‌ای و میدانی صورت گرفته است. در بخش کتابخانه‌ای از منابعی نظیر کتاب‌ها و نشریات علمی فارسی و انگلیسی استفاده شده و ابزار جمع‌آوری اطلاعات در مرحله میدانی پرسشنامه است که برای مدیران و اعضاء تعاونی‌های کشاورزی تهیه شده است. روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات و پیشنهادهای صاحب‌نظران تامین گردید و برای اطمینان از اعتبار آن با تکمیل ۳۰ پرسشنامه آزمون مقدماتی صورت گرفت و ضریب آلفای کربناخ محاسبه شد. پس از انجام اصلاحات لازم در پرسشنامه،  $\alpha=0/82$  به دست آمد که نشان‌دهنده آن است که پرسشنامه تحقیق از اعتبار مطلوبی برخوردار است.

جامعه آماری تحقیق اعضاء تعاونی‌های کشاورزی استان تهران بودند که شامل ۵۰۹۴ نفر عضو می‌باشند. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۰۰ نفر نمونه انتخاب و برای آنها پرسشنامه ارسال گردید که ۱۷۱ پرسشنامه جمع‌آوری شد. ۲۷ نفر از مدیران نیز به پرسشنامه جداگانه پاسخ دادند. تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر در دو بخش توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در بخش توصیفی، میانگین و انحراف معیار پاسخ‌های اعضاء و مدیران تعاونی‌ها به سئوالات پرسشنامه، محاسبه گردیده و جداول لازم ارائه شدند. در بخش استنباطی این تحقیق که بر اساس نظرات اعضاء تعاونی‌ها انجام شد، روابط میان متغیرهای مستقل و وابسته با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن مورد سنجش قرار گرفت. برای پردازش داده‌های تحقیق نیز از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شد.

### یافته‌ها

۱۲۶ نفر (۷۳/۷ درصد) از اعضاء تعاونی‌ها در شهر و ۴۵ نفر (۲۶/۳ درصد) از آنان در روستاها زندگی می‌کردند. محل زندگی تمامی مدیران تعاونی (۲۷ نفر) در شهر بود. میانگین سن اعضاء تعاونی‌ها حدود ۴۴ سال و میانگین سن مدیران حدود ۴۷ سال می‌باشند. میانگین سابقه عضویت اعضاء در تعاونی حدود ۵ سال و برای مدیران حدود ۶ سال می‌باشد. میزان تحصیلات بیش از ۷۰ درصد از اعضاء، دیپلم و بالاتر از آن و میزان تحصیلات تمامی مدیران فوق‌دیپلم و بالاتر بودند. در میان اعضایی که تحصیلات آنها بالاتر از دیپلم بود، رشته تحصیلی ۲۵ نفر (۲۴/۸ درصد) در ارتباط با مدیریت، ۲۳ نفر (۲۲/۸ درصد) مربوط به اقتصاد و ۵۳ نفر (۲۵/۵ درصد) در زمینه کشاورزی بودند.

رشته تحصیلی ۱۱ نفر (۴۰/۷ درصد) از مدیران در ارتباط با مدیریت و ۳ نفر (۱۱/۱ درصد) در زمینه اقتصاد و ۱۳ نفر (۴۸/۱ درصد) از آنان در رشته‌های کشاورزی تحصیل کرده بودند. میانگین سابقه مدیریت مدیران در تعاونی حدود ۶ سال و میانگین سابقه مدیریت آنان قبل از ورود به شرکت تعاونی حدود ۴ سال بوده است.

۹۵ نفر از اعضا تعاونی‌ها (۵۵/۶ درصد) تا کنون در دوره‌های آموزشی- ترویجی شرکت داشته‌اند که در یک سال گذشته به‌طور متوسط دو دوره بوده است. ۱۱ نفر از مدیران (۴۰/۷ درصد) تا به حال در دوره‌های آموزشی- ترویجی حضور یافته‌اند که به‌طور متوسط در یک سال گذشته چهار دوره بوده است.

۱۳۲ نفر (۷۷/۲ درصد) از اعضا از نشریات ترویجی استفاده می‌کنند و نقش قابل توجهی برای نشریات در بهبود مشارکت در تعاونی‌ها قایل‌اند، در صورتی که تنها ۷ نفر (۲۵/۹ درصد) از مدیران نشریات ترویجی را مطالعه می‌نمایند و به نظر آنها این‌گونه نشریات نقش چندانی در بهبود مشارکت در تعاونی‌ها ندارد. تمامی اعضا و مدیران اظهار داشته‌اند که در منطقه فعالیت تعاونی آنها، مروج تعاون وجود ندارد. ۱۰۰ نفر (۵۸/۵ درصد) از اعضا و ۱۱ نفر (۴۰/۷ درصد) از مدیران، مناسب‌ترین نهاد برای بر عهده گرفتن سازماندهی و مدیریت فعالیت‌های ترویجی در تعاونی‌ها را وزارت جهاد کشاورزی می‌دانند. اعتقاد ۲۸ نفر (۱۶/۴ درصد) از اعضا و ۶ نفر (۲۲/۲ درصد) از مدیران بر آن بودند که وزارت تعاون مناسب‌ترین نهاد برای عهده‌دار شدن فعالیت‌های ترویجی تعاونی‌ها می‌باشد. ۲۰ نفر از اعضا (۱۱/۷ درصد) و ۴ نفر از مدیران (۱۴/۸ درصد) نیز به همکاری دو وزارتخانه تعاون و جهاد کشاورزی اشاره کرده‌اند.

دیدگاه‌های اعضا و مدیران تعاونی‌ها درباره عواملی که می‌تواند مانع حضور آنان در دوره‌های آموزشی- ترویجی شود در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول ۱- عوامل بازدارنده شرکت افراد در دوره‌های آموزشی- ترویجی از دیدگاه اعضا و مدیران تعاونی

مدیران		اعضا		موانع شرکت افراد در دوره‌های آموزشی- ترویجی
انحراف معیار	میانگین*	انحراف معیار	میانگین*	
۰/۶۴	۴/۴۴	۰/۹۹	۳/۶۷	برگزاری دوره‌ها در زمان نامناسب
۰/۸۱	۴/۲۵	۱/۲۶	۳/۵۲	برگزاری دوره در مکان نامناسب
۰/۶۹	۴/۴۰	۱/۱۴	۳/۹۵	عدم تناسب محتوای دوره‌ها با نیازهای آموزشی فراگیران
۱/۰۷	۳/۰۷	۰/۶۸	۴/۱۲	عدم به‌کارگیری روش‌های مناسب آموزشی
۱/۲۴	۳/۳۷	۰/۸۱	۳/۸۷	عدم استفاده از وسایل کمک آموزشی متناسب
۱/۳۰	۳/۵۹	۰/۷۶	۴/۰۴	روشن نبودن اهداف آموزش برای فراگیران
۰/۹۱	۴/۰۰	۰/۶۹	۳/۹۸	تاکید بیش از حد بر مباحث نظری

\* طیف لیکرت: هیچ=۰ خیلی کم=۱ کم=۲ متوسط=۳ زیاد=۴ خیلی زیاد=۵

میزان تمایل و علاقه‌مندی اعضا و مدیران تعاونی‌ها به روش‌های مختلف آموزشی - ترویجی در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- میزان تمایل و علاقه‌مندی اعضا و مدیران تعاونی‌ها به روش‌های مختلف آموزشی - ترویجی

روش‌های آموزشی - ترویجی	اعضاء		مدیران	
	میانگین*	انحراف معیار	میانگین*	انحراف معیار
شرکت در کلاس‌های آموزشی	۳/۳۵	۱/۰۶	۳/۵۱	۲/۰۵
سخنرانی	۳/۰۲	۰/۸۱	۲/۷۰	۱/۱۳
گردهمایی‌ها و نشست‌ها	۳/۸۲	۰/۷۹	۲/۶۲	۰/۸۸
بازدید و گردش علمی	۴/۰۱	۰/۸۵	۳/۹۶	۰/۹۷
کارگاه آموزشی	۳/۸۳	۱/۰۷	۳/۴۸	۱/۲۲
نمایش فیلم‌های آموزشی	۳/۶۷	۰/۹۰	۳/۷۴	۱/۰۲
برگزاری نمایشگاه	۳/۶۲	۱/۰۱	۳/۵۱	۱/۰۱
برنامه‌های ترویجی رادیویی	۳/۴۱	۱/۲۴	۲/۱۴	۰/۸۶
برنامه‌های ترویجی تلویزیونی	۳/۷۰	۱/۰۹	۲/۵۱	۰/۸۰

\* طیف لیکرت: هیچ=۰ خیلی کم=۱ کم=۲ متوسط=۳ زیاد=۴ خیلی زیاد=۵

نظرات اعضا و مدیران تعاونی‌ها درباره نیازمندی آنان به زمینه‌های مختلف برنامه‌های آموزشی - ترویجی در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳ - نیازمندی اعضا و مدیران تعاونی‌ها به برنامه‌های آموزشی - ترویجی در زمینه‌های مختلف

زمینه‌های گوناگون برنامه‌های آموزشی - ترویجی	اعضاء		مدیران	
	میانگین*	انحراف معیار	میانگین*	انحراف معیار
اصول و مفاهیم تعاونی	۳/۸۴	۱/۰۱	۲/۸۵	۰/۹۴
حقوق و وظایف اعضا، هیات مدیره و مدیرعامل تعاونی	۳/۹۷	۰/۹۶	۳/۴۴	۱/۰۱
مسائل فنی و تخصصی کشاورزی	۴/۰۴	۰/۹۲	۴/۱۱	۰/۸۰
مسائل مربوط به بازاریابی محصولات	۳/۹۲	۱/۰۶	۲/۸۱	۱/۴۴
نقش مشارکت در تعاونی‌ها و چگونگی ارتقاء آن	۳/۸۲	۰/۹۳	۳/۱۴	۰/۹۴
مدیریت و رهبری در تعاونی‌ها	۳/۴۷	۱/۱۴	۳/۴۴	۰/۹۳
نقش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی	۳/۶۳	۱/۰۹	۳/۱۱	۱/۱۲
حسابداری و حسابداری	۳/۳۹	۱/۰۳	۴/۲۲	۰/۸۴
سیاست‌های دولت در بخش کشاورزی	۳/۴۱	۱/۱۶	۱/۸۸	۰/۸۹

\* طیف لیکرت: هیچ=۰ خیلی کم=۱ کم=۲ متوسط=۳ زیاد=۴ خیلی زیاد=۵

دیدگاه‌های اعضا درباره وضعیت کلی اداره شرکت‌های تعاونی کشاورزی در جدول شماره ۴ آمده است.



جدول ۴ - دیدگاه‌های اعضای درباره وضعیت اداره شرکت‌های تعاونی

انحراف معیار	میانگین*	وضعیت اداره شرکت‌های تعاونی
۱/۱۷	۲/۱۱	میزان موفقیت تعاونی در انجام فعالیت‌های آموزشی - ترویجی
۱/۰۰	۲/۸۷	میزان دسترسی تعاونی به خدمات ترویجی
۱/۲۵	۲/۱۵	دفعات برگزاری مجمع عمومی در سال
۰/۹۸	۳/۳۳	میزان توجه به نظرات اعضای در مجمع عمومی
۱/۰۳	۳/۳۰	میزان دسترسی تعاونی به وام و اعتبارات بانکی
۰/۸۹	۳/۲۳	میزان مشارکت اعضای در اداره تعاونی

\* طیف لیکرت: ۰ = هیچ، ۱ = خیلی کم، ۲ = کم، ۳ = متوسط، ۴ = زیاد، ۵ = خیلی زیاد

نتایج سنجش ارتباط میان متغیرهای مستقل و وابسته در جدول شماره ۵ نشان داده شده است،

جدول ۵ - نتایج ارتباط سنجی میان متغیرهای اول و میزان مشارکت اعضای در اداره تعاونی با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
تعداد دوره‌های ترویجی عضو در یک سال گذشته که در آن شرکت کرده‌اند	۰/۰۲	۰/۸۰
میزان موفقیت تعاونی در انجام فعالیت‌های آموزشی - ترویجی	۰/۰۱	۰/۸۱
میزان دسترسی تعاونی به خدمات ترویجی	۰/۱۶*	۰/۰۳
دفعات برگزاری مجمع عمومی در سال	۰/۳۱**	۰/۰۰
میزان توجه به نظرات اعضای در مجمع عمومی	۰/۲۴**	۰/۰۰
میزان دسترسی تعاونی به وام و اعتبارات بانکی	۰/۲۱**	۰/۰۰

\*  $\mu \leq 0.01$

\*\*  $\mu \leq 0.05$

## بحث و نتیجه‌گیری

از نتایج حاصل از این تحقیق بر می‌آید که ۵۵/۶ درصد از اعضای و ۴۰/۷ درصد از مدیران تعاونی‌ها تا به حال در دوره‌های ترویجی شرکت داشته‌اند که در یک سال گذشته به‌طور متوسط برای اعضای دو دوره و برای مدیران چهار دوره بوده است و سایر اعضای و مدیران تا کنون در دوره‌های ترویجی حضور نیافته‌اند. از دیدگاه اعضای مهم‌ترین عوامل بازدارنده شرکت افراد در دوره‌های ترویجی به ترتیب اهمیت به قرار زیر می‌باشند:

عدم به‌کارگیری روش‌های مناسب آموزشی؛ روشن نبودن اهداف آموزش برای فراگیران؛ تاکید بیش از حد بر مباحث نظری؛ عدم تناسب محتوای دوره‌ها با نیازهای آموزشی فراگیران؛ عدم استفاده از وسایل کمک آموزشی متناسب در دوره‌ها؛ برگزاری دوره‌ها در زمان نامناسب؛ برگزاری دوره‌ها در مکان نامناسب.

ترتیب اهمیت این موانع از دیدگاه مدیران نیز بدین صورت است: برگزاری دوره‌ها در زمان نامناسب؛ عدم تناسب محتوای دوره‌ها با نیازهای آموزشی فراگیران؛ برگزاری دوره‌ها در مکان نامناسب؛ تاکید بیش از حد بر مباحث نظری؛ روشن نبودن اهداف آموزش برای فراگیران؛ عدم استفاده از وسایل کمک آموزشی متناسب در دوره‌ها؛ عدم به‌کارگیری روش‌های مناسب آموزشی.

اعضاء تعاونی‌ها میزان تمایل و علاقه‌مندی خود به روش‌های آموزشی- ترویجی را به قرار زیر مشخص کردند: بازدید و گردش علمی؛ کارگاه آموزشی؛ گردهمایی‌ها و نشست‌ها؛ برنامه‌های ترویجی تلویزیونی؛ نمایش فیلم‌های آموزشی؛ برگزاری نمایشگاه‌ها؛ برنامه‌های ترویجی رادیویی؛ شرکت در کلاس‌های آموزشی؛ سخنرانی.

میزان علاقه‌مندی مدیران تعاونی‌ها به روش‌های آموزشی در ترویج به‌ترتیب زیر می‌باشد: بازدید و گردش علمی؛ نمایش فیلم‌های آموزشی؛ برگزاری نمایشگاه؛ شرکت در کلاس‌های آموزشی؛ کارگاه آموزشی؛ سخنرانی؛ گردهمایی‌ها و نشست‌ها؛ برنامه‌های ترویجی تلویزیونی؛ برنامه‌های ترویجی رادیویی. اولویت‌بندی‌های فوق نمایان‌گر آن است که روش‌های فعال و توأم با استفاده از وسایل کمک آموزشی رسانه‌ای دارای اهمیت ویژه‌ای مخصوصاً از دیدگاه اعضاء تعاونی‌ها می‌باشد و روش‌های غیرفعال نظیر سخنرانی در اولویت‌های اصلی آنان قرار نمی‌گیرد. بنابراین باید برای آموزش‌های ترویجی در تعاونی‌های کشاورزی از روش‌های فعال و جذاب آموزشی استفاده گردد که این امر با توجه به علایق و محدودیت‌های افراد صورت می‌پذیرد. مثلاً برای ترتیب دادن یک بازدید حتماً امکان حضور افراد از نظر زمانی و مکانی مورد توجه قرار می‌گیرد و بازدید به گونه‌ای ترتیب داده می‌شود که همه بتوانند به راحتی در آن حضور یابند و بر اساس نیازهای خود بهره لازم را ببرند.

محتوای دوره‌های آموزشی- ترویجی در تعاونی‌ها باید با توجه به نیازمندی‌ها و علایق اعضاء مدیران تهیه شود. در این زمینه اعضاء تعاونی‌ها موارد زیر را به‌عنوان اولویت‌های آموزشی خود ذکر کرده‌اند: مسایل فنی و تخصصی کشاورزی؛ حقوق و وظایف اعضاء، هیات مدیره و مدیر عامل تعاونی؛ مسایل مربوط به بازاریابی محصولات؛ اصول و مفاهیم تعاونی؛ نقش مشارکت در تعاونی‌ها و چگونگی ارتقاء آن؛ نقش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ مدیریت و رهبری در تعاونی‌ها؛ سیاست‌های دولت در بخش کشاورزی؛ حسابداری و حسابرسی.

مدیران تعاونی‌ها نیز اولویت‌های آموزشی خود را به این‌گونه مطرح کرده‌اند: حسابداری و حسابرسی؛ مسایل فنی و تخصصی کشاورزی؛ مدیریت و رهبری در تعاونی‌ها؛ حقوق و وظایف اعضاء، هیات مدیره و مدیرعامل تعاونی؛ نقش مشارکت در تعاونی‌ها و چگونگی ارتقاء آن؛ نقش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ اصول و مفاهیم تعاونی؛ مسایل مربوط به بازاریابی محصولات؛ و سیاست‌های دولت در بخش کشاورزی.

مدیران و اعضای تعاونی‌ها مناسب‌ترین نهاد برای سازماندهی برنامه‌های ترویجی در تعاونی‌های کشاورزی را وزارت جهاد کشاورزی می‌دانند. وزارت تعاون انتخاب بعدی آنهاست و سپس همکاری وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و تعاون با همدیگر را مدنظر قرار داده‌اند.

تحقیق سارانی (۱۳۷۹) نشان‌گر آن است که مجلات و نشریات به‌عنوان یک سازه ترویجی کمترین تاثیر را در جلب مشارکت داشته‌اند. سرحدی و ابراهیمی‌لویه (۱۳۸۲) نیز میزان آشنایی اعضای تعاونی‌های روستایی زنان با مجلات ترویجی - آموزشی را پایین ذکر کرده‌اند. اما در تحقیق حاضر مشخص گردید که ۷۷/۲ درصد از اعضای از نشریات ترویجی استفاده می‌کنند و نقش شایان توجهی برای این‌گونه نشریات در افزایش مشارکت قایل‌اند. درحالی‌که در میان مدیران تنها ۲۵/۹ درصد از آنان نشریات ترویجی را مطالعه می‌کنند و همین تعداد نیز نقش این نشریات را در افزایش مشارکت قابل توجه نمی‌دانند. این‌که چرا مطالعه نشریات ترویجی در میان مدیران تا این اندازه کم است، موضوعی است که باید مورد بررسی جداگانه‌ای قرار گیرد. شاید نشریات موجود با نیازها، علایق، توانایی‌ها و محدودیت‌های آنان مناسبت درخوری نداشته است. اینکه مدیران نقش نشریات ترویجی را در افزایش مشارکت قابل توجه به حساب نمی‌آورند، نیز به نوعی بیان‌گر این حقیقت است که نشریات موجود از دیدگاه آنان مطلوبیت لازم را دارا نبوده است. بر این اساس با تهیه نشریات ترویجی مناسب‌تر می‌توان امیدوار بود که مطالعه آنها در میان مدیران نیز رایج‌تر از زمان حاضر گردد. به هر حال این موضوع نیازمند نگرشی دقیق و همه‌جانبه می‌باشد.

میزان مشارکت اعضای در اداره تعاونی با دفعات برگزاری مجمع عمومی در سال و میزان توجه به نظرات اعضای در مجمع عمومی رابطه مثبت دارد. این یافته‌ها به‌طور کلی مبین اهمیت مجمع عمومی به‌عنوان بسترساز مشارکت و نیز نقش تعیین‌کننده نحوه برگزاری و استمرار حضور افراد در مجمع عمومی در ارتقاء مشارکت در تعاونی است. در اینجا باید متذکر شد که تنها برگزاری مجمع عمومی را نمی‌توان ملاک مشارکت اعضای در تعاونی دانست. مجمع عمومی وسیله‌ای است که اگر درست و بجا مورد استفاده قرار گیرد، تعاونی را به نتایج مثبت و درخوری خواهد رساند. از این منظر برگزاری مجمع عمومی به گونه‌ای است که در آن اعضای صرفاً با نظرات مطرح شده موافقت یا حتی مخالفت نمایند - نخواهند توانست نقش شایسته‌ای در بهبود وضعیت تعاونی‌ها ایفا کنند و طبیعی است که انگیزه حضور فعال افراد با توجه بیشتر به نظرات و دیدگاه‌های آنان ارتقاء می‌یابد.

بین میزان موفقیت تعاونی در دسترسی به خدمات ترویجی - آموزشی و میزان مشارکت اعضای در اداره تعاونی رابطه مثبت وجود دارد. این یافته با نتایج پژوهش امامی (۱۳۷۹) در یک راستاست، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فراهم ساختن امکانات آموزشی - ترویجی برای تعاونی‌ها زمینه‌ساز مشارکت اعضای در اداره شرکت خواهد بود، زیرا شرط اولیه مشارکت آگاهی است و بدون آن اگر هم افراد قصد

مشارکت داشته باشند نتیجه کار چندان قابل پیش‌بینی نیست و حتی ممکن است به ایجاد اختلاف در تعاونی نیز منجر گردد.

میزان مشارکت اعضاء در اداره شرکت تعاونی با میزان موفقیت شرکت در دسترسی به وام و اعتبارات بانکی ارتباط مثبت داشته است که این مورد با نتایج به‌دست آمده از تحقیق درویشی‌نیا (۱۳۷۹) همسو می‌باشد. بین میزان مشارکت اعضاء در اداره تعاونی و تعداد دوره‌های ترویجی که فرد در یک سال گذشته در آنها شرکت داشته رابطه‌ای مشاهده نشد که این یافته با نتیجه تحقیق شیخی (۱۳۸۰) انطباق دارد.

### پیشنهادها

بر اساس نتایج به‌دست آمده از این پژوهش می‌توان پیشنهادهای زیر را جهت بهبود وضعیت ترویج در تعاونی‌های کشاورزی ارائه نمود:

- در طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی- ترویجی برای مدیران و اعضاء کلیه عوامل تاثیرگذار از جمله روش‌های ترویجی مناسب، محتوای آموزشی مناسب، آموزشگران مناسب و دیگر موارد مطرح شده در این تحقیق مد نظر قرار گیرند و برنامه‌های ترویجی با چنان جذابیتی تدارک گردند که افراد با انگیزه بالا و به‌طور مستمر در آنها شرکت نمایند.
- مروج باید به‌عنوان یک رکن در ترویج تعاونی‌ها مورد توجه قرار گیرد. از آنجایی که تاکنون توجهی به این موضوع نشده است، پیشنهاد می‌گردد که بر اساس مطالعات دقیق و جامع زمینه به‌کارگیری مروجان کارآزموده در تعاونی‌ها فراهم آید.
- برنامه‌های ترویجی تعاونی‌ها با همکاری نزدیک دو وزارتخانه جهاد کشاورزی و تعاون صورت گیرد و برای فعال ساختن سایر نهادهایی که می‌توانند در برنامه‌های ترویجی تعاونی‌ها نقش داشته باشند، فعالیت‌های لازم صورت گیرد.

### منابع و مأخذ

۱. احمدی، م. ت. (۱۳۷۸). بررسی عوامل موثر بر عضویت کشاورزان در تعاونی‌های تولید روستایی در قالب الگوی تلفیقی انتشار نوآوری‌ها، مطالعه موردی استان فارس. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.
۲. امامی، ر. (۱۳۷۹). بررسی عوامل موثر در مشارکت اعضاء تعاونی‌های ماهی‌گیری پره در حفاظت از ذخایر شیلات دریای مازندران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.

۳. انصاری، ح. (۱۳۷۶). بررسی ابعاد مدیریتی و سازماندهی تعاونی‌های جنگل‌نشین. طرح مطالعاتی بررسی نقش تعاونی‌های جنگل‌نشین در حفظ، احیاء، توسعه و بهره‌برداری از جنگل‌های حوزه آبی خزر. سازمان جنگل‌ها و مراتع کشور، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران.
۴. آمدی، ا.، و حسینی‌نیا، غ. ح. (۱۳۸۷، زمستان). نقش تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی، مطالعه موردی تعاونی‌های کشاورزی تهران. نشریه ترویج و اقتصاد کشاورزی، سال اول، شماره ۴.
۵. درویشی‌نیا، ع. ا. (۱۳۷۹). ارزیابی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در استان مازندران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تربیت مدرس.
۶. دفتر ترویج و مشارکت مردمی وزارت تعاون. (۱۳۷۵). کندوکاوی در مفهوم عمومی ترویج. نشریه تعاون، دوره جدید، شماره ۶۵.
۷. رزاقی، م. ح. (۱۳۷۶). بررسی فعالیت‌های آموزشی- ترویجی و نقش آن در پیشبرد اهداف تعاونی‌های جنگل‌نشین. طرح مطالعاتی بررسی نقش تعاونی‌های جنگل‌نشین در حفظ، احیاء، توسعه و بهره‌برداری از جنگل‌های حوزه آبی خزر. دانشکده منابع طبیعی دانشگاه تهران، سازمان جنگل‌ها و مراتع کشور.
۸. سارانی، و. ا. (۱۳۷۹). نقش سازه‌های ترویجی تاثیرگذار در جلب مشارکت نیداران در احیای نيزارهای دریاچه هامون. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.
۹. سرحدی، ف.، و ابراهیمی‌لویه، ع. (۱۳۸۲). گزارش بررسی چگونگی ایجاد تعاونی‌های زنان و مشارکت آنان در فرایند توسعه. تهران: گزارش وزارت جهاد کشاورزی.
۱۰. شهبازی، ا. (۱۳۷۲). چهار نقش مکتب آموزشی ترویج در فرایند توسعه کشاورزی و عمران روستایی. نشریه تعاون، دوره جدید، شماره‌های ۱۹ و ۲۰.
۱۱. شیخی، م. (۱۳۸۰). بررسی عوامل موثر در جلب مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی در تصمیم‌گیری‌های مربوط به مدیریت تعاونی‌های کشاورزی استان تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
۱۲. طیوری، م.، میردامادی، س. م.، و ملک‌محمدی، ا. (۱۳۷۸). بررسی نقش ترویج در پیشبرد اهداف تعاونی‌های تولید روستایی استان تهران. نشریه جهاد، شماره ۲۳۵ و ۲۳۴.
۱۳. عباسی، م. ر. (۱۳۷۶). مروج تعاون و تعارض نقش‌ها. نشریه تعاون، دوره جدید، شماره ۷۱.
۱۴. عباسی، م. ر. (۱۳۸۱). مبانی برنامه‌ریزی برای ترویج فرهنگ تعاون. نشریه تعاون، دوره جدید، شماره ۱۳۰.

۱۵. عسکری، ج. (۱۳۷۷). تحلیلی بر روند تحولات بخش تعاون طی سال‌های ۷۷-۱۳۵۷ و چشم‌انداز آتی آن. نشریه تعاون، دوره جدید، شماره ۸۹.
۱۶. کرمی، ع. ا. (۱۳۸۲). ارزشیابی اثرات تعاونی‌های تولید روستایی در فعالیتهای تولید کشاورزی، مطالعه موردی در استان‌های فارس و بوشهر. وزارت جهاد کشاورزی.
۱۷. ملک‌محمدی، ا.، ازکیا، م.، زمانی، غ. ح.، زمانی‌پور، ا. ه.، شاه‌ولی، م.، آجیلی، ع. ا.، میرزایی، ع. ا.، مجاهدی، ع. ا. (۱۳۶۹). برنامه مطالعاتی طراحی الگو و تدوین نظام ترویج کشاورزی ایران. وزارت جهاد سازندگی، معاونت امور اجتماعی.
18. Downing, M., Demeter, C., Braster, M., Hanson, C., Lavson, G., & Volk, T. (1998). *Agricultural cooperatives and marketing bioenergy crops: Case studies of emerging cooperative development for agriculture and energy*. Paper presented at bioenergy 98. Expanding bioenergy partnership, Madison, Wisconsin.
19. FAO. (1996). *FAO's perspective*. 80th ICA international cooperative day/8th UN international day of cooperatives. Society and cooperatives: Concern for community. Rome: FAO.
20. Maunder, A. H. (1972). *Agricultural extension: A reference manual*. Rome United Nations, Food and Agriculture Organization.
21. Raison, B. (2010, June). Educators or facilitators, clarifying extension's role in the emerging local food systems movement. *Journal of Extension*, 48(3), 37-43.
22. Rivera, W. M. (1998). An institutional varian in extension: The rural business advisory service in Uzbekistan. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 5(3), 67-76.
23. Sager, B., & Verma, S. (1998). Developing and field testing design parameters for customizing agricultural extension education systems in developing countries. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 5(2), 67-76.
24. Sigman, V. A., & Swanson, B. E. (1984). *Problems facing national agricultural extension in developing countries*. INTERPAKS, University of Illinois, Urbana, IL.
25. Swanson, B. E., Farner, B. J., & Bahal, R. (1990). *Current status of agricultural extension worldwide, global consultation on agricultural extension*. Rome: United Nations, Food and Agriculture Organization.
26. West, B. C., Drake, D., & Londo, A. (2009, April). Extension: A modern Day pony express. *Journal of extension*, 47(2), 51-63. Retrieved from <http://www.joe.org/joe/2010december/iw4.php/>