**تحليل نگرش كشاورزان در جهت جهش توليد نسبت به شركت‌هاي خدمات فني مهندسي**

**هيوا عزيزي، ارشد زراعت**

**Hivaazizi06@gmail.com**

**فريده خرمي، ارشد توسعه كشاورزي**

**Fkhorami4@gmail.com**

**مهدي نياكان، كارشناس منابع طبيعي مرتع و آبخيزداري**

**Mehdiniakan1354@gmail.com**

**بنفشه آتش‌فراز، ارشد توسعه روستايي**

**Banafshatashfaraz@gmail.com**

**چکیده**

بخش کشاورزی در کشورهای مختلف، به­ویژه کشورهای درحال توسعه، در سال­های اخیر با مشکلات و چالش­های متعددی مانند افزایش جمعیت و فشار فزاینده برای تولید غذای کافی، عدم دسترسی کشاورزان به دانش و فناوری­های نوین، کارایی پایین سازمان­ها و نهادهای دولتی، مانند ترویج کشاورزی، در انتقال دانش و اطلاعات جدید به کشاورزان و موارد دیگر مواجه بوده است. در این زمینه، به منظور مقابله با این مسائل و حرکت در راستای دستیابی به توسعه و بهبود مستمر، تمهیدات و راهکارهای سیاسی خاصی انجام گرفته است، از جمله این راهکارها، راه­اندازی شرکت­های خدمات فنی و مشاوره­ای، با هدف افزایش تولید و دستیابی هرچه بهتر کشاورزان به اطلاعات کشاورزی می­باشد. شناسایی نگرش کشاورزان نسبت به خدماتی که این شرکت­ها ارائه می­دهند، می­تواند در برنامه­ریزی فعالیت­ها به اعضا شرکت­ها کمک نماید. بر این اساس این تحقیق از نوع، کمی (توصیفی – همبستگی) می­باشد. جامعه آماری تحقیق 3706 از کشاورزان شهرستان روانسر بودند که با استفاده از جدول کرجسی شرکت­های خدمات فنی و مشاوره­ای ناراضی بودند. 9/11 درصد پاسخگویان نگرش مثبتی نسبت به شرکت­های خدمات فنی و مشاوره­ای داشتند و بین متغیرهای سن، درآمد و میزان اراضی رابطه مثبت و معنی‌داری با میزان نگرش وجود داشت و بین سطح سواد و نگرش رابطه منفی و معنی‌داری مشاهده شد و در نهایت مشخص شد که سن و میزان درآمد مهم­ترین متغیرهای تاثیر گذار بر نگرش می­باشد.

**واژه­های کلیدی:** سنجش نگرش، خصوصی سازی، ترویج کشاورزی، شرکت­های خدمات فنی و مشاوره‏ای، مهندسین ناظر

**مقدمه**

 نقش مهم و اساسی بخش کشاورزی در هرکشور تولید مواد غذایی مورد نیاز مردم آن کشور است، البته مسلم است که کشاورزی در سایر زمینه‌ها نظیر اشتغال، تولید مواد اولیه برای صنعت صادراتی نیز نقش بزرگی ایفا می‌کند، اما تمرکز و اهمیت آن در تولید مواد غذایی است که اگر قادر باشد در این زمینه به خوبی نقش خود را ایفا کند، کمک شایان توجهی به توسعه کشور نموده است (شفیعی وهمکاران، 1387). تحقق جهش تولید در کشاورزی باعث فرصت‌سازی در توسعه فعالیت‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی و همچنین موجب کاهش اثرات تهدیدهای ملی نظیر تحریم‌های اقتصادی می‌شود اگر با بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌ها مبتنی بر تفکر جهادی و راهبردهای متاثر از مدیریت جهادی همراه باشد. باید لنگی پای اقتصاد خسته کشاورزی را درمان کرد و بعد از او انتظار پریدن داشت. از طرفی تامین غذا یا به بیان بهتر تامین امنیت غذایی در جوامع بشری به حدی حائز اهمیت است که به خطر افتادن آن می‌تواند زمینه‌ساز بزرگترین جنگ‌ها میان جوامع باشد. در این میان رشد جمعیت توسعه کشاورزی را به یکی از مقوله‌های مهم توسعه‌ای تبدیل کرده است چرا که با افزایش جمعیت میزان مصرف نیز افزایش می‌یابد و تامین امنیت غذایی در چنین شرایطی نیازمند برنامه‌ریزی در حوزه اشتغال و اقتصاد مبتنی بر کشاورزی است و در این مسیر لاجرم جهش در کشاورزی بر پایه یافته‌های علمی و تحقیقاتی به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر تبدیل می‌شود.

بنابراین، لزوم توجه به نحوه توسعه کشاورزی جهت توسعه و پیشبرد کشور امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. از سویی، اقتصاد اغلب کشورهای جهان سوم از جمله کشور ما اغلب بر تولیدات کشاورزی متکی است و فعالیت‌های کشاورزی هم، غالباَ در روستاها انجام می‌شود. توسعه و رشد بخش کشاورزی به‌عنوان موتور محرکه توسعه روستایی است و علت آن اشتغال بیش از 80 درصد جمعیت روستایی جهان سوم به‌طور مستقیم و غیر مستقیم در فعالیت‌های کشاورزی می‌باشد (هاشمی و ایمنی،1386 به نقل از مایکل تودارو، 1990).

منابع انسانی پایه اصلی ثروت ملت‌ها را تشکیل می‌دهد و سرمایه و منابع طبیعی عوامل لازم تولید هستند. کشوری که نتواند مهارت‌ها و دانش مردم خود را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به‌نحو مؤثری بهره‌برداری کند، قادر نیست به توسعه ملی برسد. زیرا با دستیابی به توسعه منابع انسانی سایر ابعاد توسعه نیز تحقق می‌یابد (هاربینسون،‌ 1998). برای دستیابی متوازن و پایدار بخش کشاورزی، مؤثرترین و اقتصادی‌ترین و کارآمدترین راهبرد، تأمین منابع انسانی برخوردار از دانش، مهارت، اخلاق حرفه‌ای و مدیریت است. تا این عوامل تأمین نشود سایر عوامل در فرایند توسعه نظیر سرمایه، نهاده‌ها، ماشین‌آلات و عوامل اقلیمی نمی‌تواند بازدهی مفیدی ارائه دهند (حاج صادقی،1388 به‌نقل ازکلیتون، 1990). در این راستا، در مناطق روستایی و عشایری کشور، وزارت جهاد کشاورزی به‌عنوان یکی از دستگاه‌های کارگزار، سرمایه‌گذاری‌های بسیاری از طریق افزایش اطلاعات و دانش‌ روستاییان، با اجرای برنامه‌های عمرانی، هدایتی، حمایتی، آموزشی و ترویجی ارائه داده است. با توجه به این سرمایه‌گذاری‌های تقریباً وسیعی که اغلب از طریق کمک‌های دولتی به‌انجام رسیده است. بهره‌وری و تولید در بخش کشاورزی با توجه به رشد فزاینده‌ی جمعیت و نیازهای غذایی ناشی از آن رشد چشم‌گیری نداشته‌است (حسینی و همکاران، 1386). در این میان از خدمات ترویج کشاورزی – که یکی از ابزارهای اصلی توسعه‌ی بخش کشاورزی است و تاکنون بیشتر از طریق بخش دولتی به‌انجام رسیده است. در سه دهه پیشین به دلیل مسائل متعددی همچون پوشش ندادن شمار زیادی از کشاورزان، غیرمشارکتی بودن و دخالت ندادن کشاورزان در برنامه‌ها، انجام ندادن مطلوب کارکردهای واگذار شده، نامناسب‌بودن ساختار داخلی سازمان‌های ترویجی، فقدان اثربخشی هزینه‌ها و کارایی در واحد زمان و غیره انتقاد جدی شده‌است (رضایی و همکاران،1392 به‌نقل از ریورا، 2000؛ میرزایی و همکاران، 1386؛ حسینی و همکاران، 1386). به‌منظور غلبه بر این مشکلات و رفع ناکارآمدی‌ها و ضعف‌های ذاتی سیستم‌های ترویج دولتی، در سال‌های اخیر رویکردها و راهکارهای خاصی از جمله اصلاحات ساختاری، سیستم‌های ترویج قراردادی و تمرکززدایی و کاهش تصدی‌گری دولت معرفی شده‌است (اندرسون، 1385).

در ایران نیز سیستم‌های ترویج کشاورزی (دولتی) با سابقه‌ای حدود نیم قرن هنوز نتوانسته‌اند همه ارباب‌رجوع بالقوۀ خود را تحت پوشش قرار دهند و نیازهای آنان را در زمینه‌های مختلف رفع کنند(رضایی و همکاران 1392 به‌نقل از امیریان، 1380؛‌ حسینی و حجازی، 1389). کمبود پرسنل ترویجی، پایین بودن سطح مهارت‌ها و قابلیت‌های حرفه‌ای کارشناسان ترویج، انگیزه کم کارکنان و داشتن نقش‌های پراکنده و متضاد و کمبود منابع مالی، برخی از مهم‌ترین مسائل مبتلا به سازمان‌های ترویج دولتی در ایران هستند (پزشکی‌راد و همکاران، 1372؛ پزشکی‌راد و آقایی،‌ 1380؛ رضایی، 2005). از این‌رو، هم‌زمان با تحولات صورت گرفته در سیستم‌های ترویج کشاورزی در سطح بین‌المللی و در راستای سوق دادن کشاورزی معیشتی به‌سوی کشاورزی مدرن و تجاری، از نیمه دوم دهۀ 1380 وزارت جهاد کشاورزی تأسیس نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی را با هدف ایجاد یک سازمان تخصصی جهت پوشش فعالیت‌های کارشناسان در بخش کشاورزی و پشتیبانی از منابع انسانی به تصویب مجلس شورای اسلامی رساند. این سازمان، به‌منظور افزایش پوشش خدمات مشاوره‌ای برای کشاورزان و فراهم کردن زمینه اشتغال برخی از دانش آموختگان بخش کشاورزی، طرح استقرار شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و فنی مهندسی کشاورزی را تصویب کرده و در سال 1386 جهت اجرا به کلیه استان‏ها ابلاغ نمود (رحیمی،1390).

عرضه خدمات ترویجی، آموزشی، فنی و اجرایی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت، ارتقا‌ء سطح کمی و کیفی تولیدات کشاورزی، ایجاد زمینه‌ی اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی، ایجاد تحول در ترویج‌ یافته‌های علمی و عرضه خدمات متناسب با نیاز کشاورزان، گسترش پوشش خدمات ترویج کشاورزی، افزایش مشارکت کشاورزان در طراحی و اجرای فعالیت‌های ترویجی و افزایش توان پاسخگویی دولت به بهره‌برداران و تولیدکنندگان بخش کشاورزی برخی از مهم‌ترین اهداف تشکیل شرکت‌های خدماتی محسوب می‌شوند (سازمان جهاد کشاورزی، 1385؛ هاشمی و حجازی، 1389). شایان ذکر است که به‌دلیل حضور محدود کارشناسان دستگاه‌های اجرایی در مناطق روستایی شرکت‌های خدماتی می‌توانند کارکردهای متنوعی را در زمینه‌ی خدمات گیاه‌پزشکی، خدمات مکانیزاسیون کشاورزی، خدمات بازرگانی (بازاریابی و بازاررسانی)، خدمات مالی و بیمه‌ای، خدمات مشارکتی و حقوقی، ایجاد مراکز فروش، خدمات مشاوره‌ای، آموزشی و ترویجی و سایر خدمات برای کشاورزان در جامعه‌ی روستایی داشته‌باشند (سازمان جهاد کشاورزی، 1385).

 تصمیم کشاورزان به پذیرش توصیه­های شرکت‌های خدماتی در روستا متأثر از عوامل مختلفی است که یکی از مهم‌‌ترین آنان، نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدماتی می‌باشد، زیرا فعالیت وتصمیم‌گیری افراد نسبت به هر پدیده‌ای تحت‌تأثیر نگرش آن‌ها می‌باشد. اکنون پس از گذشت 7 سال از استقرار شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی، ارزشیابی جامعی از نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌ها صورت نپذیرفته است. ازاین‌رو در این پژوهش برآن شدیم تا با تحلیل نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و فنی و مهندسی ، اطلاعات جامعی راجع به نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدماتی، در اختیار مسئولین و سیاست‌گذاران قرار دهیم. به‌منظور رسیدن به این هدف شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی شهرستان روانسر مورد مطالعه قرار گرفت.

**تعریف نگرش**

واژه نگرش با معادل انگلیسی «$attitude$» است که در فرهنگ ما معادل های فارسی متعددی همچون طرز تلقی،گرایش، ایستار، بازخورد، طرز فکر،‌گرایش ذهنی، رویه، وجهه نظر، نگره، نحوه برخورد، طرز رفتار، وضع، تمایل‌فکری، وضع‌رفتار، وضع‌روانی، هیات روانی، بخش رفتار و کردار،‌ وضع و حال و شیوه برخورد دارد. اما در سال‌های اخیر، اغلب صاحب‌نظران و اهل فن اصطلاح «نگرش» را برای $attitude$ پذیرفته‌اند (رفیع‌پور، 1372). نگرش مترادف لغاتی مانند view‌ (نظر یک شخص درباره پدیده)، $perception$ برداشت و طرز تلقی یک شخص از یک پدیده و یا به زبان آلمانی لغت $ansehauung$ (نگرش) که در زبان انگلیسی در رابطه با لغت $anshchaung welt‌$ (جهان‌بینی) عیناً مورد استفاده قرارمی‌گیرد، تعریف شده است (حاج‌صادقی 1388 به‌نقل ازآلپورت، 1994). آمادگی عمومی ارگانیسم به‌صورت یک کل، نسبت به یک شی‌‌ء یا موقعیت که سازگاری با آن را طلب می‌کند را نیز نگرش نامیده‌اند (حاج صادقی 1388 به‌نقل از زیک، 1985).

نگرش یکی از مهم‌ترین مفاهیم روانشناسی نوین است. تاکنون تحقیقات بسیاری در مورد نگرش روستاییان و کشاورزان نسبت به موضوع‌ها، خدمات و برنامه‌ها و سیاست‌های مختلف انجام شده‌است. نگرش یک فرد درباره یک پدیده به‌طور عموم در مرحله‌ای است که آن فرد هنوز درباره‌ی آن پدیده تجربه شخصی زیادی نداشته و هنوز به یک تصمیم‌گیری قاطع درباره پذیرش یا رد آن پدیده نرسیده‌است. در نتیجه این مرحله، نظر فرد درباره آن پدیده با یک برخورد شخصی، به‌سادگی قابل تغییر و تعدیل است (رفیع‌پور، 1372)، هم‌چنین نگرش به‌معنی یک نظام پایدار از گرایش‌‌‌‌‌‌‌ها و باورهای یک فرد نسبت به پدیده‌های محیط خود است.

برخی نیز آن را یک حالت روانی و عصبی تعریف کرده‌اند که از طریق تجربه سازمان می‌یابد و بروی پاسخ فرد در قبال اشیاء و موقعیت‌ها، تأثیری پویا می‌گذارد (براتی و همکاران1393 به‌نقل ازآقا احمدی و مباشرنیا، 1386). در معنای نگرش نوع،‌ زاویه و چگونگی نگاه به پدیده‌ها دارای اهمیت است. به‌نظر می‌رسد نوع نگرش افراد به پدیده‌ها بستگی به نوع پدیده‌ها داشته، به‌طورکلی برساختار شخصیتی آنان نیز تأثیر مستقیم می‌گذارد (خاوندی‌زاد اقدم، 1382).

مفهوم نگرش اولین‌بار در سال ۱۹۱۸ در مطالعه‌ای توسط توماس و زنانیکی به‌شیوه‌ای علمی مورد استفاده قرار‌گرفت. آن‌ها نگرش را چنین تعریف کردند: با نگرش ما می‌توانیم فرایند خودآگاهی فردی را که فعالیت ممکن یا واقعی افراد را در جهان واقعی تعیین می‌کند،‌ بشناسیم ﴿شاطریان و همکاران، 1391 به‌نقل از مهرداد، ۱۳۸۸﴾.

نگرش مقدمه ای است برای عمل، هر رفتاری که از افراد سرمی‌زند با نوعی نگرش همراه است. اگر نگرش را مقدمه عمل بدانیم هرنگرش خاص به یک پدیده یا مقوله خاص، آمادگی خاص در هر فرد برای عمل ایجاد می‌کند ﴿شاطریان و همکاران 1391 به‌نقل از سیاه‌پوش، ۱۳۸۱﴾. نگرش یک سازه فرضی است، زیرا به صورت مستقیم قابل مشاهده نیست، بلکه بیشتر با اظهارات کلامی و رفتاری همراه است (آذربایجانی و همکاران، 1385).

به لحاظ اهمیتی که نگرش‌ها در زندگی افراد دارند، برخی از صاحب نظران تا آنجا پیش می‌روند که موضوع اصلی روان‌شناسی اجتماعی را «نگرش» می‌دانند و آن را علم مطالعه نگرش‌های افراد تعریف می‌کنند(کریمی، 1379). به‌طوری که از نظر برخی پژوهشگران، مفهوم نگرش احتمالاً شاخص‌ترین و ضروری‌ترین مفهوم در روانشناسی اجتماعی است (ترکان،1387 به‌نقل از آلپورت، 1935).

بخشی از اهمیت نگرش ناشی از آن است که صاحب نظران مطالعه نگرش را برای درک رفتار اجتماعی، حیاتی می‌دانند. بخش دیگری از این اهمیت مبتنی بر این فرض است که نگرش‌ها تعیین کننده رفتارها هستند و این فرض به‌طور ضمنی دلالت بر این امر دارد که با تغییر دادن نگرش‌های افراد، ‌می‌توان رفتارهای آن‌ها را تغییر داد. به‌علاوه، با افزایش نگرش‌های شخص در مورد چیزها، احتیاج او به تفکر و اخذ تصمیم‌گیری تازه،کم می‌شود و رفتار او نسبت به آن چیزها عادتی، قالبی، مشخص و قابل پیش‌بینی می‌گردد و در نتیجه زندگی اجتماعی او آسان می‌شود. همچنین آگاه بودن از نگرش‌های افراد می‌تواند دارای اهمیت زیادی باشد. اگر نگرش‌های مردم را بدانیم، می‌توانیم رفتار آنان را پیش‌بینی کنیم و بر رفتار آنان کنترل داشته باشیم (کریمی،1379). اگر ما از نگرش‌های دیگران مطلع باشیم، دنیا پیش‌بینی‌ پذیرتر می‌شود. ممکن است تفکر و رفتارمان از طریق این دانش شکل بگیرد و سعی کنیم تا رفتار دیگران را از طریق ایجاد تغییر در نگرش آن‌ها کنترل نمائیم؛ و بالاخره در سطح «بین گروهی» نگرش‌ها نسبت به گروه خودمان و دیگر گروه‌ها، در بطن تعاون و تعارض بین گروهی قرار دارد (ترکان، 1387 به‌نقل از هیوستون و اشتروبه، 1383).

با وجود اهمیت سازه نگرش، روانشناسی اجتماعی، مباحثه‌های مکرر را در رابطه با تعریف مناسب آن تجربه کرده است. اگر چه این مباحثه‌ها در دهه‌های پایانی قرن بیستم رو به کاهش نهاده است (ایگلی و چایکن،2007). از جمله تعاریف که شاید جامع‌تر از بقیه باشد، تعریف کمبرت و همکاران (1964 به نقل از آذربایجانی و همکاران، 1385) است: «نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها و موضوع‌های اجتماعی یا قدری وسیع‌تر، هرگونه حادثه‌ای در محیط فرد».

نگرش را می‌توان آمادگی ویژه‌ای از نظر روانی در رویارویی با پدیده‌ها، مسایل، چیزها، وقایع و عکس‌العمل‌ها توام با هیجان نسبت به آن‌ها دانست که ناشی از گذشته افراد و تجربیات مختلف آن‌ها در زندگی می‌باشد. در واقع، تعاریف گوناگونی که از نگرش ارایه شده است، مبتنی بر این اصل است که نگرش را واقعیتی آمیختنی و بالنسبه باداوم در نظر می‌گیرند که به ‌عنوان یک گرایش از سوی فرد اظهار می‌شود و براساس آن، شخص به‌گونه‌ای مثبت یا منفی درباره پدیده‌ها داوری می‌کند(علی‌بیگی و همکاران، 1391 ؛ به‌نقل از فلکی و همکاران، 1386).

**الگوی سه مؤلفه‌ای نگرش**

در این الگو فرض بر این است که نگرش‌ها ترکیبی از سه سبک مشخص تجربه و واکنش نسبت به یک امر می‌باشند: عاطفی، شناختی، رفتاری. برای مثال، طرفداران حفظ محیط‌زیست معتقدند که آلودگی هوا باعث از بین رفتن لایه ازن می‌شود که خطر ابتلاء به سرطان را افزایش می‌دهد(شناختی)، آن‌ها ممکن است به خاطر انقراض گیاه و جانور ناراحت و غمگین شوند(عاطفی) و بر این اساس آنها از وسیله نقلیه عمومی به جای خودروی شخصی استفاده و در فرایند بازیافت شرکت خواهند نمود (رفتاری) (بهنر و وانک، 1384). می‌توان در بیشتر تعریف‌های ظاهراً متفاوت نگرش، فصل‌های مشترکی پیدا کرد. هر کدام از این تعریف‌ها به‌صورتی، خصوصیت اصلی نگرش را آمادگی برای پاسخ دادن می‌دانند (ترکان، 1387 به نقل از آلپورت، 1935، به نقل از کریمی، 1379). نگرش حالت درونی و آمادگی است به‌جای این‌که علنی و عملی باشد؛ یعنی نگرش، رفتار نیست بلکه پیش شرط رفتار است. روی هم رفته تعریف سه عنصری نگرش، تعریفی است که بیشتر روانشناسان اجتماعی روی آن اتفاق نظر دارند(کریمی، 1385).

حاج‌صادقی، 1388 به‌نقل از فلدمن (2001) نیز نگرش را از زاویه سه رهیافت مورد بررسی قرار‌می‌دهد:

1. دیدگاه ارزش‌یابانه:‌ عبارت‌است از پیش‌آمادگی‌های آموخته شده جهت پاسخ به شیوه‌ای مطلوب یا نامطلوب نسبت به فرد یا شی‌‌ء یا ایده‌های بخصوص. در واقع نگرش مجموعه‌ای از احساسات خوب بد یا نسبت به یک چیز،‌ فکر و یا رفتار می‌باشد.
2. دیدگاه حافظه‌ای: ‌عبارت‌است از مجموعه‌ای از اطلاعات به‌هم پیوسته پیرامون افکار، احساسات و رفتار متمرکز بر شی‌ء‌ (در این تحقیق کشاورزان شهرستان روانسر). مقصود از حافظه در واقع مجموعه‌ای از اطلاعات به‌هم پیوسته پیرامون افکار، عقاید و احساسات و یا شی‌ء‌نگرش می‌باشد. هنگامی که محرکی از بیرون این شبکه ذهنی را تحریک می‌کند، خاطرات پیرامون شی‌ء نگرش برانگیخته می‌شوند.
3. دیدگاه سه مؤلفه‌ایی:‌ نگرش عبارت‌است از مؤلفه شناختی، عاطفی و رفتاری یا اقدام‌ به‌ عمل

مؤلفه رفتاری: ‌پیش‌آمادگی‌ها یا نیاتی برای انجام عمل به شیوه‌ای خاص که بازتابنده نگرش هستند را در‌برمی‌گیرد.

 مؤلفه عاطفی: ‌یک واکنش احساس مثبت، منفی و یا آمیزه‌ای از یک دو که در برگیرنده احساسات ما نسبت به یک شی‌‌ء است.

مؤلفه شناختی: یک واکنش شناختی که شامل ارزیابی‌های ما براساس تهدید مربوط، تصورات و خاطره‌ها می‌باشد.

به‌طور مثال نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای در قالب این سه مؤلفه را می‌توان چنین تشریح کرد.کشاورز عقیده دارد که شرکت‌های خدماتی می‌تواند در افزایش عملکرد محصولات کشاورزی و امور دامی تأثیر به‌سزایی داشته‌باشد. درواقع این باور کشاورز مربوط به مؤلفه شناختی او نسبت به شرکت‌های خدماتی است که می‌تواند احساس خوبی نسبت به حضور و پذیرش شرکت‌های خدماتی و هم‌چنین واکنش برقراری ارتباط با شرکت‌های خدماتی منطقه خود را داشته‌باشد. این احساس مثبت کشاورز همان مؤلفه عاطفی و یا رفتار احساسی او محسوب خواهد شد و درنهایت براساس مؤلفه رفتاری احتمال این‌که کشاورز در کلاس‌های آموزشی- ترویجی که شرکت‌های خدماتی پیرامون مسائل و مشکلات کشاورزی برگزار می‌کند، شرکت کند، بسیار زیاد است.

نگرش دارای سه ویژگی است: نخست اینکه هر نگرشی شامل یک شی‌ء مشخص، رویداد یا موقعیت است (موضوع نگرش) (کریمی، 1385). موضوع نگرش ممکن است هر چیزی باشد که در جهان شناختی شخص وجود دارد. این چیزها هم در جهان مادی و هم در جهان اجتماعی شخص می‌توانند وجود داشته باشند. اما نگرش‌های افراد محدود به شناخت‌های آنها است. یعنی، ما نسبت به چیزهایی نگرش داریم که درباره آنها شناخت داشته باشیم (کریمی، 1379). موضوعات نگرش ممکن است «عینی» یا «انتزاعی» باشند، ممکن است اشیاء بی‌جان، اشخاص یا گروه‌ها باشند. برخی از نگرش‌ها بر اساس موضوع نگرش نسبت به گروه‌های اجتماعی، مخصوصاً چنان‌چه نگرش به صورت منفی باشد«تعصب» نامیده می‌شوند؛ نگرش‌های نسبت به خود، تحت عنوان «حرمت خود» نامیده می‌شوند؛ نگرش‌های نسبت به امور انتزاعی (مثلاً آزادی بیان) اغلب به‌صورت «ارزش‌ها» نام‌گذاری شده‌اند (ترکان، 1387 به‌نقل از هیوستون و اشتروبه،1383). اکثر روان‌شناسان اجتماعی نگرش را به معنی ارزیابی افراد، اشیاء و یا نقطه نظرها تعریف نموده‌اند. نگرش را به این جهت ارزیابی کننده می‌گویند، زیرا شامل عکس‌العمل‌های مثبت یا منفی نسبت به امری می‌باشد. انسان‌ها موجوداتی بی‌تفاوت نسبت به دنیای خود نیستند، بلکه دائماً در حال ارزیابی آنچه می‌بینند، می‌باشند. اگر کسی نسبت به آدم‌های دیگر و یا اشیاء و خلاصه دنیای پیرامون خود اظهار بی تفاوتی کند، باعث تعجب خواهد شد (ترکان به‌نقل از ارونسون، تیموتی و اکرت، 1385) و سوم آنکه نگرش‌ها معمولاً دارای ثبات و دوام قابل توجهی‌اند. از میان عناصر تشکیل دهنده، عنصر عاطفی و از میان ویژگی‌ها، ویژگی ارزشیابی کردن، مهم‌ترین مؤلفه‌های نگرش‌ها را تشکیل می‌دهند. بنابراین، شدیدترین صفت ممیزه نگرش این است که دارای عنصری ارزشیابانه و عاطفی است (کریمی، 1385).

**عملکرد نگرش‌ها**

 با توجه به این‌که افراد نگرش‌های متفاوتی دارند و براساس نگرشی که کسب کرده‌اند رفتار می‌کنند پس می‌توان انتظار داشت که نگرش‌های مختلف باید دارای عملکردهای مختلفی هم باشند (گاسون، 1996).

در روان‌شناسی اجتماعی برای نگرش‌ها دو عملکرد مطرح شده است:

الف- عملکرد دانشی:‌ به این معناست که هر شخصی براساس نگرشی که اخذ نموده، می‌تواند جهان و مسائل مربوط به آن را بفهمد به آن‌ها سازمان بخشد و فرد را قادر سازد تادرک کند، مردم چرا این‌گونه عمل می‌کند و یا وقایعی که در جهان اتفاق می‌افتد چه دلیلی دارند (پیشین).

ب – عملکرد خودکارکرد: مبحث جالب و پیچیده‌ای است که در روان‌شناسی اجتماعی از آن به عنوان عزت نفس یاد می‌کند. مقصود این که افراد با اخذ نگرش‌های افراد مشهور، مورد علاقه و مهم خود احساس عزت نفس و محبوبیت می‌کند. اساس عملکرد خودکارکرد بر کسب خوی و حفظ حس مثبت نسبت به خود استوار است. از این لحاظ وقتی ما،‌ نگرش افراد مورد علاقه و مهم را اخذ می‌کنیم تصور دیگران از خود را مانند تصور خود از آن فرد مهم تلقی می‌کنیم و این اندیشه باعث ایجاد حس مثبت، عزت نفس و اعتماد به شخصیت خواهد شد و نهایتاً در رفتارمان نیز بروز خواهد کرد (ویلوک، 1999).

**ابعاد نگرش**

به‌نقل از کلاین برگ (1998) نگرش دارای پنج بعد به‌شرح زیر می‌باشد :

1. جهت
2. میزان
3. شدت
4. ثبات‌رأی
5. ابراز

الف- جهت: مقصود این که با چه موضوعات یا فعالیت‌هایی موافق یا مخالف هستیم. به‌طور مثال آیا با مساوات حقوق سیاه‌پوستان و سفیدپوستان با شرکت در سازمان ملل موافق هستیم یا نه؟

ب – میزان:آیا برای موافقت یا مخالفت خود محدوده قائل هستیم؟ به‌طور مثال موافق مساوات حقوق برای سیاه‌پوستان تنها در زمینه اقتصادی هستیم یا در تمام زمینه‌ها؟

ج – شدت:شدت و عمق احساسات ما در مورد اشیاء‌ یا افراد بدون‌‌‌‌ آن‌که طرز تفکر افراطی یا تفریطی داشته باشیم چقدر است. به‌طور مثال آیا احساساتی شدید عمیق از خود بروز می‌دهیم یا دارای احساستی با شدت و عمق کمتری هستیم؟

ثبات‌رای:اگر پیرامون موضوعی نگرش مثبت پیدا کرده‌ایم این نگرش را برای گروه خاصی قائلیم یا برای همه گروه‌های دیگر هم قائل می‌شویم. برای مثال مساوات حقوق را تنها برای سیاه‌پوستان قائلیم یا برای سرخ‌پوستان و زردپوستان و... قائلیم؟

ابراز: تا چه حد وضع رفتار مشخصی را ابراز می‌کنیم؟ موافقت یا مخالفت خود را با چه سرعت یا سهولتی ابراز می‌کنیم؟‌ واکنش سریع نشان می‌دهیم یا با احتیاط بیشتر رفتار می‌کنیم (کلاین برگ، ‌1998).

کریمی (1383) درجه پیچیدگی را به‌عنوان یکی دیگر از ابعاد نگرش معرفی می‌کند. به‌این معنا که هرکدام از مؤلفه‌های نگرش (شناختی، عاطفی و رفتاری) می‌تواند از سادگی کامل تا پیچیدگی زیاد حرکت کند. برای مثال در مورد مؤلفه شناختی، اطلاعات ما درباره یک فرد سیاست‌مدار می‌تواند شامل درجات زیر باشد. آدم پاکی است، پاک و قاطع است، پاک، خطیب و ... است. از نظر عاطفی، تنها برای او احترام قائل هستیم، به جز احترام به او محبت می‌ورزیم، موارد قبل به‌علاوه مطیع بودن و شیفته بودن، از نظر رفتاری، تنها به او رای می‌دهیم، برای انتخاب شدنش فعالیت می‌کنیم، علاوه بر موارد ذکر شده در راه انتخاب شدنش متقبل هزینه هم می‌شویم (آدریان، 2005).

برم و کاسین (1997) بعد نیرومندی یا استحکام را به ابعاد دیگر نگرش اضافه کردند که با چند خصوصیت مشخص می‌شود:

الف – به‌طور مستقیم نفع شخصی افراد را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند.

ب – عمیقاً به ارزش‌های سیاسی، فلسفی و مذهبی افراد وابسته است.

ج – به گروه‌های اجتماعی، دوستان نزدیک و خانواده مربوط می‌شوند.

**عوامل مؤثر در پایداری نگرش**

1. اطلاعات:‌هرچند اطلاعاتی که اساس نگرش را می‌سازند بیشتر باشد، استحکام نگرش بیشتر خواهد بود به‌ویژه اگر این اطلاعات از تجربه اشخاص گرفته باشد و از نوع اطلاعات دسته اول محسوب شوند (پائول، 1998).
2. نگرش‌هایی که به‌راحتی به ذهن خطور می‌کند و قابلیت دسترسی بیشتری دارند از استحکام بیشتری برخوردار خواهد بود (پائول، 1998).
3. نگرش‌های قدیمی‌تر: نیرومندی و استحکام بیشتری نسبت به نگرش‌های تازه دارند (پائول، 1998).

**مدل شارپلی**

مطالعات شارپلی برروی 2700 کشاورز نشان می‌دهد که رفتار کشاورزان در استفاده از ابزار و ماشین‌آلات کشاورزی ناشی از نگرش کشاورزان به سه سئوال زیر می‌باشد:

1. ابزارآلات می‌توانند مفید باشند؟
2. ابزارآلات کشاورزی تا چه اندازه در آسان نمودن کارهای مزرعه کارایی دارند؟
3. آیا دانش و مهارت خاصی برای استفاده از ابزار لازم است؟

براساس این تحقیق شارپلی نتیجه می‌گیرد کشاورزانی که احساس کرده‌اند مهارت کافی برای استفاده از ابزار را دارند، نگرش مثبت‌تری نسبت به مکانیزه نمودن کشت مزارع از خود نشان می‌دهند. شارپلی پس از این نتیجه‌گیری مدل خود را در شکل 2-1 ارائه می‌دهد:

مزایای ماششین‌آلات و ابزار کشاورزی

میزان مهارت به‌کارگیری ابزار

رفتار

نگرش

نیت و قصد

آسان نمودن کارها واستفاده آسان

**شکل 2-1- مدل نگرش شارپلی (شارپلی،2001)**

**مدل وایتس**

دانشمند دیگری به‌نام وایس، مدل نگرشی خود را براساس مؤلفه فاکتورهای شخصیتی و فاکتورهای خارجی ارائه می‌دهد و در زمینه هرکدام از مؤلفه‌ها تحقیقاتی را انجام داده و سپس رفتار نهایی کشاورز را مورد بررسی قرار می‌دهد و این فاکتورهای خارجی را مهم‌ترین عامل رفتار کشاورز بیان داشته و معتقد است فاکتورهای شخصیتی زمینه را برای بروز فاکتورهای خارجی ایجاد می‌کنند.

**بحث و نتیجه­گیری**

متوسط سن کشاورزان در تحقیق حاضر 95/49 سال می­باشد. همان­طور که نتایج نشان می­دهد سن کشاورزان منطقه مورد مطالعه در وضعیت خوبی قرار دارد و می­توان بیان داشت که کشاورزان در وضعیت مطلوبی به لحاظ تجربه کار کشاورزی قرار دارند. از لحاظ میزان سواد تنها در حدود 35 درصد کشاورزان دارای سواد دیپلم و بالاتر می­باشند که نشان دهنده سطح پایین سواد در بین کشاورزان منطقه می­باشد. شغل 5/74 درصد از ساکنان منطقه کشاورزی می­باشد که نشان از وابسته بودن زندگی و اقتصاد مردم منطقه به کشاورزی و فعالیت­های مربوط به آن می­باشد. میانگین زمین کشاورزی افراد مورد مطالعه 3/2 هکتار می­باشد که نشان از خرده­پا بودن کشاورزان منطقه می­باشد. کم بودن میزان زمین باعث شده که کشاورزان فشار زیادی بر زمین­ها وارد نمایند که این امر در بلند مدت موجب از بین رفتن اراضی می­شود. در نمونه مورد مطالعه بیش از دو سوم(68 درصد) بهره‌برداران مالک زمین‌هایشان بودند و اکثرا به زراعت اکتفا نموده‌اند و سایر بهره‌برداران علاوه بر زراعت به دامپروری، باغداری و یا ترکیبی از آن‌ها اشتغال دارند. کشت غالب منطقه گندم می‌باشد (4/71 درصد). البته در کنار گندم محصولاتی مانند ذرت، جو، گوجه، نخود و سیب‌زمینی نیز کشت می‌شود. نیمی از زمین‌های (49 درصد) به صورت آبی کشت می‌شد و 68 درصد افراد به صورت متناوب زمین‌های خود را کشت می‌کنند.

تحقق جهش تولید در کشاورزی باعث فرصت‌سازی در توسعه فعالیت‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی و همچنین موجب کاهش اثرات تهدیدهای ملی نظیر تحریم‌های اقتصادی می‌شود اگر با بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌ها مبتنی بر تفکر جهادی و راهبردهای متاثر از مدیریت جهادی همراه باشد. بي‌ترديد تنوع فعاليت‌ها و توليدات كشاورزي و تضمين موفقيت در صحنه‌ی رقابت جهاني نيازمند عرضه‌ی مستمر اطلاعات به‌هنگام و متنوع فني كشاورزي به جامعه‌ی بهره‌برداران است. با توجه به كمبود كارشناسان ترويج و مروجان دولتي نسبت به تعداد مخاطبان روستايي، براي ارائه‌ی اطلاعات مورد نياز ترويجي و آموزشي و خدمات مشاوره‌اي تعداد زيادي كارشناس موضوعي و تخصصي در رشته‌هاي مختلف كشاورزي نياز است كه امكان استخدام آن‌ها در سيستم دولتي وجود ندارد. با توجه به اهميت موضوع، براي رفع اين مسئله تشكيل شركت‌هاي مشاوره‌اي، فني و مهندسي كشاورزي طي چند سال اخير مورد توجه جدي دولت قرار گرفته است و تعداد زيادي از اين شركت‌ها در استان‌هاي مختلف كشور از جمله استان کرمانشاه ايجاد و راه‌اندازي شدند. هدف اساسي ايجاد چنين شركت‌هايي توسعه‌ی نظام ارائه‌ی خدمات مهندسي تقاضا محور، ارباب رجوع محور و كشاورز محور بود. علي‌رغم اين موضوع به نظر مي‌رسد كه در عمل شركت‌هاي خدماتي با مشكلات و مسائل متعددي مواجه شده و نتوانسته‌اند در جلب رضايت كشاورزان چندان موفق باشند.

یکی از نکات کلیدی مهم در بهبود طرح‌ها و برنامه‌های توسعه و ترویج، توجه به نگرش‌ها و دیدگاه‌های کنشگران به‌ویژه کشاورزان و ذینفعان (بهره‏برداران) می‌باشد، چرا که از این طریق می‌توان از طرز تفکر آنان نسبت به نقاط قوت و ضعف پروژه‌ها و برنامه‌ها بهره گرفت.

بر اساس نتایج مشخص شد که حدود 70 درصد پاسخگویان از خدمات ارائه شده از طرف شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای ناراضی بودند، پاسخگویان بیان داشتند که این شرکت‌ها جز دادن سهمیه کود به افراد خدمات دیگری ندارند که ارائه دهند و با توجه به اینکه در حال حاضر کود به صورت آزاد به فروش می‌رسد، پاسخگویان بیان داشتند که در گذشته خدمات ارائه شده، خدمات مناسبی بود، ولی در حال حاضر، این شرکت‌ها چیزی برای ارائه ندارند و دیگر کشاورزان تمایلی برای مراجعه به این شرکت‌ها ندارند و حتی پاسخگویان بیان داشتند که افرادی که در شرکت‌ها مشغول به فعالیت می‌باشند از دانش، تخصص و مهارت کافی برخوردار نمی‌باشند و درصورتی‌که برای مزارع مشکلی پیش بیاید، کارشناسان در حل آن ناتوانند و کشاورزان در این زمینه بیشتر از تجربه سایر کشاورزان استفاده می‌کنند.

نتایج مطالعه ریورا و گری (2000)، حاکی از رضایت متوسط کشاورزان از خدمات ترویج خصوصی بود، همچنین ماندلر (2010) بیان داشت که شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای در دستیابی به اهداف خود چندان موفق عمل نکرده‌اند و نتوانسته‌اند رضایت اکثر کشاورزان را جلب کنند، که مطابق نتایج ما در تحقیق حاضر می‌باشد.

مطالعه هانچینال (2002)، نشان داد که رضایت حدود 35 درصد از کشاورزان در سطح خیلی زیاد، 42 درصد در سطح زیاد و23 درصد نیز در سطح کم و خیلی کم بود، که بر خلاف نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر می‌باشد.

ناراضی بودن افراد از خدمات ارائه شده از طرف شرکت و از طرفی هم دور بودن این شرکت‌ها از روستاهای منطقه (21 تا 40 کیلومتر)، باعث شده اکثر کشاورزان یا به این مراکز مراجعه نکنند یا حداکثر یک بار مراجعه کنند. در این رابطه بیان داشتند که آدم از رفتن به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی پشیمان می‌شود و مراجعه به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای یا شرکت در جلسات آن‌ها فقط وقت تلف کردن است و آن‌هاهیچ‌کار مفیدی انجام نمی‌دهند و بر اساس نیاز کشاورزان فعالیتی انجام نمی‌دهند.

در این راستا باید گفت که این شرکت‌ها اوایل خدماتی رایگان هم‌چون، دادن سم جهت مبارزه با حیوانات موزی (موش)، دادن کودهای تقویتی، بازدید از مزارع کشاورزان و ارائه جدیدترین اطلاعاتبه آن‌ها را انجام می‌دادند،‌ اما حالا دیگر خیلی برای مردم کار نمی‌کنند. همچنین کارشناسان شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تجربه و مهارت کافی در زمینه کشاورزی ندارند، به نیازهای کشاورزان توجه نمی‌کنند و کارشناسان بیشتر به فکر درآمد و تأمین منافع خود می‌باشند. این عوامل در مجموع باعث شده که کشاورزان نگرش مثبتی نسبت به این شرکت‌ها نداشته باشند.

به منظور گروه‌بندی نگرش کشاورزان نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای، از فرمول چهار قسمتی نگرش منفی، نسبتا منفی، نسبتا مثبت و مثبت $ISDM$ استفاده شد. بر این اساس مشخص شد که تنها 9/11 درصد پاسخگویان نگرش مثبتی نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای داشتند. در این راستا کشاورزان بیان داشتند که بودن و نبودن شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی به حال ما فرقی نمی‌کند ما هرکاری بخواهیم خودمان هم می‌توانیم انجام دهیم و احتیاجی به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای نداریم.

براساس یافته‌های فعلی و همکاران (1386)، دانش فنی و مهارت حرفه‌ای کشاورزان تحت پوشش طرح ناظرین گندم به‌طور معنی‌داری نسبت به کشاورزان خارج از طرح بیشتر است. این نتایج حاکی از نگرش مثبت کشاورزان تحت پوشش طرح به ناظرین گندم در مقایسه با کشاورزان خارج از طرح است، همچنین نتایج مطالعه رسولی‌آذر و همکاران (1389)، نشان دادند، سه‌چهارم کشاورزان نسبت به کارشناسان ناظر و خدمات مشاوره‌ای آنها سطح نسبتاً مساعد و درحالی‌که فقط70/3 درصد کشاورزان دارای نگرش نامساعدی نسبت به کارشناسان ناظر گندم و خدمات مشاوره‌ای آنها بودند. که مخالف نتیجه به دست آمده در تحقیق حاضر می‌باشد که کشاورزان نگرش منفی نسبت به شرکت‌ها داشتند. گفته شد که شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای در سال 1380، با هدف بکارگیری فارغ‌التحصیلان کشاورزی در غالب این شرکت‌ها، تا بتوانند دانش و اظلاعات لازم درباره کشاورزی را در اختیار کشاورزان قرار دهند و به کشاورزان در راستای افزایش تولید کمک کنند. در اوایل راه‌اندازی این شرکت‌ها، فارغ‌التحصیلان با تمام توان در راستای جذب رضایت کشاورزان کار می‌کردند و به آن‌ها کمک می‌کردند و کشاورزان نیز از خدمات آن‌ها راضی بودند، ولی هرچه سال‌های بیشتری از فعالیت این شرکت‌ها می‌گذشت، کارشناسان به این نتیجه رسیدند که میزان درآمدی که از این راه به‌دست می‌آورند در مقابل کاری که انجام می‌دهند ناچیز می‌باشد و دیگر آن شور و اشتیاق اول را نداشتند، همین عامل باعث شد، از خدمات ارائه شده‌ی آن‌ها به کشاورزان کاسته شود و هرچه تعداد سال‌های بیشتری از عمر این شرکت‌ها می‌گذشت و کشاورزان می‌دیدند که این شرکت‌ها مثل سابق خدمات ارائه نمی‌دهند و اطلاعات جدیدتری برای ارائه به کشاورزان ندارند، عوامل یاد شده در مجموع باعث شد، کشاورزان رضایت گذشته را از عملکرد این شرکت‌ها را نداشته باشند.

نتایج تحقیق نشان داد که بین متغیرهای سن، درآمد و میزان اراضی رابطه مثبت و معنی‌داری با میزان نگرش وجود دارد و بین سطح سواد و نگرش رابطه منفی و معنی داری مشاهده شد. هرچه سواد افراد بیشتر شود، آگاهی آن‌ها نیز بیشتر شده و دسترسی آن‌ها به منابع اطلاعاتی (مقالات علمی، کتاب و اینترنت) نیز بیشتر می‌باشد و این باعث می‌شود که افراد باسواد با چشم تردید به گفته‌های کارشناسان نگاه کنند و سعی دارند که دانسته‌های کارشناسان را آزمایش کنند و وقتی که می‌بینند کارشناسان اطلاعات جامع و کاملی ندارند به دانسته‌های آن‌ها شک کرده و این باعث می‌شود که نگرش مساعدی نسبت به کارشناسان شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای نداشته باشند. و در نهایت مشخص شد که سن و میزان درآمد مهم‌ترین متغیرهای تاثیر گذار بر نگرش می‌باشد. به طوری که هر چه میزان این متغیر بیشتر باشد نگرش مثبت‌تر نسبت به شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای داشتند، چرا که این کشاورزان به این نتیجه رسیده بودند که استفاده از دانش فنی کارشناسان این شرکت‌ها باعث افزایش عملکرد آن‌ها شده و امکانات بهتری بهدست خواهند آورد و بهتر می‌توانند به فعالیت‌های مربوط به مزرعه رسیدگی کنند.

**منابع**

**-آزادی، ح. (1382). ارزشیابی جامع طرح سربازان سازندگی. تهران نشر امیر کبیر.**

**-آذربایجانی و همکاران. (1385). روانشناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی. تهران: انتشارات سمت.**

**-اکبری، م. (1386). بررسی چالش‌ها و سازوکارهای بهبود طرح مهندسین ناظر گندم مطاله موردی استان اصفهان . پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.**

**آزادی، ح. (1382). ارزشیابی جامع طرح سربازان سازندگی. تهران نشر امیر کبیر. 221**

**.**

**-Anderson, J. (2007). *Agricultural Advisory Services*. A Background Paper for WDR, Washington, DC: World Bank.**

**-Benin, S., E. Nkonya, G. Okecho, J. Pender, S. Nahdy, S. Mugarura, E. Kato, and G.**

**-Birner, R. and Anderson, H. (2007). How to make agricultural extension demand-driven? The Case of India’s agricultural extension policy. International Food Policy Research Institute (IFPRI), Discussion Paper 00729, 48 p.**

**-Chipeta, S. 2006. Demand driven agricultural advisory services. Swiss Center for**

**.**