

توانمندی‌سازی و ترویج باغداری دهقانان کم زمین

# کتاب رهنمای SHEP برای کارکنان ترویج



مارچ ۲۰۱۸



رهنمای عملی برای تطبیق رویکرد SHEP

اداره همکاری‌های بین‌المللی جاپان



# کتاب رهنمای SHEP برای کارکنان ترویج

---

رهنمای عملی برای تطبیق رویکرد SHEP

## فهرست مطالب

۱	پیشگفتار
۲	خوانندگان گرامی
۳	قدردانی/سپاسگزاری
۴	سهم‌گیرندگان در تدوین رهنما
۷	<b>بخش ۱. مفهوم</b>
۸	۱. مفهوم رویکرد SHEP
۸	۱.۱. دو رکن کلیدی رویکرد SHEP
۱۱	۲.۱. چهار مرحله اساسی SHEP
۱۳	۳.۱. ملاحظات جندری در SHEP
۱۴	۲. مزایای SHEP
۱۴	۱.۲. تفاوت رویکرد SHEP با سایر رویکردها چیست؟
۱۵	۲.۲. اثرات و پیامدهای رویکرد SHEP
۱۷	<b>بخش ۲. روال‌های تمرینی</b>
۱۸	۱. مرحله ۱ - هدف برای دهقانان بیان می‌شود
۱۸	۱.۱. ورکشاپ آگاهی‌دهی
۲۱	۲. مرحله ۲ - آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد
۲۱	۱.۲. سروی مشارکتی ابتدایی
۳۲	۲.۲. مجمع ذینفعان (فعالیت اختیاری)
۳۷	۳.۲. سروی بازار
۴۹	۳. مرحله ۳ - دهقانان تصمیم می‌گیرند
۴۹	۱.۳. انتخاب محصول مورد نظر
۵۵	۲.۳. تهیه تقویم زراعی
۶۱	۴. مرحله ۴ - دهقانان مهارت کسب می‌کنند
۶۱	۱.۴. آموزش‌های ساحوی
۶۹	۵. پیگیری و نظارت (شامل سروی و بررسی نهایی مشارکتی)
۷۶	۶. نمونه آموزش آگاهی جندری
۸۲	<b>بخش ۳. رهنمایی</b>
۸۳	۱. پرسش‌های متداول
۸۳	۱.۱. پرسش‌های مربوط به کاربرد و روش‌های SHEP
۸۵	۲.۱. پرسش‌های مربوط به چلنج‌های بازاریابی
۸۴	۳.۱. پرسش‌های مربوط به انواع کمک‌ها
۸۷	۴.۱. پرسش‌های مربوط به هدف‌گذاری
۸۷	۵.۱. پرسش‌های مربوط به کارکنان و سیستم‌های ترویج
۸۸	۶.۱. پرسش‌های مربوط به منابع مالی
۸۸	۷.۱. پرسش‌های مربوط به جندر
۸۹	۲. منابع

## فهرست اشکال

۸	شکل ۱: دو ستون اساسی SHEP
۱۱	شکل ۲: چهار مرحله ضروری
۱۲	شکل ۳: ارتباط متقابل میان انگیزه و انکشاف مهارت‌ها
۱۳	شکل ۴: ادغام جندری در SHEP
۱۵	شکل ۵: تغییرات مثبت پس از SHEP
۲۲	شکل ۶: سروی ابتدایی به نفع دهقانان
۵۵	شکل ۷: مواردی که باید در تقویم زراعی مورد توجه قرار گیرد
۶۲	شکل ۸: مقایسه آموزش‌های عرضه‌محور و تقاضا‌محور
۶۷	شکل ۹: کامیابی‌های انکشاف‌یافته در کنیا
۶۸	شکل ۱۰: بروشورهای انکشاف‌یافته در رواندا، نیپال و اتیوپی
۶۸	شکل ۱۱: پوستر در فلسطین
۷۰	شکل ۱۲: تضمین "راه‌اندازی پایدار فعالیت‌ها" از طریق پیگیری و نظارت

## فهرست بکس‌ها

۲۵	بکس ۱: جدول بصری تبدیل واحدها برای سروی‌های ابتدایی
۲۵	بکس ۲: ورق کار محاسبه مصارف
۲۶	بکس ۳: همکاری دهقانان با یکدیگر
۲۶	بکس ۴: سروی ابتدایی برای زمین‌های زراعتی گروهی و انفرادی
۲۷	بکس ۵: سیستم «وظیفه‌خانگی» در جریان سروی‌های ابتدایی
۳۴	بکس ۶: مجمع خریدار-فروشنده
۳۴	بکس ۷: اشتراک شمار زیادی از نمایندگان دهقانان در مجمع
۳۵	بکس ۸: نمایش ابزار و تجهیزات صرفه‌جویی نیروی کار
۴۰	بکس ۹: بازدید از شرکت‌ها و نهادهای مختلف در جریان سروی‌های بازار
۴۰	بکس ۱۰: تمرین آزمایشی دهقانان پیش از تطبیق سروی بازار
۴۱	بکس ۱۱: تطبیق سروی مقدماتی بازار توسط ترتیب‌کنندگان
۴۱	بکس ۱۲: انتخاب بیش از شش محصول برای بررسی توسط دهقانان
۴۲	بکس ۱۳: انتخاب دهقانان بی‌سواد بحیث نمایندگان سروی بازار
۴۲	بکس ۱۴: انجام سروی‌های بازار در هر دو بازار رسمی و غیررسمی
۵۱	بکس ۱۵: انتخاب حاصلات مورد نظر برای دو فصل متفاوت
۵۲	بکس ۱۶: بودجه‌بندی حاصلات زراعتی
۵۷	بکس ۱۷: تهیه جدول اوج تقاضا
۵۸	بکس ۱۸: تقویم‌های کشت برای زمین‌های زراعتی گروهی و انفرادی
۶۴	بکس ۱۹: ترویج تخنیک‌های تولید به‌طرز دهقان به دهقان
۶۵	بکس ۲۰: ایجاد قطعات نمایشی / فارم‌های آموزشی
۶۵	بکس ۲۱: همکاری با خدمات ترویجی سکتور خصوصی

## فهرست ارکان

۹	رکن ۱: تقلیل عدم توازن معلومات توسط SHEP
۱۰	رکن ۲: سه نیاز روانی برای بلند بردن انگیزه
۳۶	رکن ۳: ترتیب متفاوت، هدف متفاوت
۴۲	رکن ۴: سه اصل سروی بازار در رویکرد SHEP
۶۷	رکن ۵: مطالب آموزشی مختلف برای تخنیک‌های تولید
۸۰	رکن ۶: داستان یک مرد دهقان در یک خانواده زراعتی
۸۰	رکن ۷: داستان یک زن دهقان در یک خانواده زراعتی

به‌سوی نهادینه‌سازی رویکرد SHEP در خدمات ترویج زراعت

رویکرد SHEP در آغاز، از طریق آزمون و تجارب و در چوکات همکاری تخنیکی میان کنیا و جاپان، با هدف بهبود خدمات ترویج زراعت در کنیا شکل گرفت. این همکاری در سال ۲۰۰۶ آغاز شد و رویکرد SHEP بحیث یک شیوه نوآورانه در ترویج زراعت، بر بنیان اصول اقتصاد و روان‌شناسی انکشاف داده شد. رویکرد SHEP، رویکردی در ترویج زراعت است که به دهقانان کم زمین (small-scale farmers) این امکان را می‌دهد تا زراعت بازارمحور را پیش ببرند. پروژه ترویج زراعت که در کنیا ذریعه این رویکرد اجرا شد، توانست درآمد زراعتی ۲۵۰۰ دهقان مورد نظر را تنها در مدت دو سال دو برابر سازد.

در سخنرانی افتتاحیه پنجمین کنفرانس بین‌المللی انکشاف آفریقا در توکیو در سال ۲۰۱۳، شینزو آبه، نخست‌وزیر جاپان، تمایل خود را برای تغییر زراعتی آفریقا از «پکار و بفروش» به «پکار برای فروش» ابراز کرد. در پی این دیدگاه، اداره همکاری‌های بین‌المللی جاپان (JICA) با دولت کنیا همکاری نمود تا دانش و تجربیات SHEP را به مقامات و کارکنان ترویج زراعت در سایر کشورهای آفریقایی منتقل سازد. در حال حاضر، بیش از بیست کشور آفریقایی رویکرد SHEP را تطبیق می‌کنند.

اما چرا SHEP در مدت زمانی کوتاه در سراسر آفریقا گسترش یافت؟ به باور من، سه دلیل اصلی برای این موفقیت وجود دارد. نخست، سادگی و روشنی پیام SHEP است؛ تغییر از «پکار و بفروش» به «پکار برای فروش». هر کسی که تجربه‌ای در عرصه ترویج زراعت داشته باشد، به‌خوبی می‌داند که این پیام ساده اما گویا، به‌طور مؤثر اهمیت توجه به بازار را برای افزایش مفادآوری برجسته می‌سازد. دلیل دوم، رویکرد SHEP دارای سازوکارهای داخلی است که انگیزه دهقانان و کارکنان ترویج زراعت را نسبت به کارشان بلند می‌برد. شعار «No Fun, No SHEP» («اگر لذت، مشارکت و انگیزه نباشد، روح SHEP تحقق نمی‌یابد») در میان ترتیب‌کنندگان این رویکرد مروج است و در عمل نیز بسیاری از دهقانان و کارکنان ترویج گزارش می‌دهند که از مشارکت در فعالیت‌های SHEP احساس رضایت و لذت می‌کنند. دلیل سوم، موثریت «همکاری جنوب-جنوب» (South-South Cooperation)، یعنی همکاری میان کنیا و سایر کشورهای آفریقایی است. دانشی که نخست در کنیا شکل گرفت، به راحتی قابل انتقال و تطبیق در سایر کشورهای آفریقایی بود و این امر، تطبیق همکاری جنوب-جنوب را تسهیل کرد. هم‌زمان، JICA با میزبانی ورکشاپ‌های بین‌المللی SHEP و فراهم‌سازی فضاهای مناسب برای تبادل تجربه، بستری برای تولید و اشتراک دانش در حوزه ترویج زراعت ایجاد کرده است. ما همه علاقه‌مندان را دعوت می‌کنیم تا به‌طور فعال در این رویدادها اشتراک نمایند.

این یک رهنمای عملی و گام‌به‌گام برای تطبیق خدمات ترویج زراعت ذریعه رویکرد SHEP است. امیدواریم رویکردی که در این رهنما ارائه شده است، به‌تدریج به یک معیار پذیرفته‌شده برای فعالان عرصه ترویج زراعت بدل گردد و روزی فرا رسد که دهقانان در سراسر جهان با اطمینان بگویند: «کشت برای فروش؟ البته، کاملاً روشن است!» با همین هدف، ما به همکاری با شما ادامه می‌دهیم تا قسم پایدار از دهقانان کم زمین حمایت نماییم.

مارچ ۲۰۱۸

Kenichi Shishido

رئیس عمومی

ریاست انکشاف دهات

اداره همکاری‌های بین‌المللی جاپان (JICA)

اگر در موقعیتی هستید که ذریعه خدمات ترویج، دهقانان را حمایت کرده می‌توانید، لطفاً دو پرسش زیر را در نظر بگیرید.

۱. آیا چنان روش زراعتی را به دهقانان توصیه می‌کنید که نسبت به شرایط بازار بی‌توجه باشد؟
۲. آیا چنان پروگرام یا پروژه ترویجی را تطبیق می‌کنید که انگیزه دهقانان را در نظر نگیرد؟

به‌گمان من، پاسخ به هر دو پرسش منفی است. اگر زراعت منبع معیشت باشد، ارتباط میان حاصلاتی (مانند غله‌جات، سبزیجات، میوه‌جات و مالداری) که زرع می‌شوند و بازاری که این حاصلات در آن به فروش می‌رسند، از اهمیت اساسی برخوردار است. اگر دهقان بتواند حاصلاتی را که بازار نیاز دارد، با کیفیت مورد نظر بازار و در زمان مورد نیاز بازار تولید کند، کم از کم می‌تواند به مفادآوری دست یابد. در مقابل، اگر دهقان بدون توجه به نیازهای بازار، در مورد انتخاب و تولید حاصلات خود تصمیم بگیرد، توقع داشته نمی‌تواند که حاصلاتش را با قیمت دلخواه در بازار به فروش برساند. چنین تصور می‌شود که در میان دهقانان کم زمین در کشورهای در حال انکشاف، کسانی وجود دارند که بدون آگاهی کافی از معلومات بازار، اقدام به کشت و تولید حاصلات نموده و به همین منوال ادامه می‌دهند.

بر علاوه، می‌توان گفت که هسته اصلی خدمات ترویجی در ارتباط متقابل با دهقانان نهفته است. با آنهم، در بسیاری از موارد، خدمات ترویجی بیش از آن‌که به خود دهقانان توجه داشته باشند، بر تکنیک‌های زراعتی تمرکز کرده‌اند. برای خدمات ترویجی، محوریت قرار دادن دهقانان در مرکز توجه از اهمیت حیاتی برخوردار است؛ بخاطریکه آنان نقش‌آفرینان اصلی سکتور زراعت هستند. بدون متقاعد ساختن دهقانان نسبت به مفید بودن تکنیک‌هایی که کارکنان ترویج به دنبال ترویج آنها هستند، بعید به نظر می‌رسد که این تکنیک‌ها به‌گونه پایدار گسترش یافته و مورد استفاده قرار گیرند. بر همین اساس، بدون تعهد و اشتراک فعال دهقانان، نمی‌توان انتظار داشت که مقدار حاصلات زیاد شده و یا کیفیت آنها بهتر شود.

رویکرد SHEP یکی از رویکردهای ترویج زراعت است. از ویژگی‌های اصلی آن می‌توان به دنبال‌کردن زراعت بحیث یک کاروبار - خاصاً ترویج تبادل معلومات بازار میان دهقانان و ذینفعان بازار و در نتیجه کاهش فاصله معلوماتی - و نیز دیزاین مجموعه‌ای از فعالیت‌ها با در نظر گرفتن انگیزه دهقانان اشاره کرد. رویکرد SHEP در اصل بر تطبیق گام‌های طبیعی و بدیهی در ترویج زراعت استوار است و به‌هیچ وجه رویکردی ویژه یا استثنایی به شمار نمی‌رود.

این رویکرد که نخست در کنیا انکشاف یافت، تاکنون در بیش از بیست کشور تطبیق شده است. دهقانانی که ذریعه این رویکرد حمایت دریافت کرده‌اند، به زراعت خود افتخار می‌کنند و از آن لذت می‌برند. آنان خانه‌های خود را نوسازی کرده‌اند، موثر خریدارند، فرزندان‌شان را به تحصیلات عالی فرستاده‌اند، توانایی مصرف غذای متوازن را به‌دست آورده‌اند و بهبودهای واقعی را در معیشت خود تجربه کرده‌اند.

این ره‌نما بر پایه تجربه‌های عملی تطبیق رویکرد SHEP در فعالیت‌های ترویجی تهیه شده است. هدف از تهیه این کتاب آن بوده است تا برای افرادی که در عرصه ترویج زراعت فعالیت می‌کنند، ابزاری فراهم شود که بتوانند آن را فوراً در عمل به‌کار گیرند. با آنهم، ممکن است این ره‌نما در برخی بخش‌ها از نظر توضیحات تفصیلی تکنیک‌ها و روش‌ها کامل نباشد. امید است این منبع با در نظر گرفتن شرایط هر محیط عملی، به‌گونه خلاقانه تکمیل و تعدیل شده و استعمال گردد. پس دست‌به‌کار شوید! دهقانان جهان در انتظار شما هستند!

جیرو آیکاوا

مشاور ارشد / مشاور SHEP

«رهنمای SHEP برای کارکنان ترویج» تا حد زیادی مرهون سهم‌گیری کارکنان وزارت زراعت کنیا است که در واحد هماهنگی پروژه توانمندسازی و ترویج باغداری دهقانان کم زمین برای انکشاف محلی و گسترش آن (SHEP PLUS) و همچنان در مراحل قبلی پروژه (SHEP و SHEP UP) ایفای وظیفه نموده‌اند. این کارکنان نه تنها در شکل‌گیری و انکشاف رویکرد SHEP نقش اساسی داشته‌اند، بلکه به‌گونه پیوسته در بهبود و تکامل آن نیز کوشش کرده‌اند. برعلاوه، واحد هماهنگی پروژه بیش از ۲۰۰ کارمند از ۲۲ کشور افریقایی را آموزش داده است که اکنون رویکرد SHEP را در کشورهای خود تطبیق می‌نمایند. ما از تلاش‌های ارزشمند آنان، همراه با دهقانان کنیایی اشتراک‌کننده، دینفعان مرتبط و حمایت رهبری عالی وزارت، صمیمانه قدردانی می‌نماییم.

اعضای واحد هماهنگی پروژه SHEP UP/SHEP PLUS	
نام	سمت در پروژه
محترمه فرانسیسکا مالنج	هماهنگ‌کننده پروژه ملی
محترم استفن کیوکو	تولید و کنترل کیفیت حاصلات
محترم کالینز اوتینو	تولید و کنترل کیفیت حاصلات
محترم توماس مومو	ادغام جندری و توانمندسازی گروهی
محترمه فلورانس وامبوا	ادغام جندری و توانمندسازی گروهی
محترم پیتر اورنگی	هماهنگی/مدیریت آموزش
محترمه الیزابت امبوتیا	نظارت و ارزیابی
محترم ریموند چلوله	نظارت و ارزیابی
محترمه آنتونینا لوتا	مدیریت معلومات
محترم استفن نزیوکا	بهبود محلی از طریق انجینر دو-نو
محترمه آلیس نیاگا	انجینر پروسس زراعتی
محترم دیشون مکایا	انجینر مدیریت تأمین و استفاده آب
<b>تیم SHEP</b>	
محترم جیمز اوگولا آریم	معین سرپرست تیم
محترمه گریس امبوتیا	تولید و کنترل کیفیت حاصلات
محترمه فلورانس مانگولی	تقویت توانایی‌های جمعی و ادغام جندری
محترم زابلون اوپرره	تقویت توانایی‌های جمعی و ادغام جندری
محترمه گریس کیپلاگات	زیربنا/اداره دهات

## سهمگیرندگان در تدوین رهنا

انتشار این سند، «کتاب رهنمای SHEP برای کارکنان ترویج»، با ابتکار مشترک اداره همکاری‌های بین‌المللی جاپان (JICA) و کشورهای تطبیق‌دهنده رویکرد SHEP میسر گردید. به‌طور مشخص، معلومات و تجارب دقیق از طریق بازدیدهای مطالعاتی ادواری از کشورهای بشمول لسوتو، مالاوی، آفریقای جنوبی و زیمبابوی، در فاصله زمانی میان ماه‌های اپریل تا اکتوبر سال ۲۰۱۷ گردآوری شد. پس از تهیه نسخه اولیه توسط تیم JICA، این متن توسط یک تیم بازرنگری متشکل از نمایندگان کشورهای یادشده مورد بررسی و بازبینی قرار گرفت. نسخه نهایی کتاب رهنا که منعکس‌کننده دیدگاه‌ها و پیشنهادهای تیم بازرنگری بود، توسط تیم JICA نهایی شد و سپس منتشر گردید. در ادامه، اعضای تیم بازرنگری و تیم JICA که بحیث سهمگیرندگان اصلی در تدوین این کتاب رهنا نقش داشته‌اند، نام گرفته می‌شوند.



جلسه بازرنگری که در تاریخ ۵ دسامبر ۲۰۱۷ در پرتوریا، آفریقای جنوبی برگزار شد.

### [اشتراک‌کنندگان جلسه بازرنگری]

محترمه لیماکاتسو ماکوانه، رئیس بخش تولید حاصلات زراعتی (باغداری)، وزارت زراعت و امنیت غذایی، لسوتو  
محترمه مارتا موخاتا، مسئول باغداری منطقه، وزارت زراعت و امنیت غذایی، لسوتو  
محترم اندرو چامانزا، آمر ارشد کاروبار زراعتی، اداره خدمات انکشاف زراعتی (DAES)، مالاوی  
محترم جافت چیمیتا زینگانی، آمر کاروبار زراعتی، وزارت زراعت، آبیاری و انکشاف منابع آبی – اداره خدمات انکشاف زراعتی (DAES)، مالاوی  
محترمه هارویه کیتاجیما، مشاور ارشد پروژه «توانمندسازی و ترویج باغداری دهقانان دارای زمین کوچک کار به‌صورت بازارمحور» (MA-SHEP)، مالاوی  
محترم وونگانی شوپوامبو، معاون مدیر: حمایت انکشاف ملی، وزارت زراعت، جنگلداری و شیلات، آفریقای جنوبی  
محترمه مفو موداو، معاون مدیر: حمایت انکشاف ملی، وزارت زراعت، جنگلداری و شیلات، آفریقای جنوبی  
محترم دینانند چتی، معاون مدیر، ریاست زراعت KZN، انکشاف دهات، آفریقای جنوبی  
محترم بلسینگ لوشابا، مشاور ارشد زراعتی، ریاست زراعت KZN، انکشاف دهات، آفریقای جنوبی  
دکتر خاتهو تشیکولومو، مدیر بخش تولیدات زراعتی، وزارت زراعت و انکشاف دهات، ولایت لیمپوپو، آفریقای جنوبی  
محترمه سیبونگیله گیفت ماسوانگانی، دانشمند تولیدات (رتبه B)، ریاست زراعت و انکشاف دهات لیمپوپو، آفریقای جنوبی

محترم ماگادانی ایلوی توماس، مشاور ارشد زراعت، ریاست زراعت و انکشاف دھات لیمپوپو، افریقای جنوبی  
دکتر مینتونا سینکی کگافولا، مدیر بخش خدمات انکشاف و مشاوره، ریاست زراعت، انکشاف دھات، امور اراضی و  
محیط زیست، ایالت میومالانگا، افریقای جنوبی  
محترمہ تاندکیلہ مہلابانہ، معاون مدیر: زنجیرہ ارزش (مارکیتنگ)، ریاست زراعت میومالانگا، انکشاف دھات، امور  
اراضی و محیط زیست، افریقای جنوبی  
محترمہ ماتیلدا سامبو، معاون مدیر: زنجیرہ ارزش (اقتصاد کلان)، ریاست زراعت، انکشاف دھات، امور اراضی و  
محیط زیست، میومالانگا، افریقای جنوبی  
محترم اسامہ مودفی، معاون مدیر، وزارت اراضی، زراعت و اسکان مجدد دھات – ادارہ خدمات تخنیکی و انکشاف  
زراعتی (AGRITEX)، زیمبابوی  
محترمہ ہیلدا تی. ماندیتسوارا، متخصص ارشد انکشاف زراعتی – باغداری، وزارت اراضی، زراعت و اسکان مجدد  
دھات – ادارہ خدمات تخنیکی و انکشاف زراعتی (AGRITEX)، زیمبابوی

#### [تیم JICA]

داکتر جیرو آیکاوا، مشاور ارشد، JICA  
محترم کیسوکہ ایتو، دبیرتمنت انکشاف دھات، JICA  
محترمہ ریسہ گوتو، دبیرتمنت انکشاف دھات، JICA  
محترمہ یوکو ایچیکاوا، دبیرتمنت انکشاف دھات، JICA  
محترم توشیو موراکامی، JICA افریقای جنوبی  
محترمہ یوریہ کومینہ، JICA افریقای جنوبی  
محترمہ اوا ندرومیکی، JICA افریقای جنوبی  
محترم تاکویا اویوا، کارشناس JICA در افریقای جنوبی  
دکتر کومیکو شوتو، مشاور رویکرد SHEP، شرکت IMG



## بخش ۱. مفهوم

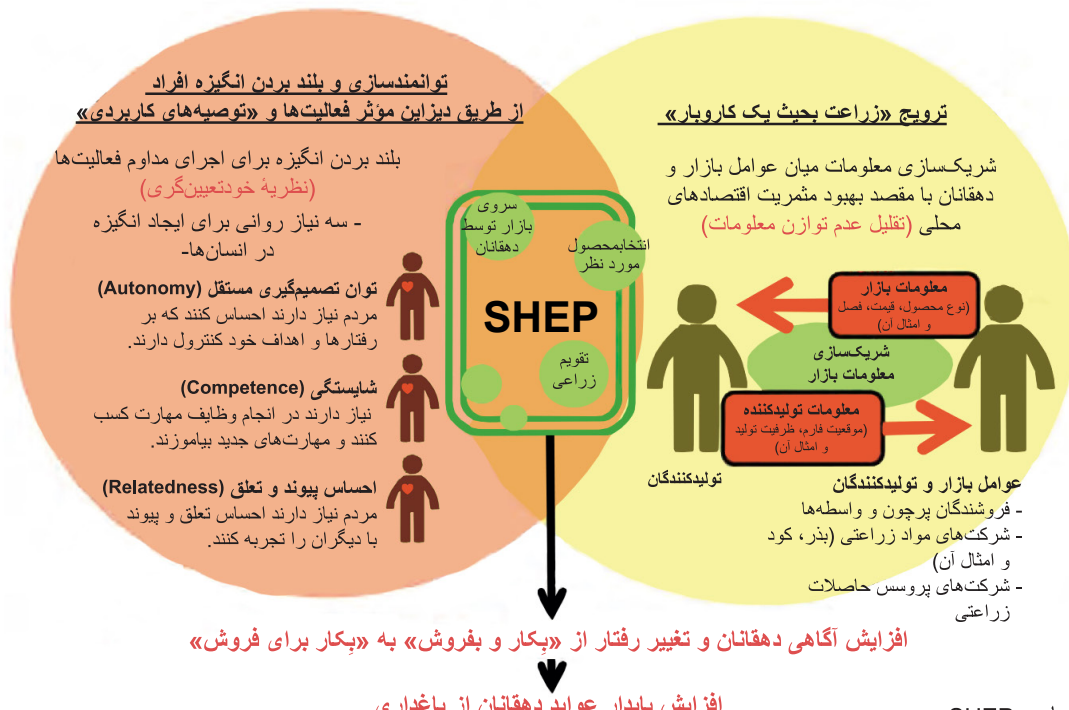
«بخش ۱. مفهوم» به توضیح مفهوم اصلی رویکرد SHEP، همراه با پیشینه آن، مزایا و اثرات و پیامدهای واقعی آن در عمل و در شرایط واقعی می‌پردازد.

# ۱. مفهوم رویکرد SHEP

## ۱.۱. دو رکن کلیدی رویکرد SHEP

### دو رکن بحیث اساس رویکرد SHEP

رویکرد SHEP با هدف توانمندسازی دهقانان کم زمین دیزاین شده است تا زراعت بازارمحور حاصلات باغی را دنبال کرده بتوانند. این رویکرد می‌کوشد با انتقال مهارت‌های لازم در پیوند با بازاریابی (مارکتینگ) و تولید، توانایی‌های دهقانان را برای مصروفیت به زراعت بحیث یک کاروبار، به‌گونه پایدار تقویت نماید. در این فرآیند، SHEP توجه ویژه‌ای به بلند بردن انگیزه توان تصمیم‌گیری مستقل دهقانان دارد؛ بخاطریکه باور دارد این انگیزه یکی از عناصر اساسی برای دستیابی به خوداتکایی دهقانان و نتایج پایدار مورد نظر SHEP به‌شمار می‌رود. دیباگرام زیر، دو رکن کلیدی را نشان می‌دهد که رویکرد SHEP بر آنها استوار است؛ رکن‌هایی که به‌طور هم‌زمان به دو موضوع «ترویج زراعت بحیث یک کاروبار» و «توانمندسازی و انگیزه‌بخشی دهقانان» می‌پردازند. این دو رکن که اساس رویکرد SHEP را تشکیل می‌دهند، بر مبنای مباحث و تحقیق‌های علمی استوارند: **رکن نخست بر نظریه اقتصادی «بازارهای متأثر از عدم توازن معلومات» و رکن دوم بر نظریه روانی موسوم به «نظریه خودتعیین‌گری» (Self-Determination Theory) استناد دارد.**



شکل ۱: دو رکن اساسی SHEP

## نظریه اقتصادی: «بازارهای متأثر از عدم توازن معلومات»

دایره سمت چپ، راهبرد اصلی رویکرد SHEP را برای تحقق زراعت بازارمحور - در مقابل زراعت تولیدمحور - نشان می‌دهد. SHEP بر این باور است که عدم توازن معلومات، یعنی نابرابری در دسترسی به معلومات میان دهقانان کم زمین و عوامل بازار مانند خریداران سبزیجات، فروشندگان مواد زراعتی، نهادهای مالی و سایر ذینفعان، یکی از مهم‌ترین عوامل ناکارآمدی اقتصادهای محلی است؛ عاملی که دهقانان کم زمین غالباً از پیامدهای آن رنج می‌برند. نظریه اقتصادی موسوم به «بازارهای متأثر از عدم توازن معلومات» (markets with asymmetric information) که توسط برندگان جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۱ - George Akerlof, Michael Spence, and Joseph E. Stiglitz (جورج آکرلوف، مایکل اسپنس و جوزف ای. استیگلیتز) - ارائه شده است، این وضعیت را به‌خوبی توضیح می‌دهد. بر اساس این نظریه، غلبه بر عدم توازن معلومات، کلید اصلاح نابرابری قدرت در مبادلات و پویا کردن یک اقتصاد محلی کارآمد به‌شمار می‌رود. بر پایه این درک، SHEP به دهقانان کمک می‌کند تا شکاف معلوماتی میان خود و شرکای تجاری‌شان را پر کنند؛ به‌طور مثال، از طریق آموزش انجام سروی‌های بازار توسط خود دهقانان و نیز یاری‌رسانی در ایجاد پیوندهای تجاری با عوامل بازار (رکن ۱).

**مشکلات ناشی از عدم توازن معلومات**

- دادوستد، یعنی خرید و فروش حاصلات باغی، به‌درستی شکل نمی‌گیرد؛ بخاطریکه خریداران تولیدکنندگان را پیدا کرده نمی‌توانند و همچنان برعکس، حاصلات با نیازهای بازار مطابقت ندارند و بعضی وقت‌ها عرضه حاصلات کمتر از نیاز بازار است.
- قیمت‌ها دچار انحراف شده می‌توانند؛ بخاطریکه دهقانان به‌دلیل ناآگاهی از قیمت‌های بازار، ناچار می‌شوند قیمت‌های پیشنهادی ناعادلانه و بسیار پایین را بپذیرند.
- معاملات یا دومدار نیستند یا ناپایدار می‌باشند؛ بخاطریکه هم خریداران و هم تولیدکنندگان شبکه‌های تجارتي قابل اعتماد ایجاد کرده نمی‌توانند.
- مصارف معامله، مانند مصارف پالیدن و چانه‌زدن بلند است؛ بخاطریکه در فقدان روابط تجارتي پایدار، هم خریداران و هم تولیدکنندگان هر نوبت مجبوراً اند شریکان تجارتي خود را دوباره پیدا کنند.



تصویر: ملاوی

**راه‌حل‌ها** از طریق شیوه‌هایی مانند سروی‌های بازار ابتکارشده توسط دهقانان در SHEP و مجمع ذینفعان

- دهقانان پیوندهای تجارتي با ذینفعان بازار برقرار می‌کنند.
- دهقانان معلومات مربوط به تقاضای بازار را به‌دست می‌آورند (حاصلات ترجیحی، انواع، مقدار، کیفیت، دوره اوج تقاضا و مانند آن).

**نتایج پس از تقلیل عدم توازن معلومات**

- دهقانان شبکه‌های تجارتي خود را گسترش می‌دهند و برای انتخاب شریکان تجارتي، گزینه‌های بیشتری در اختیار دارند.
- دهقانان و ذینفعان بازار وضعیت یکدیگر را بهتر درک می‌کنند و برای دستیابی به منفعت متقابل همکاری می‌کنند.
- دهقانان فرصت‌های متنوع را برای ورود به بازار حاصلات باغی شناسایی می‌کنند.
- دهقانان و ذینفعان بازار اعتماد متقابل ایجاد می‌کنند تا دادوستد تجارتي به طور دوامدار ادامه یابد.

**نظریه روانی: «نظریه خودتعیین‌گری» (Self-Determination Theory)**

روان‌شناسان امریکایی، Edward Deci و Richard Ryan (ادوارد دسی و ریچارد رایان)، در نظریه خودتعیین‌گری که به بررسی انگیزش انسان می‌پردازد، سه نیاز بنیادی روانی را معرفی کرده‌اند که نقش اساسی در ایجاد و تقویت انگیزه انسان ایفا می‌کنند. بر اساس این نظریه، افراد زمانی بیشترین انگیزه را احساس می‌کنند که نیازهای آنان به توان تصمیم‌گیری مستقل، شایستگی و ارتباط مورد حمایت قرار گیرد. در چوکات رویکرد SHEP، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها به‌گونه‌ای دیزاین شده‌اند که با در نظر گرفتن این سه نیاز روانی، انگیزه دهقانان را برای روی‌آوردن به زراعت بازار محور فعال و تقویت نمایند. به طور مثال، دهقانان تشویق و رهنمایی می‌شوند تا شخصاً سروی‌های بازار را انجام دهند؛ امری که باعث می‌شود احساس بالایی تصمیم‌ها و عملکردهای خویش کنترل دارند. این پروسس، به‌گونه‌ای مستقیم از نیاز آنان به توان تصمیم‌گیری مستقل حمایت می‌کند. همچنان، با انجام موفقانه سروی‌های بازار، دهقانان احساس می‌کنند که بر این فعالیت تسلط یافته‌اند و مهارت‌ها و دانش تازه‌ای کسب کرده‌اند. این تجربه، به تقویت حس شایستگی در آنان می‌انجامد. در خاتمه، SHEP از نمایندگان دهقانانی که سروی‌های بازار را انجام داده‌اند می‌خواهد تا به گروه‌های دهقانان خود بازگردند و نتایج سروی‌ها را با سایر اعضای گروه شریک سازند. از طریق این پروسس، دهقانان احساس تعلق، ارتباط و همکاری جمعی را تجربه می‌کنند که این امر، به نوبه خود، از نیاز روانی آنان به ارتباط حمایت می‌نماید.

### توان تصمیم‌گیری مستقل (AUTONOMY)



به تمایل فرد برای عمل‌کردن بر اساس ابتکار خود گفته می‌شود؛ یا به عبارت دیگر، تمایل به اینکه توسط دیگران کنترل نشود. انسانها نمی‌خواهند مهره‌ی یک بازی شطرنج باشند، بلکه می‌خواهند خود بازیکن شطرنج باشند.

برای حمایت از نیاز دهقانان به توان تصمیم‌گیری مستقل، به کارکنان ترویج توصیه می‌شود که در انتخاب زبان دقت کنند و هرگز دهقانان را به انجام کاری امر نکنند یا مجبور نسازند. همچنان لازم است دلیل و منطق انجام هر یک از فعالیت‌های SHEP را برای دهقانان توضیح دهند، در پیوند با اینکه چه کاری انجام شود و چگونه انجام گردد به آنان گزینه‌هایی بدهند و به دیدگاه‌ها و نظریات دهقانان درباره‌ی چگونگی انجام کار گوش دهند. پذیرفتن احساس نارضایتی و انتقاد دهقانان نسبت به کار نیز اهمیت دارد؛ بخاطریکه دهقانان احساس می‌کنند دیدگاه‌های آنها ارزشمند هستند و این امر، به نوبه‌ی خود، احساس عمل‌کردن بر اساس ابتکار شخصی را در آنان تقویت می‌کند.

### شایستگی (COMPETENCE)



توانایی تعامل مؤثر فرد با محیط اطراف خود، شایستگی نام گرفته می‌شود. ما در حالت‌هایی احساس شایستگی می‌کنیم؛ مانند زمانی که بتوانیم کاری را مطابق برنامه‌ی از قبل پلان‌شده انجام دهیم، چنان وقت که احساس کنیم توانایی‌های ما در حال بهبود است و زمانی که کنجکاو می‌شود.

کارکنان ترویج می‌توانند با دیزاین وظایف هر یک از فعالیت‌های SHEP قسمی که سطح دشواری آنها برای دهقانان مناسب باشد، از نیاز دهقانان به شایستگی حمایت کنند. این کار به دهقانان امکان می‌دهد تا دستاوردهای خود را به‌درستی ارزیابی کنند. همچنان، فراهم‌سازی یک چوکات روشن از اینکه چرا، چه وقت، کدام و به چه اندازه دهقانان باید فعالیت‌های مختلف SHEP را انجام دهند تا به هدف مشخصی که برای هر برنامه‌ی آموزشی SHEP تعیین شده است برسند، در حمایت از نیاز به شایستگی نقش مهمی دارد.

### احساس ارتباط و تعلق (RELATEDNESS)

تمایل انسان داشتن روابط خوب با دیگران است. رابطه‌ی میان شخصی که وظیفه را می‌دهد و شخصی که آن را دریافت می‌کند، تأثیر زیادی بر انگیزه‌ی فرد دوم نسبت به انجام آن وظیفه دارد. از دید کارکنان ترویج، جلب اعتماد دهقانانی که فعالیت‌های SHEP را انجام می‌دهند، مهم‌ترین عامل در حمایت از نیاز به ارتباط است. برای ایجاد اعتماد با دهقانان، به کارکنان ترویج توصیه می‌شود که با دقت به سخنان دهقانان در جریان اشتراک آنان در SHEP گوش دهند و هم از نظر فیزیکی و هم از نظر روانی در دسترس دهقانان باشند، تا دهقانان بر آنان تکیه و اعتماد کرده بتوانند.



### پوره ساختن دو ضرورت‌مندی پایداری

نقطه‌ی قوت رویکرد SHEP در این نهفته است که تمامی فعالیت‌های آن قسمی دیزاین شده‌اند که به طور هم‌زمان، هر دو ضرورت مطرح‌شده در نظریه‌های اقتصادی و روانی تشریح‌شده در بالا را پوره سازند. به بیان دیگر، SHEP در حالی که به کاهش عدم توازن معلوماتی در بازار می‌پردازد، هم‌زمان از نیازهای روانی دهقانان به توان تصمیم‌گیری مستقل، شایستگی و ارتباط نیز پشتیبانی می‌کند. به‌سبب همین مداخله‌ی که دو مقصد دارد، دهقانان مورد نظر پس از تکمیل ترینینگ کورس SHEP قادر خواهند بود حتی بدون کمک دولت، کاروبار زراعتی خود را بر پایه‌ی ابتکار و تصمیم‌گیری مستقلانه‌ی خویش مدیریت کنند. در اخیر، دیدگاه SHEP آموزش با مقصد آن است که دهقانان افرادی متکی به خود شوند تا بدون کدام وابستگی، به انکشاف کاروبار زراعتی خود ادامه دهند و معیشت‌شان را بهبود بخشند.

## ۲.۱. چهار مرحله اساسی SHEP

### چهار مرحله اساسی

با رجوع به نظریه خودتعیین‌گری، SHEP مجموعه‌ای از آموزش‌های انکشاف توانایی‌ها را برای دهقانان مورد نظر فراهم می‌کند، قسمی که انگیزه دهقانان از طریق حمایت از سه نیاز روانی آنان افزایش یابد. به طور مثال، SHEP آموزش‌های گوناگونی را به دهقانان در یک ترتیب بهینه ارائه می‌کند. این ترتیب، طوری که در ادامه نشان داده می‌شود، «چهار مرحله اساسی SHEP» نامیده می‌شود.

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)	

شکل ۲: چهار مرحله اساسی

**مرحله ۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود** [پیش از هر چیز، SHEP شریک ساختن هدف و دیدگاه خود را با دهقانان ذینفع بحیث نخستین و اساسی‌ترین مرحله می‌داند؛ بخاطریکه در نهایت این خود دهقانان هستند که در جریان ترینینگ کورس، بیشترین کوشش را برای تحقق یک کاروبار زراعتی اقتصادی و پایدار انجام می‌دهند. دهقانان باید نسبت به هدفی که SHEP به دنبال دستیابی به آن است، متقاعد شوند و با آن موافق باشند. تنظیم یک ورکشاپ آگاهی‌دهی (Sensitization Workshop)، یکی از راه‌های مشخص برای شریک ساختن این مقصد با دهقانان مورد نظر می‌باشد (به بخش «۱.۱. ورکشاپ آگاهی‌دهی» در بخش ۲ این رهنما مراجعه شود).

**مرحله ۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد** [مرحله دوم به بلند بردن آگاهی دهقانان در پیوند با فرصت‌ها و ظرفیت‌های زراعت باغداری مربوط می‌شود. این مرحله از اهمیت بسیار بلند برخوردار است؛ بخاطریکه بدون این آگاهی، دهقانان فرصت کمتری برای ایجاد انگیزه و تعهد غرض بهبود روش‌های زراعتی خود خواهند داشت. این مرحله عمدتاً شامل آشنا ساختن دهقانان با واقعیت‌های تجارت و بازار می‌باشد. فعالیت‌های مرحله ۲ شامل سروی مشارکتی ابتدایی، مجمع ذینفعان (بحیث یک فعالیت اختیاری) و سروی بازار است که توسط خود دهقانان انجام می‌شود (به «۱.۲. سروی مشارکتی ابتدایی»، «۲.۲. مجمع ذینفعان (فعالیت اختیاری)» و «۳.۲. سروی بازار» در بخش ۲ این رهنما مراجعه شود). لطفاً توجه داشته باشید که مجمع ذینفعان بحیث یک فعالیت اختیاری در نظر گرفته می‌شود؛ به این معنا که این فعالیت صرف در صورتی تدویر می‌گردد که منابع مالی و بشری کافی در دسترس باشد و با توجه به شرایط اجتماعی-اقتصادی مناطق مورد نظر، تطبیق آن مناسب و مؤثر تشخیص داده شود.

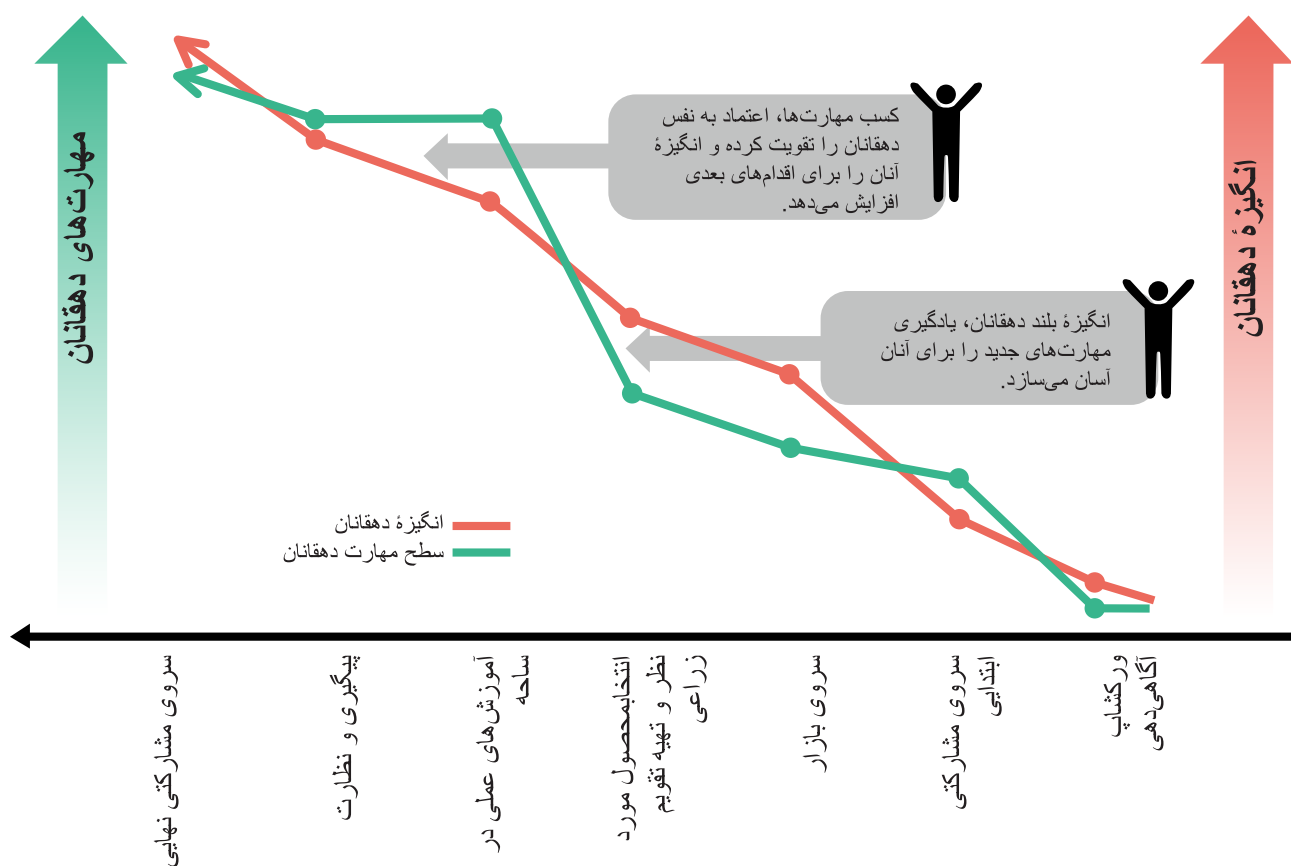
**مرحله ۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند** [آگاهی و دانش تازه‌ای که دهقانان در مرحله دوم به‌دست می‌آورند، آنان را به تصمیم‌گیری برای ایجاد تغییر سوق می‌دهد. این مرحله، مرحله سوم است. این پروسس شامل انتخاب حاصلات مورد نظر توسط دهقانان و تهیه پلانی به‌نام تقویم زراعی می‌باشد تا دهقانان حاصلات مورد نظر خود را به‌گونه هدفمند و در زمان مناسب، به بازارهای مشخص مورد نظرشان عرضه کرده بتوانند (به «۱.۳. انتخاب محصول مورد نظر» و «۲.۳. تهیه تقویم زراعی» در بخش ۲ این رهنما مراجعه شود).

**مرحله ۶: دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند** بحیث آخرین مرحله، ترتیب‌کنندگان SHEP راه‌حل‌های تخنیکی را در اختیار دهقانان قرار می‌دهند؛ یعنی برای حاصلاتی که دهقانان انتخاب کرده‌اند، آموزش‌های ساحوی (در محل کِشت) ارائه می‌شود تا دهقانان بتوانند حاصلات را مطابق با پلان خود تولید نمایند (به «۱.۴. آموزش‌های ساحوی» در بخش ۲ این رهنما مراجعه شود).

**پیگیری و نظارت** پس از تکمیل چهار مرحله انجام می‌شود تا یقین حاصل گردد که دهقانان دانشی را که به‌دست آورده‌اند، در کاروبار زراعتی یومیه خود به‌کار می‌گیرند (به «۵ تعقیب و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)» این رهنما مراجعه شود).

#### ارتباط متقابل میان انگیزه و انکشاف مهارت‌ها

چرا رویکرد SHEP به‌جای آن‌که مستقیماً به مرحله چهارم، یعنی آموزش‌های عملی در فارم بپردازد، چهار مرحله نسبتاً وقت‌گیر را دنبال می‌کند؟ دلیل آن این است که SHEP باور دارد دهقانان پیش از هر چیز باید انگیزه پیدا کنند تا بتوانند مهارت‌های تازه را بیاموزند و کسب نمایند. از دیدگاه SHEP، مجموعه فعالیت‌های آموزشی باید با در نظر گرفتن پیوند متقابل میان انگیزه دهقانان و انکشاف مهارت‌های آنان پلان شود. قسمی که در دیگرام زیر نشان داده شده است، اگر دهقانان انگیزه نداشته باشند، یادگیری مطالب جدید برای آنان دشوار خواهد بود. در مقابل، زمانی که دهقانان احساس کنند مهارت‌هایشان در حال بهبود است، اعتماد به نفس آنان تقویت می‌شود و این امر آنان را برای انجام مراحل و اقدامات بعدی بیشتر ترغیب می‌کند.



شکل ۳: ارتباط متقابل میان انگیزه و انکشاف مهارت‌ها

مراحل چهارگانه SHEP، یا همان ترتیب بهینه فعالیت‌ها که در کنیا بررسی و اعتبارسنجی شده‌اند، به‌گونه کامل ارتباط میان انگیزه دهقانان و انکشاف مهارت‌ها را در نظر می‌گیرند. بخاطر از این، این مراحل می‌توانند در عمل، از نظر کسب مهارت‌های دهقانان و سطح بالای انگیزه، نتایج بهینه‌ای به‌دست آورند.

### ۱.۳. ملاحظات جندری در SHEP

رویکرد SHEP ملاحظات جندری را بحیث بخشی جدایی‌ناپذیر و اساسی از مدیریت کاروبار زراعتی برای دهقانان کم زمین باغداری در نظر می‌گیرد. توجه به ملاحظات جندری برای دستیابی به هدف SHEP، یعنی بهبود معیشت خانواده، امری ضروری است. اگر در جریان مداخله به برابری جندری توجه نشود، ممکن است زوج‌های دهقان در پروسس تصمیم‌گیری با اختلاف نظر مواجه شوند، یا یکی از طرفین مجبور گردد بار نامتوازن کارهای سخت، خسته‌کننده و وقت‌گیر زراعتی را به‌تنهایی بر دوش بکشد. در کنیا، در هر یک از فعالیت‌ها به ملاحظات جندری با دقت رسیدگی شد و در نتیجه، زوج‌های دهقان به عوامل فعال مدیریت کاروبار زراعتی تبدیل گردیدند. این تغییر در نهایت به بهبود وضعیت معیشتی آنان انجامید.

نورمها و مسائل مرتبط با جندر بسته به کشورها و مناطق مختلف، متفاوت است. به‌طور مثال، در برخی جوامع این باور وجود دارد که مردان و زنان نباید در یک جمع در کنار هم بنشینند. در جوامع دیگر، ممکن است تنها زنان در فعالیت‌های زراعتی مصروف باشند؛ بخاطریکه شوهران‌شان بحیث کارگران مهاجر بیرون از محل زندگی کار می‌کنند. در هر دو حالت، بخاطر از آنکه شوهر و همسر واحد اساسی مدیریت مالی خانواده را شکل می‌دهند، مهم است که برای ترویج زراعت بحیث یک کاروبار، آنان بحیث شرکای تجاری در نظر گرفته شوند. بنابراین، به ترتیب‌کنندگان SHEP توصیه می‌شود که روابط و نورم‌های جندری جوامع هدف را به‌دقت بررسی کنند و فعالیت‌های ترویجی را مطابق با شرایط خاص محلی هر جامعه پلان نمایند.

چشم‌انداز SHEP: بهبود معیشت از طریق زراعت تجاری خوداتکا است



عکس: کنیا

زوج بحیث یک واحد مدیریت فارم

شکل ۴ ادغام جندری در SHEP

قسمی که در شکل ۴ نشان داده شده است، SHEP در کنیا به ملاحظات جندری از سه دیدگاه متفاوت می‌پردازد: (۱) فرصت‌های برابر، (۲) بازنگری نقش‌های جندری و (۳) تصمیم‌گیری مشترک. برای شامل ساختن این دیدگاه‌ها در چوکات SHEP، لازم است که در تمام مراحل اجرای SHEP، بر ادغام جندری کار شود. این رهنما شماری از شاخص‌های مفید برای ادغام جندری را ارائه می‌کند که در فارمت «چک‌لیست» در هر یک از فعالیت‌های SHEP در فصل «بخش ۲: روال‌های تمرینی» شامل شده‌اند. در صورتی که شرایط جندری جوامع هدف مشابه شرایط کنیا هستند، لطفاً از این شاخص‌ها استفاده نمایید.

۱ شاخص‌هایی که در این کتاب فهرست شده‌اند، ماهیت عمومی دارند و مختص وضعیت خاص هر کشور یا منطقه نیستند. بنابراین، به ترتیب‌کنندگان توصیه می‌شود که ملاحظات جندری جوامع مورد نظر را به‌دقت بررسی کرده و مناسبترین شاخص‌ها را دیزاین نمایند تا ادغام جندری در کشورها یا مناطق آنها تسهیل گردد.

## ۲. مزایای SHEP

### ۱.۲ SHEP چه تفاوتی با رویکردهای دیگر دارد؟



عکس: کنیا

SHEP شیوه‌ها و تکنیک‌های متنوعی را مستفید می‌شود که با رویکردهای معمول و سنتی متفاوت است. اصل رهنمای SHEP، قسمی که در «۱.۱. دو رکن کلیدی رویکرد SHEP» توضیح داده شده است، ایجاد انگیزه و توانمندسازی دهقانان در تمام مراحل اجرای فعالیت‌ها می‌باشد. بخاطر این، SHEP همواره با بیشترین توجه بر انکشاف توانایی‌ها بحیث محور اصلی مداخله تمرکز می‌کند و کوشش دارد تا تأثیر واقعی را در میدان عمل ایجاد نماید. در ادامه، چند نمونه مشخص از این رویکرد دهقان‌محور که SHEP به آن پایبند است، ارائه می‌گردد.

#### ورکشاپ آگاهی‌دهی (Sensitization Workshop)

- به دهقانان اطلاع داده می‌شود که SHEP صرفاً کمک تکنیکی است و کدام کمک مالی یا مادی به‌طور مستقیم به آنان ارائه نمی‌گردد.
- دهقانان موافقت می‌کنند که در SHEP اشتراک نمایند تا از طریق انکشاف توانایی‌های تکنیکی خود، به خوداتکایی دست یابند.

#### سروری ابتدایی و سروری نهایی (Baseline Survey and Endline Survey)

- کارکنان ترویج و دهقانان سروری‌ها را به‌گونه مشترک انجام می‌دهند.
- دیتا و معلومات حداقلی اما مهم گردآوری می‌شوند و خود دهقانان می‌توانند فورم‌های سروری را خانه‌پری کنند.

#### (اختیاری) مجمع ذینفعان (Stakeholder Forum)

- در این مجمع، صرف مرتبط‌ترین عوامل بازار در بخش باغداری کوچک مالک دعوت می‌شوند. دهقانان می‌توانند به‌گونه راحت گفتگوهای تجارتي رودررو با اشتراک‌کنندگان داشته باشند.

#### سروری بازار (Market Survey)

- دهقانان از بازارهای مجاور دیدن می‌کنند و مشاهده می‌نمایند که حاصلات چه قسم به فروش می‌رسد. آنان نهتنها معلومات مربوط به قیمت‌ها را جمع‌آوری می‌کنند، بلکه نیازهای بازار مانند حاصلات قابل فروش، کیفیت و مقدار مورد نیاز را نیز درک می‌نمایند.
- دهقانان همچنان با عوامل نقش‌آفرین بازار آشنا می‌شوند و شبکه‌های شخصی با آنان برقرار می‌کنند.

#### انتخاب محصول مورد نظر و تهیه تقویم زراعی (Target Crop Selection and Crop Calendar Making)

- دهقانان با مشوره تکنیکی کارکنان ترویج، شخصاً بر پایه چنان معلومات بازار که گردآوری کرده‌اند، تصمیم می‌گیرند که کدام حاصلات را و در چه زمانی کشت نمایند.

#### آموزش‌های ساحوی (In-field Trainings)

- کارکنان ترویج برای حاصلاتی که دهقانان انتخاب کرده‌اند، آموزش ارائه می‌کنند؛ یعنی آموزش‌ها بر اساس تقاضای بازار طرح‌ریزی و اجرا می‌گردد.

## ۲.۲. اثرات و پیامدهای رویکرد SHEP

تجارب به‌دست‌آمده در کنیا و همچنان در سایر کشورهایی که SHEP در آنها تطبیق شده است، تا اکنون نشان داده است که رویکرد SHEP می‌تواند اثرات و پیامدهای مثبت فراوانی هم بالای دهقانان مورد نظر و هم بالای ذینفعان بازار داشته باشد. شماری از تغییرات معمول پس از تطبیق SHEP به شرح زیر است:



شکل ۵: تغییرات مثبت پس از تطبیق SHEP

### [تغییرات در شیوه‌های زراعت]

- دهقانان تخنیک‌های کشت معرفی‌شده از طریق SHEP را عملی ساختند.
- دهقانان حاصلات یا رقم‌های حاصلات را مطابق با نیازهای بازار تغییر دادند.
- دهقانان استفاده از تخم‌های تصدیق‌شده را آغاز کردند.
- دهقانان زمان کشت را قسمی تبدیل نمودند که رفع حاصل در دوره اوج تقاضا صورت گیرد.
- دهقانان زمین‌های زراعتی باغداری را گسترش دادند تا بتوانند تقاضای بازار را پوره سازند
- دهقانان شیوه‌های مناسب مدیریت محصول را برای بهبود کیفیت حاصلات قابل فروش مستفید شدند.

### [تغییرات در شیوه‌های مدیریت و بازاریابی]

- دهقانان سروی‌های بازار را به‌طور منظم آغاز کردند.
- دهقانان پیش از تصمیم‌گیری در مورد کشت حاصلات نیازهای بازار را بررسی نمودند.
- دهقانان ثبت و نگهداری معلومات زراعتی را شروع کردند.
- دهقانان برای فعالیت‌های زراعتی خود پلان‌هایی تهیه کردند.
- دهقانان با خریداران بالقوه در تماس ماندند و به‌گونه منظم از طریق تلفن معلومات تبادل کردند.
- دهقانان شماری حاصلات را مطابق با خواست بازار بسته‌بندی نمودند.
- دهقانان مشتریان دائمی ( پرچون فروشان، عمده‌فروشان، دلالان و امثال آنها) به‌دست آوردند که موثق و قابل اعتماد بودند.
- دهقانان کشت قراردادی را با شرکت‌های صادراتی یا شرکت‌های پروسس مواد غذایی آغاز کردند
- دهقانان یقین حاصل نمودند که هنگام مراجعه پرچون فروشان برای خرید حاصلات، چند تن از اعضای گروه در بارگیری حاصلات بر لاری همکاری نمایند.

### **[تغییرات در فعالیت‌های گروه‌های دهقانان]**

- گروه‌های دهقانان وحدت قوی‌تری پیدا کردند و اعتماد میان اعضای آنها ایجاد شد.
- گروه‌های دهقانان خرید و فروش گروهی را آغاز کردند.
- اعضای گروه‌های دهقانان با یکدیگر هماهنگی نمودند تا بتوانند حاصلات را به‌گونه‌ی دوامدار به بازار عرضه نمایند.
- گروه‌های دهقانان با چنان پیسه که از زراعت و باغداری به‌دست آوردند، در زیربناهای اساسی زراعتی مانند تأسیسات آبیاری سرمایه‌گذاری کردند.
- گروه‌های دهقانان عضویت‌های خود را گسترش دادند و به‌طور رسمی بحیث تعاونی‌ها راجستر شدند.

### **[تغییرات در معیشت]**

- با افزایش عاید، دهقانان خانه، موترسایکل، موتر یا زمین خریداری کردند.
- دهقانان فرزندان خود را به مکاتب خصوصی یا نهادهای تحصیلی عالی فرستادند.
- دهقانان عایدات باغداری را برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های پارموقت خارج از زراعت، مانند سلمانی و دکان‌های کوچک، به‌منظور کسب عایدی اضافی استفاده کردند.

### **[تغییرات در روابط خانوادگی]**

- زوجین در پیوند با مدیریت زراعت با یکدیگر تبادل نظر کردند و تصمیم‌ها را به‌گونه‌ی مشترک اخذ کردند.
- زوجین نقش‌های جنوری خود را بازننگری کردند و تقسیم کار مؤثرتری را هم در زراعت و هم در کارهای خانه به‌وجود آوردند.
- زوجین مدیریت بودجه‌ی خانواده را به‌گونه‌ی مشترک آغاز کردند.
- شوهران کمتر به نوشیدن مشروبات روی آوردند و وقت بیشتری را به زراعت اختصاص دادند که این امر به بهبود روابط با زوجه آنها ختم شد.
- کودکان در کارهای زراعتی به والدین خود کمک کردند.
- جوانان قریه به‌جای رفتن به شهر برای یافتن کار، در جامعه باقی ماندند و به زراعت پرداختند.

## بخش ۲. روال‌های تمرینی

«بخش ۲: روال‌های تمرینی» به‌گونه‌ی مفصل توضیح می‌دهد که هر یک از فعالیت‌های رویکرد SHEP چگونه باید اجرا گردد.

## ۱. مرحله ۱ - هدف برای دهقانان بیان می‌شود

نخستین مرحله در رویکرد SHEP، شریک ساختن هدف SHEP با دهقانان می‌باشد. SHEP رویکردی برای فراهم‌سازی کمک‌های مادی یا مالی به دهقانان نیست؛ بلکه یک مداخلهٔ انکشاف توانایی‌ها است که در آن دهقانان باید از طریق اشتراک در فعالیت‌های SHEP، تعهد قوی برای فراگیری دانش و مهارت‌های نو داشته باشند. هدف نهایی SHEP این است که دهقانان را هم از نگاه تخنیکی و هم از نگاه اجتماعی توانمند بسازد قسمی که بتوانند زراعت بازارمحور، یا «زراعت بحیث یک کاروبار» را با ذهنیت کارآفرینانه به‌گونهٔ دوامدار ادامه دهند. این پیام باید به‌صورت روشن به دهقانان مورد نظر رسانده شود تا آنان برای دستیابی به هدف SHEP انگیزه پیدا کنند.

### ۱.۱. ورکشاپ آگاهی‌دهی

فعالیت‌ها	چهار مرحله
ما اینجا هستیم	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)

#### چرا؟ - اهداف

منظور از ورکشاپ آگاهی‌دهی، شریک ساختن دیدگاه و هدف SHEP با دهقانان است، یعنی کمک به آنان تا به دهقانان خوداتکا با آرمان‌های کارآفرینانه تبدیل شوند.

#### چه چیز؟ - کلیات

پس از انتخاب دهقانان مورد نظر، ورکشاپ آگاهی‌دهی تدویر می‌گردد تا جزئیات و چوکات زمانی ترینینگ کورس SHEP و همچنان هدف رویکرد SHEP برای دهقانان توضیح داده شود.



## بلند بردن انگیزه

حمایت از احساس  
ارتباط و تعلق  
(Relatedness)

خوش استیم که کارکنان ترویج،  
چلنج‌های ما را می‌فهمند و کمک  
می‌کنند کارمان را بهبود بدهیم.

حمایت از توان  
تصمیم‌گیری مستقل  
(Autonomy)

ما «اختیار» اقدام‌های خود برای  
پیشبرد کاروبار باغداری خویش را  
داریم.

حمایت از شایستگی  
و توانمندی  
(Competence)

«هیجان‌زده استیم که چیزهای تازه  
آموخته می‌توانیم.»



- ورکشاپ آگاهی‌دهی یک رویداد ابتدایی و مهم است که در آن ترتیب‌کنندگان و دهقانان دیدگاه SHEP را با هم شریک می‌سازند.
- دهقانان درک می‌کنند و می‌پذیرند که پوره شدن این دیدگاه صرف از طریق ابتکار و کوشش خود دهقانان برای پیشبرد زراعت بازارمحور امکان‌پذیر است.
- دهقانان درک می‌کنند که SHEP صرفاً کمک تخنیکی است و کدام حمایت مالی یا مادی از سوی دولت فراهم نمی‌گردد.

## مرحله

## - طرز‌العمل‌های تطبیق (زمان مورد نیاز: ۱-۲ ساعت)



عکس: زیمبابوی

۱. برگزاری یک جلسه در محلی که دهقانان بتوانند به‌آسانی یکجا شوند؛ مانند تالار اجتماعات، مسجد، مکتب، خانه رهبر گروه و امثال آن.
۲. ترتیب‌کنندگان، بشمول کارکنان ترویج مسئول گروه، ماهیت و جوهره رویکرد SHEP را توضیح می‌دهند تا هر دو جانب دیدگاه مشترک پیدا کنند.
۳. توضیحات تکمیلی باید شامل جزئیات و چوکات زمانی فعالیت‌های SHEP و همچنان نقش‌ها و مسئولیت‌های دهقانان برای تکمیل ترینینگ کورس SHEP باشد.
۴. ترتیب‌کنندگان باید تأکید نمایند که اعضای زن و مرد به‌گونه برابر در آموزش‌ها اشتراک کنند. همچنان اعضا و همسران آنها باید در جریان تمام ترینینگ کورس SHEP به‌طور فعال در تصمیم‌گیری و اجرای فعالیت‌ها سهم بگیرند. ترتیب‌کنندگان باید به دهقانان کمک کنند تا در مورد اهمیت برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان گفتگو نمایند.

ما همیشه نخست سبزیجات را تولید می‌کردیم و بعد تشویش داشتیم که آنها را کجا سودا کنیم. این همان رفتار «بکار و بفروش» است.

صحیح است. بخاطر از همین همیشه در پیدا کردن به‌موقع مارکیت مصاب مشکل می‌شدیم؛ اما از طریق SHEP، ما قادر خواهیم شد شعار «بکار برای فروش» را در عمل تطبیق کنیم.



عکس: تکیشی کیونو/JICA، کنیا

۲ «زمان مورد نیاز» شامل زمان‌های آماده ساختن مانند فراهم کردن محل برگزاری، برقراری ارتباط با دهقانان، اجرای آموزش مربیان و فقرات مشابه نمی‌باشد.

- دهقانان مورد نظر، برنامه‌های آموزشی آینده را درک کرده و با آن موافق هستند.
- دهقانان مورد نظر درک می‌کنند و می‌توانند توضیح دهند که بحیث اشتراک‌کنندگان SHEP چه نقش‌ها، مسئولیت‌ها و حقوقی دارند.
- دهقانان مورد نظر می‌توانند هدفی را که در پایان جلسات آموزشی SHEP به آن دست خواهند یافت، تصور کرده و توضیح دهند.
- نسبت اشتراک‌کنندگان مذکر و مونث متوازن است.
- در مورد برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان بحث شده و اشتراک (۱) هر دو عضو مذکر و مونث و (۲) اعضا و همسران‌شان تشویق گردیده است.

### عیب‌یابی (TROUBLESHOOTING) - راه‌حل‌ها برای مشکلاتی که به‌طور مکرر رخ می‌دهند

**پرسش:** دهقانان انتظار «کمک‌های رایگان» را دارند - با توجه به اینکه تقریباً تمام پروژه‌ها/پروگرام‌های قبلی نوعی کمک مادی به دهقانان ارائه کرده‌اند، آنان از SHEP نیز توقع چنین کمک‌هایی دارند. آیا وقتی متوجه شوند که SHEP کدام کمک مالی یا مادی ارائه نمی‌کند، از اشتراک در آموزش‌ها صرف نظر خواهند کرد؟

**پاسخ:** بسیار مهم است که دهقانان مورد نظر از همان آغاز به‌روشنی درک کرده و با این موضوع موافق باشند که صرف کمک تکنیکی دریافت خواهند کرد، نه کمک مادی. هنگام تماس با دهقانان بالقوه برای انتخاب هدف، به‌طور واضح توضیح دهید که تنها دهقانانی برای SHEP مناسب هستند که بدون دریافت کدام سهولت مادی، آماده‌اشتراک در آموزش‌های انکشاف توانایی‌ها باشند.

**پرسش:** چرا در ورکشاپ آگاهی‌دهی در پیوند با جنسیت صحبت می‌شود؟ چرا لازم است ملاحظات جنسیتی در ورکشاپ آگاهی‌دهی مطرح گردد؟ آیا نمی‌توان این موضوع را در مرحله بعدی بررسی کرد؟

**پاسخ:** در مورد دیدگاه SHEP نسبت به ملاحظات جنسیتی، لطفاً به بخش «۳.۱. ملاحظات جنسیتی در SHEP» در بخش ۱ مراجعه کنید. SHEP بر این باور است که ملاحظات جنسیتی باید بحیث بخشی جدایی‌ناپذیر از کوشش SHEP برای تحقق هدف خود، یعنی بهبود معیشت از طریق مدیریت خوداتکای زراعتی، در نظر گرفته شود. هدف SHEP تنها زمانی قابل دستیابی است که در تمام مراحل تطبیق SHEP، اشتراک و تصمیم‌گیری متوازن از حیث ملاحظات جنسیتی وجود داشته باشد. بنابراین، دهقانان مورد نظر باید از همان آغاز ترنینگ کورس SHEP، یعنی در ورکشاپ آگاهی‌دهی، نسبت به این موضوع آگاه باشند تا دهقانان زن و مرد و همسران‌شان با اشتراک فعال و تصمیم‌گیری مشترک در فعالیت‌های SHEP موافقت نمایند.

## ۲. مرحله ۲ – آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد

مرحله دوم رویکرد SHEP این است که برای دهقانان فرصت‌های کافی فراهم گردد تا بتوانند هم وضعیت روان خود را بهتر درک کنند و هم فرصت‌هایی را که کاروبار باغداری برای آنان فراهم می‌تواند، شناسایی نمایند. این همان مرحله‌ای است که دهقانان SHEP تجربه‌های آگاهی‌دهنده به‌دست می‌آورند و انگیزه آنان برای برداشتن گام‌های عملی غرض تحقق زراعت بازارمحور بیشتر می‌شود. بخاطر از این، این مرحله از اهمیت بسیار بالا برخوردار است و ترتیب‌کنندگان SHEP باید اطمینان حاصل کنند که دهقانان از طریق تمرین‌هایی مانند سروی مشارکتی ابتدایی و سروی بازار، دیدگاه و افق فکری خود را در پیوند با باغداری بحیث یک کاروبار گسترش می‌دهند.

### ۱.۲. سروی مشارکتی ابتدایی

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی ما اینجا هستیم	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)	

#### چرا؟ - اهداف

سروی مشارکتی ابتدایی به دهقانان مورد نظر این فرصت را می‌دهد تا وضعیت فعلی زراعتی خود را از منظر تولید، عاید و تخنیک‌های زراعتی بررسی کنند تا بتوانند به‌طور روشن بخش‌هایی را که نیاز به بهبود دارند، شناسایی نمایند. دهقانان همچنان به اهمیت ثبت و نگهداری معلومات پی می‌برند. این فرصت برای ترتیب‌کنندگان امکان می‌دهد تا معلومات دقیق و واقعی در مورد شیوه‌های زراعتی دهقانان مورد نظر گردآوری کنند؛ معلوماتی که در مراحل بعدی برای نظارت بر نتایج مداخله SHEP استفاده خواهند شد.

#### چه چیز؟ - کلیات

در سروی مشارکتی ابتدایی از دهقانان مورد نظر خواسته می‌شود که دو نوع فورم سروی را خانه‌پُری کنند: (۱) سروی ابتدایی، بخش ۱ – تولید، عاید و مصارف؛ و (۲) سروی ابتدایی، بخش ۲ – تخنیک‌های زراعتی. دهقانان شخصاً این فورم‌ها را، در صورت نیاز با کمک کارکنان ترویج، خانه‌پُری می‌کنند. معلومات توسط ترتیب‌کنندگان گردآوری و تحلیل می‌شوند. بازخورد نتایج سروی ابتدایی در ادامه و هنگامی که معلومات تحلیل‌شده در دسترس قرار گیرد، به دهقانان ارائه می‌گردد.

- سروی باید بیشتر به نفع دهقانان باشد تا به نفع ترتیب‌کنندگان (شکل ۶).
- همچنان، سروی باید به‌گونه مشارکتی انجام شود تا دهقانان مورد نظر نقش اصلی را در سروی داشته باشند، نه اینکه کارکنان ترویج به‌صورت یک‌جانبه معلومات را از آنان جمع‌آوری کنند.
- کارکنان ترویج به دهقانان کمک می‌کنند تا ارقام اساسی مانند مقدار حاصلات، مصارف، مفاد و فقرات مشابه را که برای مدیریت زراعت مهم هستند، محاسبه نمایند.

## بلند بردن انگیزه

حمایت از احساس  
ارتباط و تعلق  
(Relatedness)

خوش هستیم که کارکنان ترویج، چلنج‌های ما را می‌فهمند و ما را در مسیر بهبود یاری می‌رسانند.

حمایت از توان  
تصمیم‌گیری مستقل  
(Autonomy)

ما صرف معلومات را برای دولت فراهم نمی‌کنیم؛ مگر این کار را برای بهبود کاروبار خود انجام می‌دهیم.

حمایت از شایستگی  
و توانمندی  
(Competence)

اکنون می‌توانیم محاسبات مختلف را انجام دهیم؛ کاری که قبلاً هرگز قادر به انجام آن نبودیم.



## مداخله ترجیحی

## کارکنان ترویج

«ثبت و نگهداری معلومات در پیوند با اینکه چه چیزی می‌خرید و چه چیزی می‌فروشید، برای مدیریت فارم بسیار مهم است. سروی ابتدایی می‌تواند به شما کمک کند تا کاروبار زراعتی خود را بهتر مدیریت نمایید.»



## دهقان‌محور

## دهقانان

«ما نمی‌دانستیم که ثبت و نگهداری معلومات تا این اندازه به نفع ما است. از امروز ثبت حساب‌ها را آغاز می‌کنیم. این کار به نفع خود ما است.»



## مداخله‌ای که باید از آن پرهیز شود

## کارکنان ترویج

«این سروی برای ما ضروری است تا اثر مداخله SHEP را بدانیم.»



## دهقانان

«صحیح... ما معلومات را در اختیار آنها می‌مانیم تا کار خود را بهتر انجام داده بتوانند. این کار به نفع خود آنها است.»



شکل ۶: سروی ابتدایی به نفع دهقانان

## مرحله

## - طرز‌العمل‌های تطبیق (زمان مورد نیاز: ۳-۴ ساعت)

۱. (آماده‌سازی) واحدهای محلی را که در دادوستد حاصلات باغی استعمال می‌شوند، بررسی کرده و یک جدول تبدیل تهیه نمایید؛ یعنی جدولی که واحدهای محلی را به کیلوگرام تبدیل می‌کند.
۲. یک جلسه تدویر کرده و هدف سروی ابتدایی را برای دهقانان توضیح دهید. به دهقانان آموزش دهید که چگونه دو نوع فورم سروی را خانه‌پُری نمایند.
۳. **توصیه!** اگر دهقانان، خاصاً دهقانان بی‌سواد، در درک چگونگی خانه‌پُری فورم‌ها با دشواری مواجه شدند، از دهقانان باسواد بخواهید به آنان کمک کنند.
۴. دهقانان شخصاً فورم‌ها را خانه‌پُری می‌کنند و در صورت نیاز، کارکنان ترویج به آنان کمک می‌نمایند.
۵. اگر تبدیل واحدهای دادوستد مانند دسته‌ها، بوجی‌ها، صندوق‌ها و امثال آن به کیلوگرام دشوار است، یک جدول تبدیل را که ترتیب‌کنندگان از قبل بر اساس وضعیت بازار محلی تهیه کرده‌اند، در اختیار دهقانان قرار دهید.
۶. پس از آن که دهقانان خانه‌پُری فورم‌ها را تکمیل کردند، آنان را تشویق کنید تا در مورد یافته‌های تازه این تمرین سروی بحث نمایند. موضوعات بحث شامل موارد زیر می‌باشد، اما به این‌ها محدود نیست:
  - ✓ آیا روش‌های فعلی ما برای ثبت و نگهداری سوابق به اندازه کافی خوب است؟
  - ✓ ثبت و نگهداری سوابق چگونه می‌تواند در مدیریت کاروبار زراعتی ما کمک کند؟



عکس: کنیا

- ✓ آیا ما به اندازه‌ای که می‌خواهیم مفاد به‌دست می‌آوریم، یا در شماری حاصلات در عوض مفاد، ضرر می‌کنیم؟
- ✓ آیا زمین را به اندازه مناسب برای کشت حاصلات اختصاص می‌دهیم که چشم‌انداز بازاریابی خوبی دارند؟
- ✓ آیا ما دقیقاً می‌دانیم در هر بوجی (یا صندوق، دسته، سطل و امثال آن) چه مقدار محصول بسته‌بندی می‌کنیم؟ آیا خریداران ما از وزن دقیق آن آگاه هستند؟
- ✓ آیا مهارت‌های کافی در کشت و زراعت داریم؟ ضعف‌های ما کدام فقرات هستند؟

۶. پس از جلسه، معلومات را در جدول‌ها وارد کنید، آنها را پروسس و تحلیل نمایید و در زمانی دیگر بازخورد را به دهقانان ارائه کنید. (لطفاً مشخص کنید که در اداره شما چه کسی مسئول وارد کردن معلومات، پروسس و تحلیل آنها است). موارد بازخورد می‌تواند شامل، اما نه محدود به، نکات زیر باشد:

- ✓ اینکه ثبت و نگهداری معلومات دهقانان تا چه اندازه کافی و منظم است تا بتوان یک تحلیل خوب از مدیریت فارم انجام داد.
- ✓ کدام حاصلات بیشتر تولید می‌شوند و کدام حاصلات مفاد خوبی دارند و مانند آن.
- ✓ دهقانان در کدام بخش‌های تخنیک‌های زراعتی نیاز به تقویت دارند.

به نفع من است که معلومات و یادداشت‌ها را ثبت و نگهداری کنم تا آنچه را در فارم من جریان دارد پیگیری کرده بتوانم. این نخستین مرحله برای تمرین کردن شعار «زراعت بحیث یک کاروبار» است.



من فکر می‌کردم با تولید این محصول پیسه به‌دست می‌آورم، اما در حقیقت ضرر می‌کردم!

عکس: کنیا

## فارم - فورم‌های پرسش‌نامه سروی اولیه

در اینجا نمونه‌هایی از فورم‌های پرسش‌نامه سروی ابتدایی ارائه شده است. دو نوع فورم وجود دارد که باید توسط دهقانان تکمیل شوند.

### ۱. سروی ابتدایی، بخش اول - تولید، عاید و مصارف

نام محصول و رقم (نوع)	۲. مساحت زیر کشت متر × متر (متر مربع) یا هکتار ۱۰۰ متر مربع = ۰.۰۱ هکتار ۱۰۰۰ متر مربع = ۰.۱ هکتار ۱۰۰۰۰ متر مربع = ۱ هکتار		۳. مقدار محصول فروخته شده در بازار به واحدهای مختلف (بوجی، صندوق، بسته و امثال آن)	۴. مقدار محصول فروخته شده در بازار به کیلوگرام (تبدیل‌شده به کیلوگرام)	۵. مقدار محصول فروخته شده در بازار به کیلوگرام فی هکتار	۶. قیمت متوسط فی واحد (اسعار محلی فی واحد)	۷. قیمت متوسط فی کیلوگرام (تبدیل‌شده به کیلوگرام) به اسعار محلی	۸. مجموع عایدی به اسعار محلی	۹. مجموع مصارف تولید به اسعار محلی (شامل مواد زراعتی، ترانسپورت، نیروی کار و امثال آن)	۱۰. عایدی خالص (مفاد)
	۱	a ۲.								
محصول ۱	متر × متر (متر مربع)	هکتار	( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )				
محصول ۲	متر × متر (متر مربع)	هکتار	( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )				
محصول ۳	متر × متر (متر مربع)	هکتار	( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )				
محصول ۴	متر × متر (متر مربع)	هکتار	( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )				

لطفاً تبدیل واحدها را در بکس زیر مشخص نمایید. (مثلاً: ۱ بوجی کچالوی ایرلندی = ۱۱۰ کیلوگرام، ۱ دانه کلم = ۲ کیلوگرام)

## ۲. سروی ابتدایی - بخش ۲: تخنیک‌های زراعتی

پس از کشت	مراحل قبل از کشت الی	پرسش‌ها	تخنیک‌های باغداری توصیه‌شده برای تطبیق	بلی	نخیر
۱	آمادگی قبل از کشت	پرسش ۱	آیا برای تعیین محصولات قابل کشت در هر فصل، سروی بازار انجام می‌دهید؟		
		پرسش ۲	آیا بر اساس نتایج سروی بازار، تقویم زراعی تهیه کرده و آن را استفاده می‌کنید؟		
		پرسش ۳	آیا آزمایش خاک را حداقل هر دو سال یکبار برای سبزیجات/گل‌های یکساله، یا قبل از کشت برای درختان میوه/گل‌های چندساله انجام می‌دهید؟		
		پرسش ۴	آیا عرض تهیه کمپوست/کود از روش‌های توصیه‌شده کمپوست‌سازی ذریعه مواد آلی مختلف برای تأمین عناصر تغذیوی عمده نایتروجن (N)، فاسفورس (P) و پوتاشیم (K) استفاده می‌کنید؟		
		پرسش ۵	آیا از مواد زرعی با کیفیت توصیه‌شده با یک یا چند ویژگی زیر استفاده می‌کنید: مقاومت و تحمل به امراض، حاصل‌دهی بلند، رسیدگی زودهنگام، طعم بهتر، اندازه مناسب و ماندگاری بیشتر؟		
۲	آماده‌سازی زمین	پرسش ۶	آیا از یک یا چند روش توصیه‌شده آماده‌سازی زمین در مدیریت آفات و امراض استفاده می‌کنید: آفتاب‌دهی خاک (solarization)، شخم به‌موقع، عمق مناسب شخم و کاهش جابه‌جایی خاک برای جلوگیری از گسترش آفات و امراض خاکزاد؟		
		پرسش ۷	آیا بقایای محصول را حداقل دو ماه قبل از کشت، هنگام شخم به زمین برمی‌گردانید تا بازیافت عناصر غذایی تقویت شود؟		
		پرسش ۸	آیا کمپوست/کود حیوانی یا کود عضوی را بحیث کود ابتدایی حداقل ۱-۲ هفته قبل از کشت به زمین اضافه می‌کنید؟		
۳	استقرار محصول کشت/پیوند یا نشاکاری	پرسش ۹	آیا از روش‌های توصیه‌شده در پرورش نشا برای سبزیجات/گل‌های یکساله استفاده می‌کنید یا برای درختان میوه/گل‌های چندساله از نهال‌های پرورش‌یافته در نهالستان‌های معتبر بهره می‌برید؟		
		پرسش ۱۰	آیا فاصله توصیه‌شده کشت/انتقال نهال را رعایت می‌کنید؟		
		پرسش ۱۱	آیا مقدار توصیه‌شده کود را هنگام کشت رعایت می‌کنید؟		
۴	مدیریت محصول	پرسش ۱۲	آیا نیاز آبی محصول را ذریعه یک یا چند روش آبیاری زیر تأمین می‌کنید: آب‌دهی با آبپاش دستی، بارانی، قطره‌ای و جویچه‌ای، قسمی که حداقل نیاز آبی محصول پوره شود؟		
		پرسش ۱۳	آیا وجین به‌موقع و با استفاده از آلات مناسب انجام می‌دهید؟		
		پرسش ۱۴	آیا عملیات کوددهی تکمیلی (Top-dressing) را به طرز مناسب انجام می‌دهید، از حیث زمان‌بندی، نوعیت کود، مقدار توصیه‌شده تطبیق و روش تطبیق؟		
		پرسش ۱۵	آیا حداقل دو شیوه مدیریت همه‌جانبه آفات (IPM) را استفاده می‌کنید: زراعتی، بیولوژیکی، فیزیکی و کیمیاوی؟		
۵	رفع حاصل	پرسش ۱۶	آیا استفاده‌ی مصنوعی و موثر از آفتکش‌ها را رعایت می‌کنید: اندازه مناسب، آفتکش‌های توصیه‌شده و دوره قبل از رفع حاصل (PHI)؟		
		پرسش ۱۷	آیا حداقل از یکی از شاخص‌های رفع حاصل زیر را استفاده می‌کنید: رنگ، اندازه، شکل و سختی؟		
۶	رسیدگی پس از رفع حاصل	پرسش ۱۸	آیا از ظروف رفع حاصل/ذخیره/انتقال یا مواد بسته‌بندی معیاری با ویژگی‌های زیر استفاده می‌کنید: تهویه مناسب، قابلیت پاک‌کاری آسان و سطح هموار برای کاهش خسارت؟		
		پرسش ۱۹	آیا یکی از روش‌های توصیه‌شده ارزش‌افزایی را تطبیق می‌کنید: پاک‌کاری، درجه‌بندی، سورتینگ، بسته‌بندی یا پروسس محصول؟		
۷	تحلیل مصارف و عایدی	پرسش ۲۰	آیا ثبت مصارف تولید و فروش را انجام می‌دهید و تحلیل مصارف و عواید را تطبیق می‌کنید؟		
		پرسش ۲۱	آیا خرید مواد زراعتی مانند تخم/بذر، کود و مواد کیمیاوی را به‌طرز گروهی انجام می‌دهید؟		
۸	اقدام جمعی	پرسش ۲۲	آیا انتقال حاصلات را به‌گونه جمعی تنظیم می‌کنید یا حاصلات خود را به‌صورت گروهی می‌فروشید؟		
		پرسش ۲۳	آیا بحیث یک گروه، حاصلات مورد نظر را انتخاب کرده و برنامه‌های تولید/بازاریابی را به‌صورت جمعی با اعضای گروه طرح‌ریزی می‌کنید؟		

### نوآوری - بومی‌سازی در کشورها/مناطق مختلف

در زیر، نمونه‌هایی از تعدیلاتی ارائه شده است که در برخی کشورها و مناطق انجام گردیده تا سروی‌های ابتدایی به‌صورت روان و مؤثر در مناطق مربوطه تطبیق شود.



### بکس ۳: دهقانان باسواد، دهقانان بی‌سواد را کمک می‌کنند (اتیوپیا)



عکس: اتیوپیا

<چرا؟> سطح سواد در میان گروه‌های مورد نظر دهقانان پایین بود. پیش‌بینی می‌شد که بسیاری از دهقانان مورد نظر در خانه‌پری فورم‌های سروی با دشواری روبه‌رو شوند.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان از هر گروه تقریباً ده دهقان باسواد و نسبتاً تحصیل‌کرده خواستند تا همراه با کارکنان ترویج زراعت در یک پروژه آموزشی آزمایشی شرکت کنند و شیوه اجرای سروی مشارکتی ابتدایی را بیاموزند. این دهقانان باسواد همراه با کارکنان ترویج زراعت کار کردند تا به دهقانان بی‌سواد در خانه‌پری فورم‌ها کمک نمایند.

<نتایج؟> دهقانان بی‌سواد توانستند با کمک دهقانان باسواد، سروی را با دشواری اندک تکمیل کنند. همچنان احساس همبستگی میان دهقانان تقویت شد که به حمایت از نیاز روانی آنان به ارتباط و همبستگی کمک کرد.

### اجرای سروی‌های ابتدایی برای هر دو نوع زمین‌های زراعتی گروهی و انفرادی (رواندا و السالوادور)



دهقانان رواندا در باغ گروهی خود

<چرا؟> شماری از گروه‌های مورد نظر دهقانان دو نوع باغ سبزیجات داشتند: یکی متعلق به گروه و دیگری متعلق به اعضای انفرادی گروه. ترتیب‌کنندگان نیاز داشتند وضعیت هر دو نوع زمین زراعتی را درک کنند.

<چگونه؟> بخاطر از آنکه فارم‌های سروی ابتدایی عمدتاً برای باغ‌هایی که توسط خانواده‌های انفرادی مدیریت می‌شد دیزاین شده بود، ترتیب‌کنندگان در صورت نیاز برخی پرسش‌ها را تعدیل کردند و سروی را هم برای باغ‌های گروهی و هم برای باغ‌های اعضای انفرادی اجرا نمودند.

<نتایج؟> هم دهقانان و هم ترتیب‌کنندگان توانستند وضعیت فعلی باغ‌های گروهی و باغ‌های انفرادی را درک کنند. دهقانان برای بهبود هر دو نوع زمین زراعتی ترغیب و بانگیزه شدند.

## معرفی سیستم «وظیفه خانگی» برای جمع‌آوری بهتر معلومات و تقویت مشارکت همسران (مالاوی و نیپال)



<چرا؟> ترتیب‌کنندگان دریافتند که بسیاری از دهقانان در جریان سروی ابتدایی، ارقام لازم مانند مصارف تولید و مقدار فروش را در اختیار نداشتند. آنان نیاز داشتند به خانه بروند تا معلومات خود را بررسی کنند یا از اعضای خانواده معلومات دقیق بگیرند. بخاطر از این، تکمیل سروی ابتدایی در همان یک روز گردهمایی دشوار بود.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان سروی ابتدایی را در فارمت جلسات عکس: مالاوی

دو روزه تنظیم کردند. در روز اول، توضیح دادند که چه معلوماتی مورد نیاز است و به دهقانان یک «وظیفه خانگی» دادند تا معلومات دقیق را از خانه تهیه کنند. در مورد نیپال، ترتیب‌کنندگان از دهقانان خواستند که بحیث «وظیفه خانگی»، همراه با همسران خود فورم‌ها را در خانه تکمیل کنند. دهقانان در روز دوم دوباره گردهم آمدند و فورم‌های سروی را تسلیم نمودند.

<نتایج؟> معلومات دقیق‌تر و قابل اعتمادتر جمع‌آوری شد. شوهران و زنان با هم کار کردند تا وضعیت فعلی کاروبار زراعتی خود را درک کنند و در نتیجه، احساس همبستگی و مسئولیت مشترک آنان بحیث یک واحد مدیریت فارم افزایش یافت.

### چک‌لیست

- نکاتی که ضرور است پس از این فعالیت تأیید شوند

- دهقانان مورد نظر وضعیت فعلی تولید و فروش خود را درک می‌کنند و خلأهایی را که باید پُر شوند، شناسایی می‌نمایند.
- دهقانان مورد نظر سطح فعلی تخنیکی خود را در بخش تولید و بازاریابی درک می‌کنند و خلأهایی را که باید پُر شوند، شناسایی می‌نمایند.
- دهقانان مورد نظر اهمیت مثبت و نگهداری معلومات فارم را، هم از نگاه حسابداری و هم از نگاه ثبت فعالیت‌های فارم، درک می‌کنند و آماده می‌شوند تا ثبت و حفظ معلومات را آغاز نمایند.
- نسبت اشتراک‌کنندگان زن و مرد متوازن است.
- معلومات تفکیک‌شده بر اساس جنس جمع‌آوری و تحلیل می‌شود.
- (اختیاری) همسران اعضا نیز شامل می‌گردند.

**پرسش:** ثبت و حفظ معلومات به‌طور گسترده انجام نمی‌شود - ثبت و حفظ معلومات در میان دهقانان کم زمین به‌طور گسترده رایج نیست. آیا واقعاً می‌توانند ثبت و حفظ معلومات را بیاموزند و از آن بهره‌مند شوند؟

**پاسخ:** صحیح است که بسیاری از دهقانان کم زمین ثبت و حفظ معلومات را انجام نمی‌دهند. نخستین گامی که به آنان توصیه می‌شود، درک اهمیت ثبت و حفظ معلومات از طریق تجربه مشارکت در سروی ابتدایی است. به ترتیب‌کنندگان توصیه می‌شود که دهقانان را تشویق کنند تا معلومات اساسی مانند فروش حاصلات و مصارف تخم، کود و آفت کش‌ها را در فارم‌تی بسیار ساده، مانند ثبت دخل و خرج (single-entry bookkeeping) یادداشت کنند. ایجاد عادت ثبت و حفظ فعالیت‌های فارم و حسابداری برای دهقانان مفید است.

**پرسش:** آیا دهقانان بی‌سواد می‌توانند این کار را انجام دهند؟ - حتی دهقانان باسواد نیز در محاسبه ارقام مورد نیاز برای سروی ابتدایی با دشواری روبه‌رو هستند. آیا دهقانان بی‌سواد می‌توانند وظایف سروی را تکمیل کنند؟

**پاسخ:** دهقانان بی‌سواد ممکن است نسبت به دهقانان باسواد در خانه‌پری فورم‌های سروی دشواری بیشتری داشته باشند. با آنهم، این موضوع به‌طور خودکار به معنای آگاهی کمتر آنان از مسائل مدیریت فارم نیست. آنان صرفاً مهارت سواد نوشتاری برای انتقال دانسته‌های خود روی کاغذ را ندارند. از اعضای باسواد گروه یا اعضای باسواد خانواده‌شان، مانند همسران یا فرزندان، بخواهید تا در خانه‌پری فورم‌ها کمک کنند. دهقانان بی‌سواد همچنان می‌توانند با کمک اعضای خانواده‌شان به‌صورت یومیه به ثبت و حفظ معلومات ادامه دهند.

**پرسش:** معلومات چندان قابل اعتماد نیست - با وجود کوشش دهقانان برای تکمیل معلومات، برخی معلومات هنوز ناقص یا چندان دقیق نیست. آیا باید به‌طور کامل از گرفتن معلومات از آنان صرف‌نظر کنیم؟

**پاسخ:** سروی مشارکتی ابتدایی SHEP دو هدف دارد: (۱) افزایش آگاهی دهقانان از وضعیت فعلی زراعت‌شان و (۲) جمع‌آوری معلومات واقعی از دهقانان. لطفاً درک کنید که در قدم نخست، تحقق هدف اول، یعنی افزایش آگاهی از طریق اجرای سروی، بسیار مهم است. از سوی دیگر، تضمین قابلیت اعتماد و دقت آمار همواره در جمع‌آوری معلومات ساحوی یک چلنج است. خاصناً در جریان سروی ابتدایی، دستیابی به دقت بسیار بالا دشوار است؛ بخاطریکه بسیاری از دهقانان هنوز ثبت و حفظ معلومات دقیق ندارند. باید صبور بود و دهقانان را تشویق کرد تا به‌تدریج ثبت و حفظ معلومات را آغاز کنند تا قابلیت اعتماد و دقت داده‌ها تا زمان سروی نهایی (endline) افزایش یابد.

**پرسش:** دهقانان نمی‌خواهند آمار را تسلیم دهند - دهقانان حاضرند ارقام و معلومات را پر کنند، اما نمی‌خواهند معلومات مربوط به مفاد خود را افشا کنند. چه باید کرد؟

**پاسخ:** مجبور ساختن دهقانان به تسلیم‌دهی آمار زمانی که احساس ناراحتی می‌کنند، فکر خوبی نیست. حتی بدون تسلیم‌دهی آمار نیز، دهقانان فرصت می‌یابند آگاهی خود را در مورد مدیریت فارم افزایش دهند؛ بنابراین کم از کم یکی از دو هدف سروی ابتدایی تحقق می‌یابد. از سایر دهقانان بپرسید که آیا حاضر به تسلیم‌دهی آمار هستند تا بتوانید مقداری آمار واقعی برای پروسس و تحلیل به‌دست آورید.

## سروری ابتدایی - بخش ۱: تولید، عایدی و مصارف

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

نام ولسوالی: \_\_\_\_\_

نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_

نام دهقان: \_\_\_\_\_

جنس (زن / مرد): \_\_\_\_\_

نمبر تماس: \_\_\_\_\_

نام ناحیه/علاقه‌داری: \_\_\_\_\_

\* لطفاً معلومات مربوط به حاصلات باغی سال گذشته را شامل سازید (حاصلات دیگر، مانند جوار و نیشکر را شامل نسازید).

۱۰. عایدی خالص (مفاد) به اسعار محلی	۹. مجموع مصارف تولید به اسعار محلی (شامل مواد زراعتی، تراشیدورت، نیروی کار و امثال آن)	۸. مجموع عایدی به اسعار محلی	۷. قیمت متوسط فی کیلوگرام (تبدیل‌شده به اسعار محلی)	۶. قیمت متوسط فی واحد (اسعار محلی فی واحد)	۵. مقدار محصول فروخته‌شده در بازار	۴. مقدار محصول فروخته‌شده در بازار به کیلوگرام (تبدیل‌شده به کیلوگرام)	۳. مقدار محصول فروخته‌شده در بازار به واحدهای مختلف (بوجی، صندوق، بسته و امثال آن)	۲. مساحت زیر کشت متر X متر (متر مربع) یا هکتار ۱۰۰۰ متر مربع = ۰.۱ هکتار ۱۰۰۰۰ متر مربع = ۰.۱ هکتار	۱. نام محصول و رقم (نوع)
۸. - ۹.	۹	(۳. X ۶.) یا (۴. X ۷.)	واحد/۶ تبدیل به یکس	۶	b ۲/۴.	۴	۳	b ۲.      a ۲.	۱
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۱
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۲
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۳
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۴

لطفاً تبدیل واحدها را در چوکات زیر مشخص نمایند. (مثلاً: ۱ بوجی کچالوی ایرلندی = ۱۱۰ کیلوگرام، ۱ دانه کلم = ۲ کیلوگرام)

## مثال سروری ابتدایی - بخش ۱: تولید، عایدی و مصارف

### مثال

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 نام نام و لسانی: \_\_\_\_\_ نام ناحیه/علاقه‌داری: \_\_\_\_\_  
 نام گروه دهفتان: \_\_\_\_\_  
 نام دهفتان: \_\_\_\_\_ جنس (زن / مرد): \_\_\_\_\_  
 \* لطفاً معلومات مربوط به حاصلات باغی سال گذشته را شامل سازید (حاصلات دیگر، مانند جواری و نیشکر را شامل نسازید).

۱. نام محصول و رقم (نوع)	۲. مساحت زیر کشت متر X متر (متر مربع) یا هکتار ۱۰۰۰ متر مربع = ۰.۱ هکتار ۱۰۰۰۰ متر مربع = ۱ هکتار ۱۰۰۰۰۰ متر مربع = ۱۰ هکتار	۳. مقدار محصول فروخته شده در بازار به واحدهای مختلف (بوجی، صندوق، بسته و امثال آن)	۴. مقدار محصول فروخته شده در بازار به کیلوگرام (تبدیل شده به کیلوگرام)	۵. مقدار محصول فروخته شده در بازار به کیلوگرام فی هکتار	۶. قیمت متوسط فی واحد (اسعار محلی فی واحد)	۷. قیمت متوسط فی کیلوگرام (تبدیل شده به کیلوگرام) به اسعار محلی	۸. مجموع عایدی به اسعار محلی	۹. مجموع مصارف تولید به اسعار محلی (شامل مواد زراعتی، تراکتور، نیروی کار و امثال آن)	۱۰. عایدی خالص (مقدار) به اسعار محلی
۱	a ۲.	۳	۴	b ۲/۴.	۶	۶/ واحد تبدیل به یکس	(X. ۳ ۶.) یا (X. ۴ ۷.)	۹	۸. - ۹.
محصول ۱ باندجان رومی Cal J رقم	متر X متر (متر مربع) ۲۰۰ X ۲۰۰ = ۴۰۰۰۰ متر مربع	(واحد: صندوق) ۱۰۰	۲۰۰۰۰ کیلوگرام	۱۰۰۰۰۰ کیلوگرام	(واحد: هر صندوق ۲۰ دالر)	۱ دالر	۲۰۰۰۰ دالر	۷۰۰ دالر	۱۳۰۰ دالر
۲ محصول	متر X متر (متر مربع) هکتار	(واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	(واحد: )				
۳ محصول	متر X متر (متر مربع) هکتار	(واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	(واحد: )				
۴ محصول	متر X متر (متر مربع) هکتار	(واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	(واحد: )				

لطفاً تبدیل واحدها را در چوکات زیر مشخص نمایید. (مثلاً: ۱ بوجی کچالوی ایرلندی = ۱۱۰ کیلوگرام، ۱ دانه کلم = ۲ کیلوگرام)

۱ صندوق رومی = ۲۰ کیلوگرام

## سر وی ابتدایی - بخش ۲: تخنیک‌های زراعتی

تاریخ: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

نام ولسوالی: \_\_\_\_\_

نام ناحیه/علاقه‌داری: \_\_\_\_\_

نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_

نام دهقان: \_\_\_\_\_ جندر (زن / مرد): \_\_\_\_\_ نمبر تماس: \_\_\_\_\_

\* لطفاً برای پرسش‌های زیر «بلی» یا «نخیر» را علامت بزیند. معلومات اضافی را در حاشیه بنویسید.

مرحله قبل از کشت الی پس از کشت	پرسش‌ها	تخنیک‌های باغداری توصیه‌شده برای تطبیق	بلی	نخیر
۱ آمادگی قبل از کشت	پرسش ۱	آیا برای تعیین محصولات قابل کشت در هر فصل، سر وی بازار انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۲	آیا بر اساس نتایج سر وی بازار، تقویم زراعی تهیه کرده و آن را استفاده می‌کنید؟		
	پرسش ۳	آیا آزمایش خاک را حداقل هر دو سال یکبار برای سبزیجات/گل‌های یکساله، یا قبل از کشت برای درختان میوه/گل‌های چندساله انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۴	آیا در تهیه کمپوست/کود از روش‌های توصیه‌شده کمپوست‌سازی ذریعه مواد آلی مختلف برای تأمین عناصر غذایی عمده نایتروجن (N)، فاسفورس (P) و پوتاشیم (K) استفاده می‌کنید؟		
	پرسش ۵	آیا از مواد زراعی با کیفیت توصیه‌شده با یک یا چند ویژگی زیر استفاده می‌کنید: مقاومت و تحمل به امراض، حاصل‌دهی بلند، رسیدگی زود هنگام، طعم بهتر، اندازه مناسب و ماندگاری بیشتر؟		
۲ آمادسازی زمین	پرسش ۶	آیا از یک یا چند روش توصیه‌شده آماده‌سازی زمین در مدیریت آفات و امراض استفاده می‌کنید: آفتاب‌دهی خاک (solarization)، شخم به‌موقع، عمق مناسب شخم و کاهش جابه‌جایی خاک برای جلوگیری از گسترش آفات و امراض خاکزاد؟		
	پرسش ۷	آیا بقایای محصول را حداقل دو ماه قبل از کشت، هنگام شخم به زمین برمی‌گردانید تا بازیافت عناصر غذایی تقویت شود؟		
	پرسش ۸	آیا کمپوست/کود حیوانی یا کود آلی را بحیث کود پایه حداقل ۱-۲ هفته قبل از کشت به زمین اضافه می‌کنید؟		
۳ استقرار محصول کشت/پیوند یا نشاکاری	پرسش ۹	آیا از روش‌های توصیه‌شده در پرورش نشا برای سبزیجات/گل‌های یکساله استفاده می‌کنید یا برای درختان میوه/گل‌های چندساله از نهال‌های پرورش‌یافته در نهالستان‌های معتبر بهره می‌برید؟		
	پرسش ۱۰	آیا فاصله توصیه‌شده کشت/انتقال نشا را رعایت می‌کنید؟		
	پرسش ۱۱	آیا مقدار توصیه‌شده کود را هنگام کشت رعایت می‌کنید؟		
۴ مدیریت محصول	پرسش ۱۲	آیا نیاز آبی محصول را ذریعه یک یا چند روش آبیاری زیر تأمین می‌کنید: آب‌دهی با آبپاش دستی، بارانی، قطره‌ای و جوپچه‌ای، قسمی که حداقل نیاز آبی محصول پوره شود؟		
	پرسش ۱۳	آیا وجین به‌موقع و استفاده از ابزار مناسب انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۱۴	آیا عملیات کوددهی تکمیلی (Top-dressing) را به‌گونه مناسب انجام می‌دهید، از حیث زمان‌بندی، نوعیت کود، مقدار توصیه‌شده تطبیق و روش تطبیق؟		
	پرسش ۱۵	آیا حداقل از دو روش مدیریت همه‌جانبه آفات (IPM) استفاده می‌کنید: زراعتی، بیولوژیکی، فزیک و کیمیاوی؟		
	پرسش ۱۶	آیا استفاده‌ی مصنوع و موثر از آفتکش‌ها را رعایت می‌کنید: دوز مناسب، آفتکش‌های توصیه‌شده و دوره قبل از رفع حاصل (PHI)؟		
۵ رفع حاصل	پرسش ۱۷	آیا حداقل از یکی از شاخص‌های رفع حاصل زیر استفاده می‌کنید: رنگ، اندازه، شکل و سختی؟		
۶ رسیدگی پس از رفع حاصل	پرسش ۱۸	آیا از ظروف رفع حاصل/نخیره/انتقال یا مواد بسته‌بندی معیاری با ویژگی‌های زیر استفاده می‌کنید: تهویه مناسب، قابلیت پاک‌کاری آسان و سطح هموار برای کاهش خسارت؟		
	پرسش ۱۹	آیا یکی از روش‌های توصیه‌شده ارزش‌افزایی را تطبیق می‌کنید: پاک‌کاری، درجه‌بندی، سورتینگ، بسته‌بندی یا پروسس محصول؟		
۷ تحلیل مصارف و عایدی	پرسش ۲۰	آیا ثبت مصارف تولید و فروش را انجام می‌دهید و تحلیل مصارف و عواید را تطبیق می‌کنید؟		
۸ اقدام جمعی	پرسش ۲۱	آیا خرید مواد زراعتی مانند تخم/بذر، کود و مواد کیمیاوی را به‌صورت گروهی انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۲۲	آیا انتقال حاصلات را به‌گونه جمعی تنظیم می‌کنید یا حاصلات خود را به‌صورت گروهی می‌فروشید؟		
	پرسش ۲۳	آیا بحیث یک گروه، حاصلات مورد نظر را انتخاب کرده و برنامه‌های تولید/بازاریابی را به‌صورت جمعی با اعضای گروه طرح‌ریزی می‌کنید؟		

## ۲.۲ مجمع ذینفعان (فعالیت اختیاری)

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار ما اینجا هستیم	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)	

یادداشت: این یک «فعالیت اختیاری» است؛ به این معنا که این فعالیت زمانی اجرا می‌گردد که (۱) ترتیب‌کنندگان با در نظر گرفتن وضعیت‌های اجتماعی-اقتصادی ساحات هدف، آن را بسیار مؤثر بدانند، و (۲) منابع انسانی و مالی کافی برای اجرای این فعالیت موجود باشد.

### چرا؟ - اهداف

مجمع ذینفعان دو هدف دارد: (۱) نشان دادن فرصت‌های تجارتي که باغداری می‌تواند برای دهقانان ایجاد کند، و (۲) کمک به دهقانان برای ایجاد پیوندهای تجارتي با انواع عوامل بازار که در تجارت باغداری دخیل هستند.

### چه چیز؟ - کلیات

مجمع نیم‌روزه ذینفعان، نمایندگان گروه‌های دهقانان مورد نظر SHEP و ذینفعان بازار مانند عرضه‌کنندگان مواد زراعتی، خریداران (تاجران، دلالان، عمده‌فروشان، پرچون فروشان و امثال آن)، شرکت‌های پروسس مواد غذایی، صادرکنندگان حاصلات، ترانسپورترها، نهادهای مالی، سازمان‌های غیردولتی و مانند آنها را دعوت می‌کند. دهقانان از غرفه‌های ذینفعان بازار دیدن کرده و از طریق گفتگوهای تجارتي معلومات را تبادل می‌کنند.

### چگونه؟ - توصیه‌های کلیدی تطبیق

#### بلند بردن انگیزه

حمایت از شایستگی و توانمندی (Competence)

انگیزه کافی نداریم بخاطر بیکه شمار اشتراک‌کنندگان اندک است.



حمایت از احساس پیوند و تعلق (Relatedness)

کارکنان ترویج کمک کردند به راحتی با اشتراک‌کنندگان ارتباط بگیریم.



حمایت از شایستگی و توانمندی (Competence)

ما اینجا هستیم تا با همه اشتراک‌کنندگان مجمع صحبت کنیم، به خاطر از این سوالات خویش را از قبل آماده کردیم.



- برخلاف رویدادهای مقیاس-کلان مانند نمایشگاه زراعتی یا روز زراعت، مجمع ذینفعان باید تعداد اشتراک‌کنندگان را محدود سازد تا برقراری ارتباط میان اشتراک‌کنندگان منتخب آسان‌تر شود.
- تنها آن دسته از ذینفعان بازار، مانند تاجران محلی که می‌توانند در آینده به شرکای تجارتي گروه‌های دهقانان SHEP تبدیل شوند، باید دعوت گردند.
- کارکنان ترویج زراعت باید به دهقانان کمک کنند تا گفتگوهای تجارتي فعال با ذینفعان بازار داشته باشند.
- مشخصات اشتراک‌کنندگان باید از قبل تبادل شود تا اشتراک‌کنندگان بتوانند بدون ضیاع وقت در مجمع، فوراً گفتگوهای تجارتي را آغاز کنند.

۱. (آماده‌سازی) یک اتاق کنفرانس را برای برگزاری مجمع ذینفعان (Stakeholder Forum) آماده نمایید. **توصیه!** اگر بتوان از یک تسهیلات دولتی برای برگزاری مجمع استفاده کرد، هزینه کرایه محل به‌گونه قابل ملاحظه کاهش خواهد یافت.
۲. (آماده‌سازی) ذینفعان بازار محلی را شناسایی نموده و آنان را به مجمع دعوت نمایید. **توصیه!** تنها آن دسته از ذینفعانی را دعوت کنید که آماده باشند با دهقانان مورد نظر وارد معامله و دادوستد شوند.
۳. (آماده‌سازی) از گروه‌های دهقانان بخواهید تا دو کشاورز مرد و دو کشاورز زن را بحیث نمایندگان گروه برای اشتراک در مجمع انتخاب نمایند. **توصیه!** اطمینان حاصل کنید که هم دهقانان مرد و هم دهقانان زن بحیث نمایندگان انتخاب شوند؛ باظریکه تیمی متشکل از هر دو جنس می‌تواند در جریان تعامل با ذینفعان بازار، دیدگاه‌های گسترده‌تری به‌دست آورد.
۴. (آماده‌سازی) پیش از روز برگزاری مجمع، پروفایل‌های اشتراک‌کنندگان را با یکدیگر تبادل نمایند. از گروه‌های دهقانان بخواهید نمونه‌هایی از حاصلات خود را به مجمع بیاورند. این نمونه‌ها باید در غرفه‌های آنان به نمایش گذاشته شود.
۵. (آماده‌سازی) در محل برگزاری مجمع (مانند اتاق کنفرانس دولتی)، برای تمام اشتراک‌کنندگان غرفه‌هایی را با تعداد کافی میز و چوکی آماده نمایید. **توصیه!** در هر غرفه باید چوکی‌های کافی برای اشتراک‌کنندگان موجود باشد تا بتوانند بدون مزاحمت بر بحث‌های خود تمرکز کنند.
۶. در جریان مجمع، نمایندگان دهقانان همراه با کارکنان ترویج به غرفه‌های ذینفعان بازار مراجعه می‌کنند تا معلومات تبادل نمایند و گفتگوهای تجارتي انجام دهند.
۷. پس از مجمع، نمایندگان گروه در داخل گروه خود یک مجمع بازخوردی برگزار می‌کنند تا آنچه را که در جریان مجمع آموخته‌اند با سایر اعضا شریک سازند.

من نمی‌دانستم که در این منطقه این قدر تولیدکننده توانمند رومی وجود دارند. من همیشه رومی را از واردکنندگان می‌خریدم. باید خرید رومی تازه به‌صورت محلی از شما را مد نظر بگیرم.



عکس: انیویپا

ما این نوع رومی را در چند سال گذشته تولید کرده‌ایم. آیا علاقه‌مند هستید؟

### کاهش عدم توازن معلومات



ذینفع بازار

#### فروشگاه تخم/بذر

ما تخم‌های با کیفیت بلند عرضه می‌کنیم، اما شمار زیادی از دهقانان محلی به فروشگاه ما مراجعه نمی‌کنند. خوشحال استیم که در این مجمع با مشتریان بالقوه آشنا شدیم.

ما نمی‌دانستیم که در مارکیت محلی، انواع زیادی از تخم‌های تصدیق‌شده در دسترس است.

#### انستیتوت مالی کوچک

ما علاقه‌مند به اعطای قرضه به کاروبارهای زراعتی استیم و خوش‌بختیم که امروز با این گروه‌های منظم دهقانان دیدار کردیم.

ما نمی‌دانستیم که انستیتوت مالی به کاروبارهای زراعتی قرضه می‌دهد. آنها به ما آموختند که چه قسم به طرز گروهی برای دریافت قرضه کوچک تقاضا بدهیم.

#### پرچون فروش

خوشحال استیم که می‌شنویم دهقانان محلی آماده‌اند سیر کشت کنند. ما می‌خواهیم سیر بیشتری برای فروش در فروشگاه خود داشته باشیم.

من متوجه شدم خریداران برای تهیه سیر به‌صورت محلی مصاب مشکل هستند. باید کوشش کنیم مقداری سیر در اینجا کشت کنیم.



دهقان

برخی کشورها مجمع‌های ذینفعان را به شیوه‌ای متفاوت از کنیا تنظیم و برگزار کردند. در زیر، چند نمونه از این موارد ارائه می‌شود.

#### بکس ۶: مجمع خریدار-فروشنده

### مجمع خریدار-فروشنده – صرف با حضور خریداران و فروشندگان دعوت‌شده (نیپال و مالاوی)



عکس: مالاوی

<چرا؟> میان دهقانان و خریداران حاصلات باغی، بی‌اعتمادی و سوءتفاهم عمیق وجود داشت.

<چگونه؟> به‌جای برگزاری مجمع ذینفعان، یا علاوه بر آن، ترتیب‌کنندگان یک مجمع خریدار-فروشنده را تنظیم کردند که در آن تنها دهقانان و خریداران اشتراک داشتند.

<نتایج؟> اشتراک‌کنندگان توانستند گفتگوهای متمرکزتری انجام دهند و دیدگاه‌های یکدیگر را بهتر درک کنند. آنان بر بی‌اعتمادی و سوءتفاهم‌های گذشته غلبه کردند و به جست‌وجوی راه‌حل‌های آینده‌نگر پرداختند که برای هر دو طرف سودمند باشد.

#### بکس ۷: اشتراک شمار زیادی از نمایندگان دهقانان در مجمع

### اشتراک شمار زیادی از نمایندگان دهقانان در مجمع (مالاوی و اتیوپی)



عکس: مالاوی

<چرا؟> دهقانان مورد نظر در مالاوی و اتیوپی اعتماد به نفس کمتری در برقراری ارتباط با ذینفعان بازار داشتند. بر علاوه، آنان احساس می‌کردند که در توضیح آنچه در آموزش‌ها آموخته‌اند به سایر اعضای گروه چندان توانمند نیستند.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان بیش از چهار نماینده از هر گروه را برای شرکت در مجمع ذینفعان دعوت کردند.

<نتایج؟> دهقانان در تعامل با ذینفعان بازار احساس راحتی بیشتری می‌کردند. پس از ختم مجمع، آنان توانستند آنچه را که در جریان مجمع آموخته بودند، در مجمع‌های بازخوردی بعدی به‌تفصیل برای اعضای گروه خود توضیح دهند.

## نمایش ابزار و تجهیزات صرفه‌جویی نیروی کار در مجمع (فلسطین)



عکس: فلسطین

<چرا؟> کار سنگین، خاصاً برای دهقانان زن، یک مشکل جدی در فلسطین بود.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان، شرکت‌هایی را دعوت کردند که انواع ابزار و تجهیزات زراعتی صرفه‌جویی نیروی کار را به فروش می‌رساندند.

<نتایج؟> گروه‌های دهقانان تصمیم گرفتند چنین ابزار و تجهیزاتی را خریداری کنند تا بتوانند زراعت را به‌گونه مؤثرتر انجام دهند. دهقانان زن به‌طور خاص از معرفی ابزار و تجهیزات صرفه‌جویی نیروی کار بهره‌مند شدند.

### چک‌لیست

- نکاتی که ضرور است پس از این فعالیت تأیید شوند

- اعضای گروه توسط نمایندگان دهقانان که در مجمع اشتراک کرده‌اند، از یافته‌ها و نتایج مجمع آگاه شده‌اند.
- دهقانان مورد نظر، فرصت‌های مختلف تجارتي در بخش باغداری را درک می‌کنند.
- دهقانان مورد نظر، شبکه‌های تجارتي خود را با ذینفعان بازار دعوت‌شده به مجمع گسترش داده‌اند.
- دهقانان مورد نظر، تماس و ارتباط خود را با ذینفعان بازار دعوت‌شده به مجمع حفظ می‌کنند.
- نسبت اشتراک مردان و زنان در میان ذینفعان بازار متوازن است.
- نسبت اشتراک مردان و زنان در میان نمایندگان گروه متوازن است.
- نسبت اشتراک مردان و زنان در مجمع بازخوردی داخل گروه دهقانان متوازن می‌باشد.

### عیب‌یابی

- راه‌حل‌ها برای مشکلاتی که معمولاً رخ می‌دهند

پرسش: تمایل به اشتراک – ذینفعان بازار مانند تاجران، پرچون فروشان و دیگران علاقه‌چندانی به اشتراک در مجمع ذینفعان نشان نمی‌دهند. انگیزه آنان برای آمدن به مجمع چیست؟

پاسخ: آنان عمدتاً به این دلیل به مجمع می‌آیند که می‌خواهند شبکه‌های تجارتي خود را گسترش دهند. این افراد بسیار مصروف هستند. اگر احساس کنند که اشتراک در مجمع منفعت قابل‌توجهی برای‌شان ندارد - برای مثال، زمانی که تنها با تعداد محدودی از گروه‌های دهقانان آشنا می‌شوند - علاقه خود را از دست می‌دهند. در چنین مواردی، به‌جای برگزاری مجمع، بهتر است در جریان تمرین سروی بازار، ذینفعان بازار را به‌صورت انفرادی ملاقات کنید.

پرسش: بحث‌ها چندان فعال نیستند - دهقانان قادر نیستند با ذینفعان بازار گفتگوهای فعال داشته باشند. چرا؟

پاسخ: ممکن است دلایل مختلفی وجود داشته باشد. دهقانان ممکن است مضطرب باشند، اعتماد به نفس کافی نداشته باشند، یا به گفتگوهای رسمی با افرادی خارج از جامعه خود عادت نداشته باشند. در چنین مواردی، کارکنان ترویج باید به‌گونه فعال به آنان کمک کنند تا هر دو طرف بتوانند گفتگوهای مؤثر و فعال انجام دهند.

پرسش: **گفتگوها سازنده نیستند** – خریداران و دهقانان شروع به شکایت از یکدیگر می‌کنند و سخنانی مانند «خریداران قیمت منصفانه نمی‌پردازند» یا «دهقانان اغلب حاصلات فاسد را در ته بوجی پنهان می‌کنند» مطرح می‌شود. آنان نمی‌توانند گفتگوهای سازنده‌ای برای حل مشکلات موجود داشته باشند. در چنین وضعیتی چه باید کرد؟

پاسخ: در آغاز مجمع، به ترتیب‌کنندگان توصیه می‌شود که به‌صورت روشن توضیح دهند مجمع محل سرزنش دیگران نیست، بلکه فرصتی برای یافتن راه‌حل‌های مشکلات موجود است. در نیپال، ترتیب‌کنندگان در ابتدای مجمع یک مجمع عمومی بارش فکری برگزار کردند تا مشکلات رایج دادوستد فهرست شود. سپس، در گفتگوهای تجارتي رودرو، از اشتراک‌کنندگان خواسته شد تمرکز خود را بر یافتن راه‌حل‌ها بگذارند تا به ایجاد وضعیت بر-دبرد دست یابند.

### رکن ۳: ترتیب متفاوت، هدف متفاوت

در کنیا، مجمع ذینفعان پس از تطبیق سروی مشارکتی ابتدایی برگزار می‌شود؛ یعنی در مرحله‌ای نسبتاً ابتدایی از ترینینگ کورس SHEP. در مقابل، برخی کشورها مانند اتیوپی، مجمع ذینفعان را پس از آن برگزار می‌کنند که دهقانان حاصلات مورد نظر خود را انتخاب کرده‌اند. چنان‌که در زیر توضیح داده می‌شود، اگر مجمع در زمان یا ترتیب متفاوتی برگزار گردد، هدف آن نیز متفاوت خواهد بود.

#### [مجمع برگزار شده در مرحله ابتدایی]

[هدف] دهقانان ظرفیت‌ها و فرصت‌های تجارت باغداری را کشف می‌کنند و انگیزه آنان برای کشت سبزیجات افزایش می‌یابد.



#### [برگزاری مجمع پس از انتخاب محصول مورد نظر]

[هدف] دهقانان ارتباطات تجارتي را با خریداران و سایر ذینفعان بازار حاصلات مورد نظر مشخصی که قصد تولید آنها را دارند، ایجاد می‌کنند.



یادداشت: بخاطر از آنکه ذینفعان بازار پیش از برگزاری مجمع از حاصلات انتخاب‌شده دهقانان و علاقه‌مندی گروه‌های دهقانان آگاه می‌شوند، تمایل بیشتری پیدا می‌کنند تا در مجمع اشتراک نموده و با دهقانان بحیث شریکان بالقوه تجارتي دیدار کنند.

## ۲.۳. سروی بازار

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
ما اینجا هستیم - انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)	

### چرا؟ - اهداف

در رویکرد SHEP، سروی‌های بازار نه توسط کارکنان دولتی یا متخصصان بیرونی، بلکه توسط خود دهقانان انجام می‌شود. هدف اصلی سروی بازار که به ابتکار دهقانان انجام می‌گیرد این است که دهقانان تجربه عملی به‌دست آورند و درک کنند بازار چگونه کار می‌کند و بازار از تولیدکنندگان چه می‌خواهد. هم‌زمان، از طریق انجام سروی‌های بازار، دهقانان می‌توانند با عوامل مختلف بازار مانند عمده‌فروشان، پرچون فروشان، دلالان و دیگران رابطه و شناخت ایجاد کنند و شبکه‌های ارتباطی خود را گسترش دهند؛ شبکه‌هایی که می‌تواند به ایجاد یک وضعیت برد-برد با ذینفعان بازار کمک کند.

### چه چیز؟ - کلیات

نمایندگان دهقانان که توسط گروه‌های دهقانان انتخاب شده‌اند، در یک آموزش اشتراک می‌کنند تا چگونگی تطبیق سروی بازار را بیاموزند. این آموزش شامل موارد زیر است: (۱) توضیح در مورد چگونگی تطبیق سروی بازار و (۲) تمرین عملی سروی بازار که در بازارهای محلی تنظیم و اجرا می‌شود. پس از پایان آموزش، نمایندگان دهقانان نتایج سروی بازار و همچنان روش تطبیق سروی بازار را به سایر اعضای گروه آموزش می‌دهند، تا گروه بتواند حتی پس از پایان مشارکت خود در SHEP نیز به‌گونه مستقل سروی‌های بازار را ادامه دهد. نکته مهم این است که ترتیب‌کنندگان SHEP تنها فرصت انجام یک «تمرین» سروی بازار را برای دهقانان فراهم می‌کنند. پس از این تمرین، توقع می‌رود دهقانان سروی‌های «واقعی» بازار را به‌صورت مکرر و شخصاً، بدون کمک دولت، انجام دهند.

## بلند بردن انگیزه

حمایت از توان  
تصمیم‌گیری مستقل  
(Autonomy)

ما با اجرای عملی سروی بازار توسط خود ما، اهمیت آن را درک کردیم. بنابراین، این کار را بدون اتکا به کارکنان دولتی ادامه خواهیم داد.

حمایت از احساس  
پیوند و تعلق  
(Relatedness)

ما با خریداران و شرکت‌های عرضه‌کننده مواد زراعتی تماس برقرار نموده و معلومات را تبادل کردیم. هر زمان می‌توانیم با آنها تماس بگیریم و پرسش‌های خود را مطرح کنیم.

حمایت از شایستگی  
و توانمندی  
(Competence)

اکنون می‌دانیم که چه پرسش‌هایی را باید از خریداران بپرسیم، بخاطریکه فورم سروی در اختیار ما قرار داده شده که پیروی از آن آسان است.



- سروی‌های بازار باید توسط دهقانان انجام شود، نه توسط کارکنان دولتی و دهقانان باید هنگام انجام سروی، فورم پرسش نامه را با خود داشته باشند.
- هدف سروی‌های بازار تنها جمع‌آوری معلومات در مورد قیمت‌ها نیست، بلکه شامل معلوماتی در مورد کیفیت و مقدار مورد نیاز حاصلات، نوسانات فصلی قیمت‌ها، حجم دادوستد، شیوه‌های پرداخت و سایر موارد مرتبط نیز می‌باشد.
- در جریان انجام سروی‌های بازار، دهقانان تشویق می‌شوند تا با عوامل بازار که در بازار با آنان روبه‌رو می‌شوند، روابط و پیوندهای تجارتي برقرار کنند.
- دهقانان باید درک کنند که سروی‌های بازار لازم است به‌گونه منظم و دوامدار شخصاً و بدون کمک دولت انجام شود.

## مرحله

## طرز العمل‌های تطبیق (زمان مورد نیاز: ۳-۴ ساعت)

۱. (آماده‌سازی) از گروه دهقانان بخواهید نمایندگان خود را برای اشتراک در آموزش سروی بازار انتخاب کنند (یک مصاحبه‌کننده، یک یادداشت‌بردار و یک مسئول ثبت وقت؛ در مجموع سه دهقان). **توصیه!** لازم است هم مردان و هم زنان بحیث نماینده انتخاب شوند. برای سهولت آموزش، می‌توان دهقانان باسواد را انتخاب کرد؛ با آنهم، تجربه‌های گذشته نشان می‌دهد که با کمک کافی از سوی هم‌گروهی‌های باسواد، دهقانان بی‌سواد نیز می‌توانند بحیث نماینده گروه ایفای نقش کنند.

۲. (آماده‌سازی) اجازه انجام تمرین سروی بازار را از مدیر/مدیران بازاری که دهقانان قصد بازدید از آن را دارند، به‌دست آورید. اگر ترتیب‌کنندگان SHEP و کارکنان ترویج با شیوه‌های دادوستد حاصلات در بازار آشنایی کافی ندارند، پیش از بردن دهقانان به بازار، یک سروی مقدماتی بازار توسط ترتیب‌کنندگان انجام دهید. روزهای مناسب هفته یا زمان مناسب روز را بررسی و انتخاب کنید تا دهقانان بتوانند معلومات مورد نیاز را به‌گونه مؤثر گردآوری کنند.

۳. نخست یک آموزش برای تشریح چگونگی تطبیق سروی بازار برگزار کنید؛ سپس یک تمرین عملی سروی بازار را در یکی از بازارهای نزدیک تنظیم و اجرا نمایید.

۴. معلوماتی را که دهقانان در بازار جمع‌آوری کرده‌اند، مرور و جمع‌بندی کنید. از آنان بخواهید این معلومات را در یک بازه زمانی مشخص (برای مثال، در ظرف یک هفته پس از سروی بازار) با سایر اعضای گروه شریک سازند تا اطمینان حاصل شود که همه اعضای گروه به معلومات به‌دست‌آمده توسط نمایندگان دسترسی دارند.

**توصیه!** حتماً برای شریک‌سازی معلومات با سایر دهقانان، یک چوکات زمانی روشن تعیین کنید. کارکنان ترویج باید به نمایندگان کمک کنند تا میتنگ شریک‌سازی معلومات را تنظیم و برگزار نمایند.



عکس: کنیا

ما این نوع کلم را در چند سال گذشته تولید کرده‌ایم. آیا علاقه‌مند هستید؟

من نمی‌دانستم که در این منطقه این قدر تولیدکننده توانمند کلم وجود دارد. من همیشه کلم را از واردکنندگان می‌خریدم. باید خرید کلم تازه را به صورت محلی از شما مد نظر بگیرم.



عکس: کنیا

### کاهش عدم توازن معلومات

ما نمی‌دانستیم که دهقانان محلی سبزیجات با کیفیت بلند تولید می‌کنند. می‌توانیم به جای اتکا به واردکنندگان، خرید را از تولیدکنندگان محلی آغاز کنیم.

ما نمی‌دانستیم که این همه سبزیجات از کشورهای همسایه وارد می‌شود. می‌توانیم در آینده کوشش کنیم این حاصلات را به صورت محلی تأمین نماییم.

ما نتوانستیم به دهقانان محلی قیمت بلند پیشنهاد کنیم، چون حاصلاتشان همیشه زود خراب می‌شود. اگر بتوانند محصول بهتری به ما بفروشند، با خوشحالی قیمت خرید خود را افزایش می‌دهیم.

ما پیش از این به عمر نگهداری محصول (Shelf Life) توجه نمی‌کردیم. باید در این مورد دقت بیشتری به خرج دهیم تا خریداران راضی باشند.

ما احساس کردیم که دهقانان ما را فریب داده‌اند، بخاطریکه آنها اغلب فلفل‌های گندیده را در پایین بوجی می‌گذارند. آرزو داریم بتوانیم به تأمین‌کنندگان خود اعتماد کنیم.

در بازار، مرچ یا فلفل‌های گندیده را در پایین بوجی دیدیم. خریداران بسیار ناراضی بودند. دفعه بعد که فلفل‌ها را بسته‌بندی می‌کنیم، باید دقت بیشتری داشته باشیم.



نیفیع مارکیت



دهقان

### فارمت - پرسش‌نامه سروی بازار

در اینجا یک نمونه از پرسش‌نامه سروی بازار ارائه شده است. علاوه بر تکمیل ستون‌های نشان‌داده‌شده در زیر، دهقانان تشویق می‌شوند هرگونه معلومات مرتبط دیگری را که برای‌شان مهم است، جمع‌آوری نمایند. در چنین حالتی، به آنها هدایت داده شود تا معلومات به‌دست‌آمده را در چوکات‌های خالی موجود در فورم پرسش نامه یادداشت کنند.

نام و معلومات تمایز فروشنده محصول	(نوع) محصول و رقم	شرایط و معیارهای بازار برای کیفیت محصول	اوج تقاضا (ماده‌ها)	مقدار (کیلوگرام) و تناوب عرضه (یومیه/هفته‌وار و امثال آن)	محل تولید	قیمت خرید به واحد (دالز / کیلوگرام)	طرز پرداخت	شرایط پرداخت	چلنج‌های بازاریابی (مارکیتینگ)	تمایل فروشنده به خرید محصول از گروه*

در زیر، نمونه‌هایی از بومی‌سازی‌های نوآورانه‌ای ارائه شده که در کشورهای و مناطق گوناگون انجام شده است؛ کشورها و مناطقی که شرایط اجتماعی-اقتصادی آنان با کنیا متفاوت می‌باشد. به‌دلیل انجام این تغییرات و تطبیق‌ها، نتایج به‌دست‌آمده فراتر از خروجی‌های مورد انتظار بوده است.

بکس ۹: بازدید از شرکت‌ها و نهادهای مختلف در جریان سروی بازار

### بازدید از شرکت‌ها و نهادهای مختلف در جریان سروی بازار (لسوتو، تانزانیا و زیمبابوی)

<چرا؟> تیم تطبیق SHEP با محدودیت‌های قابل‌ملاحظه در منابع مالی و انسانی روبه‌رو بود. به‌دلیل محدودیت منابع، تنظیم مجمع‌های ذینفعان دشوار بود.

<چگونه؟> در جریان اجرای سروی بازار، ترتیب‌کنندگان بازدید از شرکت‌ها و نهادهای مختلف را تنظیم کردند؛ مانند شرکت‌های عرضه‌کننده مواد زراعتی، شرکت‌های صادراتی، شفاخانه‌ها، مکاتب، مهمان‌خانه‌ها (لج‌ها)، سوپرمارکت‌ها و امثال آن. این نهادها لزوماً در خود بازار قرار نداشتند، اما در همان شهر یا شهرهای نزدیک موقعیت داشتند. دهقانان افزون بر خریداران موجود در بازار، از ذینفعان کلیدی بازار نیز بازدید کرده و با آنها دیدار نمودند.

<نتایج؟> تأثیری که یک مجمع ذینفعان می‌توانست ایجاد کند، از طریق این روش به‌دست آمد؛ بدون آن‌که برای تنظیم یک فورم رسمی به منابع مالی و انسانی اضافی نیاز باشد.

بکس ۱۰: اجرای آزمایشی سروی بازار توسط دهقانان پیش از تطبیق سروی اصلی

### اجرای آزمایشی سروی بازار توسط دهقانان پیش از تطبیق سروی اصلی (السالوادور)



عکس: السالوادور

<چرا؟> در ساحة هدف، بیشتر دهقانان حاصلات خود را تنها به دلالاتی می‌فروختند که به باغ‌های سبزیجات آنان مراجعه می‌کردند. آنان پیش از این هیچ‌گونه تعامل مستقیمی با افراد حاضر در بازار نداشتند و از پرسیدن پرسش‌ها در بازار احساس نگرانی و اضطراب می‌کردند.

<چگونه؟> پس از آموزش چگونگی تطبیق سروی بازار، ترتیب‌کنندگان از نمایندگان دهقانان خواستند تا از طریق بازی نقش (Role Play) تمرین پرسش و پاسخ انجام دهند. برخی نقش دهقان و برخی دیگر نقش خریداران بازار را ایفا کردند.

<نتایج؟> دهقانان در جریان تمرین سروی بازار احساس راحتی و اعتماد به نفس بیشتری پیدا کردند. آنان توانستند با مهارت و اطمینان، معلومات مورد نظر خود را از خریداران به‌دست آورند.

## تطبیق سروی مقدماتی بازار توسط ترتیب‌کنندگان (السالوادور، افریقای جنوبی)



نقشه‌ای از بازار و توضیحات مربوط به خریداران بالقوه که توسط ترتیب‌کنندگان SHEP در السالوادور ترسیم و نوشته شده است.

**<چرا؟>** ترتیب‌کنندگان با وضعیت و شرایط بازارهای محلی آشنایی کافی نداشتند.

**<چگونه؟>** ترتیب‌کنندگان پیشاپیش از بازارها بازدید کردند و خریداران بالقوه را شناسایی نمودند؛ یعنی افرادی که آمادگی داشتند سبزیجات را از گروه‌های دهقانان کم زمین خریداری کنند. همچنان، آنان نقشه‌های ساده‌ای از بازارها ترسیم کردند تا دهقانان بتوانند با نگاه‌کردن به این نقشه‌ها، خریداران بالقوه را به‌سادگی پیدا کنند.

**<نتایج؟>** دهقانان توانستند در جریان تمرین سروی بازار و در یک بازه زمانی محدود، خریدارانی را که مایل به دادوستد با آنان بودند، شناسایی کرده و به‌سادگی پیدا کنند.

## انتخاب بیش از شش محصول برای بررسی توسط دهقانان (السالوادور و افریقای جنوبی)



Photo: Kenya

**<چرا؟>** ساحة هدف با سطح بلند خطرات مرتبط با اقلیم و آفات/امراض در تولید حاصلات زراعتی روبه‌رو بود. تنوع‌بخشی حاصلات یکی از اولویتهای اساسی دهقانان در این منطقه به‌شمار می‌رفت. بخاطر از این، دهقانان مورد نظر علاقه‌مند بودند امکان‌پذیری مالی و تخنیک‌ی انواع مختلف حاصلات را برای کشت، به‌منظور مدیریت خطر، بررسی نمایند.

**<چگونه؟>** در حالی‌که در آغاز به دهقانان هدایت داده شده بود تا برای سروی بازار پنجمحصول مورد نظر را انتخاب کنند، پس از آن‌که ترتیب‌کنندگان به ضرورت تنوع‌بخشی حاصلات پی بردند، به دهقانان توصیه شد در جریان سروی بازار بیش از شش محصول را نیز مورد بررسی قرار دهند.

**<نتایج؟>** دهقانان پس از سروی بازار توانستند حاصلات بالقوه‌ای را برای کشت شناسایی کنند که لزوماً برای‌شان آشنا نبودند. ترتیب‌کنندگان با ارائه آموزش‌های مربوط به تخنیک‌های تولید ویژه حاصلات جدیدی که دهقانان بحیث حاصلات مورد نظر خود انتخاب کرده بودند، از آنان حمایت کردند. بدین‌ترتیب، دهقانان قادر شدند به تنوع‌بخشی حاصلات بپردازند.

## انتخاب دهقانان بی‌سواد بحیث نمایندگان برای سروی بازار (اتیوپیا و افریقای جنوبی)



عکس: اتیوپیا

**<چرا؟>** در ساحة هدف، بیشتر دهقانان بی‌سواد بودند و اعضای باانگیزه‌ای که توانایی رهبری گروه را داشتند، لزوماً باسواد نبودند.

**<چگونه؟>** گروه دهقانان، هم دهقانان باسواد و هم دهقانان بی‌سواد را بحیث نمایندگان گروه برای انجام تمرین سروی بازار انتخاب کرد.

**<نتایج؟>** دهقانان باسواد و بی‌سواد توانمندی‌های متفاوتی را به نمایش گذاشتند. به طور مثال، دهقانان باسواد در برقراری ارتباط با افرادی که پیش از آن نمی‌شناختند، اعتماد به نفس بیشتری داشتند و یادداشت‌برداری را نیز بدون دشواری انجام می‌دادند. در مقابل، دهقانان بی‌سواد معمولاً از حافظه قوی‌تری برخوردار بودند و با دقت بیشتری مشاهده می‌کردند. این دو گروه توانمندی‌های یکدیگر را تکمیل نمودند و بحیث تیم‌هایی مؤثر در تطبیق سروی بازار عمل کردند. بر علاوه، انتخاب دهقانان بی‌سواد بحیث نمایندگان گروه، نه تنها افراد انتخاب‌شده، بلکه سایر اعضای بی‌سواد گروه را نیز از نگاه روانی توانمند ساخت.

## انجام سروی‌های بازار هم در بازارهای رسمی و هم در بازارهای غیررسمی (افریقای جنوبی و زیمبابوی)



عکس: السالوادور

**<چرا؟>** در ساحة هدف، دو نوع بازار متمایز وجود داشت: بازارهای رسمی مانند سوپرمارکیت‌ها و بازارهای غیررسمی مانند بازارهای محلی روباز. عوامل بازار و نیازمندی‌های این دو نوع بازار، تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای با یکدیگر داشتند.

**<چگونه؟>** ترتیب‌کنندگان دو مجمع تمرین سروی بازار را تنظیم کردند؛ یکی برای بازار رسمی و دیگری برای بازار غیررسمی. آنان نخست سروی بازار را در بازار غیررسمی - که دهقانان با آن آشنایی بیشتری داشتند - برگزار نمودند و سپس سروی بازار را در بازار رسمی انجام دادند.

**<نتایج؟>** دهقانان توانستند درک کنند که بازارهای مختلف، ترجیحات متفاوتی از نظر نوع محصول، کیفیت و مقدار دارند. دهقانانی که با بازارهای رسمی آشنایی نداشتند، با مقایسه دقیق فرصت‌ها در هر دو نوع بازار رسمی و غیررسمی، بررسی امکان ورود به بازارهای رسمی مانند سوپرمارکیت‌ها را آغاز کردند.

- اعضای گروه، از طریق نمایندگان دهقانان که در تمرین سروی بازار اشتراک کرده‌اند، از یافته‌ها و نتایج سروی بازار آگاه شده‌اند.
- دهقانان مورد نظر درک می‌کنند چنان سروی بازار که این بار انجام شده است یک «تمرین» بوده و سروی‌های «واقعی» بازار باید به‌گونه‌ای منظم و مشخصاً، بدون کمک دولت، انجام شود.
- دهقانان مورد نظر تماس و ارتباط خود را با ذینفعان بازاری که در جریان سروی بازار با آنان دیدار کرده‌اند، حفظ می‌کنند.
- نسبت اشتراک مردان و زنان در میان نمایندگان گروه متوازن است.
- نسبت اشتراک مردان و زنان در مجمع بازخوردی که در داخل گروه دهقانان برگزار شده است، متوازن می‌باشد.



عکس: تاکشی کونو/JICA، کنیا

**پرسش:** بازار محلی بسیار کوچک است - بازار محلی نزدیک به دهقانان مورد نظر بسیار کوچک است و تنها کچالو و پیاز در آن فروخته می‌شود. دهقانان پس از تطبیق سروی بازار در آنجا ناامید شدند؛ بخاطریکه احساس کردند چیز تازه‌ای نیاموخته‌اند. چگونه می‌توان این وضعیت را حل کرد؟

**پاسخ:** حتی یک بازار محلی کوچک نیز می‌تواند معلومات ارزشمند و مفیدی برای دهقانان فراهم کند. برای مثال، اگر مصاحبه‌ها به‌گونه‌ای مناسب انجام شود، ذینفعان بازار ممکن است معلوماتی مانند تغییرات تقاضای فصلی، نوسانات سالوار قیمت‌ها، تفاوت منبع حاصلات در

فصل‌های مختلف، شکل، نوع (وارپته) و اندازه ترجیحی حاصلات و موارد مشابه را در اختیار دهقانان قرار دهند. همچنان، دهقانان می‌توانند با انجام منظم سروی‌های بازار، روابط خود را با عوامل بازار محلی تقویت کنند. از همین‌رو، معمولاً بازدید از نزدیک‌ترین بازار محلی، نقطه‌ی آغاز مناسبی برای تمرین سروی بازار به‌شمار می‌رود. با آنهم، اگر شما و دهقانان احساس می‌کنید که بازدید از بازارهای دیگر - برای مثال، بازارهای نزدیک به شهرهای بزرگ - مفیدتر خواهد بود، می‌توانید چنین کاری انجام دهید. پس از تطبیق سروی بازار در این‌گونه بازارها، اگر دهقانان متقاعد شوند که این کار ارزش وقت و هزینه‌ی ترانسپورت را دارد، به احتمال زیاد باز هم به این بازارها مراجعه خواهند کرد. نکته‌ی مهم دیگر این است که «بازار» لزوماً به معنای یک بازار فیزیکی مشخص نیست. بازار می‌تواند شامل دست‌فروشان کنار سرک یا نهادهایی مانند مکاتب محلی، شفاخانه‌ها، زندانها و موارد مشابه نیز باشد. اگر دهقانان احساس می‌کنند که بازارهای نزدیک معلومات مفیدی در اختیارشان قرار نمی‌دهد، کوشش کنید با چنین خریداران بالقوه‌ای در محل زندگی آنان تماس برقرار نمایید.

**پرسش:** تفاوت سطح انگیزه در داخل گروه دهقانان - در حالی که نمایندگان گروه پس از تکمیل موفقانه‌ی تمرین سروی بازار، آگاهی بسیار خوبی از تقاضاها و نیازمندی‌های بازار پیدا کرده‌اند، به نظر می‌رسد سایر اعضای گروه انگیزه‌ی کافی ندارند. دلیل این وضعیت چیست؟

**پاسخ:** آیا اطمینان حاصل کرده‌اید که نمایندگان گروه معلوماتی را که در جریان سروی بازار به‌دست آورده‌اند، با سایر اعضای گروه شریک ساخته‌اند؟ شریک‌سازی معلومات با سایر اعضای گروه باید برای نمایندگان الزامی باشد تا معلومات مفید در «انحصار» آنان باقی نماند. لطفاً در نظر بگیرید که یک قاعده‌ی مشخص تعیین شود؛ برای مثال، نمایندگان مکلف باشند حداکثر در ظرف یک هفته پس از تطبیق سروی بازار، یک مجمع گروهی برگزار کنند و یافته‌های سروی بازار را با سایر اعضای گروه شریک سازند.

پرسش: تفاوت سطوح انگیزه در داخل گروه دهقانان - در حالی که نمایندگان گروه پس از تکمیل موفقانه سروی بازار، از تقاضاها و نیازمندی‌های بازار به خوبی آگاه شده‌اند، به نظر می‌رسد سایر اعضای گروه انگیزه ندارند. چرا؟

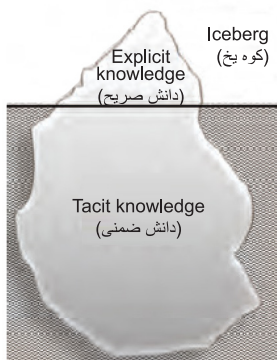
پاسخ: آیا اطمینان حاصل کرده‌اید که نمایندگان گروه معلوماتی را که در جریان سروی بازار به دست آورده‌اند، با سایر اعضای گروه شریک ساخته‌اند؟ لازم است شریک‌سازی معلومات توسط نمایندگان با دیگر اعضای گروه الزامی باشد تا معلومات مفید «انحصاری» نگردد. لطفاً در نظر بگیرید که یک قاعده تعیین شود؛ برای مثال، نمایندگان مکلف باشند حداکثر تا یک هفته پس از سروی بازار، یک مجمع گروهی برگزار کنند و یافته‌های خود از سروی بازار را با سایر اعضای گروه شریک سازند.



سروی بازار در رویکرد SHEP سه «اصل» بسیار مهم را نشان می‌دهد که بر حمایت از نیازهای روانی دهقانان، خاصاً توان تصمیم‌گیری مستقل و شایستگی آنان، تأکید دارد. این سه اصل عبارت‌اند از جمع‌آوری معلوماتی که (۱) با شرایط و وضعیت دهقانان سازگار باشد، (۲) از دیدگاه خود دهقانان جمع‌آوری شود، (۳) توسط خود دهقانان انجام گردد، تا دهقانان بتوانند امکانات و گزینه‌های تجاری را کشف کنند. برخلاف برداشت رایج از سروی‌های بازار، سروی بازار در رویکرد SHEP تنها به‌دست‌آوردن قیمت‌های بازار محدود نمی‌شود؛ بلکه هدف آن شناسایی ظرفیت‌ها و گزینه‌های تجاری است.

این سه اصل سروی بازار در رویکرد SHEP در دیگرام زیر نشان داده شده است؛ جایی که برای هر اصل، نمونه‌های رعایت‌شده و رعایت‌نشده با یکدیگر مقایسه و توضیح داده می‌شوند.

اصل ۳ «معلومات متناسب با وضعیت دهقانان»	اصل ۲ «از دیدگاه خود دهقانان»	اصل ۱ «توسط خود دهقانان»
<p>آیا این نوع سبزی می‌تواند قیمت بالاتری بگیرد؟</p> <p>آیا این اندازه سبزی می‌تواند قیمت بالاتری بگیرد؟</p> <p>بدون آبیاری قابل کشت است؟</p> <p>جست‌وجوی معلوماتی که با توانایی‌ها، تکنولوژی و منابع دهقانان متناسب باشد.</p> <p><del>عرضه بزرگ سبزیجات گلخانه‌ای برای صادرات عالی خواهد بود.</del></p> <p>جست‌وجوی معلوماتی که بیشترین مفاد را دارد.</p>	<p>آیا می‌توانید ترنیات ترانسپورتی را نیز فراهم کنید؟</p> <p>آیا حاصلات ما را در مقدار کم خریداری می‌کنید؟</p> <p>جمع‌آوری معلوماتی که دهقانان نیاز دارند بدانند.</p> <p><del>آیا این سبزیجات به فرانسه یا هالند صادر می‌شوند؟</del></p> <p>جمع‌آوری معلوماتی که دهقانان به آن نیاز ندارند.</p>	<p>آیا علاقه دارید جالبی می‌داند. بیایید دوباره او را ببینیم.</p> <p>آیا علاقه دارید دفعه بعد برای دیدن فارم‌های ما بیایید؟</p> <p>دهقانان به‌طور مستقیم با عوامل بازار ارتباط برقرار می‌کنند.</p> <p><del>صرف مأموران با تاجران صحبت می‌کنند. ما دهقانان نمی‌توانیم به‌طور مستقیم با آنها صحبت کنیم...</del></p> <p>آمرین پیش‌قدم می‌شوند</p>



در میان این سه اصل، شاید حیاتی‌ترین همه، اصل «تطبیق سروی توسط خود دهقانان» باشد. توان تصمیم‌گیری مستقل دهقانان و احساس مالکیت آنان نسبت به سروی بازار، برای موفقیت فعالیت‌های SHEP از اهمیت بسیار بالا برخوردار است.

سروی بازار در رویکرد SHEP - که کوشش می‌کند نه تنها قیمت‌های بازار، بلکه معلومات چندبُعدی بازار را گردآوری کند - در واقع برای کشف «دانش ضمنی» موجود در بازار دیزاین شده است. برای دسترسی به این دانش ضمنی، احساس آن و درک عمیق آن، لازم است تجربه‌ها شریک ساخته شود و گفتگو با کسانی صورت گیرد که حامل این دانش ضمنی هستند.

از این منظر، بسیار مهم است که دهقانان شخصاً به بازار بروند و از طریق مشاهده مستقیم و گفتگوهای رودررو با عوامل بازار - مانند خریداران، دلالان، مشتریان و دیگران - معلومات به‌دست آورند. به همین دلیل است که تطبیق سروی بازار توسط خود دهقانان امری حیاتی به‌شمار می‌رود.

سروی بازار در رویکرد SHEP با هدف کشف دانش ضمنی بازار انجام می‌شود؛ دانشی که برای دهقانان مورد نظر مرتبط و سودمند است. به بیان دیگر، سروی بازار در SHEP تلاشی است برای تطبیق و شریک‌سازی دانش ضمنی دهقان.

در زیر، شماری از دیدگاه‌ها و تجارب دهقانانی ارائه می‌شود که با پیروی از این سه اصل، سروی‌های بازار را با موفقیت انجام داده‌اند:



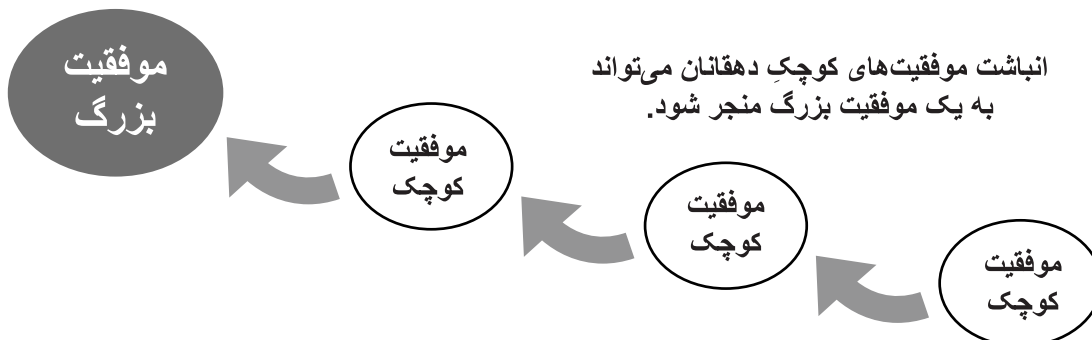
عکس: کنیا

- ما دریافتیم که رفع حاصل زردک را باید زودتر از زمانی که معمولاً انجام می‌دادیم پیش ببریم. زردک‌های کوچکتر مزهٔ بهتری دارند و نسبت به زردک‌های بزرگتر به قیمت بالاتری فروخته می‌شوند.
- ما فهمیدیم که بهتر است زردک را بسیار زود، در اوایل صبح و زمانی که هنوز هوا تاریک است، رفع حاصل کنیم. زردک‌هایی که به این شیوه رفع حاصل می‌شوند، مدت طولانی‌تری تازه می‌مانند. خریداران حاضرند چنین زردک‌هایی را خریداری کرده و قیمت بهتری نیز بپردازند.
- ما به این نتیجه رسیدیم که عرضهٔ پیوستهٔ حاصلات به بازار در طول فصل، خطر کمتری دارد نسبت به اینکه حاصلات را یکباره و در مقدار زیاد به بازار عرضه کنیم.
- ما قانع شدیم که استفاده از تخم‌های تصدیق‌شده و تخم‌های هایبرید می‌تواند سبزیجات با کیفیت بهتر تولید کند، که این به معنای فروش آنها به قیمت بالاتر است.
- ما درک کردیم که زمان کشت بسیار مهم است. باید تخم‌ها را در زمان مناسب بکاریم، یا از تخم‌های زودرس استفاده کنیم تا بتوانیم در ماه‌هایی که تقاضا در اوج است، رفع حاصل انجام دهیم.
- ما دریافتیم که در بازار عمده‌فروشی، نوعی از کلم که ماندگاری طولانی‌تری دارد ترجیح داده می‌شود؛ در حالی که در بازار پرچون فروشی، نوعی از کلم که شیرین و آبدار بوده و برای سالاد مناسب است – با آنکه ماندگاری کوتاه‌تری دارد – بیشتر مورد پسند قرار می‌گیرد.



عکس: کنیا

- در جریان سروی بازار، با یک دلال آشنا شدیم و معلوماتی در مورد اندازه‌های ترجیحی کچالو به‌دست آوردیم. پس از آن، این دلال به‌گونهٔ منظم به فارم‌های ما آمد و کچالوهای ما را به قیمت خوب خریداری کرد.
- در جریان سروی بازار دریافتیم که در میان حاصلات مختلف موز، بیسکویت موز در این محل بیشترین محبوبیت را دارد. پس از آن، ما تولید بسته‌های کوچک بیسکویت موز را آغاز کردیم؛ محصولی که پیش از آن در بازار موجود نبود. این بسته به پر فروش‌ترین محصول در فروشگاه گروه ما تبدیل شد و بسیاری از کودکان محل به آن علاقه‌مند شدند.
- یکی از پرچون فروشان به ما گفت که علاقه‌ای به خرید حاصلات از دهقانان کم زمین ندارد، مگر اینکه کیفیت و یکنواختی حاصلات تضمین شده باشد. این موضوع باعث شد ما به بهبود کیفیت و بسته‌بندی حاصلات خود توجه بیشتری کنیم.
- او از دهقانان خرید نمی‌کرد، بخاطریکه زمانی که برای خرید حاصلات به زمین‌های زراعتی آنها می‌رفت، کسی به او در بارگیری حاصلات کمک نمی‌کرد. در مقابل، تولیدکنندگان متوسط تا بزرگ همواره کسی را در فارم دارند که در بارگیری کمک کند. پس از شنیدن این موضوع، ما اطمینان حاصل کردیم که چند تن از اعضای گروه در جریان بارگیری به فروشنده کمک نمایند. اکنون فروشنده حاصلات را از ما خریداری می‌کند.
- برای برخی افراد، معلوماتی که دهقانان در جریان سروی بازار – چنان‌که در بالا نشان داده شد – به‌دست آورده‌اند، ممکن است چندان مهم به نظر نرسد. اما اگر با دقت به ماهیت این معلومات نگاه کنیم، روشن می‌شود که معلومات به‌دست‌آمده می‌تواند توسط دهقانان (۱) فوراً و (۲) با حداقل منابع اضافی مورد استفاده قرار گیرد. از همین رو، این‌گونه معلومات به‌سادگی می‌تواند به دستاوردهای کوچک برای دهقانان منجر شود. دستاوردهای کوچک و تدریجی نقش مهمی در رسیدن به اهداف بزرگتر در گذر زمان دارند.



## پرسش‌نامه سروری بازار

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

نام ولسوالی: \_\_\_\_\_

نام ناحیه/علاقه‌داری: \_\_\_\_\_

نام گروه دهفتان: \_\_\_\_\_

سروری بازار توسط چه کسانی انجام شده است (نام نمایندگان دهفتان): \_\_\_\_\_

تمایل فروشنده به خرید محصول از گروه	چانه‌های بازاریابی (مارکتینگ)	شرایط پرداخت	طریقه پرداخت	قیمت واحد فی کیلوگرام	مقدار و تناوب عرضه (بومیه/هفت‌توار و امثال آن)	اوج تقاضا (ماه‌ها)	کیفیت محصول و معیارهای بازار	محصول و رقم (نوع)	نام و معلومات تماس فروشنده محصول

## پرسش‌نامه سروی بازار

مثال

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

نام ولسوالی: \_\_\_\_\_

نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_

سروی بازار توسط چه کسانی انجام شده است (نام نمایندگان دهقانان): \_\_\_\_\_

نام و مشخصات تماس فرشته محصول	محصول و رقم (نوع)	کیفیت محصول و معیارهای بازار	اوج تقاضا (ماهها)	مقدار و تناوب عرضه (یومیه/ هفتهوار و امثال آن)	قیمت واحد فی کیلوگرام	طریقه پرداخت	شرایط پرداخت	چنانچه بازار یابی (مارکتینگ)	تمایل فرشته به خرید محصول از گروه
محترم (XXXXXX-۰۷۲۰) S. K. Mwai	محصول: رومی (هر نوع)	- اندازه متوسط، نیمبرس	مارچ، اپریل و می	۱,۰۰۰ کیلوگرام در هفته	۱ دالر	نقدی	پرداخت نقدی هنگام تحویل	کمبود تسهیلات ذخیر مسازی	مایل به خرید
محترم (XXXXXX-۰۷۲۰) J. O. Ouma	محصول: رومی (Cal J)	اندازه بزرگ، نیمبرس	فیوروری و مارچ	۲,۵۰۰ کیلوگرام در هفته	۱,۲۰ دالر	چک	پرداخت دو هفته پس از تحویل	کمبود تسهیلات ذخیر مسازی	مایل به خرید
محترم (XXXXXX-۰۷۲۰) O. J. Aduu	محصول: رومی (Cal J)	اندازه متوسط، نیمبرس	دسمبر و جنوری	۲,۵۰۰ کیلوگرام در هفته	۱,۱۵ دالر	نقدی	پرداخت یک هفته پس از تحویل	هیچگونه چنانچ بازار یابی ندارد	مایل به خرید نیست

### ۳. مرحله ۳ – دهقانان تصمیم می‌گیرند

پس از آن‌که دهقانان در مرحله ۲ به فرصت‌های تجارتي پی می‌برند، وارد مرحله ۳ می‌شوند؛ مرحله‌ای که در آن تصمیم‌های مهمی در مورد کاروبار باغداری خود اتخاذ می‌گردد. این تصمیم‌ها شامل طرح‌ریزی در مورد اینکه کدام حاصلات را، در چه زمانی، به چه مقدار و با چه کیفیتی کشت نمایند و موارد مشابه دیگر می‌باشد. این تصمیم‌ها بر اساس توافق گروهی اتخاذ می‌گردد و همچنان اقدامات جمعی مختلف به‌منظور تسهیل تولید و بازاریابی مؤثر، در میان اعضای گروه دهقانان مورد بحث قرار گرفته و بر سر آنها توافق حاصل می‌شود. نقش ترتیب‌کنندگان SHEP این نیست که به‌جای دهقانان تصمیم بگیرند، بلکه ارائه رهنمودهای مناسب و دانش تخصصی زراعتی برای کمک به دهقانان در اتخاذ تصمیم‌های درست می‌باشد.

#### ۳.۱. انتخاب محصول مورد نظر

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
ما اینجا هستیم → - انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعتی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)	

#### چرا؟ - اهداف

انتخاب محصول مورد نظر به این منظور انجام می‌شود که گروه‌های دهقانان بتوانند به‌گونه جمعی، انواع مشخص حاصلاتی را که در بازار تقاضا دارند شناسایی کنند. دهقانان توافق می‌کنند که حاصلات شناسایی شده را به‌صورت گروهی تولید و بازاریابی نمایند.

#### چه چیز؟ - کلیات

گروه‌های دهقانان بر اساس یافته‌های خود در جریان سروی بازار، حاصلات باغی هدف را انتخاب می‌کنند. اعضای گروه در مورد حاصلات مورد ترجیح خود بحث می‌نمایند و بر سر حاصلاتی که به‌صورت گروهی کشت خواهند کرد، به توافق جمعی می‌رسند. کارکنان ترویج زراعت، بحیث متخصصان تولید حاصلات زراعتی، در جریان روند انتخاب محصول به گروه مشوره و رهنمود می‌دهند.

## بلند بردن انگیزه (Raising Motivation)

حمایت از توان  
تصمیم‌گیری مستقل  
(Support for)  
(Autonomy)

ما در جریان سروی‌های بازار معلومات مفیدی بدست آوردیم. اکنون با شوق و انگیزه آماده‌ایم تا انتخاب کنیم کدام حاصلات برای کشت توسط ما مناسب‌تر است.

حمایت از شایستگی  
و احساس پیوند و  
تعلق (Support for)  
Competence &  
(Relatedness)

ما توانستیم مناسبترین حاصلات مورد نظر را انتخاب کنیم؛ بخاطریکه کارکنان ترویج زراعت معلومات علمی را که پیش از این نمی‌دانستیم، در اختیار ما قرار دادند. ما از دریافت چنین مشوره و راهنمودی خرسند هستیم.



- گروه‌های دهقانان در مورد فرصت‌های آینده زراعتی خود گفتگو می‌کنند و بر اساس فعالیت‌های قبلی SHEP - **خاصاً سروی بازار - در مورد حاصلات مورد نظر تصمیم می‌گیرند.**
- کارکنان ترویج، به‌خصوص در پیوند با مناسب بودن زراعتی-اکولوژیکی حاصلات مشخص، مشوره‌ها و پیشنهادهای مفید ارائه می‌کنند تا دهقانان بتوانند در انتخاب حاصلات مورد نظر، تصمیمی همه‌جانبه و آگاهانه اتخاذ نمایند.

## مرحله

## - طرزالعمل‌های تطبیق (زمان مورد نیاز: ۲-۳ ساعت)

۱. یک مجمع تنظیم کنید و در صورت مساعدبودن شرایط، اعضای گروه و همچنان همسران‌شان را دعوت نمایید. **توصیه!** دعوت از همسران اعضا به تصمیم‌گیری مؤثر کمک می‌کند؛ بخاطریکه آنان نیز در تولید سبزیجات سهم و نقش مهمی دارند.
۲. از گروه دهقانان بخواهید یافته‌های سروی بازار را مورد بحث قرار دهند و معلومات مربوط به چند محصول امیدوارکننده را در ورقم انتخاب محصول مورد نظر درج کنند. **توصیه!** برای تکمیل این برگه، دهقانان ممکن است نیاز داشته باشند به نتایج سروی بازار و سروی ابتدایی مراجعه کنند؛ بنابراین، این معلومات باید در جریان انتخاب محصول مورد نظر در دسترس قرار داشته باشد.
۳. گروه دهقانان مزایا و معایب انتخاب حاصلات فهرست‌شده را بحیث‌محصول مورد نظر بررسی می‌کند. حاصلاتی که بحیث هدف انتخاب می‌شوند باید کشت‌شان آسان باشد، با شرایط محلی سازگار باشند، از نظر هزینه قابل‌تحمل بوده و نیازمندی‌های تخنیکی مناسب داشته باشند. **توصیه!** کارکنان ترویج باید در مورد مناسب‌بودن تولید و مسایل تخنیکی مشوره بدهند تا دهقانان حاصلات را صرفاً بر اساس سودآوری انتخاب نکنند.
۴. هر عضو گروه به حاصلات مورد ترجیح خود رأی می‌دهد (رأی‌دهی مخفی): نام محصول اول و دوم مورد ترجیح خود را روی ورق رأی می‌نویسد. برای ایجاد توافق جمعی، بهتر است اکثریت - ترجیحاً بیش از ۷۰٪ اعضای گروه - در این روند اشتراک کنند. سپس برای انتخاب محصول دوم نیز همین روند تکرار می‌شود. حاصلات بر اساس تعداد آرا رتبه‌بندی شده و دو یا سه‌محصول مورد نظر انتخاب می‌گردد. **توصیه!** کارکنان ترویج باید اطمینان حاصل کنند که اعضای بانفوذ گروه - مانند رهبران گروه، افراد مسن یا اعضای باسواد - بر تصمیم‌گیری گروه تأثیر نگذارند.



چرا همین دو محصول را  
انتخاب نکنیم، حالی که  
بیشترین مفاد را دارند؟

صبر کنید! آیا می‌دانستید که این محصول  
در هوای گرم خوب رشد نمی‌کند؟ همچنان  
دیده شده است که بسیاری از دهقانان در  
این منطقه از آلودگی آفات این محصول  
آسیب دیده‌اند. انتخاب این دو محصول  
بیش از حد پرخطر است.

عکس: مالاوی

در اینجا ورق انتخاب محصول مورد نظر ارائه شده است. تعداد حاصلات یا ارقام که باید تحلیل شوند، به نتایج سروی بازار بستگی دارد. با آنهم، به محدودیت‌های زمانی توجه داشته باشید؛ بخاطریکه تحلیل تمام حاصلاتی که دهقانان در جریان سروی بازار بررسی کرده‌اند، ممکن است زمان زیادی را در بر گیرد. در چنین حالتی، مناسب‌ترین و امیدبخش‌ترین حاصلات را برای تحلیل تفصیلی انتخاب نمایید.

نوعیت محصول	آیا توسط مردم محل مصرف می‌شود یا نخیر	تجربه در کشت این محصول	ماه کشت / دوره رسیدگی	چلنج‌های عمده تولید	میانگین حاصل قابل فروش فی هکتار (کیلوگرام)	میانگین قیمت واحد (دالر) / کیلوگرام	مجموع عایدی فی هکتار (دالر)	مصارف تولید فی هکتار (دالر)	عایدی خالص تخمینی فی هکتار (دالر)	بازارهای اصلی	شرایط بازار (کیفیت / مقدار)	ملاحظات	درجه بندی

در زیر نمونه‌هایی از بومی‌سازی‌های نوآورانه که در کشورهای و مناطق مختلف در روند انتخاب حاصلات مورد نظر انجام شده است، ارائه می‌گردد.

بکس ۱۵: انتخاب حاصلات مورد نظر برای دو فصل متفاوت

**انتخاب حاصلات مورد نظر برای دو فصل متفاوت (رواندا)**



عکس: رواندا

<چرا؟> رواندا دارای دو فصل اصلی برای تولید سبزیجات است و حاصلاتی که در هر فصل کشت می‌شوند، با یکدیگر بسیار متفاوت‌اند.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان از گروه‌های دهقانان خواستند تا برای هر فصل، حاصلات مورد نظر را انتخاب نمایند.

<نتایج؟> دهقانان توانستند بهترین حاصلات را برای کشت در هر فصل انتخاب کنند. اکنون آنان می‌توانند بهتر از گذشته طرح‌ریزی نمایند.

## بودجه‌بندی حاصلات زراعتی (فلسطین)



Photo: Palestine

<چرا؟> برای انتخاب درست حاصلات مورد نظر، دهقانان می‌خواستند مفادآوری شماری از حاصلات عمده را به‌گونه دقیق بررسی کنند.

<چگونه؟> گروه‌های دهقانی، با حمایت کارکنان ترویج، محاسبات عواید و مصارف شماری از حاصلات عمده را متناسب با سطح سواد و توانایی‌های حسابداری دهقانان انجام دادند و از این طریق، «بودجه‌بندی حاصلات زراعتی» را عملی ساختند؛ یعنی یک تحلیل ویژه مفادآوری برای هر محصول.

<نتایج؟> دهقانان در انتخاب حاصلات مورد نظر مناسب اعتماد به نفس بیشتری پیدا کردند. این تمرین محاسباتی همچنان مهارت‌های مدیریت تجارتي دهقانان را تقویت نمود.

### چک‌لیست

#### - نکاتی که ضرور است پس از این فعالیت تأیید شوند

- دهقانان مورد نظر، روش‌های انتخاب محصول مورد نظر را درک کرده‌اند.
- دهقانان مورد نظر درک می‌کنند که در انتخاب حاصلات برای کشت، نه تنها مفادآوری، بلکه شرایط آگرو-اکولوژیکی، مهارت‌های تخنیکي و ظرفیت مالی آنان نیز باید در نظر گرفته شود.
- گروه‌های مورد نظر موافق‌اند که در آینده، انتخاب حاصلات مورد نظر را به‌گونه منظم و شخصاً انجام دهند.
- تناسب اشتراک‌کنندگان زن و مرد متوازن است.
- کیفیت مشارکت اعضای زن و مرد در روند تصمیم‌گیری تضمین شده است.
- (اختیاری) همسران اعضا در روند تصمیم‌گیری شامل شده‌اند.

### عیب‌یابی (Troubleshooting)

#### - راه‌حل‌ها برای مشکلاتی که معمولاً رخ می‌دهند

پرسش: رأی مساوی (Tie Vote) - اگر چند محصول تعداد رأی یکسان بحیث‌محصول مورد نظر به‌دست آوردند، چه باید کرد؟

پاسخ: از دهقانان بخواهید دوباره رأی بدهند. این بار، رأی‌دهی تنها میان حاصلاتی انجام شود که تعداد رأی برابر به‌دست آورده‌اند.

پرسش: نگرانی در پیوند با عرضه بیش از حد - نگران هستم که انتخاب دو یا سهم‌محصول مورد نظر باعث عرضه بیش از حد آن حاصلات در بازار محلی شود و در نهایت قیمت‌ها کاهش یابد.

پاسخ: در جریان سروی بازار، دهقانان معلوماتی در مورد مقدار محصولی که بازار هدف می‌تواند جذب کند، همراه با سایر معلومات مرتبط جمع‌آوری می‌کنند. بنابراین، دهقانان باید بتوانند تشخیص دهند که چه مقدار محصول، در چه زمانی و برای کدام بازار بیش از حد محسوب می‌شود. انتخاب چندمحصول مورد نظر لزوماً باعث اشباع بازار محلی نمی‌شود، مشروط بر اینکه دهقانان بدانند چه زمانی و به چه مقدار باید حاصلات را به بازار عرضه کنند.

پرسش: محصول انتخاب‌نشده - دهقانان پرسیده‌اند که آیا اجازه دارند حاصلاتی را که توسط گروه انتخاب نشده‌اند نیز کشت کنند یا نخیر. چه پاسخی باید داد؟

پاسخ: انتخاب حاصلات مورد نظر به این معناست که دهقانان می‌توانند آموزش‌های فشرده تولیدی را در مورد آن حاصلات از کارکنان ترویج دریافت کنند و همچنان بازاریابی جمعی برای آنها طرح‌ریزی نمایند. در عین حال، دهقانان آزاد هستند هر محصول دیگری را که می‌خواهند کشت کنند؛ اما ممکن است برای آن حاصلات، آموزش‌های ویژه محصولی و فرصت‌های طرح‌ریزی جمعی در دسترس نباشد.



## پرسشنامه سروی بازار

مثال

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 نام و تسوالی: \_\_\_\_\_  
 نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_

نام ناحیه/علاقه‌نباری: \_\_\_\_\_

درجه‌بندی	ملاحظات	شرایط بازار (کیفیت / مقدار)	بازارهای اصلی	عایدی خالص هکتار (دالر)	مصارف تولید هکتار (دالر)	مجموع عایدی هکتار (دالر)	میانگین قیمت واحد (دالر / کیلوگرام)	میانگین حاصل قابل فروش (کیلوگرام)	چلنج‌های عمده تولید	ماه کثت / دوره رسیدگی	تجربه در کثت این محصول	آیا توسط مردم محل مصرف می‌شود یا نخیر	نوعیت محصول
۳	اندازه‌های کوچک در قریه بهتر به فروش می‌رسد؛ مقارم به بیماری	بازار X: ۳۰۰ کیلوگرام در پنج‌شنبه بازار Y: ۲۰۰ کیلوگرام در دوشنبه	بازار X بازار Y	۱۱۷۵	۸۲۵	۲۰۰۰	۰.۲۰	۱۰۰۰۰	مگس زنگ زردک (آفتی) که ریشه‌ها را آسیب می‌زند	مارچ و ۳ جولای / ماه	بلی	بلی	زردک (Nantes)
۱	پرچون فروش Z به قارم می‌آید	بازار Y: ۵۰۰ کیلوگرام در دوشنبه - پرچون فروش Z: ۱۰۰ کیلوگرام در چهارشنبه	بازار Y پرچون فروش Z	۲۳۷۵	۱۰۰۰	۳۳۷۵	۰.۱۵	۲۲۵۰۰ هکتار	مصارف بلند نخم	مارچ / ماه	بله	بله	سبزی پالک (Comet)
		بازار X: ۶۰۰ کیلوگرام در پنج‌شنبه بازار Y: ۴۰۰ کیلوگرام در دوشنبه	بازار X بازار Y	۴۲۵	۷۵	۵۰۰	۰.۱۰	۵۰۰۰ هکتار	هیچ‌گونه چلنج عمده ندارد	فبروری و جون / ماه	بله	بله	نوش پیاز / وایت لیسون (White) (Lisbon)
۲	قابل فروش در قریه	بازار X: ۶۰۰ کیلوگرام در پنج‌شنبه بازار Y: ۲۰۰ کیلوگرام در دوشنبه	بازار X بازار Y	۲۰۰۰	۱۰۰۰	۳۰۰۰	۰.۱۵	۲۰۰۰ هکتار	پوسیدگی سیاه (لک‌بزرگی)	مارچ / ماه	بله	بله	کیل / هزار سره Thousand (Head)

## ۳.۲. تهیه تقویم زراعی

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- انتخاب محصول مورد نظر - <b>تهیه تقویم زراعی</b> 	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)	

### چرا؟ - اهداف

تهیه تقویم زراعی به گروه‌های دهقانان این امکان را می‌دهد تا برای آینده، از نگاه تولید و بازاریابی، حاصلات مورد نظری را که در فعالیت قبلی انتخاب شده‌اند، به‌گونه گروهی طرح‌ریزی نمایند.

### چه چیز؟ - کلیات

گروه‌های دهقانان یک برنامه سالوار تولید و همچنان فعالیت‌های بازاریابی (مارکیتینگ) را به‌صورت گروهی تهیه می‌کنند که تمرکز آن بر حاصلات مورد نظر انتخاب‌شده می‌باشد. این برنامه شامل اقدامات جمعی برای تولید و بازاریابی حاصلات و نیز سایر فعالیت‌های گروهی است که به تقویت کاروبار زراعتی گروه کمک می‌کند.

### چگونه؟ - توصیه‌های کلیدی تطبیق

#### بلند بردن انگیزه

حمایت از توان تصمیم‌گیری مستقل (Support for Autonomy)

ما اکنون مصمم استیم حاصلات مورد نظر را با موفقیت کشت کنیم. بحیث یک گروه، فعالیت‌های مختلف تولید و بازاریابی را پلان کرده می‌توانیم.



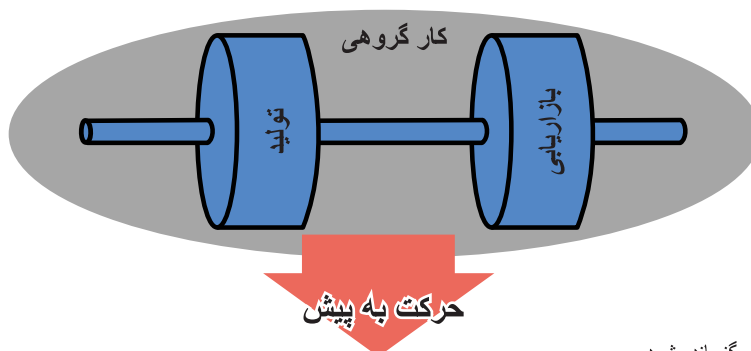
حمایت از شایستگی و احسان پیوند و تعلق (Support for Competence & Relatedness)

کارکنان ترویج زراعت برای آنکه پلان ما واقع‌بینانه باشد به ما مشوره می‌دهند. ما به آنها اعتماد داریم، بخاطریکه مشوره‌های‌شان بجا و هدفمند است. نتیجتاً، یک پلان خوب ترتیب کرده می‌توانیم.



- گروه‌های دهقانان از طریق گفتگو و تصمیم‌گیری مشترک، بهترین راه تحقق یک کاروبار زراعتی پایدار را با تدوین یک برنامه مشخص سالوار تولید و بازاریابی برای حاصلات مورد نظر تعیین می‌کنند. این برنامه همچنان شامل سایر فعالیت‌هایی است که به‌صورت گروهی انجام می‌شود و به افزایش عایدی از باغداری کمک می‌کند (شکل ۷).
- کارکنان ترویج اطمینان حاصل می‌کنند که این برنامه با در نظر گرفتن ظرفیت فعلی گروه دهقانان، واقع‌بینانه و قابل‌دستیابی باشد.

### تقویم زراعی بحیث محور کار گروهی



شکل ۷: مواردی که باید در تقویم زراعی گنجانده شود

۱. مطابق فارمت تقویم زراعی، گروه‌های دهقانان در گام نخست تصمیم می‌گیرند که در ارتباط با حاصلات مورد نظر چه تغییراتی را می‌خواهند ایجاد کنند. این تغییرات - هم در بخش تولید و هم در بخش بازاریابی - می‌تواند شامل تغییر یا بهبود در نوع محصول/وارپته، کیفیت، مقدار، زمان رفع حاصل، خریداران و سایر موارد مانند بسته‌بندی باشد.
۲. پس از مشخص کردن تغییرات مورد نظر، گروه‌های دهقانان یک برنامه سالوار تهیه می‌کنند که در آن اقدامات ماهوار در زمینه‌های زیر به صورت مشخص درج می‌شود (۱) تولید، (۲) بازاریابی و مدیریت تجاری و (۳) سایر فعالیت‌های گروهی مرتبط با حاصلات مورد نظر.

**توصیه!** کارکنان ترویج به گروه‌های دهقانان کمک می‌کنند تا آموخته‌های خود از فعالیت‌های قبلی SHEP - مانند معلومات بازار و مهارت‌های ثبت سوابق - را به یاد آورده و از این دانش در طرح‌ریزی اقدامات عملی و مشخص استفاده کنند.

صحیح است. ما باید به صورت گروهی پیسه پس‌انداز کنیم تا مواد زراعتی را باهم خریداری کرده بتوانیم.

اگر بخواهیم رقم رومی را تغییر بدهیم، باید خرید گروهی را آغاز کنیم، بخاطریکه این کار می‌تواند مصارف تخم و کود را کاهش دهد.

همچنان می‌توانیم در زمان رفع حاصل، ترانسپورت را به گونه گروهی تنظیم کنیم.



عکس: مالاوی

### کاهش عدم توازن معلومات



ذینفع بازار

این بسیار عالی خواهد بود اگر دهقانان محلی بتوانند پیاز را در تمام سال به بازار عرضه کنند.

این نوع نسبت به ارقام سنتی فروش بسیار بهتری دارد، اما دهقانان آن را کم تولید می‌کنند. ما به عرضه بیشتری نیاز داریم.

ما می‌توانیم زمان‌های متفاوت کشت را در میان اعضای گروه تعیین کنیم. به این ترتیب، می‌توانیم بحیث یک گروه، پیاز را به صورت پیوسته به بازار عرضه نماییم.

ما قبلاً تنها ارقام سنتی را کشت می‌کردیم. اما اکنون بحیث یک گروه می‌توانیم این نوع جدید را در مقیاس کوچک برای فصل آینده امتحان کنیم. اگر موفق باشد، می‌توانیم ساحه کشت را گسترش دهیم و مقدار بیشتری به بازار عرضه کنیم.



دهقان

## فارمت - تقویم زراعی

در اینجا فارمت تقویم زراعی ارائه شده است. در گام نخست، گروه‌ها مشخص می‌کنند که چه مواردی را می‌خواهند تغییر داده یا بهبود بخشند و مربع‌های مربوطه را در بخش بالای تقویم علامت می‌زنند. سپس، اقدامات ماهوار مشخص برای تولید و بازاریابی حاصلات مورد نظر را درج می‌کنند. همچنان، سایر فعالیت‌های مرتبط گروهی که به تولید و بازاریابی حاصلات کمک می‌کند، شناسایی و ثبت می‌گردد. اگر گروه روی بیش از سهم‌حصول مورد نظر کار می‌کند، ردیف‌های جدیدی ایجاد شود تا همه حاصلات مورد نظر در تقویم گنجانده شود.

ما در حال بهبود و/یا تغییر این فقرات هستیم:  محصول/رقم (نوع)  کیفیت  مقدار  زمان رفع حاصل  خریداران  سایر موارد (لطفاً مشخص نمایید):

ماه													
												محصول ۱ ( )	تولیدات
												محصول ۲ ( )	
												محصول ۳ ( )	
												مدیریت بازاریابی و کاروبار	
												فعالیت‌های گروهی/موارد دیگر	

## چک‌لیست - نکاتی که ضرور است پس از این فعالیت تأیید شوند

- دهقانان مورد نظر روش‌های تهیه تقویم زراعی را درک کرده‌اند.
- هر یک از اعضای گروه می‌داند که مطابق به تقویم زراعی گروه، چه اقدامات مشخصی را انجام می‌دهد و چه نقشی بر عهده دارد.
- گروه‌های مورد نظر توافق دارند که در آینده، تهیه تقویم زراعی را به‌گونه منظم و شخصاً انجام دهند.
- نسبت اشتراک مردان و زنان در میان اشتراک‌کنندگان متوازن است.
- کیفیت مشارکت مردان و زنان در روند تصمیم‌گیری تضمین شده است.
- (اختیاری) همسران اعضای گروه در تصمیم‌گیری‌ها دخیل شده‌اند.

## نوآوری - بومی‌سازی در کشورها/مناطق مختلف

در زیر، نمونه‌هایی از بومی‌سازی‌های نوآورانه در تهیه تقویم زراعی ارائه می‌شود.

### بکس ۱۷: تهیه جدول اوج تقاضا

#### تهیه جدول اوج تقاضا (تانزانیا)

<چرا؟> برای درک اینکه حاصلات در چه زمانی تولید شوند تا قیمت بالاتری در بازار به‌دست آورند، دهقانان نوسانات سالوار قیمت حاصلات عمده را بررسی کردند

<چگونه؟> گروه‌های دهقانی، با حمایت کارکنان ترویج، یک تقویم ساده تهیه کردند که نشان می‌داد هر محصول در کدام ماه نسبت به سایر ماه‌ها قیمت بالاتری دارد. آنان فصل‌های اوج تقاضا و قیمت‌های بلند را در تقویم مشخص و برجسته ساختند.

<نتایج؟> با نصب و نمایش این تقویم در دفتر قریه، بسیاری از دهقانان توانستند حاصلات بالقوه مناسب برای بازاریابی در طول سال را شناسایی کنند؛ بشمول از نوع حاصلات قابل تولید و زمان مناسب رفع حاصل آن‌ها.

جنوری	فبروری	مارچ	اپریل	می	جون	جولای	اگست	سپتمبر	اکتوبر	نومبر	دسمبر
	زردک	زردک									
	بروکی	بروکی									
	گلی	گلی									
	کاهو	کاهو	کاهو								
	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی	زوکینی
پیاز	پیاز	پیاز	پیاز	پیاز							
	رومی	رومی	رومی	رومی	رومی						
نخود سبز	نخود سبز	نخود سبز	نخود سبز	نخود سبز	نخود سبز						
	جغندر	جغندر	جغندر	جغندر							
		مرچ سبز	مرچ سبز	مرچ سبز							
	فاصلیه	فاصلیه									
مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه	مرچ دولمه
ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع	ریحان و نعناع

جدول اوج تقاضا که در ولسوالی لوشوتو، تانزانيا تهیه شده است.

بکس ۱۸: تهیه تقویم‌های کشت برای زمین‌های گروهی و زمین‌های انفرادی

## تهیه تقویم‌های کشت برای زمین‌های گروهی و زمین‌های انفرادی (السلوادور و نیپال)



عکس: نیپال

<چرا؟> گروه‌های دهقانان در السلوادور و نیپال هم زمین‌های گروهی و هم زمین‌های انفرادی برای کشت سبزیجات داشتند. دهقانان می‌خواستند برای هر دو نوع زمین، پلان‌های جداگانه ترتیب دهند.

<چگونه؟> دهقانان دو نوع تقویم زراعی تهیه کردند: یکی برای زمین گروهی و دیگری برای زمین انفرادی.

<نتایج؟> دهقانان توانستند ذریعه این دو نوع تقویم زراعی، فعالیت‌های زراعی را به‌گونه مؤثر طرح‌ریزی و تطبیق نمایند.

### عیب‌یابی - راه‌حل‌ها برای مشکلاتی که معمولاً رخ می‌دهند

پرسش: آیا لازم است همه در یک زمان کشت کنند؟ - آیا تهیه تقویم زراعی به این معناست که تمام اعضای گروه باید حاصلات یکسان را در یک زمان مشخص کشت کنند؟

پاسخ: نه لزوماً. برای مثال، گروه می‌تواند توافق کند که زمان کشت در میان اعضا به‌صورت مرحله‌ای تنظیم شود تا در یک دوره زمانی طولانی‌تر، مقدار ثابتی از محصول رفع گردد. چنین طرح‌ریزی باید در جریان تهیه تقویم زراعی و توسط خود اعضای گروه انجام شود تا بتوانند به بهترین شکل به نیازهای بازار هدف پاسخ دهند.

پرسش: زمان کشت گذشته است - هنگامی که دهقانان تقویم زراعی را تهیه کردند، زمان کشت شماری از حاصلات مورد نظر از قبل سپری شده بود. در این حالت چه باید کرد؟

پاسخ: بهترین حالت این است که تقویم زراعی پیش از آغاز فصل کشت تهیه شود. با آنهم، نظر به دلایل مختلف اداری یا تکنیکی، ممکن است این کار همیشه امکان‌پذیر نباشد. دهقانان را تشویق کنید که اگر در این فصل امکان کشت وجود ندارد، حاصلات را در فصل بعدی کشت نمایند. همچنان اطمینان حاصل کنید که آموزش‌های تکنیکی تولید برای تمام حاصلات انتخاب‌شده، در زمان مناسب ارائه گردد.



## مثال تقویم حاصلات

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

نام ولسوالی: \_\_\_\_\_ نام ناحیه/علاقه‌مداری: \_\_\_\_\_

نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_

ما در حال بهبود و/یا تغییر این فقرات هستیم:  محصول/رقم (نوع)  کیفیت  مقدار  زمان رفع حاصل  خریداران  سایر موارد

(لطفاً مشخص نمایید: بسته‌بندی و چانه‌زنی به‌منظور فروشت با قیمت بلندتر)

ماه	جولای	اگست	سپتمبر	اکتوبر	نومبر	دسمبر	جنوری	فبروری	مارچ	اپریل	می	جون
محصول ۱ (بانجیان رومی)		<p>↑ آماده‌سازی زمین</p> <p>↓ پرورش نشا</p>	<p>↑ انتقال نهال</p>	<p>↑ انتقال نهال اول</p> <p>↑ کنترل آفات و امراض</p> <p>↑ کنترل علف‌های هرزه</p>	<p>↑ انتقال نهال دوم</p> <p>↑ امراض</p> <p>↑ کنترل علف‌های هرزه</p>	<p>↑ رفع حاصل/پاک‌کاری/درجه‌بندی/بسته‌بندی</p>						
محصول ۲ (کلم)												
محصول ۳ (کچالوی شیرین)												
تولید												
مدیریت بازاریابی و کاروبار	<p>سروی بازار در بازار X و بازار Y</p>	<p>آغاز ثبت و نگهداری اطلاعات برای این فصل</p>	<p>تبادل زمین</p>	<p>خرید گروهی تخم و کود</p>	<p>تبادل زمین</p>	<p>خرید گروهی تخم و کود</p>	<p>آغاز ثبت و نگهداری اطلاعات برای این فصل</p>	<p>تبادل زمین</p>	<p>خرید گروهی تخم و کود</p>	<p>تبادل زمین</p>	<p>خرید گروهی تخم و کود</p>	<p>تبادل زمین</p>
فعالیت‌های گروهی/موارد دیگر												

## مرحله ۴ – دهقانان مهارت‌ها را کسب می‌کنند

مرحله ۴ آخرین گام از رویکرد SHEP است که در آن، دانش و مهارت‌های لازم برای تولید حاصلاتی که بازار به آنها تقاضا دارد، به دهقانان منتقل می‌شود. در این مرحله، آمادگی و تمایل دهقانان برای یادگیری دانش جدید باید بالا باشد؛ بخاطریکه آنان پیش‌تر به فرصت‌های بازاری حاصلات مورد نظر که شخصاً انتخاب کرده‌اند، متقاعد شوند. محتوای آموزش‌های تخنیکی باید به‌گونه‌ی مشخص با نیازهای دهقانان تنظیم شود تا آنان بتوانند فناوری‌ها و روش‌های آموخته‌شده را فوراً در عمل به‌کار بگیرند. به بیان دیگر، تقاضامحور بودن آموزش‌ها - در مقابل آموزش‌های عرضه‌محور - کلید اصلی موفقیت است.

### ۴.۱. آموزش‌های ساحوی

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.

ما اینجا هستیم

پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)

#### چرا؟ - اهداف

آموزش‌های ساحوی به این منظور دیزاین شده‌اند تا مهارت‌ها و دانش لازم برای تولید عملی حاصلات مورد نظری که دهقانان انتخاب کرده‌اند، گسترش داده شود. این آموزش‌ها تقاضامحور می‌باشند.

#### چه چیز؟ - کلیات

کارکنان ترویج مجمع‌های آموزشی را تنظیم می‌کنند که در آن، دهقانان مورد نظر مهارت‌ها، تخنیک‌ها و دانش لازم برای تولید حاصلات مورد نظر را فرا می‌گیرند. این آموزش‌ها باید عملی بوده و در فارم‌های دهقانان یا در نزدیکی آن‌ها، همراه با نمایش‌های عملی و تمرین‌های کافی، برگزار گردد.

## بلند بردن انگیزه

حمایت از شایستگی

ما احساس می‌کنیم که با اشتراک در آموزش‌های تخنیک، توانسته‌ایم خلا موجود در دانش و مهارت‌های خود را پُر کنیم.



حمایت از شایستگی

من بی‌سواد استم، اما برای فهم محتوایات آموزشی کدام مشکل ندارم، بخاطریکه این مطالب دارای تصاویر فراوان است.



حمایت از توان تصمیم‌گیری مستقل

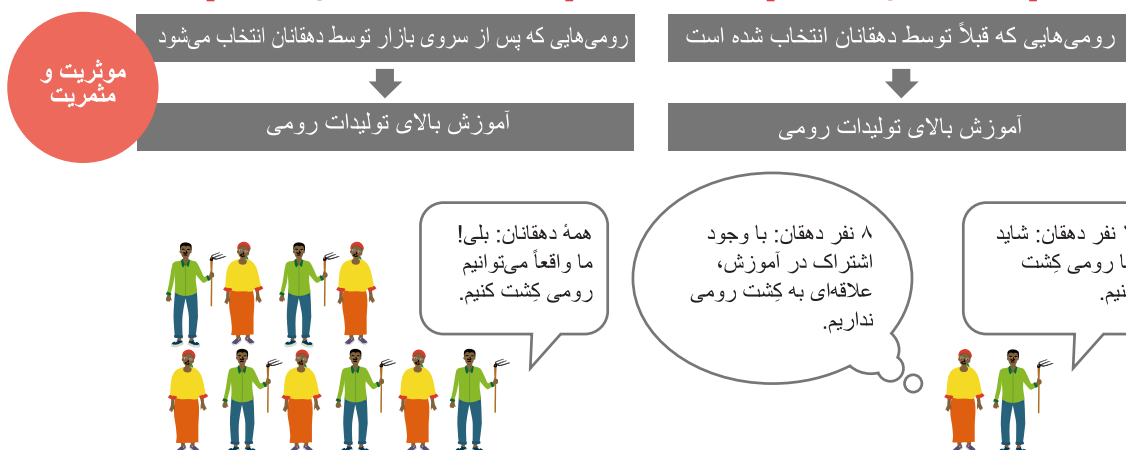
این ما بودیم که درخواست آموزش در پیوند با کلم را مطرح کردیم. ما مصمم استیم مهارت‌های جدیدی را که در جریان آموزش می‌آموزیم، در عمل تطبیق کنیم.



- آموزش‌ها باید متناسب با نیازهای دهقانان باشد. در بخش‌هایی که دهقانان به آموزش بیشتری نیاز دارند، زمان بیشتری اختصاص داده شود و در موضوعاتی که دهقانان با آنها آشنا هستند، زمان کمتری صرف گردد.
- آموزش‌ها باید ذریعه محتوایات آموزشی ساده و قابل فهم مانند فلپ‌چارت‌ها، پوسترها، بروشورها و موارد مشابه اجرا شود.
- در صورتی‌که آموزش‌ها واقعاً بر مبنای تقاضا (Demand-driven) انجام شود، میزان پذیرش و تطبیق تخنیک‌های جدید توسط دهقانان، در مقایسه با آموزش‌های مبتنی بر عرضه (Supply-driven)، به‌طور قابل ملاحظه‌ای بلندتر خواهد بود (شکل ۸).

## [SHEP: آموزش مبتنی بر تقاضا]

## [آموزش مبتنی بر عرضه]



شکل ۸: مقایسه آموزش مبتنی بر عرضه و آموزش مبتنی بر تقاضا

## مرحله

طرز العمل‌های تطبیق (زمان مورد نیاز: ۶-۷ ساعت<sup>۳</sup>)

- (آماده‌سازی) کارکنان ترویج باید به دانش و مهارت‌های لازم برای آموزش دهقانان به‌خوبی مجهز باشند. در صورتی‌که به آموزش بیشتر نیاز داشته باشند، ترتیب‌کنندگان باید پیش از آغاز آموزش دهقانان، دوره آموزش مربیان (TOT) را برای کارکنان ترویج تنظیم و برگزار نمایند.
- کارکنان ترویج مجمع‌های آموزشی را برای هر موضوع، شامل سخنرانی‌ها، تمرین‌ها و نمایش‌های عملی، ذریعه محتوایات آموزشی مؤثر تنظیم و برگزار می‌کنند. **توصیه!** در صورتی‌که همسران اعضا در تولید باغداری دخیل باشند، آنان را نیز به آموزش‌ها دعوت نمایید.
- موضوعات آموزشی باید دقیقاً با نیازهای تولید حاصلات مورد نظر و نیازهای ارتقای توانایی‌های دهقانان مطابقت داشته باشد. به‌طور کلی، موضوعات آموزشی در سه بخش قابل دسته‌بندی است: (۱) تخنیک‌های عمومی تولید حاصلات باغی و شیوه‌های رفع حاصل و پس از رفع حاصل، (۲) تخنیک‌های تولید ویژه هر محصول و (۳) مهارت‌های مدیریتی مانند ثبت دخل و خرج، بودجه‌بندی حاصلات زراعتی و ثبت سوابق فارم.

منظور از ۳ این نیست که آموزش‌ها در یک روز و به مدت ۶-۷ ساعت برگزار شود. جلسات آموزشی کوتاه - برای مثال، جلسات یک‌ساعته - در چند روز برگزار می‌گردد تا در مجموع، زمان آموزش به ۶-۷ ساعت برسد.

با وجود اینکه بی سواد هستیم، آموزش را به آسانی می فهمیم، بخاطریکه عملی است و شامل نمایش ها و تمرین های زیاد می باشد.

من بسیار انگیزه دارم که تکنیک های جدید را بیاموزم و به کار بگیرم، چون می دانم بازار آن وجود دارد.

من همسرم را با خود به آموزش آوردم، چون ما در تولید سبزیجات با هم شریک می باشیم.



### تقلیل عدم توازن معلومات



دینفع بازار

برای نوع جدید رومی تقاضای بسیار زیاد وجود دارد، اما تا اکنون عرضه کافی در بازار نبوده است. ما آرزو داریم بتوانیم این رقم را از دهقانان محلی خریداری کنیم.

ما به تولید رقم جدید رومی علاقه مند بودیم، اما بالای طرز کشت آن هیچ نمی دانستیم. حالا که روش کشت آن را یاد گرفتیم، می توانیم آن را به بازار عرضه کنیم.

ما کلم را از دهقانان محلی خریداری می کنیم، اما اغلب برگ های آن آسیب دیده است. به دلیل کیفیت پایین، نمی توانیم قیمت خرید بلند به آنان بپردازیم.

ما دانش و مهارت های لازم را برای مدیریت بهتر آفات و امراض کلم به دست آوردیم و کیفیت کلم های ما بهبود یافت.



دهقان

### نمونه - مثال از ماژول آموزشی

در زیر، نمونه ای از ماژول آموزش های ساحوی برای یک گروه دهقانان ارائه می شود که دو محصول مورد نظر را انتخاب کرده اند:

جلسه ۱	تولید محصول مورد نظر اول: تکنیک های اختصاصی مربوط به محصول اول
جلسه ۲	تولید محصول مورد نظر دوم: تکنیک های اختصاصی مربوط به محصول دوم
جلسه ۳	آمادگی پیش از کشت: آزمایش خاک، کمپوست سازی و استفاده از مواد کشت با کیفیت
جلسه ۴	آماده سازی زمین: شیوه های آماده سازی زمین (مانند سولاریزیشن)، افزودن بقایای نباتی و مصرف کود پایه
جلسه ۵	استقرار محصول: پرورش نشاء، فاصله کشت/نشاکاری و میزان مصرف کود
جلسه ۶	مدیریت محصول: مدیریت علف های هرزه، کوددهی تکمیلی، مدیریت همه جانبه آفات و استفاده مصنوعی و مؤثر از آفت کش ها
جلسه ۷	رفع حاصل و پس از رفع حاصل: شاخص های رفع حاصل، ظروف/مواد بسته بندی و روش های ارزش افزایی
جلسه ۸	مهارت های مدیریتی: ثبت دخل و خرج، بودجه بندی حاصلات زراعتی و ثبت سوابق فارم

- دهقانان مورد نظر، دانش و مهارت‌های تخنیک‌های آموزش‌داده‌شده را درک کرده و کسب نموده‌اند.
- دهقانان مورد نظر در تطبیق تخنیک‌های آموزش‌داده‌شده با مشکل تخنیک‌ی، مالی یا اجتماعی مواجه نیستند.
- (در صورت وجود مشکل، مسائل شناسایی شود، با دهقانان مشوره صورت گیرد و رهنمایی مناسب ارائه گردد. همچنان بازخورد به ترتیب‌کنندگان SHEP داده شود تا مواد و مازول‌های آموزشی در آینده بهبود یابد)
- توازن مشارکت مردان و زنان رعایت شده است.
- مشارکت همسران اعضا تشویق شده است.
- از کلیشه‌های جندری و روش‌ها و محتوایات آموزشی غیرحساس به جندر اجتناب شده است.
- در دیزاین روش‌های آموزشی، به دهقانان باسواد و بی‌سواد به‌گونه‌ی کافی توجه شده است.
- تخنیک‌ها یا ابزار/تجهیزات صرفه‌جویانه در نیروی کار - خاصاً به نفع زنان - معرفی شده است.

در ادامه، چند نمونه از بومی‌سازی‌های نوآورانه در آموزش‌های ساحوی ارائه می‌شود.

### بکس ۱۹: ترویج تخنیک‌های تولید به‌طرز دهقان به دهقان

#### آموزش از طریق روش دهقان به دهقان (رواندا، اتیوپیا)



عکس: لسوتو

<چرا؟> دولت رواندا رویکرد مکتب ساحوی دهقانان (Farmer Field School) را برای گسترش تخنیک‌های تولید در میان دهقانان ترویج نمود. همچنان، مشکل کمبود شمار کارکنان ترویج وجود داشت که نمی‌توانستند همه دهقانان مورد نظر را تحت پوشش قرار دهند.

<چگونه؟> چند تن از نمایندگان دهقانان از هر گروه گروه آمدند و مهارت‌های جدید را آموختند. سپس به جامعه خود بازگشتند و دانش آموخته‌شده را در فارم‌های نمایشی به سایر دهقانان آموزش دادند.

<نتایج؟> با وجود چلنج کمبود شمار کارکنان ترویج، دهقانان مورد نظر توانستند تخنیک‌های تولید را از نمایندگان دهقانان خود بیاموزند.

## ایجاد قطعات نمایشی/فارم‌های آموزشی (نیپال، رواندا، اتیوپی، آفریقای جنوبی، زیمبابوی)



عکس: لیسوتو

<چرا؟> تجربه دولت‌ها نشان داده است که دهقانان زمانی تمایل بیشتری به پذیرش تکنیک‌های جدید پیدا می‌کنند که آنها را به‌گونه عملی ببینند و شخصاً تجربه نمایند؛ خاصاً در یک قطعه نمایشی یا فارم آموزشی.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان یک قطعه نمایشی را در داخل جامعه گروه دهقانان مورد نظر ایجاد کردند و تکنیک‌های جدید را در همان‌جا به نمایش گذاشتند. دهقانان مسئولیت مراقبت از قطعه را از مرحله آماده‌سازی زمین تا رفع حاصل بر عهده داشتند. در برخی کشورها، دولت‌ها از نهادهای سکتور خصوصی نیز دعوت کردند تا در ایجاد قطعات نمایشی همکاری نمایند.

<نتایج؟> پس از مشاهده نتایج مثبت قطعه نمایشی/فارم آموزشی، دهقانان به‌تدریج تکنیک‌های جدیدی را که در جریان آموزش‌ها آموخته بودند، در فارم‌های خود تطبیق نمودند.

## همکاری با خدمات ترویج سکتور خصوصی (لسوتو، آفریقای جنوبی، زیمبابوی)



عکس: کنیا

<چرا؟> در برخی کشورها، خدمات ترویج سکتور خصوصی - مانند خدماتی که توسط سازمان‌های غیردولتی، اتحادیه‌های حاصلات، شرکت‌های بذر، صادرکنندگان و نهادهای مشابه ارائه می‌شود - رایج است. این نهادها آمادگی دارند تا در پیوند با تولید باغداری به دهقانان خدمات ترویجی ارائه کنند.

<چگونه؟> ترتیب‌کنندگان از نهادهای سکتور خصوصی دعوت کردند تا بحیث بخشی از آموزش‌های ساحوی، شماری از مجمع‌های آموزشی را برای دهقانان برگزار نمایند.

<نتایج؟> دولت توانست منابع موجود در سطح محلی را برای اجرای آموزش‌ها بسیج کند و در نتیجه، برگزاری سریع‌تر شماری از مجمع‌های آموزشی ممکن گردید.

سؤال: دشواری دهقانان در درک مطالب - برخی دهقانان در فهم تکنیک‌های تولیدی که برای‌شان جدید است، مصاب مشکل هستند. چگونه می‌توان به آنان کمک کرد تا بهتر درک کنند؟

پاسخ: سعی کنید آموزش‌ها تا حد امکان عملی باشد. به طور مثال، از زبان ساده و قابل فهم استفاده کنید، محتوایات آموزشی کاربرپسند برگزینید و به‌جای صرف زمان زیاد برای سخنرانی، با نمایش‌های عملی فراوان تکنیک‌ها را نشان دهید. روش‌های آموزشی را بازبینی کنید و مهم‌تر از همه، از خود دهقانان بپرسید که آموزش‌ها را چگونه ترجیح می‌دهند برگزار شود.

سؤال: دهقانان برای اشتراک در آموزش‌ها بسیار مصروف‌اند - با وجود آن‌که دهقانان تمایل به اشتراک در آموزش‌ها نشان داده‌اند، اکنون به‌دلیل مصروفیت‌های زراعتی نمی‌توانند در مجمع‌ها شرکت کنند و میزان مشارکت پایین است. چه باید کرد؟

پاسخ: توصیه می‌شود آموزش‌های تکنیک‌های تولیدی درست پیش از آغاز کشت حاصلات مورد نظر برگزار شود تا دهقانان با علاقه بیشتر شرکت کنند و آموخته‌ها را فوراً در فارم خود به‌کار گیرند. اگر چنان تعدیلی ممکن نبود، کوشش کنید آموزش‌ها را در زمان‌هایی برگزار نمایید که دسترسی و فراغت دهقانان بیشتر است.

در بسیاری از کشورهای آسیایی که رویکرد SHEP را تطبیق می‌کنند، محتوای آموزشی برای تولید حاصلات باغی تهیه شده است. این مواد به‌گونه‌ای دیزاین گردیده‌اند که بیشترین تناسب را با نیازهای دهقانان مورد نظر در هر کشور داشته باشند. در زیر، چند نمونه ارائه می‌گردد:

### ۱. کامیشیبای (کارت‌های تصویری لمینت‌شده ۴A در کنیا)

کامیشیبای واژه‌ای جاپانی است که به معنای تابلوهای داستانی تصویری می‌باشد و از نگاه شکل شبیه فلپ‌چارت است. در کنیا، نوعی کامیشیبای رنگی و لمینت‌شده تهیه شده است تا در تمام شرایط آب‌وهوایی قابل استفاده باشد. روی کارت‌ها برای دهقانان قابل دید است و شامل تصاویر متعدد می‌باشد. در پشت کارت‌ها، توضیحات تصاویر نوشته شده است تا کارکنان ترویج بتوانند آن را با صدای بلند برای دهقانان بخوانند.



پشت صفحه



روی صفحه

شکل ۹: کامیشیبای که در کنیا ساخته شده است

### ۲. کتابچه‌ها و بروشورها در نیپال، فلسطین، رواندا و اتیوپیا

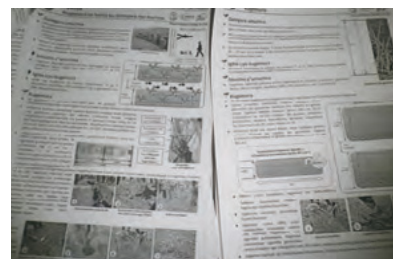
کشورهایی مانند نیپال، فلسطین، رواندا و اتیوپیا کتابچه‌ها و بروشورهایی درباره تولید حاصلات زراعتی تهیه کرده‌اند. ترتیب‌کنندگان SHEP این مواد را در اختیار دهقانان مورد نظر قرار دادند تا پس از آموزش، آنها را به خانه برده و مرور کنند. دهقانان بی‌سواد معمولاً در صورت نیاز از اعضای باسواد خانواده خود می‌خواهند که این مطالب را برای‌شان بخوانند.



بروشور در اتیوپیا



بروشور در نیپال



بروشور در رواندا

شکل ۱۰: بروشورهایی که در نیپال، فلسطین، رواندا و اتیوپیا تهیه شده‌اند.

### ۳. پوسترها در فلسطین

در فلسطین، ترتیب‌کنندگان SHEP افزون بر بروشورها، پوسترهای آموزشی نیز تهیه کرده‌اند. این پوسترها هم در جریان آموزش مورد استفاده قرار می‌گیرند و هم در ادارات دولتی نصب می‌گردند تا دهقانان هنگام مراجعه به این ادارات بتوانند به راحتی آنها را مشاهده نمایند.



شکل ۱۱: پوستر در فلسطین

### ۴. محتوایات الکترونیکی موجود و دیتابیس آنلاین در افریقای جنوبی

افریقای جنوبی دارای محتوایات الکترونیکی (e-materials) مطلوب و یک دیتابیس آنلاین در پیوند با تولید حاصلات زراعتی به نام «Extension Suite Online» می‌باشد. استفاده‌کنندگان این سیستم، بشمول از ترتیب‌کنندگان محلی و کارکنان ترویج، می‌توانند مواد مختلف آموزشی را از این پلتفرم آنلاین دانلود نمایند. بنابراین، به جای تهیه محتوایات آموزشی از ابتدا و به صورت اختصاصی برای برنامه SHEP، ترتیب‌کنندگان در افریقای جنوبی از همین مواد موجود استفاده می‌کنند.

## ۵. پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)

فعالیت‌ها	چهار مرحله
- ورکشاپ آگاهی‌دهی	۱. هدف برای دهقانان بیان می‌شود.
- سروی مشارکتی ابتدایی - (اختیاری) مجمع ذینفعان - سروی بازار	۲. آگاهی دهقانان افزایش می‌یابد.
- انتخاب محصول مورد نظر - تهیه تقویم زراعی	۳. دهقانان تصمیم می‌گیرند.
- آموزش‌های ساحوی	۴. دهقانان مهارت‌ها را فرا می‌گیرند.
ما اینجا هستیم	پیگیری و نظارت (بشمول سروی مشارکتی نهایی)

### چرا؟ - اهداف

بازدیدهای پیگیری و نظارت از دهقانان مورد نظر با هدف اطمینان از تطبیق عملی دانش و تکنیک‌های آموزش داده‌شده انجام می‌شود. این بازدیدها تنها به شیوه‌های تولید دهقانان محدود نمی‌گردد، بلکه پیشرفت آنان در بازاریابی و سایر فعالیت‌های جمعی گروهی را نیز ارزیابی می‌کند.

### چه چیز؟ - کلیات

بازدیدهای پیگیری و نظارت به‌گونه‌ی دوره‌ای انجام می‌شود تا اطمینان حاصل گردد که دهقانان دانش آموخته‌شده در آموزش‌های SHEP را عملاً به‌کار می‌گیرند. همچنان، ترتیب‌کنندگان پیشرفت فعالیت‌های درج‌شده در تقویم زراعی گروه‌ها را نظارت می‌کنند. پس از سپری‌شدن یک دوره‌ی زمانی معین، سروی مشارکتی نهایی تقریباً با همان فورم‌ها و فارمت‌های سروی مشارکتی ابتدایی اجرا می‌شود. معلومات به‌دست‌آمده برای مقایسه با نتایج سروی ابتدایی تحلیل می‌گردد.

### چگونه؟ - توصیه‌های کلیدی تطبیق

#### بلند بردن انگیزه

حمایت از توان  
تصمیم‌گیری  
مستقل

در جریان بازدیدهای پیگیری، هدف برنامه SHEP به ما یادآوری می‌شود. ما با انگیزه بیشتر کوشش خواهیم کرد تا به این هدف دست یابیم و به دهقانان موفق تبدیل شویم.

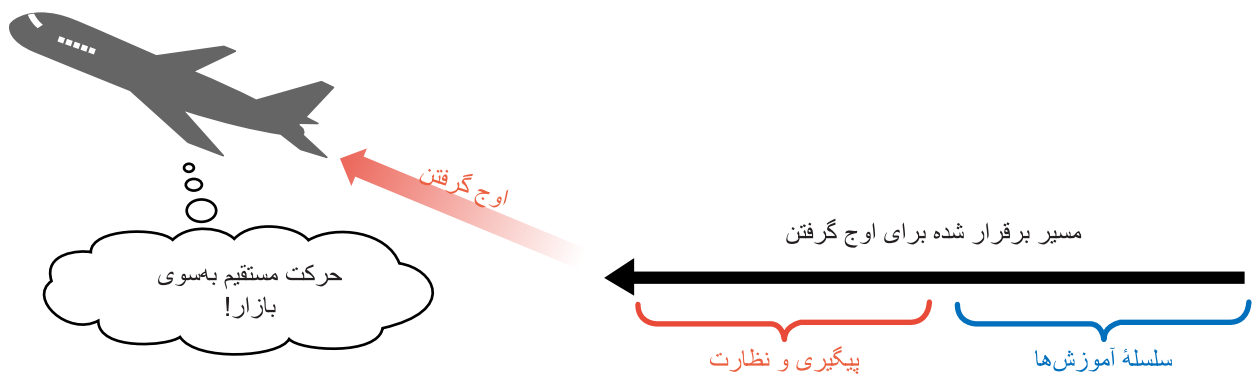


حمایت از  
شایستگی

در جریان سروی نهایی (Endline Survey)، دریافته‌ایم که مهارت‌های تکنیکی و مهارت‌های بازاریابی ما به‌گونه‌ی قابل ملاحظه‌ای بهبود یافته است. از مشاهده این پیشرفت‌ها خرسند هستیم.



- بازدیدهای پیگیری و نظارت باید به‌گونه‌ای انجام شود که به گروه دهقانان کمک کند «اوج بگیرد»؛ یعنی به دهقانان خوداتکا تبدیل شوند که بتوانند زراعت بازارمحور را با ابتکار خود ادامه دهند (شکل ۱۲).
- سروی مشارکتی نهایی باید به دهقانان فرصت دهد تا میزان بهبود و پیشرفت خود را بر اساس تجربه مشارکت در SHEP تأیید و مشاهده کنند.



شکل ۱۲: تضمین "راه‌اندازی پایدار فعالیت‌ها" از طریق پیگیری و نظارت

### مرحله - طرز‌العمل‌های تطبیق (زمان مورد نیاز: ۳-۴ ساعت)

۱. کارکنان ترویج و تیم تطبیق‌کننده به‌گونه‌ی دوره‌ای از گروه‌های دهقانان بازدید می‌کنند تا مشوره ارائه دهند و پیشرفت تطبیق فعالیت‌ها را نظارت نمایند.
۲. به نتایج «سروی ابتدایی - بخش ۲: تکنیک‌های زراعتی» مراجعه نموده و ارزیابی کنید که دهقانان تا چه اندازه در پذیرش و تطبیق تکنیک‌ها پیشرفت کرده‌اند. در صورت موجودیت ضعف‌ها، از دهقانانی که در تطبیق تکنیک‌های جدید مصاب مشکل هستند، حمایت و رهنمایی بیشتر صورت گیرد.
۳. به تقویم‌های کشت تهیه‌شده توسط دهقانان مورد نظر مراجعه نموده و پیشرفت تطبیق فعالیت‌ها را بررسی کنید. در صورت نیاز، مشوره و رهنمایی ارائه گردد.
۴. معلومات کیفی در مورد جندر (مانند داستان‌های موفقیت) گردآوری شود تا نقش برابری جندری و توانمندسازی زنان در دستیابی به اهداف گروه برجسته گردد.
۵. پس از سپری‌شدن یک دوره زمانی معین - مطابق برنامه تیم تطبیق‌کننده - سروی مشارکتی نهایی اجرا گردد. این سروی ذریعه فورم‌های زیر انجام می‌شود (۱) سروی نهایی - بخش ۱: تولید، عایدی و مصارف و (۲) سروی نهایی - بخش ۲: تکنیک‌های زراعتی، این فورم‌ها همان فارم‌های سروی ابتدایی را دارند؛ با این تفاوت که ستون‌هایی افزوده شده است تا دهقانان تغییرات ایجادشده پس از تطبیق SHEP را درج نمایند.
۶. دیتا توسط ترتیب‌کنندگان ثبت، پاک‌کاری، پروسس و تحلیل می‌شوند. کارکنان ترویج خاصاً در مورد پیشرفت‌ها و بهبودهای دهقانان نسبت به سروی ابتدایی، بازخورد لازم را به دهقانان ارائه می‌کنند.

بله، می‌خواستم کمپوست بسازم، اما مواد لازم برای آن را پیدا نکردم. فکر می‌کنی در بدل آنها این مواد آلی را مستفید شوم؟»



آیا کمپوست تهیه می‌کنی؟ بخاطر داری که این را در جریان آموزش یاد گرفتی؟

ببینیم... بله، حتماً می‌توانی! من به تو نشان می‌دهم که چگونه این کار را انجام بدهی.

عکس: زیمبابوی

فارمت‌های سروی مشارکتی نهایی تقریباً همان فارمت‌های سروی مشارکتی ابتدایی است؛ با این تفاوت که ستون‌هایی افزوده شده است تا دهقانان معلومات مربوط به تغییرات ایجادشده پس از تطبیق SHEP را درج نمایند.

**چک‌لیست**

**- نکاتی که ضرور است پس از این فعالیت تأیید شوند**

- دهقانان مورد نظر نقاط قوت و ضعف خود را درک کرده‌اند و مشوره‌ها و رهنمایی‌های مشخص برای بهبود بیشتر تولید و بازاریابی دریافت کرده‌اند.
- دهقانان مورد نظر می‌دانند چه زمانی و چگونه می‌توانند از SHEP «فارغ» شوند.
- گروه‌های مورد نظر موافقت دارند و تمایل دارند فعالیت‌هایی مانند سروی بازار، انتخاب محصول مورد نظر، تهیه تقویم زراعی و تطبیق تکنیک‌های آموخته‌شده را در آینده به‌گونه‌ی دوامدار ادامه دهند.
- توازن مشارکت مردان و زنان رعایت شده است.
- کیفیت مشارکت زنان و مردان مورد بررسی قرار گرفته است.
- معلومات تفکیک‌شده بر اساس جنس در سروی نهایی جمع‌آوری و تحلیل شده است.
- تغییرات در نقش‌های زن و شوهر بررسی شده است.
- تغییرات در شیوه‌ی تصمیم‌گیری میان زن و شوهر بررسی شده است.

**عیب‌یابی**

**- راه‌حل‌ها برای چلنج‌های رایج**

**پرسش: ناکامی محصول و کاهش انگیزه؟** - اگر دهقانان به دلیل نگرفتن حاصل مساعد مایوس شوند، چه باید کرد؟  
**پاسخ:** رویکرد SHEP بشمول از بر حمایت از نیاز روانی توان تصمیم‌گیری مستقل دهقانان تمرکز دارد و آنان را تشویق می‌کند تا به‌صورت فعال زراعت خود را به پیش ببرند. دهقانان از طریق تجربه SHEP احساس می‌کنند که مالک تمام پروسس طرح‌ریزی، تصمیم‌گیری، پذیرش ریسک و اقدام عملی هستند. بخاطر از این، معمولاً با مشکلات متداولی مانند ناکامی محصول - که در زراعت امری طبیعی است - به‌سادگی مایوس نمی‌شوند.

**پرسش: تکنیک‌های تولید به‌طور کامل پذیرفته نشده‌اند** - در جریان پیگیری متوجه شدم که برخی گروه‌های دهقانان هنوز تکنیک‌های آموزش‌داده‌شده را به‌طور کامل به‌کار نگرفته‌اند. چه باید کرد؟

**پاسخ:** پروسس و زمان لازم برای پذیرش تکنیک‌های جدید در میان دهقانان متفاوت است و به ویژگی‌های فردی و شرایط محیطی بستگی دارد. برخی دهقانان به زمان بیشتری نیاز دارند. مشاهده‌ی داستان‌های موفقیت همسایه‌ها یکی از روش‌های مؤثر برای تشویق دهقانان به پذیرش مهارت‌ها و تکنالوژی‌های جدید است. هدف پیگیری، حمایت از این دهقانان برای پیشرفت تدریجی است. آنان را تشویق کنید، دلیل دشواری‌ها را بپرسید و در صورت نیاز، آموزش و مشوره‌ی تکمیلی ارائه دهید.

**پرسش: گروه از هم پاشیده است؛ چه کار می‌توان کرد؟**

**پاسخ:** بررسی کنید که مشکل در کدام مرحله و به چه دلیل به‌وجود آمده است. همچنان بررسی نمایید که گروه چگونه می‌تواند منافع مشترک را برای افزایش مفاد دوباره تعریف کند. دهقانان باید درک کنند که تأمین حجم کافی محصول برای دهقانان کم زمین، یک عامل اساسی در افزایش مفاددهی زراعت است. اگر پس از این بحث‌ها کاملاً ضروری بود، بازنگری در عضویت گروه و سازمان‌دهی مجدد آن را در نظر بگیرید.



## سروری نهایی - بخش ۱: تولید، عایدی و مصارف

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 نام و آدرس: \_\_\_\_\_  
 نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_  
 نام دهقان: \_\_\_\_\_  
 جنس (زن / مرد): \_\_\_\_\_  
 شماره تماس: \_\_\_\_\_

\* لطفاً معلومات مربوط به حاصلات باغی سال گذشته را شامل سازید (حاصلات دیگر، مانند جوار و نیشکر را شامل نسازید).

۱۰. عایدی به خالص (مقدار) به اسعار محلی	۹. مجموع مصارف تولید به اسعار محلی (شامل مواد زراعتی، ترانسپورت، نیروی کار و امثال آن)	۸. مجموع عایدی به اسعار محلی	۷. قیمت متوسط فی کیلوگرام (تبدیل شده به کیلوگرام) به اسعار محلی	۶. قیمت متوسط فی واحد (اسعار محلی فی واحد)	۵. مقدار محصول فروخته شده در بازار به کیلوگرام	۴. مقدار محصول فروخته شده در بازار به کیلوگرام (تبدیل شده به کیلوگرام)	۳. مقدار محصول فروخته شده در بازار به واحدهای مختلف (بوجی، صندوق، بسته و امثال آن)	۲. مساحت زیر کشت متر X متر (متر مربع) یا هکتار ۱۰۰ متر مربع = ۰.۱ هکتار ۱۰۰۰ متر مربع = ۰.۱ هکتار ۱۰۰۰۰ متر مربع = ۱ هکتار	۱. نام محصول و رقم (نوع)
۸. - ۹.	۹	یا (۳. X ۶.) (۴. X ۷.)	۶/واحد و تبدیل به بکس	۶	b ۲/۴.	۴	۳	b ۲.      a ۲.	۱
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۱
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۲
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۳
				( واحد: )	کیلوگرام	کیلوگرام	( واحد: )	هکتار	محصول ۴

لطفاً تبدیل واحدها را در چوکات زیر مشخص نمایید. (مثلاً: ۱ بوجی کچالوی ابرلندی = ۱۱۰ کیلوگرام، ۱ دانه کلم = ۲ کیلوگرام)

لطفاً بنویسید پس از اجرای برنامه SHEP چه تغییراتی ایجاد کرده‌اید (برای مثال: خریداران جدیدی پیدا کرده‌اید که مقدار زیاد خرید می‌کنند. خرید گروهی تخم تصدیق شده را برای کاهش هزینه‌ها آغاز کرده‌اید)

## مثال سروی نهایی - بخش ۱: تولید، عایدی و مصارف

### مثال

تاریخ: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 نام و آسوالی: \_\_\_\_\_ نام ناحیه/علاقه‌داری: \_\_\_\_\_  
 نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_ نام دهقان: \_\_\_\_\_  
 نام دهقان: \_\_\_\_\_ جنس (زن / مرد): \_\_\_\_\_  
 نام دهقان: \_\_\_\_\_ شماره تماس: \_\_\_\_\_

\* لطفاً معلومات مربوط به حاصلات باغی سال گذشته را شامل سازید (حاصلات دیگر، مانند جوار و نیشکر را شامل نسازید).

۱. نام محصول و رقم (نوع)	۲. مساحت زیر کشت متر X متر (متر مربع) یا هکتار	۳. مقدار محصول فروخته‌شده در بازار به واحدهای مختلف (بوجی، صندوق، بسته و امثال آن) کیلوگرام	۴. مقدار محصول فروخته‌شده در بازار به کیلوگرام (تبدیل‌شده به کیلوگرام)	۵. مقدار محصول فروخته‌شده در بازار به کیلوگرام (سعار محلی فی واحد)	۶. قیمت متوسط فی واحد	۷. قیمت متوسط فی کیلوگرام (تبدیل‌شده به کیلوگرام)	۸. مجموع عایدی به اسعار محلی	۹. مجموع مصارف تولید به اسعار محلی (شامل مواد زراعتی، ترانسپورت، نیروی کار و امثال آن)	۱۰. خالص (مقادیر) به اسعار محلی
۱	a ۲.	b ۲.	۴	b ۲/۴.	۶	۶/ واحد و تبدیل به بکس	یا (۳. X ۶.) (۴. X ۷.)	۹	۸. - ۹.
محصول ۱ باندجان رومی رقم J Cal	متر X متر (متر مربع) ۲۰ X ۲۰ = ۴۰۰ متر مربع	هکتار ۰.۲	۲۰۰۰ کیلوگرام	۱۰۰۰۰ کیلوگرام	(واحد: هر صندوق ۲۵ دالر)	۱.۲۵ دالر	۲۵۰۰ دالر	۶۰۰ دالر	۱۹۰۰ دالر
محصول ۲	متر X متر (متر مربع)	هکتار	کیلوگرام	کیلوگرام	(واحد: )				
محصول ۳	متر X متر (متر مربع)	هکتار	کیلوگرام	کیلوگرام	(واحد: )				
محصول ۴	متر X متر (متر مربع)	هکتار	کیلوگرام	کیلوگرام	(واحد: )				

لطفاً تبدیل واحدها را در چوکات زیر مشخص نمایید. (مثلاً: ۱ بوجی کچالوی ایرلندی = ۱۱۰ کیلوگرام، ۱ دانه کلم = ۲ کیلوگرام)

۱ صندوق رومی = ۲۰ کیلوگرام

لطفاً بنویسید پس از اجرای برنامه SHEP چه تغییراتی ایجاد کرده‌اید (برای مثال: خریداران جدیدی پیدا کرده‌اید که مقدار زیاد خرید می‌کنند. خرید گروهی تخم تصدقی‌شده را برای کاهش هزینه‌ها آغاز کرده‌اید)

من کشت نوعی از باندجان رومی با رقم J Cal را آغاز کردم که مورد پسند بازار است. این رقم خاص باندجان رومی می‌تواند به قیمت بلندتر به فروش برسد. من با اعضای گروهم برای تنظیم ترانسپورت به صورت مشترک اقدام کردم تا مصارف ترانسپورت کاهش یابد.

## سروی نهایی - بخش ۲: تخنیک‌های زراعتی

تاریخ: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

نام ولسوالی: \_\_\_\_\_ نام ناحیه/علاقه‌داری: \_\_\_\_\_

نام گروه دهقانان: \_\_\_\_\_

نام دهقان: \_\_\_\_\_ جندر (زن / مرد): \_\_\_\_\_ نمبر تماس: \_\_\_\_\_

\*لطفاً برای پرسش‌های زیر «بلی» یا «نخیر» را علامت بزنید. معلومات اضافی را در حاشیه بنویسید.

مرحله قبل از کشت الی پس از کشت	پرسش‌ها	تخنیک‌های باغداری توصیه‌شده برای تطبیق	بلی	نخیر
۱ آمادگی قبل از کشت	پرسش ۱	آیا برای تعیین محصولات قابل کشت در هر فصل، سروی بازار انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۲	آیا بر اساس نتایج سروی بازار، تقویم زراعی تهیه کرده و آن را استفاده می‌کنید؟		
	پرسش ۳	آیا از مایش خاک را حداقل هر دو سال یکبار برای سبزیجات/گل‌های یکساله، یا قبل از کشت برای درختان میوه/گل‌های چندساله انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۴	آیا در تهیه کمپوست/کود از روش‌های توصیه‌شده کمپوست‌سازی ذریعه مواد آلی مختلف برای تأمین عناصر غذایی عمده نایتروجن (N)، فاسفورس (P) و پوتاشیم (K) استفاده می‌کنید؟		
	پرسش ۵	آیا از مواد زرعی با کیفیت توصیه‌شده با یک یا چند ویژگی زیر استفاده می‌کنید: مقاومت و تحمل به امراض، حاصل‌دهی بلند، رسیدگی زود هنگام، طعم بهتر، اندازه مناسب و ماندگاری بیشتر؟		
۲ آماده‌سازی زمین	پرسش ۶	آیا از یک یا چند روش توصیه‌شده آماده‌سازی زمین در مدیریت آفات و امراض استفاده می‌کنید: آفتاب‌دهی خاک (solarization)، شخم به‌موقع، عمق مناسب شخم و کاهش جابه‌جایی خاک برای جلوگیری از گسترش آفات و امراض خاکزاد؟		
	پرسش ۷	آیا بقایای محصول را حداقل دو ماه قبل از کشت، هنگام شخم به زمین برمی‌گردانید تا باز یافت عناصر غذایی تقویت شود؟		
	پرسش ۸	آیا کمپوست/کود حیوانی یا کود آلی را بحیث کود پایه حداقل ۱-۲ هفته قبل از کشت به زمین اضافه می‌کنید؟		
۳ استقرار محصول (کشت/پیوند یا نشاکاری)	پرسش ۹	آیا از روش‌های توصیه‌شده در پرورش نشا برای سبزیجات/گل‌های یکساله استفاده می‌کنید یا برای درختان میوه/گل‌های چندساله از نشاهای پرورش‌یافته در نهالستان‌های معتبر بهره می‌برید؟		
	پرسش ۱۰	آیا فاصله توصیه‌شده کشت/انتقال نشا را رعایت می‌کنید؟		
	پرسش ۱۱	آیا مقدار توصیه‌شده کود را هنگام کشت رعایت می‌کنید؟		
۴ مدیریت محصول	پرسش ۱۲	آیا نیاز آبی محصول را ذریعه یک یا چند روش آبیاری زیر تأمین می‌کنید: آب‌پاش دستی، بارانی، قطره‌ای و جویچه‌ای، قسمی که حداقل نیاز آبی محصول پوره شود؟		
	پرسش ۱۳	آیا وجین به‌موقع و استفاده از ابزار مناسب انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۱۴	آیا عملیات کوددهی تکمیلی (Top-dressing) را به‌گونه مناسب انجام می‌دهید، از حیث زمان‌بندی، نوعیت کود، مقدار توصیه‌شده تطبیق و روش تطبیق؟		
۵ رفع حاصل	پرسش ۱۵	آیا حداقل از دو روش مدیریت همه‌جانبه آفات (IPM) استفاده می‌کنید: زراعتی، بیولوژیکی، فزیک و کیمیاوی؟		
	پرسش ۱۶	آیا استفاده مصئون و موثر از آفت‌کش‌ها را رعایت می‌کنید: دوز مناسب، آفت‌کش‌های توصیه‌شده و دوره قبل از رفع حاصل (PHI)؟		
	پرسش ۱۷	آیا حداقل از یکی از شاخص‌های رفع حاصل زیر استفاده می‌کنید: رنگ، اندازه، شکل و سختی؟		
۶ رسیدگی پس از رفع حاصل	پرسش ۱۸	آیا از ظروف رفع حاصل/ذخیره/انتقال یا مواد بسته‌بندی معیاری با ویژگی‌های زیر استفاده می‌کنید: تهویه مناسب، قابلیت پاک‌کاری آسان و سطح هموار برای کاهش خسارت؟		
	پرسش ۱۹	آیا یکی از روش‌های توصیه‌شده ارزش‌افزایی را تطبیق می‌کنید: پاک‌کاری، درجه‌بندی، سورتینگ، بسته‌بندی یا پروسس محصول؟		
۷ تحلیل مصارف و عایدی	پرسش ۲۰	آیا ثبت مصارف تولید و فروش را انجام می‌دهید و تحلیل مصارف و عواید را تطبیق می‌کنید؟		
	پرسش ۲۱	آیا خرید مواد زراعتی مانند تخم/بذر، کود و مواد کیمیاوی را به‌صورت گروهی انجام می‌دهید؟		
	پرسش ۲۲	آیا انتقال حاصلات را به‌گونه جمعی تنظیم می‌کنید یا حاصلات خود را به‌صورت گروهی می‌فروشید؟		
۸ اقدام جمعی	پرسش ۲۳	آیا بحیث یک گروه، حاصلات مورد نظر را انتخاب کرده و برنامه‌های تولید/بازاریابی را به‌صورت جمعی با اعضای گروه طرح‌ریزی می‌کنید؟		

لطفاً بنویسید پس از اجرای برنامه SHEP چه تغییراتی داشتید (برای مثال: آغاز کمپوست‌سازی؛ شروع ثبت و نگهداری سوابق فارم).

## ۶. نمونه آموزش آگاهی جنوری

در کنیا، آموزشی با عنوان «آموزش آگاهی جنوری» بخشی از ترینینگ کورس SHEP بوده و به همه گروه‌های دهقانان مورد نظر ارائه شده است. آموزش آگاهی جنوری کنیا در اینجا طور مثال ارائه می‌شود. آموزش آگاهی جنوری SHEP کنیا به صورت مشارکتی برگزار شده و شامل چهار تمرین اصلی است: (۱) نقش‌ها و مسئولیت‌ها، (۲) دسترسی به منابع و کنترل آن‌ها، (۳) تقویم فعالیت‌های یومیه و (۴) بودجه‌بندی خانواده زراعتی. بر اساس آگاهی که دهقانان از این چهار تمرین به دست می‌آورند، آنان (۵) برنامه اقدام جنوری را تدوین و تطبیق می‌کنند.

**توصیه!** اگر به دلیل نارم‌های اجتماعی محلی صحبت کردن درباره ملاحظات جنوری دشوار باشد، می‌توان رهبران محلی صاحب‌نظر - مانند رهبران دینی - را در آموزش دخیل ساخت. لازم است این افراد پیشاپیش به گونه کافی در جریان اهداف آموزش قرار گیرند.

**توصیه!** در جریان بحث‌های گروهی، برای تسهیل‌گر مهم است محیط دوستانه ایجاد کند تا دهقانان بدون سرزنش یکدیگر و «بازی مقصر سازی»، با آرامش گفتگو نمایند.

### (۱) تمرین نقش‌ها و مسئولیت‌ها

دهقانان مرد و زن، به صورت جداگانه در گروه‌های خود، تعیین می‌کنند که کدام کارهای تولیدی (تولید حاصلات باغی) و کارهای بازتولیدی (کارهای خانه) توسط کدام جنس انجام می‌شود. برای هر ردیف، مجموعاً چهار علامت ✓ اختصاص داده می‌شود. پس از تکمیل کار گروهی ذریعه فارمت‌های زیر، گروه‌های مردان و زنان نتایج را ارائه کرده و برداشت‌های متفاوت خود از نقش‌های جنوری را مقایسه می‌کنند. سپس درباره تغییرات ممکن در نقش‌های جنوری به منظور مدیریت مؤثرتر فارم و خانواده بحث می‌شود. اگر شمار اشتراک‌کنندگان بی‌سواد زیاد باشد، می‌توان به جای نوشتار از تصاویر استفاده کرد.

### نقش‌های تولیدی - نمونه

فعالیت‌ها	مردان	زنان
۱ آماده‌سازی بستر تخم	✓	✓✓✓
۲ آماده‌سازی زمین	✓✓✓	✓
۳ نشاکاری	✓✓	✓✓
۴ مصرف کود	✓	✓✓✓
۵ مصرف آفت‌کش‌ها	✓✓✓✓	
۶ جمع‌آوری علف‌های هرزه		✓✓✓✓
۷ رفع حاصل	✓	✓✓✓
۸ پاک‌کاری، درجه‌بندی، بسته‌بندی	✓	✓✓✓
۹ بازاریابی	✓✓✓	✓
۱۰ کنترل عاید	✓✓✓✓	

۴ بخاطر از آنکه در کنیا معمولاً زن و شوهر هر دو به گونه گسترده در تولید حاصلات باغی دخیل‌اند، برگزاری آموزش‌های جنوری محور در کنار آموزش‌های تولید و بازاریابی، برای بلند بردن انگیزه و بهبود متمریت کاروبار زراعتی مفید دانسته می‌شود.  
۵ برای دریافت نصاب و مواد کامل آموزشی، لطفاً با نزدیکترین دفتر JICA تماس بگیرید.

### نقش‌های بازتولیدی - <نمونه>

شماره	فعالیت‌ها	مردان	زنان
۱	آشپزی		✓✓✓✓
۲	شستن لباس و ظروف		✓✓✓✓
۳	جمع‌آوری هیزم	✓	✓✓✓
۴	آوردن آب		✓✓✓✓
۵	مراقبت از کودکان	✓	✓✓✓
۶	مراقبت از مریضان	✓	✓✓✓
۷	آردکوبی/آسیاب‌کردن		✓✓✓✓
۸	ترمیم خانه	✓✓✓	✓
۹	تأمین امنیت	✓✓✓✓	

### (۲) تمرین در مورد دسترسی به منابع و کنترل منابع<sup>۶</sup>

گروه‌های مردان و زنان کار خود را ادامه داده و دو فارمت زیر را تکمیل می‌کنند. آنان مشخص می‌سازند که کدام جنس به منابع مهم برای کارهای تولیدی دسترسی دارد و همچنان کدام جنس بر همان منابع کنترل دارد. نتایج بحث‌های مردان و زنان با یکدیگر مقایسه شده و بررسی می‌شود که محدودیت‌های جندری در دسترسی به منابع یا کنترل آنها چگونه می‌تواند تأثیر منفی بر زندگی دهقانی داشته باشد. اگر شمار اشتراک‌کنندگان بی‌سواد زیاد باشد، می‌توان به‌جای نوشتار از تصاویر در خانه‌های مربوط به منابع استفاده کرد.

### دسترسی به منابع<sup>۷</sup> - <نمونه>

شماره	فعالیت‌ها	مردان	زنان
۱	زمین	✓✓	✓✓
۲	ابزار زراعتی	✓✓✓	✓
۳	گاو شیری اصلاح شده	✓✓✓	✓
۴	بیز محلی	✓	✓✓✓
۵	مرغ محلی	✓	✓✓✓
۶	آموزش‌های زراعتی	✓✓✓	✓
۷	رومی (بحیث محصول اصلی)	✓✓	✓✓
۸	مرچ (بحیث محصول اصلی)	✓✓	✓✓

### کنترل<sup>۸</sup> منابع <نمونه>

شماره	فعالیت‌ها	مردان	زنان
۱	زمین	✓✓✓✓	
۲	ابزار زراعتی	✓✓✓✓	
۳	گاو شیری اصلاح شده	✓✓✓	✓
۴	بیز محلی	✓✓✓	✓
۵	مرغ محلی	✓✓	✓✓
۶	آموزش‌های زراعتی	✓✓✓✓	
۷	رومی (بحیث محصول اصلی)	✓✓✓✓	
۸	مرچ (بحیث محصول اصلی)	✓✓✓✓	

۶ منبع: هر چیزی که دهقانان می‌توانند مالک آن باشند یا از آن استفاده کنند - مانند زمین، ابزار، حاصلات، حیوانات و امثال آن - و از آن منفعت به‌دست آورند.

۷ دسترسی: امکان استفاده از یک منبع.

۸ کنترل: صلاحیت تصمیم‌گیری دربارهٔ چگونگی استفاده از منبع، اینکه چه کسی به آن دسترسی داشته باشد و چه زمانی فروخته شود.

### (۳) تمرین تقویم فعالیت‌های یومیه

مردان و زنان هر کدام تقویم فعالیت‌های یومیه خود را برای یک روز عادی هفته رسم می‌کنند. این فعالیت‌ها شامل کارهای فارم، کارهای خانگی مانند آشپزی و پاک‌کاری، همچنان زمان استراحت و خواب می‌باشد. در بحث عمومی، مردان و زنان تقویم‌های یومیه خود را با یکدیگر مقایسه کرده و درباره بهبود استفاده از زمان برای زوج‌ها گفتگو می‌کنند.

#### تقویم فعالیت یومیه مردان <نمونه>



#### تقویم فعالیت یومیه زنان <نمونه>



### (۴) تمرین بودجه‌بندی خانواده زراعتی

گروه‌های مردان و زنان به‌صورت جداگانه، بر اساس الگوی معمول مصرف سالوار خود، مقدار مصارف هر ماه را در «ورق بودجه‌بندی خانواده زراعتی» درج می‌کنند. اگر دهقانان به‌دلیل چلنج‌های سواد در نوشتن اعداد با مشکل روبه‌رو باشند، ترتیب‌کنندگان می‌توانند از آنان بخواهند از وسایل ساده مانند شیرینی، سنگ‌ریزه و موارد مشابه برای نشان‌دادن مقدار پول استفاده کنند. پس از تکمیل تمرین، گروه‌های مردان و زنان برگه‌های یکدیگر را مشاهده کرده و درباره مشکلات ناشی از نبود ارتباط میان زن و شوهر در بودجه‌بندی خانواده، استفاده ناکار از منابع مالی و موارد مشابه بحث می‌کنند. در این پروسس، گروه هدایت می‌شود تا راه‌های بهبود مدیریت بودجه خانواده را بررسی کند.

#### ورق بودجه‌بندی خانواده زراعتی

موارد مصارف	جنوری	فبروری	مارچ	اپریل	می	جون	جولای	اگست	سپتمبر	اکتوبر	نومبر	دسمبر	مجموع
۱													
۲													
۳													
۴													
۵													
۶													
۷													
۸													
۹													
۱۰													
مجموعی													



عکس: کنیا

## (۵) اکشن پلان جندری

آگاهی از ناکارآمدی نقش‌های جندری، نابرابری در قدرت تصمیم‌گیری و کمبود اعتماد و ارتباط میان زن و شوهر، گروه‌ها را به بحث‌های عمیق‌تر دربارهٔ راه‌های غلبه بر این چلنج‌ها سوق می‌دهد. برای کمک به دهقانان تا بر اساس آگاهی افزایش‌یافتهٔ خود اقدامات عملی انجام دهند، برنامهٔ اقدام جندری مطابق الگوی زیر تدوین می‌گردد. این برنامه اقداماتی را مشخص می‌سازد که می‌تواند به حل شماری از مشکلات شناسایی‌شده در چهار تمرین پیشین کمک نماید. توقع می‌رود گروه‌های دهقانان این برنامهٔ اقدام را در جریان تطبیق SHEP به‌گونهٔ عملی اجرا نمایند.

### اکشن پلان جندری <نمونه>

اهداف	دشواری‌ترین کارها	فعالیت‌ها	منابع	تقسیم اوقات	تطبیق‌دهنده	شاخص نظارت	ناظر	ملاحظات
بار کاری سنگین زنان کاهش یافت	جمع‌آوری هیزم	خرید اجاق پخت‌وپز بهبودیافته	(۸۰۰ شیلینگ کنیا) برای ساخت آشپزخانه	دسامبر ۲۰۱۸	هر عضو گروه	بیش از ۷۰٪ از اعضای گروه سهم داشتند	تسهیل‌گر گروه / کمیته اجرایی	پس از فروش حاصلات باغی در فصل آینده

### پیشنهاد: برگزاری جلسات بحث ذریعه داستان‌های واقعی

مادل‌های آموزشی تشریح‌شده از (۱) تا (۵) مربوط به آموزش آگاهی جندری اجرا شده در کنیا است. با آنهم، برخی کشورها ممکن است از نظر منابع مالی و نیروی انسانی با محدودیت‌هایی برای برگزاری چنین آموزش‌هایی روبه‌رو باشند. در چنین مواردی، به‌جای اجرای کامل آموزش به سبک کنیا، برگزاری مجمع‌های گفتگو برای آشنا ساختن دهقانان مورد نظر با موضوعات کلیدی جندری می‌تواند مفید باشد. یکی از نمونه‌های چنین مجمع‌هایی، ارائهٔ داستان‌های واقعی از زندگی روزمره (حکایات کوتاه) است تا دهقانان به‌سادگی درک کنند که مشارکت فعال هر دو - زن و شوهر - در تصمیم‌گیری‌های مدیریت فارم تا چه اندازه مهم است. اگر ترتیب‌کنندگان بتوانند پس از معرفی این داستانها جلسات گفتگو برگزار کنند، چنین فرصت‌هایی می‌تواند ابزار مؤثری برای افزایش آگاهی دهقانان باشد.

## رکن ۶: داستان یک شوهر در یک خانواده زراعتی

یک روز صبح از خانه بیرون شدم تا برای رومی‌هایی که آماده رفع حاصل بودند، بازار پیدا کنم. در حالی که من بیرون از خانه مصروف جست‌وجوی بازار بودم، یک خریدار به خانه ما آمد و با همسرم روبه‌رو شد. او پرسید که آیا می‌تواند رومی‌ها را از او خریداری کند یا نه؛ اما چون همسرم هیچ صلاحیتی برای تصمیم‌گیری نداشت و از برنامه‌های من نیز آگاه نبود، درخواست او را رد کرد. جست‌وجوی من برای یافتن بازار موفقانه نبود؛ بنابراین به خانه برگشتم و همسرم رویدادهای آن روز را برایم بیان کرد. واقعاً احساس بدی داشتم و در نهایت، رومی‌های من فاسد شد؛ بخاطریکه نتوانستم جایی برای فروش آنها پیدا کنم.



از دهقانان بپرسید:

- ✓ آیا این وضعیت برای شما آشناست؟
- ✓ به نظر شما چرا این مشکل به وجود آمد؟
- ✓ فکر می‌کنید چگونه می‌توان از بروز چنین وضعیتی جلوگیری کرد؟

## رکن ۷: داستان یک زن در یک خانواده زراعتی

شوهرم به من گفت: «شنیده‌ام گلپی مفادآور است. بیایید گلپی را در تمام زمین‌مان کشت کنیم.» من با او مخالفت کردم و گفتم: «بله، اما فقط در نیمی از زمین، نه در تمام زمین»، بخاطریکه دیدم بسیاری از دهقانان دیگر نیز گلپی کشت کرده‌اند و از مردم شنیده بودم که افراد زیادی قصد دارند گلپی بکارند. می‌دانستم تا زمانی که محصول ما برداشت شود، قیمت آن کاهش خواهد یافت. اما شوهرم به حرفم گوش نداد و همان کاری را که خودش می‌خواست انجام داد. در پایان فصل، متحمل زیان بزرگی شدیم. با آنهم، پس از این تجربه تلخ، شوهرم شروع کرد از من بپرسد: «به نظر تو برای این فصل کدام محصول مناسب است؟»



عکس: افریقای جنوبی

از دهقانان بپرسید:

- ✓ آیا این وضعیت برای شما آشناست؟
- ✓ به نظر شما چرا این مشکل به وجود آمد؟
- ✓ فکر می‌کنید چگونه می‌توان از بروز چنین وضعیتی جلوگیری کرد؟

اما اکنون تو به شوهر بهتری  
تبدیل شده‌ای؛ مسائل مختلف  
زراعتی و همچنان امور مالی  
خانواده را با من در میان می‌گذاری  
و درباره آنها گفتگو می‌کنی.



من قبلاً پیسه را پنهانی در  
تشناب می‌شمردم.

صحیح است. حالا از اینکه  
با تو یکجا کار می‌کنم لذت  
می‌برم. ما بحیث یک تیم به  
یکدیگر اعتماد داریم.

## بخش ۳: رهنمودها

«بخش ۳: رهنمودها» معلومات تکمیلی و رهنمایی‌های اضافی را ارائه می‌کند که برای تطبیق مؤثر رویکرد SHEP مفید است.

## ۱. پرسش‌های متداول

در این بخش، شماری از پرسش‌هایی که به‌گونه مکرر از سوی ترتیب‌کنندگان SHEP در سراسر جهان مطرح شده‌اند، گردآوری گردیده است. بر بنیاد تجارب گوناگون ترتیب‌کنندگان و برنامه‌ریزان SHEP در داخل و خارج از کنیا، پاسخ‌هایی به این پرسش‌ها آماده شده است. بدیهی است که برای این نوع پرسش‌ها پاسخ واحد و قطعی وجود ندارد. از خوانندگان تشویق می‌شود تا از طریق کار عملی با دهقانان در میدان، پاسخ‌های مناسب با شرایط خود را بیابند.

### ۱.۱. پرسش‌ها در مورد قابلیت تطبیق و روش‌های SHEP

پرسش ۱: آیا رویکرد SHEP تنها به باغداری محدود است؟ آیا می‌توان آن را در سایر فعالیت‌های زراعتی مانند غلهجات و مالداری نیز به‌کار برد؟

پاسخ ۱: رویکرد SHEP می‌تواند در سایر زیربخش‌های زراعت نیز تطبیق گردد. JICA در حال ترویج این رویکرد در زیربخش‌های مختلف زراعتی و همچنان در کشورهای خارج از آفریقا است. به‌طور مثال، یک پروژه برنج در ماداگاسکار از رویکرد SHEP استفاده می‌کند. در نامیبیا، ترویج مالداری بر اساس رویکرد SHEP طرح‌ریزی شده است. همچنان دهقانان مورد نظر در پاکستان کوشش می‌کنند نیازهای بازار مالداري را درک کرده و شیوه‌های کاری خود را مطابق ترجیحات بازار بهبود بخشند. زیربخش‌های دیگری مانند غلهجات مختلف، شیلات یا پرورش حاصلات زراعتی نیز می‌توانند از رویکرد SHEP استفاده نمایند؛ مشروط بر اینکه ابتکار مورد نظر در پی کاهش شکاف معلوماتی میان تولیدکنندگان و عوامل بازار از طریق بلند بردن انگیزه کنشگران انکشاف باشد. در واقع، بسیاری از دهقانان SHEP، بدون هدایت مستقیم کارکنان دولتی، آموخته‌های خود را در فعالیت‌های دیگر درآمدزا مانند مالداري و پرورش مواد غذایی نیز به‌کار می‌گیرند.

پرسش ۲: آیا پس از پایان ترینینگ کورس SHEP، دهقانان مایوس نمی‌شوند؟ چگونه می‌توان انگیزه آنان را پس از مداخله SHEP حفظ کرد؟



Photo: Takeshi Kuno/JICA, Kenya

پاسخ ۲: دهقانانی که از آموزش SHEP «فارغ» می‌شوند، معمولاً مایوس نمی‌گردند. درست است که پس از مداخله فشرده آموزشی، دیدارهای کارکنان ترویج کمتر می‌شود؛ اما رابطه میان گروه‌های دهقانان و کارکنان ترویج نسبت به گذشته بسیار قوی‌تر می‌گردد و آنان می‌توانند از طریق تماس‌های تلفنی به‌گونه منظم در ارتباط باقی بمانند. علاوه بر این، گروه‌های دهقانان از طریق مشارکت در SHEP با خریداران، عرضه‌کنندگان مواد زراعتی، شرکت‌های

پرورش مواد غذایی، نهادهای مالی و مراکز تحقیقاتی شبکه‌های تجاری ایجاد می‌کنند و می‌توانند بدون نیاز به حمایت مستقیم دولت، تعاملات و معاملات خود را ادامه دهند. مهم است که ترتیب‌کنندگان SHEP از آغاز آموزش، برای دهقانان روشن سازند که هدف SHEP دستیابی به زراعت خودبسیار و پایدار است.

پرسش ۳: رویکرد SHEP چه تفاوتی با روش‌هایی مانند مکتب تجارت دهقانان (FBS) دارد؟ آیا هر دو زراعت بازار محور را ترویج نمی‌کنند؟

پاسخ ۳: درست است که هم SHEP و هم FBS مفهوم «زراعت بحیث کاروبار» را ترویج می‌کنند. اما در FBS معمولاً تنها نمایندگان گروه‌ها آموزش‌های فشرده می‌بینند و توقع می‌رود که آموخته‌های خود را به سایر اعضا انتقال دهند. در مقابل، SHEP فرصت‌های آموزشی را برای تمام اعضای گروه فراهم می‌کند و از طریق روش «یادگیری از راه عمل» به آنان کمک می‌نماید تا مهارت‌های جدید را عملاً تمرین کنند. به همین دلیل، جریان تغییرات به سرعت آغاز می‌شود. برخی ترتیب‌کنندگان SHEP نیز اظهار داشته‌اند که این رویکرد باعث تقویت اعتماد و نزدیکی میان دهقانان و کارکنان ترویج می‌شود که یک مزیت اضافی به‌شمار می‌رود. مهم‌تر از همه، SHEP نه تنها زراعت بازار محور را ترویج می‌کند، بلکه بر اساس نظریه خودتعیین‌گری، انگیزه درونی دهقانان را برای اجرای آن تقویت می‌نماید؛ ویژگی‌ای که SHEP را متمایز می‌سازد.

پرسش ۴: رویکرد SHEP چه تفاوتی با رویکرد انکشاف زنجیره ارزش دارد؟

پاسخ ۴: هر دو رویکرد در پی ایجاد اقتصاد بازار کارآمد از طریق تقویت پیوندهای تجارتي میان ذینفعان زنجیره ارزش اند. در حالی که رویکرد انکشاف زنجیره ارزش بیشتر بر ایجاد بسترهای گفتگو میان تمام عوامل تمرکز دارد، رویکرد SHEP بر انکشاف توانایی‌ها دهقانان تأکید ویژه می‌کند تا خود دهقانان بتوانند ذینفعان مرتبط با کاروبار زراعتی‌شان را شناسایی کرده و به ابتکار خود با آنان رابطه تجارتي برقرار نمایند. به‌طور خلاصه، تمرکز SHEP بر تقویت انگیزه خودمختار و مهارت‌های دهقانان برای انکشاف و بهره‌گیری از زنجیره ارزش است.

پرسش ۵: تفاوت‌های اصلی میان سروی بازار و مجمع ذینفعان چیست، در حالی که هر دو رویداد هدف‌شان پُر کردن شکاف معلوماتی میان دهقانان و عوامل بازار است؟



عکس: سنگال

پاسخ ۵: هر دو رویداد در اصل هدف مشترکی دارند و آن پرداختن به مشکل عدم توازن معلومات است. با آنهم، ترتیب‌کنندگان و دهقانان در کشورهای تطبیق‌کننده SHEP برخی تفاوت‌ها را شناسایی کرده‌اند. (۱) در جریان مجمع ذینفعان، افراد در یک محیط آرام و بدون مزاحمت، وقت بیشتری برای بحث‌های مفصل و متمرکز دارند؛ در حالی که در سروی بازار چنین امکانی کمتر فراهم است. (۲) بخاطر از آنکه سروی بازار توسط خود دهقانان انجام می‌شود، آنان می‌توانند این سروی را هر زمانی که بخواهند - حتی به‌گونه منظم - و بدون کمک دولت اجرا نمایند؛ در حالی که مجمع ذینفعان معمولاً تنها

سالی یکبار یا در زمان‌هایی برگزار می‌شود که منابع لازم از سوی دولت در دسترس قرار گیرد. بنابراین، این دو رویداد هرکدام مزایا و محدودیت‌های خاص خود را دارند.

## ۲.۱. پرسش‌ها در مورد چلنج‌های بازاریابی

پرسش ۱: برای افزایش مفاد، آیا بهتر نیست به دهقانان توصیه شود که واسطه‌ها (دلالتان) را کنار بگذارند و به‌طور مستقیم با عمده‌فروشان یا پرچون فروشان معامله کنند، به‌جای این‌که به داشتن روابط تجاری خوب با واسطه‌ها تشویق گردند؟

پاسخ ۱: درست است که در بسیاری موارد، گروه‌های دهقانان با حذف واسطه‌ها (دلالتان) توانسته‌اند مفادآوری خود را افزایش دهند. با آنهم، برای آن دسته از دهقانانی که در مناطق دورافتاده زندگی می‌کنند، ترانسپورت یک مشکل بزرگ است و گزینه‌های محدودی برای فروش حاصلات خود دارند. در چنین شرایطی، تنها گزینه موجود ممکن است فروش به واسطه‌ها باشد. در این موارد، به دهقانان توصیه می‌شود که به‌جای حذف واسطه‌ها، در پی ایجاد یک رابطه تجاری خوب با آنان باشند. همچنان، گروه‌های دهقانان بر اساس معلوماتی که در جریان سروی بازار جمع‌آوری کرده‌اند، دو سناریو را با هم مقایسه می‌کنند: (۱) فروش محصول به واسطه‌ها در دروازه فارم، یا (۲) انتقال حاصلات به بازار و فروش آنها به عمده‌فروشان. پس از مقایسه این دو سناریو، ممکن است در نهایت فروش به واسطه‌ها را انتخاب کنند؛ یا به این دلیل که مفادآوری آن بیشتر است، یا به این دلیل که خطر آن کمتر می‌باشد. نکته مهم این است که دهقانان آگاه شوند ذینفعان بازار چه کسانی‌اند و چه گزینه‌هایی برای انتخاب در اختیار دارند.

پرسش ۲: ناتوانی در عرضه پیوسته حاصلات یکی از چلنج‌های عمده دهقانان دارای زمین کوچک است. SHEP چگونه این مشکل را حل می‌کند؟

پاسخ ۲: SHEP بخاطر از آنکه با گروه‌های دهقانان کار می‌کند، کوشش می‌نماید از این ساختار بیشترین بهره را ببرد. در ارتباط به مسئله عرضه پیوسته، گروه‌های موفق دهقانان زمان‌های رفع حاصل را در میان اعضای گروه طرح‌ریزی و هماهنگ می‌سازند تا بتوانند حاصلات خود را به‌گونه مداوم به بازار عرضه کنند. برنامه SHEP با آموزش چگونگی تهیه تقویم زراعی (Crop Calendar)، دهقانان را در این پروسس کمک می‌کند.

پرسش ۳: دهقانان دارای زمین کوچک چگونه می‌توانند حاصلات خود را به سوپرمارکت‌ها عرضه کنند؟  
پاسخ ۳: عرضه به سوپرمارکت‌ها معمولاً به دلیل معیارهای سخت‌گیرانه کیفیت آسان نیست. دهقانان ابتدا با بازارهای محلی آغاز می‌کنند و به‌تدریج مهارت‌های تولیدی خود را بهبود می‌بخشند تا به معیارهای سوپرمارکت‌ها برسند. گام‌های کوچک و تدریجی بهترین راه است.

## ۱.۳. پرسش‌ها در مورد انواع مساعدت



Photo: Takeshi Kuno/JICA, Kenya

پرسش ۱: آیا SHEP واقعاً می‌تواند با وجود اینکه هیچ‌گونه کمک مالی یا مادی به دهقانان ارائه نمی‌کند، به نرخ بالایی مشارکت دست یابد؟ تشویق داریم که اشتراک دهقانان به تدریج کمتر و کمتر شود.

پاسخ ۱: بر اساس نظریه خودتعیین‌گری (Self-Determination Theory)، این یک رویکرد مناسب نیست که به دهقانان گفته شود: «به آموزش بیایید و کمک مادی دریافت خواهید کرد»، بخاطریکه در این صورت نیازهای روانی دهقانان برای توان تصمیم‌گیری مستقل تضعیف می‌شود و آنان تنها برای دریافت کمک‌های توزیعی در آموزش‌ها اشتراک خواهند کرد. برای ترتیب‌کنندگان

برنامه بسیار مهم است که پیش از آغاز فعالیت‌های SHEP، به‌گونه واضح برای دهقانان توضیح دهند که SHEP صرفاً یک برنامه آموزشی انکشاف توانایی‌ها است و هیچ‌گونه حمایت مادی ارائه نمی‌کند. همچنان باید اطمینان حاصل نماییم که آن دسته از دهقانانی را انتخاب می‌کنید که پس از شنیدن این توضیح، مایل به اشتراک در برنامه SHEP باشند. با آنهم، این به آن معنا نیست که SHEP هیچ حمایتی برای رسیدگی

به مشکل کمبود توان مالی دهقانان ارائه نمی‌کند. SHEP به دهقانان کمک می‌کند تا به حمایت‌های مالی یا مادی دسترسی پیدا کنند. این کار از طریق وصل کردن آنان با ذینفعان مربوط - مانند سازمان‌های غیردولتی، نهادهای مالی و ادارات دولتی - در جریان مجمع ذینفعان و سروی بازار انجام می‌شود. نکته مهم این است که دهقانان خود باید ابتکار عمل را برای برقراری رابطه با ذینفعانی که می‌توانند انواع کمک‌های مادی را فراهم سازند، به‌دست گیرند؛ بخاطریکه SHEP از نیاز روانی دهقانان به توان تصمیم‌گیری مستقل حمایت می‌کند.

پرسش ۲: گاهی اوقات فراهم‌سازی کمک‌های مادی برای بقای باشندگان قریه‌ها حیاتی است. اما برنامه SHEP کوشش می‌کند به دهقانان کمک مالی یا مادی ندهد. آیا SHEP کمک‌های بشردوستانه را رد می‌کند؟

پاسخ ۲: کمک‌های بشردوستانه در وضعیت‌های اضطراری - مانند آفات طبیعی و منازعات - کاملاً ضروری است. اما SHEP برای اجرا در چنین وضعیت‌های اضطراری دیزاین نشده، بلکه برای شرایط عادی دیزاین گردیده است؛ بخاطریکه هدف SHEP تقویت ظرفیت دهقانان برای اداره پایدار کاروبارهای زراعتی آنان می‌باشد. همچنان، SHEP دهقانانی را هدف قرار می‌دهد که بالاتر از سطح معیشتی (subsistence level) قرار دارند؛ به عبارت دیگر، آنان تا اندازه‌ای توانایی مالی برای سرمایه‌گذاری در کاروبارهای باغداری را دارند و لازم نیست دولت برای آغاز فعالیت‌های SHEP به آنان کمک‌های مادی ارائه کند. در مورد دهقانان ضرورتمند به کمک معیشتی، آنان نیازمند حمایت از طریق رویکردی متفاوت از SHEP می‌باشند.



عکس: تاکهشی کونو/JICA، کنیا

پرسش ۳: بسیاری از دهقانان در بخش تولیدات زراعتی از کمبود زیربناهای اساسی رنج می‌برند یا برای گسترش کاروبار زراعتی خود به سرمایه ابتدایی نیاز دارند. آنان به قرضه نیاز دارند. آیا SHEP برای دهقانان قرضه فراهم می‌کند؟

پاسخ ۳: به‌گونه مستقیم خیر. اما از طریق مجمع ذینفعان یا سروی بازار، دهقانان این فرصت را به‌دست می‌آورند تا با بانک‌ها، مؤسسات مالی کوچک (microfinance institutions) یا سازمان‌های غیردولتی که به آنان قرضه می‌دهند، ارتباط برقرار کنند. بسیاری از دهقانان SHEP در کنیا از چنین نهادهایی برای گسترش کاروبار باغداری خود قرضه دریافت کرده‌اند.

پرسش ۴: آیا نباید SHEP بر صادرات و پروسس برای ایجاد ارزش افزوده بلندتر برای حاصلات باغی تأکید کند؟

پاسخ ۴: صادرکنندگان و شرکت‌های پروسسینگ می‌توانند به مجمع ذینفعان دعوت شوند یا در جریان سروی بازار مورد بازدید قرار گیرند. در واقع، بسیاری از دهقانان در کنیا توانسته‌اند سبزیجات را به اروپا صادر کنند. با آنهم، مهم است به یاد داشته باشیم که هدف SHEP ضرورتاً این نیست که دهقانان را به صادرات یا افزودن ارزش به حاصلات باغی سوق دهد. تا زمانی که دهقانان کاروبار زراعتی خود را بهبود بخشند، مهم نیست که عایدی آنان از صادرات به‌دست می‌آید یا از فروش داخلی. مهم‌ترین نکته این است که به دهقانان کمک شود تا شیوه کاروباری را بیابند که بیشترین تناسب را با شرایط آنان دارد.

#### ۱.۴. پرسش‌ها در مورد هدف‌گذاری

پرسش ۱: آیا چنانچه اکثریت دهقانان بی‌سواد باشند، می‌توان SHEP را تطبیق کرد؟  
پاسخ ۱: بلی، کاملاً امکان‌پذیر است. در واقع، در بسیاری از کشورها و مناطق تطبیق‌کننده SHEP، شمار قابل توجهی از دهقانان مورد نظر بی‌سواد بوده‌اند. با آنهم، لازم است ترتیب‌کنندگان روش‌های گوناگونی را برای غلبه بر چلنج‌های ناشی از بی‌سوادی در نظر بگیرند؛ بشمول از تهیه محتوای آموزشی دیداری و جذاب و استفاده از همکاری دهقانان باسواد برای کمک به اعضای بی‌سواد گروه غرض خواندن و نوشتن.

پرسش ۲: آیا SHEP می‌تواند یک گروه بزرگ دهقانان با بیش از ۱۰۰ عضو را هدف قرار دهد؟  
پاسخ ۲: بلی، امکان هدف‌گذاری گروه‌های بیش از ۱۰۰ نفر نیز وجود دارد. با آنهم، در چنین شرایطی باید به مسائلی مانند انتقال مؤثر معلومات میان اعضا و تضمین تصمیم‌گیری دموکراتیک توجه ویژه صورت گیرد. به همین دلیل، ممکن است لازم باشد در جریان آموزش‌ها، گروه به چند زیرگروه کوچکتر تقسیم شود تا کار عملی آسان‌تر گردد؛ البته بدون آن‌که احساس همبستگی و وحدت گروهی آسیب ببیند.

پرسش ۳: اگر در ساحة هدف، گروه‌های سازمان‌یافته دهقانان وجود نداشته باشد، چه باید کرد؟  
پاسخ ۳: ضرور نیست که گروه دهقانان یک گروه رسمی و راجستر شده باشد. گروه‌های غیررسمی یا ثبت‌نشده نیز می‌توانند هدف SHEP باشند، مشروط بر اینکه میان اعضای آنها احساس واقعی همبستگی و همکاری وجود داشته باشد. همچنان، تطبیق رویکرد SHEP با دهقانان انفرادی نیز ممکن است، در صورتی که دهقانان در ساحة هدف به‌گونه فردی کار کنند و عضو کدام نوع گروهی نباشند. در چنین حالت‌هایی، طرح‌ریزی گروهی - خاصاً در تهیه تقویم زراعی - دشوارتر می‌شود و ترتیب‌کنندگان باید دهقانان را تشویق کنند تا به‌صورت انفرادی طرح‌ریزی نمایند.

#### ۱.۵. پرسش‌ها در مورد کارکنان ترویج و سیستم‌ها



Photo: Ethiopia

پرسش ۱: آیا SHEP باعث افزایش حجم کاری کارکنان ترویج می‌شود؟

پاسخ ۱: تجربه نشان می‌دهد که ممکن است در آغاز، خاصاً هنگام اجرای فعالیت‌های جدید در بخش بازاریابی، حجم کاری کارکنان اندکی افزایش یابد. با آنهم، بسیاری از کارکنان ترویج اظهار داشته‌اند که کارشان در مجموع آسان‌تر شده است؛ بخاطریکه تماس‌های مکرر دهقانان برای پرسش در مورد محل فروش حاصلات در فصل رفع حاصل کاهش یافته است. همچنان، کارکنان ترویج رضایت شغلی بیشتری احساس می‌کنند؛ بخاطریکه به‌طور مستقیم بهبود وضعیت معیشتی دهقانان را مشاهده می‌نمایند و تلاش‌های‌شان مورد قدردانی قرار می‌گیرد. در واقع، SHEP نه‌تنها دهقانان، بلکه کارکنان ترویج را نیز بانگیزه می‌سازد.

پرسش ۲: آیا SHEP می‌تواند در شرایطی تطبیق شود که شمار کارکنان ترویج بسیار محدود باشد؟  
پاسخ ۲: بلی، مشروط بر اینکه برخی تعدیلات در پروسه تطبیق استاندارد آن صورت گیرد. به طور مثال، کشور رواندا با معرفی روش ترویج دهقان به دهقان توانسته است این چلنج را مدیریت کند و انتقال مهارت‌های تولیدی را گسترش دهد.

## ۱.۶. پرسش‌ها در مورد منابع مالی

پرسش ۱: آیا در چنان حالات که منابع مالی دولت بسیار محدود باشد، SHEP قابل تطبیق است؟  
پاسخ ۱: بلی. این کتابچه رهنما دقیقاً برای شرایطی دیزاین شده است که منابع مالی برای تطبیق محدود باشد. اگر رهنمودهای این کتاب دنبال شود، روشن می‌گردد که فعالیت‌ها ساده، منظم و کم‌هزینه‌اند و به بودجه کلان نیاز ندارند. در واقع، رویکرد SHEP می‌تواند بدون نیاز به منابع مالی اضافی قابل توجه، در چوکات کارهای عادی ترویجی ادغام گردد.

## ۱.۷. پرسش‌ها در مورد جندر

پرسش ۱: موضوع جندر حساس است. آیا دهقانان مایلند در این مورد گفتگو کنند؟  
پاسخ ۱: تجربه کنیا نشان می‌دهد که دهقانان - اعم از مرد و زن - از فعالیت‌های مرتبط با جندر در SHEP استقبال می‌کنند. آموزش‌های مرتبط با جندر از محبوب‌ترین موضوعات آموزشی در میان دهقانان SHEP در کنیا بوده است. دهقانان این موضوع را می‌پسندند؛ بخاطریکه تمرکز آن بر بهبود کاروبار زراعتی خانواده است، نه سرزنش یکدیگر به‌خاطر مشکلات جندری.

## ۲. منابع

به منظور ترویج رویکرد SHEP جایکا مجموعه ای از محتوای مرجع و آموزشی را تهیه کرده است. فهرستی از برخی این محتوای که ذریعه اینترنت قابل دسترسی هستند، در ذیل ارائه می شود. در صورتی که به معلومات بیشتری نیاز دارید، لطفاً با دفتر JICA در کشور خود تماس بگیرید.

◀ وبسایت SHEP

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/shep/index.html](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/index.html)



◀ صفحه فیسبوک SHEP

<https://www.facebook.com/jicashep/>



◀ ویدیوی یوتیوب SHEP: «دهقانان دارای زمین کوچک تغییراتی برای موفقیت در بازار ایجاد می کنند -

رویکرد SHEP در سراسر آفریقا گسترش می یابد»

<https://www.youtube.com/watch?v=idGw6xLljH8>



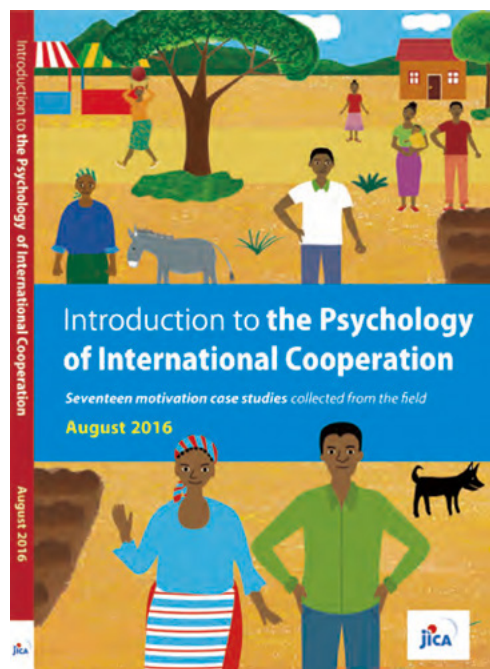
- ◀ [JICA-Net Library] رویکرد SHEP: «ترقی زراعتی بحیث یک کاروبار» بر اساس نظریه انگیزه  
(نسخه کوتاه: ۶ دقیقه، نسخه مکمل: ۲۶ دقیقه)  
Full: <https://www.youtube.com/watch?v=np1dVW-j7lk>  
Digest: <https://www.youtube.com/watch?v=bA4UFzK7E7A>



- ◀ اپلیکیشن بازی SHEP با اسم "Fun Fun Farming!"  
<https://www.youtube.com/watch?v=43UX1Sxqqf8>



- ◀ بروشور: «مقدمه‌ای بر روان‌شناسی همکاری‌های بین‌المللی»  
<https://libopac.jica.go.jp/images/report/12092193.pdf>



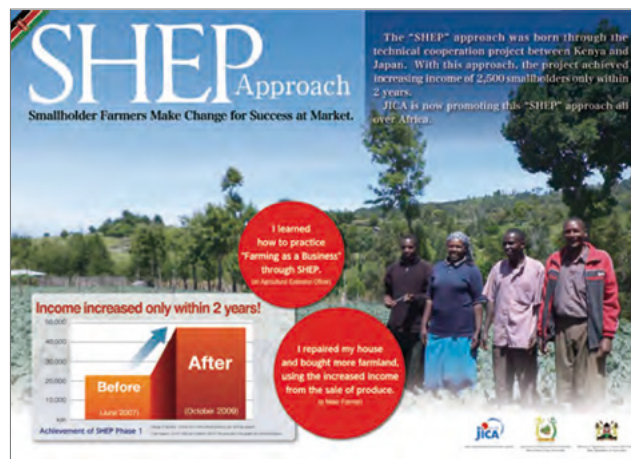
◀ بروشور SHEP: "نشان تجاری جاپان SHEP (سپتمبر ۲۰۱۶)"

[https://www.jica.go.jp/english/publications/brochures/c8h0vm0000avs7w2-att/japan\\_brand\\_08.pdf](https://www.jica.go.jp/english/publications/brochures/c8h0vm0000avs7w2-att/japan_brand_08.pdf)



◀ بروشور SHEP: "پامفلت SHEP (مارچ ۲۰۱۳)"

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep\\_04\\_en.pdf](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep_04_en.pdf)



◀ بروشور SHEP: "داستان SHEP (فبروری ۲۰۱۴)"

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep\\_05\\_en.pdf](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep_05_en.pdf)



بروشور SHEP: "تکنالوژی دو-نو (Do-nou) – بهبود راه‌های دسترسی دهات"

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/shep/c8h0vm0000bm5dq-aatt/Do-Nou.pdf](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/c8h0vm0000bm5dq-aatt/Do-Nou.pdf)



ویدیوی یوتیوب SHEP درباره تکنالوژی DO-NOU: "بهبود راه‌های دسترسی دهات"، کنیا،

SHEP-UP (۲۰۱۲)

<https://www.youtube.com/watch?v=bzYt8znD6OQ>





ISBN978-4-86357-079-5

