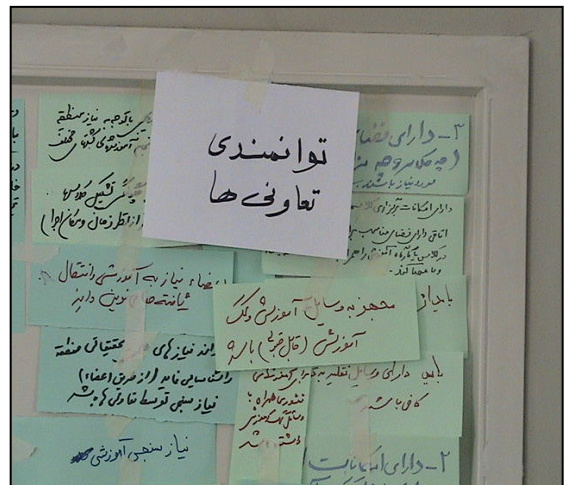


ارتقای نقش آموزشی و ترویجی تعاونی های تولید روستایی



نگارش:

حمیدرضا زرنکار، مهرداد تیموری

دفتر مطالعات و طراحی ترویج و نظام بهره‌برداری

(گزارش هم‌اندیشی، زمان برگزاری ۲۹ و ۳۰ فروردین ماه ۱۳۸۵)

رویکرد واگذاری فعالیت‌های تصدی‌گری‌های دولتی به بخش خصوصی و استفاده از ظرفیت‌های عملی سازمان‌های غیردولتی سیاستی است که در چند دهه اخیر مورد توجه مسئولان بخش کشاورزی قرار گرفت. در فعالیت‌های معاونت سابق ترویج و نظام بهره‌برداری تا حدودی تلاش می‌شد این رویکرد به کار گرفته شود. جلسه هم‌اندیشی ارتقای نقش آموزشی و ترویجی تعاونی‌های تولید روستایی در ۱۹ و ۲۰ فروردین ماه ۱۳۸۵ در همین راستا برای شناسایی و آشنایی بیشتر با ظرفیت‌ها و توانمندی‌های شرکت‌های تعاونی تولید روستایی کشور در امور آموزشی و ترویجی برگزار گردید. گزارش پیش‌روی اگرچه دربرگیرنده مباحث و نتایج نشست هم‌اندیشی است که در اوایل سال ۱۳۸۵ (نزدیک به شانزده سال پیش) در این موضوع برگزار گردید؛ اما هم‌اکنون نیز مطالعه آن به دلیل پیوند با نیازهای اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی می‌تواند مفید باشد. ترکیب شرکت‌کنندگان در این هم‌اندیشی شامل دست‌اندرکاران دیل بود:

- مدیران کل دفتر مطالعات و طراحی ترویج و نظام بهره‌برداری و دفتر امور تعاونی‌های تولید و خرد و دهقانی .
- مشاورین رئیس سازمان و مسئولان هماهنگی ترویج و نظام بهره‌برداری (استان‌های فارس، کهگیلویه و بویر احمد، اصفهان، آذربایجان شرقی، کرمان، کرمانشاه).
- چند تن از مدیران عامل تعاونی‌های تولید روستایی، استان‌های تهران، فارس، قم .
- چند تن از مسئولان مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی (استان‌های فارس، کهگیلویه و بویر احمد، اصفهان، آذربایجان شرقی، کرمان، کرمانشاه).
- کارشناسان دفاتر مطالعات و طراحی ترویج و نظام بهره‌برداری، امور تعاونی‌های تولید و خرد و دهقانی و همچنین برنامه‌ریزی و هماهنگی ترویج .

اهداف جلسه

۱. بررسی ظرفیت‌ها و توانمندی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در اجرای فعالیت‌های آموزشی و ترویجی.
۲. بررسی چگونگی جایگزینی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی با مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در اجرای فعالیت‌های آموزشی و ترویجی.
۳. بررسی نقاط ضعف، قوت، تهدیدها و فرصت‌های تعاونی‌های تولید روستایی در فعالیت آموزشی و ترویجی.

۴. بررسی شرایط و شاخص‌های ورود تعاونی‌های تولید روستایی به عرصه فعالیت‌های آموزشی و ترویجی

۵. ارائه پیشنهادهای اجرایی.

مباحث هم‌اندیشی

در نشست‌های دو روزه هم‌اندیشی مباحث و نکات متعددی توسط حاضران عنوان گردید. در یک نگاه کلی می‌توان مباحث مطرح شده را در عناوینی همچون مباحث عمومی، شرایط و ویژگی‌های شرکت‌های تعاونی تولید روستایی برای تصدی امر ترویج و آموزش، تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و سرانجام پیشنهادهای اجرایی گنجانده.

مباحث عمومی نشست‌ها

۱. جمع حاضر شرکت‌های تعاونی تولید روستایی را به لحاظ ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها و واجد شرایط انجام امور آموزشی و ترویجی دانسته و واگذاری قسمتی از امور آموزشی و ترویجی به ویژه در مناطقی که مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی حضور ندارند را راهکاری مناسب دانستند.

۲. ورود به این عرصه باید با تنظیم برنامه‌های جامع و لحاظ نمودن سیاستی مدون صورت گیرد و از کارهای شتاب زده و بدون برنامه خودداری گردد.

۳. وجود مزارع و امکانات فیزیکی و همچنین منابع انسانی (سربازان سازندگی، مهندسان ناظر مزارع، کارورزان) در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی آن‌ها را در شمار یکی از نهادهای مفید و موثر در عرصه فعالیت‌های آموزشی - ترویجی قرار داده است.

۴. نظر به حضور عملی مردم و کشاورزان در عرصه تعاونی‌های تولید روستایی، آن‌ها را می‌توان به عنوان یکی از نمادهای بارز نهادهای مردمی تلقی نمود که این موضوع می‌تواند ظرفیت بالقوه مناسبی در اجرای فعالیت‌ها به ویژه فعالیت‌های آموزشی - ترویجی قلمداد گردد.

۵. مدیران عامل و کارشناسان شرکت‌های تعاونی تولید روستایی از نیروهای فنی و با سابقه عرصه کشاورزی کشور محسوب می‌شوند که برگزاری دوره‌های آموزش ضمن خدمت برایشان به منظور آشنایی با مباحث ترویجی یکی از ضرورت‌های اساسی برای ایفای نقش هر چه بیش‌تر تعاونی‌ها در عرصه فعالیت‌های آموزشی - ترویجی می‌باشد.

۶. واگذاری امور آموزشی - ترویجی به شرکت‌های تعاونی تولید روستایی باید با لحاظ کردن شرایط و شاخص‌های خاصی صورت گیرد و از واگذاری فعالیت‌های آموزشی - ترویجی به شرکت‌های فاقد امکانات و منابع انسانی کارآمد خودداری گردد. شرکت‌های تعاونی تولید روستایی برای فعالیت‌های آموزشی لازم است که از سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی دارای رتبه شوند.
۷. اعضای جلسه تشکیل جلسات مکمل و همچنین بازدید از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی و شرکت‌های تعاونی تولید روستایی را جهت تدوین طرح‌هایی در این خصوص ضروری دانستند.
۸. تعاونی‌های تولید روستایی پیش از این نیز فعالیت‌های آموزشی و ترویجی انجام می‌دادند و سعی بر این بوده است که عملیات زراعی توأم با توصیه‌های ترویجی صورت گیرد.
۹. لازم است اعضا و هیات‌های مدیره شرکت‌های تعاونی تولید روستایی نسبت به وظایف آموزشی و ترویجی کاملاً توجه شوند و در جریان اجرای این مسئولیت قرار گیرند، تا در حین اجرای برنامه‌ها همدلی و همراهی لازم را داشته باشند.
۱۰. از دیگر نتایج جلسه بحث در خصوص توان شرکت‌های تعاونی تولید روستایی برای ارائه خدمات به بهره‌برداران غیر عضو شرکت‌های مذکور بود. اعضای جلسه تعاونی‌های تولید روستایی را در صورت تامین امکانات دارای توان لازم برای ارائه خدمات آموزشی و ترویجی به بهره‌برداران غیر عضو دانستند. این امر می‌تواند به ویژه در مناطقی که مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی وجود ندارد، راهکاری مناسب باشد.
۱۱. آقای دکتر حسینی‌نیا مدیر کل دفتر طراحی و مطالعات ترویج و نظام بهره‌برداری ضمن تایید و تاکید بر نقش بسیار مهم تعاونی‌های تولید روستایی اظهار داشت که اهمیت مبحث آموزشی در تعاونی‌ها به حدی است که برخی صاحب‌نظران تعاونی‌ها را بنگاه‌های آموزشی می‌دانند که می‌توانند کارکرد اقتصادی نیز داشته باشند.
۱۲. آقای مهندس طباطبایی مدیرکل دفتر امور تعاونی‌های تولید و خرد و دهقانی این شرکت‌ها را از ابزارهای مهم و اساسی توسعه کشاورزی قلمداد کرده و سال ۱۳۸۵ را سال نهضت آموزشی در شرکت‌های تعاونی تولید دانستند. وجود ۱۴۰۰ کارشناس سرباز سازندگی و کارورز و بیش از ۱۰۰۰ کارشناس شاغل در شرکتهای تعاونی تولید و ۲ تا ۳ هزار هکتار عرصه کشاورزی در هر تعاونی را از ظرفیت‌های بسیار مناسب تعاونی‌های تولید روستایی برای ایفای نقش در امر آموزش و ترویج کشاورزی ذکر کرد و آمادگی دفتر را برای همکاری بیشتر در این حوزه اعلام نمود.
۱۳. حاضران جلسه پس از انجام مباحث کلی و عمومی به پیشنهاد تسهیلگران حاضر در جلسه (آقایان زرنگار و تیموری) در قالب تکنیک‌های بحث گروهی و مشارکتی به بیان نظر و جمع بندی خود مبادرت کردند. که در ادامه جمع بندی و حاصل این مباحث ارائه می‌گردد.

شرایط و ویژگی‌های یک شرکت تعاونی تولید روستایی برای تصدی امر ترویج و آموزش

۱. توانمندی‌های تعاونی‌ها (شرایط و شاخص‌ها)

- جزء تعاونی‌های موفق شناخته شده باشند.
- جزء شرکت‌های تعاونی تولید روستایی خودگردان بوده و اعضای شرکت و هیئت مدیره در فعالیت‌های آموزشی و ترویجی حضور فعال و مشارکت لازم داشته باشند.



- سابقه فعالیت‌های آموزشی و ترویجی داشته باشد.
- اعضا اعتماد لازم را به شرکت داشته باشند.
- اعضای هیئت مدیره تعاونی تولید روستایی در خصوص اجرای برنامه‌های آموزشی و ترویجی موافق بوده و انگیزه لازم را داشته باشند.
- شرکت از نظر حرفه‌ای از مراجع ذیربط رتبه‌های لازم اخذ کند و سابقه کار عملی داشته باشد.
- در منطقه حوزه عمل خود مورد قبول و تأیید اکثریت بهره برداران باشد.
- تعاونی دارای شناسنامه حرفه‌ای باشد.
- نیازسنجی‌های آموزشی و اجرای هماهنگ آن با برنامه‌های مورد نظر صورت گیرد.

- تعاونی عهده‌دار آموزش اطلاعات لازم در زمینه کشاورزی از جمله، نوع زمین، نوع کشت، آفات و بیماری‌ها و غیره را داشته باشد.
- تا حد امکان دارای فاصله مکانی مناسبی با مرکز خدمات باشد.
- دارای پتانسیل کشاورزی مطلوب به ویژه در زمینه محصولات استراتژیک باشد.
- دارای سطح زیرکشت و تعداد بهره‌برداران مناسب و کافی باشد.

۲. شرایط مالی

- شرکت تعاونی تولید روستایی دارای سرمایه کافی برای انجام این امور باشد.
- شرکت بتواند قسمتی از هزینه‌های آموزشی و ترویجی را بپردازد
- شرکت بتواند وام و اعتبارات لازم را از بانک‌ها دریافت نماید.

۳. شرایط نیروی انسانی

- مدیر عامل شرکت تعاونی تولید روستایی کارشناس باشد.
- مدیر عامل فعال و دارای سابقه کار مدیریتی باشد.
- شرکت دارای ارکان باسواد، فعال و خبره باشد.
- شرکت دارای کارشناسان کشاورزی متخصص در زمینه محصولات مورد نظر منطقه حوزه عمل باشد.

۴. امکانات و تجهیزات

- شرکت تعاونی تولید روستایی دارای امکانات و تجهیزات کمک آموزشی نظیر وسایل سمعی و بصری باشد.
- دارای تجهیزات و تاسیسات مناسب نظیر دفتر کار، انبار، وسایل نقلیه و غیره باشد.
- دارای مکان مناسب جهت برگزاری کلاس‌های آموزشی و ترویجی باشد.
- دارای امکانات کار گروهی و کار عملی باشد.
- فرصت‌های زمانی و امکانات آموزشی لازم را در جهت آموزش مدیران عامل دارا باشد.

نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در انجام فعالیت‌های آموزشی و ترویج کشاورزی

بخش قابل توجهی از مباحث و گفتگوهای نشست روز دوم هم‌اندیشی به مباحث مبتنی بر تکنیک تجزیه و تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (سوآت)^۱ در خصوص انجام فعالیت‌های

^۱ Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWAT)

آموزشی و ترویجی در شرکت تعاونی تولید روستایی اختصاص یافت. توضیح آن که تکنیک مذکور یک تکنیک تحلیلی با کاربرد متداول در برنامه‌ریزی‌های اجتماعی است که در سه دهه اخیر طرفداران بسیاری پیدا کرده است. این تکنیک اغلب در گروه‌های ذیربط و صاحب‌نظر اجرا می‌گردد. در یک دهه اخیر کاربرد الگوهای آماری در غنا بخشیدن به تجزیه و تحلیل‌های سوات مورد توجه قرار گرفته است. با این حال در این هم‌اندیشی دامنه کاربرد آن به بحث جمعی و جمع‌بندی گروهی، فارغ از الگوهای تحلیل آماری در چهار عنوان کلی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها محدود گردید.

۱- نقاط قوت

- وجود تشکیلات گسترده شرکت‌های تعاونی تولید روستایی و اتحادیه‌های آن‌ها در سطح کشور.
- دلسوز بودن تعاونی‌ها، زیرا آن‌ها خود در نتایج آموزشی ذینفع هستند.
- شرکت تعاونی تولید روستایی موجب جلب مشارکت بهره‌بردار در پرداخت هزینه‌های آموزشی می‌گردد.
- وجود امکانات و تاسیسات از جمله ساختمان برای کلاس‌های آموزشی، مزارع نمایشی - ترویجی و وجود امکانات و ماشین‌آلات مورد نیاز در اغلب آن‌ها.
- سهولت و سرعت عمل در نیازسنجی و مسئله‌یابی و اقدام.
- تحت امر بودن کشاورزان عضو.
- داشتن مدیران عامل محقق و کارشناسان و ارکان تصمیم‌گیری.
- عضویت کشاورزان و بهره‌برداران بومی در این تعاونی‌ها.
- واگذاری کار مردم به خود مردم و رعایت اصل مشارکت در ترویج که خود موجب تطابق موضوعات آموزشی با نیازهای اعضا و کشاورزان می‌شود.
- نظارت و ارزشیابی ترویجی در تعاونی‌های تولید راحت‌تر انجام می‌گردد.
- تعاونی‌ها دارای رابطه مطلوب با شوراها و معتمدین محلی هستند.
- این تعاونی‌ها مورد پذیرش و رضایت اعضا و همچنین دارای حسن نام در بین کشاورزان و روستاهای همجوار می‌باشند.
- توان کافی در آموزش رو در رو و برقراری ارتباط مستقیم با زارعین را دارند.
- اعتماد بیش‌تر کشاورزان با توجه به مردمی بودن تعاونی‌ها.
- مهیا بودن شرایط قانونی و حقوقی جهت واگذاری فعالیت‌های آموزشی و ترویجی به تعاونی‌ها.
- سهل الوصول بودن دسترسی به اعضا جهت اجرای فعالیت‌های آموزشی.
- تجربه چندین ساله و کمک به دولت در امر آموزش.
- شناخت دقیق از اعضا با توجه به بانک اطلاعاتی در دسترس جهت برنامه‌ریزی آموزشی.

- کمک به کاهش هزینه های دولتی در امر آموزش و ترویج در روستاها.
- بالا رفتن کیفیت امر آموزش و ترویج به دلیل خاصیت خودکنترل بودن تعاونی ها در عین امکان پذیر بودن نظارت جهاد کشاورزی.
- توانمندسازی ارکان تعاونی های تولید و اهمیت بیش تر این تشکل ها به امور ترویجی و آموزشی.
- همکاری اعضای هیئت های مدیره شرکت ها و سرگروه های کشاورزی احتمال آزمون و خطا را در انتخاب موضوعات آموزشی و ترویجی به حداقل می رساند.
- بعضی از تعاونی های تولید روستایی دارای تجربه کار علمی و عملی در این رابطه هستند.
- سازماندهی بهره برداران در قالب گروه های تخصصی و بالا رفتن کیفیت آموزش به دلیل تخصصی بودن کار تعاونی ها.
- کاهش تراکم کاری دستگاه های دیگر و باز شدن فضا برای انجام سایر وظایف و از جمله وظایف و کارهای جدید در آن ها.
- امکان بررسی بهتر نتایج آموزشی در تعاونی ها.
- آشنا بودن تعاونی ها با شرایط اجتماعی، اقلیمی و اقتصادی هر منطقه.
- یکی از وظایف تعاونی های تولید، اجرای فعالیت های آموزشی و ترویجی است.

۲- نقاط ضعف

- ضعف مشارکت و خودیاری در اعضا در بخشی از شرکت های تعاونی تولید روستایی.
- کم سواد بودن اکثریت اعضا و ارکان تعاونی تولید.
- عدم آشنایی کافی با دانش تعاونی از سوی اعضای هیئت های مدیره و برخی مدیران عامل.
- حاکم بودن تفکر اقتصادی در تعاونی های تولید روستایی و تمایل مدیران به فعالیت های اقتصادی و توزیع نهاده ها در مقایسه با فعالیت های آموزشی.
- کمبود منابع مالی و ماشین آلات، پرسنل متخصص، فضای آموزشی و امکانات آموزشی در اغلب تعاونی های تولید روستایی.
- مقروض بودن تعاونی های تولید روستایی.
- نیاز به اصلاح اساسنامه تعاونی های تولید روستایی در این خصوص.
- انتصابی بودن مدیران عامل شرکت ها.
- ضرر و زیان متمادی در تعاونی های تولید روستایی.
- ضعف انگیزه در مدیرعامل و اعضا.

- تازه کار بودن بعضی از شرکت‌های تعاونی تولید روستایی که پذیرش عمومی را در بسیاری از مسائل در مقایسه با دستگاه‌های دولتی برای آن‌ها دشوار کرده است.
- عدم تجربه کافی برخی تعاونی‌ها در امور مزرعه داری و لذا مشکل عدم اعتماد مردم به آن‌ها
- بسیاری از مدیران عامل با روش‌های آموزشی و ترویجی آشنایی کامل نداشته و سابقه کافی در این زمینه ندارند.
- بعضی از تعاونی‌های تولید روستایی در تمام زمینه‌ها کارشناسان موضوعی در اختیار ندارند.
- مقاومت اعضای تعاونی‌ها در پرداخت بخشی از هزینه‌های آموزشی.
- تقابل و تعارض کاری با سایر نهادها از جمله مراکز خدمات ترویج و کشاورزی.
- عدم همکاری جدی مسئولین با تعاونی‌های تولید روستایی
- عدم تعلق خاطر برخی از اعضا به تعاونی‌های تولید روستایی
- عدم دریافت سود از طرف تعاونی‌های تولید روستایی.
- عدم اشتغال اکثر شرکت تعاونی تولید روستایی در برگزاری کلاس‌های ترویجی و آموزشی.
- محدود بودن و تمرکز فعالیت تعاونی‌های تولید روستایی در یک یا چند محصول.
- عدم اجرای کامل قوانین در مورد تعاونی‌های تولید روستایی به صورت کامل.
- قدیمی بودن قانون مربوط به تعاونی‌های تولید.
- گستردگی و پراکندگی حوزه عمل شرکت‌های تعاونی تولید.

۳- فرصت‌ها

- تحولات مثبتی که در سال‌های اخیر در عرصه تولید در مناطق روستایی پدید آمده است.
- بیش‌تر شدن میل به خودکفایی در سطح کشور.
- تمایل به کاهش حجم کاری دولت.
- پررنگ‌تر شدن نقش ترویج.
- امکان دستیابی به تجارب علمی و فنی جدید و به روز برای مردم و تعاونی.
- امکان تخصیص بخشی از اعتبارات تعاونی‌ها به امر آموزش و ترویج.
- فعال شدن برخی تعاونی‌های غیرفعال در امر آموزش و ترویج و تحول در نگرش تعاونی‌ها نسبت به مسائل ترویج تا مسائل خدماتی و اقتصادی.
- در اولویت قرار داشتن تعاونی‌ها طبق قانون در خصوص واگذاری امور و تسهیلات، خصوصاً تعاونی‌های تولید روستایی.
- کمک قوانین به رویکرد دولت مبنی بر واگذاری امور و از جمله الزامات اصل ۴۴ قانون اساسی.

- میل به مشارکت در برخی کشاورزان برای حل معضلات بخش کشاورزی .
- امکان همکاری نزدیک تعاونی ها با مراکز ترویج..
- نزدیک شدن نظام بهره برداری به مدیریت ترویج پس از ادغام .
- با رشد علمی اعضا و به کارگیری روش های نوین، بازده و بهره وری تولید بیش تر می شود.
- کارشناسان غیردولتی به توانمندی های خود واقف شده و اعتماد به نفس پیدا کرده اند.
- امکان بهره مندی از اساتید جدید و تحول در تعاونی های تولید روستایی فراهم شده است.
- امکان رقابت بین تشکل ها برای بهبود آموزش و ترویج فراهم است.
- ملزم شدن دولت به امر آموزش مستمر کارشناسان و ارکان شرکت ها و در نتیجه ارتقای سطح دانش کشاورزان می گردد.

۴-تهدیدها

- بعضی از شرکت های تعاونی تولید روستایی به علت حاکمیت نگرش تجاری و درآمدزایی ممکن است کارهای آموزشی و ترویجی را سطحی انجام دهند.
- عدم تخصیص به موقع اعتبارات از سوی دولت.
- اگر اعتبارات آموزشی و ترویجی بدون اخذ تعهد انجام کار از تعاونی های تولید روستایی پرداخت شود ، تعاونی های تولید روستایی به تعهدات خود عمل نخواهند کرد.
- تعارض بعضی از برنامه ها و سیاست های وزارتخانه با حمایت از تعاونی های تولید روستایی.
- تغییر مدیریت ها و ضعف در آشنایی مدیران جدید با رسالت تعاونی های تولید.
- نبود وحدت نظر در خصوص تعاونی های تولید روستایی .
- برخورد سلیقه ای و مقطعی با تعاونی های تولید روستایی.
- عدم التزام دولت به مفاد قانون تعاونی های تولید روستایی.
- دخالت دولت در امور تعاونی ها به جای حمایت.
- کارشکنی برخی از بخش ها (مراکز ترویج).
- عدم مقبولیت بعضی از کارشناسان تعاونی های تولید به عنوان آموزشگر.
- تلقی نمودن شرکت های تعاونی تولید روستایی به عنوان رقیب بخش دولتی.
- عدم نظارت صحیح دولت بر اجرای کار آموزش و ترویج.
- تعاونی ها چون دارای سیاست مشخص در بخش کشاورزی و ترویج نیستند نمی توانند یک برنامه ریزی دراز مدت داشته باشند.
- مخالفت بعضی از هیئت های مدیره به دلیل هزینه بر بودن کارهای ترویجی و کمی اعتبارات.

- وجود تنگ نظری‌ها توسط بعضی از نیروهای دولتی و عدم واگذاری امکانات بیش‌تر از طرف دولت.
- امکان نوسان در امر آموزش و ترویج به لحاظ نوسانات مالی و خودگردان بودن تعاونی‌های تولید روستایی.
- کم‌رنگ شدن سایر وظایف کم‌رنگ شدن سایر وظایف در تعاونی‌های تولید روستایی.
- تبعات منفی ناشی از عدم آشنایی با امر آموزش.
- ناآشنایی سازمان برنامه‌ریزی و مدیریت و دانشگاه‌ها و مؤسسات اعتباردهنده با این نوع ترویج.
- تداخل کاری تعاونی‌های تولید روستایی در امر آموزش و ترویج کشاورزی با دیگر مراکز ترویج و خدمات آموزش و عدم همکاری مطلوب و دخالت آن‌ها در امور تعاونی‌ها.
- امکان اعتراض و مخالفت بعضی از بخش‌های غیردولتی که کار خدمات مشاوره‌ای و ترویجی انجام می‌دهند.
- وابسته شدن به کمک‌های دولتی.
- نیاز آموزش به امکانات فراوان.
- افزایش هزینه‌های تعاونی به دلیل افزایش وظایف آن.
- عدم همکاری مراکز استانی و شهرستان‌ها با تعاونی‌های تولید روستایی.
- عدم اعتقاد اکثر مسئولین به تعاونی‌های تولید روستایی.
- ضعف در تامین اعتبارات عمرانی برای اجرای برنامه‌های زیر ساختی

پیشنادهای اجرایی

- حاضران در نشست پایانی هم‌اندیشی در عصر روز دوم، به جمع‌بندی مباحث و ارائه طریق بر فالب پیشنهادها و توصیه‌های اجرایی مبادرت نمودند که در اینجا به اختصار عنوان می‌شود.
- در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی واحد آموزش و ترویج راه‌اندازی شود.
 - شروع فعالیت‌های آموزشی و ترویجی در تعدادی از تعاونی‌های تولید روستایی به صورت پایلوت.
 - راه‌اندازی دوره‌های تخصصی برای مدیران تعاونی‌های تولید روستایی در مبحث آموزش و ترویج.
 - در اختیار گذاشتن وام‌های کم بهره برای تجهیز مراکز آموزشی توسط تعاونی‌های تولید روستایی.
 - ماموریت دادن به تعدادی کارشناس مجرب ترویج و آموزش کشاورزی از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در تعاونی‌های تولید روستایی به مدت ۳ سال برای راه‌اندازی فعالیت‌های آموزشی و ترویجی در این شرکت‌ها.

- به رسمیت شناختن تعاونی های تولید روستایی به عنوان یک شخصیت حقوقی در زمینه آموزش و ترویج کشاورزی توسط مؤسسات اعتبار دهنده.
- حمایت مؤسسات آموزشی نظیر دانشگاه ها، مراکز آموزشی و تحقیقاتی از تعاونی های تولید.
- فعالیت آموزشی با همکاری مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی انجام شود.
- توجه بیش تر تعاونی ها به کارهای فنی و تولیدی تا کارهای تجاری.
- سازمان برنامه برای این منظور (به خصوص در سال های اول) اعتبار لازم را در نظر بگیرد
- جایگاه و حمایت قانونی برای انجام این وظیفه ابتدا مشخص شود..
- تعاونی های تولید روستایی با نظارت مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در این زمینه فعالیت کنند.
- تعاونی های تولید روستایی به تدریج و گام به گام وارد فعالیت های آموزشی - ترویجی شوند.
- امکانات، تاسیسات و تجهیزات لازم برای امر آموزش و ترویج در اختیار تعاونی های تولید روستایی قرار گیرند.

