

ادراک کشاورزان نسبت به خصوصی سازی خدمات ترویج امور دام در ایران

احمد رضوانفر و فائزه عربی^۱

چکیده

هدف کلی مطالعه حاضر، بررسی ادراک کشاورزان نسبت به خصوصی سازی خدمات ترویج امور دام در ایران و عوامل مؤثر بر این ادراک می باشد. این تحقیق پیمایشی از نوع پژوهش توصیفی - همبستگی می باشد و جامعه آماری آن شامل کلیه کشاورزان ساکن در مناطق روستائی استان های چهارگانه آذربایجان شرقی، فارس، مازندران و گلستان به تعداد ۸۰۰ هزار خانوار بود که تحت پوشش برنامه های ترویج امور دام قرار گرفته بودند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به میزان ۱۲۰۰ نفر تعیین گردید. به منظور انتخاب نمونه ها، به دلیل تفاوت انگاره های تولید در شهرستان ها، دهستان ها و روستاهای مختلف از نمونه گیری تصادفی طبقه بندی چند مرحله ای استفاده گردید. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. روائی محتوائی پرسشنامه با استفاده از نظرات پانل متخصصان و پس از چند مرحله اصلاح و بازنگری بدست آمد. جهت تعیین اعتبار بخش سنجش ادراک نسبت به خصوصی سازی از ضریب اعتبار کرونباخ آلفا استفاده گردید که مقدار آن ۰/۸۱ بدست آمد. پرسشنامه آزمون شده از نظر اعتبار و اعتماد از طریق پرسشگران آموزش دیده و در محل زندگی تک تک روستائیان تکمیل شده و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش های تحلیل همبستگی، تحلیل های مقایسه ای نظیر آزمون آنالیز واریانس، تحلیل عاملی و تحلیل رگرسیون استفاده گردید. نتایج نشان می دهد که در کل استان های مورد مطالعه رابطه مثبت و معنی دار در سطح ۹۹ درصد بین متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی و متغیرهای سطح تحصیلات، سابقه دامپروری، عملکرد محصولات کشاورزی و میزان درآمد حاصل از کشاورزی و دامپروری وجود دارد. همچنین رابطه مثبت و معنی دار در سطح ۹۵ درصد بین متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی و متغیرهای سن و عملکرد محصولات دامی وجود دارد. آزمون رگرسیون چند متغیره نشان داد که مجموعه متغیرهای سطح تحصیلات، عملکرد محصولات زراعی، میزان درآمد حاصل از کشاورزی و میزان درآمد حاصل از دامپروری ۴۵ درصد از میزان نوسانات در متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی را تبیین می کنند. این مطلب نشان می دهد که هنوز مقدار قابل توجهی از نوسانات در میزان ادراک کشاورزان نسبت به خصوصی سازی خدمات ترویج امور دام، مبتنی بر عواملی است که در این تحقیق شناخته نشدند و محققان دیگر باید به آن بپردازند.

واژه های کلیدی: خصوصی سازی، خدمات ترویج امور دام، ادراک کشاورزان.

(Email: arezvan@ut.ac.ir) .

مقدمه

بدون شک توسعه و رشد اقتصادی هر کشور، منوط به رشد و پیشرفت بخش کشاورزی از جمله زیر بخش امور دام آن کشور است که می تواند زیربنای توسعه بخش های دیگر نیز باشد. طبق آمار موجود نقش این زیر بخش در تأمین ارزش افزوده بخش کشاورزی بسیار بالا می باشد. بطوریکه در فاصله سال های ۱۳۶۸ الی ۱۳۷۴، سهم بخش دام به ترتیب ۴۷، ۳۴، ۳۹، ۲۰، ۳۹، ۳۸/۵ و ۳۶ درصد از کل ارزش افزوده بخش کشاورزی را دارا بوده است. در ضمن حدود ۸۰ درصد تعداد شاغلین بخش کشاورزی به طور مستقیم و غیرمستقیم در فعالیتهای دامپروری مشارکت دارند. به عبارتی حدود ۷۰ درصد از جمعیت شاغل روستاها، ۹۰ درصد عشایر و ۱۰ درصد جمعیت شهرنشین در فعالیتهای مربوط به بخش امور دام حضور دارند (سازمان مدیریت و برنامه ریزی، ۱۳۸۲). در عین حال، به دلیل عدم استفاده دامداران از تواناییهای نیروهای متخصص و دامداران ماهر، عدم استفاده از فنون جدید برای بهره برداری از منابع طبیعی و عدم رعایت نکات بهداشتی و مدیریتی مربوط به دام، سالانه مبلغ هنگفتی ارز صرف واردات مواد غذایی از کشورهای دیگر می شود. در اینجاست که ترویج امور دام می تواند به عنوان ارائه دهنده ایده ها و روش های نوین و راهکارهای متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هر منطقه و در یک کلام به عنوان موتور محرک و زمینه ساز توسعه، با ارائه برنامه های آموزش و بهبود مهارتهای افراد شاغل در بخشهای مختلف دامی، تا حدی جوابگوی نیازهای گوناگون شاغلین در این بخش باشد.

امروزه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، فعالیتهای ترویجی جزء وظایف دولت به حساب می آید و همیشه انتظار می رود که ترویج از طریق نهادهای دولتی ارائه گردد. از طرفی بررسی عملکرد ترویج در طول دوران فعالیت خود نشان دهنده عدم موفقیت این نهاد در اجرای رسالت خویش می باشد، به طوریکه مروری بر گزارش ۲۰ سال تلاش ترویج در خلال سال های ۱۹۷۰ الی ۱۹۹۰ (World Bank, 1990a) و گزارش بخش کشاورزی مناطق اروپا، خاورمیانه و آفریقای شمالی توسط

زیپس (Zijps, 1992) نشان می دهد سیستم های ترویج دولتی در جهان، به شدت با کمبود سرمایه گذاری، ضعف توسعه تکنولوژیک و عدم مشارکت بهره برداران مواجه بوده اند. براساس مطالعه فائو (۱۳۷۶) و سوانسون و کلار (۱۹۹۰) برآورد شده است که بیش از ششصد هزار پرسنل ترویج در سراسر جهان وجود دارند که تقریباً همه آنها در ترویج بخش دولتی با هزینه کل سالانه بالغ بر شش میلیارد دلار آمریکا فعالیت دارند و بیش از ۹۰ درصد این منابع و فعالیتها از طریق سازمان های ترویجی مستقر در وزارتخانه های کشاورزی سازماندهی شده اند. همچنین اهداف و رهیافت های مشخص ترویجی به کار گرفته شده، به نوع وزارتخانه و سیاستگذاری و جهت گیری ترویج بستگی دارد.

به هر حال، ترویج بخش دولتی در طی دهه های ۸۰ و ۹۰ میلادی در بسیاری از کشورهای جهان، اعم از توسعه یافته و در حال توسعه، با چالش های متفاوتی از لحاظ محدودیت ها و مسائل مربوط به منابع مالی و تحت پوشش نبودن اکثریت وسیعی از کشاورزان، روبرو بوده است. لیکن، هنگامی که از خصوصی سازی ترویج کشاورزی سخن به میان می آید، منظور مشارکت بیشتر بخش خصوصی است که لزوماً دلالت بر انتقال نقش ها و وظایف دولت به بخش خصوصی نمی کند. در واقع، در این فرآیند مجموعه وسیعی از فعالیتهای مانند جبران هزینه ها، تجاری کردن و سایر راه های بدیل خصوصی، جهت بهبود ترویج کشاورزی به کار گرفته می شود (Saravanan, 2001). همچنین خصوصی سازی ترویج کشاورزی اشاره به خدماتی دارد که در آن کارکنان ترویج در قالب مراکز یا سازمانهای خصوصی به ارائه خدمات کشاورزی و سایر زمینه های مرتبط به کشاورزان مبادرت می ورزند و انتظار بر آن است که این دسته از کشاورزان قادر به پرداخت هزینه خدمات دریافت شده می باشند. بنابراین خصوصی سازی می تواند به عنوان مکمل یا جایگزینی برای خدمات ترویجی دولتی محسوب گردد (Schwartz, 1994) همین طور آکسین (Axin, 1991)، میزان مسئولیت پذیری کارکنان سیستم های ترویج دولتی و هدایت آمرانه مردم روستائی را به عنوان مهم ترین محدودیت ها و مشکلات

کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره‌ای، (۴) رهیافت عرضه نهاده؛ ادغام خدمات آموزش و ترویج در فعالیت‌های دیگر مربوط به عرضه نهاده‌ها، (۵) رهیافت تسهیم هزینه؛ انجام فعالیت‌های آموزشی و ترویجی به صورت سهم بری و (۶) رهیافت مالیات غیر مستقیم؛ پرداخت حق مشاوره به صورت مالیات غیرمستقیم.

لیکن پرسش اساسی این است که آیا امکان خصوصی سازی فعالیت‌های ترویج در هر کشوری، از جمله ایران، وجود دارد یا خیر؟ از آنجا که پرداختن به زمینه‌های مستعد خصوصی سازی و رهیافت‌ها و شیوه‌های خصوصی سازی فعالیت‌های ترویجی، از مهمترین مسائل پیش روی خصوصی سازی ترویج می‌باشند، توجه به این مباحث ضروری است. به این ترتیب، مطالعه حاضر به بررسی ادراک کشاورزان نسبت به خصوصی سازی خدمات ترویج امور دام در ایران و عوامل مؤثر بر این ادراک می‌پردازد. اهداف اختصاصی این مطالعه عبارتند از:

- ۱- بررسی ویژگی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی کشاورزان
- ۲- بررسی ادراک کشاورزان نسبت به خصوصی سازی فعالیت‌های ترویج امور دام کشور
- ۳- بررسی میزان همبستگی متغیرهای فردی، اجتماعی و اقتصادی و میزان ادراک به خصوصی سازی ترویج امور دام
- ۴- اولویت بندی رهیافت‌ها و شیوه‌های خصوصی سازی ترویج امور دام از دیدگاه کشاورزان
- ۵- تعیین معادله تخمین میزان ادراک کشاورزان نسبت به خصوصی سازی فعالیت‌های ترویج امور دام کشور

روش پژوهش

این تحقیق پیمایشی از نوع پژوهش توصیفی - همبستگی بوده و در سطح ملی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کشاورزان ساکن در مناطق روستائی استان‌های مختلف کشور بود که با استفاده از روش تاکسونومی که یکی از روش‌های معمول در بررسی سطح توسعه یافتگی مناطق است، مورد طبقه‌بندی قرار گرفتند. بعد از رتبه بندی استان‌ها به تفکیک توسعه یافتگی و بهره‌مندی از زیرساخت‌های دامپروری، سه

مبتلا به سیستم‌های ترویج دولتی بیان داشته است. به هر حال، به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت پرداختن به عواملی نظیر گسترش سرمایه‌گذاری، افزایش مسئولیت‌پذیری از طریق افزایش انگیزه‌ها و جلب مشارکت مردمی در امور و نیز رفع نارسایی‌های بخش ترویج دولتی در ارائه خدمات مناسب ترویجی، ترویج خصوصی می‌تواند راه‌گشا باشد.

در واقع منظور از خصوصی سازی ترویج، بهره‌گیری از مجموعه سیاست‌ها، راهبردها، فعالیت‌ها و راهکارهایی است که منجر به تجدید ساختار و سازماندهی مالی و مدیریتی ترویج کشاورزی گردد. در این راستا می‌توان به واگذاری و تفویض مسئولیت‌های مالی و خدماتی ترویج به سازمان‌های غیر انتفاعی، انتفاعی، غیردولتی، بخش خصوصی، تشکل‌های کشاورزان، مؤسسات تولید و توزیع کننده نهاده‌های کشاورزی و واحدهای تبدیلی و بازاریابی محصولات کشاورزی اشاره نمود (Shirling Gowda and Saravanan, 2001). لیکن تجارب مختلف ارائه شده از سوی کشورهای متعدد، مبنی بر بکارگیری رهیافت‌های گوناگون ترویج خصوصی از جمله ترویج مبتنی بر کالا، نظام‌های عرضه نهاده، مشاوران خصوصی، نظام‌های ترویجی مبتنی بر مخاطبان و سازمان‌های ترویجی کنترل شده بوسیله کشاورزان، ایده‌های فراوانی را در جهت تقویت و ترمیم ترویج دولتی و اصلاح ساختار خدمات رسانی ترویج به انبوه کشاورزان ایجاد کرده است. (Pickering, 1987; World Bank, 1990a; Hercus, 1991) بررسی رهیافت‌های گوناگون خدمات رسانی ترویج در بخش خصوصی و مروری بر تجارب مختلف بسیاری از کشورهای جهان در زمینه خصوصی سازی ترویج (Pickering, 1987; World Bank, 1990b; Legouis, 1991; Rivera, 1996) نشان می‌دهند رهیافت‌ها و شیوه‌های مختلف برای عملی ساختن خصوصی سازی ترویج در بخش کشاورزی و دامپروری به شرح ذیل است: (۱) رهیافت پرداخت مستقیم؛ پرداخت مستقیم وجه در ازای فعالیت‌های آموزشی انجام شده، (۲) رهیافت سازمان کشاورزان؛ تأسیس واحدهای خدمات آموزشی و ترویجی توسط تشکل‌های مردمی، (۳) رهیافت مشاوره کشاورزی؛ واگذاری بخشی از فعالیت‌های ترویجی و آموزشی به

روائی محتوایی پرسشنامه، با استفاده از نظرات پانل متخصصان و پس از چند مرحله اصلاح و بازنگری، بدست آمد. ضریب اعتبار کرونباخ آلفا برای سازه ادراک به خصوصی سازی، ۰/۸۱ می باشد که نشان دهنده اعتبار بالای سنجح آزمون می باشد. پرسشنامه آزمون شده از نظر اعتبار و اعتماد، از طریق پرسشگران آموزش دیده و در محل زندگی تک تک روستائیان دامدار تکمیل گردیده و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در این راستا از آماره های توصیفی نظیر فراوانی، درصد، درصد تجمعی، میانگین، حداقل، حداکثر و انحراف معیار استفاده گردید. در بخش تحلیل استنباطی داده ها نیز از روش های تحلیل همبستگی، تحلیل های مقایسه ای نظیر آنالیز واریانس، تحلیل رگرسیون و تحلیل عاملی استفاده گردید.

یافته ها و بحث

بخش توصیفی داده ها

• پراکندگی پاسخگویان :

یافته های مندرج در جدول (۱) نشان می دهد که از نظر پراکندگی پاسخگویان در استانهای مورد مطالعه، استان گلستان و مازندران ۳۳/۴ درصد، آذربایجان شرقی ۳۳/۳ درصد و فارس ۳۳/۳ درصد پاسخگویان را به خود اختصاص داده است.

• سن و میزان تحصیلات پاسخگویان :

جدول (۲) نشان می دهد که ۴۰/۴۲ درصد پاسخگویان در رده سنی ۳۵-۴۵ و ۳/۰۸ درصد پاسخگویان در رده سنی کمتر از ۲۵ سال قرار دارند. در این جدول رده سنی بالاتر از ۶۵ سال ۴/۸۳ درصد پاسخگویان را در برمی گیرد. همچنین ۲۲/۳۳ درصد از پاسخگویان بی سواد و ۴۶/۵ درصد نیز دارای تحصیلاتی در سطح خواندن و نوشتن بوده اند. این در حالی است که تنها ۱/۸۳ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده اند.

استان آذربایجان شرقی (از طبقه استان های با توسعه یافتگی بسیار بالا)، مازندران و گلستان (از طبقه استان های با توسعه یافتگی بالا) و فارس (از طبقه استان های با توسعه یافتگی پایین) بصورت تصادفی انتخاب گردیدند. لازم به ذکر است که چون آماره های مورد استفاده در تحقیق مربوط به قبل از تفکیک استان گلستان از استان مازندران می باشد، دو استان مذکور در قالب یک استان در نظر گرفته شده است.

جامعه آماری شامل ۸۰۰ هزار خانوار روستائی با مالکیت حداقل یک واحد دامی بودند که تحت پوشش برنامه های ترویج امور دام قرار داشتند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و به میزان ۱۲۰۰ نفر تعیین گردید. به منظور انتخاب نمونه ها، به دلیل تفاوت انگاره های تولید در شهرستان ها، دهستان ها و روستاهای مختلف، از نمونه گیری تصادفی طبقه بندی چند مرحله ای استفاده گردید. به این ترتیب که ابتدا از هراستان، سه شهرستان (شامل مرکز استان، نزدیکترین و دورترین شهرستان نسبت به مرکز استان) و از هر شهرستان، سه بخش (شامل بخش مرکزی، نزدیکترین و دورترین بخش، نسبت به مرکز شهرستان) و از هر بخش، یک مرکز دهستان بطور تصادفی انتخاب گردید. به منظور انتخاب روستاهای مورد نظر، از هر استان، ابتدا کلیه روستاهای دهستان های مورد نظر در سه طبقه ۵۰ الی ۱۰۰ خانوار، ۱۰۰ الی ۱۵۰ خانوار و بیش از ۱۵۰ خانوار طبقه بندی شدند. سپس بطور تصادفی از هر طبقه یک روستا انتخاب گردید. بعد از انتخاب روستاها و با در نظر گرفتن حجم نمونه از یک سو و جمعیت روستاها از سوی دیگر، با استفاده از روش تصادفی تناسبی، تعداد ۱۰ خانوار از روستاهای طبقه ۵۰ الی ۱۰۰ خانوار، ۱۵ خانوار از روستاهای طبقه ۱۰۰ الی ۱۵۰ خانوار و ۲۰ خانوار از روستاهای طبقه بیش از ۱۵۰ خانوار انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. به منظور اندازه گیری میزان ادراک دامداران راجع به انواع رهیافت ها و شیوه های خصوصی سازی ترویج امور دام، از ۶ پرسش با پاسخ های ۵ گزینه ای شامل کاملاً موافق تا کاملاً مخالف به ترتیب با ارزش های نمره ای ۱ تا ۵ استفاده شده است.

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استانها

استان	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
آذربایجان شرقی	۴۰۱	۳۳/۴	۳۳/۴
گلستان و مازندران	۳۹۹	۳۳/۳	۶۶/۷
فارس	۴۰۰	۳۳/۳	۱۰۰
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰	-

در ازای فعالیت های آموزشی انجام شده بعنوان یک شیوه خصوصی سازی موافق، ۱۸/۱ درصد کاملاً موافق، ۱۱/۵ درصد بی نظر، ۱۸/۷ درصد مخالف و ۲۴ درصد نیز کاملاً مخالف می باشند. همچنین ۳۷/۸ درصد افراد با تاسیس واحدهای خدمات آموزشی و ترویجی توسط تشکل های مردمی به عنوان یک شیوه خصوصی سازی موافق، ۲۷/۶ درصد کاملاً موافق، ۱۹/۸ درصد بی نظر، ۵/۵ درصد مخالف و ۵/۶ درصد نیز کاملاً مخالف می باشند. ۳۵/۶ درصد افراد نیز با واگذاری بخشی از فعالیت های ترویجی و آموزشی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره ای به عنوان یک شیوه خصوصی سازی موافق، ۲۴ درصد کاملاً موافق، ۲۳/۶ درصد بی نظر، ۸/۸ درصد مخالف و ۴/۳ درصد نیز کاملاً مخالف می باشند. ۳۷/۳ درصد افراد با ادغام خدمات آموزش و ترویج در فعالیت های دیگر مربوط به عرضه نهاده ها بعنوان یک شیوه خصوصی سازی موافق، ۲۱/۹ درصد کاملاً موافق، ۲۵/۲ درصد بی نظر، ۷/۳ درصد مخالف و ۳/۷ درصد نیز کاملاً مخالف می باشند. ۲۷/۸ درصد افراد با انجام فعالیت های آموزشی ترویجی بصورت سهم بری به عنوان یک شیوه خصوصی سازی موافق، ۱۴/۸ درصد کاملاً موافق، ۲۵/۶ درصد بی نظر، ۱۳/۳ درصد مخالف و ۹/۶ درصد نیز کاملاً مخالف می باشند. ۱۶/۳ درصد افراد با پرداخت حق مشاوره به صورت مالیات غیر مستقیم به عنوان یک شیوه خصوصی سازی موافق، ۱۴/۸ درصد کاملاً موافق، ۲۲/۸ درصد بی نظر، ۱۹/۸ درصد مخالف و ۲۱/۴ درصد نیز کاملاً مخالف می باشند.

• میزان مالکیت زمین:

همانطور که در جدول (۳) ملاحظه می شود میانگین مالکیت زمین آبی، دیم، مرتع و باغ به ترتیب ۱/۸۳، ۳/۳، ۱/۵۵ و ۰/۹۸ هکتار می باشد.

• میزان مالکیت دام:

همانطور که در جدول (۴) ملاحظه می شود میانگین مالکیت گاو بومی، گاو اصیل، گوسفند و بز به ترتیب ۴/۶۴، ۱/۸۹، ۲۸/۲۴ و ۱۰/۱۴ راس می باشد. همچنین پاسخگویان دارای تعدادی شتر و گاو میش نیز بوده اند.

• میزان تولید انواع محصولات کشاورزی و دامی:

جدول (۵) نشانگر عملکرد انواع تولیدات کشاورزی پاسخگویان و میانگین هزینه تولید سالیانه و میانگین درآمد سالیانه حاصل از آن می باشد. میانگین تولید انواع محصولات کشاورزی در هکتار عبارتند از: سیب زمینی ۸۰/۱۸ تن، سویا ۱۱ تن، گندم ۵/۳۵ تن، شالی ۱۰/۳ تن، جو ۲ تن، خربزه ۳ تن، توتون ۲/۲۶ تن، آفتابگردان ۱/۳ تن، پیاز ۹/۸ تن، گندم دیم ۳ تن، انگور ۲/۴۵ تن، یونجه ۵/۵۲ تن، سیب ۱۴ تن، بادام ۱/۰۰ تن، مرکبات ۳/۷ تن و برنج ۱/۹ تن. همچنین جدول شماره (۶) انواع محصولات دامی تولیدی پاسخگویان در سال ۱۳۸۲ را نشان می دهد.

• ادراک نسبت به خصوصی سازی ترویج امور دام و شیوه های آن

جدول (۷) میزان موافقت دامداران را با هریک از رهیافت ها و شیوه های خصوصی سازی ترویج نشان می دهد. طبق این جدول، ۲۴ درصد افراد با پرداخت مستقیم وجه

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن و تحصیلات

متغیرهای فردی	وضعیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سن	کمتر از ۲۵ سال	۳۷	۳/۰۸	۳/۰۸
	۲۵-۳۵ سال	۱۱۰	۹/۱۷	۱۲/۲۵
	۳۵-۴۵ سال	۴۸۵	۴۰/۴۲	۵۲/۶۷
	۴۵-۵۵ سال	۳۰۸	۲۵/۶۷	۷۸/۳۴
	۵۵-۶۵ سال	۲۰۲	۱۶/۸۳	۹۵/۱۷
	۶۵ سال و بالاتر	۵۸	۴/۸۳	۱۰۰
	جمع		۱۲۰۰	۱۰۰
تحصیلات	بیسواد	۲۶۸	۲۲/۳۳	۲۲/۳۳
	خواندن و نوشتن	۵۵۸	۴۶/۵	۶۸/۸۳
	تحصیلات ابتدایی	۱۹۰	۱۵/۸۴	۸۴/۶۷
	سیکل	۹۸	۸/۱۷	۹۲/۸۴
	دیپلم	۶۴	۵/۳۳	۹۸/۱۷
	لیسانس	۱۹	۱/۵۸	۹۹/۷۵
	بالاتر از لیسانس	۳	۰/۲۵	۱۰۰
جمع		۱۲۰۰	۱۰۰	

جدول ۳- وضعیت میزان انواع زمین پاسخگویان (هکتار) (n=۱۲۰۰)

نوع زمین	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
آبی	۰	۳۰	۱/۸۶	۳/۶۸
دیم	۰	۱۰۰	۳/۳۰	۴/۹۰
مرتع	۰	۱۱۰۰	۱/۵۵	۳۲/۰۱
باغ	۰	۷۰	۰/۹۸	۴/۹۹

یافته‌های تحقیق گویای آن است که از دیدگاه پاسخگویان؛ اولاً جایگزینی کامل ترویج خصوصی با ترویج دولتی در زیر بخش امور دام در شرایط موجود امکان‌پذیر نبوده و ثانیاً شیوه‌های خصوصی‌سازی می‌توانند با اولویت‌ها و رهیافت‌های ویژه‌ای انجام پذیرند. این یافته با یافته‌های لگوئیس (Legouis, 1991)، ریورا

یافته‌های تحقیق گویای آن است که از دیدگاه پاسخگویان؛ اولاً جایگزینی کامل ترویج خصوصی با ترویج دولتی در زیر بخش امور دام در شرایط موجود امکان‌پذیر نبوده و ثانیاً شیوه‌های خصوصی‌سازی می‌توانند با اولویت‌ها و رهیافت‌های ویژه‌ای انجام پذیرند. این یافته با یافته‌های لگوئیس (Legouis, 1991)، ریورا

جدول ۴- وضعیت تعداد انواع دام پاسخگویان (راس)

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد پاسخگویان	نوع دام
۱۴/۲۴	۴/۶۴	۱۱۹	۰	۱۱۶۹	گاو بومی
۵/۱۰	۱/۸۹	۶۰	۰	۱۲۰۰	گاو اصیل
۵۲/۶۸	۲۸/۲۴	۵۰۰	۰	۱۱۹۷	گوسفند
۲۳/۱۱	۱۰/۱۴	۲۰۰	۰	۱۱۹۹	بز
۱/۳۰	۰/۰۷	۴۰	۰	۱۲۰۰	شتر
۰/۵۷	۰/۰۶	۱۴	۰	۱۲۰۰	گاو میش

جدول ۵- وضعیت میزان تولید انواع محصولات کشاورزی در سال ۱۳۸۲

میانگین درآمد سالانه (هزار ریال)	میانگین هزینه تولید سالانه (هزار ریال)	میانگین عملکرد در هکتار (تن)	تعداد پاسخگویان	محصول
۱۷۳۶۸	۸۳۶۸	۸۰/۱۸	۱۹	سیب زمینی
۵۷۸۰	۲۲۱۰	۱۱/۰۰	۲۳	سویا
۶۰۰۰	۲۷۵۹	۵/۳۵	۵۰۷	گندم
۳۰۰۰	۱۲۰۰	۱۰/۳۰	۵	شالی
۳۰۰۰	۱۱۰۰	۲/۰۰	۱۰۱	جو
۶۰۰۰	۲۲۵۵	۳/۰۰	۱	خریزه
۷۵۰۰	۳۱۰	۲/۲۶	۳	توتون
۵۲۰۰	۲۵۵۰	۱/۳۰	۵	آفتابگردان
۹۸۰۰	۳۷۰۰	۹/۸۰	۴	پیاز
۳۰۰۰	۱۲۰۰	۳/۰۰	۱	گندم دیم
۹۸۰۰	۴۰۰۰	۲/۴۵	۱۳	انگور
۸۳۵۰	۳۸۵۰	۵/۵۲	۵۹	یونجه
۶۵۰۰۰	۳۰۰۰۰	۴/۵۰	۲	گردو
۱۴۰۰۰	۶۵۰۰	۱۴/۰۰	۳۹	سیب
۲۵۰۰	۷۰۰	۱/۰۰	۱	بادام
۱۱۱۱۰	۴۰۰۰	۳/۷۰	۲۵	مرکبات
۶۶۰۰	۲۴۰۰	۱/۹۰	۱۸	برنج

جدول ۶- توزیع فراوانی نوع و میزان تولید محصولات دامی در سال ۱۳۸۲

محصولات دامی	تعداد پاسخگویان	میزان تولید متوسط (عدد، کیلو)	هزینه تولید سالانه (هزار ریال)	درآمد سالانه (هزار ریال)
شیر گاو	۱۵	۲۰۱۳	۸۶۰۰	۳۰۱۸
ماست	۱۷	۶۰۰	۲۳۰۰	۴۵۰۰
بره	۸۲	۳۰	۴۰۰۰	۸۷۰۰
گوساله	۶۰	۱۰	۱۱۰۰	۲۷۰۰
بزغاله	۱۲	۲۰	۴۲۵	۱۲۰۰
گوسفند	۲۰۷	۱۲	۱۷۲۳	۳۵۰۰
گاو	۳	۷	۲۴۶۶	۶۰۰۰

بخش تحلیل استنباطی داده‌ها

• ضرایب همبستگی مابین متغیرهای تحقیق و ادراک نسبت به خصوصی سازی در ترویج

نتایج ضرایب همبستگی در جدول (۸) نشان می دهد که در کل استان‌های مورد مطالعه در سطح ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنی داری میان متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی و متغیرهای سطح تحصیلات، سابقه دامپروری، عملکرد محصولات کشاورزی و میزان درآمد حاصل از کشاورزی و دامپروری وجود دارد. همچنین میان این متغیر و متغیرهای سن و میزان عملکرد محصولات دامی نیز در سطح ۹۵ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

یافته‌های تحقیق در خصوص رابطه مثبت و معنی دار میان میزان تمایل به خصوصی سازی و ویژگی‌های اقتصادی در جنبه‌های بهره‌وری و درآمدی نظیر عملکرد محصولات کشاورزی و دامپروری و میزان درآمد از کشاورزی و دامپروری و ویژگی‌های اجتماعی نظیر سطح تحصیلات نشان می دهد ارائه خدمات ترویجی به شکل خصوصی، در میان کشاورزان و دامداران با وضعیت اقتصادی بالاتر، از استقبال بیشتری برخوردار خواهد بود. این یافته مورد توافق بسیاری از سازمان‌ها و صاحب نظران توسعه و طرفداران خصوصی سازی ترویج کشاورزی از جمله

پی کرینگ (Pickering, 1987)، بانک جهانی (world bank, 1990a)، هرکوس (Hercus, 1991) و شوارتز (Schwartz, 1994) می باشد.

• نتایج تحلیل واریانس

جدول (۹) نتایج تحلیل واریانس حاصل از مقایسه استانهای مورد مطالعه را نشان می دهد. همانطور که در جدول مشاهده می شود، طبق یافته‌های ارائه شده می توان با ۹۵ درصد اطمینان بیان داشت که تفاوت معنی داری در مورد متغیر گرایش به خصوصی سازی در میان استان‌ها وجود دارد. بدین معنی که اگر استان‌های مورد مطالعه بر اساس متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی به گروه‌های مشخص تقسیم گردند، می توان تفاوت معنی داری را از نظر متغیر مذکور در استان‌های مورد مطالعه شاهد بود.

با بررسی میانگین‌های حاصله در ارتباط با متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی، نتایج آزمون تحلیل واریانس (جدول ۹) می دهد که استان‌های فارس و مازندران و گلستان با میانگین‌های (بترتیب ۲۰/۳۶ و ۱۹/۷۱) در یک گروه و استان آذربایجان شرقی میانگین ۱۲/۲۹ در گروه دیگر قرار می گیرد. این امر به معنای همسانی و قرابت بیشتر استان‌های فارس و مازندران و گلستان با یکدیگر و ناهمسانی نسبی آن دو با استان آذربایجان شرقی در ارتباط با متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی در ترویج

جدول ۷- ادراک نسبت به خصوصی سازی ترویج امور دام و شیوه‌های آن

شیوه و رهیافت خصوصی سازی	گزینه ها	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پرداخت مستقیم وجه در ازای فعالیت‌های آموزشی انجام شده	بدون پاسخ	۴۵	۳/۷۵	۳/۷۵
	کاملاً موافقم	۲۱۷	۱۸/۰۸	۲۱/۸۳
	موافقم	۲۸۸	۲۴/۰۰	۴۵/۸۳
	بی نظر	۱۳۸	۱۱/۵۰	۵۷/۳۳
	مخالفم	۲۲۴	۱۸/۶۷	۷۶/۰۰
	کاملاً مخالفم	۲۸۸	۲۴/۰۰	۱۰۰/۰۰
تاسیس واحدهای خدمات آموزشی و ترویجی توسط تشکل های مردمی	بدون پاسخ	۴۴	۳/۶۷	۳/۶۷
	کاملاً موافقم	۳۳۱	۲۷/۵۸	۳۱/۲۵
	موافقم	۴۵۴	۳۷/۸۴	۶۹/۰۹
	بی نظر	۲۳۸	۱۹/۸۳	۸۸/۹۲
	مخالفم	۶۶	۵/۵۰	۹۴/۴۲
	کاملاً مخالفم	۶۷	۵/۵۸	۱۰۰/۰۰
واگذاری بخشی از فعالیت های ترویجی و آموزشی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره‌ای	بدون پاسخ	۴۶	۳/۸۳	۳/۸۳
	کاملاً موافقم	۲۸۸	۲۴/۰۰	۲۷/۸۳
	موافقم	۴۲۷	۳۵/۵۸	۶۳/۴۱
	بی نظر	۲۸۳	۲۳/۵۹	۸۷/۰۰
	مخالفم	۱۰۵	۸/۷۵	۹۵/۷۵
	کاملاً مخالفم	۵۱	۴/۲۵	۱۰۰/۰۰
ادغام خدمات آموزش و ترویج در فعالیت های دیگر مربوط به عرضه نهاده‌ها	بدون پاسخ	۵۵	۴/۵۸	۴/۵۸
	کاملاً موافقم	۲۶۳	۲۱/۹۲	۲۶/۵۰
	موافقم	۴۴۸	۳۷/۳۳	۶۳/۸۳
	بی نظر	۳۰۲	۲۵/۱۷	۸۹/۰۰
	مخالفم	۸۸	۷/۳۳	۹۶/۳۳
	کاملاً مخالفم	۴۴	۳/۶۷	۱۰۰/۰۰
انجام فعالیت های آموزشی ترویجی بصورت سهم بری	بدون پاسخ	۸۹	۷/۴۲	۷/۴۲
	کاملاً موافقم	۱۹۵	۱۶/۲۵	۲۳/۶۷
	موافقم	۳۳۴	۲۷/۸۴	۵۱/۵۱
	بی نظر	۳۰۷	۲۵/۵۸	۷۷/۰۹
	مخالفم	۱۶۰	۱۳/۳۳	۹۰/۴۲
	کاملاً مخالفم	۱۱۵	۹/۵۸	۱۰۰/۰۰
پرداخت حق مشاوره بصورت مالیات غیر مستقیم	بدون پاسخ	۶۱	۵/۰۸	۵/۰۸
	کاملاً موافقم	۱۷۷	۱۴/۷۵	۱۹/۸۳
	موافقم	۱۹۵	۱۶/۲۵	۳۶/۰۸
	بی نظر	۲۷۳	۲۲/۷۵	۵۸/۸۳
	مخالفم	۲۳۷	۱۹/۷۵	۷۸/۵۸
	کاملاً مخالفم	۲۵۷	۲۱/۴۲	۱۰۰/۰۰

جدول ۸- ضرایب همبستگی میان متغیرهای تحقیق و ادراک نسبت به خصوصی سازی در ترویج[†]

ردیف	متغیرهای مورد مطالعه	ادراک به خصوصی سازی
۱	سن	۰/۱۹۴*
۲	سطح تحصیلات	۰/۶۴۸***
۳	سابقه دامپروری	۰/۶۳۱***
۴	مقدار زمین	-۰/۱۴۵
۵	تعداد دام	۰/۱۱۶
۶	عملکرد محصولات کشاورزی	۰/۸۶۵***
۷	عملکرد محصولات دامی	۰/۱۸۳*
۸	میزان درآمد حاصل از کشاورزی	۰/۴۴۸***
۹	میزان درآمد حاصل از دامپروری	۰/۴۴۰***

†. * سطح معنی داری ۰/۰۵ ** سطح معنی داری ۰/۰۱

جدول ۹- مقایسه ادراک نسبت به خصوصی سازی در استانهای مورد مطالعه

Sig	F	استان			متغیر
		گلستان و مازندران	آذربایجان شرقی	فارس	
۰/۰۴۱	۰/۳۴۶	۱۹/۷۱b	۱۲/۲۹ a	۲۰/۳۶b	نگرش به خصوصی سازی

جدول ۱۰- تحلیل عامل جهت سنجش متغیرهای مورد مطالعه در مورد خصوصی سازی در ترویج

بارهای عاملی	متغیرها و رهیافت های خصوصی سازی
-۰/۳۲۱	پرداخت مستقیم وجه
۰/۴۵۲	تاسیس واحدهای خدمات آموزشی ترویجی توسط تشکل های مردمی
۰/۸۶۲	واگذاری بخشی از فعالیت های ترویجی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره ای
۰/۵۵۴	ادغام فعالیت های آموزشی ترویجی در فعالیت های مربوط به عرضه نهاده ها
۰/۶۸۴	انجام فعالیت های آموزشی ترویجی بصورت سهم بری
۰/۳۹۷	پرداخت حق مشاوره بصورت مالیات های غیر مستقیم

جدول ۱۱- نتایج تحلیل رگرسیونی مربوط به متغیر وابسته نگرش به خصوصی سازی

متغیر مستقل	B ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد Beta	سطح معنی داری
ضریب ثابت : Constant	۹/۵۶۳	---	۰/۰۰۱
سطح تحصیلات	۰/۶۳۴	۰/۴۳۲	۰/۰۱۴
عملکرد محصولات زراعی	۰/۸۵۳	۰/۷۶۱	۰/۰۲۴
میزان درآمد حاصل از کشاورزی	۰/۹۲۳	۰/۸۹۰	۰/۰۱۰
میزان درآمد حاصل از دامپروری	۰,۷۶۰	۰/۴۹۵	۰/۰۲۱

امور دام می‌باشد.

• نتایج تحلیل عاملی

برای سنجش و تبیین اهمیت هر کدام از رهیافت‌ها و شیوه‌های خصوصی سازی، از تحلیل عاملی استفاده گردید. نتایج تحلیل عاملی جهت سنجش متغیرهای مورد مطالعه در مورد متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی در جدول (۱۰) نشان داده شده است.

واکاوی یافته‌ها نشان می‌دهد که در اندازه‌گیری ادراک نسبت به خصوصی سازی، متغیرهای واگذاری بخشی از فعالیت‌های ترویجی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره‌ای، انجام فعالیت‌های آموزشی ترویجی بصورت سهم‌بری دارای اهمیت بالایی می‌باشند (از نظر آماری چنانچه بار عاملی متغیر بر روی سازه مربوطه بالاتر از ۰/۶، بین ۰/۶-۰/۳ و کمتر از ۰/۳ باشد، به ترتیب دارای اهمیت زیاد، متوسط و اندک می‌باشد). همچنین متغیرهای ادغام فعالیت‌های آموزشی ترویجی در فعالیت‌های مربوط به عرضه نهاده‌ها، تاسیس واحدهای خدمات آموزشی ترویجی توسط تشکل‌های مردمی و پرداخت حق مشاوره بصورت مالیات‌های غیر مستقیم نیز دارای اهمیت متوسط می‌باشند.

تفکر واگذاری بخشی از فعالیت‌های ترویجی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره‌ای و انجام فعالیت‌های آموزشی ترویجی بصورت سهم‌بری موضوعی است که توسط برخی محققین از جمله هرکوس (Hercus, 1991)، بانک جهانی (World Bank, 1990b)

شوارتز (Schwartz, 1994) و ون دن بن (Van den Ban, 2002) مورد توجه قرار گرفته است.

• نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون

برای پیش بینی اثرات متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میزان نگرش به خصوصی سازی، از رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام استفاده گردید. نتایج این آزمون نشان می‌دهد که مجموعه متغیرهای سطح تحصیلات، عملکرد محصولات زراعی، میزان درآمد حاصل از کشاورزی و دامپروری ۴۵ درصد ($R^2=0.45$) از میزان نوسانات در متغیر نگرش به خصوصی سازی را تبیین می‌کنند. جدول (۱۱) نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از ضریب همبستگی، نشان می‌دهد که در کل استان‌های مورد مطالعه، رابطه مثبت و معنی‌دار میان متغیر ادراک نسبت به خصوصی سازی و متغیرهای سطح تحصیلات، سابقه دامپروری، عملکرد محصولات کشاورزی و میزان درآمد حاصل از کشاورزی و دامپروری در سطح ۹۹ درصد و سن و عملکرد محصولات دامی در سطح ۹۵ درصد وجود دارد. از این رو پیشنهاد می‌گردد عاملین ترویج و توسعه بخش خصوصی، در فرآیند شناسایی گروه‌های هدف، متغیرهای مذکور را در امر ارائه خدمات ترویجی مورد توجه قرار دهند. نتایج حاصل از تحلیل مقایسه‌ای (آزمون واریانس) نشان

واگذاری بخشی از فعالیت‌های ترویجی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره ای و انجام فعالیت‌های آموزشی ترویجی به صورت سهم بری دارای اهمیت بالایی می‌باشند. بنابراین پیشنهاد می‌شود در صورت سیاست‌گذاری برای خصوصی‌سازی فعالیت‌های ترویج امور دام در کشور به ترتیب یکی از دو رهیافت یا شیوه شامل رهیافت مشاوره کشاورزی (واگذاری بخشی از فعالیت‌های ترویجی و آموزشی به کارشناسان در قالب دفاتر خدمات مشاوره‌ای) و رهیافت تسهیم هزینه (انجام فعالیت‌های آموزشی ترویجی به صورت سهم بری) مد نظر قرار گیرد.

می‌دهد، میزان ادراک نسبت به خصوصی‌سازی در استان‌های مختلف متفاوت است. علیرغم اینکه استان آذربایجان شرقی از نظر توسعه یافتگی دامپروری در سطح بالایی قرار دارد، لیکن بدلیل اینکه انگاره‌های تولید دامپروری در این استان در مقایسه با استان‌های مازندران، گلستان و فارس بیشتر از جنبه‌های سنتی و معیشتی تبعیت می‌کند، پیشنهاد می‌گردد در اولویت‌بندی استان‌ها برای برقراری ترویج خصوصی، استان‌های با الگوی تولید تجاری و کمتر معیشتی در اولویت قرار گیرند. همچنین نتایج تحلیل عاملی حاکی از آن است که در اندازه‌گیری گرایش به خصوصی‌سازی، متغیرهای

منابع مورد استفاده

- سازمان خوار و بار کشاورزی جهانی. (۱۳۷۶). *کشاورزی به سوی سال ۲۰۱۰*. مترجم: دفتر تولید برنامه‌های ترویجی و انتشارات فنی. تهران: سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی، وزارت کشاورزی.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی (۱۳۸۲). *گزارش اقتصادی و نظارت بر عملکرد سال سوم برنامه توسعه*. جلد اول: حوزه‌های فرابخشی. تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
- سوان سون، بی، جی، کلار، ئی (۱۳۷۰). *تاریخچه و چگونگی تحول ترویج کشاورزی*. مترجم: شهبازی. ا. و حجاران. ا. مرجع ترویج کشاورزی. وزارت کشاورزی.
- Axin, G. H. (1991). *The K.N. Singh memorial lecture: can extension transcend its dilemmas?* New Delhi: Indian Council of Agricultural Research, Discussion Paper, 12 pages.
- Hercus, J.M. (1991). The Commercialization of government agricultural extension services in New Zeland. In: W.M. Rivera & D.J. Costafson (Eds.), *Agricultural Extension: Worldwide institutional evolution and forces for change*. PP. 44-59. Amsterdam: Elsevire.
- Legouis, M. (1991). Alternative financing of agricultural extension: Recent trends and implications for the future. In: W .M. Rivera and D.J. Costafson (Eds.), *Agricultural Extension: Worldwide institutional evolution and forces for change*. PP. 60-75. Amsterdam: Elsevire.
- Pickering, D.C. (1987). *An overview of agricultural extension and its linkages with agricultural research: The World Bank experiences*. London:Groom Help, Discussion Paper, 36 pages.
- Rivera, W. M. (1996). Agricultural extension in transition worldwide: Structural, financial and management strategies for improving agricultural extension. *Public Administration and Development*. 16, 151-16.
- Saravanan , R. (2001). *Privatization of agricultural extension*. Heydarabade : National Institute of Agricultural Extension Management Rajendrana, Discussion Paper, 33 pages.
- Schwartz . L. (1994). The role of the private sector in agricultural extension : Economic analysis and case studies. New York : Cornel University , Department of Agricultural Economics. Paper No. 48 , 54 pages.
- Shivalinge Gowda , N.S. & Saravanan , R. (2001). *Attitude and preference of agricultural scientists toward privatization of agricultural services* . Heydarabade: National Institute of Agricultural Extension Management Rajendrana, Discussion Paper, 32 pages.
- Van den Ban, A. W. (2002). *Different ways of financing agricultural extension*. Agricultural research and extension network. UK: Department of International Development. Paper No. 27, 76 pages.

World Bank. (1990a). *Agricultural extension: The next step*. Policy and Research paper. Washington D.C.: World Bank, Discussion Paper, 48 pages.

World Bank. (1990b). *Agricultural extension and research in India*. Washington D.C. : World Bank, Discussion Paper, 115 pages.

Zijps, W. (1992). *From agricultural extension to rural: Information Management*. Paper presented at the 12th Agricultural Symposium. Washington, D.C. : World Bank, Discussion Paper, 21 pages.

Farmers' Perception Toward Privatization of Livestock Extension Services in Iran

A. Rezvanfar and F. Arabi¹

Abstract

The main objective of this study was to investigate farmer's perception toward the privatization of livestock extension services in Iran. The study was carried out through a survey method. The statistical universe of the study consisted all farmers who had at least one livestock unit and living in rural areas of the East Azarbaijan, Mazandaran, Golestan and Fars Provinces of Iran. To study the farmer's perception toward the privatization of livestock extension services and factors associated with that, a sample of 1200 farmers was selected by use of "multi-level stratified random sampling" method. A questionnaire was used to collect information about variables. The reliability and validity of the perception toward the privatization of livestock extension services Index were determined. Cronbach's alpha computed to measure reliability of the index was 0.81. The data were analyzed using statistical methods such as frequencies, percentage, mean score, standard deviation, and product moment correlation analysis, F test, regression analysis and factor analysis. The findings of the study revealed that there was a significantly relationship between perception toward the privatization of livestock extension services and independent variables consisting: age, educational level, level of agricultural production and level, income from agriculture. According to Multiple Regression Analysis 45 percent of the changes in farmer's perception toward the privatization of livestock extension services was due to their educational level, level of agricultural production, level of income from agriculture and level of income from livestock production.

Keywords: Privatization, Livestock extension services, Farmers' perception.

¹ Assistant Professor and Graduate Student, Respectively, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, Agriculture and Natural Resources Campus, University of Theran. (Email: arezvan@ut.ac.ir)