

بررسی نگرش کشاورزان شهرستان طبس نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی وعوامل

موثر بر آن

هادی ربیعی

هیمن نادر

حسن احمدی

چکیده

امروزه راهکار خصوصی سازی ترویج کشاورزی، به عنوان نمادی مکمل برای ترویج دولتی جایگاه قابل قبولی پیدا کرده است. به گونه ای که، در طی دهه گذشته، بسیاری از کشورها، مراتبی از آن را به طور موفق تجربه نموده اند. کشور ایران نیز، اواخر دهه ۱۳۶۰، با آغاز اجرای نخستین برنامه عمرانی بعد از انقلاب خود، در بستر تحولات خصوصی سازی قرار گرفته است.

هدف مطالعه حاضر، بررسی نگرش کشاورزان شهرستان طبس نسبت به خصوصی سازی خدمات ترویج و عوامل موثر بر این نگرش می باشد. این تحقیق پیمایشی، از نوع پژوهش توصیفی-همبستگی می باشد و جامعه آماری آن شامل کلیه کشاورزان شهرستان، به تعداد ۴۷۲۶ نفر بود، که تحت پوشش برنامه های ترویج کشاورزی قرار گرفته بودند. همچنین حجم نمونه به میزان ۲۰۰ نفر تعیین، و جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS 16 صورت گرفت. نتایج مطالعه نشان می دهد که، در شهرستان طبس، رابطه مثبت و معنی داری، بین متغیر نگرش نسبت به خصوصی سازی به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل سطح تحصیلات، میزان اراضی، عملکرد محصولات کشاورزی، میزان درآمد حاصل از کشاورزی و میزان مشارکت در فعالیت های ترویجی وجود دارد. همچنین، بین جمعیت روستا و نگرش کشاورز نسبت به خصوصی سازی ترویج رابطه مثبت و معنی داری موجود می باشد. بعلاوه، نگرش ۶۳/۵ درصد از کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی، منفی و یا نسبتاً منفی بوده، در حالی که، ۳۶/۵ درصد نیز نگرش نسبتاً مثبت و مثبت داشته اند. افزایش تعداد مروجان، افزایش اطلاعات و آگاهی کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج، افزایش سطح اراضی کشاورزی، ایجاد زمینه مناسب برای ورود مکانیزاسیون در مزرعه و متعاقب آن افزایش عملکرد محصول و درآمد کشاورز از جمله پیشنهادهایی است که بر اساس نتایج بدست آمده توصیه می گردد.

واژه های کلیدی: ترویج کشاورزی، خصوصی سازی، مشارکت، کشاورزان، طبس.

مقدمه

شاید نتوان تعریفی خاص، مشخص و دقیقی برای ترویج عرضه کرد. زیرا اندیشمندان و صاحب نظران هر کشور با توجه به شیوه های خاص و روش های ویژه ترویج در آن کشور و نیز مقتضیات و شرایط زمانی، ترویج را تعریف می کنند. زمانی پور به نقل از موشر ترویج را فرآیندی می داند که در طی آن فعالیت هایی از طریق آموزش خارج از مدرسه، به منظور ارتقای سطح زندگی مردم روستایی-کشاورز و اصلاح وضع زندگی فیزیکی خانواده های آنان و تسریع در امر رفاه جوامع روستایی انجام می گیرد.^(۶)

ترویج کشاورزی در جهان امروز نقش های متعددی دارد. ترویج موجب تسهیل و تسریع در جریان اطلاعات فنی مفید، از منابع به مصرف کنندگان و نیز سبب تسهیل و تسریع در جریان اطلاعات در زمینه مسائل فنی، از کشاورزان به سازمان های تحقیق و توسعه شده است.^(۱) ترویج کشاورزی عنصر مهمی از زیر بخش های نظام دانش و اطلاعات کشاورزی محسوب می شود. و به لحاظ ارتباط و تعامل با محققان و کشاورزان، دو نقش ارتباطی و تسهیل گری را ایفا می کند. در حال حاضر مطالعات بسیاری از پژوهشگران و صاحب نظران ترویج ارتباط میان تحقیق و ترویج با کشاورزان را ضعیف ارزیابی می کنند.^(۷) البته صاحب نظران عواملی چون پایین بودن توانایی تولید اطلاعات، ماهیت ساختاری و تشکیلاتی سازمان ها، ضعف عملکرد مدیران، ناکافی بودن اعتبارات و عدم بکارگیری رهیافت های نوین مشارکتی در فعالیت های ترویجی را به عنوان موانع بهبود ارتباط میان تحقیق و ترویج در اکثر کشورهای در حال توسعه می دانند.^{(۱۰) و (۱۶)}

خصوصی سازی به معنای انجام فعالیت اقتصادی توسط بخش خصوصی یا انتقال مالکیت ها و دارایی ها به این بخش است.^(۷)

کشور ها، از قدیم، به دلیل سهم قابل توجهی که نظام ترویج کشاورزی در توسعه کشاورزی دارد، نقش قالبی را در تدارک و ارائه خدمات ترویج کشاورزی بر عهده داشته اند. اما طی سال های اولیه دهه ۱۹۸۰ در بسیاری از کشور های صنعتی و حتی کشور های در حال توسعه موضوع بالا بودن هزینه های ترویجی از سوی اقتصاددانان و سیاستگذاران این کشور ها مورد انتقاد بوده و در نتیجه، فرآیند خصوصی سازی ترویج از اواسط دهه مذکور یکباره و به صورت حرکتی جامع و فراگیر در بسیاری از کشورها آغاز گردید.^{(۱۱)، (۱۲)، (۱۵) و (۱۸)}

هر یک از این کشورها با توجه به شرایط خاص کشاورزی خود و با بررسی نگرش کشاورزان به خصوصی سازی اقدام به تدوین الگویی برای این کار نمودند، به گونه ای که بتوانند موانع و چالش های موجود را رفع و در عمل به نتایج مطلوبی دست یابند. ایجاد سازمان های غیر دولتی ترویج، نهادهای تجاری کشاورزی، انجمن های کشاورزی و شرکتهای مشاوره ای خصوصی همگی به عنوان ابزارهایی برای تحقق این هدف در نظر گرفته شده اند.^{(۱۷) و (۱۳)} در کشور ما نیز، اجرای سیاست خصوصی سازی که در سال ۱۳۷۰ با تصویب هیات دولت آغاز شده بود، در سال ۱۳۷۵ متوقف گردید و پس از انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری، بار دیگر خصوصی سازی و واگذاری شرکت های دولتی مورد توجه قرار گرفت.^{(۲) و (۹)} راهکار خصوصی سازی ترویج کشاورزی قابلیت های فراوانی دارد. که از آن جمله می توان به، ارتقای اثربخشی فعالیت های ترویجی، به روز شدن اطلاعات، کارآمد شدن مشاوره ها و کاهش هزینه-های دولتی در این بخش اشاره نمود. مهمترین اهداف خصوصی سازی ترویج کشاورزی در ایران عبارتند از: افزایش پوشش آموزشی خدمات ترویجی از طریق بکارگیری تشکیلات ترویج خصوصی بدون پرداخت هزینه از طرف دولت، ایجاد تحول در ترویج دولتی، و افزایش کارایی آن از طریق رقابت ترویج خصوصی با آن، فراهم شدن زمینه های مشارکت گروه های مختلف کشاورزان (خرده مالک و عمده مالک) در فعالیت ترویجی، و افزایش اثربخشی برنامه های ترویجی با انتخاب بهترین نظام ترویجی ممکن، می باشد.^(۸)

از جمله مشکلات اجرایی راهکار خصوصی سازی ترویج، شرایط فرهنگی جامعه روستایی - کشاورزی ایران است. به طوری که اغلب کشاورزان پذیرای اطلاعات جدید و کمک های فنی کارشناسان کشاورزی در قبال پرداخت دستمزد نیستند. طی چند دهه فعالیت های ترویجی در روستاهای ایران، مروجان اطلاعات فنی فراوانی را به صورت رایگان و حتی در بعضی شرایط با ارائه مشوق و ترغیب کشاورزان در اختیار آنها قرار داده اند، و در این مسیر با مشکلات فراوانی در زمینه مقاومت در برابر پذیرش نوآوری دست به گریبان بوده اند. از طرف دیگر ریسک پذیری پایین کشاورزان خرده پا و وضعیت اقتصادی آنها به نحوی است که قادر به پرداخت هزینه در قبال دریافت اطلاعات نمی باشند.^(۳)،^(۴) و^(۵) هدف مطالعه حاضر، ارزیابی نگرش کشاورزان شهرستان طبس نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی می باشد.

تشریح منطقه مورد مطالعه

شهرستان طبس با وسعتی معادل ۵۵۴۶۰ کیلومتر مربع وسیعترین شهرستان کشور می باشد، که حدود ۴۳٪ از مساحت کل استان یزد را به خود اختصاص داده است. این شهرستان در دامنه غربی ارتفاعات کوه شتری در حاشیه کویرنمک قرار گرفته است. ارتفاع آن از سطح دریا ۶۹۰ متر و از نظر تقسیمات کشوری دارای ۳ شهر، ۳ بخش و ۸ دهستان می باشد. فاصله جنوبی ترین تا شمالی ترین روستا بیش از ۴۵۰ کیلومتر است. همچنین این شهرستان دارای ۶۴۷ آبادی که ۲۱۸ روستای آن دارای سکنه و ۴۲۹ آبادی خالی از سکنه می باشد. براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ جمعیت شهرستان طبس ۶۶۳۶۱ نفر بوده که ۴۰/۲٪ در روستاها و ۵۹/۸٪ در شهر سکونت دارند، تعداد افراد شاغل در بخش کشاورزی ۱۱۴۲۶ نفر می باشند. با توجه به وسعت منطقه و تنوع اقلیم، محصولات متنوع زراعی و باغی همچون گندم، جو، پنبه، محصولات جالیزی، سبزیجات، زعفران، خرما، پسته و مرکبات و محصولات پرتوقع آبی مانند برنج در این شهرستان به عمل می آید. با توجه به وسعت و پراکندگی روستاهای شهرستان ۲ مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی در بخش دستگردان با وسعتی معادل ۱۱۲۲۰ کیلومتر مربع و ۹۳ روستا و مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی دیهوک با وسعتی معادل ۲۲۲۵۴ کیلومتر مربع و ۵۵ روستا و ۵ شرکت تعاونی تولید روستایی در سطح ۵ دهستان شهرستان مشغول خدمت رسانی به کشاورزان و دامداران منطقه می باشند. همچنین در حال حاضر تعداد ۸۰ مروج در سطح شهرستان در حال خدمت هستند.

مواد و روش ها

هدف کلی این مطالعه، بررسی نگرش کشاورزان شهرستان طبس نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی می باشد. که با استفاده از روش پیمایشی (Survey Research) انجام شد و از نوع توصیفی - همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را تمامی کشاورزان این شهرستان، به تعداد ۴۷۲۶ نفر کشاورز در سال زراعی ۸۸-۸۷ تشکیل می دهند. تعداد ۲۰۰ نفر از کشاورزان به صورت کاملاً تصادفی^۱ به عنوان نمونه انتخاب شدند. متغیرهای مستقل شامل سن، سطح تحصیلات، سابقه، مقدار زمین، عملکرد و درآمد، تعداد دفعات مراجعه به جهاد کشاورزی و جمعیت روستا بود. و متغیر وابسته مورد مطالعه نیز، نگرش کشاورزان به خصوصی سازی ترویج در نظر گرفته شد. با توجه به موضوع مطالعه پرسشنامه تنظیم گردید. جهت تعیین روایی پرسشنامه از روایی محتوایی^۲، سازه ای^۳ و ظاهری^۴ استفاده شد. آزمون پیشاهنگی برای تعیین اعتبار پرسشنامه، مورد استفاده قرار گرفت. و ضریب پایایی ۸۸٪ با استفاده از نرم افزار SPSS

- 1 - Randomized Sampling Complete
- 2 - Content Validity
- 3 - Construct Validity
- 4 - Face Validity

16 بدست آمد. که نشان می دهد، سوالات پرسشنامه از اعتبار بالایی برخوردار می باشد. نمرات نگرش کشاورزان از نوع فاصله ای^۱ بوده و از مجموع پاسخ های سوالات بدست آمد. جهت توضیح نگرش، طبقه بندی به صورت چهار طبقه، نگرش منفی، نسبتا منفی، نسبتا مثبت و مثبت شکل گرفت.

نتایج و بحث

سن کشاورزان بین ۲۸ تا ۷۸ سال و با میانگین ۴۹/۵ سال بود. که از این تعداد کشاورز تعداد ۶۰ نفر بی سواد، ۸۵ سواد در حد خواندن و نوشتن، ابتدایی ۴۸ و ۷ نفر دارای مدرک متوسطه و بالا تر و میانگین میزان سواد ۱/۶ سال بوده است. همچنین میانگین مساحت اراضی آنها ۹/۲ هکتار بود. حداقل درآمد کشاورزان ۳۰۰۰۰۰ تومان و حداکثر آن ۱۸۰۰۰۰۰ تومان با میانگین ۹۸۰۰۰۰ تومان در ماه تخمین زده شد.

بر اساس اطلاعات بدست آمده کشاورزان بیشترین میزان اطلاعات خود را از جهاد کشاورزی کسب کرده اند، که این موضوع به خوبی بیانگر اهمیت و نقش این مرکز در اطلاع رسانی به کشاورزان شهرستان می باشد. و میزان اطلاعات دریافتی کشاورزان از طریق سایر منابع اطلاع رسانی از قبیل کارشناسان بخش خصوصی، مراکز آزمایشگاهی و تحقیقاتی و کتب و مجلات کشاورزی بسیار محدود می باشد. که نشان می دهد تمایل و انگیزه برای کسب اطلاعات و بهره گیری از خدمات بخش خصوصی اندک است. بعلاوه بدلیل پایین بودن سطح سواد و عدم دسترسی کشاورزان، اطلاعات ناچیزی از این منابع کسب شده است.

جهت گروه بندی نگرش کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی، نگرش ها به چهار طبقه، نگرش منفی، نسبتا منفی، نسبتا مثبت و مثبت تقسیم بندی شد. بر اساس جدول شماره (۱) نگرش ۶۳/۵ درصد از کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی، منفی و یا نسبتا منفی بوده، در حالی که ۳۶/۵ درصد نیز نگرش نسبتا مثبت و مثبت داشته اند. جدول (۱) فراوانی میزان نگرش کشاورزان را نشان می دهد.

جدول ۱: میزان نگرش کشاورزان نسبت به ترویج کشاورزی

نگرش	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
منفی	۲۸	۱۴	۱۴
نسبتا منفی	۹۹	۴۹/۵	۶۳/۵
نسبتا مثبت	۱۶	۸	۷۱/۵
مثبت	۵۷	۲۸/۵	۱۰۰
جمع	۲۰۰	۱۰۰	

ماخذ: یافته های پژوهش

جدول ۲: همبستگی نگرش کشاورزان نسبت به خصوصی سازی

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
-------------	--------------	---------------

سن کشاورز	P -0/003	0/015
سطح تحصیلات کشاورز	S 0/21	0/001
سابقه کار کشاورزی	P -0/18	0/25
میزان اراضی	P 0/42	0/057
عملکرد محصولات کشاورزی	P 0/35	0/005
تعداد دفعات مراجعه به مراکز خدمات کشاورزی	P -0/17	0/31
درآمد کشاورزی	P 0/21	0/007
جمعیت روستا	P 0/26	0/00
فاصله روستا تا مرکز خدمات	P -0/08	0/37
میزان مشارکت در فعالیت های ترویجی	S 0/46	0/05

ماخذ: یافته های پژوهش

P: ضریب همبستگی پیرسون

S: ضریب همبستگی اسپیرمن

جهت آزمون همبستگی بین متغیرهای مورد مطالعه از ضرایب همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شد. جدول شماره (۲)، بیانگر متغیرهای مستقل مطالعه و نتایج تحلیل همبستگی با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن می باشد. که در آن ارتباط سن، سطح تحصیلات، سابقه کاری، میزان اراضی قابل کشت، درآمد حاصل از کشاورزی فرد کشاورز، عملکرد محصولات زراعی، تعداد دفعات مراجعه به مراکز خدمات کشاورزی، جمعیت روستا، فاصله روستا تا مرکز خدمات کشاورزی و میزان مشارکت در فعالیت های ترویجی به عنوان متغیر مستقل و نگرش کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت. بررسی ضرایب همبستگی نشان می دهد که رابطه معنی داری میان سن، سابقه کار کشاورز، تعداد دفعات مراجعه به مراکز خدمات جهاد کشاورزی و فاصله روستا از آن مرکز، با نگرش کشاورزان به خصوصی سازی ترویج کشاورزی وجود ندارد. ضریب اسپیرمن محاسبه شده برای متغیر مستقل سطح تحصیلات کشاورز و متغیر وابسته مورد بررسی $r=0/21$ است که در سطح ۵٪ معنی دار می باشد. بنابر این با اطمینان ۹۵٪ می توان بیان کرد که، بین میزان سواد و نگرش کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده برای متغیر مستقل میزان اراضی با متغیر وابسته برابر با $r=0/42$ می باشد. که در سطح معنی داری ۵٪، بیانگر رابطه مثبت بین میزان اراضی کشاورزان و نگرش آنها به خصوصی سازی است. همچنین ضریب همبستگی متغیر عملکرد محصولات کشاورزی $r=0/35$ بیانگر ارتباط مستقیم بین مقدار عملکرد محصول و نگرش خصوصی سازی ترویج کشاورزی می باشد. ضریب همبستگی متغیر درآمد کشاورزی $r=0/21$ بیانگر رابطه مستقیم بین میزان درآمد حاصل از فعالیت کشاورزی و نگرش خصوصی سازی ترویج کشاورزی می باشد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای متغیر جمعیت روستا با متغیر وابسته تحقیق معادل $r=0/26$ است که در سطح ۵٪ معنی دار بوده، و بیان می کند که روستاهایی که دارای جمعیت بیشتری هستند، نگرش مساعد تری نسبت به خصوصی سازی ترویج دارند. ضریب اسپیرمن محاسبه برای متغیر مستقل مشارکت در فعالیت های ترویجی و متغیر وابسته تحقیق $r=0/46$ است که در سطح ۵٪ معنی دار بوده، و با اطمینان ۹۵٪ می توان بیان کرد که بین میزان مشارکت کشاورزان در فعالیت های ترویجی و نگرش آنها نسبت به خصوصی سازی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد.

نتیجه گیری و پیشنهاد ها

الگوی خصوصی سازی در کشورهای مختلف، یکسان نیست و هر یک از کشورها به شیوه ای خاص و متناسب با شرایط کلی بخش کشاورزی خود، نسبت به خصوصی سازی ترویج اقدام می کند. ایجاد سازمان های غیر دولتی ترویج، نهادهای تجاری کشاورزی، انجمن های کشاورزی و شرکتهای مشاوره ای خصوصی همگی به عنوان ابزارهایی برای تحقق این هدف در نظر گرفته شده اند. در این مطالعه، به ارزیابی نگرش کشاورزان شهرستان طبس نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی در این شهرستان پرداخته شد. بدین منظور یک نمونه ۲۰۰ نفری از کشاورزان این شهرستان در سال زراعی ۸۷-۸۸ به صورت کاملا تصادفی تهیه گردید. و مطالعه با استفاده از روش پیمایشی صورت گرفت. نگرش کشاورزان شهرستان طبس به خصوصی سازی ترویج به عنوان متغیر وابسته، و متغیرهای سن، سطح سواد، سابقه، مقدار زمین، عملکرد و درآمد، تعداد دفعات مراجعه به جهاد کشاورزی و جمعیت روستا به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق در نظر گرفته شدند. بر اساس یافته های موجود، نگرش ۶۳/۵ درصد از کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی، منفی و یا نسبتا منفی بوده، در حالی که ۳۶/۵ درصد نیز نگرش نسبتا مثبت و مثبت داشته اند. بنابر این می توان نتیجه گرفت که، در حال حاضر بیشتر کشاورزان منطقه مورد بررسی به دلایل مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اطلاعاتی با خصوصی سازی ترویج کشاورزی موافق نیستند. نتایج مطالعه نشان می دهد که ارتباط مثبت و معنی داری بین سطح تحصیلات کشاورز $I=0/21$ ، میزان اراضی $I=0/42$ ، عملکرد محصولات کشاورزی $I=0/35$ ، جمعیت روستا $I=0/26$ درآمد کشاورز $I=0/21$ و میزان مشارکت در فعالیت های ترویجی $I=0/46$ با نگرش کشاورزان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی وجود دارد. و عواملی همچون سن کشاورز، سابقه کاری، فاصله تا مرکز خدمات و تعداد دفعات مراجعه به این مراکز اثر معنی داری در نگرش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی ندارند. با توجه به این موضوع که، تعداد زیادی از کشاورزان نظر خاصی پیرامون خصوصی سازی ترویج نداشته اند، لذا به نظر می رسد که این نوع نگرش همراه با بی اطلاعاتی پیرامون این مبحث وجود دارد، از این رو پیشنهاد می گردد تا اقدامات آموزشی جهت افزایش سطح دانش و آگاهی این گروه صورت گیرد. یکی دیگر از مسائل فعلی ترویج تعداد کم مروج و مددکار در روستاها می باشد. لذا باید تعداد و همچنین کیفیت کار مروجان را افزایش داد. با توجه به همبستگی بین میزان درآمد و نگرش خصوصی سازی، ترویج پیشنهاد می شود از طریق سیاست های حمایتی به افزایش درآمد کشاورزان یاری شود. همچنین با توجه به ارتباط مستقیم بین عملکرد محصول و نگرش خصوصی سازی، باید از طریق ورود مکانیزاسیون و همچنین بذرهای اصلاح شده، عملکرد مزرعه را افزایش داد، که این خود منجر به افزایش درآمد کشاورز نیز خواهد شد.

۱. آکسین، جورج ا.ج. (۱۳۸۰)، راهنمای رهیافت های گوناگون ترویج. ترجمه علیرضا کاشانی و جواد میر، تهران: ارغنون ۲. پاکدامن، ر. (۱۳۷۴). جنبه های کاربرد خصوصی سازی به انضمام قوانین و مقررات ایران. تهران: انتشارات مجمع علمی، فرهنگی مجد.
۳. حاجی میر رحیمی، س. کرمی، ع. (۱۳۷۶). فقر روستایی و خصوصی سازی ترویج. مجموعه مقالات هشتمین سمینار علمی ترویج کشاورزی کشور، انتشارات دانشگاه تبریز، ۱۹۴-۲۱۲.
۴. حسینی، س. ج. (۱۳۷۸). خصوصی سازی ترویج کشاورزی در هلند. مجله جهاد ۳ و ۴: ۲۱۶-۲۱۷.
۵. حسینی، م. (۱۳۷۶). گرایش نوین جهانی در خصوصی سازی و تعدیل هزینه های ترویج کشاورزی. مجموعه مقالات اولین سمینار علمی ترویج منابع طبیعی، امور دام و آبزیان، وزارت جهاد سازندگی، تهران.
۶. زمانی پور، اسد ا. (۱۳۷۳). ترویج در فرآیند توسعه. بیرجند، دانشگاه بیرجند
۷. فرخی، ص. (۱۳۸۱). بررسی نگرش کارشناسان و کشاورزان استان ایلام به خصوصی سازی ترویج کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
۸. کرمی، ع. فنایی، الف. (۱۳۷۲). نظام های ترویج خصوصی. فصلنامه پژوهش های اقتصاد کشاورزی و توسعه. تهران: مرکز مطالعات برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. ۲۶۱-۲۷۱.
۹. متوسلی، م. (۱۳۷۳). خصوصی سازی با ترکیب مطلوب دولت و بازار در توسعه اقتصادی. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.

10. **Agbamu, J.** (2000). Agricultural research extension linkage Systems: An international perspective. Agricultural research and extension network. Department for International Development, UK.
11. **Bloom, P.** (1993). Privatization lessons for U. S. Extension from Newzealand and Tasmania. Journal of Extension
12. **Hall, M. H., Morris, S. D. & Kuiper, D.** (1999). Privatization of Agricultural Extension in Newzealand. Implications for the Environment and Sustainable Agriculture. Journal of Sustainable Agriculture. Vol.14(1), 59-70.
13. **Krishna Prasad, T. & Md. Suleman Khan.** (2001). Privatization of Extension and Its Relevance in India Context. In: P. Chandra Shekara(ed). Private Extension in India: Myths, Realities, Apprehensions and Approaches. (135-153). India: NIAEM.
14. **Prasad, C. & S. P. Singh.** (1991). Appropriate Extension Strategy for Scientific Rainfed Farming. New Delhi. India Farming.
15. **Proost, J. & P. Duijsings.** (2001). Going Dutch in Extension: 10 Years of Experiences with Privatized Extension in the Netherlands. Washington D. C. the World Bank.
16. **Rivera, M. K.** (2000). Agricultural Extension at the Turn of the Millennium: Trends and challenges. Room Food and Agricultural Organization, Rome.
17. **Rivera, W.** (1992). Global Trends in Extension Privatization. Journal of Extension [Online], 30. Available on: http://www.joe.org/joe/1992_fall/intll.html.
18. **Umali D. L. & L. Schwartz.** (1994). Public and Private Agricultural Extension: Beyond Traditional Frontiers. World Bank discussion papers. (236), 83-95.
19. **Wielienga, E.** (2000). Rural Extension in Vital Networks, Changing Roles of Extension in Dutch Agriculture. Journal of International Agricultural and Extension Education.

Farmers' Attitudes toward Privatization of Agricultural Extension Services in Tabas County and factors associated with attitudes

H.Rabiei , H. Nader And H. Ahmadi

Abstract

Today, Agricultural Extension Privatization Strategy has an acceptable position in promoting and rendering better public services. So many countries experienced successful outcomes during the past decade. Iran country also started to implement this initiative with the implementation of the 1st National Plan after the Revolution in late 1981. The purpose of this study is to evaluate the attitudes of farmers towards privatization of extension services in Tabas County and to explore factors affecting this attitude. This survey research follows a descriptive-correlation method with statistical population of all 4726 district farmers who used agricultural extension programs. A sample of 200 individuals selected for data collection via questionnaires. To analyze the data, SPSS 16 was applied. Results show that there is positive and significant relationship between variable of farmers' attitudes toward privatization as a dependent variable and independent variables e.g. farmers' education level, land area, agricultural performance, amount of agricultural income and participation in extension activities. Also, a positive and significant relationship rules between the rural population and farmers' attitudes toward agricultural extension privatization. In addition, 63.5 % of the farmers reflected negative or relatively negative attitudes toward extension privatization, while remaining 36.5 % posed positive and relatively positive tendencies. Based on the results, increasing number of extension workers, updating information and knowledge of farmers toward privatization, expanding area of agricultural lands, creating appropriate bed for more farming machinery, and consequently up-scaling agricultural yield and income, lie within the suggestions made.

Key words: Agricultural Extension, Privatization, Participation, Farmers, Tabas.