

نگرش کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی^۱

زهره منجم زاده* - دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی
محمد جعفر بهتاش - عضو هیئت علمی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی رامین

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی از دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان انجام شده است. این پژوهش از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری آن از کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان تشکیل شده است که نمونه‌ای به حجم ۹۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی از بین آنان انتخاب و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. داده‌های این پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از بخش توصیفی نشان داد که حرکت در جهت حذف تشریفات اداری و امور خدماتی، پایین بودن در آمد زنان، وابستگی موفقیت مروجان به میزان استقبال زنان و ارائه خدمات ترویج خصوصی از طریق تشکلهای کشاورزان بیشترین میزان موافقت را به خود اختصاص دادند. در بخش تحلیلی، نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که متغیرهای سن و سطح تحصیلات با گرایش به خصوصی سازی هیچ‌گونه رابطه معنی داری ندارد. همچنین کارکنان مرد، با مدرک کارشناسی و با سابقه کار بیشتر و گروههای متمایل به سازوکارهای اقتصادی، نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی گرایش بیشتری دارند.

۱ - از کارشناسان محترم سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان که با مساعدت و همکاریهای صمیمانه خود امکان انجام این پژوهش را فراهم ساختند، تشکر و قدردانی می شود.

* Email : www.zohreh_monajemzadeh@yahoo.com

واژه‌های کلیدی: خصوصی سازی، ترویج کشاورزی، زنان روستایی، خوزستان / استان.

مقدمه

ترویج خصوصی از جمله راهکارهایی است که کشورهای صنعتی و در حال توسعه، برای مقابله با ناکارآمدی ترویج دولتی به کار می‌گیرند. سیاستهای تعدیل ساختاری، این‌گونه کشورها را وادار نمود که ترویج خصوصی را راهبرد مکمل ترویج دولتی در نظر گیرند، چرا که ترویج دولتی دیگر پاسخگوی خیل عظیم مراجعان خود نبود. علاوه بر این، در بسیاری از حوزه‌ها، ترویج خصوصی بسیار کارآمدتر و مؤثرتر از ترویج دولتی عمل می‌کند. در ایران نیز با توجه به سیاستها و برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و نیز با توجه به مقتضیات و الزامات فناوری تحول‌یابنده کشاورزی و منابع طبیعی، نیازهای متنوع کشاورزی تجاری و صنعتی، الزامات ساختار وزارت کشاورزی، ناکافی و کم‌اثر بودن و محدودیتهای جدی نظام ترویج دولتی و ضرورت تمرکز منابع و امکانات محدود بر روی اکثریت کشاورزان خرده‌پا، لازم است که خصوصی سازی ترویج بیش از پیش مورد مطالعه قرار گیرد (لشگرآرا و پیش‌بین، ۱۳۸۳). «ساروانان» و «رزمی» معتقدند علاوه بر اینکه ترویج خصوصی و فرایند خصوصی سازی بر طبقات متفاوت و مختلف کشاورزان آثار مختلفی داشته و در قبال هر کدام از آنها مسئولیتی جداگانه دارد، منجر به ایجاد تغییراتی در عناصر فرایند ترویج، از جمله در اهداف، گروههای هدف، روشها، کارکنان ترویج، ارباب رجوع و فناوریها نیز خواهد شد. آنها این نکته مهم را یادآور شده‌اند که در ترویج خصوصی نیز باید نقشهای متعدد، عمده و البته فراموش شده نظامهای دولتی ترویج کشاورزی که ضمناً مهم‌ترین نقشه‌ها نیز هستند تعریف شوند، که از آن جمله می‌توان به بهبود اقتصادی وضعیتی کشاورزان خرده‌پا و حاشیه‌ای در مناطق روستایی به خصوص زنان روستایی، توسعه کشاورزی پایدار، حفاظت منابع، توانمندسازی زنان روستایی و آموزش آنها در زمینه‌های مختلف و مورد نیاز اشاره کرد (Saravananand Resmy, 2000). در بسیاری از کشورها، سازمانهای خصوصی داوطلب یا سازمانهای غیردولتی نوعی از فعالیتهای ترویجی را به منظور برآوردن نیازهای گروههای محروم (مانند زنان روستایی که در سطح معیشتی پایین قرار داشته و تحت پوشش خدمات ترویجی دولتی نیستند) سازماندهی کرده‌اند. به طور کلی، این نوع اقدامات ترویجی در برگیرنده سهم بسیار کوچکی از منابع ترویجی هر کشور است، ولی با وجود این، نظر به اینکه آنها در راستای چندین هدف مهم اجتماعی قرار می‌گیرند، نقش قابل توجهی در بهبود ترویج

و توسعه روستایی جامع و فراگیر دارند. اول آنکه چون سازمانهای داوطلب خصوصی و سازمانهای غیردولتی از رهیافتهای ترویجی مسئله‌گرا و خودیاری استفاده می‌کنند به میزان زیادی مخاطب مدار و مشارکتی هستند. دوم آنکه، گروههای خودیار برای توسعه ملی اهمیت زیادی دارند، زیرا که دائماً توجه خود را به نیازهای اقشار محروم معطوف می‌دارند. در نهایت اینکه چون سازمانهای غیردولتی عموماً کوچک، نزدیک به موقعیت، به میزان زیادی مسئله‌گرا و انعطاف‌پذیر هستند، می‌توانند به منبعی برای ایده‌های جدید و شیوه‌های نوآورانه به منظور کمک به فقرا و روستایی از جمله زنان کشاورز بی‌بضاعت و افراد بی‌زمین باشند (حسینی و چیدری، ۱۳۷۶). «باکستر» در تحقیق خود با عنوان «توسعه جدید در ترویج کشاورزی، سودمندی برای خصوصی‌سازی خدمات ترویجی با خدمات ترویج دولتی»؛ معتقد است به همان اندازه که ترویج دولتی برای زنان روستایی و کشاورز که بخش عمده‌ای از ارباب رجوع خدمات ترویجی هستند مفید است، به همان اندازه نیز ترویج خصوصی برای آنها سودمند است (Baxter, 1987). از طرف دیگر پژوهشگرانی چون «ریورا» و «کرنینگ» چنین اظهار داشته‌اند که خصوصی‌سازی برای کشاورزان زن نتایج مثبتی به همراه ندارد. آنها در پژوهش خود تحت عنوان «توانمندسازی زنان به واسطه ترویج کشاورزی، چشم‌اندازی جهانی»؛ بر این عقیده‌اند که به طور کلی خصوصی‌سازی بر محصولاتی با ارزش نقدی بالا تأکید دارد و چنین نتیجه‌ای به سوی عضوی از خانواده هدایت می‌شود که سرمایه و وضعیت مالی خانواده را کنترل می‌کند (Rivera and Corning, 1990). در اکثر کشورهای در حال توسعه، گرچه در مباحث نظری، دسترسی زنان به منابع مختلف بسیار راحت و امکان‌پذیر به نظر می‌رسد، اما در عمل، به دلیل فقدان اطلاعات، دانش، پول و سرمایه کافی، سوگیریهایی فراوان موجود در روابط مالی و قوانین ارث و نیز دسترسی به نظامهای قانونی، نسبت به مردان با محرومیت‌های بسیار عمده‌ای روبه‌رو هستند (Secretary - General, 1999). «چاندرا» یکی از چالش‌های عمده برای خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی در هند را سهم عمده زنان از نیروی کار روستایی می‌داند. او چنین بیان می‌کند که کشاورزی در هند نوعی حرفه و فعالیت اقتصادی خانوادگی است، اما چون کارکنان سطح مزرعه فقط برای کشاورزان پیشرو و به خصوص مرد خدمات عرضه می‌کنند، رهیافت تمامیت خانواده مورد غفلت و فراموشی واقع می‌شود. علاوه بر این، فعالیتهای آموزشی را که سازمانهای توسعه‌ای و آموزشی به طور هدایت‌شده و گسترده، ارائه می‌کنند، انگاره‌هایی را در نظر می‌گیرند که زنان که بخش عمده‌ای از گروه هدف محسوب می‌شوند در آن هیچ جایگاهی ندارند (Chandra, 2001). «چاندرا» چنین نتیجه‌گیری می‌کند که هر نظام ترویجی برای موفقیت اقتصادی و اجتماعی به رهیافتهایی نیاز دارد که به تمام اعضای نظام اجتماعی و خانواده در روستا از جمله زنان و

جوانان توجه داشته باشد (ibid.). «جیگینز» و همکاران در مورد نقش سازمانهای غیردولتی و بخش خصوصی معتقدند که این سازمانها به نوعی در استفاده از ابتکارات ایجاد شده در نظامهای ترویج دولتی و عمومی پیشگام هستند. این گونه سازمانهای غیردولتی و خصوصی جهت کسب اطمینان از اینکه اطلاعات، برنامه های آموزشی و فناوریهای جدید و پیشرفته به درستی و به موقع در اختیار زنان روستایی و کشاورز قرار می گیرد به خوبی به ایفای نقش رهبری پرداخته و در تمامی موارد و به طور مداوم هدایت و کنترل این گونه منابع اطلاعاتی را برای زنان روستایی برعهده دارند و همان گونه که مشاهده می شود خدمات این بخشها در هر دو بعد کمی و کیفی، افزایش داشته است. در واقع با حمایت از تلاشهای دولتی، در پی پر کردن شکافهای موجود در قابلیتها و کاستن از مخارج نظامهای دولتی هستند (et al., 1997, Jiggins). «مؤسسه ملی مدیریت ترویج کشاورزی» در تاریخ بیست و هشتم و بیست و نهم جولای سال ۲۰۰۰ اقدام به برگزاری سمینار ملی ترویج خصوصی با هدف بررسی رهیافتها و چالشهای خصوصی سازی ترویج کشاورزی در هزاره جدید کرد. از جمله مسائل مهم مورد توجه این سمینار زنان و نقش و جایگاه آنان در تولید و فرآیند خصوصی سازی بود. علاوه بر این پیشنهادهای مطرح شده در این سمینار، لزوم توجه و حمایت دولت از ترویج خصوصی و اهمیت توجه و حمایت این هر دو ساختار ترویجی از زنان این فراموش شدگان همیشه تاریخ بسیار چشمگیر و مورد توافق بسیاری از شرکت کنندگان در این سمینار بود (2000 NIAEM, «اوتمان» و «مارتین» اعتقاد دارند که در کشور مصر بخش خصوصی به خوبی خود را با ترویج دولتی هماهنگ کرده است و از زنان روستایی خوش نشین و فقیر حمایت کرده که در نتیجه منجر به افزایش کارایی و بهره وری بهتر آنها شده است. بخش خصوصی با ارائه خدمات ترویجی در قالبی جدید و البته متناسب با نیاز واقعی زنان روستایی از ایجاد شکاف بین مردان و زنان جلوگیری می کند. در واقع این دو، خدمات ترویج خصوصی را فراهم کننده ابزار و شرایط مورد نیاز و مطلوب جهت استفاده از چنین آموزشهایی برای زنان می دانند. همچنین معتقدند که به دلیل ساختار فرهنگی - اجتماعی کشورهایی مانند مصر باید از مروجان و کارشناسان زن جهت برقراری و تسهیل ارتباط میان زنان روستایی و سازمانهای خصوصی ترویج کشاورزی استفاده کرد (Othman and Martin, 2001). البته واضح است که فرایند خصوصی سازی ترویج کشاورزی، به ویژه برای زنان روستایی با موانع بسیار جدی و عمده ای روبه روست. در واقع می توان گفت با وجود اینکه زنان، تشکیل دهنده بخش اعظمی از نیروی کار در بخش کشاورزی هستند، اما همچنان این گروه عظیم با پایین ترین میزان بهره مندی از برنامه های ترویجی، و مشارکت گروهی و اجتماعی، که البته نقش عمده ای هم در پیشبرد اهداف تولیدی و توسعه ای دارد به کار خود ادامه می دهند. از این رو درباره زنان

روستایی تولیدکننده و اهداف فرایند خصوصی سازی همواره این نگرانی وجود دارد، که خصوصی سازی ترویج کشاورزی ممکن است برای این زنان با پیامهای متناقضی همراه باشد؛ یاد صورت مقید بودن این فرایند برای زنان، وضعیت و شرایط آنها منجر به تأخیر در سرعت خصوصی سازی شود. در نهایت می توان چنین گفت که اگر خصوصی سازی به گونه ای مناسب و متناسب با شرایط زنان روستایی صورت پذیرد می تواند هم نگرش این زنان را تغییر دهد و هم در تغییر نگرش سیاست گذاران و برنامه ریزان و به طور کلی جامعه نسبت به این گروه عمده که تاکنون از خدمات ترویجی دولتی به گونه ای بسیار محدود بهره برده اند. بسیار مؤثر باشد (Chandre, 2000).

مواد و روشها

پژوهش حاضر به منظور بررسی دیدگاههای کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان در ارتباط با خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی صورت گرفته است. ابزار پژوهش، پرسشنامه ای با سؤالاتی بسته در زمینه ویژگیهای فردی و نگرش کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی و وضعیت جاری ترویج کشاورزی، ابعاد مختلف خصوصی سازی، شیوه واگذاری خدمات به بخش خصوصی و مباحث نظری خصوصی سازی ترویج کشاورزی در ارتباط با زنان روستایی بود. متغیرهای وابسته مورد مطالعه در این تحقیق متغیر گرایش کارشناسان جهاد کشاورزی به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی بود و متغیرهای وابسته عبارت بودند از متغیرهای سن، میزان تحصیلات و سابقه کار. بر این اساس فرضیه های این مطالعه عبارت اند از:

- ۱- بین متغیرهای شخصی (جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کار) و گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی، رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۲- بین گروههای متفاوت کارشناس (با سن، میزان تحصیلات و سابقه کار مختلف) و گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی، تفاوت معنی داری وجود دارد.

اعتبار صوری و محتوایی پرسشنامه تدوین شده، بانظرخواهی از استادان دانشگاه و برخی متخصصان سازمانهای اجرایی تأیید گردید. قابلیت اعتماد ابزار تحقیق با استفاده از برنامه SPSS پس از اجرای مقدماتی پرسشنامه با ۴۰ نفر از کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان اهواز، باروش آلفای کرونباخ اندازه گیری شد و برخی پرسشها حذف و

بعضی نیز مشمول اصلاحات شدند. آلفای محاسبه شده برای پرسشهای مختلف در سطح ۰/۷۸ به دست آمد. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان اهواز بوده است. پرسشنامه‌ها از طریق پژوهشگر در اختیار کارشناسان قرار گرفت که پس از تکمیل، تعداد ۹۰ پرسشنامه جمع‌آوری و تحلیل شد. پس از جمع‌آوری اطلاعات از جامعه مورد پژوهش، اطلاعات جمع‌آوری شده با نرم‌افزار آماری SPSS تجزیه و تحلیل گردید.

نتایج و بحث

از ۹۰ کارشناس مورد مطالعه ۱۶ نفر زن و ۷۴ نفر مرد بوده‌اند. در این پژوهش ۱۱ نفر کمتر از ۳۰ سال، ۴۶ نفر بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۳۳ نفر بیش از ۴۰ سال سن داشته‌اند. میانگین، کمینه و بیشینه سنی پاسخگویان به ترتیب برابر ۲۲، ۳۸/۶۹ و ۵۵ سال بوده است. از این جمع ۱۲ نفر دیپلم و فوق دیپلم، ۷۴ نفر لیسانس و ۴ نفر فوق لیسانس بوده‌اند. در عین حال ۳۴ نفر ۱۰ سال و کمتر از ۱۰ سال، ۳۴ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۲ نفر بیش از ۲۰ سال سابقه خدمت داشته‌اند. در پژوهش حاضر برای سنجش متغیر وابسته از مجموع گویه‌ها با مؤلفه‌های مختلف که جنبه‌های گوناگونی از فرآیند خصوصی سازی ترویج کشاورزی را بررسی می‌کند، استفاده گردید. جدولهای ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ تفکیک توزیع آماری گویه‌ها را نشان می‌دهد.

جهت سنجش نگرش کارشناسان نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی ابعاد متفاوت آن به صورت گویه‌هایی در جدول ۱ مطرح گردید. با توجه به اطلاعات کسب شده، پاسخگویان، حرکت در جهت کاهش تشریفات اداری را از مهم‌ترین دلایل حرکت به سمت خصوصی سازی مطرح کرده‌اند. چرا که ۶۲/۲ درصد از پاسخگویان بالاترین میزان موافقت خود را با این بعد از فرایند خصوصی سازی بیان داشته‌اند. پس از آن به ترتیب واگذاری خدمات اجرایی به بخش غیردولتی با ۵۳/۳ درصد موافق و ایجاد نظام جدید براساس بازار رقابتی با ۵۲/۲ درصد موافق به عنوان مهم‌ترین دلایل حرکت به سوی خصوصی سازی مطرح شده‌اند. نکته جالب اینکه پاسخگویان با واگذاری مالکیت به بخش غیردولتی، حذف هر گونه یارانه مستقیم دولت، و کنار کشیدن دولت از امور سرمایه‌داری موافق نبوده‌اند.

جدول ۱- میزان موافقت کارشناسان نسبت به جنبه‌های مختلف خصوصی سازی

۱۰۰	-	-	۱۴/۹	۲۸/۹	۳۷/۸	۲۸/۹	درصد	واگذاری مالکیت به بخش غیردولتی
۱۰۰	-	۱۴/۴	۳۸/۹	۱۴/۴	۱۴/۴	۱۷/۸	درصد	واگذاری خدمات اجرایی به بخش غیردولتی
۱۰۰	-	۱۸/۹	۳۳/۳	۱۸/۹	۱۸/۹	۱۰	درصد	ایجاد نظام جدید براساس بازار رقابتی
۱۰۰	۲۰	۳۷/۸	۱۴/۴	۴/۴	۸/۹	۴/۴	درصد	حرکت در جهت کاهش تشریفات اداری
۱۰۰	۱۰	-	۳۳/۳	۳۳/۳	۲۳/۳	-	درصد	حذف هر گونه یارانه مستقیم و غیرمستقیم دولت
۱۰۰	۱۰	-	-	۱۸/۹	۳۱/۱	۴۰	درصد	کنار گذاشتن دولت از امور سرمایه گذاری

(منبع: یافته‌های پژوهش)

طبق اطلاعات جدول ۲، ۶۲/۲ درصد از پاسخگویان با واگذاری فعالیت خدماتی مانند توزیع نهاده‌ها، کود و سم به بخش خصوصی، تعداد ۴۷/۸ درصد با واگذاری فعالیت آموزشی و ۳۷/۷ درصد با واگذاری فعالیتهای حمایتی به بخش مذکور موافق بوده‌اند. که البته بالاترین میزان موافقت نیز با واگذاری فعالیتهای خدماتی به بخش خصوصی بوده است، زیرا کمبود نهاده‌های اولیه، توزیع نابهنگام و نبود پوشش کافی برای زنان روستایی در منطقه همیشه از معضلات موجود بوده است.

جدول ۲- میزان موافقت کارشناسان نسبت به بخشهای قابل واگذاری به بخش خصوصی

۸۰	۲۰	۱۳/۳	۲۴/۴	۲۶/۷	۱۵/۶	درصد	امور حمایتی
۸۵/۶	۱۴/۴	۱۵/۶	۳۲/۲	۲۸/۹	۸/۹	درصد	امور آموزشی
۸۵/۶	۱۴/۴	۳۲/۲	۳۰	۱۳/۳	۱۰	درصد	امور خدماتی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

نتایج به دست آمده از نظریات کارشناسان در ارتباط با موانع و محدودیتهای موجود در زمینه خصوصی سازی در جدول ۳، حاکی از آن است که ۸۶/۷ درصد از پاسخگویان، مهم ترین مانع خصوصی سازی در منطقه را پایین بودن درآمد زنان روستایی دانسته اند. پس از آن ۷۶/۷ درصد از پاسخگویان افزایش هزینه های تولیدی، ۷۱/۱ درصد عدم آگاهی زنان روستایی منطقه از مزایای خصوصی سازی ترویج کشاورزی، ۶۷/۸ درصد کوچک بودن مساحت واحدهای تولیدی، ۵۴/۵ درصد نبود نقدینگی جهت اجرای خدمات در بخش خصوصی، ۵۵/۶ درصد عدم استقبال زنان روستایی از بخش خصوصی، ۵۲/۲ درصد تمایل بخش خصوصی به کسب سود و نه منفعت را به ترتیب مهم ترین موانع خصوصی سازی در منطقه معرفی کرده اند.

جدول ۳- میزان موافقت کارشناسان نسبت به موانع و محدودیتهای خصوصی سازی ترویج کشاورزی در منطقه خوزستان

۱۰	۴/۴	۲۸/۹	۴۲/۲	۲۰	۴/۴	درصد	عدم آگاهی زنان از مزایای خصوصی سازی
۱۰۰	۴/۴	۲۸/۹	۵۷/۸	۴/۴	۴/۴	درصد	سطح پایین درآمد زنان
۱۰۰	۴/۴	۱۸/۹	۵۷/۸	۱۳/۳	۵/۶	درصد	افزایش هزینه های تولید
۱۰۰	-	۱۰	۱۸/۹	۶۲/۲	۸/۹	درصد	عدم ثبات اقتصادی
۱۰۰	۱۴/۴	۴/۴	۴۷/۸	۲۰	۱۳/۳	درصد	تمایل بخش خصوصی به کسب منفعت نه سود
۱۰۰	۴/۴	۱۰	۵۷/۸	۲۳/۳	۴/۴	درصد	کوچک بودن مساحت واحد تولیدی
۱۰۰	-	۲۷/۸	۲۷/۸	۳۰	۱۴/۴	درصد	عدم استقبال زنان از بخش خصوصی
۱۰۰	-	۱۸/۹	۳۷/۸	۲۸/۹	۱۴/۴	درصد	نبود نقدینگی

(منبع: یافته های پژوهش)

بر اساس مندرجات جدول ۳، ۷۶/۶، ۴ درصد از پاسخگویان یکی از عوامل اصلی موفقیت مروجان خصوصی را میزان استقبال زنان روستایی از آنان دانسته اند. ۷۱/۱ درصد از کارشناسان جهاد کشاورزی بر این عقیده بوده اند که دانش و آگاهیهای کارشناسان بخش دولتی برای انجام مشاوره خصوصی کافی و مناسب است. ۵۷/۷ درصد از پاسخگویان، رقابت

ترویج بخش دولتی و خصوصی را در مجموع به نفع زنان روستایی تشخیص داده‌اند. ۵۶/۷ درصد اعتقاد داشته‌اند که تأسیس مراکز خدمات ترویج خصوصی منجر به بهبود وضعیت فعلی ترویج برای زنان روستایی خواهد شد. ۵۲/۲ درصد از پاسخگویان، انگیزهٔ مروجان بخش خصوصی در مقایسه با مروجان بخش دولتی را بیشتر ارزیابی کرده‌اند. در نهایت ۵۱/۱ درصد خصوصی سازی ترویج را به معنای انحلال ترویج دولتی ندانسته و با آن موافق بوده‌اند. اما پاسخگویان با سایر موارد موافق نبوده‌اند.

جدول ۴- میزان موافقت کارشناسان نسبت به مباحث نظری پیرامون خصوصی سازی ترویج کشاورزی

۱۰۰	۴/۴	۲۳/۳	۵۳/۳	۴/۴	۱۴/۴	-	درصد	موفقیت مروجان به میزان استقبال زنان بستگی دارد
۱۰۰	-	۱۴/۴	۳۶/۷	۱۴/۴	۲۸/۹	۵/۶	درصد	خصوصی سازی ترویج کشاورزی به معنای انحلال ترویج دولتی نیست
۱۰۰	-	۲۳/۳	۱۸/۹	۱۳/۳	۴۰	۴/۴	درصد	با خصوصی سازی ترویج زنان بیشتر از خدمات ترویجی بهره‌مند خواهند شد
۱۰۰	-	۲۷/۸	۲۴/۴	۲۳/۳	۱۸/۹	۵/۶	درصد	مروجان خصوصی در مقایسه با مروجان دولتی انگیزه بیشتری برای اطلاع رسانی به زنان روستایی دارند
۱۰۰	-	۲۴/۴	۳۳/۳	۲۶/۷	۱۵/۶	-	درصد	رقابت ترویج بخش دولتی و خصوصی در مجموع به نفع زنان روستایی است
۱۰۰	۴/۴	۲۸/۹	۴۲/۲	۱۵/۶	۸/۹	-	درصد	کارشناسان بخش دولتی دانش لازم را برای انجام مشاوره خصوصی دارا هستند
۱۰۰	-	۵/۶	۳۳/۳	۱۸/۹	۳۳/۳	۸/۹	درصد	ترویج خصوصی صرفاً قابلیت جذب کشاورزان بزرگ را دارد
۱۰۰	-	۲۰	۳۶/۷	۲۳/۳	۲۰	-	درصد	تأسیس مراکز خدمات ترویج خصوصی سبب بهبود وضعیت فعلی ترویج برای زنان روستایی خواهد شد
۱۰۰	-	۱۴/۴	۱۳/۳	۲۷/۸	۴۴/۴	-	درصد	واگذاری فعالیت ترویج به بخش خصوصی برای زنان روستایی ایران زیان‌آور است
۱۰۰	۴/۴	۴/۴	۲۷/۸	۸/۹	۳۸/۹	۱۵/۶	درصد	به دلیل کمبود امکانات دولتی زنان روستایی باید در پرداخت هزینه‌های خدمات ترویجی سهم شوند
۱۰۰	-	-	۱۳/۳	۱۸/۹	۴۴/۴	۲۳/۳	درصد	در این منطقه شرایط مناسب برای فعالیت بخش خصوصی وجود ندارد

(منبع: یافته‌های پژوهش)

به منظور سنجش نظر کارشناسان نسبت به مناسب ترین شیوه ارائه خدمات در بخش خصوصی، شیوه های متفاوت و مرسوم پرسیده شد. نتایج در جدول ۵ حاکی از آن بوده است که ۷۹/۹ درصد، ۴۷/۸ درصد، ۶۵/۵ درصد، ۶۰ درصد، ۵۶/۷ درصد و ۱۸/۹ درصد به ترتیب، روشهای ارائه خدمات ترویجی از طریق تشکلهای کشاورزان، توزیع سهام، اوراق و کوپن به زنان روستایی از طریق بخش دولتی و دریافت خدمات از بخش خصوصی، شرکتهای خدمات فنی و مشاوره ای، دایر کردن مراکز مشورتی در دهستان وابسته به ساختار دولتی، تأسیس دفتر ترویج خصوصی به دست دانش آموختگان کشاورزی و دریافت حق الزحمه را بهترین شیوه های ارائه خدمات معرفی کرده اند. اما ۵۰ درصد با استفاده نیمه وقت از امکانات دولتی و دریافت حق الزحمه از تولیدکنندگان زن در قبال ارائه خدمات و ۳۸/۸ درصد با ارائه خدمات از طریق مشاوران بخش خصوصی و دریافت حق الزحمه موافق نبوده اند.

جدول ۵. میزان موافقت کارشناسان نسبت به شیوه ارائه خدمات ترویج خصوصی به زنان

روستایی

درصد	۵/۶	۱۵/۶	۵۱/۱	۱۴/۴	۱۳/۳	۱۰۰	شرکتهای خدمات فنی و مشاوره ای
درصد	۱۵/۶	۴/۴	۲۳/۳	۴۷/۸	-	۸/۹	توزیع سهام، اوراق و کوپن به زنان تولیدکننده از طریق بخش دولتی و دریافت خدمات از بخش خصوصی
درصد	۱۴/۴	۲۴/۴	۳۳/۳	۱۸/۹	-	۸/۹	ارائه خدمات از طریق مشاوران بخش خصوصی و دریافت حق الزحمه در قبال ارائه خدمات
درصد	-	۵/۶	۱۰	۶۵/۵	۱۴/۴	۴/۴	ارائه خدمات ترویج کشاورزی از طریق تشکلهای کشاورزان
درصد	۴/۴	۲۵/۶	۸/۹	۴۵/۶	۱۱/۱	۴/۴	تأسیس دفتر ترویج خصوصی به دست دانش آموختگان کشاورزی و دریافت حق الزحمه نقدی یا جنسی از زنان تولیدکننده در ازای ارائه خدمات به آنان
درصد	۴/۴	۱۴/۴	۱۶/۸	۵۱/۱	۸/۹	۴/۴	دایر کردن مراکز مشورتی در دهستان وابسته به ساختار دولتی
درصد	۱۵/۶	۳۴/۴	۳۲/۲	۱۷/۸	-	-	استفاده نیمه وقت از امکانات دولتی و دریافت حق الزحمه از تولیدکنندگان زن در قبال ارائه خدمات

(منبع: یافته های پژوهش)

از مجموع نمره‌های داده شده به پاسخهای پاسخگویان، میزان گرایش آنها به خصوصی سازی ترویج کشاورزی محاسبه گردید. بیشینه نمره ۹۴ و کمینه ۳۷ بود. لذا پاسخگویان با توجه به نمره‌هایشان در سه گروه با گرایش کم، متوسط و زیاد طبقه‌بندی شدند. توزیع آماری امتیازهای محاسبه شده نشان می‌داد که ۴/۴ درصد گرایش کم، ۱۵/۶ درصد گرایش متوسط و ۸۰ درصد گرایش زیاد به خصوصی سازی داشته‌اند.

با توجه به وجود تعابیر متفاوت از واژه ترویج، جهت سنجش نظر پاسخگویان نسبت به مفهوم ترویج کشاورزی مفاهیم موجود به صورت گویه‌هایی مطرح گردید. اطلاعات به دست آمده نشان داد که ۶۰ درصد پاسخگویان، فرایند ترویج کشاورزی را فعالیتهای خدماتی، حمایتی و ارشادی می‌دانسته‌اند، ۳۰ درصد ترویج رانهدای آموزشی و ارشادی تعریف کرده‌اند و ۱۰ درصد با مفهوم ارائه خدمات به زنان روستایی موافق بوده‌اند.

با فرض موافق بودن کارشناسان با خصوصی سازی، برای تعیین شیوه پرداخت دستمزد به مروجان خصوصی، اطلاعات کسب شده نشان داد که ۹۰ درصد پاسخگویان بسیار کم و کم را انتخاب کرده‌اند که بیانگر آن است که آنها با پرداخت دستمزد به صورت اخذ هزینه از زنان روستایی در ازای دریافت خدمات موافق نبوده‌اند. از طرف دیگر پاسخگویان با دریافت سهمی از محصول نیز در قبال ارائه خدمات ترویجی به زنان روستایی موافق نبوده‌اند. درصد پاسخگوییانی که گزینه‌های بسیار کم و کم را انتخاب کرده بودند (۷۱/۱ درصد) مؤید این واقعیت است.

به منظور سنجش نگرش کارشناسان جهاد کشاورزی در زمینه محل استقرار مروجان یا مراکز خدمات بخش خصوصی، ۵۶/۷ درصد، مرکز دهستان را مناسب‌ترین گزینه دانستند. پس از آن ۳۸/۹ درصد با استقرار در سطح روستا و ۴/۴ درصد با گزینه مرکز بخش موافق بوده‌اند.

در ارتباط با شیوه‌های مختلف استفاده از مروجان در بخش خصوصی، ۷۵/۶ درصد پاسخگویان بستن قرارداد با مروج را در اولویت اول قرار دادند. پس از آن، ۱۰ درصد پاسخگویان پرداخت هزینه به مروج بدون بستن قرارداد و ۸/۹ درصد آنان نیز بستن قرارداد انفرادی را مناسب‌تر تشخیص دادند.

رابطه متغیرهای شخصی با خصوصی سازی ترویج کشاورزی

متغیرهای سن، میزان تحصیلات و سابقه کار، متغیرهای شخصی پژوهش حاضر انتخاب شدند. برای سنجش رابطه آنها با متغیر وابسته، بسته به نوع متغیرها از ضرایب همبستگی پیرسون و کندال استفاده شد که نتایج آن در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶- ضریب همبستگی بین متغیرهای شخصی کارشناسان جهاد کشاورزی با گرایش به خصوصی سازی

۰/۶۹۴	۰/۰۴۴	۸۱	گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی	سن	فاصله‌ای - فاصله‌ای	پیرسون
۰/۰۰۰	۰/۳۸۲	۸۶	گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی	سابقه کار	فاصله‌ای - فاصله‌ای	پیرسون
۰/۹۱۶	۰/۰۰۹	۹۰	گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی	سطح تحصیلات	رتبه‌ای - فاصله‌ای	کندال

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود بین متغیر گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی با متغیر سابقه کار رابطه‌ای مثبت و بسیار معنی دار (در سطح ۱ درصد) وجود دارد که یعنی کارشناسان با سابقه کار بیشتر در مقایسه با کارشناسان تازه‌کارتر، گرایش بیشتری به خصوصی سازی ترویج کشاورزی دارند. علاوه بر این یافته‌ها نشان می‌داد که بین متغیرهای سن و میزان تحصیلات با گرایش به خصوصی سازی ترویج رابطه معنی داری وجود ندارد.

بررسی تفاوت گرایش به خصوصی سازی در بین گروههای مختلف کارشناس به منظور مطالعه تفاوت گرایش به خصوصی سازی در بین گروههای مختلف کارشناس با توجه به متغیرهایی مانند جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کار، از آزمون ناپارامتریک من ویتنی و آزمون F استفاده شد که نتایج آن در جدولهای ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۴ ارائه شده است.

مطابق جدول ۷ بین گرایش افراد به خصوصی سازی و جنسیت کارشناسان، در سطح ۵ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد.

جدول ۷- مقایسه میانگین گرایش به خصوصی سازی بین کارشناسان با جنسیت متفاوت

تحصیلات	۳۲/۳۴	۴۸/۳۴	۳۸۱/۵	۰/۰۲۶

(منبع: یافته‌های پژوهش)

بر اساس جدول ۸ بین گرایش افراد به خصوصی سازی و میزان تحصیلات آنها تفاوت معنی داری وجود دارد.

جدول ۸- مقایسه میانگین گرایش به خصوصی سازی بین کارشناسان با سطح تحصیلات متفاوت

تحصیلات	۴۱/۰۱	۱۱/۵۰	۳۶/۰۰	۰/۰۱۱

(منبع: یافته‌های پژوهش)

طبق اطلاعات جدول ۹ بین گروه‌های مختلف با سابقه کاری کمتر از پنج سال، بین پنج تا پانزده سال و بیشتر از پانزده سال، در ارتباط با گرایش به خصوصی سازی تفاوت معنی داری وجود دارد. جهت پی بردن به این نکته که تفاوت یاد شده بین کدام یک از گروه‌های مورد مطالعه بوده است از آزمون توکی استفاده شد (جدول ۱۰).

جدول ۹- مقایسه میانگین گرایش به خصوصی سازی بین کارشناسان با سابقه کاری متفاوت

۰/۰۰۰	۹/۳۹	۸۶/۰۷	۷۲/۴۴	۷۴/۲	سابقه کار
-------	------	-------	-------	------	-----------

(منبع: یافته‌های پژوهش)

جدول ۱۰- آزمون توکی تفاوت میانگین گروههای کارشناسان با سابقه خدمت

۰/۹۰۳	۱/۷۵	بین پنج تا پانزده سال	کمتر از پنج سال
۰/۰۰۷	-۱۱/۸۷	بیش از پانزده سال	
۰/۹۰۳	-۱/۷۵	کمتر از پنج سال	بین پنج تا پانزده سال
۰/۰۰۰	-۱۳/۶۳	بیش از پانزده سال	سال
۰/۰۰۷	۱۱/۸۷	کمتر از پنج سال	بیش از پانزده سال
۰/۰۰۰	۱۳/۶۳	بین پنج تا پانزده سال	

(منبع: یافته‌های پژوهش) پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

آزمون میانگین گرایش به خصوصی سازی در بین گروههای مختلف سنی، تفاوت معنی داری را نشان نداده است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- مقایسه میانگین گرایش به خصوصی سازی بین کارشناسان با سن متفاوت

۰/۲۱۹	۱/۵۵	۸۴/۰۵	۷۸/۹۴	۸۱/۶۶	سن
-------	------	-------	-------	-------	----

(منبع: یافته‌های پژوهش)

به منظور تعیین تفاوت میانگین بین گروههای با گرایش کم، متوسط و زیاد نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی و سن، سابقه کار و تحصیلات، از آزمونهای متفاوت آنالیز واریانس یک طرفه و آزمون ناپارامتریک کروسکال والیس متناسب با نوع متغیرها استفاده شده است.

جدول ۱۲ - مقایسه میانگین کارشناسان با گرایش متفاوت نسبت به متغیرهای شخصی

۰/۲۶۴	۱/۲۶۵	۳۸/۲۳	۴۰/۸۵	۱/۰۰	گروهها با گرایش متفاوت نسبت به سن
۰/۰۰۸	۵/۱۳۱	۱۴/۴۱	۱۴/۳۵	۱/۰۰	گروهها با گرایش متفاوت نسبت به سابقه خدمت

(منبع: یافته‌های پژوهش)

ملاحظه می‌شود که بین گروههای متفاوت از نظر میزان گرایش به خصوصی سازی، با گرایش کم، متوسط و زیاد نسبت به متغیر سن، تفاوت معنی داری وجود ندارد. اما نسبت به متغیر سابقه خدمت در سطح ۱ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد (جدول ۱۳).

جدول ۱۳ - آزمون توکی تفاوت میانگین گروههای متفاوت گرایشی با سابقه کار

۰/۰۱۴	-۱۳/۳۵	متوسط	کم
۰/۰۰۶	-۱۳/۴۴۱	زیاد	
۰/۰۱۴	۱۳/۳۵	کم	متوسط
۱/۰۰	-۵/۴۶	زیاد	
۰/۰۰۶	۱۳/۴۱	کم	زیاد
۱/۰۰	۵/۴۶	متوسط	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

برای تعیین تفاوت میانگین گروه‌های با گرایش متفاوت نسبت به خصوصی سازی ترویج کشاورزی با متغیری مانند تحصیلات، از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است.

جدول ۱۴- مقایسه میانگین گرایش کارشناسان جهاد کشاورزی نسبت به سطح تحصیلات

۰/۰۰۱	۱۳/۲۰۸	۴۲/۳۳	۶۰/۶۴	۴۹/۵۰	گروهها با گرایش متفاوت نسبت به سطح تحصیلات
-------	--------	-------	-------	-------	--

(منبع: یافته‌های پژوهش)

مشاهده می شود که بین گروه‌های متفاوت از نظر میزان گرایش به خصوصی سازی نسبت به سطح تحصیلات، در سطح ۱ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد (جدول ۱۴).

بررسی رابطه بین ابعاد مختلف خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی با گرایش به آن از دید کارشناسان

برای سنجش رابطه بین گرایش به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی با ابعاد مختلف آن از جمله سازوکارهای تعدیل اقتصادی (که در این تحقیق عبارت بودند از واگذاری مالکیت به بخش غیردولتی، واگذاری خدمات اجرایی به بخش غیردولتی، ایجاد نظام جدید براساس بازار رقابتی، حرکت در جهت کاهش تشریفات اداری، حذف هرگونه یارانه مستقیم و غیرمستقیم دولت و کنار گذاشتن دولت از امور سرمایه داری و بخش خصوصی) از دید پاسخگویان با توجه به مقیاس متغیرهای مورد نظر در سطوح فاصله ای از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل نشان داد که بین دو متغیر، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد ($r = 0/728$ سطح معنی داری $0/000$). این امر مبین آن است که کارشناسان متمایل به خصوصی سازی، نسبت به انتخاب سازوکار مناسب با شرایط حساسیت دارند. در نتیجه به منظور پی بردن به تفاوت موجود، از آزمون مقایسه میانگینها و برای پی بردن به اینکه این تفاوت در بین کدام یک از گروه‌های مورد

مطالعه وجود داشته، از آزمون توکی استفاده شد (جدولهای ۱۵ و ۱۶).

جدول ۱۵ - مقایسه میانگین گروههای کارشناس با گرایش متفاوت نسبت به سازوکارهای اقتصادی

۰/۰۰۰	۵۷/۴۰	۹۳/۷۶	۸۲/۳۲	۵۸/۵	گروهها با گرایش متفاوت
-------	-------	-------	-------	------	------------------------

(منبع: یافته‌های پژوهش)

جدول ۱۶ - آزمون توکی مقایسه میانگین گروهها با گرایش متفاوت نسبت به سازوکارهای تعدیل اقتصادی

۰/۰۰۰	-۲۳/۸۲	گرایش متوسط کم
۰/۰۰۰	-۳۵/۲۶	گرایش زیاد
۰/۰۰۰	۲۳/۸۲	گرایش متوسط کم
۰/۰۰۱	-۱۱/۴۴	گرایش زیاد
۰/۰۰۰	۳۵/۲۶	گرایش کم
۰/۰۰۱	۱۱/۴۴	گرایش متوسط

(منبع: یافته‌های پژوهش)

طبق اطلاعات جدول ۱۶ این تفاوت در بین تمام گروههای مذکور وجود دارد و به صورت مثبت معنی دار است.

نتیجه گیری

اهم یافته های حاصل از پژوهش عبارت اند از:

- بین جنسیت کارشناسان جهاد کشاورزی و میزان تمایل آنها به خصوصی سازی تفاوت معنی داری وجود دارد. به این معنی که گرایش کارشناسان زن و مرد جهاد کشاورزی در سطح ۵ درصد با هم تفاوت معنی داری دارد. بدین صورت که کارشناسان مرد نسبت به کارشناسان زن به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی، گرایش بیشتری نشان داده اند.
- بین کارشناسان جهاد کشاورزی با مقطع تحصیلی متفاوت و گرایش آنان به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی، رابطه معنی دار در سطح ۵ درصد وجود دارد. به این معنی که گرایش کارشناسان جهاد کشاورزی در مقاطع کارشناسی و بالاتر در سطح ۵ درصد با هم تفاوت معنی داری دارد. لذا کارشناسان با مدرک کارشناسی، بیشتر از کارکنان با مدارک بالاتر به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی گرایش نشان داده اند.
- بین سابقه کار کارشناسان و گرایش آنها به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی، تفاوت معنی داری در سطح ۱ درصد وجود دارد. به این معنی که هر چه سابقه کاری کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی بیشتر بود میزان گرایش آنها به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی نیز بیشتر بوده است. همچنین نتایج حاصل از آزمون توکی بیانگر آن است که بین میانگین کارشناسانی با کمتر از پنج سال سابقه و بیش از پانزده سال سابقه با کارشناسانی که بین پنج تا پانزده سال سابقه کار دارند تفاوت معنی داری وجود دارد. به بیان دیگر میانگین گرایش به خصوصی سازی برای زنان روستایی در مورد کارشناسانی با کمتر از پنج و بیش از پانزده سال سابقه کاری، به طور معنی داری بیشتر از میانگین گرایش سایر کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی بوده است.
- پس از تبدیل میزان گرایش به خصوصی سازی از صورت فاصله ای به رتبه ای، نتایج آزمونهای انجام شده نشان می دهد که در این تحقیق بین متغیر سن کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی و گرایش به خصوصی سازی برای زنان روستایی، رابطه معنی داری وجود ندارد. اما بین سابقه کار و سطح تحصیلات در سطح ۱ درصد با میزان گرایش به خصوصی سازی برای زنان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین گروههای کارشناس با گرایش متفاوت نسبت به سازوکارهای اقتصادی وگرایش آنها به خصوصی سازی تفاوت بسیار معنی داری در سطح ۱ درصد وجود دارد.

بدین معنی که با افزایش گرایش آنها به این سازوکارها، گرایش آنها به خصوصی سازی ترویج کشاورزی برای زنان روستایی، نیز افزایش می یابد. همچنین نتایج حاصل از آزمون توکی نشان دهنده آن است که بین میانگین گرایش به خصوصی سازی در هر سه گرایش تفاوت معنی داری وجود دارد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- ۱- حسینی، م. و چیدری، م. (۱۳۷۶)، **ترویج کشاورزی**. زنجان: انتشارات دانشگاه زنجان.
- ۲- لشگرآرا، ف. و پیش بین، ا. (۱۳۸۳)، «خصوصی سازی ترویج کشاورزی». فصلنامه روستا و توسعه. سال ۷، ش ۲، صص ۸۶-۶۱.
- 3- Baxter, M. (1987), "New development in agricultural extension : privatization of extension services is as good as extension by governments or educational institutions". **Journal of Extension**. Vol. 3, pp. 15-24.
- 4- Chandra, S.P. (2001), **Private Extension in India: Myths, Realities, Apprehensions**. Hyderabad : Rajendranagar, National Institute of Agricultural Extension Management.
- 5- Chandre, G. (2002), **Mirolevel Opportunities and Challenges for Privitisation of Agricultural Extension**. Bangalore: Karnataka, Indian Institute of Horticultural Research, Division of Extension and Training.
- 6- Jiggins, J.; Samanta, R. K. and Olawoye, J. E. (1997), "Improving women farmers' access to extension services". in B.E. Swanson; RP. Bentz and A.J. Sofranko(eds.), **Improving Agricultural Extension: A Reference Manual**. (p.220),Rome: FAO.
- 7- National Institute of Agricultural Extension Management (NIAEM) (2000), Report on National Seminar on Private Extension. Hyderabad, available at : [www:url:http://www.manage.gov.in/pvtext/Abstracts.htm](http://www.manage.gov.in/pvtext/Abstracts.htm).
- 8- Othman, M. R. and Martin, R. A. (2001), **Empowering Women to Acquire Needed Training and Agricultural Inputs: New Trends in Egyptian Extension Education**. Iowa: Iowa State University, Department of Agricultural Education and Studies Room.
- 9- Rivera, W.M. and Corning, S. L. (1990), "Empowering women through agricultural extension : a global perspective". **Journal of Extension**. Vol.28, No. 4, pp.26-28.
- 10- Saravanan, R. and Resmy, C. (2000), "Role of public and private extension in new millennium". National Institute of Agricultural Extension Management. available at : [www:url:http://www.manage.gov.in/pvtext/Abstracts/htm](http://www.manage.gov.in/pvtext/Abstracts/htm).
- 11- Secretary-General (1999), **Executive Summary of the World Survey on the Role of Women in Development. Substantive Session**. Geneva, 5_30 July 1999, (Item 13 (f) of the provisional agenda* economic and environmental questions: women in development), available at : <http://www.lex.unict.it/>.