

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۴، پاییز ۱۳۹۱

وصول مقاله: ۱۳۹۰/۹/۱۶

تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۳/۲۵

صفحات: ۶۵ - ۷۶

بررسی عوامل تأثیرگذار بر عضویت و مشارکت روستاییان در شرکت‌های تعاونی روستایی مورد شناسی: استان خراسان رضوی

دکتر رستم صابری فرا^۱

چکیده

شرکت‌های تعاونی به عنوان نهادهایی برای تجمیع و تمرکز سرمایه‌های خرد و عرضه‌ی نیازهای تولیدی و خدماتی، می‌توانند قدم‌های مؤثری برای رفع مشکلات روستاییان بردارند. اما به دلیل عدم شرکت گسترده روستاییان، این شرکت‌ها اغلب از توان و ظرفیت واقعی خود بهره برداری نمی‌کنند. بنابراین، سوال اصلی تحقیق آن است که چه عوامل و مؤلفه‌هایی بر حضور روستاییان در این روند، تأثیرگذارترند؟ به این منظور این فرضیه مطرح گردید که عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی و جغرافیایی در افزایش عضویت روستاییان در شرکت‌های تعاونی روستایی مؤثر می‌باشند. برای تعیین این عوامل و مؤلفه‌های وابسته به آن، این مطالعه به شیوه‌ی توصیفی و تحلیلی به انجام رسیده است. به این منظور ۹۶۱ نفر از روستاییان که به شیوه‌ی نمونه‌برداری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند، مورد پرسش قرار گرفته‌اند. این افراد از نظر آگاهی و نگرش با توجه به سن، جنس، میزان تحصیلات، منطقه سکونت، شغل اصلی و وضعیت معیشت بررسی شده‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، علاوه بر روش‌های آمار توصیفی، از شیوه‌های آمار استنباطی (آزمون‌های t، ANOVA و خی دو) استفاده شده است. نتایج بررسی نشان می‌دهد که آگاهی افراد از مزایا و منافع شرکت‌های تعاونی روستایی و نگرش آنها نسبت به این نهاد، به محل زندگی، گروه سنی، میزان تحصیلات، وضعیت معیشت و شغل آنها وابسته بوده است ($P < 0.05$). برخلاف آگاهی، نگرش در غالب موارد بررسی شده، مناسب و مثبت بوده است. بالاترین نگرش نسبت به عوامل ترغیب کننده برای پیوستن به این نهاد ۷۹ درصد و بالاترین میزان نگرش نامناسب در مواردی که باعث شرکت می‌شود، ۶۲ درصد بوده است. بر این اساس، چنانچه نگرش‌های منفی از طریق بالابردن سطح آگاهی در زمینه‌های مختلف و با توجه به سایر عوامل تأثیرگذار و از جمله ویژگی‌های فردی یا اجتماعی مرتفع گردد، پیوستن افراد به این شرکت‌ها به میزان چشم‌گیری افزایش پیدا خواهد کرد. کلید واژگان: تعاونی‌های روستایی، مشارکت هدفمند، عضویت، خراسان رضوی.

مقدمه

در حال حاضر، تقریباً تمامی کشورهای جهان از قابلیت‌ها و توانمندی‌های تعاون بهره‌برداری می‌کنند؛ بخصوص این روند در مناطق روستایی به دلایل مختلف و از آن جمله، قلت سرمایه‌های اساسی برای توسعه کار و کسب‌های درآمدزا، از رشد چشم‌گیری برخوردار می‌باشد. به عنوان مثال، هم اکنون تعاونی‌های مسکن روستایی (واسیلیش و جانسون^۱، ۱۹۹۸؛ سوکومار^۲، ۲۰۰۱)، تعاونی‌های بازاریابی (ون^۳، ۱۹۹۸)، تعاونی‌های تولید روستایی (اکوابی^۴، ۱۹۹۷؛ اوانگو^۵، ۱۹۹۸؛ هالووی^۶، ۲۰۰۰)، تعاونی‌های اعتبار روستایی (ون، ۱۹۹۸؛ سریرم^۷، ۲۰۰۰) و ... به بخشی از بدنه اقتصاد روستایی در کشورهای مختلف تبدیل شده و روستاییان از قابلیت‌ها و توانمندی‌های این نهاد بهره‌برداری می‌کنند.

در ایران نیز روستاییان به دلیل عدم دسترسی به سرمایه کافی و یا نهادهایی که بتوانند سرمایه و اعتبار لازم را در اختیار آنها قرار دهند، قادر به تأمین هزینه‌های سرسام‌آور زندگی نمی‌باشند. به همین دلیل، نیاز به تشکیل و عضویت در تعاونی‌ها برای روستاییان یک ضرورت غیر قابل انکار است؛ اما به دلایل مختلف این فرصت برای تمامی روستاییان فراهم نمی‌گردد. در همین راستا و به دلیل عدم دسترسی روستاییان به امکانات مالی و خدماتی در بخش تولید، این افراد در ارتباط با تأمین هزینه‌های زندگی با مشکل مواجه هستند. این شرایط، مهاجرت هرچه بیشتر این گروه را به شهرهای بزرگ زمینه‌سازی می‌کند و علاوه بر افزایش مشکلات محیط‌های روستایی، معضلات بزرگ-

تری را در محیط‌های شهری به وجود می‌آورد. با وجود آن که تعاونی‌های روستایی قادرند بسیاری از این مشکلات را مرتفع نمایند، اما چرا همه روستاییان به این سو حرکت نمی‌کنند؟ اساساً چرا تعاونی‌های فعال در این زمینه، از ظرفیت‌های موجود به طور کامل بهره نمی‌برند؟ چرا روستاییان هنوز از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های شرکت‌های تعاونی روستایی اطلاع کافی ندارند؟ اینها و سوالهایی از این دست، طراحی و اجرای این تحقیق را زمینه‌سازی نموده است. از آنجا که در این فرصت محدود بررسی تمام ابعاد و ویژگی‌های تعاونی‌های روستایی مقدور نیست، سعی شد بیشتر به مقوله عضویت و عدم عضویت روستاییان و عواملی که این مسأله را تحت تأثیر قرار می‌دهد، توجه شود. بنابراین، تأکید اصلی بر این سوال است که چه زمینه‌هایی باعث جلب و جذب روستاییان به تعاونی‌های روستایی می‌شود و از این طریق آنها را به ماندن در روستا و اثر بخشی راهکارهای تقویت تولید، یاری می‌رساند؟

بررسی‌های موجود نشان می‌دهد که تعاونی‌های روستایی هم‌سنخی و سازگاری بالایی با زندگی روستایی دارند زیرا هماهنگی، همزیستی و تجانس، انتخاب گروهی، سرعت بخشی، مردمی بودن، عمل جمعی و هوش جمعی (ساوری^۸، ۲۰۰۴) از جمله ویژگی‌های تعاونی‌ها به حساب می‌آید. با وجود این، هنوز هم بخش قابل ملاحظه‌ای از روستاییان از پیوستن به این نهاد مردمی واهمه دارند. به این منظور، ابتدا باید مشخص گردد که چه عوامل و مؤلفه‌هایی باعث عدم حضور روستاییان در شرکت‌های تعاونی روستایی می‌شود و یا استمرار عضویت آنها را غیر ممکن می‌سازد.

1. Wasylish and Johnson

2. Sukumar

3. Wan

4. Akwabi

5. Owango

6. Holloway

7. Sriram

8. Saveri

رابطه با نتایج و ارزیابی نتایج رفتار مؤثر هستند (ارونسون^۱، ۱۹۹۹).

الگویی که می‌توان از آن برای بررسی رفتار اعضا و غیر اعضای تعاونی‌های روستایی استفاده نمود، مدل اعتقاد اقتصادی و پذیرش نوآوری است. این مدل بر این موضوع تأکید دارد که چگونه ادراک شخص انگیزه و حرکت ایجاد می‌کند و سبب ایجاد رفتار در او می‌شود. یعنی وی را به پذیرش یک پدیده جدید در محیط (اجتماعی) مثلاً روستا ترغیب می‌کند. به عبارت دیگر، با تمرکز بر انگیزش، تجربیات و گذشته، فرد قادر به شرح رفتارهای اقتصادی دراز مدت و کوتاه مدت است (دایانا^۲، ۱۹۹۹). در واقع، یک تصمیم و اختیار عقلانی^۳ آن است که گزینه‌ها و پیامدها با توجه به زمان و سایر منابع (با فرض این که به طور کامل در اختیار تصمیم گیرنده قرار دارد) بررسی شود (فالودی^۴، ۱۹۷۳). بر اساس این مدل، واکنش فرد به ارزش‌های مثبت و منفی در رفتار فرد، تأثیر جدی دارد زیرا این ارزش‌ها با برداشت انتزاعی شخص از احتمال موفقیت، ارتباط پیدا می‌کند (این که آیا عملی است و در این صورت برای فرد مفید است یا خیر؟). اگر دستیابی به هدفی مشکل باشد، احتمال موفقیت کمتر و در نتیجه ارزش‌گذاری منفی خواهد بود. بر عکس، اگر دستیابی به یک هدف ساده باشد، احتمال موفقیت افزایش پیدا می‌کند و ارزش‌گذاری مثبت را در پی دارد. مشکلات یا موانعی که در راه هدف وجود دارد، ارزشیابی منفی نامیده می‌شوند که در برنامه‌ریزی برای تشویق به یک رفتار، باید این عوامل را تا حد امکان کاهش داد و حذف نمود. کمبود دانش فرد نسبت به یک رفتار نیز

اگرچه پژوهش‌هایی در مورد این مسأله به انجام رسیده‌است (عباسی و حسینی نیا، ۱۳۸۶؛ کرباسیان، ۱۳۷۹؛ صابری‌فر و کلماتی، ۱۳۸۶ و ...)، اما اولاً به دلیل قلت این تحقیقات، تمامی ابعاد این موضوع مورد توجه قرار نگرفته‌است و ثانیاً چون شرایط و ویژگی‌های محلی و بومی نقش تعیین کننده‌ای در این زمینه ایفا می‌کنند، انجام تحقیقات و پژوهش‌های نمونه‌ای و محلی، بسیار ضروری و لازم به نظر می‌رسد. به همین دلیل، این پژوهش قصد دارد در میان روستاییان استان خراسان رضوی، عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر عضویت و استمرار این روند و همچنین ویژگی‌هایی که این تمایل را تهدید می‌کند، مورد بررسی و کنکاش قرار دهد.

زمینه پژوهش

نگرش اصلی‌ترین عامل در گرایش به یک رفتار، نظیر عضویت در تعاونی‌هاست. رابطه بین نگرش و رفتار همیشه یک رابطه یک بعدی نیست زیرا نگرش، به عنوان یک سیستم پیچیده، ساخت عقاید، احساسات و تمایلات رفتاری شخص نسبت به یک موضوع را زمینه‌سازی می‌کند و در واقع مقوله‌ای چند بعدی است. یکی از نظریاتی که ارتباط نگرش را با رفتار توضیح می‌دهد، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده است. بر اساس این نظریه، قصد رفتاری تحت تأثیر سه عامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده، می‌باشد (ر.ک: کریمی، ۱۳۷۹).

نگرش نسبت به رفتار، به ارزشیابی منفی یا مثبت شخص از انجام رفتار بر می‌گردد. بنابراین، نخستین عامل مؤثر بر قصد انجام کار، نگرش نسبت به رفتار است. چنانچه فرد، انجام رفتاری را مفید بداند، آن را انجام می‌دهد و چنانچه انجام رفتار را مضر بداند، از انجام آن خودداری می‌کند. در هر حال، انجام یا عدم انجام رفتار، معطوف به قضاوت شخص است و به این ترتیب اعتقادات در تشکیل نگرش‌ها و هم چنین در

1. Aronson

2. Diana

3. Rational Plan, Rational Choice, Rational Decision, Rational Paradigm

4. Faludi

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر روش توصیفی و تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. شرکت کنندگان در این تحقیق ساکنان روستاهای استان خراسان رضوی بوده‌اند. نمونه‌گیری مورد نظر این پژوهش از نوع تصادفی طبقه‌بندی شده خوشه‌ای است. فرمول‌های متداول در رابطه با حجم نمونه نشانگر آن بود که انتخاب ۸۰۰ پاسخگو برای اهداف این تحقیق کفایت می‌کند اما برای افزایش دقت نتایج، حجم نمونه بیش از ۱۷ درصد افزایش یافت و در نهایت، تحلیل اصلی بر روی بیش از ۹۶۱ نفر به انجام رسید. انتخاب نمونه در این تحقیق به شیوه نمونه‌برداری خوشه‌ای به انجام رسیده است و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته به دست آمده‌است. این پرسش‌نامه قبل از کاربرد در محیط اصلی، در حجم کم (حدود ۱۰ درصد نمونه واقعی) و در منطقه‌ای شبیه به محدوده اصلی، مورد آزمون قرار گرفته و دقت، صحت و روایی آن تأیید شده است. سن، جنس، منطقه محل زندگی، وضعیت تأهل، تحصیلات، وضعیت معیشت و شغل اصلی متغیرهای زمینه‌ای بودند که مورد بررسی قرار گرفتند. پس از جمع‌آوری اطلاعات، متغیرهای سن، تحصیلات و وضعیت معیشت و شغل اصلی گروه‌بندی شدند. منطقه محل زندگی به صورت دشتی، دامنه‌ای و کوهستانی ثبت شدند.

برای تحلیل اطلاعات نیز نرم افزارهای آماری و بخصوص SPSS مورد استفاده قرار گرفت. متغیرهای کیفی جمعیت شناختی با آزمون خی دو، ارزیابی و تحلیل شد. همچنین برای مقایسه متغیرهای کمی از آزمون‌های پارامتری t و ANOVA استفاده گشت. در تمامی آزمون‌های آماری، احتمال خطا کمتر ۰/۰۵ (p<0.05) در نظر گرفته شد.

می‌تواند از موارد ارزشیابی منفی محسوب شود (ر.ک: کروسینک و فابینار^۱، ۱۹۹۶).

علاوه بر این، دیدگاه‌های منفی نیز نسبت به پذیرش نوآوری‌های ارائه شده در روستا مطرح است. به عنوان مثال، برخی از بررسی‌های انجام شده در همین زمینه بر آن هستند که نپذیرفتن یا تأخیر در پذیرش نوآوری‌ها از سوی روستاییان به طور عمده به علت وجود ویژگی‌های منفی در خود آنهاست و آنها هستند که به علت عقب‌ماندگی و ناتوانی، رغبتی برای پذیرش و به کارگیری ایده‌های نوین در خود احساس نمی‌کنند (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳). در این مدل، تمرکز توجه بر رابطه بین آگاهی و پذیرش می‌باشد. اما فرضیه مدل نشر این است که مردم ابتدا در مورد مطلوبیت تکنولوژی‌ها آگاهی کسب می‌کنند، سپس آن را می‌پذیرند (هوکس^۲، ۱۹۸۳). به هر حال، با توجه به مدل‌های پیش بینی رفتار، در این مطالعه سعی شده است موارد مختلف مؤثر بر رفتار خاصی که در این تحقیق همان عدم عضویت در تعاونی‌های روستایی است، بررسی شود و مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار برای برنامه‌ریزی‌های بعدی شناسایی شوند. نگرش نسبت به عضویت در تعاونی‌های روستایی و عوامل مؤثر بر آن، مانند اعتقادات و ارزشیابی مثبت و منفی از عضویت، هنجارهای ذهنی و نظر سایر افراد در مورد این عضویت، کنترل رفتاری درک شده و این که فرد چقدر خود را در عضویت موفق می‌داند و دانش افراد در این زمینه به عنوان عوامل مؤثر بر قصد رفتاری و نیز ارزش‌گذاری مثبت و منفی اقتصادی (به طور خاص عضویت در تعاونی) بر رفتار تعاونی و همکاری، از جمله عواملی هستند که در این تحقیق، برای توجیه رفتار عدم عضویت مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند.

^۱ . Krosinck & Fabinar

^۲ . Hooks

تحلیل اطلاعات

این تحقیق بر روی نمونه‌ای به حجم ۹۶۱ نفر به انجام رسیده است. این افراد عمدتاً از میان کسانی انتخاب شدند که در تعاونی‌های روستایی حضور فعالی نداشته‌اند. نزدیک به ۱۵ درصد از این افراد سابقه عضویت در تعاونی‌های روستایی داشتند اما به دلایل مختلف از ادامه مسیر باز مانده‌اند. با وجود این، نزدیک به ۶۵ درصد آنها با اهداف، عملکرد و پیامدهای عضویت در این تعاونی‌ها آشنا بودند. با وجود این، گروهی از آنها (کمتر از ۹ درصد) اعلام کرده‌اند که اعضای را می‌شناسند که از عضویت در این شرکت‌ها متضرر شده و یا خود چنین تجربه‌ای دارند. نزدیک به ۳۱ درصد آنها نیاز به عضویت در این شرکت‌ها را مستقیماً در ارتباط با تأمین اعتبارات و یا نهادهای مورد نیاز در تولید، احساس نموده و بیش از ۷۹ درصد آنها اعلام داشته‌اند در صورتی که مساعدت‌های بیشتری از سوی دولت فراهم‌گردد، تمایل دارند به عضویت این شرکت‌ها درآیند.

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که آگاهی نسبت به شرایط و مراحل عضویت به عنوان عوامل

تأثیرگذار در کنترل رفتار درک شده، بسیار ضعیف بوده است. نزدیک به ۷۰ درصد شرکت‌کنندگان عقیده دارند که عضویت در شرکت‌های تعاونی می‌تواند به نحوی استقلال و اختیار عمل آنها را محدود کند. این شرایط در انطباق با مدل اعتقادات اقتصادی و پذیرش نوآوری می‌تواند توجیه‌کننده رفتار عدم عضویت در این شرکت‌ها باشد. دانش پاسخگویان در زمینه کمک‌های اعطایی دولت به این تعاونی‌ها و سایر شرایط داخلی به علت عدم فعالیت‌های تبلیغی و آموزشی مؤثر، زیاد نبوده است. اغلب شرکت‌کنندگان (نزدیک به ۸۰ درصد) اعلام نموده‌اند حتی زمانی که عضو تعاونی هستند، چنانچه تمامی مقررات تعاونی را رعایت نکنند، با جریمه‌های نقدی مورد تنبیه قرار می‌گیرند. در مجموع کمترین آگاهی نسبت به امکانات و پتانسیل‌های اجتماعی این نوع شرکت‌ها دیده می‌شود. به طور کلی، می‌توان اعلام نمود که عدم اطلاع کامل از پتانسیل‌ها و قابلیت‌های اصلی این شرکت‌ها در پاسخگویی به نیازهای مصرفی و تولیدی روستاییان، می‌تواند عدم عضویت روستاییان مورد نظر در این شرکت‌ها را تبیین نماید (جدول شماره ۱).

جدول ۱: آگاهی روستاییان از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های شرکت‌های تعاونی.

میزان آگاهی در ارتباط با	کاملاً آگاه	نسبتاً آگاه	بی اطلاع
شرایط و نحوه عضویت	۱۲/۷	۳۶/۶	۵۰/۷
مراحل و زمان عضویت	۸/۹	۲۵/۴	۶۵/۷
مکان و موقعیت شرکت	۳۰/۳	۳۹/۱	۳۰/۶
عملکرد و اهداف شرکت	۲۶/۳	۴۳/۶	۳۰/۱
پیامدهای منفی	۱۲/۳	۱۸/۵	۶۹/۲
استثناها	۷۶/۳	۱۰/۲	۱۳/۵

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸

بر اساس اطلاعات به دست آمده همبستگی بین میزان آگاهی کلی و گروه‌های سنی، وضعیت تأهل و معیشت در سطح اطمینان مورد توجه این تحقیق، معنی‌دار نیست، ولی محل زندگی، تحصیلات و شغل با میزان آگاهی کلی افراد مرتبط بوده است و در سطح اطمینان ($P < 0.05$)، معنی‌دار است. بر اساس نتایج به

دست آمده غیر از تحصیلات، حضور افراد در اجتماع-های خاص (محلی یا شغلی) و نه عوامل فردی، موجب تغییر آگاهی در رابطه با عضویت در شرکت‌های تعاونی می‌شود و در تمایل به عضویت مؤثر می‌باشد (جدول شماره ۲).

جدول ۲: رابطه بین میزان متغیرهای مختلف و میزان آگاهی روستاییان^۱.

متغیر	حداکثر آگاهی	حداقل آگاهی	نتیجه آزمون
موقعیت جغرافیایی	دشت (۷۲/۸)	دامنه‌ای و کوهستان (۲۴/۳)	۰/۰۰۳
وضعیت سنی	زن (۶۵/۷)	مرد (۱۷/۱)	۰/۴۷۵
وضعیت تأهل	متاهل (۶۴/۳)	مجرد (۱۶/۹)	۰/۴۴۳
تحصیلات	بی‌سواد (۸۵/۸)	با سواد (۲۷/۲)	۰/۰۰۰
معیشت	ضعیف (۷۶/۵)	نسبتاً خوب (۲۱/۵)	۰/۰۱۳
شغل	کشاورزی (۶۹/۶)	دامدار (۴۲/۲)	۰/۰۰۰

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸.

منفی که احتمالاً برای اعضا به وجود خواهد آمد، افراد غیر عضو را به کسب اطلاعات واقعی و صحیح در این زمینه ترغیب نکرده بود. آگاهی کلی با تمایل به عضویت رابطه داشت ($P < 0.05$) ولی با شناخت افرادی که از این طریق مشکلات خود را مرتفع نموده و یا با شناخت افراد متضرر از عضویت، رابطه نداشت (جدول شماره ۳).

تفاوت معنی‌داری از نظر آگاهی کلی بین افرادی که سابقه عضویت داشتند و کسانی که هرگز به عضویت این سازمان‌ها درنیامده بودند، مشاهده نشد. علاوه بر آن، بین میزان تمایل به عضویت شرکت کنندگان با میزان دانش آنها ارتباط مستقیمی وجود داشت. ضرورت شناخت نسبت به قابلیت‌ها و توانمندی‌های شرکت‌های تعاونی روستایی و پیامدهای

جدول ۳: رابطه بین تجربه‌های گذشته و میزان آگاهی^۱.

شرح	آگاهی ضعیف (درصد)	آگاهی مناسب (درصد)	نتیجه آزمون
عضویت داشته‌اند	۴۴/۶	۳۲/۸	۰/۰۰۰
سابقه عضویت نداشته‌اند	۶۷/۴	۱۳/۳	
اعضا را می‌شناسند	۵۹/۱	۱۹/۱	۰/۰۰۰
اعضا را نمی‌شناسند	۷۵/۳	۹/۸	
نیازها را می‌شناسند	۵۹/۲	۱۹/۶	۰/۰۵۴
اطلاعی از نیاز ندارند	۶۶/۱	۱۴/۷	
تمایل دارند	۶۲/۴	۱۵/۶	۰/۰۱۷
تمایل ندارند	۷۲/۹	۱۱/۲	
پیامدهای منفی را می‌شناسند	۶۷/۴	۱۳/۶	۰/۷۷۴
پیامدهای منفی را نمی‌شناسند	۶۳/۹	۱۶/۵	

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸.

۱. اختلاف جمع دوستون تا ۱۰۰ درصد مربوط به داده‌های جا مانده (Missing data) می‌باشد.

است ولی در زمینه عوامل ترغیب کننده، مناسب می باشد (جدول شماره ۴).

بر خلاف آگاهی، نگرش در غالب موارد نامناسب بود. نتایج حاکی از آن است که نگرش در زمینه عوامل بازدارنده از عضویت نسبت به بقیه عوامل نامناسب

جدول ۴: نگرش روستاییان نسبت به تعاونی های روستایی.

عوامل	نگرش نامناسب (درصد)	نگرش خنثی (درصد)	نگرش مناسب (درصد)
ضرورت وجود تعاون	۱۶/۰	۳۹/۳	۴۴/۷
نحوه تهیه احتیاجات	۲۳/۶	۴۰/۵	۳۵/۹
زمان تأمین نیاز	۱۳/۴	۱۷/۰	۶۹/۶
موارد عدم عضویت	۵۵/۸	۳۶/۷	۷/۵
پیامدهای منفی	۷/۱	۱۴/۰	۷۸/۹
عوامل ترغیب کننده	۴/۵	۱۱/۷	۸۳/۸

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸

استفاده مسوولان رده بالا، انحلال شرکت و بی عدالتی در توزیع درآمدها و نهادهها، بوده است (جدول شماره ۵). عقاید افراد در مورد موانع عضویت در شرکت های تعاونی به غیر از محل زندگی، با هیچ یک از متغیرهای زمینه ای ارتباط معنی داری نداشت، ولی دانش کلی شرکت کنندگان در آن مؤثر بود. بر این اساس، این نتایج به نوعی دیدگاه های سمپل و جبر محیطی را مبنی بر این که کوه نشینان مردمانی محافظه کار هستند، مورد تأیید قرار می دهد (شکویی، ۱۳۷۵: ۲۵۳).

حساسیت نسبت به عقیده و دیدگاه سایر افراد همکار و فامیل در رابطه با تمایل به عضویت در تعاونی ها در نزدیک به ۳۵/۴ درصد روستاییان مشاهده می شود. این در حالی است که ۵۴/۲ درصد آنها با تأثیر از شبکه اجتماعی بر عدم عضویت، مخالف بودند. مهم ترین مواردی که باعث می شود افراد تصور کنند امکان عضویت در شرکت های تعاونی روستایی را ندارند، عدم اطلاع از میزان سرمایه مورد نیاز، احتمال از دست دادن کامل استقلال عمل، پرداخت هزینه های اضافی که به تولید خود فرد کمک نمی کند، حضور مستمر در جلسات طولانی و بی ثمر، احتمال سوء

جدول ۵: نتایج حاصل از عبارتهای مربوط به کنترل رفتاری درک شده در میان روستاییان.

عامل کنترل رفتار	موافق (درصد)	بی نظر (درصد)	مخالف (درصد)
فقط پولدارها می توانند عضو شوند (سرمایه لازم)	۶/۶	۴/۸	۸۸/۶
افراد کم زمین عضو نمی شوند	۶۷/۸	۱۰/۹	۲۱/۳
افراد پارتی دار عضو می شوند (بی عدالتی)	۶۰/۳	۱۲/۸	۲۶/۹
افراد با سواد بالا عضو می شوند	۶۰/۶	۱۸/۴	۲۱/۱
افراد غیر بومی نباید عضو شوند	۵۳/۳	۱۳/۵	۳۳/۲
ترس از ضرر مانع عضویت می شود (انحلال زود هنگام)	۲۷/۰	۱۰/۰	۶۳/۰
ترس از گرفتن حق عضویت اضافی مانع عضویت است	۳۷/۶	۱۳/۲	۴۹/۲
سوء استفاده مسوولان مانع عضویت می شود	۵۲/۵	۱۱/۴	۳۶/۱
از دست دادن استقلال عمل مانع عضویت می شود	۳۷/۱	۹/۸	۵۳/۱
ترس از انحلال زود هنگام، مانع عضویت می شود	۵۲/۹	۸/۹	۳۸/۲

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸

شرکت کنندگان اصولاً عضویت در شرکت‌های تعاونی روستایی را به عنوان یک رفتار مثبت ارزش-گذاری می‌کردند و بیشترین موارد ارزشیابی منفی، مربوط به احتمال انحلال زود هنگام شرکت بود که باز هم جز با محل زندگی با هیچ یک از متغیرهای زمینه ارتباطی نداشت (جدول شماره ۶). دانش شرکت کنندگان در زمینه عضویت در شرکت‌های تعاونی روستایی و حتی سابقه عضویت در این شرکت‌ها نیز بر

اصلاح ارزش‌گذاری منفی، تأثیر نداشت. ارزش‌گذاری مثبت با جنس ($P=0.02$)، تأهل ($P=0.004$)، تحصیلات ($P=0.02$) و شغل اصلی ($P=0.002$) ارتباط داشت، ولی ارتباطی میان محل زندگی، سن و معیشت مشاهده نشد. دانش کلی شرکت کنندگان در ایجاد نگرش‌های متفاوت مؤثر بود ($P=0.002$) (جدول شماره ۷).

جدول ۶: نتایج ارزیابی نگرش در میان روستاییان.

تأثیر عضویت	نوع ارزشیابی	موافق (درصد)	بی نظر (درصد)	مخالف (درصد)
باعث ضرر و زیان و کاهش تولید می‌شود	منفی	۱۲/۳	۱۹/۵	۶۸/۲
باعث کاهش استقلال می‌شود	منفی	۱۶/۸	۸/۹	۷۴/۳
موجب ورشکستگی می‌شود	منفی	۶/۸	۷/۵	۸۵/۷
باعث سودجویی افراد سرشناس می‌گردد	منفی	۱۵/۲	۲۲/۸	۶۲
در تأمین نهاده‌های تولید مفید است	مثبت	۹۰/۹	۵/۶	۲/۶
باعث کمک به دیگران است	مثبت	۷۸/۸	۱۰/۹	۱۰/۳
اعتماد به همکاری جمعی است	مثبت	۷۴/۶	۸/۷	۱۶/۷
کنترل دولت بر توزیع بیشتر می‌شود	مثبت	۷۴/۵	۵/۹	۱۹/۶
عضویت در روستاهای کوچک ضروری است	مثبت	۵۸/۳	۲۴/۷	۱۷/۰
همکاری و تعاون دستور قرآن است	مثبت	۹۳/۸	۳/۷	۲/۵
ریاخوازی را کاهش می‌دهد	مثبت	۵۳/۳	۳۵/۰	۱۱/۷

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸

جدول ۷: ارتباط نگرش و آگاهی در بین شرکت کنندگان

آگاهی / نگرش	ضعیف (%)	متوسط (%)	خوب (%)	کل (%)
نامناسب	۸۲/۳	۹/۹	۷/۸	(۷۵)۱۰۰
خنثی	۶۶/۹	۱۷/۷	۱۵/۴	(۵۲۸)۱۰۰
مناسب	۶۱/۲	۲۰/۷	۱۸/۱	(۳۵۳)۱۰۰
کل	۶۶/۱	۱۹/۷	۱۴/۲	(۹۵۶)۱۰۰

مأخذ: نگارنده، ۱۳۸۸

یافته‌ها و نتایج

بر اساس نظریه اعتقاد اقتصادی، ادراک شخصی فرد، تحت تأثیر این که یک رفتار تا چه حد احتمال صدمه، ناتوانی و دیگر پیامدهای منفی را در بر داشته باشد، قرار دارد و به عنوان اولین مرحله در تصمیم‌گیری برای انجام آن رفتار، مؤثر خواهد بود. بنابراین، در صورتی که افراد آگاهی لازم در مورد بی‌خطر بودن عضویت در این تعاونی‌ها و مراقبت کامل از سرمایه‌شان در تمام مراحل را پیدا نکنند، هر گونه تلاشی برای ترغیب آنها به عضویت، بی‌فایده است و حساسیت‌های منفی آنها را بیشتر خواهد نمود. از سوی دیگر، با توجه به نتایج ارزش‌گذاری، به نظر می‌رسد شرکت‌کنندگان در این تحقیق از توانایی خود برای عضویت و بهره‌مندی از این شرکت‌ها اطمینان کافی ندارند. بنابراین برای ایجاد اعتماد به نفس، باید شرایط لازم برای تقویت خودکارآمدی افراد فراهم شود و احتمال موفقیت افزایش یابد. در کنار این اقدامات، توجه به کنترل‌های دولتی و نظارت‌هایی که بر این گونه شرکت‌ها اعمال می‌گردد، با ارائه آموزش‌های لازم، میسر خواهد بود.

بر اساس نتایج به دست آمده، نگرش شرکت‌کنندگان در بیشتر موارد مربوط به عملکرد شرکت‌های تعاونی روستایی به جز مواردی که مانع عضویت و مشارکت مالی این افراد می‌شود، مناسب بوده است. از آنجا که پاسخگویان اکثراً افرادی بوده‌اند که حضور فعالی در این گونه شرکت‌ها نداشته‌اند، به نظر می‌رسد افراد برای عضویت با تضادهای نگرشی رو به رو هستند. در واقع، ممکن است شخص عقیده داشته باشد که همکاری و تعاون یک عمل اجتماعی مثبت است، اما وقتی نتایج منفی بیشتر از نتایج مثبت به ذهن برسد، جهت‌گیری در جهت خودداری از عضویت در این شرکت‌ها خواهد بود و در نتیجه، نگرش مناسب در انجام رفتار تعاونی نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا نمی‌کند. به این ترتیب، نظریه معروفی که عقیده دارد مانع

ضعف آگاهی در بیشتر موارد، ارتباط میزان آگاهی با عضویت قبلی و همچنین شناخت افراد عضو نشانگر این امر است که افراد اطلاعات خود را یا در مراجعه مستقیم به این شرکت‌ها و یا سایر افراد جامعه که در این شرکت‌ها عضو هستند، به دست می‌آورند. به این ترتیب، با وجود تلاش‌های بسیار، ضعف آموزش و اطلاع‌رسانی مناسب در زمینه عضویت در این تعاونی‌ها، همچنان مشاهده می‌شود. بنابراین، در صورتی که بخواهیم تعداد بیشتری از روستاییان به عضویت این شرکت‌ها درآیند و از این طریق کار و کسب و تولید آنها رونق پیدا کند، باید نسبت به رفع این ضعف بزرگ اقدام نماییم زیرا با افزایش آگاهی بسیاری از ضعف‌هایی که هم‌اکنون در ارتباط با عضویت در این شرکت‌ها و مشکلات ناشی از کارایی مناسب آنها وجود دارد، حل خواهد شد. این در حالی است که اساساً آموزش‌های لازم در زمینه بهره‌مندی از خدماتی که مستقیماً در بهره‌وری مؤثر و پایدار از منابع موجود در روستا نقش دارند، بسیار اندک است و در مواردی اصلاً وجود ندارد (جدول شماره ۶).

شاید به همین دلیل است که نزدیک به ۷۰ درصد افراد مورد پرسش اعتقاد داشتند که عضویت در این شرکت‌ها نه تنها منافع آنها را تأمین نمی‌کند، بلکه ممکن است موجب ضرر و زیان آنها شود. علاوه بر آن، حدود ۶۷ درصد افراد اساساً اطلاعات مناسبی در مورد عضویت در این شرکت‌ها نداشتند یا اطلاعات آنها بسیار ضعیف بود. به همین دلیل، به نظر می‌رسد کمبود دانش مربوط به نقش و عملکرد شرکت‌های تعاونی روستایی، باعث می‌شود که هم فرد احتمال موفقیت خود را در عضویت ناچیز بداند و هم به دلیل بی‌اطلاعی، این ذهنیت را در سایر افراد تقویت نماید که عضویت در این شرکت‌ها غیر عقلانی است (جدول شماره ۷).

ممکن می‌سازند و به دلیل ایجاد ارتباط با گروه‌های مختلف در جامعه و تبادل اطلاعات در زمینه رفتارهای مشارکتی و تعاونی با شرکت کنندگان، می‌توانند به عنوان عاملی تأثیرگذار در جذب اعضای جدید مؤثر باشند.

نتیجه‌گیری

به طور کلی، اقدام به پذیرش نوآوری‌های مختلف در روستا و حتی سازمان‌ها و نهادهایی که پیش از این در روستا وجود داشته، ولی روستایی در آن مشارکت فعالی نداشته‌است، به عوامل متعددی بستگی دارد. با وجود این که نگرش افراد در مورد عضویت در تعاونی-های روستایی ارتباط زیادی با آگاهی آنان دارد، ولی عوامل مؤثر دیگری نیز در آن نقش دارند که در نهایت بر تصمیم‌گیری برای عضویت و مشارکت واقعی در این نهادها تأثیر می‌گذارند. به عبارت دیگر، پذیرش ایده-های نو، علاوه بر ویژگی‌های افراد، با سازه‌های خارجی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و موارد دیگر نیز مرتبط است (کرمی، ۱۹۸۶). محققان اعلام کرده‌اند که در بسیاری از موارد در یک نظام اجتماعی، فرصت برابر برای پذیرش یک روش یا تکنولوژی جدید برای اعضای آن نظام وجود ندارد (قیصاری، ۱۳۸۹) و همچنین روان‌شناسی فردی نباید به عنوان سازوکاری مد نظر قرار گیرد که به وسیله آن مسایل مربوط به نابرابری-های نهادی و عدم دسترسی یکسان، به فراموشی سپرده شود (بردی^۱، ۱۹۸۹). با وجود این، بر اساس نتایج به دست آمده از شرایط محلی، در پذیرش ایده-های جدید و بخصوص عضویت در تعاونی‌های روستایی، درک چگونگی تغییر توازن بین نگرش مناسب و نامناسب دارای بیشترین اهمیت است و اصلاح نگرش‌های نامناسب از طریق بالا بردن سطح

اصلی در فعالیت‌های تعاونی، انگیزش‌های منفی است، مورد تأیید قرار می‌گیرد. بر این اساس، تبلیغاتی که برای جذب اعضای جدید صورت می‌گیرد، به جای تقویت نگرش‌های مثبت و عوامل ترغیب کننده (مانند انگیزه‌های نوع دوستانه، ارزشمند بودن امور تعاونی و مشارکت به عنوان یک عمل نیک)، باید نگرش‌های نامناسب را اصلاح و ترس‌ها را بر طرف کند تا مؤثر واقع شود.

بر اساس این نتایج، می‌توان ادعا نمود که خانواده و بخصوص اجتماع محل زندگی نیز با تأثیر غیر مستقیم بر سایر عوامل، در ایجاد تصمیم به عضویت در تعاونی-های روستایی نقش دارند. دانش کم در زمینه جابجاء و نقش این گونه تعاونی‌ها، عموم افراد را تحت تأثیر قرار داده و بعد تقویتی اثر جمعی، رفتار فردی را کاهش داده‌است. به این ترتیب، افزایش آگاهی‌های کل جامعه هم با تأثیر بر شبکه اجتماعی و تقویت اثر جمعی و هم با تقویت قصد فردی، موجب ارتقای رفتار تعاونی و بهره‌مندی از مزایای ویژه و اختصاصی آن خواهد شد.

به هر حال، باید توجه نمود که پذیرش رفتارهای جمعی همچون پذیرش یک ایده جدید تلقی می‌شود که نیازمند اتخاذ تصمیمی پیچیده است و عوامل متعددی در آن نقش خواهد داشت. این عوامل در جوامع مختلف متفاوت است و به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر روی گرایش به رفتار تعاونی به طور کلّی و عضویت در شرکت‌های تعاونی روستایی به طور خاص، تأثیرگذار خواهد بود. جذب حداکثری روستاییان به سوی شرکت‌های تعاونی روستایی وابسته به شناسایی این عوامل تأثیرگذار، رفع موانع و جابجایی تعادل به سمت فراهم آوردن الگوهای مثبت رفتاری می‌باشد. بر این اساس، متولیان امور روستایی باید به تمام متغیرهای تأثیرگذار توجه کنند؛ مشکلات و نیازها را شناسایی و بر اساس آن اقدام به برنامه‌ریزی و عمل نمایند. تحقیقات مشابه، شناسایی عوامل تأثیرگذار را

^۱ . Brady

- 11- Diana, Camey (1999), Approach to Sustainable Livelihoods for the Rural Poor (odi), Poverty Briefing2, Overseas Development Institute.
- 12- Faludi, A. (1973), planning theory, Pergamon, Oxford.
- 13- Holloway, Garth et al. (2000), Transaction Costs, Cooperatives and Milk-Market Development in the East-African Highlands, Agricultural Economies, Vol. 23, pp. 279-288.
- 14- Hooks, G. M. (1983), Correlations of Adoption Behaviors: The Case of Farm Technologies, Rural Soc., 48, pp. 308-323.
- 15- Karami, E. (1986), Agricultural Extension in Development Theory: Some Conceptual and Empirical Considerations, J. Exten., Sys., 2, pp. 61-69.
- 16- Krosinck, J. A. and Fabinar, L.R. (1996), Questionnaire Design for Attitude Measurement in Social and Psychological Research, Oxford.
- 17- Owango, M. (1998), Dairy Cooperatives and Policy Reform in Kenya: Effects of Livestock Service and Milk Market Liberalization, Food Policy, Vol. 23. pp. 173-185.
- 18- Saveri, Andrea et al. (2004), Toward a New Literacy of Cooperation in Business Managing Dilemmas In The 21ST Century, Institute for the Future, Technology Horizons Program, SR-851 A.
- 19- Sriram, M. (2000), Financial Cooperatives in Quebec: A Study of the Desjuridins Movement, Journal of Rural Development, Vol. 19, pp. 161-183.
- 20- Sukumar, G. (2001), Institutional Cooperatives Potential of Housing Cooperatives for Low-Income Households: The Case of India, Habitat International, Vol. 25, pp. 147-174.
- 21- Wan, G (1998), On the Reform of Rural Supply and Marketing Cooperatives in China, Agricultural Economies, Vol. 2, pp. 73-88.
- 22- Wasylyshyn, C.; Johnson, J. (1998), Living in a Housing Co-Operative for Low Income Women: Issues Identity, Environment and Control, Social Science & Medicine, Vol. 47, Issue 7, pp. 973-981.
- آگاهی در زمینه‌های مختلف و با توجه به سایر عوامل تأثیرگذار از جمله گروه‌های فردی (گروه سنی، وضعیت معیشت، میزان تحصیلات) یا اجتماعی (محل زندگی، شغل و ...) می‌تواند راهکار مناسبی برای افزایش افراد متمایل به پیوستن به شرکت‌های تعاونی روستایی باشد.
- ### منابع و مآخذ
- ۱- شکوئی، حسین (۱۳۷۵)، اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد اول، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
 - ۲- صابری فر، رستم و کلماتی، محمدرضا (۱۳۸۶)، نقش زنان، اقتصاد روستایی و تعاون، مجله تعاون، شماره ۱۸۸-۱۸۷، صص ۳۲-۲۷.
 - ۳- عباسی، محمد و حسینی نیا، غلامحسین (۱۳۸۶)، برنامه راهبردی وزارت تعاون، مجله تعاون، شماره ۱۸۸-۱۸۷، صص ۲۶-۷.
 - ۴- قیصاری، صدیقه (۱۳۸۹)، مدیریت اجتماعی مناطق روستایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور بیرجند.
 - ۵- کرباسیان، اکبر (۱۳۷۹)، نهضت تعاونی در ایران و آسیب پذیری‌هایش، گزارش ۱۱۲، شماره ۱۱۶.
 - ۶- کرمی، علی اکبر و فنایی، سید احمد (۱۳۷۰)، بررسی نظریه پردازی‌ها در ترویج، جلد اول، تهران: انتشارات معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی.
 - ۷- کریمی، یاسر (۱۳۷۹)، نگرش و تغییر نگرش، انتشارات موسسه نشر ویرایش.
 - 8- Akwabi, Kofi (1997), Produce Cooperative Resettlements Projects in Zimbabwe Lessons from a Failed Agricultural Development Strategy, World Development, Vol. 25, pp. 437-456.
 - 9- Aronson, E. (1999), Social Psychology, Longman.
 - 10- Brady, N.C. (1989), The Adoption of Soil Conservation Practices in Burkina Faso: The Role of Indigenous Knowledge, Social Structure and Institutional Support, Dissertation of Doctor of Philosophy, Iowa State University, Iowa.

