

بررسی اثرات تعاونیهای تولید کشاورزی بر وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو

(مطالعه موردی: شهرستان خوسف)

تاریخ دریافت: 1392/4/31

تاریخ پذیرش: 1392/6/11

جواد میکانیکی^۱

امالبنین جابری^۲

چکیده

شرکتهای تعاونی افراد را هم برای همکاریهای متقابل و ایجاد همبستگی، یعنی جنبههای اجتماعی و هم برای رفتارهای یاریگریانه و باصرفه، یعنی جنبههای اقتصادی تربیت میکنند. هدف اجتماعی نظام تعاون، تربیت افراد برای زندگی بهتر با مناسبات اجتماعی معقول و شرافتمندانه است و فعالیتهای آن به مردم ایمان، اعتماد به نفس و قاطعیت و استقامت میدهد. در پژوهش حاضر، به بررسی اثرات تعاونیهای تولید کشاورزی بر وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو شهرستان خوسف پرداخته شده است. این تحقیق، به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی میباشد که به منظور نیل به اهداف آن، از راههای موجود در دو روش کتابخانهای و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲۸۶ نفر اعضای شرکتهای تعاونی تولید در شهرستان خوسف میباشد که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونهگیری احتمالی و از نوع طبقهای و در هر طبقه به صورت تصادفی به تعیین حجم نمونه پرداخته شده است. حجم نمونه به دست آمده بر اساس فرمول کوکران ۲۹۵ نفر از اعضای شرکتهای تعاونی تولید این شهرستان میباشد که در تحقیق حاضر ۲۷۳ پرسشنامه برگشت داده شد. دادههای گردآوری شده از طریق پرسشنامه، به کمک نرمافزار آمار SPSS 16 مورد تجزیه و تحلیل و استنتاج نهایی قرار گرفتند. نتایج بهدست آمده از تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از آزمون تک نمونهای نشان داد که شرکتهای تعاونی در بهبود شرایط اجتماعی مؤثر نبودهاند. همچنین مؤلفه افزایش تعاملات اجتماعی با میانگین رتبههای ۲/۳۱ بیشترین نقش را در میان عوامل اجتماعی داشته است.

واژگان کلیدی: اثرات اجتماعی، شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی، خوسف.

^۱ . استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه بیرجند ir.ac.javadmikaniki@birjand

^۲ . دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه بیرجند mjaberi86@yahoo.com

تعاونی، مشارکتی یک یا چند منظوره، برای مدتی نامحدود به منظور پاسخگویی به نیازهای مادی و معنوی اعضای خود میباشد (آراستهخو، ۱۳۷۸: ۱۰۵). از اینرو، گروهی معتقدند که فعالیت در تعاونیها بستر لازم را برای به ثمر رسانیدن رشد شخصیتی و ارتقاء توانمندیهای ذهنی و فکری اعضا مهیا نموده و موجب مشارکت فعال آنان در فعالیتهای گروهی میگردد (2000: 227). (Cowie, 2006). تعاونیها میتوانند باعث متشکل ساختن نیروهای انسانی و جهتهای به آنها، ساماندهی سرمایههای پراکنده، افزایش درآمد اعضا و بهبود کیفیت زندگی آنها و از همه مهمتر، باعث مشارکت افراد در امور خود شوند (99: 2006). (Karami&RezaeiMoghaddam). بنابراین شرکتهای تعاونی مؤسسات یا بنگاههایی هستند که خدمات اجتماعی لازم را در اختیار اعضای خود قرار میدهند و در تمامی بخشهای اقتصادی کشور و در هر زمان و مکانی میتوان آنها را مشاهده نمود (24: Fairbairn, 2001).

تعاونیها در سراسر جهان با تکیه بر خطمشی خودیاری متقابل، به ابزاری طبیعی برای توسعه اجتماعی و اقتصادی و تأمین منافع جوامع محلی و نظامهای اجتماعی تبدیل شدهاند. اقتصاد اجتماعی متشکل از مؤسسات، تعاونیها، تشکلهای دوسویه و اتحادیههایی است که فعالیتهای آنها جنبههای اجتماعی و اقتصادی دارد. با توجه به ماهیت شرکتهای تعاونی میتوان مدعی شد کلیه تعاونیها اهداف اجتماعی و اقتصادی دارند؛ زیرا هر شرکت تعاونی با هدف تأمین نیازهای مشترک اعضای جامعه تشکیل میشود و این نیازها گاهی معطوف به مسکن یا خدمات بهداشتی است و گاهی اعضای تعاونی میخواهند از طریق آن به تولیدات، خدمات، اشتغال و درآمد مستمر دسترسی داشته باشند (بیات، ۱۳۸۸: ۱۴۳). بنابراین، شرکتهای تعاونی چارچوبی سازمانی را برای افزایش توانایی اعضا در جامعه، تولید و فروش محصولات، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و بر طرف کردن نیازهای اجتماعی و اقتصادی مردم مهیا میسازند (داویدویچ، ۱۳۷۰: ۸۱).

استان خراسان جنوبی دارای ۳۰ تعاونی فعال تولید در بخش کشاورزی بوده که از ۱۱ هزار و ۶۵۰ نفر عضو برخوردار است. تعداد روستاهای تحت پوشش این تعاونیها ۲۷۶ آبادی است و سطحی حدود ۱۰۸ هزار هکتار از اراضی کشاورزان را به خود اختصاص داده است. اهداف و کارکردهای عمده این تعاونیها تهیه و توزیع نهادههای کشاورزی، ارائه خدمات مکانیزاسیون، ارائه خدمات فنی کشاورزی و انجام بیمه اجتماعی روستائیان ذکر شده است (سازمان جهاد کشاورزی خراسان جنوبی، ۱۳۹۰). از مجموع تعاونیهای تولید کشاورزی استان خراسان جنوبی، تعداد دو تعاونی در شهرستان خوسف فعال میباشد که اهداف آنها، اشتغالی، رشد تولید، جذب سرمایه، بسط صنایع تبدیلی و تکمیلی، جلوگیری از مهاجرت، رشد آگاهی، کاربرد روشها و فنون نوین کشاورزی، حفظ منابع (آب، احیاء اراضی، شبکه زهکشی) و غیره میباشد. در تحقیق حاضر، سعی بر این بوده تا به بررسی اثرات اجتماعی تعاونیهای تولید کشاورزی بر مناطق روستایی این شهرستان بپردازد.

مبانی نظری

توسعه روستایی

توسعه روستایی، فرایند توسعه دادن و مورد استفاده قرار دادن منابع طبیعی و انسانی، فناوری، تسهیلات زیربنایی، نهادها و سازمانها، سیاستهای دولت و برنامهها به منظور تشویق و تسریع رشد اقتصادی در مناطق روستایی جهت ایجاد اشتغال و بهبود کیفیت زندگی روستایی برای ادامه زندگی و پایداری حیات است. این جریان علاوه بر رشد اقتصادی درگیر تغییرات در طرز تلقی

و در بسیاری موارد حتی شامل تغییرات در عادات و اعتقادات مردم می‌باشد، زیرا جریان سیستم اجتماعی روستایی از شرایط زندگی که غیر مطلوب به‌نظر می‌رسد، به طرف شرایط مطلوب حرکت میکند (حسینی ابری، ۱۳۸۰: ۲۶۵).

در واقع بلوغ اندیشه‌ها و تلاش پیگیر روستائیان برای بهسازی جامعه خویش، از طریق خودآموزی، خودیاری و همیاری و بدین ترتیب، توسعه روستایی را به قوت می‌توان مقدمه توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و نیز مؤخری آن در سطح ملی قلمداد کرد (آسایش، ۱۳۷۵: ۲۹).

در این زمینه از نظر "تودارو"^۳ توسعه ملی منوط به توسعه روستایی و توسعه روستایی منوط به پیشرفت کشاورزی زارعین کوچک و توسعه هماهنگ در بخش روستایی و شهری است. همچنین "رابینسون"^۴ اقتصاددان انگلیسی و یکی از بزرگترین منتقدان سرمایه‌داری، نیز کشاورزی را اساس و محور توسعه میداند و معتقد است که تولید مواد غذایی، مؤثرترین سرمایه‌گذاری در جانشین واردات است (حامد مقدم، ۱۳۷۲: ۶۸).

تعاونیهای تولید کشاورزی

در دنیای امروز با تمام پیشرفتهایی که در بخشهای صنعتی، بازرگانی و خدمات ایجاد شده هنوز هم سه پنجم جمعیت کره زمین به کار کشاورزی اشتغال دارند. در بعضی از کشورها بین هفتاد تا نود درصد جمعیت فعال و غیرفعال از راه کشاورزی امرار معاش میکنند که از نظر درآمد، وضع رقتبار و فقر کشاورزان ممالک عقب نگه داشته شده با تراکم روزافزون جمعیت آنها چشمگیر است. امروزه کفایت و شایستگی شیوهی تعاونی و اصول مکاتب آن در حل مشکلات کشاورزی در مقایسه با نظامهای شرقی و غربی آشکار شده است. اکثر کشورهای جهان همکاری کشاورزان را بر پایه اصول مکاتب تعاونی به عنوان بهترین راه پیشرفت و توسعه کشاورزی و عمران روستاها و تأمین زندگی بهتر برای کشاورزان پذیرفته و تعاونی کشاورزی را، روش خوبی برای مقابله با این مشکلات دانسته‌اند. تعاونی کشاورزی شامل کلیه فعالیتهایی است که به منظور کمک به کشاورزان به‌عنوان تولیدکنندهی قسمت اعظم مواد غذایی و مواد اولیه صنعتی به‌عمل می‌آید (شیرانی، ۱۳۶۸: ۱۲۰).

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی نوعی ابزار دسترسی به منابع اقتصادی و فرهنگی، از طریق ارتباطات اجتماعی می‌باشد. تأکید بوردیو^۵ بر مشارکت فرد در گروه است که سبب دسترسی او به منابع و امکانات گروه میشود. پس نظریه بوردیو به فهم این نکته کمک میکند که چگونه فرد میتواند با استفاده از سرمایه اجتماعی، موقعیت اقتصادی خود را در جامعه بهبود بخشد. به‌نظر می‌رسد که در دیدگاه بوردیو، سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی، ابزارهایی هستند برای اینکه فرد سرمایه اقتصادی خود را افزایش دهد. پس در دیدگاه بوردیو سرمایه اجتماعی نوعی محصول اجتماعی، ناشی از تعامل اجتماعی می‌باشد (پور، ۱۳۸۵: ۳۴).

^۳ . Todaro

^۴ . Robinson

^۵ . Bourdieu

پاتنام معتقد است که سرمایه اجتماعی به ارتباطات و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و میتواند به عنوان ابزاری برای رسیدن به سرمایه‌های اقتصادی باشد. وی توجه خاصی را به خانواده به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی دارد و خانواده را مکان بازتولید اجتماعی میداند. او میزان عضویت در شبکه‌های ارتباط اجتماعی، گروه‌ها و کیفیت مشارکت در این گروه‌ها را در مطالعات گوناگون خود بسیار مهم نشان داده است (اختر محقق، ۱۳۸۵: ۵۵).

پیشینه تحقیق

سعدی و اعظمی (۱۳۸۷)، به مطالعه آسیبشناسی تعاونی‌های تولید کشاورزی همدان پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد مهمترین آسیبهایی که تعاونی‌های تولید را تهدید میکند عبارتند از: آگاهی محدود اعضا از اصول و فلسفه شکلگیری تعاونی‌های تولید، ضعف آموزش اعضای تعاونی، محدودیت سرمایه، ضعف اطلاع رسانی در تعاونی و غیره. در تحقیقی که توسط صدیقی و درویشی نیا (۱۳۸۱) تحت عنوان بررسی میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی استان مازندران از دیدگاه اعضا در نظر گرفته شد، نتایج نشان داد که برنامه‌های آموزشی - ترویجی نقش مهمی را در میزان موفقیت تعاونیها ایفا میکنند.

بار (Barr, 2000) بر اساس نظریه رشد درونی، به بررسی تأثیر مشارکت شبکه‌ها و ارتباطات و تعاملات اجتماعی در عملکرد شرکتهای کوچک و زودبازده کارآفرین پرداخت. یافته‌های حاصل از تحقیق وی نشان میدهد تعاملات اجتماعی باعث افزایش ظرفیت کسب اطلاعات و آگاهیهای فنی و تجاری (آگاهی اجتماعی) در میان شرکتهایمچنین ارتقای مشارکتهای اجتماعی در میان آنها، در طی ایجاد جو مناسب و اعتماد اجتماعی میشوند. با تعامل مناسب اطلاعات میان شرکتهای، عملکرد مالی شرکتهای بهبود خواهد یافت. در این تحقیق تأثیر ویژگیهای فردی سن، درآمد، سطح تحصیلات و سابقه عضویت در عملکرد شرکتهای کوچک و زودبازده کارآفرین، معنیدار به‌دست آمد.

اسکریمزور و دیگران (Scrimgeour & et al., 2006) معتقدند که عامل کلی و اساسی در بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد و موفقیت شرکتهای کشاورزی عبارتند از: عوامل دولتی، عوامل تجاری، عوامل فنی، عوامل ادراکی و عوامل اجتماعی. در میان عوامل اجتماعی متغیرهای اصلی هنجارها و انتظارات اجتماعی، تعاملات اجتماعی و ارزشهای اجتماعی بر موفقیت و عملکرد شرکتهای کشاورزی اثرگذار بودند. در این تحقیق تأثیر ویژگیهای فردی سن، جنس، درآمد، سطح تحصیلات و سابقه عضویت در عملکرد شرکتهای کشاورزی معنیدار به‌دست آمد.

کروز، هند فیلد و بورلی (krause, Handfield & Bererly, 2006) در بررسی تعیین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اثرگذار بر عملکرد شرکتهای آمریکایی، سرمایه شناختی (آگاهی اجتماعی)، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و افزایش تعاملات اجتماعی را بر بهبود عملکرد (بهبود درآمد، کیفیت فعالیت و ارائه محصول و پیچیدگی کار) شرکتهای، اثربخش معرفی کرده است. علاوه بر این، محققان پیشنهاد کردند که روابط و تعاملات اجتماعی اثرگذار بایستی متناسب با عملکرد مورد انتظار شرکتهای تنظیم شوند. همچنین در این تحقیق تأثیر ویژگیهای فردی سن، سابقه عضویت، سطح تحصیلات و جنس در عملکرد شرکتهای آمریکایی مورد بررسی قرار گرفت.

سانو (Sano, 2008) نقش سرمایه اجتماعی را در مدیریت تولیدی (تعاونیهای تولید و گروههای ماهیگیران و روستائیان ساحلی) در مناطق ساحلی فیجی مورد بررسی قرار داد. در این تحقیق، متغیرهای سرمایه اجتماعی افراد، شامل هنجارها و انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی، اتحاد اجتماعی، آگاهی اجتماعی و مشارکت اجتماعی بر عملکرد مدیریت گروههای اقتصادی اثرگذار بودهاند. در میان متغیرهای فوق، فقدان مشارکت اجتماعی در افراد و یا اعضای گروههای اقتصادی بیشترین اثر را بر مدیریت اقتصادی در مناطق ساحلی گذاشته است. ارتقای ابعاد سرمایه اجتماعی بر روی بهبود درآمدهای مردم محلی و بهکارگیری فناوریهای مناسب در منطقه حائز اهمیت است.

شوفانگ و لئونارد (Shufang & Leonard, 1998) معتقدند که آموزش در افزایش تعهد اعضا در بالندگی تعاونیها تأثیر شایانی دارد.

روش تحقیق

بهبود کلی پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی میباشد. مطالعات این پژوهش بر دو بخش کتابخانهای (اسنادی) و میدانی استوار است. در مطالعات کتابخانهای از منابع مختلف شامل کتب، مقالات، سایتهای اینترنتی استفاده شده است و در روش میدانی نیز با مشاهده محدوده مورد مطالعه و استفاده از روشهای مصاحبه با کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان جنوبی و دفتر شرکت تعاونیهای تولید کشاورزی شهرستان خوسف و تکمیل پرسشنامه از سهامداران، دادههای مورد نیاز جمعآوری شده است.

جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲۸۶ نفر اعضای شرکتهای تعاونی تولید در شهرستان خوسف میباشد. از آنجا که انجام هر تحقیق با مسائلی هم چون عدم دسترسی به همه افراد جامعه تحقیق و عدم وجود زمان و هزینه کافی روبهرو است، لذا به منظور حل این مسائل، نمونههای از جامعه که معرف آن باشد، انتخاب گردیده است. از اینرو در تحقیق حاضر، با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونهگیری احتمالی و از نوع طبقهای و در هر طبقه به صورت تصادفی به تعیین حجم نمونه پرداخته شده است. حجم نمونه بهدست آمده بر اساس فرمول کوکران ۲۹۵ نفر از اعضای شرکتهای تعاونی تولید این شهرستان میباشد که در تحقیق حاضر ۲۷۳ پرسشنامه برگشت داده شد.

یافته های تحقیق

مشخصات فردی افراد محدوده مورد مطالعه

به لحاظ وضعیت سنی، بیشترین افرادی که در نمونه حاضر عضو شرکتهای تعاونی سبزآفرینان خوسف و مالکاشتر هستند، در رده سنی ۵۱-۶۰ و ۴۱-۵۰ سال قرار گرفتهاند و این حاکی از آن است که بیشتر سهامداران به لحاظ سنی در اواسط سنین فعالیت (۱۵-۶۴ سال) قرار دارند (جدول ۱). همچنین کمترین افراد در رده سنی ۳۰-۲۱ سال قرار گرفتهاند. سطح تحصیلات از دیگر مشخصات فردی در این پژوهش میباشد که نقش مهمی در انجام صحیح پژوهش دارد. در واقع، در هر پژوهشی هر چه سطح تحصیلات بالاتر باشد، میزان خطای ناشی از پژوهش میدانی کاهش مییابد. نتایج (جدول ۲) نشان میدهد بیشترین فراوانی متعلق به تحصیلات ابتدایی با ۱۱۴ نفر (۴۱/۸ درصد) و کمترین آن متعلق به تحصیلات دانشگاهی با ۷ نفر (۲/۶ درصد) میباشد. همچنین ۳۱/۹ درصد بیسواد، ۱۳/۶ درصد دارای تحصیلات راهنمایی و ۱۰/۳ درصد دارای تحصیلات دبیرستان بودهاند.

در این پژوهش، نتایج مربوط به تغییرات اشتغال در میان افراد خانوارهای عضو شرکت (جدول ۳) نشان می‌دهد بیشترین افرادی که در نمونه حاضر عضو شرکتهای تعاونی تولید سبزآفرینان خوسف و مالکاشتر هستند با ۱۶۱ نفر (۵۹ درصد) کشاورز و ۷۲ نفر (۲۶/۴ درصد) دامدار میباشند. همچنین کمترین میزان اشتغال با تعداد ۳ نفر (۱/۱ درصد)، سایر بوده‌اند. این نتایج حاکی از آن است که با وجود درصد بالای زراعت، باغداری و دامداری در این محدوده، اشتغالی در زمینه فراوری محصولات جانبی آن محدود بوده است.

جدول ۱) توزیع جمعیت سهامداران شرکتهای تعاونی تولید شهرستان خوسف

گروه-هایسنی	فراوانی	درصد
۲۱-۳۰	۱۲	۴/۴
۳۱-۴۰	۳۳	۱۲/۱
۴۱-۵۰	۶۱	۲۲/۳
۵۱-۶۰	۹۹	۳۶/۳
۶۱-۷۰	۵۸	۲۱/۲
۷۱ و بیشتر از آن	۱۰	۳/۷
جمع	۲۷۳	۱۰۰

منبع: یافتههای تحقیق

جدول ۲) سطح تحصیلات سهامداران شرکتهای تعاونی تولید شهرستان خوسف

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
بی-سواد	۸۷	۳۱/۹
ابتدایی	۱۱۴	۴۱/۸
راهنمایی	۳۷	۱۳/۶
دبیرستان	۲۸	۱۰/۳
دانشگاهی	۷	۲/۶
جمع	۲۷۳	۱۰۰

منبع: یافتههای تحقیق

جدول ۳) شغل اصلی سهامداران شرکتهای تعاونی تولید شهرستان خوسف

شغل	فراوانی	درصد
زراعت و باغداری	۱۶۱	۵۹
دام-داری	۷۲	۲۶/۴

کارگری	۲۲	۸/۱
مغازه-دار	۱۵	۵/۵
سایر	۳	۱/۱
جمع	۲۷۳	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

اثرات اجتماعی شرکت تعاونی تولید کشاورزی بر خانوارهای عضو

در عوامل اجتماعی، مؤلفه‌های افزایش تعاملات اجتماعی با میانگین رتبه‌های ۲/۳۱، دوره‌های آموزشی از سوی جهاد با میانگین رتبه‌های ۲/۱۰ و استقلال و خودباوری با میانگین رتبه‌های ۲/۰۵، بیشترین مؤلفه‌های مؤثر در عوامل اجتماعی میباشد و حاکی از آن است که شرکتهای تعاونی با تشکیل دوره‌های آموزشی، از یک طرف باعث افزایش تعاملات اجتماعی کشاورزان شده و از سوی دیگر، موجب خودکفایی و استقلال کشاورزان گردیده است (جدول ۴).

مؤلفه‌های برنامه‌های تلویزیون دارای رتبه ۱/۹۵، افزایش سطح یادگیری ۱/۹۳، دسترسی به امکانات رفاهی و استفاده از دانش مروجان ۱/۹۲، افزایش اعتماد به نفس ۱/۹۱ و نحوه مدیریت ۱/۸۸ بوده است. تشویق فرزندان با میانگین رتبه‌های ۱/۷۸ و تشویق دیگر اهالی با میانگین رتبه‌های ۱/۸۶ دارای کمترین اثر بوده است و خود دال بر این است که توجه به نظرات فرزندان و دیگر اهالی روستا در پذیرش عضویت در شرکت، در جامعه تحقیق اهمیت نداشته است (جدول ۵).

جدول ۴) نظر سهامداران در ارتباط با عوامل اجتماعی شرکتهای تعاونی تولید شهرستان خوسف

پاسخ	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
فعالیت در شرکت تعاونی تولید تا چه اندازه - ایبرمنز لتو جایگاه اجتماعی شما اثرگذاشته است؟	۱	۱۲	۳۱	۱۳۹	۹۰
تا چه اندازه - مشارکت شما در شرکت تعاونی تولید باعث استقلال خود باوریتان می‌شود؟	۰	۱۰	۷۰	۱۱۷	۷۶
فعالیت در شرکت تعاونی تولید تا چه حد باعث افزایش تعاملات اجتماعی شما شده است؟	۰	۲۷	۹۲	۹۲	۶۲
تا چه اندازه هنوز هم مدیران شرکت تعاونی تولید در جذب مشارکت شما نقش داشته است؟	۱	۵	۳۴	۱۵۲	۸۱
تا چه حد دسترسی به امکانات رفاهی بیشتر در مشارکت شما در شرکت تعاونی تولید نقش داشته است؟	۰	۱۰	۴۳	۱۳۴	۸۶
شرکت تعاونی تولید تا چه حد باعث افزایش سطح یادگیری شما شده است؟	۰	۵	۴۷	۱۴۴	۷۷
تشویق دیگر اهالی، چقدر در پذیرش شما در شرکت تعاونی تولید نقش داشته است؟	۰	۳۰	۴۵	۱۳۷	۸۸

تشویقفرزندخانواده، چقدر در پذیرش شمار کتدر شر کتتعاونیتولید نقشداش تهاست؟	۹۹	۱۴۰	۲۸	۶	۰
برنامه-های تلویزیون، و ... چقدر در پذیرش شمار کتدر شر کتتعاونیتولید نقشداشتهاست؟	۷۸	۱۳۴	۵۸	۳	۰
شرکتدر تعاونیتولید تاجهد با عثافزا ایشاعتماد بهنفسو خود باور یخانوار هایع ضوشدهاست؟	۹۵	۱۱۱	۶۳	۴	۰
دوره-هایآموزشیاز سویجهاد، چقدر در پذیرش شمار کتدر شر کتتعاونیتولید قشداشتهاست؟	۶۳	۱۳۳	۶۴	۱۳	۰
امکاناستفادهبیشتر و بهتر از دانشمرو جانجهاد کشاورزی، چقدر در پذیرشم شار کتدر شرکت-تعاونیتولید نقشداشتهاست؟	۱۰۱	۱۰۱	۶۴	۷	۰

منبع: یافتههای تحقیق

جدول (۵) شاخصهای گرایش مرکزی نظر سهامداران در ارتباط با عوامل اجتماعی شرکتهای تعاونی تولید شهرستان خوسف

سؤال	میان	میانگیر تبهها
فعالیتدر تعاونیتاجهد با عثافزا ایشاعتماد بهنفسو شما شدهاست؟	۲	۲/۳۱
دوره-هایآموزشیاز سویجهاد، چقدر در پذیرش شمار کتدر شرکت-تعاونیتولید قشداشتهاست؟	۲	۲/۱۰
تاجهداندازه-مشارکتشمار در اینصورتصها عثاستقلالو خود باور یتلنی-شود؟	۲	۲/۰۵
برنامه-های تلویزیونی و ... چقدر در پذیرش شمار کتدر شر کتتعاونیتولید نقشداشتهاست؟	۲	۱/۹۵
شرکتدر تعاونیتاجهد با عثافزا ایشاعتماد بهنفسو شما شدهاست؟	۲	۱/۹۳
تاجهد دسترسبها امکانا تر فاهیبیشتر در مشارکتشمار تعاونیتولید نقشداشته هست؟	۲	۱/۹۲
امکاناستفادهبیشتر و بهتر از دانشمرو جانجهاد کشاورزی، چقدر در پذیرشم شار کتدر شرکت-تعاونیتولید نقشداشتهاست؟	۲	۱/۹۲
شرکتدر تعاونیتاجهد با عثافزا ایشاعتماد بهنفسو خود باور یخانوار هایعضو شدهاست؟	۲	۱/۹۱
فعالیتدر تعاونیتاجهد با عثافزا ایشاعتماد بهنفسو شما شدهاست؟	۲	۱/۸۸
تاجهداندازه-مشارکتشمار در اینصورتصها عثاستقلالو خود باور یتلنی-شود؟	۲	۱/۸۸
تشویقدیگراهای، چقدر در پذیرش شمار کتدر شر کتتعاونیتولید نقشداشتهاست ؟	۲	۱/۸۶
تشویقفرزندخانواده، چقدر در پذیرش شمار کتدر شر کتتعاونیتولید نقشداشته ست؟	۲	۱/۷۸

منبع: یافتههای تحقیق

آزمون فرضیه

فرضیه: شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارها عضو شده است.

بررسی این فرضیه به کمک آزمون T تک نمونه‌ای و با وضعیت مطلوب (عدد ۳ معادل با ۶۰ درصد) بوده و نتایج حاصله، در (جدول ۶) بیان شده است.

فرضه‌های H_0 و H_1 آزمون به شرح ذیل هستند:

H_0 شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو نشده است.

H_1 شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو شده است.

سطح معناداری آزمون T برای این فرضیه ($t = -۸۰/۳۴۳$, $sig = ۰/۰۰۰$) بوده بنابراین رابطه وجود دارد. میانگین این آزمون برابر ۱/۹۶ و پایینتر از ۳ یعنی حد مطلوب بوده در نتیجه، رابطه منفی است و بنابراین فرض H_0 یعنی شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو نشده است، پذیرفته میشود. از اینرو، میتوان گفت شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو نشده است. لذا فرضیه مربوطه رد میشود.

جدول ۶) نتایج آزمون T تک نمونه‌ای

سطح معناداری sig	درجه آزادی df	مقدار آماره آزمون T	نمره مطلوب	میانگین
۰/۰۰۰	۲۷۲	-۸۰/۳۴۳	۳	۱/۹۶

منبع: یافته‌های تحقیق

نتیجه

این تحقیق که به بررسی اثرات شرکتهای تعاونی تولید کشاورزی بر وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو پرداخته که در آن عواملی به صورت طیفی مورد سنجش قرار گرفت که در بین این عوامل، مؤلفه‌های افزایش تعاملات اجتماعی با میانگین رتبه‌های ۲/۳۱، دوره‌های آموزشی از سوی جهاد با میانگین رتبه‌های ۲/۱۰ و استقلال و خودباوری با میانگین رتبه‌های ۲/۰۵، بیشترین مؤلفه‌های مؤثر در عوامل اجتماعی میباشد و حاکی از آن است که شرکتهای تعاونی با تشکیل دوره‌های آموزشی، از یک طرف باعث افزایش تعاملات اجتماعی کشاورزان شده و از سوی دیگر، موجب خودکفایی و استقلال کشاورزان گردیده است. مؤلفه‌های برنامه‌های تلویزیون دارای رتبه ۱/۹۵، افزایش سطح یادگیری ۱/۹۳، دسترسی به امکانات رفاهی و استفاده از دانش مروجان ۱/۹۲ و افزایش اعتماد به نفس ۱/۹۱، نحوه مدیریت ۱/۸۸ بوده است. تشویق فرزندان با میانگین رتبه‌های ۱/۷۸ و تشویق دیگر اهالی با میانگین رتبه‌های ۱/۸۶ دارای کمترین اثر بوده است و خود دال بر این است که توجه به نظرات فرزندان و دیگر اهالی روستا در پذیرش عضویت در شرکت، در جامعه تحقیق اهمیت نداشته است. همچنین از آزمون T تک نمونه‌ای برای این فرضیه استفاده شده است که تأثیر فعالیت شرکتهای تعاونی تولید را بر بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد سطح معناداری آزمون T برای این فرضیه کمتر از ۰/۰۵ بوده بنابراین رابطه وجود دارد. میانگینهای این آزمون

کمتر از ۳ یعنی حد مطلوب بوده در نتیجه، رابطه منفی است و بنابراین فرض H_0 یعنی شرکت‌های تعاونی تولید موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو نشده است، پذیرفته می‌شود. از اینرو، میتوان گفت شرکت‌های تعاونی تولید موجب بهبود وضعیت اجتماعی خانوارهای عضو نشده است.

همچنین نتایج تحقیق از کیا و غفاری (۱۳۸۰) و فیروزجایی، صدیقی و محمدی (۱۳۸۵) نشان داد میان شبکه اجتماعی و هنجار و موفقیت تعاونیها رابطه مثبت وجود داشته، به این معنی که هر چه شبکه اجتماعی قویتر و بهتر و هنجارهای کارآمدتری وجود داشته باشد، موفقیت تعاونیها هم بیشتر میباشد. هنگامی که در شبکه روابط گستردهتر و کاراتری ظهور کند و هنجارهای اجتماعی در تعاونی وجود داشته و رعایت شود، مسلماً به بهبود و کیفیت بهتر و افزایش توانایی تعاونیها منجر خواهد شد.

پیشنهادات

- باید از اعضاء تعاونیها و شرکتکنندگان در دورهها در طراحی، اجرا و ارزشیابی برنامهها و فعالیتهای آموزشی ترویجی کمک گرفت تا هم اعضاء با توجه به نیازهایشان در فرایند برنامه‌ریزی شرکت نمایند و هم روحیه همکاری و تشریک مساعی خود را که یکی از ارکان اساسی تشکیل تعاونیها میباشد حفظ نمایند.
- مطالب و محتوای برنامهها باید طوری طراحی و اجرا شود تا با مسائل و شرایط اقتصادی، اجتماعی و فنی اعضاء تعاونیها مطابقت داشته باشد و بتواند به آنها در حیطةکاری و تخصصی فعالیتشان در تعاونی کمک نماید.
- برای افزایش دانش اعضاء بیسواد و کمسواد، از نمایش فیلمهای ترویجی در خصوص فعالیت و حیطة کاری آنها در تعاونی بیشتر استفاده گردد.
- برگزاری کلاسهای آموزشی باید به صورت پیوسته و منظم باشد تا بتواند در جامعه روستایی نهادینه گردد.

منابع

۱. آسایش، حسین (۱۳۷۵). برنامه‌ریزی روستایی در ایران. تهران: دانشگاه پیام نور.
۲. آراسته‌خو، محمد (۱۳۷۸). انواع و کارکرد تعاونیها. تهران: دانشگاه پیام نور.
۳. اختر محققى، مهدى (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی. تهران: اختر محققى.
۴. ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰). "بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت جتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان". فصلنامه علوم اجتماعی، سال هشتم، ش ۱۷ (بهار و تابستان): ۳ - ۳۲.
۵. بیات، اصغر (۱۳۸۸). "تعاونیها و اقتصاد اجتماعی". نشریه تعاون، سال بیستم، ش ۲۰۶ و ۲۰۷ (شهریور و مهر): ۱۴۳ - ۱۶۸.
۶. حامد مقدم، احمد (۱۳۷۲). "نگرشی بر نظریه‌های نوین توسعه روستایی". فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال هشتم، ش ۲۸ (بهار): ۶۲ - ۷۶.
۷. حسینی ابری، حسن (۱۳۸۰). مدخلی بر جغرافیای روستایی ایران. اصفهان: دانشگاه اصفهان.
۸. داویدویچ، ج. (۱۳۷۰). بسوی دنیای تعاون. تهران: مؤلف.
۹. سازمان جهاد کشاورزی خراسان جنوبی. واحد آمار و اطلاعات (مصاحبه: ۱۳۹۰/۹/۲).

۱۰. سعدی، حشمت الله؛ اعظمی، موسی (۱۳۸۷). "آسیب شناسی تعاونیهای تولید کشاورزی"، فصلنامه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، سال بیست و هفتم، ش ۲۷۷ (تابستان): ۶۱-۸۲.
۱۱. شارع پور، محمود (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی. تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۱۲. شیرانی، علیرضا (۱۳۶۸). اقتصاد تعاون. تهران: سازمان مرکزی تعاون.
۱۳. صدیقی، حسن؛ درویشی نیا، علی اصغر (۱۳۸۱). "بررسی میزان شرکتهای تعاونی تولید روستایی استان مازندران". مجله علوم کشاورزی ایران، سال بیست و هفتم، ش ۲ (اردیبهشت): ۳۳۳-۳۴۱.
۱۴. فیروزجایی، احمد؛ صدیقی، حسین؛ محمدی، محمد علی (۱۳۸۵). "مقایسه مؤلفه های سرمایه اجتماعی کشاورزان عضو و غیر عضو تعاونیهای تولیدی روستایی". فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، ش ۲۳ (زمستان): ۹۳-۱۱۲.
۱۵. مرصعی، سولماز (۱۳۹۰). "بررسی نقش نظام یادگیری سیار در ارتباطات آموزشی تعاونیهای کشاورزی". نشریه علمی - پژوهشی فناوری آموزش، سال ششم، ش ۲ (زمستان): ۱۴۳-۱۵۸.
16. Barr, A. (2000). "Social capital and technical information flows in the Ghanaian Manufacturing sector." *Oxford Economic Papers*, Vol. 36, No. 52. p: 559-539.
17. Cowie, H. (2000). "Cooperatives Group Work: A Perspective from the UK." *Department of psychology and Counseling, Roe Hampton Institute London, West Hill, PP 227-238.*
18. Fairbairn, Brett (2001). "Social Movements and Co-operatives: Implications for History and Development." *Review of International Co-operation*, Vol. 24, No. 35. p: 238-227.
19. Karami, A., & Rezaei Moghaddam, K. (2006). "Effects of agricultural production cooperatives in the development process." *Agricultural and Development Economics, Special Issue of productivity and performance*, Vol. 55, No. 63. p: 99-50.
20. Krause, D. R; B. Handfield R ; Beverly B. T. (2006). "The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement." *Journal of Operations Management*, Vol. 14, No. 25. p: 545-528.
21. Sano, Y. (2008). "The role of social capital in a common property resource system in coastal areas: A case study of community-based coastal resource management in Fiji." *SPC Traditional Marine Resource Management and Knowledge Information Bulletin*, 24 (December), Pp: 32-19.
22. Scrimgeour, F ; McDermott, A; Saunders, C; Shadbolt, N; Sheath, G. (2006). "New Zealand Agribusiness Success: An Approach to exploring the role of strategy, structure and conduct on firm performance." *Paper Presented at to New Zealand Agricultural and Resource Economics Society*, (August), Conference 27-25.
23. Shufang, Z; Leonard, P. (1998). *Co-operative organization in rural Canada and the agricultural co-operative movement in China: A comparison centre for the study of co-operatives* University of Saskatchewan. Saskatoon, Canada.