

## تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرهنگ تعاونی (مورد کاوی: بخش کشاورزی استان گیلان)

\*دکتر محمد طالقانی \*\*دکتر جعفر عزیزی

تاریخ دریافت مقاله: آذر ۱۳۹۱

تاریخ پذیرش مقاله: مهر ۱۳۹۲

## چکیده

در راستای توجه و اهمیت دادن به متغیرهای فرهنگ تعاون و توسعه آن در کشور بطور عام و در سطح استان گیلان بطور خاص، تحقیق حاضر با هدف شناسایی و تبیین عوامل سوق دهنده و بازدارنده فرهنگ تعاونی های کشاورزی در استان گیلان بمنظور پاسخگویی به مسئله نامشخص بودن مدل بومی فرهنگ تعاونی ها (بخش کشاورزی) در سطح استان گیلان، مورد مطالعه در جامعه آماری کارشناسان بخش مذکور می باشد. گردآوری اطلاعات بوسیله پرسشنامه بوده که پس از نمونه گیری تصادفی طبقه بندی، توسط نمونه ۵۳ نفره پاسخ داده شده و نوع تحقیق هم توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. نتیجه تحقیق نشان می دهد میزان وضعیت عوامل سوق دهنده بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی گیلان به مقدار کم و خیلی کم بوده و همچنین میزان وضعیت عوامل بازدارنده بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی گیلان به مقدار زیاد و خیلی زیاد می باشد.

واژگان کلیدی: فرهنگ، تعاونی، کشاورزی، روستایی و استان گیلان.

## مقدمه

اساس ترویج و گسترش فرهنگ تعاون بر تلاش برای انتشار باور و نگرش تعاونگری در بین مردم استوار است. ترویج فرهنگ تعاون در واقع به منظور آن است که مسائل و مشکلات اقتصادی - اجتماعی مردم را از طریق متمایل ساختن آنان و بستر سازی این تمایل بسوی عضویت در تعاونی ها و یا ایجاد شرکتهای تعاونی جدید، مرتفع نمود.

در این راستا، شرط اصلی برای مؤفقیّت عواملی که به ترویج فرهنگ تعاون اهتمام می‌ورزند در این نکته است که از بینش و حسّ کنکاش قوی و منطقی برخوردار باشند. بطوری که نیازهای توسعه‌ای مردم و بخش تعاون را به درستی تشخیص داده و برای انتخاب شیوه و نوع فعالیت تعاونی گزینه مناسب را انتخاب و ترویج کنند. آنان می‌بایست موانع گوناگونی را که بر سر راه توسعه و گسترش تعاونیها و نیز بخش تعاونی های کشور وجود دارد شناسایی نموده و به کمک یافته های تحقیقات و پژوهش های تعاونی، راه حل مناسب را انتخاب کنند.

فعالیت های ترویجی در دنیای امروز بسیار گسترده و متنوع شده است. با توجه به حجم وسیع تحولات، نوآوری، تغییر و ضرورت استفاده از آنها، به جرأت می توان گفت: ترویج برای تمامی بخش ها من جمله بخش تعاون امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. کار ترویج در واقع نشر و رواج دادن روش، فن، پدیده و ایده هایی است که موجب توسعه، تعالی و تکامل فرد و جامعه می گردد. براین اساس، ترویج دو رویکرد، آگاهی یافتن و آگاهی دادن را در رأس اهداف خود قرار داده است (عربی، ۱۳۸۱، ۱۱).

تحقیقات فرهنگی متقاطع اغلب بر سطوح ملی استوار و متمرکز است که گروههای فرهنگی با حاکمیت‌های قومی و ملی برابر می باشد (Boyacigiller et al., 1996) و بررسی فرهنگهای متقاطع و مختلف در یک ارزش ملی (Hofstede, 1980)، در بکارگیری و ممارست سازمان و رفتار (Trompenaars, 1994)، تفاوت در رویدادها و پیشامدهای مدیریتی (Smith et al, 2002)، در مشخصه های رهبری اثربخش (House et al, 1999)، در بدیهیات اساسی (Leung et al, 2002) و در تئوریهای متداخل اجتماعی و رفتاری (Morris & Peng, 1994) از اهمیت و ارزش بالایی برخوردار می باشد. هر سازمان یک فرهنگ دارد و فرهنگ هر سازمان با توجه به میزان قدرتش می تواند در امر شکل دادن به نگرش و رفتار اعضای سازمان اثرات به سزایی داشته باشد (مرادی، ۱۳۸۴، ۴). ترویج تعاون به منزله یک نظام فراهم کننده بستر مناسب و مساعد برای رشد، گسترش و توسعه بخش تعاون قلمداد می شود. این نظام از راهکارهای آموزشی، ترویجی، تبلیغاتی و اطلاع رسانی برای توسعه فرهنگ تعاون در جامعه و بهره برداری تعاونگرانه مردم از منابع خود و جامعه خویش جهت بهتر زیستن استفاده می جوید (عبّاسی، ۱۳۸۰، ۶). هر سازمان شخصیتی به نام فرهنگ دارد، فرهنگ سازمان قسمتی از محیط داخلی سازمان را توصیف می کند که در حقیقت ترکیبی از مجموعه تعهدات، اعتقادات و ارزشهای مشترک بین اعضاء سازمان بوده و برای راهنمایی کارکنان در انجام وظایفشان استفاده می شود (Gordon, 1999, 342). در سازمانهایی که گفته می شود فرهنگ آنها قوی است اعضای سازمان از رسالتها و هدفهای آن آگاهی کامل داشته و نسبت به آنها تعهد دارند و میان اهداف کارکنان، سازمان و مدیریت همسویی لازم وجود دارد و کارکنان کسب حداکثر منافع خود را در گرو حداکثر سازی منافع سازمانی می دانند که این امر یک عامل مثبت در جهت بهبود عملکرد سازمانی و اثربخشی بالاتر می باشد. در شرایط فعلی که بهبود نظام های سازمانی کانون توجه گردیده است فرهنگ سازمانی نیز به عنوان سرچشمه همه تواناییهای سازمان جلوه گر شده و به عبارت دیگر کامیابی و شکست سازمانها تا اندازه زیادی منوط به فرهنگ آنهاست (طوسی، ۱۳۷۲، ۱۲).

دانشمندان علوم اجتماعی هر کدام درجه و رتبه‌ای خاص را در اهمیت نسبی پیامدها و نتایج فرهنگ قائل‌اند. انسان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم سیاسی در بازتاب و اثرات تدوین فرهنگ از توافق سختی برخوردارند.

چنانکه اغلب فیزیکدانان در این زمینه انجام دادند. اما اقتصاددانان اغلب رابطه با فرهنگ به عنوان هدایتگر و تدوین کننده رفتار اقتصادی را تکذیب و نقض می کنند. با وجود این کینه‌ورزیها کارهای زیادی در این زمینه انجام گرفته که برخی از آنها عبارتند از: Wildavsky et al, (1990 Trentmann, 1998; Grief, 1994; Abrams & 1995; Inglehart, 1998).

بدیهی است که برای توسعه و گسترش بخش تعاون و شبکه تعاونی کشور نیاز به تأمین شرایط مناسب بوده و راهکارهای متعددی نیز برای این کار در دسترس است. اما به عنوان یک راهکار اساسی و اصولی قبلی از هر اقدامی باید آمادگی برای مشارکت در فرآیند مزبور را تقویت نمود. براین باور، ترویج فرهنگ تعاون و تعاونگرایی در بین توده ها یک اقدام عاجل و ضروری است. ترویج فرهنگ تعاون و فرهنگ سازی برای زندگی تعاونی به منزله نقطه امید است که جاده را برای عبور مردم به سوی بخش تعاون و دست یابی آنان به مرزهای رشد و توسعه زندگی تعاونی هموار می سازد (عبّاسی، ۱۳۸۱، ۸).

همانگونه که مستندات مختصر فوق الذکر نشان می دهند توسعه و تبیین مدلی بومی برای تعاونی های کشاورزی استان گیلان محاسن زیادی را به همراه خواهد داشت. علیهذا، تبیین مدل بومی عوامل مؤثر (عوامل سوق دهنده و بازدارنده) فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان و نیز روابط ساختاری متغیرهای آنها نسبت به هم بمنظور استفاده و بهره برداری از فرصتها و مزیت های آن بعنوان مسئله تحقیق حاضر در نظر گرفته شده است.

یکی از مقاصد عمده و اصلی رویکرد ترویج، انتشار، گسترش و تعمق باور، نگرش و گرایشات تعاونگری و تعاون پذیری در بین مردم است. بعبارت دیگر، نظام ترویج تعاون برآنست تا از طریق تأثیرگذاری بر نگرش و باورها، مردم را بسوی پذیرش عضویت در تعاونیها و یا تلاش برای ایجاد شرکتهای تعاونی جدید متمایل و علاقه مند سازد (عباسی، ۱۳۸۱، ۸) (رستم نژاد، ۱۳۸۱، ۴).

علیهذا، در تحقیق حاضر به مطالعه، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه و ترویج فرهنگ تعاونی در استان گیلان و تبیین مدل بومی روابط ساختاری آنها با یکدیگر پرداخته خواهد شد. براین اساس هدف کلی تحقیق شناسایی و تبیین عوامل سوق دهنده و بازدارنده فرهنگ تعاونی های کشاورزی در استان گیلان است و اهداف فرعی تحقیق شامل شناسایی عوامل سوق دهنده و بازدارنده فردی و گروهی و سازمانی و محیطی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان می باشد. سوالات اصلی تحقیق عبارتند از: میزان عوامل سوق دهنده بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟ و میزان عوامل بازدارنده بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟ که این عوامل سوق دهنده و بازدارنده در حوزه های فردی، گروهی، سازمانی و محیطی مورد بررسی قرار گرفته اند.

از جمله تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، مربوط به آقای کبیری رهنی (۱۳۸۳) می باشد که در تحقیق خود اشاره می کند به اینکه یکی از رسالتهای دولت در حوزه سیاستهای کلان، کاهش تصدیی گری دولت است. تمرکز در سیاستگذاری و تمرکززدایی در اجرای برنامه ها و تشکیل شرکتهای تعاونی بزرگ با مشارکت فراگیر از جمله نتایج این تحقیق به شمار می رود.

تحقیق دیگری با عنوان ارزشیابی اثربخشی روشهای ترویجی، با همکاری معاونت ترویج و نظام بهره برداری وزارت جهاد کشاورزی توسط یعقوبی نژاد (۱۳۸۴) صورت گرفت.

علی صناعی (۱۳۸۳) تحقیقی را با عنوان بررسی مسائل و مشکلات تعاونیهای صنایع دستی استان اصفهان و ارائه راهکارهای علمی و کاربردی برای توسعه صادرات این تعاونیها انجام داد. عنوان راهکار کاربردی تحقیق حاضر خوشه سازی و ایجاد ارتباط بین مؤسساتی است که در یک منطقه جغرافیایی قرار گرفته اند.

تحقیق دیگر با عنوان بررسی میزان اثربخشی پروژه های انتقال یافته های تحقیقاتی و عوامل مؤثر بر آن با همکاری معاونت ترویج و نظام بهره برداری وزارت جهاد کشاورزی صورت گرفت (کلانتری، ۱۳۸۴). هدف از اجرای تحقیق مذکور، بررسی میزان مؤفقت پروژه های انتقال یافته های تحقیقاتی (شامل: پروژه های تحقیقی - ترویجی، تحقیقی - تطبیقی و روز مزرعه) از نظر کشاورزان همکار و غیرهمکار و تحلیل تأثیر آنها در افزایش عملکرد تولید گندم می باشد.

### روش شناسی

تحقیق حاضر، یک تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی بوده است. همچنین از آنجایی که نتایج این تحقیق می تواند به طور عملی مورد استفاده قرار گیرد، یک تحقیق مورد پژوهی کاربردی است. ضمناً برای تجزیه تحلیل داده ها از ابزار آمار استنباطی استفاده شده است. جامعه تحقیق حاضر از کلیه کارشناسان تعاونی های کشاورزی در سطح استان گیلان تشکیل شده است.

از نظر دسته بندی تحقیقات برحسب هدف، می توان این تحقیق را نوعی پژوهش کاربردی محسوب کرد که یافته های آن می تواند مبنای کاربرد در اجرای سیاستهای ترویجی و بهبود سازمانی در جهاد کشاورزی، تعاون، تعاونی های روستایی و کشاورزی قرار گیرد. از نظر دسته بندی تحقیقات برحسب مکان نیز می توان گفت که این تحقیق به صورت میدانی انجام گرفته و در محیط واقعی به جستجوی نظرات کارشناسان تعاونی های کشاورزی پرداخته است. برای ادبیات موضوعی نیز از تحقیقات اسنادی و مطالعات کتابخانه ای استفاده شده است. تعداد افراد نمونه در این پژوهش ۵۵ نفر بوده که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی از تعاونی های روستایی، جهاد کشاورزی و اداره تعاون انتخاب گردیده است.

### ابزار اندازه گیری

در این پژوهش نیز ابزار اندازه گیری پرسشنامه از نوع بسته و باز بوده و سؤالات پرسشنامه براساس طیف لیکرت طراحی گردیده است. برای سنجش اعتبار ابزار این تحقیق از روش آلفای کراباخ که یکی از متداول ترین روش های اندازه گیری اعتبار است، استفاده گردیده که اعتبار محاسبه شده مقدار  $\alpha = 0.72/5$  می باشد و از روش روایی محتوای جهت تأیید روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات اساتید دانشگاه و خبرگان فن، بهره گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از نرم افزار SPSSwin جهت آزمونهای  $t$ -test،  $\alpha$  Cheronbach،  $t$ -test مقایسه‌ای دو جامعه مستقل و Fridman استفاده شده است.

### یافته‌های تحقیق و تحلیل یافته‌ها

در این قسمت به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده از طریق آزمون  $t$  پرداخته شده است که فرضهای آماری کلیه عوامل مورد بررسی به شرح ذیل می باشد.

وضعیت عوامل در حد متوسط می باشد. ( $\text{sig} > 0/05$ )  $H_0: \mu = 3$

$H_1: \mu < 3$  ( $\text{sig} < 0/05$ ,  $t < -1/96$ ) وضعیت عوامل در حد کم و خیلی کم می باشد  
 $H_1: \mu \neq 3$

وضعیت عوامل در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد ( $\text{sig} < 0/05$ ,  $t > 1/96$ )  $H_1: \mu > 3$

تحلیل استنباطی عوامل سوق دهنده فرهنگ تعاونی (کشاورزی) در استان گیلان با استفاده از آزمون  $t$

۱. سوق دهنده فردی

سؤال پژوهشی:

میزان عوامل سوق دهنده فردی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟

از میان عوامل سوق دهنده فردی آشنایی مردم گیلان با اصول و مبانی تعاون کم و خیلی کم بوده است و این در حالی است که اشتیاق به همکاری، انعطاف پذیری (سازش با موقعیت)، استقلال مبتنی بر دموکراسی و میزان ریسک‌پذیری مردم گیلان در حد متوسط می باشد. در مجموع عوامل سوق دهنده فردی در حد متوسط می باشد.

۲. سوق دهنده محیطی

سؤال پژوهشی:

میزان عوامل سوق دهنده محیطی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟

از میان عوامل سوق دهنده محیطی سهولت دسترسی مردم گیلان به کارشناسان و مروّجان تعاونی در حد متوسط می باشد اما اطلاع رسانی رسانه های عمومی، وجود دفاتر مشاوره فنی و تعاونی، تسهیلات و حمایت مالی دولت در اعطای وام های کم بهره، وجود دوره های آموزشی و کارآموزی (ثبت شرکتها، آشنایی با اصول تعاون، خلاقیت، مدیریت، کارگروهی و ...)، تجلیل و تشویق از تعاونی های مؤفق جهت ترغیب مردم گیلان به تعاونی کم و خیلی کم است. در مجموع عوامل سوق دهنده محیطی در حد کم و خیلی کم می باشد.

تحلیل عوامل سوق دهنده

جدول (۱) آزمون عوامل سوق دهنده

متغیرها	شرح	Mean	Sig	t
سوق دهنده	سوق دهنده در حد کم و خیلی کم می باشد.	۲/۶۵۷	۰/۰۰۰	-۵/۸۳۴

تحلیل نتایج حاصل از آزمون عوامل سوق دهنده نشان داده است که وضعیت موجود عوامل سوق دهنده بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی گیلان به مقدار کم و خیلی کم است. در بررسی دو دسته از عوامل سوق دهنده فردی و محیطی مشخص شده است که عوامل سوق دهنده فردی فرهنگ تعاون در استان گیلان در حد متوسط می باشد، اما عوامل سوق دهنده محیطی فرهنگ تعاون در استان گیلان کم و خیلی کم می باشد.

#### تحلیل استنباطی عوامل بازدارنده فرهنگ تعاونی (کشاورزی) در استان گیلان با استفاده از آزمون t

##### ۱. بازدارنده فردی

###### سؤال پژوهشی:

میزان عوامل بازدارنده فردی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟

همه عوامل بازدارنده فردی که شامل عدم تعهد نسبت به اصول تعاون، نبود تجربه کاری اعضاء تعاونی و پایین بودن سطح تحصیلات اعضاء هیأت مدیره و مدیرعامل می باشد دارای بازدارندگی زیاد و خیلی زیاد است. در مجموع عوامل بازدارنده فردی زیاد و خیلی زیاد می باشد.

##### ۲. بازدارنده گروهی

###### سؤال پژوهشی:

میزان عوامل بازدارنده گروهی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟

همه عوامل بازدارنده گروهی شامل قدرت طلبی اعضاء، عدم اعتماد متقابل اعضاء و عدم وفاداری بین گروهی به میزان زیاد و خیلی زیاد موجب عدم مؤفقیّت در تعاونی های کشاورزی استان گیلان می باشد. در مجموع عوامل بازدارنده گروهی زیاد و خیلی زیاد می باشد.

##### ۳. بازدارنده سازمانی

###### سؤال پژوهشی:

میزان عوامل بازدارنده سازمانی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟

از میان عوامل بازدارنده سازمانی مواد موجود در اساسنامه شرکتهای تعاونی به طور متوسط و عدم هماهنگی بین هیأت مدیره و اعضاء، عدم تناسب فرد با شغل، عدم وجود کارگاهها و دوره های آموزشی عمومی، عدم وجود کارگاهها و دوره های آموزشی تخصصی، عدم بکارگیری نیروی متخصص و عدم ارتباط با دفاتر مشاوره به طور زیاد و خیلی زیاد موجب عدم مؤفقیّت در تعاونی های کشاورزی استان گیلان می باشد. در مجموع عوامل بازدارنده سازمانی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد.

##### ۴. بازدارنده محیطی

###### سؤال پژوهشی:

میزان عوامل بازدارنده محیطی بر فرهنگ تعاونی های کشاورزی استان گیلان چگونه است؟

وضعیت عوامل بازدارنده محیطی شامل عدم وجود سمینارها و همایش های مرتبط با تعاون، عدم برگزاری نمایشگاه های بخش تعاون، نبود همکاری بین دستگاههای اجرایی و اداری، قوانین کار در بازدارندگی فرهنگ تعاونی در استان گیلان زیاد و خیلی زیاد می باشد. در مجموع عوامل بازدارنده محیطی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد.

##### تحلیل عوامل بازدارنده

جدول (2) آزمون عوامل بازدارنده

t	Sig	Mean	شرح	بازدارنده
۱۷/۱۹	۰/۰۰۰	۳/۸۳۲	بازدارنده ها در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد	

تحلیل نتایج حاصل از آزمون عوامل بازدارنده نشان داده است که وضعیت موجود عوامل بازدارنده فرهنگ تعاونی های کشاورزی گیلان به مقدار زیاد و خیلی زیاد است. در بررسی چهار دسته از عوامل بازدارنده فردی، گروهی، سازمانی و محیطی مشخص شده است که هر کدام از این چهار دسته از عوامل هم در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد.

### آزمون مقایسه ای:

تأثیر عوامل سوق دهنده و بازدارنده یکسان است.  $H_0: \mu_B = \mu_S$

تأثیر عوامل سوق دهنده و بازدارنده یکسان نیست.  $H_1: \mu_B \neq \mu_S$

جدول (3) آزمون مقایسه ای

### Group Statistics

	VAR0002	N	Mean	Std. Deviation	Stb. Error Mean
VAR0001	1.00	50	2.6327	0.41231	0.05831
	2.00	46	3.7928	0.33385	0.04922

جدول (4) Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		T - test for Equality of Means						
		F	Sig	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
VAR00001	Equal variances assumed	1.018	0.316	-15.00	94	0.000	-1.16011	0.07698	-1.31296	-1.00727
	Equal variances not assumed			-15.203	92.546	0.000	-1.16011	0.07631	-1.31165	-1.00857

با توجه به آزمون بالا (t مقایسه ای بین عوامل سوق دهنده S و عوامل بازدارنده B) چون  $\text{Sig} = 0 < 0/05$  می باشد اختلاف بین عوامل سوق دهنده و بازدارنده معنی دار می باشد. یعنی فرض  $H_1$  تأیید می گردد، بدین معنی که عوامل بازدارنده شدت بیشتری از عوامل سوق دهنده دارد.

### آزمون فریدمن

عوامل سوق دهنده

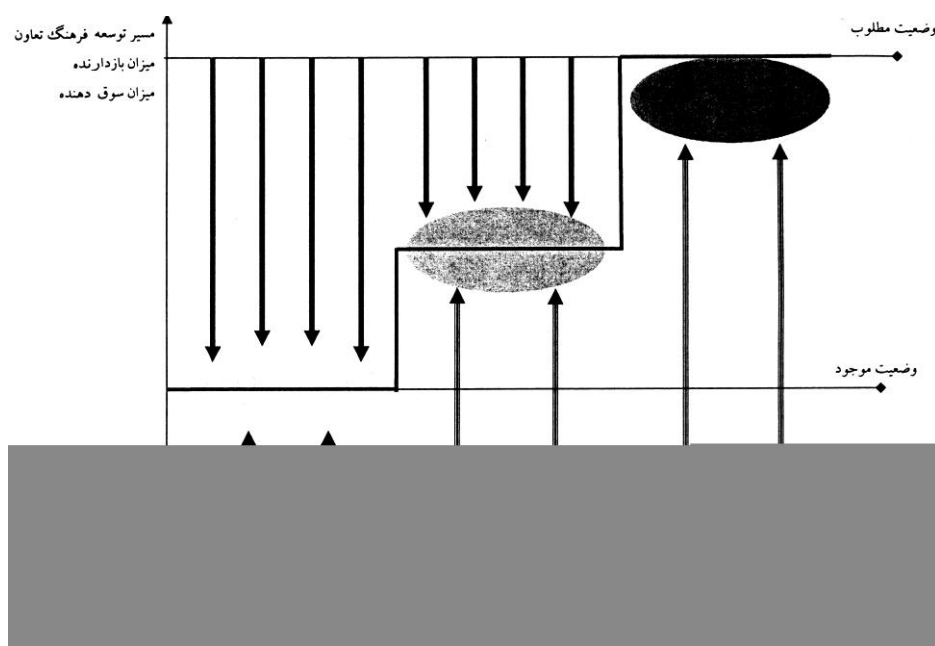
با توجه به آزمون فریدمن رتبه های عوامل سوق دهنده به ترتیب سوق دهنده فردی و سوق دهنده محیطی در وضعیت موجود رتبه بندی می شود.

عوامل بازدارنده

با توجه به آزمون فریدمن رتبه های عوامل بازدارنده به ترتیب بازدارنده فردی، گروهی، سازمانی و محیطی در وضعیت موجود رتبه بندی می شود.

نمودار مسیر توسعه فرهنگ تعاونی

با توجه به وضعیت موجود فرهنگ تعاونی در استان گیلان (بخش کشاورزی) که وضعیت موجود آن براساس نتایج بدست آمده، نامناسب می باشد، مدل نهایی حاصل از این تحقیق در نمودار شماره (۱) نشان داده شده است.



وضعیت مطلوب فرهنگ تعاون

وضعیت های توسعه فرهنگ تعاون

نمودار (۱) مدل پلکانی مسیر توسعه فرهنگ تعاونی

همانطور که در مدل بالا (نمودار ۱) نشان داده شده است و براساس نتایج تحقیق، وضعیت موجود فرهنگ تعاون بسیار پایین است، یعنی شدت عوامل سوق دهنده کم و شدت عوامل بازاریابان بسیار بالا می باشد. اما برای رسیدن به وضعیت مطلوب فرهنگ تعاونی یک مسیر پلکانی توسعه ترسیم شده است که طی چند برنامه توسعه ای می توان وضعیت فرهنگ تعاونی را به حد مطلوب رساند. بدین صورت که با کاهش عوامل بازاریابان و افزایش عوامل سوق دهنده فرهنگ تعاونی را در استان گیلان توسعه داد.

## بحث و پیشنهادات

باتوجه به نتایج تحقیق حاضر عوامل سوق دهنده محیطی فرهنگ تعاون در استان گیلان کم و خیلی کم می باشد و می بایست نهادهایی را بمنظور سهولت دسترسی مردم گیلان به کارشناسان و مروجان تعاونی ایجاد و تقویت نمود و در این زمینه، سایر تحقیقات نتیجه گرفته اند که باید تصدی گری دولت در حوزه سیاست های کلان کاهش یابد، در سیاستگذاری ها تمرکز و در اجرای برنامه ها تمرکز زدایی اعمال گردد و شرکت های تعاونی بزرگ با مشارکت فراگیر تشکیل گردد و بین دستگاه های مربوطه مساعدت و همکاری در امر اطلاع رسانی و ترویج فرهنگ تعاون برقرار گردد (کبیری رهنی، ۱۳۸۳).

عوامل سوق دهنده فردی فرهنگ تعاون در استان گیلان در حد متوسط می باشد که خود نشانه ای از بهتر بودن این عوامل نسبت به عوامل محیطی است و این در حالی است که اشتیاق به همکاری، انعطاف پذیری (سازش با موقعیت) مردم گیلان در حد متوسط می باشد؛ طبق تحقیقی با عنوان بررسی مسائل و مشکلات تعاونیهای صنایع دستی استان اصفهان خوشه سازی و ایجاد ارتباط بین مؤسساتی است که در یک منطقه جغرافیایی قرار گرفته اند و ایجاد هماهنگی و ارتباط بین این مؤسسات می تواند مزایای بسیاری برای آنها ایجاد کند، مؤسسات درون یک خوشه

می تواند با ایجاد همکاری باعث افزایش توانایی خود در استفاده از مزایای علمی و نظری بازار و رفع موانع و مشکلات خود شوند. (علی صنایعی، ۱۳۸۳)

وضعیت موجود عوامل بازدارنده فرهنگ تعاونی های کشاورزی گیلان به مقدار زیاد و خیلی زیاد است. که عوامل بازدارنده فردی شامل عدم تعهد نسبت به اصول تعاون، نبود تجربه کاری اعضاء تعاونی و پایین بودن سطح تحصیلات اعضاء هیأت مدیره و مدیرعامل می باشد. عوامل بازدارنده گروهی شامل قدرت طلبی اعضاء، عدم اعتماد متقابل اعضاء و عدم وفاداری بین گروهی به میزان زیاد و خیلی زیاد موجب عدم موفقیت در تعاونی های کشاورزی استان گیلان می باشد. عوامل بازدارنده سازمانی مواد موجود در اساسنامه شرکتهای تعاونی به طور متوسط و عدم هماهنگی بین هیات مدیره و اعضاء، عدم تناسب فرد با شغل، عدم وجود کارگاهها و دوره های آموزشی عمومی و تخصصی، عدم بکارگیری نیروی متخصص و عدم ارتباط با دفاتر مشاوره به طور زیاد و خیلی زیاد موجب عدم موفقیت در تعاونی های کشاورزی استان گیلان می باشد. عوامل بازدارنده محیطی شامل عدم وجود سمینارها و همایش های مرتبط با تعاون، عدم برگزاری نمایشگاه های بخش تعاون، نبود همکاری بین دستگاههای اجرایی و اداری، قوانین کار در بازدارندگی فرهنگ تعاونی در استان گیلان زیاد و خیلی زیاد می باشد.

### فهرست منابع

- 1) Abbasi, MR. (1380), **promote cooperation and information management**, monthly, economic, cultural, cooperative extension number 117, published by the Ministry of Cooperatives, Tehran.
- 2) Abbasi, MR. (1381), **Principles of planning to promote cooperation**, Journal of Economic, Cultural, cooperative extension number 130, published by the Ministry of Cooperatives, Tehran.
- 3) Arabi, Hussein. (1381), **Understanding the concepts promote cooperation**, monthly, economic, cultural, cooperative extension number 130, published by the Ministry of Cooperatives, Tehran.
- 4) Boyacigiller, N.A., Kleinberg, M. J., Phillips, M.E., & Sackmann, S.A. (1996)., **Conceptualizing culture**. In B.J. Punnett & O. Shenkar (Eds.), Handbook of inter.
- 5) Gordon, J. R., (1996)., **Organizational behavior**, 5<sup>th</sup> ed. Prentice Hall Inc.
- 6) Hofstede, G. (1980)., **Culture's consequences: International differences in workrelated values**. Newbury Park, CA: Sage.
- 7) House, R.J., Hanges, P.J, Ruiz – Quintanilla, S. A., Dorfman, P.W., Javidan, M., Dickson, M., Gupta, V, & GLOBE (1999)., **Cultural influences leadership and organization: Project GLOBE**. In W. H. Mobley,
- 8) Kabiri rahni, Mohammad. (1383), **Development of Cooperatives** using State Research, Education and Extension Department of Cooperatives.
- 9) Kalantari, M. (1384), **the effectiveness of projects and the factors that affect the transfer of research findings**, Deputy Minister of Agriculture to promote and exploit the system.
- 10) Leung, K, Bond, M.H. Reimel de Carrasquel, S, Mu.oz, C, Hern. Ndez, M, Murakami, F, Yamaguchi, S, Bierbrauer, G, & Singelis, T. M. (2002)., **Socializations: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions**. Journal of Crosscultural Psychology, 33, 286 – 302.
- 11) Moradi, Qumars. (1384), **examined the relationship between organizational culture and employee job satisfaction in the National Oil Products Distribution Company Chalus area** for master's degree, University Ghaemshahr unit.
- 12) Morris, M. W., & Peng, K. (1994)., **Culture and cause: American and Chinese attributions of social and physical events**. Journal of Personality and Social Psychology, 67, 949 – 971.
- 13) Rostamnejad, GH. (1381), **Cultural Approaches to Promoting Cooperation**, Journal of economic, cultural, cooperative extension number 130, published by the Ministry of Cooperatives, Tehran.
- 14) Sanaie, Ali. (1383), **examining the problems of handicrafts cooperatives and provide scientific solutions and applications for the export promotion of cooperatives**, Research, Education and Extension Department of Cooperatives.
- 15) Smith , P.B., & Peterson, M. F., & Schwartz, S.H. (2002), **Cultural values, sources of guidance, and their relevance to managerial behavior: A 47 – nation study**. Journal of Cross – Cultural psychology, 33(2), 188 – 208.
- 16) Tosi, MA. (1372), **Organizational Culture**, Tehran: Public Administration Training Centre Publications.
- 17) Trompenaars, F, (1994)., **Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business**. New York: Irwin.
- 18) Yaghobi nejad, Mahmoud. (1384), **Evaluation of the effectiveness of promotional strategies**, Deputy Minister of Agriculture to promote and exploit the system.