

بررسی عوامل موثر بر فرهنگ تعاونی بخش کشاورزی استان گیلان

جعفر عزیزی*^۱، حسن معصومی^۲

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۷/۰۵ تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۰/۰۳

چکیده

بخش تعاون بستر مناسبی برای بروز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بوده و در عین حال زمینه‌های مناسب برای کاهش تصدی‌گری دولت فراهم می‌کند. در راستای توجه و اهمیت دادن به متغیرهای فرهنگ تعاون و توسعه‌ی آن در کشور، تحقیق حاضر در سال ۱۳۹۲ به منظور پاسخگویی به مسأله‌ی نامشخص بودن مدل بومی فرهنگ تعاونی‌ها در کشور و با هدف شناسایی و تبیین عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده‌ی فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان پرداخته شد. در این تحقیق ۵۵ نمونه از جامعه‌ی آماری مورد مطالعه، به‌طور کاملاً تصادفی از کارشناسان بخش مذکور تهیه و سپس با روش‌های آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که میزان وضعیت عوامل سوق‌دهنده بر فرهنگ تعاونی‌های کشاورزی گیلان به مقدار کم و خیلی کم بوده و همچنین میزان وضعیت عوامل بازدارنده بر فرهنگ تعاونی به مقدار زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. با توجه به آزمون t مقایسه‌ای بین عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده مشخص شده است که بازدارنده‌ها شدت بیشتری نسبت به سوق‌دهنده‌ها بر فرهنگ تعاونی در استان گیلان دارند. رتبه‌بندی حاصل از آزمون فریدمن نشان داده است که رتبه‌های عوامل سوق‌دهنده به‌ترتیب فردی و محیطی بوده و رتبه‌های عوامل بازدارنده به‌ترتیب فردی، گروهی، سازمانی و محیطی می‌باشند.

طبقه‌بندی *JEL*: G1, L11

واژه‌های کلیدی: کشاورزی، فرهنگ تعاونی، گیلان.

۱- استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.

۲- دکترای فیزیولوژی گیاهان زراعی و مدرس دانشگاه پیام نور تهران.

* نویسنده مسئول مقاله: jafar574@yahoo.com

پیشگفتار

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 بسترسازی این تمایل به سوی عضویت در تعاونی‌ها و یا ایجاد شرکت‌های تعاونی جدید، مرتفع نمود. در این راستا شرط اصلی برای موفقیت عواملی که به ترویج فرهنگ تعاون اهتمام می‌ورزند، در این نکته است که از بینش و حس کنکاش قوی و منطقی برخوردار باشند. به طوری که نیازهای توسعه‌ای مردم و بخش تعاون را به درستی تشخیص داده و برای انتخاب شیوه و نوع فعالیت تعاونی گزینه‌ی مناسب را انتخاب و ترویج کنند (رستم نژاد، ۱۳۸۱). آنان می‌بایست موانع گوناگونی که بر سر راه توسعه و گسترش تعاونی‌ها و نیز بخش تعاونی‌های کشور وجود دارد را شناسایی نموده و به کمک یافته‌های تحقیقات و پژوهش‌های تعاونی، راه حل مناسب را انتخاب کنند. فعالیت‌های ترویجی در دنیای امروز بسیار گسترده و متنوع شده است. با توجه به حجم وسیع تحولات، نوآوری، تغییر و ضرورت استفاده از آنها، به جرات می‌توان گفت که ترویج برای تمامی بخش‌ها از جمله بخش، تعاون امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. کار ترویج در واقع نشر و رواج دادن روش، فن، پدیده و ایده‌هایی است که موجب توسعه، تعالی و تکامل فرد و جامعه می‌گردد. بر این اساس ترویج دو رویکرد آگاهی یافتن و آگاهی دادن را در راس اهداف خود قرار داده است (عربی، ۱۳۸۱).

تحقیقات فرهنگی متقاطع اغلب بر سطوح ملی استوار و متمرکز است که گروه‌های فرهنگی با حاکمیت‌های قومی و ملی برابر می‌باشد (بویاسیگر و همکاران، ۱۹۹۶) و بررسی فرهنگ‌های متقاطع و مختلف در یک ارزش ملی (هافستد، ۱۹۸۰)، در به‌کارگیری و ممارست سازمان و رفتار (ترومپنراس، ۱۹۹۴)، تفاوت در رویدادها و پیشامدهای مدیریتی (اسمیت و همکاران، ۲۰۰۴)، مشخصه‌های رهبری اثربخش (هاوس و همکاران، ۲۰۰۴)، در بدیهیات اساسی (لئونگ و همکاران، ۲۰۰۲) و در تئوری‌های متداخل اجتماعی و رفتاری (موریس و پنگه، ۱۹۹۴) از اهمیت و ارزش بالایی برخوردار می‌باشد. هر سازمان یک فرهنگ دارد و فرهنگ هر سازمان با توجه به میزان قدرت‌ش می‌تواند در امر شکل دادن به نگرش و رفتار اعضای سازمان اثرات به‌سزایی داشته باشد (مرادی، ۱۳۸۴). ترویج تعاون به منزله‌ی یک نظام فراهم‌کننده‌ی بستر مناسب و مساعد برای رشد، گسترش و توسعه‌ی بخش تعاون قلمداد می‌شود. این نظام از راهکارهای آموزشی، ترویجی، تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی برای توسعه‌ی فرهنگ تعاون در جامعه و بهره‌برداری تعاون‌گرانه‌ی مردم از منابع خود و جامعه‌ی خویش جهت بهتر زیستن استفاده می‌کند (عباسی، ۱۳۸۰). هر سازمان شخصیتی بنام فرهنگ دارد، فرهنگ سازمان قسمتی از محیط داخلی سازمان را توصیف می‌کند که

در حقیقت ترکیبی از مجموعه تعهدات، اعتقادات و ارزش‌های مشترک بین اعضاء سازمان بوده و برای راهنمایی کارکنان در انجام وظایفشان استفاده می‌شود (گوردون، ۱۹۹۹). در سازمان‌هایی که گفته می‌شود 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 حداکثرسازی منافع سازمانی می‌دانند که این امر یک عمل مثبت در جهت بهبود عملکرد سازمانی و اثربخشی بالاتر می‌باشد. در شرایط فعلی که بهبود نظام‌های سازمانی کانون توجه گردیده است، فرهنگ سازمانی نیز به‌عنوان سرچشمه‌ی همه‌ی توانایی‌های سازمان جلوه‌گر شده و به عبارت دیگر کامیابی و شکست سازمان‌ها تا اندازه‌ی زیادی منوط به فرهنگ آنها است (طوسی، ۱۳۷۲). دانشمندان علوم اجتماعی هر کدام درجه و رتبه‌ای خاص را در اهمیت نسبی پیامدها و نتایج فرهنگ قائل هستند. انسان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم سیاسی در بازتاب و اثرات تدوین فرهنگ از توافق سختی برخوردار هستند. اما اقتصاددانان اغلب رابطه با فرهنگ به‌عنوان هدایت‌گر و تدوین‌کننده‌ی رفتار اقتصادی را تکذیب و نقض می‌کنند (ویلدافسکی، ۱۹۹۰؛ گریف، ۱۹۹۴؛ آبرامز، ۱۹۹۵؛ اینگلهارت، ۱۹۹۸ و ترنت‌من، ۱۹۹۸).

بدیهی است که برای توسعه و گسترش بخش تعاون و شبکه‌ی تعاونی کشور، نیاز به تامین شرایط مناسب بوده و راهکارهای متعددی نیز برای این کار در دسترس است. اما به‌عنوان یک راهکار اساسی و اصولی قبل از هر اقدامی باید آمادگی برای مشارکت در فرآیند مزبور را تقویت نمود. طبق این باور، ترویج فرهنگ تعاون و تعاون‌گرایی در بین توده‌ها یک اقدام عاجل و ضروری است. ترویج فرهنگ تعاون و فرهنگ‌سازی برای زندگی تعاونی به منزله‌ی نقطه امید است که جاده را برای عبور مردم به سوی بخش تعاون و دستیابی آنان به مرزهای رشد و توسعه‌ی زندگی تعاونی هموار می‌سازد (عباسی، ۱۳۸۱). همان‌گونه که مستندات مختصر فوق‌الذکر نشان می‌دهند، توسعه و تبیین مدلی بومی برای تعاونی‌های کشاورزی محاسن زیادی را به‌همراه خواهد داشت. علی‌هذا، تبیین مدل بومی عوامل مؤثر (عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده) فرهنگ تعاونی‌های کشاورزی استان گیلان و نیز روابط ساختاری متغیرهای آنها نسبت به هم به‌منظور استفاده و بهره‌برداری از فرصت‌ها و مزیت‌های آن به‌عنوان مسأله‌ی تحقیق حاضر در نظر گرفته شده است. یکی از مقاصد عمده و اصلی رویکرد ترویج، انتشار، گسترش و تعمق باور، نگرش و گرایش‌های تعاون‌گری و تعاون‌پذیری در بین مردم است. به‌عبارت دیگر، نظام ترویج تعاون برآن است تا از طریق تاثیرگذاری بر نگرش و باور، مردم را به سوی پذیرش عضویت در تعاونی‌ها و یا تلاش برای ایجاد شرکت‌های تعاونی جدید متمایل و علاقه‌مند سازد.

اهداف تحقیق

در این مطالعه اهداف زیر مورد بررسی قرار گرفتند:

- ۱- شناسایی عوامل سوق‌دهنده‌ی فرهنگ تعاونی (فردی و محیطی).
- ۲- شناسایی عوامل بازدارنده‌ی فرهنگ تعاونی (فردی، گروهی، سازمانی و محیطی).
- ۳- رتبه‌بندی عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده‌ی فرهنگ تعاونی و اثرات متقابل آنها.

فرضیات تحقیق

در این مطالعه فرضیات زیر مورد آزمون قرار گرفت:

- ۱- عوامل سوق‌دهنده‌ی فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان ضعیف است.
- ۲- عوامل بازدارنده‌ی فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان قوی است.

مروری بر مطالعات گذشته

رضا بستانی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی عوامل موثر بر ترویج و توسعه‌ی فرهنگ تعاون در استان سیستان و بلوچستان پرداختند. نتیجه‌ی مطالعه نشان داد که بیشتر افراد مورد بررسی تحصیلات فوق دیپلم داشته و بیش از ۸۱٪ از پاسخگویان مرد بودند. از نظر پاسخگویان، از بین متغیرهای اقتصادی موثر بر توسعه‌ی فرهنگ تعاون، سیاست‌های اقتصادی دولت و از بین متغیرهای آموزشی، وجود برنامه‌های رسانه ملی (تلویزیون) در اولویت اول و مورد تاکید و تایید قرار گرفتند. در این راستا برنامه‌ها و اهداف دولت موثرترین متغیر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دولت در امر توسعه‌ی فرهنگ بوده است. اولویت‌بندی متغیرهای اجتماعی نیز نشان داد که از دیدگاه افراد مورد مطالعه، نظام آموزش رسمی جامعه در اولویت اول تاثیرگذاری بر توسعه‌ی فرهنگ تعاون قرار دارد. از بین ۵ متغیر نگرشی مورد بررسی، از نظر پاسخگویان دیدگاه مسوولان دولتی متغیری است که در تاثیرگذاری بر توسعه‌ی فرهنگ تعاون در این منطقه موثرتر از سایر متغیرها تشخیص داده شد.

فمی (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل متمایزکننده‌ی تعاونی‌های موفق و ناموفق زنان اجرا شده پرداخت. یافته‌های این پژوهش نشان داد که قدرت بازپرداخت وام، سرمایه در گردش، دارایی‌های جاری، درآمد تعاونی و میزان بستانکاری از مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر موفقیت تعاونی‌ها شناخته شدند. همچنین نشان داده شد که ۳/۳۶٪ زنان در پایگاه پایین، ۹/۵۵٪ در پایگاه متوسط و ۸/۷٪ در سطح بالایی از پایگاه اقتصادی-اجتماعی قرار دارند و همچنین تحصیلات همسر، اعتماد به نفس، میزان پس‌انداز، مهارت‌های اقتصادی زنان، خوداثربخشی، نگرش

جنسیتی، مشارکت اقتصادی و تحرک اجتماعی اثر مثبت و معنی‌داری در سطوح مختلف بر احتمال بهبود پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی داشته‌اند.

دلگادو (۲۰۰۷) بر نقش فرهنگ مشارکت روستاییان در تشکیل تعاونی‌های تولیدی کشاورزی پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان داد که مشارکت روستاییان سبب توزیع عادلانه‌ی ثروت، کاهش فقر، افزایش درآمد و افزایش تولید و سطح زیرکشت می‌شود. از طرف دیگر بهبود شرایط اقتصادی خود تمایل مشارکت در تعاونی و ارتقای فرهنگ تعاون در روستاییان را ارتقا می‌بخشد.

یعقوبی‌نژاد (۱۳۸۴) در تحقیقی با عنوان ارزشیابی اثربخشی روش‌های ترویجی، با همکاری معاونت ترویج و نظام بهره‌برداری وزارت جهاد کشاورزی پرداخته است. وی هدف از اجرای تحقیق خود را تعیین روش‌های ترویجی موجود مورد استفاده در اجرای فعالیت‌های ترویجی، تعیین اولویت استفاده از روش‌ها، بررسی نحوه‌ی اجرای روش‌ها، تعیین موانع و محدودیت در به‌کارگیری روش‌ها، دستیابی به شاخص‌های مناسبی برای به‌کارگیری صحیح انواع روش‌های ترویجی در استان‌های آذربایجان غربی، لرستان، قم، خراسان، فارس، مازندران و ستاد معاونت ترویج و نظام بهره‌برداری بوده است. با توجه به نتایج تحقیق، بیشترین روش‌های مورد استفاده به‌ترتیب آموزش رو در رو، کلاس آموزشی، بازدید ترویجی، جلسات ترویجی، نمایش فیلم، نشریه، بروشور ترویجی و پوستر ابراز شده است. به‌طور کلی بیشترین استفاده به‌ترتیب از روش‌های انفرادی، روش‌های گروهی و روش‌های انبوهی ابراز شده است. موثرترین عامل در انتخاب روش‌ها به‌ترتیب اعتبارات ترویجی، رغبت و تمایل کشاورزان، محدودیت اعتباری، آشنایی مروجان از روش‌ها، اهداف مورد نظر برنامه‌های ترویجی، سهولت و راحتی اجرای روش، سطح تحصیلی مخاطبین و محتوای موضوعات برنامه عنوان گردیده است.

روش تحقیق

تحقیق حاضر، یک تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی است که در سال ۱۳۹۲ در استان گیلان انجام شده است. از آنجایی که نتایج این تحقیق می‌تواند به‌طور عملی مورد استفاده قرار گیرد، یک تحقیق مورد پژوهی کاربردی است. در ضمن برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ابزار آمار استنباطی استفاده شده و جامعه‌ی مورد بررسی، کارشناسان تعاونی‌های کشاورزی در سطح استان گیلان بوده است. این تحقیق از نظر دسته‌بندی تحقیقات برحسب نحوه‌ی گردآوری داده‌ها یا به عبارت دیگر طرح تحقیق، تحقیقی توصیفی به‌شمار می‌رود که به توصیف ویژگی‌های نمونه و سپس تعمیم این ویژگی‌ها به جامعه‌ی آماری پرداخته است.

تحقیقات توصیفی خود بر چند دسته هستند که در این پژوهش، نوع پیمایشی آن به کار رفته است. با تحقیق پیمایشی به توصیف، پیش‌بینی و تحلیل ارتباط میان متغیرها پرداخته می‌شود. از نظر دسته‌بندی تحقیقات برحسب هدف، می‌توان این تحقیق را نوعی پژوهش کاربردی محسوب کرد که یافته‌های آن می‌تواند مبنای کاربرد در اجرای سیاست‌های ترویجی و بهبود سازمانی در جهاد کشاورزی، تعاون، تعاونی‌های روستایی و کشاورزی قرار گیرد. از نظر دسته‌بندی تحقیقات برحسب مکان نیز می‌توان گفت که این تحقیق به صورت میدانی انجام گرفته و در محیط واقعی به جستجوی نظرات کارشناسان تعاونی‌های کشاورزی پرداخته است. برای ادبیات موضوعی نیز از تحقیقات اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده است. تعداد افراد نمونه در این پژوهش ۵۵ نفر بوده که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی از تعاونی‌های روستایی، جهاد کشاورزی و اداره‌ی تعاون انتخاب گردیده است.

در این پژوهش ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه، با سوالات از نوع بسته و باز بوده که براساس طیف لیکرت طراحی گردیده است. برای سنجش اعتبار ابزار این تحقیق از روش آلفای کرانباخ که یکی از متداول‌ترین روش‌های اندازه‌گیری اعتبار است، استفاده گردیده که اعتبار محاسبه شده مقدار $\alpha = 72/5$ می‌باشد و از روش روایی محتوا جهت تایید روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات اساتید دانشگاه و خبرگان فن، بهره گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از آزمون‌های مختلفی همچون *Alpha Cheronbach*، *t - test*، مقایسه‌ای دو گروه (افراد عضو در تعاونی کشاورزی و افرادی که عضویت نداشته‌اند) و آزمون *Fridman* استفاده شد. در این مطالعه به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق آزمون *t* پرداخته شده است که فرض‌های آماری کلیه‌ی عوامل مورد بررسی به شرح ذیل می‌باشد.

$$\left\{ \begin{array}{l} (\text{sig} > 0/05) \quad H_0: \mu = 3 \\ H_1: \mu \neq 3 \end{array} \right.$$

وضعیت عوامل در حد ضعیف و خیلی ضعیف می‌باشد.

$$H_1: \mu < 3 \quad (\text{sig} < 0/05, t < -1/96)$$

وضعیت عوامل در حد قوی و خیلی قوی می‌باشد.

$$H_1: \mu > 3 \quad (\text{sig} < 0/05, t > 1/96)$$

نتایج تحقیق

در این تحقیق ابتدا بر اساس مطالعات گذشته و نظر کارشناسان، متغیرهای سوق‌دهنده و بازدارنده مشخص گردیدند. سپس این متغیرها به حوزه‌های فردی، گروهی، سازمانی و محیطی تقسیم‌بندی شدند. سپس متغیرهای شناسایی شده در هر یک از این حوزه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. اکنون به بررسی متغیرهای سوق‌دهنده و موثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان در هر یک از حوزه‌ها پرداخته می‌شود.

الف - سوق‌دهنده‌ی فردی

متغیرهای سوق‌دهنده‌ی فردی موثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان شامل اشتیاق به همکاری افراد، میزان آشنایی با اصول تعاونی، انعطاف‌پذیری، استقلال مبتنی بر دموکراسی و ریسک‌پذیری در نظر گرفته شد که نتایج در جدول ۱ آمده است. از میان عوامل سوق‌دهنده‌ی فردی، آشنایی مردم گیلان با اصول و مبانی تعاون کم و خیلی کم بوده است و این در حالی است که اشتیاق به همکاری، انعطاف‌پذیری (سازش با موقعیت)، استقلال مبتنی بر دموکراسی و میزان ریسک‌پذیری مردم گیلان در حد متوسط می‌باشد. در مجموع عوامل سوق‌دهنده‌ی فردی در حد متوسط می‌باشد. با توجه به اینکه عوامل سوق‌دهنده‌ی فردی فرهنگ تعاون در استان گیلان در حد متوسط می‌باشد، خود نشانه‌ای از وجود زمینه‌ی مناسب برای تحریک آن از بخش محیطی و خارجی است. با این حال در چنین شرایطی اگر آشنایی با اصول و مبانی تعاونی در مدارس، مجالس عمومی و گروهی بیشتر ارائه شود، مورد استقبال واقع خواهد شد. لذا شیوه‌های همکاری، انعطاف‌پذیری (سازش با موقعیت)، دموکراسی و مدیریت ریسک در برنامه‌های آموزشی باید در اولویت قرار گیرد.

ب - سوق‌دهنده‌ی محیطی

در حوزه‌ی سوق‌دهنده‌های محیطی، متغیرهای میزان اطلاع‌رسانی رسانه‌های عمومی، تعداد دفاتر مشاوره فنی و تعاونی، سهولت دسترسی به کارشناسان و مروجان تعاونی، میزان تسهیلات و حمایت مالی دولت، دوره‌های آموزشی و کارآموزی و تجلیل و تشویق تعاونی‌های موفق انتخاب شدند که نتایج در جدول ۲ گزارش شده است.

از میان عوامل سوق‌دهنده‌ی محیطی، سهولت دسترسی مردم گیلان به کارشناسان و مروجان تعاونی در حد متوسط می‌باشد. اما اطلاع‌رسانی رسانه‌های عمومی، وجود دفاتر مشاوره فنی و تعاونی، تسهیلات و حمایت مالی دولت در اعطای وام‌های کم بهره، وجود دوره‌های آموزشی و کارآموزی (ثبت شرکت‌ها، آشنایی با اصول تعاون، خلاقیت، مدیریت، کارگروهی و ...)، تجلیل و تشویق از تعاونی‌های موفق جهت ترغیب مردم گیلان به تعاونی، کم و خیلی کم است. در مجموع

عوامل سوق‌دهنده‌ی محیطی موثر در حد کم و خیلی کم می‌باشد. با توجه به اینکه عوامل سوق‌دهنده‌ی محیطی فرهنگ تعاون در استان گیلان ضعیف و خیلی ضعیف می‌باشد، اگر نهادهایی به‌منظور سهولت دسترسی مردم گیلان به کارشناسان و مروجان تعاونی ایجاد و تقویت شده و اطلاع‌رسانی رسانه‌های عمومی متناسب با سیاست‌های ترویجی گسترش یابد، دفاتر مشاوره فنی و تعاونی در سطح جامعه به‌ویژه بخش‌های روستایی ایجاد شود، تسهیلات و حمایت مالی دولت در اعطای وام‌های کم بهره به ایجاد تعاونی‌ها تسهیل و گسترش یابد، آن‌گاه انتظارات در خصوص شکل‌گیری تعاونی‌های بخش کشاورزی تحقق خواهد یافت. لذا باید دوره‌های آموزشی و کارآموزی (ثبت شرکت‌ها، آشنایی با اصول تعاون، خلاقیت، مدیریت، کارگروهی و ...) متناسب با سطح و نیازمندی‌های افراد جامعه (کشاورزان و روستاییان و ...) برگزار گردد. تجلیل و تشویق از تعاونی‌های موفق جهت ترغیب مردم گیلان به تعاونی در محیط بخش‌های روستایی انجام گیرد. در این تحقیق، سپس کلیه‌ی متغیرهای فردی و محیطی موثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان مورد بررسی قرار گرفت که نتایج در جدول ۳ آمده است. تحلیل نتایج حاصل از آزمون عوامل سوق‌دهنده نشان داده است که وضعیت موجود عوامل سوق‌دهنده بر فرهنگ تعاونی‌های کشاورزی گیلان به مقدار کم و خیلی کم است. در بررسی دو دسته از عوامل سوق‌دهنده‌ی فردی و محیطی مشخص شده است که عوامل سوق‌دهنده‌ی فردی فرهنگ تعاون در استان گیلان در حد متوسط می‌باشد. اما عوامل سوق‌دهنده‌ی محیطی فرهنگ تعاون در استان گیلان کم و خیلی کم می‌باشد. این موضوع نشان می‌دهد که فراهم نشدن و عدم تحقق متغیرهای محیطی موثر بر فرهنگ تعاونی، متغیرهای فردی موجود را نیز ناکارآمد و غیر موثر کرده است. لذا برنامه‌ریزی باید ابتدا عوامل سوق‌دهنده‌ی محیطی را در اولویت قرار دهد. چرا که با تقویت آن سبب تقویت کل سیستم خواهد شد.

اکنون به تحلیل استنباطی عوامل بازدارنده‌ی موثر بر فرهنگ تعاونی بخش کشاورزی در استان گیلان با استفاده از آزمون t می‌پردازیم. در این بخش متغیرهایی را از حوزه‌های فردی، گروهی، سازمانی و محیطی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند.

الف - بازدارنده‌ی فردی

در حوزه‌ی فردی، متغیرهای بازدارنده که مورد شناسایی قرار گرفتند، عبارت بودند از عدم تعهد به اصول تعاون، نبود تجربه‌ی کاری، پایین بودن سطح تحصیلات اعضای هیات مدیره و مدیرعامل که مورد بررسی قرار گرفت و نتایج در جدول ۴ گزارش شده است.

همه‌ی عوامل بازدارنده‌ی فردی که شامل عدم تعهد نسبت به اصول تعاون، نبود تجربه‌ی کاری اعضای تعاونی و پایین بودن سطح تحصیلات اعضای هیات مدیره و مدیرعامل می‌باشد، دارای

بازدارندگی زیاد و خیلی زیاد است. این موضوع اطلاعاتی را در اختیار مدیر قرار می‌دهد تا بتواند با اولویت‌بندی موضوعات و موانع، جهت رفع آنها اقدام نماید. در مجموع عوامل بازدارنده‌ی فردی زیاد و خیلی زیاد می‌باشد.

ب - بازدارنده‌ی گروهی

جهت بررسی عوامل بازدارنده‌ی گروهی، عواملی چون قدرت‌طلبی اعضا، تعاونی، عدم اعتماد متقابل (پایین بودن سرمایه‌ی اجتماعی) و عدم وفاداری بین اعضا مورد بررسی قرار گرفتند. عملاً به لحاظ مدیریتی اگر رقابت درونی سبب تخریب و ناهماهنگی کار گروهی گردد، به هیچ وجه آن گروه یا سازمان موفق نخواهند بود. ولی اگر بتوان رقابت‌های درونی را به رقابت‌های برون سازمانی تبدیل کرد، عملاً همه‌ی افراد دارای شرایط برد- برد خواهند بود و کل سازمان بهره خواهد برد (جدول ۵). نتایج در جدول فوق نشان می‌دهد که همه‌ی عوامل بازدارنده‌ی گروهی شامل قدرت‌طلبی اعضا، عدم اعتماد متقابل اعضا و عدم وفاداری بین گروهی به میزان زیاد و خیلی زیاد موجب عدم موفقیت در تعاونی‌های کشاورزی استان گیلان می‌باشد. در مجموع عوامل بازدارنده‌ی گروهی زیاد و خیلی زیاد می‌باشد.

ج - بازدارنده‌ی سازمانی

از عوامل سازمانی، متغیرهای عدم هماهنگی بین هیات مدیره و مدیر عامل، وجود دفاتر مشاوره فنی و تعاونی، سهولت دسترسی به کارشناسان و مروجان تعاونی به صورت یک نهاد تشکیلاتی، میزان تسهیلات و کمک‌های دولت به عنوان یک نهاد پشتیبان، فقدان نهادهای ارائه‌ی خدمات آموزشی و کارآموزی، نبود یک سازمان برنامه‌ریز جهت تجلیل و تشویق تعاونی‌های موفق که همه‌ی این موارد به عنوان عوامل بازدارنده‌ی سازمانی جهت دسترسی به اهداف تعاونی محسوب می‌شوند (جدول ۶).

از میان عوامل بازدارنده‌ی سازمانی، موارد موجود در اساسنامه‌ی شرکت‌های تعاونی به‌طور متوسط و عدم هماهنگی بین هیات مدیره و اعضا، عدم تناسب فرد با شغل، عدم وجود کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی عمومی، عدم وجود کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی تخصصی، عدم به‌کارگیری نیروی متخصص و عدم ارتباط با دفاتر مشاوره به‌طور زیاد و خیلی زیاد موجب عدم موفقیت در تعاونی‌های کشاورزی استان گیلان می‌باشد. در مجموع عوامل بازدارنده‌ی سازمانی در حد زیاد و خیلی زیاد می‌باشد.

د - بازدارنده‌ی محیطی

عوامل محیطی معمولاً بستری را فراهم می‌کنند که می‌تواند در تقویت فرهنگ تعاون موثر باشد و یا حتی به عنوان یک بازدارنده عمل کرده و پتانسیل‌های فردی و گروهی را خنثی سازد. بر این

اساس متغیرهایی چون نبود یا کمبود اطلاع‌رسانی از طریق برگزاری سمینارها و همایش‌ها، عدم برگزاری نمایشگاه‌ها در بخش تعاون، نبود همکاری بین دستگاه‌های اجرایی و اداری بخش تعاونی و قوانین دست و پاگیر اداره کار مورد بررسی قرار گرفت که نتایج در جدول ۷ گزارش شده است.

نتایج نشان می‌دهد که وضعیت عوامل بازدارنده محیطی شامل عدم وجود سمینارها و همایش‌های مرتبط با تعاون، عدم برگزاری نمایشگاه‌های بخش تعاون، نبود همکاری بین دستگاه‌های اجرایی و اداری، قوانین کار در بازدارندگی فرهنگ تعاونی در استان گیلان زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. در مجموع عوامل بازدارنده محیطی در حد زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. به عبارت دیگر بسترسازی جهت جلب مشارکت مردم و توسعه فرهنگ تعاونی اصلاً وجود ندارد و این عوامل حتی به صورت بازدارنده عمل می‌کنند (جدول ۸).

اکنون به تحلیل عوامل بازدارنده فرهنگ تعاون در بخش کشاورزی استان گیلان می‌پردازیم. تحلیل نتایج حاصل از آزمون عوامل بازدارنده نشان داده است که وضعیت موجود عوامل بازدارنده فرهنگ تعاونی‌های 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 می‌باشد. با توجه به اینکه وضعیت موجود عوامل بازدارنده فرهنگ تعاونی‌های کشاورزی گیلان به مقدار زیاد و خیلی زیاد می‌باشد، جهت رسیدن به وضعیت‌های مطلوب و تدوین سیاست‌های ترویجی، پیشنهادهایی در چهار بعد فردی، گروهی، سازمانی و محیطی ارائه شده است.

حال به مقایسه عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده مؤثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان می‌پردازیم.

- تاثیر عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده یکسان است. $H_0: \mu_B = \mu_S$

- تاثیر عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده یکسان نیست. $H_1: \mu_B \neq \mu_S$

با توجه به آزمون t مقایسه‌ای بین عوامل سوق‌دهنده و عوامل بازدارنده مشخص گردید که اختلاف بین عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده معنی‌دار می‌باشد. یعنی فرض H_1 تایید می‌گردد. بدین معنی که عوامل بازدارنده شدت بیشتری از عوامل سوق‌دهنده دارند. بر تحلیل بهتر موضوع در این مطالعه از آزمون فریدمن نیز استفاده شد که نتایج در جدول ۹ آمده است.

با توجه به آزمون فریدمن، رتبه‌های عوامل سوق‌دهنده به ترتیب سوق‌دهنده‌های فردی و محیطی می‌باشند. به عبارت دیگر سوق‌دهنده‌های فردی و محیطی به ترتیب اولویت از مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار در توسعه فرهنگ تعاونی بوده و جزء نقاط قوت موجود تلقی می‌شوند که برنامه‌ریز می‌تواند روی آنها تمرکز کند. همچنین با توجه به نتایج این آزمون رتبه‌های عوامل بازدارنده به ترتیب بازدارنده فردی، گروهی، سازمانی و محیطی می‌باشند. در واقع این اولویت‌بندی یک نگاه مدیریتی در اختیار مدیران قرار می‌دهد که جهت توسعه فرهنگ تعاونی، ابتدا به سراغ عوامل بازدارنده قوی‌تر بروند و اثرات بازدارندگی آنها را کاهش دهند.

با توجه به وضعیت موجود فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان که وضعیت موجود آن براساس نتایج به دست آمده نامناسب می‌باشد، حال می‌خواهیم بر اساس یافته‌های تحقیق یک مدل توسعه‌ای برای فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان ارائه نماییم. مدل نهایی حاصل از این تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است. همان طور که در مدل فوق نشان داده شده است، بر اساس نتایج تحقیق وضعیت موجود فرهنگ تعاون بسیار پایین است. یعنی شدت عوامل سوق‌دهنده کم و شدت عوامل بازدارنده، بسیار بالا می‌باشد. اما برای رسیدن به وضعیت مطلوب فرهنگ تعاونی یک مسیر پلکانی توسعه ترسیم شده است که طی چند برنامه‌ی توسعه‌ای می‌توان وضعیت فرهنگ تعاونی را به حد مطلوب رساند. بدین صورت که با تدوین یک چشم‌انداز و سپس طراحی استراتژی‌هایی که مبتنی بر نقاط قوت (عوامل سوق‌دهنده) و نقاط ضعف (عوامل بازدارنده) باشد، با یک برنامه‌ی عملیاتی تدوین شده سبب کاهش عوامل بازدارنده و افزایش عوامل سوق‌دهنده‌ی فرهنگ تعاونی، باعث توسعه‌ی تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان شد.

بخش تعاون بستر مناسبی برای بروز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بوده و در عین حال زمینه‌ای مناسب برای کاهش تصدی‌گری دولت است. با توجه به عقیده‌ی بسیاری از صاحب‌نظران، نظام تعاونی می‌تواند به‌عنوان مناسب‌ترین نظام بهره‌برداری در بخش‌های مختلف اقتصادی به‌ویژه بخش کشاورزی باشد. از آنجا که فرهنگ تعاونی در کشور ایران تاکنون به نحو مطلوبی نهادینه نگردیده است، ضرورت ترویج قابلیت‌ها و مزایای بخش تعاونی به میزان قابل توجهی احساس می‌گردد. از این رو ترویج به‌عنوان یک راهکار اساسی در تشکیل تعاونی‌ها محسوب می‌شود. ارائه‌ی الگوها و شاخص‌ها در امر ترویج فرهنگ تعاون و شناخت وضعیت موجود و مطلوب برای فرهنگ تعاون از جمله سیاست‌های راهبردی در این زمینه است. بنابراین موارد زیر به‌عنوان پیشنهاداتی چند در راستای توجه و اهمیت دادن هرچه بیشتر به موضوع فرهنگ تعاونی و شاخص‌های توسعه‌ای آن به‌منظور انجام بسترسازی‌های لازم با توجه به مسائل و موقعیت‌های خاص فرهنگی و مدیریت استان گیلان به‌طور خاص و در سطح کشور به‌طور عام ارائه می‌گردد.

پیشنهادات

۱- آگاهی و دانش اعضاء نسبت به اصول تعاون به‌طور مداوم و مستمر در برنامه‌ی کاری تعاونی‌ها قرار گیرد. آموزش ضمن خدمت برای افراد اجرایی در تعاونی‌ها جزو برنامه‌های جهاد کشاورزی و تعاونی‌های روستایی قرار گیرد. در انتخاب افراد جهت هیات مدیره و مدیرعامل، معیار تحصیلات در اولویت قرار گیرد.

۲- با ایجاد و آموزش سیستم‌های مدیریت و تصمیم‌گیری مشارکتی در تعاونی‌ها، میزان تمرکز قدرت در فرد را کاهش دهند. انجام فعالیت‌ها با مشارکت اعضاء و دادن اختیار به آنها میزان اعتماد اعضاء و وفاداری بین گروهی را بالا برده تا به عوامل نگهدارنده جهت توسعه‌ی تعاونی تبدیل گردند.

۳- در مواد موجود در اساسنامه‌ی شرکت‌های تعاونی بازنگری انجام گیرد و مواردی که مانع گسترش تعاونی‌ها با توجه به مقتضیات زمان است، با استفاده از کارشناسان این امر اصلاح گردد. جلسات مستمر و هدفمند بین هیات مدیره و اعضاء در تعاونی‌ها انجام گیرد. در انتخاب افراد و مسئولین اجرایی در تعاونی‌ها به علاقه، توانایی و استعدادها جهت قبول مسئولیت توجه بیشتر اعمال گردد. کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی عمومی و تخصصی در محل تعاونی‌ها به‌طور مستمر انجام گیرد. از نیروهای متخصص به‌عنوان مشاوران و راهنمایان در کنار اعضاء تعاونی‌ها به‌طور گسترده‌تر استفاده گردد. همچنین ارتباط با دفاتر مشاوره تخصصی و عمومی در فعالیت‌های تعاونی‌ها انجام گیرد.

۴- سمینارها و همایش‌های مرتبط با تعاون از سوی اداره‌ی کل تعاون، جهاد کشاورزی و تعاونی روستایی به‌طور هدفمند و مستمر انجام گیرد. برگزاری نمایشگاه‌های بخش تعاون در کنار تعاونی‌ها برای آشنایی تعاونی‌ها و دیگر افراد جامعه از دستاوردهای تعاونی‌ها به‌طور مستمر انجام شود. جلساتی خاص جهت همکاری بین دستگاه‌های اجرایی و اداری به‌منظور حل مسائل تعاونی‌ها به‌طور مستمر انجام شود.

فهرست منابع:

۱. رستم نژاد، غ (۱۳۸۱). رویکردهای فرهنگی ترویج تعاون. ماهنامه اقتصادی، فرهنگی، ترویجی تعاون. شماره ۱۳۰. ۴-۵.
۲. فمی، ش (۱۳۸۷). تحلیل عوامل موثر بر عملکرد تعاونیهای زنان در ایران. پژوهشهای جغرافیای انسانی. شماره ۶۶. ۱۶-۳۱.
۳. طوسی، م (۱۳۷۲). فرهنگ سازمانی. مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۴. عباسی، م (۱۳۸۱). مبانی برنامه‌ریزی برای ترویج تعاون. ماهنامه اقتصادی، فرهنگی، ترویجی تعاون. شماره ۱۰، ۱۳۰-۸.
۵. عربی، ح (۱۳۸۱). آشنایی با مفاهیم ترویج تعاون، ماهنامه اقتصادی، فرهنگی، ترویجی تعاون. شماره ۱۳۰. ۱۱-۱۳.
۶. مرادی، ک (۱۳۸۴). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمان و رضایت شغلی کارکنان در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه چالوس. پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد قائمشهر. ۱۴۵ صفحه.
۷. منصور بستانی، ر و همکاران (۱۳۸۸). بررسی عوامل موثر بر ترویج و توسعه فرهنگ تعاون در استان سیستان و بلوچستان. مجله تعاون. شماره ۲۱۱-۲۱۰. ۳۵-۵۳.
۸. یعقوبی نژاد، م (۱۳۸۴). ارزشیابی اثربخشی روش‌های ترویجی. معاونت ترویج و نظام بهره برداری وزارت جهاد کشاورزی
9. Abrams B and K Lewis. 1995. Cultural and institutional determinants of economic growth, *Public Choice*. 3(4): 273-89.
10. Boyacigiller N.A, Kleinberg M.E, Sackmann, S.A. 1996. Conceptualizing culture. In B.J. Punnett & O. Shenkar (Eds.), *Handbook of inter.*
11. Delgado, C. (2007). "Agro industrialization Through Institutional Innovation: Transaction Costs, Co-operatives and Milk –Market Development in the Ethiopian Highlands. *International Food Policy Research*, Washington DC, pp. 101-110.
12. Gordon J.R. 1996). *Organizational behavior*, 5th ed. Prentice Hall Inc.
13. Grief A. 1994. Cultural beliefs and the organization of society: a historical and theoretical reflection on collectivist and individualist societies. *Journal of political Economy*. 102: 5. 912 – 50.

14. Hofstede G. 1980. Culture's consequences: International differences in workrelated values. Newbury Park, CA: Sage.
15. House R.J, Hanges P.J, Ruiz Quintanilla S.A., Dorfman P, Javidan M. 1999. Cultural influences leadership and organization: Project GLOBE. In W. H. Mobley,
16. Inglehart R. 1997. Modernization and postmodernization: cultural, economic and political change in 43 societies. Princeton, NJ: Princeton University press
17. Leung K, Bond M, Reimel de Carrasquel S, Ndez M, Murakami F. 2002. Socializations: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions. Journal of Crosscultural Psychology. 33:286-302.
18. 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.
19. Smith P, Peterson M, Schwartz S. 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.
20. Trentmann F. 1998. Political culture and political economy. Review of International Political Economy.5(2):217-51.
21. Trompenaars F. 1994. Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business. New York: Irwin.
22. Wildavsky A. 1990. Cultural theory. Boulder, CO: Westview Press.

پیوست‌ها:

جدول ۱- آزمون عوامل سوق دهنده فردی موثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی گیلان

| متغیرها | Mean | Sig | t | توضیحات |
|---------------------------|-------|-------|----------|---|
| اشتیاق به همکاری | ۳/۰۳۸ | ۰/۷۷۱ | ۰/۲۹۲ | اشتیاق به همکاری در حد متوسط می باشد. |
| آشنایی با اصول تعاون | ۲/۵۸۴ | ۰/۰۰۰ | - ۳/۹۲۲ | آشنایی با اصول تعاون کم و خیلی کم می باشد. |
| انعطاف پذیری | ۳/۰۷۵ | ۰/۴۹۸ | ۰/۶۸۳ | انعطاف پذیری در حد متوسط می باشد. |
| استقلال مبتنی بر دموکراسی | ۳/۱۷۳ | ۰/۰۷۱ | ۱/۸۴۱ | استقلال مبتنی بر دموکراسی در حد متوسط می باشد |
| ریسک پذیری | ۲/۷۷۳ | ۰/۰۹۰ | -۱/۰۷۲۹ | ریسک پذیری در حد متوسط می باشد |
| جمع عوامل سوق دهنده فردی | ۲/۹۲۱ | ۰/۳۲۹ | - ۰/۰۹۸۵ | عوامل سوق دهنده فردی در حد متوسط می باشد. |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۲- آزمون عوامل سوق دهنده محیطی موثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی گیلان

| متغیرها | Mean | Sig | T | توضیحات |
|--|-------|-------|---------|--|
| اطلاع رسانی رسانه های عمومی | ۲/۳۵۸ | ۰/۰۰۰ | - ۵/۳۱۲ | اطلاع رسانی رسانه های عمومی در حد متوسط می باشد. |
| تعداد دفاتر مشاوره فنی و تعاونی | ۲/۱۸۸ | ۰/۰۰۰ | - ۶/۵۶۳ | دفاتر مشاوره فنی و تعاونی در حد کم و خیلی کم می باشد. |
| سهولت دسترسی به کارشناسان و مروّجان تعاونی | ۲/۸۴۹ | ۱/۲۰۹ | - ۱/۲۷۲ | سهولت دسترسی به کارشناسان و مروّجان تعاونی در حد کم و خیلی کم می باشد. |
| تسهیلات و حمایت مالی دولت | ۲/۰۳۷ | ۰/۰۰۰ | - ۷/۹۹۵ | تسهیلات و حمایت مالی دولت در حد کم و خیلی کم می باشد. |
| دوره های آموزشی و کارآموزی | ۲/۲۲۶ | ۰/۰۰۰ | - ۶/۴۸۰ | دوره های آموزشی و کارآموزی در حد کم و خیلی کم می باشد. |
| تجلیل و تشویق تعاونی های مؤفق | ۲/۴۸۰ | ۰/۰۰۰ | - ۴/۶۵۶ | تجلیل و تشویق تعاونی های مؤفق در حد کم و خیلی کم می باشد. |
| جمع عوامل سوق دهنده محیطی | ۲/۳۶۸ | ۰/۰۰۰ | - ۹/۱۱۰ | عوامل سوق دهنده محیطی در حد کم و خیلی کم می باشد. |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۳- آزمون عوامل سوق دهنده موثر بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان

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

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۴- آزمون عوامل بازدارنده فردی بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان

| متغیرها | Mean | Sig | T | توضیحات |
|--|-------|-------|--------|--|
| عدم تعهد به اصول تعاون | ۴/۰۵۶ | ۰/۰۰۰ | ۹/۹۹ | عدم تعهد به اصول تعاون زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| نبود تجربه کاری | ۳/۷۸۸ | ۰/۰۰۰ | ۶/۰۷ | نبود تجربه کاری زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| پایین بودن تحصیلات اعضاء هیأت مدیره و مدیرعامل | ۴/۲۸۳ | ۰/۰۰۰ | ۱۰/۰۶ | پایین بودن تحصیلات اعضاء هیأت مدیره و مدیرعامل زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| جمع عوامل بازدارنده فردی | ۴/۰۳۲ | ۰/۰۰۰ | ۱۴/۱۷۵ | عوامل بازدارنده فردی زیاد و خیلی زیاد می باشد. |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۵- آزمون عوامل بازدارنده گروهی بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی گیلان

| متغیرها | Mean | Sig | T | توضیحات |
|--------------------------|-------|-------|---------|---|
| قدرت طلبی اعضاء تعاونی | ۳/۷۵۴ | ۰/۰۰۰ | ۶/۸۱۴ | قدرت طلبی اعضاء تعاونی زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| عدم اعتماد متقابل اعضاء | ۲/۱۸۸ | ۰/۰۰۰ | - ۶/۵۶۳ | عدم اعتماد متقابل اعضاء زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| عدم وفاداری بین اعضاء | ۲/۸۴۹ | ۱/۲۰۹ | - ۱/۲۷۲ | عدم وفاداری بین اعضاء زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| جمع عوامل سوق دهنده فردی | ۲/۳۶۸ | ۰/۰۰۰ | - ۹/۱۱۰ | عوامل بازدارنده گروهی زیاد و خیلی زیاد می باشد. |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۶- آزمون عوامل بازدارنده سازمانی بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی گیلان

| متغیرها | Mean | Sig | T | توضیحات |
|--|-------|-------|---------|---|
| عدم هماهنگی بین هیأت مدیره و اعضاء تعاونی | ۴/۰۱۸ | ۰/۰۰۰ | ۹/۳۱۴ | عدم هماهنگی بین هیأت مدیره و اعضاء تعاونی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| دفاتر مشاوره فنی و تعاونی | ۳/۸۴۶ | ۰/۰۰۰ | ۶/۲۴ | عدم تناسب فرد با شغل در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| سهولت دسترسی به کارشناسان و مروّجان تعاونی | ۳/۶۹۸ | ۰/۰۰۰ | ۶/۳۶۳ | عدم وجود کارگاهها و دوره های آموزشی عمومی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| تسهیلات و حمایت مالی دولت | ۳/۷۱۷ | ۰/۰۰۰ | ۶/۰۴۶ | عدم وجود کارگاهها و دوره های آموزشی عمومی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| دوره های آموزشی و کارآموزی | ۲/۸۲۳ | ۰/۲۵۳ | - ۱/۱۵۶ | مواد موجود در اساسنامه شرکتهای تعاونی در حد متوسط می باشد. |
| تجلیل و تشویق تعاونی های مؤفق | ۴/۱۱۳ | ۰/۰۰۰ | ۱۰/۷۹۳ | عدم بکارگیری نیروی متخصص و ماهر در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| جمع عوامل بازدارنده سازمانی | ۳/۷۲۲ | ۰/۰۰۰ | ۱۰/۵۷۶ | عوامل بازدارنده سازمانی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۷- آزمون عوامل بازدارنده محیطی بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی گیلان

| متغیرها | Mean | Sig | T | توضیحات |
|--|-------|-------|-------|--|
| عدم وجود سمینارها و همایش های مرتبط با تعاون | ۳/۵۹۶ | ۰/۰۰۰ | ۵/۵۵۷ | عدم وجود سمینارها و همایش های مرتبط با تعاون در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| عدم برگزاری نمایشگاههای بخش تعاون | ۳/۵۴۷ | ۰/۰۰۰ | ۵/۵۱۵ | عدم برگزاری نمایشگاههای بخش تعاون در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| نبود همکاری بین دستگاه های اجرایی و اداری | ۳/۳۹۶ | ۰/۰۰۳ | ۳/۱۱۲ | نبود همکاری بین دستگاه های اجرایی و اداری در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| بازدارندگی قوانین کار | ۳/۶۹۲ | ۰/۰۰۰ | ۴/۸۹۴ | بازدارندگی قوانین کار در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |
| جمع عوامل بازدارنده محیطی | ۳/۵۶۸ | ۰/۰۰۰ | ۸/۴۶۴ | عوامل بازدارنده محیطی در حد زیاد و خیلی زیاد می باشد. |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۸- آزمون عوامل بازدارنده بر فرهنگ تعاونی در بخش کشاورزی استان گیلان

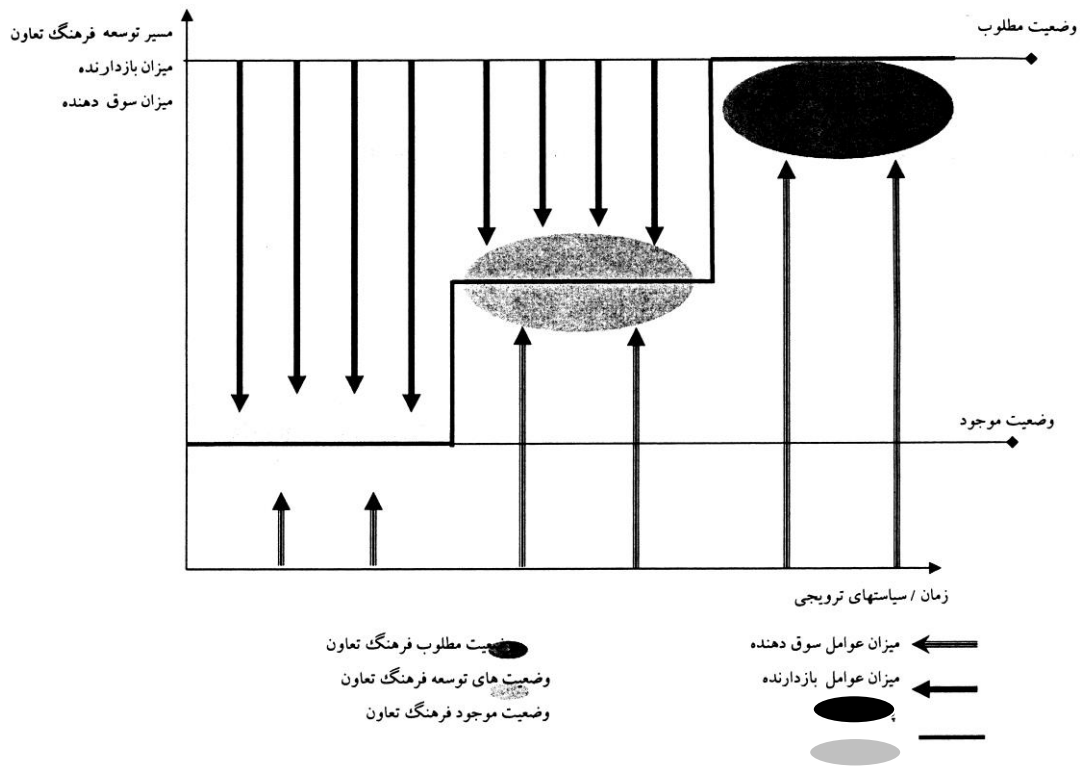
| توضیحات | Mean | Sig | T |
|-----------------|-------|-------|-------|
| عوامل بازدارنده | ۳/۸۳۲ | ۰/۰۰۰ | ۱۷/۱۹ |

ماخذ: یافته های تحقیق

جدول ۹- نتایج حاصل از آزمون فریدمن و مقایسه عوامل سوق دهنده

و بازدارنده فرهنگ تعاونی

| عوامل بازدارنده | عوامل سوق دهنده | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|-----------|----------------|------|-----------------|------|-------------------|------|-----------------|------|---|----|------------|--------|----|---|-------------|------|---|--|-----------|----------------|------|-----------------|------|---|----|------------|--------|----|---|-------------|------|
| <p>Ranks</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mean Rank</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>بازدارنده فردی</td> <td>3.17</td> </tr> <tr> <td>بازدارنده گروهی</td> <td>2.68</td> </tr> <tr> <td>بازدارنده سازمانی</td> <td>2.23</td> </tr> <tr> <td>بازدارنده محیطی</td> <td>1.91</td> </tr> </tbody> </table> <p>Test Statistics^a</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>N</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td>Chi-Square</td> <td>25.926</td> </tr> <tr> <td>df</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Asymp. Sig.</td> <td>.000</td> </tr> </tbody> </table> <p>a. Friedman Test</p> | | Mean Rank | بازدارنده فردی | 3.17 | بازدارنده گروهی | 2.68 | بازدارنده سازمانی | 2.23 | بازدارنده محیطی | 1.91 | N | 46 | Chi-Square | 25.926 | df | 3 | Asymp. Sig. | .000 | <p>Ranks</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mean Rank</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>سوق دهنده فردی</td> <td>1.78</td> </tr> <tr> <td>سوق دهنده محیطی</td> <td>1.22</td> </tr> </tbody> </table> <p>Test Statistics^a</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>N</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Chi-Square</td> <td>15.680</td> </tr> <tr> <td>df</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Asymp. Sig.</td> <td>.000</td> </tr> </tbody> </table> <p>a. Friedman Test</p> <p>ماخذ: یافته های تحقیق</p> | | Mean Rank | سوق دهنده فردی | 1.78 | سوق دهنده محیطی | 1.22 | N | 50 | Chi-Square | 15.680 | df | 1 | Asymp. Sig. | .000 |
| | Mean Rank | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| بازدارنده فردی | 3.17 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| بازدارنده گروهی | 2.68 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| بازدارنده سازمانی | 2.23 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| بازدارنده محیطی | 1.91 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| N | 46 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Chi-Square | 25.926 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| df | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Asymp. Sig. | .000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Mean Rank | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| سوق دهنده فردی | 1.78 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| سوق دهنده محیطی | 1.22 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| N | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Chi-Square | 15.680 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| df | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Asymp. Sig. | .000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



شکل ۱- مدل پیشنهادی پلکانی مسیر توسعه فرهنگ تعاونی بخش کشاورزی استان گیلان.

