

## اثربخشی خدمات آموزشی ترویج در تعاونی‌های کشاورزی استان‌های تهران و البرز

فائزه هاشمی<sup>۱</sup>، ایرج ملک‌محمدی<sup>۲</sup>، حمید موحد محمدی<sup>۳</sup>

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران  
۲- استادگروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات  
۳- دانشیارگروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران

### چکیده

هدف این تحقیق آشکارسازی اثرگذاری‌های خدمات آموزشی ترویج در تعاونی‌های کشاورزی استان‌های تهران و البرز است. این تحقیق از نوع علی-ارتباطی و به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق ۴۹۸ نفر از مدیران تعاونی‌های کشاورزی استان تهران و البرز است که بر پایه فرمول کوکران ۷۲ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. روایی محتوایی پرسشنامه مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها با کسب نظر اعضای هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران و برخی از کارشناسان وزارت تعاون بررسی شد و اصلاح‌های لازم صورت گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار R ضریب آلفای ترتیبی محاسبه شد و مقدار آن ۰/۹۰ به دست آمد. نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی نشان داد که بین متغیر میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویج کشاورزی با متغیر آگاهی نسبت به بخش تعاون، انگیزه عضویت در تعاونی‌های کشاورزی و میزان تحصیلات رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همچنین یافته‌های به دست آمده از آزمون من‌ویننی در این بررسی بیانگر آن بود که شرکت در دوره‌های آموزشی ترویج کشاورزی در انگیزه فعالیت در تعاونی‌های کشاورزی و میزان آگاهی مدیران نسبت به بخش تعاون به لحاظ آماری اثر معنی‌داری داشته است.

**کلید واژه‌ها:** دوره آموزش ترویج، مدیر تعاونی کشاورزی، اثربخشی آموزشی ترویج، تعاونی کشاورزی

نویسنده‌ی مسئول: فائزه هاشمی

رایانامه: hashemifaezeh20@gmail.com

دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱۸؛ پذیرش: ۱۳۹۴/۳/۵

## مقدمه

آموزش از جمله فعالیت‌هایی است که با سرنوشت انسان‌ها و جامعه‌های انسانی سروکار دارد. با توجه به دگرگونی‌های سریع در ابعاد گوناگون زندگی اجتماعی بر خلاف گذشته، دیگر نمی‌توان به اندوخته‌ها و اطلاعات حاصل از نظام آموزش رسمی بسنده کرد و با کمک آن به انتظارها و مسئولیت‌های فردی و شغلی پاسخ داد. از این رو، برای تعادل بین روش‌های انجام کارها، از سویی و یافته‌ها و اطلاعات جدید در صحنه گسترده‌تر اجتماع از سوی دیگر، بیشتر نهادهای آموزش کارکنان را جزو جدایی‌ناپذیری از فعالیت‌های سازمانی خود پذیرفته‌اند (فتحی، ۱۳۷۳).

آموزش در بخش تعاون نیز بدون شک نمی‌تواند جدا از این چارچوب نظری قرار گیرد، زیرا مهم‌ترین عامل در تشکیل، هدایت و موفقیت هر نوع تعاونی وجود نیروی انسانی است که از یک سو به انگاره‌های تعاون باور دارند و از سوی دیگر کارآموده و توانا به ایفای نقش‌های اجتماعی و اقتصادی خویش باشد (امینی و رمضان، ۱۳۸۰). آموزش به عنوان یک زیرساخت اصلی در نظام تعاون مطرح است. در حقیقت، یک شرکت تعاونی بدون توجه به خدمات آموزشی به زودی ویژگی‌هایی را که معرف تعاون است، از دست می‌دهد (امینی، ۱۳۸۱). آموزش مداوم و هدفمند اعضا و مدیران در زمینه تعاونی کلید موفقیت نهایی تعاونی‌ها به شمار می‌رود (تایمنی، ۱۳۸۵). به درستی از این آموزش، تربیت و اطلاع‌رسانی یکی از هفت اصل تعاون می‌باشد که از سوی اتحادیه بین‌المللی تعاون به تصویب رسیده است.

آموزش در تعاونی‌ها را می‌توان به دو دسته اصلی شامل آموزش فرهنگ تعاون و آموزش تخصص‌های گوناگون تقسیم کرد. آموزش نوع نخست از جمله شامل موضوع‌های ارزش مشارکت، اداره مردم‌سالارانه، اصول و فلسفه تعاون، جایگاه تعاونی‌ها در ارتقای رفاه و عدالت اجتماعی و گفتمانی از این گونه است. آموزش‌های تخصصی نیز متناسب با کار تعاونی‌ها و کارکنان و اعضای آن است.

بعضی آموزش‌ها نیز از نوع آموزش‌های تخصصی کوتاه مدت و مقدماتی هستند برای کسانی که می‌خواهند به تأسیس تعاونی اقدام کنند. این آموزش‌ها را آموزش‌های

توجیهی می‌خوانند (مجتهد، ۱۳۸۱). در واقع، از طریق آرایه‌ی انواع خدمات آموزشی می‌توان ارتباط‌های درون‌بخشی تعاون از جمله ارتباط‌های ستادی و اجرایی آن را بهبود داد و بازدارنده‌های ارتباطی را برداشت و درک اشتباه پیام‌ها در مسیرهای ارتباطی را کاهش داد.

این کار، افزون بر کاهش هزینه‌ها، سبب ارتقای بهره‌وری در این بخش و گردش سریع‌تر اطلاعات و تشویق بخش خصوصی به فعالیت‌های تعاونی می‌شود (دلیر، ۱۳۸۶).

با توجه به نقش و اهمیت این مقوله در توانمندسازی نیروی انسانی فعال در بخش تعاون و در نتیجه افزایش بهره‌وری جا دارد کارکرد آن در تعاون مورد توجه و تأکید بیشتری قرار گیرد.

در این بین، توجه خاص به آموزش مدیران تعاونی‌ها به عنوان افرادی که در تعیین خط‌مشی‌های شرکت تعاونی ایفاگر نقش قابل توجهی هستند و مسئولیت عملیاتی شرکت تعاونی را نیز به عهده دارند دارای اهمیت ویژه‌ای است (آگهی، ۱۳۸۴). بررسی‌های بسیار زیادی نیز در این زمینه صورت گرفته است. در زیر به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

یافته‌های به‌دست آمده از پژوهش جرجز (۱۹۹۱)، با عنوان صلاحیت‌های مدیران تعاونی‌های کشاورزی در ایالت سائوپائولو که نشان می‌دهد برنامه‌های آموزشی و کارآموزی برای مدیران تعاونی‌های کشاورزی در برزیل عاملی ضروری است، چرا که آنها در جهان به شدت رقابتی به فعالیت می‌پردازند. ارفعی و همکاران (۱۳۸۸)، عامل‌های مؤثر بر مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی در تصمیم‌گیری‌های مربوط به مدیریت تعاونی‌های کشاورزی استان تهران را مورد بررسی قرار داده‌اند و نتیجه گرفته‌اند که بین شرکت اعضا و مدیران تعاونی‌ها در کلاس‌های آموزشی و علاقه ایشان به کارگروهی و میزان مشارکت آنان در تصمیم‌گیری‌های شرکت تعاونی رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

غیاثوند (۱۳۸۸)، در بررسی خود نشان داد که برگزاری کلاس‌های آموزشی در زمینه قانون‌ها و مقررات تعاونی، اهمیت مشارکت و فلسفه وجودی تعاونی و زمینه تخصصی، فنی و مدیریتی از جمله مواردی هستند که می‌توانند در

آموزشی نقش برگزارای دوره‌های فنی و حرفه‌ای برای آموزش‌های کسب و کار، آموزش تعاون به عنوان بخشی از درس کارآفرینی در سرفصل دروس ارائه شده به دانشجویان و تقویت دوره‌های کارورزی و کارآموزی دانشجویان در راستای شناسایی فرصت‌های شغلی مهم‌ترین راهکارهای آموزشی شناسایی شدند.

بررسی رنجبر و منفردی‌راز (۱۳۸۶)، با عنوان بررسی روش‌های آموزشی ترویجی بخش تعاون و راهکارهای مطلوب در حوزه فعالیت اداره کل تعاون خراسان شمالی، نشان داد که حضور اعضای تعاونی‌ها در کلاس‌های آموزشی-ترویجی نه تنها باعث افزایش اطلاعات و آگاهی عمومی آنان نسبت به کارا بودن این دوره‌ها می‌شود بلکه برخی پندارهای نادرست و مخالفت‌های بی‌مورد نسبت به اثربخشی برگزار شدن این دوره‌ها را از بین می‌برد.

همین تغییر نگرش و یادگیری مهارت‌های جدید، موجب بهبود توانایی اعضا و مدیران شرکت‌های تعاونی در توسعه بهره‌وری این شرکت‌ها، افزایش میزان پاسخگویی و در نتیجه ارتقای کارایی و اثربخشی تعاونی‌ها گشته است.

فروزش (۱۳۸۴)، در پژوهشی با عنوان فعالیت‌های ترویجی، ضرورتی اساسی برای جلب مشارکت مردم و توسعه بخش تعاون، توسعه مشارکت مردم در بخش تعاون برای دستیابی به هدف‌های متعالی آن را از دو طریق عمودی و افقی تحقق‌پذیر می‌داند. وی معتقد است که در توسعه افقی بایستی به تأسیس شرکت‌های تعاونی جدید در زمینه‌هایی که توانایی‌ها و قابلیت‌های لازم در مناطق مختلف کشور وجود دارد، پرداخته شود و در توسعه عمودی از طریق سیاست‌ها و برنامه‌های مختلف حمایتی و هدایتی و از جمله روش‌های مختلف آموزشی و ترویجی نسبت به افزایش آگاهی مدیران و اعضای شرکت‌ها و اتحادیه‌ها و تشکل‌های تعاونی موجود اقدام شود و با ارتقاء کیفی فعالیت‌های تعاونی ضمن جلب مشارکت مردم به توسعه بخش تعاون و افزایش سهم آن در شاخص‌های اقتصادی کشور کمک کرد.

حیدری و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی در استان سیستان و بلوچستان، از بین متغیرهای آموزشی مؤثر بر

بهبود وضعیت مشارکت اعضاء و پذیرش مدیران نسبت به این مشارکت مؤثر باشد. آمدی و حسینی‌نیا (۱۳۸۷)، بر پایه پژوهش خود درباره نقش تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی، اطلاع‌رسانی مناسب از راه نشریات ترویجی، گسترش کار گروهی با آموزش به اعضاء، ارائه خدمات آموزشی-ترویجی را در این راستا توصیه می‌کنند. بنابر نتایج به دست آمده از پژوهش شیخی (۱۳۸۲)، بین شرکت مدیران در کلاس‌های آموزشی مربوط به قوانین تعاونی‌ها و پذیرش مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌ها توسط آنان رابطه معنی‌داری در سطح  $P=1\%$  خطا وجود دارد.

بنابراین میزان پذیرش مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌های تعاونی توسط مدیران آموزش‌دیده بیشتر از دیگران بوده است. امینی و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی که در شرکت‌های تعاونی مرغداران استانهای غربی ایران انجام دادند، نشان دادند که مهارت فنی مدیران، توجه به برنامه‌های آموزشی، کیفیت ارائه برنامه‌های آموزشی از مهم‌ترین عامل‌های مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها بوده‌اند. نجفی قرقانی و حیاتی (۱۳۸۸)، نیز در پژوهشی با عنوان بررسی کارکردهای شرکت تعاونی فرش دستباف در توانمندسازی زنان قالیباف در شهرستان فیروزآباد فارس، برگزاری کلاس‌های آموزشی در زمینه هدف‌ها، فلسفه و اصول شرکتهای تعاونی را از جمله راهکارهای مؤثر در توانمندسازی تعاونی‌های زنان قلمداد کرده‌اند.

دلیر (۱۳۸۶)، در بررسی نقش آموزش در تحقق هدف‌های تعاونی‌ها در استان تهران نشان داد بین آموزش و تحقق هدف‌های تعاونی‌ها رابطه مثبت وجود دارد. هر قدر افراد آموزش بهتری ببینند، تأثیر مثبت آن در تحقق هدف‌های تعاونی‌ها بیشتر نمایان می‌شود. بر پایه پژوهش بهویان و اولسون (۱۹۹۸)، آموزش اعضا، کارکنان و مدیران بر موفقیت تعاونی‌ها تأثیرگذار است. فلمینگ و ایمز (۲۰۰۵)، در پژوهشی نشان دادند برنامه‌های کارورزی به منظور آموزش تعاونی هم برای دانشجویان و هم برای سازمانی که در آن کار می‌کنند سودمند است.

بنابر نتایج به دست آمده از تحقیق ناصح و همکاران (۱۳۹۰)، فعالیت‌های آموزشی عامل مهمی در افزایش گرایش به فعالیت در قالب تعاونی‌ها است که در بین عامل‌های

انتخاب شدند. ابزار اصلی در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای بود که برای تدوین آن در آغاز مبنای نظری موضوع با توجه به منابع و مراجع مرتبط بررسی شد، سپس با در نظر گرفتن مطالعات و چارچوب نظری، پرسشنامه مقدماتی تنظیم شد و پس از اطمینان از روایی ظاهری و محتوایی و سنجش پایایی آن و اعمال تغییرهای لازم پرسشنامه نهایی طراحی شد.

روایی ظاهری و محتوایی ابزار تحقیق با استفاده از نظر برخی از اعضای هیأت علمی دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران و کارشناسان وزارت تعاون تأیید شد و برای سنجش پایایی آن، ۳۰ پرسشنامه (خارج از نمونه اصلی) توسط مدیران تعاونی‌های کشاورزی تکمیل و ضریب آلفای ترتیبی مربوط به بخش میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویج با استفاده از نرم‌افزار R تعیین شد.  $(\alpha=0/90)$  که برای این تحقیق ضریب پایایی مناسبی بود. پرسشنامه نهایی مشتمل بر چندین بخش بود. بخش اول و دوم مربوط به ویژگی‌های فردی، حرفه‌ای و اقتصادی پاسخگویان و ویژگی‌های کلی شرکت‌های تعاونی مورد بررسی بود.

دیگر بخش‌ها شامل ویژگی‌های اجتماعی (۹ گویه)، میزان مشارکت اعضا در شرکت تعاونی (۵ گویه)، کارآمدی مدیران تعاونی‌ها (۷ گویه)، انگیزه فعالیت در تعاونی‌های کشاورزی (۱۰ گویه)، میزان آگاهی نسبت به بخش تعاون (۱۰ گویه)، انگیزه فعالیت در تعاونی (۱۰ گویه) و نگرش نسبت به بخش تعاون توسط (۲۰ گویه) تدوین شد.

سرانجام برای سنجش میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویج (به عنوان متغیر وابسته تحقیق) در آغاز یک بررسی کتابخانه‌ای صورت گرفت، آن‌گاه یک مجموعه مشتمل بر ۹ گویه تهیه شد و مخاطبان میزان بهره‌مندی خود را از هر یک از گویه‌ها در طیف لیکرت (از هیچ، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد، در دامنه ۰ تا ۵) مشخص کردند.

پس از گردآوری و دسته‌بندی داده‌ها به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSSwin21 از آمار توصیفی و آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق به ویژه از رگرسیون ترتیبی استفاده شد.

توسعه فرهنگ تعاون وجود برنامه‌های رسانه ملی (تلویزیون) را در اولویت اول و مراکز آموزشی-ترویجی، برگزاری جشنواره تعاون، آموزش‌های مهارتی و فنی را در اولویت‌های بعدی دانسته‌اند. نتایج به دست آمده از بررسی‌های کیلسی (۲۰۰۴)، نشان می‌دهد برگزاری کارگاه‌های آموزشی در راستای آرایه‌ی خدمات ترویجی به تعاونی‌ها، منجر به افزایش مهارت‌ها و خودکارآمدی می‌شود.

به باور رودریگز (۲۰۰۳) آموزش ناکافی و ندادن آموزش‌های تخصصی از بازدارنده‌های بسیار مهم در موفقیت تعاونی‌هاست (Rodriguez, ۲۰۰۳).

محققانی چون بروینیس و همکاران (۲۰۰۱)، آقاجانی و ورزنه (۱۳۸۰)، امینی و صفری شالی (۱۳۸۱) و امینی و رضانی (۲۰۰۷) نیز بر آموزش به عنوان یکی از عامل‌های مؤثر در موفقیت تعاونی‌ها تأکید کرده‌اند.

از جمع‌بندی بررسی‌های انجام شده می‌توان چنین نتیجه گرفت که خدمات آموزشی ترویج با بهبود متغیرهایی چون آگاهی، نگرش، انگیزه و کارآمدی مدیران تعاونی‌ها و همچنین مشارکت اعضا در اداره امور تعاونی‌ها بر موفقیت تعاونی‌ها اثرگذار است. بر این پایه، یافته‌های تحقیقاتی خدمات آموزشی ترویج، علاقه افراد را برای عضویت در تعاونی برمی‌انگیزد و آنان را به فعالیت در بخش تعاون علاقه مند می‌کند. خدمات آموزشی ترویج میزان آگاهی مدیران را نسبت به مواردی چون هدف‌ها، اصل‌ها، قانون‌ها و چگونگی اداره‌ی تعاونی‌ها به عنوان یک بنگاه اقتصادی افزایش داده و نگرش آنان را نسبت به اثربخشی این بخش در اقتصاد بهبود می‌بخشد، به طوری که این مدیران در عرصه عمل کارآمدتر و مؤثرتر واقع شده و به میزان بیشتری مدیریت مشارکتی را در عمل پیاده می‌سازند و از مشارکت اعضا در اداره امور تعاونی‌ها بهره‌مند شده و در نهایت سبب پیشرفت و موفقیت تعاونی‌ها می‌شوند.

### روش‌شناسی

این تحقیق از نوع علی-ارتباطی و به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق، ۴۹۸ نفر مدیران تعاونی‌های کشاورزی استان تهران و البرز بود که با استفاده از فرمول کوکران، ۷۲ تن از آنان به روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب به عنوان نمونه آماری

### یافته‌ها

آموزشی ترویجی در آغاز نمره پاسخ‌های داده شده به ۹ گویه‌ی مربوط به این بخش، با هم جمع شدند و پس از آن میانگین و انحراف معیار محاسبه شد (میانگین =  $282/0435$  و انحراف معیار =  $40/8845$ ) و در نهایت با استفاده از روش فاصله‌ی انحراف معیار از میانگین  $ISDM^2$  میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی در چهار سطح خیلی کم (A)، کم (B)، زیاد (C) و خیلی زیاد (D)، به شرح زیر تقسیم‌بندی شدند.

A < Mean - Sd : خیلی کم  
 Mean - Sd < B < Mean : کم  
 Mean < C < Mean + Sd : زیاد  
 Mean + Sd < D : خیلی زیاد  
 Mean = میانگین  
 Sd = انحراف معیار

**جدول ۲-** پراکنش مدیران تعاونی‌های تولید بر پایه توزیع میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی

درصد انباشته	سطح	فراوانی
۲۳/۶۱	خیلی کم	۱۷
۳۰/۵۵	کم	۲۲
۲۷/۷۷	زیاد	۲۰
۱۸/۰۵	خیلی زیاد	۱۳
۱۰۰	جمع	۷۲

محاسبه ضریب تغییرات (جدول ۳)، نشان داد که مدیران تعاونی‌های کشاورزی از مشاوره‌های فردی، آموزش کارکنان، بازدید از نمایشگاه‌های مربوط به تعاونی‌های کشاورزی و معرفی کارآفرینان بخش تعاونی به ترتیب با ضریب تغییرات ۰/۴۳، ۰/۵۰ و ۰/۵۵ به عنوان اولویت‌های اول تا سوم بیشتر از دیگر خدمات آموزشی ترویج استفاده کرده‌اند و کلاس‌های آموزشی با استفاده از دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و اینترنت با ضریب تغییرات ۰/۷۱۶ و ۰/۷۱۹ در آخرین اولویت قرار گرفته‌اند و نشان‌دهنده آن است که احیاناً دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و اینترنت در این زمینه عملکرد مطلوبی نداشته‌اند.

با توجه به دست‌آوردهای تحقیق، بیشترین فراوانی مدیران تعاونی‌های مورد مطالعه از نظر سنی متعلق به طبقه ۵۱-۶۰ سال (۲۵/۷ درصد)، بود و میانگین سن مدیران ۴۲/۶۰ که جوان‌ترین آنان ۲۴ سال و مسن‌ترین آنها ۵۸ سال سن داشتند. از نظر میزان تحصیلات بیشترین فراوانی (۴۷/۲۲ درصد)، مربوط به ۳۴ نفر از مدیران بود که تحصیلاتی در سطح کارشناسی داشتند و کمترین فراوانی (۱۳/۳۸ درصد)، متعلق به مدیری بود که تحصیلاتی در سطح کارشناسی ارشد داشت. از نظر پیشینه فعالیت مدیران در شرکت تعاونی کشاورزی بیشترین فراوانی پاسخگویان مربوط به طبقه ۴-۷ سال بود. بیشترین پیشینه فعالیت در شرکت تعاونی ۲۰ سال، کمترین سابقه ۱ سال و میانگین پیشینه فعالیت در شرکت تعاونی ۷/۶ سال بود.

برابر یافته‌های پژوهش، میانگین پیشینه فعالیت شرکت‌های تعاونی‌های مورد بررسی ۸ سال بود و بیشترین فراوانی (۴۰ درصد) مربوط به تعاونی‌هایی بود که ۷-۱۱ سال پیشینه داشتند و کمترین فراوانی (۵/۶ درصد)، متعلق به تعاونی‌هایی بود که ۱۵-۱۹ سال سابقه فعالیت داشتند. میانگین شمار اعضای تعاونی‌های بررسی شده ۱۶ نفر، کمترین ۷ نفر و بیشترین شمار ۲۰۰ نفر بود. بر پایه نتایج جدول ۱ بیشترین فراوانی (۳۷/۵ درصد) مربوط به تعاونی‌های دامداری و کمترین فراوانی (۱/۴ درصد) مربوط به تعاونی‌هایی است که در زمینه شیلات فعالیت دارند.

**جدول ۱-** توزیع فراوانی شرکت‌های تعاونی بر پایه زمینه فعالیت

زمینه فعالیت	فراوانی	درصد فراوانی
زراعت	۱۵	۲۰/۸
دامداری	۲۷	۳۷/۵
باغداری	۶	۸/۳
شیلات	۱	۱/۴
گلخانه	۱۸	۲۵
سبزی‌کاری	۵	۷
	۷۲	۱۰۰

به منظور سطح بندی میزان بهره‌مندی از خدمات

## جدول ۳- رتبه‌بندی خدمات آموزشی ترویجی بر پایه میزان بهره‌مندی مدیران تعاونی‌های کشاورزی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	خدمات آموزشی و ترویجی
۱	۰/۴۳۱	۱/۷۰۲	۳/۹۴	مشاوره‌های فردی کارشناسان و مروجان کشاورزی
۲	۰/۵۰۴	۱/۶۴۴	۳/۲۶۰	آموزش کارکنان
۳	۰/۵۵۱	۱/۳۷۴	۲/۴۹۰	بازدید از نمایشگاه‌های مربوط به تعاونی‌های کشاورزی
۴	۰/۵۹۸	۱/۵۸۵	۲/۶۵۰	کارآفرینان بخش تعاونی برای آموزش مخاطبان
۵	۰/۶۳۹	۱/۵۳۵	۲/۴۰۰	همایش‌ها و گردهمایی‌های عمومی در سطوح مختلف
۶	۰/۶۶۱	۱/۶۹۴	۲/۵۶۰	شرکت در کلاس‌های آموزشی - ترویجی
۷	۰/۶۷۳	۱/۹۷۴	۲/۹۳۰	رایانه
۸	۰/۷۱۶	۱/۹۷۰	۲/۷۵۰	کلاس‌های آموزشی با استفاده از دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی
۹	۰/۷۱۹	۲/۱۶۶	۳/۰۱۰	اینترنت

همان‌گونه که در جدول ۴ دیده می‌شود، مدیران تعاونی‌های کشاورزی، به ترتیب نسبت به مدیریت تعاونی‌ها، چگونگی اداره تعاونی‌ها به مثابه یک بنگاه اقتصادی، فرصت‌های بازار و فنون بازاریابی و بازاریابی دارای بیشترین میزان آگاهی بودند، در حالی که نسبت به هدف‌های شرکت‌های تعاونی، برنامه‌های شرکت‌های تعاونی، مفاهیم و اصول کارآفرینی در تعاونی‌ها دارای کمترین میزان آگاهی بودند.

یافته‌های آمار توصیفی نشان داد که تنها ۴۴/۴ درصد از پاسخگویان در دوره‌های آموزشی آرایه شده شرکت کرده‌اند و ۵۵/۵ درصد از آنان در هیچ نوع کلاس آموزشی شرکت نداشته‌اند. هم‌چنین، بیشترین فراوانی دوره‌های آموزشی مربوط به دوره‌هایی بوده است که در رابطه با وظیفه‌ی اعضا و هیأت مدیره تشکیل شده است (۴۴/۴ درصد). در حالی که، دوره‌های مربوط به اصول و فلسفه تعاونی‌ها کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند (۲۳ درصد).

## جدول ۴- رتبه بندی زمینه های آگاهی مدیران تعاونی های کشاورزی نسبت به بخش تعاون

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	آگاهی
۱	۰/۳۰۶	۱/۴۳۲	۴/۶۸	مدیریت تعاونی‌ها
۲	۰/۳۳۵	۱/۵۳۶	۴/۵۸	چگونگی اداره تعاونی‌ها به مثابه یک بنگاه اقتصادی
۳	۰/۳۳۶	۱/۳۳۲	۳/۹۷	فرصت‌های بازار و فنون بازاریابی و بازاریابی
۴	۰/۳۶۸	۱/۴۴۷	۳/۹۳	اولویت‌ها و برتری‌های بخش تعاون
۵	۰/۴۰۰	۱/۱۶۹۰	۲۹/۱۸۰	اصول تعاونی‌ها
۶	۰/۴۱۹	۱/۵۸۵	۳/۷۸	مراحل تشکیل تعاونی‌ها
۷	۰/۴۲۶	۱/۶۷۴	۳/۹۳	چگونگی تهیه طرح‌های کسب و کار اقتصادی
۸	۰/۴۷۰	۱/۶۴۴	۳/۵۰	سازوکارهای تأمین منابع مالی طرح‌های اقتصادی
۹	۰/۴۹۶	۱/۷۰۲	۳/۴۳	قوانین و مقررات فعالیت در بخش تعاون
۱۰	۰/۴۹۷	۱/۷۵۴	۳/۳۵	انواع تعاونی‌ها
۱۱	۰/۵۸	۱/۹۳۱	۳/۲۹	هدف‌های شرکت‌های تعاونی
۱۲	۰/۶۲۹	۱/۹۷۱	۳/۱۳	برنامه‌های شرکت‌های تعاونی
۱۳	۰/۶۳۸	۱/۷۱۷	۲/۶۹	مفاهیم و اصول کارآفرینی در تعاونی‌ها



جدول ۵، نشان می‌دهد که، مدیران تعاونی‌های کشاورزی به ترتیب با نقش تعاونی‌ها در ایجاد زمینه‌های کار گروهی و همیاری بیشتر بین مردم، نقش تعاونی‌ها در افزایش فرصت‌های شغلی در جامعه و نقش تعاونی‌ها در افزایش تولید در جامعه موافقت بیشتری داشته و این مورد را در اولویت‌های يك تا سه قرار داده‌اند. اما با گویه‌های نقش تعاونی‌ها در تقویت برابری بین مردم، نقش تعاونی‌ها در پیشگیری از تمرکز ثروت در دست عده‌ای خاص، نقش تعاونی‌ها در دستیابی به عدالت اجتماعی موافقت کمتری داشته‌اند.

**جدول ۵- رتبه بندی نگرش مدیران تعاونی‌های کشاورزی نسبت به نقش تعاونی‌ها**

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	نگرش
۱	۰/۰۹۷	۰/۵۴۵	۵/۶۱	ایجاد زمینه‌های کار گروهی و همیاری بیشتر مردم
۲	۰/۱۰۹	۰/۶۰۴	۵/۵۳	افزایش فرصت‌های شغلی در جامعه
۳	۰/۱۱۴	۰/۶۴۰	۵/۶۱	افزایش تولید در جامعه
۴	۰/۱۶۹	۰/۹۰۴	۵/۳۳	کاهش فقر و تنگدستی طبقه‌های پایین جامعه
۵	۰/۱۷۵	۰/۹۰۹	۵/۱۸	جلوگیری از کار فرمای مطلق شدن دولت در اقتصاد ملی
۶	۰/۱۸۶	۰/۹۹۷	۵/۳۶	دخالت و نظارت مردم بر سرنوشت خود
۷	۰/۲۰۵	۱/۰۶۶	۵/۱۸	افزایش مشارکت مردم در امور اقتصادی
۸	۰/۲۱۶	۱/۱۳۸	۵/۲۶	یجاد اشتغال دانشجویان و دانش‌آموختگان
۹	۰/۲۲۰	۱/۱۴۶	۵/۱۹	میزان علاقه شما به فعالیت در شرکت تعاونی
۱۰	۰/۲۲۸	۱/۱۱۳	۴/۸۸	تأمین رفاه و آسایش نسبی زندگی مردم
۱۱	۰/۲۴۶	۱/۲۱۴	۴/۹۳	ظرفیت ورود بخش تعاون به فعالیت‌های کلان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۱۲	۰/۲۶۰	۱/۲۴۷	۴/۷۸	توزیع عادلانه‌تر امکانات، کالاها و ثروت
۱۳	۰/۲۶۷	۱/۲۲۹	۴/۶۰	کم شدن فسادهای اقتصادی
۱۴	۰/۲۷۰	۱/۱۳۴	۴/۱۹	میزان سودآوری شرکت تعاونی
۱۵	۰/۲۷۳	۱/۲۹۲	۴/۷۲	حذف واسطه‌ها و واسطه‌گری در جامعه
۱۶	۰/۲۸۵	۱/۴۳۸	۵/۰۴	کارایی دیدگاه تعاونی
۱۷	۰/۲۸۸	۱/۴۲۳	۴/۹۴	اهمیت دانش و توانایی اعضاء در تعاونی نسبت به سرمایه
۱۸	۰/۳۱۷	۱/۴۸۲	۴/۶۷	تقویت برابری بین مردم
۱۹	۰/۳۲۰	۱/۳۹۷	۴/۳۶	پیشگیری از تمرکز ثروت در دست عده‌ای خاص
۲۰	۰/۳۳۰	۱/۷۱۷	۵/۱۹	دستیابی به عدالت اجتماعی

به منظور تعیین عامل‌های انگیزشی مؤثری که مدیران را به فعالیت در تعاونی‌های کشاورزی واداشته است نیز، از ضریب تغییرات استفاده شد.

جدول ۶، رتبه‌بندی عامل‌های انگیزشی مؤثر بر فعالیت مدیران در تعاونی‌های کشاورزی را نشان می‌دهد. بر پایه نتایج ضریب تغییرات، از دیدگاه مدیران تعاونی‌های

**جدول ۶- رتبه بندی زمینه‌های آگاهی مدیران تعاونی‌های کشاورزی نسبت به بخش تعاون**

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	انگیزه
۱	۰/۲۵۸	۱/۲۶۹	۴/۹۰	محدودیت مالی برای سرمایه‌گذاری فردی
۲	۰/۴۱۶	۱/۶۶۶	۳/۹۹	دریافت تسهیلات
۳	۰/۴۱۹	۱/۸۷۶	۴/۴۷	درآمد بیشتر

## ادامه جدول ۶

۴	۰/۴۵۳	۱/۸۱۵	۴/۰	استقلال مالی
۵	۰/۴۶۵	۱/۹۹۶	۴/۲۹	یافتن شغل
۶	۰/۴۷۹	۱/۸۰۳	۳/۷۶۳	ایجاد اشتغال برای دیگران
۷	۰/۵۲۵	۱/۹۷۰	۳/۷۵	امکان انجام فعالیت فعلی شرکت تعاونی به صورت فردی
۸	۰/۵۵۱	۲/۰۷۳	۳/۷۶	علاقه به فعالیت‌های گروهی
۹	۰/۵۹۴	۲/۰۷۶	۳/۴۹	کمک به جامعه
۱۰	۰/۶۳۹	۱/۹۲۵	۳/۰۱	اجرای یک دیدگاه نو

نتایج محاسبه ضریب تغییرات نشان داد که اعضا به ترتیب در تصمیم‌گیری‌های مربوط به امور تعاونی کشاورزی، شرکت در نشست‌های مجمع عمومی و انتخاب هیأت مدیره بیشتر از اداره امور تعاونی‌ها و کلاس‌های آموزشی و بازدیدهای فنی مشارکت داشته‌اند.

## جدول ۷- رتبه‌بندی میزان مشارکت اعضاء در تعاونی‌های کشاورزی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	زمینه
۱	۰/۲۳۸	۱/۲۰۹	۵/۰۶	تصمیم‌گیری‌های مربوط به تعاونی کشاورزی
۲	۰/۲۸۳	۱/۳۷۷	۴/۸۶	شرکت در نشست‌های مجمع عمومی
۳	۰/۲۹۰	۱/۴۲۰	۴/۸۹	انتخاب هیأت مدیره
۴	۰/۳۰۲	۱/۴۶۹	۴/۸۵	اداره امور تعاونی‌ها
۵	۰/۴۹۳	۱/۷۶۶	۳/۵۸	کلاس‌های آموزشی و بازدیدهای فنی

جدول ۸ نیز رتبه‌بندی کارآمدی مدیران تعاونی‌های کشاورزی، در زمینه مشارکت دادن اعضا در تصمیم‌گیری‌ها، استفاده از دیدگاه‌های جدید اعضاء، حمایت مالی برای آغاز کار جدید، آینده‌نگری و تشویق اعضا به کار گروهی را نشان می‌دهد که بر این پایه به ترتیب در رتبه‌های اول تا پنجم بوده‌اند.

## جدول ۸- رتبه‌بندی میزان کارآمدی مدیران تعاونی‌های کشاورزی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	زمینه
۱	۰/۱۹۹	۱/۰۴۱	۵/۲۴	توان انجام ساعت‌های کار طولانی
۲	۰/۲۴۲	۱/۱۳۴	۴/۶۹	مشارکت دادن اعضا در تصمیم‌گیری‌ها
۳	۰/۲۹۴	۱/۳۴۲	۴/۵۶	تشویق اعضا به کار گروهی
۴	۰/۳۳۱	۱/۴۶۱	۴/۴۲	گرایش به پیشگام بودن
۵	۰/۳۵۹	۱/۵۴۲	۴/۲۹	استفاده از دیدگاه‌های جدید اعضا
۶	۰/۳۷۹	۱/۵۶۵	۴/۱۳	خلاقیت و نوآوری
۷	۰/۴۶۷	۱/۹۱۸	۴/۱۱	حمایت مالی برای آغاز کار جدید

برای پی بردن به رابطه بین دو یا چند متغیری که همزمان اندازه‌گیری شده‌اند، تحلیل همبستگی مورد استفاده قرار گرفت. با توجه به شاخص‌ها و با توجه به نوع و ماهیت مقیاس اندازه‌گیری متغیرهای مورد بررسی، برای بررسی رابطه بین متغیرها از تحلیل همبستگی اسپیرمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۹ ارائه شده‌اند. یافته‌ها گویای آن بود که بین میزان آگاهی نسبت به بخش تعاون، انگیزه عضویت در تعاونی‌ها و میزان تحصیلات با میزان بهره‌مندی از خدمات



آموزشی ترویجی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

به منظور بررسی عامل‌های تأثیرگذار بر میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی، با توجه به ترتیبی بودن متغیر وابسته از رگرسیون ترتیبی استفاده شد. پیش از تعیین اثرات هر متغیر مستقل، در مرحله نخست لازم بود مشخص شود که آیا مدل رگرسیون توانایی پیش‌بینی نتیجه را بهبود می‌بخشد؟ این کار با مقایسه یک مدل بدون هیچ‌گونه متغیر مستقل (مدل صفر) در مقابل مدل دارای همه‌ی متغیرهای مستقل انجام شد.

با توجه به داده‌های جدول ۱۰، معنی‌داری آزمون کای اسکور نشان می‌دهد که مدل نهایی نسبت به مدل پایه بهبود یافته است و متغیرها توانایی تبیین مدل را دارند.

**جدول ۹-** خلاصه همبستگی متغیرهای منتخب و میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی در تعاونی‌های کشاورزی

متغیر	r	P
سن	۰/۱۶۵	۰/۱۶۶
میزان تحصیلات	۰/۶۰۳	۰/۰۰۰
پیشینه فعالیت در شرکت تعاونی	۰/۰۸۱	۰/۴۹۱
درآمد	۰/۱۸۸	۰/۱۲۱
آگاهی نسبت به بخش تعاون	۰/۷۶۴	۰/۰۰۰
انگیزه مدیران از عضویت در تعاونی‌ها	۰/۴۶۱	۰/۰۰۰
نگرش نسبت به بخش تعاون	۰/۱۶۴	۰/۱۷۱
کارآمدی مدیران تعاونی‌ها	۰/۵۳۱	۰/۵۰۲
مشارکت اعضاء در تعاونی‌ها	۰/۱۴۷	۰/۲۱۷

**جدول ۱۰-** اطلاعات برازش مدل

مدل	-2loglikelihood	Chi-square	Sig
مدل پایه	۵۲۰/۷۶۴		
مدل نهایی	۹۵/۱۰۵	۴۲۰/۷۲۲	۰/۰۰۳

جدول ۱۱، بیانگر آنست که داده‌های مشاهده شده با این مدل رد نشده است پس می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها مدل برآورد شده تناسب دارند. از آن جا که فرض صفر در و مدل پیش‌بینی شده سازگاری دارند و مدل مناسب است.

**جدول ۱۱-** تناسب داده‌های مشاهده شده با مدل برآورد شده

مدل	Chi-square	df	Sig
پیرسون	۱۲۴/۹۶۴		
انحراف	۱۲۳/۸۲۴	۴	۰/۱

پس از بررسی برازش مدل، پارامترهای تأثیرگذار بر متغیر وابسته تخمین زده شدند. نتایج نشان دادند که از مجموع متغیرهای وارد شده پنج متغیر با احتمال بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی رابطه دارند. سه متغیر مستقل سن، سابقه فعالیت در شرکت تعاونی و کارآمدی مدیران تعاونی‌ها با احتمال وقوع بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی رابطه منفی و دو متغیر درآمد و میزان تحصیلات با این احتمال رابطه مثبت دارند (جدول ۱۲). آماره ناگل کرک نیز بیانگر آنست که پنج متغیر یاد شده توانایی تبیین ۸۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را دارند.

**جدول ۱۲-** تخمین پارامترهای تأثیرگذار بر بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی

متغیر	Estimate	SD	Wald	Sig
سن	-۱۰۸/۲۰۴	۲۸/۲۸۲	۱۴/۶۳۷	۰/۰۰۰
میزان تحصیلات	۱۰۰/۹۱۷	۳۰/۹۳۲	۱۰/۶۴۴	۰/۰۰۱
سابقه فعالیت در شرکت تعاونی	-۸۶/۴۵۰	۲۹/۴۵۸	۸/۶۱۳	۰/۰۰۳
درآمد	۲۷۳/۹۷۰	۶۶/۹۰۸	۱۶/۷۶۷	۰/۰۰۰
کارآمدی مدیران تعاونی‌ها	-۱۶۸/۷۵۹	۳۸/۸۱۵	۱۸/۹۰۴	۰/۰۰۰

Cox and Snell R<sup>2</sup>pesudo = ۰/۸۳۲      Nagelkerke R<sup>2</sup>pesudo = ۰/۸۲۷      McFadden R<sup>2</sup>pesudo = ۰/۸۳۲

موردهای آگاهی نسبت به بخش تعاون، انگیزه عضویت در تعاونی و مشارکت اعضا در اداره امور تعاونی معنی دار بوده است. تأثیر میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویج کشاورزی بر میزان نگرش نسبت به بخش تعاون و کارآمدی مدیران تعاونی‌ها، نتایج تفاوت معنی‌دار نبود که در حد خود نکته قابل توجهی برای ارایه‌دهندگان آموزش‌هاست.

به منظور تبیین تأثیر شرکت کردن مدیران تعاونی‌های کشاورزی در دوره‌های آموزشی ترویج کشاورزی بر میزان آگاهی، نگرش، انگیزه و کارآمدی آنان و مشارکت دادن اعضا در امور مربوط به تعاونی‌ها از آزمون من‌ویتنی استفاده شد. با توجه به سطح معنی‌داری آزمون می‌توان پذیرفت که تأثیر میزان شرکت در دوره‌های آموزشی ترویج کشاورزی بر میزان آگاهی نسبت به بخش تعاون فقط در

جدول ۱۳- تأثیر شرکت در دوره‌های آموزشی ترویج بر آگاهی، نگرش، انگیزه، کارآمدی و مشارکت دادن اعضا

متغیر	شرکت در دوره‌های آموزشی ترویج	میانگین رتبه‌ای	U	Sig
آگاهی نسبت به بخش تعاون	بلی خیر	۴۳/۵۶ ۲۸/۰۱	۸۹۲/۵	۰/۰۰۱
نگرش نسبت به بخش تعاون	بلی خیر	۴۰/۶۷ ۳۲/۹۷	۷۸۶/۵	۰/۱۱۹
انگیزه عضویت در تعاونی‌ها	بلی خیر	۴۶/۲۳ ۲۸/۲۷	۱۰۱۴/۰	۰/۰۰۰
کارآمدی مدیران تعاونی‌ها	بلی خیر	۳۷/۵۸ ۳۵/۵۹	۶۰۹/۵	۰/۶۶۸
مشارکت اعضا در اداره امور تعاونی‌ها	بلی خیر	۳۶/۰۲ ۳۶/۹۱	۸۴۸/۵	۰/۰۲۳

### بحث و نتیجه‌گیری

مدوام دست‌اندرکاران امور ترویج در تعاونی‌ها را در زمینه برگزاری دوره‌های آموزشی و ترغیب تعاونگران را برای شرکت در این دوره‌ها می‌طلبید. یافته‌های تحقیق گویای آن است که بیشترین فراوانی در دوره‌های آموزشی برگزار شده مربوط به وظایف اعضا و هیأت مدیره و کمترین فراوانی مربوط به دوره‌های اصول و فلسفه تعاونی‌ها بوده است. این یافته، لزوم توجه دست‌اندرکاران امر ترویج تعاون را به مقوله آشناساختن تعاونگران با فلسفه و برتری‌های تعاونی‌ها آشکار می‌سازد. نتایج تحقیق بیانگر آن است که مدیران تعاونی‌های کشاورزی، نسبت به مدیریت تعاونی‌ها، چگونگی اداره تعاونی‌ها به مثابه یک بنگاه اقتصادی، فرصت‌های بازار و فنون بازاریابی و بازاریابی دارای بیشترین میزان آگاهی و نسبت به هدف‌های شرکت‌های تعاونی، برنامه‌های شرکت‌های تعاونی، مفاهیم و اصول کارآفرینی در تعاونی‌ها

همان گونه که یافته‌های تحقیق نشان داد مدیران تعاونی‌های کشاورزی مشاوره‌های فردی کارشناسان و آموزش کارکنان تعاونی‌ها را سودمندتر از دیگر موارد تلقی نموده‌اند، لذا بر این پایه پیشنهاد می‌شود که کارشناسان ترویج در تعاونی‌ها حضور پیدا کنند و مسایل تعاونی‌ها را از نزدیک درک کرده و بر پایه نیازسنجی صورت گرفته به اعضا و مدیران تعاونی‌های کشاورزی آموزش بدهند تا تأثیرگذارتر باشند. با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق تنها ۴۴/۴ درصد از پاسخگویان در دوره‌های آموزشی ارایه شده شرکت کرده‌اند و ۵۵/۵ درصد از آنان در هیچ نوع کلاس آموزشی شرکت نداشته‌اند. این یافته نشان دهنده آنست که دوره‌های آموزشی به تعداد کافی برگزار نمی‌شود و یا در صورت برگزاری مدیران گرایش به شرکت در این دوره‌ها ندارند. برطرف ساختن این مسأله کار جدی و

مدیران تعاونی‌های کشاورزی در ابراز دیدگاه‌های جدید و خلاقانه توانایی لازم را ندارند و بیشتر گرایش به استفاده از دیدگاه‌های نو و ابتکارهای جدید اعضا تعاونی هستند. نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان داد که بین میزان آگاهی نسبت به بخش تعاون و انگیزه عضویت در تعاونی‌ها با میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. این یافته با نتایج به‌دست آمده از پژوهش فروزش (۱۳۸۴)، همخوانی دارد. اما بین نگرش نسبت به بخش تعاون و میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی رابطه‌ای به‌دست نیامده است. این نتایج بیانگر آن است که ارایه خدمات آموزشی ترویجی در صورت‌های مختلف در تشکیل و توفیق تعاونی‌ها اثرگذار بوده است. لذا لازم است که متولیان امر ترویج تعاون، خدمات آموزشی را در سطحی گسترده‌تر به مخاطبان ارایه دهند تا از این طریق از رکود و غیرفعال شدن بسیاری از تعاونی‌ها جلوگیری به عمل آورد.

بر پایه نتایج به‌دست آمده از تحلیل رگرسیون، مشخص شد که سن، سابقه فعالیت در شرکت تعاونی و کارآمدی مدیران تعاونی‌ها با میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویجی رابطه منفی و معنی‌دار و با دو متغیر میزان درآمد و میزان تحصیلات رابطه مثبت و معنی‌دار داشته است. این یافته‌ها گویای آنست که مدیران مسن‌تر، با سابقه‌تر و کارآمدتر به میزان کمتری از خدمات آموزشی ترویجی بهره می‌برند، در حالی که مدیران با سطح درآمد بالاتر و تحصیلات بیشتر به میزان بیشتری از این نوع خدمات بهره‌مند می‌شوند.

با توجه به نتایج به‌دست آمده از آزمون من‌ویتنی می‌توان پذیرفت که برابر با یافته‌های منتج از پژوهش رنجبر و منفردی‌راز (۱۳۸۶)، تأثیر میزان شرکت در دوره‌های آموزشی ترویجی بر میزان آگاهی نسبت به بخش تعاون متفاوت بوده است. افزون بر اینکه بنا بر یافته‌های منتج از تحقیق ناصح و همکاران (۱۳۹۰) و (بارت و همکاران، ۲۰۰۵)، تأثیر میزان شرکت در دوره‌های آموزشی ترویجی بر انگیزه عضویت در تعاونی‌ها نیز متفاوت بوده است. شرکت در دوره‌های آموزشی ترویجی بر مشارکت اعضا در تعاونی‌ها نیز تأثیرگذار بوده است. این یافته مؤید نتایج بررسی‌های ارفعی و همکاران (۱۳۸۸)، غیاثوند (۱۳۸۸) و شیخی (۱۳۸۲)، است. اما، در زمینه تأثیر میزان بهره‌مندی

دارای کمترین میزان آگاهی بودند. این یافته نشان می‌دهد که مدیران نسبت به مسایل اقتصادی تعاونی‌ها آگاهی کافی دارند، اما تا حدودی از ابعاد اجتماعی و فرهنگی غافل شده‌اند. در صورتی که تعاونی یک نهاد اجتماعی است و یکی از هدف‌های این نهاد برقراری عدالت اجتماعی است. از دیگر یافته‌های این تحقیق آن است که مدیران تعاونی‌های کشاورزی با گویه‌های نقش تعاونی‌ها در تقویت برابری بین مردم، نقش تعاونی‌ها در پیشگیری از تمرکز ثروت در دست عده‌ای خاص، نقش تعاونی‌ها در دستیابی به عدالت اجتماعی موافقت کمتری داشته‌اند. بر این پایه می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که مدیران تعاونی‌های کشاورزی باور چندانی به قابلیت‌ها و کارکردهای بخش تعاون در تقویت برابری بین مردم و پیشگیری از تمرکز ثروت و برقراری عدالت اجتماعی ندارند.

نتایج محاسبه ضریب تغییرات در این تحقیق نشان دادند که اعضا در تصمیم‌گیری‌های مربوط به امور تعاونی کشاورزی، شرکت در نشست‌های مجمع عمومی و انتخاب هیأت مدیره بیشتر از اداره امور تعاونی‌ها و کلاس‌های آموزشی و بازدیدهای فنی مشارکت داشته‌اند و این بدان معنی است که اعضا بیشتر خود را مقید به حضور در نشست‌های رسمی برگزار شده توسط شرکت می‌دانند، در حالی که مداخله اعضا در اداره امور تعاونی‌ها به منظور مشارکت بیشتر و شرکت در کلاس‌های آموزشی و بازدیدهای فنی جهت به روز شدن دارای اهمیت ویژه‌ای است.

بر پایه نتایج به‌دست آمده از این تحقیق در بخش کارآمدی مدیران تعاونی‌های کشاورزی، مشارکت دادن اعضا در تصمیم‌گیری‌ها، استفاده از دیدگاه‌های جدید اعضا، حمایت مالی برای آغاز کار جدید، آینده‌نگری و تشویق اعضا به کار گروهی به ترتیب در رتبه‌های اول تا پنجم قرار گرفته‌اند. این یافته گویای آن است که مدیران، مدیریت مشارکتی را در عمل پیاده می‌سازند و مدیریت مشارکتی در تعاونی برای آنان در بالاترین اولویت قرار گرفته است. همچنین از ابتکارها و نظرهای خلاقانه اعضا استقبال کرده و برای استفاده از افکار جدید از خودگرایش نشان می‌دهند. اما خلاقیت و نوآوری برای آنان در آخرین اولویت قرار گرفته است. این یافته نیز نشان می‌دهد که

تلویزیونی در این راستا سودمند و مؤثر به نظر می‌رسند. با عنایت به اینکه این تحقیق در تعاونی‌های کشاورزی فعال صورت گرفته می‌توان چنین نتیجه گرفت که خدمات آموزشی ترویجی در پیشگیری از رکود و فروپاشی تعاونی‌ها مؤثر بوده است و موجبات توسعه کیفی و موفقیت تعاونی‌ها را فراهم آورده است. بنابراین بایستی اینگونه فعالیت‌ها در سطح گسترده‌تر و با برنامه‌ریزی دقیق‌تر صورت پذیرد تا میزان انحلال تعاونی‌ها کاهش یابد. بر همین پایه پیشنهاد می‌شود، قوانین جدیدی در رابطه با دریافت مجوز ثبت تعاونی‌ها به تصویب برسند، به گونه‌ای که صدور مجوز ثبت تعاونی منوط برگذاردن دوره‌های آموزشی و ترویجی باشد، تا از ورود افراد با سطح آگاهی پایین و اندک به این بخش جلوگیری به عمل آید.

از خدمات آموزشی ترویجی بر میزان نگرش نسبت به بخش تعاون و کارآمدی مدیران تعاونی‌ها، نتایج تفاوت معنی‌داری را نشان نمی‌دهد. این یافته‌ها با نتایج بررسی‌های رنجبر و منفردی‌راز (۱۳۸۶) در مورد نگرش نسبت به بخش تعاون و بررسی‌های کیلسی (۲۰۰۸)، در رابطه با کارآمدی مدیران تعاونی‌ها مغایرت دارد. لذا، بر این پایه پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود نگرش و کارآمدی مدیران تعاونی‌ها، خدمات آموزشی ترویجی به صورت گسترده‌تر و متنوع‌تر در اختیار مدیران و اعضای تعاونی‌های کشاورزی قرار گیرد. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی، انتشار و توزیع کتاب‌ها و نشریه‌های مربوط به تعاون، معرفی تعاونی‌های موفق، ایجاد سایت‌هایی در اینترنت به منظور معرفی تعاونی‌های برتر و تولید و پخش برنامه‌های

#### منبع‌ها

- آقاجانی ورزنه، م. (۱۳۸۰). بررسی و ارزیابی فعالیت‌های شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان اصفهان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه صنعتی اصفهان.
- آگهی، ح. (۱۳۸۴). نقش دولت در مدیریت تعاونی‌ها. کنفرانس ملی تعاون، توسعه و اشتغال، یزد، اردیبهشت ۱۳۸۴، یزد، ایران.
- ارفعی، م.، شیخی، م. و حسینی، س. ف. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر در مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی در تصمیم‌گیری‌های مربوط به مدیریت تعاونی‌های کشاورزی استان تهران. سومین کنگره ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران، اسفندماه ۱۳۸۸، مشهد، ایران.
- آمدی، ا. و حسینی‌نیا، غ. ح. (۱۳۸۷). نقش تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی (مطالعه موردی تعاونی‌های کشاورزی تهران)، مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال ۱، شماره ۴، صص ۷۱-۸۳.
- امینی، ع. (۱۳۸۱). تعاون، راهی به سوی جامعه سالم، تهران: انتشارات وزارت تعاون.
- امینی، ا. م. و رمضانی، م. (۱۳۸۰). نظرات آموزشگران، رهیافتی جهت بهبود کیفیت آموزش و ارتقاء بهره‌وری آن در بخش تعاون، همایش بهبود کیفیت، ارتقاء بهره‌وری و ایجاد اشتغال و تولید در بخش تعاون، مردادماه ۱۳۸۰، تهران.
- امینی، ا. م. و صفری شالی، ر. (۱۳۸۱). ارزیابی تأثیر آموزش در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرقداران، مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، علوم آب و خاک، جلد ۶، شماره ۲، صص ۱۷-۲۸.
- تایمنی، ک. ک. (۱۳۸۵). تعیین جایگاه تعاونی‌ها در هزاره جدید، رفع بحرانها و تطابق تعاونی‌ها با شرایط جدید، تعاونی‌ها در هزاره سوم، تهران: انتشارات معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون.
- حیدری، ع؛ منصوربستانی، ر. و صدیقی، ح. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر ترویج و توسعه فرهنگ تعاون در استان سیستان و بلوچستان، نشریه تعاون، سال ۲۰، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱، صص ۵۳-۳۵.
- دلیر، م. (۱۳۸۶). بررسی نقش آموزش در تحقق اهداف تعاونی‌ها، پیک نور، سال ۱، شماره ۴، صص ۴۴-۶۵.
- رنجبر، س. و منفردی‌راز، ب. (۱۳۸۶). بررسی روش‌های آموزشی و ترویجی بخش تعاون و آرایه راهکارهای مطلوب در حوزه فعالیت اداره کل تعاون خراسان شمالی، ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، شماره ۱۹۰-۱۸۹، صص ۱۱۹-۱۱۰.
- شیخی، م. (۱۳۸۲). بررسی عوامل مؤثر در مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی، فصلنامه تعاون، دوره جدید، شماره

۱۴۶ و ۱۴۷، صص ۴۶-۴۲.  
 غیاثوند، ف. (۱۳۸۸). طراحی الگوی مدل ترویج کارآفرینی به منظور توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی ایران. (رساله دکتری)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.  
 فتحی و اجارگاه، ک. (۱۳۷۳). آشنایی با آموزش ضمن خدمت کارکنان، تهران: انتشارات وزارت آموزش و پرورش.  
 فروزش، ا. (۱۳۸۴). فعالیتهای ترویجی، ضرورتی اساسی برای جلب مشارکت مردم و توسعه بخش تعاون. کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه، اردیبهشت ۱۳۸۴، یزد.  
 مجتهد، د. (۱۳۸۱). توسعه منابع انسانی در بخش تعاون ایران و ضرورت ایجاد تحول در آن. دانش مدیریت، شماره ۵۶، صص ۸۱-۱۱۳.  
 ناصح، م، ک. قهرمانی تبریزی، و ا. شریفیان. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی‌های ورزشی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، شماره ۸، زمستان ۹۰، صص ۶۳-۵۱.  
 نجفی قرقانی، ز و حیاتی، د. (۱۳۸۸). بررسی کارکردهای شرکت تعاونی فرش دستباف در توانمندسازی زنان قالیباف در شهرستان فیروزآباد فارس، سومین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی، اسفندماه ۱۳۸۸. مشهد.

Amini, A. M. & Ramezani, M. (2008). Investigation the success factors of poultry growers' cooperative in Iran's western provinces. *World Applied Sciences Journal*, 5(1), 81-87.

Bhuyan, S. & F.Olsonm. (1998). Potential role of non-agricultural cooperatives in rural development: A report on focus group studies conducted in rural North Dakota. *Agricultural Economic Research Report*. No 383; Department of Agricultural Economics, North Dakota State University, Fargo, ND, January.

Bruynis, C., Goldsmith, P. D., Hahn, D. E. & Taylor, W. J. (2001). Critical success factors for emerging agricultural marketing cooperatives. *Journal of Cooperatives*, 16, 14-24.

Fleming, J.M. & Eames, C. (2004). The time course of learning- how does the length of the cooperative placement affect the learning experience?. Seventh annual New Zealand Association for Cooperative Education conference, Christchurch, New Zealand.

Gerges, G. & Marillia, H. (1991). Competencies for presidents of agricultural cooperatives in the state of Sao Paulo, Brazil. Administration Perceived Priority Ranking. Michigan State University, Department of Agricultural and Extension Education.

Kelsey, K. D. (2008). Do workshops work for building evaluation capacity among cooperative extension service faculty?. *Journal of Extension*, 46(6), 1-6.

Rodriguez, J. R. (2003). Education level and training of humen resource in farm cooperatives in knowledge based society: an empirical study. *Journal of Agricultural Cooperatives*, 3(2), 145-156.

## The Effectiveness of Educational Extension Services in Agricultural Cooperatives in Tehran and Alborz Provinces, Iran

F. Hashemi<sup>1</sup>, I. Malekmohammadi<sup>2</sup>, H. Movahedmohammadi<sup>3</sup>

1- S.Post- Graduate Student of Agricultural Extension, Tarbiat Modares University

2- Professor, Department of Agricultural, Extension Education, the University of Tehran and Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

3- Associate Professor of Tehran University, karaj, iran

### Abstract

The purpose of this study was to clarify the impacts of educational extension delivery in agricultural cooperatives in Tehran and Alborz Provinces. Methodologically, this research is casual-relationship survey and in terms of purpose is applied research. The statistical population study consisted of 498 managers of agricultural cooperatives in Tehran and Alborz provinces (N=498), among them 72 were randomly selected based on Cochran Formula (n=72). Validity of the questionnaire used for collecting data was approved by a panel of faculty members of Economic and Agricultural Development of the Tehran University and applying experts from ministry of cooperatives. To determine the reliability, ordinal alpha coefficient was calculated using the R software as %90. The correlation test indicated a significant correlation between awareness of cooperation sector, motivation of membership in cooperatives, and literacy with the variable of using educational extension services. In addition, applying Mann-Whitney test showed that participation in agricultural educational extension course has a statistically significant effect on awareness of the cooperation sector and motivation of membership in cooperatives.

**Index Terms:** Educational extension course, manager of agricultural cooperatives, extension educational effectiveness, agricultural cooperative.

**Corresponding Author:** F. Hashemi

**Email:** hashemifaezeh20@gmail.com

**Received:** 7/2/2015 ; **Accepted:** 26/5/2015