

بررسی میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستائی استان مازندران

حسن صدیقی^۱ و علی اصغر درویشی^۲
۱. استادیار و کارشناس ارشد، ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس
تاریخ پذیرش مقاله ۸۰/۸/۲۳

چکیده

تعاونیهای تولید روستائی زمینه های مشارکت گسترده روستائیان را در فرایند توسعه روستاها فراهم کرده و مسائل و مشکلات حرفه ای کشاورزان در زمینه های اقتصادی و اجتماعی را از طریق همیاری و اشتراک مساعی حل می کنند علی رغم نیاز به توسعه و گسترش، شرکتهای تعاونی هنوز از جایگاه شایسته ای در بخش کشاورزی برخوردار نیستند. هدف اصلی این تحقیق بررسی میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستائی استان مازندران از دیدگاه اعضاء بود، با امید به اینکه نتایج و دستاوردها این مطالعه بتواند در توسعه تعاونی های تولید مفید واقع شود. جامعه آماری این تحقیق را اعضاء شرکتهای تعاونی تولید روستائی استان مازندران که جمعاً ۲۰۰۰ نفر بودند، تشکیل دادند. تعداد ۳۲۰ نفر به روش نمونه گیری کاملاً تصادفی بعنوان نمونه های آماری تعیین گردیدند. این تحقیق به روش پیمایشی انجام شد و پرسشنامه ای جهت گردآوری داده ها تهیه شد. روائی محتوایی پرسشنامه با کسب نظرات متخصصان و اعمال اصلاحات لازم بدست آمد. آزمون پیش آهنگی برای بدست آوردن ضریب اعتبار پرسشنامه انجام شد و ضریب کرونباخ الفا بیش از ۰/۸۹ برای همه قسمت های پرسشنامه بدست آمد. میزان تحقق اهداف تعاونیها بعنوان میزان موفقیت تعاونیها در این تحقیق مورد سنجش قرار گرفت. میزان موفقیت تعاونیها به چهار سطوح ضعیف، متوسط، خوب، و عالی برآورد شد. نتایج این مطالعه نشان می دهد ۴۲/۹٪ از کشاورزان میزان موفقیت شرکتهای تعاونی را «خوب» و «عالی» و ۴۰/۹٪ از اعضاء میزان موفقیت شرکتهای را در حد «متوسط» ارزیابی کردند. میزان موفقیت تعاونیها با رضایتمندی اعضاء در این مطالعه رابطه ای معنی دار و همبستگی ای قوی ($r=0/65$) دارد. میزان مشارکت اکثریت اعضاء (۷۵/۹٪) در امور تعاونیها در حد «خوب» و «عالی» برآورد شده است. بین میزان مشارکت اعضاء و موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستائی رابطه مثبت و معنی داری مشاهده شده است. از این مطلب چنین استنباط می شود که لازمه موفقیت شرکتهای همکاری و مشارکت اعضاء در امور تعاونیها می باشد. فعالیتهای زراعی کشاورزان در قالب تعاونیها موجب دسترسی بیشتر اعضاء به ماشینهای کشاورزی شده و این امر سبب بهبود عملکرد زراعی و ارتقاء وضعیت اقتصادی آنان نیز شده است. بیش از ۷۲٪ اعضاء ابراز داشتند که در قالب تعاونیها بطور بهیسه تری مورد پوشش برنامه های آموزشی و ترویجی قرار گرفتند. نتایج این تحقیق نشان داد که برنامه های آموزشی - ترویجی نقش مهمی را در میزان موفقیت تعاونیها ایفا می کنند. رابطه معنی داری بین میزان موفقیت تعاونیها و کیفیت فعالیتهای ترویجی با همبستگی بسیار قوی ($r=0/75$) وجود دارد. رگرسیون چند متغیره نشان داد که از بین متغیرهای مستقل تحقیق، بیش از ۵۹٪ از تغییرات در میزان موفقیت شرکتهای رضایتمندی اعضاء و کیفیت فعالیتهای آموزشی - ترویجی شرکتهای تبیین می کنند. بنابراین، با معادله ای که از این متغیرها بدست آمده می توان میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستائی جامعه مورد مطالعه را تخمین زد.

واژه های کلیدی: شرکتهای تعاونی تولید روستائی، توسعه روستائی، میزان موفقیت شرکتهای رضایتمندی حرفه ای، و کیفیت فعالیتهای آموزشی و ترویجی.

مقدمه

تقریباً نیمی از جمعیت جهان در نواحی روستایی کشورهای درحال توسعه زندگی می کنند که اکثریت آنان را کشاورزان خرده پا تشکیل می دهند و معیشت آنان از طریق کشاورزی و فعالیتهای مربوط به آن تأمین می شود (۲۱). کارآیی فعالیت های حرفه ای کشاورزان خرده پا به علت عدم بکارگیری از فن آوری های نوین و ماشین های کشاورزی، بسیار پایین است. صاحب نظران معتقدند که انجام فعالیتهای حرفه ای روستائیان بر اساس همکاری و تعاون می تواند موجب ارتقاء کارآیی و بهبود وضعیت اقتصادی آنان شود (۱، ۴، ۵، ۲۱، ۲۹). در این راستا، شرکت های تعاونی تولید قادرند ناهنجاریهای ناشی از وجود قطعات کوچک، پراکنده و نامتجانس بودن زمینهای زراعی، و بسیاری از نارسایی های دیگر کشاورزان خرده پا را مرتفع ساخته و نقش مهمی را در توسعه روستاها ایفا کنند (۱۳، ۱۴، ۲۵).

رسالت مهم شرکت های تعاونی تولید ارتقاء سطح دانش روستائیان و بهبود بهره وری از منابع روستایی، جلوگیری از مهاجرت بی رویه روستائیان به شهرها، و برقراری توازن بین توسعه مناطق روستایی و شهری تعریف شده است. بدین ترتیب شرکت های تعاونی بعنوان ابزاری کارآمد و عامل بستر ساز توسعه روستایی در برنامه های کلان توسعه کشور مطرح شده اند. بخش تعاونی بعنوان یکی از سه بخش اقتصاد کشور ما در کنار بخش دولتی، و خصوصی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار است. بدون شک از جمله دلایل اهتمام قانون اساسی به نظام تعاونی را می توان ثمرات اقتصادی ناشی از ویژه گیهای نظام تعاونی، و ارزشهای والای مادی و معنوی که همانا برخورداری از روحیه تعاون، همکاری و نیز مشارکت توده های مردم در امور مربوط به خود می باشد، دانست. بدیهی است این پدیده تنها در کشورهای برخوردار از یک نظام مردمی مجال رشد و توسعه می یابد. بر اساس همین نگرش نظام جمهوری اسلامی با توجه به اهمیتی که برای حضور و مشارکت توده های مردم در تعیین سرنوشت اقتصادی، اجتماعی، و سیاسی خود قائل است، شیوه نظام تعاونی را یکی از راههای تحقق این هدف می داند. بنابراین، بسط و توسعه تعاونیهای تولید روستایی زمینه های حضور فعال و تأثیر گذار کشاورزان در توسعه روستاها و اقتصاد کلان کشور را فراهم می کند و موجب

کاهش تصدی دولت در اداره امور کشور که در برنامه های توسعه به آن تأکید شده است نیز می شوند. علی رغم نکات ذکر شده و با توجه به اینکه تعاونی های تولید و شرکت های تجاری بعنوان بهترین نظام بهره برداری در ایران معرفی شده اند (۱۶)، ولی هنوز تعاونی های تولید روستایی از جایگاه شایسته ای در بخش کشاورزی برخوردار نیستند و در زمینه ترویج و گسترش الگوی مطلوب تعاونی، تلاش های لازم و اقدامات اساسی توسط بخش های ذیربط دولتی صورت نگرفته است.

امروزه، در اکثر کشورها تعاونیهای کشاورزی در زمینه های زراعت، باغداری، دامداری، صیادی، صنایع تبدیلی فرآورده های کشاورزی، و تأمین خدمات و نهاده ها به اشکال مختلف فعالیت دارند. جامعه شناسان معتقدند، دو نیروی اصلی مانند کاربرد تکنولوژی و تجاری شدن تولیدات کشاورزی باعث تغییرات اساسی و پیدایش شکل جدید جامعه کشاورزی در کشورهای توسعه یافته شده است (۱۱، ۱۵، ۱۹، ۲۲). البته، تعاونیهای تولید در این کشورها زمانی بوجود آمدند که واحدهای بزرگ، آشکارا مؤسسات کوچک را از صحنه تولید خارج می کردند و در چنین شرایطی تولید کنندگان کوچک و متوسط به منظور تولید مشترک، تهیه مواد اولیه، بازاریابی و فروش محصولات در شکل های تعاونی جمع می شدند (۱۲، ۲۳). توسعه و گسترش تعاونیهای کشاورزی از سال ۱۹۲۴ بوسیله اتحادیه های ملی کشاورزان آغاز شد که در این خصوص فرانسه و انگلیس از بقیه کشورهای اروپایی پیشروتر بودند (۴، ۱۲). دولت ژاپن از سال ۱۹۶۱ تشکیل تعاونیها را مورد توجه جدی قرار داد و در حال حاضر انواع تعاونیهای کشاورزی در ژاپن بصورت عملیات مشترک زراعی، استفاده مشترک از ماشینهای کشاورزی، و سازمان های زراعی اشتراکی وجود دارند (۱۷). از لحاظ گسترش نهضت تعاونی در آسیا، هندوستان همواره پیشتاز بوده و مقام اول را داراست. حدود ۶۱٪ از کل تعداد اعضای شرکت های تعاونی موجود در آسیا را هندی ها تشکیل می دهند. آمارهای اتحادیه های بین المللی تعاون نشان می دهد، در سال ۱۹۹۶ تعداد تعاونیها در هندوستان بالغ بر ۴۰۰۰۰۰ واحد با عضویت حدود ۱۹۵ میلیون نفر و سرمایه در گردش ۳/۴۹ میلیارد دلار بود. در سالهای ۸۹-۱۹۸۸ از کل اعتبارات کشاورزی تأمین شده، تقریباً ۴۴٪ به تعاونیها اختصاص داشت (۲۳). مقدار ۷۸٪ از کل

- بررسی تأثیر تعاونی‌های تولید در وضعیت اقتصادی و حرفه‌ای کشاورزان؛
- تعیین میزان رضایتمندی اعضا از فعالیتهای تعاونی تولید روستایی؛
- بررسی ویژه گیهای حرفه‌ای اعضا تعاونیهای تولید روستایی استان مازندران؛
- تعیین میزان همبستگی (R²) موفقیت تعاونی‌های تولید با ویژه گیهای حرفه‌ای کشاورزان؛
- برآورد میزان مشارکت اعضا در فعالیتهای تعاونی تولید روستایی؛ و
- برآورد میزان R² از متغیرهای مستقل در رگرسیون چند متغیره که بتواند نوسانات میزان موفقیت تعاونی‌ها را تبیین کند.

مواد و روشها

این تحقیق به روش پیمایشی^۱ انجام شد و از نوع توصیفی-همبستگی میباشد. جامعه آماری این تحقیق را اعضا چهار شرکت تعاونی تولید روستایی در استان مازندران که جمعاً ۲۰۰۰ نفر بودند، تشکیل می‌دهند. از این تعداد ۳۲۰ نفر به روش نمونه‌گیری کاملاً تصادفی بعنوان نمونه‌های آماری این تحقیق تعیین گردیدند. حجم نمونه‌ها بر اساس مطالعات آماری (از منبع ۲۸) محاسبه شده است. جهت گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای در پنج بخش تهیه شد که بخش اول مربوط به ویژه گیهای حرفه‌ای اعضا و در بخش‌های دوم الی پنجم به ترتیب به سنجش میزان موفقیت تعاونی‌ها، رضایتمندی اعضا، کیفیت فعالیتهای ترویجی تعاونی‌ها، و سنجش میزان مشارکت کشاورزان در امور تعاونی‌ها اختصاص داده شد. روائی محتوایی پرسشنامه^۲ با کسب نظرات متخصصان علوم ترویج و آموزش کشاورزی، علوم اجتماعی، و توسعه روستایی و اعمال اصلاحات لازم بدست آمد. آزمون پیش‌آهنگی^۳ برای بدست آوردن ضریب اعتبار این پرسشنامه انجام شد و ضریب کرنباخ الفا در همه موارد بیش از ۰/۸۵ با نرم افزار SPSS بدست آمد. اعتبار پرسشنامه^۴ معمولاً بوسیله ضریبی که بین صفر الی ۱

تعاونی‌ها موجود در هندوستان را تعاونی‌های تولید روستایی تشکیل می‌دهند که سهم بسزایی را در اقتصاد هند ایفا می‌کنند. این تعاونیها علاوه بر اینکه در برنامه‌های مختلف و مهم زیر بنایی توسعه روستاها مشارکت دارند، در زمینه فقرزدایی و ایجاد اشتغال فعال و تأثیرگذار هستند.

در ایران، روحیه تعاون و همیاری که از دیر باز در جامعه ایرانی وجود داشته، عامل مهمی در شکل‌گیری شرکتهای تعاونی محسوب می‌شود. پس از اصلاحات اراضی، اکثر زمین‌های زراعی کشور تقسیم، خرد، و پراکنده شده که بکارگیری ماشینهای کشاورزی در این زمین‌ها بسیار دشوار بود. در سال ۱۳۴۹ با تصویب قانون تعاونی، شرکتهای تعاونی تولید روستایی به منظور تأمین مشکلات تولید روستائیان و حمایت آنان تشکیل شدند (۱۶). متعاقباً طی یک دهه قبل از انقلاب و سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تعاونیها فراز و نشیب‌هایی را طی کرده تا بالاخره در سالهای اخیر در فرایندی از رشد و توسعه قرار گرفته‌اند. مطابق آمارهای موجود از سال ۱۳۵۱ تا ۱۳۵۷ حدود ۳۹ شرکت تعاونی تولید روستایی وجود داشته و تا سال ۱۳۷۷ بیش از ۵۰۰ شرکت تعاونی تولید روستایی تشکیل شد که این شرکتهای ۱/۱۴ میلیون هکتار از اراضی کشاورزی کشور در مناطق مختلف را زیر پوشش برده‌اند (۱۶).

از اهداف مهم تأسیس شرکتهای تعاونی تولید روستایی را می‌توان استفاده بهینه از ماشینها و مکانیزاسیون، تسطیح اراضی مزروعی و یکپارچه کردن تولید، بکارگیری مؤثر از تکنولوژی‌های نوین، و حداکثر بهره‌برداری از منابع آب و خاک کشور از طریق احداث شبکه‌های نوین آبیاری ذکر کرد (۸، ۱۰، و ۱۶). بمنظور تأمین اهداف ذکر شده تعاونی‌های تولید در سراسر روستاهای کشور مشغول فعالیت هستند و علی‌رغم چالشها و محدودیتهای منابع مالی و فیزیکی، موفقیت‌های قابل توجهی نیز داشته‌اند. از آنجا که در خصوص میزان موفقیت آنان مطالعه‌ای تا کنون صورت نگرفته، این تحقیق برآن شد تا از جنبه‌های گوناگون این تعاونی‌ها را مورد ارزیابی قرار داده با امید بر اینکه نتایج حاصل این مطالعه بتواند در ترویج و گسترش تعاونی‌های تولید روستایی مؤثر واقع شود. بنابراین، هدف اصلی این تحقیق بررسی میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی در استان مازندران از دیدگاه اعضا تعریف شد و اهداف اختصاصی آن عبارتند از:

1. Survey Research
2. Content Validity
3. Pilot Test
4. Reliability

مخاطبان سازمان یافته‌ی اعضا تعاونی‌ها بسیار بالاتر است از مخاطبان غیر عضو. از آنجا که برنامه‌های آموزشی تعاونی‌ها دقیقاً بر اساس نیاز سنجی و در راستای تأمین نیازهای فنی اعضا و آشنایی آنان به تکنیک‌های نوین طراحی می‌شود، برنامه‌های آموزشی و ترویجی شرکت‌های تعاونی تولید از اثربخشی خوبی نیز برخوردار بوده‌اند. همانطور که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد کشاورزان بطور میانگین ۲/۶ قطعه زمین داشتند که مساحت کل قطعات بطور متوسط ۲/۳ هکتار بوده است. بدیهی است که مشکل کوچک بودن اراضی زراعی و پراکندگی قطعات موجب عدم بکارگیری ماشین‌های کشاورزی و نیز کاهش سطح بهره‌وری فعالیت آنان شود. تعاونی‌های تولید روستایی در جهت رفع این معضل فراگیر کشاورزان خرده پا نقش مهمی را در زمینه تسطیح اراضی، یکپارچه سازی زمین‌های زراعی کشاورزان با حفظ مالکیت‌ها، و یکپارچه سازی تولیدات کشاورزی ایفاء می‌کنند.

جدول ۱- ویژه گیهای حرفه ای اعضا شرکت‌های تعاونی تولید روستایی

استان مازندران

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	نما	مینیمم	ماکزیمم
سن	۳۲۰	۴۴	۱۴	۳۲	۱۷	۷۹
سطح سواد (سال)	۳۲۰	۶	۵	۰	۰	۱۶
میزان زمین زراعی (هکتار)	۳۲۰	۲/۳۶	۱/۹۸	۱/۵	۰/۰۵	۱۲/۳۰
تعداد قطعات زمین زراعی	۳۲۰	۲/۶۲	۱/۴۸	۲	۱	۱۱
میزان سهم اعضا تعاونی‌ها (هزار تومان)	۳۲۰	۲۸	۳	۵	۵	۳۵۰
تعداد افراد خانوار	۳۲۰	۴/۵	۲/۵	۴	۱	۱۰

میزان مشارکت اعضا در امور تعاونی‌ها

میزان مشارکت بیش از ۷۵٪ از اعضا در امور تعاونی‌های تولید روستایی استان مازندران در حد «خوب» و «عالی» برآورد شده است (جدول شماره ۲). این مطلب اهتمام اعضا را به فعالیتهای مشارکتی در روند تحقق اهداف تعاونی‌ها نشان می‌دهد. میزان مشارکت اعضا عامل مهم و تأثیرگذاری در میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی بشمار می‌رود. از این رو، در این تحقیق بین میزان مشارکت اعضا در امور تعاونی‌ها و میزان موفقیت شرکت‌ها ارتباط مثبت و معنی‌داری مشاهده شده است (جدول شماره ۵). در این خصوص تحقیقات متعددی یافته‌های

است نشان داده می‌شود (۲۷). صاحب‌نظران (۳۰)، ضریب اعتباری بین ۰/۸ - ۰/۵ را برای تحقیقات غیر تجربی قابل قبول می‌دانند. تعاونی‌ها اهداف متنوع و متعددی را در دستور کار خود دارند که در راستای تأمین نیازهای حرفه‌ای و اقتصادی کشاورزان فعالیت می‌کنند. بر اساس نظرات متخصصان و کارشناسان، میزان تحقق اهداف تعاونی‌ها در این تحقیق بعنوان میزان موفقیت تعاونی‌ها تلقی شده است. اهداف و فعالیتهای تعاونی‌ها در ۲۶ سؤال تنظیم شد و میزان تحقق از دیدگاه اعضا بطور کمی مورد سنجش قرار گرفت. پس از استخراج امتیازات نهایی، میزان تحقق اهداف تعاونی‌ها برآورد شد. نحوه تبدیل امتیازات کسب شده به چهار سطوح میزان موفقیت تعاونی‌ها شرح ذیل برآورد شد:

A = ضعیف: $A < \text{Mean} - \text{Sd}$

B = متوسط: $\text{Mean} - \text{Sd} < B \leq \text{Mean}$

C = خوب: $\text{Mean} < C \leq \text{Mean} + \text{Sd}$

D = عالی: $\text{Mean} + \text{Sd} < D$

لازم به ذکر است که در روابط بالا Mean = میانگین میزان

تحقق اهداف تعاونی‌ها و Sd = انحراف معیار از میانگین می‌باشد.

نتایج و بحث

ویژگیهای حرفه ای اعضا

اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان مازندران را عمدتاً کشاورزان برنجکار خرده‌پا تشکیل داده که بطور متوسط از ۲/۳۶ هکتار زمین زراعی برخوردارند. فعالیتهای زراعی برنجکاران بر اساس ضوابط تعاونی به صورت همکاری‌های مشارکتی انجام می‌شد که موجب کاهش هزینه‌های کارگری و ارتقاء بهره‌وری فعالیتهای آنان شده بود. میانگین سنی اعضا ۴۴ سال و سطح تحصیلات آنان در حد ابتدایی بود. علی‌رغم سطح پایین سواد، تحقیقات متعددی نشان داد کشاورزان عضو معمولاً از مهارت‌های فنی بالاتری در مقایسه با کشاورزان غیر عضو برخوردار بودند (۲، ۳، ۱۸). البته این مطلب را می‌توان متأثر از دو واقعیت دانست که در تعاونی‌های تولید روستایی اتفاق می‌افتد. اول اینکه با تعاملات نزدیکی که بین اعضا تعاونی‌ها وجود دارد تبادل آگاهی‌های فنی بین آنان بسهولت انجام می‌شود و موجب ارتقاء سطح دانش تک تک آنان می‌شود. دیگر اینکه، معمولاً بهره‌وری فعالیت‌های آموزشی ترویجی برای

روستائی استان مازندران این امکان برای آنان فراهم شد تا دسترسی بیشتری به ماشین‌های کشاورزی داشته و بطور بهینه و متناسب با فعالیتهای زراعی از ماشینهای متنوع کشاورزی استفاده کنند. تحقیقات نشان می‌دهد، با توجه به یکپارچگی اراضی و میزان متوسط بالای کاربری ماشین‌های کشاورزی در قالب تعاونی‌های تولید، عملکرد اعضاء تعاونیهای تولید از لحاظ میزان تولید، میزان مکانیزاسیون، و متوسط درآمد روستائیان در مقایسه با کشاورزان غیر عضو به میزان قابل توجهی بالاتر است و تفاوت آماری معنی داری بین آنان وجود دارد (۷، ۱۸). همانطور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، ۷۸٪ از کشاورزان اعلام داشتند که با عضویت در شرکت‌های تعاونی توانسته‌اند در هزینه‌های کل تولید صرفه جویی کنند. صاحبانظران براین عقیده‌اند که تولیدکنندگان تعاونی‌های تولید چون خود صاحبان سرمایه هستند، می‌کوشند تا محصولات خود را با کمترین هزینه و بیشترین فعالیت به بازار عرضه کنند. بدین ترتیب، مصرف‌کننده‌ها به‌مراه تولیدکننده‌گان مستقیماً از سود ناشی از کاهش هزینه‌های تولید منتفع می‌شوند (۶، ۱۵). در این مطالعه، وضعیت اقتصادی بیش از ۹۵٪ از اعضاء شرکت‌های تعاونی تولید نسبت به قبل بهبود قابل توجهی پیدا کرده است. در همین رابطه نتایج مطالعات دیگر، بهبود وضعیت اقتصادی کشاورزان عضو تعاونی‌ها را در مقایسه با کشاورزان غیر عضو مورد تأیید قرار می‌دهد (۳، ۹، ۱۸).

هدف آموزش و ترویج در تعاونیها، افزایش سطح آگاهیهای فنی کشاورزان و ترویج مناسبات صحیح فعالیتهای مشارکتی به منظور رسیدن به توسعه و سازندگی مطلوب مناطق روستایی است (۱۴). در این راستا، ترویج تلاش می‌کند تا زمینه‌های ایجاد درک و آگاهی‌های صحیح از قوانین حاکم بر تعاونی‌ها فراهم شود تا اعضاء بتوانند با استفاده درست و بهینه از مزایای تعاونی‌ها برخوردار شوند. اما، ناکافی بودن تعداد پرسنل ترویجی با تحصیلات عالی موجب می‌شود تا فرایند آموزشی ترویجی از کارایی و اثربخشی لازم برخوردار نباشد. بنابراین، هدایت برنامه‌های ترویجی از طریق کانالهای تعاونی تولید، علاوه بر اینکه میزان تماس مروج با کشاورزان را در واحد زمان افزایش می‌دهد، برنامه‌هایی متناسب با نیازهای به روز آنان ارائه می‌دهد. همچنین در این فرایند، بهره‌وری فعالیتهای ترویج و آموزش کشاورزی در خدمت‌رسانی به اعضاء تعاونی‌های تولید روستایی بطور چشمگیری افزایش می‌یابد (۱۴). بیش از ۷۲٪

این تحقیق را مورد تأیید قرار می‌دهند (۱، ۳، ۷، ۲۰). اساساً، موفقیت تعاونی‌ها در گرو موفقیت آنان در جهت جلب مشارکت روستائیان در فعالیتهای منسجم گروهی و مشارکتی می‌باشد. نیروهای پراکنده روستایی در تعاونی‌های تولید از وحدت و انسجام برخوردار می‌شوند و فرصت مناسبی پدید می‌آید تا با حفظ هویتها به مشارکت، همکاری و همیاری متقابل بپردازند. به عقیده صاحبانظران، این امر یکی از عوامل مؤثر در حل مسائل و مشکلات تولیدات کشاورزی بشمار می‌رود، و زمینه‌های مناسبی را در جهت توسعه پایدار روستاها فراهم می‌آورد (۱۶، ۲۰). نکته دیگر از مزایای فعالیت‌های گروهی و مشارکتی این است که در این نوع فعالیتهای، Senergy در جمع ایجاد شده و موجب می‌شود تا نتیجه فعالیتهای جمعی افراد بازده مضاعفی پیدا کند بطوری که از مجموع بازده تک تک افراد بیشتر باشد (۲۲).

جدول ۲- میزان مشارکت اعضاء در امور تعاونی‌ها و کیفیت

فعالیتهای ترویجی تعاونی‌ها

میزان مشارکت اعضاء		کیفیت فعالیتهای ترویجی	
فراوانی درصد	درصد تجمعی	فراوانی درصد	درصد تجمعی
ضعیف	۲۴/۱	۱۸/۴	۵۹
متوسط	۰	۳۹/۴	۱۲۶
خوب	۶۲/۵	۲۴/۷	۷۹
عالی	۱۳/۴	۱۷/۵	۵۶
جمع	۱۰۰	۳۲۰	۱۰۰

تأثیر عضویت در تعاونی‌های تولید

در همه الگوهای موفق که به توسعه کشاورزی منجر شده‌اند، تغییرات در جهت کاهش تعداد بهره‌برداران و افزایش متوسط مساحت اراضی، و شکل‌گیری نظامهای بهره‌برداری نوین متناسب با شرایط زمان صورت گرفته است. این تغییرات امکان استفاده صحیح و مناسب از ابزار و ماشینهای کشاورزی را ایجاد می‌کند و موجب ارتقاء سطح مکانیزاسیون و بهره‌وری فعالیتهای حرفه‌ای کشاورزان نیز می‌شود. یکی از اهداف تعاونی‌ها تلاش در جهت بهره‌گیری بیشتر کشاورزان از ماشینهای کشاورزی در قالب زمین‌های یکپارچه زراعی می‌باشد (۷، ۱۶). در همین راستا، بیش از ۹۸٪ از کشاورزان در این مطالعه اظهار داشتند که با عضویت در تعاونی‌های تولید

جدول ۳- تأثیر شرکتهای تعاونی تولید در وضعیت حرفه ای اعضا

جمع		مؤثر واقع شده		تأثیری نداشته		تأثیر تعاونی ها بر فعالیتهای حرفه ای کشاورزان
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۱۰۰	۳۲۰	۷۶/۲	۲۴۴	۲۳/۸	۷۶	۱) افزایش عملکرد زراعی در واحد سطح
۱۰۰	۳۲۰	۷۸/۱	۲۵۰	۲۱/۹	۷۰	۲) صرفه جویی در هزینه های کارگری
۱۰۰	۳۲۰	۹۵/۹	۳۰۷	۴/۱	۱۳	۳) بهبود وضعیت اقتصادی اعضا
۱۰۰	۳۲۰	۸۹/۴	۲۸۶	۱۰/۶	۳۴	۴) تمایل به خرید سهام و سرمایه گذاری بیشتر
۱۰۰	۳۲۰	۷۷/۸	۲۴۹	۲۲/۲	۷۱	۵) تهیه و توزیع بهینه نهاده های کشاورزی
۱۰۰	۳۲۰	۹۸/۷	۳۱۶	۱/۳	۴	۶) دسترسی بیشتر به ماشین های کشاورزی
۱۰۰	۳۲۰	۹۵/۳	۳۰۵	۴/۷	۱۵	۷) مبارزه بهینه با آفات زراعی
۱۰۰	۳۲۰	۸۲/۸	۲۳۳	۲۷/۲	۸۷	۸) احداث انبار ها و بازاریابی محصولات
۱۰۰	۳۲۰	۷۲/۵	۲۳۲	۲۷/۵	۸۸	۹) دسترسی بیشتر اعضا به توصیه های فنی
۱۰۰	۳۲۰	۸۴/۴	۲۷۰	۱۵/۶	۵۰	۱۰) توصیه به سایرین برای عضویت در تعاونیها

در حد «متوسط» برآورد کرده اند (جدول شماره ۴). از آنجا که اهداف تعاونی ها در زمینه تأمین نیازهای حرفه ای اعضا تعریف شده است، لذا از دیدگاه اعضا، تعاونی های تولید از میزان تحقق اهداف و یا عبارت دیگر، از میزان موفقیت قابل توجهی برخوردار بوده اند. تجربه شرکتهای تعاونی در کشورهای هلند، ژاپن، یوگسلاوی، و هند که در مطالعات فایبل (۲۶) گزارش شده است نشان می دهد، تعاونی ها در تحقق اهداف خود که با اهداف کلان توسعه روستاها همسویی دارند و در این زمینه، موفقیتهای چشمگیری داشته اند. در هندوستان شرکتهای تعاونی زمینه های مساعد اقتصادی را فراهم می کنند و سپس امکانات اقتصادی محلی را برای پیشرفت و تقویت توسعه اقتصادی روستاها بکار می اندازند. برنامه ریزان کشور هندوستان با این راهبرد تلاش می کنند تا توسعه روستایی کشورشان را از طریق شرکتهای تعاونی به اجرا در آورند. بررسی های ادبیاتی این تحقیق نشان می دهد تعاونی ها ضمن تلاش در جهت تحقق اهداف، تأمین نیازمندیهای اعضا، افزایش سطح تولید، اصلاح مداوم تکنولوژی، و اشتغال هرچه بیشتر روستائیان، عملاً در مسیر تحقق توسعه روستاها گام برمی دارند. البته در این خصوص شناخت قابلیت ها و نیز موانع موجود توسعه و رونق تعاونیها ضروری است تا انتظارات از تعاونیها بر اساس شرایط، و واقعیتها بصورت منطقی ابراز شود.

از اعضا در این مطالعه اظهار داشتند که با عضویت در شرکتهای تعاونی، نیاز های فنی و حرفه ای آنان بهتر از گذشته در قالب برنامه های ترویجی تأمین شده است (جدول شماره ۳). در همین زمینه، بیش از ۸۰٪ از کشاورزان کیفیت برنامه های ترویجی شرکتهای تعاونی تولید را در حد «خوب» و «عالی» ارزیابی کردند (جدول شماره ۲) که بیانگر رضایتمندی آنان از کیفیت برنامه های آموزشی و ترویجی ارائه شده، می باشد. از آنجا که برنامه های آموزشی و ترویجی ارائه شده در راستای تأمین نیاز های فنی و حرفه ای آنان بوده، بدیهی است که اعضا با انگیزه بالایی در این برنامه ها شرکت کنند و آمارهای توصیفی این مطالعه نشان می دهد اکثریت اعضا در برنامه های آموزشی و ترویجی تعاونی ها مشارکت داشته اند.

میزان موفقیت تعاونی ها و عوامل تأثیرگذار بر آن در این تحقیق بمنظور سنجش میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید، میزان تحقق اهداف از پیش تعیین شده تعاونی ها بصورت کمی برآورد شد. در این خصوص، دیدگاه های اعضا تعاونیها بعنوان بهترین و گویا ترین مرجع که مخاطبان شرکتهای بشمار می روند، مورد ارزیابی قرار گرفت. امتیازات برآورد شده مبنی بر میزان موفقیت شرکتهای از دیدگاه اعضا بطریقی که در بخش روش تحقیق شرح داده شد به چهار سطوح تبدیل شد. میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید از دیدگاه ۴۲/۵٪ از اعضا در حد «خوب» و «عالی» و ۴۰/۹٪ از اعضا این میزان را

متغیر بر اساس جدول ۶ «بسیار قوی» توصیف می‌شود. این مطلب ارتباط مستقیم برنامه های ترویجی را بعنوان عاملی تأثیرگذار بر میزان موفقیت تعاونی‌ها نشان می‌دهد. هر قدر برنامه های آموزشی و ترویجی شرکتها با کیفیتی برتر ارائه شوند، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی خواهند داشت. بعبارت دیگر، نقش ترویج در پیشبرد موفقیت آمیز اهداف تعاونی‌ها بسیار پر اهمیت و کلیدی جلوه می‌کند.

جدول ۵- ضریب همبستگی بین متغیرهای مستقل با میزان موفقیت تعاونی‌ها

میزان موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی		متغیرها
r	p	
-۰/۰۷۷	۰/۱۷۶	سن
۰/۰۵۳	۰/۳۴۹	سواد
۰/۲۲۱ ^{**}	۰/۰۰۰	میزان زمین زراعی
۰/۱۸۹ ^{**}	۰/۰۰۰	تعداد قطعات زمین زراعی
۰/۶۵۴ ^{**}	۰/۰۰۰	رضایتمندی اعضا از تعاونیها
۰/۲۲۲ ^{**}	۰/۰۰۰	میزان مشارکت
۰/۷۵۶ ^{**}	۰/۰۰۰	کیفیت فعالیتهای ترویجی
۰/۱۱۲ [*]	۰/۰۴۶	میزان درآمد سالانه
۰/۰۶۶	۰/۲۴۳	مقدار سهم در شرکت

$P \leq ۰/۰۱$ ** $P \leq ۰/۰۵$ *

جدول ۶- قراردادهای دیویس پیرامون توصیف ضرایب همبستگی

ضرایب همبستگی	شرح و توصیف
±۰/۷ و بالاتر	ارتباط خیلی قوی
±۰/۵ الی ±۰/۶۹	ارتباط نسبتاً قوی
±۰/۳ الی ±۰/۴۹	ارتباط متوسط
±۰/۱ الی ±۰/۲۹	ارتباط ضعیف
±۰/۰۱ الی ±۰/۰۹	ارتباط ناچیز
±۰/۰۸ و پایین تر	ارتباطی وجود ندارد

میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی به عنوان متغیر وابسته با متغیرهای مستقل این تحقیق (شامل سن

جدول ۴- میزان موفقیت تعاونی‌های تولید از دیدگاه اعضا

سطوح موفقیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
ضعیف	۵۳	۱۶/۶	۱۶/۶
متوسط	۱۳۱	۴۰/۹	۵۷/۵
خوب	۸۱	۲۵/۳	۸۲/۸
عالی	۵۵	۱۷/۲	۱۰۰
جمع	۳۲۰	۱۰۰	

آزمون تعیین میزان همبستگی^۱ متغیرها نشان می‌دهد، بین میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی و رضایتمندی اعضا از این شرکتها رابطه ای قوی (جدول شماره ۶) و معنی داری ($r=۰/۶۵$) وجود دارد. این دو متغیر در یک ارتباط مستقیم از یکدیگر تأثیر پذیر هستند، هر قدر اعضا نسبت به تعاونی‌ها رضایتمندتر باشند، به این معناست که شرکت‌ها در میزان تحقق اهداف خود موفق تر هستند. در این زمینه مطالعات انجام شده (۲، و ۱۰)، یافته‌های این تحقیق را تأیید می‌کند. در این تحقیق بین میزان موفقیت تعاونی‌ها و میزان درآمد اعضا ارتباط مثبت و معنی داری مشاهده شده است. هر چند که این ارتباط براساس قراردادهای دیویس (جدول ۶) ضعیف ارزیابی می‌شود، اما محققان نشان دادند، علاوه بر اینکه اعضا تعاونی‌ها از وضعیت اقتصادی بهتری برخوردار بودند، تفاوت معنی داری بین میزان درآمد اعضا تعاونی‌های تولید روستایی و غیر اعضا وجود دارد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، میزان زمین زراعی، و تعداد قطعات زمین رابطه ای مثبت و معنی دار با میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی دارند. هر چند که مطابق جداول ۵ و ۶ میزان این همبستگی‌ها «ضعیف» توصیف می‌شود. اما چنین استنباط می‌شود که هر قدر اعضا تعاونی‌ها از امکانات مادی و فیزیکی بیشتری برخوردار بودند به اقتضای امکانات خود از مزایای بیشتر تعاونی‌ها نیز منتفع شده اند و به همان نسبت بر دیدگاه‌های آنان مبنی بر میزان موفقیت تعاونی‌ها تأثیر مثبت داشته است.

نتایج این تحقیق نشان داد بین میزان موفقیت شرکتها و کیفیت برنامه های آموزشی و ترویجی رابطه مثبت، و معنی داری وجود دارد (جدول ۵). میزان همبستگی ($r=۰/۷۵$) این دو

۱. Pearson Product Moment Correlation

ارزیابی اعضاء از فعالیتهای ترویجی $X_1 =$

رضایتمندی اعضاء $X_2 =$

عدد ثابت $Constant =$

بترتیب ضرائب متغیرهای X_1 و X_2 می باشند a و b

$$Y = 7/739 + 0/446(X_1) + 0/203(X_2)$$

نتیجه گیری ها

- ۱- کشاورزان عضو شرکت تعاونی را برنجکاران خرده پا تشکیل می دهند که میانگین زمین زراعی آنان ۲/۳۶ هکتار است. این کشاورزان به موجب عضو شدن در تعاونی ها دسترسی بیشتری به ماشین های کشاورزی داشته، در هزینه های تولید صرفه جویی کرده، و همچنین عملکرد زراعی، و وضعیت اقتصادی آنان نیز بهبود یافته است.
- ۲- میزان موفقیت شرکتهای تعاونی و یا به عبارتی میزان تحقق اهداف تعاونی ها از دیدگاه اکثر کشاورزان در حد قابل قبول ارزیابی شد. ۴۲/۹٪ کشاورزان میزان موفقیت شرکتهای تعاونی را «خوب» و «عالی» و ۴۰/۹٪ از اعضاء این میزان را در حد «متوسط» ارزیابی کردند.
- ۳- بین میزان موفقیت تعاونی ها از دیدگاه کشاورزان با رضایتمندی آنان رابطه ای معنی دار و همبستگی ای قوی وجود دارد. بدین ترتیب رضایتمندی اعضاء از عامل مهم و تأثیر گذار بر میزان موفقیت تعاونی ها می باشد. از این رو میزان موفقیت بر رضایتمندی اعضاء استوار است و به مقدار قابل ملاحظه ای موفقیت شرکت های تعاونی را نیز ارتقاء می دهد.
- ۴- رابطه معنی داری بین میزان موفقیت تعاونی ها و کیفیت فعالیتهای ترویجی با همبستگی بسیار قوی (۰/۷۵) وجود دارد. بیش از ۷۲/۵٪ از اعضاء ابراز داشتند که در قالب تعاونی ها بیشتر از گذشته در برنامه های آموزشی- ترویجی شرکت کرده اند و از کیفیت این برنامه ها راضی بوده اند.
- ۵- بین میزان مشارکت اعضاء در امور تعاونی ها و موفقیت شرکتهای تعاونی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد و میزان مشارکت ۷۵/۹٪ اعضاء در امور تعاونی ها در حد «خوب» و «عالی» برآورد شده است. اساساً، موفقیت تعاونیها وابسته به مشارکت روستائیان در فعالیتهای گروهی و مشارکتی می باشد.
- ۶- رگرسیون چند متغیره نشان داد که بیش از ۵۹٪ از تغییرات در میزان موفقیت شرکتهای ترویجی را رضایتمندی اعضاء و کیفیت فعالیتهای ترویجی شرکتهای ترویجی تبیین می کند. بنابراین، با معادله ای که از این متغیرها بدست آمده می توان میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی جامعه مورد مطالعه را تخمین زد.

کشاورزان، میزان سواد، مقدار زمین تحت کشت، تعداد قطعات زمین زراعی، رضایتمندی اعضاء از تعاونیها، کیفیت فعالیتهای ترویجی، میزان درآمد سالانه، میزان مشارکت، و مقدار سهام اعضاء) که تماماً از نوع داده های نسبی^۱ هستند، در رگرسیون چند متغیره خطی^۲ به روش Stepwise با استفاده از نرم افزار SPSS مورد آزمون و تحلیل قرار گرفت. در این رگرسیون، متغیرهای رضایتمندی اعضاء از تعاونیها، و کیفیت فعالیتهای ترویجی تعاونی ها بعنوان متغیرهایی که بیشترین سهم را در میزان تغییرات متغیر وابسته (میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی) داشتند، در مدل نهایی باقی مانده و بقیه متغیرها از معادله نهایی حذف شدند. جدول شماره ۷ اطلاعات مربوط به این تجزیه و تحلیل را نشان می دهد.

جدول ۷- متغیرهای تأثیرگذار در معادله رگرسیون چند متغیره

متغیرها	B	SEB	Beta	t	Sig.
عدد ثابت	۷/۷۳۹	۰/۵۹۵		۱۳/۶۹۰	۰/۰۰۰
کیفیت فعالیتهای ترویجی (X_1)	۰/۴۴۶	۰/۰۴۲	۰/۵۸۱	۱۰/۷۴۶	۰/۰۰۰
رضایتمندی اعضاء (X_2)	۰/۲۰۳	۰/۰۴۷	۰/۲۳۳	۴/۳۱۵	۰/۰۰۰

$$R^2 = 0/595$$

متغیرهای رضایتمندی اعضاء از تعاونیها، و کیفیت فعالیتهای ترویجی به میزان ۵۹/۵٪ از تغییرات در میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی را تبیین می کنند. این مطلب نشان می دهد که متغیرها دیگری در میزان موفقیت تعاونی ها تأثیرگذار هستند که در این تحقیق شناسایی نشده و مورد بررسی قرار نگرفتند. البته، می توان سهم این متغیرهای مجهول تبیین کننده نوسانات در میزان موفقیت تعاونی ها را ۴۱/۵٪ دانست که باید در تحقیقات آتی مورد کاوش قرار گیرد. به منظور برآورد معادله تخمین^۳، با توجه به اطلاعات بدست آمده و معنی دار بودن مدل نهایی رگرسیون چند متغیره در این تحقیق (جدول ۷)، با معادله ذیل می توان میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی استان مازندران را تخمین زد.

$$Y = Constant + a(X_1) + b(X_2)$$

میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید روستایی $Y =$

1. Intervarial Data

2. Multivariate Linear Regression

3. Prediction equation

REFERENCES

مراجع مورد استفاده

۱. آهنچی، م. ۱۳۷۲. شرکت‌های تعاونی روستایی: توانایی‌ها در توسعه کشور. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۲.
۲. اثنی عشری، م. ۱۳۶۹. نقش شرکت‌های سهامی زراعی و تعاونی‌های تولید در کاربرد عوامل تولید. مجموعه مقالات دومین سمینار مشترک شرکت‌های سهامی زراعی، تعاونی‌های تولید و کشت و صنعت‌ها، وزارت کشاورزی، تهران.
۳. احمدی، م. ۱۳۷۸. بررسی عوامل مؤثر بر عضویت کشاورزان در تعاونی‌های تولید روستائی در قالب الگوی تلفیقی انتشار نوآوریها: مطالعه موردی استان فارس. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس.
۴. انصاری، ح. ۱۳۷۱. مبانی تعاون. مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.
۵. انوشیروانی، ا. ۱۳۷۲. شرکت‌های تعاونی تولید روستایی: مروری در پیشینه و نگاهی به مسائل و مشکلات. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۳.
۶. اولیائی، ا. ۱۳۶۴. تعاونی تولید و نقش آن در تولید اقتصادی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۷. بارانی، غ. ۱۳۶۹. یکپارچه نمودن اراضی کشاورزی در قالب شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در جهت کاهش مصرف آب. مجموعه مقالات دومین سمینار مشترک شرکت‌های سهامی زراعی، تعاونی‌های تولید روستایی و کشت و صنعت‌ها، وزارت کشاورزی، تهران.
۸. بی‌نام. ۱۳۷۷. قانون شرکت‌های تعاونی تولید. انتشارات وزارت کشاورزی، تهران.
۹. ترکمانی، ج. و عبدشاهی، ع. ۱۳۷۷. بررسی اقتصادی طرح محوری گندم: مطالعه موردی در استان فارس. اقتصاد کشاورزی و توسعه. سال ششم، شماره ۲۱.
۱۰. حقوقی اصفهانی، م. ۱۳۶۹. شرکت‌های مهمی زراعی و تعاونی‌های تولید روستایی و نقش آن در استفاده بهینه از منابع آب و خاک. مجموعه مقالات دومین سمینار مشترک شرکت‌های سهامی زراعی، تعاونی‌های تولید روستایی و کشت و صنعت‌ها، وزارت کشاورزی، تهران.
۱۱. رفیعی، ا. ۱۳۵۳. اصول و انواع تعاون. انتشارات دانشگاه تهران.
۱۲. قوسی، غ. ۱۳۷۰. نهضت تعاون در کشورهای در حال توسعه. (چاپ دوم) سازمان مرکزی تعاون کشور، تهران.
۱۳. صدراالشرافی، م. ۱۳۶۸. اقتصاد کشاورزی و تعاون. (چاپ دوم) انتشارات دانشگاه تهران.
۱۴. طالقانی، غ. ۱۳۷۵. نقش ترویجی شرکت‌های تعاونی روستایی در توسعه بازاریابی محصولات کشاورزی. مجموعه مقالات هفتمین سمینار علمی ترویج کشاورزی، کرمان.
۱۵. طالب بیگی، ف. ۱۳۵۰. اندیشه تعاون و تجربیات تعاونی در کشورهای در حال توسعه و ایران. انتشارات موسسه آموزش و تحقیقات تعاونی دانشگاه تهران.
۱۶. عبداللهی، م. ۱۳۷۷. نظام‌های بهره‌برداری. معاونت امور نظام بهره‌برداری وزارت کشاورزی، انتشارات وزارت کشاورزی، تهران.
۱۷. کاناژاوا، ن. ۱۳۷۴. مشکلات و سیر فعالیت‌های گروهی کشاورزی در ژاپن (ترجمه حمید موحد محمدی). مجله جهاد، شماره ۱۷۶-۱۷۷.
۱۸. کیانی مهر، ح. ۱۳۸۰. بررسی نقش شرکت‌های تعاونی تولید روستایی شهرستان سبزوار در بهبود وضعیت فنی و اقتصادی کشاورزان گندمکار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس.
۱۹. لهسایی زاده، ع. ۱۳۷۲. جامعه‌شناسی کشاورزی. انتشارات اطلاعات، تهران.
۲۰. نجاتیان، آ. ۱۳۷۸. بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت روستائیان در فعالیت‌های تعاونی‌های تولید کشاورزی در دشت قیدار استان زنجان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

21. Abdulrahman, A.H. & Smith, C. 1996. Cooperative and agricultural development. *Community Development Journal*, 31:13-19.
22. Anonoumos. 1995. Cooperatives face the future. *Rural Development*. Jan. 6th. P 14.
23. Anonoumos, 1993. Cooperative movement in India: A statistical profile. Department of Agriculture and Cooperation, Ministry of agriculture, New Dehli. P112.
24. Davis, J. A. 1971. *Elementary survey analyses*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ.
25. Fazel, M. 1980. Farm cooperation in agricultural development of Iran. M.S. Thesis. University of Illinois.
26. Fabiyi, Y.L. 1983. The adoption of cooperative structures to the development of Nigerian agriculture: The Problems of Managing Group Farming Cooperatives. *Agricultural Administration*. Vol 12: 219-235.
27. Gay, R. 1981. *Educational research: competencies for analysis and application*. Merrill Publications. Columbus, OH.
28. krejeie, R. V., & Morgan, D.W. 1970. Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. Vol. 30: p.608.
29. Lahsaeizadeh, A. 1990. Contemporary rural production cooperatives in Iran. *Annals of Public and Cooperative Economic*, 61:117-124.
30. Pedhazur, E. J. (1982). *Multiple regressions in behavioral research: Explanation and Predication*. Hoh, Reinhart & Winston, New Yourk.

An Assessment of the Success of Rural Production Cooperatives in Mazandaran Province

H. SADIGHI¹ AND A. A. DARVISHINIA²

**1, 2, Assistant Professor and M.Sc. in Agricultural Extension and Education
Tarbiat Modarres University**

Accepted Nov. 14, 2001

SUMMARY

Rural Production Cooperatives (RPC) play an important role in development of rural areas in Iran. The main purpose of this study was to determine the extent of success in four newly established RPCs in Mazandaran Province from the viewpoint of respective members. The population in the study consisted of all 2000 members of the RPCs. By a complete randomized sampling technique, 320 members of the population were chosen as sample of the study. This was a descriptive-correlational, survey research. A questionnaire was designed to gather data needed for the study. Content validity of the study was achieved by a panel of experts in the field of agricultural extension, education and rural development. A pilot study was conducted to determine the reliability of the questionnaire. A Cronbach Alpha Coefficient of more than 0.85 was achieved for all parts of the questionnaire. Experts believe that for a non-experimental study a reliability coefficient between 0.5 and 0.8 is acceptable. The findings in this study indicated that agronomic activities of the farmers through cooperatives enabled them to have a better access to agricultural machinery, which in turn brought about good economical gains to farmers as a result of better annual crop yields. Agricultural extension and education activities through cooperatives play an important role in the overall success of the RPCs. There was a statistically significant relationship between the extension program evaluation and the success of the RPCs, a very strong correlation existing between these two variables ($r=0.75$). There existed a statistically significant relationship between the success of RPCs and the professional satisfaction of members. There was a strong correlation found between these two variables ($r=0.65$). A Multivariate Linear Regression indicated that among the independent variables, professional satisfaction, and quality levels of extension programs could explain 59% of the variability in RPCs' success.

Key words: Rural Production Cooperatives, Extent of success, Participation, Extension program evaluation, Professional satisfaction.