

عنوان:

پیش شرط های ضروری جهت جلب مشارکت کشاورزان به ایجاد تشکل های تعاونی

پردیس ترابی

دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

Email: pardis.torabi@yahoo.com

تلفن همراه: ۰۹۱۵۵۰۳۱۶۶۳

علیقلی حیدری

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند، مدیر کل دفتر پژوهش و مطالعات وزارت تعاون

Email: aliheidary1345@yahoo.com

جواد محمد قلی نیا

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند، مشاور معاون وزیر تعاون

Email: mohammadgholinia@yahoo.com

• برگرفته شده از پایان نامه کارشناسی ارشد در ترویج و آموزش کشاورزی

آدرس پستی: بیرجند، انتهای خیابان آیت ا... غفاری، دانشگاه آزاد اسلامی، گروه تحصیلات تکمیلی

صندوق پستی: ۰۳۳ تلفن: ۵ - ۴۳۴۲۰۰۱ - ۰۵۶۱ فاکس: ۴۳۴۲۱۷۱ - ۰۵۶۱

چکیده

تعاون به عنوان یک راهکار استراتژیک در مبحث اشتغال و گسترش رفاه کشاورزان محسوب می شود. با نگاهی هدفمند به مولفه های اثرگذار در توسعه پایدار کشاورزی، یکی از بدیل های جلب مشارکت در محیط های روستایی، تأسیس شبکه های اجتماعی از جمله تعاونی های کشاورزی می باشد. بنابراین، جلب مشارکت افراد در ایجاد و یا عضویت در تعاونی های کشاورزی به عنوان یک برنامه محوری در نهاد ترویج کشاورزی مطرح است. اما نگرش خردگرایی محدود و عدم اعتماد، انسجام و همبستگی اجتماعی در گرایش به هم پیمانه شدن کشاورزان، توسعه تشکل های تعاونی ها را با مشکلات عدیده ای مواجه می کند. لذا بدیهی است تدوین و طراحی پیش شرط های ضروری در این زمینه، روند ترغیب گروه های هدف را به عضویت و یا ایجاد تشکل های تعاونی هموار خواهد کرد و بتبع آن زیربنای مناسبی جهت پیاده سازی دیگر برنامه های ترویجی فراهم خواهد کرد. لذا مطالعه حاضر به روش تحلیلی-مروری، ضمن بیان مفاهیم پایه و نقش مولفه های اثرگذار بر جلب مشارکت کشاورزان به تعاون گرایی، به هدف تدوین چارچوب ماهیت متغیرهای اجتماعی در ایجاد، توسعه و رشد تعاونی های کشاورزی پرداخته و ضمن توجه به پیش شرط ها و رویکردهای مشارکتی به راهکارهای ترویج مشارکت کشاورزان، به جلب مشارکت از سه بعد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جهت توسعه تعاونی ها اشاره داشته است. همچنین اجرای برنامه نیازسنجی آموزشی و توجه به غنی سازی کانال های رفتار ارتباطی و اطلاع یابی کشاورزان در زمینه مزایای تعاونی ها را به عنوان پیش شرط های ضروری در این زمینه معرفی کرده است.

واژه های کلیدی: تعاونی های کشاورزی، مشارکت، ترویج کشاورزی، سرمایه اجتماعی.

ایجاد تشکل های تعاونی در میان کشاورزان یکی از راه های نیل برای حفظ امنیت غذایی و به خصوص خوداتکایی در بخش تولید محصولات کشاورزی بوده است (فروزنده، ۱۳۸۵). این امر بدان خاطر است که تعاونی ها همواره به عنوان یکی از بخش های درآمدزا و اشتغالزای کشور جایگاه بسیار مهمی در جامعه روستایی داشته است. اما تعاونی ها نه به عنوان یک واحد اقتصادی صرف بلکه دارای ماهیت انسانی و اجتماعی نیز می باشد. ارزش این مسأله از آنجا ناشی می شود که اصل و اساس تعاونی ها بر پایه ارزشمندترین و ژرف ترین مسائل انسانی چون: ارجحیت جمعی، نفع عمومی، نیازها و اهداف مشترک، اعتماد و از همه مهم تر مشارکت اجتماعی سازنده استوار گردیده است (کارکنان نصرآبادی و نیازی، ۱۳۸۶).

براساس اصل ۴۴ قانون اساسی ایران، بخش تعاونی دومین رکن نظام اقتصادی محسوب می شود. در ایران بخش تعاونی به عنوان بخشی که زمینه ایجاد فرصت های شغلی را فراهم می کند، مورد توجه فراوان قرار گرفت. اگرچه بخش تعاونی در مجموعه قوانین و ارزش های اسلامی و ملی جایگاه ویژه ای داراست، لیکن میزان فعالیت ملی آن بخصوص در میان کشاورزان و روستاییان با وضعیت مطلوب و مورد انتظار نظام ترویج کشاورزی بسیار فاصله دارد. هر جامعه ای جهت دستیابی به نیازهای مشترک نیاز به طی مراحل رشد و تکامل فردی و مشارکتی دارد. لذا افراد زمانی دست به فعالیت های مشترک می زنند که به درجه ای از رشد و آگاهی رسیده باشند. در این راستا تعاونی نیز به عنوان یک شیوه و یک نگاه به نوع فعالیت های اقتصادی و اجتماعی در نظر دارد، با اصلاح ساختار اقتصادی و پیوند میان توانائی های مختلف به مشارکت افراد، که منشاء اثر در سه بعد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است، دست یابد (سوختانلو، ۱۳۸۷).

شرکت های تعاونی سازمان های مشارکتی هستند و نشانه مشارکت در آنها دخالت دموکراتیک اعضا در برنامه ریزی ها و تصمیم گیری های مربوطه است؛ بر همین باور نوع برنامه ریزی در شرکت های تعاونی، برنامه ریزی مشارکتی است که صفت برجسته این برنامه ها صرفاً عضو مدار یا عضو محور بودن آنهاست. اعضای شرکت های تعاونی در تمام مراحل برنامه ریزی از تصمیم گیری تا اجرا و نیز ارزشیابی فعالیت های مربوط مشارکت آشکار و داوطلبانه دارند.

نکته حائز اهمیت کمرنگ شدن ماهیت واقعی مشارکت در انواع تعاونی های نوین می باشد. مطالعات در خصوص تعاونی های سنتی نشان می دهد که تقریباً در همه جا تعاونی های سنتی در جلب مشارکت روستائیان پیروز و موفق بوده و در مقابل مشاهده می شود که تعاونی نوین در اغلب موارد با شکست مواجه بوده است (فرهادی، ۱۳۷۳).

تأسیس هر نهادی بر مبنای یک سری مزایا و ارزش هاست. در ارتباط با نهاد تعاونی سه ارزش عمده آن شامل این موارد می باشد: انجام فعالیت های اقتصادی جهت تأمین نیازها که در این راستا توسعه همکاری های اقتصادی کلید گسترش و نفوذ نهضت تعاونی جهانی محسوب می شود (طالب، ۱۳۷۹). مسئولیت اجتماعی نیز همیشه با سیاست های تعاونی در داخل تعاونی ها و همچنین در روابط آن ها با جامعه قرین است. در شرایطی که فردگرایی و اقتصاد بازار

خصوصی احتمالاً تا چند دهه دیگر به حیات خود ادامه خواهد داد، لذا ایجاد سازمان‌هایی که قادر باشند از حقوق بخش عمده‌ای از جمعیت دفاع کرده و در جهت نیازهای آن‌ها بکوشند اهمیت اساسی دارد (همان) و در نهایت مشارکت دموکراتیک قابل ذکر است که به تکیه گاه اصلی پایه‌های تعاونی‌ها است. فلسفه تشکیل تعاونی جمع کردن سرمایه‌های کوچک برای انجام کارهای بزرگ است و از این ابتکار برای رسیدن به عدالت اجتماعی استفاده می‌شود و در تعاونی‌های تولیدی چون تولیدکنندگان خود صاحب سرمایه هستند کوشش می‌کنند با کم‌ترین هزینه بیشترین فعالیت را و در جهت تأمین منفعت عمومی محصولات بیشتر و ارزان‌تری تولید نمایند و بدین ترتیب با کاهش هزینه‌های تولیدی مستقیماً به نفع تولیدکننده و مصرف‌کننده تمام می‌شود (بیک‌زاده، ۱۳۷۵).

در یک جمع بندی، با نگاهی هدفمند به فرآیند توسعه پایدار، یکی از بدیل‌های جلب مشارکت مردم تأسیس شبکه‌های اجتماعی، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های روستایی و تولیدی می‌باشد. بنابراین مبنای ایجاد تعاونی‌های روستایی، مشارکت است و هدف بخش تعاون در زمینه سازی برای مشارکت کنندگان همگان و به طور خاص تلفیق کار و سرمایه و حمایت از مشارکت افرادی بوده که با سرمایه‌های کم می‌خواهند در فعالیت‌های اقتصادی به تولید و یا عرضه خدمات در محیط‌های روستایی بپردازند، خلاصه می‌شود. در این نوع فعالیت، کشاورزان مالک ابزارهای تولیدی هستند و مستقیماً با خریداران و مصرف‌کنندگان ارتباط داشته و واسطه‌ها را حذف می‌کنند. به نظر می‌رسد مهم‌ترین مؤلفه جهت جلب مشارکت در ایجاد تعاونی‌ها، ایجاد آگاهی و نگرش مثبت در کشاورزان نسبت به هم‌افزایی منفعت در پی تعاون‌گرایی است. این امر نیازمند زمینه سازی‌های مناسب فرهنگی بوده که از دید اجرایی، در چهارچوب برنامه‌های ترویج تعاون و ترویج کشاورزی قرار گرفته است. بدیهی است که در بدو امر تشکل‌های تعاونی خود به عنوان پشتوانه‌ای نیرومند جهت دیگر تدبیرهای هدف‌مند نهاد ترویج خواهد بود.

مفهوم و ماهیت تعاون

واژه انگلیسی Cooperation که در فارسی معادل تعاون می‌باشد، کلمه‌ای است مرکب از دو بخش CO که در زبان لاتین به معنای بیشتر و یا هم به کار می‌رود و دیگری Operation که از ریشه Operie لاتین مشتق شده و به معنی عمل کردن و کارکردن است. واژه Cooperation را اولین بار رابرت آون (R.Owen) در مقابل واژه رقابت Competition به کار گرفت. سپس صاحب‌نظران و مصلحان اجتماعی این کلمه را با مفاهیم و کاربردهای متفاوتی بکار بستند تا جایی که مقوله نهضت تعاون (Cooperation Movement) و تعاونی‌گری Cooperatism در نظریه‌های اقتصادی، اجتماعی جایگاه ویژه‌ای یافت (نوروز زاده، ۱۳۸۴).

تعاون از دید جامعه‌شناسی به مفهوم همکاری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و آن به (فعالیت جمعی در جهت اهداف مشترکی اطلاق می‌گردد که توسط افرادی به صورت متحد یا جدا از هم صورت پذیرد). عمل جمعی ممکن است با (تقسیم کاری) مشابه یا متفاوت همراه باشد. تعاون از طرفی در راستای توسعه اجتماعی وسیله‌ای با ارزش برای نیل به اهداف توسعه است. تعاون یا (همکاری) از زمان‌های دورتر در میان انسان‌ها وجود داشته است. همه جوامع، اشکال مختلف همکاری سنتی را در دوره‌های متعدد تجربه کرده‌اند و بسیاری از مشکلات و معضلات زندگی را که به

صورت فردی قابل حل و رفع نبوده است، مرتفع ساخته اند و نهایتاً بسیار از نیازها و ملزومات حیات فردی و جمعی را به دست آورده اند. همکاری یا تعاون به معنای حضور جمع در انجام امور مشترک به منظور رفع نیازها و مشکلات گروهی از طریق یک کاسه کردن امکانات فردی است. تعاون در مفهوم کلی به معنای با هم کار کردن برای رسیدن به یک هدف مشترک، ریشه در تاریخ زندگی بشر دارد.

اتحادیه بین المللی تعاونی (I.C.A) تعاونی را چنین تعریف می کند (ساعدی، ۱۳۸۴):

تعاونی تشکلی مستقل و متشکل از افرادی است که به طور داوطلبانه برای تأمین نیازهای مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضاء تشکیل یافته، فعالیت خود را با مشارکت و مدیریت دموکراتیک و با بکارگیری اصول و تفکر تعاون به اجرا در می آورد. یا به عبارت دیگر، شرکت تعاونی شرکتی است که از اشخاص حقیقی یا حقوقی، که به منظور رفع نیازمندی های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضاء از طریق خودیاری و کمک متقابل و همکاری آنان مطابق اصولی که در این قانون مطرح است، تشکیل می شود.

از لحاظ مفهومی، تعاونی شرکتی است که از مشارکت داوطلبانه اشخاصی با نیازهای مشترک تشکیل می شود که به تنهایی توانایی رفع آن نیاز را ندارند. در مورد مدیریت در تعاونی قدرت از پایین به بالا اعمال می شود. عالی ترین مقام مدیریتی در شرکت مدیر عامل است که توسط هیأت مدیره انتخاب شده و در ضمن اعضاء هیئت مدیره نیز توسط مجمع عمومی عادی تعیین می شود. بازرسان نیز مسئولیت نظارت بر شرکت و رسیدگی به تخلفات هیئت مدیره را به عهده دارند. مسئولیت اعضاء محدود به سهام آنان است و انواع معاملات و اعتبارات و خدمات شرکت برای هر عضو متناسب با میزان سهام یا فعالیت های کشاورزی آنها معین می شود. در مورد نحوه عضوگیری، مسئولیت و تصمیم گیری با اعضاء هیئت مدیره است و برای کسانی که به تمام یا قسمتی از خدمات مشترک نیازمند باشند آزاد است و خروج از آن نیز در هر وقتی اختیاری است (طه و همکاران، ۱۳۷۹).

بطور کلی تعاونی ها مبتنی بر ارزش های اجتماع، خودیاری، مسئولیت پذیری متقابل، کیفیت، عدالت، خدمت و پایداری می باشند. این شرکت ها در تمامی فعالیت های شان صداقت، درستکاری و مسئولیت پذیری را مدنظر قرار می دهند (Davis, 1997).

در باب تعاون و تعاونی ها از سوی صاحب نظران در دیدگاه ها و مکاتب مختلف علوم اجتماعی تعاریف متعددی عنوان شده است که در زیر به چند نمونه از آنها اشاره می شود :

- تعاون به معنی همکاری به منظور تأمین سعادت یا منافع متقابل است (آبوتز، ۱۳۴۸).

- تعاون را اغلب مترادف با «همیاری» دانسته اند. همیاری یعنی همدیگر را یاری دادن و توفیق خود را در گرو موفقیت دیگران دانستن (طالب، ۱۳۸۴). همانطور که از تعاریف فوق نتیجه گرفته می شود، اصل و اساس تعاونی ها بر همکاری، مشارکت اجتماعی، نفع عمومی، ارجحیت جمعی، نیازها و اهداف مشترک و اعتماد و روابط اجتماعی متقابل که جملگی از عناصر و نتایج سرمایه اجتماعی می باشند، بنا شده است.

جایگاه مشارکت در تشکل های تعاونی

مفهوم مشارکت قدمتی به درازای تاریخ زندگی اجتماعی بشر دارد که در طول حیات طولانی خود روند تکامل و دگرگونی را پشت سر گذاشته و به اقتضای شرایط زمانی و مکانی خود تعاریف مختلفی به خود دیده است. کائوتوری اعتقاد دارد که مشارکت به قدمت تاریخ بشری پیشینه دارد چرا که نظر و عمل مشارکت در بطن هر جامعه و در مفاهیمی چون دلبستگی، اتحاد، همکاری، انجمن و مانند آن‌ها نهفته است و از قدیم شالوده پیدایش اجتماعی - انسان شناختی نوع بشر تلقی شده است (اکبری، ۱۳۸۳). واژه مشارکت معادل واژه «participation» لاتین است که از حیث لغوی به معنای درگیری و تجمع برای منظور خاص می‌باشد. در فرهنگ بین‌المللی و بستر معانی زیر برای اصطلاح «participation» آمده است: عمل یا وضعیت شرکت جستن، بهره‌وری در چیزی، مشارکت بر اساس رابطه خویشاوندی که بیش از یک نفر در آن شرکت داشته باشند (اکبری، ۱۳۸۳). به نظر حال تعارض بین دیدگاه‌های عمل‌گرایانه و دیدگاه‌های عمدتاً فلسفی از مشارکت موجب شده است که مفهوم مشارکت تبدیل به یک مفهوم چند وجهی شود و در طی زمان با معنای متفاوتی هویدا شود (از کیا و غفاری، ۱۳۸۳).

به دلیل همین پیچیدگی است که تعریف واحدی از مفهوم مشارکت نمی‌توان یافت که همه صاحب‌نظران روی آن توافق داشته باشند، لذا تعاریف گوناگونی از مشارکت در حوزه‌های مختلف علوم انسانی وجود دارد که به ذکر تعدادی از آن‌ها مبادرت خواهیم کرد: سازمان بین‌المللی کار (I.L.O) مشارکت را سهم افراد یا گروه‌های سازمان یافته و جمعیت فعال، از لحاظ اقتصادی در تسریع اقتصادی و اجتماعی بیان می‌نماید (اکبری، ۱۳۸۳).

تعدد و گستردگی سازمان‌های محلی و غیر دولتی در یک جامعه، شاخص و بیانگر وجود مشارکت اجتماعی در آن جامعه است؛ تا جایی که جامعه‌ی مدنی به واسطه‌ی بسط و گسترش مشارکتهای اجتماعی و نهادهای مدنی تعریف می‌شود. نهادهای مدنی، تشکل‌هایی مردمی و غیر دولتی هستند که در حد فاصل توده‌های مردم با دولت وجود می‌آیند و بخشی از مردم را برای دست‌یابی به هدفی مشخص، و در یکی از حوزه‌های اجتماعی سازماندهی می‌کنند. دامنه فعالیت این نهادها که به منظور مشارکت سازمان یافته‌ی مردم تشکیل می‌گردند بسیار گسترده است. اتحادیه‌های صنفی، احزاب سیاسی، بنگاه‌های اقتصادی خصوصی، شرکت‌های تعاونی، گروه‌های هنری، مطبوعات، موسسات خیریه و حتی اجتماعات محلی مشتمل بر ساکنان یک خیابان و محله می‌توانند مثال‌هایی از نهادهای مدنی باشند (از کیا و غفاری، ۱۳۸۳).

بنابراین مشارکت اجتماعی را می‌توان فرایند سازمان یافته‌ای دانست که از سوی افراد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص به منظور سهیم شدن در منابع قدرت انجام می‌گیرد. شهود چنین مشارکتی، وجود نهادهای مشارکتی چون انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمان‌های محلی و غیر دولتی است (همان).

همچنین در تعریف مشارکت گفته شده: «مشارکت مردمی به معنای کوشش و تلاش جمعی در یک چارچوب سازمانی است که اعضا با ائتلاف منابع در صدد دستیابی به اهداف خودشان هستند. در نتیجه، مشارکت فرایندی فعال است که هر یک از مشارکت‌کنندگان به واسطه اندیشه، تأمل و نظارت فعالشان به اقدام و عمل مشارکتی ترغیب می‌شوند». او در بیان مفاهیم کلیدی این تعریف به موارد زیر اشاره می‌کند (از کیا و غفاری، ۱۳۸۳):

- مشارکت، فعالیت سازمان یافته از طرف مردم متحد و متجانس است که واحد اولیه آن را متقاعد شدن افراد به کنش جمعی تشکیل می‌دهد؛

- مبادرت به کنش و عمل جمعی؛

- تفکر و تأمل مستقیم نسبت به کارها و فعالیت‌ها؛

- نظارت بر فرایند مشارکت.

یونسکو نیز مشارکت را فرایندی برای خود آموزی اجتماعی و مدنی؛ حق بشر و پیش شرط توسعه می‌داند و معتقد است توسعه باید از مردم و از آنچه می‌خواهد و از آنچه می‌اندیشند و باور دارند آغاز شود (اکبری، ۱۳۸۳).

مؤلفه های اثرگذار بر جلب مشارکت کشاورزان جهت ایجاد تشکل های تعاونی

(۱). تقویت روحیه مشارکتی تولیدی-اقتصادی و تحدید خردگرایی محدود در کشاورزان

توسعه روحیه مشارکتی تولیدی-اقتصادی و روح همکاری در کشاورزان نیازمند بکارگیری برنامه های ریشه ای نهاد ترویج کشاورزی و ایجاد زیرسازهای فرهنگی- اقتصادی کشاورزان خواهد بود. کشاورزان بایستی در بدو امر منافع حاصل از ایجاد نهاد مشارکتی را به وضوح لمس نمایند و به عبارتی نگرش خردگرایی محدود آنها به خاموشی بگراید. البته نهاد ترویج کشاورزی و تعاون برای حاکم کردن این روحیه در میان کشاورزان می‌بایست موانع زیادی را از سرراه بردارند. این موانع غالباً ریشه در ساختار سنتی قدرت در محیط های کشاورزی و همچنین باورها، فرهنگ و ... داشته که هر کدام از این عوامل در جلوگیری از پیدایش واقعی فرهنگ مشارکتی مؤثر هستند.

(۲). ایجاد ضمانت ها و پشتیبانی های مالی برای حمایت از ایجاد تشکل های تعاونی محلی

ایجاد ضمانت و پشتیبانی، زمینه گرایش به ریسک را در کشاورزان افزایش خواهد داد و تمایل آنان را جهت مشارکت جهت ایجاد تشکل های تعاونی افزایش خواهد داد.

(۳). جلب حمایت رهبران قدرتمند محلی در محیط های روستایی

یکی دیگر از عوامل مؤثر در جذب کشاورزان جهت مشارکت در تأسیس یا توسعه تعاونی‌ها، وجود رهبران قدرتمند و صاحب نفوذ در مناطق محلی روستایی است. رهبران محلی به عنوان یک کانال ارتباطی بین مردم و به خصوص افراد و سطوح بالاتر تصمیم‌گیری می‌باشند. نقش آنها در وارد کردن مردم به طور فعال در برنامه‌ریزی و مدیریت پروژه‌های توسعه اگر بیشتر از مقامات محلی نباشد، در سطح آنهاست. درجایی که ساخت قدرت محلی نسبتاً از تساوی بیشتری برخوردار باشد، رهبران محلی می‌توانند به دنبال افزایش مشارکت بیشتر افراد باشند. برای اینکه اجتماع محلی نقش مشارکتی بیشتر و مفیدتری ایفا کنند، تشکیلات محلی روستایی باید مورد توجه قرار گرفته و حمایت شوند. در این بین وجود رهبران مقتدر و فعال برای این تشکیلات لازم و ضروری می‌باشد. اجتماع محلی متفرق و فاقد تشکیلات رهبری، مثلاً یک شورا با عنوان شورای عمران و توسعه محلی، قطعاً قادر نخواهد بود در امر مشارکت موقرافتد، یا از

توان خود به درستی بهره گیرد. محله‌ای که سازمان یافته‌تر است جهت مشارکت در امور عمرانی و توسعه‌ای آماده‌تر است. این امر از چنان اهمیتی برخوردار است که می‌توان گفت، با وجود ریش سفیدان محلی، وجود یک ساخت رهبری که با انتخاب ساکنان و دخالت ارشاد گونه نهادهای دولتی صورت گرفته است می‌تواند در امر مشارکت بسیار مؤثر و مفید واقع گردد. ساخت رهبری آن اندازه ارزشمند است که باید به منزله اجرایی اداری رسمیت یافته و مورد تأیید قرار گیرد (سوختانلو، ۱۳۸۷).

(۴). حمایت و بهره‌گیری از دیگر نهادهای بومی منطقه جهت ایجاد زمینه برای توسعه تشکل‌های تعاونی

یکی دیگر از عوامل مؤثر در جلب مشارکت و همیاری روستاییان در زمینه‌های مختلف، وجود فرهنگ سنتی مشارکت و روح جمعی حاکم بر جامعه مشارکت کننده است. چنین روحیه‌ای زمانی به منصف ظهور خواهد رسید که دارای تاریخی و قدمت طولانی در عرصه زندگی در دسترس و قابل لمس افراد باشد و افراد در زمان‌های طولانی مزه شیرین روحیه همکاری و مشارکت در کارها را چشیده، و آن را نهادینه کرده باشند. تنها در سایه چنین روحیه‌ای است که جلب مشارکت و همکاری مؤثر آنها نتیجه منطقی و مطلوب به همراه خواهد داشت. برای رسیدن به نتایج و اهداف، مروجان تعاون و کشاورزی می‌بایست اهمیت نهادهای بومی و محلی کشاورزان را تقویت کنند و به جای ایجاد چند مؤسسه تحت سرپرستی دولت، این نهادهای سنتی را به شکل امروزی سازماندهی و مرمت کنند. با انجام این کار، شکستهای سازمان‌های دولتی در جلب مشارکت و واکنش عمومی که تا حدی مربوط به اختلاف سنتی و فرهنگی روستاییان با مسئولان امور و بی‌میلی ایشان نسبت به مخالفت یا موافقت با این راهکارها بود تکرار نمی‌شود. اگر این تشکل‌های مشارکتی از بطن جامعه برخاسته باشد، سنت‌ها و فرهنگ سنتی نه تنها بازدارنده نیستند بلکه تقویت کننده مشارکت مردمی نیز خواهند بود. به همین دلیل در بعضی موارد، ایجاد نهادهای مدرن و تکنولوژیهای غربی توانسته‌اند تحرکی در جامعه کشاورزان برای مشارکت ایجاد کنند، در حالیکه برعکس نهادهای بومی توانسته‌اند کشاورزان را به تحرک وادارند که در طرح‌ها مشارکت کنند.

(۵). پذیرش و هدایت تنوع افکار در بین کشاورزان

یکی دیگر از عوامل مؤثر در جلب کشاورزان در طرح‌های ایجاد تشکل‌های مشارکتی، پذیرش این اصل است که همه مردم مانند هم فکر نمی‌کنند. یعنی اینکه افراد در دیدگاهها و رویکردهای هم سهیم و شریک نیستند. لذا بایستی به تمام مردم که طرح‌های توسعه و مشارکتی برای آنها اجراء می‌شود، فرصت حضور در طرح‌ها و بیان نظراتشان را بدهند. با این کار هم انگیزه آنها را برای حضور مؤثرتر و مفیدتر در طرح‌ها افزایش می‌یابد و هم اعتماد به نفس آنها در بیان نظراتشان افزایش می‌یابد.

(۶). ایجاد سیستم نظارت و کنترل از طرف خود افراد مشارکت کننده (عضو).

یکی دیگر از عوامل زمینه‌ساز مشارکت مؤثر در مردم، وجود سازوکار نظارتی و بازخوردی مناسب به کشاورزان است. پذیرش نظارت کشاورزان در طرح‌های تشکل‌های تعاونی به این مفهوم است که مردم عملکرد طرح و مجریان

آنرا در دستیابی اهدافی تعیین شده سنجیده و اگر خطایی در طول مسیر اجرای طرح واقع شده است، برطرف کنند. به دلیل اینکه افراد عضو از محیط و امکانات محله خود مطلع تر هستند، این فرایند نظارت و ارزشیابی می تواند موقر واقع گردد. علاوه بر این، باعث تقویت انگیزه افراد در همکاری و مشارکت در طرح‌ها می‌شود. نکته حایز اهمیت آن است که باعث جلب اعتماد کشاورزان جهت مشارکت در تشکل های تعاونی خواهد شد.

(۷). ارایه آموزش های جامع و لازم در زمینه مزایا و چگونگی ایجاد تشکل های تعاونی

آموزش و ترویج یکی از شیوه های پایدار در پیشبرد نظام اجتماعی و اداری بوده و در این زمینه نقش بسیار حساسی دارد. تجربه نشان داده است که هر پدیده اجتماعی بدون امر آموزش نمی تواند نقش کاربردی و مؤثری را به عهده گیرد و در این میان آموزش می تواند به پیشبرد پدیده ها و تکنولوژی ها و استفاده بهینه از امکانات بالقوه سرعت بیشتری داده و فراگیری گسترده تری را بر عهده گیرد. امروزه آموزش و ترویج به عنوان یکی از ارکان مهم پایه ریزی، رشد و گسترش تعاونی ها محسوب می شوند. بررسی های به عمل آمده نشان می دهد یکی از عوامل مهم در تعاونی های موفق، توجه دست اندرکاران و برنامه ریزان به مسأله آموزش و ترویج بوده است (اشراقی، ۱۳۷۸). همچنین می‌بایست آگاهی‌های لازم در زمینه اهداف طرح و شمول دربرگیرنده طرح در اختیار کشاورزان و روستاییان قرار گیرد. فن آوری اطلاعات یکی از عمده‌ترین عواملی است که مشارکت را ممکن می‌سازد. اطلاعات سبب می‌شود که افراد فکر کنند، تصمیم بگیرند و به حل مشکلات بپردازند(همان). برای موفقیت طرح‌ها و همچنین رسیدن به اهداف موردنظر، قراردادن اطلاعات طرح‌ها و آگاهی دادن به افراد ضروری است، این کار موجب جلب همکاری آنها در طرح‌ها شده انگیزه مشارکت را در آنها افزایش می‌دهد. همچنین روند نظارت و ارزشیابی از طرح را بوسیله افراد عضو مهم‌تر می‌کند.

(۸). استمرار و پیگیری امر مشارکت کشاورزان در ایجاد تشکل های تعاونی

یکی دیگر از عوامل مؤثر در جلب مشارکت کشاورزان جهت ایجاد تشکل های تعاونی، استمرار و تقویت حرکت‌های آنها و سازمان‌های در ارتباط با آنها است. همانطور که می‌دانید مشارکت کشاورزان یکی از شاخص‌های برجسته در توسعه کشاورزی است. اگر این اصل را که مسایل و مشکلات جوامع به طور مداوم و در هر زمان به اشکال متنوع و متناسب با شرایط زمانی و مکانی هر منطقه ظهور و بروز می نماید را بپذیریم، بنابراین می‌بایست ضرورت حضور کشاورزان به عنوان یک جریان مداوم و مستمر احساس شود. به بیان دیگر آرایش و سازماندهی گروه‌های مردمی و محلی، حمایت و پشتیبانی از این گروه‌های مردمی باید به عنوان یک ضرورت دیگر تلقی گردد و در جریان زمان تقویت و تکامل یابد

(۹). تقویت مؤلفه های سرمایه اجتماعی در میان کشاورزان منطقه

ایجاد سطح بالای سرمایه اجتماعی بین گروه های کشاورزان و روستاییان ممکن است آن‌ها را از ساخت‌دهی مجدد شبکه‌های شخصی و انفرادی آن‌ها (با توجه به تعاملات اجتماعی) برای دستیابی به سطح مناسبی از هماهنگی و

انسجام باز دارد (Greve & Dag, 2006)، لذا به نوعی گرایش محسوسی جهت یک کاسه کردن منافع خود با دیگر افراد می یابند.

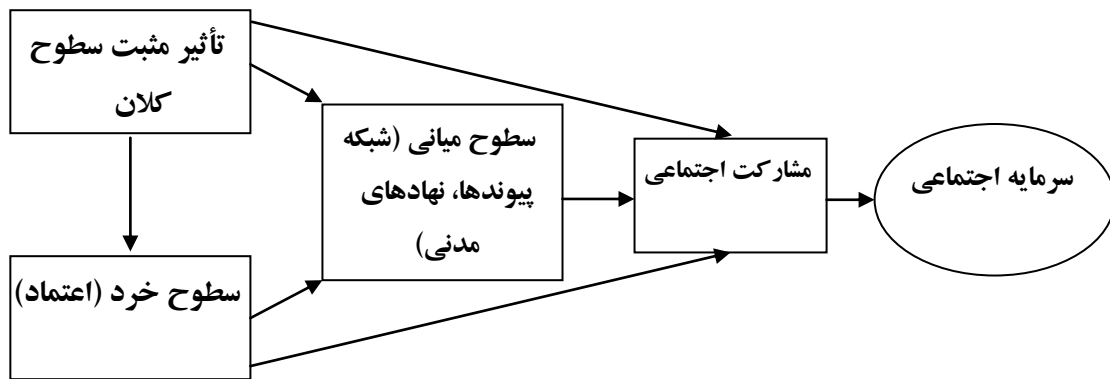
(۱۰). حمایت و پشتیبانی اقتصادی و حقوقی دولت

احساس مسئولیت امری ذاتی نیست؛ بلکه این نظام اجتماعی و دولت حاکم است که افراد را مسئول بار می آورد. به همین منظور جهت جلب مشارکت کشاورزان و روستاییان در ایجاد تشکل های تعاونی، آنان بایستی در شرایطی برابر در تصمیم گیری شرکت نمایند و ارگان های رسمی از لحاظ مالی، باید آنها را مورد حمایت قرار دهند. امور تعاونی ها باید به ساده ترین و گسترده ترین سطح انسانی که کاملاً قادر به انجام امور مذکور است واگذار شود و این سطح از خانواده آغاز می شود (عفتی، ۱۳۷۱).

ماهیت متغیرهای اجتماعی در ایجاد، توسعه و رشد تعاونی های کشاورزی

متغیرهای اجتماعی مطرح در ایجاد و توسعه تعاونی ها (مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام و همبستگی اجتماعی، آگاهی اجتماعی و ...) همه تحت عنوان اصطلاح سرمایه اجتماعی (Social Capital) خلاصه می شود. سرمایه اجتماعی عنصری مطلوب برای انجام همکاری های درون گروهی است و هر چه میزان آن بالاتر باشد دستیابی گروه به اهداف خود با هزینه کمتری انجام می گیرد. اگر در گروهی به سبب نبود ویژگی هایی مانند اعتماد و هنجارهای مشوق مشارکت و سرمایه اجتماعی به اندازه کافی فراهم نباشد، هزینه های همکاری افزایش خواهد یافت و تحقق عملکرد، بستگی به برقراری نظام های نظارتی و کنترل پر هزینه پیدا خواهد کرد. در مقابل، وجود سرمایه اجتماعی به میزان کافی و مناسب، سبب برقراری انسجام اجتماعی و اعتماد متقابل شده و هزینه های تعاملات و همکاری های گروهی کاهش می یابد و در نتیجه عملکرد گروه بهبود می یابد (شاه حسینی، ۱۳۸۱).

روابط اجتماعی مبتنی بر اعتماد و شبکه های متراکم تعامل و هنجارهای مشوق عمل جمعی نیز توانایی تسهیل تولید و دستیابی به هدف را دارند. تفاوت سرمایه اجتماعی، با دیگر سرمایه ها این است که این شکل از سرمایه حاصل روابط و تعاملات اجتماعی مبتنی بر اعتماد و مشارکت اعضای گروه های اجتماعی است. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی متعلق به گروه هاست و نه افراد و به شکل عینی و فیزیکی وجود ندارد. تفاوت دیگر این است که سرمایه اجتماعی هرچه بیشتر مصرف شود افزایش خواهد یافت و در صورت عدم مصرف رو به کاهش و نابودی خواهد گذاشت. لذا مطابق شکل (۱) مشارکت اجتماعی به عنوان یک عنصر اصلی در مدل سرمایه اجتماعی مطرح بوده است (همان).



شکل (۱) - مدل سرمایه اجتماعی

مزایایی که توجه به توسعه متغیرهای سرمایه اجتماعی برای شکل های تعاونی به همراه دارد عبارت‌اند از (Timberlake, 2005): ۱) تسهیم و در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه کم؛ ۲) کسب مهارت‌ها و دانش جدید از سوی اعضای تعاونی‌ها؛ ۳) کسب نفوذ و قدرت و افزایش امکان اعمال آن در سازمان؛ ۴) ایجاد یکپارچگی و انسجام سازمانی؛ ۵) تشکیل تیم‌های کاری منعطف؛ ۶) بهبود عملکرد گروهی؛ ۷) افزایش تعهد؛ ۸) کاهش هزینه مربوط به تعاملات به دلیل سطوح بالای اعتماد در روابط و ۹) کاهش میزان ترک شغل و هزینه‌های استخدام و آموزش.

در سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی، روابطی با ظرفیت قابل پیش‌بینی هستند و می‌توانند ارزشی را تولید کنند. برخلاف سرمایه انسانی و دارایی‌های سنتی سازمان، سرمایه اجتماعی منحصراً نتیجه روابط اجتماعی معنی‌داری است که افراد در طول زمان بر روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند (Sabatini, 2005).

همان‌گونه که گفته شده، سرمایه اجتماعی می‌تواند مزایای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را به دنبال داشته باشد و این به دلیل رابطه اعتماد و همکاری متقابل با کارایی است. به نظر می‌رسد توافق زیادی در مورد مکانیزم‌هایی که از راه آن‌ها سرمایه اجتماعی می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد اقتصادی داشته باشد، وجود دارد.

مهم‌ترین این مکانیزم‌ها عبارتند از:

۱- هزینه‌های پایین‌تر تبادلات:

این موضوع مربوط به این مشکل کلاسیک است که نمی‌توان به آسانی، تلاش‌ها و فعالیت‌های کارکنان را تحت نظارت قرار داد و ارتباط دادن بین بازده کاری افراد و دستمزد آن‌ها غیرممکن است. در این شرایط کارکنان انگیزه کمی برای استفاده از تمام توانشان دارند. بنابراین شرکت‌ها مجبورند منابعی را برای نظارت بر کار افراد به کارگیرند و یا زیان بیشتری برای عدم استفاده از این نظارت‌ها بینند. در این رابطه سرمایه اجتماعی می‌تواند با ایجاد تعهد بیشتر، هزینه‌های یادشده را به وسیله افزایش اعتماد، کاهش دهد.

۲ خرخ پایین‌تر جابه‌جایی افراد:

اگر کارکنان احساس کنند که کارفرمایان با آن‌ها رفتار خوبی دارند، آن‌ها نیز احتمالاً با رفتار منطقی، همان‌گونه رفتار خواهند کرد (مثلاً اگر این به عنوان سطح بالای حمایت سازمانی در نظر گرفته شود). بنابراین مهم‌ترین نتیجه این مسئله برای کارکنان، کاهش جابه‌جایی‌ها و غیبت‌های شغلی است.

۳- تسهیم دانش و نوآوری:

این موضوع شاید از راه ایجاد اعتماد، روابط و هدف‌های مشترک مورد تشویق قرار گیرد. در اصطلاح سرمایه اجتماعی، عامل بسیار مهم سطح و کیفیت تعاملات در محیط کاری است؛ تا آنجا که کارکنان، همکاران و مدیران از یکدیگر بیاموزند و احساس کنند حق نوآور بودن را دارند. و این تا آنجاست که کارکنان احساس کنند، بخشی از یک تیم هستند. تأثیر چنین موضوعی در سازمان در اصطلاح کارایی نهفته است. تکنیک‌های جدید به سرعت منتشر می‌شوند، ایده‌ها و فعالیت‌های سودمند درک شده و به سرعت مورد قبول واقع می‌شوند و نوآوری توسعه پیدا می‌کند. پژوهش‌های تجربی نشان داده است که تعاملات غیررسمی که در بین کارکنان یک سازمان گسترش می‌یابد، انتشار اطلاعات را بهبود بخشیده، ایجاد خزائن دانش را که به پیدایی دارایی برای فرایندهای تولیدی یاری می‌رساند، تقویت می‌کنند. این چنین گنجینه‌هایی رابطه‌ای بوده و فقط تا زمانی وجود دارند که میان همه کارکنان به اشتراک باشد.

۴- ریسک‌پذیری:

تجربه ریسک‌پذیری و رفتار کارآفرینانه به وسیله روابط مستحکم در یک سازمان یا بین سازمان‌های مختلف، تشویق می‌شود. در اصطلاح سرمایه اجتماعی، این مربوط به گستره‌ای است که در آن کارکنان احساس می‌کنند برای کارفرمایان و همکاران خود با ارزش هستند و رفاه آن‌ها برای سازمان مهم است.

۵- بهبود کیفیت محصولات:

نتیجه تسهیل دانش، بهبود همکاری تیمی و تعهد سازمانی، احتمالاً کیفیت بالاتر محصولات خواهد بود که سرمایه اجتماعی این موارد را در بر می‌گیرد. همچنین وقتی کارکنان احساس کنند که از حمایت سازمانی برخوردارند، سطح ستاده‌ها از راه عملکرد بهتر آن‌ها و نقش منفی استرس سازمانی در عملکرد، کاهش می‌یابد. با توجه به این بحث، درک می‌کنیم که باید به کدام جنبه‌های سرمایه اجتماعی تمرکز کنیم. ما هنوز با مسائلی مانند شبکه‌ها، همکاری و اعتماد، سروکار داریم، هرچند ما مکانیزم‌هایی را که به وسیله آن‌ها این سه عامل بر بهره‌وری تأثیر می‌گذارند می‌شناسیم (Aspin, 2004). در تحقیقی دیگر، کلمن دو شاخه اصلی را که از راه آن سرمایه اجتماعی بهره‌وری نیروی انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شناسایی کرد: اول آنکه، سرمایه اجتماعی، انتشار دانش و اطلاعات را در میان کارکنان موجب شده، دستیابی به هدف‌های معینی را که در صورت عدم وجود آن‌ها غیرقابل دسترس است، ممکن می‌سازد (Colman, 1988). می‌توان اظهار داشت که هر نیروی انسانی را می‌توان به عنوان بخشی از ساختار غیررسمی که منابع قابلیت حل مشکلش را بهبود می‌بخشد، در نظر گرفت. همچنین این ساختار می‌تواند به سرتاسر سازمان از قبیل: شبکه‌های حرفه‌ای، دوستان و همکاران در مشاغل پیشین هم گسترش یابد. سرمایه اجتماعی به گونه مشخص در کارهای پروژه‌ای اهمیت می‌یابد، یعنی جایی که مشارکت کنندگانش متخصصانی هستند که لازم است

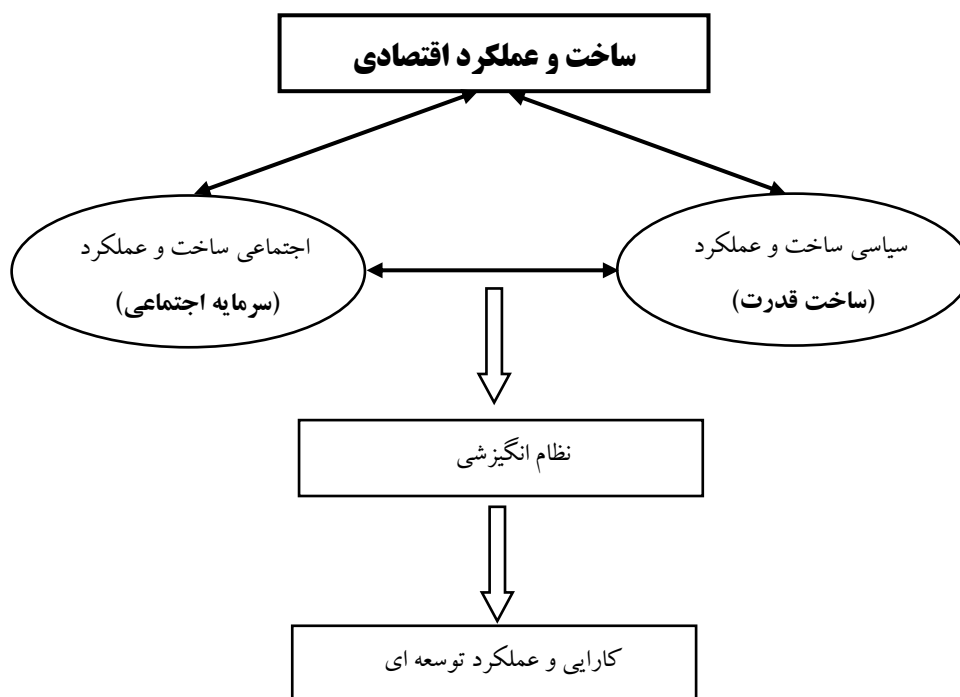
تخصصشان را برای انجام وظایف و مسئولیت‌های پیچیده به همراه بیاورند. برای مشارکت کردن در تیم پروژه‌های چند رشته‌ای، هر متخصص نیاز دارد که بداند سایرین چگونه می‌توانند به کسب هدف‌های مشترک کمک کرده و چگونه می‌توانند از تخصص یکدیگر بهره گرفته و پروژه را پیش ببرند؟ هنگام کار پروژه، افراد سرمایه اجتماعی همدیگر را برای تکامل دانش درون تیم اختیار می‌کنند (Greve & Salaff, 2003). دوم آن که، تعاملات اجتماعی ممکن است بر انگیزش و تلاش‌های کارکنان تأثیر بگذارد.

مزیت دیگر سرمایه اجتماعی ایجاد «یکپارچگی» در میان اعضاست. هنجارهای و باورهای محکم موجب ایجاد شبکه اجتماعی قوی می‌شود که در برگیرنده آداب و رسوم و قوانین خاصی است و این هنجارها جایگزین کنترل‌های رسمی می‌شوند. در این رابطه اوچی (۱۹۸۰) چنین استدلال می‌کند که سازمان‌های قبیله‌ای با هنجارهای مشترک قوی از هزینه‌های اندک نظارت بهره‌مند هستند و تعهد بالایی را در اختیار دارند که در واقع همان سرمایه اجتماعی است (Adler & Kwon, 2002).

توجه نظریه پردازان توسعه به سرمایه اجتماعی از نشانه‌های تحول در نظریه‌های توسعه است که شاید بتوان به وجوهی از آن به شرح زیر اشاره کرد (الویری، ۱۳۷۴):

۱. خروج از دایرهٔ یکسویه نگرش‌های اقتصادی و مادی توسعه و ورود به مرحله‌ای نو از توجه یافتن به ابعاد غیراقتصادی توسعه (پس از توجه به وجوه انسانی، فرهنگی، اخلاقی و معنوی)؛
۲. گسترش دامنهٔ شمولیت سرمایه و افزوده شدن سرمایه اجتماعی به زمرهٔ سرمایه‌هایی که تاکنون محدود به سرمایه‌های فیزیکی، مالی و انسانی بود؛
۳. فرو ریختن حصار یکسان دیدن همهٔ جوامع بشری و پیچیدن نسخه‌ای واحد برای اندام بیمار جامعه‌های گوناگون توسعه نیافته؛
۴. سوق یافتن نگاه‌ها از فرد محوری در توسعه به روابط اجتماعی؛
۵. دگرگون شدن رابطهٔ اقتصاد با دیگر حوزه‌های علوم اجتماعی؛
۶. تغییر نگرش از عوامل زود زوال‌پذیر توسعه به عوامل دیرزوال‌تر؛
۷. حرکت تدریجی از اندازه‌گیری‌های کمی اجتماعی به اندازه‌گیری‌های کیفی؛
۸. تغییر مدل‌های خطی توسعه به مدل‌های غیرخطی و ترکیبی.

رابطه میان عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در شکل‌های تعاونی با سرمایه اجتماعی را می‌توان در نمودار (۲) نشان داد (دینی ترکمانی، ۱۳۸۵).

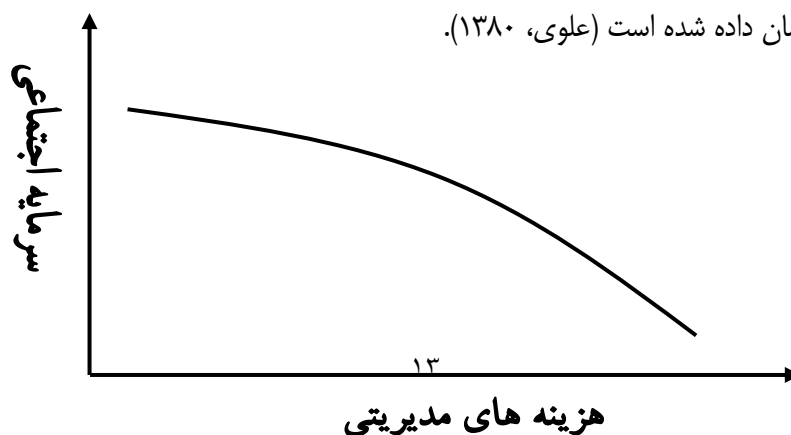


نمودار (۲) - رابطه میان عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی

بدون سرمایه اجتماعی نیز شکل های تعاونی می‌توندند به حیات خود ادامه دهد اما این حیات بسیار شکننده پرهزینه و کم دوام خواهد بود از این رو سرمایه اجتماعی و توسعه کشاورزی در مناطق روستایی به هم گره خورده اند هر گونه توسعه ای فقط با انباشت سرمایه اجتماعی رقم می‌خورد. آنتونی گیدنز اعتماد و تاثیر آن بر فرایند توسعه را زیرینا و زمینه ساز اصلی در جوامع می‌داند هر نهاد اقتصادی که سطح اعتماد بالاتری داشته باشد در آن مشارکت و همیاری مردم بیشتر است. لذا یکی از مولفه های اصلی در جوامع مدرن اعتماد است اعتماد اجتماعی ایجاد کننده تعاون و همیاری است (فوکویاما، ۱۳۷۹).

بنابراین در عصر حاضر موضوع سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل محوری برای دستیابی به توسعه کشاورزی محسوب شده است استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی با توجه به روند جهانی شدن و تضعیف نقش دولت‌های ملی، به عنوان راه حلی اجرا شدنی در سطح اجتماعات محلی روستاها برای مشکلات توسعه، مورد توجه سیاستگذاران و مسئولان بخش کشاورزی قرار گرفته است.

در ارتباط با بعد مدیریت شکل های تعاونی، رابطه معکوسی بین سرمایه اجتماعی و هزینه‌های مدیریتی مربوطه مانند هزینه های کنترل و نظارت رسمی، ساختار بوروکراتیک، حل تعارضات، هزینه های رایزنی و موارد مشابه وجود دارد که در شکل (۳) نشان داده شده است (علوی، ۱۳۸۰).



شکل (۳). سرمایه اجتماعی و هزینه های مدیریتی

هرچه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان بالا باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات، ایجاد نهادهای اجرایی و نظارتی کاهش می‌یابد.

مطالعات و تجارب گوناگون نشان می‌دهد که سه عنصر مشارکت و نوآوری و تصمیم‌گیری با یکدیگر ارتباط مستقیم دارند، یعنی هر چه میزان مشارکت افراد در فرآیند تصمیم‌گیری بیشتر باشد از تحول یا تغییر و نوآوری استقبال بیشتری به عمل خواهد آمد. در شرکت‌های تعاونی هر برنامه عضو مدار در واقع نشان می‌دهد که نه تنها در شکل بلکه در ماهیت نیز با قواعد و اصول تعاونی سازگاری کامل دارد و از این رو چنین برنامه‌هایی اصیل قلمداد می‌شود. بدیهی است چنین برنامه‌ای بر پایه مشارکت آزاد و در عین حال جدی و مسؤانه اعضا حاصل شده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مشارکت مردم و دخالت دادن آنان در توسعه تعاونی‌ها، از یک سو به خود مردم واز سوی دیگر به مدیریت محلی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بستگی دارد. مشارکت مردم در توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش یک کاتالیزور را دارد و عامل حساس در گسترش فرآیند رشد و وابسته به خود در کلیه جوامع انسانی اعم از جوامع توسعه یافته و درحال توسعه است. اگر بناست که به دموکراسی مشارکتی تمایل شویم. مشارکت را باید هدفی اخلاقی بدانیم زیرا مشارکت بدین معنی است که همه اشخاص شرکت کننده باید امتیاز بدهند و یا بگیرند که به نحوی دموکراتیک عمل کنند (از جمله اصول اولیه ایجاد تعاونی‌های روستایی). بدین ترتیب مشارکت فرآیندی است که از خودآموزی اجتماعی و مدنی سرچشمه می‌گیرد، زیرا فعالیت مشارکتی، مستلزم تغییر حالت ذهنی و روانی در میان ذینفعان (کشاورزان و روستاییان) است و همین تغییر، برقراری مناسبات انسانی و اجتماعی جدیدی را ممکن می‌سازد. به عنوان پیش شرط ضروری در این زمینه، نهاد ترویج کشاورزی و تعاون با اجرای برنامه نیازسنجی آموزشی و توجه به غنی سازی کانال های رفتار ارتباطی و اطلاع یابی کشاورزان در زمینه مزایای تعاونی ها می توانند نقشی سازنده ایفا نمایند.

این مطالعه نشان داد که تقویت روحیه مشارکتی تولیدی-اقتصادی و تحدید خردگرایی محدود در کشاورزان، ایجاد ضمانت ها و پشتیبانی های مالی برای حمایت از ایجاد تشکل های تعاونی محلی، جلب حمایت رهبران قدرتمند محلی در محیط های روستایی، حمایت و بهره گیری از دیگر نهادهای بومی منطقه جهت ایجاد زمینه برای توسعه تشکل های تعاونی، پذیرش و هدایت تنوع افکار در بین کشاورزان، ایجاد سیستم نظارت و کنترل از طرف خود افراد مشارکت کننده (عضو)، ارائه آموزش های جامع و لازم در زمینه مزایا و چگونگی ایجاد تشکل های تعاونی، استمرار و پیگیری امر مشارکت کشاورزان در ایجاد تشکل های تعاونی، تقویت مؤلفه های سرمایه اجتماعی در میان کشاورزان

منطقه و حمایت و پشتیبانی اقتصادی و حقوقی دولت به عنوان پیش شرط های ضروری جهت جلب مشارکت کشاورزان به ایجاد تشکل های تعاونی محسوب می شود.

لذا در یک جمع بندی پیشنهادهای کاربردی در سه بعد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بدین شرح است:

۱- زمینه یابی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی: شامل انجام مطالعات علمی و میدانی به منظور شناخت زمینه فرهنگی و اجتماعی حاکم در منطقه و وضعیت اقتصادی- اجتماعی کشاورزان جهت ایجاد تعاونی های کشاورزی.

۲- زمینه سازی فرهنگی، اجتماعی و آموزشی: که شامل کلیه اقداماتی است که پذیرش و باور عمومی را به منظور تشکیل تعاونی تقویت نموده و موجبات تسهیل در این فرآیند را فراهم سازد. در این زمینه سازی اقداماتی نظیر برگزاری جلسات توجیهی و بازدیدهای گروهی از تعاونی های فعال و موفق کشاورزی توصیه می شود. با توجه به آنکه تحقیقات متعدد ثابت کرده است که مهم ترین عامل جذب مشارکت در تعاونی ها، مشاوره ها و آموزش های اعضای فعال در تعاونی ها هستند لذا در این زمینه لازم است دوره های آموزشی مناسب برای مدیران، کارکنان و اعضای تعاونی ها برگزار شود و چون اعضاء و کارکنان تعاونی ها بیشتر بزرگسال هستند، باید آموزش آنان به شیوه کارگاه آموزشی و کارورزی باشد، زیرا کارگاه آموزشی باعث می شود کلاس به صورت استاد شاگردی برگزار شود و آموزش علمی همراه با پژوهش علمی باشد تا کارورزان در کلاس عملاً به تمرین بپردازند (سلطانی، ۱۳۷۷).

۳- حمایت دولتی و ارگان های رسمی: این حمایت ها مربوط به دو بعد ارائه تسهیلات اعتباری به تعاونی افراد و بهره گیری آنان از اموال منقول و غیر منقول و تبصره های قانونی بودجه و سایر منابع از یک سو و خدمات آموزشی، مشاوره ای و اطلاع رسانی و نظایر آن از سوی دیگر می باشد. لذا برای تشویق افراد به ایجاد تعاونی باید سیاست هایی اعمال گردد که تعاونی های افراد بتوانند از اولویت ویژه ای در استفاده از تسهیلات بانکی برخوردار باشند.

منابع و مأخذ

۱. آبوتز، فرد. (۱۳۴۸)، اصول تعاون در دنیای معاصر، ترجمه سازمان مرکزی تعاون کشور، تهران، صص ۶۵-۸۹.
۲. ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری. (۱۳۸۳). توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی، صص ۱۷۰-۱۵۰.
۳. اشراقی، محمد. (۱۳۷۸). آموزش در تعاونی ها. نشریه فرهنگ و تعاون، شماره ۱۱، صص ۳۲-۲۵.
۴. اکبری، امین. (۱۳۸۳). نقش سرمایه ی اجتماعی در مشارکت، بررسی تاثیر سرمایه ی اجتماعی بر مشارکت سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسنج از توابع سقز). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۵. بیک زاده، جعفر. (۱۳۷۵). تعاونی های زنان، کلید مشارکت و بهبود موقعیت آنان در توسعه. مجله تعاون. شماره ۷۷، صص ۴۱-۳۶.

۶. دینی ترکمانی، علی. (۱۳۸۵). تبیین افول سرمایه اجتماعی. فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳، صص ۱۷۲-۱۴۷.
۷. ساعدی، سلما. (۱۳۸۴). نقش و عملکرد تعاونی ها در برنامه های توسعه. مجموعه مقالات منتخب در اولین کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه. دانشگاه یزد، اردیبهشت ماه. صص ۵۱۱-۴۹۸.
۸. سلطانی، مرجان. (۱۳۷۷). تعاونی ها: الگوهایی برای توسعه پایدار، گزیده ای از تحقیقات رابی تولوس در زمینه توسعه بین الملل برای دانشگاه تورنتو کانادا. شماره ۸۲، صص ۹-۱۵.
۹. سوختانلو، مجتبی. (۱۳۸۷). ضرورت تقویت مشارکت های مردمی در راستای توسعه تعاونی های روستایی. مجموعه مقالات همایش ملی تعاون و کارآفرینی. تهران: سالن اجلاس دانشگاه تهران، ص ۹۸.
۱۰. شاه حسینی، ماهرو. (۱۳۸۱). مطالعه و بررسی تاثیر سرمایه ی اجتماعی در عملکرد انجمن های اعتبار گردشی زنان در تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی (واحد علوم و تحقیقات).
۱۱. طالب، مهدی. (۱۳۷۹). بررسی جایگاه بخش تعاون در اقتصاد، تجارت خارجی و موانع و راهکارهای توسعه سهم این بخش در اقتصاد ملی، ماهنامه بررسی های اقتصادی، ویژه نامه تعاون و اقتصاد، دوره جدید. شماره ۵۲.
۱۲. طالب، مهدی. (۱۳۸۴). حدود و ماهیت بخش تعاون در نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران. مجموعه مقالات منتخب در اولین کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه. دانشگاه یزد، اردیبهشت ماه. صص ۱۴۷-۱۲۳.
۱۳. طه، مهدیه و همکاران. (۱۳۷۹). مشارکت زنان در تعاونی های روستایی استان مرکزی. معاونت پژوهشهای اقتصادی و اجتماعی، گروه پژوهش های اجتماعی و حقوقی.
۱۴. عفتی، محمد. (۱۳۷۱). بررسی عوامل مؤثر در مشارکت روستائیان در طرحهای توسعه روستایی. پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۵. علوی، سید بابک. (۱۳۸۰). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۶، صص ۴۰-۳۴.
۱۶. فروزنده، زهرا. (۱۳۸۵). بررسی تعاونی های تولید روستایی و مقایسه آن با شرکت های سهامی زراعی. مجموعه مقالات منتخب در اولین کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه. دانشگاه یزد، اردیبهشت ۱۳۸۴.
۱۷. فرهادی، مرتضی. (۱۳۷۳). فرهنگ یاریگری در ایران، درآمدی به مردم شناسی و جامعه شناسی تعاون. تهران، مرکز نشر دانشگاهی، چاپ اول، صفحه ۵۱۲.
۱۸. فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۷۹). پایان نظم و حفظ آن. ترجمه غلام عباس توسلی، چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.
۱۹. کارکنان نصرآبادی، محمد و محسن نیازی. (۱۳۸۶). تبیین نقش و تأثیر سرمایه اجتماعی در توسعه تعاونی ها. ماهنامه تعاون، شماره های ۱۸۷ و ۱۸۸، فروردین و اردیبهشت ماه، صص ۵۸-۵۱.
۲۰. نوروز زاده، محمد علی. (۱۳۸۴). تعاون، آموزش و توسعه منابع انسانی. مجموعه مقالات منتخب در اولین کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه. دانشگاه یزد، اردیبهشت ماه. صص ۵۴۶-۵۱۹.

۲۱. الویری، محسن. (۱۳۷۴). سند چشم انداز توسعه و سرمایه اجتماعی، نشریه پژوهشی، آموزشی، اطلاع رسانی اندیشه صادق (ع)، شماره ۱۱ و ۱۲. تابستان و پاییز.

22. Adler, P. S. & S. W. Kwon. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *Academy of Management Review*, 27(1): 17-40.
23. Aspin, L. (2004) Social capital and productivity: how might training affect a company's social capital? Does the literature indicate how this might happen, and whether we might expect a significant impact on productivity? Can these effects be measured?, (London, King's College), pp: 1-34.
24. Colman J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94: 95–120.
25. Davis, R. (1997). Same Scenery, Different Lifestyles – Rural Children on a Low Income, London, The Children's Society. Manual paper, pp: 23-34.
26. Greve, A. & J. W. Salaff. (2003). Social Networks and Entrepreneurship, *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 28 (1): 1-22
27. Greve, B. & S. Dag. (2006). Exploring the contributions of human and social capital to productivity. a revised version of a paper presented at sunbelt, xxvi, Vancouver, BC, April 25-30, pp:1-58.
28. Ouchi, W. G. (1980). "Markets, Bureaucracies and Clans," *Administrative Science Quarterly* 25:129–141.
29. Sabatini, F. (2005). does social capital improve labor productivity in small and medium enterprises, forthcoming international journal of management and decision making, December, pp:1-29.

The essential prerequisites for attraction of farmers' participation at installation of cooperative firms

P. Torabi¹, A. Heidary², J. Mohammad Gholinia³

1. M.Sc. Student in Agricultural Extension & Education, Azad Islamic University of Birjand

2. Lecturer of Azad Islamic University of Birjand, , General Director of Research and Studies office in Ministry of cooperation

3. Lecturer of Azad Islamic University of Birjand, , Assistant Advisor of cooperation Secretary

Abstract

The cooperation includes the one of strategic solution in occupation subject and development of farmers' welfare. With targeting view to effective factors in agricultural sustainable development, installation of social networks (for example, agricultural cooperatives), is the one of replacements of participation attraction in rural environments. Therefore, farmers' participation attraction in installation and or membership in agricultural cooperatives were discussed in agricultural extension organization regarding of a basic program. But, attitude of limited tactfulness and not confidence, social solidarity and correlation in tendency to farmers' integration of benefits, development of cooperative firms face with plentiful problems. So, it is clear that compilation and planning of the essential prerequisites about it, will provide persuasion of target groups into membership and or installation of cooperative firms and similar to it will provide suitable infrastructure for implementation of the other extension programs. Therefore this study by review-analyzing method, in addition to consider the based concepts and role of effective factors in attraction of farmers' participation into cooperation, with target of frame implementation of social variables nature at installation, to take development and agricultural cooperatives grow. And addition to notice prerequisites and participation approaches to solutions of farmers' participation extension, it mentioned to participation attraction from three dimensions of cultural, social and economical for cooperatives development. Also, implementation of educational need assessment and noticing to enrich farmers' relationship behavior channels and information seeking about cooperatives identified regarding of essential prerequisites about it.

Key words: Agricultural cooperatives, Participation, Agricultural extension, Social capital.