

دریافت: ۸۸/۱/۱۵

پذیرش: ۸۷/۷/۹

## بررسی میزان پذیرش اجتماعی طرح سه‌میه‌بندی بنزین و عوامل مؤثر بر آن

سیدامیر طالبیان<sup>۱</sup>، مسعود گلچین<sup>۲</sup>، عبدالله عمرانی مجد<sup>۳</sup>

### چکیده

این تحقیق با هدف معرفی و تبیین مدل پیشرفته مدیریت کیفیت جامع و بررسی نقش آن در بهبود عملکرد سازمان‌ها انجام شده است. در ادبیات موضوع این مقاله، ابتدا اصول مدیریت کیفیت جامع (TQM) و ابعاد مرتبط با بهبود عملکرد سازمان مورد بحث و بررسی قرار گرفته تا بتوان از این طریق به دیدگاه بهتری جهت کاربرد این سیستم در تجارت و بهبود عملکرد سازمان‌ها دست یافت. به منظور کاربرد استراتژیک مدیریت کیفیت جامع در سازمان‌ها، به جنبش TQM در ژاپن نگاهی شده و به مواردی از کاربرد آن در این کشور اشاره شده است. مدل مدیریت کیفیت جامع پیشرفته (TQMEX) که در این مقاله معرفی شده است، در واقع براساس واقعیت‌های TQM بنا شده و طبق دستورالعمل‌های این روش به یک مدل تبدیل شده است. این مدل از یک روش یکپارچه و هماهنگ استفاده می‌کند و در بر دارنده عناصری می‌باشد که اساس آن بر مفهوم فلسفه TQM و

۱. استادیار و عضو هیأت علمی مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی، talebian@iies.net

۲. استادیار و عضو هیأت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت معلم تهران golchin\_masoud@yahoo.com

۳. کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، کارشناس مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی omranimajd@yahoo.com

پیاده سازی آن در تمام سطوح سازمان به طور گسترده می باشد. عناصر این مدل عبارتند از سیستم ژاپنی S 5، مهندسی مجدد، گروه کنترل کیفیت، ایزو ۹۰۰۰، مدیریت تولید ناب و مدیریت کیفیت جامع. نظرسنجی که توسط محققین ژاپنی به صورت پرسشنامه ای در کشورهای ژاپن، هنگ کنگ و انگلستان انجام شده است، نشان دهنده اهمیت سیستم مدل پیشرفته مدیریت کیفیت جامع، به منظور پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت جامع در سازمان ها و به عنوان تحولی استراتژیک در سازمان ها می باشد.

در نهایت نتایج و اطلاعات بدست آمده از کاربردهای مدیریت کیفیت جامع پیشرفته، معیارها و روش هایی را برای سازمان ها ارائه می کند که حاصل تجربیات شرکت های بزرگی است که علاوه بر عبور از بحران نفتی جهان و بحران مالی آسیا، به رشد و توسعه خود در طی این دو بحران نیز ادامه داده اند.

#### واژه های کلیدی

بنزین، طرح سهمیه بندی بنزین، پذیرش اجتماعی، وسائل نقلیه بنزین سوز و دوگانه سوز، جامعه آماری شهر تهران.

#### ۱. مقدمه

با توجه به اهمیت بخش حمل و نقل به عنوان یکی از بخشهای عمده مصرف انرژی کشور، بهینه سازی مصرف سوخت از اهمیت ویژه ای در مدیریت مصرف انرژی برخوردار است<sup>۱</sup>، در این میان بنزین به عنوان سوخت غالب خودروهای تولیدی، (با توجه به تولید روز افزون خودرو در جهان)، یک کالای استراتژیک محسوب می گردد. در ایران نیز همواره تأمین بنزین مصرفی، یکی از مسائل مهم کشور بوده است. طی سال های اخیر سناریوهای زیادی در مورد نحوه قیمت گذاری و سیستم توزیع سوخت و بخصوص بنزین در کشور مطرح و مورد بررسی قرار گرفت که از آن میان می توان به افزایش تدریجی قیمت، حذف یارانه پرداختی سوخت و آزاد سازی قیمت، سهمیه بندی بنزین و ... اشاره نمود. طرح سهمیه بندی

۱. لازم به ذکر است بر اساس آمار سال ۸۴ میزان مصرف انرژی ایران در بخش حمل و نقل ۲/۰۴ برابر استاندارد بین المللی (جهان) است.

بنزین و استفاده از کارت هوشمند سوخت مدت‌ها در نهادهای مختلف کشور مطرح و مورد بررسی بود، بطوریکه هنگام تدوین قانون بودجه سال ۱۳۸۳ که در آخرین روزهای سال ۱۳۸۲ از تصویب مجلس ششم گذشت بحث کنترل عرضه و مصرف بنزین به وسیله کارت هوشمند سوخت، اولین بار توسط نمایندگان در صحن علنی مجلس مطرح و به تصویب رسید و در متن قانون بودجه ۱۳۸۳ ذکر گردید (آقایی، ۱۳۸۶). سرانجام طرح سهمیه‌بندی بنزین با نظر و تصمیم دولت و مجلس شورای اسلامی با آماده شدن زیرساخت‌ها و شرایط مورد نظر از جمله صدور کارت سوخت برای صاحبان وسایل نقلیه، تجهیز پمپ بنزین‌ها به دستگاه‌های کارت‌خوان و همین افزایش جایگاه‌های توزیع گاز، از ساعت ۲۴ روز پنجم تیر سال ۱۳۸۶ به اجرا درآمد.

## ۲. طرح مسئله

بر اساس آمارهای منتشر شده، مصرف سرانه بنزین در سال ۱۳۸۲ برای هر ایرانی ۳۱۰ لیتر (روزانه معادل ۰/۸ لیتر) بوده که این رقم در سال ۱۳۸۵ به ۳۸۶ لیتر (روزانه ۱/۰۶ لیتر) رسیده است، یعنی طی یک دوره سه ساله رشدی بالغ بر ۲۴/۵ درصد داشته است (شریفی درآباد، ۱۳۸۶: ۳۷). طبق آمار سال ۱۳۸۵، بطور متوسط روزانه ۷۴ میلیون لیتر بنزین در کشور مصرف شده که با توجه به ظرفیت تولید بنزین در پالایشگاه‌های داخل، حدود ۴۰ درصد آن با صرف هزینه هنگفت ارزی از طریق واردات تأمین شده است. با توجه به پایین بودن قیمت انرژی در کشور، دولت هر سال مبالغ سنگینی را صرف یارانه انرژی و بویژه سوخت می‌کند. در سال ۱۳۸۵ مبلغ یارانه پرداختی برای بنزین، ۱۵ میلیارد دلار بود (۶ میلیارد دلار جهت واردات و ۹ میلیارد دلار یارانه به مصرف‌کنندگان) (شریفی درآباد، ۱۳۸۶: ۴۱). براساس آمار ترازنامه انرژی، سهم دهک دهم درآمدی از یارانه بنزین ۳۲/۷ درصد و سهم دهک اول ۱/۳ درصد است و با توجه به اینکه مجموعاً ۵۰ درصد از کل یارانه بنزین نصیب دهک‌های نهم و دهم می‌گردد. بنابراین دهک‌های بالای درآمدی از سهم بسیار بیشتری از یارانه بنزین برخوردارند. از سوی دیگر با نگاه به روند مصرف انرژی و شاخص‌های بهره‌وری مصرف انرژی (مانند شدت انرژی و مصرف سرانه انرژی)، می‌توان نتیجه گرفت که سیاست‌های صرفه‌جویی انرژی در ایران در حد انتظار موفق نبوده

است. (حاجی میرزائی و نادریان، ۱۳۸۵: ۲۴) علاوه بر این مسائل، موضوعاتی چون قاچاق بنزین، ترافیک و آلودگی هوا موجب شد تا طرح سهمیه بندی بنزین، با هدف رفع و یا کاهش مشکل توزیع و مصرف بنزین کشور، به اجرا گذاشته شود. با توجه به اینکه اجرای طرحی به این وسعت می تواند اثرات و بازتاب های فراوانی در پی داشته باشد، اکنون که دو سال از اجرای آن می گذرد این سوال مطرح می شود که این طرح تا چه حد توانسته به اهداف مورد نظر دست یابد؟ آیا این طرح همچنان می تواند پاسخگوی مسأله توزیع بنزین کشور باشد؟ اگرچه مسائل پیرامون این طرح در نگاه اول بیشتر جنبه اقتصادی دارد، ولی ارتباط تنگاتنگ میان سیستم حمل و نقل و عوامل انسانی و همچنین ارتباط مستقیم مردم با طرح سهمیه بندی، موجب می شود هر نوع تغییر در سیستم توزیع انرژی و سوخت، اثر مستقیم در زندگی مردم داشته باشد. بنابراین نوع برخورد و عکس العمل افراد جامعه در مواجهه با این طرح، بر میزان موفقیت و برآوردن انتظارات از آن، مؤثر خواهد بود. امروزه در مباحث ارزیابی تأثیرات اجتماعی، علاوه بر شاخص های بنیادی و کلیدی در طرح ها و پروژه هایی که با مردم در ارتباط هستند، به شاخص هایی مانند آمادگی پذیرش توجه زیادی می شود. بنابراین با توجه به این که طرح سهمیه بندی بنزین در ارتباط مستقیم با مردم است، میزان پذیرش اجتماعی<sup>۱</sup> این طرح و همراهی مردم با آن، نقش بسزایی در میزان موفقیت طرح دارد. پذیرش اجتماعی به زبان ساده عبارت است از میزان تصدیق یک پدیده یا رویداد در جامعه که «برانسون» آن را چنین تعریف می کند «روش های به هم پیوسته ابراز رضایت عمومی که به وسیله آن قضاوت ها الگوهای قابل شناسایی و سیاسی قشرهای مختلف شهروندان، بسط داده می شود» حال سوال این است که طرح سهمیه بندی تا چه حد از پذیرش اجتماعی برخوردار است؟ و عوامل مؤثر بر آن کدامند؟

### ۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

در شرایط فعلی با اجرای طرح سهمیه بندی، اگرچه چارچوبی برای میزان مصرف بنزین تعیین شده، اما سهم عوامل انسانی و اجتماعی مؤثر بر رفتار مصرفی، کاهش نیافته است. زیرا بنزین، کالایی استراتژیک می باشد و همه لایه های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و... از

1. Social Acceptance

آن متأثرند و هرگونه تغییر در قیمت و یا شیوه توزیع آن، بر همه سطوح جامعه تأثیرگذار خواهد بود. امروزه با رشد و توسعه علوم اجتماعی و لزوم تعامل مناسب بین علوم مختلف و تغییر پارادایم تک بعدی توسعه به سوی برقراری توسعه پایدار در جوامع، می‌بایست همه جوانب اقتصادی، محیطی و اجتماعی و... طرح‌ها و پروژه‌ها مد نظر قرار گیرد، بطوریکه در رویکردهای نوین توسعه‌ای، مانند تئوری توسعه پایدار<sup>۱</sup>، بر نقش مردم در پایداری و کارایی طرح‌ها و پروژه‌های توسعه‌ای تأکید شده است. در واقع نیاز به تحلیل مناسب اجتماعی برای پروژه‌های توسعه‌ای از ماهیت خود فرآیند توسعه اقتصادی نشأت می‌گیرد. فرآیندهای اقتصادی در خلاء اتفاق نمی‌افتند بلکه همواره در یک پس زمینه اجتماعی جای می‌گیرند که جهت، شکل و نتایج آنها را مورد تأثیر قرار می‌دهد.<sup>۲</sup> امروزه همانطور که در ادبیات ارزیابی تأثیرات اجتماعی نیز مطرح است، علاوه بر شاخص‌های بنیادی و کلیدی، ضرورت توجه به شاخص‌هایی مانند آمادگی،<sup>۳</sup> پذیرش نیز در طرح‌ها و پروژه‌هایی که با مردم در ارتباط هستند، کاملاً احساس می‌شود. در مورد طرح سهمیه‌بندی بنزین نیز با شناخت بهتر مصرف‌کنندگان و آگاهی از نگرش و رفتار آنان در زمینه مصرف بنزین و میزان و قابلیت پذیرش اجتماعی طرح‌هایی از این دست و همچنین شناسایی عواملی که در این امر مؤثرند، می‌توان امید زیادی به موفقیت راهکارهای مورد استفاده داشت. حتی می‌توان برای برنامه‌ریزی آینده نیز از آن بهره برد. بنابراین با توجه به توضیحات ارائه شده در تحقیق حاضر، تلاش شده با تکیه بر عوامل اجتماعی (جنبه‌ای که علیرغم اهمیت زیاد چندان به آن پرداخته نشده است)، مدلی برای پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین طراحی گردد تا ضمن تعیین میزان پذیرش اجتماعی طرح، عوامل مؤثر بر آن شناسایی و سهم هر یک از عوامل تعیین گردد. بدین ترتیب طراحی مدل تحقیق حاضر رویکردی جدید است که نتایج حاصل از آن ضمن آنکه می‌تواند اطلاعات مفیدی در مورد طرح سهمیه‌بندی بنزین ارائه دهد، می‌تواند الگو و راهنمایی برای موضوعاتی با شرایط مشابه این تحقیق باشد.

1. Sustainable development theory  
2. Cernea & Kudat, 1997. p7  
3. Accessibility

#### ۴. اهداف تحقیق

با توجه به توضیحات ارائه شده، اهداف تحقیق عبارتند از:

۱. بررسی میزان پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین،
۲. شناخت عوامل مؤثر بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی و تعیین سهم هر یک از عوامل.

#### ۵. پیشینه و ادبیات موضوع

در زمینه مصرف انرژی مطالعات و تحقیقات زیادی با رویکرد فنی و اقتصادی انجام شده است ولی به عوامل اجتماعی مؤثر بر آن توجه کافی نشده است. در مورد طرح سهمیه بندی بنزین نیز عمده تحلیل ها، نتیجه تحقیق و پیمایش علمی نیست و بیشتر با رویکرد اقتصادی به این موضوع پرداخته شده است. در مورد پذیرش اجتماعی نیز می توان گفت این مفهوم پذیرش ایران مفهومی جدید محسوب می شود. در تحقیقات بین المللی نیز هرچیز مفهوم پذیرش اجتماعی مورد توجه بوده ولی بیشتر بر مفهوم پذیرش تکنولوژی<sup>۱</sup> تکیه دارد و کمتر جنبه اجتماعی آن لحاظ شده است. با توجه شرایط خاص موضوع تحقیق، در این پژوهش تلاش شده با استفاده از نظریه ها و مدل های ناظر بر رفتار، نگرش و پذیرش تکنولوژی و همچنین بهره گرفتن از مطالعات پیشین مرتبط، مدلی تلفیقی طراحی شود تا بتواند پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین را بهتر تبیین نماید. در این پژوهش با توجه به ادبیات نظری و سابقه عملی، پذیرش اجتماعی در دو بُعد در نظر گرفته شده است:

۱. برداشت ذهنی پذیرش که دربرگیرنده قصد و نیت افراد از پذیرش طرح می باشد،
۲. بخش عینی آن که بیشتر ناظر بر جنبه رفتاری پذیرش طرح سهمیه بندی بنزین است. مبنای تئوریک مدل تحقیق، نظریه رفتار برنامه ریزی شده آیزن و فیشن باین می باشد و مطابق مدل هو و چاو، هر سه عامل مؤثر بر پذیرش (فردی، تکنولوژیک و اجرایی) مورد توجه قرار گرفته است. برای طراحی این مدل، علاوه بر موارد ذکر شده از نظریه نفوذ اجتماعی کلمن، نظریه گافمن، نظریه یادگیری اجتماعی جولین روتر، نظر لاک وود در مورد عوامل مؤثر بر کنش و واکنش، رویکرد سیستمی تحلیل رفتار مصرف کننده، مدل

1. Technology Acceptance

پذیرش تکنولوژی و همچنین از مباحث جامعه شناسی تکنولوژی بهره گرفته شده است.

## ۷. فرضیه‌های تحقیق

### الف. فرضیه‌های اصلی:

بر اساس مدل و چارچوب نظری تحقیق، فرضیه‌های اصلی تحقیق به شرح ذیل زیر می‌باشند:

۱. بین نگرش نسبت به طرح و پذیرش اجتماعی طرح رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، بطوریکه هر چه نگرش نسبت به طرح مثبت تر باشد میزان پذیرش اجتماعی بالاتر خواهد بود،

۲. بین نفوذ اجتماعی از طریق متابعت و پذیرش اجتماعی طرح، رابطه معکوس و معنی‌داری وجود دارد. بطوریکه هرچه نفوذ اجتماعی بیشتر از طریق متابعت باشد، میزان پذیرش کمتر خواهد بود،

۳. بین نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی و پذیرش اجتماعی طرح، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، بطوریکه هرچه نفوذ اجتماعی بیشتر از طریق درونی سازی باشد، میزان پذیرش نیز خواهد یافت،

۴. بین کنترل رفتار ادراکی فرد و پذیرش اجتماعی طرح، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، بطوریکه هر چه کنترل رفتار ادراکی فرد در مورد طرح بیشتر باشد، پذیرش اجتماعی بالاتر خواهد بود،

۵. بین ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی و پذیرش اجتماعی طرح، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، بطوریکه هر چه ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی طرح بهتر باشد، میزان پذیرش اجتماعی افزایش خواهد یافت.

### ب. فرضیه‌های فرعی (غیرمستقیم)

۱. ارزیابی فایده طرح سهمیه‌بندی با اثرگذاری بر متغیر نگرش به طرح، بر پذیرش اجتماعی آن موثر است. بطوریکه هرچه ارزیابی فایده طرح بیشتر باشد، نگرش به طرح مثبت تر و در نتیجه پذیرش اجتماعی آن بیشتر می‌شود.

۲. انتظار فایده از طرح سهمیه بندی با اثر گذاری بر متغیر نگرش به طرح، بر پذیرش اجتماعی آن موثر است. بطوریکه هر چه انتظار فایده از طرح بیشتر باشد، نگرش به طرح مثبت تر و در نتیجه پذیرش اجتماعی آن بیشتر می شود.

۳. نگرش به طرح های دولتی با اثر گذاری بر متغیر نگرش به طرح، بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی موثر است. بطوریکه هر چه نگرش به طرح های دولتی مثبت تر باشد، نگرش به طرح مثبت تر و در نتیجه پذیرش اجتماعی افزایش خواهد یافت.

۴. نگرش به طرح های دولتی با اثر گذاری بر متغیر متابعت، بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی موثر است. بطوریکه هر چه نگرش به طرح های دولتی مثبت تر باشد، نفوذ اجتماعی از طریق متابعت کاهش و در نتیجه پذیرش اجتماعی افزایش می یابد.

۵. نگرش به طرح های دولتی با اثر گذاری بر متغیر درونی سازی، بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی موثر است. بطوریکه هر چه نگرش به طرح های دولتی مثبت تر باشد، نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی بالاتر و در نتیجه پذیرش اجتماعی طرح بیشتر می شود.

۶. انتظارات دیگران با اثر گذاری بر متغیر متابعت، بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی موثر است. بطوریکه هر چه انتظارات دیگران در مورد طرح بیشتر باشد، نفوذ اجتماعی از طریق متابعت کاهش و در نتیجه پذیرش اجتماعی افزایش خواهد یافت.

۷. انتظارات دیگران با اثر گذاری بر متغیر درونی سازی، بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی موثر است. بطوریکه هر چه انتظارات دیگران در مورد طرح بیشتر باشد، نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی بیشتر و در نتیجه پذیرش اجتماعی طرح بیشتر می شود.

## ۸. روش شناسی تحقیق

این تحقیق کاربردی و از نظر روش کمی، توصیفی - پیمایشی می باشد و ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات آن، پرسشنامه مصاحبه ای بوده است. در این مطالعه واحد مشاهده، فرد و واحد تحلیل، شهروندان تهران هستند و جامعه آماری تحقیق، شامل افرادی است که با وسایل نقلیه شخصی و عمومی بنزین سوز و دوگانه سوز (اعم از سواری، وانت و موتور سیکلت)، در سطح شهر تهران تردد می کنند. حجم نمونه آماری نیز با استفاده از فرمول



کوکران تعداد ۳۵۳ نفر تعیین گردید. شیوه نمونه‌گیری مورد استفاده، تلفیقی از نمونه‌گیری خوشه‌ای و سهمیه‌ای بوده است. بدین صورت که بطور تصادفی ۷ منطقه از مناطق ۲۲ گانه شهر تهران به عنوان مناطق مورد نمونه‌گیری انتخاب شده و بعد از تعیین سهم هر منطقه، با استفاده از آمار جذب سفر مناطق منتخب، با توجه به سهم هر یک از وسایل نقلیه مورد نظر این تحقیق شامل راننده‌های خودروهای شخصی، موتور سیکلت، وانت مسافری، تاکسی، آژانس و مسافربری شخصی در سفرهای روزانه شهر تهران، تعداد نمونه‌های تعیین و نهایتاً نمونه‌ها بطور تصادفی در پارکینگ‌های عمومی، پمپ بنزین‌ها، ایستگاه‌های تاکسی، آژانس‌ها و اماکن عمومی انتخاب گردیدند.

آمار جذب سفر و سهم هر یک از مناطق در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول شماره ۱. آمار جذب سفر و سهم هر یک از مناطق

منطقه	جذب سفر ساکنین	درصد از ۷ منطقه منتخب	سهم تعداد نمونه در ۳۵۰ نفر
۳	۸۱۵۷۷۲	۱۴/۸	۵۲
۶	۱۷۲۰۵۹۸	۳۱/۳	۱۱۰
۹	۳۰۳۰۹۳	۵/۵	۲۰
۱۲	۱۴۶۵۰۷۷	۲۶/۷	۹۴
۱۵	۵۷۹۸۱۳	۱۰/۶	۳۷
۱۸	۳۸۷۵۸۵	۷	۲۵
۲۱	۲۲۴۸۳۶	۴/۱	۱۵
جمع	۵۴۹۶۷۷۴	۱۰۰	۳۵۳

تعداد سفرهای روزانه هر یک از این وسایل و سهم آنها در نمونه ۳۵۳ نفری تحقیق در جدول ۲، نشان داده شده است.

جدول شماره ۲. تعداد سفرهای روزانه هر یک از وسائل نقلیه و سهم آن در نمونه

وسیله	جمع سفرهای روزانه	درصد*	سهم نمونه در ۳۵۰ نفر
موتور سیکلت	۹۴۰۰۰۰	۹/۴	۳۳
سواری شخصی و وانت مسافری	۵۴۰۰۰۰۰	۵۴	۱۹۱
تاکسی و آژانس و مسافربرها	۳۳۰۰۰۰۰	۳۳	۱۱۶
وانت باری	-	۳/۶	۱۳
جمع	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۰۰	۳۵۳

\*. با توجه به عدم دسترسی به آمار سفرهای روزانه وانت‌های باری در تهران، در این جدول کل سفرها بجای ۹۴۴۰۰۰۰۰ (تقریباً ۱۰ میلیون در نظر گرفته شده و درصدها بر حسب آن اعمال و سهم وانت‌های باری بطور فرضی برابر ۳/۶ درصد بدست آمد.

### ۸-۱. تعریف و چارچوب اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق

#### ۸-۱-۱. متغیر وابسته: پذیرش اجتماعی

تعریف نظری: پذیرش اجتماعی، میزان تصدیق یک پدیده یا رویداد در جامعه است. برانسون، پذیرش اجتماعی را چنین تعریف می‌کند: روش‌های به‌هم پیوسته ابراز رضایت عمومی که به وسیله آن قضاوت‌ها، الگوهای قابل شناسایی و سیاسی قشرهای مختلف شهروندان بسط داده می‌شود (عسکری، ۱۳۸۵: ۴).

تعریف عملیاتی: مطابق تعریف، در این تحقیق میزان پذیرش اجتماعی، میزان رضایت افراد از طرح سهمیه‌بندی بنزین و میزان تصدیق آن است که این تصدیق و رضایت می‌تواند ذهنی و رفتاری باشد. بنابراین برای اندازه‌گیری این مفهوم می‌بایست پذیرش ذهنی افراد نسبت به طرح و همین‌طور بُعد رفتاری آن مورد بررسی قرار گیرد.

بُعد ذهنی: به پذیرش طرح سهمیه‌بندی بنزین در ذهن فرد اشاره دارد و می‌توان آنرا با استفاده از یک طیف لیکرت و در نظر گرفتن مواردی نظیر اعتقاد به لزوم محدودیت برای کنترل مصرف بنزین، اعتقاد به لغو طرح سهمیه‌بندی و یا مناسب دانستن طرح سهمیه‌بندی بنزین برای کشور و همین‌طور میزان رضایت از اطلاع رسانی و نحوه اجرای طرح و .... آنرا مورد سنجش قرار داد.

بُعد رفتاری: رفتاری که فرد در ارتباط با طرح سهمیه‌بندی بنزین انجام می‌دهد که می‌توان با توجه به مواردی مانند: چگونگی تأمین بنزین اضافی مورد نیاز، عدم خرید و

فروش بنزین مازاد، عدم استفاده از کارت سوخت دیگران، استفاده مناسب از سهمیه بنزین، عدم دستکاری کارت سوخت در صورت توانایی و... آنرا سنجید.

#### ۸-۱-۲. متغیرهای مستقل

##### ۸-۱-۲-۱. نگرش نسبت به طرح

**تعریف نظری:** گوردون آلپورت معتقد است: «نگرش عبارتست از یک نوع آمادگی فکری و روانی (احساسی) که بوسیله تجربه سازماندهی می‌شود و بر روی عکس‌العمل‌های انسان نسبت به کلیه پدیده‌ها و وضعیت‌هایی که با او سروکار دارند، تأثیری جهت دهنده یا پویا می‌گذارد» (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۵).

**تعریف عملیاتی:** برای اندازه‌گیری این متغیر، از طیف برش قطبین استفاده می‌شود که در آنها مواردی نظیر سودمند یا غیر سودمند بودن طرح، مثبت یا منفی بودن طرح، مفید یا مضر بودن طرح و خوب یا بد بودن طرح و... با تعیین نظر فرد در بین زوج‌های ذکر شده، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

##### ۸-۲-۱-۲. ارزیابی شرایط تسهیلی سازمانی

**تعریف نظری:** ارزیابی افراد از میزان حمایت ساختار سازمانی یا فنی مرتبط، از استفاده آنها از تکنولوژی یا طرح (چه از نظر مدیریتی و چه از نظر امکانات و تدارکات مرتبط با آن)، مانند توسعه حمل و نقل عمومی و تعداد جایگاه‌های گاز و روند صدور و دریافت کارت سوخت، هماهنگی مجریان طرح با سایر سازمانهای مرتبط و...<sup>۱</sup>

**تعریف عملیاتی:** برای سنجش این متغیر، مواردی نظیر: نحوه دریافت کارت سوخت، جایگاه‌های گاز، کارکرد دستگاه‌های کارت خوان، روند صدور کارت سوخت، حمل و نقل عمومی، نحوه دوگانه‌سوز کردن خودروها و هماهنگی سازمانهای مربوطه مورد نظر قرار گرفته است.

##### ۸-۲-۱-۳. نفوذ اجتماعی

**تعریف نظری:** عبارت است از درجه و میزان ارزیابی فرد از باور دیگران درخصوص

1. Schaper & Pervan, 2004, p.738, Venkatesh et al, 2003

انجام رفتار مورد نظر که در رفتار در خلال متابعت، هویت سازی و درونی سازی مؤثر می باشد.<sup>۱</sup>

متابعت: زمانی است که فرد رفتار تحمیل شده را نه به علت باورها، بلکه به جهت انتظار پاداش و یا اجتناب از تنبیه می پذیرد.

هویت سازی: زمانی است که نفوذ را می پذیرد به این علت که می خواهد بوسیله آن با برقراری رابطه با دیگران برای خود ایجاد هویت نماید.

درونی سازی: زمانی است که فرد نفوذ را می پذیرد به این علت که موضوع مرتبط با رفتار، از نظر ذهنی و عملی، ذاتاً مطلوب فرد و مطابق ارزش ها و باورهای او می باشد.<sup>۲</sup>

#### تعریف عملیاتی

متابعت: این متغیر توسط میزان استفاده فرد از طرح تنها به دلیل اجباری بودن آن (تحمیل شده توسط دولت) و رعایت شرایط و قوانین آن به جهت اجتناب از تنبیه، سنجیده می شود.

هویت سازی: در این بخش احساس سربلندی و همچنین صحبت با دیگران راجع به طرح و نیز حس تملک نسبت به طرح مورد بررسی قرار گرفته است.

درونی سازی: جهت سنجش آن، اهمیت طرح برای فرد و نیز استفاده فرد از طرح به علت توجه به ارزش های جامعه و همچنین به دلیل تطابق ارزش های فرد و جامعه و... مورد بررسی قرار گرفته است.

شایان ذکر است بر اساس نتایج تحلیل عامل پیش آزمون، در این تحقیق، هویت سازی و درونی سازی با یکدیگر ادغام شدند.

۸-۲-۴. کنترل رفتار ادراکی

تعریف نظری: ادراکات افراد از توانایی های آنها جهت انجام یک رفتار.<sup>۳</sup>

تعریف عملیاتی: برای سنجش این مفهوم از دو شاخص توانایی شخصی در انجام

---

1. Venkatesh & Davis, 2000

2. Kelman, 1958: p 53

3. Francis & et al, 2004: 9

رفتار و قابلیت کنترل فرد استفاده می‌شود. شاخص توانایی شخصی در انجام رفتار با ساده یا سخت بودن صرفه‌جویی در مصرف بنزین برای فرد و کنار آمدن با مشکلات طرح، مورد سنجش قرار می‌گیرد و شاخص قابلیت کنترل با نگران بودن از تمام شدن سهمیه بنزین و همچنین جا گذاشتن و یا گم کردن کارت سوخت سنجیده می‌شود.

#### ۸-۱-۲-۵. ارزیابی فایده

**تعریف نظری:** عبارت است از درجه‌ای که شخص معتقد است که استفاده از این سیستم ویژه برای او سودمند است.<sup>۱</sup>

**تعریف عملیاتی:** پرسش از فرد در مورد آثار مثبت و همینطور منفی طرح سهمیه‌بندی بنزین برای او و کشور مانند میزان تأثیر طرح سهمیه‌بندی بر شغل فرد، میزان تأثیر طرح بر کاهش آلودگی هوا، ترافیک، کاهش مصرف بنزین کشور و... و همچنین این که طرح سهمیه‌بندی بنزین تا چه حد موجب تورم و یا شکل‌گیری انحرافات اجتماعی از قبیل دزدی بنزین و کارت سوخت و ... شده است.

#### ۸-۱-۲-۶. انتظار فایده:

**تعریف نظری:** انتظار فایده یعنی اینکه فرد تا چه اندازه از موضوع مورد نظر انتظار فایده و سودمندی دارد (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۸).

**تعریف عملیاتی:** برای سنجش این متغیر میزان انتظار سودمندی فرد از طرح سهمیه‌بندی در مواردی مانند کاهش ترافیک، کاهش آلودگی هوا، کاهش مصرف سوخت اثر مثبت بر زندگی فرد، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۸-۱-۲-۷. انتظار دیگران

**تعریف نظری:** عبارت است از انتظاری که افراد یا گروه‌هایی که در واقع نقش یک مرجع کنترل‌کننده و هدایت‌کننده رفتار را دارند از انجام رفتاری خاص توسط فرد. در واقع انتظار آنکه یک رفتار خاص توسط افراد مهم [از نظر فرد] چگونه ارزیابی می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۱۱).

1. Venkatesh et al, 2003: 428, Davis 1989, p.320

**تعریف عملیاتی:** برای سنجش این متغیر، میزان تأثیر انتظاراتی که افراد مهم [از نظر فرد] در ارتباط با طرح سهمیه بندی و یا مصرف بنزین از فرد دارند، در سه زمینه: استفاده درست از سهمیه بنزین، صرفه جویی در مصرف بنزین استفاده از حمل و نقل عمومی مورد بررسی قرار گرفته است.

#### ۸-۲-۱-۸. نگرش به طرح‌های دولتی

**تعریف نظری:** در قسمت نگرش نسبت به طرح سهمیه بندی ارائه شده است. **تعریف عملیاتی:** برای اندازه گیری نگرش مردم به طرح‌های دولتی، چهار مورد: رفاه مردم در طرح‌های دولتی، اعتماد به طرح‌های دولتی، برنامه ریزی مناسب برای طرح‌ها و موفقیت طرح‌های دولتی مورد سنجش قرار گرفته است.

#### ۸-۲. بررسی روایی و پایایی سنج‌های تحقیق

در این پژوهش برای تعیین روایی (اعتبار) اندازه گیری متغیرها، از روش اعتبار صوری، یعنی میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار استفاده شده است. پرسشنامه تحقیق به چند نفر از اساتید و پژوهشگران صاحب نظر ارائه و نظرات آنها در رابطه با تصحیح و تغییرات لازم، در پرسشنامه نهایی اعمال گردید. همچنین قبل از توزیع و تدوین نهایی پرسشنامه بمنظور بررسی سؤالات و میزان سنجش مفاهیم مورد نظر در تحقیق، از طریق گویه‌های مربوطه و رفع اشکالات احتمالی پرسشنامه از طریق پیش آزمون تعداد ۳۲ نفر مورد آزمون قرار گرفتند. برای تعیین میزان پایایی سنج‌های تحقیق، گویه‌ها و سؤالات مرتبط با مفاهیم مورد نظر در تحقیق با استفاده از داده‌های پیش آزمون، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و نتایج به صورت جدول ۳ بدست آمد. همانطور که مشاهده می‌شود، ضرایب آلفای متغیرها در سطح قابل قبولی است.

#### ۹. نتایج و یافته‌ها

##### ۹-۱. توصیف متغیرهای وابسته و مستقل

##### ۹-۱-۱. توصیف متغیر وابسته: پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین

نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که ۸۷/۵ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که قصد

دارند از طریق صرفه‌جویی، از سهمیه بنزین خود استفاده مطلوب نمایند که این امر حاکی از آن است که گرایش به استفاده مناسب از سهمیه بنزین وسیله نقلیه، در بیشتر افراد وجود داشته است. همچنین ۶۹/۲ درصد از پاسخگویان به ضرورت ایجاد محدودیت به‌منظور کنترل مصرف بنزین اعتقاد دارند. اگرچه ۳۵/۷ درصد از آنها تا حدی با آن موافقت ولی در مجموع درصد بالایی نشان می‌دهد که ذهن مردم با اعمال محدودیت یا همان جیره بندی غریبه نیست و آنرا راهکاری برای کاهش مصرف می‌دانند. این یافته می‌تواند برای سیاستگذاران این بخش ارزشمند باشد که نزدیک ۷۰ درصد پاسخگویان، با اصل اعمال محدودیت مخالفتی ندارند. همچنین ۷۲/۶ درصد از پاسخگویان نیز اظهار داشته‌اند که

### جدول ۳. میزان پایایی سنجه‌های تحقیق

ردیف	سنجه	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	پذیرش اجتماعی طرح	۱۴	۰/۸۰
۲	نگرش به طرح	۷	۰/۹۴
۳	ارزیابی فایده	۲۱	۰/۸۴
۴	انتظار فایده	۳	۰/۵۰
۵	نفوذ اجتماعی - متابعت (اجبار)	۳	۰/۸۴
۶	نفوذ اجتماعی - درونی سازی	۳	۰/۶۷
۷	نگرش به طرح‌های دولتی	۴	۰/۷۸
۸	انتظارات دیگران	۲	۰/۷۳
۹	کنترل رفتار ادراکی	۴	۰/۷۱
۱۰	ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی	۸	۰/۶۴

خانواده و دوستان خود را به استفاده از حمل و نقل عمومی تشویق می‌کنند که البته میزان بالایی است. همچنین ۳۷/۱ درصد از پاسخگویان بیان نموده‌اند در صورتی که بتوانند بیشتر بنزین بزنند، حاضر به دست‌کاری کارت سوخت وسیله نقلیه خود می‌باشند، در مقابل ۶۳/۹ درصد نیز گفته‌اند حتی در صورت توانایی نیز این کار را انجام نخواهند داد. هر چند

۶۳/۹ درصد میزان بالایی است اما نمی توان افرادی که این عمل را در صورت توانایی انجام می دهند نادیده گرفت، زیرا به نظر می رسد با وجود منابع قانونی و اخلاقی، ۳۷ درصد، میزان نسبتاً بالایی باشد. همچنین، ۲۷/۵ درصد معتقد بودند که نباید طرح سهمیه بندی لغو گردد، ۵۳/۳ درصد آنرا طرح مناسبی دانسته، ۲۷/۳ درصد نیز مخالف برچیده شدن طرح در زمان بودن و ۴۱/۳ درصد نیز معتقد بودند باید تمام جوانب طرح سهمیه بندی بخوبی سنجیده شود.

بر اساس یافته های تحقیق حاضر، ۳۷/۴ درصد افراد یا اصلاً از طرح سهمیه بندی انتقاد نمی کنند و یا در حد کمی انتقاد می کنند، در واقع ۶۲/۳ درصد از طرح سهمیه بندی بنزین درصد متوسط تا زیاد انتقاد می کنند. همچنین ۶۰/۵ درصد از پاسخگویان اصلاً حاضر به فروش بنزین مازاد خود نبوده و یا کمی به آن تمایل داشتند، به عبارتی دیگر ۳۷/۷ درصد در حد متوسط تا زیاد حاضر به فروش بنزین مازاد خود می باشند. رضایتمندی ۵۱/۶ درصد از پاسخگویان از اطلاع رسانی در خصوص طرح سهمیه بندی و ۴۳/۷ درصد نیز از نحوه اجرای طرح سهمیه بندی، در سطح متوسط و بالا قرار دارد. بنابراین بیشتر پاسخگویان منتقد طرح هستند و با توجه به سایر نتایج می توان بیشتر این انتقادات را به نحوه اجرای طرح نسبت داد. سایر نتایج تحقیق حاکی از آن است که ۲۳/۵ درصد از پاسخگویان برای تأمین بنزین مورد نیاز خود، سعی می کنند با صرفه جویی در مصرف بنزین، تا احتیاجی به تهیه بنزین از سایر رشوها نداشته باشند، ۳۲/۶ درصد نیز بنزین اضافی مورد نیاز خود را از پمپ بنزین ها بطور آزاد تهیه می کنند و ۲۷/۵ درصد از کارت سوخت دوستان و آشنایان استفاده می کنند و ۹/۶ درصد هم سهمیه بنزین دیگران را خریداری می کنند. ۶/۸ درصد نیز به این سوال پاسخ نداده اند. بنابراین می توان نتیجه گرفت استفاده از کارت سوخت دوستان و آشنایان یکی از روش های رایج تهیه بنزین اضافی مورد نیاز افراد است و نکته قابل توجه دیگر این که درصد کمی از پاسخگویان که بنزین اضافی مورد نیاز را از طریق خرید سهمیه دیگران تهیه می کنند، بنابراین می توان نتیجه گرفت با فروش بنزین آزاد در پمپ بنزین ها (لیتری ۴۰۰ تومان) تا حد زیادی خرید و فروش سهمیه بنزین کاهش یافته است. ۴۲/۵ درصد از پاسخگویان هم که سهمیه بنزین تخصیص یافته به وسائل نقلیه را مناسب و تا حدی مناسب ارزیابی کرده و ۵۷/۲ درصد نیز معتقدند تخصیص سهمیه ها بطور



مناسبی صورت نگرفته است. که البته بیشتر تا کسی‌ها و آژانس‌ها چنین عقیده‌ای دارند. در مجموع بعد از شاخص سازی‌های انجام شده، پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین را می‌توان به شرح جدول ۴، ارائه نمود.

جدول ۴. میزان پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۲۹/۴	۲۹/۴	۱۰۴	پذیرش پایین
۷۳.۹	۴۴/۵	۱۵۷	پذیرش متوسط (عدم التزام)
۱۰۰.۰	۲۶/۱	۹۲	پذیرش بالا
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

به عبارتی دیگر، طرح سهمیه‌بندی بنزین از سوی ۲۹/۴ درصد پاسخگویان در حد پایینی مورد پذیرش واقع شده و میان ۴۴/۵ درصد پاسخگویان نیز این طرح در حد متوسطی پذیرفته شده که برای این دسته نمی‌توان حکم قطعی صادر نمود و در واقع پذیرش طرح سهمیه‌بندی از سوی این افراد درهاله‌ای از ابهام قرار دارد، بطوریکه می‌توان گفت این عده نه بطور کامل طرح را پذیرفته‌اند و نه کاملاً آنرا رد نموده‌اند. همچنین ۲۶/۱ درصد پاسخگویان نیز این طرح را کاملاً پذیرفته‌اند. بطوریکه نمره پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین برابر ۴۹/۷ از ۱۰۰ و انحراف معیار ۱۵/۴۳ بدست آمد. بنابراین همانطور که مشاهده می‌شود، پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین از سوی مردم تهران در حد متوسط رو به پائین قرار دارد. شناسایی عوامل مؤثر بر میزان پذیرش طرح نیازمند بررسی متغیرهای مستقل و تحلیل روابط فی ما بین است که در ادامه به آنها پرداخته خواهد شد.

#### ۹-۱-۲. توصیف متغیرهای مستقل

##### • نگرش به طرح

پس از محاسبه نمره نگرش هر فرد و کدگذاری مجدد بر روی آن، افراد از نظر نوع نگرش نسبت به طرح به پنج دسته تقسیم شدند که نتایج آن در جدول ۵ نشان داده است.

میانگین کل سنجش نگرش نسبت به طرح ۳۹/۳۳ در صد و انحراف معیار آن ۲۷/۹۱ است. بنابراین با توجه به تعریف نگرش، آمادگی فکری و روانی که توسط تجربه استفاده از طرح در افراد ایجاد شده است، تا حدود زیادی منفی می باشد.

جدول شماره ۵. فراوانی متغیر سنجش نگرش به طرح

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۳۲/۰	۳۲/۰	۱۱۳	خیلی منفی
۵۰/۴	۱۸/۴	۶۵	منفی
۷۵/۶	۲۵/۲	۸۹	نه مثبت، نه منفی
۹۰/۹	۱۵/۳	۵۴	مثبت
۱۰۰/۰	۹/۱	۳۲	خیلی مثبت
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

• نفوذ اجتماعی از طریق متابعت  
میانگین نفوذ اجتماعی از طریق متابعت ۶۵/۷۵ از ۱۰۰ با انحراف معیار ۲۵/۹۳ می باشد که نمره بالایی است و بیانگر این است که اجباری بودن طرح سهمیه بندی بنزین دلیل عمده استفاده افراد از آن می باشد. در واقع افراد با متابعت ناشی از پشتوانه قوی اجرایی طرح از سوی دولت، از این طرح استفاده می کنند. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۶، نشان داده شده است.

• پذیرش اجتماعی از طریق درونی سازی  
میانگین پذیرش اجتماعی از طریق درونی سازی ۶۵/۲۹ از ۱۰۰ با انحراف معیار ۲۰/۷۵ می باشد و حاکی از آن است که هر چند در ابتدا افراد به علت اجباری بودن طرح از آن استفاده می کنند ولی به مرور این ظرفیت ایجاد می شود که مردم که از درون نیز باور داشته باشند که می بایست ضوابط طرح را رعایت کرده و با آن همراهی نمایند. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۷، نشان داده شده است.

جدول ۶. توزیع فراوانی مربوط به پذیرش اجتماعی از طریق متابعت

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۵/۹	۵/۹	۲۱	خیلی کم
۱۶/۱	۱۰/۲	۳۶	کم
۴۱/۴	۲۵/۲	۸۹	متوسط
۶۴/۶	۲۳/۲	۸۲	زیاد
۱۰۰/۰	۳۵/۴	۱۲۵	خیلی زیاد
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

جدول ۷. توزیع فراوانی مربوط به پذیرش اجتماعی از طریق درونی سازی

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۲/۳	۲/۳	۸	خیلی کم
۱۰/۵	۸/۲	۲۹	کم
۳۸/۰	۲۷/۵	۹۷	متوسط
۷۵/۶	۳۷/۷	۱۳۳	زیاد
۱۰۰	۲۴/۴	۸۶	خیلی زیاد
	۱۰۰	۳۵۳	کل

• نگرش به طرح‌های دولتی

میانگین نگرش به طرح‌های دولتی برابر ۳۸/۶۴ از ۱۰۰ و انحراف معیار ۲۴/۳۸، حاکی از آن است که بطور کلی پاسخگویان نگرش مثبتی نسبت به طرح‌های دولتی ندارند. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول ۸. توزیع فراوانی مربوط به نگرش به طرح های دولتی

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۲۶/۹	۲۶/۹	۹۵	خیلی منفی
۵۳/۸	۲۶/۹	۹۵	منفی
۷۵/۹	۲۲/۱	۷۸	نه مثبت، نه منفی
۹۶/۳	۲۰/۴	۷۲	مثبت
۱۰۰/۰	۳/۷	۱۳	خیلی مثبت
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

• انتظارات دیگران

با توجه به اینکه نمره انتظارات دیگران برابر ۵۸/۹۸ از ۱۰۰ و انحراف معیار آن ۲۲/۹ شده است، نشان می دهد که دیگران مهم (خانواده، دوستان و همکاران)، از افراد انتظاراتی مبنی بر صرفه جویی در مصرف بنزین و استفاده صحیح از سهمیه بنزین و همچنین استفاده از حمل و نقل عمومی دارند. که این انتظار برای استفاده از حمل و نقل عمومی بیشتر از سایر موارد است. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۹ نشان داده شده است.

جدول ۹. توزیع فراوانی مربوط به انتظار دیگران

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۶/۸	۶/۸	۲۴	خیلی کم
۱۹/۳	۱۲/۵	۴۴	کم
۴۷/۶	۲۸/۳	۱۰۰	متوسط
۸۰/۲	۳۲/۶	۱۱۵	زیاد
۱۰۰/۰	۱۹/۸	۷۰	خیلی زیاد
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

• کنترل رفتار ادراکی

برابر نتایج تحقیق نمره کنترل رفتار ادراکی پاسخگویان برابر ۳۵/۱۱ از ۱۰۰ با انحراف معیار آن ۲۱/۳۹ می‌باشد، بیانگر آن است که پاسخگویان، برای مواجهه با مشکلات طرح و همچنین صرفه‌جویی در مصرف بنزین در خود توانایی زیادی نمی‌بینند و به نوعی در این زمینه نگران می‌باشند. با توجه به میانگین‌های هر یک از موارد، این مسئله در زمینه گم‌شدن کارت سوخت و یا جا گذاشتن آن در پمپ‌بنزین نمود بیشتری دارد. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۱۰، نشان داده شده است.

• ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی

بر اساس نتایج تحقیق، نمره ارزیابی پاسخگویان از شرایط تسهیلی سازمانی برابر ۴۱/۷۹ از ۱۰۰ و انحراف معیار آن ۱۳/۸۷ شده است. همچنین با توجه به نتایج، کمترین نمرات ارزیابی به نحوه دوگانه سوز کردن خودروها، تعداد جایگاه‌های گاز و حمل و نقل عمومی در شهر تهران مربوط می‌شود. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۱۱، نشان داده شده است.

• ارزیابی فایده

بر اساس نتایج تحقیق از نظر پاسخگویان بیشترین فایده طرح سهمیه‌بندی کاهش قاچاق بنزین از کشور (۳/۹۹) و جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های کشور با کاهش واردات بنزین (۳/۷۱) بوده و کمترین فایده را کاهش تصادفات (۲/۳۸)، کاهش حجم

جدول ۱۰. توزیع فراوانی مربوط به کنترل رفتار ادراکی

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۲۹.۵	۲۹/۵	۱۰۴	خیلی کم
۶۰/۳	۳۰/۹	۱۰۹	کم
۸۸/۱	۲۷/۸	۹۸	متوسط
۹۶/۹	۸/۸	۳۱	زیاد
۱۰۰.۰	۳/۱	۱۱	خیلی زیاد
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

### جدول ۱۱. توزیع فراوانی مربوط به ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۵/۱	۵/۱	۱۸	خیلی نامطلوب
۴۵/۰	۳۹/۹	۱۴۱	نامطلوب
۹۰/۳	۴۵/۳	۱۶۰	متوسط
۹۹/۴	۹/۱	۳۲	مطلوب
۱۰۰/۰	۶	۲	خیلی مطلوب
-	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

ترافیک (۲/۶۱) و همینطور کاهش آلودگی هوا (۲/۹۲) عنوان شده است. بنابراین با توجه به نظر پاسخگویان، کاهش آلودگی هوا و ترافیک که اهداف اولیه طرح بوده‌اند، تحقق نیافته است. بطوریکه به ترتیب تنها ۱۴/۴ و ۶/۳ درصد عنوان کرده‌اند، طرح سهمیه‌بندی زیاد و خیلی زیاد، موجب کاهش آلودگی هوا و ترافیک شده است. همچنین می‌توان گفت از نظر پاسخگویان بیشترین آثار منفی طرح سهمیه‌بندی عبارت است از ایجاد بازار سیاه و مشاغل کاذب مانند خرید و فروش بنزین (۴/۹۷)، و شکل‌گیری برخی از انحرافات اجتماعی نظیر دزدی بنزین و کارت سوخت (۴/۷۷)، و افزایش نارضایتی عمومی در جامعه (۴/۷۶) و همینطور افزایش بی‌رویه قیمت‌ها (۴/۷۶) و کمترین آثار منفی شامل کاهش دید و بازدیدهای خانوادگی (۳/۲۷)، اثر منفی بر شغل پاسخگو (۳/۳۸) و همینطور کاهش مسافرت‌های بین شهری (۳/۷۳) می‌گردد. نمره ارزیابی فایده طرح سهمیه‌بندی بنزین ۴۱/۱۳ و انحراف معیار آن برابر ۱۳/۳۴ بدست آمد. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۱۲ نشان داده شده است.

#### انتظار فایده

پاسخگویان بیشترین انتظار فایده از طرح سهمیه‌بندی در زمینه صرفه‌جویی در مصرف بنزین و کمترین انتظار فایده از این طرح در ارتباط با آلودگی هوا می‌باشد. همچنین نمره

## جدول ۱۲. توزیع فراوانی مربوط به ارزیابی فایده از طرح

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۶/۲	۶/۲	۲۲	خیلی کم
۵۲/۱	۴۵/۹	۱۶۲	کم
۹۲/۶	۴۰/۵	۱۴۳	متوسط
۱۰۰/۰	۷/۴	۲۶	زیاد
-	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

انتظار فایده از طرح بر اساس نظر پاسخگویان برابر ۴۷ از ۱۰۰ و انحراف معیار آن ۲۱/۹۵ بدست آمد. همانطور که مشاهده می شود نمره انتظار فایده از طرح (۴۷) کمی بیشتر از ارزیابی فایده از طرح (۴۱/۱۳) می باشد که حاکی از آن است که پاسخگویان انتظار داشته اند طرح سهمیه بندی بنزین بیش از وضعیت فعلی مؤثر باشد. توزیع فراوانی این متغیر در جدول ۱۳، نشان داده شده است.

## جدول ۱۳. توزیع فراوانی مربوط به انتظار فایده از طرح

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۳۴.۳	۳۴/۳	۱۲۱	خیلی کم
۷۷.۳	۴۳/۱	۱۵۲	کم
۹۴.۹	۱۷/۶	۶۲	متوسط
۱۰۰.۰	۵/۱	۱۸	زیاد
	۱۰۰/۰	۳۵۳	کل

## ۹-۲. آزمون فرضیه های اصلی تحقیق

جدول ۱۴ همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته جهت آزمون فرضیات تحقیق را نشان می دهد.

جدول ۱۴. همبستگی متغیرهای مستقل با پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین

پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین		متغیرها
همبستگی تفکیکی	همبستگی پیرسون	
۰/۱۵۳(**)	۰/۶۳۲(**)	مقدار
۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	سطح معنی داری
-۰/۲۳۵(**)	-۰/۶۴۳(**)	مقدار
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری
۰/۱۵۸(**)	۰/۴۴۸(**)	مقدار
۰/۰۰۳	۰/۰۰۰	سطح معنی داری
۰/۱۶۷(**)	۰/۴۹۴(**)	مقدار
۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	سطح معنی داری
۰/۲۹۴(xx)	۰/۵۵۴(xx)	مقدار
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری

\*\* همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است

برای آزمون فرضیه های اصلی از ضریب همبستگی پیرسون و تفکیکی استفاده شده است، همانطور که در جدول ۱۴ ملاحظه می شود، همبستگی پیرسون میان متغیرهای مستقل و پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی همگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار شده اند. به منظور کنترل اثر سایر متغیرها بر این رابطه، ضریب همبستگی تفکیکی آن متغیرها با کنترل سایر متغیرهای مستقل محاسبه و در جدول ۱۴ ارائه شده است. بنابراین هر پنج فرضیه اصلی تأیید می گردند. شایان ذکر است فرضیه های غیرمستقیم در تحلیل مسیر، مورد بحث قرار خواهند گرفت.

### ۳-۹. تحلیل رگرسیونی

جهت تبیین و پیش بینی متغیر وابسته تحقیق، یعنی پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین، از تحلیل رگرسیونی به روش گام به گام<sup>۱</sup> که از نظر ورود متغیر به مدل، روشی سخت گیرانه است و تنها متغیرهایی که واقعاً اثر معنی داری داشته اند وارد مدل می شوند، استفاده شده است که نتایج در ۱۵ ارائه شده است.

1. stepwise



جدول شماره ۱۵. همبستگی چندگانه و معنی‌داری مدل‌های اجرا شده در رگرسیون

تغییرات			R Square	R	مدل
سطح معنی‌داری تغییر	F تغییر	R تغییر Square			
۰/۰۰۰	۲۴۷/۱۱۱	۰/۴۱۳	۰/۴۱۳	۰/۶۴۳	۱
۰/۰۰۰	۷۳/۹۴۲	۰/۱۰۲	۰/۵۱۶	۰/۷۱۸	۲
۰/۰۰۰	۳۴/۰۹۳	۰/۰۴۳	۰/۵۵۹	۰/۷۴۷	۳
۰/۰۰۰	۱۲/۷۷۳	۰/۰۱۶	۰/۵۷۴	۰/۷۵۸	۴
۰/۰۰۳	۸/۶۶۹	۰/۰۱۰	۰/۵۸۵	۰/۷۶۵	۵
۰/۰۰۲	۹/۵۴۹	۰/۰۱۱	۰/۵۹۶	۰/۷۷۲	۶
۰/۰۲۶	۴/۹۹۰	۰/۰۰۶	۰/۶۰۲	۰/۷۷۶	۷

با استفاده از رگرسیون گام به گام ۷ مدل برای پیش‌بینی و تبیین پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین با استفاده از متغیرهای مستقل تحقیق اجرا شده است و همانطور که مشاهده می‌گردد که آخرین مدل بیشترین ضریب تبیین (برابر ۰/۶۰) را ارائه می‌دهد. بنابراین مدل شماره ۷ می‌تواند تا ۶۰ درصد تغییرات (واریانس) متغیر وابسته (یعنی پذیرش اجتماعی طرح) را تبیین و پیش‌بینی نماید. متغیرهای حاضر در مدل نهایی عبارتند از: متغیرهای نفوذ اجتماعی از طریق متابعت، ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمان، نفوذ اجتماعی از طریق درونی‌سازی، نگرش نسبت به طرح، کنترل رفتار ادراکی، انتظارات دیگران و انتظار فایده از طرح همانطور که مشاهده می‌شود، متغیرهای ارزیابی فایده و نگرش به طرح‌های دولتی به دلیل عدم تأثیر مستقیم معنی‌دار بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی، وارد مدل نشده و در حقیقت این متغیرها از معادله رگرسیونی به‌منظور تبیین و پیش‌بینی پذیرش اجتماعی طرح کنار گذاشته شده‌اند. بنابراین ارزیابی فایده نمی‌تواند اثر مستقیمی بر میزان پذیرش داشته باشد و طبق مدل تحقیق نیز این متغیر بطور غیر مستقیم و با اثرگذاری بر نگرش افراد نسبت به طرح بر میزان پذیرش اجتماعی تأثیر داشته است. همچنین متغیر نگرش به طرح‌های دولتی نیز اگرچه تا حدودی در میزان پذیرش مؤثر بوده

ولی تأثیر مستقیم آن از نظر آماری معنی دار نیست، بدین ترتیب این متغیر نیز از مدل رگرسیونی حذف گردیده است، اگرچه بر اساس مدل تحقیق این متغیر نیز بطور غیر مستقیم و بواسطه متغیر نفوذ اجتماعی بر میزان پذیرش اجتماعی طرح اثرگذار است. در جدول ۱۶، معنی داری مدل نهایی رگرسیونی مدل شماره ۷ نشان داده شده است.

جدول ۱۶. تحلیل واریانس رگرسیونی برای پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین

سطح معنی داری	مقدار F	میانگین مجذورات <sup>۲</sup>	درجه آزادی	جمع مجذورات <sup>۱</sup>	مدل
۰/۰۰۰	۷۴/۴۰۷	۷۲۰۲/۸۲۶	۷	۵۰۴۱۹/۷۸۵	رگرسیون
		۹۶/۸۰۳	۳۴۵	۳۳۳۹۷/۰۵۲	باقی مانده
			۳۵۲	۸۳۸۱۶/۸۳۸	کل

بدین ترتیب مدل نهایی معنی دار بوده، بطوریکه متغیرهای مستقل موجود در مدل (حداقل یکی از موارد) در پیش بینی متغیر وابسته (یعنی پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی) مؤثر است. در جدول ۱۷، میزان اثر هر یک از متغیرهای مستقل حاضر در مدل بر روی پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی (ضریب رگرسیونی) و معنی داری اثرات با استفاده از آماره T نشان داده شده است.

با توجه به ضرایب بتا<sup>۳</sup> مندرج در جدول، می توان اظهار داشت که نفوذ اجتماعی از طریق متابعت با ضریب ۰/۲۶۶-، به همراه ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی با ضریب ۰/۲۳۷، بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته (یعنی پذیرش اجتماعی طرح) دارند و در رده های بعدی متغیرهای نگرش نسبت به طرح (۰/۱۶۳)، کنترل رفتار ادراکی (۰/۱۴۸)، نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی (۰/۱۴)، انتظارات دیگران (۰/۱۱) و انتظار فایده از طرح (۰/۰۸۹) به ترتیب بر پذیرش اجتماعی طرح تأثیر مستقیم دارند. لازم به ذکر است هنگامیکه گفته می شود ضریب بتا نفوذ اجتماعی از طریق متابعت ۰/۲۶۶- شده، این بدان

1. Sum of Squares  
2. Mean Squares  
3. Beta

جدول ۱۷. ضرایب رگرسیونی هر یک از متغیرها در پذیرش اجتماعی طرح  
سه‌میه‌بندی بنزین

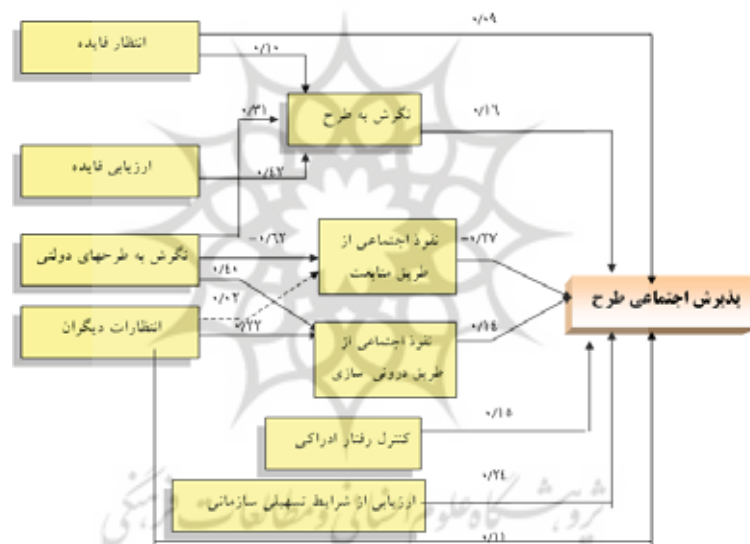
مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	t	سطح معنی‌داری
	B	خطای استاندارد			
ضریب ثابت	۲۷/۶۸۶	۴۰۸۰	۶۰۰۰	۶۰۰۰	۶۰۰۰
نفوذ اجتماعی از طریق متابعت و اجبار	-/۱۵۸	۰۰۳۰	۰۰۰۰	-	۵۰۲۸۶
ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی	۰/۲۶۴	۰۰۴۵	۰۰۰۰	۵۸۲۲	۰۰۰۰
نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی	۰/۱۰۴	۰۰۳۰	۰۰۰۱	۳۰۵۱۳	۰۰۰۱
نگرش نسبت به طرح	۰/۰۹۰	۰۰۲۸	۰۰۰۲	۳۰۱۸۸	۰۰۰۲
کنترل رفتار ادراکی	۰/۱۰۷	۰۰۳۱	۰۰۰۱	۳۰۴۵۴	۰۰۰۱
انتظارات دیگران	۰۰۷۴	۰۰۲۴	۰۰۰۲	۳۰۰۶۲	۰۰۰۲
طرح از فایده انتظار	۰۰۶۲	۰۰۲۸	۰۰۲۶	۲۰۲۳۴	۰۰۲۶

معنی است که به ازای یک واحد تغییر در میزان نفوذ اجتماعی از طریق متابعت به میزان ۰/۲۶۶ در متغیر پذیرش اجتماعی طرح تغییر ایجاد خواهد شد و چون این ضریب منفی بدست آمده با افزایش یک واحد متغیر میزان نفوذ اجتماعی از طریق متابعت، از پذیرش اجتماعی طرح به میزان ۰/۲۶۶ کاهش خواهد یافت. این قضیه در مورد سایر متغیرهای مستقل مؤثر بر متغیر وابسته نیز صادق است. هنگامی که پیش‌بینی با استفاده از چند متغیر در معادله رگرسیون انجام می‌شود، می‌توانیم برای ارزیابی این موضوع که مجموعه متغیرها با چه دقتی نمره یا مقدار واقعی متغیر وابسته افراد را پیش‌بینی می‌کنند از ضریب همبستگی چندگانه (R) استفاده نمود. در صورتی که R پایین باشد نمی‌توان اتکاء چندان زیادی بر پیش‌بینی (دواس، ۱۳۸۴: ۲۲۱). همانطور که در جدول ۱۷ ملاحظه می‌گردد، ضریب همبستگی چندگانه در مدل رگرسیونی تقریباً ۰/۷۸ می‌باشد که رقم بالایی است، بنابراین می‌توان به مدل حاضر اطمینان و بر نتایج حاصل از پیش‌بینی آن اتکا نمود.

#### ۹-۴. تحلیل مسیر و آزمون فرضیه‌های غیرمستقیم

به منظور بررسی و تحلیل روابط غیرمستقیم متغیرهای مدل تحقیق و تأثیر آنها بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه بندی بنزین، تحلیل مسیر انجام گرفته نمودار آن در زیر نشان داده شده است.

با استفاده از نتایج تحلیل مسیر و ضرایب رگرسیونی روابط میان متغیرهای مدل، ملاحظه گردید که از هفت فرضیه غیر مستقیم تحقیق، شش فرضیه تأیید و تنها فرضیه یازدهم که ناظر به اثر انتظارات دیگران با واسطه نفوذ اجتماعی از طریق متابعت بر پذیرش اجتماعی طرح بوده (با خط چین در نمودار مشخص گردیده) رد شده است.



#### ۱۰. جمع بندی و نتیجه گیری

با توجه به گستردگی موضوعی مانند طرح سهمیه بندی بنزین، می بایست سه قطب ۱. سیاسی، ۲. اقتصادی و ۳. فرهنگی-اجتماعی را مد نظر قرار داد. بطوریکه دولت نماینده قطب سیاسی و قدرت اجرای طرح سهمیه بندی و اتخاذ تصمیمات و تدابیری برای اجرای آن می باشد. قطب اقتصادی نیز عامل محرک است که علت اصلی اجرای طرح سهمیه بندی به آن بر می گردد، بطوریکه چگونگی تأمین سوخت و بویژه بنزین به عنوان کالایی اساسی

طی سال‌های اخیر گریبانگیر اقتصاد کشور بوده است. همچنین قطب فرهنگی-اجتماعی به منزله بستری است که رویدادهای مربوطه در این بستر اتفاق می‌افتد و هرگونه رفتار و یا عملی که در این بستر صورت می‌گیرد با سرنوشت طرح سهمیه‌بندی بنزین ارتباط مستقیم خواهد داشت. بازیگران اصلی این بستر، به عنوان استفاده‌کنندگان این طرح، افرادی هستند که بدون در نظر گرفتن آنها و رفتارهای آنان، هیچ تحلیلی در مورد مسائل طرح سهمیه‌بندی بنزین، از قدرت تبیینی بالایی برخوردار نخواهد بود. بدین ترتیب در مطالعه حاضر تلاش شده عوامل بروز رفتارهای افراد در مواجهه با طرح سهمیه‌بندی بنزین، تحلیل و تبیین گردیده و ضمن تحلیل وضع موجود، رویدادهای آینده در رابطه با این طرح و طرح‌های مشابه نیز پیش‌بینی شود و امید است با توجه به پیوستگی قطب‌های فوق‌الذکر، نتایج این مطالعه بتواند چراغ راه قطب‌های سیاسی و اقتصادی کشور در مورد این موضوع باشد. طبق رهیافت که «بر ساخته شدن اجتماعی تکنولوژی» (SCOT)<sup>1</sup>، طرح سهمیه‌بندی بنزین نیز با توجه به تغییر الگوی رفتاری، از حالت انفعالی به سمت رفتاری مداخله‌گر پیش رفته و پذیرش اجتماعی طرح و نحوه درک و رفتار افراد در مورد آن، لازمه موفقیت آن خواهد بود (بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر این میزان برابر ۴۹/۷ از ۱۰۰ با انحراف معیار ۱۵/۴۳) می‌باشد. می‌توان نتیجه گرفت، پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین از سوی مردم تهران، در حد متوسط رو به پایین قرار دارد. اگرچه این عدد برای طرحی که به نوعی برای مردم محدودیت ایجاد کرده، عملکرد چندان ضعیفی نیست ولی زمانیکه این مسئله در مقیاس وسیع‌تری مانند کشور در نظر گرفته شود، متوجه می‌شویم که طیف وسیعی از افراد این طرح را نپذیرفته و یا در حد کمی پذیرفته‌اند، بطوریکه بخشی از مشکلات مبتلا به کشور در ارتباط با این طرح، می‌تواند ناشی از این مسئله باشد. با مدنظر قراردادن یافته‌های این تحقیق در خصوص عوامل مؤثر بر پذیرش طرح و ارتقای سطح پذیرش اجتماعی طرح در جامعه، تا حدی می‌توان از برخی مشکلات پیش رو پیشگیری نمود و یا آنها را کاهش داد. نتایج مطالعه حاضر با شناسایی عوامل مؤثر بر میزان پذیرش طرح سهمیه‌بندی بنزین و تعیین سهم هر یک از این عوامل، نشان داده که متغیرهای نفوذ اجتماعی از طریق متابعت

---

1. SCOT = Social construction of Technology

ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی، نگرش نسبت به طرح، کنترل رفتار ادراکی، نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی، انتظارات دیگران و انتظار فایده از طرح بطور مستقیم بر میزان پذیرش طرح سهمیه‌بندی بنزین تأثیر می‌گذارند. به استثناء متغیر نفوذ اجتماعی از طریق متابعت که با پذیرش اجتماعی طرح رابطه معکوس و منفی دارد، سایر موارد با آن رابطه‌ای مثبت دارند. با توجه به ماهیت اجرایی طرح سهمیه‌بندی بنزین، می‌توان دولت را به عنوان عامل بیرونی در نظر گرفت که با اجباری کردن طرح، تلاش می‌نماید بر کنش افراد و چگونگی تأمین بنزین آنها اعمال نفوذ نماید. با توجه به نتایج تحلیل رگرسیونی این اجبار در استفاده از طرح، مؤثرترین عامل در تبیین پذیرش طرح شناخته شده است. در واقع علیرغم آنکه دولت با اجباری نمودن از طرح سهمیه‌بندی بنزین، در پی ثبات در حوزه مصرف بنزین کشور بوده ولی این اجبار که به کمک اقتدار دولت در عرصه تولید و توزیع بنزین اعمال گردید، به دلیل برداشت و درک متفاوت از اهداف طرح‌ها و برنامه‌ها توسط مجریان طرح سهمیه‌بندی بنزین و افرادی که برنامه برای آنان طرح‌ریزی و اجرا شده، تأثیر مثبتی بر پذیرش طرح از سوی جامعه نداشته است.

با توجه به نظریه هو و چاو در مورد پذیرش تکنولوژی، مشخصه‌های سازمانی و اجرایی طرح سهمیه‌بندی بنزین که تحت عنوان متغیر ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی در مدل ذکر شده بود، به عنوان دومین عامل مؤثر بر پذیرش طرح اثر مثبتی داشته و هرچه ارزیابی افراد از شرایط تسهیلی سازمانی مطلوب‌تر باشد، پذیرش طرح نیز بالاتر خواهد بود. به عبارت دیگر با لحاظ نمودن یک سری عوامل و ارتقای سطح تسهیلات مربوط به طرح می‌توان تا حد زیادی سطح پذیرش طرحی مانند سهمیه‌بندی بنزین، از سوی افراد و جامعه را ارتقاء داد. سایر متغیرهای مؤثر بر پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین عبارت است از: نوع نگرش نسبت به طرح و کنترل رفتار ادراکی، نفوذ اجتماعی از طریق درونی سازی، انتظارات دیگران و انتظار فایده از طرح. بنابراین با تغییر نگرش افراد نسبت به طرح می‌توان میزان پذیرش آن را ارتقا داد و با توجه به اینکه نگرش به طرح، از سه متغیر ارزیابی فایده، انتظار فایده و نگرش به طرح‌های دولتی تأثیر می‌پذیرد، می‌بایست با مد نظر قرار دادن این متغیرها و ارتقای آنها موجب نگرش مثبت تر افراد نسبت به طرح گردید. همچنین با توجه به نتایج، هرچه استفاده از طرح و کنار آمدن با آن از سوی افراد راحت تر ارزیابی شود و

نگرانی کمتری ایجاد نماید، میزان پذیرش طرح افزایش خواهد یافت. بنابراین لازم است با اطلاع رسانی‌های به موقع و مناسب، سطح نگرانی افراد را کاهش داد. نفوذ اجتماعی از طریق درونی‌سازی متغیر دیگری است که بر متغیر وابسته این مطالعه تأثیر مستقیم دارد. از آنجا که دسته‌ای از عوامل به عنوان عوامل درونی از درون به فرد جهت می‌دهند، (همانطور که شواهد تجربی هم نشان می‌دهد). کانسیم‌ها و فرآیندهای اجتماعی (شامل فرآیند جامعه‌پذیری) توسط درونی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای مرتبط با مصرف بنزین و طرح سهمیه‌بندی با ارتقای هم‌نوایی فرد با جامعه، شرایطی را فراهم می‌آورد که موجب کاهش نیازمندی به نیروی اجرایی برای الزام و انجام و رعایت ضوابط طرح سهمیه‌بندی می‌شوند. در مورد انتظارات دیگران به عنوان متغیر تأثیرگذار بر پذیرش اجتماعی، با تکیه بر نظریه یادگیری اجتماعی می‌توان گفت اگر از رفتاری انتظار مثبت وجود داشته باشد، آنگاه مردم علاقه بیشتری نسبت به آن رفتار و انجام دادن آن از خود نشان می‌دهند. همچنین انتظار فایده از طرح، کمترین اثر را بر متغیر وابسته تحقیق در بین متغیرهایی که اثر مستقیم معنی‌داری داشته‌اند، به خود اختصاص داده است. این متغیر که از مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، نشأت گرفته و مبین آن است که هر چه افراد انتظار فایده بیشتری از طرح داشته باشند، پذیرش طرح سهمیه‌بندی بیشتر خواهد بود. همچنین با توجه به نتیجه تحلیل مسیر این متغیر بطور غیر مستقیم نیز با اثرگذاری بر متغیر نگرش به طرح بر میزان پذیرش طرح تأثیر می‌گذارد.

بنابراین با توجه به نتایج مطالعه و سطح پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی بنزین، می‌توان نتیجه گرفت که با برنامه‌ریزی و اجرای دقیق و ارائه تسهیلات مطلوب تر در کنار اینگونه طرح‌ها و برطرف کردن مشکلات اجرایی آن، ظرفیت اجرا و پذیرش اجتماعی طرح‌های مشابه در ایران تا حدودی افزایش خواهد یافت.

## ۱۱. پیشنهادات

در این بخش با استفاده از نتایج پژوهش، پیشنهادهای کاربردی در زمینه پذیرش اجتماعی طرح سهمیه‌بندی و کاهش مشکلات اجتماعی ناشی از اجرا و لغو آن ارائه می‌گردد.

۱. یکی از مشکلات صاحبان خودرو که نمود زیادی در سطح شهر تهران دارد و

رفع آن تا اندازه زیادی می‌تواند بر آرام شدن جو روانی در این خصوص مؤثر باشد، مشکل کمبود جایگاه‌های گاز و بنزین است. که با در نظر گرفتن روند افزایشی خودروهای دوگانه سوز در ناوگان حمل و نقل شهر تهران و شماره گذاری روزانه ۳۵۰۰ خودرو و موتور سیکلت در تهران، می‌بایست افزایش جایگاه‌های گاز و بنزین در اولویت‌های اجرایی سازمانهای ذیربط قرار گیرد؛

۲. با توجه به اهمیت انتظارات دیگران و ارتقای سطح حساسیت جامعه، بخصوص در میان خانواده‌ها، اجرای برنامه‌های آگاه سازی و اطلاع رسانی در غالب تبلیغات تلویزیونی، کارگاه‌های آموزشی برای خانواده‌ها و برگزاری برنامه‌های فوق‌العاده در مدارس در زمینه موضوعاتی مانند روش‌های صرفه‌جویی در مصرف سوخت، فرهنگ استفاده از حمل و نقل عمومی و... می‌تواند تا حد زیادی در این راستا مفید واقع شود؛

۳. با توجه به نتایج تحقیق عدم رضایت افراد از کمیت حمل و نقل عمومی در تهران به دلیل کم بودن و شلوغی آن و دسترسی آسانتر به وسیله نقلیه شخصی، از دلایل اصلی استفاده از وسیله نقلیه شخصی بجای حمل و نقل عمومی می‌باشد بنابراین گسترش سیستم حمل و نقل عمومی در شهر تهران می‌بایست در اولویت برنامه‌ها قرار گیرد؛

۴. می‌بایست با ارتقای هم ذات پنداری با منافع جمعی در ارتباط با طرح سهمیه‌بندی بنزین ضمن کمرنگ تر شدن نقش اجبار و متابعت در استفاده از طرح، موجبات پذیرش بیشتر آن در جامعه فراهم گردد. بطوریکه می‌توان با زمینه سازی برای ارتقای روحیه و اخلاق شهروندی و همچنین اعمال سیاست‌های تشویقی نظیر تقدیر از افرادی که مصرف بهینه داشته و سعی می‌کنند رفتاری در چارچوب ضوابط طرح داشته باشند و یا ... افراد را به رعایت ضوابط طرح ترغیب نمود به نحوی که از جنبه اجبار آن کاسته و جنبه انگیزشی و داوطلبانه آن بیشتر شود؛

۵. انتظار افراد از فایده‌های طرح سهمیه‌بندی می‌بایست افزایش یابد. این نکته می‌تواند برای اجرای طرح‌های مشابه جدید نیز کاربرد داشته باشد. از کاربردهای دیگر آن آگاه سازی، ارتقای سطح درک افراد از توانایی آنها در ارتباط با طرح (کنترل رفتار ادراکی) می‌باشد که این امر نیز به پذیرش بیشتر طرح خواهد انجامید.

۶. با توجه به ارزیابی ضعیف افراد از نحوه دوگانه سوز کردن خودروها، در بخش



ارزیابی از شرایط تسهیلی سازمانی، لازم است تا ضمن سازگار کردن بیشتر موتور خودروها با گاز و کاهش مدت انتظار افراد برای گاز سوز کردن خودروهایی که در هنگام تولید، گاز سوز نبوده‌اند، نظارت دقیقی بر مراکز و نمایندگی‌های دوگانه سوز نمودن خودروها، صورت گیرد تا مردم اعتماد بیشتری به خودروهای دوگانه سوز داشته باشند.

۷. با توجه به اینکه نگرش به طرح‌های دولتی چندان مثبت نیست، می‌بایست با ارتقای سطح اعتماد مردم به دولت و طرح‌های اجرایی آن تلاش نمود تا این نگرش و ذهنیت را به تدریج و در دراز مدت بهبود بخشید.

### منابع و مأخذ

۱. آقایی تبریزی، محمد، ۱۳۸۶، واقعیت‌های ناگفته درباره سهمیه‌بندی و وضعیت بنزین
۲. حاجی میرزایی، سید محمدعلی، نادریان، محمد امین، ۱۳۸۵، آسیب‌شناسی برنامه‌های صرفه‌جویی در مصرف انرژی در ایران، نشریه بررسی‌های اقتصاد انرژی شماره ۶، مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی
۳. دواس، دی. ای، ۱۳۸۳، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران، نشر نی.
۴. رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۷۲، سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهادسازندگی. وزارت جهادسازندگی.
۵. شریفی درآباد، مهدی، ۱۳۸۶، بررسی وضعیت مصرف بنزین در ایران و راهکارهایی برای بهبود مصرف آن، بررسی‌های اقتصاد انرژی، شماره ۱۰، مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.
۶. عسکری، محسن، ۱۳۸۵، پذیرش اجتماعی شاخصی فراگیر در مسائل ترافیکی و حمل و نقل، هفتمین همایش مهندسی حمل و نقل و ترافیک ایران
7. Cernea Michael M, Kudat Ayse,(1997)Social Assessments for Better Development ,Case Studies in Russia and Central Asia.
8. Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," MIS Quarterly (13,3), 1989, pp.319-339.
9. Francis, Jillian, Martin P Eccles,and etl, (2004), CONSTRUCTING QUESTIONNAIRES BASED ON THE THEORY OF PLANNED

- BEHAVIOUR, Centre for Health Services Research, University of Newcastle.
10. Kelman, Herbert C, 1958, Compliance , identification and internalization tree process of attitude change. Conflict resolution , volume II , number I
  11. Schaper, Louise, Pervan, Graham, A Model of Information and Communication Technology Acceptance and Utilisation by Occupational Therapists, Decision Support in an Uncertain and Complex World: The IFIP TC8/WG8.3 International Conference 2004.
  12. Venkatesh , Viswanath , Morris , Michael , Davis , Gordon , Davis , Fred, USER ACCEPTANCE OF INFORMATIONTECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW , MIS Quarterly Vol. 27 No. 3, pp. 425-478/September 2003.
  13. Venkatesh, V. & Davis, F. D. 2000, 'A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: four longitudinal field studies', Management Science, vol. 46, no. 2, pp. 186-204

