

بررسی میزان مشارکت اقتصادی - اجتماعی در تعاونی‌های مسکن مهر و عوامل مؤثر بر

آن در شهر مشهد در سال ۸۹-۱۳۸۸

محمد مظلوم خراسانی، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*

محسن نوغانی، استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد

بی‌بی فاطمه کیش بافان، کارشناس ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی

چکیده

مسئله‌ی تحقیق حاضر در پی این است که مشارکت اعضای تعاونی‌های مسکن مهر در سال ۱۳۸۸ در سطح شهر مشهد چقدر است و عوامل مؤثر بر آن کدامند؟ مباحث نظری در قالب چهار پارادایم جامعه‌شناختی واقعیت اجتماعی، تعریف اجتماعی، رفتار اجتماعی و پارادایم ترکیبی بیان شده است. روش تحقیق در این پژوهش به صورت پیمایش با حجم نمونه‌ی ۳۸۰ نفر با کمک فرمول کوکران از جامعه‌ی آماری ۳۶۳۳۰ نفر اعضای تعاونی مسکن مهر در شهر مشهد است. روش نمونه‌گیری و روش طبقه‌بندی تصادفی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با کمک نرم‌افزار SPSS در قالب بیان آماره‌های توصیفی و میانگین، میانه، انحراف معیار و ضرایب چولگی و کشیدگی و آزمون فرضیات با کمک آزمون‌های متناسب با هدف و سطح سنجش متغیرها و استفاده از تحلیل رگرسیون و سرانجام تحلیل مسیر انجام گرفته است و تأثیر متغیرهای مستقل:

عدم دسترسی منابع و ناتوانی اقتصادی، ارزیابی از حمایت‌های مالی و سیاسی دولت، کمبود وقت اضافی اعضا، اعتماد نسبت به مدیران، اطمینان به نتایج طرح، سنت‌گرایی، تقدیرگرایی، توجه به تبلیغات رسانه‌های جمعی، تحصیلات، آمادگی روانی، مسئولیت‌پذیری، آگاهی، رضایت از مدیران، پایگاه اجتماعی، واقعی فرض کردن، خانه‌دار شدن، استفاده از رسانه‌های جمعی، از خودبیگانگی بر میزان مشارکت اعضا سنجیده شد و در نتیجه، آگاهی اعضا، استفاده از رسانه‌های جمعی و توجه به تبلیغات رسانه‌ها و اعتماد به مدیران، بیشترین تأثیر بر مشارکت اقتصادی - اجتماعی آنان را دارا بودند.

واژه‌های کلیدی: مشارکت، تعاونی، تعاونی مسکن، مسکن مهر، اعتماد، رضایت، پایگاه اجتماعی

مقدمه

یکی از اساسی‌ترین نیازهای طبیعی انسان پس از غذا مسکن است. نیاز به مسکن برای حفاظت انسان در برابر سرما و گرما و خطرهای جانوران و محلی امن برای استراحت و آسایش، از گذشته تاکنون به عنوان نیازی بنیادین مطرح شده است. مسکن برآورنده نیازهای روانی، اجتماعی و محلی امن برای خانواده به حساب آمده و با توجه به افزایش جمعیت و توسعه‌ی شهرنشینی و یکی از حادترین معضلات جوامع توسعه نیافته و در حال توسعه، از جمله ایران در آمده است. تأمین زمین، مصالح ساختمانی و مدیریت قوی برای حل این مسأله، از ضروری‌ترین عوامل رفع نیاز مسکن در نظر گرفته شده است و در ایران برای رفع این مشکل، با اهمیت دادن به اصل ۴۴ قانون اساسی در ایجاد تعاونی‌ها و از جمله تعاونی‌های مسکن، زمینه‌ی مشارکت مردمی افزایش یافته و از تصدیگری دولت کاسته شده است.

بیان مسأله

با اهمیت مسکن در زندگی انسان و داشتن سرپناه به عنوان حق طبیعی هر فرد، عملاً داشتن مسکن برای حداقل یک سوم خانوارهای شهری در جهان سوم به خاطر نداشتن توان مالی غیرممکن است (اهری، ۱۳۶۷، ۲۸).

در ایران بین میزان درآمد و هزینه‌ی مسکن تناسبی وجود ندارد؛ برای مثال، قیمت یک واحد

مسکونی متوسط بیش از دوازده سال درآمد یک خانواده با حداقل حقوق است (بزم آمون، ۱۳۸۶: ۴۴). به علت، دولت در ایران با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی از تعاونی‌های مسکن حمایت و یا سرمایه‌گذاری مستقیم کرده است. تعاونی‌های مسکن مهر با حذف قیمت زمین از قیمت تمام شده در ارائه‌ی واحدهای ساختمانی برای افراد کم درآمد اقدام نموده‌اند. اساس تعاون بر مشارکت است، بنابراین، عدم مشارکت اقتصادی و یا محدود در روند تأمین مسکن تأثیر گذاشته، و باعث رکود کار و کاهش همبستگی در بین اعضا می‌شود. علاوه بر آن، بی‌اعتمادی، بی‌تفاوتی، تکروی و بی‌تحریکی را افزایش داده، و در مقابل سبب افزایش منافع شخصی، دوگانگی و نابرابری را شده، به پیکره‌ی تعاونی صدمه وارد می‌سازد.

عدم مشارکت در تعاونی‌ها باعث می‌شود که مدیران بدون توجه به نظرها و نیازهای اعضا تصمیم‌گیری کنند. بعلاوه، اعضا نیز با مشکلات تعاونی، آشنایی پیدا نکنند.

مشارکت در تعاونی باعث اعمال نظر اعضا در مجمع عمومی به عنوان بالاترین مرجع در تعاونی‌ها می‌شود و انتخاب هیأت مدیره با رأی مساوی اعضا بدون در نظر گرفتن میزان سهام صورت می‌گیرد.

اهمیت دادن به تعاونی‌ها از تمرکز و حجم کاری دولت می‌کاهد و زمینه‌ی خلاقیت و مشارکت مردمی را فراهم می‌کند. طرح مسکن

مهر برای یک میلیون و پانصد هزار خانوار جمعیتی در حدود ۶ میلیون نفر را در بر می‌گیرد. از این‌رو، مسأله‌ی اصلی تحقیق، عوامل مؤثر بر مشارکت اعضا در تعاونی‌های مسکن مهر در شهر مشهد است. شرکت‌های تعاونی مسکن مهر مانند سایر تعاونی‌ها، تشکل‌های حقوقی هستند که با حداقل ۱۰ الی ۲۰ عضو و برای دستیابی به هدف‌ها تأمین مسکن اعضا و افزایش مشارکت و روحیه‌ی تعاون و کمک به تحقق عدالت اجتماعی تأسیس گردیده‌اند.

ضرورت و هدف‌ها تحقیق

با توجه به اهمیت تعاونی‌ها که مشارکت مردمی جزء لاینفک آن به حساب می‌آید و سرمایه‌گذاری در این تعاونی‌ها بستگی شدید به مشارکت مردمی دارد، نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که شرکت‌های تعاونی مسکن از سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۸۰ حدود ۷۰۰ هزار واحد مسکونی و در سال ۱۳۸۰ صد هزار واحد مسکونی احداث کرده‌اند. در همین راستا، تعاونی مسکن مهر در سال ۱۳۸۶ تعداد یک میلیون و پانصد هزار واحد

مسکونی را بنا نهاده است (شکرگزار، ۱۳۸۵، ۱۶).

شایان ذکر است که تعاونی‌ها با تکیه بر مشارکت اعضا در کاهش نابرابری‌های اجتماعی و بی‌عدالتی در اقتصاد کارایی مؤثری دارند. بنابراین، هدف‌ها تحقیق را موارد زیر تشکیل می‌دهد:

- توصیف میزان مشارکت اعضای تعاونی‌های مسکن مهر در سال ۸۹-۱۳۸۸ در سطح شهر مشهد،

- تبیین عوامل مؤثر بر میزان مشارکت اعضا تعاونی‌های مسکن مهر، در سال ۸۹-۱۳۸۸ در

سطح شهر مشهد

- پیشنهاد راه‌حل برای افزایش مشارکت.

پیشینه‌ی تحقیق

پژوهشی با توجه به پژوهش‌های گذشته به منابع داخلی و خارجی مراجعه شده، از نتایج تحقیقات در کار پژوهشی جدید بهره گرفته می‌شود.

پیشینه‌ی داخلی

منبع علمی	متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	یافته‌های تحقیق
علم بیگی ۱۳۷۹	مشارکت گاوآرداران عضو تعاونی در همدان N=۵۵۰ n = ۷۵	تعداد دام، میزان اراضی آبی و دیم مدت زمان عضویت، اعتقاد به فضای مشارکت میزان سطح مشارکت	سبک مدیریت، وضعیت اقتصادی، (تعداد دام) انگیزش دامداران و میزان آگاهی
غفاری ۱۳۸۰	مشارکت سازمان یافته روستاییان	خاص‌گرایی، تمایل به همکاری، میل به پیشرفت خردگرایی، استبدادپذیری، خوداتکایی، طایفه‌گرایی، تصور خیر محدود، نوگرایی دارایی خانوار، درآمد ماهنامه، تحصیلات، نوع فعالیت شغلی، سن، از خود بیگانگی	به غیر از خردگرایی، تصور خیر محدود، درآمد و سن با متغیر وابسته رابطه‌ی معناداری داشته‌اند.
محسنی ۱۳۸۲	مشارکت ۱۵ شهر با سازمان‌های غیردولتی n = ۳۵۴۰	سن، جنس، تأهل، بعد خانوار، سطح سواد، درآمد، اشتغال و نوع شغل، رسانه‌ها، جبرگرایی، اطلاعات عمومی، طبقه اجتماعی، شاخص فضای حیاتی	مشارکت با انجمن‌های علمی ضعیف، افراد مطلقه و مطلق بیشتر از مجردان مشارکت دارند. سطح سواد، اطلاعات عمومی، اعتماد کمتر، جبرگرایی باعث افزایش ارتباط با انجمن‌های علمی می‌شود. اشتغال، طبقه‌ی اجتماعی بالا بیشتر از بقیه‌ی طبقات اجتماعی در انجمن‌ها مشارکت دارند. عوامل فرهنگی بیش از عوامل مادی در مشارکت نقش دارند.
ساریخانی و طه ۱۳۸۲	مشارکت زنان در تعاونی‌های روستایی در استان کرمانشاه	میزان دریافت وام، کود، سم، نهال، بذر	ویژگی‌های فردی افراد، سطح آگاهی نسبت به تعاونی و فرهنگ حاکم بر روستا
شیخی ۱۳۸۲	مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی استان تهران n=۴۳۳	سن اعضا سطح سواد، میزان سهام، سود ناشی از سهام، کلاس‌های آموزشی، سن مدیران، سطح سواد، سابقه‌ی مدیریتی	شیوه‌های مدیریتی بر مشارکت اعضا تأثیرگذار است، تفاوت بین اعضای شهری و روستایی در مشارکت اختلاف معناداری را نشان می‌دهد
پناهی ۱۳۸۳	اثر ویژگی‌های فردی بر مشارکت در تهران	اعتماد و دل‌بستگی و تعهد اجتماعی، امید به آینده، عملکرد مناسب مسئولان	فعال‌گرایی، اعتماد و دل‌بستگی و تعهد اجتماعی، امید به آینده، سطح تحصیل، ارزش‌های فرامادی مشارکت رابطه مستقیم با مشارکت دارند.
امامی و حسینی ۱۳۸۵	مشارکت ماهی‌گیران عضو تعاونی در	سن، سواد، تجربه، درآمد، آگاهی، آموزش اعطای وام، علاقه، مطالعه،	سن، سواد، درآمد، آگاهی، آموزش، وام، دیدگاه نسبت به خود، اجرای قوانین، هیئت

مدیره، همکاری دولت، تماس با مروجان رابطه وجود دارد.	دیدگاه ماهی‌گیران نسبت به خود، نسبت به اجرای قوانین، نسبت به اعضای هیأت مدیره، همکاری دولت، تأهل، تعدد شغل، تماس با مروجان	ساری ۱۳۰=n	
متغیرهای مستقل تأثیر معنی‌داری بر عملکرد شرکت‌های تعاونی مسکن دارند.	تحصیلات، سوابق مدیران، همکاری اعضا و مدیران، تعدد طرح‌ها، نحوه اجرای تأمین منابع مادی	مشارکت و عوامل مؤثر بر آن در شرکت‌های تعاونی مسکن	وزیر ۱۳۸۶
عوامل مؤثر همان متغیرهای مستقل بوده‌اند.	عدم انسجام درونی، ضعف مشارکت اجتماعی اعضای تعاونی، همکاری نکردن سازمان‌های ذی‌ربط، ضعف نگرش‌های اعضای تعاونی	عوامل مؤثر بر موقعیت تعاونی‌های مسکن	موسایی ۱۳۸۷
رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین مشارکت و کانال‌های ارتباطی و انسجام اجتماعی وجود دارد.	کانال‌های ارتباطی، تعامل و انسجام اجتماعی، آگاهی، انگیزه‌ی اقتصادی، اجتماعی و زیست - محیطی	تأثیر سازه‌های روان‌شناختی بر مشارکت روستاییان در احیای جنگل در مازندران N=۱۰۲۴ خانوار n=۱۱۰	حیدرپور ۱۳۸۷

پیشینه‌ی خارجی

منبع علمی	متغیر وابسته	متغیر مستقل	یافته‌های تحقیق
قنبری ۱۳۸۲	تعاونی‌های مسکن در هند	تشکل درون سازمانی تعاونی‌ها، عملکرد بیرونی بنگاه‌های تعاونی	بازار مسکن بر کیفیت عملکرد تأثیر بسزایی دارد. اعتماد دولت به عملکرد تعاونی‌ها باعث عدم نظارت و کارایی ضعف تعاونی‌ها شد. کاهش قیمت‌ها به خانه‌دار شدن کمک کرد.
Dietrich 2008	تعاونی‌های مسکن و توسعه‌ی شهری در برلن	رابطه‌ی بین تعاونی و مقامات محلی	نداشتن نیروی فنی در تعاونی‌ها و مدرنیزه نشدن تعاونی به طولانی شدن تحویل خانه‌ها منجر شده، گرایش تعاونی‌ها به شرکت‌های تجاری به نگرانی منجر شد.
آلپر ۲۰۰۹	تعاونی‌های مسکن در ترکیه (آنکارا و استانبول)	عملکرد جمعی، انتخاب آزاد، اندازه‌ی گروه، انتقاد جمعی، عدم سختی، تراکم شبکه‌ای	انتقاد جمعی با گرایش مقولات گروهی و یا منافع فردی متفاوت است.

چارچوب نظری

در باب مشارکت با استفاده از نظریه‌ی انسجام اجتماعی دورکیهم و تالکوت پارسونز که در دو نظام شخصیت و نظام اجتماعی آنرا توضیح داده است، رشد شخصیت زمینه‌ی مشارکت آگاهانه را فراهم می‌کند. فرهنگ‌پذیری و جامعه‌پذیری، الگوپذیری را در امر مشارکت در افراد جامعه ایجاد می‌کند (غفاری، نیازی، ۱۳۸۶: ۴۲).

اینگلهارت افزایش مشارکت را با سه عامل ارتقای سطح تحصیلات؛ اطلاعات سیاسی، تغییر هنجارهای حاکم بر مشارکت زنان و تغییر در اولویت‌های ارزشی مؤثر دانسته است. البته، سطح تحصیلات، موقعیت اجتماعی - اقتصادی را مشخص می‌کند (همان: ۴۶). لوین بیگانگی سیاسی و اجتماعی را در مشارکت با رابطه‌ی معکوس ارائه کرده است (لرین، ۱۹۶۲: ۱۲۸).

لوئیس عدم اعتماد متقابل و فقدان همدلی را در مشارکت مهم می‌داند. وی همچنین بر آن استکه فقر باعث عدم مشارکت می‌شود (لوئیس، ۱۳۵۲: ۱۲۸).

دانیل لرنر، علاوه بر متغیرهای روانی، همچون همدلی، متغیرهای جامعه‌شناسی مانند سطح تحصیلات، میزان شهرنشینی، دسترسی به رسانه‌های گروهی را نیز بر مشارکت اجتماعی تأثیرگذار دانسته است (سیف‌زاده، ۱۳۷۳: ۱۱۷).

شفرود معتقد بود که حمایت‌های مالی دولت، همچنین عملکرد مثبت مدیران و مسئولیت‌پذیری اعضا بر مشارکت آنان تأثیر مثبت دارد (کوتر، ۱۳۷۲: ۱۱۳).

آلموند و پاول بر نقش خوداتکایی افراد در مشارکت تأکید نموده‌اند. از نظر آنها مشارکت

شهروندان بیانگر نحوه‌ی بهره‌برداری آنها و واجد ایستارهای مشارکتی مختلف از فرصت‌هایی است که نهادها در اختیار آنها قرار می‌دهند. شهروندان با اطلاعاتی که دارند، برای نفوذ بر دیگران به خود اعتماد دارند و از فرصت‌ها برای مشارکت استفاده می‌کنند. آنهاضمن تأکید بر تحصیلات، معتقدند که درآمد و رتبه‌ی شغلی افراد در تعیین پایگاه اقتصادی و اجتماعی آنان و تأثیرات آن بر مشارکت سیاسی و اجتماعی بسیار مهم است و افراد تحصیل کرده، ثروتمند و دارای مهارت‌های حرفه‌ای، احتمالاً دارای گرایش‌های مشارکت جویانه‌ی بیشتری هستند (غفاری و نیازی، ۱۳۸۶: ۵۲).

وربا و نای در تحقیقی پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد مرفه و تحصیل کرده را تأثیرگذار بر مشارکت دانسته‌اند (ویلسون و مازیک، ۱۹۹۷: ۲۷۲).

اکسلرد تفاوت در میزان مشارکت اجتماعی در بین گروه‌ها را در تفاوت عواملی، چون تحصیلات، شغل، رئیس خانواده و درآمد خانواده بیان می‌کند (اکسلرد، ۱۹۵۰: ۱۸).

فیش باین - آیزن در ارتباط با رفتار معتقد است که «نیت و قصد» به انجام رفتار منتهی می‌شود. البته، قصد و نیت تابع دو متغیر دیگر؛ یعنی گرایش به سوی رفتار و هنجار ذهنی رفتار است. بعلاوه گرایش به رفتار تابع دو عامل دیگر؛ یعنی انتظار فایده‌ی رفتار و ارزیابی فایده‌ی رفتار بستگی دارد و هنجار ذهنی به انتظار دیگران و انگیزه‌ی پیروی از انتظارات دیگران بستگی دارد.

در مورد تبیین مشارکت اعضا تعاونی‌های مسکن مهر از این نظریه استفاده شده است.

به تنهایی ناقص است (غفاری، نیازی، ۱۳۸۶: ۸۱).

کلندرم‌ن در خصوص مشارکت، مدل ارزش انتظار را مطرح می‌کند که دارای دو مؤلفه‌ی آگاهی بخشیدن به اعضا نسبت به هدف‌ها و کوشش در جهت تحقق این هدف‌ها و اعضا را نسبت به فواید و هزینه‌های مشارکت متقاعد می‌کند (همان: ۸۲).

با توجه به اهمیت عوامل فردی و ویژگی‌های شخصی افراد و ساختارهای اجتماعی، رویکردهای جدید مشارکت به عوامل اثرگذار فردی و ساختارهای اجتماعی توجه خاصی کرده است.

گائوتری مشارکت را مستلزم تغییرات ذهنی و روانی دانسته، اعتقاد دارد که مشارکت هم به عنوان وسیله و هم هدف مطرح بوده، یکی از نیازهای اساسی انسان است. مشارکت در قالب فرایند اجتماعی کردن و درونی شدن ارزش‌ها باید آموخته و درونی شود. تحقق مشارکت مستلزم اراده‌ی سیاسی دولت، اسناد قانونی و وجود نهادهای اجتماعی متناسب است و مشارکت کنندگان هم باید شرایط لازم را داشته باشند. علل عدم مشارکت عبارتند از: بیسوادی، نداشتن اطلاعات، موانع زبانی و فرهنگی، بدبینی فرد نسبت به مشارکت، امتناع از رأی دادن، کمبود وقت و ناآگاهی مسئولان برای گفتگو و پذیرش اظهارنظر مردم. در صورت نبود موارد فوق بعلاوه وجود شرایط ذهنی و مالی مناسب برای مشارکت، بردباری و تساهل، توسعه‌ی فرهنگی و پذیرش کثرت‌گرایی و تمرکززدایی در تحقق و بسط مشارکت اجتماعی مؤثرند.

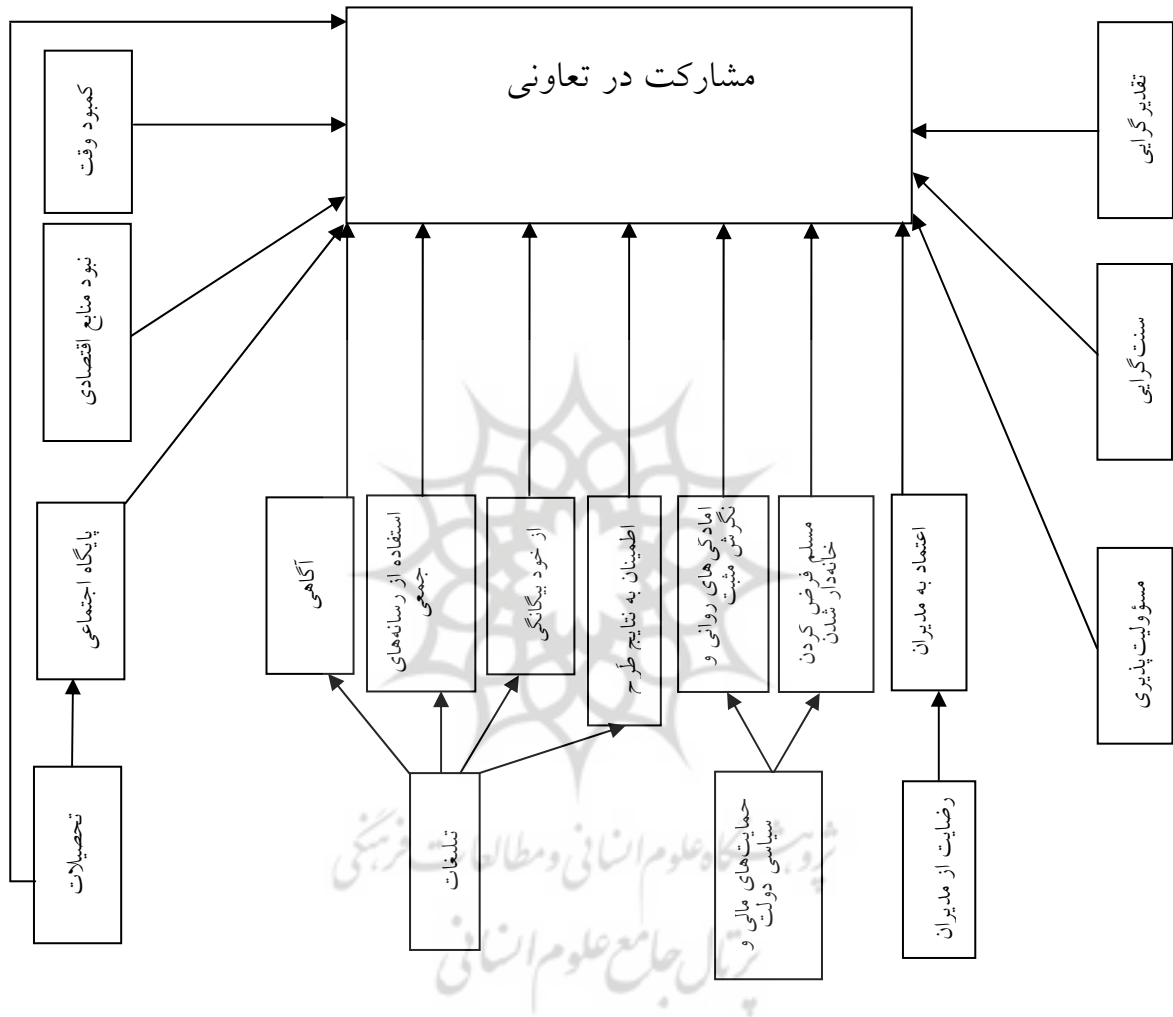
اختیار عاقلانه براساس محاسبه‌ی فایده و سود و زیان، عمل مشارکتی یا غیرمشارکتی را مشخص می‌کند. اقدامات مشارکتی نشان می‌دهند که در شرایط جمعی امکان دسترسی به فایده فراهم خواهد شد؛ در غیر این صورت فرد به شکل انفرادی عمل می‌نماید (غفاری، نیازی، ۱۳۸۶: ۷۷).

رابرت دال عوامل زیر را بر مشارکت تأثیرگذار می‌داند: فرد برای مشارکت منتظر پاداشی در سطح بالا باشد و مشارکت را روشی مناسب برای رسیدن به هدف‌ها خود بداند و نسبت به مشارکت و نتایج آن مطمئن باشد و در مشارکت از دانش و مهارت برخوردار بوده، در جریان مشارکت با مشکلات و موانع زیاد روبه‌رو نشود (دال، ۱۳۶۴: ۳۵-۴۰).

هومنز براساس نظریه‌ی مبادله در پی تبیین رفتار انسان در کنش اجتماعی است. وی معتقد است که رفتار فرد به موفقیت منجر و پاداش باعث تکرار می‌شود و تجربه‌ی فرد در دریافت پاداش محرکی برای تکرار آن خواهد شد و هر چقدر پاداش با ارزش‌تر باشد، احتمال تکرار آن بیشتر خواهد بود.

دیوید سیلز عوامل تأثیرگذار بر مشارکت را در نیروهای اجتماعی (مانند منزلت، تعلیم و تربیت، مذهب و ...) و تفاوت‌های شخصیتی از نظر توانمندی‌ها، استعدادها و همچنین محیط اجتماعی، شامل نهادها، ساختارهای اجتماعی، الگوی باورها، اعتقادات و ارزش‌های فرهنگی و سیاسی می‌داند. موارد فوق با یکدیگر مرتبط بوده، هر تغییری در هر یک از آنها مشارکت را کاهش یا افزایش می‌دهد و هر یک از موارد فوق

مدل تحلیل نظری



بیان فرضیات:

هر چه ناتوانی اقتصادی مشارکت کنندگان بیشتر باشد، مشارکت آنها کمتر است.
 هر چه حمایت مالی دولت از مشارکت کنندگان بیشتر باشد، مشارکت افزایش می‌یابد.

کمبود وقت اعضا با مشارکت آنها در تعاونی‌های مسکن مهر رابطه دارد.
 افراد در مواجهه با تعاونی مسکن، اگر خانه‌دار شدن را واقعی تعریف کنند، در این صورت مشارکت آنان بیشتر خواهد بود.
 هر چه میزان از خودبستگی اعضا بیشتر باشد، میزان مشارکت آنها کمتر خواهد بود.
 میزان آمادگی روانی و نگرش مثبت اعضا تأثیری مثبت بر میزان مشارکت آنها دارد.

هر چه میزان اعتماد اعضا نسبت به مدیران تعاونی بیشتر باشد، میزان مشارکت اعضا افزایش می‌یابد.
 هر چه میزان اطمینان به نتایج طرح مسکن مهر بیشتر باشد، میزان مشارکت اعضا افزایش می‌یابد.
 مشارکت اجتماعی بین اعضای مسئولیت‌پذیر، بیشتر از افراد غیرمسئولیت‌پذیر است.
 رضایت از مدیران در افزایش مشارکت اعضا تأثیرگذار است.
 هر چه اعضا دارای پایگاه اجتماعی بالاتر باشند، میزان مشارکت آنان در تعاونی‌های مسکن بیشتر است.

سنت‌گرایی تأثیر منفی بر میزان مشارکت اعضا دارد.
 تقدیرگرایی تأثیر منفی بر میزان مشارکت اعضا در تعاونی‌های مسکن مهر دارد.
 تبلیغات رسانه‌های جمعی، تأثیر مستقیمی بر میزان مشارکت اعضا دارند.
 استفاده از رسانه‌های جمعی تأثیر مستقیمی بر میزان مشارکت اعضا در تعاونی‌های مسکن مهر دارد.
 هر چه میزان تحصیلات اعضا بیشتر باشد، میزان مشارکت اعضا نیز افزایش می‌یابد.
 به هر میزان که آگاهی اعضای تعاونی نسبت به هدف‌ها تعاونی و روند پیشرفت طرح افزایش یابد، میزان مشارکت آنها بیشتر خواهد بود.

روش تحقیق

روش تحقیق پیمایشی و ابزار تحقیق پرسشنامه است که در بین اعضای تعاونی مسکن مهر تکمیل شده است. واحد تحلیل فرد عضو تعاونی مسکن است.

جامعه‌ی آماری: کلیه‌ی اعضای تعاونی مسکن مهر در سطح شهر مشهد که در سال ۱۳۸۸ عضو تعاونی هستند. با توجه به نوسان زیاد و عضویت‌های جدید و انصراف، نمی‌توان رقم دقیقی از جامعه‌ی آماری ارائه داد، ولی با مراجعه به اداره‌ی تعاون خراسان رضوی، آمار موجود در شهر مشهد ۳۶۳۳۰ نفر هستند که در قالب ۱۵۰ تعاونی در چهار گرایش تعاونی مسکن فرهنگیان، کارکنان دولت، کارگران و آزاد تجمیع گردیده‌اند.

حجم نمونه: با استفاده از فرمول کوکران

$$N = 36330 \quad \text{که} \quad n = \frac{Nt^2 s^2}{(N-1)d^2 + t^2 s^2}$$

s انحراف معیار متغیر وابسته برابر با ۰.۴۹ و t سطح اطمینان ۰.۹۵ برابر با ۱/۹۶ و d ضریب خطا برابر با ۰.۰۵ است که در نتیجه حجم نمونه برابر با $n = 380$ به دست آمد.

شیوه‌ی نمونه‌گیری: به صورت تصادفی طبقه‌ای بوده است. در مرحله‌ی اول به صورت طبقه‌ای به نسبت تعداد تعاونی‌هایی که در چهار اتحادیه براساس گرایش‌های تعاونی مسکن: فرهنگیان، کارکنان دولت، کارگران و آزاد حاضر هستند، حجم نمونه تقسیم گردید و در مرحله‌ی دوم به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده اعضا برای تکمیل پرسشنامه‌ها انتخاب شدند.

پرسشنامه‌ها از سوی تعاونی فرهنگیان با ۱۲ تعاونی و حجم نمونه ۳۰ نفر، کارکنان دولت با ۲۰ تعاونی و حجم نمونه ۵۱ نفر و تعاونی

کارگران با ۴۱ تعاونی و حجم نمونه ۱۰۳ نفر و تعاونی مرکزی آزاد مشهد با ۷۷ تعاونی و حجم نمونه ۱۹۶ نفر، تکمیل گردید.

تعاریف عملیاتی متغیرها

متغیر وابسته یعنی میزان مشارکت در تعاونی مسکن مهر با واریز کردن مبالغ مشخص شده در طرح توسط عضو، داشتن ارتباط تلفنی و یا عضویت در تعاونی، شرکت عضو در مجامع و جلسات، تحویل بموقع مدارک و همکاری عضو با تعاونی، کاندیدا شدن عضو، اظهارنظر عضو در جلسات و نظارت عضو بر مدیران تعاونی.

تعاریف عملیاتی متغیرهای مستقل

پایگاه اقتصادی - اجتماعی اعضا با شاخص‌های تحصیلات، درآمد و شغل تبیین گردید.

متغیر اعتماد نسبت به مدیران با اعتقاد عضو به امانت‌دار بودن و صداقت مدیران و اعتقاد عضو به ارجحیت مصالح جمعی بر فردی، اعتقاد عضو به پایبند بودن مدیران به قول و قرارشان و احترام متقابل قائل شدن.

متغیر ارزیابی اعضای از حمایت‌های مالی و سیاسی دولت با ملاک‌های واگذاری زمین اجاره‌ی ۹۹ ساله مبلغ تسهیلات و نرخ سود تسهیلات تعیین گردید.

متغیر آگاهی اعضا با اطلاع از روند پروژه و نحوه‌ی تصمیم‌گیری مدیران، آشنایی با اصول تعاونی و عملکرد تعاونی و گزارش بیلان مالی در نظر گرفته شد.

متغیر اطمینان به نتایج طرح با سرانجام رسیدن طرح و متغیر آمادگی روانی با مفید دانستن عضویت و انصراف از عضویت به کار گرفته شد.

پایایی (Reliability)

پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار تحقیق از روش آزمون مجدد به فاصله‌ی ۲۰ روز استفاده شد و نتایج به‌دست آمده با نتایج نوبت اول تقریباً یکسان (همبستگی = ۰/۹۳) بود و مقدار آلفای کرونباخ سازه‌ی مشارکت در تعاونی عدد ۰/۷۴ از ۱۳ گویه به‌دست آمد: آلفای کرونباخ متغیرهای آگاهی ۰/۸۱، اعتماد ۰/۸۹، نحوه‌ی فعالیت ارگان‌ها ۰/۹۲، آمادگی روانی ۰/۸۶ در سطح بسیار مناسبی است و سازه‌ی مسئولیت‌پذیری ۰/۴۹ است که تقریباً در سطح ضعیفی است.

متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی با استفاده از رادیو، تلویزیون، اینترنت، روزنامه و متغیر مسئولیت‌پذیری با عضویت در انجمن‌های مختلف تعریف شده‌اند.

برای متغیر نداشتن منابع اقتصادی، میزان درآمد و متغیر کمبود وقت با میزان اشتغال در ساعات هفته و متغیر مستقل تقدیرگرایی با عدم توانایی انسان در ساختن سرنوشت خود و متغیر مستقل سنت‌گرایی با توجه به آداب و رسوم گذشتگان و متغیر رضایت از مدیران تعاونی با نحوه‌ی برخورد مدیران و رضایت از عملکرد آنان تعریف شده‌اند.

روایی (Validity)

برای تأمین روایی، پس از تدوین پرسشنامه‌ی مربوط که چارچوب اصلی آن برگرفته از منابع نظری و پیشینه‌ی تحقیق است، ابزار مورد نظر به رؤیت صاحب‌نظران و متخصصان رسانیده و پس از رفع ایرادهای مورد نظر آنها پرسشنامه‌ی نهایی آماده‌ی اجرا شده است. بنابراین، روایی ابزار با روشی، روایی - صوری (Formal validity) تأمین شده است.

آمار توصیفی

از مجموع ۳۸۰ نفر اعضا که جزو نمونه‌ی تحقیق بوده‌اند، ۶۳ نفر (۱۶/۶٪) زن و ۳۱۷ نفر (۸۳/۴٪) مرد هستند.

از مجموع ۳۸۰ نفر اعضای نمونه، ۱۲/۱٪ افراد به صورت‌ترایگان در خانه‌ی پدری سکونت دارند، ۴۴/۶٪ به صورت رهن و اجاره و ۴/۵٪ صرفاً رهنی و ۳۸/۸٪ آنها به صورت اجاره‌ای سکونت می‌کنند. در نتیجه، نیمی از اعضا به صورت رهن و اجاره محل سکونت دارند.

جدول شماره ۱- توصیف متغیرهای سن، تحصیلات فرد، درآمد ماهیانه

متغیرها	کمترین نمره	بیشترین نمره	چارک اول	چارک	میانه	چارک سوم	میانگین	واریانس	انحراف معیار	چولگی
سن	۲۱	۷۴	۳۰	۳۴	۴۰	۳۵/۷۹	۶۸/۲۱	۸/۲۵	۱/۳۱	
تحصیلات	۱	۵	۲	۳	۴	۳/۰۶	۰/۷۲۴	۰/۸۵۱	۰/۰۸۶	
درآمد ماهیانه به تومان	۰	۱۵۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰	۳۵۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰	۴۰۱۲۳۰	۳/۷۲	۱/۹۲	۱/۹۲	

سیاسی دولت، رضایت از مدیران تعاونی، رضایت از خود بیگانگی، سنت‌گرایی، تقدیرگرایی، اطمینان به نتایج طرح و کمبود وقت را نشان می‌دهد.

جدول زیر آمارهای سازه‌های مشارکت، آگاهی، اعتماد نسبت به مدیران، مسئولیت‌پذیری، آمادگی روانی، نحوه‌ی فعالیت ارگان‌ها، رسانه‌های جمعی، توجه به تبلیغات رسانه‌ها، ارزیابی اعضا از حمایت‌های مالی و

جدول شماره ۲- آمارهای سازه‌های مشارکت

سازه	کمترین نمره	بیشترین نمره	چارک اول	چارک	میان	چارک سوم	میانگین	واریانس	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
شاخص مشارکت	۱/۱۵	۴/۵۴	۲	۲	۲/۳۰	۲/۶۱	۲/۳۴	۰/۲۷۷	۰/۵۲۶	۰/۷۰۲	۱/۲۰۴
شاخص آگاهی	۱	۵	۲	۲	۲	۳	۲/۴۸	۰/۵۶۶	۰/۷۵	۰/۴۸۸	۰/۱۴۵
شاخص اعتماد	۱	۵	۲	۲	۳	۳/۷۱	۲/۹۴	۱/۱۳	۱/۰۶	۰/۰۷۶	-۱/۰۲۲
آمادگی روانی	۱	۵	۲/۵	۲/۵	۳/۵	۴/۲۵	۳/۳۴	۱/۱۶	۱/۰۷	-۰/۴۲	-۰/۶۱
نحوه‌ی فعالیت	نمی‌دانم	۵	۲/۶۶	۲/۶۶	۳/۵	۴	۳/۲۴	۱/۲۳	۱/۱۱	-۰/۸۶	۰/۴۶۵
استفاده از رسانه‌های جمعی	۱	۵	۲/۲۵	۲/۲۵	۲/۷۵	۳/۲۵	۲/۷۶	۰/۵۲۲	۰/۷۲۲	۰/۵۵	۰/۷۹۷
توجه به تبلیغات رسانه‌ها	۱	۵	۳	۳	۳/۵	۴	۳/۵۷	۰/۷۶۷	۰/۸۷	-۰/۳۷	/۰۷
حمایت‌های مالی و سیاسی	۱/۲۵	۵	۳/۲۵	۳/۲۵	۳/۷۵	۴/۲۵	۳/۶۷	۰/۵۲۸	۰/۷۲۶	-۰/۲۶۹	-۰/۰۴۲
رضایت از مدیران	۱	۵	۳	۳	۳/۵	۴	۳/۴۱	۰/۷۹۹	۰/۸۹۳	-۰/۰۹۳	-۰/۲۴۳
از خود بیگانگی	۱	۵	۲/۵	۲/۵	۳	۳	۳	۰/۸۴	۰/۹۲	۰/۲۴	-۰/۴
سنت‌گرایی	۱	۵	۳	۳	۳/۳۳	۳/۶۶	۳/۳۳	۰/۴۲۸	۰/۶۵	۰/۲۴	۱/۱۶
تقدیرگرایی	۱	۵	۳	۳	۳/۵	۴	۳/۵۶	۰/۷۱۶	۰/۸۴	-۰/۱۴	-۰/۶۶
اطمینان به نتایج طرح	۱	۵	۳	۳	۳/۵	۴	۳/۵۵	۰/۸۲	۰/۹۰	-۰/۵۴	۰/۱۱۷
کمبود وقت	۱	۵	۳	۳	۳	۴	۳/۲۸	۰/۷۴۵	۰/۸۶۲	۰/۲۳۲	۰/۰۲۸

دارند و نیمی نسبت به مدیران شناخت ندارند و یا بی‌اعتماد هستند.

در مورد شاخص مسئولیت‌پذیری و عضویت در مراکز مختلف، نشان می‌دهد که عضویت انجمنی بسیار ضعیف است؛ یعنی سه چهارم اعضا عضویت انجمنی ندارند.

درباره‌ی شاخص روانی می‌توان گفت که ۱۵ درصد اعضا، آمادگی روانی برای عضویت در تعاونی مسکن مهر را ندارند و ۲۲/۴ درصد

چنانکه جدول شماره‌ی (۲) نشان می‌دهد، شاخص مشارکت اعضا در تعاونی‌های مسکن، در سطح پایینی قرار دارد، در مورد شاخص آگاهی کمتر از نیمی از افراد (۳۴/۶٪ درصد) هیچ آگاهی ندارند و تقریباً نیمی (۴۴/۶٪ درصد) آگاهی اندک و ۱۷/۷٪ در حد متوسط و ۳/۲٪ در سطح بالا آگاهی دارند.

در مورد شاخص اعتماد به مدیران، نشان می‌دهد نیمی از اعضا به مدیران کاملاً اعتماد

خودبستگی شده و ۶۴/۴ درصد افراد زیاد و یا خیلی زیاد گرفتار از خودبستگی شده‌اند.

سازهی سنت‌گرایی نشان می‌دهد که فقط ۴ درصد اعضای تعاونی به سنت‌گرایی اعتقادی ندارند و ۵/۶ درصد با آن مخالف‌اند، ولی اکثر اعضا با آن موافق‌اند؛ چنانکه ۴۷/۳ درصد تا حدی سنت‌گرا و ۴۳/۱ درصد افراد با سنت‌گرایی موافق و یا کاملاً موافق‌اند.

در باب سازهی تقدیرگرایی می‌توان گفت که حدود ۲۲/۷ درصد اعضای تعاونی‌های مسکن مهر مخالف یا کاملاً مخالف تقدیرگرایی هستند و ۳۶ درصد تا حدی موافق و بالاخره ۴۱/۳ درصد با تقدیرگرایی کاملاً موافق‌اند.

در مورد سازهی اطمینان به نتایج طرح، نتیجه‌گیری می‌شود که ۳۴/۱ درصد اعضای تعاونی مسکن مهر اصلاً یا در حد کمی به نتایج اطمینان دارند و ۴۳/۷ درصد تا حدی و ۲۲/۲ درصد زیاد یا خیلی زیاد به نتایج مسکن مهر اطمینان دارند.

در مورد سازهی کمبود وقت می‌توان گفت که ۵/۱ درصد اعضا، اشتغال کم یا خیلی کم دارند و ۵۳ درصد در حد متوسط و ۴۱/۹ درصد اشتغال زیاد یا خیلی زیاد دارند که بیانگر اشتغال زیاد اعضای تعاونی است.

تحلیل استنباطی

دو متغیره‌ها

در این بخش رابطه‌ی متغیر وابسته (مشارکت) با هر یک از متغیرهای مستقل و آزمون فرضیات تحقیق در جدول زیر بررسی می‌شود. در اکثر متغیرها سطح سنجش رتبه‌ای است که از همبستگی اسپیرمن و ضریب دی سامرز استفاده شده است که در جدول زیر مشاهده می‌شود.

آمدگی اندک و ۳۶/۱ در حد متوسط بوده، ۲۶/۶ درصد آمدگی زیاد و خیلی زیاد دارند.

در مورد سازهی نحوه‌ی فعالیت ارگان‌ها در پیشبرد طرح مسکن مهر در نتیجه‌ی عملکرد بانک‌ها از همه منفی‌تر و در رتبه‌ی دوم اداره‌ی تعاون دارای عملکرد بسیار منفی بوده‌اند.

در مورد سازهی استفاده از رسانه‌های جمعی ۱۷/۲ درصد از رسانه‌ها هیچ استفاده‌ای ندارند و ۵۴/۸ درصد به صورت کم و ۲۴/۱ درصد اعضا در حد متوسط و فقط ۳/۹ درصد زیاد و یا خیلی زیاد استفاده می‌کنند.

در مورد سازهی توجه به تبلیغات رسانه‌ها، نشان می‌دهد که تنها ۶/۹ درصد اعضا هیچ توجهی به تبلیغات مسکن مهر ندارند. ۲۷/۵ در حد کمی و ۴۵ درصد به طور متوسط و ۲۰/۶ درصد در حد بسیار بالایی از تبلیغات رسانه‌ای در ارتباط با مسکن مهر استفاده می‌کنند.

در مورد سازهی ارزیابی اعضا از حمایت‌های مالی و سیاسی دولت، نشان می‌دهد که در حدود نیمی حمایت‌ها را قابل قبول می‌دانند و ۲۱/۴ درصد مخالف تأثیر حمایت‌ها هستند و ۲۷/۷ درصد موافق حمایت‌های مالی و سیاسی دولت هستند.

در مورد سازهی رضایت از مدیران تعاونی آمار نشان می‌دهد که ۱۰/۳ درصد هیچ رضایتی ندارند و ۳۳/۵ در حد کمی و ۳۹/۶ در حد متوسط و تنها ۱۶/۶ درصد از مدیران در حد بسیار بالا رضایت داشتند.

در مورد سازهی رضایت از خودبستگی، نشان می‌دهد که فقط ۹/۶ درصد افراد دچار از خودبستگی نشده‌اند یا کمی به این حالت گرفتار شده‌اند و ۲۶ درصد تا حدی دچار از

جدول شماره ۳- رابطه‌ی متغیر وابسته (مشارکت) با متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل	سطح سنجش	سطح سنجش سازه مشارکت	ضریب همبستگی	همبستگی معناداری	سطح معناداری	نوع ضریب همبستگی
عدم توانایی اقتصادی	فاصله‌ای	ترتیبی	۰/۰۷۴	۰/۱۶۲	ندارد	اسپیرمن
حمایت‌های مالی و سیاسی دولت	ترتیبی	ترتیبی	۰/۱۰۵	۰/۰۰۶	دارد	دی‌سامرز
کمبود وقت اعضا	فاصله‌ای	ترتیبی	۰/۰۴۹	۰/۳۷۸	ندارد	اسپیرمن
اعتماد اعضا به مدیران	ترتیبی	ترتیبی	۰/۲۲۲	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
اطمینان به نتایج طرح	ترتیبی	ترتیبی	۰/۰۸۴	۰/۳۷	دارد	دی‌سامرز
سنت‌گرایی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۰۷۴	۰/۰۶۴	ندارد	دی‌سامرز
تقدیرگرایی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۰۳۵	۰/۳۷۵	ندارد	دی‌سامرز
تبلیغات رسانه‌های جمعی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۲۵۳	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
استفاده از رسانه‌های جمعی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۱۶۲	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
آمادگی روانی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۱۶۰	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
میزان تحصیلات	ترتیبی	ترتیبی	-۰/۰۴۲	۰/۳۹۷	ندارد	دی‌سامرز
مسئولیت‌پذیری	اسمی	اسمی	۰/۰۳۷	۰/۰۸۴	ندارد	لامدا
میزان آگاهی به هدف‌ها	ترتیبی	ترتیبی	۰/۳۷۶	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
رضایت از مدیران	ترتیبی	ترتیبی	۰/۲۰۲	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
پایگاه اجتماعی اعضا	ترتیبی	ترتیبی	۰/۰۳۲	۰/۴۱۵	ندارد	دی‌سامرز
خانه‌دار شدن واقعی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۱۹۲	۰/۰۰۰	دارد	دی‌سامرز
میزان از خودبیگانگی	ترتیبی	ترتیبی	۰/۰۸۹	۰/۰۲۴	دارد	دی‌سامرز

تحلیل رگرسیون چند متغیری

با تحلیل رگرسیون می‌توان مقدار تأثیر هر واحد تغییر در متغیر مستقل را بر متغیر وابسته تعیین نمود (دواس، ۱۳۸۸: ۱۸۰). برای انجام رگرسیون چندگانه از روش گام به گام استفاده و در هر مرحله یکی از متغیرهای مستقل وارد معادله می‌شود و هر یک که تأثیر بیشتری داشت، وارد معادله می‌شود. در جدول زیر میزان ضریب تعیین و همبستگی در هر مرحله نسبت به

مرحله‌ی قبل افزایش معناداری داشته است. ضریب همبستگی ۰/۵۹ و ضریب تعیین شده ۰/۳۴ است؛ بدین معنی که متغیرهای مستقل باقیمانده در تحلیل رگرسیون ۳۴ درصد واریانس متغیر وابسته‌ی مشارکت را تبیین می‌کنند. در تحلیل دو متغیره تحصیلات رابطه‌ی معناداری با مشارکت نداشت، ولی در تحلیل رگرسیون عامل تحصیلات وارد معادله شده است؛ هر چند رابطه ضعیف است.

جدول شماره ۴- میزان ضرایب تعیین و همبستگی رگرسیونی

Model	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح شده	خطای برآورد	آماره‌ی دورین واتسون	
					sig	
۱	۰/۵۴۵	۰/۲۹۷	۰/۲۹۵	۰/۴۳۰۶۵	۰/۰۰	
۲	۰/۵۷۰	۰/۳۲۵	۰/۳۲۱	۰/۴۲۲۷۵	۰/۰۰	
۳	۰/۵۸۵	۰/۳۴۲	۰/۳۳۶	۰/۴۱۷۹۹	۰/۰۰۵	
۴	۰/۵۹۴	۰/۳۵۳	۰/۳۴۵	۰/۴۱۵۱۹	۰/۰۲۵	۱/۷۶۲

- ۱ - شاخص آگاهی
 ۲- شاخص آگاهی و شاخص تبلیغات
 ۳- شاخص آگاهی، شاخص تبلیغات، تحصیلات فرد
 ۴- شاخص آگاهی، شاخص تبلیغات، تحصیلات فرد، شاخص استفاده از رسانه
 شاخص مشارکت، متغیر وابسته

چهار مرحله مدل‌های رگرسیون به‌دست آمده به طرز معناداری $\text{sig}=۰/۰۰۰$ و $F=۴۰/۸۵۱$ بالاست و قابلیت پیش‌بینی متغیر مشارکت (وابسته) را دارد.

جدول زیر به بررسی معناداری مدل رگرسیونی به تفکیک مراحل چهارگانه پرداخته است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، نسبت میانگین مجذورات رگرسیون بر باقیمانده، در هر

جدول شماره ۵- مدل معناداری رگرسیونی

Model	مجموع مجذورات	درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	F	Sig
۱	۲۳/۷۰۰	۱	۲۳/۷۰۰	۱۲۷/۷۹۰	۰/۰۰
۲	۲۵/۹۱۴	۲	۱۲/۹۵۷	۷۲/۴۹۹	۰/۰۰
۳	۲۷/۲۹۴	۳	۹/۰۹۸	۵۲/۰۷۴	۰/۰۰
۴	۲۸/۱۶۷	۴	۷/۰۴۲	۴۰/۸۵۱	۰/۰۰

- ۱- شاخص آگاهی
 ۲- شاخص آگاهی و شاخص تبلیغات
 ۳- شاخص آگاهی، شاخص تبلیغات و تحصیلات فرد
 ۴- شاخص آگاهی، شاخص تبلیغات، تحصیلات فرد و شاخص استفاده از رسانه

برای تعیین ضرایب مسیر و محاسبه‌تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، ابتدا براساس مدل نظری و تحلیل رگرسیون متغیرهای مستقلی را که بر مشارکت تأثیر دارند، مشخص می‌نماییم و سپس همین متغیرهای مستقلی که در رابطه‌ی آنها در رگرسیون معنادار بودند، یکی‌یکی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود و سایر متغیرها را به عنوان مستقل وارد تحلیل رگرسیون می‌کنیم تا ضرایب تحلیل مسیر را مشخص کرده، در نهایت، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم را برآورد نماییم.

در تحلیل رگرسیون متغیرهای آگاهی، توجه به تبلیغات رسانه‌ها، استفاده از رسانه‌های جمعی و تحصیلات وارد معادله شدند و سپس متغیر آگاهی را به عنوان متغیر وابسته و سایر متغیرهای مستقل را وارد معادله رگرسیون می‌نماییم که در جدول زیر نتایج دیده می‌شود.

جدول زیر شدت و جهت تأثیر متغیرهای مستقل را که در تحلیل رگرسیون وارد شده‌اند، بر متغیر وابسته (مشارکت) نشان می‌دهد. معادله‌ی رگرسیون برای پیش‌بینی متغیر وابسته، براساس ضرایب استاندارد شده به شرح زیر است. چون واحدهای متغیر نامتفاوتند، برای مقایسه‌ی شدت تأثیر متغیرهای مستقل باید از ضرایب استاندارد شده بتا استفاده کرد:

$$y = ۰/۵۰۵ (Z) + ۰/۱۱ (Z) + ۰/۱۵۴ (Z) - ۰/۱۵۸ (Z) + ۰/۱۵۸ (Z) + ۰/۱۱ (Z) + ۰/۱۵۴ (Z) - ۰/۱۵۸ (Z)$$

تحلیل مسیر

علاوه بر تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، در این مرحله تأثیرات غیرمستقیم آنها را از تحلیل مسیر استفاده کرده، همچنین میزان مناسب مدل نظری ارزیابی می‌شود.

جدول شماره ۶- شدت و جهت متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در تحلیل رگرسیونی

ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	t	sig	model
B ضریب تاثیر	خطای ضریب تاثیر	Beta ضریب تاثیر			
۱/۴۱۹	۰/۰۸۶		۱۶/۵۴۹	۰/۰۰	مقدار ثابت
۰/۳۷۰	۰/۰۳۳	۰/۵۴۵	۱۱/۳۰۴	۰/۰۰	شاخص آگاهی
۱/۱۳۵	۰/۱۱۷		۹/۷۳۸	۰/۰۰	مقدار ثابت
۰/۳۳۵	۰/۰۳۴	۰/۴۹۳	۹/۹۳۸	۰/۰۰	شاخص آگاهی
۰/۱۰۴	۰/۰۳۰	۰/۱۷۵	۳/۵۲۰	۰/۰۰	شاخص تبلیغات
۱/۲۸۱	۰/۱۲۶		۱۰/۱۳۵	۰/۰۰	مقدار ثابت
۰/۳۵۷	۰/۰۳۴	۰/۵۲۶	۱۰/۴۲۹	۰/۰۰	شاخص آگاهی
۰/۱۰۰	۰/۰۲۹	۰/۱۶۸	۳/۴۱۳	۰/۰۰۱	شاخص تبلیغات
-۰/۰۳۵	۰/۰۱۲	-۰/۱۳۵	-۲/۸۱۱	۰/۰۰۵	تحصیلات فرد
۱/۱۳۸	۰/۱۴۱		۸/۰۸۱	۰/۰۰	مقدار ثابت
۰/۳۴۳	۰/۰۳۵	۰/۵۰۵	۹/۹۰۸	۰/۰۰	شاخص آگاهی
۰/۰۹۴	۰/۰۲۹	۰/۱۵۸	۳/۲۲۲	۰/۰۰۱	شاخص تبلیغات
-۰/۰۳۹	۰/۰۱۲	-۰/۱۵۴	-۳/۱۷۴	۰/۰۰۲	تحصیلات فرد
۰/۰۸۲	۰/۰۳۶	۰/۱۱۰	۲/۲۵۱	۰/۰۲۵	شاخص استفاده از رسانه

شاخص مشارکت: متغیر وابسته

جدول شماره ۷- ضرایب همبستگی بین متغیر تعیین آگاهی (وابسته) و متغیرهای مستقل

دوربین واتسون	Beta	Sig	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	آگاهی (متغیر وابسته)
۱/۹۶۰	۰/۴۱۴	۰/۰۰۰	۰/۳۲۴	۰/۳۲۶	۰/۵۷۱	اعتماد
	۰/۱۵۹	۰/۰۰۰	۰/۳۵۴	۰/۳۵۸	۰/۵۹۹	تبلیغات
	۰/۱۸۴	۰/۰۰۰	۰/۳۸۱	۰/۳۸۸	۰/۶۲۳	پایگاه
	۰/۱۳۹	۰/۰۱۶	۰/۳۹۱	۰/۳۹۹	۰/۶۳۲	رضایت

در این مرحله متغیر تبلیغات رسانه‌ها به عنوان متغیر وابسته و سایر متغیرهای مستقل به جز آگاهی را وارد معادله رگرسیون کرده، در نتیجه جدول زیر را مشاهده می‌کنیم.

جدول شماره ۸- ضرایب همبستگی بین متغیر تبلیغات رسانه‌ها (وابسته) و متغیرهای مستقل

دوربین واتسون	Beta	Sig	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	تبلیغات (متغیر وابسته)
۱/۸۱۶	۰/۲۱۱	۰/۰۰۰	۰/۰۶۷	۰/۰۷۰	۰/۲۶۴	رضایت از مدیران
	۰/۱۷۸	۰/۰۰۲	۰/۰۹۳	۰/۰۹۸	۰/۳۱۴	حمایت‌های دولت

به همین ترتیب، دو متغیر استفاده از رسانه‌ها و تحصیلات و سایر متغیرها به عنوان مستقل در نظر گرفته شد، در جداول زیر مشاهده می‌شود:

جدول شماره ۹- ضرایب همبستگی بین متغیر استفاده از رسانه‌ها (وابسته) و متغیرهای مستقل

دوربین واتسون	Beta	Sig	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	استفاده از رسانه‌ها (متغیر وابسته)
۲/۰۱۰	۰/۱۶۴	۰/۰۰۴	۰/۰۵۳	۰/۰۵۶	۰/۲۳۷	اعتماد
	۰/۲۱۵	۰/۰۰۰	۰/۰۸۳	۰/۰۸۹	۰/۲۹۹	تحصیلات
	۰/۱۳۵	۰/۰۱۸	۰/۰۹۹	۰/۱۰۸	۰/۳۲۸	حمایت‌های دولت
	۰/۱۱۶	۰/۰۳۵	۰/۱۰۹	۰/۱۲۱	۰/۳۴۸	سنت‌گرایی

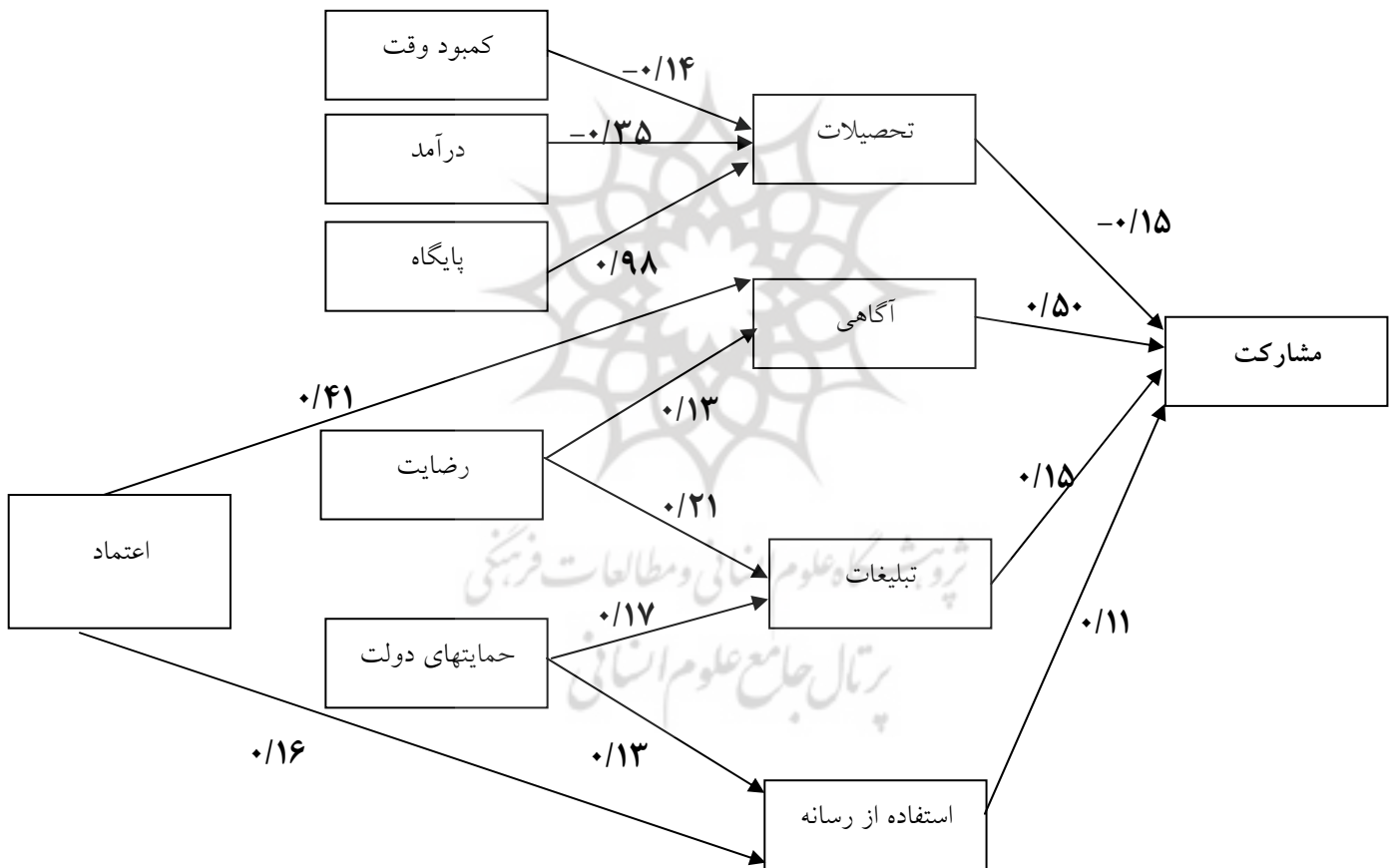
جدول شماره ۱۰- ضرایب همبستگی بین متغیر تحصیلات (وابسته) و متغیرهای مستقل

دوربین واتسون	Beta	Sig	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	تحصیلات (متغیر وابسته)
۱/۹۸۶	۰/۹۸۰	۰/۰۰۰	۰/۵۳۵	۰/۵۳۶	۰/۷۳۲	پایگاه
	-۰/۳۵۱	۰/۰۰۰	۰/۵۹۹	۰/۶۰۱	۰/۷۷۵	درآمد ماهانه
	-۰/۱۴۹	۰/۰۰۰	۰/۶۱۹	۰/۶۲۳	۰/۷۸۹	کمبود وقت

مشارکت بالا می‌رود. همچنین، اعتماد از طریق رسانه به میزان ۰/۰۱ بر مشارکت تأثیر می‌گذارد (۰/۱۱×۰/۱۶=۰/۰۱) که مقدار قابل ملاحظه‌ای نیست.

تحلیل مسیر تأثیر اعتماد از طریق آگاهی بر مشارکت نشان می‌دهد که این متغیر به میزان ۰/۲۰ بر مشارکت تأثیر می‌گذارد (۰/۲۰=۰/۵۰×۰/۴۱)؛ یعنی با افزایش اعتماد، سطح آگاهی افزایش می‌یابد و به موازات آن

نمودار تحلیل مسیر



تعاونی‌های مسکن در سطح شهر مشهد در سال ۱۳۸۸ حدود ۱۰ درصد متوسط و یا بالاست و اکثر اعضا؛ یعنی ۹۰ درصد مشارکت پایین یا خیلی پایین دارند که نشان دهنده‌ی مشارکت

نتیجه‌گیری

در ارتباط با سؤال اول تحقیق که میزان مشارکت اعضای تعاونی مسکن مهر در مشهد چه اندازه است، می‌توان گفت، مشارکت اعضا در

نبوده، عواملی که وارد رگرسیون شدند (آگاهی، تبلیغات، تحصیلات و استفاده از رسانه‌ها) حدود ۳۴ درصد از واریانس متغیر وابسته (مشارکت) را تبیین می‌کنند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده، متغیرهای آگاهی، تبلیغات رسانه‌ها، اعتماد به مدیران تعاونی و رضایت از آنها و استفاده از رسانه‌های جمعی و آمادگی روانی اعضا، بیشترین تأثیر را بر مشارکت اعضا در تعاونی آن می‌گذارد. لذا برنامه‌های اجرایی باید در رابطه با افزایش آگاهی اعضا نسبت به روند طرح و همچنین افزایش اطلاعات و آموزش اصول و مبانی تعاونی تدارک دیده شود.

نقش تبلیغات و رسانه‌های جمعی، دومین عامل مهم است؛ یعنی ایجاد بستر و زمینه‌ی جلب اعتماد و رضایت از عملکرد مدیران تعاونی نقش کلیدی را دارند. مدیران تعاونی مسکن با چالش‌های فراوانی در این طرح ملی روبه‌رو هستند و سرگرم شدن، حاشیه‌ها، کارهای غیر ضروری اداری و بوروکراسی، آنها را از اعضای تعاونی غافل می‌کنند؛ در حالی که اگر در جلسات هیأت مدیره روی آگاهی بخشی اعضا برنامه‌ریزی شود و اهمیت ویژه‌ی مجامع عمومی برای بالا بردن آگاهی اعضا طراحی شود، از مشارکت بالای اعضایشان که در واقع می‌توان گفت مهمترین عامل موفقیت تعاونی‌ها نیز هست، برخوردار می‌شوند و در نهایت از عمر

بسیار ضعیف اعضا در تعاونی‌های مسکن در مشهد است.

در جواب سؤال دوم تحقیق که عوامل مؤثر بر مشارکت اعضا در تعاونی مسکن مهر بود، از متغیرهای مختلف به صورت سؤال در پرسشنامه تحقیق استفاده شد و با بررسی همبستگی‌های دو متغیره و تحلیل رگرسیون نتایج زیر به دست آمد. در تحلیل‌های دو متغیره به ترتیب اولویت، متغیرهای آگاهی، تبلیغات رسانه‌های جمعی، اعتماد، رضایت از مدیران، آمادگی روانی و نگرش مثبت به طرح، واقعی فرض کردن خانه‌دار شدن، ارزیابی حمایت‌های مالی و سیاسی دولت، تأثیر مثبت بر مشارکت اعضا در تعاونی‌های مسکن مهر داشتند و بیشترین تأثیر مثبت را آگاهی بر مشارکت اعضا دارا بود.

متغیرهای مسؤلیت‌پذیری، سنت‌گرایی، تقدیرگرایی و، پایگاه اجتماعی تأثیر معناداری بر مشارکت اعضا در تعاونی‌های مسکن مهر ندارند.

در تحلیل رگرسیون بر روی متغیرها، از روش گام به گام استفاده شد و چهار متغیر مستقل آگاهی، تبلیغات رسانه‌ها، تحصیلات و استفاده از رسانه‌ها تأثیر رابطه‌ی معناداری بر مشارکت اعضا در تعاونی داشت که در آن بیشترین تأثیر به آگاهی اعضا مربوط بود و متغیر تحصیلات تأثیر معکوس بر مشارکت داشت و با تحلیل‌های افرادی چون کولین، هانتینگتون، نلسون، اکسلرد و دانیل لرنر همخوانی دارد. البته، نظریه‌ی هانتینگتون تأثیر تحصیلات را با مشارکت مثبت می‌داند ولی در این تحقیق مثبت

اجتماعی»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

۶- جلالی، محمد و کرمی، عزت ... (۱۳۸۴). تعیین عوامل مؤثر بر مشارکت مرتعداران در تعاونی‌های مرتعداری استان کردستان.

۷- حیدرپور توتکله، زینب و دیگران. (۱۳۸۷). بررسی نقش اعضای تعاونی‌های جنگل‌نشینان در احیای منابع جنگلی غرب استان مازندران در www.sid

۸- دال، رابرت. (۱۳۶۴). درباره‌ی دموکراسی، ترجمه حسن فشارکی، تهران: انتشارات شیرازه.

۹- ساریخانی، ناهید؛ طه، مهدیه. (۱۳۸۲). «میزان مشارکت زنان در شرکت تعاونی روستایی و شناخت عوامل مؤثر بر آن (استان کرمانشاه)»، مجله تعاون، ش ۱۴۳.

۱۰- سیف‌زاده، حسن. (۱۳۷۴). نظریه‌های مختلف درباره‌ی راهنمای گوناگون‌نوسازی و دگرگونی‌های سیاسی، تهران: انتشارات قومس.

۱۱- شکرگزار، اصغر. (۱۳۸۵). توسعه‌ی مسکن شهری در ایران، رشت: انتشارات حق.

۱۲- شیخی، مهرنوش. (۱۳۸۲). «بررسی عوامل مؤثر در مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی»، نشریه تعاون، تهران: انتشارات وزارت تعاون.

۱۳- علم‌بیگی، امیر و ظریفیان، شاپور. (۱۳۷۹). تعیین عوامل مؤثر بر نگرش دامداران عضو تعاونی‌گاو‌داران شهرستان همدان به مشارکت در تشکیل و اداره‌ی سازمان‌های کشاورزی در www.sid

طرح مسکن مهر در مشهد سه سال می‌گذرد و وقت زیادی تلف شده است که این خود اعتراض اعضا را در پی داشته است. اگر مدیران استان و به‌ویژه خود مدیران تعاونی، به کارهایی که مشارکت اعضایشان را افزایش می‌دهد بپردازند، می‌توانند بیشتر مؤثر واقع شوند و وقت تلف شده را جبران کنند (یک سال و نیم زمین‌ها در اختیار تعاونی‌ها قرار داده نشده بود و پس از آن نیز تعاونی‌ها شش ماه در انتظار طراحی نقشه‌ها و تصویب و سپس شش ماه دیگر درگیر دریافت پروانه ساخت و دیگر امور اداری بوده‌اند).

منابع

- ۱- اصغرپور، احمدرضا. (۱۳۸۷). بررسی راهکارهای افزایش مشارکت اجتماعی مردم مشهد در امور مربوط به شهرداری، مشهد.
- ۲- اهری و دیگران. (۱۳۶۷). مسکن حداقل، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن.
- ۳- امامی بند پی و حسینی، فرج الله و ... (۱۳۸۵). بررسی عوامل مرتبط با مشارکت ماهیگیران عضو تعاونی‌های صیادی پره شهرستان ساری، www.sid
- ۴- بزم آمون، علی. (۱۳۸۶). نحوه‌ی تشکیل و مدیریت شرکت‌های تعاونی، تهران: ونوس.
- ۵- پناهی، محمدحسین و یزدان‌پناه، لیلا. (۱۳۸۳). «اثر ویژگی‌های فردی بر مشارکت

- 23- Dietrich, Janatan. c (2008): *Housing coopevatives partnership*: www. Beavercreek. coop/participation-vs-communitg-building.
- 24- lerin, M (1962): political alienation, Eric and Mary josefson, N.Y, Dell publication co.
- 25- Wilson, J and. K. Music (1997) *work and volunteering: the long arm of the Job, social forces*. Univ North Carolina press, chapel Hill, Yc 842.

۱۴- غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۰). *تیین عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مشارکت اجتماعی اقتصادی سازمان یافته روستائیان ...*، تهران: دانشگاه تهران.

۱۵- غفاری، غلامرضا و نیازی، محسن. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی مشارکت*، تهران: نشر نزدیک

۱۶- کوتر، هربرت. (۱۳۷۲). *هدف‌ها و راهبردهای توسعه کشاورزی در جهان سوم*، ترجمه‌ی عبدالمجید هاشمی علیا، فصلنامه روستا و توسعه، تهران.

۱۷- لوئیس، اسکار. (۱۳۵۳). «فرهنگ فقر»، ترجمه‌ی مهدی ثریا، *نامه‌ی علوم اجتماعی*، تهران: دانشگاه تهران.

۱۸- محسنی، منوچهر. (۱۳۸۲). *مشارکت اجتماعی در ایران*، تهران: انتشارات آرون.

۱۹- موسایی، میثم و احمدی، امیدعلی. (۱۳۸۷). «بررسی عوامل اجتماعی اثرگذار بر موفقیت تعاونی‌های مسکن در ایران»، *نامه‌ی علوم اجتماعی*، تهران.

۲۰- وزیر، محمود. (۱۳۸۶). *بررسی ارتباط عوامل مؤثر در کارایی عملکرد شرکت‌های تعاونی مسکن*، تهران: انتشارات پایگان.

21- Axelord, Morris (1950) *urban structure and participation*, American Sociological Review. Vol 21. ISS ue 1. PP 13-18.

22- Alper, Ozkan (2009) "A Critical Evalution of Housing Cooperatives in turkey withn the framework of collective action theories: a case study in Ankara and Istanbul" www.cidj.oxfordjournal.orgcontent.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی