

ارزیابی نقش عضویت در تعاونی‌های فرش دستباف روستایی بر وضعیت اقتصادی - اجتماعی اعضا (مطالعه موردی استان قم)

احمد خاتون آبادی^{1*} - مصطفی نوروزی² - مریم عطائی³ - جواد میرمحمدصادقی⁴

تاریخ دریافت: 1395/07/13

تاریخ پذیرش: 1396/05/21

چکیده

یکی از رهیافت‌های توسعه، بسیج اجتماعی است که در آن به گسترش نهادها و موسسات اقتصادی و اجتماعی از طریق جلب مشارکت و توانمندسازی مردم اهتمام می‌شود. تشکیل تعاونی‌ها در همین راستا قرار دارد. پژوهش پیمایشی حاضر که از نوع توصیفی-تحلیلی است، با هدف بررسی تاثیر تشکیل تعاونی فرش دستباف روستایی بر وضعیت اقتصادی - اجتماعی اعضا انجام شد. با استفاده از فرمول کوکران با احتمال 95 درصد، اندازه نمونه 250 نفر برآورد گردید که میان هفت حوزه به نسبت کل اعضا و غیر اعضا تسهیم و مورد بررسی قرار گرفت. در تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آزمون t، جداول توافقی و همبستگی پیرسن استفاده گردید. مهمترین ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط متخصصان تأیید و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ 0/79 برآورد شد. نتایج پژوهش نشان داد تعاونی‌ها در تحت پوشش قرار دادن افراد مجرد و زنان بیوه و سرپرست خانوار نقش پررنگی دارند. با استفاده از آزمون t در سطح 0/05 درصد نتیجه شد که، مقدار فرش تولیدی اعضا با میانگین 2/30 متر مربع نسبت به غیر اعضا با میانگین 1/77 متر مربع بیشتر بوده و نسبت هزینه به درآمد آنها کمتر است. با استفاده از آزمون همبستگی در سطح 0/05 درصد، از نظر اعضا تعاونی نقش موثری در حذف واسطه‌ها داشته است، لیکن تعاونی‌ها با وجود وظیفه قانونی و ظرفیت سازمانی بالایی که برای ارائه آموزش‌های مهارتی دارند، ضعیف عمل کرده‌اند. فاصله زمانی بازدهی‌های کارشناسی از فرش‌های اعضا بیش از غیر اعضا بوده و اعضا در مجموع از عملکرد تعاونی خود رضایت نداشتند. در نهایت مشخص شد که اگرچه تولیدات اعضای تعاونی از نظر کمی بیشتر است ولی از نظر کیفی درجه پایینتری دارد، این امر به دلیل استفاده اعضا از نقشه‌های توخالیتر و عدم آموزش‌های مهارتی کافی و نظارت کمتر از بافته‌های آنها در مقایسه با بافندگان غیر عضو می‌باشد. با توجه به اینکه یکی از شاخص‌های توسعه، اهتمام به امر آموزش خصوصاً آموزش حرفه‌ای و کاربردی است تعاونی‌های مورد مطالعه در این زمینه عملکرد ضعیفی داشته‌اند، که باید با برنامه‌ریزی دستگاه‌های متولی آموزش‌های مهارتی در کشور، توان مهارتی بافندگان را بالا برد تا کیفیت تولیدات در نتیجه درآمد و قدرت رقابت آنها در بازار جهانی بالا رود.

واژه‌های کلیدی: مهارت، کیفیت تولیدات، عملکرد تعاونی، بافندگان عضو تعاونی

مقدمه

جانیه از آن جمله‌اند (12). بسیج اجتماعی، بر توسعه منابع انسانی از طریق فعال کردن طرح‌های خودیاری و تاسیس نهادها و موسساتی که وظیفه ارائه خدمت برای برطرف کردن نیازهای مردم در مناطق روستایی بر عهده دارند، تاکید می‌کند. به اعتقاد نیویی جر (18) یکی از موثرترین راه‌کارها برای افزایش مشارکت افراد روستایی، که روند توزیع را نیز عادلانه می‌سازد، تاسیس و راه‌اندازی تشکلهای گوناگون مانند تعاونی‌ها است. طرح تشکیل تعاونی‌ها و از جمله تعاونی‌های فرش روستایی تا حد زیادی منطبق با چنین راهبردی است. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، کشاورزی تنها منبع اشتغال و درآمد برای خانوار روستایی نبوده، بلکه فعالیت‌های غیرکشاورزی که شامل طیف وسیعی از فعالیت‌ها می‌شود، از اهمیت بالایی برخوردارند (3)؛ در کشور ما صنعت فرش دستباف و فعالیت‌های مرتبط با آن با

رهیافت‌های توسعه و از جمله توسعه روستایی از اواسط قرن بیستم به منظور کاهش شکاف روزافزون اقتصادی و اجتماعی میان اقشار جامعه و بهبود وضع کلی آنها پدیدار شد. در این میان سازوکارهای متفاوتی نظر اندیشمندان اقتصادی و اجتماعی را به خود معطوف ساخت که راهبرد تولید مدار، بسیج اجتماعی و توسعه همه

1، 2 و 3 - به ترتیب دانشیار دانشکده کشاورزی، کارشناسی ارشد توسعه روستایی،

کارشناسی ارشد آمار اقتصادی اجتماعی دانشگاه صنعتی اصفهان

(* - نویسنده مسئول: (Email: Ahmad-kh@cc.iut.ac.ir)

4- استاد گروه توسعه روستایی دانشگاه صنعتی اصفهان

DOI: 10.22067/jead2.v3i1i2.58969

دستباف در دسترسی به اهداف توسعه اقتصادی و اجتماعی در کشور صورت گرفته است.

یک نوع مطالعه و ارزیابی توصیفی نیز از وضعیت عملکرد شرکت‌های تعاونی فرش که از سوی اداره کل تعاونی‌های معاونت امور اجتماعی وزارت جهاد سازندگی با یک مدل‌سازی، تیپ و الگوی در استان‌های مختلف در سال‌های 1370 و 1371 اجرا شد. نتایج این مطالعه میدانی در استان قم نشان داد که بیش از سه چهارم اعضا شناخت صحیحی از وظایف، اهداف و تشکیلات شرکت تعاونی نداشته‌اند، شرکت تعاونی تغییرات محسوسی در منابع معیشت و اشتغال خانوار عضو به عمل نیاورده اما در افزایش درآمد اعضا تا بیش از 50 درصد موثر بوده است. همچنین تشکیل تعاونی در افزایش کمی تولید تأثیری نداشته اما موجب افزایش کیفی تولیدات شده است. تعاونی فرش در زمینه سازماندهی مالی و اقتصادی سرمایه‌های اعضا موفق بوده‌اند (6). نتایج این پژوهش‌ها در استان‌های فارس، اصفهان، کرمان و کرمانشاه نیز موید آن بود که اکثریت قریب به اتفاق بافندگان که زنان روستایی فنون قالی‌بافی را از اعضای خانواده و اقوام خود آموخته‌اند و شناخت درستی از تعاونی و اصول و ارکان و نحوه اداره آن نداشته، عمدتاً به توصیه آشنایان به عضویت آن درآمده‌اند (5).

شم‌آبادی و حسینی (26)، در مطالعه خویش؛ بر روی چهار جامعه آماری صاحب‌نظران، صادرکنندگان، واردکنندگان فرش ایران در خارج و فروشندگان فرش در داخل و خارج کشور نشان دادند از میان پنج عامل موثر بر بازاریابی فرش دستباف ایران، عامل مدیریت با 99 درصد اطمینان تأثیرگذار است. از بعد برنامه‌ریزی، مواردی همچون ریسک‌پذیری و عدم اطمینان به تولید، بی‌توجهی به خلاقیت (افکار جدید) و نوآوری (به کارگیری افکار جدید)، عدم برنامه‌ریزی در جذب، پرورش و نگهداری نیروی کار و از بعد سازماندهی خلاء وجود هدف‌گذاری در سطح شرکت‌ها و واحدهای تولیدی و تجاری فرش در قالب استراتژی‌های سالانه، از کمبودهای مدیریتی توانمند برای تأمین نیازهای تولیدی، تجارت و بازاریابی فرش ایران به شمار می‌رود.

شم‌آبادی و بریم‌نژاد (25) نشان دادند شرکت در دوره‌های کار دانش باعث افزایش کارایی فنی بافندگان نشده است و این دو متغیر رابطه معکوس داشته‌اند. سابقه کار بافندگان تأثیر مثبت و معنی‌داری بر کارایی داشته، متغیر سن رابطه معنی‌داری با کارایی فنی نداشته است. همچنین پیشنهاد می‌کنند از آنجا که مدیریت تولید عاملی بسیار موثر در افزایش کارایی است، ارائه آموزش در جهت بهبود مدیریت عوامل تولید، برای افزایش کارایی لازم است.

نواب اکبر و همکاران (17) در پژوهش خود دریافتند صنایع دستی تولید شده توسط زنان، شامل جاجیم، گلیم و قالیچه به دلیل کیفیت بالا تقاضای داخلی و خارجی خوبی دارد. محصولات 82/5 درصد آنان درجه یک بوده، 78/9 درصد بافندگان مهارت بالایی داشتند. یک سوم

قدیمی دیرینه، یکی از اشتغال‌زاترین و ارزآورترین فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌شود و همواره نقشی ویژه در اقتصاد ملی داشته، تلاش‌هایی برای بهبود کمی و کیفی این فعالیت را ایجاب کرده (26) و امروزه حدود 7 درصد اشتغال کل کشور را تشکیل می‌دهد (7).

تا قبل از انقلاب اسلامی رشته فعالیت فرش دستباف به صورت سنتی، فردی، خود مصرفی و کارمزدی به حیات ادامه می‌داد و ساماندهی اساسی برای هدایت آن وجود نداشت. با این وجود طی سالیان متمادی رتبه اول صادرات جهانی در اختیار فرش ایرانی بود. متأسفانه در دو دهه اخیر این صنعت به دلیل فقدان یا ضعف اساسی در ابعاد سازمانی، ساختاری، مدیریتی، تولیدی و دوران افول و رکود را در عرصه رقابت جهانی پیموده، در شرایط بحرانی خاصی به سر می‌برد؛ رقبای نو ظهور فرش دستباف ایران مانند چین، هند، پاکستان و برخی کشورهای دیگر با تکیه بر پتانسیل تولیدی و به کارگیری روش‌ها و اصول نوین مدیریتی و بازاریابی به سهم بالاتری از بازار جهانی دست یافته‌اند (26). از اواسط دهه‌ی 1360 تعاونی‌های فرش روستایی با حمایت و هدایت وزارت جهاد سازندگی در مناطق مختلف کشور تشکیل شدند تا با مشارکت مردم برای تحول در تولید، حذف سیستم کارمزدی و واسطه‌گری اقدام نمایند. از سال 1373 کلیه امور شرکت‌های تعاونی فرش روستایی به وزارت جهاد کشاورزی واگذار شد و تا سال 1378 مجموعاً بیش از 286 شرکت تعاونی فرش دستباف روستایی و 21 اتحادیه استانی و 1 اتحادیه مرکزی برای ساماندهی بافندگان روستایی تشکیل شد که پانصد هزار نفر را تحت پوشش خود قرار دادند (7).

پیشینه فعالیت‌های جمعی و گروهی و نقشی که آن فعالیت‌ها بر بهبود موقعیت اجتماعی و در برخی موارد موقعیت اقتصادی افراد عضو داشته، در کشورهای در حال توسعه و بویژه در ایران امری عادی و قابل مشاهده می‌باشد. نکته حایز اهمیت این است که چنانچه سازمان‌های تعاونی دارای مدیریت منطقی بوده و اصولی اداره شوند، بیش از فعالیت‌ها و اقدامات فردی قادر به جذب منابع مالی می‌باشند. با توجه به نقش موثر آنان در اقتصاد محلی و ملی امکان دریافت اعتبارات بانکی را نیز بیش از افراد حقیقی خواهند داشت، از سوی دیگر مشارکت افراد یک جامعه‌ی کوچک در سازمان‌های دارای شخصیت حقوقی جایگاه اجتماعی آنان را نیز ارتقا می‌بخشد. با توجه به این موارد و یافته‌های سایر پژوهش‌ها که در این نوشتار به آن اشاره شده است، آگاهی از نقش تعاونی و وضعیت اجتماعی و اقتصادی اعضا از اهمیت شایانی برخوردار می‌باشد. بویژه اینکه چنانچه عضویت در تعاونی دارای اثر مثبت بر اعضای آن بوده، بیانگر این حقیقت است که تعاونی از جنبه مدیریتی و همچنین مالی از کارایی و موفقیت لازم بهره‌مند بوده است. با وجود تلاش زیاد برای ایجاد و تاسیس این تعاونی‌ها، مرور مطالعات گذشته نشان می‌دهد که بررسی و تحلیلی اندک در مورد عملکرد این تشکّل‌ها و تولید فرش

پور صادق و همکاران (23) دریافتند که، تعاونی‌های فرش دستباف با استفاده از عامل حمایت‌های دولتی تا حدودی توانسته‌اند نقش خود را در توسعه صادرات فرش دستباف افزایش دهند. در امر آموزش با توجه به اینکه دوره‌های آموزشی برگزار شده معمولاً با اهداف صادراتی انطباق نداشته‌اند، تعاونی‌های فرش دستباف نتوانسته‌اند از این ابزار جهت افزایش نقش خود در توسعه صادرات فرش دستباف استفاده کنند. همچنین اغلب تعاونی‌های فرش دستباف نتوانسته‌اند با شناسایی کامل بازارهای هدف، جهت حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی اقدام کنند و با استفاده از این عامل در اعتلای نقش خود در توسعه صادرات فرش دستباف موفق عمل نمایند. اوجیاگو و همکاران (20) به بررسی آثار عضویت در سازمان‌های تعاونی بر درآمد اعضای روستایی آن‌ها در کشور نیجریه پرداخته‌اند.

بر اساس نتایج آنان و تحلیل داده‌های مربوط به 2506 عضو به این نتیجه رسیدند که، درآمد اعضا وابسته به شرایط اجتماعی اقتصادی از جمله سن، ازدواج و عضویت در تعاونی‌ها، سطح آموزش، بازاریابی تعاونی، اعتبارات، جنسیت و مهارت شغلی است. همچنین پاسخ دهندگان به میزان وسیعی وابسته به درآمدشان از فعالیت‌های کشاورزی در منطقه مورد مطالعه بوده‌اند. از آن گذشته مهمترین چالش پیش روی کشاورزان عضو تعاونی منابع مالی ناکافی، سطح آموزش نازل و بی‌سوادی و همچنین تضاد و درگیری بین اعضا و فقدان دسترسی اعضا به نهاده‌های کشاورزی می‌باشد.

اولیسی و همکاران (21)، به تاثیر اثر عضویت در تعاونی بر توانمندسازی زنان در ایالت اوسان نیجریه پرداختند. تحلیل داده‌های مربوط به 375 زن عضو تعاونی بیانگر این حقیقت است که متغیرهای اجتماعی اقتصادی مربوط به اعضای این تعاونی نقش تعیین کننده‌ای در عضویت آنان در تعاونی داشته است. همچنین جوامع تعاونی در ایالت اوسان به فعالیت‌های گوناگون توانمندسازی اقتصادی که برای زنان قابل دسترس و تعیین کننده است می‌پردازند. این اقدامات تعاونی‌ها تاثیر مثبتی بر مهارت‌های کار آفرینی زنان عضو داشته است.

امانیان بیدختی و صادقی نیا (2) در پژوهش خود به بررسی نقش تعاونی‌ها در افزایش درآمد و سرمایه‌گذاری در زمینه‌های صنایع دستی با تاکید بر تعاونی‌های قالی بافی در استان خراسان رضوی پرداخته‌اند. بر اساس نتایج، تعاونی‌های فرش دستی نقش تعیین کننده‌ای در توسعه صادرات از یک سو و کمک به اعضا در کاهش مشکلات اقتصادی و تولید درآمد آنان داشته باشد.

محمدی (15) در پایان نامه خود، به بررسی میزان اثر بخشی دوره‌های آموزشی در تعاونی‌های فرش دستباف استان زنجان پرداخت. تحلیل داده‌های مربوط به 181 نفر از اعضای تعاونی نشان داد که تعداد دوره‌های آموزشی، میزان درآمد از طریق تعاونی و عوامل چهارگانه اثر بخشی (محتوا، آموزش‌گرا، روش‌ها و امکانات

آنان به صورت کارگری برای سازمان صنایع دستی یا واسطه‌ها کار می‌کنند. نیمی از آنان علت بافندگی را نیاز اقتصادی اعلام کرده‌اند و گلیم‌بافی با وجود هزینه اندک، در ایجاد ارزش افزوده و افزایش درآمد ناخالص خانوار موثر بوده است.

کیانی ابری و خاقانی (11)، برای مقایسه ارزش افزوده فرش دستباف در شرایط تولید کارفرمایی و خویش فرمایی، هزینه مواد اولیه و دستمزد به عنوان هزینه مستقیم و هزینه‌های غیر مستقیم یا سربار برق، آب، اجاره و سرمایه در نظر گرفتند. نتایج تحقیق نشان داد در استان همدان و اصفهان مدیریت تولید کارفرمایی ارزش افزوده بسیار بالاتری را ایجاد می‌کند، در حالی که در استان فارس ارزش افزوده مدیریت خویش فرمایی در تولید فرش عشاير باف کشکولی بالاتر است.

پری ولیپوتیس (22) در انستیتو آموزش‌های تکنیکی آتن به مطالعه تاثیر آموزش‌های راه دور بر زنان روستایی و مناطق دور افتاده پرداخت. تعاونی‌ها در اقتصاد یونان بخش عمده‌ای را که 90 درصد مشاغل و 15 درصد کارکنان را که 95 درصد آنها زنان هستند، تحت پوشش دارند. 85 درصد این تعاونی‌ها در تولید نخ و مسنوجات فعالیت می‌کنند و تنها منبع اشتغال در میان زنان روستایی و مناطق دور افتاده هستند. هدف آنها بالا بردن توانایی تولید اعضا، بالا بردن فروش و کم کردن هزینه تولید و بهبود شرایط تولید است. به زعم او تعاونی‌ها نقش اقتصادی - اجتماعی و سازمانی در تحقق اهداف فوق دارند. آنها با حفظ سنت‌های محلی و منطقه‌ای، ایجاد اشتغال مخصوصاً برای زنان روستایی و حفظ کیفیت و ویژگی‌های منحصر به فرد که در تولیدات کارخانه‌ای یافت نمی‌شود، در اقتصاد جهانی نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

نجفی و حیاتی (16)، نشان دادند که شرکت تعاونی فرش دستباف در شهرستان فیروز آباد فارس با تامین مواد اولیه قالیبافی، بازاریابی فرش، تامین اعتبارات مورد نیاز زنان قالیباف، برگزاری کلاس‌های آموزشی و تاسیس کارگاه‌های قالیبافی باعث توسعه این صنعت در شهرستان فیروزآباد شده است. از اثرات تشکیل شرکت تعاونی ارتقاء سطح درآمد زنان، افزایش مشارکت زنان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی، افزایش خود باوری و منزلت زنان و بهبود شرایط بهداشتی کارگاه‌ها می‌باشد. همچنین از مشکلات شرکت می‌توان به عدم مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌های شرکت، کمبود سرمایه، وجود دلالتان و واسطه‌ها در روستاها و بی‌اطلاعی شرکت از مشکلات قالیبافان اشاره کرد.

سیگال (27)، نیز در مطالعه‌ی تعاونی‌های فیلیپین، قرار دادن وسایل کار در اختیار افراد، پیشگیری از تمرکز ثروت دست افراد و گروه‌های خاص در راستای تحقق عدالت اجتماعی، حذف واسطه‌های غیر ضروری در کسب و کار، گسترش تفاهم متقابل و آموزش در میان اعضا را از جمله آثار تشکیل تعاونی‌ها عنوان کرده است.

موضوع فعالیت تعاونی‌های مذکور، می‌کوشد با مقایسه آثار عملکرد نظام تعاونی با نظام‌های دیگر تولیدی فرش «خویش‌فرما و کار فرمایی» میزان تاثیر و مقبولیت تشکیل این تعاونی‌ها را تبیین نماید.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و بر مبنای ماهیت و روش از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است، به منظور «اثر سنجی» تشکیل تعاونی‌های فرش روستایی استان قم و «نظرسنجی» از اعضای آنها در خصوص فعالیت‌های تعاونی‌های مربوطه، انجام شده است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات اسنادی و مشاهدات «میدانی» همراه با مشارکت از نوع مشاهده مستقیم پهنانگر به طریق پیمایشی به کمک پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده بعمل آمد، که روایی آن توسط متخصصان تأیید و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ $0/79$ برآورد شد. برای مطالعه تطبیقی، محتوای پرسشنامه در سوالات مربوط به اهداف کمی و مقایسه‌ای برای بافندگان عضو و غیر عضو یکسان طراحی و تدوین شده، جهت نظر سنجی از عملکرد تعاونی‌ها سوالات اضافه در پرسشنامه اعضای تعاونی‌ها گنجانده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم افزار SPSS صورت گرفته است. بر پایه تجربیات علمی و عملی نگارندگان و نظرخواهی از کارشناسان صاحب‌نظر، گمانه‌های پژوهش تدوین و درستی آنها به‌آزمون گذارده شد.

به دلیل مرغوبیت فرش ابریشمی استان قم جامعه آماری پژوهش را بافندگان فرش دستباف روستایی استان قم برای مطالعه انتخاب شد، که تعداد کل آنها بر اساس برآورد و شناسایی (از طریق صدور کارت قالیبافی یا عضویت در یکی از شرکت‌های تعاونی) حدود 6000 کارگاه قالیبافی است. از این تعداد 1195 کارگاه به صورت آزاد برای خود یا کارفرما قالی می‌بافند و بیش از 4848 کارگاه عضو تعاونی‌های فرش دستباف بوده‌اند.

جدول 1 توزیع بافندگان را با توجه به منطقه سکونت خود در حوزه فعالیت 7 شرکت تعاونی نشان می‌دهد (24). با توجه به تفاوت نسبت تعداد بافندگان هر حوزه از «روش نمونه‌گیری طبق متناسب» (4) استفاده شد. ابتدا با استفاده از فرمول کوکران (9) با احتمال 95 درصد و مقادیر وجود صفت عضویت در تعاونی متناسب با تعداد کارگاه‌ها $(p=4800 \div 6000=0/8)$ و عدم وجود صفت عضویت $(0/2)$ $(q=1-p)$ ، تعداد نمونه 236 نفر برآورد گردید که 190 نفر عضو و 47 نفر غیر عضو را شامل می‌شد. در نهایت به منظور دقت بیشتر، در تکمیل پرسشنامه، 200 نفر از اعضای تعاونی و 50 نفر غیر عضو مورد بررسی قرار گرفتند. نمونه‌ها در میان هفت حوزه مذکور به نسبت کل اعضا تسهیم و به روش سیستماتیک و تصادفی از لیست اسامی اعضا انتخاب شدند.

آموزشی و اهداف دوره) با میزان اثربخشی دوره‌ها رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که نظرات پاسخگویان درباره تناسب اهداب دوره بیشترین تاثیر را در اثربخشی دوره‌های آموزشی در تعاونی‌های فرش دستباف زنجان دارا بوده است.

فال سلیمان و همکاران (8)، در پژوهشی به بررسی نقش شرکت تعاونی روستایی زنان در بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضا در استان خراسان جنوبی پرداخته‌اند. نتایج مربوط به نمونه 243 نفری نشان داد، که عضویت در شرکتهای تعاونی روستایی زنان در وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضا تاثیر مثبت نداشته است، چرا که نتایج آزمون t ، بیشتر از $0/05$ بوده و عدم معنادار بودن را نشان می‌دهد. همچنین براساس نتایج، حداقل 70 درصد از اعضای شرکتهای تعاونی، وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان در شاخصهای مختلف، بعد از عضویت در شرکتهای تعاونی یا تغییری نکرده یا بدتر شده است.

لطیفی و همکاران (13) و همچنین عباسی و همکاران (1) دریافتند که، بین قالیبافان عضو و غیرعضو تعاونی‌ها به لحاظ میزان تولید، درآمد حاصل از قالیبافی، دسترسی به وام و تسهیلات قالیبافی، دسترسی به مواد اولیه و ابزار قالیبافی، میزان تعامل اجتماعی، میزان آگاهی اجتماعی و دانش و آگاهی تخصصی قالیبافی تفاوت معنی‌دار در سطح یک درصد وجود دارد. به طوری که قالیبافان عضو تعاونی از وضعیت بهتری در مقایسه با قالیبافان غیر عضو برخوردار بوده‌اند. همچنین نتایج نشان داد بین عضویت در تعاونی و برخورداری از خدمات بیمه، دریافت وام و تسهیلات قالیبافی و شرکت در دوره‌های آموزشی رابطه معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد. در مجموع می‌توان گفت تعاونی‌های فرش دستباف روستایی استان همدان نقش مؤثری در بهبود وضعیت اقتصادی-اجتماعی قالیبافان استان داشته‌اند.

استان قم با 14631 کیلومتر مربع وسعت، یکی از استان‌های مرکزی ایران است که بر سر راه‌های اصلی اکثر شهرهای مهم و بنادر جنوبی ایران واقع است. تغییرات زیاد ارتفاع از سطح دریا، این استان را به منطقه بیلابقی و قشلاقی تقسیم نموده، آب و هوای روستاهای آن از کویری و بیابانی تا سرد و کوهستانی تغییر می‌کند و بر این اساس، امکان کشت اکثر محصولات کشاورزی در آن وجود دارد (6). فعالیت بافندگی فصلی و موسمی نیست و در تمام سال جریان دارد. بر خلاف گذشته که تمام مراحل تولید را خود بافنده یا افراد خانواده‌اش به پایان می‌برد، زمان انجام کار و به پایان رساندن آن در موعد معین خصوصاً در شیوه تولید پراکنده در کارگاه‌های خانگی، اهمیتی به‌سزا دارد و بر سر بافندگان تندباف و پرکار رقابت است و سطح دستمزدها تحت تاثیر این رقابت‌ها قرار می‌گیرد (10).

نوشتار حاضر، که نتیجه یک پژوهش میدانی است با هدف بررسی آثار اجرای طرح تعاونی‌های فرش دستباف در استان قم بر بعضی از خصوصیات اقتصادی-اجتماعی اعضا بر اساس اهداف و

جدول 1- توزیع جامعه آماری و جمعیت نمونه
Table1- The population and sample distribution

حوزه تعاونی Circle of cooperative	جامعه آماری population				جمعیت نمونه Sample			
	اعضا members	درصد percent	غیر اعضا non-members	درصد percent	اعضا member	درصد percent	غیر اعضا non-members	درصد percent
قم رود Qom rood	281	6	95	8	12	6	3	8
قاهان Qahan	447	9	140	12	18	9	5	12
قنوات Qanavat	747	15	180	15	30	15	7	15
گازران Gazeran	838	17	240	20	34	17	8	20
مرکزی (کلبافت) Golbaft	639	13	120	10	26	13	7	10
دستجرد Dstjerd	666	14	240	20	28	14	7	20
کهک Kahak	1230	25	180	15	50	25	13	15
جمع total	4848	100	1195	100	200	100	50	100

ماخذ: یافته‌های پژوهش
Source: Resreach findings

اعضا، سرپرست خانوار خود نبوده‌اند در حالی‌که تعاونی 6/5 درصد زنان سرپرست خانوار را تحت پوشش داشته‌است و در این امر نقش پررنگ‌تری دارد.

آزمون گمانه‌ها

بین عضویت در تعاونی و افزایش میزان کمی کل تولیدات اعضا رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد.

با توجه به داده‌های جدول 3 میانگین تولید کل اعضا بیشتر از غیر اعضا است و از نظر آماری این گمانه در سطح معنی‌داری اثبات می‌شود. این یافته با نتیجه کیانی ابری و خاقانی (11) در استان‌های همدان و اصفهان و همچنین با نتایج لطیفی و همکاران (13)، که ارزش افزوده تولیدکارفرمایی را بیش از خویش فرمایی به دست‌آورده بود مطابقت دارد. اما زمانی که این را با توجه به نوع فرش سنجیدیم، با وجود بالاتر بودن میانگین تولید فرش‌های کرک اعضا از غیر اعضا؛ رابطه آماری معنی‌داری میان افزایش تولید فرش‌های کرک و عضویت در تعاونی به دست نیامد؛ اما این رابطه در تولید فرش‌های ابریشمی وجود دارد (جدول 3).

در این نوشتار نخست‌متغیرهای سن، جنسیت، سطح سواد، تاهل، سابقه اشتغال و... اعضای تعاونی و غیر اعضا را مورد بررسی توصیفی قرار داده، سپس با بررسی استنباطی اطلاعات حاصل از پرسش‌های تخصصی، یافته‌های آماری را با استفاده از آزمون t، آزمون همبستگی و ... تجزیه و تحلیل می‌کنیم.

نتایج و بحث

بر اساس یافته‌های میدانی که در جدول 2 آمده است، حداقل سن بافندگان 15 سال بود و علیرغم آنکه تصور می‌شود در این حرفه کودکان نیز به کار گمارده شوند، از کار کودکان موردی دیده نشد. عمده جمعیت در سنین اوج فعالیت اقتصادی یعنی 31-50 سال قرار دارند، لیکن در مجموع میانگین سنی اعضای تعاونی بیشتر است و به همان نسبت میانگین سابقه کار اعضا 21 سال است که بیش از غیراعضا با میانگین 18 سال می‌باشد.

بافندگان غیر عضو نسبت به اعضای تعاونی از سطح سواد رسمی بالاتری برخوردارند و نسبت بزرگتری از بافندگان عضو بی‌سواد بوده‌اند. سن سرپرست خانوارهای اعضای تعاونی به طور متوسط بالاتر و سطح سواد آنها پایین‌تر از گروه غیر عضو است. هیچ یک از غیر

جدول 2- توزیع فراوانی ویژگی‌های اجتماعی - اقتصادی اعضا و غیر اعضا

Table 2- Frequency distributionsocial and economic characteristics of members and non-members

متغیر Variable		اعضای تعاونی		غیر اعضا	
		members		non-members	
		فراوانی frequency	درصد percent	فراوانی frequency	درصد percent
سن (سال) age	کمتر از 30 Lower of 30	68	34	19	38
	31-50	105	52.5	28	56
	بالاتر از 50 Upper of 50	27	13.5	3	16
جنسیت gender	زن Female	197	98.5	50	100
	مرد Male	3	1.5	-	-
سطح تحصیلات Level of education	بی سواد illiterate	59	29.5	9	18
	نهیض Literacy program	46	23	8	16
	ابتدایی elementary	55	27.5	16	32
	راهنمایی Middle school	25	12.5	12	24
	دیپستان و بالاتر Hihj school and more	15	7.5	5	10
وضعیت تاهل marriage	متاهل Married	188	94	48	96
	مجرد Single	12	6	2	4
نسبت با سرپرست خانوار The relation to the household chief	خود سرپرست household chief	13	6.5	-	-
	همسر spouse	179	89.5	48	96
	فرزند Child	8	4	2	4
سابقه اشتغال به قالی‌بافی (سال) Employment Background for carpet weaving (year)	کمتر از 10 Lower of 10	48	24	12	24
	11-20	62	31	23	46
	21-30	59	29.5	11	22
	بالاتر از 30 Upper of 30	31	15.5	4	8
شغل قابل دسترس برای بافندگان (بجز قالی بافی) Jobs available for weavers (Except knitting)	دامداری Animal husbandry	0	0	2	4
	کارمندی Employee	4	2	1	2
	خدماتی Services	7	4	5	10
	هیچ شغل No jobs	189	94	42	84

ماخذ: یافته‌های پژوهش

Source: Resreach findings

منابع مالی بیشتر در تولید فرش ابریشمی تاثیر سرمایه گذاری جمعی به شکل تعاونی در این شاخه از تولید فرش به مراتب بیش از تولید در مقیاس انفرادی می باشد.

این نشان می دهد که تعاونی‌ها با توجه به خدماتی که به اعضا خود برای بافت فرش ابریشمی ارائه می‌دهند زمینه افزایش تولید آن‌ها را فراهم کرده‌اند، می‌توان چنین استنباط کرد که با توجه به نیاز به

جدول 3- مقایسه میانگین مقدار تولید فرش توسط قالیبافان عضو و غیر عضو تعاونی‌های فرش

Table 3- Comparing the average amount of carpet production by handmade carpet weaving cooperative members and non-members

وضعیت عضویت Membership condition	تعداد نمونه Sample	میانگین تولید (متر مربع) Mean of production	انحراف معیار Std deviation	آماره t T statistics	درجه آزادی df	سطح معنی‌داری Significance level
کل فرش تولیدی Total Productive carpet						
عضو تعاونی Members	200	2.30	1.2	2.89	248	0.004
غیر عضو Non- members	50	1.77	0.92			
فرش ابریشمی silk carpet						
عضو تعاونی Members	118	1.85	0.88	3.214	147	0.002
غیر عضو Non- members	31	1.30	0.69			
فرش کرکی و غیره Fluffy carpets etc.						
عضو تعاونی Members	82	2.94	1.32	1.297	99	0.198
غیر عضو Non- members	19	2.54	0.73			

ماخذ: یافته‌های پژوهش

Source: Resreach findings

بهتر بودن کیفیت و بازاریابی فرش آنان است.

بین میزان درآمد بافندگان و عضویت در تعاونی رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

عضویت در تعاونی باعث کاهش هزینه تولید فرش می‌شود.

از آنجا که مقایسه هزینه‌ها، به‌تنهایی مطلب خاصی را نشان نمی‌دهد، از شاخص نسبت هزینه به درآمد تولید فرش برای مقایسه دو گروه استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون که در جدول 5 آمده است این نسبت برای اعضای تعاونی 0/8805 و کمتر از میانگین آن برای غیر اعضا بوده، به لحاظ آماری نیز در سطح 0/05 معنی‌دار می‌باشد و فرض کاهش هزینه‌ها بر اثر عضویت در تعاونی تأیید می‌شود. یکی از دلایل این امر می‌تواند سرشکن شدن هزینه‌های مشترک بر تعداد قالی‌های تولید شده در تعاونی‌ها باشد، به عنوان مثال هزینه‌های مربوط به هزینه تردد و زمان صرف شده برای تهیه مواد اولیه از بازار برای یک فرش یا تعدادی بیشتر تفاوت چندانی نخواهد داشت.

هر چند که میانگین درآمد قالیبافی اعضا بیش از غیر اعضا است (جدول 4)، آزمون میانگین در سطح 0/50 معنی‌دار نبوده، این گمانه اثبات نمی‌شود. علت عمده این امر آن است که تولیدات اعضا اگر چه از نظر کمی بیشتر است ولی از نظر کیفی به دلیل استفاده از نقشه توخالی و مهارت ناکافی بافندگان و نظارت کمتر بر فرش آنها، درجه پایینتری دارد؛ با قیمت نازلتری به فروش می‌رود و درآمد کمتری را برای بافندگان ایجاد می‌کند. این نتیجه با یافته شم‌آبادی و بریم‌نژاد (25) مطابقت دارد. یافته‌های پژوهش‌شلفی و همکاران (13) و همچنین نجفی و حیاتی (16) نیز ارتقاء سطح درآمد زنان عضو تعاونی را تأیید می‌کند. برای بررسی دقیق‌تر وضعیت درآمد و تاثیر تعاونی بر آن، به مقایسه میانگین قیمت بر متر از انواع فرش تولید شده پرداختیم که در سطح معنی‌داری 0/01 بالاتر بودن میانگین قیمت بر متر از آن را برای انواع فرش در مورد تولیدات غیر اعضا نشان می‌دهد، که دلیل

جدول 4- مقایسه میانگین درآمد کسب شده توسط قالیبافان عضو و غیر عضو تعاونی‌های فرش

Table 4- Comparing the average income earned by carpet weaving cooperative members and non-members

وضعیت عضویت Membership condition	تعداد نمونه Sample	میانگین درآمد (هزار ریال) Mean of income	انحراف معیار Std deviation	آماره t T statistics	درجه آزادی df	سطح معنی‌داری Significance level
کل فرش تولیدی Total carpet Productive						
عضو تعاونی Members	200	1996	1154			
غیر عضو Non-members	50	1863	945	0.76	248	0.45
فرش ابریشمی silk carpet						
عضو تعاونی Members	118	953	243			
غیر عضو Non-members	31	1448	416	-8.550	147	0.000
فرش کرکی و غیره Fluffy carpets etc.						
عضو تعاونی Members	82	205	96			
غیر عضو Non-members	19	299	104	-3.770	99	0.000

ماخذ: یافته‌های پژوهش

Source: Resreach findings

جدول 5- مقایسه میانگین هزینه تولید توسط قالیبافان عضو و غیر عضو تعاونی‌های فرش دستباف

Table 5- Comparing the average cost of production by handmade carpet weaving cooperative members and nonmembers

وضعیت عضویت Membership condition	تعداد نمونه Sample size	میانگین نسبت هزینه به درآمد (ریال) Average cost / revenue ratio	انحراف معیار Std deviation	آماره t T statistics	درجه آزادی df	سطح معنی‌داری Significance level
عضو تعاونی Non-members	200	0.8805	0.87			
غیر عضو Members	50	1.2057	1.4	-2.065	248	0.04

ماخذ: یافته‌های پژوهش

Source: Resreach findings

معنی‌داری 0/01 وجود رابطه بین عضویت در تعاونی و تسهیل در فروش را تایید می‌کند. ضریب توافقی کرامر نیز 0/4 به دست آمد که شدت توافق و همسازي نسبی (متوسط به بالای) این دو متغیر را نشان می‌دهد. علامت مثبت آن نیز گویای ارتباط مستقیم عضویت در تعاونی و بازاریابی آسان‌تر است. یافته‌های پژوهش لطیفی و همکاران

تعاونی‌ها تسهیلات لازم را در زمینه بازاریابی و فروش تولیدات اعضا به وجود آورده‌اند.

با توجه به نحوه بازاریابی بافندگان (جدول 6)، مقدار آزمون استقلال به دست آمده ($\chi^2=41/32$)، با درجه آزادی 4 در سطح

کمتر از 5 درصد توسط تعاونی انجام می‌شود. می‌توان دریافت که تعاونی نقش به‌سزایی در بازاریابی و فروش تولیدات اعضا ایفا می‌کند.

(13) و عباسی و همکاران (1) نیز مؤید این موضوع می‌باشند. نتایج حاکی از آن است که بازاریابی و فروش تولیدات اعضا حدود 42 درصد توسط تعاونی صورت می‌گیرد، این در حالی است که برای غیر اعضا

جدول 6- مقایسه وضعیت بازاریابی و فروش تولیدات بین قالیبافان عضو و غیر عضو تعاونی‌های فرش

Table 6- Comparison Situation Marketing and sale of production between member and non-member cooperatives carpet weavers

نحوه بازاریابی Marketing method	اعضای تعاونی Members		غیر اعضا Non-members		نحوه بازاریابی Marketing method	اعضای تعاونی Members		غیر اعضا Non-members	
	فراوانی Frequency	درصد Percent	فراوانی Frequency	درصد Percent		فراوانی Frequency	درصد Percent	فراوانی Frequency	درصد Percent
بافنده Weaver	89	44.5	30	60	دلال فرش Dealers Carpet	19	9.5	7	14
تعاونی Cooperative	84	42	2	4	سایر موارد Other cases	2	1	0	0
صاحب‌کار Employer	6	3	11	22	جمع total	200	100	50	100

$\chi^2=0.4$ Cramers V = 0.000 Sig=4df= 41.32

ماخذ: یافته‌های پژوهش
Source: Resreach findings

گمانه‌های مربوط به عملکرد تعاونی

این بخش از نوشتار مربوط به نظرسنجی از اعضای تعاونی می‌باشد. از اطلاعات جدول 7 مشخص است که نزدیک به نیمی از اعضا عنوان کرده‌اند، عضویت در تعاونی بازاریابی را تسهیل کرده است. لازم به تذکر است که برای تقلیل گزینه‌های سوال و روشن‌تر شدن تفاوت‌ها، با تقلیل طیف 5 تایی به سه تایی سطح سنجش را ارائه نمودیم. در پرسشنامه برای سنجش فعالیت تعاونی از نظر اعضا سوالات ویژه‌ای مطرح شد.

اکثریت اعضا (69 درصد) اظهار داشته‌اند مواد اولیه تهیه شده توسط تعاونی نسبت به مواد اولیه موجود در بازار مرغوب‌تر است. آزمون کای اسکور $\chi^2=28/88$ با درجه آزادی 1 در سطح معنی‌داری 0/01 نیز مؤید آن است که تشکیل تعاونی‌های فرش روستایی با ارائه مواد و مصالح مرغوب رابطه مثبت دارند.

98/5 درصد اعضا وام نقدی یا جنسی دریافت کرده بودند در حالی که هیچ‌یک از غیر اعضا وامی دریافت نکرده بودند. آزمون کای اسکور $\chi^2=125/446$ با درجه آزادی 2 در سطح معنی‌داری 0/01 این فرض را که تأیید می‌کند که تشکیل تعاونی‌های فرش روستایی در دستیابی اعضا به وام و اعتبارات تسهیلات لازم را فراهم کرده است.

برای بررسی و مقایسه میزان وام دریافتی به هزینه‌های جاری اعضا، ابتدا وام‌ها و هزینه‌ها را به روش زیر دسته‌بندی کردیم: 1-

کسانی که مبلغ وام 75 درصد هزینه‌های جاریشان را پوشش می‌داد، گزینه مناسب، 2- کسانی که مبلغ وام 50 تا 75 درصد هزینه‌های جاریشان را تأمین می‌کرد، گزینه تا حدی مناسب، 3- برای کسانی که مبلغ وام کمتر از 50 درصد هزینه‌های جاریشان را تأمین می‌کرد، گزینه نامناسب در نظر گرفته شد. فرض اینکه وام دریافتی کفایت هزینه‌های جاری قالیبافی اعضا را نمی‌نماید از نظر آماری رد شد. زیرا اغلب وام‌ها به صورت جنسی پرداخت شده، مبلغ آنها کمتر از 100 هزار تومان بود که پرداخت آن برای تعاونی مشکل نبوده است. بازپرداخت وام‌ها به صورت یکجا و پس از اتمام و فروش قالی است، این وضعیت بازپرداخت از نظر اعضا نامناسب ارزیابی شده است. هر چند اکثریت قریب به اتفاق اعضا موفق به دریافت وام شده‌اند، اما به دلیل آنکه بیش از 95 درصد وام‌ها به صورت جنسی و مواد اولیه فرش پرداخت می‌شود؛ کسانی که امکانات بیشتری دارند و فرش‌های گرانتر (مانند ابریشمی یا با ابعاد بزرگتر) می‌بافند، از وام بیشتری برخوردار می‌شوند که این امر چندان با فلسفه تعاونی‌ها که تساوی و تعادل در بهره‌مندی را توصیه می‌کند تطابق ندارد.

جدول 7- توزیع فراوانی و آزمون همبستگی مفاهیم مستقل تحقیق با تعاونی‌ها

Table 7- Frequency distribution and Independent concepts of correlation cooperatives

مفاهیم Concepts	سطح سنجش test level	فراوانی Frequency		آماره χ^2 χ^2 Statistics	درجه آزادی df	سطح معنی داری Sig
		تعداد Count	درصد Percent			
سهولت بازاریابی Ease of marketing	بسیار کم و کم Very little and little	56	28	12.091	2	0.001
	متوسط Average	53	27			
	بسیار زیاد و زیاد Very high and high	89	45			
ارائه مواد اولیه مرغوب Providing high quality materials	در تعاونی In the cooperative	138	70	28.88	1	0.000
	در بازار in the market	62	30			
زمان و نحوه دریافت وام Time and how to get a loan	نامناسب Unsuitable	53	27.2	125.446	2	0.000
	مناسب Suitable	134	68.7			
	بی‌نظر passive	8	4.1			
زمان و نحوه بازپرداخت وام Time and method for repayment the loan	نامناسب Unsuitable	5	2.5	204.954	2	0.000
	تا حدی مناسب Somewhat suitable	159	80.7			
	مناسب Suitable	33	16.7			
نسبت وام دریافتی به هزینه‌های جاری Ratio of the received loan to current expenses	نامناسب Unsuitable	10	5	278.920	2	0.000
	تا حدی مناسب Somewhat suitable	12	6			
	مناسب Suitable	178	89			
حذف واسطه‌ها و دلالتان فرش Removing brokers and carpet dealers	بسیار کم و کم Very little and little	23	46	24.130	2	0.000
	متوسط Average	55	27.5			
	بسیار زیاد و زیاد Very high and high	99	49.5			
مشارکت اعضا در امور شرکت Participation of members in the affairs of the company	بسیار کم و کم Very little and little	38	19	10.875	6	0.092
	متوسط Average	127	63.5			
	بسیار زیاد و زیاد Very high and high	35	17.5			
رضایت اعضا از عملکرد تعاونی Members' Satisfaction of Cooperative Performance	ناراضی Dissatisfied	56	28	2.590	2	0.274
	کمی راضی A little satisfied	73	36.5			
	راضی Satisfied	71	35.5			

ماخذ: یافته‌های پژوهش

Source: Resreach findings

نیز به نوعی به ضعف مدیریت تولید فرش در کشور اشاره داشته‌اند.

بین عضویت در تعاونی و ارائه آموزش‌های مهارتی بیشتر رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

نتایج داده‌های توصیفی حاکی از آن است که 84 درصد غیر اعضا و 95 درصد اعضا از طریق استاد-شاگردی قالبیابی را آموخته‌اند. در جدول 8 نیز مشاهده می‌شود که مقدار آزمون کای اسکوتر $\chi^2=5/828$ با درجه آزادی 3 در سطح 0/05 معنی‌دار نیست و وجود ارتباط بین دو متغیر را رد می‌کند. در واقع نسبت پاسخگویان غیر عضو که در برخی دوره‌ها شرکت داشته‌اند 56 درصد است ولی 36/5 درصد از اعضای تعاونی از آموزش‌های مهارتی بهره برده‌اند و تعاونی‌ها در این زمینه با وجود وظیفه قانونی و ظرفیت سازمانی بهتری که برای این هدف مهم توسعه دارند ضعیف عمل کرده‌اند. یافته‌های لطیفی و همکاران (13)، بر خلاف نتایج این پژوهش رابطه معنی‌دار در سطح 0/01 بین دوره‌های آموزشی و عضویت در تعاونی‌ها را تایید می‌کند، که این اختلاف ممکن است حاکی از این باشد که تعاونی‌های همدان در ارائه دوره‌های آموزشی بهتر عمل کرده‌اند. سیگال (27)، نیز در مطالعه تعاونی‌های فیلیپین آموزش در میان اعضا را از جمله آثار تشکیل تعاونی‌ها دانست.

از نظر اعضا، تعاونی‌های فرش نقش موثری در حذف واسطه‌ها و دلالتان داشته‌است. مقدار آزمون کای اسکوتر $\chi^2=24,130$ با درجه آزادی 2 در سطح معنی‌داری 0,01 این فرض را اثبات می‌کند. یافته‌های نجفی و خاقانی (16)، بر خلاف نتایج این پژوهش یکی از ضعف‌های تعاونی‌های فارس را در عدم حذف واسطه‌ها و دلالتان دانستند. سیگال (27)، نیز در مطالعه تعاونی‌های فیلیپین حذف واسطه‌های غیرضروری در کسب و کار را از جمله آثار تشکیل تعاونی‌ها دانست.

آزمون ارتباط نوع نگرش یا میزان شناخت اعضا نسبت به تعاونی به‌عنوان یک نهاد اقتصادی و اجتماعی و میزان مشارکت در امور آن مانند تصمیم‌گیری‌ها، تامین سرمایه مشخص شد بین این دو رابطه معنی‌دار آماری وجود ندارد که علت آن عدم آگاهی و شناخت اعضا از تعاونی و جایگاه آن است و در واقع در این زمینه اطلاع و آموزشی به اعضا داده نشده است. ضریب همبستگی سامرز دی محاسبه شده نیز (101-) به دست‌آمد که نشان دهنده رابطه بسیار ضعیف و معکوس بین دو متغیر فوق‌الذکر است.

در نهایت رضایت اعضای تعاونی از عملکرد کلی تعاونی در رابطه با نحوه تامین مواد اولیه، بازاریابی و فروش تولیدات، تقسیم سود و درآمدهای شرکت سنجش شد که فرضیه مربوطه با درجه آزادی 2 در سطح معنی‌داری 0,05 معنی‌دار نبوده و فرض رضایت اعضا رد می‌شود. و اعضا از این عملکرد رضایت ندارند. شم‌آبادی و حسینی (26)

جدول 8- مقایسه وضعیت آموزش و زمان بازدیدهای کارشناسی از تولیدات بین قالبیافان عضو و غیر عضو تعاونی‌های فرش

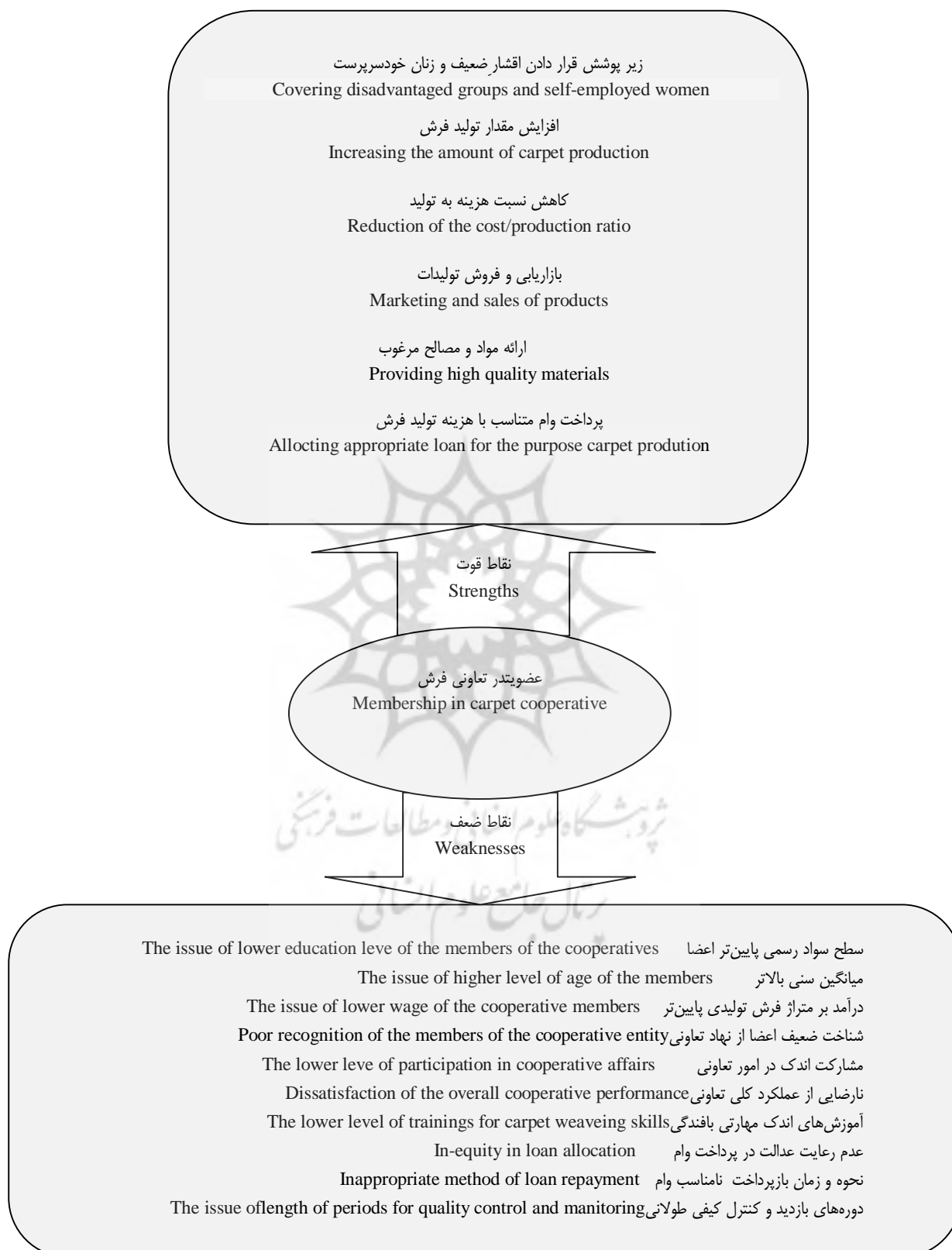
Table 8- Comparison of training and time between visits, expert from carpet weaving cooperative members and non-members

نوع آموزش‌ها* Types of trainings*	اعضای تعاونی Members		غیر اعضا Non-members		متوسط زمان بازدید کارشناسی** Average time of visit**	اعضای تعاونی Members		غیر اعضا Non-members	
	فراوانی Frequency	درصد Percent	فراوانی Frequency	درصد Percent		فراوانی Frequency	درصد Percent	فراوانی Frequency	درصد Percent
بهداشت کارگاه Workshop sanitation	30	41.1	6	21.4	کمتر از 3 هفته یک بار Less than 3 weeks once	17	11.9	13	43.3
چله‌دوانی Knot weaving	7	9.6	7	25	ماهی یک بار Once a month	47	33.1	10	33.3
ناظر فنی فرش Technical quality assessor	6	8.2	2	7.1	45 روز یک بار 45 days once	22	15.5	6	20
اصول و قوانین تعاونی Principles and rules of cooperative	30	41.1	13	46.4	بیش از 45 روز یک بار More than 45 days once	56	39.4	1	3.3

Cramers V = 0.391 $\chi^2 = 26.308$ df=5 sig = 0.000 (**)

ماخذ: یافته‌های پژوهش

Source: Resreach finding



شکل 1- تاثیر عضویت در تعاونی بر وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضا

Figur1- Membership in the cooperative effect on social and economic characteristics Member

اما به دلیل آنکه اکثر وام‌ها به صورت جنسی و مواد اولیه فرش پرداخت می‌شود؛ کسانی که امکانات بیشتری دارند و فرش‌های گرانتر (مانند ابریشمی یا با ابعاد بزرگتر) می‌بافند، از وام بیشتری برخوردار می‌شوند که این امر چندان با فلسفه تعاونی‌ها که تساوی و تعادل در بهره‌مندی را توصیه می‌کند تطابق ندارد.

از نظر اعضا، تعاونی‌های فرش نقش موثری در حذف واسطه‌ها و دلالتان داشته‌است.

بین نوع نگرش یا میزان شناخت اعضا نسبت به تعاونی به‌عنوان یک نهاد اقتصادی و اجتماعی و میزان مشارکت در امور آن مانند تصمیم‌گیری‌ها، تامین سرمایه رابطه معنی‌دار آماری وجود نداشت، که علت آن عدم آگاهی و شناخت اعضا از تعاونی و جایگاه آن است و در واقع در این زمینه اطلاع و آموزشی به اعضا داده نشده است.

در نهایت اعضای تعاونی از عملکرد کلی تعاونی رضایتمندی کافی را نداشته‌اند.

با توجه به اینکه یکی از شاخص‌های توسعه، اهتمام به امر آموزش خصوصا آموزش حرفه‌ای و کاربردی است، تعاونی‌های مورد مطالعه در این زمینه عملکرد ضعیفی داشته‌اند که باید با برنامه‌ریزی دستگاه‌های متولی آموزش‌های مهارتی در کشور، توان مهارتی بافندگان را بالا برد تا کیفیت تولیدات و در نتیجه درآمد و قدرت رقابت آن‌ها در بازار جهانی بالا رود. از طرفی چون تولید فرش ابریشمی توسط غیر اعضا کمتر بوده است توصیه می‌شود که اعتبارات معینی برای بافندگان حقیقی فرش‌های ابریشمی به صورت وام‌های کم بهره تعیین گردد تا این امر موجب افزایش صادرات ملی در زمینه فرش دستباف شود.

در عین حال بر اساس مشاهدات انجام شده توسط نگارندگان، دسترسی بافندگان حقیقی به مواد اولیه با کیفیت بالا و قیمت ارزان تقریبا غیر ممکن است، لذا پیشنهاد می‌شود که در جهت افزایش تولید توسط بافندگان غیر عضو تدابیری اندیشیده شود تا دسترسی ایشان به مواد اولیه با قیمت مناسب ممکن گردد. که این امر موجب پایین آمدن هزینه‌های فرش دستباف توسط بافندگان حقیقی خواهد شد.

در نهایت با توجه به نقشی که تعاونی‌های فرش دستباف روستایی در بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی بافندگان دارند، پیشنهاد می‌شود بیش از پیش فرهنگ تعاون در بین بافندگان استان تقویت شود و با توجه به آشنایی کمی که بافندگان غیرعضو از این تشکل‌ها دارند، اقداماتی در جهت اطلاع‌رسانی به بافندگان غیرعضو استان در رابطه با تعاونی‌ها و خدماتی که ارائه می‌دهند، انجام‌گیرد تا زمینه رشد و تقویت این تعاونی در استان فراهم شود.

لازم به ذکر است که اقداماتی همچون: سازمان دهی فعالیت‌های آموزشی برای زنان روستایی، حذف موانع

بین عضویت در تعاونی و نظارت بر تولید رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

بر اساس نتایج به‌دست آمده از آزمون فرض فوق (جدول 8) بازدیدهای کارشناسی از فرش اعضا در دوره‌های زمانی بلندتری صورت می‌گیرد. مقدار آزمون $\chi^2=26/308$ با درجه آزادی 5 در سطح 0/01 معنی‌دار وجود ارتباط این دو متغیر را رد می‌کند. ضریب توافق کرامر نیز ($Cramers V= 0/391$) وجود توافق و همسازگی را در حد متوسطی در جهت عکس فرضیه اصلی (در جهت غیر اعضا) نشان می‌دهد. نتایج تحقیق شم‌آبادی و بریم نژاد (25) نیز به همین نکته اشاره دارد.

با توجه به نتایج آزمون فرض‌های فوق می‌توان تاثیر عضویت در تعاونی‌های فرش روستایی را نسبت به گروه غیر عضو، به صورت شماتیک بالا نشان داد (شکل 1).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاکی از آن بود که:

میانگین تولید فرش ابریشمی اعضا بیشتر از غیر اعضا بوده است که تعاونی‌ها با توجه به خدماتی که به اعضا خود برای بافت فرش ابریشمی ارائه می‌دهند زمینه افزایش تولید آن‌ها را فراهم کرده‌اند.

اگرچه تولیدات اعضای تعاونی از نظر کمی بیشتر بوده ولی از نظر کیفی درجه پایبندی داشته است، این امر به دلیل استفاده اعضا از نقشه‌های توخالی‌تر و عدم آموزش‌های مهارتی کافی و نظارت کمتر از فرش آن‌ها در مقایسه با بافندگان غیر عضو است.

هزینه تمام شده فرش برای بافندگان عضو کمتر از بافندگان غیر عضو تعاونی بدست آمده است. یکی از دلایل این امر می‌تواند سرشکن شدن هزینه‌های مشترک بر تعداد قالی‌های تولید شده در تعاونی‌ها باشد. و همچنین به دلیل در دسترس بودن مواد اولیه مرغوب‌تر و ارزان‌تر برای اعضا نیز باشد.

بازاریابی و فروش تولیدات اعضا حدود 42 درصد توسط تعاونی صورت می‌گیرد، این در حالی است که برای غیر اعضا کمتر از 5 درصد توسط تعاونی انجام می‌شود. می‌توان دریافت که تعاونی نقش به‌سزایی در بازاریابی و فروش تولیدات اعضا ایفا کرده است.

طبق نظر اعضا، مواد اولیه تهیه شده توسط تعاونی نسبت به مواد اولیه موجود در بازار مرغوب‌تر بوده است که موید آن است که تعاونی‌های فرش روستایی نقش بسزایی در ارتقاء مواد و مصالح مرغوب داشته‌اند.

با توجه به نظر اعضا تشکیل تعاونی‌های فرش روستایی در دستیابی اعضا به وام و اعتبارات سهم بسزایی داشته است.

هر چند اکثریت قریب به اتفاق اعضا موفق به دریافت وام شده‌اند،

کار تهیه مواد خام و فروش تولیدات فعالیت دارند، دوام و بقای درازمدت آنها در جریان بی ثبات و طوفانی بازار، وابسته به مدیریتی کار آمد و حرفه‌ای و حتی فرا استانی است تا با مشتری مداری و ارتقای کیفیت تولیدات، قادر به تداوم تولید نیز باشد.

سپاسگزاری

بدین وسیله از زحمات جناب آقای محمد اخوان، مدیر محترم اتحادیه تعاونی‌های فرش دستباف روستایی استان قم، که در فراهم نمودن زمینه‌های این پژوهش و دستیابی به اطلاعات مربوطه مساعدت نمودند، سپاسگزاری می‌شود.

آموزشی، سواد آموزی و برگزاری کارگاه‌های اشغال زایی و فرهنگی، ایجاد تشکل‌های تعاونی، ایجاد کارگاه‌های آموزشی، تضمین برخی حمایت‌های مالی و دولتی از طرف مسئولان، ایجاد انگیزه مشارکت باعث بالا رفتن سطح اجتماعی و اقتصادی افراد جامعه روستایی عوض تعاونی خواهد شد.

تامپسون و ترپند (28) معتقدند، بخش خصوصی با انعطاف پذیری بسیاری که در مقابل تولید کننده و مصرف کننده دارد، قادر به چالش با شرایط بازار و ارباب رجوع می‌باشند؛ به سخن دیگر، مشکلی که ممکن است شرکت‌های تعاونی با آن روبرو بوده و راه حل مناسبی برای آن ارائه نکرده باشند، انعطاف ناپذیری آنها در برابر نوسانات شدید بازار عرضه و تقاضا است. با توجه به اینکه تعاونی‌های فرش در

منابع

1. Abaasi D., Asadi N., and Jafari M. 2015. Study of the social-economic job creating factors of handmad Carpet weaving cooperatives, International Conference on Sustainable Development, Strategies and Challenges with a focus on Agriculture, Natural Resources, Environment and Tourism, Tabriz, Iran. (in Persian)
2. Amanian Bidokhti P., and sadeghnia S. 2015. The Role of Rural Cooperatives in Increasing Income and Investment in Handicrafts Domains(Case Study: Hand Woven Carpet Cooperatives of Khorassan Razavi Province). Journal of Research and Rural Planning 4(3): 101-113.
3. David V. 1995. Rural Development plan, Principles, approaches and tools of economic analysis (translated by Hakimi). Series villages and development.
4. Delaware A. 1997. Research methods in psychology. Publications issued edited, Tehran.
5. Department of Civil and Rural Industries Ministry of Construction Jihad. 1997. Carpet and rural handicrafts in Iran, 1400, pp. 13.
6. Department of Civil and Rural Industries Ministry of Construction Jihad. 1997. Carpet and rural handicrafts in Iran, 1400, pp. 66.
7. Department of Labor and Social Affairs of Qom. (2007). TV Qom work.
8. Fall Soleiman M., Mikaniki J., Sadeghi H.A., and Dozgi A. 2013. The role of women's rural cooperatives in their socio-economic status (A case study of Khosf and Kharaashad in South Khorasan), Journal of spatial planning (Geography), 4(11): 95-116.(in Persian)
9. Hafez Nya M., 2001. Introduction to research in the humanities. The publication Tehran.120-135.
10. Hashemi A. 2004. The problems and ways to encourage the production of carpets with an emphasis on Qom carpets. Thesis MA in Economics and Islamic Studies, University of Imam Sadeq (AS)
11. Kiani Abari M. And Khaghani H. 2006. Comparing the Carpet added value in terms of production employers and self-employed. Goljam - Journal of Association of Iranian carpets, 45:87-112. (in Persian)
12. Kuhn J. 2000. Cooperative organizations for rural development: organizational and management aspects. (translated by Naghz gvy kohan M.). Research and evaluation of rural problems Ministry of Construction Jihad.
13. Latifi S., Saadi H., and Shabanali fami H. and Mosharraf M. 2014. Analyses of economic - social effects of rural hand-made carpet cooperatives in Hamadan Province,Journal of Applied Geographical Sciences,32(14):117-139. (in Persian)
14. Ministry of Construction Jihad. 1994. Statute of rural cooperative companies of handmade carpets.
15. Mohammadi M. 2014. The determining factors in the effectiveness of some of the training programs in handy carpet cooperatives of Zanjan Province. Master's Thesis. Abu Ali Sina University. (in Persian)
16. Najafi Z. and Hayati D. 2009. Investigating performance of hand-woven carpet cooperative and its impacts on women weavers' empowerment: The Case of Firoozabad County of Fars province,Third Congress of Agricultural Extension and Education Sciences, Agricultural Extension and Education Association, Mashhad, Iran. (in Persian with English abstract)
17. Navab Akbar F. and Monfared N. Rezaie A. 2000. Quantity and quality factors handicraft production, the semi-settled tribes Marand afzar women. Agricultural Economics and Development, 31(8):235-260. (in Persian)
18. Newiger N. 1983. New approaches to cooperatives and other farmer organization. Land Rform, Land Settlement and Cooperatives, 1(2):25-39.

19. Office of Textiles and Handicrafts Ministry of agriculture. Official figures for different years, the Ministry of Agriculture. Tehran.
20. Ojiagu N.C., Onugu C., and Uchenna. 2015. Effects of Membership of Cooperative Organisations and Determinants On Farmer-Members' Income in Rural Anambra State, Nigeria, *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(8): 28-35.
21. Olabisi T.A., MacDonald U.U., and Emmanuela A.O. 2015. Effect of Cooperative Membership on the Economic Empowerment of Women in Osun State of Nigeria, *International Journal of Business and Economics Research*, 4(2): 21-29.
22. Perivoliotis M. 2006. Long distance training for rural women craft producers Margaret Chrysosovergis. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJECT)*, 2006, Vol. 2(2): 82-99.
23. Pur Sadegh N. and Bohluli N. and Haji Khani M. 2010. The role of cooperatives in the development of export Carpet Zanjan, 21(3):155-170. (in Persian)
24. Qom governor (Budget and Planning). 2003. The face of economic, social and cultural Qom.
25. Sham abadi M. And Barim nejad M. 2005. Works training tips and knowledge on production of handmade carpet industry, agriculture and development. 51(3).
26. Sham abadi M.A. And Hosseini H. 2007. Iran carpet export marketing: the main factors influencing pathology. *Quarterly Journal of Commerce*, 43(11):1-34.(in Persian)
27. Siegal G. 2010. Toward a model rural development, *Quarterly Journal of Social and Economic Development*, 5(12): 106- 117.
28. Thomson A. and Terpend N. 1993. promoting private sector in agricultural marketing in Africa. *FAO agricultural Services Bulletin No. 106*, Rome.

