

## مدل‌یابی ساختاری تغییر و تحولات تعاون‌گرایی در جامعه ایران

سید ضیاء هاشمی<sup>۱</sup>، مجید فولادیان<sup>۲</sup>، محمود تیموری<sup>۳</sup>، مصطفی تیموری<sup>۴</sup>، سیداحمد میرمحمدتبار<sup>۵</sup>

۱- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: [Zhashemi@ut.ac.ir](mailto:Zhashemi@ut.ac.ir)

۲- دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: [Fouladiyan@um.ac.ir](mailto:Fouladiyan@um.ac.ir)

۳- نویسنده مسئول\*، استادیار گروه آموزش علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. رایانامه: [teimouri.mahmoud@cfu.ac.ir](mailto:teimouri.mahmoud@cfu.ac.ir)

۴- استادیار گروه توسعه روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران. رایانامه: [m.teimoori1982@yahoo.com](mailto:m.teimoori1982@yahoo.com)

۵- استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه اراک، اراک، ایران. رایانامه: [a-mirmohamadtabar@araku.ac.ir](mailto:a-mirmohamadtabar@araku.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
<p><b>نوع مقاله:</b> پژوهشی</p> <p><b>تاریخچه مقاله:</b></p> <p><b>دریافت:</b> ۱۴۰۴/۰۲/۲۰</p> <p><b>پذیرش:</b> ۱۴۰۴/۰۹/۰۶</p> <p><b>انتشار:</b> ۱۴۰۴/۰۹/۱۷</p> <p><b>کلید واژه‌ها:</b></p> <p>سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی، دانش و آگاهی، تعاون‌گرایی، جامعه ایران.</p>	<p><b>هدف پژوهش:</b> شناخت تغییر و تحولات تعاون‌گرایی در جامعه ایران به ارائه تصویر و سیمایی واقع‌گرایانه از وضعیت این ارزش اخلاقی می‌انجامد و گامی ضروری برای درک و فهم وضعیت تعاون‌گرایی و مبنایی برای ورود درست به فرایند سیاستگذاری اجتماعی و فرهنگی است.</p> <p><b>روش پژوهش:</b> روش تحقیق حاضر مبتنی بر روش تحلیل ثانویه داده‌های موجود است و جامعه آماری این داده‌ها، شامل کلیه شهروندان مقیم داخل ایران می‌باشد که نمونه آماری آن با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی با حجم ۱۲۹۵۶ نفر در تمام استان‌های کشور انتخاب شده است. براساس چارچوب نظری تحقیق، تعاون‌گرایی رفتاری - گرایشی از طریق آزمون معادلات ساختاری با بکارگیری نرم‌افزار AMOS تبیین شد.</p> <p><b>یافته‌ها:</b> نتایج آزمون معادلات ساختاری، نشانگر برازش خوب مدل بر داده‌ها است. طبق مدل مورد نظر، مسئله تعاون‌گرایی در بعد گرایشی - رفتاری تحت تأثیر عوامل مختلفی از قبیل سطح دانش و آگاهی شهروندان نسبت به شرکت‌های تعاونی، نگرش به تعاونی و عملکرد آن، پنداشت از ارزش‌های اخلاقی حاکم بر جامعه، سابقه عضویت و فعالیت افراد در نهادهای اجتماعی مختلف و در نهایت سرمایه اجتماعی شهروندان اعم از: روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی بین شخصی و اعتماد اجتماعی نهادی و تعمیم‌یافته قرار دارد.</p> <p><b>نتیجه‌گیری:</b> نتایج، نشانگر این است که با وجود ماهیت اقتصادی شرکت‌های تعاونی در شرایط کنونی، شرط موفقیت آن‌ها به بستر اجتماعی، در جامعه باز می‌گردد. لذا، سیاستگذاران باید بر تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و اعتماد نهادی به عنوان گامی بنیادین برای توسعه تعاون‌گرایی در ایران تمرکز کنند.</p>

**استناد:** هاشمی، س.ض. فولادیان، م. تیموری، م. تیموری، م. میرمحمدتبار، س.ا. (۱۴۰۴). مدل‌یابی ساختاری تغییر و تحولات تعاون‌گرایی در جامعه ایران، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۱۴(۲)، ۴۵-۲۰.

تمامی حقوق انتشار این اثر، متعلق به نشریه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز می‌باشد.

این مجله تابع سیاست دسترسی باز از نوع 4 CC BY است.



## مقدمه

بنیان همه فرهنگ‌ها و جوامع، تصورات و اندیشه‌هایی است که مشخص می‌کنند چه چیزی مهم، ارزشمند، مطلوب و پسندیده است. این تصورات انتزاعی یا ارزش‌ها، به آدمیان در تعامل با دنیای اجتماعی، معنا می‌دهند و آن‌ها را هدایت می‌کنند و از طریق قواعدی بر رفتارها که هنجارها، نام دارند، منعکس و تجسم می‌یابند. ارزش‌ها و هنجارها در کنار هم به چگونگی رفتار اعضای یک فرهنگ در محیط اجتماعی‌شان شکل می‌دهند و تنوع بسیار وسیعی در فرهنگ‌های گوناگون دارند. بطور مثال، برخی از فرهنگ‌ها ارزش بالایی به فردگرایی می‌دهند، درحالی‌که فرهنگ‌های دیگر ممکن است تأکید بیشتری روی نیازهای مشترک داشته باشند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۳۶-۳۵؛ چلبی، ۱۳۷۵: ۱۰۷). یکی از حوزه‌هایی که می‌تواند در راستای ترویج و گسترش اخلاق اقتصادی و رفع نیازهای مشترک مورد استفاده قرار گیرد، شرکت‌های تعاونی هستند. در واقع، تعاونی‌ها می‌توانند با تقدم جامعه بر فرد و تقدم فرد بر سرمایه مروج ارزش‌های نیکوکارانه باشند. نگاه اخلاقی به فعالیت‌های اقتصادی و رویکرد انسان محور نهضت تعاون، موجب شده است این نهضت از بار معنایی توأم با هنجارهای رفتاری ویژه‌ای برخوردار باشد. بر اساس اصول و ارزش‌های مندرج در بیانیه هویت تعاون، فعالان این حوزه بایستی همواره تلاش نمایند تا اصول و ارزش‌های اخلاقی را در روابط اقتصادی و مدیریتی خود ملحوظ بدارند (بیانیه هویت تعاون، اتحادیه بین‌المللی تعاون، ۱۹۹۱). بر اساس نظر سازمان بین‌المللی کار (۲۰۰۲)، در کشورهای در حال توسعه این امیدواری وجود دارد که تعاونی‌ها بتوانند در خصوص توسعه اشتغال، فقرزدایی و گسترش عدالت اجتماعی و همچنین در زمینه از بین بردن مشقات ناشی از عوارض‌گذار از اقتصاد متمرکز به اقتصاد بازار و تعدیل ساختاری، کمک‌های مؤثر و کارآمدی ارائه نمایند. بسیاری از کشورها، از الگوی تعاونی برای ارتقاء سطح حمایت‌های دولتی از برنامه‌های اقتصاد خرد و تداوم این حمایت‌ها استفاده نموده‌اند، هرچند تغییر و تحولات بسیاری، تعاونی‌ها را به ویژه در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای در حال گذار، به صورت‌های گوناگون، تحت تأثیر قرار داده است. در واقع در دنیای درحال گذار امروزی، تعاونی‌های نسل جدید در حال گسترش هستند و تعاونی‌های تولیدی سنتی هم در مسیر قرار گرفتن تعاونی‌های نسل جدید می‌باشند. در این فضای شدیداً متحول، بعضی از تعاونی‌ها از بین رفته و برخی هم در فضای پیچیده ناشی از شرایط جدید، به خوبی درخشیده و رشد کرده‌اند.

در ایران نیز الگوی تعاونی در استفاده از امکانات بالقوه برای ایجاد توسعه پایدار و حمایت از کارآفرینی، تولید ثروت و نیز تأمین خدمات اجتماعی در قالب ظرفیت‌های کاسته شده دولتی و از این قبیل، نقشی انکارناپذیر دارد. با وجود ظرفیت‌های بخش تعاون در اقتصاد ایران، نتایج حاصل از پیمایش ملی سرمایه اجتماعی (۱۳۸۳، ۱۳۹۳، ۱۳۹۷) نشان از وضعیت تعاون‌گرایی درحد متوسط مردم ایران دارد. گزارش مشخصات عمومی انواع اتحادیه‌های تعاونی (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴) نیز بیانگر سهم پایین بخش تعاون در اقتصاد ایران است.

در این شرایط براساخت‌های متمایزی از وضعیت تعاون‌گرایی در جامعه ایران ارائه شده است، یکی از براساخت‌های موجود "نداشتن روحیه همکاری نزد ایرانیان" است. این براساخت را می‌توانیم با بالا بودن روحیه فردگرایی منفی و ضعف در کار گروهی و نداشتن نتیجه مطلوب در روندهای حاصل از کارگروهی توصیف کنیم. تأثیر وجود این براساخت را نیز می‌توان در وهله اول در عدم تمایل به کار گروهی و فعالیت اقتصادی گروهی و تعاونی و در وهله دوم در عدم موفقیت بنگاه‌های تعاونی در ایران دید. این عدم توفیق را می‌توان به ترکیب پیچیده‌های از عوامل در سطوح کلان، میانی و خرد در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مربوط دانست. با این نگرش نظری به شناخت تغییر و تحولات تعاون‌گرایی در جامعه ایران در بعد گرایشی - رفتاری، خواهیم پرداخت، چراکه شناسایی درست و جامع وضعیت تعاون‌گرایی به ارائه تصویر و سیمایی واقع‌گرایانه از وضعیت موجود می‌انجامد و اولین گام ضروری برای درک و فهم وضعیت تعاون‌گرایی و مبنایی برای ورود درست به فرایند سیاستگذاری اجتماعی و فرهنگی است.

در این پژوهش درصددیم به این سوالات پاسخ دهیم که همگام با تغییر و تحولات ساختار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، تعاون‌گرایی در جامعه ایران چه تغییر و تحولاتی داشته است؟ و عوامل موثر بر تغییر و تحولات تعاون‌گرایی در ایران کدام است؟

## ادبیات پژوهش

### مبانی نظری

#### الف. مفهوم میدان، سرمایه و عادت‌واره پیر بوردیو

مفهوم میدان، سرمایه و عادت‌واره<sup>۱</sup> هر سه رأس‌های یک مثلث هستند که از نظر پیر بوردیو<sup>۲</sup> کنش انسان را تبیین می‌کند، به نحوی که هریک از این سه مفهوم را مقدم بر کنش و رفتار می‌داند. لذا برای تبیین تعاون‌گرایی ناگزیر به رجوع به مفهوم سرمایه و میدان هستیم. در واقع نظریات بوردیو در باب شکل‌گیری عادت‌واره (خلقیات یا تمایلات شخصی) شاید جدیدترین نظریه در این باب باشد. در واقع ارزش‌های اخلاقی یا خلقیات مشابه «بخشی» از چیزی است که بوردیو آن را منش یا عادت‌واره می‌نامد. در نتیجه عادت‌واره به مثابه نظامی از تمایلات<sup>۳</sup> مطرح می‌شود که به عنوان نوعی پوشش فرهنگی و اجتماعی میان کنشگر و واقعیت عمل می‌کند (گرنفل، ۱۳۸۹؛ ۳۴۲-۳۴۰). علاوه بر مفهوم عادت‌واره، بوردیو (۱۹۸۴) در بُعد هستی‌شناختی، جامعه را فضایی اجتماعی مرکب از مجموعه‌ای به هم پیوسته از میدان‌ها (ساختارها) و افراد دارای عادت‌واره‌های مرتبط با میدان می‌داند که به عنوان کنشگر در قالب قواعد حاکم بر میدان‌های اجتماعی و طبق عادت‌واره‌های خود در جهت دستیابی به انواع سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین با هم در تعامل و رقابت قرار دارند. کنشگران با تعاملات و کنش‌های خود در تثبیت یا تغییر فضای اجتماعی موثر واقع می‌شوند، بنابراین فرد موجودی مختار و درعین‌حال مجبور است. فرد در فضای اجتماعی و در قالب میدان اجتماعی به کسب عادت‌واره نائل می‌آید و تحت تأثیر شرایط ساختاری و ویژگی‌های فردی اعم از روانی یا ذهنی - شخصیتی عمل می‌کند، عمل او برآیند محیطی و فردی اوست (گرنفل، ۱۳۸۹؛ ۱۵). لذا می‌توانیم از مفروضات نظری بوردیو بدین صورت بهره ببریم که شرایط میدان (در پژوهش ما؛ پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه)، عادت‌واره افراد (باورها و تمایلات) و همچنین سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهروندان بر مشارکت و رفتار تعاون‌گرایانه آن‌ها اثر مثبت می‌گذارد. علاوه بر بوردیو، در زمینه‌ی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کنش، نظرات مختلفی از جانب کلمن، پاتنام و فوکویاما ارائه شده است.

#### ب. سرمایه اجتماعی و تعاون‌گرایی

در زمینه‌ی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعاون‌گرایی نظرات مختلفی ارائه شده است از جمله: کلمن<sup>۴</sup>، فوکویاما و پاتنام<sup>۵</sup>. جیمز کلمن، سرمایه‌ی اجتماعی را وسیله‌ای جهت تبیین نحوه همکاری و تعاون افراد با یکدیگر می‌داند. کلمن سرمایه‌ی اجتماعی را به صورت زیر تعریف می‌کند: «مجموعه‌ای از منابع که در روابط خانواده و در سازمان اجتماعی محلی وجود دارند و برای رشد اجتماعی یا شناختی یک کودک یا جوان مفید هستند، این منابع برای افراد مختلف متفاوت‌اند و می‌توانند امتیاز مهمی را برای توسعه‌ی سرمایه‌ی انسانی کودکان و جوانان ایجاد کنند» (کلمن، ۱۹۹۴؛ ۳۰۰). تعریف کلمن از سرمایه‌ی اجتماعی پلی

1. Habitus
2. Bourdieu
3. System of Dispositions
4. Coleman
5. Putnam

بین فرد و جمع ایجاد کرد، او مسلماً سرمایه‌ی اجتماعی را به عنوان «دارایی فرد» در نظر می‌گیرد اما آن را ساخته‌ی «منابع ساختاری اجتماعی» می‌داند (کلمن، ۱۹۹۱: ۹).

فوکویاما سرمایه اجتماعی را شکل و نمونه ملموسی از یک هنجار غیررسمی می‌داند که باعث ترویج همکاری بین دو یا چند نفر می‌شود (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۱۷۰). از دید فوکویاما، خانواده یکی از منابع اصلی تولید سرمایه اجتماعی در سطح جهانی است؛ ساختار خانواده از جامعه‌ای به جامعه دیگر تفاوت می‌کند و انواع پیوندهای اجتماعی آن‌ها نیز متفاوت هستند (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۲). فوکویاما جوامع و گروه‌ها را بر اساس شعاع اعتمادشان مورد بررسی قرار می‌دهد و معتقد است حلقه‌ای از افراد در هر گروه وجود دارند که بر مبنای هنجارهای مشترک عمل می‌کنند و اگر همبستگی درون‌گروهی از قابلیت اعضای گروه برای همکاری با افراد بیرون از گروه بکاهد، آثار خارجی منفی بر افراد بیرونی تحمیل می‌کند (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۱۳۷).

پاتنام سرمایه اجتماعی را وجوه گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه دانست که با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود می‌بخشند (پاتنام، ۱۹۹۳: ۳۶۷). همان‌گونه که از تعریف بر می‌آید، پاتنام همچون کلمن وجوه ساختار را برای تسهیل کنش معرفی کرد اما منابع سرمایه اجتماعی از نظر او در درجه اول اعتماد بین شخصی و سطح تعهد مدنی است. لذا سرمایه‌ی اجتماعی عبارت است از آن دسته از ویژگی‌های اجتماعی، شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد است که مشارکت‌کنندگان را قادر می‌سازد تا به شیوه‌ای موثرتر اهداف مشترک خود را تعقیب نمایند (پاتنام، ۱۹۹۶: ۵۶). او این اصطلاح را برای اشاره به اتصال‌های بین افراد و شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای متقابل و اعتمادی که در نتیجه‌ی آن‌ها به وجود می‌آید به کار برد.

براساس مفروضات نظریات کلمن، فوکویاما و پاتنام درباره سرمایه اجتماعی از جمله روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی بین شخصی و اعتماد اجتماعی نهادی یا تعمیم‌یافته، زمینه‌های گرایش افراد به رفتار تعاون‌گرایانه را بوجود خواهد آورد.

### ج. نظریه کنش عقلانی

از دیگر نظریات تبیین‌کننده رفتار تعاون‌گرایی، نظریه کنش عقلانی<sup>۱</sup> آیزن و فیش باین<sup>۲</sup> است که هدف آن پیش‌بینی کنش و فهم عوامل تعیین‌کننده رفتار واقعی است. این نظریه مبتنی بر این مفروض نظری است که عامل تعیین‌کننده بلافاصله کنش عینی شخص نیت و مقاصد شخص از انجام آن کنش است (دمینگو، ۱۹۸۹: ۷). آنها استدلال می‌کنند که مقاصد<sup>۴</sup> اشخاص را می‌توان با دانستن گرایش اشخاص به کنش و نیز هنجارهای ذهنی مرتبط با کنش پیش‌بینی کرد. طبق نظریه کنش عقلانی، گرایش‌ها نتیجه اطلاعاتی هستند که شخص درباره گرایش‌ها در دست دارد. گرایش شخص به انجام یک کنش تابعی از باورهای او درباره پیامدهای مثبت و منفی بخصوصی است که آن کنش در پی خواهد داشت. طبق این نظریه مجموعه متفاوتی از متغیرهای مستقل را داریم:

✓ باور فرد در این باره که رفتار معینی منجر به نتایج معینی می‌شود.

✓ ارزیابی فرد از نتایج کنش.

✓ باورهای فرد درباره این که فکر می‌کند نظر دیگران مهم این است که او آن رفتار را انجام دهد یا نه.

✓ انگیزه شخص از اجابت و تبعیت از دیگران مهم (دمینگو، ۱۹۸۹: ۴۰).

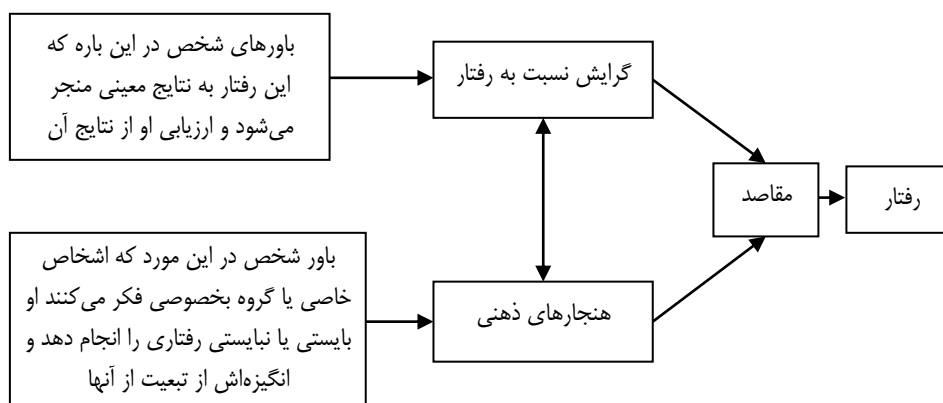
همان‌طور که در شکل زیر آمده است، نظریه کنش عقلانی نشان می‌دهد که رفتار بوسیله باورها، گرایش‌ها، هنجارها و مقاصد شکل می‌گیرد.

1. Theory of Reasoned Action

2. Ajzen and Fishbein

3. Doming

4. intention



شکل شماره ۱: نظریه کنش عقلانی

مطابق شکل شماره یک، ترکیبی از هنجارهای ذهنی و گرایشی، مقاصد رفتاری را شکل می‌دهد و مقاصد اغلب رفتار را شکل می‌دهند. بر اساس چهارچوب مفهومی این مدل، رفتار<sup>۱</sup> خاص یک فرد براساس قصد و نیت او به انجام آن رفتار تعیین می‌شود. همچنین بر اساس این مدل مقاصد رفتاری می‌تواند بطور مؤثری از طریق ادغام، گرایش به انجام رفتار<sup>۲</sup> و هنجارهای ذهنی<sup>۳</sup> مربوط به انجام آن رفتار پیش‌بینی شود. بنابراین، نیت رفتاری تابعی از دو عامل تعیین کننده است، یکی وجه شخصی (گرایش) دارد و دیگری وجه اجتماعی (تأثیر نفوذ اجتماعی).

عامل فردی "گرایش به رفتار" به باور شخص به اینکه انجام این رفتار به خروجی معینی منتهی می‌شود و باور به اینکه خروجی خوب یا بد است، اشاره دارد. هر چه شخص معتقد باشد با انجام یک رفتار معین، نتایج مثبت معینی حاصل خواهد شد و نتایج منفی اجتناب پذیر خواهد بود گرایش به آن رفتار مطلوب‌تر بنظر خواهد رسید. بطور مشابه اگر با انجام یک رفتار برآمدها و نتایج منفی حاصل شود یا از نتایج مثبت جلوگیری شود پس گرایش به احتمال زیاد منفی خواهد بود (آیزن و فیش باین، ۱۹۸۰؛ فیش باین و مانفردو، ۱۹۹۲).

دومین عامل تعیین کننده، ادراک شخص از فشارهای اجتماعی است که از طرف اشخاص، گروه‌ها یا نهادها برای انجام یا عدم انجام یک رفتار بر شخص وارد می‌شود که برای فرد اهمیت دارند. به عبارت دیگر هنجار ذهنی یک شخص در رابطه با یک رفتار بخصوص، تابعی از باورهای هنجاری‌اش است که اشخاص یا گروه‌های مهم فکر می‌کنند که او بایستی یا نبایستی این رفتار را انجام دهد بعلاوه انگیزه شخص از تبعیت از آن اشخاص و گروه‌هاست. این نظریه اشاره می‌کند اگر شخصی برای اجابت، تبعیت و پیروی از اشخاص و گروه‌ها برانگیخته شود یا باور داشته باشد که این باور مورد تأیید دیگران مهم قرار خواهد گرفت، شخص برای انجام آن رفتار فشار اجتماعی را احساس خواهد کرد. بطور مشابه اگر شخص احساس کند انجام یک رفتار با تأیید یک گروه مهم مثل گروه همسالان مواجه نخواهد شد پس کمتر احتمال دارد او آن رفتار را انجام دهد. این باورها هنجارهای ذهنی اساسی شخص هستند که بعنوان باورهای هنجاری از آنها یاد می‌شود (آیزن و فیش باین، ۱۹۸۰).

آیزن و فیش باین (۱۹۸۰) معتقدند که ما به باورهای درباره یک موضوع با ارتباط دادن آن با ویژگی‌ها، کیفیت‌ها و صفات متنوع شکل می‌دهیم. به‌موجب این باورها ما گرایش‌های مطلوب و نامطلوب نسبت به آن موضوع بدست می‌آوریم که وابسته است به این که آیا ما آن موضوع را با ویژگی‌های مثبت تداعی می‌کنیم یا منفی. این باورها ممکن است بواسطه

1. Behavior
2. attitude behavior
3. subjective norms

مشاهده مستقیم یا غیر مستقیم از طریق اطلاعات بدست آمده از منابع بیرونی و یا از طریق فرایندهای استنتاجی ایجاد شده باشد. برخی باورها پابرجا می‌مانند، برخی دیگر فراموش می‌شوند و باورهای جدیدی ممکن است شکل گیرد. آیزن و فیش باین استدلال می‌کنند که گرایش اشخاص نسبت به رفتار بواسطه مجموعه باورهای برجسته درباره انجام رفتار دارند تعیین می‌شود. آنها همچنین استدلال می‌کنند که به‌منظور فهم گرایش شخص نسبت به رفتار، ابتدا نیاز است که بدانیم شخص چگونه نتایج آن رفتار را (در پژوهش ما، تعاون‌گرایی) ارزیابی می‌کند. نخستین گام در پیش بینی گرایش از روی باورها ارزیابی ادراک مثبت یا منفی از نتایج رفتار است و گام بعدی این است که شدت باورهای شخص از نتایج معینی که یک رفتار در پی خواهد داشت اندازه‌گیری شود. (چندول، ۱۹۹۷: ۱۵).

نظریه‌ای که بطور عمومی و مشخص کنش و پیش‌بینی آن را براساس نیت و گرایش‌های کنشگران مورد بررسی قرار داده است، نظریه کنش عقلانی آیزن و فیش باین است. بر پایه نظریه آیزن و فیش باین عامل تعیین‌کننده بلافاصله کنش عینی شخص نیت و مقاصد شخصی از انجام آن کنش است. قصد و تمایل شخص به انجام رفتاری خود از دو عامل گرایش نسبت به رفتار و هنجاری‌های ذهنی مرتبط با آن رفتار تأثیر می‌پذیرد. گرایش به رفتار یک متغیر فردی است که طی آن، فرد خوب یا بد بودن یک رفتار (یا پدیده) را از نظر خودش ارزیابی می‌کند. هنجار منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام کاری (رفتاری) احساس و ادراک می‌کند. به یاد داریم که یکی از پیش فرض‌های ما در نظریه کنش عقلانی این بود که انسان‌ها موجودات عاقلی هستند که با سبک و سنگین کردن و محاسبه منطقی و عاقلانه دست به کنش می‌زنند. بنابراین انسان‌ها پیش از آنکه اقدام به کنشی کنند جنبه‌های مثبت و منفی آنرا سنجیده و در مورد سود و زیان آن به قضاوت می‌نشینند. بنابراین یکی از متغیرهایی که می‌تواند در این محاسبه تأثیرگذار باشد میل و نگرش افراد نسبت به فعالیت در تعاونی است. بنابراین طبق نظریه کنش عقلانی، قصد فرد از بکار بستن یک رفتار تابع دو عمل تعیین‌کننده می‌باشد، یکی خود فرد (اینکه واجد چه گرایش‌هایی است) و دیگری تأثیر نفوذ اجتماعی است. طبق نظریه کنش عقلانی گرایش‌ها نتیجه اطلاعاتی هستند که شخص درباره گرایش‌ها در دست دارد. گرایش شخص به انجام یک کنش تابعی از باورهای او درباره پیامدهای مثبت و منفی بخصوصی است که آن کنش در پی خواهد داشت.

### پیشینه تجربی

بررسی تحقیقات انجام شده در خصوص تعاونی‌ها نشان می‌دهد که موفقیت و پایداری این سازمان‌ها یک پدیده چندوجهی است که تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل درونی (شامل مدیریت، سرمایه انسانی و مالی) و عوامل بیرونی (شامل محیط نهادی و اقتصادی) قرار دارد. دسته‌بندی عوامل کلیدی تأثیرگذار بر عملکرد تعاونی‌ها در مطالعات پیشین به شرح زیر است:

#### ۱. عوامل مدیریتی و رهبری (دانش، تخصص و ساختار)

یکی از اصلی‌ترین ابعاد موفقیت تعاونی‌ها، به کیفیت مدیریت و رهبری گره خورده است. تحقیقات نشان می‌دهد که دانش، تخصص، تحصیلات و تجربه مدیران (ملتفت و مولائی، ۱۴۰۴؛ هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ برفی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱؛ امیرنژاد و همکاران، ۱۳۹۷؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۴؛ انصاری، ۱۳۸۱) به طور مستقیم بر عملکرد مثبت تعاونی تأثیر می‌گذارد. همچنین، مدیریت استراتژیک (عطایی و همکاران، ۱۳۹۵)، مسئولیت‌پذیری بالای مدیرعامل و هیئت مدیره (محبوبی و مقصودلو، ۱۳۹۳) و توجه به مهارت‌های فنی و انسانی مدیران (قلی‌فر و بنی‌اسدی، ۱۳۹۱؛ گودرزی و همکاران، ۱۳۹۵) از عوامل حیاتی موفقیت شناخته شده‌اند. در مقابل، عدم دانش و تخصص کافی در هیئت مدیره و مدیرعامل به عنوان یکی از موانع کلیدی عدم موفقیت برشمرده شده است (شامرادیان، ۱۳۹۸).

#### ۲. عوامل اجتماعی و مشارکتی (سرمایه اجتماعی)

پشتوانه فلسفی و عملی تعاونی‌ها، در گرو سرمایه اجتماعی و پویایی‌های داخلی اعضا است. پژوهش‌ها تأکید دارند که مشارکت‌پذیری بالا، اعتماد متقابل، انسجام اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اعضا (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کریمی و همکاران،

۱۳۹۳؛ نکویی و همکاران، ۱۳۹۵؛ باباخانی و واحدی، ۱۳۹۶؛ انصاری، ۱۳۹۴؛ انصاری، ۱۳۸۲؛ ترگار و کوپر<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) به صورت مستقیم بر میزان موفقیت تعاونی‌ها تأثیر معنادار دارد. انسجام و علاقه اعضا به تعاونی و اعتقاد به اصل سهام بودن در سود (زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۱؛ هزارجریبی، ۱۳۸۹) نشان‌دهنده یک زیرساخت قوی فرهنگی و اجتماعی است. به همین دلیل، عدم مشارکت‌پذیری اعضا به عنوان عاملی برای شکست تعاونی‌ها قلمداد می‌شود (شامرادیان، ۱۳۹۸؛ انصاری، ۱۳۸۱).

### ۳. عوامل اقتصادی و مالی (توانمندی و پایداری)

توانایی تعاونی در تأمین مالی، سودآوری و مدیریت اقتصادی، شاخص اصلی پایداری آن است. تحقیقات حاکی از آن است که توان مالی تعاونی و اعضا، سودآوری، استفاده از تسهیلات کم‌بهره و قیمت‌گذاری مناسب محصولات (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ایمانی و ولدبیگی، ۱۳۹۸؛ نظریان و حسینی، ۱۳۹۴) و برنامه‌ریزی، توسعه، تأمین مالی و کنترل هزینه‌ها (کارلبرگ<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۶) عوامل تعیین‌کننده موفقیت اقتصادی هستند. برعکس، مشکلات مالی و اقتصادی، عدم ثبات در قیمت مواد اولیه (شامرادیان، ۱۳۹۸) و سودآوری ناکافی (زادتوت، ۱۳۸۸) به عنوان موانع جدی رکود و عدم موفقیت شناسایی شده‌اند.

### ۴. عوامل آموزشی و آگاهی (فراگیری و نهادینه‌سازی اصول)

آموزش کافی اعضا و مدیران و آگاهی از اصول تعاون، یکی از سازه‌های ضروری برای نهادینه شدن فرهنگ تعاونی است. یافته‌ها نشان می‌دهند که آموزش و اطلاع‌رسانی به موقع و مناسب (فیض‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ نظریان و حسینی، ۱۳۹۶؛ نجاتیان و همکاران، ۱۳۹۴؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۳؛ یزدان پناه و صمدیان، ۱۳۸۸) تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت تعاونی‌ها دارد. بالا بودن سطح تحصیلات اعضا و تجربه مدیر نیز در این دسته قرار گرفته و به طور غیرمستقیم از طریق افزایش دانش تعاونی، بر عملکرد موفق تأثیر می‌گذارد (شوکت‌فدایی و همکاران، ۱۳۹۲؛ زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴).

### ۵. عوامل بیرونی و نهادی (حمایت و مقررات)

عوامل محیطی و نهادهای حاکمیتی می‌توانند نقش تسهیل‌کننده یا بازدارنده را ایفا کنند. حمایت‌های دولتی، مقررات، عملکرد اتحادیه‌ها و سازمان تعاون روستایی، و تعامل با نهادهای حاکمیتی (گارنوسکا<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۱؛ کرد علی‌وند و همکاران، ۱۳۹۶؛ نظریان و حسینی، ۱۳۹۴؛ یزدان پناه و صمدیان، ۱۳۸۸) به عنوان عوامل برون‌سازمانی مهم شناسایی شده‌اند. در بسیاری از موارد، ناکافی بودن حمایت‌های دولتی و سیاست‌های نادرست اعتباری (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۴) به عنوان یکی از دلایل اصلی عدم موفقیت و رکود تعاونی‌ها مطرح شده‌اند (دولتی، ۱۳۹۱؛ زادتوت، ۱۳۸۸).

### ۶. عوامل فردی و شخصیتی (انگیزه و کارآفرینی)

ویژگی‌های فردی مدیران و اعضا، مانند روحیه کارآفرینی، انعطاف‌پذیری، علاقه به کار تولیدی و سطح مسئولیت‌پذیری فردی (ملتفت و مولائی، ۱۴۰۴؛ زرگرانی و همکاران، ۱۴۰۲؛ برفی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱؛ مانوساکیس<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۱؛ الفتی و همکاران، ۱۳۹۹)، تأثیر معناداری بر عملکرد تعاونی‌ها دارند. این ویژگی‌ها می‌توانند محرک اصلی برای نوآوری، تحمل ابهام و سخت‌کوشی در محیط رقابتی باشند.

### ۷. عوامل ساختاری، بازاریابی و نوآوری

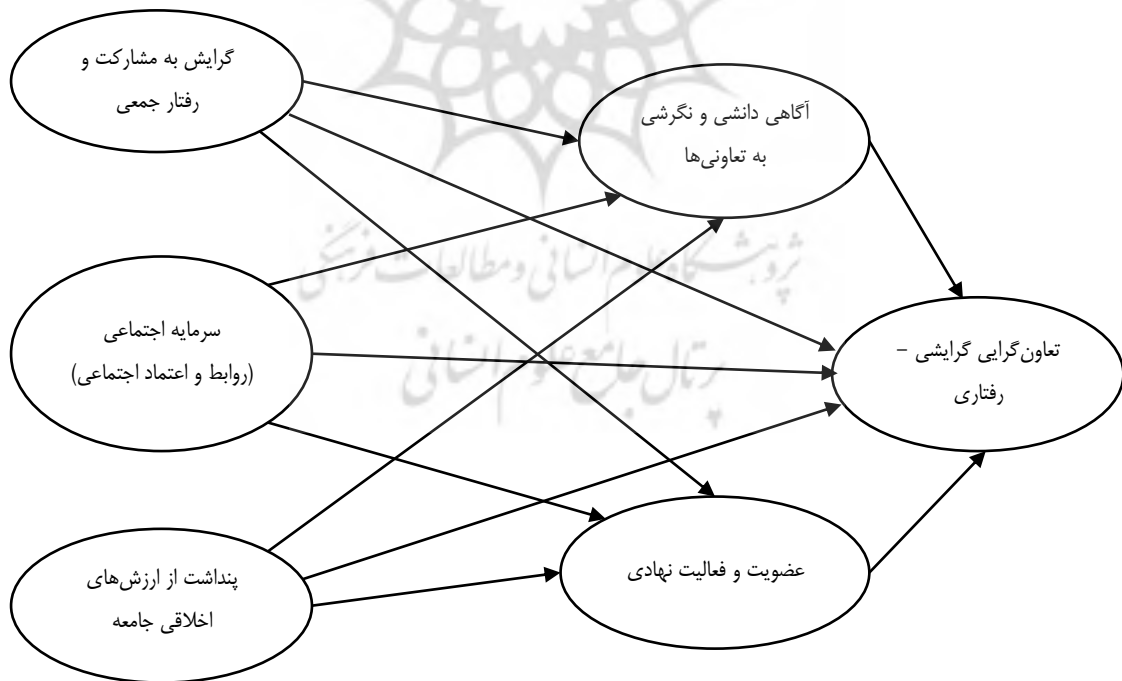
مدیریت عملیاتی و ساختاری، به ویژه در ارتباط با بازار و فناوری، عامل مهمی در کسب مزیت رقابتی است. کیفیت بازاریابی، استفاده از فناوری و روش‌های نوین، نوآوری، کیفیت مداری و وضعیت مطلوب ساختاری در مرحله تأسیس (هاشمی

1. Tregear and Cooper  
2. Carlberg  
3. Garnevska  
4. Manousakis

و همکاران، ۱۴۰۱؛ موریانی<sup>۱</sup> و همکاران؛ ۲۰۲۲، ایرانی و همکاران، ۱۳۹۰؛ عطایی و همکاران، ۱۳۹۵؛ فاریابی و احمدوند، ۱۳۹۴) با موفقیت تعاونی همبستگی مثبت دارد. ضعف در بازاریابی و توزیع محصولات نیز به عنوان علل ناکارآمدی اقتصادی شناخته شده‌اند (مظفری، ۱۳۹۴).

تحقیقات مرور شده نشان می‌دهد که موفقیت تعاونی‌ها نتیجه یک تعامل پیچیده میان سرمایه انسانی کیفی (مدیریت، آموزش، فردیت)، سرمایه اجتماعی فعال (مشارکت، اعتماد)، توانمندی اقتصادی و محیط نهادی مساعد است. با وجود دسته‌بندی عوامل، اغلب پژوهش‌ها به صورت مقطعی و منطقه‌ای به بررسی عوامل پرداخته‌اند و کمتر به وزن نسبی و تأثیر تعاملی همزمان این عوامل اجتماعی در یک مدل جامع پرداخته شده است. در واقع تمرکز تحقیقات پیشین عمدتاً بر شناسایی عوامل موفقیت/شکست بوده است و کمتر به مدل‌سازی تعاملی و علی میان این ابعاد پرداخته‌اند. در این پژوهش با اتخاذ رویکرد جامعه‌شناختی و با استفاده از روش‌هایی نظیر معادلات ساختاری (SEM)، می‌توان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای محوری بر تعاون‌گرایی در جامعه ایران را مورد آزمون قرار داد.

در مجموع، چارچوب نظری این مطالعه براساس نظریه کنش عقلانی آیزن و فیش باین به عنوان شالوده اصلی بنا شده است. این نظریه تبیین می‌کند که قصد رفتاری (در اینجا، گرایش به تعاون‌گرایی) به دو عامل اصلی بستگی دارد: نگرش فرد نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی او. علاوه بر این، در تدوین چارچوب نظری صرفاً به یک نظریه اکتفا نکردیم و با بهره‌گیری از نظریات میدان، سرمایه و عادت‌واره و سرمایه اجتماعی به مدل‌یابی تعاون‌گرایی رفتاری - گرایشی پرداختیم. همچنین از متغیرهای زمینه‌ای که احتمال می‌رود در تبیین گرایش و رفتار تعاون‌گرایانه شهروندان تأثیرگذار باشد، استفاده شد. متغیرهای زمینه‌ای تحقیق شامل؛ سن، جنس، وضعیت تأهل، وضعیت فعالیت، وضعیت سکونت و استان محل اقامت و تعداد اعضای خانوار است. لازم به ذکر است از دو متغیر تحصیلات و هزینه‌های زندگی به عنوان شاخص‌های سرمایه فرهنگی و اقتصادی استفاده شده است.



شکل شماره ۲: مدل نظری تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر کمی و مبتنی بر تحلیل ثانویه داده‌های موجود است. این روش استفاده از داده‌هایی است که موسسات یا محققان دیگری گردآوری کرده‌اند. با دستیابی به این داده‌ها، کل مراحل ساختن پرسشنامه، اجرای آن و نمونه‌گیری حذف می‌شود (بلیکی، ۱۳۸۴: ۲۴۰؛ دواس، ۱۳۸۵: ۸۳-۸۱).

در بخش اول؛ با استفاده از تحلیل ثانویه داده‌های طرح ملی سرمایه اجتماعی (۱۳۸۳، ۱۳۹۳ و ۱۳۹۷) به تحلیل سری زمانی تعاون‌گرایی در جامعه ایران پرداختیم. سپس به تحلیل ثانویه داده‌های گردآوری شده توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در سال ۱۳۹۹ پرداختیم. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. جامعه آماری نیز شامل کلیه شهروندان مقیم داخل ایران می‌باشد که نمونه آماری آن توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی با حجم ۱۲۹۵۶ نفر در تمام استان‌های کشور انتخاب شده است.

با تحلیل عاملی تأییدی به بررسی روایی<sup>۱</sup> گویه‌ها و متغیرهای مورد بررسی پرداخته شد، که نتایج تحلیل عاملی تأییدی، نشان از همسازی درونی بالای گویه‌ها و متغیرهای تحقیق دارد.

### جدول شماره ۱: چارچوب عملیاتی سنجش متغیرها

شاخص	گویه
	دولت نسبت به مسائلی که در جامعه پیش می‌آید (سیل، زلزله، خطرات زیست محیطی) مسئول است و من لازم نیست کاری انجام دهم.
گرایش به مشارکت و انجام فعالیت جمعی	در فعالیتهای گروهی فارغ از سمت افراد، همه امکانات و مزایا باید بین اعضا به صورت برابر توزیع شود. انجام کار به تنهایی را ترجیح می‌دهم هرچند سخت‌تر از کار گروهی باشد.
	هر فرد در هر جایگاهی که قرار دارد باید وظایفش را انجام دهد حتی اگر دیگران وظایفشان را انجام ندهند. در گروهی که یک نفر رئیس باشد و بقیه از او پیروی کنند نتایج بهتری حاصل می‌شود.
	احساس مسئولیت در برابر جامعه
پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه	مسئولیت‌پذیری در کار گروهی صداقت همکاری و مشارکت
	میزان تعامل با فامیل و خویشاوندان
روابط اجتماعی بین شخصی	میزان تعامل با همسایگان و هم محله‌ای‌ها میزان تعامل با همکاران (افراد هم‌صنف) یا هم‌کلاسی‌ها
	اعتماد به فامیل و خویشاوندان
	اعتماد به دوستان
اعتماد اجتماعی	اعتماد به همکاران (افراد هم‌صنف) میزان اعتماد به تعاونی‌ها اعتماد به سازمان‌های مردم‌نهاد و غیر دولتی (NGO) اکثریت مردم قابل اعتمادند
	عضویت در گروه‌های خیریه (حمایت از نیازمندان و ...)
عضویت نهادی	عضویت در شوراها (شهر، محله، ...) عضویت در صندوق‌های قرض‌الحسنه دوستی یا خانوادگی



پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه	۲۵,۵	۳۲,۴	۲۵,۳	۱۴,۰	۲,۹	۴۹,۷۸	-۱,۴۲	۰,۱۵۳	عدم تفاوت
روابط اجتماعی بین شخصی	۸,۲	۲۱,۹	۳۳,۸	۲۶,۵	۹,۵	۵۴,۹۷	۳۳,۱۱	۰,۰۰	بیشتر
اعتماد اجتماعی بین شخصی	۹,۲	۱۴,۶	۴۱,۴	۲۳,۵	۱۱,۳	۵۲,۸	۱۷,۹۷	۰,۰۰	بیشتر
اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته	۲۶,۷	۳۴,۷	۳۳,۰	۴,۶	۰,۹	۴۶,۲۹	-۲۹,۱۷۸	۰,۰۰	کمتر

نام آزمون: One-Sample Test و معیار مقایسه (میان دامنه مقیاس) = ۵۰

در ادامه شاخص کلی عضویت نهادی ایرانیان بدست آمد. براساس این نتایج، میانگین کلی عضویت نهادی ایرانیان در بازه ۱ تا ۱۰۰، برابر با ۲۱,۱۸ است. همچنین مقایسه میانگین شاخص نشان می‌دهد که مقدار آزمون T با اطمینان ۰,۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ تفاوت آماری معناداری بین دو میانگین واقعی و مفروض وجود دارد. همچنین مقدار میانگین واقعی شاخص (۲۱,۱۸) به طور معناداری از میانگین دامنه مفروض (۵۰) کمتر است؛ به بیان دیگر به طور متوسط وضعیت عضویت نهادی ایرانیان بطور معناداری کمتر از حد متوسط مورد انتظار است (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳: آماره‌های توصیفی-استنباطی متغیر مستقل عضویت نهادی

شاخص	میانگین (۱-۱۰۰)	حداقل	حداکثر	انحراف معیار	آماره T	سطح معناداری	تفاوت میانگین
عضویت نهادی	۲۱,۱۸	۰,۰۰	۱۰۰,۰	۲۲,۶۴	-۱۴۴,۸۵	۰,۰۰	کمتر

نام آزمون: One-Sample Test و معیار مقایسه (میان دامنه مقیاس) = ۵۰

توصیف وضعیت فعالیت پاسخگویانی که در گروه‌های خیریه، شوراهای شهر، صندوق‌های قرض‌الحسنه دوستی یا خانوادگی و سازمان‌های مردم‌نهاد و غیردولتی (NGO) عضویت داشته‌اند، نشان می‌دهد که به‌طور کلی ۷۱ درصد پاسخگویان دارای فعالیت عادی، ۱۰,۶ درصد عضو فعال و ۱۸,۴ درصد دارای مسئولیت هستند. به عبارت دیگر، اکثریت پاسخگویان مشمول، بصورت عادی در این نهادها، فعالیت و همکاری دارند.

جدول شماره ۴: آماره‌های توصیفی متغیر مستقل فعالیت نهادی

گویه	عضو عادی	فعال	دارای مسئولیت
نحوه همکاری در گروه‌های خیریه (حمایت از نیازمندان و ...)	۶۸,۹	۲۲,۷	۸,۴
نحوه همکاری در شوراها (شهر، محله، ...)	۳۴,۷	۳۸,۶	۲۶,۷
نحوه همکاری در صندوق‌های قرض‌الحسنه دوستی یا خانوادگی	-	۸۵,۳	۱۴,۷
نحوه همکاری در سازمان‌های مردم‌نهاد و غیر دولتی (NGO)	۴۶,۱	۳۴,۲	۱۹,۷
شاخص کل فعالیت نهادی	عضو عادی	فعال	دارای مسئولیت
	۷۱,۰	۱۰,۶	۱۸,۴

مقایسه میانگین شاخص کلی تعاون‌گرایی در بعد دانشی، نگرشی و گرایشی - رفتاری (جدول شماره ۵) نشان می‌دهد که مقدار آزمون T با اطمینان ۰,۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ تفاوت آماری معناداری بین دو میانگین واقعی و مفروض وجود دارد. بدین صورت که میانگین واقعی شاخص تعاون‌گرایی نگرشی به طور معناداری از میانگین دامنه مفروض (۵۰) بیشتر است؛ به بیان دیگر به طور متوسط نگرش ایرانیان نسبت به تعاونی‌ها بیشتر از حد متوسط مورد انتظار است. همچنین میانگین واقعی شاخص‌های تعاون‌گرایی دانشی و تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری به طور معناداری از میانگین دامنه مفروض و حد متوسط مورد انتظار (۵۰) کمتر است.

جدول شماره ۵: آماره‌های توصیفی - استنباطی تحلیل وضعیت شاخص کلی تعاون‌گرایی

شاخص	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین (۱-۱۰۰)	انحراف معیار	آماره T سطح معناداری تفاوت میانگین	مقیاس
آگاهی دانشی	۶۸,۱	۲۰,۰	۵,۵	۴,۵	۱,۶	۲۱,۹۰	۰,۸۹	-۱۶۵,۳۶	کمتر
آگاهی نگرشی	۱۱,۱	۲۹,۲	۳۶,۹	۱۹,۲	۳,۶	۵۵,۷۰		۳۸,۴۱	بیشتر
تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری	۶۹,۳	۱۸,۴	۶,۹	۴,۴	۱,۱	۲۲,۰۳	۱۸,۱۶	-۱۷۵,۲۸	کمتر

نام آزمون: One-Sample Test و معیار مقایسه (میان دامنه مقیاس) = ۵۰

پژوهشگران و سیاست‌گذاران ایرانی در طرح‌های ملی بی‌توجه به وضعیت تعاون‌گرایی در چند دهه اخیر نبوده‌اند. پیمایش‌های ملی زیادی در سال‌های پس از انقلاب اسلامی انجام گرفته است، اما فقط در طرح ملی سرمایه اجتماعی به بررسی شاخص تعاون‌گرایی در بعد نگرشی در ایران پرداخته است. که در ادامه به شرح مشخصات کلی و خلاصه نتایج آن‌ها می‌پردازیم. لازم به ذکر است نتایج حاصل از این پیمایش‌ها که عموماً در سطح کشوری و استانی قابل تعمیم است با یکدیگر قابل مقایسه کامل بوده و بر اساس این پیمایش‌های ملی می‌توان روند تغییر و تحولات تعاون‌گرایی در کشور را شناسایی کرد با استفاده از داده‌های موجود، به منظور پیش‌بینی و مدل‌یابی روند آینده و شناسایی الگوی تعاون‌گرایی در ایران، از استراتژی چند مرحله‌ای تحلیل سری زمانی استفاده شد. یک سری زمانی مجموعه مشاهداتی است که بر حسب زمان مرتب شده‌اند. از کاربردهای مهم تحلیل سری‌های زمانی می‌توان به پیش‌بینی رفتار پدیده‌های تصادفی مرتبط با زمان اشاره کرد و بوسیله مدل‌یابی و بررسی سازگاری داده‌ها، به تعیین مقادیر آتی تعاون‌گرایی پرداخت.

مقایسه یافته‌های حاصل تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که میزان تعاون‌گرایی مردم ایران در بعد نگرشی در طول سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۹ کاهش محسوسی را نسبت به ابتدای دوره تجربه کرده است، هرچند در سال‌های اخیر بر میزان تعاون‌گرایی آن‌ها تا حدودی افزوده شده است. بررسی میزان اعتماد مردم به تعاونی‌ها نیز نشان از روند نزولی اعتماد به تعاونی‌ها در ایران دارد. این درحالی است که در طول این دوره بر کیفیت خدمات‌رسانی، عملکرد و پاسخگویی تعاونی‌ها به نیازهای جامعه افزوده شده است (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶: میانگین تعاون‌گرایی در بین مردم بر اساس نتایج پیمایش‌های ملی

ویژگی	سرمایه اجتماعی - موج اول (۱۳۸۳)	سرمایه اجتماعی - موج دوم (۱۳۹۳)	سرمایه اجتماعی - موج سوم (۱۳۹۷)	پیمایش تعاون‌گرایی - ایسپا (۱۳۹۹)
دانشی	۶۱,۶	۵۴,۰۲	۵۲,۹	۲۱,۹۰
تعاون‌گرایی	۶۱,۶	۵۴,۰۲	۵۲,۹	۵۵,۷۰
گرایشی - رفتاری	۶۱,۶	۵۴,۰۲	۵۲,۹	۲۲,۰۳
اعتماد به تعاونی‌ها (مصرف، مسکن و ...)	۵۳,۰۶	۵۴,۹۸	۵۱,۴	۴۹,۲۸
کیفیت خدمات‌رسانی تعاونی‌ها (مصرف، مسکن و ...)	۵۱,۸	۵۴,۳۶	-	۵۴,۶۱
عملکرد و پاسخگویی تعاونی‌ها به نیازها	۵۱,۸	۵۲,۹	-	۵۴,۲۷

تحلیل وضعیت تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان برحسب جنس با «آزمون تی» و برحسب متغیرهای سطح تحصیلات، وضعیت تأهل، وضعیت فعالیت، وضع سکونت و استان محل اقامت، با استفاده از «تحلیل واریانس یک‌طرفه» همراه با «آزمون تعقیبی توکی» برای مشخص شدن نحوه تفاوت صورت گرفت. جداول زیر نتایج آزمون‌ها و همچنین ترتیب بیشترین میزان تعاون‌گرایی تا کمترین میزان تعاون‌گرایی را در قشرهای مختلف اجتماعی مورد بررسی نشان می‌دهد.

طبق نتایج جدول شماره ۷، نتایج آزمون T گویای این است که میانگین‌های دو گروه مرد (۲۴,۱۲ از ۱۰۰) و زن (۱۹,۸۷ از ۱۰۰) تفاوت معناداری با یکدیگر داشته و این دو گروه با اطمینان ۰,۹۹ و سطح خطای کمتر از ۰,۰۱ از نظر تعاون‌گرایی در بعد رفتاری، با هم تفاوت معنادار دارند. این تفاوت می‌تواند ناشی از فضای اجتماعی جنسیتی جامعه ایران باشد که به زنان فرصت حضور و فعالیت کمتر در تعاونی‌ها را نسبت به مردان می‌دهد، از این بابت فعالیت تعاونی‌ها در ایران متأثر از کلیشه‌های جنسیتی جامعه ایران می‌باشد.

جدول شماره ۷: آزمون T تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب جنس

جنس	تعداد	میانگین تعاون‌گرایی	انحراف معیار	T	DF	سطح معناداری تفاوت میانگین‌ها
مرد	۶۶۰۲	۲۴,۱۲	۱۹,۷۷	-۱۳,۴۰۹	۱۲۹۵۴	۰,۰۰۰ پذیرش فرضیه
زن	۶۳۵۴	۱۹,۸۷	۱۶,۰۳			

نتایج تحلیل واریانس میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان برحسب سطح تحصیلات نشان می‌دهد که مقدار آزمون فیشر (F) در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ و با اطمینان ۰,۹۹ معنادار است و نشان می‌دهد که تفاوت میانگین تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان در گروه‌های تحصیلی مختلف، به لحاظ آماری معنادار است. برای بررسی و مقایسه جفتی گروه‌ها، از آزمون توکی استفاده کریم، طبق این نتایج جدول شماره ۸ تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان در افراد با تحصیلات حوزوی، دکتری، فوق لیسانس و فوق دیپلم و لیسانس در مقایسه جفتی با سایر گروه‌های تحصیلی تفاوت معنادار دارد. همچنین با توجه به مقایسه میانگین‌ها و ترتیب آن‌ها، افراد بی‌سواد کمترین میزان تعاون‌گرایی (۲۰,۱۴) و افراد با تحصیلات حوزوی، بیشترین میزان تعاون‌گرایی را دارا می‌باشند.

جدول شماره ۸: تحلیل واریانس میزان آگاهی شهروندان از اصول ایمنی برحسب سطح تحصیلات

سطح تحصیلات	میانگین	متغیر وابسته (تعاون‌گرایی) مجذورات	DF	F	Sig	نتیجه
بی‌سواد	۲۰,۱۴	بین گروهی	۸	۴۵۹۹,۷۸۶	۰,۰۰۰	پذیرش فرضیه
ابتدایی	۲۱,۷۵					
متوسطه اول (راهنمایی)	۲۰,۸۵					
متوسط دوم (دبیرستان)	۲۰,۸۳					
کاردانی و کارشناسی / فوق دیپلم و لیسانس	۲۳,۲۲	درون گروهی	۳۲۶,۹۶۶	۱۴,۰۶۸	۰,۰۰۰	پذیرش فرضیه
کارشناسی ارشد / فوق لیسانس	۲۶,۷۶					
دکتری	۲۶,۴۱					
پزشکی (عمومی و تخصصی)	۲۱,۴۷					
حوزوی	۳۲,۵۰					

نتایج تحلیل واریانس میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان برحسب وضعیت تأهل نشان می‌دهد که مقدار آزمون فیشر (F) در سطح خطای کمتر از ۰,۰۱ و با اطمینان ۰,۹۹ معنادار است و نشان می‌دهد که تفاوت میانگین میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری براساس وضعیت تأهل، به لحاظ آماری معنادار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که افراد

متأهل از بیشترین میزان تعاون‌گرایی و افراد مطلقه از کمترین میزان تعاون‌گرایی در بعد گرایش - رفتاری برخوردارند (جدول شماره ۹).

جدول شماره ۹: نتایج آزمون تحلیل واریانس تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب وضعیت تأهل

نتیجه	Sig	F	DF	میانگین مجدورات	متغیروابسته (تعاون‌گرایی)	میانگین	متغیر مستقل
وضعیت تأهل	۰,۰۰	۴۵,۵۰۳	۳	۱۴۸۵۹,۴۶	بین گروهی	۲۳,۳۱	متأهل
						۱۹,۳۶	مجرد
						۱۹,۲۳	همسر فوت‌شده
						۱۸,۸۴	مطلقه
			۱۲۹,۵۱	۳۲۶,۵۶۱	درون گروهی		

طبق نتایج جدول ۱۰، نتایج تحلیل واریانس میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان برحسب وضعیت فعالیت نشان می‌دهد که مقدار آزمون فیشر (F) در سطح خطای کمتر از ۰,۰۱ و با اطمینان ۰,۹۹ معنادار است و نشان می‌دهد که تفاوت میانگین میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری در گروه‌های شغلی مختلف، به لحاظ آماری معنادار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که با توجه به مقایسه میانگین‌ها و ترتیب آن‌ها، بازنشستگان، کشاورزان و افراد شاغل در بخش دولتی (کارمندان)، از بیشترین میزان تعاون‌گرایی در بعد رفتاری برخوردارند. نکته قابل توجه در این زمینه میانگین پایین میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری افراد بیکار می‌باشد.

جدول شماره ۱۰: نتایج آزمون تحلیل واریانس تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب وضع فعالیت

نتیجه	Sig	F	DF	میانگین مجدورات	متغیروابسته (تعاون‌گرایی)	میانگین	متغیر مستقل
وضعیت فعالیت	۰,۰۰	۱۵,۷۹۲	۸	۴۸۸۹,۵۴۵	بین گروهی	۱۹,۹۶	دانشجو و دانش‌آموز
						۱۹,۷۰	سرباز
						۱۸,۹۷	خانه دار
						۱۹,۴۶	بیکار
						۲۱,۰۴	شغل آزاد
						۲۷,۰۱	کارمند
						۳۱,۱۷	کشاورز
						۲۱,۲۲	کارگر
						۳۷,۳۱	بازنشسته
						۲۲,۵۰	سایر
			۱۲۷۷۲	۳۰۹,۶۳۱	درون گروهی		

طبق نتایج جدول شماره ۱۱، نتایج تحلیل واریانس میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان برحسب وضع سکونت نشان می‌دهد که تفاوت میانگین میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب وضعیت سکونت، به لحاظ آماری معنادار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که با توجه به مقایسه میانگین‌ها و ترتیب آن‌ها، شهرهای مرکز استان از بیشترین میزان تعاون‌گرایی در بعد گرایش - رفتاری برخوردارند.

جدول شماره ۱۱: نتایج آزمون تحلیل واریانس تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب وضعیت سکونت

نتیجه	Sig	F	DF	میانگین مجدورات	متغیروابسته (تعاون‌گرایی)	میانگین	متغیر مستقل
وضعیت سکونت	۰,۰۳۲	۳,۴۵۲	۲	۱۱۳۸,۴۵۱	بین گروهی	۲۲,۵۸	مرکز استان

۱۲۹۵۳	۳۳۹,۷۷۷	درون گروهی	۲۱,۶۴	سایر شهرها
			۲۱,۸۱	روستا

طبق نتایج جدول شماره ۱۲، نتایج تحلیل واریانس میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان برحسب استان محل اقامت نشان می‌دهد که تفاوت میانگین میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب استان محل اقامت، به لحاظ آماری معنادار است. نتایج نشان می‌دهد که با توجه به مقایسه میانگین‌ها و ترتیب آن‌ها، استان‌های گیلان، اصفهان، خراسان جنوبی، قزوین، ایلام و فارس از بیشترین میزان تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برخوردارند و استان‌های سیستان و بلوچستان و لرستان از کمترین میزان تعاون‌گرایی در بعد رفتاری برخوردارند.

جدول شماره ۱۲: نتایج آزمون تحلیل واریانس تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری برحسب استان محل اقامت

متغیر مستقل	میانگین	متغیر مستقل	میانگین
آذربایجان شرقی	۲۳.۵	فارس	۲۴.۴
آذربایجان غربی	۲۱.۰	قزوین	۲۴.۹
اردبیل	۱۹.۶	قم	۲۳.۰
اصفهان	۲۶.۶	کردستان	۲۱.۰
البرز	۲۲.۷	کرمان	۲۳.۱
ایلام	۲۴.۶	کرمانشاه	۱۹.۰
بوشهر	۱۹.۳	کهگیلویه و بویر احمد	۲۱.۴
تهران	۲۲.۹	گلستان	۱۶.۳
چهار محال و بختیاری	۲۳.۳	گیلان	۲۹.۱
خراسان جنوبی	۲۵.۳	لرستان	۱۶.۶
خراسان شمالی	۲۳.۰	مازندران	۲۲.۵
خراسان رضوی	۲۰.۷	مرکزی	۲۱.۰
خوزستان	۲۲.۰	هرمزگان	۲۰.۰
زنجان	۲۳.۹	همدان	۲۰.۳
سمنان	۲۳.۰	یزد	۲۲.۱
سیستان و بلوچستان	۱۵.۶	کل کشور	۲۲,۰۳
متغیر وابسته (تعاون‌گرایی)	میانگین مجذورات	DF	F
بین گروهی	۳۶۰۵,۶۱۴	۳۰	۱۱,۱۸۷
درون گروهی	۳۲۲,۳۹۸	۱۲۹۲۵	۰,۰۰

نتایج تحلیل همبستگی متغیر تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری و سایر متغیرهای مستقل در جدول شماره ۱۳ ارائه شده است. بطور مثال طبق نتایج بدست آمده، ضریب رگرسیونی استانداردشده‌ی (بتا) بین دو متغیر تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری و سن پاسخگویان، با اطمینان ۰,۹۹ و سطح خطای کمتر از ۰,۰۱ برابر با ۰,۱۷ است، که نشان می‌دهد با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر سن ایرانیان، به میزان ۰,۱۷ انحراف استاندارد تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری آن‌ها افزایش می‌یابد. همچنین ضریب تعیین تعدیل‌شده‌ی آن نیز برابر با ۰,۰۲۹ است، بدین معنی که متغیر سن، ۲,۹ درصد از تغییرات تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان را تبیین می‌کند. بنابراین فرضیه‌ی ما که بیانگر وجود رابطه‌ی مثبت و مستقیم بین متغیرهای سن با تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان است، تأیید می‌شود و قابل تعمیم به کل جمعیت آماری تحقیق

است. با توجه به این که مقدار آزمون  $F(387,676)$  در سطح خطای کوچک‌تر از  $0/01$ ، معنادار است، بیانگر آن است که متغیر مستقل سن قادر است تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند، به عبارت دیگر مدل رگرسیونی تحقیق مدل خوبی است. لازم به ذکر است طبق تفسیر فوق، می‌توانیم تأثیر سایر متغیرهای مستقل جدول شماره ۱۲ را بر میزان تعاون‌گرایی ایرانیان در بعد رفتاری، شرح دهیم. بطور کلی طبق جدول زیر، رابطه بین متغیرهای متوسط هزینه ماهیانه خانوار، گرایش به مشارکت و انجام فعالیت جمعی، پنداشت از ارزشهای اخلاقی جامعه، روابط اجتماعی بین شخصی، اعتماد اجتماعی بین شخصی، اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته، عضویت نهادی، فعالیت نهادی، آگاهی دانشی و آگاهی نگرشی با تعاون‌گرایی در بعد رفتاری تأیید می‌شود و قابل تعمیم به کل جمعیت آماری تحقیق است. جهت رابطه نیز در متغیرهای فوق مثبت است. طبق نتایج جدول شماره ۱۲، ضریب بتای بین دو متغیر تعداد اعضای خانوار با تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری در سطح خطای بیشتر از  $0/05$  برابر با  $-0/005$  و ضریب تعیین تعدیل‌شده‌ی آن نیز برابر با  $0/000$  است، بنابراین فرضیه‌ی ما که بیانگر وجود رابطه بین متغیر تعداد اعضای خانوار با تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری است، رد شده و قابل تعمیم به جمعیت آماری تحقیق نیز نیست.

جدول شماره ۱۳: ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل بر تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری

نتیجه	سطح معنی‌داری	ضریب رگرسیونی استاندارد شده (Beta)	F	ضریب تعیین تعدیل‌شده ( $R^2$ )	متغیر مستقل
پذیرش فرضیه	0/00	0/170	387,676	0/029	سن
پذیرش فرضیه	0/00	0/074	68,278	0/005	متوسط هزینه ماهیانه خانوار
رد فرضیه	0/535	-0/005	0/384	0/000	تعداد اعضای خانوار
پذیرش فرضیه	0/00	0/060	47,057	0/004	گرایش به مشارکت و انجام فعالیت جمعی
پذیرش فرضیه	0/00	0/091	107,101	0/008	پنداشت از ارزشهای اخلاقی جامعه
پذیرش فرضیه	0/00	0/127	211,632	0/016	روابط اجتماعی بین شخصی
پذیرش فرضیه	0/00	0/115	172,130	0/013	اعتماد اجتماعی بین شخصی
پذیرش فرضیه	0/00	0/192	497,636	0/037	اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته
پذیرش فرضیه	0/00	0/270	1015,562	0/073	عضویت نهادی
پذیرش فرضیه	0/00	0/113	90,195	0/013	فعالیت نهادی
پذیرش فرضیه	0/00	0/278	1082,259	0/077	آگاهی دانشی
پذیرش فرضیه	0/00	0/210	596,888	0/044	آگاهی نگرشی

با هدف درک بهتر عوامل تعیین‌کننده متغیر وابسته، از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام<sup>۱</sup> استفاده شد. این روش، همان‌گونه که در جدول ۱۴ نشان داده شده، امکان داد تا متغیرهای مستقل تأثیرگذار به تدریج وارد مدل شوند و متغیرهایی که اثر آنها از لحاظ آماری معنادار نبود (علیرغم پتانسیل نظری برای تأثیرگذاری)، از مدل نهایی حذف گردند. نتایج نشان می‌دهد که متغیرها به ترتیب بر اساس توان تبیینی خود وارد مدل شده‌اند، و این سهم از طریق تغییرات در ضریب تعیین تعدیل‌شده<sup>۲</sup> قابل مشاهده است. متغیر آگاهی دانشی در گام اول با سهم  $0/084$  بیشترین واریانس متغیر وابسته را تبیین کرد. در گام‌های بعدی، متغیرهای سن و عضویت نهادی به ترتیب با سهم‌های اضافی  $0/036$  و  $0/030$  وارد مدل شده و قدرت تبیین را به طور قابل توجهی افزایش دادند. در مقابل، متغیرهایی که در گام‌های پایانی وارد شدند، شامل آگاهی

۱. Stepwise

۲. Adjusted R Square

نگرشی (سهم ۰/۰۱۵) تا روابط اجتماعی بین‌شخصی (سهم ۰/۰۰۱) سهم بسیار کمتری در افزایش مقدار ضریب تعیین تعدیل شده داشتند، که نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از واریانس توسط متغیرهای اولیه تبیین شده است و متغیرهای انتهایی تنها به بهبود جزئی مدل کمک کرده‌اند. در واقع مقدار ضریب تعیین تعدیل شده در گام آخر به ۰,۱۷۷ افزایش یافته است که نشان می‌دهد ۱۷,۷ درصد از کل تغییرات تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری وابسته به متغیرهای مستقل وارد شده در مدل است. با توجه به این که مقدار آزمون F (۱۷۹,۴۲۴) در سطح خطای کمتر از ۰,۰۱، معنادار است، بیانگر آن است که متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی، قادرند تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند. اطلاعات مربوط به ضرایب رگرسیون استاندارد شده<sup>۱</sup> در جدول شماره ۱۴ بیان شده است، که طبق آن متغیر آگاهی دانشی، بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته دارد.

جدول شماره ۱۴: رگرسیون خطی چندگانه عوامل موثر بر تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری ایرانیان

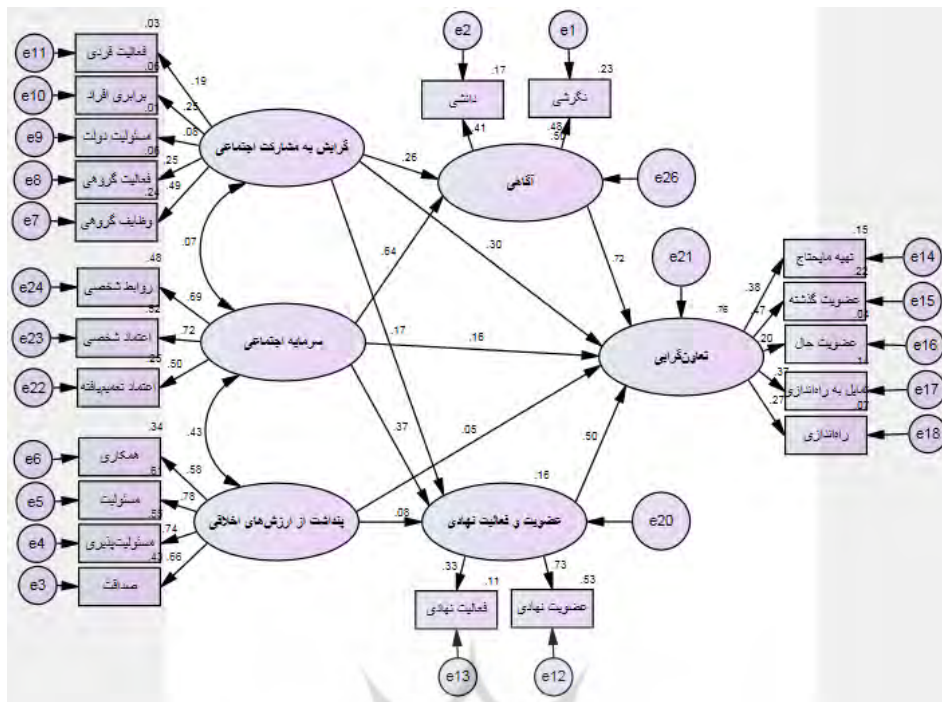
متغیر	گام ۱	گام ۲	گام ۳	گام ۴	گام ۵	گام ۶	گام ۷	گام ۸
	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta
آگاهی دانشی	۰,۲۸۹	۰,۲۷۷	۰,۲۵۱	۰,۲۲۷	۰,۲۱۸	۰,۲۱۴	۰,۲۰۴	۰,۲۰۲
سن	۰,۱۹۱	۰,۱۷۶	۰,۱۷۶	۰,۱۷۶	۰,۱۷۳	۰,۱۷۴	۰,۱۹۴	۰,۱۹۵
عضویت نهادی	۰,۱۷۶	۰,۱۷۶	۰,۱۷۶	۰,۱۶۳	۰,۱۵۷	۰,۱۴۷	۰,۱۴۰	۰,۱۳۷
آگاهی نگرشی	۰,۱۲۹	۰,۱۲۹	۰,۱۲۹	۰,۱۲۹	۰,۱۰۱	۰,۱۰۱	۰,۰۹۹	۰,۰۹۷
اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته	۰,۰۸۳	۰,۰۸۳	۰,۰۸۳	۰,۰۸۳	۰,۰۸۱	۰,۰۸۱	۰,۰۸۲	۰,۰۷۴
فعالیت نهادی	-۰,۰۵۷	-۰,۰۵۷	-۰,۰۵۷	-۰,۰۵۷	-۰,۰۵۴	-۰,۰۵۴	-۰,۰۵۴	-۰,۰۵۴
تحصیلات	۰,۰۴۹	۰,۰۴۹	۰,۰۴۹	۰,۰۴۹	۰,۰۴۷	۰,۰۴۷	۰,۰۴۷	۰,۰۴۷
روابط اجتماعی بین‌شخصی	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴	۰,۰۳۴
R	۰,۲۸۹	۰,۳۴۷	۰,۳۸۷	۰,۴۰۷	۰,۴۱۴	۰,۴۱۸	۰,۴۲۰	۰,۴۲۱
Adjusted R Square	۰,۰۸۴	۰,۱۲۰	۰,۱۵۰	۰,۱۶۵	۰,۱۷۱	۰,۱۷۴	۰,۱۷۶	۰,۱۷۷
F	۶۰۸,۶۴۶	۴۵۴,۱۶۶	۳۹۱,۵۰۴	۳۳۰,۴۹۹	۲۷۵,۴۷۷	۲۳۴,۵۱۳	۲۰۳,۶۱۲	۱۷۹,۴۲۴
Sig	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰

اموس<sup>۲</sup> یکی از قوی‌ترین نرم‌افزارهای مدل‌یابی معادلات ساختاری<sup>۳</sup> است. این نرم‌افزار در آزمون تحقیقات و نظریات با استفاده از تحلیل‌های چندمتغیره استاندارد، مانند تحلیل رگرسیون، تحلیل عاملی، همبستگی‌ها و تحلیل واریانس به کار می‌رود. همچنین امکان ایجاد فرضیات تحقیقی را در قالب مدل‌های نموداری فراهم کرده و سپس به کمک آماره‌های مقتضی آن‌ها را آزمون می‌کند. در این مرحله آزمون، متغیر تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری را به‌مثابه متغیر وابسته وارد مدل کرده و با استفاده از نرم‌افزار اموس اثرات متغیرهایی که در بخش قبلی، بیشترین تأثیرگذاری را بر روی متغیر وابسته داشتند، را تحلیل کردیم که در ادامه به این موضوع اشاره می‌شود.

۱. Beta

1. AMOS (Analysis of Moment Structures)

3. SES (Structural Equation Modeling)



شکل شماره ۴: آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری عوامل مؤثر بر تعاون‌گرایی گرایش - رفتاری

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده به نظر می‌رسد نتایج آزمون معادلات ساختاری تحقیق تأییدکننده چارچوب نظری تحقیق است. براساس نتایج مدل تصحیح‌شده فوق (شکل شماره ۴)، ضریب کی دو مدل برابر ۸۲۰٫۱ شده است که با درجه آزادی ۲۷۸ در سطح معناداری ۰٫۰۴۸ از لحاظ آماری معنادار است، چون این سطح معناداری کمتر از ۰٫۰۵ است. بنابراین آزمون مجذور کای برازش دقیق مدل را با داده‌های مشاهده‌شده رد می‌کند، اما با توجه به حجم بالای نمونه (۱۲۹۵۶) و حساسیت ضریب کی دو به حجم نمونه می‌توان سایر ضرایب نیکویی برازش را بررسی کرد. ریشه میانگین مربعات خطای برآورد<sup>۲</sup> برابر با ۰٫۰۴۹ شده که از مرز قابل قبول ۰٫۰۸ کمتر است و می‌توان نتیجه گرفت که اندازه خطای برآورد مدل در جامعه چندان بزرگ نیست و میزان قابل قبولی است. ضرایب شاخص نیکویی برازش<sup>۳</sup>، شاخص نیکویی برازش اصلاح شده<sup>۴</sup>، شاخص برازش مقایسه‌ای<sup>۵</sup> و شاخص برازش هنجار شده<sup>۶</sup> از معتبرترین شاخص‌هایی هستند که برای بررسی برازندگی مدل به کار می‌روند؛ هر چه ضرایب این دو شاخص نزدیک‌تر به ۱٫۰ (بالاتر از ۰٫۹) باشد مدل با داده‌ها برازش بهتری دارد. به‌طور کلی می‌توان گفت که عمده شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند (جدول شماره ۱۵)؛ بنابراین مدل ترسیم‌شده (شکل شماره ۴)، نشانگر برازش خوب مدل بر داده‌ها است و مدلی است که می‌تواند داده‌های ما را با مدل نظری تطبیق دهد. بنابراین برازش مدل نظری بر داده‌ها تأیید می‌شود.

جدول شماره ۱۵: ضرایب و شاخص‌های نیکویی مدل علی

نام شاخص	مقدار شاخص در مدل	مقدار استاندارد	نتیجه
شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰٫۹۳۱	صفر (عدم برازش) تا یک (برازش کامل)	قابل قبول
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)	۰٫۹۱۵	صفر (عدم برازش) تا یک (برازش کامل)	قابل قبول
شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰٫۰۴۹	کمتر از ۰٫۰۸	قابل قبول
شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	۰٫۹۴۹	صفر (عدم برازش) تا یک (برازش کامل)	قابل قبول
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	۰٫۹۴۵	صفر (عدم برازش) تا یک (برازش کامل)	قابل قبول

1. P-value
2. RMSEA
3. GFI
4. AGFI
5. CFI
6. NFI

کای اسکوتر مدل: ۸۲۰,۱ درجه آزادی: ۲۷۸ سطح معناداری: ۰,۰۴۸

بطور کلی نتایج حکایت از آن دارد که متغیرهای مستقل سرمایه اجتماعی (اثر کل = ۰,۹۰۳)، آگاهی دانشی-نگرشی (اثر کل = ۰,۷۱۸)، گرایش به مشارکت اجتماعی (۰,۶۸۷)، عضویت و فعالیت نهادی (اثر کل = ۰,۵۰) و پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه (اثر کل = ۰,۰۹۴)، بر تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری تأثیر مثبت و معنادار دارد (جدول شماره ۱۵).

جدول شماره ۱۶: ضرایب تاثیر استاندارد مدل معادلات ساختاری

متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	اثر مستقیم	Sig	اثر غیرمستقیم	Sig	اثر کل	Sig
تعاون‌گرایی گرایشی - رفتاری	آگاهی دانشی-نگرشی	۰,۷۱۸	۰,۰۰	-	-	۰,۷۱۸	۰,۰۰
	سرمایه اجتماعی	۰,۱۶۱	۰,۰۰	۰,۷۴۲	۰,۰۰	۰,۹۰۳	۰,۰۰
عضویت و فعالیت نهادی	پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه	۰,۰۵۵	۰,۰۰۳	۰,۰۳۹	۰,۰۰	۰,۰۹۴	۰,۰۰
	گرایش به مشارکت اجتماعی	۰,۲۹۷	۰,۰۰	۰,۳۹۰	۰,۰۰	۰,۶۸۷	۰,۰۰
	عضویت و فعالیت نهادی	۰,۵۰۰	۰,۰۰	-	-	۰,۵۰۰	۰,۰۰
آگاهی دانشی - نگرشی	گرایش به مشارکت اجتماعی	۰,۱۶۸	۰,۰۰	-	-	۰,۱۶۸	۰,۰۰
	سرمایه اجتماعی	۰,۳۷۲	۰,۰۰	-	-	۰,۳۷۲	۰,۰۰
	پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه	۰,۰۷۹	۰,۰۰	-	-	۰,۰۷۹	۰,۰۰
	سرمایه اجتماعی	۰,۲۵۸	۰,۰۰	-	-	۰,۲۵۸	۰,۰۰
	گرایش به مشارکت اجتماعی	۰,۶۳۸	۰,۰۰	-	-	۰,۶۳۸	۰,۰۰

## بحث و نتیجه‌گیری

تغییر و دگرگونی در جامعه ایران اجتناب‌ناپذیر است و تعاون‌گرایی نیز از این امر مستثنی نیست. بررسی وضعیت موجود تعاون‌گرایی در ایران نشان می‌دهد که میزان تعاون‌گرایی مردم ایران در بعد نگرشی در طول سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۹ کاهش محسوسی را نسبت به ابتدای دوره تجربه کرده است، هرچند در سال‌های اخیر بر میزان تعاون‌گرایی آن‌ها افزوده شده است. بررسی میزان اعتماد مردم به تعاونی‌ها نیز نشان از روند نزولی اعتماد به تعاونی‌ها در ایران دارد. این درحالی است که در طول این دوره بر کیفیت خدمات‌رسانی، عملکرد و پاسخگویی تعاونی‌ها به نیازهای جامعه افزوده شده است. نکته اول این است که اگرچه نگرش مردم به تعاونی‌ها در سطح متوسط و قابل قبول است، اما میزان تعاون‌گرایی ایرانیان در ابعاد "دانش و آگاهی" و "گرایش-رفتار" بسیار پایین است. این کمبود آگاهی، مشارکت و فعالیت در تعاونی‌ها را به شدت ضعیف کرده است.

نکته دوم؛ با وجود این که نتایج داده‌های سری زمانی حاصل از پیمایش‌های پیشین در طرح سرمایه اجتماعی و نتایج حاصل از این پژوهش، نشان می‌دهد که، وضعیت تعاون‌گرایی رو به کاهش بوده است اما نتایج مدل (ضرایب معنادار) تأیید می‌کند که افزایش جزئی در متغیرهای اجتماعی، مستقیماً به افزایش گرایش به مشارکت تعاونی‌ها می‌انجامد. نتایج نشان می‌دهد که گرایش به مشارکت تعاونی‌ها تحت تأثیر زمینه‌های اجتماعی مختلف است؛ افراد با تحصیلات بالا، متأهلین، و گروه‌های شغلی بازنشسته، کشاورز و کارمندان دولتی بیشترین میزان تعاون‌گرایی گرایشی-رفتاری را دارند، در حالی که افراد بیکار کمترین میزان را دارا هستند. همچنین، ساکنان مراکز استان‌ها و افراد مسن‌تر تمایل بیشتری به تعاونی‌ها نشان می‌دهند. یک نکته منفی، وجود کلیشه‌های جنسیتی است که منجر به مشارکت پایین زنان در تعاونی‌ها نسبت به مردان شده است. علاوه بر این، عواملی چون هزینه ماهیانه خانوار، گرایش به مشارکت جمعی، پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه، روابط و اعتماد اجتماعی (بین‌شخصی و تعمیم‌یافته)، و عضویت و فعالیت نهادی، موجب افزایش تعاون‌گرایی گرایشی-رفتاری می‌شوند.

مدل رگرسیون نشان می‌دهد که آگاهی دانشی نسبت به تعاونی‌ها، سن، عضویت نهادی، آگاهی نگرشی و اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته بیشترین تأثیر را بر گرایش-رفتار دارند. در نهایت، مدل معادلات ساختاری تأیید می‌کند که تعاون‌گرایی گرایشی-رفتاری تحت تأثیر دانش و آگاهی، نگرش به تعاونی‌ها، پنداشت از ارزش‌های اخلاقی و سرمایه اجتماعی (روابط و

اعتماد) قرار دارد. این نتایج با نظریه‌هایی چون بورديو و کنش عقلانی منطبق است و نشان می‌دهد هرچه افراد شبکه‌های پلی و اعتماد تعمیم‌یافته بیشتری داشته باشند و دانش و آگاهی مناسبی نسبت به تعاونی‌ها کسب کنند، گرایش بیشتری به مشارکت تعاونی خواهند داشت.

یافته‌ها، وضعیت پیچیده تعاون‌گرایی در جامعه ایران را تأیید می‌کند و مسیرهای علی و تعاملی متغیرها را مطابق با چارچوب نظری سه‌گانه (میدان، سرمایه و عادت‌واره پیر بورديو، سرمایه اجتماعی کلن، فوکویاما و پاتنام، کنش عقلانی آیزن و فیشباین) و پیشینه تجربی ترسیم‌شده در ادبیات پژوهش، مورد آزمون قرار می‌دهد:

۱. تبیین شکاف دانش-رفتار با استفاده از نظریه کنش عقلانی:

یافته‌های پیمایشی حاکی از آن است که تعاون‌گرایی در ایران با یک شکاف دانشی و رفتاری مواجه است؛ به این معنی که گرچه نگرش به تعاونی‌ها در سطح متوسط است، اما دانش و آگاهی مردم و به تبع آن، مشارکت و فعالیت (رفتار) آن‌ها بسیار پایین است. این یافته، تأییدی قاطع بر نظریه کنش عقلانی آیزن و فیشباین است:

≠ نقش آگاهی و دانش: نتایج مدل رگرسیونی، بالاترین تأثیر را به متغیر آگاهی دانشی نسبت به تعاونی اختصاص می‌دهد. مطابق با نظریه کنش عقلانی، گرایش شخص به انجام یک کنش، تابعی از باورهای او درباره پیامدهای مثبت و منفی آن است. از آنجا که دانش و آگاهی نسبت به کارکرد و منافع تعاونی‌ها اندک است، باورهای مربوط به نتایج مثبت ضعیف بوده و در نتیجه، گرایش و نهایتاً رفتار تعاون‌گرایانه کاهش می‌یابد.

≠ هنجارهای ذهنی و اجتماعی: تأثیر عوامل اجتماعی، روابط بین‌شخصی و اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته بر گرایش-رفتار، نشان می‌دهد که هنجارهای ذهنی (ادراک فرد از فشار اجتماعی برای انجام یا عدم انجام رفتار) نیز مطابق با نظریه کنش عقلانی در حال عمل است.

۲. تحلیل زمینه‌های اجتماعی و سرمایه‌ها بر اساس نظریه بورديو:

یافته‌های مربوط به متغیرهای زمینه‌ای و اجتماعی، مدل میدان، سرمایه و عادت‌واره پیر بورديو را پشتیبانی می‌کند:

≠ نقش سرمایه‌های مختلف در شکل‌گیری عادت‌واره:

○ سرمایه فرهنگی (تحصیلات): گرایش بالاتر به تعاون‌گرایی در میان افراد دارای تحصیلات بالا، به روشنی نشان‌دهنده تأثیر سرمایه فرهنگی بر شکل‌گیری عادت‌واره است. تحصیلات، نظام تمایلات و ظرفیت پذیرش مشارکت‌های سازمانی را تقویت می‌کند.

○ شرایط میدان (پنداشت از ارزش‌های اخلاقی): همان‌گونه که بورديو جامعه را فضایی مرکب از میدان‌ها می‌داند و کنش در میدان تحت تأثیر قواعد حاکم است، نتیجه مدل ساختاری مبنی بر تأثیر مثبت پنداشت از ارزش‌های اخلاقی جامعه بر تعاون‌گرایی، نشان می‌دهد که کیفیت اخلاقی میدان اجتماعی، بسترساز مشارکت است.

≠ سرمایه‌های اجتماعی و نهادی: تأثیر قوی عضویت و فعالیت نهادی و روابط اجتماعی بین‌شخصی (به مثابه نشانگرهای سرمایه اجتماعی و بخشی از میدان فعالیت) بر گرایش-رفتار، تأیید می‌کند که کنشگران در تلاش برای دستیابی به انواع سرمایه‌ها، رفتار خود را تنظیم می‌کنند.

≠ کلیشه‌های جنسیتی و میدان: وجود کلیشه‌های جنسیتی که منجر به مشارکت پایین زنان می‌شود، گویای آن است که قواعد حاکم بر میدان اقتصادی-اجتماعی ایران (نهادینه‌شده در عادت‌واره‌ها)، همچنان موانع ساختاری برای نیمی از جمعیت ایجاد می‌کند.

۳. تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر اساس مدل‌های کلن و پاتنام:

یافته‌های این تحقیق، بر اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از قوی‌ترین محرک‌های تعاون‌گرایی تأکید می‌کند، که این امر منطبق با نظرات کلن، فوکویاما و پاتنام است.

≠ اهمیت اعتماد تعمیم‌یافته (پاتنام): نتایج حاکی از تأثیر معنادار اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته بر گرایش-رفتار است. این موضوع با مدل پاتنام سازگار است که سرمایه اجتماعی را در وجوهی چون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که

کارایی جامعه را بهبود می‌بخشند. به‌طور خاص، شبکه‌های پل‌ساز<sup>۱</sup> و اعتماد تعمیم‌یافته، گرایش بیشتری به عضویت در تعاونی‌ها (به عنوان نهادهای فراگروهی) ایجاد می‌کنند تا شبکه‌های پیوندی<sup>۲</sup> و اعتماد صرفاً بین‌شخصی. ≠ تعاون‌گرایی؛ متغیر وابسته به ساختار (کلمن): از منظر کلمن، سرمایه اجتماعی "دارایی فرد" است که از "منابع ساختاری اجتماعی" ساخته شده است. کاهش تاریخی اعتماد به تعاونی‌ها و نزول نگرش (علی‌رغم بهبود عملکرد)، نشان می‌دهد که منابع ساختاری (نهادهای متولی) در جلب اعتماد عمومی موفق نبوده‌اند، که این امر یکی از موانع اصلی برای توسعه سرمایه اجتماعی است.

#### ۴. جمع‌بندی مبتنی بر پیشینه تجربی

در راستای نتایج این پژوهش، بررسی پیشینه تجربی (فیض‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ شامردیان، ۱۳۹۸؛ نظریان و حسینی، ۱۳۹۶؛ نجاتیان و همکاران، ۱۳۹۴؛ زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۳؛ شوکت‌فدایی و همکاران، ۱۳۹۲؛ یزدان پناه و صمدیان، ۱۳۸۸) نیز نشان داده بود که عوامل کلیدی موفقیت تعاونی‌ها شامل آموزش و آگاهی و توانمندی مدیران (سرمایه انسانی) است. همچنین پشتوانه فلسفی و عملی تعاونی‌ها، در گرو سرمایه اجتماعی (انسجام و مشارکت‌پذیری بالا) و پویایی‌های داخلی اعضا است (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ شامردیان، ۱۳۹۸؛ باباخانی و واحدی، ۱۳۹۶؛ نکویی و همکاران، ۱۳۹۵؛ ترگار و کوپر ۲۰۱۶؛ انصاری، ۱۳۹۴؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۳؛ زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۱؛ هزارجریبی، ۱۳۸۹؛ انصاری، ۱۳۸۲؛ انصاری، ۱۳۸۱). استنتاج نهایی این پژوهش، نه تنها این عوامل را تأیید، بلکه وزن نسبی آن‌ها را در یک مدل علی تعیین می‌کند:

≠ اولویت‌بندی اجتماعی و فرهنگی: با وجود ماهیت اقتصادی شرکت‌های تعاونی، ریشه و شرط موفقیت آن‌ها به توسعه اجتماعی و فرهنگی جامعه باز می‌گردد (تأیید بر اهمیت عوامل اجتماعی در مقابل عوامل اقتصادی در تحقیقات پیشین). ≠ لزوم افزایش سرمایه فرهنگی (آموزش): از آنجا که آگاهی دانشی بالاترین تأثیر را در مدل دارد و تحصیلات (شاخص سرمایه فرهنگی) عامل مهمی است، سیاست‌گذاران باید بر اجرای کارگاه‌های آموزشی هدفمند برای پر کردن شکاف دانش تعاونی‌ها تمرکز کنند.

≠ تقویت زیرساخت‌های اعتماد نهادی: روند نزولی اعتماد به تعاونی‌ها نشان می‌دهد که نهادهای رسمی نتوانسته‌اند هنجارها و اعتماد لازم برای تسهیل کنش تعاون‌گرایانه را جلب کنند. لذا، بازسازی و ارتقاء شفافیت و پاسخگویی نهادهای رسمی متولی بخش تعاون، شرطی بنیادین برای توسعه تعاون‌گرایی در ایران است.

می‌توان استنتاج کرد که تعاون‌گرایی به شکل غیررسمی در جامعه سنتی ایران بیش از هرچیز تحت تأثیر نفوذ مراجع و نخبگان سنتی بوده است، اما در یک ساختار در حال گذار که در آن مراجع و نخبگان سنتی نفوذ سنتی خود را از دست داده‌اند یا در حال از دست دادن هستند و از سوی دیگر وجود بقایای عناصر سنتی در غیاب راهکارهای مدرن برای آن‌ها زمینه‌های مساعدی برای تداوم وضعیت موجود فراهم آورده است. از سوی دیگر تاکنون ضعف در استراتژی، برنامه‌ها و عملکرد دستگاه‌های متولی در آگاهی‌بخشی و معرفی شرکت‌های تعاونی به جامعه، موجبات گرایش اندک به تعاونی‌ها در ایران را فراهم ساخته است چراکه نهادهای رسمی نتوانسته‌اند تاکنون اطمینان، اعتماد و همکاری مردم را جلب کنند. اما این نتایج، از این جهت امیدبخش است که با افزایش سطح دانش و آگاهی نسبت به تعاونی‌ها، افزایش سطح تحصیلات، وجود فضای شهری، تغییر نگرش به تعاونی‌ها و عملکرد آن، پنداشت مثبت از ارزش‌های اخلاقی حاکم بر جامعه، عضویت و فعالیت افراد در نهادهای اجتماعی مختلف و در نهایت افزایش سرمایه اجتماعی شهروندان اعم از؛ روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی بین‌شخصی و اعتماد اجتماعی نهادی و تعمیم‌یافته، می‌توان انتظار توسعه الگوی تعاون در ایران را داشت. این موضوع نشانگر این است که متغیرهای ساختاری و فرهنگی کلان جامعه (به ویژه سرمایه اجتماعی)، نقش تعیین‌کننده‌ای در تسهیل و تبیین

۱. Bridging

۲. Bonding

گرایش شهروندان به مشارکت در نهادهای تعاونی دارند. این امر تأیید می‌کند که با وجود ماهیت اقتصادی شرکت‌های تعاونی در شرایط کنونی، ریشه و شرط موفقیت آن‌ها به بستر اجتماعی، ارزش‌ها و فرهنگ همکاری (تعاون‌گرایی) در جامعه باز می‌گردد. به عبارت دیگر توسعه اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران، تسهیل‌گر فرایند تعاون در ایران است. در واقع تعاون‌گرایی به‌مثابه متغیری وابسته تحت تأثیر تغییر و تحولات کلان اجتماعی قرار دارد که در طول مسیر توسعه گسترده شده است و نمی‌توان آن‌را جدا از تغییر و تحولات ناشی از فرایند مدرن‌سازی جامعه ایران، درک کرد. لذا، سیاستگذاران باید بر تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و اعتماد نهادی به عنوان گامی بنیادین برای توسعه تعاون‌گرایی در ایران تمرکز کنند.

### سیاسگزاری

این مقاله بر اساس یافته‌های طرح پژوهشی با عنوان «تیین زمینه‌ها، عوامل و موانع اجتماعی- فرهنگی موفقیت تعاونی‌ها در ایران و ارائه راهبردها و راهکارهای اجتماعی و مدل‌های ترویجی- تبلیغی» به کارفرمایی معاونت تعاون وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی ایران در سال ۱۳۹۹ تهیه شده است. نویسندگان مقاله لازم می‌دانند از معاونت تعاون وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی به‌عنوان حامی این طرح پژوهشی و همچنین دانشگاه فردوسی مشهد به عنوان مجری طرح، صمیمانه تشکر و قدردانی نمایند.



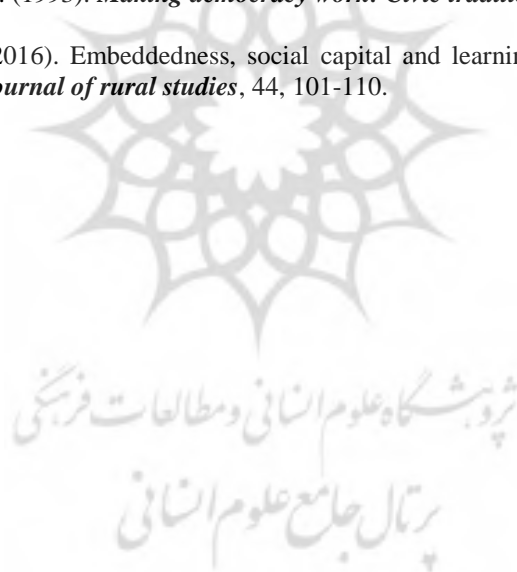
## منابع

- امیرنژاد، ح.، مزرعه ف.، زاهدیان تجنکی، ر. (۱۳۹۷)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت مالی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان‌های منتخب استان مازندران، *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، دوره ۵، شماره ۱۰، صص ۲۶-۲۰.
- انصاری، ح. (۱۳۸۱)، *پژوهشی در تعاونی‌های روستایی ایران مطالعه موردی شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار*، مؤسسه تحقیقات تعاونی، قم: انتشارات ام‌ابیها.
- انصاری، ح. (۱۳۸۲)، *بررسی راهکارهای توسعه و ترویج مشارکت‌های مردمی و فرهنگ کار جمعی در جامعه از طریق تشکل‌های تعاونی* (طرح پژوهشی ملی). تهران: وزارت تعاون و مؤسسه تحقیقات تعاونی دانشگاه تهران.
- انصاری، ح.، جورابلو، م.، پورافکاری، ن.، هاشمیان‌فر، س. ع. (۱۳۹۴)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اعضای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی و مقایسه آن با تعاونی‌های تولیدی صنعتی در استان تهران، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۹۸-۷۳.
- ایمانی، ب.، ولدبگی، ر. (۱۳۹۸)، واكوی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی روستایی با استفاده از مدل ارزیابی متوازن: مطالعه موردی شرکت تعاونی روستایی پیراقوم شهرستان اردبیل، *روستا و توسعه*، دوره ۲۲، شماره ۲، صص ۴۴-۲۷.
- باباخانی، ا.، و واحدی، م. (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در میزان موفقیت تعاونی‌های شیلات استان ایلام، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۷۹-۵۳.
- برفی زاده، ل.، غنبان، م.، و سواری، م. (۱۴۰۱)، شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی در استان لرستان، *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، دوره ۱۱، شماره ۴۲، صص ۴۶-۲۵.
- چلبی، م. (۱۳۷۵)، *جامعه‌شناسی نظم: تشریح نظری نظم اجتماعی*، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- حیدری، ف.، نادری مهدی، ک.، یعقوبی فرانی، ا.، حیدری، ع. (۱۳۹۴)، شاخص‌های شناسایی تعاونی‌های موفق کشاورزی، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۶۰-۳۹.
- دواس، دی. ای. (۱۳۸۵)، *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- دولتی، ن.، نادری مهدی، ک.، سعدی، ح. (۱۳۹۱)، شناسایی عوامل ساختاری- برون‌سازمانی مؤثر بر رکود شرکت‌های تعاونی دهیاری‌های استان همدان، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۱، شماره ۴، صص ۱۰۳-۸۵.
- زادتوت آغاج، ا. (۱۳۸۸)، عوامل مؤثر بر رکود تعاونی‌های غیرفعال شهرستان زنجان و راهکارهای لازم جهت احیای آنها، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۲۰، شماره ۲۰۶-۲۰۷، صص ۷۶-۵۹.
- زارع‌شاه‌آبادی، ا.، اسلامی، ب.، مهدی‌پور خراسانی، م. (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر میزان سرمایه اجتماعی در موفقیت تعاونی‌های تولیدی شهر یزد، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، دوره ۳، شماره ۱۱، صص ۲۱۴-۱۸۳.
- زارع‌شاه‌آبادی، ا.، حاجی‌زاده میمندی، م.، سیارخلج، ح. (۱۳۹۴)، عوامل اجتماعی - فرهنگی مرتبط با موفقیت تعاونی‌های تولیدی شهر یزد. *توسعه اجتماعی*، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۲۷-۱۵۶.
- زرگرانی، س.، ریاحی، و.، افراخته، ح. (۱۴۰۲)، عوامل مؤثر بر مشارکت اعضای شرکت‌های تعاونی روستایی در استان تهران (مطالعه موردی: تعاونی‌های شهرستان شهریار)، *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، دوره ۱۸، شماره ۱، صص ۲۶۹-۲۵۷.
- شامردیان، س. (۱۳۹۸)، *شناسایی عوامل مؤثر بر عدم موفقیت شرکت‌های تعاونی تولیدی شهرستان سنندج با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته مدیریت کسب‌وکار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
- شوکت فدایی، م.، خالدی، م.، اینانلو، ک. (۱۳۹۲)، ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی تامین کننده نیاز دامداران استان قزوین، *نشریه پژوهش در علوم باغبانی*، دوره ۳، شماره ۲، صص ۶۶-۵۷.
- عطائی، پ.، ایزدی، ن.، یعقوبی فرانی، ا. (۱۳۹۵)، مستندسازی تجربیات مدیریتی تعاونی‌های تولیدی موفق استان همدان، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۲۸-۱.
- غفاری، غ. ر. (۱۳۹۲)، *سنجش سرمایه اجتماعی در ایران / (موج اول)*، تهران: شورای اجتماعی کشور.
- غفاری، غ. ر. (۱۳۹۴)، *سنجش سرمایه اجتماعی در ایران / (موج دوم)*، تهران: دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- غفاری، غ. ر. (۱۳۹۷)، *سنجش سرمایه اجتماعی در ایران / (موج سوم)*، تهران: شورای اجتماعی کشور.

- فاریابی، م.، احمدوند، م. (۱۳۹۴)، عوامل مربوط به موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی در جنوب استان کرمان، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۴، شماره ۱۶، صص ۱۲۹-۱۰۳.
- الفتی، ج.، رنگریز، ح.، احمدی، ک.، رضایی، ب. (۱۳۹۹)، عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی تولیدی استان کرمانشاه. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۹، شماره ۳۴، صص ۱۴۶-۱۱۹.
- فوکویاما، ف. (۱۳۸۴)، *سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*. گردآوری: کیان تاج‌بخش. ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: نشر شیرازه.
- فیض‌آبادی، ح.، مجددی، ع. ا.، حسنی درمیان، غ. ر.، وکیلی، ه. (۱۴۰۱)، تحلیل جامعه‌شناختی مشارکت اعضا در تعاونی‌های کشاورزی با تأکید بر اصول تعاون (مورد مطالعه: تعاونی‌های کشاورزی استان خراسان شمالی)، *توسعه محلی (روستائی-شهری)*، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۵۲۹-۵۴۶.
- قلی‌فر، م.، بنی‌اسدی، ن. (۱۳۹۱)، عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی روستایی استان زنجان از دیدگاه مدیران: کاربرد روش AHP، *نشریه علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، دوره ۸، شماره ۲، صص ۹۱-۷۷.
- کردعلی‌وند، س.، غنیان، م.، خسروی‌پور، ب.، یزدان‌پناه، م. (۱۳۹۶)، کاربرد فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی در اولویت بندی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی استان لرستان، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۸۵-۶۷.
- کریمی، ف.، نوری‌پور، م.، هدایتی‌نیا، م.، محمدی تمیری، ز. (۱۳۹۳)، واکاوی سازه‌های اجتماعی مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی، *پژوهش‌های روستایی*، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۳۵۴-۳۳۳.
- گرنفل، م. (۱۳۸۹)، *مفاهیم کلیدی بوردیو*، ترجمه‌ی محمدمهدی لیبی، تهران: نشر افکار.
- گودرزی، ز.، خسروی‌پور، م.، برادران، م.، منصور، غ.، منفرد، ن. (۱۳۹۵)، نگرش مدیران تعاونی‌ها در زمینه نقش عوامل آموزشی و ابتکار و نوآوری شغلی در کارآفرینی و موفقیت تعاونی‌های کشاورزی، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۱۴۲-۱۲۵.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی*، با همکاری کارن بردسال، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- محبوبی، ا.، مقصدلو، س. (۱۳۹۳)، عوامل درون سازمانی مؤثر بر موفقیت تعاونی زنان روستایی (مطالعه موردی: تعاونی فدک در استان گلستان)، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۳، شماره ۹، صص ۶۱-۴۱.
- مظفری، م. (۱۳۹۴)، بررسی کارایی اقتصادی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بوئین‌زهرا و اولویت‌بندی مشکلات پیشروی آن‌ها در فرآیند مدیریت و نظام بازاریابی، *فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی*، دوره ۲، شماره ۴، صص ۳۸۲-۳۶۴.
- ملفت، ح.، مولائی، ج. (۱۴۰۴)، بررسی جامعه‌شناختی راهکارهای افزایش مشارکت اعضای تعاونی‌ها در امور مربوط به شرکت‌های تعاونی شهر اهواز، *فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای*، دوره ۶، شماره ۱، صص ۲۰-۱.
- نجاتیان، م.، قاسمی، ی.، میرغفوری، س. ح. (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر توانمندسازهای مدیریت دانش بر فرایند خلق دانش (مورد مطالعه: شرکت‌های تعاونی منتخب استان یزد)، *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، دوره ۷، شماره ۱۳، صص ۱۶۵-۱۳۶.
- نصرالهی، م.، الهیاری، م.، ص.، صداقت حور، ش.، نورحسینی، س. ع. (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۱۲۶-۱۱۱.
- نظریان، م.، حسینی، م. (۱۳۹۶)، عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران، *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۱۳۴-۱۱۹.
- نکویی نائینی، س. ع.، قنبری، ی.، برقی، ح.، علی‌زاده، ن. (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی جامعه روستایی بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی: مطالعه موردی شهرستان اصفهان، *روستا و توسعه*، دوره ۱۹، شماره ۳، صص ۱۳۸-۱۲۱.
- نورمن، ب. (۱۳۸۴)، *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- هاشمی، س. ض.، فولادیان، م.، میرمحمدتبار، س. ا.، تیموری، م.، تیموری، م. (۱۴۰۱)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها در ایران: مطالعه‌ای فراتحلیل، *توسعه محلی (روستائی-شهری)*، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۵۴-۲۷.
- هزار جریبی، ج. (۱۳۸۹)، بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، دوره ۱، شماره ۲، صص ۸۱-۶۳.
- یزدان پناه، ل.، صمدیان، ف. (۱۳۸۸)، عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی، مطالعه موردی صنایع دستی استان کرمان، *فصلنامه تعاون*، دوره ۲۰، شماره ۲۰۲-۲۰۳، صص ۳۴-۱۹.

## References

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, Inc.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. Translated by Richard Nice. Cambridge, MA: Harvard Univer.
- Carlberg, J. G., Ward, C. E., & Holcomb, R. B. (2006). Success factors for new generation cooperatives. *International Food and Agribusiness Management Review*, 9(1), 33-52.
- Chandool, N. (1997). *Participation in Park Interpretive Programs and Visitors; Attitudes, Norms, and Behavior about Petrified Wood Theft* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard university press.
- Domingo, M. A. B. (1989). *health belief model and-the theory of reasoned action*. (Doctoral dissertation, University of Delaware).
- Fishbein, M., & Manfredo, M. J. (1992). A theory of behavior change. *Influencing human behavior*, 24(1), 29-50.
- Garnevska, E., Liu, G., & Shadbolt, N. M. (2011). Factors for successful development of farmer cooperatives in Northwest China. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(4), 69-84.
- Manousakis, T., Sergaki, P., & Van Dijk, G. (2021). Identification of strategies for enhancing member commitment in Greek agricultural cooperatives: The opinion of cooperative experts. *Revista Nacional de Administración*, 12(2).
- Muryani, E., Gunawan, A., & Halim Yustiyawan, R. (2022). The impact of member participation and innovation ability on the performance of the cooperatives of women's kartini in the district of driyorejo, gresik regency. *Journal of technology management & innovation*, 17(3), 52-58.
- Putnam, R. D., & Leonardi, R. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton university press.
- Tregear, A., & Cooper, S. (2016). Embeddedness, social capital and learning in rural areas: The case of producer cooperatives. *Journal of rural studies*, 44, 101-110.



## Structural Modeling of Changes and Transformations in Cooperatism in Iranian Society

Seyed Zia Hashemi<sup>1</sup> | Majid Fouladiyan<sup>2</sup> | Mahmoud Teimouri<sup>3\*</sup> | Mostafa Teimouri<sup>4</sup> | Seyed Ahmad Mir Mohammad Tabar<sup>5</sup>

1. Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: [Zhashemi@ut.ac.ir](mailto:Zhashemi@ut.ac.ir)
2. Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: [Fouladiyan@um.ac.ir](mailto:Fouladiyan@um.ac.ir)
3. Corresponding Author\*, Department of social sciences education, farhangian University, Tehran, Iran. Email: [teimouri.mahmoud@cfu.ac.ir](mailto:teimouri.mahmoud@cfu.ac.ir)
4. Department of Rural Development, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. Email: [m.teimoori1982@yahoo.com](mailto:m.teimoori1982@yahoo.com)
5. Department of Sociology, Arak University, Arak, Iran. Email: [a-mirmohamadtabar@araku.ac.ir](mailto:a-mirmohamadtabar@araku.ac.ir)

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article type:

Research Paper

#### Article History:

Received: 10 May 2025

Accepted: 27 November 2025

Published: 8 December 2025

#### Keywords:

Social Capital, Social Participation, Knowledge and Awareness, Cooperatism, Iranian Society.

**Introduction:** The aim of the research is to understand the changes and transformations in cooperatism (or the cooperative movement) in Iranian society. This process leads to presenting a realistic picture and image of the status of this moral value, serving as a necessary step for comprehending the state of cooperatism and providing a basis for correctly engaging in the process of social and cultural policymaking.

**Methodology:** The present research method is based on the secondary analysis of existing data. The statistical population for this data includes all citizens residing inside Iran. A random sample of 12,956 individuals was selected from this population across all provinces of the country. Based on the theoretical framework of the research, behavioral-attitudinal cooperatism was explained (or modeled) using the Structural Equation Modeling (SEM) method utilizing the AMOS software.

**Results:** The results of the Structural Equation Modeling test indicated a good fit of the model to the data. According to the proposed model, the issue of cooperatism in its attitudinal-behavioral dimension is influenced by various factors, including: The level of citizens' knowledge and awareness regarding cooperative companies. Attitude towards the cooperative and its performance. Perception of the moral values prevalent in society. History of membership and activity of individuals in various social institutions. Finally, citizens' social capital, which encompasses social relationships, interpersonal social trust, and institutional and generalized social trust.

**Conclusions:** The results indicate that despite the economic nature of cooperative companies in the current circumstances, their condition for success reverts to the social context within the society. Therefore, policymakers must focus on strengthening social infrastructures and institutional trust as a fundamental step for the development of cooperatism in Iran.

**Cite this article:** Hashemi, S.Z., Fouladiyan, M., Teimouri, M., Teimouri, M., Mir Mohammad Tabar, S.A. (2025). Structural Modeling of Changes and Transformations in Cooperatism in Iranian Society. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 14 (2), 20-45



© The Author(s). Publisher: University of Tabriz Press.



[10.22034/jeds.2025.66648.1866](https://doi.org/10.22034/jeds.2025.66648.1866)