

تحلیل عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت زنان روستایی در عملیات پس از برداشت محصولات کشاورزی (مطالعه موردی: دشت مغان)

میلاد جودی دمیرچی^{۱*}، مژده ملکی^۲ و یوسف حجازی^۳

تاریخ دریافت: ۱ تیر ۱۳۹۹ تاریخ پذیرش: ۳ شهریور ۱۳۹۹

چکیده

مشارکت زنان در فعالیتهای کشاورزی اهمیت بسیاری دارد. تحقیق حاضر با هدف تحلیل کانونی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت زنان روستایی در عملیات پس از برداشت محصولات کشاورزی در دشت مغان، سال (۱۳۹۷-۱۳۹۸)، به انجام رسید. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه باغداران دشت مغان (N=۱۳۰۳) بود که با استفاده از فرمول کوکران ۲۱۰ نفر از آنان به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. به منظور تعیین اعتبار پرسشنامه از دیدگاه متخصصان استفاده شد و همچنین پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (۰/۸۹) مورد تأیید قرار گرفت. متغیرهای وابسته تحقیق شامل حمل و نقل، انبار کردن، فرآوری، بسته‌بندی و بازاریابی بودند. عضویت در تعاونی تولید، شورای روستا، صندوق اعتبارات خرد و انجمن اولیا و مربیان نیز به عنوان متغیرهای مستقل مدنظر قرار گرفتند. نتایج نشان داد، باغدارانی که در تعاونی‌های تولید فعالیت می‌کردند، دارای مهارت‌های بازاریابی کمتری بودند، در حالی که باغداران عضو شورای روستا از مهارت‌های بالاتر برخوردار بودند. نتایج نشان می‌دهد که متغیر صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی در اثر همبستگی با متغیرهای کانونی بالغ بر ۵۰ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. پس از آن متغیر تعاونی تولید بالغ بر ۲۳ درصد از واریانس کل را از طریق همبستگی با متغیرهای کانونی تبیین می‌نمایند. با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر آموزش بیرونی (آموزشی همه‌جانبه اعضا و مدیران تعاونی توسط سازمان تعاون روستایی، جهاد کشاورزی، سازمان‌های مردم‌نهاد و غیره در زمینه فروش و بازاریابی محصولات خود) و آموزش درونی (یادگیری متقابل اعضای تعاونی‌ها و شوراهای روستایی از یکدیگر در زمینه بازاریابی و غیره)، ایجاد ارتباطات شبکه‌ای در سطح فردی (سرمایه اجتماعی) و در سطح نهادی (سرمایه سیاسی)، اتخاذ سیاست‌های حمایتی از بخش تعاون و شورای روستا (بیمه محصولات، بازاریابی، اعتبارات) و ایجاد زیرساخت‌ها با دخالت صندوق‌های خرد روستایی با حمایت‌های دولتی پیشنهاد می‌گردد.

کلمات کلیدی: پس از برداشت، تعاونی‌های کشاورزی، مشارکت اجتماعی، زنان روستایی

۱ - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کشاورزی، دانشگاه تهران

۲ - دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز

۳ - استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران

*-نویسنده مسئول: پست الکترونیک: miladjoodi@ut.ac.ir

مقدمه

شاخص توسعه جنسیتی نشان می‌دهد که طی سال‌های اخیر مشارکت اقتصادی زنان افزایش یافته است؛ با این حال هنوز هم تفاوت چشمگیری در سهم مشارکت زنان و مردان وجود دارد (مدرسی‌عالم و همکاران، ۱۳۹۶). این تفاوت در کشورهای در حال توسعه به مراتب بیشتر از کشورهای توسعه یافته است. در سال‌های اخیر نرخ مشارکت زنان در بازار کار افزایش یافته است. شواهد نشان می‌دهد که نرخ مشارکت آن‌ها از میزان ۹/۱ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۳/۷ درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده و پس از آن در سال ۱۳۹۳ به میزان ۱۲ درصد رسیده است. در سال ۱۳۹۵ وضعیت مشارکت بهبود یافته و به مقدار ۱۴/۹ رسیده است. در حال حاضر نرخ مشارکت اقتصادی زنان با مردان تا حدودی برابری می‌کند؛ به طوری که در سال ۱۳۹۵ میزان مشارکت اقتصادی زنان برابر ۱۴/۷ بوده است (درگاه آمار ملی ایران، ۱۳۹۵).

مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی در حوزه‌های مختلف خدمات، صنعت و کشاورزی حائز اهمیت است؛ اما نرخ مشارکت آن‌ها در تمامی این حوزه‌ها به طور متوازن توزیع نشده است. آمارها نشان می‌دهد که نرخ مشارکت زنان در بخش کشاورزی طی سال ۱۳۹۸ برابر ۲۱/۸ و برای مردان برابر ۱۸/۳ بوده است (درگاه آمار ملی ایران، ۱۳۹۵). این موضوع حاکی از آن است که بخش کشاورزی پتانسیل قابل توجهی برای مشارکت زنان دارد و در این زمینه نرخ مشارکت زنان با مردان برابری می‌کند. با توجه به آنکه بخش کشاورزی کاربر بوده و نیازمند حجم زیادی از فعالیتهای یدی می‌باشد، بهره‌گیری از نیروی کار مرد در مقایسه با نیروی کار زن در آن از کارایی بیشتری برخوردار است. شواهد میدانی نشان می‌دهد، آن بخش از فعالیتهای کشاورزی که نیازمند نیرو و انرژی کمتری است، به طور معمول توسط زنان

انجام می‌شود (اشرفی^۱، ۲۰۰۹؛ کولاول^۲ و همکاران، ۲۰۱۰؛ آکینتولا و فاکویا^۳، ۲۰۱۷). یکی از عمده‌ترین فعالیت‌ها در این خصوص، عملیات پس از برداشت محصولات می‌باشد. فعالیت‌های پس از برداشت بخش جدایی‌ناپذیری از نظام تولید غذا هستند و در برگیرنده یکسری عملیات از زمان برداشت تا تحویل آن به مصرف‌کننده می‌باشند. این فعالیت‌ها شامل برداشت، خشک کردن، بوجاری کردن (پاک کردن خاک و خاشاک از حبوبات و سایر محصولات)، ذخیره‌سازی، فرآوری، بسته‌بندی، عمل‌آوری، بازاریابی و حمل‌ونقل می‌باشند (عباس^۴ و همکاران، ۲۰۱۴). برای نمونه در افغانستان، زنان به اندازه مردان فعالیت‌های کشاورزی انجام می‌دهند و در کنار امور خانه، در فعالیت‌های کشاورزی که از نظر نیروی کار محدودتر^۵ است، شرکت می‌کنند (اشرفی، ۲۰۰۹). افزون بر این‌ها، شواهد جهانی نشان می‌دهد که بسته به مناطق جغرافیایی مختلف و نوع فعالیت‌های کشاورزی، زنان سهم مختلفی برای مشارکت در فعالیت‌ها دارند. آن‌ها می‌توانند حداقل ۲۰ درصد (مانند مناطقی از آمریکای لاتین) تا بیش از ۶۰ درصد (مانند موزامبیک) در فعالیت‌های کشاورزی سهمیه شوند. در کشورهای در حال توسعه این میزان در حدود ۴۳ درصد است (استراتون و گالاهر^۶، ۲۰۱۹). همچنین، طبق آمار سازمان بین‌المللی کار (۲۰۱۶)، بالغ بر ۶۰ درصد نیروی کار کشاورزی را در آسیای جنوبی و صحرای آفریقا، زنان تشکیل می‌دهند.

فعالیت‌های کشاورزی زنان در مقیاس کوچک به ندرت برای امرار معاش کفایت می‌کند، بنابراین آن‌ها به‌طور عمده به

۱ - Ashrafi

۲ - Kolawole

۳ - Akintola & Fakoya

۴ - Abass

۵ - labour-intensive activities

۶ - Stratton & Gallaher

کرمی‌دهکردی و بابایی (۱۳۹۶) با هدف تحلیل نیازهای اطلاعاتی زنان روستایی جهت مدیریت پایدار منابع طبیعی به این نتیجه رسیدند که زنان روستایی از طریق راهبردهای معیشت کشاورزی و غیر کشاورزی در تأمین معیشت خانوار خود مؤثر بودند. آنان در زمینه‌ی برداشت و فرآوری محصولات باغی و لبنی، بافت فرش با طرح‌های روز، فرصت‌های جدید اشتغال غیر کشاورزی، اشتغال در فعالیت‌های نوین کشاورزی، روش‌های مختلف حفاظت و احیای منابع طبیعی و محیط‌زیست و سطح سواد، نیاز به کسب اطلاعات و تقویت آگاهی و مهارت داشتند. همچنین لازم بود نگرش زیست‌محیطی آنان در زمینه‌ی مدیریت مناسب پسماندهای روستایی بهبود یابد. فراگیر نبودن ضعف جسمانی بین زنان روستایی ظرفیت مناسبی را فراهم نموده است تا با بهره‌گیری از نیروی انسانی کافی و برخورداری از سلامت جسمانی، زمینه افزایش سایر ظرفیت‌های آنان فراهم گردد. این نیازها ضرورت دانش‌افزایی زنان در زمینه‌های مذکور و فراهم نمودن شرایط لازم برای ایجاد و تقویت مهارت‌های لازم را نشان می‌دهد.

حجازی^۵ و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه خود نشان دادند که مهم‌ترین عامل‌های ارتباطی، منابع و داده‌های محلی می‌باشند. نتایج تحلیل همبستگی نشان دادند که رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار بین متغیر وابسته مشارکت و میزان استفاده از داده‌ها و منابع ارتباطی شامل منابع ارتباطی سازمانی و رسانه‌های جمعی وجود دارد. وثوقی و یوسفی‌آقابین (۱۳۸۴) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که رابطه‌ای منفی و معنی‌دار بین سن و تأهل زنان با مشارکت اجتماعی آن‌ها وجود دارد. همچنین، به این نتیجه رسیده‌اند که هر چه مقدار استفاده از کانال‌های ارتباطی بیش‌تر باشد، مشارکت نیز افزایش می‌یابد. همان‌طور که اشاره شد عوامل متعددی در کم و کیف مشارکت زنان روستایی در

فعالیت‌هایی دیگری در خارج از مزرعه می‌پردازند. بدین ترتیب، آن‌ها سایر اشکال سرمایه‌ای خود نظیر سرمایه‌های اجتماعی و انسانی را توسعه می‌دهند (هوپ و کورب^۱، ۲۰۱۳). عوامل اجتماعی متعددی در خصوص مشارکت زنان وجود دارد. برای نمونه سطح دانش، میزان مشارکت آن‌ها در تشکل‌ها، مهارت‌های اجتماعی و غیره از عوامل اجتماعی مهم در این زمینه به شمار می‌رود. در این راستا، محمد^۲ و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که زنان برای مشارکت در فعالیت‌های کشاورزی به‌طور عمده با مشکلات جدی مانند فقدان دانش تکنولوژیک، عدم توانایی در تصمیم‌گیری، محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی و عدم آموزش مواجه هستند. همچنین، ایدریسا^۳ و همکاران (۲۰۰۷) عوامل اجتماعی مشارکت زنان در بخش کشاورزی را مشتمل بر سن، تحصیلات و شغل اصلی آن‌ها دانسته‌اند. به نظر می‌رسد شغل به عنوان متغیری که بیانگر پایگاه اجتماعی زنان است، مورد توجه قرار گرفته است. در همین راستا، گیل^۴ و همکاران (۲۰۰۷)، پایگاه اجتماعی زنان را به‌عنوان مولفه مهمی در خصوص مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های کشاورزی مورد توجه قرار داده‌اند.

مطالعات تجربی متعددی در خصوص مشارکت اجتماعی زنان در فعالیت‌های اقتصادی انجام شده است که به چندین مورد از آنها در ادامه اشاره شده است:

حجازی و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی خود بر روی مشارکت زنان در فعالیت‌های پس از برداشت محصولات کشاورزی دریافتند که دوره‌های آموزشی - ترویجی و استفاده از کانال‌های ارتباطی به‌طور عمده بر مشارکت زنان در عملیات پس از برداشت مؤثر است.

۱ - Hoppe and Korb

۲ - Muhammad

۳ - Idrisa

۴ - Gill

فعالیت‌های پس از برداشت نقش دارند که هریک به نوبه خود می‌توانند در توسعه و افزایش مشارکت زنان روستایی نقش اساسی و مؤثری ایفا نمایند. در ایران به دلیل تنوع وضعیت اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و الگوی مشارکت زنان در فعالیت‌های کشاورزی، مشارکت زنان تحت تأثیر شرایط و عوامل مختلف فردی و اجتماعی قرار می‌گیرد که این اساسی‌ترین مشکل در نحوه و میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های پس از برداشت محصولات کشاورزی است.

با توجه به آنچه مطرح شد، تحقیق حاضر درصدد بررسی و شناخت عوامل تأثیرگذار بر کم و کیف مشارکت زنان روستایی در فعالیت‌های پس از برداشت محصولات کشاورزی می‌باشد. در این راستا، اهداف اختصاصی تحقیق عبارتند از: بررسی وضعیت عوامل اجتماعی در نمونه مورد مطالعه، بررسی وضعیت فعالیت زنان روستایی مورد مطالعه در فعالیت‌های پس از برداشت و یافتن ترکیبات خطی از متغیرهای مستقل و وابسته تبیین‌کننده روابط نسبی عوامل اجتماعی و مشارکت در فعالیت‌های پس از برداشت است. ضرورت انجام این مطالعه از آن جهت است که شناخت عوامل مؤثر بر مشارکت زنان روستایی در فعالیت‌های پس از برداشت محصولات کشاورزی زمینه‌آرائه راهکارهای مؤثری را به‌منظور افزایش جلب مشارکت آنان در فعالیت‌های پس از برداشت محصولات کشاورزی را فراهم می‌کند. همچنین، این مطالعه از آن جهت حائز اهمیت است که می‌تواند با بررسی این مجموعه عوامل وضعیت مشارکت زنان را در فعالیت‌های پس از برداشت تعیین نماید.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی می‌باشد و با هدف تحلیل کانونی عوامل اجتماعی و مشارکت زنان روستایی در عملیات پس از برداشت محصولات کشاورزی (در دشت مغان) انجام گردید. مساحت ۱۵۵۴ کیلومترمربع، شمالی‌ترین شهرستان

استان می‌باشد؛ که از لحاظ موقعیت ریاضی بین ۳۹ درجه و ۲۰ دقیقه تا ۳۹ درجه و ۴۲ دقیقه عرض شمالی و ۴۷ درجه و ۳۰ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده و از سطح دریا به‌طور متوسط ۴۵ متر ارتفاع دارد. این شهرستان از شمال به رودخانه ارس و جمهوری آذربایجان، از غرب به شهرستان کلبردر استان آذربایجان شرقی، از شرق به جمهوری آذربایجان و از جنوب و جنوب غربی به شهرستان‌های بیله سوار و گرمی محدود می‌گردد. همچنین با توجه به اینکه پژوهش در یک مقطع زمانی خاص و معین انجام گرفته است. از لحاظ افق زمانی، از نوع پژوهش‌های تک مقطعی هست؛ و به لحاظ آماری و داده‌پردازی از نوع توصیفی و علی-مقایسه‌ای است. این تحقیق با توجه به هدف کلی و اختصاصی در دو فاز مطالعات کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی و مطالعات میدانی انجام شده است. در جمع‌آوری داده‌های میدانی از فن پیمایش استفاده گردید. پس از تعیین مسئله و تدوین اهداف به‌مرور ادبیات سوابق پرداخته شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه باغداران دشت مغان شامل (N=۱۲۵۰) بود که با استفاده از فرمول کوکران به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند (N=۲۱۰). پرسشنامه‌ی پژوهش محقق ساخته بود که با بررسی منابع مختلف تدوین گردیده است. متغیر مستقل تحقیق شامل عوامل اجتماعی و متغیر وابسته شامل فعالیت‌های پس از برداشت محصولات باغی هست. در این تحقیق برای سنجش عوامل اجتماعی از چهار گویه در مقیاس پنج طیفی لیکرت (۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) استفاده شده است که در انتها حاصل جمع پاسخ‌های داده‌شده به گویه‌ها، نمره متغیرها در مقیاس فاصله‌ای به‌دست‌آمد. به‌منظور تعیین روایی پرسشنامه از نظر متخصصان استفاده شد و مقدار پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش، اطلاعات به‌دست‌آمده از پرسشنامه با کمک روش‌های توصیفی و استنباطی و استفاده نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی، از آماره‌هایی

جدول (۴).

نظیر فراوانی، درصد و میانگین و در بخش آمار استنباطی از روش تحلیل همبستگی کانونی استفاده گردید. همبستگی کانونی یا متعارف، شکل تعمیم یافته رگرسیون چندگانه است که بیش از یک متغیر وابسته را به معادله پیش بینی اضافه می کند یادآوری می شود که ضریب همبستگی چندگانه بین «بهترین» ترکیب متغیرهای مستقل و یک متغیر وابسته را نشان می دهد. همبستگی کانونی، تحلیل را به بیش از یک متغیر وابسته توسعه می دهد، به عبارت دیگر، در تحلیل همبستگی کانونی، چند متغیر مستقل و چند متغیر وابسته وجود دارد. این ضریب هم چنین تأثیر نسبی هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته را در همبستگی کانونی نشان می دهد، بنابراین شما می توانید مشاهده کنید که کدام متغیر در روابط بین مجموعه نمرات، بیشترین اهمیت را دارد.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس طبقات سنی

متغیر	میانگین	کمینه	بیشینه
سن	۴۱/۴۲	۱۸	۷۸
سابقه کار	۱۷/۱۳	۲	۴۸
تعداد اعضا خانواده	۳/۸۱	۲	۸
تعداد فرزند	۳/۸۱	۲	۸

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس وضعیت تأهل

وضعیت تاهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۱۹	۹
متاهل	۱۶۶	۷۹
بیوه	۲۵	۱۱/۹
جمع	۲۱۰	۱۰۰

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان تحصیلات

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
بی سواد	۵۰	۲۳/۸
زیر سیکل	۳۷	۱۷/۶
سیکل	۳۳	۱۵/۷
دیپلم	۵۹	۲۸/۱
فوق دیپلم	۱۳	۶/۲
لیسانس و بالاتر	۱۸	۸/۶
کل	۲۱۰	۱۰۰

جدول ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس شغل

نوع شغل	فراوانی	درصد فراوانی
خانه دار	۷۷	۳۶/۷
باغدار	۵۷	۲۷/۱
دامدار	۷	۳/۳
پرورش دهنده طیور	۱۱	۵/۲
تولید کننده صنایع دستی	۲۵	۱۱/۹
کارمند	۱۵	۷/۱
کارگر کشاورزی	۱۲	۵/۷
محصل	۶	۲/۹
کل	۲۱۰	۱۰۰

یافته‌ها و بحث

یافته‌های حاصل از آمار توصیفی در خصوص توزیع فراوانی پاسخگویان نشان داد که میانگین سن باغداران مورد مطالعه ۴۱/۴۲ و بیشینه سن ۷۸ و کمینه سن برابر با ۱۸ سال بوده است. با توجه به یافته‌ها، و میانگین سابقه کار کشاورزی زنان نیز ۱۷/۴۷ سال و میانگین تعداد اعضای خانوار آن‌ها ۳/۷۴ نفر و میانگین تعداد اعضای فرزندان خانوار ۲/۴۱ نفر بوده است جدول (۱). یافته‌های تحقیق نشان می دهد که بیشترین فراوانی در بخش وضعیت تاهل مربوط است به زنان متأهل با فراوانی ۷۹ درصد و کمترین فراوانی مربوط به زنان مجرد با فراوانی ۹ درصد است (جدول ۲). یافته‌های حاصل از توصیف توزیع فراوانی پاسخگویان نشان داد که بیشترین فراوانی مربوط به مدرک تحصیلی دیپلم (۲۸/۱ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به مدرک فوق دیپلم (۶/۲ درصد) می باشد. جدول (۳) بر اساس نتایج بیشترین فراوانی مربوط به زنان خانه دار با ۳۶/۷ درصد و کمترین فراوانی مربوط به زنان محصل با ۲/۹ درصد می باشد.

نتایج به دست آمده از تحقیق در رابطه با اولویت بندی گویه‌های تبیین کننده میزان مشارکت زنان روستایی در

فعالیت‌های پس از برداشت محصولات باغی بیانگر آن است که گویه حمل‌ونقل دارای سه بعد است که فعالیت زنان در حمل بار از باغ تا انبار اولویت اول را به خود اختصاص داده و چیدن جعبه‌های میوه در ماشین حمل بار اولویت آخر را دارد. همچنین گویه انبار کردن دارای چهار بعد است که انبار کردن مواد غذایی برای خانه به ترتیب اولویت اول و آماده کردن انبار اولویت آخر را به خود اختصاص داده است (جدول ۶).

جدول ۵. فراوانی و درصد متغیرهای حمل و نقل

میانگین رتبه‌ای	حمل و نقل					اصلاً	گویه
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۲/۵۸	۱/۹	۱۱/۴	۱۴/۸	۱۵/۷	۲۷/۱	۲۹	درصد
	۴	۲۴	۳۱	۳۳	۵۷	۶۱	فراوانی نسبی
۲/۲۹	۲/۳	۷/۱	۱۵/۲	۱۲/۴	۳۰	۲/۳	درصد
	۱۵	۱۵	۳۲	۲۶	۶۳	۷۴	فراوانی نسبی
۲/۲۵	۳/۳	۵/۷	۱۰/۵	۱۳/۳	۲۷/۱	۴۰	درصد
	۷	۱۲	۲۲	۲۸	۵۷	۸۴	فراوانی نسبی

مقیاس: طیف لیکرت: اصلاً ۰، خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، خیلی زیاد ۵.

جدول ۶. فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای انبار کردن

میانگین رتبه‌ای	انبار کردن					اصلاً	گویه
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۳/۷۵	۷/۱	۲۹/۵	۲۷/۶	۱۳/۳	۱۱/۴	۱۱	درصد
	۱۵	۶۲	۵۸	۲۸	۲۴	۲۳	فراوانی نسبی
۳/۳۴	۳/۸	۱۴/۳	۳۵/۲	۱۸/۶	۱۵/۲	۱۲/۹	درصد
	۸	۳۰	۷۴	۳۹	۳۲	۲۷	فراوانی نسبی
۳/۲۹	۳/۸	۱۸/۱	۳۰/۵	۱۴/۳	۱۷/۶	۱۵/۷	درصد
	۸	۳۸	۶۴	۳۰	۳۷	۳۳	فراوانی نسبی
۳/۱۲	۸	۳۴	۴۷	۴۱	۴۶	۳۴	درصد
	۳/۸	۱۶/۲	۲۲/۴	۱۹/۵	۲۱/۹	۱۶/۲	فراوانی نسبی

مقیاس: طیف لیکرت: اصلاً ۰، خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، خیلی زیاد ۵.

جدول ۷. فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای بازاریابی

میانگین رتبه‌ای	بازاریابی					اصلاً	گویه
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۲/۸۴	۳/۳	۹/۵	۲۱/۹	۲۲/۹	۱۸/۱	۲۴/۳	درصد
	۷	۲۰	۴۶	۴۸	۳۸	۵۱	فراوانی نسبی
۲/۸۲	۲/۹	۱۸/۴	۱۸/۶	۲۳/۳	۱۸/۱	۲۴/۸	درصد

۶	۲۴	۳۹	۴۹	۳۸	۵۲	فراوانی نسبی	تولیدی از طریق خرده‌فروشی (فروش پس از فراوری)
---	----	----	----	----	----	--------------	---

مقیاس: طیف لیکرت: اصلاً ۰، خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، خیلی زیاد ۵.

جدول ۸. فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای بسته‌بندی

بسته‌بندی							
میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	اصلاً	گویه
۲/۹۷	۴/۳	۱۲/۴	۲۰/۵	۲۰	۲۴/۸	۱۸/۱	درصد بسته‌بندی فرآورده‌های تولیدی
	۹	۲۶	۴۳	۴۲	۵۲	۳۸	فراوانی نسبی
۲/۷۷	۵/۷	۹	۱۴/۳	۲۱	۲۷/۱	۲۲/۹	درصد وزن کردن بسته‌ها یا جعبه‌ها
	۱۲	۱۹	۳۰	۴۴	۵۷	۴۸	فراوانی نسبی
۳/۵۰	۱۱	۱۸/۱	۲۲/۴	۱۸/۶	۱۸/۱	۱۱/۹	درصد جدا کردن میوه سالم از ناسالم
	۲۳	۳۸	۴۷	۳۹	۳۸	۲۵	فراوانی نسبی
۳/۱۵	۴/۸	۱۵/۲	۲۳/۸	۱۸/۶	۲۱/۴	۱۶/۲	درصد درجه‌بندی کردن محصولات
	۱۰	۳۲	۵۰	۳۹	۴۵	۳۴	فراوانی نسبی

مقیاس: طیف لیکرت: اصلاً ۰، خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، خیلی زیاد ۵.

جدول ۹. فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای فراوری

فراوری							
میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	اصلاً	گویه
۳/۹۲	۱۱/۹	۲۱/۴	۳۶/۲	۱۳/۸	۱۱	۵/۷	درصد تهیه خشکبار
	۲۵	۴۵	۷۶	۲۹	۲۳	۱۲	فراوانی نسبی
۴/۶۸	۲۹/۵	۳۱/۴	۲۳/۸	۹/۵	۴/۳	۱/۴	درصد تهیه ترشی و خیار شور
	۶۲	۶۶	۵۰	۲۰	۹	۳	فراوانی نسبی
۴/۶۱	۲۴/۳	۳۸/۶	۲۰/۵	۹/۵	۴/۸	۲/۴	درصد تهیه مربا
	۵۱	۸۱	۴۳	۲۰	۱۰	۵	فراوانی نسبی
۳/۵۸	۷/۶	۱۳/۳	۳۴/۳	۲۲/۹	۱۷/۶	۴/۳	درصد پاک کردن حبوبات و سبزیجات
	۱۶	۲۸	۷۲	۴۸	۳۷	۹	فراوانی نسبی
۳/۵۲	۸/۱	۱۱	۳۴/۸	۲۴/۳	۱۴/۸	۷/۱	درصد خشک کردن سبزیجات
	۱۷	۲۳	۷۳	۵۱	۳۱	۱۵	فراوانی نسبی
۴/۲۶	۲۵/۲	۲۷/۶	۱۷/۱	۱۳/۸	۱۰	۶/۲	درصد تهیه لواشک
	۵۳	۵۸	۳۶	۲۹	۲۱	۱۳	فراوانی نسبی
۳/۲۳	۸/۱	۹	۲۸/۶	۲۲/۹	۱۴/۸	۱۶/۷	درصد تمیز کردن سبزی‌های ریشه‌ای
	۱۷	۱۹	۶۰	۴۸	۳۱	۳۵	فراوانی نسبی
۳/۱۲	۶/۷	۸/۶	۲۴/۸	۲۴/۳	۲۱/۴	۱۴/۳	درصد خشک کردن و ذخیره علوفه
	۱۴	۱۸	۵۲	۵۱	۴۵	۳۰	فراوانی نسبی

مقیاس: طیف لیکرت: اصلاً ۰، خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، خیلی زیاد ۵.

گویه فرآوری دارای هشت بعد است که تهیه خشکبار توسط زنان در اولویت اول قرار دارد. همچنین گویه بسته‌بندی دارای

۰/۰۲۷	۱/۷۱۳	۰/۸۴۶	ویلکز ^۲
		۰/۱۰	ری ^۴

میزان ضریب همبستگی کانونی در ریشه اول برابر با ۰/۳۳ است و دارای مقدار ویژه ۰/۱۲۲ است. نتایج بررسی ریشه‌های باقیمانده نشان داد که تنها ریشه اول معنی‌دار بوده است و سه ریشه بعدی از نظر آماری معنی‌دار نیستند بر این اساس تابع کانونی به شرح زیر و بر مبنای ریشه اول استخراج شد.

$$(1) \quad -۰/۳۴y_۱ = -۰/۵۲x_۴ + ۰/۴۲x_۳ - ۰/۴۵x_۲ - ۰/۴۷x_۱$$

$$۰/۵۴y_۲ + ۰/۸۷y_۴ - ۰/۴۱y_۵$$

در حالی که بر این اساس مشخص شد که باغدارانی که در تعاونی تولید فعالیت دارند از مهارت‌های کمتری در بازاریابی برخوردار بوده در عضویت در شورای روستا بر روی این مهارت اثر بالایی را نشان می‌دهد.

در تابع فوق، $x_۱$ بیانگر متغیر مستقل عضویت در تعاونی تولید، $x_۲$ بیانگر متغیر مستقل عضویت در شورای روستا، $x_۳$ بیانگر متغیر مستقل عضویت در صندوق اعتبارات خرد، $x_۴$ بیانگر متغیر مستقل عضویت در انجمن اولیا و مربیان است. همچنین در تابع فوق، $y_۱$ بیانگر متغیر وابسته مشارکت در حمل‌ونقل، $y_۲$ بیانگر متغیر وابسته مشارکت در انبار کردن، $y_۳$ بیانگر متغیر وابسته مشارکت در فراوری، $y_۴$ بیانگر متغیر وابسته مشارکت در بسته‌بندی، $y_۵$ بیانگر متغیر وابسته مشارکت در بازاریابی می‌باشد.

بر اساس نتایج جدول ۱۰، آماره‌های پیلایی، هتلینگ، ویلکز در سطح ۵ درصد معنی‌دار هستند. این موضوع نشان می‌دهد بین مجموعه متغیر مستقل شامل عضویت در تعاونی تولید، شورای روستا، صندوق اعتبارات خرد و انجمن اولیا و مربیان و متغیرهای وابسته شامل مشارکت در حمل‌ونقل، انبار کردن، فراوری، بسته‌بندی و بازاریابی از نظر آماری تفاوت معنی‌داری

چهار بعد است که بسته‌بندی فراورده‌های تولیدی اولویت اول و درجه‌بندی کردن محصولات اولویت آخر را دارد و در رابطه با گویه بازاریابی به ترتیب، فروش مازاد تولیدات از طریق خرده‌فروشی (فروش تازه محصولات)، اولویت اول و فروش فراورده‌های تولیدی از طریق خرده‌فروشی (فروش پس از فراوری)، اولویت بعدی را به خود اختصاص داده است.

آمار استنباطی

تحلیل همبستگی کانونی، از جمله روش‌های تحلیل چند متغیره هست که ابتدا توسط هتلینگ در سال ۱۹۳۶ ارائه گردید. از آنجا که همبستگی کانونی جزو روش‌های چندگانه خطی محسوب می‌گردد، بنابراین مفروضاتی که در این‌گونه روش‌های آماری نظیر، خطی بودن روابط، هم‌وابستگی، فاصله‌ای یا شبه‌فاصله‌ای بودن داده‌ها و غیره وجود دارد، در مورد این روش نیز صادق می‌باشد. محاسبه تحلیل همبستگی کانونی نیاز به دودسته از متغیرها دارد. یک دسته متغیرهای مستقل و دسته دیگر متغیرهای وابسته. در این پژوهش متغیرهای مستقل شامل ۴ بعد (تعاونی تولید، شورای روستا، صندوق اعتبارات خرد، انجمن اولیا و مربیان) و متغیرهای وابسته شامل ۵ بعد (حمل‌ونقل، انبار کردن، فراوری، بسته‌بندی، بازاریابی) می‌باشد. نتایج آزمون‌های بررسی معنی‌داری ریشه‌ها نشان می‌دهد که اولین ریشه کانونی استخراج‌شده معنی‌دار است.

جدول ۱۰. آزمون‌های چند متغیره در سطح معنی‌داری مدل عوامل

مشارکت زنان			
آزمون‌ها	مقدار	تقریب آماره F	سطح معنی‌داری
پیلایی ^۱	۰/۱۵۹	۱/۶۸۹	۰/۰۳۰
هتلینگ ^۲	۰/۱۷۳	۱/۷۳۱	۰/۰۲۴

۳- Wilks

۴- Roys

۱- Pillais

۲- Hotellings

بالاتری را نسبت به دیگر متغیرها به خود اختصاص داده است. در رتبه‌های بعدی به ترتیب توزیع تابع کانونی متغیر مشارکت در تعاونی تولید و مشارکت در شورای روستا قرار دارند.

وجود دارد. بدین ترتیب می‌توان دریافت که مدل آماری حاصل از تحلیل کانونی قابل انجام می‌باشد.

ضرایب کانونی استاندارد شده نشان می‌دهد که در بین چهار تابع کانونی استخراج شده، متغیر مشارکت در صندوق اعتبارات خرد بیشترین سهم را در ایجاد اولین همبستگی کانونی برخوردار است. پس از آن متغیر مشارکت در انجمن اولیا و مربیان سهم

جدول ۱۱. ضریب کانونی استاندارد شده مربوط به متغیرهای مستقل

متغیر	۱	۲	۳	۴
تعاونی تولید	-۰/۴۷۳	-۰/۴۵۹	۰/۸۴۰	-۰/۰۲۱
شورای روستا	-۰/۴۵۳	۰/۳۱۳	-۰/۲۲۰	۰/۸۹۲
صندوق اعتبارات خرد	-۰/۶۴۰	-۰/۰۱۹	-۰/۷۲۳	-۰/۳۸۴
انجمن اولیا و مربیان	۰/۵۲۳	-۰/۸۵۴	-۰/۴۰۵	۰/۰۵۷

جدول ۱۲. همبستگی بین متغیرهای مستقل

متغیر	۱	۲	۳	۴
تعاونی تولید	-۰/۵۹	-۰/۶۱	۰/۵۲	۰/۰۴
شورای روستا	-۰/۳۳	۰/۰۵	-۰/۱۹	۰/۹۲
صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی	-۰/۷۱	-۰/۲۱	-۰/۵۲	-۰/۴۱
انجمن اولیا و مربیان	۰/۲۱	-۰/۸۵	-۰/۳۳	۰/۳۲

مشارکت زنان روستایی در عملیات پس از برداشت محصولات باغی بود. طبق نتایج حاصل از آزمون‌های تحلیل کانونی مشخص شد که زنان باغداری که در تعاونی تولید فعالیت دارند از مهارت‌های کمتری در بازاریابی برخوردار بوده‌اند. این یافته با نتایج تحقیقات نجفی (۱۳۹۳)، مطابقت دارد. در واقع، به نظر می‌رسد، تعاونی‌های تولیدی در امر بازاریابی و فروش محصولات کارکرد مناسبی نداشته و از سویی دیگر با توجه به این امر که یکی از کارکردهای تعاونی‌ها آموزش اعضا می‌باشد نتوانسته‌اند آموزش‌های لازم را در خصوص قدرت فروش کلی و یکجای محصولات را بالا برده و مهارت بازاریابی و چانه‌زنی در بازار را به اعضای خود انتقال دهند. در خصوص یافته حاضر پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد:

- آموزش بیرونی (آموزشی همه‌جانبه اعضا و مدیران تعاونی توسط اداره تعاون، جهاد کشاورزی و سازمان‌های ترویجی و

جدول ۱۲ نشان می‌دهد که متغیر صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی در اثر همبستگی با متغیرهای کانونی بالغ بر ۵۰ درصد^۲ (۰/۷۱) از واریانس کل را تبیین می‌کند. پس از آن متغیر تعاونی تولید بالغ بر ۲۳ درصد^۲ (۰/۵۹) از واریانس کل را از طریق همبستگی با متغیرهای کانونی تبیین می‌نمایند. پس از دو متغیر فوق، متغیر صندوق اعتبارات خرد با یازده درصد^۲ (۰/۳۳) از واریانس کل را از طریق همبستگی با متغیرهای کانونی تبیین کرده است. متغیر انجمن اولیا و مربیان در اثر همبستگی با متغیرهای کانونی میزان ۴ درصد^۲ (۰/۲۱) و کمترین میزان از واریانس کل را تبیین کرده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر

غیره در زمینه فروش و بازاریابی محصولات خود) و آموزش درونی (یادگیری متقابل اعضای تعاونی‌ها و شوراهای روستایی از یکدیگر در زمینه بازاریابی و غیره)، ایجاد ارتباطات شبکه‌ای در سطح فردی (سرمایه اجتماعی) و در سطح نهادی (سرمایه سیاسی)، اتخاذ سیاست‌های حمایتی از بخش تعاون و شورای روستایی (بیمه محصولات، بازاریابی، اعتبارات).

- توجه به کارکردها و خدمات تعاونی‌های کشاورزی که در اساسنامه مدنظر می‌باشد، به‌خصوص کارکردهای تولیدی، اطلاع‌رسانی و بازاریابی و آموزشی تعاونی‌های کشاورزی بسیار مهم می‌باشد و باید در رأس برنامه‌های مربوط به بخش تعاون قرار گیرد.

- برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران، مدیران و متصدیان بخش تعاون، باید سیاست‌هایی را در جهت تقویت عملکردهای پیش‌بینی‌شده این بخش در اساسنامه معطوف دارند. دولت باید در جهت افزایش مشارکت و دخالت نیازهای تعاونی‌ها در سیاست‌های خود حرکت کند. تمامی سیاست‌های دولتی باید مطابق با شرایط هر منطقه در جهت تأمین اعتبارات و نهاده‌ها، خرید تضمینی و بیمه محصولات، آموزش اعضا و مدیران و حذف واسطه‌ها و دلالتان صورت گیرد و از تصویب و ابلاغ سیاست‌های کلی و نامربوط پرهیز گردد.

همچنین طبق نتایج تحلیل کانونی مشخص شد که عضویت در شورای روستایی سبب بهبود فرآیندهای فرآوری شده است. این یافته با نتایج تحقیقات ایدریسا (۲۰۰۷)، گیل و همکاران (۲۰۰۷) و حجازی و همکاران (۱۳۹۰) مطابقت دارد. به نظر می‌رسد، با افزایش تعامل اجتماعی و مشارکت زنان در تشکلهای عضوپذیر به‌عنوان یک کانال ارتباطی مؤثر، دسترسی آن‌ها به منابع تولیدی را افزایش دهد، آن‌ها را با اجتماع و حقوق اجتماعی خود آشنا کرده و به توانمندسازی آن‌ها کمک می‌کند که خود باعث پذیرش مسئولیت و افزایش مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های پس از برداشت می‌گردد. از آنجایی که در کل نقش

بخش دولتی در عملکرد پس از برداشت محصولات کشاورزی (حمل‌ونقل، انبار کردن، فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی) بسیار مهم و تأثیرگذار است که برای جذب حمایت دولتی، تنها راه هم‌افزایی ۱ (کل، از مجموع تک‌تک اجزای تشکیل‌دهنده بیشتر است) از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی و در نهایت ایجاد سرمایه و صدای سیاسی (از طریق شوراهای روستایی و تعاونی‌های تولیدی) می‌باشد. در این خصوص پیشنهاد می‌گردد با عضویت افراد در تشکلهای عضو دار نظیر شوراهای روستایی و تعاونی‌های تولیدی موجبات تقویت کمیت و کیفیت ارتباطات بین افراد، میزان سرمایه اجتماعی این نهادها شده و در نتیجه صدای سیاسی افراد برای تأثیرگذاری بر تصمیمات اتخاذشده در مورد آن‌ها گردد.

با توجه به ضریب کانونی استانداردشده در یافته‌ها متغیر مشارکت اعتبارات خرد بیشترین سهم را در ایجاد اولین همبستگی کانونی برخوردار است. طبق این یافته مشخص می‌شود که کنش اجتماعی مشارکتی زنان، به‌طور گسترده مستلزم این است که اعضا و افراد ذینفع از قدرت جمعی و مشترک برخوردار باشند که با تأسیس صندوق‌های اعتباری خرد و ماهیت مشارکتی آن، این امکان برای زنان روستایی فراهم آمده است. به نظر می‌رسد با تأسیس صندوق‌های اعتباری خرد، زنان روستایی با حضور در جلسات بحث و گفت‌وگو با دیگر اعضا و حضور در جلسات هفتگی، ضمن ارتقاء مهارت خود از برآیند مهارت‌های فردی و جمعی در پیدا کردن راه‌حل‌های گوناگون جهت حل مشکل بهره می‌برند. طبق یافته حاضر پیشنهاد می‌شود:

- صندوق‌های اعتباری خرد زنان روستایی با حمایت‌های دولتی در راستای خدمات زیرساختی (ایجاد جاده‌ها و شبکه‌های ارتباطی، صنایع تبدیلی و فرآوری، سیستم آبیاری مکانیزه،

یکپارچگی اراضی، ایجاد انبار ذخیره محصولات و بازار فروش مطمئن) قرار گیرند.

- از زنان باسواد که تحصیلات بالایی دارند و رهبران محلی به منظور گسترش فرهنگ مشارکت نیز کمک گرفته شود. نتایج به دست آمده از تحقیق در رابطه با اولویت بندی گویه های تبیین کننده میزان مشارکت زنان روستایی در فعالیت های پس از برداشت محصولات باغی بیانگر آن است که گویه حمل و نقل دارای سه بعد است که فعالیت زنان در حمل بار از باغ تا انبار اولویت اول را به خود اختصاص داده است. بنابراین، باید جهت حمل و نقل سالم میوه ها موارد ایمنی از چیدن میوه تا انبار رعایت گردد.

در رابطه با انبار کردن محصولات باغی گویه انبار کردن مواد غذایی برای خانه اولویت اول را به خود اختصاص داده است. بنابراین از آنجا که بسیاری از محصولات باغی بلافاصله پس از برداشت مصرف نمی شوند و لازم است آن ها را برای مدتی کم و بیش طولانی ذخیره نمود، بنابراین لازم است در ذخیره نمودن آن ها دقت بسیار شود و با نگهداری آن ها در محل های مناسب، آن ها را در برابر عوامل فساد و کاهش دهنده کیفیت محافظت نمود.

بر مبنای یافته ها، از جمله فعالیت های پس از برداشت محصولات، مقوله بسته بندی است. بنابراین با توجه به تغییر و تحولات و پیشرفت های فناورانه متعدد که در صنایع وابسته به بسته بندی بخصوص چاپ ایجاد شده است، باعث شده که بسته بندی علاوه بر نقشی که در نگهداری مواد دارد به عنوان یکی از عوامل پویا و مؤثر بر فروش مواد غذایی در بازار جهانی محسوب گردد؛ بنابراین پیشنهاد می شود که برای یک بسته بندی خوب عناصر مختلفی برای جذب مشتری استفاده شود که برخی از آن ها عبارتند از: جذابیت در نام، طراحی زیبا، تبلیغات و قیمت مناسب هست. همچنین در رابطه با گویه بازاریابی، فروش مازاد تولیدات از طریق خرده فروشی (فروش تازه محصولات)، اولویت

اول را به خود اختصاص داده است. با توجه به اینکه بازاریابی محصولات کشاورزی انواع خدماتی را شامل می شود که بعد زمانی و بعد مکانی را مرتفع ساخته است. خدمات بازاریابی موجب می شود تا ذوق و سلیقه مصرف کننده از طریق علائم بازار، به تولید کننده واحدهای فراوری و تأمین کننده های نهادهای کشاورزی انتقال یابد؛ بنابراین وجود یک سیستم کارا در بازاریابی محصولات باغی، خود به عنوان ابزاری مؤثر، منجر به افزایش تولیدات این بخش می شود که با پژوهش های امیری و همکاران (۱۳۹۶)، مطابقت دارد. از آنجا که خدمات بازاریابی منجر به ثبات بیشتر تولید و مصرف محصولات باغی منجر می شود، پیشنهاد می گردد:

۱. تا دولت ها از ارائه چنین خدماتی پشتیبانی نموده و ضمن کمک به رشد واحدهای بازاریابی به تحکیم ساختار آن همت گمارند.

۲. تحول اساسی در نظام بازار رسانی محصول با حمایت دولت و مشارکت باغداران از طریق تعاونی ها یا اتحادیه های محلی در مناطق عمده تولید استان: خدماتی که این اتحادیه ها در سطح استان می توانند به اعضا خود عرضه نمایند، عبارت اند از: اعطای تسهیلات، آموزش در زمینه های مختلف تولید و خدمات بازاریابی، فعالیت در امور خرید، نگهداری و فروش محصول و غیره.

۳. تأسیس مراکز خدمات بازاریابی مجهز به فناوری های جدید مانند مراکز درجه بندی، بسته بندی، انبار و سردخانه های مجهز و مدرن.

۴. خرید ماشین آلات درجه بندی توسط دولت یا شرکت ها و سازمان های مربوطه و واگذاری آن ها به عمده فروشان یا تعاونی باغداران.

منابع

- وشوقی، م. یوسفی آقابین، ی. ۱۳۸۴. پژوهشی جامعه شناختی در زمینه مشارکت اجتماعی زنان روستایی روستای آگکند شهرستان میانه، نامه علوم اجتماعی، ۲۵ (۲۵): ۱۳۹-۱۲۳
- Abass, A. B., Ndunguru, G., Mamiro, P., Alenkhe, B., Mlingi, N., and Bekunda, M. 2014. Post-harvest food losses in a maize-based farming system of semi-arid savannah area of Tanzania. *Journal of stored products research*, 57: 49-57.
- Akintola, S. L., and Fakoya, K. A. 2017. Small-scale fisheries in the context of traditional post-harvest practice and the quest for food and nutritional security in Nigeria. *Agriculture and Food Security*, 6(1), 34.
- Ashrafi, H., 2009. Gender dimension of agriculture and rural employment: special focus on Afghan rural women's access to agriculture and rural development sector. Paper presented at the FAO-IFAD-ILO Workshop on Gaps, trends and current research in gender dimensions of agricultural and rural employment: differentiated pathways out of poverty. 31 March – 2 April 2009, Rome, Italy.
- Asian Productivity Organization. 2006. Post-harvest management of Fruit and Vegetables in AsiaPacific Region. Retrieved January 2 2010, from [http://www.apo-tokyo.org/00e-books/AG18_Post Harvest/AG-18_Post Harvest.pdf](http://www.apo-tokyo.org/00e-books/AG18_Post_Harvest/AG-18_Post_Harvest.pdf)
- Gill, J. K., Dhillon, M. K., and Sidhu, M. K. 2007. Women in agriculture: Impact of their participation on the home environment. *International Journal of Rural Studies*, 14(1), 1-7.
- Hejazi, Y., MIRTORABI, M. S., and Hosseini, S. M. 2011. Communication factors influencing rural women's participation in post harvest activities (A case study of women in Asara, Karaj).
- Hoppe, R. A., and Korb, P. 2013. Characteristics of women farm operators and their farms. In J. Wallace and امیری، ز. فتاحی، ا. رفیعی، ح. ۱۳۹۶. بررسی بازار محصولات کشاورزی با تأکید بر سهم عوامل مختلف از منابع بازار (مطالعه موردی بازار انار استان یزد)، اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۲۵ (۳): ۱۱۹-۱۳۶.
- حجازی، ی. میرترابی م، حسینی، م. ۱۳۹۰. مشارکت زنان روستایی در فعالیت‌های پس از برداشت محصولات کشاورزی مطالعه موردی بخش آسارا شهرستان کرج، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲-۴۲ (۱): ۱۱۷-۱۲۸.
- فتاحی مقدم، ج. ۱۳۹۵. مدیریت انبارهای معمولی مرکبات. موسسه تحقیقات علوم باغبانی، پژوهشکده مرکبات و میوه‌های نیمه گرمسیری کشور، دفتر شبکه ملی تلویزیونی کشاورزی و مدیریت دانش، نشر آموزش کشاورزی، چاپ اول.
- کرمی‌دهکردی، ا. و بابایی، ر. ۱۳۹۶. تحلیل نیازهای اطلاعاتی زنان روستایی جهت مدیریت پایدار منابع طبیعی (مطالعه موردی در حوزه آبخیز قزل تپه استان زنجان)، علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۴ (۱): ۱۸۴-۱۶۳.
- درگاه آمار ملی ایران، ۱۳۹۵. شاخص‌های کلیدی، قابل دسترس <https://www.amar.org.ir> در: (۱۳۹۹)
- مدرسی‌عالم، ز، داودی، آ. ۱۳۹۶. واکاوی مشارکت زنان در ایران، مجله اقتصادی. ۱۰: ۱۳۸-۱۱۱.
- نجفی، ب. ۱۳۹۳. نسل جدید تعاونی‌های کشاورزی تجربیات جهانی و درس‌هایی برای ایران، اقتصاد کشاورزی، ویژه‌نامه، ۳: ۱-۱۶.
- نره‌ای، ن. صادقی‌عمرآبادی، ب. شهبازی، ن. و غلامی، ر. ۱۳۹۱. ارزیابی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر سرمایه اجتماعی زنان، زنان و خانواده، ۷ (۱۹): ۱۴۲-۱۰۵.

- documents/publication/wcms_457317.pdf (accessed 15 February 2019).
- Kolawole, O. D., Williams, S. B., and Awujola, A. F. 2010. Indigenous fish processing and preservation practices amongst women in Southwestern Nigeria.
- Muhammad, F., Hassan, M. A., and Mehmood, T. 2020. An overview of the existing problems faced by Pakistani women in agriculture: conclusion and recommendation. *Ecofeminism and Climate Change*. Routledge, B. R., Amsberg, J. V. 2003. Social capital and growth. *Journal of Monetary Economics*, 50, 167–193. Retrieved from [http:// www.elsevier.com/locate/econbase](http://www.elsevier.com/locate/econbase)
- Stratton, A., and Gallaher, C. A. 2019. *Women in Agriculture*. Springer, Dordrecht. <https://doi.org/10.1007/978-94-024-1179-9>.
- A. Marshall (Eds.), *Women-operated and family farms in the United States: Characteristics and trends* (pp. 1–56). New York: Nova Science Publishers.
- Idrisa, Y. L., Sulumbe, I. M., and Mohammed, S. T. 2007. Socio-economic factors affecting the participation of women in agricultural co-operatives in Gwoza local Government, Borno State, Nigeria. *Agro-Science*, 6(2): 72-78.
- International Labour Organization 2016. *Women at Work: Trends 2016*, International Labour Office, Geneva, available at: www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/

Analysis of social factors affecting the participation of rural women in post-harvest operations of agricultural products (case study: dasht-e moghan)

Milad Joodi Damirchi^{1*}, Mozhddeh Maleki² and Yousef Hedjazi³

Submitted: 21 June 2020

Accepted: 24 August 2020

Abstract

Women's participation in agricultural activities is very important. The aim of this study was to focus on the analysis of social factors affecting the participation of rural women in post-harvest operations in the Moghan Plain, (1397-1398). The statistical population of this study included all gardeners of Moghan plain (N = 1303) that 210 of them were selected as the sample size using Cochran's formula. A researcher-made questionnaire was used to collect data. In order to determine the validity of the questionnaire, the views of experts were used and also its reliability was confirmed using Cronbach's alpha (0.89). Research-related variables included transportation, warehousing, processing, packaging, and marketing. Membership in the production cooperative, the village council, the microcredit fund and the parents 'and educators' association were also considered as independent variables. The results showed that gardeners working in production cooperatives had less marketing skills, while village council gardeners had higher skills. The results show that the variable of rural women microcredit fund due to correlation with focal variables explains 50% (0.71) of the total variance. The cooperative variable then explains the total production of 23% (0.59) of the total variance through correlation with the focal variables. According to the findings of the present study, external education (comprehensive training of members and managers of cooperatives by the Rural Cooperative Organization, Agricultural Jihad, NGOs, etc. in the field of sales and marketing of their products) and internal education (mutual learning of members Cooperatives and rural councils from each other in the field of marketing, etc.), establishing network connections at the individual level (social capital) and at the institutional level (political capital), adopting supportive policies for the cooperative sector and the village council (Product insurance, marketing, credit) and infrastructure development with the involvement of rural micro-funds with government support are proposed.

Keywords: Post-Harvest, Agricultural Cooperatives, Social Participation, Rural Women

1-M.Sc graduated in Agricultural Management, Department of Agricultural Management and Development, Faculty of Economics and Agricultural Development, University of Tehran

2-Ph.D. student of Agricultural Extension, Department of Agricultural Extension and Education, University of Shiraz

3-Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran

(*- Corresponding Author Email: miladjoodi@ut.ac.ir)

DOI: 10.22048/rdsj.2020.236168.1856