

Research Paper

Factors Affecting Rural Women Satisfaction and Loyalty Regarding Micro Credit Funds in Marvdasht and Ramhormoz Districts

*Masoud Yazdanpanah¹, Abdolazim Ajili², Ziba Bakhtiyari³, Mojtaba Dehghanpour⁴

1. Assistant Professor, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture Engineering and Rural Development, Ramin Agriculture and Natural Resources University of Khuzestan, Khuzestan, Iran.
2. Associate Professor, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture Engineering and Rural Development, Ramin Agriculture and Natural Resources University of Khuzestan, Khuzestan, Iran.
3. MSc., Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture Engineering and Rural Development, Ramin Agriculture and Natural Resources University of Khuzestan, Khuzestan, Iran.
4. PhD Candidate, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture Engineering and Rural Development, Ramin Agriculture and Natural Resources University of Khuzestan, Khuzestan, Iran.



Citation: Yazdanpanah, M., Ajili, A., Bakhtiyari, Z., & Dehghanpour, M. (2017). [Factors Affecting Rural Women Satisfaction and Loyalty Regarding Micro Credit Funds in Marvdasht and Ramhormoz Districts (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 7(4), 732-745. <http://dx.doi.org/10.21859/jjr-070410>

doi: <http://dx.doi.org/10.21859/jjr-070410>

ABSTRACT

Received: 31 Aug. 2016
Accepted: 22 Nov. 2016

Keywords:

Micro credit funds, Satisfaction, Loyalty, Expectations, Perceived service

Dominant social, economic and political conditions could be barriers of women's participation. One instrument to economic equity is micro credit funds. Micro credit funds in Iran and other developing countries provide a range of economic services for rural women. Evaluation of micro credit funds clients' satisfaction is essential for both internal and external reasons. In light of these facts, the aim of this paper is to measure women's satisfaction with micro credit funds in Iran. The study population consisted of women who participate in the two micro credit funds in Fars and Khuzestan Province of Iran (N=800). The sample is selected using simple random quota sampling method (n=200) based on a list of names from the Funds. The face validity of the questionnaire was approved by a group of experts. Furthermore, the Cronbach's alpha sufficient coefficients used to evaluate the reliability of questions (0.7 to 0.9). The t-test analysis revealed that participants in Fars and Khuzestan significantly differ from each other regarding their loyalty to funds. The mean score of Fars participants was higher than that of Khuzestan participants. The regression analysis revealed that expectation from funds and perceived quality explained 27% of the variance in participant perceived value. While, expectation, perceived value and perceived quality explained 67% of the variance in participant satisfaction. Finally, expectation, perceived value, perceived image and satisfaction explained 42% of the variance in participant loyalty regarding micro credit funds.

Extended Abstract**1. Introduction**

In developing countries women play a major role in agriculture production. Women, also contribute a significant percentage of the labor

to small ruminant production. They also carrying loads over long distances, grinding corn manually, working in the homestead, raising children, and cooking. Rural women are integrated into the rural economy, which is basically labor intensive and which exerts a heavy physical charge on the majority of women and children. Nevertheless, it is not always recognized, since structural authority is held by men. Despite women's considerable role, educational and/

*** Corresponding Author:**

Masoud Yazdanpanah, PhD

Address: Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture Engineering and Rural Development, Ramin Agriculture and Natural Resources University, Mollasani, Khuzestan, Iran.

Tel: +98 (61) 36524348

E-mail: masoudyazdan@gmail.com

or training programs regarding agriculture and small ruminant production regarding women in villages and other services in rural area are distant from an acceptable level. Women compared to men also have little benefits in terms of personal income, assets, healthcare programs, employment, and education. There are barriers to women's political and economic participation across the world. These barriers to women's participation could lead to the emergence of prevailing different social, economic and political systems. Based on the studies, one way to make sure about women's empowerment and their status improvement is to develop mechanisms for women's participation equality and equitable representation at all various levels of the political process. Without women in prominent positions such as national legislatures, local government and important economic activities, it is unlikely that the full range of issues regarding gender will be addressed.

In order to increase political participation of women, making sure of gender equity and equality in economic is a priority agenda. This idea has been proved to be true based on practical evidences. One instrument to economic equity is micro credit funds. Micro credit funds in Iran and other developing countries provide a range of economic services for rural women. Micro credit funds all over the world rely on feedback from women as their clients. Customer satisfaction measurement may be the most reliable feedback system, considering that it provides the clients' preferences and expectations in an effective, direct, meaningful and objective way.

Evaluation of customer satisfaction is very important issue for all types of business organization. Customer satisfaction is an important determinant of customer retention which, in turn, has a very strong effect on profitability. Customer satisfaction can, also help businesses acquire new customers and maximize their lifetime value. In other words, customer satisfaction is an heuristic tools by which managers, policymakers and other stakeholders can learn the customers' opinion regarding the services received, and also obtain a quality indicator of firms' functioning. It also provides the opportunity for the firms to evaluate their current and future performance. Moreover, customer satisfaction can promote employees' motivation by providing a sense of achievement and accomplishment. As such, many companies and service providers choose customer satisfaction as their main performance indicator; it is on the mission statements of many large corporations and has become a sought-after source of competitive advantage. In summary, evaluation of micro credit funds clients' satisfaction is essential for both internal and external reasons. Internally, micro credit funds clients' satisfaction will help monitor performance, allocate resources,

and compensate employees. Externally, it will provide information to women, investors, policy makers. Despite this, surprisingly little published research has investigated women' satisfaction and to our knowledge no study of this kind has been undertaken in Iran. In light of these facts, the aim of this paper is to measure women' satisfaction with micro credit funds in Iran and to better understand of why women participate or not in this funds.

2. Methodology

The study was designed as a cross-sectional survey. The population of interest consisted of women who participate in the two micro credit funds in Fars and Khuzestan Province of Iran. Our study sample consisted of 800 Women who were selected through a simple random quota sampling method ($n=200$) based on a list of names from the Funds. In designing the questionnaire, a 5-point scale (Based on the nature of the items, the measuring scales included: a 5 point scale from 5 very important/ easy to 1 not important/ easy at all; 5 very much to 1 not at all; 5 strongly agree to 1 strongly disagree; 5 very likely to very 1 unlikely. A panel of experts confirmed the face validity of the questionnaire. Moreover, Cronbach's alpha reliability coefficients for the pilot study assessment were employed to refine the questions to be prepared for the final questionnaire. All scales indicated good-to-excellent reliability, generally 0.7 to 0.9

3. Results

The differences/similarities in variables in funds were investigated using the t-test. Participants in Fars and Khuzestan significantly differ from each other regarding their loyalty to funds. The mean score of Fars participants was higher than that of Khuzestan participants. The regression analysis revealed that expectation from funds and perceived quality explained 27% of the variance in participant perceived value. While expectation, perceived value and perceived quality explained 67% of the variance in participant satisfaction. Finally, expectation, perceived value, perceived image and satisfaction explained 42% of the variance in participant loyalty regarding micro credit funds.

4. Discussion

Our analysis revealed that expectation is a very important factor in women's satisfaction and loyalty with microcredit fund. Furthermore, after expectation, in satisfaction value and in loyalty, satisfaction are other important determinant factors. Our results suggested that for increasing women's satisfaction and loyalty, policymak-

ers should mostly focus on these three factors. Definitely, logical expectation from women fund members will increase satisfaction and the value they earn from fund will consequently increase their loyalty regarding fund.

5. Conclusion

Women are important part of any society so their participation and empowerment are very crucial for that society. Microcredit funds in Iran and other developing countries provide a range of economic services for rural women which can influence and increase their participation and empowerment. However, these funds should regularly be evaluated for better services. In light of these facts, the aim of this paper was to evaluate women's satisfaction with microcredit funds in Iran. Our analysis revealed that expectation from funds and perceived quality explained 27% of the variance in participant's perceived value. While, expectation, perceived value and perceived quality explained 67% of the variance of participant's satisfaction. Finally, expectation, perceived value, perceived image, and satisfaction explained 42% of the variance in participant's loyalty regarding microcredit funds.

عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری زنان روستایی نسبت به صندوق‌های اعتبارات خرد در شهرستان‌های مرودشت و رامهرمز

* مسعود یزدان‌پناه^۱، عبدالعظیم آجیلی^۲، زیبا بختیاری^۳، مجتبی دهقان‌پور^۴

- ۱- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، خوزستان، ایران.
 ۲- دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، خوزستان، ایران.
 ۳- کارشناس ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، خوزستان، ایران.
 ۴- دانشجوی دکتره، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، خوزستان، ایران.

Use your device to scan and read the article online



Citation: Yazdanpanah, M., Ajili, A., Bakhtiyari, Z., & Dehghanpour, M. (2017). [Factors Affecting Rural Women Satisfaction and Loyalty Regarding Micro Credit Funds in Marvdasht and Ramhormoz Districts (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 7(4), 732-745. <http://dx.doi.org/10.21859/jjr-070410>

doi: <http://dx.doi.org/10.21859/jjr-070410>

چکیده

تاریخ دریافت: ۱۰ شهریور ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش: ۰۲ آذر ۱۳۹۵

به منظور افزایش مشارکت سیاسی زنان و اطمینان از برابری جنسیتی و اقتصادی، صندوق اعتباری خرد ساختار مناسبی است که در سراسر جهان به زنان به عنوان مشتریان خود تکیه می‌کند. رضایت مشتری از عوامل مهم حفظ مشتری است و اثری بسیار قوی بر سودآوری دارد. همچنین رضایت مشتری ابزاری اکتشافی است که مدیران، سیاست‌گذاران و دیگر ذی‌نفعان می‌توانند با استفاده از آن عملکرد فعلی و آینده خود را بررسی کنند. بنابراین، هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری زنان روستایی نسبت به صندوق‌های اعتبارات خرد در شهرستان‌های مرودشت و رامهرمز است. به منظور دستیابی به این هدف از روش تحقیق پیمایشی استفاده شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی ۲۰۰ نفر از اعضای صندوق‌های اعتباری خرد به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج نشان داد وفاداری پاسخ‌گویان مرودشتی به صندوق‌های اعتباری خرد بیشتر از وفاداری پاسخ‌گویان رامهرمزی است. متغیرهای انتظارات و کیفیت خدمات دریافتی ۲۷ درصد از تغییرات متغیر ارزش درک‌شده و متغیرهای انتظارات، ارزش درک‌شده و کیفیت خدمات دریافتی در مجموع ۶۵ درصد از رضایت را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین متغیرهای انتظارات، ارزش درک‌شده، وجهه و رضایت در مجموع ۴۲ درصد از تغییرات وفاداری نسبت به صندوق‌های اعتبارات خرد را پیش‌بینی می‌کنند.

کلیدواژه‌ها:

صندوق اعتباری خرد، رضایت، وفاداری، انتظارات، خدمات درک‌شده

۱. مقدمه

زنان و دختران روستایی انجام می‌دهند (Saadi, Shabanali fami & Latifi, 2012). در واقع می‌توان گفت زنان روستایی به عنوان عناصر نامرئی، بخشی عظیمی از نیروی انسانی شاغل در اقتصاد روستایی را تشکیل می‌دهند (Latifi, Saadi & Shabanali fami, 2012).

با این وجود زنان از خدمات توسعه کشاورزی، طرح‌های اعتباری کشاورزی و فناوری‌هایی که بهره‌وری آنان را بهبود بخشد به ندرت بهره‌مند هستند (Innocent & Onyedikachi, 2013). در کشورهای جهان سوم زنان نسبت به مردان با محدودیت‌های بیشتری مواجهند، از جمله موانع اجتماعی و فرهنگی، محدودیت‌های قانونی و ساختاری، بی‌سوادی زیاد، تجربه ناکافی در مدیریت

امروزه نقش زنان در توسعه روستایی و کشاورزی بر کسی پوشیده نیست. همچنین حضور گسترده زنان در عرصه اجتماع و نقش مؤثر آنان در جامعه انکارپذیر نیست (Ghiasvand & Ammar, 2012). زنان تولیدکنندگان و تبدیل‌کنندگان محصولات کشاورزی در نظام اقتصادی و مدیران داخلی خانواده‌های خود هستند (Pap-zan, Khaledi & Soleimani, 2011). مطالعات مختلف حاکی از آن است در برخی نقاط روستایی که فعالیت‌های زراعی نیاز مالی خانواده را تأمین نمی‌کند سهم عمده‌ای از درآمد خانواده از طریق صنایع دستی تأمین می‌شود. بیش از ۹۰ درصد از این فعالیت‌ها را

* نویسنده مسئول:

دکتر مسعود یزدان‌پناه

نشانی: خوزستان، ملائانی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.

تلفن: ۳۶۵۲۳۳۴۸ (۶۱) ۹۸+

پست الکترونیکی: masoudyazdan@gmail.com

صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی را آغاز کرد که هدف آن بهبود وضعیت اقتصادی مناطق روستایی، کاهش بیکاری، ایجاد عدالت اجتماعی، کاهش فقر و توانمندسازی زنان روستایی است (Zarafshani et al., 2011). طرح صندوق‌های اعتباری خرد با هدف افزایش مشارکت اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی و عشایری، فراهم کردن زمینه‌های کارآفرینی، ایجاد و تقویت نهادهای مردمی در مناطق روستایی تدوین و اجرا شده است. سطح زندگی خانوارهای روستایی و عشایری با توسعه اشتغال خرد و کوچک در بخش کشاورزی و دامداری و صنایع وابسته ارتقا یافته است. راهاندازی چنین صندوق‌هایی باعث استقلال مالی زنان می‌شود. صندوق‌ها با ارائه تسهیلات با شرایط آسان نسبت به بانک‌ها، پایین بودن بهره، نبود برخی قوانین پیچیده حاکم و کاستن رفت‌وآمد به شهرها، در بهبود وضع اقتصادی زنان روستایی نقش مؤثری داشته‌اند (Jalili & Ghorbani, 2013).

برای موفقیت و توسعه این صندوق‌ها شناخت وضعیت موجود بسیار حیاتی است. بنابراین، ارزیابی برنامه‌های ذکر شده قبل از گسترش بیشتر صندوق‌ها می‌تواند برای شناسایی مسائل، بهبود عملکردها و حل مشکلات راهگشا باشد. به‌ویژه بررسی میزان تحقق اهداف برنامه‌ها و شناسایی نتایج پیش‌بینی نشده و تمهیدات و تحلیل فرایندهای مداخلات، امکان اصلاح رویه‌ها را در برنامه‌های فعلی و تدوین بهتر برنامه‌های آتی فراهم می‌کند (Alaaddin & Jalali Mousavi, 2010). یکی از روش‌های شناسایی مسائل و ارزیابی برنامه‌های ذکر شده، ارزیابی به وسیله اعضای تعاونی‌ها از طریق سنجش رضایت آن‌هاست. تعیین رضایت می‌تواند باعث تواناساختن نهادها به منظور پیش‌بینی راهبردها و فنون رسیدن به هدف و بهبود نیازهای مشتریان شود. بنابراین، سازمان‌ها و نهادهای مختلف به وسیله نتایج سنجش رضایت، نیازها و انتظارات مشتری، خود را خواهند شناخت و با رفع این نیازها، زمینه رضایت مشتری و در نتیجه بقای آن‌ها و سودآوری برای سازمان‌ها را مهیا خواهند ساخت، زیرا نارضایتی مشتری تبعات سنگین و پرهزینه‌ای برای سازمان به دنبال دارد (Yazdanpanah, Zamani & Rezaimoghadam, 2009).

۲. مروری بر ادبیات موضوع

رضایت یعنی احساس خوب هنگامی که چیزی را که فرد می‌خواهد رخ دهد یا حالتی که به دلیل تأمین یک نیاز یا خواسته رخ می‌دهد (Yazdanpanah et al., 2009). رضایت یعنی ویژگی‌ها یا مشخصه‌هایی که نیازها و خواسته‌های مشتری را به بهترین روش برآورده می‌کند (Bagram & Khan, 2012). برای سنجش و بررسی رضایت مدل‌های مختلفی ارائه شده است (Yazdanpanah et al., 2009). در مدل‌های سنجش رضایت سه سازه انتظارات مشتری، کیفیت دریافتی و ارزش دریافتی به عنوان سازه‌های اصلی تشکیل‌دهنده مدل و عوامل مؤثر بر رضایت هستند.

اعتبارات و نداشتن وثیقه (Kane, 2011). از آنجا که اقتصاد روستایی تا حد زیادی در طول سال راکد است و فرصت‌های اشتغال در آن رشد نکرده است، زنان تنها چند ماه در سال قادر به گرفتن کار هستند و این وضعیت آن‌ها را به کمک مالی وابسته می‌کند (Srivastava & Srivastava, 2010). اگرچه زنان روستایی به لحاظ قانونی می‌توانند به تناسب حجم و سطح فعالیت از منابع رسمی تقاضای اعتبار کنند، اما به دلیل نبود وثیقه ملکی و ناتوانی در ارائه تضمین‌های دیگر قادر به دریافت وام از بانک‌ها نیستند (Zaare & Bagheri, 2012).

در همین رابطه زرافشانی و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند مشکل عمده زنان روستایی، عدم دسترسی آنان به خدمات مؤسسات مالی، به ویژه اعتبارات است. یکی از شیوه‌های مؤثری که می‌تواند مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی را به دنبال داشته باشد اعطای اعتبارات مورد نیاز به آن‌هاست (Saberi Far, 2010). اعتبارات خرد می‌تواند سرمایه لازم را برای زنان ایجاد کند و عاملی برای حمایت از واحدهای کوچک بهره‌بردار، ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان روستایی، جلوگیری از مهاجرت روستاییان و در نهایت تعمیم عدالت اجتماعی باشد (Yaghoubi, 2005).

با توجه به ارتباط بین توسعه روستایی و توسعه کشاورزی و نقش اعتبارات خرد در تحقق این دو، ضرورت توجه به اعتبارات خرد در فرایند توسعه روستایی و توسعه کشاورزی بیش از پیش روشن می‌شود (Favaedi, Chaharsooghi Amin & Pourhasan, 2011). بنابراین، اعطای تسهیلات اعتبارات خرد موجب توانمندسازی زنان عضو نسبت به زنان غیرعضو از طریق افزایش درآمد و اعتماد به نفس در نواحی روستایی می‌شود، همچنین در افزایش میزان مشارکت و کارایی زنان، تغییر نگرش مردان نسبت به توانایی زنان و تشویق آنان از طریق کمک مؤثر است (Barimani, Nikmanesh & Khodaverdiloo, 2012). همچنین مشارکت زنان در صندوق‌های خرد نه تنها موجب افزایش منزلت اجتماعی زنان در خانواده و جامعه می‌شود، بلکه تنش و خشونت علیه زنان را در خانواده کاهش می‌دهد. احتمالاً علت این امر ایجاد مشارکت اقتصادی در خانواده است (Zarafshani, Alibeigi, & Faghiri, 2011). در این راستا، تحقیقات نشان داده‌اند زنانی که از خدمات اعتبارات خرد بهره‌مند می‌شوند با توانمندی می‌توانند برای خود کسب‌وکاری راه بیندازند (Estapé-Dubreuil & Torreguitart-Mirada, 2010). در این میان، صندوق‌های اعتباری خرد زنان می‌تواند دسترسی به اهداف توانمندسازی را آسان‌تر کند (Barimani et al., 2012).

در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰ اعتبارات خرد در ریشه‌کن کردن فقر پیشرفت قابل توجهی در سطح بین‌المللی کرد، تا جایی که سازمان ملل سال ۲۰۰۵ را سال بین‌المللی اعتبارات خرد نام نهاد (Estapé-Dubreuil & Torreguitart-Mirada, 2010). در ایران دفتر امور زنان روستایی و عشایری وزارت جهاد کشاورزی نیز با بهره‌گیری از تجربه کشورهای دیگر از سال ۱۳۷۹ طرح

است (Johnson et al., 2001). در صندوق اعتبارات خرد، انتظارات مشتری، انتظارات فرد را قبل از عضویت و دریافت خدمات از صندوق دربر می‌گیرد.

بعضی از متخصصان رضایت در امور اقتصادی و اجتماعی معتقدند وجهه ظاهری^۲ سازمان ارائه‌دهنده کالا یا خدمات در برابر مشتری در رضایت مشتری مؤثر است. وجهه ظاهری سازمان نزد مشتری به معنی دیدگاه مشتری نسبت به عملکرد موفقیت‌آمیز سازمان در گذشته است (Zamani, Karami & Yaz- danpanah, 2007). وجهه چیزی است که در ذهن و حافظه مشتری باقی می‌ماند. وجهه باید بتواند بر رفتار مشتری تأثیر بگذارد. درواقع وجهه باید به‌نوبه خود بر نیت‌های رفتاری مانند وفاداری تأثیر بگذارد (Grigoroudis & Siskos, 2004). در مدل‌های سنجش رضایت، وجهه شرکت‌ها بر سه متغیر انتظارات مشتری، رضایت و وفاداری تأثیر مستقیم دارد (Sütőová & Šolc, 2009).

بر اساس مدل‌های سنجش رضایت، سازه وفاداری مشتری از نتایج رضایت مشتری است (Johnson et al., 2001). وفاداری، ایجاد تعهد در مشتری برای انجام معامله با سازمان خاص و خرید کالاها و خدمات به طور مکرر است (Mousakhani, Haghighi, & Tork Zadeh, 2012). وفاداری نوعی تعهد قوی برای خرید مجدد یک محصول یا خدمت برتر در آینده است، به صورتی که همان برند یا محصول با وجود تأثیرات و تلاش‌های بازاریابی بالقوه رقبای خریداری شود (Mousakhani et al., 2012). مطالعات نشان داده است افزایش رضایت باعث افزایش وفاداری مشتری می‌شود (Yazdanpanah et al., 2009).

محققان معتقدند رضایت و وفاداری از یک مؤسسه یا شرکت بر اساس محل ارائه خدمت متفاوت است (Sayers, Kilmer, Lee, & Flam- bert, 1992; Yazdanpanah et al., 2009). در این پژوهش دو شهرستان (مرودشت در استان فارس و رامهرمز در استان خوزستان) بررسی شده‌اند. هدف تحقیق حاضر بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان

کیفیت دریافت‌شده شامل سفارشی‌سازی، قابلیت اطمینان و کیفیت کلی ارائه خدمات است. درواقع کیفیت کلیتی از ویژگی‌ها و خصوصیات موجود در محصولات است که می‌تواند نیازها و خواسته‌های مشتری را برآورده سازد.

به عبارت دیگر، کیفیت دریافت‌شده خدمات^۱، نوعی ارزیابی کلی در زمینه خوبی یا بدی یک محصول و خدمت یا نگرشی در مورد آن محصول یا خدمت است (Athiyaman, 1997). کیفیت خدمات دریافت‌شده در زمینه صندوق‌های اعتباری خرد شامل تمام خدماتی است که افراد از زمان عضویت تا دریافت وام و بازپرداخت آن دریافت می‌کنند و به طور هم‌زمان شامل موارد عینی و ذهنی است، مواردی همچون دسترسی به محل صندوق و عدالت و رفتار مناسب.

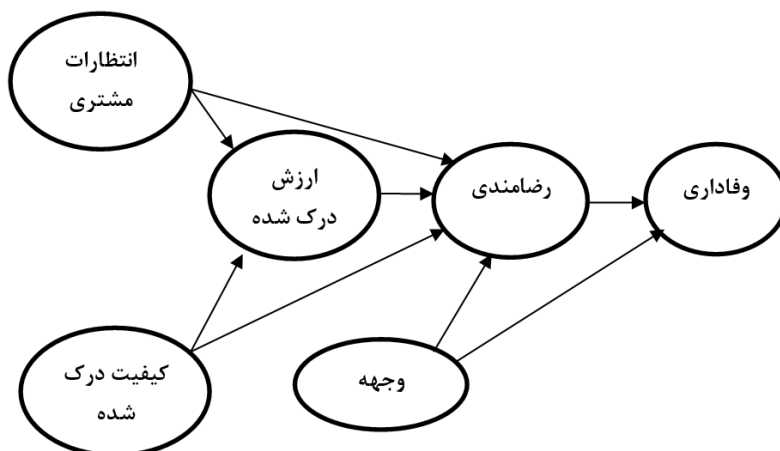
بر اساس مدل‌های رضایت، ارزش دریافتی بر رضایت افراد تأثیر دارد. هر اندازه ارزش دریافتی از خدمات بیشتر باشد، رضایت افراد نیز افزایش می‌یابد (Johnson, Gustafsson, Andreassen, Le- vik, & Cha, 2001). به عبارتی دیگر، زمانی که مشتری چیزی را درک می‌کند، یعنی ارزش آن را تعیین می‌کند (Calisir & Calisir, 2004). بگرام و خان (۲۰۱۲) ارزش درک‌شده را به عنوان تفاوت در مناسب بودن محصول و هزینه‌های تعریف می‌کنند که مشتری برای رسیدن به این خدمات متحمل می‌شود. در صندوق‌های اعتباری خرد، ارزش دریافتی شامل هزینه‌هایی می‌شود که فرد در مقابل ارزش خدماتی که به دست آورده متقبل شده است.

بر اساس مدل‌های رضایت، انتظارات مشتری^۲ بر رضایت مشتری از خدمات دریافتی تأثیر دارد. به عبارت دیگر، انتظارات یعنی مشتری نسبت به فایده کالا و خدمات چه انتظاری دارد. انتظارات مشتری چیزی است که مشتری آن را پیش‌بینی می‌کند. درواقع، انتظارات مشتری تجربه قبل از مصرف محصول یا خدمت

1. Perceived Quality Service

2. Expectation

3. Image



تصویر ۱. چهارچوب نظری تحقیق.

و ۱۴۶ نفر (۷۴/۵ درصد) متأهل بودند. از نظر شاغل بودن، ۲۲ نفر (۱۱/۶ درصد) شاغل و ۱۶۸ نفر (۸۸/۴ درصد) بیکار بودند و ۱۰ نفر نیز به این سؤال پاسخ ندادند. میانگین فاصله پاسخ‌گویان تا شهر ۲۵/۷۸ کیلومتر با انحراف معیار ۱۸/۵۵ بود. از نظر عضویت در گروه‌های دیگر (نهاده، سازمان یا انجمن دیگر) ۲۹ نفر (۱۵/۹ درصد) از پاسخ‌گویان در گروه‌های دیگر عضو بودند و ۱۵۳ نفر (۸۴/۱ درصد) نیز در گروه‌های دیگر عضو نبودند.

همان‌طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد از نظر روش آشنایی پاسخ‌گویان با صندوق‌های اعتباری خرد، ۱۱۵ نفر (۶۳/۲ درصد) از پاسخ‌گویان از طریق جهاد کشاورزی، ۳۲ نفر (۱۷/۶ درصد) از طریق دوستان، ۲۵ نفر (۱۳/۷ درصد) از طریق خانواده و ۱۰ نفر (۵/۵ درصد) نیز از طریق همسایه‌ها با این صندوق‌ها آشنا شده‌اند. ۱۸ نفر نیز به این سؤال پاسخ ندادند. از نظر سطح تحصیلات بین پاسخ‌گویان، ۵ نفر (۴/۳ درصد) بی‌سواد، ۱۶ نفر (۱۳/۸ درصد) ابتدایی، ۳۲ نفر (۲۷/۶ درصد) راهنمایی، ۱۹ نفر (۲۵ درصد) دیپلم، ۹ نفر (۷/۸ درصد) فوق‌دیپلم و ۲۲ نفر (۱۹ درصد) مدرک لیسانس داشتند. ۳ نفر (۲/۶ درصد) نیز دانشجو بودند. میانگین سابقه عضویت پاسخ‌گویان در صندوق‌های اعتباری خرد ۳/۴۲ سال با انحراف معیار ۳/۴۸ است که کمترین سابقه ۱ سال و بیشترین ۱۴ سال است.

همان‌طور که جدول شماره ۴ نشان می‌دهد، پاسخ‌گویان انتظارات نسبتاً زیادی از صندوق‌های اعتبارات خرد دارند (۷/۶ از ۱۰). این امر ممکن است بر اساس تبلیغات سازمان جهاد کشاورزی و مسئولان صندوق به وجود آمده باشد که در نهایت فعالیت صندوق را با مشکل روبه‌رو می‌کند، چرا که انتظارات بالا باعث می‌شود ارزش دریافتی، رضایت و در نهایت وفاداری اعضا به‌راحتی جلب نشود. از نظر پاسخ‌گویان، کیفیت خدمات دریافتی از صندوق‌های اعتباری خرد نسبتاً متوسط است (۴۳ از ۸۵). به عبارت دیگر، این یافته نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخ‌گویان صندوق اعتبارات خرد امکانات و لوازم نسبتاً خوبی دارد، خیلی

رضایت و وفاداری از صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی از دیدگاه زنان عضو در دو شهرستان مرودشت و رامهرمز است. تصویر شماره ۱ چهارچوب نظری تحقیق را نشان می‌دهد.

۳. روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نوع پیمایشی است که به منظور بررسی عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری زنان روستایی از صندوق‌های اعتبارات خرد انجام شده است. جامعه آماری در این پژوهش اعضای تعاونی‌های اعتباری خرد زنان شهرستان مرودشت و رامهرمز بودند ($N=800$). تعداد نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان محاسبه شد ($n=200$). از آنجا که فقط ۴۲۰ نفر از اعضا وام دریافت کرده بودند، نمونه‌ها از بین این ۴۲۰ نفر انتخاب شدند. در این تحقیق به منظور انتخاب نمونه تحقیق از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی استفاده شد. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. برای سنجش متغیرهای چهارچوب نظری از طیف پنج‌گزینه‌ای «بسیار زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم» و «بسیار کم» استفاده شد. روایی پرسش‌نامه بر اساس نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان تأیید و پایایی پرسش‌نامه با استفاده طرح پیش‌آزمون به حجم ۳۰ نفر در خارج از نمونه نهایی انجام شد. به منظور سنجش پایایی همه متغیرها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد (جدول شماره ۱). به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون چهارچوب نظری تحقیق از آزمون‌های مقایسه میانگین، همبستگی، رگرسیون خطی و نسخه ۲۰ نرم‌افزار SPSS استفاده شد. در جدول شماره ۲ گویه‌های استفاده‌شده برای سنجش متغیرهای تحقیق بر اساس تحقیقات قبلی ارائه شده است.

۴. یافته‌ها

بررسی آمار توصیفی نشان داد میانگین سن پاسخ‌گویان ۳۶ سال با انحراف معیار ۸/۶۰ بود. همچنین میانگین تعداد اعضای خانواده ۵/۳۳ نفر با انحراف معیار ۱/۹۹ بود که ۵۰ نفر (۲۵/۵ درصد) مجرد

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق.

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفا کرونباخ
انتظارات	۲	۰/۸۳
وجهه ظاهری	۵	۰/۸۰
کیفیت خدمات دریافتی	۱۷	۰/۹۰
ارزش درک شده	۵	۰/۹۰
رضایت	۵	۰/۸۰
وفاداری	۳	۰/۷۲

جدول ۲. تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق.

متغیر	گویه‌ها
رضایت	<p>من فکر می‌کنم کار درستی انجام دادم که عضو صندوق خرد زنان شدم.</p> <p>تجارب کلی من از عضویت در صندوق زنان خوشحال‌کننده است.</p> <p>کارایی و عملکرد صندوق اعتبارات خرد بیشتر از انتظارات من بوده است.</p> <p>نسبت به ایدئال‌های من عملکرد صندوق اعتبارات خرد خوب بوده است.</p> <p>در کل از صندوق اعتبارات خرد راضی هستم.</p>
وفاداری	<p>من همیشه از کلمات خوبی برای توصیف صندوق اعتبارات خرد استفاده می‌کنم.</p> <p>من به همه دوستانم توصیه می‌کنم عضو صندوق اعتبارات خرد شوند.</p> <p>اگر به عقب برگردم دوباره عضو صندوق اعتبارات خرد خواهم شد.</p>
انتظارات	<p>تجربه‌های من در استفاده از صندوق خرد بهتر از چیزی بود که انتظار داشتم.</p> <p>خدماتی که به‌وسیله صندوق خرد به من ارائه شد بهتر از انتظارات من بود.</p> <p>در کل خیلی از انتظارات من درباره استفاده از صندوق خرد با عضویت در آن تأیید شد.</p>
کیفیت خدمات دریافتی	<p>رفتار کارکنان جهاد کشاورزی مؤدبانه و دوستانه است.</p> <p>کارکنان جهاد کشاورزی فعالیت‌های مربوط به صندوق را سریع انجام می‌دهند.</p> <p>کارکنان جهاد کشاورزی که با اعضای صندوق همکاری می‌کنند مهارت کافی دارند.</p> <p>در انجام امور مربوط به صندوق، نظرات و خواسته‌های اعضا را لحاظ می‌کنند.</p> <p>صندوق امکانات و لوازم مناسبی دارد.</p> <p>صندوق خیلی زود و مناسب به اعضا خدمات یا وام ارائه می‌دهد.</p> <p>میزان اعتبارات کافی و مناسب است.</p> <p>زمان بازپرداخت اعتبارات مناسب است.</p> <p>محل ساختمان صندوق مناسب است.</p> <p>محل صندوق امکانات لازم را دارد.</p> <p>چون عضو صندوق هستم به‌راحتی می‌توانم وام دریافت کنم.</p> <p>چون عضو صندوق هستم سند یا وثیقه برای دریافت وام لازم ندارم.</p> <p>میزان حق عضویت خوب و منصفانه است.</p> <p>نحوه بازپرداخت وام‌ها مناسب است.</p> <p>در امور مربوط به صندوق عدالت رعایت می‌شود.</p>
ارزش درک‌شده	<p>هزینه‌ای که برای عضویت در صندوق صرف کردم ارزشش را داشت.</p> <p>زمانی که صرف عضویت در صندوق کردم ارزشش را داشت.</p> <p>نسبت به خدمات و اعتباراتی که صندوق به من ارائه داد، عضویت در صندوق ارزشمند است.</p> <p>نسبت به مزایایی که از صندوق دریافت کردم عضویت در صندوق ارزشش را داشت.</p> <p>در کل برای من عضویت در صندوق بسیار ارزشمند است.</p>
وجهه	<p>خانم‌ها حرف‌های خوبی درباره صندوق می‌زنند.</p> <p>خانم‌های باتجربه و ماهر دید خوبی نسبت به صندوق دارند.</p> <p>دید خوبی نسبت به جهاد کشاورزی و کارمندان آن به عنوان بانیان صندوق وجود دارد.</p> <p>بین اعضای خانواده‌ها دید خوبی نسبت به صندوق وجود دارد.</p> <p>در کل دید خوبی نسبت به صندوق خرد زنان در منطقه وجود دارد.</p>

عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری زنان روستایی

خرد پایین است. زنان و اعضای خانواده‌ها دید خوبی نسبت به صندوق اعتبارات خرد ندارند. در کل دید خوبی نسبت به صندوق‌های اعتبارات خرد زنان در منطقه وجود ندارد. همچنین

زود و مناسب به اعضا خدمات یا وام ارائه می‌دهد، میزان اعتبارات کافی و زمان بازپرداخت اعتبارات مناسب است.

در خصوص متغیر وجهه، وجهه ظاهری صندوق‌های اعتبارات

جدول ۳. روش آشنایی پاسخ‌گویان با صندوق اعتبارات خرد.

سطح متغیر	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تجمعی
جهاد کشاورزی	۱۱۵	۵۷/۵	۶۳/۲	۶۳/۲
دوستان	۳۲	۱۶	۱۷/۶	۸۰/۸
خانواده	۲۵	۱۲/۵	۱۳/۷	۹۴/۵
همسایه	۱۰	۵	۵/۵	۱۰۰
جمع پاسخ‌گویان	۱۸۲	۹۱	۱۰۰	
بدون پاسخ	۱۸	۹		
جمع کل	۲۰۰	۱۰۰		

نظام‌های پژوهش‌های روستایی

صندوق اعتبارات خرد بیشتر از انتظار آن‌هاست. در خصوص متغیر ارزش درک‌شده صندوق‌های اعتباری خرد، پاسخ‌گویان ارزش صندوق اعتبارات خرد را در حد پایینی درک کرده‌اند. به عبارت دیگر، از دیدگاه آنان هزینه و زمانی که صرف

پاسخ‌گویان از صندوق‌های خرد اعتباری رضایت تقریباً زیادی دارند. به عبارت دیگر، از دیدگاه پاسخ‌گویان عضویت در این صندوق‌ها کار درستی است. آن‌ها از تجربه‌هایی که در این صندوق‌ها به دست می‌آورند خوشحال هستند و کارایی و عملکرد

جدول ۴. آمار توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق.

متغیر	فراوانی	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار	طیف پاسخ
انتظارات	۱۹۸	۳	۱۵	۷/۶۶	۲/۷۱	۲-۱۰
کیفیت خدمات دریافتی	۱۶۶	۱۹	۶۷	۴۳/۳۷	۱۲/۱	۱۷-۸۵
وجهه ظاهری	۱۸۵	۵	۲۵	۱۲	۳/۶۹	۵-۲۵
رضایت	۱۸۸	۵	۲۲	۱۱/۳۲	۳/۹۸	۳-۱۵
ارزش	۱۸۶	۵	۲۵	۱۰/۹۳	۴/۱۸	۵-۲۵
وفاداری	۱۹۰	۳	۱۵	۶/۶۴	۲/۵۲	۳-۱۵

نظام‌های پژوهش‌های روستایی

جدول ۵. مقایسه میانگین متغیرهای تحقیق از دیدگاه پاسخ‌گویان بر اساس محل پرکردن پرسش‌نامه‌ها (استان‌های خوزستان و فارس).

متغیر	خوزستان		فارس		آماره تی	سطح معنی‌داری
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار		
وجهه ظاهری	۱۲/۳۷	۳/۸۷	۱۱/۵۲	۳/۴۲	۱/۵۸	۰/۱۱۷
کیفیت خدمات دریافتی	۴۴/۶۵	۱۱/۷۹	۴۱/۶۹	۱۲/۳۵	۱/۵۶	۰/۱۲۱
انتظارات	۷/۶۳	۲/۸۶	۷/۹۲	۲/۴۸	-۱/۱۵*	۰/۰۱۱
ارزش درک‌شده	۱۰/۸۱	۴/۲۳	۱۱/۱۰	۴/۱۵	-۰/۴۷	۰/۶۴۲
رضایت	۱۱/۱۷	۴/۲۰	۱۱/۵۰	۳/۶۷	-۰/۵۸	۰/۵۶۵
وفاداری	۵/۹۵	۲/۴۸	۷/۶۱	۲/۲۸	-۴/۷۵**	۰/۰۰۰۱

نظام‌های پژوهش‌های روستایی

* معنی‌داری در سطح ۵ درصد، ** معنی‌داری در سطح ۱ درصد

جدول ۶. ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرها.

متغیرها	انتظارات	کیفیت خدمات	وجهه ظاهری	ارزش درک‌شده	رضایت	وفاداری
انتظارات	۱					
کیفیت خدمات	۰/۵۵**	۱				
وجهه ظاهری	۰/۴۱**	۰/۴۰**	۱			
ارزش درک‌شده	۰/۴۸**	۰/۳۵**	۰/۴۷**	۱		
رضایت	۰/۷۷**	۰/۳۸**	۰/۳۷**	۰/۵۶**	۱	
وفاداری	۰/۶۰**	۰/۲۹**	۰/۱۷*	۰/۴۷**	۰/۶۱**	۱

نشاندهنده همبستگی بین متغیرها

* معناداری در سطح ۵ درصد، ** معناداری در سطح ۱ درصد

به عبارتی دیگر، پاسخ‌گویان شهرستان مرودشت انتظارات بیشتری از صندوق‌های اعتباری خرد دارند. همچنین نتایج **جدول شماره ۵** نشان می‌دهد بین میانگین وفاداری پاسخ‌گویان استان‌های خوزستان و فارس تفاوت آماری معنی‌داری وجود دارد ($t=4/75$ و $Sig.=0/001$)، به طوری که وفاداری پاسخ‌گویان استان فارس نسبت به صندوق‌های اعتباری خرد (۷/۶۱) بیشتر از وفاداری پاسخ‌گویان استان خوزستان (۵/۹۵) نسبت به این صندوق‌ها است. بقیه متغیرها بین اعضای این دو صندوق تفاوتی نداشتند. این نتایج فرضیه تفاوت در میزان وفاداری افراد نسبت به یک مؤسسه در نقاط مختلف را تأیید می‌کند. بنابراین، به منظور رضایت و وفاداری افراد نیاز است سیاست‌های صندوق به صورت محلی و غیرمتمرکز تعیین شود.

به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. همان‌گونه **جدول شماره ۶** نشان می‌دهد متغیر وفاداری رابطه آماری مستقیم و معنی‌داری با متغیرهای انتظارات (۰/۶۰)، کیفیت خدمات درک‌شده (۰/۲۹)، وجهه ظاهری (۰/۱۷)، ارزش درک‌شده (۰/۴۷) و رضایت (۰/۶۱) دارد. همچنین رضایت رابطه مستقیم و معنی‌داری با متغیرهای انتظارات

عضویت در این صندوق‌ها کرده‌اند ارزش ندارد و عضویت در صندوق نسبت به خدمات و اعتباراتی که ارائه می‌دهد و مزایایی که اعضا از صندوق دریافت کرده‌اند ارزش کمتری دارد. در زمینه متغیر وفاداری، میزان وفادای پاسخ‌گویان نسبت به صندوق اعتبارات خرد در حد پایینی است.

به منظور مقایسه میانگین متغیرهای وجهه ظاهری، کیفیت خدمات دریافتی، انتظارات، ارزش درک‌شده، رضایت و وفاداری بین پاسخ‌گویان عضو دو صندوق اعتباری خرد شهرستان‌های مرودشت و رامهرمز از آزمون تی مستقل استفاده شد. همان‌گونه که در **جدول شماره ۵** نشان داده شده است بین میانگین انتظارات پاسخ‌گویان عضو صندوق اعتباری خرد استان خوزستان (شهرستان رامهرمز) نسبت به صندوق‌های اعتباری خرد با انتظارات پاسخ‌گویان عضو صندوق‌های اعتباری خرد استان فارس (شهرستان مرودشت) تفاوت آماری معنی‌داری در سطح ۵ درصد وجود دارد ($t=-1/15$ و $Sig.=0/011$)، به طوری که میانگین انتظارات پاسخ‌گویان شهرستان مرودشت از صندوق‌های اعتباری خرد (۷/۹۲) بیشتر از میانگین انتظارات پاسخ‌گویان شهرستان رامهرمز (۷/۶۳) است.

جدول ۷. تحلیل رگرسیون خطی عوامل مؤثر بر ارزش درک‌شده صندوق اعتبارات خرد به روش اینتر.

متغیر	ضریب رگرسیونی استاندارد نشده (B)	خطای استاندارد (SE)	ضریب رگرسیونی استاندارد شده (B)	سطح معناداری (Sig.)
انتظارات	۰/۶۹	۰/۱۲۴	۰/۴۵۴	۰/۰۰۰۱
کیفیت خدمات دریافتی	۰/۰۳۴	۰/۰۲۷	۰/۱۰۳	۰/۲۰۵
	$F=29/210$	$Sig.=0/0001$	مقدار ثابت (Constant) = ۴/۰۴۰	
متغیر	ضریب همبستگی چندگانه (Multiple R)	مجذور ضریب همبستگی (R^2)	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده (R^2 Adjust)	
ارزش درک‌شده	۰/۵۲	۰/۲۷	۰/۲۶	

نشاندهنده همبستگی بین متغیرها

جدول ۸. تحلیل رگرسیون خطی عوامل مؤثر بر رضایت از صندوق اعتبارات خرد به روش اینتر.

متغیر	ضریب رگرسیونی استاندارد نشده (B)	خطای استاندارد (SE)	ضریب رگرسیونی استاندارد شده (β)	سطح معناداری (Sig.)
انتظارات	۱/۰۳	۰/۰۹۴	۰/۷۱	۰/۰۰۰۱
کیفیت خدمات دریافتی	-۰/۰۴	۰/۰۱۹	-۰/۱۲	۰/۰۳۷
ارزش درک شده	۰/۲۳۷	۰/۰۵۷	۰/۲۵	۰/۰۰۰۱
وجهه ظاهری	۰/۰۱۵	۰/۰۶۳	۰/۰۱۴	۰/۸۱۷
F=۷۰/۰۸۹		Sig.=۰/۰۰۰۱		مقدار ثابت (Constant) =۲/۵۹۰
متغیر	ضریب همبستگی چندگانه (Multiple R)	مجذور ضریب همبستگی (R ²)	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده (R ² Adjust)	رضایت
	۰/۸۱	۰/۶۵	۰/۶۴	

نظام‌های پژوهش‌های روستایی

مدل) از آزمون رگرسیون خطی به روش اینتر استفاده شده است. نتایج نشان داد متغیرهای انتظارات، کیفیت خدمات دریافتی و ارزش درک شده تأثیر آماری معناداری بر متغیر رضایت دارند. این متغیرها می‌توانند ۶۵ درصد از تغییرات متغیر رضایت اعضا از صندوق اعتبارات خرد را تبیین کنند

همچنین (F=۷۰/۰۸۹، Sig.=۰/۰۰۰۱، Constants=۲/۵۹۰). **جدول شماره ۸** نشان می‌دهد متغیر انتظارات مشتری (β=۰/۷۱) در مقایسه با متغیرهای کیفیت خدمات دریافتی (β=-۰/۱۲) و ارزش درک شده (β=۰/۲۵) قدرت بیشتری در پیش‌بینی میزان رضایت اعضا نسبت به صندوق‌های اعتباری خرد دارد. بنابراین، افزایش یک واحد تغییر در متغیرهای انتظارات، کیفیت خدمات دریافتی و ارزش درک شده صندوق‌های اعتبارات خرد به ترتیب باعث ۰/۷۱، ۰/۱۲- و ۰/۲۵ تغییر در میزان رضایت پاسخ‌گویان نسبت به صندوق اعتبارات خرد می‌شود.

بر اساس **جدول شماره ۹** نتایج حاصل از رگرسیون خطی به

(F=۰/۷۷)، کیفیت خدمات درک شده (r=۰/۳۸)، وجهه ظاهری (r=۰/۳۷) و ارزش درک شده (r=۰/۵۶) دارد.

برای تعیین اثر متغیرهای انتظارات و کیفیت خدمات دریافتی (بر اساس مدل) بر متغیر ارزش درک شده از رگرسیون خطی به روش اینتر استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیون در **جدول شماره ۷** نشان داد اثر متغیر انتظارات از صندوق‌های اعتباری خرد بر ارزش درک شده معنادار است. این دو متغیر در مجموع ۲۷ درصد از تغییرات متغیر ارزش درک شده صندوق‌های اعتباری خرد را تبیین کردند (F=۲۹/۲۱، Sig.=۰/۰۰۰۱، Constants=۴/۰۴۰). **جدول شماره ۷** نشان می‌دهد یک واحد تغییر در متغیر انتظارات، ۰/۴۵ تغییر در متغیر ارزش درک شده اعضای تعاونی‌ها نسبت به تعاونی اعتبارات خرد ایجاد می‌کند.

همان‌گونه که **جدول شماره ۸** نشان می‌دهد، برای تعیین اثر متغیرهای انتظارات، کیفیت خدمات دریافتی، ارزش درک شده و وجهه ظاهری صندوق اعتبارات خرد بر متغیر رضایت (بر اساس

جدول ۹. تحلیل رگرسیون خطی عوامل مؤثر بر وفاداری اعضای صندوق اعتبارات خرد به روش اینتر.

متغیر	ضریب رگرسیونی استاندارد نشده (B)	خطای استاندارد (SE)	ضریب رگرسیونی استاندارد شده (β)	سطح معناداری (Sig.)
انتظارات	۰/۲۷	۰/۱۰۸	-۰/۳۸۹	۰/۰۰۱
کیفیت خدمات دریافتی	-۰/۰۰۴	۰/۰۱۶	-۰/۰۲۰	۰/۷۹۵
ارزش درک شده	۰/۱۵۹	۰/۰۵۱	۰/۲۵۱	۰/۰۰۲
وجهه ظاهری	-۰/۱۴۳	۰/۰۵۴	-۰/۱۹۹	۰/۰۰۹
رضایت	۰/۱۴	۰/۰۷۰	۰/۲۱۲	۰/۰۴۷
F=۲۱/۶۱۷		Sig.=۰/۰۰۰۱		مقدار ثابت (Constant) =۲/۵۰۱
متغیر	ضریب همبستگی چندگانه (Multiple R)	مجذور ضریب همبستگی (R ²)	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده (R ² Adjust)	وفاداری
	۰/۶۵	۰/۴۲	۰/۴۰	

نظام‌های پژوهش‌های روستایی

کالیسیر (۲۰۰۴) و جانسون و همکاران (۲۰۰۱) همخوانی دارد (Athiyaman, 1997; Calisir & Calisir, 2004; Johnson et al., 2001). نتایج نشان داد متغیر انتظارات قوی‌ترین متغیر پیش‌بینی‌کننده رضایت افراد از صندوق‌های اعتباری خرد است. از طرفی نتایج نشان می‌دهد وجهه ظاهری صندوق‌های اعتباری خرد بر رضایت افراد تأثیر آماری معنی‌داری ندارد که این نتیجه با نتایج مطالعات زمانی و همکاران (۲۰۰۷)، گریگروویس و سیسکاس (۲۰۰۴) و ساتووا و سلک (۲۰۰۹) مغایرت دارد (Zamani et al., 2007; Grigoroudis & Siskos, 2004; Sütöová & Šolc, 2009). همکاران (۲۰۰۱) معتقدند اثر انتظارات می‌تواند با کیفیت خدمات دریافتی از بین رود. به عبارت دیگر، اثر این متغیر با کیفیت خدمات دریافتی پوشش داده شود.

متغیرهای انتظارات، ارزش درک‌شده، وجهه ظاهری و رضایت بر متغیر وفاداری پاسخ‌گویان نسبت به صندوق اعتبارات خرد تأثیر آماری معناداری دارند که این نتایج با نتایج جانسون و همکاران (۲۰۰۱)، یزدان‌پناه و همکاران (۲۰۰۹)، ساتووا و سلک (۲۰۰۹) و گریگروویس و سیسکاس (۲۰۰۴) همخوانی دارد (Johnson et al., 2001; Yazdanpanah et al., 2009; Sütöová & Šolc, 2009; Grigoroudis & Siskos, 2004).

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، متغیر انتظارات مقدار قابل توجهی از تغییرات ارزش درک‌شده، رضایت و وفاداری افراد از صندوق‌های اعتبارات خرد را پیش‌بینی می‌کنند. بنابراین، با برآورده‌شدن انتظارات اعضا توسط صندوق‌های اعتباری خرد ارزش وجودی این صندوق‌ها بیشتر درک می‌شود. همچنین رضایت و وفاداری اعضا نسبت به این صندوق‌ها بیشتر می‌شود. القا و ایجاد انتظارات مناسب در اعضای این صندوق‌ها نسبت به اهداف صندوق نقش بسیار زیادی در افزایش رضایت اعضا و پایداری این صندوق‌ها خواهد داشت. اگر اعضا و خانواده‌های آن‌ها دیدگاه خوبی نسبت به این صندوق‌ها داشته باشند، وفاداری آن‌ها نسبت به این صندوق‌ها افزایش می‌یابد.

پیشنهاد می‌شود انتظارات بجا و مناسب در اعضای صندوق‌ها ایجاد شود، زیرا یکی از مهم‌ترین سیاست‌گذاری‌ها برای پایداری و دوام صندوق‌های خرد زنان است. انتظارات نابجا باعث عدم رضایت جدایی از صندوق به‌وسیله اعضا و از بین رفتن صندوق خواهد شد. ایجاد ارزش مناسب در وام‌های پرداختی عامل مهم دیگری در بقا و پایداری صندوق‌ها خواهد بود. همچنین توصیه می‌شود نشست‌های دوره‌ای مسئولان با اعضا تشکیل شود و از نظرات آن‌ها در خصوص رضایت از کیفیت خدمات دریافتی و همچنین از انتظارات آن‌ها از این صندوق‌ها برای بهبود فعالیت‌های صندوق‌ها استفاده شود. به منظور افزایش دانش و آگاهی جامعه نسبت به این صندوق‌ها، وجهه صندوق‌های اعتباری خرد از طریق تبلیغات و اعضا و رسانه‌های عمومی مطرح شود. همچنین برنامه‌ها، تسهیلات و فعالیت‌های انجام‌گرفته و آینده

روش اینتر نشان داد از بین متغیرهای انتظارات، کیفیت خدمات دریافتی، ارزش درک‌شده و رضایت از صندوق اعتبارات خرد، متغیرهای انتظارات، ارزش درک‌شده، وجهه ظاهری و رضایت بر متغیر وفاداری پاسخ‌گویان نسبت به صندوق اعتبارات خرد تأثیر آماری معناداری دارند. این متغیرها در مجموع می‌تواند ۴۲ درصد از تغییرات متغیر وفاداری نسبت به صندوق اعتبارات خرد را تبیین کند (Constants=۲/۵۰۱، Sig=۰/۰۰۰۱، F=۲۱/۶۱۷). نشان داد متغیر انتظارات (β=-۰/۳۹) نسبت به متغیرهای ارزش درک‌شده (β=۰/۲۵) و وجهه ظاهری (β=-۰/۲۰) و رضایت از صندوق‌های اعتبارات خرد (β=۰/۲۱) تأثیر بیشتری بر وفاداری اعضای صندوق‌های اعتبارات خرد دارد. به عبارت دیگر، به ازای یک واحد تغییر در انتظارات اعضا، ارزش درک‌شده، وجهه ظاهری و رضایت نسبت به این صندوق‌ها به ترتیب ۰/۳۸-، ۰/۲۵-، ۰/۲۰- و ۰/۲۱ در متغیر وفاداری نسبت به این صندوق‌ها تغییر ایجاد می‌کند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

ارتباط بین توسعه روستایی و توسعه کشاورزی و نقش اعتبارات خرد در تحقق این دو، ضرورت توجه به اعتبارات خرد را در فرایند توسعه روستایی و توسعه کشاورزی روشن می‌سازد. اعتبارات خرد می‌تواند سرمایه لازم را برای زنان ایجاد کند و عاملی برای حمایت از واحدهای کوچک بهره‌برداری، ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان روستایی، جلوگیری از مهاجرت روستاییان و در نهایت تعمیم عدالت اجتماعی باشد. با این وجود اگر برنامه‌های اعتبارات خرد و صندوق‌های اعتبارات خرد بدون شناخت و به‌طور انبوه اجرا شوند، شکست آن‌ها محتمل خواهد بود. بنابراین، بررسی برنامه‌های ذکرشده قبل از گسترش بیشتر آن‌ها می‌تواند برای شناسایی مسائل، بهبود عملکردها و حل مشکلات راهگشا باشد.

نتایج مقایسه میانگین‌ها نشان داد وفاداری پاسخ‌گویان مرودشتی نسبت به صندوق‌های اعتباری خرد بیشتر از وفاداری پاسخ‌گویان رامهرمزی است. از آنجا که وفاداری به یک مؤسسه یا سازمان برای دریافت خدمات مهم‌ترین عامل در میزان پایداری آن مؤسسه است (Johnson et al., 2001)، بهتر است صندوق‌های خرد در این راه بیشتر تلاش کنند، هر چند نتایج آمار توصیفی در کل نمونه نشان داد میزان وفاداری اعضا زیاد نیست (۶/۶۴ از ۱۵). متغیرهای انتظارات بر ارزش درک‌شده صندوق‌های اعتبارات خرد توسط افراد تأثیر آماری معنی‌داری دارد که با مطالعه آتیامن (۱۹۹۷) همخوانی دارد (Athiyaman, 1997). همچنین آزمون مقایسه میانگین‌ها نشان داد انتظارات اعضای استان فارس بیشتر از استان خوزستان است.

متغیرهای انتظارات، کیفیت خدمات دریافتی و ارزش درک‌شده بر رضایت افراد از صندوق‌های اعتباری خرد تأثیر آماری معنی‌داری دارد که با نتایج آتیامن (۱۹۹۷)، کالیسیر و

References

- Alaaddin, P., & Jalali Mousavi, A. (2010). [Assessing the impact of rural microfinance support project and micro-credit fund for rural women in Iran (Persian)]. *Journal of Community Development*, 2(2), 61-76.
- Athiyaman, A. (1997). Linking student satisfaction and service quality perceptions: The case of university education. *European Journal of Marketing*, 31(7), 528-40. doi: 10.1108/03090569710176655
- Bagram, M., & Khan, S. (2012). Attaining customer loyalty! The role of consumer attitude and consumer behavior. *International Review of Management and Business Research*, 1(1), 1-8.
- Barimani, F., Nikmanesh, Z., & Khodaverdiloo, S. (2012). [Role of small size -credits regarding empowerment of rural women case study: Lakestan Sub- District Salmas of County (Persian)]. *Journal of Space Economy and Rural Development*, 1(1), 69-82.
- Calisir, F., & Calisir, F. (2004). The relation of interface usability characteristics, perceived usefulness, and perceived ease of use to end-user satisfaction with Enterprise Resource Planning (ERP) systems. *Computers in Human Behavior*, 20(4), 505-15. doi: 10.1016/j.chb.2003.10.004
- Charmchian, L. M., & Ali Begay, A. (2013). [An investigation of effective factors on rural women's psychological empowerment in Sari (Persian)]. *Journal of Women and Society*, 4(13), 165-92.
- Estapé-Dubreuil, G., & Torreguitart-Mirada, C. (2010). Microcredit and women empowerment: An empirical case-study based in Catalonia. Paper presented at: *The 9th International Conference of the International Society for Third-Sector Research*, Istanbul, Turkey, 7-10 July 2010.
- Favaedi, F., Chaharsooghi Amin, H. & Pourhasan, A. (2011). [Factors effective on success of rural women's micro-credit fund: A case study of the international carbon sequestration project (Persian)]. *Roosta va Towse'e*, 14(4), 49-65.
- Ghiasvand, A. & Ammar, H. (2012). [Social Impact Assessment cultural collections for women (SH) based on the empowerment of women in Tehran (Persian)]. *Journal of Social Welfare and Development Planning*, 12, 147-167.
- Grigoroudis, E., & Siskos, Y. (2004). A survey of customer satisfaction barometers: Some results from the transportation-communications sector. *European Journal of Operational Research*, 152(2), 334-53. doi: 10.1016/s0377-2217(03)00028-6
- Heidari, A. (2013). [The study of cooperation rate of women village in village development (Case study: Emamzadeh Jafar Rural District Kohgiluyeh and Boyer Ahmad Province) (Persian)]. *Spatial planning journals*, 3(2), 143-156.
- Innocent, E., & Onyedikachi, A. (2013). The impact of micro financing on poverty levels of rural women farm households in Abia state, Nigeria; Implication for policy intervention. *Journal of Central European Agriculture*, 14(2), 168-80. doi: 10.5513/jcea01/14.2.1245
- Jalili, M., & Ghorbani, S. (2013). [The role of micro-credit fund the empowerment of rural women (Persian)]. *Journal of the Barzegar*, 34(1089), 28-29.
- Johnson, M. D., Gustafsson, A., Andreassen, T. W., Lervik, L., & Cha, J. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 217-45. doi: 10.1016/s0167-4870(01)00030-7

نیز بیان شود. زنانی که توانسته‌اند از طریق اعتبارات این صندوق‌ها موفقیت‌های زیادی کسب کنند معرفی شوند و از آن‌ها به عنوان مروج صندوق‌های اعتباری خرد به صورت محلی استفاده شود. در نهایت اعضای فعال تشویق شوند و افرادی که با کمک صندوق‌ها توانسته‌اند به موفقیتی دست یابند معرفی شوند. این امر بدون شک در افزایش وجهه صندوق در نزد جامعه زنان روستایی بی‌تأثیر نخواهد بود.

تشکر و قدردانی

این مقاله حامی مالی ندارد.

- Kane, S. (2011). *Women and development in Senegal: Microcredit and household well being* (PhD thesis). Florida: Florida International University.
- Latifi, S., Saadi, H., & Shabanalifami, H. (2012). [Problems with rural carpet-weaving women in Hamadan Province: A factorial analysis of the problems of rural carpet-weaving women problems in Hamadan Province (Persian)]. *Journal of Women and Society*, 4(13), 29-52.
- Mesri, T., & Shahraki, M. (2012). [Analysis of the role of women and strategies for rural development (Persian)]. Paper presented at: *The 1st congress of Sustainable Agriculture and Natural Resources*. Tehran, Iran, 21 December 2013.
- Mousakhani, M., Haghigi M., & Tork Zadeh, S. (2012). [A model of gaining customer loyalty through customer knowledge management in banking industry of Iran (Private Banks) (Persian)]. *Journal of Business Management*, 4(12), 147-64.
- Papzan, A., Khaledi, Kh., & Soleimani, A. (2011). [An evaluation of handicrafts technical and vocational trainings of rural women (Persian)]. *Journal of Women and Society*, 2(7), 21-38.
- Saadi, H., Shabanalifami, H., & Latifi, S. (2012). [An assessment of the economic and social ability of female rural rug makers (Case study: Hamedan Province) (Persian)]. *Journal of Women in Development & Politics*, 10(2), 107-26.
- Saberi Far, R. (2010). [Women and their access to credit (Persian)]. *Amozesh-e Jografiya*, 24(4), 22-9.
- Sayers, D. M., Kilmer, R. L., Lee, J. Y., & Flambert, A. M. (1996). Satisfaction evaluation of milk handlers by Southern U. S. dairy farmers. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 28(2), 313-21. doi: 10.1017/s1074070800007331
- Srivastava, N., & Srivastava, R. (2010). Women, work, and employment outcomes in rural India. *Economic and Political Weekly*, 45(28), 49-63.
- Sütöová, A., & Šolc M. (2009). Utilization of statistical methods within the European performance satisfaction index rating methodology. *Quality Innovation Prosperity*, 13(2), 77-82.
- Yaghoubi, J. (2005). [The effects of microfinance on women's employment in rural Zanjan Province (Persian)]. *Journal of Women in Development & Politics*, 3(1), 125-146.
- Yazdanpanah, M., Zamani, Gh. & Rezaei Moghadam, K. (2009). [Farmers' satisfaction agricultural insurance: Use path analysis (Persian)]. *Eqtesad-e Keshavarzi va Towse' e*. 17(2), 139-163.
- Zaare, B., & Bagheri, M. (2012). [Individual and social factors related to rural women's tendency to participate in micro-credit fund in Mazandaran (Persian)]. *Social Welfare Quarterly*, 12(46), 461-498.
- Zamani, Gh., Karami, A., & Yazdanpanah, M. (2007). [Factors affecting satisfaction agricultural insurers crop insurance (Persian)]. *Iranian Journal of Agricultural Extension and Education*, 4(2), 65-53.
- Zarafshani, K. & Ali Alibeigi A. H., Faghiri, M. (2011). [Rating micro credit funds based on rural women's ability in Kermanshah (Persian)]. *Women in Development & Politics*, 10(1), 105-124.