

تعاون، سال بیستم، شماره ۲۰۲ و ۲۰۳، اردیبهشت و خرداد ۱۳۸۸

عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکتهای تعاونی

مطالعه موردی صنایع دستی استان کرمان

دکتر لیلا یزدان پناه^۱، فاطمه صمدیان^۲

چکیده

این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و در آن سعی شده است که عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای صنایع دستی در شهر کرمان بررسی شود. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۰ شرکت تعاونی فعال موجود در شهر کرمان در سال ۱۳۸۶ بوده است. بر اساس نتایج تحقیق، ۷۰ درصد تعاونیهای مورد بررسی کاملاً موفق، ۱۶/۷ درصد تا حدودی موفق و تنها ۱۳/۳ درصد ناموفق ارزیابی شده اند. همچنین از بین متغیرهای مستقل مورد بررسی، مواردی نظیر نگرش اعضا نسبت به رعایت اصول تعاونی، برگزاری دوره های کارآموزی و شرکت مداوم اعضا در این دوره ها، همکاری و حمایت نهادهای مختلف، تشکیل مجمع عمومی و رعایت تصمیمات گرفته شده در مجمع، تهیه بموقع مواد خام و همچنین ارائه پاداش مادی و غیرمادی به اعضا با متغیر وابسته تحقیق (موفقیت تعاونیهای صنایع دستی) رابطه معنی دار داشتند.

۱. عضو هیئت علمی دانشکده ادبیات دانشگاه شهید باهنر کرمان

e-mail: lyazdanpanah@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد جامعه شناسی

کلیدواژه‌ها:

شرکتهای تعاونی، صنایع دستی، میزان موفقیت

مقدمه

صنایع دستی تبلور عینی فرهنگ و مظاهر هنری و از نوع هنرهای کاربردی و مردمی به حساب می‌آید و از آنجا که هر فراورده دستی بازگو کننده خصوصیات تاریخی - اجتماعی و فرهنگی محل تولید خود است، می‌تواند عامل مهمی در شناساندن فرهنگ و تمدن و همچنین عاملی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شود.

امروزه تنها آثار تاریخی، جاذبه گردشگری کشورهای در حال توسعه به شمار نمی‌آیند بلکه صنایع دستی با طرحها و اصالتهای ویژه خود نیز مکمل دیدنیهای تاریخی هر کشور به حساب می‌آید (مدیریت صنایع دستی خراسان، ۱۳۸۱، ص ۹). ایران جزو معدود کشورهایی است که از دیرباز در زمینه تولید مصنوعات دست ساز، سرآمد و صاحب شهرت بوده و تا پیش از پیدایش ماشین و دست اندازی آن بر نظام اقتصادی، همیشه از این هنر چون عاملی مهم و اساسی در پیکره اقتصادی خویش بهره مند شده است. بنابراین، ایران به عنوان کشوری در حال توسعه از نظر فناوری و یکی از سه قطب مهم صنایع دستی جهان می‌تواند با بهره گیری از ظرفیتهای موجود و مطالعات و تجربیات داخلی و جهانی، در کنار صنایع ماشینی با توسعه صنایع دستی و روستایی خویش به توسعه اقتصادی قابل انتظار دست یابد (بی نام، ۱۳۷۸، ۱۱).

طبیعتاً یکی از ظرفیتهای مطرح در این زمینه، نیروی انسانی شاغل در این عرصه است که با سازماندهی مناسب، به نحو شایسته‌ای می‌توان از توانمندی آن در راستای توسعه این صنعت بهره گرفت. با توجه به الگوها و روشهای موجود در سازماندهی نیروی انسانی شاغل در مشاغل خرد نظیر صنایع دستی، در دو دهه قبل شرکتهای تعاونی یکی از سازوکارهای مناسب و تسهیل کننده فرایند توسعه صنایع دستی در کشور معرفی شده‌اند و تلاشهایی نیز از سوی نهادهای ذیربط در جهت حمایت و هدایت آنها در راستای اهداف توسعه‌ای در این صنعت

صورت گرفته است. با این وصف، آنچه در کنار سیاستهای حمایتی و هدایتی مذکور باید مورد توجه قرار گیرد، شناسایی عوامل موفقیت یا عدم موفقیت و نیز مسائل و مشکلات این گونه شرکتهای تعاونی در راستای دستیابی به راهکارهای اصلاحی است. بر همین اساس، در مطالعه حاضر به مطالعه عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای صنایع دستی در یکی از قطبهای صنایع دستی (شهر کرمان) از طریق بررسی روابط بین متغیرهای سازمانی و مدیریتی و نیز برخی ویژگیهای فردی اعضای تعاونیها با متغیر میزان موفقیت شرکتهای تعاونی پرداخته شده است.

مطالعه روی تعاونیها به طور عام و تعاونیهای صنایع دستی به طور خاص، مقوله نسبتاً جدیدی می باشد که به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. در این زمینه تحقیقی با هدف بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای تولید زراعی در آذربایجان شرقی انجام شده است. یافته های این تحقیق نشان داد که میان متغیرهای همسویی هیئت مدیره، حس مسئولیت پذیری، ضعف مدیریت، رابطه با سازمانها، ضعف بنیه مالی، بازار فروش، تخصص هیئت مدیره و سواد و مدرک تحصیلی آنان و نظارت مسئولان، با موفقیت شرکتهای مورد بررسی رابطه وجود دارد (تقوی، ۱۳۸۲).

عوامل مرتبط با موفقیت تعاونی سپه تحقیق دیگری است که در این حوزه انجام شده است و یافته های این تحقیق نشان می دهد که ویژگیهای فیزیکی فروشگاه ها، تنوع کالاها و میزان ارائه آنها در فروشگاه، قیمت اجناس از نظر اقتصادی و سازماندهی نیروی انسانی شاغل در فروشگاه بر نحوه عملکرد تعاونی مصرف سپه تأثیر می گذارند (سالارزاده، ۱۳۸۰).

در تحقیقی دیگر نبود انسجام درونی تعاونی، ضعف مشارکت اجتماعی اعضای تعاونی، عدم همکاری سازمانهای ذیربط و ضعف نگرشهای اعضا مهمترین عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی معرفی شده اند (موسایی و احمدی، ۱۳۸۲).

بر اساس نتایج تحقیقی دیگر می توان گفت مهمترین عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیها از نظر کارشناسان وزارت تعاون و اعضای هیئت مدیره شرکتهای تعاونی عبارتند از: ۱. بهبود

محیط روان شناختی و انگیزشی تعاونیها (نظیر ایجاد اوقات فراغت پر بار توسط شرکت، ائتلاف با تعاونیهای دیگر، باور اعضا و مدیران و کارکنان به ارزشهای تعاونی و ارائه تسهیلات بیمه‌ای به اعضا)، ۲. برخورداری از محیط توانمندساز و پشتیبان بیرونی نظیر پشتیبانی اداره کل تعاون استان و حمایت و نظارت عالی وزارت تعاون، دولت، نهادها و تشکلهای منطقه‌ای و اتحادیه‌های تعاون، ۳. افزایش توانمندیهای مدیریتی و سازمانی شرکت شامل متغیرهای به کارگیری کارشناسان در فعالیتهای شرکت، ارتقای تواناییهای اقتصادی شرکت، تواناییهای مدیر عامل، مشارکت پویا و مؤثر اعضا در کارهای شرکت، تواناییهای هیئت مدیره و مورد اعتماد بودن مدیران و کارکنان، ۴. بهبود توانمندیهای بازاریابی و بازاریابی در زمینه کالاها و خدمات اعضا (شعبانعلی فمی و دیگران، ۱۳۸۵).

جرجز در پژوهش خود با عنوان صلاحیتهای لازم برای مدیران شرکتهای تعاونی کشاورزی اظهار می‌دارد برنامه‌های آموزشی و کارآموزی برای اعضای تعاونیهای کشاورزی در برزیل، عاملی ضروری است، اگر چه آنها در جهان به شدت رقابتی به پیشرفت خود ادامه می‌دهند (Gerges, 1991).

مبانی نظری

شرکت تعاونی، سازمانی است مرکب از گروهی از اشخاص که بر اثر رشد فکری به تشابه نیازهای یکدیگر پی برده‌اند و این گروه با اتحاد و همکاری با دیگران و کار دسته‌جمعی، بهتر و مؤثرتر از تلاش انفرادی می‌توانند در رفع نیاز مشترک و بهبود وضع مادی و اجتماعی خویش موفق شوند. با توجه به گونه‌شناسی سازمانها - که در آن از تعاونیها به عنوان یکی از انواع سازمان یاد شده است - در این مقاله برای بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت و کارایی تعاونیهای صنایع دستی از نظریه‌های ارائه شده در حوزه مدیریت و جامعه‌شناسی سازمانها استفاده شده است.

در مورد کارایی و موفقیت سازمان، ماکس وبر، یکی از صاحب‌نظران مدیریت کلاسیک، معتقد است که ساخت بوروکراتیک در میان انواع ساختهای سازمانی موجب دستیابی به حداکثر کارایی می‌شود.

در مورد بهبود کارایی کارکنان یک شرکت، تیلور با طرح نظریه مدیریت دولتی، استفاده از روشهای علمی و ایجاد انگیزش از طریق افزایش دستمزد را پیشنهاد می‌کند. بر اساس این نظریه، فنونی ویژه را می‌توان در هر سازمان به کار گرفت که عبارتند از: استاندارد کردن شرایط محیط کار، استاندارد کردن روشهای کار، اندازه‌گیری کارایی، برنامه‌ریزی وظایف روزانه و تعیین دستمزد برای هر قسمت از کار. تیلور همچنین اهمیت زیادی برای گزینش و آموزش صحیح کارکنان قائل بود و بر این مسئله تأکید داشت که برای هر نوع کار باید فرد مناسب آن کار انتخاب شود (صبوری، ۱۳۷۹).

التون مایو با طرح نظریه روابط انسانی در مدیریت سازمانها، معتقد است که با مطالعه عامل انسانی در سازمانهای صنعتی می‌توان کارایی و بهره‌وری سازمان را افزود و برای افزایش بهره‌وری کار، باید بعضی نیازهای شخصی فرد در سازمان برآورده شود. او بر «انگیزش انسانی در کارکنان زیردست»، «احترام به فرد»، «مدیریت دموکراتیک» و نظایر آن تأکید می‌کند. وی بر مبنای مطالعات خود به این نتیجه رسید که عوامل روانی و اجتماعی نقش مهمتری در افزایش بهره‌وری دارند تا عوامل مادی. بر اساس این نظریه، هر چه افراد در سازمانها رضایت اجتماعی بیشتری داشته باشند، سازمان کارایی بیشتری خواهد داشت. کارگران در سازمان بی‌روح رسمی و عقلانی که فقط نیازهای اقتصادی آنها را برآورده می‌کند، احساس رضایت و خوشبختی نخواهند کرد. این نظریه معتقد نیست که تنها با تقسیم کار و توزیع قدرت رسمی به کاراترین شیوه‌ای که به وسیله ماهیت کار تعیین می‌شود می‌توان حداکثر رضایت کارکنان و جلب همکاری آنها را ممکن ساخت و در نتیجه کارایی سازمان را افزایش داد، بلکه تحقق این امر به موارد دیگری همچون در نظر گرفتن نیازهای

اجتماعی افراد، گروه‌های غیر رسمی، مشارکت گروهی در تصمیم‌گیری و برقراری ارتباط میان رهبری و اعضای سازمان، نیز نیاز دارد (همان منبع).

پارسونز کاملاً به سازمانها از دید نظام طبیعی می‌نگرد و به چهار نوع مسئله اشاره می‌کند که سازمانها باید برای بقا و پیشرفت در طول زمان به آنها توجه کنند. در واقع وی معتقد است که حفظ تعادل و تداوم نظام به چهار شرط کارکردی یا چهار مسئله بستگی دارد که باید به طور مناسب تأمین یا حل شوند. این چهار شرط عبارتند از: دستیابی به هدف، انطباق یا فرایند به کار انداختن وسایل فنی برای دستیابی به هدف، یکپارچگی یا فرایند برقراری و حفظ روابط عاطفی و اجتماعی مناسب در میان افرادی که مستقیماً در فرایند دستیابی به هدف همکاری می‌کنند و نهایتاً حفظ الگو و کنترل تنش یا مراقبت در واحدهایی که با یکدیگر همکاری می‌کنند به منظور برخورد کردن از وقت و تسهیلات لازم برای ایجاد یا شناخت تواناییهای مورد نیاز نظام. استدلال پارسونز همچنین این است که سازمانها را می‌توان در حکم یک نظام در نظر گرفت. در نتیجه نخستین وظیفه تحلیلگر سازمان این است که ارزشها و هدفهای سازمان را تعیین کند. از آنجا که تأکید اصلی بر ارزشها و هدفهاست، بنابراین باید به سازمان از دیدگاه فرهنگی و نهادی - که ارزشها و هدفها از آنها سرچشمه می‌گیرد - نگریست. سازمان همیشه باید به وسیله ارزشهای سازمان مشروعیت پیدا کند. ارزشهای سازمان به نوبه خود باید با ارزشهای جامعه همساز باشند. مشروعیت هدفهای سازمان از سهم آنها در تأمین نیازهای کارکردی نظام اجتماعی بزرگتر ناشی می‌شود. به این ترتیب سازمان می‌تواند هدفهایش را مافوق هدفهای نظامهایی فرعی که سازمان را تشکیل می‌دهند، قرار دهد. علاوه بر این، هدفهای سازمان در هدفهای نظام اجتماعی بزرگتر ادغام می‌شود.

در این تحقیق برای بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای صنایع دستی از نظریه پارسونز در مورد سازمانها استفاده شده است. پارسونز سازمانها را بر اساس نظریه کارکردی تحلیل می‌کند. بر این اساس سازمانها دارای واحدهای فرعی مانند افراد، گروه‌ها و بخشها یا واحدهای سازمانی هستند. اما سازمانها را می‌توان به عنوان واحدهای فرعی واحد بزرگتر مانند

اقتصاد یا نظام آموزشی در نظر گرفت؛ زیرا بسیاری از ویژگیهای سازمان با ویژگیهای نظام اجتماعی به طور کلی شباهت دارد. پارسونز سازمان را به عنوان نظام اجتماعی مستقل در نظر می‌گیرد که در یک نظام اجتماعی بزرگتر یعنی جامعه فعالیت می‌کند. بنابراین، سازمانها مانند نظام اجتماعی برای بقا و پیشرفت باید این چهار مسئله یا نیاز کارکردی را حل کنند: ۱. انطباق ۲. دستیابی به هدف ۳. یکپارچگی ۴. حفظ الگو و کنترل تنش.

با توجه به اینکه پارسونز در سازمانها سه سطح را مشخص می‌کند که این کارکردها را انجام می‌دهند، برای بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیها در حکم یک نوع سازمان، ویژگیهای این سطوح چندگانه در این تعاونیها، شامل: ویژگیهای سطح سازمانی، اعضای هیئت مدیره و رابطه هیئت مدیره با اعضا، هماهنگی بین سازمان و جامعه بزرگتر و نهادهای مربوط بررسی می‌شود.

در این مطالعه با توجه به آنچه گفته شد، متغیرهایی نظیر برخی ویژگیهای فردی و رفتاری مدیران، شاخصهای مرتبط با تولید تعاونیها، گذراندن دوره های آموزشی مدیریت، میزان سرمایه اولیه تعاونی، انسجام درونی تعاونی، نحوه تصمیم گیری های مدیریتی در تعاونی، بهره‌مندی تعاونیها از تسهیلات دولتی و همکاری بانکها در ارائه تسهیلات به عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیها بررسی شدند.

مواد و روشها

تحقیق حاضر به شیوه پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی تحقیق، انجام شده است. بر همین اساس، پرسشنامه طی دو مرحله مقدماتی و نهایی و پس از تعیین روایی و پایایی آن به کار رفت. برای تدوین مبانی و چارچوب نظری پژوهش از شیوه مرور منابع و تحقیقات پیشین به روش مطالعات کتابخانه‌ای (اسنادی) نیز استفاده گردید. همچنین در این تحقیق، روشهای کیفی و تشکیل گروه متمرکز و هدف، مورد توجه قرار گرفت.

متغیرهای مستقل مؤثر بر میزان موفقیت شرکتهای تعاونی عبارتند از: شیوه رفتار مدیر، گذراندن دوره های آموزشی مدیریت، تهیه بموقع و کنترل کیفیت مواد خام، میزان سرمایه اولیه تعاونی، انسجام درونی تعاونی، تعداد دفعات تشکیل مجمع عمومی، میزان شرکت اعضا در مجمع عمومی، میزان رعایت تصمیمات گرفته شده در مجمع، اعطای پاداشهای مادی به کارکنان تعاونی، کارآموزی قبل از شروع کار، تعداد اعضا، میزان رعایت اصول تعاونی، بهره‌مندی تعاونیها از تسهیلات دولتی، بازدید توسط مسئولان اداره تعاون و صنایع دستی و همکاری بانکها در ارائه تسهیلات.

در این تحقیق میزان موفقیت تعاونی با شاخصهایی نظیر تلاش برای تأمین نیازها، ارتقای مشارکت اعضای تعاونی، بالا بردن سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی در میان اعضا، تأمین وسایل کار و مواد اولیه مورد نیاز اعضا، اهداف و تأسیس کارگاه، اشتغال زایی و اخذ وام از مؤسسات اعتباری کشور جهت تحقق اهداف شرکت بررسی و سنجش شده است.

بر اساس اطلاعات اداره تعاون کرمان، جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکتهای تعاونی صنایع دستی شهر کرمان شامل ۳۰ شرکت بوده است که با توجه به غیر فعال بودن اکثریت آنها، در مجموع تعداد ۱۰ شرکت تعاونی صنایع دستی فعال در کرمان شناسایی و از هر یک از آنها ۳ نفر شامل مدیرعامل، یک عضو از اعضای هیئت مدیره و یک عضو عادی (مجموعاً ۳۰ نفر) مورد بررسی قرار گرفتند که اطلاعات مورد نیاز با استفاده از ابزار پرسشنامه با مراجعه حضوری به این افراد جمع آوری شد.

یافته‌های پژوهش

بر اساس داده های تحقیق، میانگین سنی پاسخگویان حدود ۳۹ سال بوده و از نظر تحصیلات ۷۳ درصد در سطح دیپلم و ۲۰ درصد در سطح لیسانس و بالاتر بوده‌اند. در حدود ۷۰ درصد اعضای تعاونیها مرد و نزدیک به ۳۰ درصد زن بودند. بیش از نیمی از افراد دارای سمتهای مدیریتی در تعاونی (مانند مدیر عامل و ..)، تا ۳ سال سابقه سرپرستی داشتند. در بین

پاسخگویان، ۷۶/۷ درصد سهامدار و ۳۳/۳ درصد نیز مالک وسایل شرکت تعاونی بوده‌اند. در مورد شرکت مدیران در دوره های آموزشی مدیریت، یافته‌های تحقیق نشان داد تنها ۳۵/۷ درصد از اعضای هیئت مدیره دوره های آموزشی مدیریت را گذرانده اند.

در این تحقیق شرکتهای تعاونی فعال صنایع دستی که سابقه تشکیل و شروع فعالیت آنها از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۶ بود، مورد بررسی قرار گرفتند. بر مبنای یافته های تحقیق و مشاهدات انجام شده، اکثر این تعاونیها (۷۳/۳ درصد) با شیوه های تولید سنتی و با بهره گیری از افراد باتجربه و قدیمی به تولید صنایع دستی مشغول بوده‌اند. از نظر زمینه فعالیت، بیش از نیمی از این شرکتها در کار تولید و مرمت فرش بوده و بعد از آن صنایع فلزی به ویژه صنایع دستی مربوط به وسایل و ظروف مسی، بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند و بقیه نیز به خدمت‌رسانی به افراد شاغل در صنایع دستی (مانند تهیه و تأمین مواد اولیه برای سازندگان) مشغول بوده‌اند.

در تعاونیهای مورد بررسی، ۹۳/۳ درصد به تهیه و تأمین مواد اولیه برای تولید کنندگان و سازندگان عضو شرکت تعاونی مشغول بوده و ۵۶/۷ درصد نیز علاوه بر تهیه و تأمین مواد، تولیدات اعضا را نیز جهت عرضه به بازار خریداری می کنند. در کنار این فعالیتها، ۵۶/۷ درصد شرکتهای مورد بررسی به اعضا خدمات آموزشی ارائه می کنند و ۶/۷ درصد نیز علاوه بر کارهای یاد شده، تسهیلات مالی در اختیار اعضا قرار می دهند.

به اعتقاد ۷۵/۹ درصد از پاسخگویان، شرکت تعاونی آنها برای کنترل کیفیت مواد اولیه، نیروی متخصص نداشته و اعضای هیئت مدیره خود به این امر می پردازند. همچنین اکثر شرکتها (۷۶/۷ درصد) جهت تبلیغ و فروش محصولات خود نیروی بازاریاب ندارند، اگرچه ۹۶/۷ درصد در نمایشگاههای داخلی و ۵۷/۹ درصد در نمایشگاههای خارجی شرکت کرده‌اند. یکی از مشکلات مطرح شده از سوی تعاونیهای مورد بررسی، ناکافی بودن سرمایه شرکت می باشد، به گونه‌ای که ۶۲/۱ درصد اعضا، سرمایه مالی و اقتصادی شرکت خود را ناکافی دانسته و یا خیلی کم ارزیابی کرده اند و تنها ۳/۴ درصد سرمایه شرکت را کافی دانسته‌اند.

از نظر شرکت در مجمع عمومی، ۵۹/۳ درصد از افراد هر ساله در مجمع عمومی شرکت کرده‌اند که ۵۰ درصد آنها معتقدند تصمیمات گرفته شده نیز تا حدی رعایت شده است. در عین حال ۱۴/۸ درصد معتقدند در شرکت تعاونی آنها اصلاً مجمع عمومی تشکیل نشده است.

در مورد بازدید از شرکتها، ۶۰ درصد بازدیدها را مسئولان اداره تعاون و ۶۶/۷ درصد را اداره صنایع دستی انجام داده‌اند. در این باره میزان همکاری اداره تعاون، صنایع دستی و نظام بانکی با شرکتها به ترتیب ۲۴/۵، ۱۶/۹ و ۱۰/۳ درصد ارزیابی شده که این نشان‌دهنده ارزیابی ضعیف افراد از همکاری نظام بانکی کشور با شرکتهای تعاونی بوده است.

با در نظر گرفتن شاخصهای مورد نظر، در مورد میزان موفقیت شرکت تعاونی به عنوان متغیر وابسته می‌توان گفت که اکثر اعضای تعاونیهای مورد بررسی (۷۰ درصد) شرکت خود را کاملاً موفق، ۱۶/۷ درصد تا حدی موفق و ۱۳/۳ درصد ناموفق ارزیابی کرده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی تعاونیها بر حسب میزان موفقیت

میزان موفقیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
ناموفق	۴	۱۳/۳	۱۳/۳
تا حدی موفق	۵	۱۶/۷	۳۰
کاملاً موفق	۲۱	۷۰	۱۰۰
جمع	۳۰	۱۰۰	-

مأخذ: یافته‌های تحقیق

تجزیه واریانس متغیرها مبین وجود رابطه میان نگرش اعضا نسبت به تحقق اصول تعاونی و موفقیت تعاونی است، به طوری که می‌توان گفت هر چه اصول تعاونی بیشتر رعایت گردد و افراد نسبت به این مسئله باور پیدا کنند، میزان موفقیت نیز بیشتر می‌شود (جدول ۲).

جدول ۲. تحلیل واریانس یکطرفه رعایت اصول تعاونی و موفقیت تعاونی

سطح معنیداری	نسبت f	درجه آزادی	مجموع مجدورات	منبع تغییرات	موفقیت تعاونیها
۰/۰۳۰	۴/۵۳۳	۲	۱۱۴۰/۹۸۴	میان گروهی	
		۱۴	۱۷۶۲/۰۷۲	درون گروهی	
		۱۶	۲۹۳/۰۵۹	جمع	

مأخذ: یافته های تحقیق

همچنین تعاونیهایی نیز که اعضای آن خود را کاملاً فعال معرفی نموده موفقتر از بقیه عمل کرده‌اند و بین دو متغیر یاد شده رابطه معنادار در سطح ۹۹ درصد اطمینان وجود دارد. در مورد رابطه بین تهیه بموقع مواد خام و موفقیت تعاونی نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هر چقدر مواد خام و اولیه مورد نیاز اعضا بموقع تهیه و در اختیار آنها گذاشته شود، آن شرکت تعاونی دارای میزان موفقیت بیشتری است به طوری که می‌توان گفت رابطه معنادار در سطح ۰/۰۱ بین دو متغیر وجود دارد. همچنین هر چه پاداش مادی و غیرمادی بیشتری به افراد شرکت تعاونی پرداخت شود، افراد بهتر کار می‌کنند.

از دیگر متغیرهای اثرگذار بر میزان موفقیت، تعداد دفعات تشکیل مجمع عمومی بوده به طوری که هر چه تعداد تشکیل جلسات مجمع عمومی در سال بیشتر باشد، میزان موفقیت بیشتر می‌شود (جدول ۳).

در مورد ارتباط متقابل نهادهای مختلف با تعاونی و اثرگذاری همکاری این نهادها و سازمانها بر میزان موفقیت شرکتهای تعاونی، مشخص شد بازدید مسئولان اداره‌هایی نظیر تعاون و صنایع دستی می‌تواند بر میزان موفقیت اثرگذار باشد. این اثرگذاری زمانی بیشتر است که میزان همکاری بین شرکتهای و نهادهای یاد شده بیشتر باشد (جدول ۳).

جدول ۳. ضریب همبستگی بین برخی از متغیرهای مستقل تحقیق و میزان موفقیت تعاونی

تعداد دفعات تشکیل مجمع عمومی	همکاری نهادهای مختلف	همکاری سازمان صنایع دستی	همکاری بانک	همکاری اداره تعاون	متغیرهای مستقل	
					موفقیت	ضریب همبستگی
۰/۴۲۴	۰/۷۴	۰/۶۰۸	-۰/۰۷۷	۰/۵۵	موفقیت	ضریب همبستگی
۰/۰۳۹	۰/۰۰	۰/۰۰۰	۰/۶۹۸	۰/۰۰۲	تعاونی	سطح معنیداری

مأخذ: یافته های تحقیق

نتیجه گیری و پیشنهاد

بدون شک موفقیت و کارایی تعاونیها در گرو رعایت برخی اصول از سوی اعضا و مدیران است به نحوی که می توان این اصول را اساس تفاوت شرکتهای تعاونی با شرکتهای دیگر در نظام اقتصادی دانست. بر همین مبنا در این تحقیق، میزان رعایت اصول تعاونی در شرکتهای تعاونی صنایع دستی در شهر کرمان مورد بررسی قرار گرفت که اطلاعات به دست آمده نشان داد شرکتهایی موفقترند که این اصول را بیشتر و کاملتر رعایت کنند. این وضعیت بر ضرورت آشنایی اعضا با اصول بنیادین تعاونی و تعهد و التزام عملی آنها به رعایت آنها صحه می گذارد؛ بنابراین، آگاه سازی و توجیه اعضا و ارکان تعاونیها نسبت به اصول مدون و پذیرفته شده تعاونی اهمیت بسیار دارد.

بر اساس یافته های تحقیق حاضر، یکی از مسائل گریبانگر تعاونیهای صنایع دستی در شهر کرمان، عدم بهره گیری تعاونیها از نیروی انسانی متخصص و نیز افراد آشنا و آگاه به علوم و فنون بازاریابی است. بدون شک آشنایی کم اعضا و مدیران تعاونیها با شیوه های نوین تولید به سبب فقدان نیروی انسانی متخصص منجر به ضعف توانایی آنها در تولید محصولات بازاریابند می شود. از سویی عدم بهره مندی از نیروی آشنا با مسائل بازار و علم بازاریابی، به ناتوانایی تعاونیها در ورود و پیشروی به بازارهای مناسب می انجامد، چرا که امروزه اهمیت

آگاهی و بهره‌گیری از علوم و فنون بازاریابی و بازاریابی کمتر از اهمیت کیفیت و کمیت تولیدات نیست.

از دیگر مشکلات مطرح شده از سوی تعاونیهای مورد بررسی، ناکافی بودن سرمایه شرکت می‌باشد که با توجه به نقش محوری سرمایه در پیشبرد برنامه‌ها و اهداف شرکت‌های تعاونی و تسهیل حضور آنها در بازارهای داخلی و خارجی، قابل تأمل است. بنابراین، عامل سرمایه باید از سوی نهادهای مالی و اعتباری کشور به‌ویژه مؤسسات اعتباری تأمین‌کننده سرمایه شرکت‌های تعاونی مورد توجه ویژه قرار گیرد.

موفقیت تعاونیها در گرو استفاده از مدیرانی لایق، کاردان و آشنا با برنامه‌های شرکت و نیز متعهد به اهداف تعاونی می‌باشد. بر اساس یافته‌های مطالعه حاضر، در اکثر شرکت‌های تعاونی‌های فرش، مدیران با رشته تولیدی خود آشنایی داشته‌اند به طوری که صنعت فرش‌بافی را در کانون خانواده و در ارتباط با آشنایان و دوستان از نزدیک لمس کرده و در طی زمان طولانی به این امر اشتغال داشته‌اند.

در تعاونیهای مورد بررسی، بین میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی و تشکیل مجمع عمومی رابطه مستقیم و معناداری وجود داشته است. این مسئله اهمیت همفکری و تبادل نظر بین افراد از طریق تشکیل مجمع عمومی را نمایان می‌سازد. به عبارتی می‌توان گفت فراهم نمودن فرصت همفکری اعضای مجمع عمومی با یکدیگر، به شناسایی دقیقتر مسائل و مشکلات شرکت، روانسازی فعالیتهای جاری و تلاش برای دستیابی به اهداف مورد نظر کمک می‌نماید. همان‌گونه که نتایج این پژوهش نشان داد، برگزاری دوره‌های کارآموزی و شرکت مداوم در این کلاسها و استمرار آنها بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی صنایع دستی در شهر کرمان اثرگذار بوده است. بنابراین، داشتن دانش و اطلاعات تعاونی، نه تنها برای مدیران و متصدیان مؤسسات تعاونی بلکه برای کلیه اعضای تعاونیها نیز لازم است؛ زیرا اعضای تعاونی نیز دارای حقوق، وظایف و مسئولیتهایی هستند و استفاده از این حقوق و اجرای وظایف محوله، آمادگی و اطلاعات لازم را می‌طلبد.

بر پایه نتایج، میزان موفقیت تعاونیها بستگی به عواملی نظیر اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم نسبت به اهداف، برنامه‌ها و فعالیتها و نتایج آنها از طریق ایجاد، تقویت و حمایت از عنصر روابط عمومی و بازاریاب دارد. در طی مصاحبه با اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل مشخص شد که هیچ یک از شرکتهای مسئول روابط عمومی ندارند. با توجه به اهمیت اقدامات و فعالیتهای روابط عمومی‌ها در معرفی شرکت تعاونی و محصولات آن به عرصه‌های مختلف و نیز افزایش استقبال عمومی از فعالیتهای، تولیدات و خدمات شرکتهای، ضروری است این موضوع مورد توجه نهادهای ذیربط قرار گیرد.

براساس نتایج این مطالعه، اعضای هیئت مدیره اکثراً مشکلات مالی و اعتباری، نبود تسهیلات و کمبود نیروی متخصص و تولیدکننده حرفه‌ای را جزو مشکلات و عوامل کاهش دهنده موفقیت شرکت خود اعلام نموده‌اند. آنها همچنین نبود بازار داخلی مشخص برای عرضه تولیدات خود، فقدان بازاریابی خارج از کشور و عدم حمایت مسئولان و دولت را جزو محدودیتهای شرکتهای تعاونی خود ذکر کرده‌اند.

یکی دیگر از موضوعات قابل توجه در این مطالعه، عدم اهتمام شرکتهای تعاونی مورد بررسی به بهره‌گیری از دفاتر بایگانی و حسابداری روزآمد و سالانه و شفافیت در امور مالی شرکت می‌باشد. بدون شک این وضعیت، یکی از عوامل بروز مشکلات متعدد در ارائه گزارشهای مالی و نیز اخذ تسهیلات و منابع اعتباری است.

همچنین یکی از نکات مهم و قابل ذکر در یافته‌های تحقیق و نیز مصاحبه‌های انجام‌شده در طی تحقیق این بوده که عمده مشکلات مطرح شده از طرف اعضا بیشتر به بیرون سازمان مربوط بوده و اعضای تعاونیها کمتر به مشکلات و تنگناهای داخلی شرکت اشاره نموده‌اند. این مسئله ضرورت نوعی بازنگری در دیدگاه افراد به منظور اشراف بیشتر بر نقاط ضعف و کاستیهای درون شرکت در عین توجه به توانمندیها و پتانسیلهای درونی را نمایان می‌سازد.

در این قسمت با توجه به یافته‌های مطالعه حاضر، پیشنهادهای زیر به منظور افزایش توان شرکتهای تعاونی در رقابت با رقبا و کاهش مشکلات و تنگناهای پیش رو ارائه می‌شود:

- توجه ویژه نهادهای مالی و اعتباری کشور به ویژه مؤسسات اعتباری تأمین کننده سرمایه شرکتهای تعاونی به تأمین و تقویت سرمایه و یافتن سازوکارهای مناسب برای جذب منابع سرمایه‌ای مختلف در بخش تعاون
 - فراهم کردن تمهیدات مناسب به منظور جذب نیروی انسانی متخصص و دانش آموخته در شرکتهای تعاونی به منظور روزآمدسازی روشها و فرایندهای تولید
 - بهره‌گیری شرکتهای تعاونی از کارشناسان علوم و فنون بازاریابی و بازاریابی به منظور افزایش توانمندی آنها برای حضور در بازارهای رقابتی
 - انتخاب افراد خاص به عنوان یاران روابط عمومی شرکت تعاونی
 - تلاش نهادهای ذیربط در تقویت سازوکارهای نظارتی و بازرسی در تعاونیها
 - تشکیل مستمر دوره‌های آموزشی برای اعضای تعاونیهای تولید با استفاده از استادان مجرب و آگاه به امور تعاونیها
 - برگزاری دوره‌های تخصصی در زمینه‌های مدیریت، حسابداری، انبارداری برای اعضا و مدیران تعاونیها و ارائه مدارک معتبر توسط نهادهای رسمی آموزشی
 - آگاه‌سازی اعضا و مدیران شرکتهای تعاونی نسبت به اهمیت مقوله‌هایی نظیر تقویت روحیه کار جمعی و انگیزه کار گروهی در پیشرفت و تعالی تعاونیها
 - توانمندسازی اعضا و مدیران تعاونیها برای شناسایی و بهره‌گیری از فرصتهای درون شرکت تعاونی و سایر نهادهای ذیربط و کاهش سطح انتظار تعاونیها برای بهره‌گیری از خدمات و کمکهای دولتی
- سیاسگزاری**
- بدینوسیله از جناب آقای دکتر احمد یعقوبی، مشاور محترم معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و آموزش وزارت تعاون که در اصلاح نهایی این مقاله نقش مؤثر داشته‌اند سپاسگزاری می‌شود.

منابع

۱. بی نام (۱۳۷۸)، صنایع دستی محور اشتغال و توسعه کشور، نشریه صنایع دستی، شماره ۸.
 ۲. تقوی، نعمت الله (۱۳۸۲)، عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی های تولید زراعی در آذربایجان شرقی، مجله تعاون، شماره ۱۴۳.
 ۳. سالارزاده، نادر (۱۳۸۰)، عوامل مرتبط با موفقیت تعاونی سپه، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۳.
 ۴. شعبانعلی فمی، حسین و شهلا چوبچیان و معصومه رحیم زاده و فاطمه رسولی (۱۳۸۵)، شناخت و تحلیل سازه های موفقیت شرکتهای تعاونی زنان در ایران، مطالعات زنان، سال ۴، شماره ۲.
 ۵. صبوری، منوچهر (۱۳۷۹)، جامعه شناسی سازمانها، نشر شب تاب، تهران.
 ۶. مدیریت صنایع دستی خراسان (۱۳۸۱)، اهمیت اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی صنایع دستی و جایگاه آن در برنامه های توسعه، نشریه جاده ابریشم، شماره ۵۶.
 ۷. موسایی، میثم و امید علی احمدی (۱۳۸۲)، بررسی عوامل و ابعاد اجتماعی موفقیت تعاونی های مسکن در ایران، وزارت تعاون.
8. Gerges, Guilaumon, Henriette, Marillia (1991), Competencies for presidents of agricultural cooperatives in the state of Ssao Paulo, Brazil: Administration Perceived Priority Ranking.