

تعاون، سال بیستم، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱، دی و بهمن ۱۳۸۸

عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونیهای تولیدی استان اردبیل

رسول عباسی^۱، بهزاد رسول زاده^۲، پروین عباسی^۳

چکیده

این تحقیق با رویکردی جامع‌نگر، عوامل فردی، رفتاری، سازمانی و ساختاری تأثیرگذار بر عدم موفقیت تعاونیها را شناسایی می‌کند. تحقیق حاضر در سال ۱۳۸۶ در استان اردبیل انجام گرفته است. نمونه آماری این تحقیق را ۵۲۱ نفر از ۱۷۳ مورد شرکتهای تعاونی فعال و غیر فعال تشکیل می‌دهد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون تفاوت میانگینها، تحلیل تشخیصی و تحلیل رگرسیون استفاده شده است.

نتایج تحلیل تشخیصی نشان داد که متغیرهای میزان مشارکت، رضایت از عملکرد اداره تعاونی، همگامی، همفکری، رضایت از عملکرد هیئت مدیره، مسئولیت‌پذیری، دلبستگی اعضا به شرکت، اعتماد، نگرش به نحوه مدیریت، روابط عاطفی و توجیه‌شوندگی اعضا در موفقیت تعاونیها نقش دارند. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که متغیرهای مشارکت، سهولت بازاریابی، استفاده از فناوری، سرمایه اجتماعی، مشارکت خانوادگی و گرانی مواد

e-mail: rasoulabbasi53@gmail.com

۱. محقق علوم اجتماعی

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور آستارا

۳. مدرس زبان انگلیسی مدارس اردبیل

اولیه در موفقیت و عدم موفقیت تعاونیها نقش دارند. بر این اساس پیشنهادهای زیر ارائه شد: تقویت سرمایه اجتماعی، تقویت هنجارهای مشترک در شرکتهای تعاونی، شفاف‌سازی فعالیتهای همدیگر، آموزش مدیریت در تعاونیها، ایجاد واحدهای مشاوره و نظارت با هدف ارائه خدمات علمی و فنی، راه‌اندازی و توسعه طرح جامع بازاریابی، تأسیس شرکتهای تعاونی بازاریابی، برقراری ارتباط مؤثر بین شرکتهای تعاونی در زمینه بازاریابی محصولات، ارائه خدمات متقابل مالی، فنی و اطلاعاتی و ایجاد دوره‌های آموزش پودمانی برای کارشناسان اداره تعاونی.

کلیدواژه‌ها:

تعاونیها، موفقیت و عدم موفقیت، تحلیل تشخیصی، استان اردبیل

مقدمه

تحولات اوایل هزاره سوم میلادی در عرصه اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی موجب شده است که تعاونیها در عصر حاضر با شرایط جدیدی روبه‌رو شوند به طوری که بدون سازگاری با آنها نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند. در کشورهای صنعتی، دولت از طریق طراحی چارچوبهایی برای توسعه تعاونیها در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی گامهای مؤثری برداشته است. اما کشورهای در حال توسعه در این راه با موانعی چون عدم تطبیق انتظارات، عدم شفافیت سیاستگذارها، فقدان شرایط استاندارد محیطی و افزایش غیرطبیعی تعاونیها به لحاظ کمی مواجهند (پیشرفت و توسعه تعاونیها، ۱۳۸۳).

به تبع مشکلات فراروی تعاونیها در کشورهای در حال توسعه، کشور ما نیز با این مشکلات مواجه است به طوری که در واحد جغرافیایی مورد مطالعه (استان اردبیل) بر اساس اطلاعات به دست آمده از دفتر آمار و اطلاعات اداره تعاون، تعداد ۱۰۱۵ مورد از تعاونیها

غیرفعالند و تنها ۶۰۰ شرکت تعاونی فعالیت دارند. این امر نشانه وجود مشکل اساسی در حیات تعاونیهاست.

صاحب نظران و جامعه شناسان معتقدند در شرایط کنونی که از سویی «شعار دولت کوچکتر برای آینده بهتر» به طور جدی مطرح است، باید به دو دلیل به تقویت بخش تعاون توجه بیشتری کرد: اول اینکه در نظام تعاونی نظارت قوی مردمی اعمال می شود و هرم قدرت در آن از پایین به بالا و در نتیجه مسئولیت و هزینه های نظارتی دولت کمتر است و نظارت، مفهومی دقیقتر و گسترده تر می یابد. دوم اینکه برای بخش خصوصی رقیبی جدید یافت می شود که می تواند به نوبه خود در افزایش کیفیت تولید و کارایی بیشتر این بخش نقش مهمی داشته باشد. با این همه، در طول سالهای گذشته، تعاونیها نتوانسته اند به نقش مؤثر خود عمل کنند و جایگاه واقعی خود را در اقتصاد ایران پیدا نمایند (کوهی، ۱۳۸۵).

با توجه به مطالب فوق، این تحقیق در راستای شناسایی عواملی صورت گرفته است که موفقیت فعالیتهای اقتصادی دسته جمعی (تعاون) را به چالش می کشد، بر آن است که عمده ترین عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونیها را بررسی و با رویکردی جامع نگر، عوامل رفتاری، سازمانی و ساختاری تأثیرگذار بر آن را مشخص کند و در اختیار برنامه ریزان اقتصاد تعاون کشور قرار دهد. به طور کلی تحقیق حاضر درصدد پاسخگویی به این سؤال است که هر کدام از مؤلفه های فردی، سازمانی و ساختاری چه نقشی در موفقیت و یا عدم موفقیت تعاونیها دارند؟

پیشینه تحقیق

در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر فعالیت تعاونیها، مطالعات انجام گرفته داخلی و خارجی به فراخور پیشینه تجربی و نظری، هر یک جنبه هایی از ابعاد رفتاری، سازمانی و ساختاری را مدنظر قرار داده اند که به اهم آنها اشاره می شود.

بر اساس نتایج تحقیقات سازمان کشاورزی استرالیا^۱، میزان مشارکت اعضا با موفقیت شرکتهای تعاونی رابطه مستقیم دارد. از سوی دیگر، میزان مشارکت با عواملی از قبیل میزان اعتقاد به اصول تعاون، میزان فعالیت اجتماعی، تأثیر گذاری اعضا، بی طرفی تعاونیها و میزان رضایت اعضا و کارکنان تعاونی در ارتباط است. دی دی (Didi, 2004) اعتقاد دارد، همگنی اعضا و پایداری گروههای کوچک در موفقیت تعاونیها تأثیر بسزایی دارد. همچنین وی بر نقش مشارکت در بهره گیری از منابع و موفقیت شرکتهای تأکید دارد.

شاور و همکارانش (Shaver & et al., 1991) عوامل فراوانی را همچون پیشینه زندگی فرد، میزان و نوع آموزش، تجربه های کاری، نوع یادگیری، میزان امکانات و منابع در دسترس و همکاری سازمانها و نهادها در موفقیت شغلی تأثیر گذار می دانند.

بهویان و اولسون (Bhuyan & Olson, 1998) بر نقش آموزش اعضا، کارکنان و مدیران و تأثیر آنها در موفقیت تعاونیها تأکید کردند.

برونیس و همکارانش (Bruynis & et al., 1997) در مطالعه ای بالا بودن هزینه های اجرایی، ناتوانی در ایجاد توازن در علایق متفاوت اعضا، انتظارات زیاد اعضا از تعاونی و نبود مدیران مقتدر در بین اعضا را موانع اصلی توسعه تعاونیها می دانند. از نظر آنها بین شیوه مدیریت و میزان موفقیت همبستگی معنی داری وجود دارد و شرکتهایی که از مدیران حرفه ای و تمام وقت بهره مندند، موفقترند. همچنین برقراری شرایط رسمی نیز در موفقیت تعاونیها تأثیر مثبت دارد. در این تحقیق عواملی چون کیفیت مدیریت، رابطه با مشتریان، علاقه مندی اعضا، میزان اعتماد اعضا، حفظ اعضا، تصدیگری و رهبری هیئت مدیره نیز در ارتقای تعاونیها مؤثر دانسته شدند.

کارلو و همکارانش (Carlo & et al., 2000) عواملی از قبیل روحیه فردگرایی، عدم همکاری اعضا، نبود مسئولیت پذیری در اعضا، ناآگاهی اعضا، غفلت از اصول تعاون و بهویان (Bhuyon, 2000) عدم پایداری اعضا به تعاونی را مانع اصلی توسعه تعاونیها ذکر کرده اند.

دفتر بین‌المللی کارگران^۱ ویژگیهای اجتماعی نیروی انسانی درون شرکت از قبیل میزان شناخت، مشارکت، آگاهی، سطح سواد، کیفیت نیروی انسانی و آشنایی با اهداف سازمان و همچنین نقش سیاستهای دولت و غیره را در موفقیت تعاونیها مؤثر دانسته است (امینی و رضانی، ۱۳۸۵، ۷۰-۷۱).

نتایج مطالعه جان و همکاران (John & et al., 2001, 17, 33) نشان می‌دهد که مدیران شرکتهای تعاونی سه اصل حداقل سود و خدمات بهتر، آزادی عضویت و رعایت انصاف و عدالت را از اصول مهم و مؤثر بر موفقیت تعاونیها ارزیابی کرده‌اند.

بررسی نتایج تحقیقات گوناگون در ایران نیز روی عملکرد شرکتهای تعاونی فعال و عوامل مؤثر در آن نشان می‌دهد که این شرکتهای عموماً عملکرد ناموفقی داشته‌اند. بر اساس این پژوهشها، نگرش اعضا نسبت به تعاون، شناخت اعضا از اصول تعاون و آگاهی و مشارکت و آموزش اعضا در افزایش کارایی و بهبود عملکرد تعاونیها نقش مهم و مثبتی داشته‌اند (امینی و رضانی، ۱۳۸۵، ۷۲).

مطالعه دیگری که توسط تعاونی تحقیقاتی زنان پژوهشگر در سال ۱۳۷۸ انجام شده است، نشان می‌دهد آن است که ضعف نیروی انسانی، عدم شناخت اصول تعاونی، فعالیت مدیران تعاونی در بخش خصوصی، عضویت برخی از اعضا در چند تعاونی و عضویت افراد شاغل در تعاونی، وجود روابط سنتی در تعاونی، پایگاه نابرابر اعضا، وجود اختلاف در تصمیم‌گیری‌های جمعی و عدم علاقه اعضا به عضویت در هیئت مدیره از مهمترین عوامل عدم موفقیت تعاونیهاست.

آجیلی و همکارانش (۱۳۸۵) نشان دادند که ضعف نیروی انسانی، عدم شناخت اصول تعاونی، فعالیت مدیران تعاونی در بخش خصوصی، عضویت برخی از اعضا در چند تعاونی و عضویت افراد شاغل در تعاونی، وجود روابط سنتی در تعاونی، پایگاه نابرابر اعضا، ایجاد

اختلاف در تصمیم‌گیری‌های جمعی و عدم علاقه اعضا به عضویت در هیئت مدیره از مهمترین عوامل عدم موفقیت تعاونیهاست.

دل‌انگیزان (۱۳۸۰) ضعف کارشناس استان، عدم احتساب تورم در ارائه طرحهای توجیهی، عدم نظارت بر طراحی اولیه فضاها در زمان ساخت کارگاه و خرید و نصب تجهیزات، بی‌توجهی به وضعیت عمومی، فرهنگی، اجتماعی و نیازهای تولیدی منطقه، وجود دستگاه‌های مزاحم، ضعف اطلاعات متقاضیان، ضعف مدیریت و توان مالی مجریان را از عوامل عدم موفقیت تعاونیها می‌داند.

وحیدزاده (۱۳۸۳) عوامل مدیریتی مؤثر در عدم موفقیت تعاونیهای تولیدی را شامل موارد زیر می‌داند: ضعف بنیه مالی، فقدان نظم سازمانی و ضوابط منطقی، نبود فناوری مدرن، سطح پایین تحصیلات مقامات، فقدان آموزش سازماندهی و مدیریت به مدیران اجرایی، تداخل وظایف سازمانی بین هیئت مدیره و مدیر عامل، الگوهای رفتاری منفی اعضا و هیئت مدیره نسبت به مدیر عامل، عدم اجرای قوانین مربوط به تعاونیهای تولید صنعتی، نبود فرهنگ سازی برای این گونه فعالیتها، فقدان سیاستهای مالیاتی حمایت کننده، فقدان حمایتهای دولتی در عمل، تعویض و جایگزینی مسئولان رده بالای مملکتی، تأخیر در پرداخت اعتبارات مربوط به طرحها، سیاستها و خط مشی‌های نوین در سطح جامعه، فقدان اتصال به شبکه های اطلاعاتی و اینترنتی.

بابازاده (۱۳۸۶) عواملی مانند خرده پا بودن اعضا، ضعف بنیه مالی، محدود بودن منابع کسب اطلاعات در زمینه قیمتها و بی سوادی اعضا را از عوامل عدم موفقیت تعاونیها می‌داند. رنجبر و منفردی راز (۱۳۸۶) معتقدند که آموزش و ترویج تعاون باعث افزایش کارایی و بهره وری تعاونیها می‌شود که به آن کمتر توجه می‌گردد.

در مجموع نتایج تحقیقات فوق حاکی از آن است که فقدان مسئولیت‌پذیری، مشارکت، اعتماد متقابل اعضا، ضعف مدیریت، نحوه اداره شرکت (دموکراتیک و استبدادی)، ضعف بنیه مالی، عدم تعامل بازار فروش، میزان ارتباط درونی و عاطفی، تخصص،

تحصیلات، آموزش شغلی کارکنان، ناتوانی در ایجاد توازن در علایق متفاوت اعضا، انتظارات زیاد اعضا از تعاونی، بالا بودن هزینه اجرایی، ترکیب سنی اعضا و نظارت و مشاوره مسئولان با موفقیت و عدم موفقیت شرکتهای تعاونی در ارتباط هستند.

روش تحقیق

این پژوهش از نوع توصیفی، علی-مقایسه‌ای و همبستگی است و در آن از دو روش تلفیقی اسنادی^۱ و پیمایشی^۲ استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه شرکتهای تعاونی فعال و غیرفعال استان اردبیل تشکیل می‌دهد که تعدادشان ۱۶۱۵ مورد می‌باشد. نمونه آماری ۱۷۳ شرکت تعاونی است که از این تعداد نمونه انتخابی، ۵۲۱ نفر انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. نمونه‌های شهرستانها به تناسب حجم جامعه آماری هر کدام از شهرستانها نسبت به کل جامعه^۳ (PPS) برآورد شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آنالیز واریانس^۴، آزمون تفاوت میانگین^۵، تحلیل رگرسیون^۶ و تحلیل تشخیصی^۷ استفاده شد. تحلیل تشخیصی، تکنیکی آماری است که می‌تواند عضویت افراد، گروه و به طور کلی متغیر وابسته‌ای را که اسمی دو حالته و یا چند حالته است، با توجه به مقادیر کسب شده در متغیرهای مستقل، در گروههای جداگانه‌ای تعیین عضویت کند و بدون اطلاع از عضویت واقعی در گروههای مختلف، صحت و درستی پیش‌بینی عضویت را برای محقق مشخص سازد.

1. Documentary
2. Survey
3. Probability Proportionate to Size Sampling
4. Variance Analysis
5. T. Test
6. Regression Analysis
7. Discrimination Analysis

تکنیک آنالیز تشخیصی^۱ در سطح خرد (با واحد تحلیل فرد) یک تابع خطی (D) از متغیرهاست که در آن جهت آزمون کارایی تابع تشخیصی در ایجاد تفاوت‌های معنی‌دار از آماره‌ای به نام لاندای ویلکس^۲ استفاده می‌شود. در این تکنیک آماری اعضای شرکت‌های تعاونی با توجه به متغیرهای مستقل در طبقات دو گانه شرکت‌های تعاونی موفق و ناموفق تفکیک می‌شوند و هدف آن است که تفاوت اعضای دو گروه از شرکت‌های تعاونی موفق و ناموفق با توجه به متغیرهای مستقل آشکار گردد. به عبارت دیگر اگر DV یک متغیر وابسته باشد و IVP و IV2 و IV1 متغیر مستقل باشند، هدف آنالیز تشخیصی پیدا کردن یک تابع خطی از متغیرهای مستقل است؛ یعنی تابعی به شکل زیر به دست خواهد آمد:

$$DV = A + B1(IV1) + B(IV2) + BP(IVP)$$

چنانکه گفته شد، در این تحلیل جهت آزمون کارایی تابع تشخیصی در ایجاد تفاوت‌های معنی‌دار بین گروه‌های هدف از آماره‌ای به نام لاندای ویلکس یا Λ استفاده می‌شود. برای سنجش متغیر وابسته یعنی موفقیت و عدم موفقیت تعاونیها، ابعاد عملکردی و میزان تحقق اهداف شرکتها (سنجش میزان رعایت مفاد مندرج در اساسنامه، درآمدزایی، استمرار تولید، افزایش سرمایه و بازاریابی محصول) سنجیده شده است.

متغیرهای مستقل این بررسی عبارتند از: ۱. سرمایه اجتماعی (برای سنجش این متغیر از دو شاخص اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی استفاده گردید. برای سنجش اعتماد اجتماعی از چهار گویه میزان اعتماد به مردم، روی دیگران حساب باز کردن، اعتماد به دوستان و کمک مردم به یکدیگر و برای سنجش مشارکت اجتماعی از میزان مشارکت در مراسم عزاداری و مراسم شادی، فعالیت گروهی و شرکت در انتخابات و رأی گیری استفاده شد.)، ۲. ناسازگاری پایگاهی (برای سنجش آن از سه شاخص درآمد و تحصیلات و سابقه کار استفاده شده است). ۳. عملکرد اداره تعاون (برای سنجش این متغیر از چهار گویه توانایی کارشناسان، انجام بدون معطلی کار، مثر ثمر بودن جلسات توجیهی و حمایت و پشتیبانی اداره تعاون از شرکت‌های تعاونی استفاده شد.)، ۴. همکاری سازمانها (برای سنجش این متغیر از

1. Discriminate Analysis

2. Landa Wilks

سه معرف هماهنگی در ارائه خدمات، عدم پارتی بازی و رشوه خواری و انعطاف پذیری و دست و پا گیر نبودن مقررات استفاده شده است. ۵. همکاری بانکهای تأمین اعتبار (شامل گویه‌های رضایت از نرخ سود تسهیلات، انعطاف پذیری، تعجیل بانکها در دریافت اعتبارات و کافی بودن اعتبارات)، ۶. سهولت بازاریابی محصول (شامل سه گویه مناسب بودن بازار فروش، عدم جایگزینی محصولات رقیب و توانایی رقابت با رقبای)، ۷. رضایت از تأسیسات فیزیکی (کمبود ابزار کار، محدودیت فضای فیزیکی، موقعیت مکانی شرکت، دسترسی کافی به آب و فاصله شرکت تا جاده اصلی)، ۸. رضایت از عملکرد هیئت مدیره (میزان تلاش مدیریت در جهت رضایت سهامداران، رضایت از عملکرد اعضای هیئت مدیره، خودسرانه عمل نمودن اعضای هیئت مدیره، مشورت با اعضا توسط مدیریت و انعطاف پذیری اعضای هیئت مدیره)، ۹. روابط عاطفی (رفع مشکل مالی اعضا توسط همدیگر، رفت و آمد خانوادگی اعضای شرکت و مورد بی مهری واقع شدن یکی از اعضا توسط دیگران)، ۱۰. مسئولیت پذیری (اختصاص زمان کافی برای شرکت، وجدان کاری، اقدام برای حل مشکل شرکت و تعهد کاری)، ۱۱. دلبستگی اعضا به شرکت (اتکای اقتصادی محض به شرکت، میزان حضور در شرکت و علاقه مندی به محیط شرکت)، ۱۲. نحوه مدیریت شرکت تعاونی (حق رأی اعضا، ارائه نظر توسط اعضا و آگاهی از تصمیمات شرکت)، ۱۳. همفکری (تفاهم، داشتن اطلاعات مشترک و درک مشترک از مسائل)، ۱۴. همگامی (میزان هماهنگی، ترجیح منافع جمعی بر فردی و درک متقابل)، ۱۵. تناسب و عدم تناسب نوع فعالیت با پتانسیل منطقه و ۱۶. مشارکت اعضا در امور شرکت (مشارکت در تصمیم گیری و شرکت در فعالیت جمعی و گروهی). در کنار این متغیرها، متغیرهای دیگری نیز در این مطالعه آورده شده است که جزء متغیرهای پیشینه‌ای و تک گویه‌ای می باشند. این متغیرها عبارتند از: سمت اعضا، سابقه کار، میزان دانش حرفه‌ای، استفاده از فناوری روز، استفاده از تجارب تعاونیهای موفق، نگرش به کافی بودن اعتبار تخصیصی، نگرش به سهولت در دسترسی به مواد اولیه، میزان توجه‌شوندگی اعضا، نگرش به دست و پا گیر بودن مقررات اداری، گرانی قیمت مواد اولیه، رضایت از قیمت محصولات در بازار، ارزیابی نوسانات بازار و مشارکت خانوادگی، اعتماد اعضا به هم.

بحث و تحلیل

۱. نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان موفقیت و عدم موفقیت تعاونیهای تولیدی برحسب شاخصهای مورد نظر

نتایج به دست آمده از آنالیز واریانس نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری در ارزیابی موفقیت تعاونیها برحسب سمت اعضا، میزان توجه‌شوندگی اعضا، میزان استفاده از تجارب تعاونیهای موفق، نگرش به کافی بودن اعتبار اختصاصی و نگرش اعضا به سهولت در دسترسی به مواد اولیه وجود دارد و تفاوت معنی‌داری بین میزان موفقیت و عدم موفقیت تعاونیها برحسب نگرش اعضای آنها به دست و پا گیر بودن مقررات اداری وجود ندارد و تعاونیهای مورد مطالعه نگرش یکسانی نسبت به این متغیر دارند (جدول ۱).

جدول ۱. نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان موفقیت و عدم موفقیت تعاونیهای تولیدی

برحسب شاخصهای مورد نظر

P	F	میانگین مجدورات	dF	مجموع مجدورات	دامنه تغییرات	شاخص
۰/۰۰۲	۳/۴۵	۸۲۳/۴	۶	۴۹۴۰/۹	بین گروهی	سمت اعضا
		۲۳۸/۷	۴۱۳	۹۸۵۸۵/۲	درون گروهی	
۰/۰۰۰	۳۰/۶	۵۷۴۴/۲۵	۵	۲۸۷۲۱/۲	بین گروهی	میزان توجه‌شوندگی اعضا
		۱۸۷/۶۵	۴۰۹	۷۶۷۵۲/۱	درون گروهی	
۰/۰۰۰	۳۵/۹	۶۸۸۶/۹	۴	۲۷۵۴۷/۷	بین گروهی	استفاده از تجارب تعاونیهای موفق
		۱۹۱/۳	۴۱۴	۷۹۲۰۱/۸	درون گروهی	
۰/۲۳۲	۱/۴۰	۳۵۱/۷	۴	۱۴۰۶/۸	بین گروهی	نگرش به دست و پا گیر بودن مقررات اداری
		۲۵۰/۴	۴۲۲	۱۰۵۶۸۱/۴	درون گروهی	
۰/۰۱۴	۳/۱۵۰	۷۷۵/۶۷	۴	۳۱۰۲/۷	بین گروهی	نگرش به کافی بودن اعتبار تخصیصی
		۲۴۶/۲۲	۴۲۱	۱۰۳۶۵۹/۴	درون گروهی	
۰/۰۰۰	۶/۳۴	۱۴۳۶/۷	۴	۵۷۴۶/۹	بین گروهی	نگرش به سهولت در دسترسی به مواد اولیه
		۲۲۶/۲	۴۲۰	۹۵۰۴۳/۳	درون گروهی	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

۲. نتایج آنالیز تشخیصی در سطح خرد (با واحد تحلیل فرد)

در این تکنیک آماری اعضای شرکتهای تعاونی با توجه به متغیرهای مستقل در طبقات دوگانه شرکتهای تعاونی موفق و ناموفق تفکیک شدند و هدف آن است که تفاوت اعضای دو گروه از شرکتهای تعاونی موفق و ناموفق با توجه به متغیرهای مستقل آشکار گردد که خلاصه نتایج این متغیرها در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. اطلاعات و آماره‌های مربوط به دو گروه از افراد (اعضای شرکتهای تعاونی موفق و ناموفق)

متغیرها	گروهها		شرکت تعاونی موفق		شرکت تعاونی ناموفق	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
سرمایه اجتماعی	۴۶/۸۴	۳۵/۵۲	۱۹/۶۲	۲۰/۵۷		
سهولت بازاریابی	۱۰/۷۵	۲/۲۰	۹/۳۷	۱/۵۷		
رضایت از عملکرد اداره تعاون	۱۴/۱۴	۴/۰۸	۹/۲۹	۴/۷۲		
همکاری سازمانها	۷/۱۴	۲/۲۷	۵/۶۵	۱/۷۲		
همکاری بانکهای تأمین اعتبار	۹/۱۹	۳/۷۹	۶/۹۸	۲/۲۸		
میزان همفکری	۱۲/۹۵	۲/۱۹	۷/۲۳	۳/۵۳		
میزان همگامی	۱۳/۳۵	۲/۰۳	۶/۹۰	۴/۱۰		
میزان مسئولیت پذیری	۱۷/۴۹	۱/۸۸	۹/۰۵	۴/۷۳		
میزان دلبستگی اعضا	۱۰/۰۷	۲/۲۸	۶/۴۷	۲/۶۲		
میزان مشارکت اعضا	۱۲/۴۲	۱/۸۲	۷/۱۲	۳/۵۳		
میزان اعتماد به هم	۸/۶۴	۱/۴۸	۴/۹۳	۲/۵۹		
رضایت از نحوه مدیریت شرکت تعاونی	۱۳/۱۵	۱/۸۸	۸/۱۵	۴/۲۴		
میزان روابط عاطفی	۱۳/۳۶	۱/۵۱	۶/۸۲	۳/۹۹		
میزان دانش حرفه‌ای	۱۳/۹۸	۳/۷۸	۸/۲۵	۵/۴۳		
رضایت از عملکرد هیئت مدیره	۲۱/۲۲	۲/۷۳	۱۳/۶۲	۵/۳۴		
گرانی قیمت مواد اولیه	۳/۷۰	۲/۳۲	۳/۱۲	۱/۰۹		
رضایت از قیمت محصولات در بازار	۵/۴۰	۱/۵۷	۵/۳۴	۱/۴۶		
رضایت از تأسیسات فیزیکی شرکت	۱۷/۳۱	۵/۰۹	۱۷/۱۳	۳/۹۳		
ارزیابی نوسانات بازار	۷/۷۱	۳/۴۵	۵/۱۸	۱/۹۰		
سابقه کار	۵/۲۹	۳/۶۸	۳/۰۴	۲/۹۵		
تحصیلات	۱۲/۶۸	۲/۷۲	۱۱/۸۱	۴/۰۴		
درآمد	۳۷۸۴۲۱۰/۵	۱۹۴۲۵۴۸/۹	۳۵۳۰۱۷۲/۴	۱۸۵۷۱۷۰/۳		

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در این مطالعه از آنالیز تشخیصی و رگرسیون برای تحلیل داده‌ها استفاده شد که با استفاده از آنالیز تشخیصی مستقیم و در قالب یک متغیر اسمی دو حالتی، تعاونیها به دو گروه تعاونیهای موفق و ناموفق تفکیک شدند و با پیش‌بینی مقادیر متغیرهای مستقل درگیر، تفاوت دو گروه از شرکتهای تعاونی موفق و ناموفق، با توجه به متغیرهای مستقل آشکار شد. در مرحله بعد متغیرهای شرکت داده‌شده در معادله تابع تشخیصی مشخص شدند (جدول ۳).

جدول ۳. متغیرهای شرکت داده شده در معادله تابع تشخیصی

ردیف	متغیرهای مستقل	لانداى ويلكس	ضرایب متغیرها	سطح معنی‌داری
۱	سرمایه اجتماعی	۰/۸۲۰	۰/۷۵۴	۰/۰۰۰
۲	سهولت بازاریابی	۰/۸۹۳	۰/۶۹۴	۰/۰۰۰
۳	رضایت از عملکرد اداره تعاون	۰/۷۹۶	۰/۶۵۰	۰/۰۰۰
۴	هماهنگی ادارات مرتبط	۰/۸۸۲	۰/۶۴۰	۰/۰۰۰
۵	همکاری بانکهای تأمین اعتبار	۰/۸۸۳	۰/۶۱۹	۰/۰۰۰
۶	میزان همفکری	۰/۵۸۶	۰/۵۸۸	۰/۰۰۰
۷	میزان همگامی	۰/۵۷۸	۰/۵۸۵	۰/۰۰۰
۸	میزان مسئولیت‌پذیری	۰/۵۰۵	۰/۵۱۳	۰/۰۰۰
۹	میزان دلبستگی اعضا	۰/۶۸۷	۰/۴۹۴	۰/۰۰۰
۱۰	میزان مشارکت اعضا	۰/۶۰۲	۰/۴۱۶	۰/۰۰۰
۱۱	میزان اعتماد اعضا به هم*	۰/۶۲۹	۰/۳۸۵	۰/۰۰۰
۱۲	رضایت از نحوه مدیریت	۰/۷۰۴	۰/۳۶۳	۰/۰۰۰
۱۳	میزان روابط عاطفی	۰/۵۴۶	۰/۳۵۷	۰/۰۰۰
۱۴	میزان دانش حرفه‌ای	۰/۷۷۰	۰/۲۷۸	۰/۰۰۰
۱۵	رضایت از عملکرد هیئت مدیره	۰/۶۲۷	۰/۲۷۸	۰/۰۰۰
۱۶	گرانی مواد اولیه	۰/۹۷۲	۰/۲۶۴	۰/۰۲۷
۱۷	میزان رضایت از قیمت محصولات در بازار	۱	۰/۲۵۳	۰/۸۰۹
۱۸	میزان رضایت از تأسیسات فیزیکی شرکت	۱	۰/۱۳۰	۰/۸۰۱
۱۹	ارزیابی نوسانات بازار	۰/۸۱۵	۰/۰۸۵	۰/۰۰۰
۲۰	سابقه کار	۰/۹۰۱	۰/۰۴۸	۰/۰۰۰
۲۱	درآمد	۰/۹۹۶	۰/۰۱۵	۰/۴۰۶
۲۲	تحصیلات	۰/۹۸۸	۰/۰۱۴	۰/۱۴۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

*میزان اعتماد اعضا به هم با اعتماد اجتماعی که در سطح جامعه سنجیده می‌شود، همپوشانی کمی دارد و لذا به طور مستقل در نظر گرفته شد.

با توجه به اینکه در این تحلیل متغیرهایی قابلیت پیش‌بینی بالایی دارند که دارای لاندای ویلکس کمتر باشند، لذا از میان ۲۹ متغیر مستقل وارد شده در معادله، در گام نهایی ۱۱ متغیر که دارای لاندای ویلکس و سطح معنی‌داری قابل قبولند، به دست آمدند. این ۱۱ متغیر توان ایجاد حداکثر تمایز بین دو گروه از شرکتهای تعاونی موفق و ناموفق را دارند و با توجه به مقادیر لاندای ویلکس می‌توان گفت که متغیرهای میزان همفکری، میزان همگامی، میزان مسئولیت‌پذیری و میزان روابط عاطفی در مقایسه با دیگر متغیرها، قادر به پیش‌بینی عضویت گروهی بوده و می‌توانند واریانس متغیر وابسته را تبیین نمایند. جدول ۴ ضرایب استاندارد این متغیرها را در تابع تشخیصی نشان می‌دهد.

جدول ۴. ضرایب متغیرهای دارای قدرت پیش‌بینی بالا در معادله تشخیصی

ردیف	متغیرها	ضرایب متغیرها
۱	میزان مشارکت اعضا در امور تعاونی	۰/۷۲۳
۲	میزان رضایت از عملکرد اداره تعاون	۰/۴۷۰
۳	میزان همگامی اعضا	۰/۶۸۲
۴	رضایت از عملکرد هیئت مدیره	۰/۶۵۹
۵	میزان همفکری اعضا	۰/۵۸۸
۶	میزان مسئولیت‌پذیری اعضا	۰/۷۰۵
۷	میزان دلبستگی اعضا به هم	۰/۴۷۱
۸	میزان اعتماد اعضا به هم	۰/۵۶۳
۹	نگرش به نحوه مدیریت	۰/۶۰۱
۱۰	میزان روابط عاطفی	۰/۵۶۳
۱۱	میزان توجه‌شوندگی اعضا	۰/۵۳۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در تفسیر نتایج به دست آمده در جدول ۴ می‌توان گفت تعاونیهای موفق و ناموفق در نگرش به متغیرهای معادله تفاوت معنی‌داری با هم دارند و این تفاوت در متغیرهای میزان مشارکت و مسئولیت‌پذیری اعضا به ترتیب با ضرایب ۰/۷۲۳ و ۰/۷۰۵ بیشتر از دیگر

متغیرهاست. بنابراین می توان گفت که تعاونیهای موفق بیشتر از تعاونیهای ناموفق توانسته اند مشارکت اعضا، رضایت از عملکرد اداره تعاون، همگامی، رضایت از عملکرد هیئت مدیره، همفکری، مسئولیت پذیری، اعتماد متقابل، حسن نگرش به نحوه مدیریت، روابط عاطفی، میزان دلبستگی اعضا به تعاون و میزان توجه شوندهای اعضا از جنبه شغلی را در اعضای خود تأمین و تقویت نمایند.

نتایج جدول پیش بینی عضویت (جدول ۵) نشان می دهد که متغیرهای وارد شده در معادله در کل توانسته اند عضویت ۹۲/۱ درصد تعاونیها را به درستی در طبقه خودشان پیش بینی نمایند.

جدول ۵. نتایج پیش بینی عضویت شرکتهای تعاونی در دو گروه موفق و ناموفق

درصد صحیح طبقه بندی	عضویت در گروه های پیش بینی شده		تعداد	گروه مشاهده (واقعی)
	گروه ناموفق	گروه موفق		
۹۷/۶	۱	۵۴	۵۵	گروه موفق
۹۸/۲	۲	۸۳	۸۵	گروه ناموفق
۹۲/۱	درصد افرادی که به درستی طبقه بندی شده اند			

مأخذ: یافته های تحقیق

۳. تحلیل رگرسیون در سطح خرد (فرد)

در تحلیل رگرسیون، از میان کل متغیرها، ده متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی، در مجموع توانسته اند ۸۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند. نتایج آنالیز واریانس نیز با $F=87/88$ و $P=0/000$ ، معنی داری معادله رگرسیون را تأیید می کند. جدول ۶ منعکس کننده متغیرهای وارد شده در معادله می باشد.

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای وارد شده در معادله

ردیف	متغیر	آماره	بتا	سطح معنی داری
۱	میزان مشارکت		۰/۴۱	۰/۰۰۰
۲	سهولت بازاریابی		۰/۲۰	۰/۰۰۰
۳	استفاده از فناوری روز		۰/۱۷	۰/۰۰۶
۴	سرمایه اجتماعی		۰/۱۴	۰/۰۰۱
۵	مشارکت خانوادگی		۰/۱۱	۰/۰۰۱
۶	گرانی قیمت مواد اولیه		-۰/۲۰	۰/۰۰۰
۷	نوسانات بازار		۰/۱۵	۰/۰۰۱
۸	ناسازگاری پایگاهی		۰/۱۲	۰/۰۰۱
۹	ارزیابی عملکرد اداره تعاون		۰/۱۸	۰/۰۰۱
۱۰	رضایت از قیمت محصول تولیدی		۰/۰۹	۰/۰۱۲
		تغییرات تبیین شده	$R^2=0/86$	
		تغییرات تبیین نشده	$e^2=0/14$	

مأخذ: یافته های تحقیق

در تفسیر معادله فوق می توان گفت به ازای یک واحد افزایش در متغیر میزان مشارکت، ۰/۴۱ میزان موفقیت شرکت تعاونی افزایش می یابد. همچنین با احتساب یک واحد افزایش، وزن متغیرهای دیگر در پیش بینی میزان موفقیت شرکتهای تعاونی به ترتیبی است که در معادله مشاهده می شود. در این معادله، تنها متغیر گرانی مواد اولیه رابطه معکوس با متغیر وابسته دارد.

نتیجه گیری و پیشنهاد

نتایج نشان داد که متغیرهای میزان مشارکت اعضا، میزان سرمایه اجتماعی اعضا، میزان رضایت اعضا از عملکرد اداره تعاون، میزان همگامی اعضا، میزان رضایت اعضا از عملکرد هیئت مدیره، میزان همفکری اعضا، میزان مسئولیت پذیری اعضا، میزان دلبستگی اعضا به هم،

میزان اعتماد متقابل اعضا، میزان مطلوبیت نگرش به نحوه مدیریت توسط اعضا، میزان روابط عاطفی اعضا، میزان توجه‌شوندگی اعضا، سهولت بازاریابی، سهولت دسترسی به مواد اولیه ارزان قیمت و استفاده از فناوری روز در موفقیت شرکتهای تعاونی نقش ایفا می‌نمایند؛ یعنی شرکتهای تعاونی که در این متغیرها از میزان بالایی برخوردارند، موفق بوده و برعکس شرکتهایی که فاقد حداقلی از این متغیرها هستند، موفق عمل نکرده‌اند. به عبارتی شرکتهای تعاونی موفق بیشتر از شرکتهای تعاونی ناموفق توانسته‌اند مشارکت، سرمایه اجتماعی، رضایت از عملکرد اداره تعاون، همگامی، رضایت از عملکرد هیئت مدیره، همفکری، مسئولیت‌پذیری، دلبستگی، اعتماد متقابل، مطلوبیت نگرش به نحوه مدیریت، روابط عاطفی و توجه‌شوندگی را در اعضای خود تأمین و تقویت نموده و یا در متغیرهای سهولت بازاریابی، سهولت دسترسی به مواد اولیه ارزان قیمت و استفاده از فناوری روز در وضعیت مطلوبی باشند. با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش، به مسئولان و دست‌اندرکاران تعاونیهای تولیدی در کشور پیشنهاد می‌شود به منظور سازمان‌دهی و اداره بهتر و نیز تحقق بیشتر اهداف تعاونیها، توصیه‌های کاربردی زیر را مدنظر قرار دهند:

- نظر به اینکه اغلب فرضیات تأیید شده در نتایج، مربوط به جنبه‌های انسانی و اجتماعی حوزه کار می‌باشد و شرکتهای تعاونی عمدتاً از اختلال در جنبه‌های نرم‌افزاری شرکت اقتصادی (همگامی، همفکری، مسئولیت‌پذیری، روابط عاطفی، مشارکت، اعتماد اجتماعی و به طور کل سرمایه اجتماعی) رنج می‌برند، لذا اقدامات عملی مؤثر برای ارتقای سرمایه اجتماعی اعضای شرکتهای تعاونی، از طریق آموزش و ارائه گزارشهایی در اشکال متنوع از مؤسسات موفق اقتصادی (که اعضای آنها از این سرمایه غنی‌اند) صورت گیرد. این سرمایه به مرور بازده سرمایه‌گذاری فیزیکی و انسانی را افزایش می‌دهد و یک عامل تغییر دهنده و تسهیل‌کننده در تابع تولید خواهد بود.

- برای برقراری شفافیت و افزایش درک و تعهد مشترک نسبت به مسائل تعاونی در اعضای تعاونیها، تدابیری اندیشیده شود، چون هرچه شرکا احساس نمایند که همه فعالیت‌های

شرکت شفاف است و هیچ گونه پنهان کاری در اعضا وجود ندارد، با انگیزه بیشتری به فعالیت خودشان در شرکت ادامه خواهند داد.

- به اعضای شرکتهای تعاونی، نحوه مدیریت تعاونیها آموزش داده شود و پیامدهای مطلوب و نامطلوب مدیریتهای اصولی و غلط به آنان گوشزد شود.

- شرکتهای تعاونی تحت عنوان « تعاونیهای مشاوره و نظارت » ایجاد شوند و خدمات علمی و فنی لازم به شرکتهای تعاونی ارائه کنند.

- طرح جامع « بازاریابی - تهیه مواد اولیه » برای شرکتهای تعاونی تهیه شود تا بازاریابی محصولات و تهیه مواد اولیه برای شرکتهای تعاونی با سهولت بیشتر و به قیمت مناسب صورت گیرد.

- شرایط لازم برای برقراری ارتباط مؤثر بین شرکتهای تعاونی فراهم شود. این ارتباط می تواند در زمینه بازاریابی محصولات، ارائه خدمات متقابل مالی، فنی و اطلاعاتی مؤثر واقع شود.

- با برگزاری دوره های آموزشی برای کارشناسان اداره تعاونی، تجربیات کشورهای موفق در خصوص سازماندهی تعاونیها به آنان آموزش داده شود.

- در مورد رفع مشکل تعاونیهایی که اعتبار تخصیصی به خودشان را ناکافی ارزیابی می نمایند، توجه جدی شود.

- نتایج حاصل از این تحقیق می تواند برای کلیه سازمانها و نهادهایی که در عرصه تولید و اشتغال فعالیت می نمایند، مفید واقع شود. اداره تعاون با استفاده از نتایج این تحقیق می تواند در سیاستهای کلان خود بازنگری کند و مسائل و مشکلات ساختاری حاکم بر فضای تولید را در برنامه های خود جدی بگیرد و آنها را به مراجع ذیربط انعکاس دهد. همچنین نتایج حاصل از این تحقیق می تواند برای سازمانهایی چون کار و آموزش فنی و حرفه ای، بانکها، شورای اشتغال، مراکز کارآفرینی و سازمانهای مردم نهادی که در زمینه اشتغال فعالیت می نمایند، مثمر واقع گردد؛ بدین گونه که مسائل و مشکلات رفتاری، سازمانی و ساختاری

تولید دسته‌جمعی را در برنامه‌های اشتغال‌زایی در نظر بگیرند و برای رفع این مشکلات اقدامات عملی برگزینند. در نهایت، نتایج حاصل از این تحقیق می‌تواند در قالب جزوه‌ای، افراد در شرف تأسیس شرکت تعاونی را با مشکلات این کار آشنا کند تا پیش‌بینی‌های لازم را در طرح توجیهی خود به عمل آورند.

منابع

۱. آجیلی، عبدالعظیم (۱۳۸۵)، بررسی مسائل و مشکلات تعاونیهای زنان و ارائه راههای ارتقاء کمی و کیفی آنها، وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان خوزستان.
۲. امینی، امیرمظفر و مسعود رضانی (۱۳۸۵)، ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت های تعاونی مرغداران گوشتی استان تهران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم، شماره ۵۵، ص ۶۷ تا ۸۹.
۳. بابا زاده، عزیز (۱۳۸۶)، بررسی امکان تشکیل و توسعه شرکت های تعاونی بازاریابی محصولات کشاورزی در استان آذربایجان شرقی، ماهنامه تعاون، ۱۸۹-۱۹۰: ۷-۱۸.
۴. پیشرفت و توسعه تعاونی‌ها (۱۳۸۳)، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، انتشارات پایگان، تهران.
۵. دل‌انگیزان سهراب (۱۳۸۵)، رهیافتی بر سیاست‌گذاری تعاونی‌های تولیدی، ماهنامه تعاون، ۱۸۱: ۲۰-۲۹.
۵. رنجبر، سعید و پراتعلی منفردی راز (۱۳۸۶)، بررسی روشهای آموزشی و ترویجی بخش تعاون و ارائه راهکارها، ماهنامه تعاون، ۱۸۹-۱۹۰: ۱۱۰-۱۱۹.
۶. شعبانعلی فمی، حسین و همکاران (۱۳۸۵)، شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت های تعاونی زنان در ایران، نشریه مطالعات زنان، سال ۴، شماره ۲، ص ۸۹ تا ۱۰۹.

۷. کوهی، کمال (۱۳۸۵)، بررسی آسیب شناسی توسعه تعاونی ها در سطح استان آذربایجان شرقی، وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان آذربایجان شرقی.
۸. وحید زاده، علیرضا (۱۳۸۳)، آسیب شناسی مدیریت در شرکت های تعاونی تولید صنعتی، ماهنامه تعاون، شماره ۱۵۹ آذر ماه ۱۳۸۳، ص ۶۳ الی ۶۴.
9. Bhuyan, S. & F. Olson (1998), Potential role of non-agricultural cooperatives in rural development: A report on focus group studies conducted in rural North Dakota, *Ag. Econ.*, Research Report No.383, Dept. of Agricultural Economics, North Dakota State University, Fargo, ND, January.
10. Bhuyan, S. (2000), Grower and manager issues in fruit and vegetable cooperatives, Annual Meeting, Available on: www.ageconnn.kus.edu/accc/ncr/194.
11. Bruynis, C.; D. E. Hahn and W. J. Taylor (1997), Critical success factors for emerging agricultural marketing cooperatives, *American Cooperation*, pp. 50-54. [An annual publication of the National Council of Farmer Cooperatives (NCFC).
12. Carlo, Russoa ,D. Weatherspoonb , C. Petersonb , M. Sabbatinia (2000), Effects of managers power on capital structure : a study of Italian agricultural cooperatives, *International Food and Agribusiness Management Review*, 3: 27-39.
13. Didi, B. (2004), Short communication fishing cooperatives participation in managing nearshore resources: The case in Capiz, central Philippines, *Fisheries Research*, 67: 81-91.

14. John, L., J. Adrian and T. Wade Green (2001), Agricultural cooperative managers and the business environment, *J. of Agribusiness*, Agricultural Economics Association of Georgia, 19(1): 17-33.

15. Shaver, Kelly G. & Linda R. Scott (1991), Person, Process, Choice: The psychology of New Venture Creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2): 23-45.

