

و کشاورزی، سال سوم، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۳

## شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی

شهره کرمی<sup>۱\*</sup>، امیرحسین علی بیگی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۳/۱۶

### چکیده

هدف کلی این تحقیق شناخت و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی است. جامعه آماری را تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه تشکیل داده‌اند که به روش نمونه‌گیری تصادفی ۸۸ نفر به عنوان نمونه آماری از میان آن‌ها انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسش‌نامه بوده است که روایی آن بر اساس پانل متخصصان و پایایی آن بر پایه پیش‌آزمون انجام شده و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۵) تأیید شد. داده‌های حاصل با استفاده از تکنیک AHP (فرایند تحلیل سلسله مراتبی) و نرم افزار Expert Choice تحلیل شدند. نتایج نشان داد که عامل آموزشی با نسبت ۴۲۵ و با بیشترین سهم در اولویت اول و پس از آن به ترتیب عامل فرهنگی-اجتماعی با نسبت ۳۵۵، عامل شخصیتی با نسبت ۳۲۹، عامل مدیریتی با نسبت ۲۷۵ و عامل اقتصادی با نسبت ۲۰۴ در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: اولویت‌بندی، توسعه، تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، فرایند تحلیل سلسله مراتبی

---

۱. دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

E-mail: shohrhkarami@yahoo.com

\* نویسنده مسئول

۲. دانشیار گروه ترویج و توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

## مقدمه

تعاونی‌ها در کشورهای جهان سوم به طور اعم به دلایل مختلفی برای اجرای برنامه‌های توسعه مناسب هستند، از جمله اینکه با گردآوری پس‌اندازهای اندک مردم، حمایت‌های مالی دولت، سرمایه‌گذاری، تولید و آموزش اعضا به ارتقا و بهره‌وری نیروی انسانی کمک می‌نمایند و موجبات افزایش تولید، اشتغال و رشد اقتصادی جوامع را فراهم می‌کنند و دیگر اینکه رویکردهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی خاص تعاونی‌ها، که الهام گرفته از اصول و ارزش‌های تعاون است، سبب توسعه سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و رفع تبعیض و بی‌عدالتی‌ها در جوامع می‌گردد (پویش، ۱۳۸۴). به طور اخص نیز ایجاد تعاونی‌های تولیدی کشاورزی می‌تواند در جهت توسعه محصولات نوآورانه و کسب و کارهای جدید در کشاورزی مؤثر واقع شود (Knudson, 2004).

با نگاهی به کشورهای صاحب نظام تعاونی تولیدی کشاورزی از جمله آمریکا، هلند، فنلاند، کانادا، سوئد، اروگوئه، ژاپن و دانمارک می‌توان به گسترش و اهمیت تعاونی در قالب نظام‌های اقتصادی مختلف پی‌برد؛ برای مثال، ۳۳ درصد تولیدات کشاورزی در آمریکا؛ ۱۰۰ درصد تولید گوجه‌فرنگی، ۹۵ درصد تولید گل‌های زینتی، ۸۴ درصد تولید شیر و ۶۴ درصد تولید چغندر در هلند؛ ۱۰۰ درصد پرورش دام، ۹۷ درصد تولیدات لبنی، ۵۰ درصد تولید تخم مرغ، ۷۹ درصد از تولیدات کشاورزی و ۳۱ درصد فراورده‌های جنگلی در فنلاند؛ ۶۰ درصد تولیدات لبنی در کانادا؛ ۱۰۰ درصد تولید شیر در سوئد؛ ۹۰ درصد تولید شیر در اروگوئه؛ ۷۰ درصد تولید برنج در ژاپن؛ ۹۴ درصد تولید فراورده‌های لبنی و ۷۰ درصد عرضه این فراورده‌ها، ۶۹ درصد از تولیدات زراعی و ۶۹ درصد از تولیدات دامی در دانمارک به عهده تعاونی‌هاست (فائو، ۲۰۰۲).

بدون شک توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی در کشورهای مذکور مرهون مدیریتی اندیشمندانه و بر پایه توسعه همه‌جانبه بوده است که باید در ایران نیز این گونه باشد. در سال‌های اخیر، با وجود مطالعات متعدد در زمینه تعاونی‌ها در ایران، به اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، علی‌رغم اهمیت زیاد آن در توسعه پایدار روستایی و ایجاد اشتغال پایدار، کمتر توجه شده است. این فقدان ضرورت بررسی مسئله فوق را

بیشتر نشان می‌دهد. لذا ابتدا شناخت و سپس اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه در این تعاونی‌ها ضرورت دارد. بر این اساس، در تحقیق حاضر، شناخت و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی مد نظر قرار گرفته است.

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

بر اساس تحقیقات و نظریه‌های گذشته، توسعه در تعاونی‌ها با عوامل مختلفی در ارتباط است. آموزش اعضا، به عنوان یکی از عوامل درون‌سازمانی در جهت مستقیم و فزاینده، بر توسعه و پیشبرد کار تعاونی‌ها تأثیرگذار است (صفری‌شالی، ۱۳۸۰؛ امینی و رضانی، ۱۳۸۵ الف)، چرا که به اعتقاد آقاجانی و رزنه (۱۳۸۰)، عدم آموزش‌های کافی و ناآشنایی با بهبود روش‌های بهره‌برداری از دلایل توسعه نیافتگی در تعاونی‌های تولیدی است. بسیاری از محققان نیز معتقدند آموزش یکی از عوامل تأثیرگذار در افزایش تعهد اعضا به بالندگی تعاونی‌هاست (Shufang & Leonard, 1998) و امینی و صفری شالی، ۱۳۸۱؛ امینی و رضانی، ۱۳۸۵ ب)؛ به عبارتی، توسعه نیافتگی تعاونی‌های تولیدی معلول دلایلی از جمله فقدان اطلاعات و مهارت‌های مورد نیاز شغلی است. از سویی، به اعتقاد بسیاری از محققان، افزایش دانش و کسب آموزش‌های لازم و مهارت‌های شغلی بر توسعه و توسعه مشاغل تأثیرگذار است (Erdman & Coates, 2005)؛ به عبارتی، ارتقای دانش شغلی اعضا موجب موفقیت می‌گردد و بر توسعه تعاونی‌های تولیدی بسیار مؤثر است (Amodeo, 2001; Beaver & Prince, 2004; Harda, 2003). بنابراین، برگزاری کارگاه‌های آموزشی هم به مثابه نردبان توسعه، در راستای ارائه خدمات ترویجی، با هدف افزایش مهارت‌ها و خودکارآمدی بر توسعه تأثیرگذار است (Kelsey, 2008). مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۶ الف) در مطالعه خود درباره موانع توسعه کارآفرینی عنوان می‌کنند که صاحبان کسب و کار، در جایگاه نوآور، محور پیش‌برنده فرایند کارآفرینی به شمار می‌روند و آموزش با بهسازی دانش پیشین مهارتی و اطلاعاتی نقش بسزایی در توسعه فعالیت‌ها و توانمندی آن‌ها در توسعه کارآفرینانه کسب

و کارهای مربوطه ایفا می‌نماید بنابراین، توجه به برنامه‌های آموزشی و کیفیت ارائه آن‌ها اهمیت در زیادی بر توسعه تعاونی‌ها دارد (Amini et al., 2008).

از دیگر عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضای تعاونی‌هاست (نظام‌شهودی و علی‌زاده اقدم، ۱۳۷۸). مشارکت، درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است و آنان را برمی‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی، یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند (علوی‌تبار، ۱۳۷۹). بنابراین میزان مشارکت و همکاری اعضا در امور اجرایی تعاونی اهمیت ویژه‌ای در توسعه آن‌ها دارد (Amini et al, 2008). شهبازی و علی‌بیگی (۱۳۸۵) در مورد شایستگی‌های مورد نیاز دانش‌آموختگان کشاورزی به منظور ورود به بازار کار (ازجمله تعاونی‌های تولیدی)، به توانایی اداره کار گروهی، حس مشارکت و حس تعهد و مسئولیت‌پذیری (شایستگی‌های اخلاق حرفه‌ای) تأکید کرده‌اند. بدون شک سرمایه اجتماعی، به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌های غیررسمی، ضرورتی انکارناپذیر در جهت دستیابی به اهداف و ارتقای سطح همکاری‌هاست. پاتنام و گاس (Putnam & Goss, 2002) روابط اجتماعی افراد و تعاملات آنان با یکدیگر را بنیادی‌ترین جزء سرمایه اجتماعی می‌دانند و شبکه‌ها را به عنوان خاستگاه دو مؤلفه دیگر سرمایه اجتماعی یعنی هنجارهای اعتماد و همیاری مطرح می‌کنند. از طرفی، فضای متحول تجاری و رشد تعاونی‌ها نیاز اعضا به اطلاعات را دوجندان نموده است. بر این اساس، ایجاد ارتباط و تعامل همواره یک چالش بزرگ برای تعاونی‌ها بوده و خواهد بود. بنابراین، برخورداری از مهارت‌های مفید ارتباطی از ضروریات توسعه محسوب می‌شود (دیویس، ۱۳۸۵). کارکنان تعاونی‌ها بایستی ارتباط برقرارکننده‌های خودانگیز و متکی به نفس باشند (کیمبرلی و کراپ، ۱۳۸۵ ب). شعبان‌علی‌فمی و همکاران (۱۳۸۵) نیز در نتیجه پژوهش خود، توانایی‌های ارتباطی را از سازه‌های تأثیرگذار می‌دانند. شهبازی و علی‌بیگی (۱۳۸۵) نیز شایستگی‌های ارتباطی را از شایستگی‌های مورد نیاز دانش‌آموختگان کشاورزی به منظور ورود به بازار کار می‌دانند. در پژوهشی بر روی تعاونی‌های کنیا، از عوامل تأثیرگذار بر پیشرفت تعاونی‌ها به انتشار مناسب و

بموقع اطلاعات و از عوامل شکست به نبود مهارت‌های وسیع اعضا و فقر یا فقدان ارتباط بین اعضا و دیگر کشاورزان اشاره شد (James & Isaac, 2005).

ویژگی‌های شخصیتی از عوامل مؤثر دیگری است که در روند توسعه در تعاونی‌ها مورد تأکید قرار گرفته است. در این زمینه، باتنر و موری (Buttner & Moore, 1997) اذعان نموده‌اند که ویژگی‌های شخصیتی در رسیدن به اهداف و توسعه در کار بسیار تأثیرگذارند. داشتن روحیه کارآفرینی، به عنوان ویژگی شخصیتی، بر توسعه کاری مؤثر دانسته شده است (Watson et al., 1998). ویژگی‌های شخصیتی همچون ریسک‌پذیری، پیش‌گام بودن، نوگرایی و نوآوری در کارها از عوامل تأثیرگذار بر توسعه و توسعه کارآفرینی می‌باشند (Lumpkin & Dess, 1996). بنا به نتیجه تحلیل رگرسیونی مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۶ ب) در زمینه تحلیل سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی، سازه‌های روان‌شناختی کارآفرینان به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی معرفی گردیده است. آن‌ها معتقدند از طریق آموزش‌های مورد نیاز در برنامه‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، برای بهبود این ویژگی‌ها در کارآفرینان می‌توان اقدام نمود. شعبان‌علی‌فمی و همکاران (۱۳۸۵) نیز از سازه‌های مؤثر بر توسعه تعاونی‌ها به عوامل روان‌شناختی و انگیزشی اشاره کرده‌اند (شعبان‌علی‌فمی و همکاران، ۱۳۸۵).

از دیگر عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌ها مهارت فنی مدیران و مهارت مدیریت روابط بین فردی و مدیریت مناسب تعاونی‌هاست (Amini et al., 2008) هرگاه تعاونی‌ها با مدیریت متخصص، سازماندهی بهتر و آگاهی همراه بوده‌اند موفقیت بیشتری به دست آورده‌اند (عبداللهی، ۱۳۷۷). در این زمینه، روزا و همکاران (Russoa et al, 2000) معتقدند که توانایی‌های مدیریتی از سازه‌های تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌ها هستند. سرسختی عراقی (۱۳۷۴) در تحقیق خود در زمینه عملکرد تعاونی‌های صیادی نشان داد که پنداشت مدیر عامل از اقتدار، بر وضعیت عملکرد تعاونی‌ها مؤثر می‌باشد. لامپکین و دس (Lumpkin & Dess, 1996) نیز ویژگی‌های مدیریتی را از عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی ذکر نموده‌اند. برونیس و همکاران (Bruynis et al., 1997) معتقدند شیوه مدیریت و ایجاد ارتباط با مشتریان در ارتقا و توسعه

تعاونی‌ها تأثیرگذار است. نبود راهبرد مشخص و مدیریت نامناسب نیز سبب توسعه نیافتگی تعاونی‌ها می‌گردد (Guinnane, 2002).

از دیگر عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی‌های تولیدی عوامل اقتصادی است. مرادنزادی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیق خود در زمینه تحلیل عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران، از جمله سازه‌های محیطی تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان به عامل اقتصادی اشاره می‌کنند. در این زمینه، طالب (۱۳۸۷) معتقد است که تلاش اقتصادی برای تأمین نیازها و توسعه همکاری‌های اقتصادی در بین اعضا از سازه‌های بنیادی است. همچنین سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولیدی و دسترسی به اعتبارات و استفاده از وام‌های بانکی از عوامل مؤثر بر توسعه و موفقیت تعاونی‌ها به شمار می‌آیند (ناهد، ۱۳۴۶؛ ایوانی، ۱۳۸۶). بازاریابی موفق نیز به عنوان یک عامل اقتصادی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌هاست (Chandrasekera, 1990; Gabriel, 2002). شعبان‌علی‌فمی و همکاران (۱۳۸۵) نیز از عمده‌ترین سازه‌های توسعه تعاونی‌ها توانمندی‌های بازاریابی و بازاریابی فرآورده‌ها را ذکر نموده‌اند.

بر مبنای مطالب مذکور، فرضیه اساسی پژوهش بدین صورت شکل گرفت: ۵ عامل آموزشی، فرهنگی - اجتماعی، شخصیتی، مدیریتی و اقتصادی بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی تأثیرگذارند. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

### تعریف معیارهای اولویت‌بندی بر اساس فرضیه پژوهش

عامل آموزشی: شرکت در دوره‌های کارورزی و ارتقای دانش‌کاری

عامل فرهنگی - اجتماعی: روحیه همکاری بین اعضا و ارتقای سرمایه‌های اجتماعی

عامل شخصیتی: توانایی ابتکار و نوآوری و توانایی ریسک‌پذیری

عامل مدیریتی: مهارت و تخصص مدیر و تجربه کاری مدیر

عامل اقتصادی: استفاده از تسهیلات دولتی و بازاریابی مناسب

### روش‌شناسی تحقیق

در دهه ۸۰، محقق با نام توماس ال ساعتی در جهت سیستماتیک نمودن تصمیم‌سازی در شرایطی که تلفیقی از معیارهای کمی و کیفی مدنظر بود و مدیران علاقه‌مند بودند که نظریات و تجربیات شخصی خود را در تصمیم‌گیری‌ها اعمال کنند، فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی را به عنوان یکی از شاخه‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه ابداع نمود (تقوایی، ۱۳۸۵). پژوهش حاضر نیز بر اساس روش تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) انجام شد. نرم‌افزار مورد استفاده Expert Choice است (آقایی و مازیار، ۱۳۸۶). مراحل این پژوهش شامل ۸ مرحله زیر است:

#### ۱. جمع‌آوری اطلاعات

جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام شد. پرسش‌نامه‌ها توسط ۸۸ نفر از خبرگان تعاونی‌های تولیدی کشاورزی (اعضای تعاونی‌های برتر و مهندسان کشاورزی عضو تعاونی‌های تولیدی کشاورزی)، که از بین تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند، تکمیل گردید.

#### ۲. پردازش داده‌ها و اطلاعات

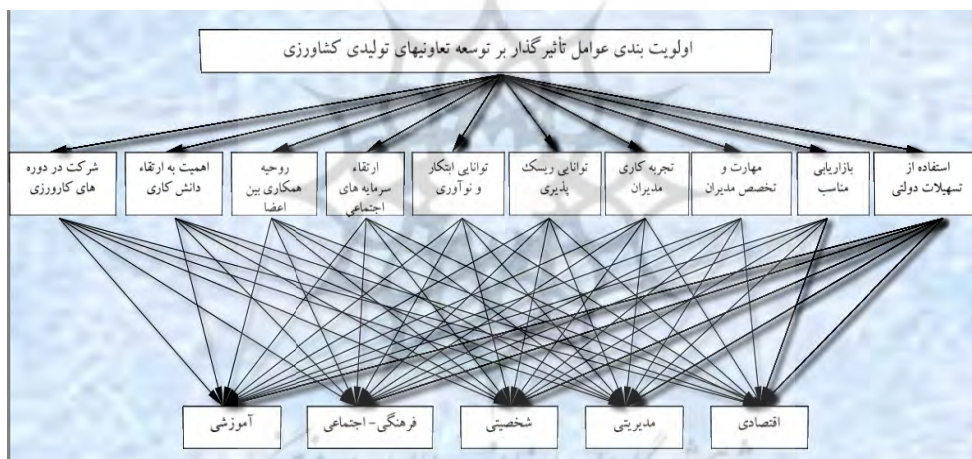
نظر به هدف پژوهش، یعنی اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه، داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها با استفاده از تکنیک AHP<sup>۱</sup> و نرم‌افزار Expert Choice مورد پردازش و ارزیابی قرار گرفت.

#### ۳. تهیه ساختار سلسله‌مراتبی

در این مرحله، هر مسئله در قالب یک ساختار و طبق مراحل زیر طراحی گردید

(اسدپور و پیکانی، ۱۳۷۹):

- سطح اول این ساختار نشانگر هدف تصمیم‌گیرنده و اولویت‌گذاری گزینه‌های رقیب برای دسترسی به این هدف است. در پژوهش حاضر سطح اول شامل هدف اصلی یعنی اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه است.
- سطح دوم در برگرفته معیارهای اساسی مؤثر بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی است.
- سطح آخر شامل گزینه‌های مهم حاصل از دسته‌بندی معیارهاست که در این تحقیق و عوامل آموزشی، فرهنگی-اجتماعی، شخصیتی، مدیریتی و اقتصادی را در بر می‌گیرد (شکل ۱).



شکل ۱. ساختار سلسله مراتبی پژوهش

#### ۴. مقایسه زوجی

مقایسه زوجی با توجه به ساختار سلسله مراتبی انجام گرفت. این مقایسه با استفاده از مقیاس طراحی شده از ارجحیت یکسان تا بی‌اندازه مرجح انجام شد (جدول ۱).



جدول ۱. مقیاس مقایسه زوجی

---

۱	ارجحیت یکسان	هر دو گزینه اثر یکسانی بر هدف دارند.
۳	ارجحیت کم	ارجحیت یکی از گزینه‌ها بر دیگری (گزینه مورد مقایسه) اندک است.
۵	ارجحیت قوی	ارجحیت یکی از گزینه‌ها بر دیگری (گزینه مورد مقایسه) قوی است.
۷	ارجحیت بسیار قوی	ارجحیت یکی از گزینه‌ها بر دیگری (گزینه مورد مقایسه) بسیار قوی است.
۹	بی‌اندازه مرجح	ارجحیت یکی از گزینه‌ها بر دیگری (گزینه مورد مقایسه) در حداکثر مقدار ممکن است.
۲، ۴، ۶، ۸	امتیازات میانی، حالت‌های میانی هر یک از حالات مقایسه‌ای ذکر شده می‌باشد.	

---

## ۵. محاسبه میانگین هندسی

پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها توسط خبرگان تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، نظرات گوناگونی برای هر یک از گزینه‌ها مطرح شد که به منظور حل این مشکل، جداول مقایسه‌ای با هم ترکیب گردید. در این روش، به منظور ترکیب قضاوت‌ها می‌توان از میانگین هندسی مطابق با فرمول ۱ استفاده نمود:

$$a_{ij} = \left( \prod_{k=1}^n a_{ij}^{(k)} \right)^{1/n} \quad (1)$$

که در آن:

$a_{ij}$ : میانگین هندسی معیار  $a$

$a$ : معیاری که با عوامل (گزینه‌ها) مقایسه می‌شود.

$ij$ : دو عامل که با هم مقایسه می‌شوند.

$k$ : کد تکمیل‌کننده پاسخ‌نامه

$n$ : تعداد پاسخ‌دهنده‌ای که گزینه‌های معیار را مقایسه کرده‌اند.

## محاسبه وزن نسبی معیارها و گزینه‌ها

بعد از تهیه ساختار سلسله مراتبی و محاسبه میانگین هندسی، به منظور اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی عملیات ریاضی در محیط نرم‌افزاری

Expert Choice انجام شد. ابتدا با توجه به هدف، معیارها مورد مقایسه زوجی قرار گرفت و وزن نسبی معیارها بر پایه هدف برآورد گردید. در مرحله بعد عوامل (گزینه‌ها) با توجه به معیارها مورد مقایسه زوجی قرار گرفت و وزن نسبی هر عامل برآورد شد.

#### ۷. بهبود ناسازگاری تصمیم

در محیط واقعی، اغلب ناسازگاری هست و احتمال اینکه این ناسازگاری‌ها روی مدل پژوهش تأثیر بگذارد وجود دارد. زمانی که ناسازگاری صفر باشد، ما کاملاً سازگاریم و هرچه این نرخ افزایش یابد، میزان ناسازگاری در هدف ما نیز افزایش می‌یابد. در حالت کلی، اگر نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۱ باشد، ناسازگاری نسبتاً قابل قبول است و در غیر این صورت، بازنگری در قضاوت ضروری به نظر می‌رسد (قدسی‌پور، ۱۳۸۵).

#### ۸. تلفیق

بعد از مقایسه زوجی و محاسبه وزن‌های نسبی عوامل (گزینه‌ها) و معیارها، بایستی وزن نهایی هر عامل نیز محاسبه گردد. برای دستیابی به این امر از عمل تلفیق استفاده شد.

#### نتایج و بحث

در جدول ۲ توزیع فراوانی مشخصات فردی پاسخگویان، مطابق با اطلاعات پرسش‌نامه‌ها، بر اساس سن، سطح تحصیلات، نقش افراد در تعاونی و وضعیت تأهل آورده شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر اساس مشخصات فردی (n = ۸۸)

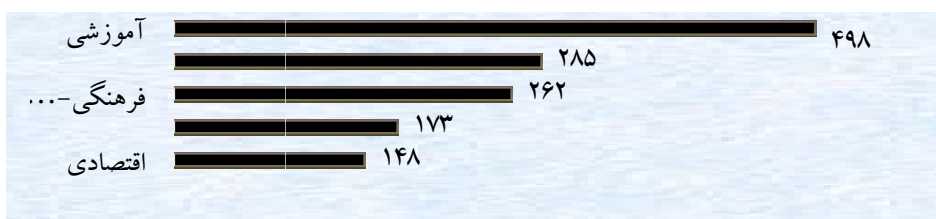
متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سن	۲۰ سال و کمتر	۲/۲۷	۲/۲۷
	۲۵ تا ۳۰ سال	۱۵	۱۷/۰۴
	۳۰ تا ۳۵ سال	۲۵	۲۸/۴۱
	۳۵ تا ۴۰ سال	۱۴	۱۵/۹۱
	۴۰ تا ۴۵ سال	۱۲	۱۳/۶۴
	۴۵ تا ۵۰ سال	۱۴	۱۵/۹۱
	۵۰ سال و بالاتر	۶	۶/۸۲
سطح تحصیلات	ابتدایی	۴	۴/۵
	راهنمایی	۳۰	۳۴/۱
	دبیرستان	۳۲	۳۶/۳۴
	بالاتر از دیپلم	۲۲	۲۵/۰۰
نقش افراد در تعاونی	هیئت مدیره	۳۹	۴۴/۳۲
	مدیر عامل	۲۱	۲۳/۸۶
	عضو عادی	۲۸	۳۱/۸۲
وضعیت تأهل	متاهل	۷۴	۸۴/۱۰
	مجرد	۱۴	۱۵/۹۰

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به معیارها، گزینه‌ها به صورت زوجی مورد مقایسه قرار گرفتند که نتیجه این مقایسات در نمودارهای ۱ الی ۱۰ آورده شده است.

نمودار ۱ نشان‌دهنده وزن عوامل (گزینه‌ها) نسبت به معیار شرکت در دوره‌های کارآموزی می‌باشد. بر اساس این نمودار، به ترتیب، عامل آموزشی با نسبت ۴۸۵، عامل فرهنگی - اجتماعی با

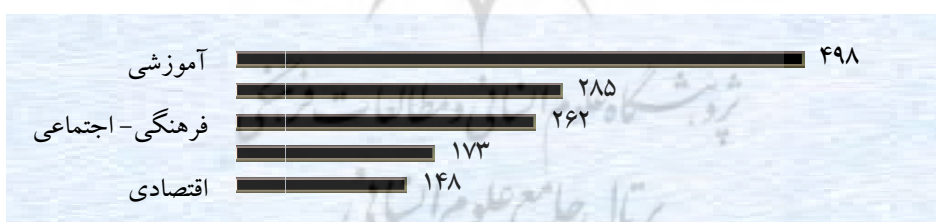
نسبت ۲۸۸، عامل شخصیتی با نسبت ۲۸۲، عامل مدیریتی با نسبت ۱۶۲ و عامل اقتصادی با نسبت ۱۴۵ اولویت‌های ۱ الی ۵ را به خود اختصاص داده‌اند. نرخ ناسازگاری در این مقایسه برابر با ۰/۰۲ بوده است، بنابراین، سازگاری عوامل با معیار شرکت در دوره‌های کارآموزی مورد پذیرش می‌باشد.



نمودار ۱. مقایسه زوجی عوامل (گزینه‌ها) نسبت به معیار شرکت در دوره‌های کارآموزی

$$\text{Inconsistency Ratio} = 0.02$$

در نمودار ۲ نتایج بررسی مقایسه عوامل بر اساس معیار اهمیت به ارتقای دانش‌کاری آورده شده است. براساس این نمودار، به ترتیب، عامل آموزشی با نسبت ۴۹۸ و عامل اقتصادی با نسبت ۱۴۸ بالاترین و پایین‌ترین اولویت‌اند. نرخ ناسازگاری این مقایسه نشان می‌دهد که سازگاری معیار اهمیت به ارتقای دانش‌کاری با عوامل (گزینه‌ها) قابل قبول است.

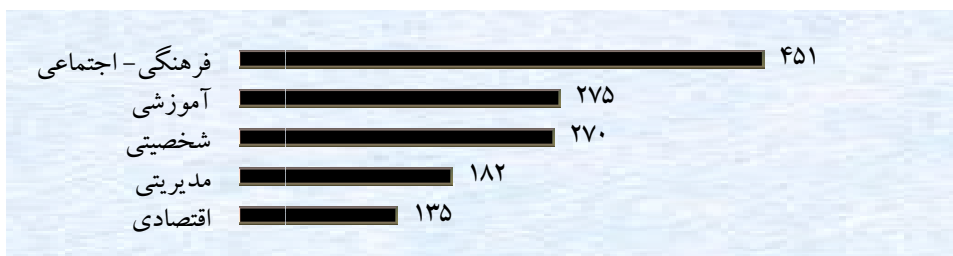


نمودار ۲. مقایسه عوامل به صورت زوجی نسبت به معیار اهمیت به ارتقای دانش‌کاری

$$\text{Inconsistency Ratio} = 0.03$$

نتایج بررسی مقایسه عوامل براساس معیار روحیه همکاری بین اعضا در نمودار ۳ حاکی از آن است که عامل فرهنگی-اجتماعی با نسبت ۴۵۱ و عامل اقتصادی به ترتیب با نسبت ۱۳۵

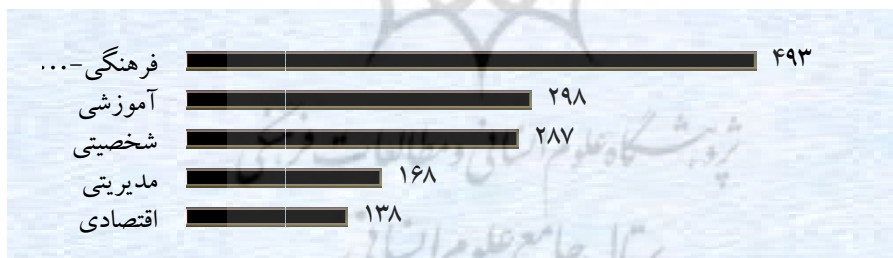
بالاترین و پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند. نرخ ناسازگاری این مقایسه برابر با ۰/۰۱ می‌باشد، لذا سازگاری معیار روحیه همکاری بین اعضا با عوامل پذیرفتنی است.



نمودار ۳. مقایسه عوامل زوجی نسبت به معیار روحیه همکاری بین اعضا

Inconsistency Ratio = 0.01

نمودار ۴ نشان‌دهنده وزن عوامل با توجه به معیار ارتقای سرمایه اجتماعی می‌باشد. براساس این نمودار، عامل فرهنگی - اجتماعی با نسبت ۴۹۳ بالاترین اولویت و عامل اقتصادی با نسبت ۱۳۸ پایین‌ترین اولویت را دارند. نرخ ناسازگاری این مقایسه نیز گواه سازگاری معیار ارتقای سرمایه اجتماعی با عوامل است.

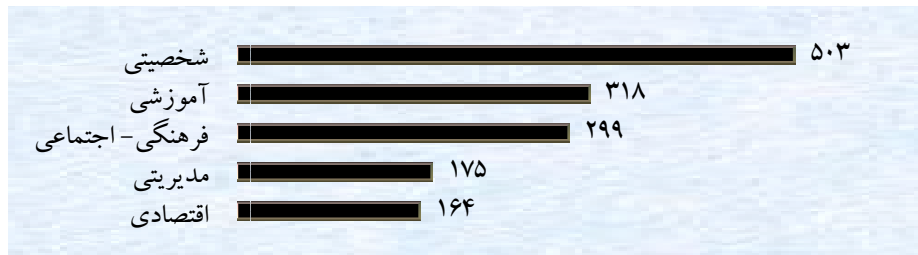


نمودار ۴. مقایسه عوامل به صورت زوجی نسبت به معیار ارتقای سرمایه‌های اجتماعی

Inconsistency Ratio = 0.04

در نمودار ۵ نتایج بررسی مقایسه عوامل نسبت به معیار توانایی ابتکار و نوآوری آمده است. براساس این نمودار، عامل شخصیتی با نسبت ۵۰۳ بالاترین اولویت و عامل اقتصادی با نسبت ۱۶۴

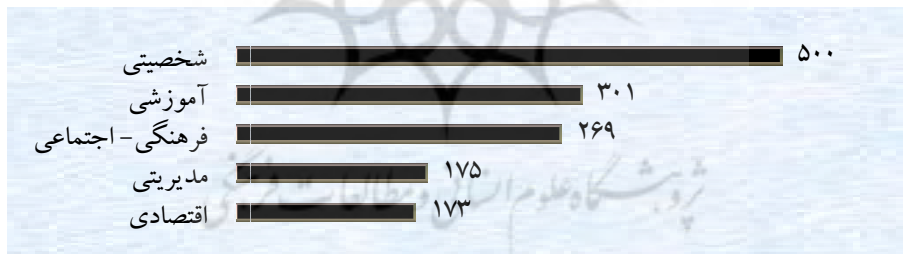
پایین ترین اولویت است. نظر به نرخ ناسازگاری این مقایسه، سازگاری معیار توانایی ابتکار و نوآوری با عوامل (گزینه‌ها) پذیرفتنی است.



نمودار ۵. مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار توانایی ابتکار و نوآوری

Inconsistency Ratio = 0.04

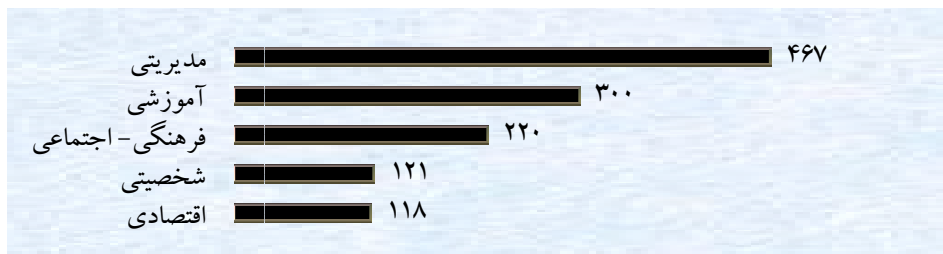
نتایج بررسی مقایسه عوامل نسبت به معیار توانایی ریسک‌پذیری در نمودار ۶ بیانگر آن است که عامل شخصیتی با نسبت ۵۰۰ و عامل اقتصادی با نسبت ۱۷۳ به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را دارند. نرخ ناسازگاری این مقایسه برابر با ۰/۰۳ نشانگر سازگاری این معیار با عوامل می‌باشد.



نمودار ۶. مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار توانایی ریسک‌پذیری

Inconsistency Ratio = 0/03

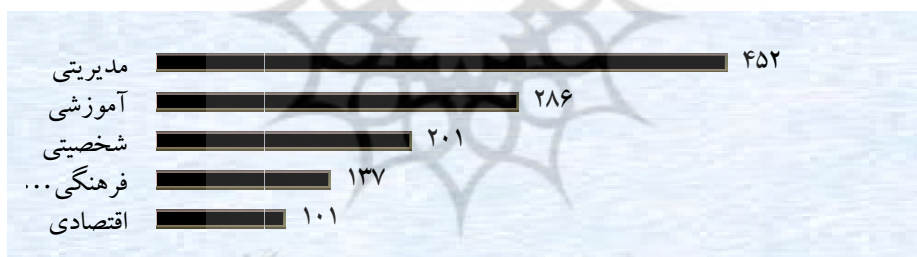
نمودار ۷ نشان‌دهنده مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار مهارت و تخصص مدیر می‌باشد. طبق این نمودار عامل مدیریتی با نسبت ۴۶۷ بالاترین اولویت و عامل اقتصادی با نسبت ۱۱۸ پایین‌ترین اولویت را دارند. در این مقایسه نیز سازگاری عوامل با معیار مهارت و تخصص مدیر، با توجه به نرخ ناسازگاری، مورد قبول می‌باشد.



نمودار ۷. مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار مهارت و تخصص مدیر

Inconsistency Ratio = 0.05

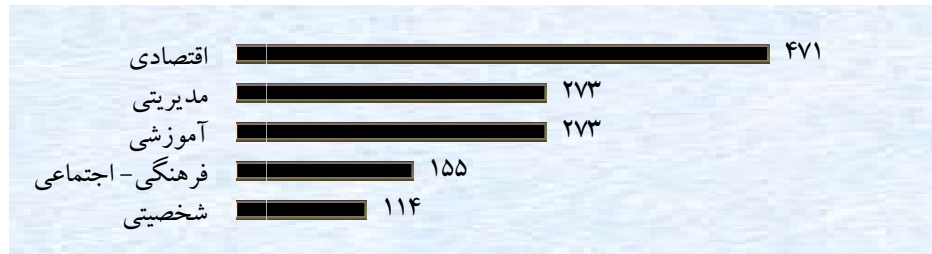
در نمودار ۸ نتایج بررسی مقایسه عوامل مطابق با معیار تجربه کاری مدیر آورده شده است. براساس این نمودار، عامل مدیریتی با نسبت ۴۵۲ بالاترین اولویت و عامل اقتصادی با نسبت ۱۰۱ پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند. برپایه نرخ ناسازگاری این مقایسه، سازگاری معیار تجربه کاری مدیر با عوامل (گزینه‌ها) پذیرفته می‌شود.



نمودار ۸. مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار تجربه کاری مدیر

Inconsistency Ratio = 0.06

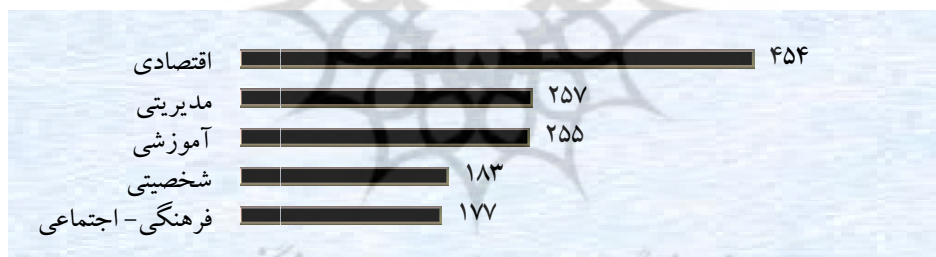
نتایج بررسی مقایسه عوامل براساس معیار استفاده از تسهیلات دولتی در نمودار ۹ نشان می‌دهد که عامل اقتصادی با نسبت ۴۷۱ و عامل شخصیتی با نسبت ۱۱۴ بالاترین و پایین‌ترین اولویت را دارند. نرخ ناسازگاری این مقایسه نیز حاکی از سازگاری معیار مذکور با عوامل است.



نمودار ۹. مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار استفاده از تسهیلات دولتی

Inconsistency Ratio = 0.08

نمودار ۱۰ وزن عوامل را با توجه به معیار بازاریابی مناسب نشان می‌دهد. مطابق با این نمودار، عامل اقتصادی با نسبت ۴۵۴ و عامل فرهنگی - اجتماعی با نسبت ۱۷۷ به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را دارند. سازگاری عوامل با معیار بازاریابی مناسب، با توجه به نرخ ناسازگاری این مقایسه، قابل قبول است.

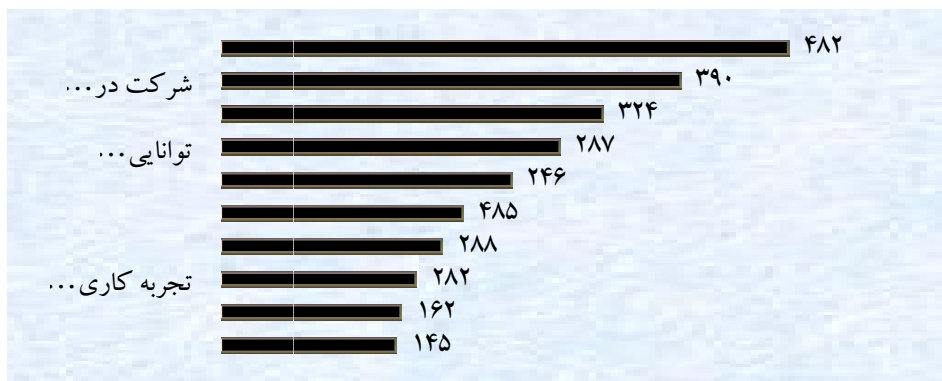


نمودار ۱۰. مقایسه زوجی عوامل نسبت به معیار بازاریابی مناسب

Inconsistency Ratio = 0.03

نتایج بررسی مقایسه معیارها نسبت به هدف پژوهش در نمودار ۱۱ حاکی از آن است که معیار اهمیت به ارتقای دانش کاری با نسبت ۴۸۲ و معیار استفاده از تسهیلات دولتی با نسبت ۱۴۸ بالاترین و پایین‌ترین سهم را در توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به خود اختصاص داده‌اند. نرخ ناسازگاری این مقایسه برابر با ۰/۰۶ می‌باشد، لذا سازگاری معیارها با هدف پژوهش مورد پذیرش واقع می‌گردد.

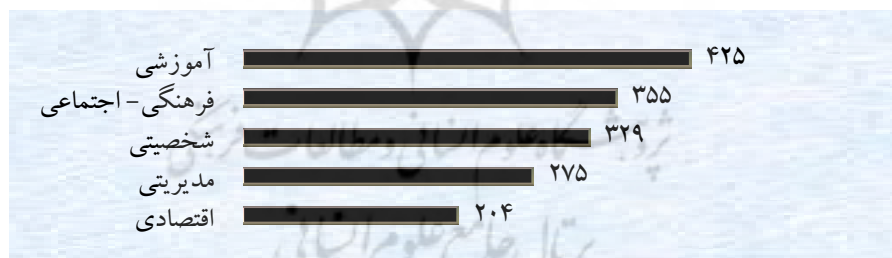




نمودار ۱۱. مقایسه زوجی معیارها نسبت به هدف پژوهش

Inconsistency Ratio = 0.06

در نهایت، ضرورت دارد به منظور دستیابی به وزن نهایی عوامل عمل تلفیق انجام گردد. نتیجه حاصل از تلفیق دیدگاه‌های خبرگان تعاونی‌های تولیدی کشاورزی در مورد عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی نشان می‌دهد که عامل آموزشی بیشترین سهم را در توسعه تعاونی‌های تولیدی دارد و عوامل دیگر از جمله فرهنگی-اجتماعی، شخصیتی، مدیریتی و اقتصادی به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند (نمودار ۱۲).



نمودار ۱۲. وزن نهایی عوامل (گزینه‌ها)

Inconsistency Ratio = 0/04

چنان‌که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم به عامل آموزشی اختصاص یافت، چرا که برنامه‌های آموزشی مناسب می‌تواند دربرگیرنده آموزش دیگر عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌ها نیز باشد و از سویی، در مکتب تعاون، آموزش زیرساختی بنیادی و پایه اصلی توسعه‌های

اجتماعی و اقتصادی است؛ لذا هر تعاونی که فرصت‌های آموزشی بیشتر، مناسب‌تر و متنوع‌تری را برای مدیران کارکنان و اعضای خود فراهم نماید، توسعه چشم‌گیرتری خواهد داشت. بسیاری از تحقیقات پیشین نیز مبین نقش مهم آموزش هستند؛ برای مثال، بهویان و اولسون (Bhuyan & Olson, 1998) بر تأثیر آموزش اعضا، کارکنان، مدیران (مدیران عامل و هیئت‌مدیره) در توسعه تعاونی‌ها تأکید نمودند. به اعتقاد اردمن و کوتز (Erdman & Coates, 2005) نیز کسب آموزش‌های لازم و مورد نیاز در رابطه با کار بر ارتقای ارزش‌افزوده تعاونی‌ها تأثیرگذار است. همچنین رابرتسون و همکاران (Robertson et al., 2003) نداشتن آگاهی و مهارت‌های لازم را عاملی تأثیرگذار بر عدم توسعه در کسب و کار دانستند. امینی و همکاران (Amini et al., 2008) هم ادعان داشته‌اند توجه به برنامه‌های آموزشی و کیفیت ارائه آن‌ها اهمیت فراوانی در توسعه تعاونی‌ها دارد.

بر پایه نتایج، سرمایه اجتماعی و مشارکت، به عنوان عوامل فرهنگی - اجتماعی، نقش ویژه‌ای در موفقیت تعاونی‌های تولیدی کشاورزی دارند، چرا که مشارکت موجب درگیری ذهنی و عاطفی همه اعضا در کار گروهی به عنوان یک فرایند پیوسته می‌شود و از طرفی، موجب برانگیختن همه اعضا به منظور دستیابی به اهداف مشترک و نیز مسئولیت‌پذیری آن‌ها می‌گردد. نظام شهیدی و اقدم (۱۳۸۷) نیز معتقدند جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضا تأثیر فراوانی در توسعه تعاونی‌ها دارد. فارینگتون (Farrington, 2002) هم مشارکت داوطلبانه و آگاهانه افراد را شرط اساسی توسعه تعاونی‌ها می‌داند. سیلواراجو (۱۳۸۴) و مستعانی (۱۳۷۸) نیز پیامدهای مشارکت را شامل پیدایش دموکراسی اقتصادی، احساس مسئولیت نسبت به امور مربوط به خود و توسعه خودیاری و کمک متقابل در زمینه حل مسائل اجتماعی - اقتصادی، افزایش انسجام بیشتر و در نتیجه توسعه تعاونی‌ها می‌دانند. از طرفی، هرچه مشارکت در تجارت و مدیریت دانش - به عنوان کلیدی برای رقابت - بیشتر شود، چارچوب مدیریت سرمایه اجتماعی و تعاونی مفهوم بیشتری می‌یابد (کیمبرلی و کراپ، ۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی با برقراری پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه یا گروه اجتماعی، از طریق خلق هنجارهای مشترک و

اعتماد متقابل، تحقق اهداف و پیشبرد امور را تسهیل می‌کند. این نوع سرمایه‌سیمان انسجام‌بخش میان سطوح گوناگون تلقی می‌گردد. لذا با فقدان سرمایه اجتماعی می‌توان گفت سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و پیمودن راه‌های توسعه اگر غیر ممکن نباشد، حداقل بسیار دشوار می‌شود. با توجه به نتیجه پژوهش حاضر مبنی بر اختصاص یافتن دومین سهم به عامل فرهنگی - اجتماعی با نسبت ۳۵۵، می‌توان چنین استنباط کرد که ارتقای سرمایه اجتماعی، به عنوان عاملی فرهنگی - اجتماعی، از آن رو اهمیت دارد که از یک سو مشوق رشد سرمایه انسانی و موجب آزاد شدن انرژی‌های خلاق همه افراد می‌شود و از سوی دیگر با ایجاد شبکه سرمایه انسانی وابسته به تجارت و ارتباط آن با سرمایه اجتماعی تعاونی و جامعه، منجر به ایجاد جامعه‌ای یادگیرنده شده که این امر موجب تنظیم روابط مشتری‌های تعاونی و تنوع محصول خواهد شد. مطالعات گذشته نیز این یافته را تأیید می‌نمایند؛ برای مثال، به اعتقاد آگهی و کرمی (Agahi & Karami, 2012). مدیریت سرمایه اجتماعی در سطوح مختلف فردی، گروهی، اجتماعی و سازمانی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی بسیار تأثیرگذار است.

بر پایه نتایج، توانایی ابتکار و نوآوری اعضای تعاونی، به عنوان عاملی شخصیتی، نقش مهمی در توسعه تعاونی‌ها دارد. این در حالی است که معمولاً اعضای تعاونی سرگرم فعالیت‌های عملی‌اند و آمادگی غور و تفحص درباره شرایط فعالیت خود را ندارند. با وجودی که کار اعضا ابتکاری است، در عمل احتیاج به تازه و به‌روز کردن اندیشه‌های خود از طریق آموزش دارند، ولی چنین نمی‌کنند و یا به اندازه کافی به این کار نمی‌پردازند. ادامه چنین وضعی خالی از خطر نیست. لذا آموزش‌هایی لازم است که با ایجاد دگرگونی در بینش و باور مخاطبان، زمینه بروز خلاقیت و افزایش کارایی آن‌ها را فراهم سازد (امینی و رضانی، ۱۳۸۱). با توجه به نتیجه پژوهش حاضر مبنی بر اختصاص یافتن سومین سهم به عامل شخصیتی با نسبت ۳۲۹ می‌توان چنین استنباط نمود که خلاقیت و باروری ذهنی و پذیرش ریسک منطقی اعضا از ملزومات اساسی است و دستیابی آن ممکن نیست مگر آنکه اعضا آگاهی لازم را به دست آورند و در این باره آموزش می‌تواند بسیار سودمند باشد. در نتایج مطالعات پیشین نیز بر نقش این عوامل بر توسعه تعاونی‌های تولیدی تأکید

شده است؛ برای نمونه، تیمونز (Timmons, 1987) از عوامل تأثیرگذار بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه به خلاقیت و نوآوری اشاره می‌کند. هورنزی و همکاران (Hornsby et al., 1993) نیز معتقدند از عوامل مؤثر بر توسعه و پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق نوآوری است. همچنین لامپکین و دس (Lumpkin & Dess, 1996) در مطالعه خود ریسک‌پذیری، پیش‌گام بودن و نوگرایی و نوآوری در کارها را از عوامل تأثیرگذار بر توسعه در کار برشمرده‌اند.

بر پایه نتایج، نقش مهارت، تجربه و تخصص مدیر در توسعه کار تعاونی‌ها اهمیت فراوان دارد. تعاونی‌ها نیازمند مدیرانی با ارزش‌های تخصصی و شناخت و درک اهداف تعاون به منظور هدایت هیئت مدیره غیرمتخصص در مسیر توسعه راهبرد تجاری تعاونی می‌باشند. مدیریت تعاونی باید مبتنی بر ارزش‌های معنوی همچون یکپارچگی، کیفیت، خدمت‌رسانی، خدمت‌گذاری، صداقت، شفافیت و مسئولیت اجتماعی باشد. اولین وظیفه مدیریت کارآمد عبارت از هدایت اعضای عامی تعاونی و هیئت مدیره منتخب در توسعه خط‌مشی‌ها و راهکارهای بلندمدت است که این امر موجب تقویت بیشتر این گروه در پی‌گیری و به ثمر رساندن اهداف تعاونی خواهد شد. از طریق مشارکت یکپارچه، مدیریت تعاونی به عنوان بخشی از جامعه تعاون می‌تواند بر تنش حاصل از افزایش حجم فعالیت‌ها بین مدیریت و دموکراسی در چارچوب ضوابط حاکم بر تعاونی فائق آید (کیمبرلی و کراپ، ۱۳۸۵). به اعتقاد پراکش (Prakash, 1994)، مدیریت تعاونی‌ها نباید خصوصیات زیر را داشته باشند: عدم نظارت و رسیدگی به امور تعاونی، استفاده شخصی از امکانات تعاونی برای رفاه و آسایش، تلاش برای تحمیل نظرات شخصی در بحث‌های گروهی، تصمیم‌گیری بر مبنای تصورات ذهنی به جای حقایق و واقعیات، استفاده از تعاونی برای توسعه و ارتقای خود، دخالت بحث‌های اعتقادی و مذهبی در تعاونی و خرید تجهیزات و وسایل غیر لازم برای گرفتن رشوه از فروشندگان این وسایل. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر چهارمین سهم به عامل مدیریتی با نسبت ۲۷۵ اختصاص یافت می‌توان این‌گونه استنباط کرد که اهمیت این عامل از یک سو به ظرفیت شخصی مدیر (شامل انگیزه‌ها، توانایی‌ها، قابلیت‌ها و خصوصیات همچون سن، سطح آموزش و تجربه کشاورزی) و از سوی دیگر به فرایند تصمیم‌گیری وی بر می‌گردد. در

بسیاری از مطالعات پیشین نیز بر نقش عوامل مدیریتی بر توسعه تعاونی‌های تولیدی تأکید شده است؛ برای مثال، در مطالعه (شباهنگ ۱۳۸۱) یکی از عوامل مهم مؤثر بر توسعه تعاونی مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح ذکر شد، چرا که باعث افزایش کارایی و اثربخشی فعالیت‌های تعاونی می‌گردد. صفری‌شالی (۱۳۸۰) نیز معتقد است توانایی‌های مدیران (از عوامل درون‌سازمانی) با توسعه تعاونی‌ها رابطه مثبت و مستقیم دارد و با مشخص بودن حدود فعالیت‌ها مرتبط است. سرسختی‌عراقی (۱۳۷۴) نیز در تحقیق خود در زمینه عملکرد تعاونی‌های صیادی نشان داد که سواد و تجربه مدیرعامل و پنداشت وی از اقتدار، بر عملکرد تعاونی‌ها مؤثر است. پرکاش (Perkash, 1980) هم معتقد است مدیران دارای دانش و بینش و با صداقت موجب توسعه تعاونی‌ها می‌گردند. به اعتقاد ناهید (۱۳۴۶)، عدم موفقیت تعاونی‌های کشاورزی با فقدان مدیر کاردان و با تجربه مرتبط است. کوپاهی (۱۳۷۳) هم مهم‌ترین علل توسعه نیافتگی تعاونی‌ها را ناتوانی مدیران می‌داند. اوکویه (Okoye, 1997) یکی از دلایل ناکارایی تعاونی‌های نیجریه را ضعف مدیریت آن‌ها می‌داند که ناشی از رهیافت «بالا به پایین» در تأسیس این تعاونی‌هاست. زهو و لئونارد (Zhu & Leonard, 1998) معتقدند مدیریت ضعیف مانع توسعه تعاونی‌های کشاورزی است.

بر پایه نتایج، استفاده از اعتبارات و تسهیلات دولتی بر توسعه تعاونی‌های تولیدی مؤثر می‌باشد و می‌تواند در افزایش توانمندی‌ها از جنبه‌های مختلف در تعاونی‌های تولیدی نقش داشته باشد. جیمز و ایساک (James & Isaac, 2005) دسترسی به اعتبارات را از عوامل توسعه، و بدهکاری و عدم مسئولیت‌پذیری در برابر اعتبارات اخذ شده را از عوامل شکست می‌دانند. چاندراسیکیرا و کولومبو (Chandrasekera & Colombo, 1990) بر توسعه فعالیت‌ها در تعاونی از طریق اعتبارات بانکی تأکید کردند. به اعتقاد ایوانی (۱۳۸۶) نیز استفاده از وام‌های بانکی از دلایل توسعه تعاونی‌هاست. بازاریابی و توانمندی در جذب بازار، به عنوان یک نقطه عطف، بستر تولیدات متغیر و محصولات بدیع پسند متقاضی را فراهم می‌آورد و با استفاده از تغییرات سازمان‌یافته با بهره‌گیری از نیروی سازمان یافته و فنی زمینه توسعه و توان تولید انبوه را فراهم

می‌کند. به علاوه، با موفقیت در این زمینه پایه‌های محکم توسعه پویا گذارده می‌شود و زمینه شناخت توان نهایی مشخص می‌گردد. در مورد محصولات کشاورزی ضروری است مدیریت کیفیت تولید رعایت شود و محصولات کشاورزی مطابق با نیاز بازار و استانداردهای جهانی تولید شوند تا رقابت پذیری آن‌ها افزایش یابد و به راحتی مورد پسند بازارهای جهانی قرار گیرند. در تعریف مدیریتی، اغلب، بازاریابی را «هنر فروش محصولات» نامیده‌اند. اما «فروش» تنها بخش نمایان کوه یخ بازاریابی است. به عقیده پیتز دراکر، همواره نوعی نیاز برای فروش وجود دارد. ولی هدف بازاریابی، فروش اضافی و مازاد بر نیاز است. در واقع، هدف بازاریابی شناخت و درک خوب از مشتری است به صورتی که کالا یا خدمت، خودش مناسب با نیازهای او بوده و به فروش رود (بریم‌نژاد و شم‌آبادی، ۱۳۸۶). با توجه به اینکه در پژوهش حاضر پنجمین سهم به عامل اقتصادی با نسبت ۲۰۴ اختصاص یافت می‌توان این گونه استنباط کرد که بازاریابی بر توسعه تعاونی‌ها تأثیرگذار است. با توجه به این نکته راهبردی که بازاریابی فرهنگی را می‌طلبد که برای خلاقیت ارزش قائل است، امروزه لازم است تعاونی‌ها از طریق خلاقیت برتر در بازاریابی برنده شوند. یک تعاونی با عرضه محصولات معمولی با روش پیش پا افتاده‌تر برنده نمی‌شود، بلکه نیاز دارد منحصر به فرد و نوآورتر باشد. در بسیاری از یافته‌های پیشین نیز بر نقش عوامل اقتصادی بر توسعه تعاونی‌های تولیدی تأکید شده است. گابریل (Gabriel, 2002) از عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی‌های زنان را بازاریابی موفق دانسته است. مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۶ الف) نیز نبود اطلاعات کافی از بازار داخلی و خارجی را از دلایل توسعه نیافتگی ذکر کردند.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۱. با توجه به این مهم که آموزش زیرساختی بنیادی است و به نوعی در برگرنده دیگر عوامل نیز هست، طراحی و تدوین دوره‌ها، کارگاه‌های آموزشی، بسته‌های آموزشی خودآموز، نشریه‌ها و پوسترهای آموزشی (فنی، مدیریتی، شخصیتی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی) بر اساس نظرات کارشناسی حوزه‌های مختلف (تخصصی، مدیریتی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی و اقتصادی) اولویتی بسیار مهم می‌باشند.

۲. اغلب اوقات تصمیم‌گیری متمرکز موجب می‌شود فرصت‌های موجود از جمله مدیریت منابع انسانی به‌ویژه آموزش‌ها- که به گونه‌ای یکسان و اغلب به صورت کلاس‌های حضوری، برای تمام تعاونی‌ها و نقاط مختلف در نظر گرفته می‌شود- از دست برود. این درحالی است که اعضای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به لحاظ شرایط مدیریتی و کنترلی، زمان زیادی را بایستی در محیط کار خود صرف کنند و لذا از شرکت در کلاس‌های حضوری در نظر گرفته شده به منظور آموزش و ارتقای مهارت‌های خود صرف‌نظر می‌کنند. بنابراین، ضروری است شیوه‌های متناسب با شرایط آن‌ها اندیشیده و به کار گرفته شود. لذا لازم است به منظور ارتقای منابع انسانی در این تعاونی‌ها از روش‌های گوناگون هماهنگ با وقت بهره‌برداران استفاده شود.
۳. بیشتر تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به دلیل نبود شبکه‌های اجتماعی، نداشتن تجربه در مسائل تجاری، اطلاعات ناکافی از بازارهای داخلی و خارجی و نبود خدمات مشاوره‌ای بسیاری از فرصت‌های خوب از جمله تلاش برای تطبیق با شرایط متغیر تجاری را از دست می‌دهند. لذا خدمات مشاوره‌ای فنی و تخصصی می‌تواند کمک شایانی به این تعاونی‌ها دهند. بنابراین، تشکیل مراکز خدمات مشاوره تخصصی برای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی اولیوی قابل تأمل است.
۴. نبود مدیران کاردان و با تجربه در تعاونی‌های تولیدی علت از دست دادن بسیاری از فرصت‌ها از جمله مدیریت صحیح منابع انسانی؛ قرار نگرفتن اعضا در جایگاه مناسب به منظور اجرای کارها؛ عدم تشویق اعضا به نوآوری، نوگرایی، خلاقیت و... است. لذا وجود مدیرعامل کاردان و با تجربه (حتی در صورت لزوم فردی خارج از اعضای تعاونی) ضرورتی انکارناپذیر در جهت توسعه تعاونی‌هاست.
۵. ناهماهنگی بین سازمان‌های دولتی و وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر، به‌خصوص در زمینه سیاست‌های اعتباری، باعث از دست رفتن فرصت‌های موجود از جمله عدم پذیرش ریسک منطقی و پیش‌گامی در کارها می‌گردد. دلیل اصلی از دست رفتن این فرصت‌ها مشخصاً به کمبود سرمایه و کاهش تمایل اعضا به سرمایه‌گذاری برمی‌گردد. بنابراین، از آنجا که کمبود منابع مالی و سختگیری بیش از اندازه در اعطای اعتبارات و تسهیلات بانکی یکی از موانع توسعه

تعاونی‌ها و اهمیت به سرمایه‌گذاری بلندمدت می‌باشد، بایستی از موانع موجود کاسته شود تا با دسترسی آسان‌تر به اعتبارات و تسهیلات بانکی، توسعه تعاونی‌ها تحقق یابد.

### منابع

۱. آفاجانی ورزنه، م. (۱۳۸۰). بررسی و ارزیابی فعالیت‌های شرکت‌های تعاونی تولید روستائی استان اصفهان (۱۳۷۱-۱۳۵۱). پایان‌نامه کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه صنعتی اصفهان.
۲. آقایی، ش. و مازیار، م. ر. (۱۳۸۶). تصمیم‌گیری منطقی با بهره‌گیری از نرم‌افزار Expert Choice اصفهان: انتشارات ارکان دانش.
۳. اسدپور، ح. و پیکانی، غ. ر. (۱۳۷۹). تصمیم‌گیری گروهی در محیط‌های پیچیده با استفاده از تکنیک (AHP). مجموعه مقالات سومین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران. انجمن اقتصاد کشاورزی ایران. دانشگاه فروسى مشهد و مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، مشهد.
۴. امینی، ا. م. و رمضانی، م. (۱۳۸۵). بررسی علل و میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران در استان‌های مازندران و گلستان. علوم کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۳ (۲)، ۱۲۳-۱۳۳.
۵. امینی، ا. م. و رمضانی، م. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی کشاورزی مرغداران گوشتی استان اصفهان. علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۰ (۱)، ۱۰۱-۱۲۱-۱۳۵.
۶. امینی، ا. م. و صفری‌شالی، ر. (۱۳۸۱). ارزیابی تأثیر آموزش در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران. علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، ۶ (۲)، ۱۷-۲۸.
۷. ایوانی، ق. (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید فرش دست‌باف شهرستان اسلام‌آباد غرب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته توسعه روستایی، دانشگاه رازی. کرمانشاه.



۸. بریم‌نژاد، و. شم‌آبادی، م. (۱۳۸۶). *بازاریابی محصولات کشاورزی با تأکید بر نقش تعاونی‌ها*. مشهد: انتشارات آذربرین.
۹. پویش، ا. (۱۳۸۴). *تعاونی‌ها محور توسعه کشورهای جهان سوم*. چکیده مقالات کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه. دانشگاه یزد.
۱۰. تقوایی، م. س. ر. (۱۳۸۵). *اولویت‌بندی بحران در سکونت‌گاه‌های روستایی با روش (AHP): مطالعه موردی دهستان بازیافت*. مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)، ۱(۲۰)، ۴۷-۴۸.
۱۱. دیویس، پ. (۱۳۸۵). *مدیریت منابع انسانی در تعاونی‌ها- نظریه، فرآیند و اجرا*. ترجمه اصغر بیات. تهران: انتشارات پایگان.
۱۲. سرسختی عراقی، ر. (۱۳۷۴). *عوامل اجتماعی مؤثر بر عملکرد سازمانی تعاونی‌های تعاونی صیادی در استان بوشهر*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۳. سیلوواراجو، آر. (۱۳۸۴). *بی‌تفاوتی اعضا و عوامل مؤثر بر عدم مشارکت آن‌ها در فعالیت تعاونی*. ماهنامه تعاون، ۱۷۳، ۳۰-۳۲.
۱۴. شباهنگ، ر. (۱۳۸۱). *شناخت و مفاهیم و منابع حسابرسی عملکرد*. مجله همیار، ۴ (۱۳)، ۱۲۴-۱۴۲.
۱۵. شعبانعلی فمی، ح.، چوب‌چیان، ش.، رحیم‌زاده، م. و رسولی، ف. (۱۳۸۵). *شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی زنان در ایران*. فصلنامه مطالعات زنان، ۴(۲)، ۸۹-۱۰۹.
۱۶. شهبازی، ا. و علی‌بیگی، ا. ح. (۱۳۸۵). *واکاوی شایستگی‌های دانش‌آموختگان کشاورزی برای ورود به بازار کار در کشاورزی*. علوم ترویج و آموزش کشاورزی، ۲(۱)، ۱۵-۲۴.
۱۷. صفری شالی، ر. (۱۳۸۰). *بررسی فعالیت‌ها و عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی مرغ‌داران استان تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه صنعتی اصفهان.
۱۸. طالب، م. (۱۳۸۴). *اصول و اندیشه‌های تعاونی*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

۱۹. عبداللهی، م. (۱۳۷۷). نظام بهره‌برداری کشاورزی ایران. تهران: معاونت امور بهره‌برداری، وزارت کشاورزی.
۲۰. علوی تبار، ع. (۱۳۷۹). مشارکت در اداره امور شهرها، بررسی الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها (تجارب جهانی و ایران). تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور.
۲۱. قدسی‌پور، س. ح. (۱۳۸۵). فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP). تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
۲۲. کوپاهی، م. (۱۳۸۶). اصول اقتصاد کشاورزی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۳. کیمبرلی، ز، کراپ، ر. (۱۳۸۵). اصول و رویکردهای تعاون در قرن بیست و یکم. ترجمهٔ مرجانه سلطانی. تهران: انتشارات پایگان.
۲۴. مرادنژادی، ه.، ایروانی، ه.، شعبانعلی‌فمی، ح.، حسینی، س. م. و کافی، م. (۱۳۸۷). تحلیل عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. مجلهٔ علوم کشاورزی ایران (ویژهٔ اقتصاد و توسعه کشاورزی). دورهٔ ۲-۳۹، شمارهٔ ۱، ۱۹-۲۵.
۲۵. مرادنژادی، ه.، ایروانی، ه.، شعبانعلی‌فمی، ح.، حسینی، م. و کافی، م. (۱۳۸۶). تحلیل سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. مجلهٔ علوم کشاورزی ایران (ویژهٔ اقتصاد و توسعه کشاورزی)، دورهٔ ۲-۳۸، شمارهٔ ۲، ۲۱۹-۲۲۶.
۲۶. مرادنژادی، ه.، شعبانعلی‌فمی، ح.، ایروانی، ه.، حسینی، م. و کافی، م. (۱۳۸۶ الف). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. مجلهٔ علوم کشاورزی ایران (ویژهٔ اقتصاد و توسعه کشاورزی)، دورهٔ ۲-۳۸، شمارهٔ ۲، ۱۷۵-۱۸۴.
۲۷. مستعانی، م. ح. (۱۳۷۸). رضایت اعضا کلید موفقیت تعاونی‌ها، ماهنامهٔ تعاون، دورهٔ جدید، شمارهٔ ۹۸، ۴-۵.
۲۸. ناهید، م. (۱۳۴۶). نقش شرکت‌های تعاونی در توسعه و پیشرفت کشاورزی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۹. نظام‌شهیدی، م.، علی‌زاده اقدم، ر. (۱۳۷۸). اصول مدیریت تعاونی‌ها. تهران: نشر لادن.

30. Agahi, H., & Karami, SH. (2012). A study of factors effecting social capital management and its impact on success of production cooperatives. *Annals of Biological Research*, 3 (8),4179-4188.
31. Amini, A.M., Hamedani, Z.A., & Ramezani, M. (2008). Assessment of the most important intra-organizational factors on success of the Tehran's poultry. *Cooperatives. J. Sci. and Technol. Agri. and Natural Res.* 12(43), 285-295.
32. Amodeo, N.P. (2001). Be more cooperative to be more cooperative. *J. Agricul. Cooperation*, 29(2),115-124.
33. Beaver, G. & Prince, CH. (2004), Management, strategy and policy in the UK small business sector a critical review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), 34-49.
34. Bhuyan, S., & Olson, F. (1998). *Potential role of nonagricultural 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.
35. Bruynis, C., Goldsmith, P.D., Hahn, D.E., & Taylor, W. J. (1997). Critical success factors for emerging agricultural. Marketing cooperatives. *Journal of Cooperatives* 16, 14-24.
36. Buttner, E. H. & Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivation and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35 (1), 34-46.
37. Chandrasekera, C.H.M.T. (1990). Fishery Cooperatives in Asian Countries.
- This paper has been prepared under the contract offered by the Regional Office

for Asia and the Pacific. (RAPA). Retrived from [www.apfic.org/archive/symposia/1993/23.pdf](http://www.apfic.org/archive/symposia/1993/23.pdf).

38. Erdman, D., & Dennis E. Coates. (2005). *The Genesis of Train-to-Ingrain*. Interview (Audio). Retrieved from <http://www.train-to-ingrain.com/resources/genesis.asp>.

39. FAO (2002). *The role of agriculture in the development of LDCs and their integration the world economy*. Rome.

40. Farrington, J. I., Christoplos, A.D., & Beckman, M. (2002). *Can extension contribute to rural poverty reduction? Synthesis' of a six- country study*. ODI. Agricultural Extension Network paper. No.123. London.

41. Gabriel, S. J. (2002). *Belize Rural Woman's Association Revolving Loan Fund and Woman's Cooperatives.* United Nations Development Programme Report. New York, NY, USA: United Nations.

42. Harda, N. (2003). Who Succeeds as an entrepreneur? An analysis of the post-entry performance of new firms in Japan. *Japan and the World Economy* 15(2), 211–222.

43. Hornsby, J. S., Naffziger, D.W., & Kuratko, D. F. & Montagno, R. V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and practice*. 17(2), 29-37.

44. James, K. N., & Isaac, K. (2005). *An Analysis of Success, Failure and Demand Factors of Agricultural Cooperatives in Kenya*. Strategies and Analysis for Growth and Access (SAGA). A project of Cornell and Clark-

Atlanta Universities FOR Research and technical assistance in Africa. funded by a Cooperative agreement with USAID. SAGA brief 9. Pmd.

45. Kelsey, K. D. (2008). Do workshops work for building evaluation capacity among cooperative extension service faculty? *Journal of Extension*. 46(6RIB).

46. Knudson, W., Wysocki, A., Champagne, J., & Peterson, H. Ch. (2004). Entrepreneurship and Innovation in the Agri-Food system. *American Journal of Agricultural Economics*, 86(5), 1330-1336.

47. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135-172.

48. Okoye, C. U. (1997). Some administrative and management problems of cooperative in developing countries: the case of Migeria. *Journal of Rural Development and Administration*, 24, 274-285.

49. Perkash, D. (1980). Social objective of cooperative. *Cooperative Journal*. 25(2), 53-54.

50. Prakash, D. (1994). *Our Civil Society Co-operatives*. New Delhi: International Cooperative Alliance.

51. Putnam, R.D., & Goss, K.A. (2002). *Introduction in: Putnam (ed.), Democracies in Flux, the Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Oxford University Press.

52. Robertson, M., Collins, A., Mediera, N., & Slater, J. (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education & Training*, 45(6), 308-316.

53. Russoa. C., Weatherspoonb, D. C., Petersonb Ch., & Sabbatinia, M. (2000). Effects of manager's power on capital structure: A study of Italian agricultural cooperatives. *Food and Agribusiness Manage. Rev.*, 3(1), 27-39.
54. Shufang, Z., & Leonard, P. (1998). *Cooperative organization in rural Canada and the agricultural co-operative movement in China*. A comparison centre for the study of Cooperatives University of Saskatchewan, Saskatoon, and SK. Canada.
55. Timmons, J. A. (1987). Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States. *Entrepreneurship: Theory & Practice .Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 15 (3), 25-39.
56. Watson, K., Hogarth-Scoh, S. & Wlitson, N. (1998). Small business Start-ups: success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 4(3), 217-238.
57. Zhu, S.H., & Leonard, P. (1998). *Apedaile cooperative organization in rural Canada and the agricultural Cooperative movement in China*. Center for the study of Cooperatives University of Saskatchewan. Saskatoon, SK.

## Identifying and Prioritizing Effective Factors on Development of Agricultural Cooperatives

*Sh. Karami<sup>1\*</sup>, A.H. Alibaygi<sup>2</sup>*

Received: 22/12/2013 Accepted: 07/06/2014

### *Abstract*

The purpose of this research was to identify and prioritize factors influencing the development of agricultural cooperatives. All agricultural cooperative members (N=88) were included in this study. They were selected through simple random sampling method. Data were collected using an instrument developed by the researchers to accomplish the objectives of the study. Face and content validity were established using a panel of experts. The reliability of the instrument was determined through chornbach's alpha Coefficient (0.85). The data were examined by using AHP technique (Analytical Hierarchy Process) and Expert Choice Software. Based on the results, educational factor was the main factor by ratio of 425 and the personality factor by ratio of 355, social-cultural factor by ratio of 329, management factor by ratio of 275 and economic factor by ratio of 204 were the most important factors for development of agricultural cooperatives in Iran, respectively.

**Keywords:** Prioritizing, Development, Agricultural Cooperatives, Analytical Hierarchy Process

---

1. PhD. Student, Department of Agricultural Development, Razi University, Kermanshah, Iran

\*Corresponding Author

E-mail:shohrhkarami@yahoo.com

2. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran