

عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان

مصطفی نصرالهی^۱، محمدصادق اللهیاری^{۲*}، شهرام صداقت‌حور^۳،
سید علی نورحسینی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۹/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۲/۲۹

چکیده

به منظور بررسی دلایل عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران مطالعه‌ای با استفاده از روش تحقیق توصیفی-همبستگی در استان گیلان صورت گرفت. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه مدیران عامل، کارکنان، اعضای هیئت مدیره و اعضای عادی شرکت‌های تعاونی چایکاران استان گیلان (۳۸۷۳۶ نفر) بود. در این تحقیق براساس جدول کرجسی و مورگان ۴۰۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. پرسش‌نامه به‌عنوان ابزار پژوهش، جهت جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در مرحله پیش‌آزمون (۰/۹۰۴) تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و نیز تحلیل عاملی اکتشافی تحت نرم افزار آماری SPSS₁₆ استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که در کل هفت عامل آموزشی، مشارکتی، حمایتی، توسعه‌ای، مدیریتی، مسئولیتی و دولتی در مجموع توانستند ۷۱/۰۳۴ درصد از عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران استان گیلان را تبیین کنند. به‌طور کلی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران به ترتیب عبارت بودند از: ناکافی بودن حمایت‌های دولتی، عدم ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی، عدم بازاریابی مناسب محصولات، سیاست‌های اعتباری نادرست، نبود همبستگی میان اعضا، ناآشنایی اعضا با اصول تعاونی، عدم بهره‌مندی از اعتبارات و تسهیلات دولتی و بی‌توجهی به سرمایه‌گذاری بلندمدت.

واژه‌های کلیدی: تعاونی، چایکاران، کارشناسان، استان گیلان

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت
۲. دانشیار گروه مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت
- * نویسنده مسئول
۳. دانشیار گروه باغبانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت
۴. عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت

E-mail: allahyari@iaurasht.ac.ir

مقدمه

امروزه اکثریت صاحب‌نظران نهضت تعاونی را دارای وظیفه و مأموریتی می‌دانند مبتنی بر دو عنصر اجتماعی و اقتصادی (توسلی، ۱۳۸۲). شرکت تعاونی دستگاهی است که قانوناً دارای شخصیت حقوقی و هدف از تشکیل آن پیروی از یک هدف مشترک برای کلیه اعضاست (وزیر، ۱۳۸۷). تعاونی‌ها فرصت‌هایی را برای کشاورزان فراهم می‌کنند تا واحدهای کوچک تجاری خود را بهبود بخشند (Kuntoro, 2006). صاحب‌نظران کشورهای در حال توسعه نیز گسترش و نهادینه کردن فرهنگ تعاون را در باورهای اقشار گوناگون جامعه به شکلی جدی مورد توجه و مطالعه قرار داده‌اند (Malcom, 2004). تحولات اوایل هزاره سوم میلادی در عرصه اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی تعاونی‌ها را با شرایط جدیدی روبه‌رو کرده است که بدون سازگاری با آن‌ها امکان حیات میسر نخواهد بود (Crop, 2005).

ایران یکی از کشورهای عمده تولیدکننده و مصرف‌کننده چای می‌باشد که بخش اعظم نیاز مصرفی را از بازارهای جهانی تأمین می‌نماید به طوری که در سال ۲۰۰۵ سهم مصرف چای ایران از مصرف جهانی ۳/۳ درصد بوده در حالی که فقط ۱/۴ درصد از تولید جهانی را داشته است (چراغی و قلی‌پور، ۱۳۸۸). حدود ۳۸ هزار خانوار چایکار در دو استان شمالی کشور از راه تولید چای امرار معاش می‌نمایند و برگ‌های برداشت شده از باغ‌های خود را جهت فروش و فراوری به ۱۳۵ واحد کارخانه چای‌سازی واقع در استان‌های گیلان (۱۲۵ واحد) و مازندران (۱۰ واحد) تحویل می‌دهند (اللهیاری و همکاران، ۱۳۹۱).

پس از گذشت سال‌ها از ورود چای توسط کاشف‌السلطنه به ایران، صنعت چای در فراز و فرودهای فراوان قرار گرفت به طوری که اکنون از مجموع ۲۸ هزار هکتار باغ‌های چای در استان گیلان حدود ۲۱ هزار هکتار بهره‌برداری می‌گردد (سفر دوست، ۱۳۸۲). نبود نهاد مدافع حقوق چایکاران زمینه تأسیس تعاونی‌های چایکاری را فراهم کرد. بر این اساس، شرکت تعاونی چای، که قانوناً دارای شخصیت حقوقی است، با پیروی از یک هدف مشترک برای کلیه اعضا تشکیل شد (وزیر، ۱۳۸۷). در واقع با توجه به خرده مالکی بودن اراضی و عدم توجیه اقتصادی تولید برگ سبز برای باغ‌های مذکور تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان تأسیس شدند (اللهیاری و

همکاران، ۱۳۹۱) که از مجموع کل بهره برداران، تعداد ۱۲۴۹۸ کشاورز به عضویت شرکت های تعاونی به دلایل مختلف درآمدند. تعاونی چایکاری زمینه تصمیم‌گیری، جلوگیری از افزایش بی‌اعتمادی در بین چایکاران، امیدواری به آینده و ایجاد بستر مناسب برای بیان مشکلات نزد مقامات دولتی و ارائه خدمات اقتصادی و اجتماعی و فنی مهندسی به چایکاران را فراهم می‌کند (سفر دوست، ۱۳۸۲). لیکن حاصل تشکیل تعاونی‌های چایکاری با اهداف تعیین شده قبلی امروزه کاملاً نامشهود بوده و جز نام شرکت‌ها، هیچ اثرگذاری از آن‌ها مشاهده نمی‌گردد. بر همین اساس، عوامل بسیاری اعم از عدم اجرای تعهدات دولت در قبال تعاونی‌ها (ابراهیمی، ۱۳۸۱)، ناآگاهی از قوانین تعاونی‌ها (سلیمزاده، ۱۳۹۰)، سرمایه اندک اعضای تعاونی‌ها، بی‌اعتمادی اعضا به بخش‌های خصوصی و تعاونی، و عدم موفقیت فرهنگ مشارکتی در کشور در ناکامی تعاونی‌ها نقش دارند (خفایی، ۱۳۸۸).

اونال (Unal, 2008) در تحقیقی با عنوان «مقایسه تعاونی‌های موفق و ناموفق» به این نتیجه رسید که مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر عدم موفقیت این تعاونی‌ها، نبود همبستگی میان اعضا، فقدان سرمایه‌گذاری، پایین بودن سطح سواد اعضا و مدیران تعاونی، فقدان مدیر واجدالشرایط و ناکافی بودن حمایت‌های دولتی بوده است. رینی (Ranney, 2008) بهبود مهارت‌های پایه، جلب رضایت اعضا و مدیریت را در موفقیت تعاونی‌های شایسته مؤثر دانسته است. بنتوراکي (Benturaki, 2000) سیاست‌های مداخله‌گرانه دولت، تخلف و تجاوز از اصول اساسی تعاون، قوانین غیرپیشرفته تعاونی، عدم استقلال و خودمختاری، نبود دموکراسی، عدم توانمندسازی اعضا و نبود ساختار سازمانی کارآمد را از علل عدم موفقیت تعاونی‌های روستایی تانزانیا عنوان و ذکر می‌کند بین شیوه مدیریت تعاونی و میزان موفقیت تعاونی همبستگی معنی‌داری وجود دارد. پراکاش (Perakash, 1994) در پژوهشی متغیرهای حمایت مالی دولت، پایین بودن مدت زمان دریافت وام، پایین بودن نرخ سود تسهیلات، ارتباط عاطفی و درونی اعضا، بازاریابی مناسب، تجهیزات و امکانات پیشرفته، جوانی اعضای تعاونی و تعدیل در میزان اقساط وام دریافتی را با انگیزه پیشرفت و موفقیت مدیران تعاونی‌ها دارای ارتباط معنی‌دار می‌داند. اللهیاری (Allahyari, 2008) مشارکت

اعضا در فرایند مدیریت تعاونی، دسترسی به اعتبارات و وام‌ها و توسعه دوره‌های آموزشی را از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های شیلات دانسته است. ایوانی (۱۳۸۶) عوامل فردی (سابقه عضویت، سن، سواد و درآمد اعضای تعاونی)، جذب مشتری و بازاریابی، تسلط مدیر بر امور مالی و حسابداری را در موفقیت تعاونی مؤثر می‌داند. آزادی و کرمی (۱۳۸۰) افزایش درآمد، مشارکت روستاییان در جامعه، افزایش برابری و رفاه شغلی را در موفقیت مؤثر می‌دانند. به اعتقاد اشرفی (۱۳۸۳)، یکی از عوامل مهم در تعاونی‌های موفق، توجه دست اندرکاران و برنامه‌ریزان به مسئله آموزش و ترویج است. نجفی (۱۳۸۴) در بررسی خود نشان داد که اعضای تعاونی در رابطه با فروش محصول در بازار با مشکلات زیادی مانند قیمت پایین و بی ثباتی قیمت‌ها، بالا بودن هزینه حمل و نقل، بی اطلاعی کشاورز از وضعیت بازار، افت بیش از اندازه و عدم دریافت بموقع بهای محصول روبه‌رو هستند. امینی و رضوانی (۱۳۸۵) در مطالعه خود بیان کردند که ارتباط شایسته میان تولید و بازاریابی، انسجام کارکردی مؤثر میان اعضا و شرکت تعاونی از یک سو، و میان شرکت و اتحادیه از سوی دیگر، و تنظیم و برگزاری آموزش منظم تعاونی و برنامه‌های آموزشی برای اعضای هیئت مدیره و کارمندان تعاونی وجود دارد. درویشی‌نیا (۱۳۷۹) موفقیت شرکت‌های تعاونی روستایی را به عواملی مانند میزان رضایت‌مندی اعضا از تعاونی، نگرش اعضا نسبت به تعاونی، آگاهی از شرکت تعاونی و مشارکت اعضا در این شرکت‌ها مرتبط می‌داند. آقاجانی (۱۳۸۰) عواملی مانند شناخت و باور به تعاون، آگاهی‌ارکان، اعضا و کادر اجرایی از امور شرکت و میزان برخورداری آن‌ها از آموزش‌های لازم را در موفقیت تعاونی‌ها ضروری برمی‌شمرد. شکیبامقدم (۱۳۸۱) اعضا را کلید موفقیت تعاونی‌ها می‌داند و معتقد است که اعضای تعاونی مالک قانونی آن هستند، زیرا اختیار و کنترل شرکت تعاونی در دست هیئت مدیره یا مدیرعامل نیست بلکه در دست اعضاست. شیخ‌سویینی و قهرمان‌زاده (۱۳۹۰) گزارش کردند که کمبود سرمایه و تأخیر در پرداخت وام و سایر اعتبارات به تعاونی‌ها اختلافات درون تشکیلاتی و مدیریتی هیئت مدیره و مدیرعامل بی‌توجهی و یا کم‌توجهی به نقش مشارکت اعضا در امور تعاونی‌ها، پایین بودن فرهنگ کار جمعی، گردش مالی پایین، سرمایه اندک و ضعف بنیه مالی

مهم‌ترین موانع در راه موفقیت شرکت‌های تعاونی در دستیابی به توسعه کشاورزی می‌باشند. با این مقدمه، هدف کلی پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان است

روش‌شناسی تحقیق

این مطالعه در سال ۱۳۹۲ در استان گیلان صورت گرفت. رویکرد غالب این تحقیق کمی و از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ درجه کنترل متغیرها جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی می‌باشد. همچنین از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات میدانی محسوب می‌گردد. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه مدیران عامل، کارکنان، اعضای هیئت مدیره و اعضای عادی شرکت‌های تعاونی‌های چایکاران استان گیلان در سال ۱۳۹۲ ($N=38736$) می‌باشد. در این تحقیق از جدول کرجسی مورگان برای محاسبه حجم نمونه آماری استفاده شد. بر اساس این جدول، از تعداد ۳۸۷۳۶ نفر افراد تعاونی‌های چایکاران استان گیلان در سال ۱۳۹۲، ۴۰۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری تعیین شدند که این تعداد با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای (اعضای تعاونی و اعضای هیئت مدیره تعاونی) انتخاب شدند.

با توجه به اینکه تحقیق حاضر در پی بررسی عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان است و تحلیل عاملی مورد استفاده جزء روش‌های هم وابسته می‌باشد، در نتیجه متغیر مستقل و وابسته وجود ندارد. در این تحقیق مانند بسیاری از مطالعات توصیفی، به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز، از پرسش‌نامه استفاده شد. این پرسش‌نامه شامل ۴۲ سؤال (گویه) می‌باشد و از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول شامل سؤالات جمعیت‌شناختی همچون سن، جنس، تحصیلات، وضعیت تأهل و غیره است؛ بخش دوم سؤالات مرتبط با بررسی عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاری در استان گیلان می‌باشد که ۳۴ گویه را شامل می‌شود. در این پرسش‌نامه از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده گردید و پاسخگو میزان موافقت یا

مخالفت خود را با هر یک از موانع مطرح شده با پنج درجه خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد اعلام نمود. در واقع شیوه امتیازدهی در این پرسش نامه از ۵ (خیلی زیاد) تا ۱ (خیلی کم) می باشد. در این تحقیق، روایی محتوایی و ظاهری پرسش نامه در مرحله مطالعه مقدماتی بر اساس نظر استادان دانشگاه و کارشناسان سازمان چای مورد تأیید قرار گرفت. جهت سنجش میزان پایایی پرسش نامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS18 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که میزان آلفای کرونباخ ۰/۹۰۴ به دست آمد. با توجه به ضریب آلفای به دست آمده می توان از پایایی ابزار سنجش اطمینان حاصل کرد.

در تحقیق حاضر، برای تحلیل داده های به دست آمده از نمونه ها، از آماره های توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در بخش آمار تحلیلی نیز از روش آماری تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

نتایج و بحث

ویژگی های جمعیت شناختی

نتایج تحقیق نشان داد که میانگین سن پاسخ گویان ۵۰/۲۵ سال می باشد. گروه سنی ۴۱ تا ۶۰ سال با ۳۹/۵ درصد دارای بیشترین فراوانی و گروه سنی ۶۱ تا ۸۰ سال با ۲۴/۱ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد. از نظر متغیر جنس نیز مردان با ۹۰/۹ درصد، بیشترین فراوانی را دارند، در حالی که تنها ۹/۱ درصد پاسخ گویان زن هستند. یافته ها همچنین نشان داد اکثریت پاسخ گویان (۹۰/۵ درصد) متأهل و تنها ۹/۵ درصد مجردند. در زمینه سطح تحصیلات، گروه تحصیلی سیکل با ۴۰/۴ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد. گروه های تحصیلی لیسانس با ۲۹/۸ درصد، فوق دیپلم با ۲۶/۲ درصد و فوق لیسانس و بالاتر با ۳/۶ درصد به ترتیب در رتبه های بعدی قرار دارند. میانگین سابقه فعالیت پاسخ گویان در تعاونی ۱۱/۷۷ سال می باشد. همچنین ۷۸/۶ درصد آنان سابقه فعالیت ۱ تا ۱۵ سال، ۱۹/۷ درصد سابقه فعالیت ۱۶ تا ۳۰ سال و ۱/۷ درصد نیز سابقه فعالیتی بین ۳۱ تا ۴۵ سال در تعاونی دارند. در خصوص سمت پاسخ گویان در تعاونی نتایج نشان

داد که گروه مدیر عامل با ۳۵/۰۰ درصد دارای بیشترین فراوانی است. ۳۰/۰۰ درصد نیز عضو عادی، ۲۶/۷ درصد عضو هیئت مدیره و ۸/۲ درصد نیز کارخانه دارند. یافته‌ها در مورد سابقه فعالیت چایکاری پاسخ‌گویان نشان داد که بیشتر آنان (۴۴/۹ درصد) دارای سابقه ۱ تا ۲۰ سال بوده و تنها ۳/۵ درصد سابقه‌ای بین ۶۱ تا ۸۰ سال دارند. میانگین سابقه فعالیت چایکاری پاسخ‌گویان ۲۷/۸۱ سال می‌باشد. ۷۷/۷ درصد پاسخ‌گویان اظهار کردند که در دوره‌های آموزشی و ترویجی چای شرکت کرده‌اند.

جدول ۱ توزیع فراوانی نظرات پاسخ‌گویان را در خصوص ۳۴ گویه مربوط به عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاری نشان می‌دهد. با توجه به جدول مربوطه، مشکل ناکافی بودن حمایت‌های دولتی با میانگین $M=4/56$ رتبه اول را در میان مشکلات پیش روی تعاونی‌ها از نظر پاسخ‌گویان به خود اختصاص داده است و گویه‌های عدم ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی، عدم بازاریابی مناسب محصولات و سیاست‌های اعتباری نادرست رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در این میان، واگذاری وظایف غیرمرتبط به تعاونی‌ها با میانگین ۳/۳۸ در رتبه آخر قرار دارد (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی نظرات پاسخ‌گویان در خصوص موانع موفقیت تعاونی‌های چایکاری (n=۴۰۰)

ردیف	گویه	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین	انحراف معیار
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد		
۱	ناکافی بودن حمایت‌های دولتی	۱۸	۴/۹	۲۹	۷/۹	۲۹	۷/۹	۲۹	۷/۹	۲۹	۷/۹	۴/۵۶	۰/۸۴
۲	عدم ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی	۱۲	۳/۲	۵۱	۱۳/۵	۵۱	۱۳/۵	۵۱	۱۳/۵	۵۱	۱۳/۵	۴/۲۰	۰/۹۵
۳	عدم بازاریابی مناسب محصولات	۱۸	۴/۹	۴۲	۱۱/۳	۴۲	۱۱/۳	۴۲	۱۱/۳	۴۲	۱۱/۳	۴/۱۹	۰/۹۸
۴	سیاست‌های اعتباری نادرست	۱۲	۳/۲	۵۲	۱۳/۹	۵۲	۱۳/۹	۵۲	۱۳/۹	۵۲	۱۳/۹	۴/۱۱	۰/۸۱
۵	نبود همبستگی میان اعضا	۱۵	۴/۱	۴۶	۱۲/۵	۴۶	۱۲/۵	۴۶	۱۲/۵	۴۶	۱۲/۵	۴/۰۵	۰/۹۱
۶	ناآشنایی اعضا با اصول تعاونی	۲۴	۶/۵	۶۱	۱۶/۴	۶۱	۱۶/۴	۶۱	۱۶/۴	۶۱	۱۶/۴	۴/۰۲	۱/۰۱
۷	عدم بهره‌مندی از اعتبارات و تسهیلات دولتی	۱۸	۴/۹	۵۶	۱۵/۳	۵۶	۱۵/۳	۵۶	۱۵/۳	۵۶	۱۵/۳	۴/۰۲	۰/۸۵
۸	بی‌توجهی به سرمایه‌گذاری بلندمدت	۲۳	۶/۲	۷۳	۱۹/۷	۷۳	۱۹/۷	۷۳	۱۹/۷	۷۳	۱۹/۷	۴/۰۰	۱/۰۲
۹	پایین بودن سطح سواد اعضا و مدیران	۹	۲/۴	۵۰	۱۳/۵	۵۰	۱۳/۵	۵۰	۱۳/۵	۵۰	۱۳/۵	۳/۹۸	۰/۸۲۸
۱۰	عدم اقتدار مدیرعامل	۹	۲/۴	۷۱	۱۸/۵	۷۱	۱۸/۵	۷۱	۱۸/۵	۷۱	۱۸/۵	۳/۹۵	۰/۸۶۷
۱۱	عدم مهارت و تخصص مدیر	۱۸	۴/۸	۵۶	۱۵	۵۶	۱۵	۵۶	۱۵	۵۶	۱۵	۳/۹۵	۰/۹۰
۱۲	نبود روحیه همکاری بین اعضا	۴	۱/۱	۶۵	۱۷/۵	۶۵	۱۷/۵	۶۵	۱۷/۵	۶۵	۱۷/۵	۳/۹۳	۰/۸۷
۱۳	فقدان انگیزه برای کار تولیدی	۱۵	۳/۹	۶۴	۱۶/۸	۶۴	۱۶/۸	۶۴	۱۶/۸	۶۴	۱۶/۸	۳/۹۱	۰/۹۷

ادامه جدول ۱													
۰/۹۳	۳/۹۱	۲۶/۱	۹۷	۴۹/۶	۱۸۴	۱۷	۶۳	۴	۱۵	۲/۳	۱۲	عدم تجربه قبلی مدیر	۱۴
۰/۹۳	۳/۹۰	۲۴/۶	۹۲	۵۱/۹	۱۹۵	۱۵/۵	۵۸	۴/۸	۱۸	۳/۲	۱۲	خطرناپذیری مدیریت تعاونی	۱۵
۰/۸۹	۳/۸۶	۲۰/۲	۷۶	۵۶	۲۱۱	۱۶/۷	۶۳	۴	۱۵	۳/۲	۱۲	عدم مشارکت فعال اعضا در تعاونی	۱۶
۰/۹۱	۳/۷۹	۱۹/۲	۷۳	۵۱/۱	۱۹۴	۲۳/۴	۸۹	۲/۴	۹	۳/۹	۱۵	عدم توانایی ابتکار و نوآوری	۱۷
۰/۷۸	۳/۷۹	۱۳/۹	۵۲	۵۸	۲۱۷	۲۴/۱	۹۰	۱/۶	۶	۲/۴	۹	نبود روحیه کارآفرینی	۱۸
۰/۸۴	۳/۷۷	۱۴/۶	۵۴	۵۶/۹	۲۱۰	۲۲/۸	۸۴	۲/۴	۹	۳/۳	۱۲	استفاده نکردن از تجربیات تعاونی‌های دیگر	۱۹
۰/۷۶	۳/۷۰	۹	۳۳	۹۵/۵	۲۱۹	۲۶/۶	۹۸	۲/۴	۹	۲/۴	۹	فقدان روحیه انعطاف‌پذیری در کار	۲۰
۰/۸۸	۳/۷۰	۱۶/۲	۶۱	۴۷/۲	۱۷۸	۳۰/۲	۱۱۴	۳/۲	۱۲	۳/۲	۱۲	عدم پاسخگویی مدیر به اعضای تعاونی	۲۱
۰/۹۵	۳/۶۹	۵۹	۱۵۸	۵۲/۳	۱۹۴	۱۹/۷	۷۳	۸/۹	۳۳	۳/۲	۱۲	بهره نبردن از دوره‌های آموزشی	۲۲
۰/۸۲	۳/۶۷	۱۰/۱	۳۸	۵۵/۵	۲۰۸	۲۹/۶	۱۱۱	۰/۸	۳	۴	۱۵	عدم تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری	۲۳
۰/۸۶	۳/۶۵	۱۳۰	۴۹	۴۸/۳	۱۸۲	۳۲/۴	۱۲۲	۳/۲	۱۲	۳/۲	۱۲	اهمیت ندادن به توسعه منابع انسانی	۲۴
۰/۸۵	۳/۶۴	۱۰/۷	۴۰	۳۵/۵	۲۰۰	۲۷/۸	۱۰۴	۴/۸	۱۸	۳/۲	۱۲	عدم توانایی مدیریت تهدیدها و فرصت‌ها	۲۵
۰/۷۶	۳/۶۴	۸/۳	۳۱	۶۵/۱	۲۱۰	۲۷/۵	۱۰۳	۷/۲	۲۷	۰/۸	۳	بهره‌نگرفتن از کمک و اطلاع‌رسانی مهندسان کشاورزی	۲۶
۰/۹۵	۳/۶۳	۱۸/۳	۶۹	۳۸/۷	۱۴۶	۳۴/۲	۱۲۹	۵/۶	۲۱	۳/۲	۱۲	عدم اطلاع‌رسانی در زمینه فناوری‌ها و نوآوری‌ها	۲۷
۰/۸۹	۳/۶۲	۱۲/۱	۴۴	۵۱/۲	۱۸۷	۲۶/۸	۹۸	۶/۶	۲۴	۳/۳	۱۲	عدم بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های کارآفرینی	۲۸
۰/۸۵	۳/۶۰	۱۰/۸	۴۰	۴۹/۳	۱۸۳	۳۱	۱۱۵	۶/۵	۲۴	۲/۴	۹	سازمان‌دهی نامناسب اعضا	۲۹
۰/۸۵	۳/۵۶	۱۳/۹	۵۳	۳۷/۹	۱۴۴	۳۹/۵	۱۵۰	۷/۹	۳۰	۰/۸	۳	بی‌توجهی به بیمه باغ‌های چای	۳۰
۰/۸۲	۳/۵۵	۷/۸	۲۹	۵۰/۳	۱۸۸	۳۴/۸	۱۳۰	۴	۱۵	۳/۲	۱۲	توجه به نظرات جامعه	۳۱
۰/۹۱	۳/۵۱	۱۰	۳۷	۴۶/۴	۱۷۲	۳۲/۳	۱۲۰	۷/۳	۲۷	۴	۱۵	عدم ارتباط با تعاونی‌های دیگر	۳۲
۰/۹۱	۳/۴۴	۸/۸	۳۳	۴۲/۲	۱۵۸	۳۷/۷	۱۴۱	۶/۴	۲۴	۴/۸	۱۸	عدم بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی	۳۳
۰/۹۷	۳/۳۸	۱۶/۳	۶۲	۲۳/۲	۸۸	۴۳/۷	۱۶۶	۱۵/۵	۵۹	۱/۳	۵	واگذاری وظایف غیرمرتبط به تعاونی‌ها	۳۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مقیاس اندازه‌گیری: خیلی زیاد=۵ تا خیلی کم=۱

به منظور شناسایی خصیصه‌های زیربنایی و مشترک بین عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌ها چایکاران از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. بر اساس نتایج جدول ۲، در مجموع کلیه متغیرها در هفت عامل خلاصه شدند که جدول توزیع واریانس‌ها مبین آن است که این هفت عامل در مجموع ۷۱/۰۳۴ درصد کل واریانس‌ها را تبیین کرده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. نتایج توزیع واریانس‌ها

عامل	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۴/۶۱۴	۱۳/۵۷۰	۱۳/۵۷۰
۲	۴/۳۸۷	۱۲/۹۰۲	۲۶/۲۷۲
۳	۴/۱۴۱	۱۲/۱۸۰	۳۸/۶۵۲
۴	۳/۴۸۲	۱۰/۲۴۲	۴۸/۸۹۴
۵	۳/۲۰۲	۹/۴۱۷	۵۸/۳۱۰
۶	۲/۹۸۷	۸/۷۸۵	۶۷/۰۹۶
۷	۱/۳۳۹	۳/۹۳۸	۷۱/۰۳۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۳ نتایج تحلیل عاملی و میزان بار عاملی هریک از متغیرها را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، ۳۴ گویه در هفت عامل طبقه بندی شدند. در عامل اول، که تحت عنوان عامل آموزشی نام‌گذاری شد، گویه‌های "عدم اطلاع‌رسانی در زمینه فناوری‌ها و نوآوری‌ها، بهره نبردن از دوره‌های آموزشی، ناآشنایی اعضا با اصول تعاونی، عدم توانایی ابتکار و نوآوری، عدم بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های کارآفرینی، عدم بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی" قرار دارند که این عامل توانست ۱۳/۵۷ درصد از تغییرات در عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌ها را تبیین نماید. در عامل دوم تحت عنوان عامل مشارکت مشکلاتی چون "نبود روحیه همکاری بین اعضا، عدم تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری، عدم مشارکت فعال اعضا در تعاونی، استفاده نکردن از تجربیات تعاونی‌های دیگر، پایین بودن سطح سواد اعضا و مدیران، عدم ارتباط با تعاونی‌های دیگر، فقدان انگیزه برای کار تولیدی و اهمیت ندادن به توسعه منابع انسانی" قرار دارند که در مجموع توانستند ۱۲/۹۰۲ درصد از عوامل را شناسایی نمایند. عوامل حمایتی سومین عامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاری در استان گیلان‌اند که ۱۲/۱۸ درصد از کل تغییرات مربوط به عوامل مؤثر بر عدم موفقیت را تبیین نمودند و مشکلاتی چون "نبود همبستگی میان اعضا، سیاست‌های اعتباری نادرست، عدم بهره‌مندی از اعتبارات و تسهیلات دولتی و عدم اقتدار مدیرعامل" در به وجود آمدن این عامل نقش داشتند. در عامل چهارم گویه‌های "سازمان‌دهی نامناسب اعضا، عدم مهارت و تخصص مدیر، بهره نگرفتن از

کمک و اطلاع‌رسانی مهندسان کشاورزی، بی‌توجهی به سرمایه‌گذاری بلندمدت، توجه به نظرات جامعه، عدم بازاریابی مناسب محصولات" در مجموع تحت عنوان عامل توسعه‌ای مورد توجه قرار گرفتند. در عامل پنجم تحت عنوان عوامل مدیریتی، گویه‌های "نبود روحیه کارآفرینی، عدم تجربه قبلی مدیر، خطرناپذیری مدیریت تعاونی، فقدان روحیه انعطاف‌پذیری در کار، عدم پاسخگویی مدیر به اعضای تعاونی، عدم توانایی مدیریت تهدیدها و فرصت‌ها، عدم ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی" قرار دارند. در عامل ششم، که با توجه به متغیرهای بار شده در آن عوامل مسئولیتی نام‌گذاری شد، دو گویه "واگذاری وظایف غیرمرتبط به تعاونی‌ها، بی‌توجهی به بیمه باغ‌های جای" وجود دارند و نهایتاً در عامل هفتم تحت عنوان "عوامل دولتی" تنها مشکل ناکافی بودن حمایت‌های دولتی در این عامل بار شد (جدول ۳).

جدول ۳. عوامل موثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاری

گویه	مشارکتی	حکمی	توسعه‌ای	مدیریتی	مسئولیتی	دولتی
عدم اطلاع‌رسانی در زمینه فناوری‌ها و نوآوری‌ها	۰/۸۸۶					
بهره نبردن از دوره‌های آموزشی	۰/۷۷۱					
ناآشنایی اعضا با اصول تعاونی	۰/۶۵۹					
عدم توانایی ابتکار و نوآوری	۰/۶۵۱					
عدم بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های کارآفرینی	۰/۶۴۱					
عدم بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی	۰/۵۸۳					
نبود روحیه همکاری بین اعضا	۰/۵۳۸					
عدم تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری	۰/۷۵۶					
عدم مشارکت فعال اعضا در تعاونی	۰/۶۸۷					
استفاده نکردن از تجربیات تعاونی‌های دیگر	۰/۶۷۴					
پایین بودن سطح سواد اعضا و مدیران	۰/۶۱۴					
عدم ارتباط با تعاونی‌های دیگر	۰/۵۸۷					
فقدان انگیزه برای کار تولیدی	۰/۴۹۸					
اهمیت ندادن به توسعه منابع انسانی	۰/۳۷۱					

ادامه جدول ۳

۰/۷۹۷	نبود همبستگی میان اعضا
۰/۷۴۲	سیاست‌های اعتباری نادرست
۰/۷۰۳	عدم بهره‌مندی از اعتبارات و تسهیلات دولتی
۰/۵۱۴	عدم اقتدار مدیرعامل
۰/۷۲۳	سازمان‌دهی نامناسب اعضا
۰/۶۴۹	عدم مهارت و تخصص مدیر
۰/۶۰۴	بهره‌نگرفتن از کمک و اطلاع‌رسانی مهندسان کشاورزی
۰/۵۹۴	بی‌توجهی به سرمایه‌گذاری بلندمدت
۰/۵۶۲	توجه به نظرات جامعه
۰/۵۵۳	عدم بازاریابی مناسب محصولات
۰/۶۷۱	نبود روحیه کارآفرینی
۰/۶۱۹	عدم تجربه قبلی مدیر
۰/۵۸۴	خطرناپذیری مدیریت تعاونی
۰/۵۷۹	فقدان روحیه انعطاف‌پذیری در کار
۰/۴۹۳	عدم پاسخگویی مدیر به اعضای تعاونی
۰/۴۹۲	عدم توانایی مدیریت تهدیدها و فرصت‌ها
۰/۴۱۲	عدم ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی
۰/۸۹۸	واگذاری وظایف غیر مرتبط به تعاونی‌ها
۰/۷۷۳	بی‌توجهی به بیمه باغ‌های چای
۰/۷۸۴	ناکافی بودن حمایت‌های دولتی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

به طور کلی، در این مطالعه متغیرهای عدم اطلاع‌رسانی در زمینه فناوری‌ها و نوآوری‌ها، عدم تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری، نبود همبستگی میان اعضا، سازمان‌دهی نامناسب اعضا، نبود روحیه کارآفرینی، واگذاری وظایف غیرمرتبط به تعاونی‌ها و ناکافی بودن حمایت‌های دولتی

به ترتیب مهم‌ترین متغیرها در هر یک از عوامل مذکور بودند. این یافته با بخشی از یافته‌های اونال (Unal, 2008)، بنتوراکي (Benturaki, 2000)، اللهیاری (2008)، ازکیا (۱۳۷۴)، آفاجانی (۱۳۸۰)، شیخ سویی و قهرمان‌زاده (۱۳۹۰) هم‌خوانی دارد.

بر اساس نتایج تحقیق حاضر، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- با توجه به اینکه متغیر واگذاری وظایف غیرمرتبط به تعاونی در شرکت تعاونی چایکاران استان گیلان پایین‌ترین اولویت بود و از آنجا که هدف از تشکیل اتحادیه‌های تعاونی تمرکز قوا برای فعالیت اقتصادی بهتر و ارائه خدمات آموزشی، فرهنگی و اجتماعی گسترده‌تر است، بایستی تدابیری اتخاذ گردد تا با شناساندن این بخش و اهداف و وظایف اصلی آن در جهت تثبیت جایگاه تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور تلاش و از هرگونه تداخل وظایف جلوگیری شود.

- از آنجا که متغیر عدم اطلاع‌رسانی در زمینه فناوری‌ها و نوآوری‌ها یکی از عوامل تأثیرگذار بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران بود، پیشنهاد می‌شود به بستر سازی در سطوح مختلف پژوهشی و علمی در رابطه با فناوری‌های ارتباطی و نوآوری مرتبط با شرکت‌های تعاونی توجه شود.

- با توجه به اینکه نبود روحیه کارآفرینی یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران بود، پیشنهاد می‌شود کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی در رابطه با مهارت‌های کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی به‌طور مستمر برگزار شود و بهبود انگیزه کارکنان در به‌کارگیری این مهارت‌ها در شرکت تعاونی مورد توجه جدی قرار گیرد.

- از آنجا که نبود همبستگی میان اعضا و سازمان‌دهی نامناسب اعضا بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران تأثیرگذار است، اعضای تعاونی‌ها بایستی برای مقابله با دشواری‌ها و حفظ منافع سهام‌داران، همبستگی و همکاری بیشتری از خود نشان دهند. مدیران نیز باید همکاری تمام اعضا را در راه رسیدن به اهداف تعاونی جلب کنند و از طریق سازماندهی و ایجاد روابط مناسب بین اعضا در جهت بالا بردن اعتبار و حیثیت شرکت تعاونی تلاش کنند.

- از آنجا که ناکافی بودن حمایت‌های دولتی نیز از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران است، دولت باید با پرداخت وام و اعتبارات لازم و با اتخاذ تصمیماتی جهت پایین آوردن مدت زمان دریافت وام، کاهش نرخ سود تسهیلات و تخفیف مالیاتی زمینه‌های توسعه شرکت‌های تعاونی را فراهم سازد.

منابع

۱. آزادی، ح. و کرمی، ع. (۱۳۸۰). مقایسه واحد مکانیزاسیون تعاونیهای روستایی: تعاونیهای تولیدی و شرکت‌های مکانیزه استان فارس. *مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی*، ۵(۳)، ۳۳-۴۷.
۲. آقاجانی ورزنده، م. (۱۳۸۰). *بررسی و ارزیابی فعالیت‌های شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه صنعتی اصفهان.
۳. ابراهیمی، م. ص. (۱۳۸۱). *بررسی عوامل مؤثر بر جذب چایکاران به تشکلهای آبیاری تحت فشار و نقش آن در توسعه محصول چای در شهرستان لاهیجان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی. دانشگاه تهران.
۴. اشرفی، م. (۱۳۸۳). *نگرشی بر فلسفه نظام آموزشی و ترویجی*. تهران: انتشارات وزارت تعاون.
۵. اللهیاری، م. ص.، رضادوست، ح.، نورحسینی نیاک، س. ع. و کشاورز شال، ف. (۱۳۹۱). *تبیین راهکارهای مؤثر جهت توسعه صنعت چای در استان گیلان*. همایش ملی توسعه روستایی. معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی گیلان (دانشگاه گیلان). ۱۴ و ۱۵ شهریورماه ۱۳۹۱.
۶. اللهیاری، م. ص.، رضادوست، ح.، خیری، ش. و نورحسینی نیاک، س. ع. (۱۳۹۱). *تحلیل موانع و مشکلات مدیریتی - سیاستی پیش‌روی صنعت چای در استان گیلان: کاربردی برای دلفای تکنیک*. *مجله چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)*، ۷(۱۹)، ۹۲-۱۰۷.
۷. امینی، ا. م. و رضانی، م. (۱۳۸۵). *ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران گوشتی استان تهران*. *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۴(۵۵)، ۶۷-۸۹.

۸. ایوانی، ق. (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید فرش دست بافت شهرستان اسلام آبادغرب. پایان نامه کارشناسی ارشد توسعه روستایی. دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی. کرمانشاه.
۹. توسلی، غ. (۱۳۸۲). مشارکت اجتماعی در شرایط آنومیک. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. چراغی، د. و قلی‌پور، س. (۱۳۸۸). بررسی اثر سیاست‌های اقتصادی بر تنظیم بازار چای در ایران. بررسی‌های بازرگانی، دوره ۳۷، ۲۷-۴۲.
۱۱. خفایی، ب. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر عدم موفقیت شرکتهای تعاونی بخش کشاورزی در شهرستانهای بوشهر و دشتستان. طرح تحقیقاتی وزارت تعاون.
۱۲. درویشی‌نیا، ع. (۱۳۷۹). ارزیابی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در استان مازندران. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده کشاورزی. تهران.
۱۳. سفردوست، ا. (۱۳۸۲). تشکیل و ساماندهی تعاونیهای چایکاران در استان گیلان. مرکز تحقیق و پژوهش اداره کل تعاون استان گیلان.
۱۴. سلیمزاده، پ. (۱۳۹۰). تدوین شاخص‌ها و شناسایی تعاونیهای دامپروری موفق در استان آذربایجان شرقی و تحلیل عوامل مؤثر بر آنها. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر.
۱۵. شکبیا مقدم، م. (۱۳۸۸). مدیریت تعاونی‌ها برای دانشجویان رشته مدیریت دولتی. چاپ اول. تهران: مؤسسه انتشاراتی میر.
۱۶. شیخ سوینی، م. و قهرمان‌زاده، م. (۱۳۹۰). نقش مؤثر تعاونی‌ها در توسعه کشاورزی چالشها و راه کارها. اولین همایش تخصصی توسعه کشاورزی استانهای شمال غرب کشور. مشکین شهر. دانشگاه پیام نور اردبیل.
۱۷. نجفی، ب. (۱۳۸۴). بررسی امکانات توسعه خدمات بازاریابی شرکت‌های تعاونی روستایی در ایران. مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران. زاهدان.

۱۸. وزیر، م. (۱۳۸۷). شرکت تعاونی (پس از تشکیل) به انضمام مجموعه قوانین و مقررات موضوعه بخش تعاونی. تهران: نشر پایگان.

19. Allahyari, M. (2008). Factors affecting the success of fisheries co-management as perceived by Guilan's fishermen. *Journal of Applied Sciences*, 9(1), 183-187

20. Benturaki, J. (2000). *Cooperatives and Poverty Allevation*. England: IDS TEMA.

21. Crop, R. (2005). *Cooperative Leadership*. UWCC, Bulletin No. 9, July Cooperatives in Wisconsin, Lynn Pitman, UWCC.

22. Kuntoro, B.A. (2006). Analysis on characteristics of three dairy cooperatives sampled in East Java. *Journal of Applied Sciences*, 6(4), 757-761.

23. Malcom, H. (2004). *Cooperative Success*, Published by Practical, Action.

Perakash, D. (1994). *Our civil society and co-operative*. International Cooperative Alliance. Delhi.

24. Ranney, E. (2008). *Research in two cooperative research units: South Dakota State University and Montana State University, U.S.* Geological Survey Headquarters. Reston. Virginia.

25. Unal, V. (2008). A Comparative study of success and failure of fishery cooperatives in the Aegean, Turkey. *Journal Compillation*©2008 Blackwell Verlag.

Effective Factors on Failure of Tea Grower Cooperatives in Guilan Province

M. Nasrolahi¹, M. S. Allahyari^{2}, Sh. Sedaghatoor³,
S. A. Noorhosseini⁴*

Received: 17/12/2014 Accepted: 19/05/2015

Abstract

In order to evaluate the factors affecting the failure of tea farmer cooperatives in Guilan Province a descriptive-correlation study was designed. The statistical population consisted of tea farmer cooperatives' members and board of directors (N=38736). According to Kerjci and Morgan's sample size table for the given population, 400 people selected as statistical sample by using stratified sampling method. The instrument used in this study was a questionnaire whose validity was confirmed by university faculty members and Cooperative Organization experts. The estimated reliability in pilot study, using Cronbach's Alpha, was 0.904, which was an acceptable reliability. Descriptive and inferential statistics used for data analysis. SPSS16 software was used for data analysis. Results of the factor analysis revealed that seven factors such as educational, participatory, supportive, developmental, managerial, responsibility and governeral affect the failure of tea farmer cooperatives. These factors accounted for 71.034% of variance of effective factors in the failure of tea farmer cooperatives. In general, the main factors affected the failure of the tea cooperatives were: insufficient government support, lack of proper communication between production and marketing, lack of proper marketing of products, improper credit policies, and lack of solidarity among members, lack of familiarity with the principles of cooperative members, non-governmental and non-profit credit facilities due to long-term investment.

Keywords:

Cooperative, Tea Farmer, Experts, Guilan Province

1. Former Master Student, Department of Agricultural Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran
2. Associate Professor, Department of Agricultural Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran
- * Corresponding Author E-mail: allahyari@iaurasht.ac.ir
3. Associate Professor, Department of Horticulture, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran
4. Young Researchers and Elite Club, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran