

تعاون و کشاورزی، سال نهم، شماره ۳۸، تابستان ۱۴۰۰

## تأثیر ویروس کرونا بر عملکرد شرکت‌های تعاونی در استان بوشهر

ابراهیم رجب‌پور<sup>۱\*</sup>، مائده دهقان<sup>۲</sup>، مجید پرویزی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۳۰

### چکیده

عصر کنونی با بحران عجیب شده است؛ یکی از این بحران‌ها شیوع ویروس کرونا بوده که بر عملکرد همه سازمان‌ها تأثیر گذاشته و در بسیاری مواقع موجودیت سازمان‌ها را به‌سوی نابودی کشانده است. شرکت‌های تعاونی استان بوشهر نیز از این قائده مستثنی نبوده و با فراگیری ویروس کرونا دچار مشکلاتی شده‌اند. از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر فراگیری ویروس کرونا بر عملکرد کسب و کارهای تعاونی در استان بوشهر می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را خبرگان اداره کل تعاون، کار و رفاه استان بوشهر تشکیل داده‌اند. پژوهش در دو مرحله صورت پذیرفت؛ بدین صورت که در مرحله اول با استفاده از منابع علمی و بررسی مبانی نظری مرتبط شاخص‌های مؤثر بر عملکرد تعاونی‌ها استخراج گردید و پس از آن با تشکیل گروه کانونی و نظرخواهی از صاحب‌نظران شاخص‌های نهایی به‌وسیله روش فازی انتخاب شدند. در مرحله دوم، با به‌کارگیری تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر عملکرد شرکت‌های تعاونی استان بوشهر وزن‌دهی و رتبه‌بندی شدند. در مرحله اول، یافته‌های پژوهش نشان داد که از شاخص شناسایی‌شده، ۲۶ شاخص وزن بالاتری برای ورود به مرحله دوم پژوهش دارند. نتایج پژوهش نشان داد که از میان چهار بعد مرتبط با عملکرد سازمانی، معیار مشتری با امتیاز وزنی ۰/۳۳۶ در شرایط شیوع ویروس کرونا در رتبه اول قرار داشته و پس از آن معیارهای مالی، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری قرار دارند. بنابراین، تمرکز بر مشتریان و ارزش‌های مورد نظر آنها سبب می‌شود که سازمان به یک منبع ارزشمند مزیت رقابتی دست یابد. شرکت‌های تعاونی، با ادامه فعالیت‌های خود به صورت آنلاین قادر خواهند بودند که در فضای پرتلاطم کنونی به حیات خود ادامه دهند.

واژگان کلیدی: ویروس کرونا، عملکرد سازمانی، شرکت‌های تعاونی.

۱. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده کسب‌وکار و اقتصاد، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

morteza\_moradi@pnu.ac.ir

\* نویسنده مسئول

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک، دانشکده کسب و کار و اقتصاد، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

۳. مدیر تعاون اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

## مقدمه

پیش‌بینی‌ها در سال ۲۰۱۹ حاکی از آن بود که اقتصاد جهانی رو به بهبود است، اما بعد از گذشت چند ماه به دلیل شیوع ویروس کرونا تغییراتی وسیع در متغیرهای اقتصادی در سطح جهانی رخ داد و باعث شد که تمام پیش‌بینی‌هایی که توسط سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی در خصوص رشد اقتصادی جهان صورت گرفته بود، رنگ ببازند (Baldwin & Di Mauro, 2020).

در ابتدای شیوع ویروس کرونا صرفاً تهدیدی جدی برای سلامت عمومی شناخته می‌شد، اما رفته‌رفته تبدیل به یک تهدید بزرگ برای اقتصاد ملی و جهانی نیز شده است. این بحران سبب شده اقتصادها و کسب‌وکارهای آن‌ها یا هیچ‌گونه رشدی نداشته باشند یا رشد اقتصادی‌شان منفی شود (Shafi et al., 2020). آثار شیوع این ویروس بر کسب‌وکارها بسیار وسیع است، برای نمونه فراگیری این ویروس باعث ایجاد فاصله میان کارکنان و شرکت‌ها شده است؛ برخی کارکنان، خود در محیط کاری حاضر نمی‌شوند و برخی را شرکت‌ها برای جبران درآمدهای از دست رفته خود اخراج می‌کنند. کارکنانی که تازه بیکار شده‌اند دیگر قادر به خرید کالاها و خدمات نیستند و این امر سبب شده که مارپیچی معکوس و نزولی در اقتصاد به وجود آید (منتی، ۱۳۹۹). طبق پیش‌بینی‌های کارشناسان، تأثیرات عمیق کرونا بر اقتصاد و صنایع تولیدی در خوشبینانه‌ترین حالت یک تا سه سال پس از اتمام دوره همه‌گیری باقی می‌ماند و آن‌قدر پیچیدگی و امکان خطا در این دوران سهمگین است که واژه‌ای به نام کروناوی صنعتی در حال شکل‌گیری است. منظور از این واژه، تأثیرگذاری عمیق فضای ناشناخته جدید بر کسب‌وکارها و تضعیف شدن و حتی مرگ بسیاری از بزرگان کسب‌وکار و مجموعه‌هایی است که خود را با این محیط یک تا سه ساله همراه نکرده باشند (سلیمی زاویه، ۱۳۹۹).

به دنبال شیوع ویروس کرونا در سراسر جهان و تضعیف اقتصادهای برتر جهان یکی پس از دیگری، اقتصاد ایران و کسب‌وکارهای آن نیز از گزند این ویروس در امان نمانده‌اند و پیامدهای این بحران برای اقتصاد ایران که از یک سو با تحریم‌های بین‌المللی و از سوی دیگر با رکود، مشکلات ساختاری، کاهش رفاه، رشد منفی اقتصادی و تورم بالا در سال‌های اخیر روبرو بوده کمی پیچیده‌تر است. در پی تعطیلی کسب‌وکارها، بسیاری از واحدهای تولیدی نیز با کمبود مواد اولیه روبرو شده‌اند، بدین ترتیب تولید کالا دچار وقفه شده است و بنابراین

عرصه تقاضا مستعد شوک‌هایی از نوع "توقف ناگهانی" می‌باشد (داوری و همکاران، ۱۳۹۹). از جمله کسب‌وکارهایی که در این روزها دچار بحران و سختی شده‌اند می‌توان به کسب‌وکارهای تعاونی اشاره کرد. براساس گزارش‌های وزارت تعاون، در دوران فراگیری این ویروس، بسیاری از کسب‌وکارها از جانب دولت حمایت شده‌اند؛ اما بسیاری نیز مورد حمایت قرار نگرفته‌اند؛ زیرا اعتقاد بر این است که میزان آسیب‌پذیری مالی در آن‌ها کمتر بوده است. از جمله کسب‌وکارهایی که حمایت‌های دولت را دریافت نکرده (یا بسیار کم دریافت کرده‌اند) می‌توان کسب‌وکارهای تعاونی (رجبی و همکاران، ۱۳۹۹) و به‌طور خاص، تعاونی‌های تولیدی استان بوشهر را نام برد که با اذعان به گفته‌های مدیران ارشد سازمان تعاون، کار و رفاه اجتماعی، با شیوه ویروس کرونا، بسیاری از این شرکت‌ها از نظر مالی دچار مشکل شده‌اند (وبسایت سازمان کار، تعاون و رفاه اجتماعی استان بوشهر، ۱۴۰۰) و همچنین به علت عدم استفاده از فضای مجازی برای ادامه فعالیت‌هایشان، مشتریان خود را از دست داده‌اند. لازم به ذکر است که پس از گذشت حدود یک سال، دولت تصمیم گرفته تا ۶۳ میلیارد تومان تسهیلات را برای کمک به ۲۶۸۹ واحد تعاونی در استان بوشهر که متحمل زیان شده یا تعطیل شده‌اند اختصاص دهد. از بین بردن معضل بیکاری، بدون شک مستلزم مشارکت بخش تعاونی است و به منظور تحقق این امر باید امکان فعالیت اقتصادی افراد در قالب تعاونی و دسترسی ارزان‌قیمت به منابع مالی را فراهم نمود. اهمیت این مسأله به اندازه‌ای است که به‌عنوان یک اصل در بند ۲ اصل ۴۳ قانون اساسی مطرح شده است (مرادی و مرادی آورزمان، ۱۳۹۴). با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان دریافت که کسب‌وکارهای تعاونی نقش پررنگی را در اقتصاد کشور ایفا می‌کنند (جمالی و همکاران، ۱۳۹۵). با این حال، در زمان همه‌گیری ویروس کرونا پژوهش‌های بسیار اندکی پیرامون آثار این همه‌گیری بر کسب‌وکارهای تعاونی به ویژه در کشورهای در حال توسعه‌ای چون ایران انجام شده است. عموم پژوهش‌های صورت گرفته در بستر شرکت‌های بزرگ و سایر صنایع مطرح در اقتصاد بوده است (Palouj et al., 2021؛ Harjoto et al., 2021؛ Jones & Comfort., 2020). به عنوان مثال، دودا و همکاران (۲۰۲۱) پژوهش خود را در بستر شرکت‌های بزرگ لهستان انجام دادند. علاوه بر این، جونز و کامفورت (۲۰۲۰) نیز آثار بحران کرونا ویروس را در صنعت گردشگری بررسی نمودند. هارجوتو و همکاران (۲۰۲۱) نیز در قالب یک پژوهش تلاش نمودند که وضعیت بازار سهام را در دوران همه‌گیری ویروس کرونا مورد مطالعه قرار دهند. همچنین حسنات و همکاران (۲۰۲۰) نیز

کسب‌وکارهای الکترونیکی مالزی را در پژوهش خود مورد بررسی قرار دادند. بنابراین، با انجام پژوهش حاضر می‌توان خلأ نظری و کاربردی موجود در مورد آثار همه‌گیری کرونا بر شرکت‌های تعاونی را پر نمود و گام مؤثری در این راستا برداشت.

بنابراین، بسیار حائز اهمیت است که در شرایط بحرانی فعلی، همان‌طور که کسب‌وکارهای بزرگ و سایر بخش‌ها را مورد توجه قرار می‌دهیم، توجه ویژه‌ای نیز به این کسب‌وکارها داشته باشیم تا از مختل شدن این موتورهای اقتصادی حیاتی جلوگیری کنیم. بنابراین، اهمیت نظری پژوهش حاضر را می‌توان در گسترش دانش و اطلاعات مربوط به کسب‌وکارهای تعاونی در دوران بحران و ضررهایی که بحران کرونا به این کسب‌وکارها وارد کرده است دانست. سازمان‌های تعاونی با تکیه بر نتایج و یافته‌های این پژوهش می‌توانند دلایلی محکمی را برای جلب حمایت هر چه بیشتر دولت و سازمان تعاون ارائه کنند (اهمیت کاربردی). بنابر نظر کارشناسان، اهمیت این واحدهای اقتصادی در استان بوشهر چندین برابر است.

پس از گذشت یک سال از شیوع فراگیر ویروس کرونا در جهان، پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج از کشور انجام شده‌اند که آثار و خسارت‌هایی که این ویروس بر بدنه اقتصاد جهانی، اقتصاد کشورها و کسب‌وکارهای مختلف وارد کرده است را مورد بررسی قرار داده‌اند. اما طبق ادبیات موضوع، هیچ‌کدام از آن‌ها تأثیراتی که این ویروس می‌تواند بر کسب‌وکارهای تعاونی داشته باشد را بررسی نکرده‌اند. در پژوهش حاضر، قصد بر آن است تا تأثیر فراگیری ویروس کرونا بر عملکرد کسب‌وکارهای تعاونی مورد مطالعه قرار گیرد.

## مبانی نظری

### کسب و کارهای تعاونی

بیماری‌های همه‌گیر ویروسی - عفونی نوظهور یکی از چالش‌های بزرگ در قرن حاضر به شمار می‌روند (اوندر و همکاران، ۲۰۲۰). شیوع بیماری عفونی ناشی از ویروس کرونا تهدیدی جدی برای زندگی سالم و رفاه میلیون‌ها انسان در سراسر جهان ایجاد کرده است. در ۱۱ مارس ۲۰۲۰، سازمان بهداشت جهانی شیوع ویروس کرونا را همه‌گیری جهانی اعلام کرد (رجب‌پور، ۱۳۹۹). در ایران یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که از شیوع این بیماری آسیب دیده، بخش تعاون

و کسب‌وکارهای مربوط به آن هستند. در عصر حاضر تعاون یک اهرم مناسب برای توسعه اقتصادی است که می‌تواند همگام با سیاست‌های دولت در بهبود شرایط کار، زندگی، تولید، ارتقاء سطح درآمد و وضعیت اجتماعی مردم مؤثر باشد (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۵). طبق اصل ۴۴ قانون اساسی کشور، یکی از پایه‌های اساسی اقتصاد، بخش تعاونی می‌باشد و همچنین طبق برنامه پنجم توسعه کشور، سهم بخش تعاونی در اقتصاد کشور باید به ۲۵ درصد اقتصاد ملی برسد و این نشان از اهمیت تعاون در کشور می‌باشد. به علاوه، بسیاری از کشورها با تکیه بر بخش تعاون توانسته‌اند اقتصاد خود را شکوفا کنند. تعاونی و توسعه آن‌ها به‌عنوان مهم‌ترین برنامه کاهش فقر می‌تواند مد نظر سیاست‌گذاران قرار گیرد (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۵). مطابق سهمی که در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و برنامه‌های توسعه به‌ویژه برنامه توسعه ششم برای تعاونی‌ها پیش‌بینی شده، نقش تعاونی‌ها در ایجاد سلسله‌فعالیت‌های تولیدی کوچک و متوسط زودبازده در تولید و اشتغال بیشتر، می‌تواند چشمگیر باشد (زراعت کیش و محمدی، ۱۳۹۴). شرکت تعاونی یکی از اشکال هفت‌گانه شخصیت‌های حقوقی در قانون تجارت ایران است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۹). این شرکت‌ها به‌عنوان یک نهاد مشارکتی مطرح هستند که معمولاً یک فعالیت اقتصادی را دنبال می‌کنند و مهم‌ترین هدف آن‌ها ارائه خدمات به اعضا است (Deller et al., 2009). شرکت تعاونی عبارت است از اجتماعی از افراد با وسایل و امکانات محدود که به صورت داوطلبانه گرد هم آمده‌اند و اهداف اجتماعی و اقتصادی را دنبال می‌نمایند و با برنامه‌ها و خط‌مشی‌های مؤثر، تأمین سرمایه مورد نیاز از طریق اعضا و پذیرش ریسک سود و منفعت در چارچوب اصول تعاونی کار می‌کنند (لطیفیان، ۱۳۸۵). در تعریفی دیگر، شرکت تعاونی شرکتی است که از اشخاص حقیقی و یا حقوقی که به منظور رفع نیازهای مشترک و بهبود وضع اجتماعی و اقتصادی اعضا از طریق خودیاری، کمک متقابل، تشویق به پس‌انداز و با رعایت مقررات قانون بخش تعاونی تشکیل می‌شود (امینی و همکاران، ۱۳۹۴). یک تعاونی موفق دارای ویژگی‌هایی از قبیل داشتن مدیران با تجربه، داشتن چشم‌انداز ۱ تا ۵ ساله و ثبات مالی می‌باشد (رودریگوز و کالج، ۲۰۱۰). این کسب‌وکارهای کلیدی ابزاری مناسب برای همکاری مردم به شمار می‌روند و در رسیدن به توسعه پایدار نقش مهمی ایفا می‌نمایند (امینی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ تعاون بستر مناسبی برای کارآفرینی است و کارآفرینی به منزله یکی از پیش‌شرط‌های مؤفقیّت تعاونی بوده و میان این دو رابطه محکمی وجود دارد. بر اساس برخی شواهد تجربی، شرکت‌های تعاونی در دوران رکود اقتصادی از جذابیت بیشتری

برخوردار هستند؛ زمانی که عضویت در شرکت‌های کارگری مزایای بیشتری نسبت به اشتغال معمولی داشته باشد (Reito & Monteleone., 2018).

### عملکرد سازمانی

مؤسسات و سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی با هر مأموریت، رسالت، اهداف و چشم‌اندازی که دارند، نهایتاً در یک قلمرو ملی و یا بین‌المللی عمل می‌کنند و ملزم به پاسخگویی به مشتریان، ارباب‌رجوع و ذی‌نفعان هستند تا شرکتی که هدفش سودآوری و رضایت مشتری است و سازمانی که هدف خود را اجرای کامل و دقیق وظایف قانونی و کمک به تحقیق اهداف توسعه و تعالی کشور قرار داده، پاسخگو باشند. بنابراین، بررسی نتایج عملکرد، فرآیندی راهبردی تلقی می‌شود (Chen & Liang., 2011). عملکرد سازمانی، سازه‌ای کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد و از آنجا که مدیریت مؤثر به اندازه‌گیری صحیح عملکرد وابسته است؛ لذا عملکرد سازمانی و سنجش آن در مطالعات مدیریت بسیار مهم است. اهمیت عملکرد سازمانی به حدی است که می‌تواند عامل تشخیص صعود یا نزول سازمان‌ها در عصر رقابتی کنونی باشد (خمش‌آیا و همکاران، ۱۳۹۸). سنجش عملکرد فرآیندی است که به وسیله آن یک سازمان پارامترهایی را برقرار می‌کند که به وسیله آن مشخص می‌شود کدام برنامه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها، نتایج مطلوب را به همراه دارند (Gavrea et al., 2011).

در دیدگاه سنتی، سنجش عملکرد به‌عنوان مراحل کمی کردن نتایج حاصله در قالبی مشخص و در محدوده زمانی معین و مقایسه آن با منابع مصرف‌شده، در نظر گرفته می‌شود. در دیدگاه نوین، سنجش عملکرد به‌عنوان سیستمی استراتژیک مد نظر قرار می‌گیرد که اجزاء غیرعینی عملکرد سازمان را هم در حالت کمی و هم در حالت کیفی، از طریق مشاهده و اندازه‌گیری ارزیابی می‌کنند (یعقوبیان و همکاران، ۱۳۹۹). به‌طور کلی، ارزیابی عملکرد عبارت است از فرآیند دائمی که طی آن میزان تحقق اهداف اندازه‌گیری می‌شود. در این اندازه‌گیری، کارایی و اثربخشی منابع مورد استفاده و فرآیندهای انجام کار، کیفیت محصولات یا خدمات و اجرای برنامه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد (Abualoush et al., 2018). در تعریفی دیگر، ارزیابی عملکرد عبارت است از اندازه‌گیری عملکرد از طریق مقایسه وضع موجود با وضع مطلوب یا ایده‌آل براساس شاخص‌های از پیش تعیین شده که خود واجد ویژگی‌های معین باشد (Elliott et al., 2019).

الگوها و مدل‌های مختلفی برای ارزیابی عملکرد سازمانی وجود دارد که در این پژوهش مدل کارت امتیازی متوازن مد نظر قرار گرفته شده است. در سال‌های اخیر مهمترین ابزار سیستم ارزیابی عملکرد کارت امتیازی متوازن است که نه تنها سنجش‌های مالی را ارزیابی می‌کند؛ بلکه به شاخص‌های غیرمالی نیز ارجح می‌نهد. پیچیده‌تر شدن مناسبات اقتصادی و مسائل کسب و کار در قرن بیست و یکم، اتکالی شرکت‌ها به سنجش‌های مالی برای ارزیابی عملکرد و نشان دادن نقاط قوت و ضعف آن‌ها کم‌رنگ‌تر شد و نارسایی سنجش‌های مالی صرف بیش از پیش نمایان گردید (Norton & Kaplan., 2007). چهار بعد مدل کارت امتیازی متوازن برای سنجش عملکرد عبارتند از بعد مالی؛ بعد مشتری؛ بعد فرآیندهای داخلی و بعد یادگیری و رشد. یک کارت امتیازی متوازن ساختاری برای تشریح فعالیت‌های یک سازمان از طریق شاخص‌های چهار حوزه کاری است. یک کارت امتیازی خوب باید دارای منطق استراتژیک و روابط علت و معلول میان فعالیت‌های جاری و موفقیت‌های بلندمدت سازمان باشد. در واقع، در سازمان‌ها کارت امتیازی ابزاری حیاتی در راستای کنترل مدیریت عملکرد است (Norton & Kaplan., 2001).

#### پیشینه پژوهش

یافته‌های پژوهش صائب‌نیا و کریمی (۱۳۹۹) نشان داد که فراگیری ویروس کووید-۱۹ عملکرد مشتری، عملکرد بازار، عملکرد مالی و در نهایت عملکرد کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار داده است. اسلامی و قادری (۱۳۹۹) بیان کرده‌اند که با وجود شرایط بحرانی فعلی و قرنطینه‌ها، نقش فروش آنلاین بیش از پیش پررنگ شده است. دائی و همکاران (۲۰۲۰) در یک نظرسنجی دریافتند که ۸۰ درصد شرکت‌ها عملیات خود را از سر نگرفته‌اند. ۴۰ درصد شرکت‌ها نیز نتوانسته‌اند یک چارچوب زمانی برای از سرگیری فعالیت‌های خود تعیین کنند. مسأله نگران‌کننده‌تر اینکه طبق این نظرسنجی، ۲۰ درصد کسب‌وکارها بیش از یک ماه و ۶۴ درصد آن‌ها نیز بیش از سه ماه نمی‌توانند با جریان‌های نقدی خود دوام بیاورند. یافته‌های پژوهش حسنات و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که فراگیری ویروس کرونا تأثیراتی منفی بر کسب‌وکارهای الکترونیک داشته است. این آثار منفی، رفتار خرید مشتریان و فروش را هم تحت تأثیر قرار داده است. شیوع این ویروس موجب تضعیف محیط کسب‌وکار شده است و چالشی که پیشروی خرده‌فروشان کسب‌وکارهای الکترونیک قرار گرفته، تغییر رفتار خرید

مشتریان است. از سویی، تغییر رفتار خرید مشتریان نیز باعث شده که فرآیندهای عرضه و حمل و نقل نیز کاهش پیدا کنند.

پژوهش کبدایی و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که شیوع ویروس کرونا، صنعت خدمات و جامعه تحقیقاتی خدمات را با واقعیت جدیدی روبرو کرده است؛ چیزی که جامعه آمادگی مقابله با آن را ندارد. جانسون و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که با شیوع ویروس کرونا توانایی شرکت‌های غیرانتفاعی برای ارائه خدمات (ظرفیت مالی) و تولید درآمد (ثبات مالی) به خطر افتاده است. با فراگیری این ویروس، تقاضا برای بسیاری از خدمات افزایش یافته و این در حالی است که سازمان‌های غیرانتفاعی این روزها با مشکلات فراوانی برای فعالیت مواجه هستند. یافته‌های پژوهش لیئو (۲۰۲۰) نشانگر این است که شیوع این بیماری همه‌گیر سبب شده که عملکرد صنعت گردشگری با کاهش مستمر روبرو شود. پراه و سیبیری (۲۰۲۰) نیز به این نتیجه رسیدند که کسب‌وکارهایی که توسط مهاجران اداره می‌شوند به نسبت کسب‌وکارهایی که توسط شهروندان معمولی اداره می‌شوند، در این دوران با مشکلاتی مثل فقدان سرمایه مالی و فقدان حمایت خارجی مواجه بوده‌اند پالوج و همکاران (۲۰۲۱) نیز در پژوهش خود تأثیر ویروس کرونا را بر زنجیره تأمین طیور مورد بررسی قرار داده‌اند. آن‌ها به این نتیجه دست یافتند که همه‌گیری ویروس کرونا به طور مقطعی، تأمین نهاده‌ها در زنجیره تأمین طیور را تحت تأثیر قرار داده است. آنه و گان (۲۰۲۰) بازار سهام ویتنام را قبل و بعد از قرنطینه مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های پژوهش آن‌ها بیانگر این است که دوران پیش از قرنطینه در این کشور تأثیر منفی و قابل توجهی بر بازده سهام ویتنام داشته، ولی دوران قرنطینه تأثیر مثبت و قابل توجهی بر عملکرد سهام کل بازار و بخش‌های مختلف تجارت در ویتنام داشته؛ اما تنها بخش مالی در طی شیوع این ویروس به شدت به بازار سهام ویتنام ضربه وارد کرده است.

با عنایت به مطالعات پیشین و بررسی ادبیات موضوع مشخص گردید که از زمان آغاز همه‌گیری کرونا پژوهش‌های بسیاری پیرامون آثار این ویروس بر کسب‌وکارهای مختلف انجام شده است (Palouj et al., 2021)؛ با این حال، پژوهشی در خصوص وضعیت تعاونی‌ها در شرایط همه‌گیری کنونی انجام نشده است. بنابراین، پژوهش پیش رو به دنبال این است که آثار همه‌گیری ویروس کرونا را بر کسب‌وکارهای تعاونی استان بوشهر مورد مطالعه قرار دهد.



چارچوب نظری این پژوهش بدین صورت است که در گام نخست هدف پژوهش تعیین شد، سپس در گام دوم مبانی نظری مربوط به شرکت‌های تعاونی مورد بررسی قرار گرفت و ۷۳ معیار عملکرد مربوط به این شرکت‌ها استخراج گردید. در گام سوم با استفاده از ۷۳ شاخص استخراج شده، پرسشنامه‌ای تهیه و در میان خبرگان سازمان‌های تعاونی توزیع گردید. در گام چهارم، پرسشنامه‌های عودت داده شده بررسی گردید و ۲۶ شاخص نهایی مربوط به شرکت‌های تعاونی استخراج گردید و مجدداً در میان خبرگان تعاونی توزیع گردید. در گام پنجم داده‌های مستخرج از پرسشنامه‌ها با استفاده از روش سلسله مراتبی تجزیه و تحلیل شدند و در گام آخر یافته‌های پژوهش بررسی و پیشنهاداتی در این راستا ارائه گردید.

### روش شناسی تحقیق

پیمایش کاربردی حاضر طی دو مرحله انجام پذیرفت. جامعه آماری پژوهش کلیه متخصصان و صاحب‌نظران آشنا با موضوع پژوهش در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر بودند. نمونه آماری در مرحله اول ۱۷ نفر و در مرحله دوم تعداد نمونه آماری ۱۳ نفر بوده است. شایان ذکر است که نمونه‌گیری با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انجام شد. با عنایت به اینکه ابزار پژوهش، پرسشنامه بود، روایی آن پژوهش به صورت محتوایی و صوری توسط اساتید دانشگاهی و خبرگان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی تأیید گردید. و پایایی آن هم با استفاده از نرخ ناسازگاری مورد تأیید قرار گرفت. اگر نرخ سازگاری کمتر از ۰/۱ باشد، می‌توان سازگاری مقایسات را پذیرفت که در پژوهش حاضر نرخ ناسازگاری کمتر از این مقدار محاسبه گردید. این پرسشنامه در دو بخش تنظیم شده است. بخش اول مربوط به مشخصات فردی خبرگان تعاونی می‌باشد و در بخش دوم نیز ۷۳ گویه‌های تخصصی پرسشنامه آورده شده است.

در گام اول پژوهش نظرات خبرگان به صورت کیفی در گروه کانونی گردآوری گردید و سپس با استفاده از روش فازی شاخص‌های تأثیرگذار بر عملکرد شرکت‌های تعاونی استخراج شدند. در گام دوم پژوهش نیز ۲۶ شاخص بااهمیت با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر رتبه‌بندی شدند. در

گام اول پژوهش، برای تلفیق ایده‌های فازی افراد در یک ایده جمعی و اجتماعی از رویکرد فازی استفاده شده است که واژه‌های زبانی به اعداد تبدیل می‌گردد. سپس میانگین فازی برای تلفیق ایده‌های فازی خبرگان در یک ایده فازی استفاده می‌گردد. مراحل بکارگیری رویکرد فازی به شرح ذیل بیان شده است.

کسب اطلاعات از خبرگان در شکل واژه‌های زبانی

هر خبره، اطلاعات قضاوتی خود را درباره تأثیر ویروس کرونا بر عملکرد شرکت‌های تعاونی در شکل اطلاعات کیفی و واژه‌های زبانی بیان می‌دارد، که برای تسهیل محاسبات، معانی عناصر مجموعه اصلاحات کیفی و واژه‌های زبانی، با اعداد فازی مثلثی جایگزین می‌گردد.

محاسبه میانگین مثلثی موزون (برای هر شاخص)

اگر  $n$  عدد مثلثی را در نظر بگیرید:  $A_i = (a_1, a_M, a_2)$  که  $(i = 1, 2, \dots, n)$  و اعداد حقیقی  $\gamma_i$  اهمیت هر یک را نشان دهند، در این صورت میانگین مثلثی موزون به طریق زیر محاسبه می‌شود:

$$(1) \quad A_{ave} = (\gamma_1 A_1 + \gamma_2 A_2 + \dots + \gamma_n A_n) / (\gamma_1 + \gamma_2 + \dots + \gamma_n)$$

که می‌توان به صورت زیر نوشت:

$$(2) \quad A_{ave} = (a_1^w \cdot a_M^w \cdot a_2^w) = (\sum_{i=1}^n w_i a_1(i) \cdot \sum_{i=1}^n w_i a_M(i) \cdot \sum_{i=1}^n w_i a_2(i))$$

• فازی زدایی

تراکم تعریف شده به وسیله میانگین ذوزنقه‌ای یا مثلثی، به طور غالب باید به وسیله یک عدد معین نشان داده شود که بهترین میانگین متناظر را معرفی می‌کند. در پژوهش حاضر به منظور مشخص کردن اهمیت ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر عملکرد شرکت‌های تعاونی با نظرسنجی از خبرگان درون جلسات گروه متمرکز از میانگین فازی مثلثی استفاده شده است و جهت فازی زدایی از فرمول زیر  $X_{max} = (a_1 + 2a_M + a_2) / 4$  استفاده شده است (رجب

پور و باباشاهی، ۱۳۹۹). در جدول شماره ۱ ارزش‌های زبانی در قالب اعداد فازی مثلثی نمایش داده شده است.

جدول ۱- نمایش ارزش‌های زبانی در قالب اعداد فازی مثلثی (بوجادزیف، ۱۳۸۱)

معانی ارزش‌های زبانی	ارزش‌های زبانی
(۰، ۰، ۰/۲۵)	بسیار کم / بسیار کم اهمیت
(۰، ۰/۲۵، ۰/۵)	کم / کم اهمیت
(۰/۲۵، ۰/۵، ۰/۷۵)	متوسط
(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	زیاد / با اهمیت
(۰/۷۵، ۱، ۱)	بسیار زیاد / بسیار با اهمیت

در گام دوم پژوهش برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر عملکرد شرکت‌های تعاونی با استفاده از کارت امتیازی متوازن از تکنیک تحلیل سلسه‌مراتبی استفاده شد. تکنیک تحلیل سلسه‌مراتبی یک روش تصمیم‌گیری در ارتباط با هدف تصمیم‌گیرندگان برای حل مسائل پیچیده چند معیاره می‌باشد (Abdullah & Zulkifli., 2015). مراحل حل یک مساله به این روش شامل چهار گام عمده زیر است:

گام اول: رسم نمودار سلسه‌مراتبی

ساختار سلسه‌مراتبی از سه سطح تشکیل می‌شود که سطح بالایی را ابعاد و سطح پائینی را شاخص‌ها تشکیل می‌دهند.

گام ۲. جمع آوری داده‌ها و تشکیل ماتریسهای مقایسات زوجی

جدول ۲- جدول ترجیحات عددی تکنیک سلسه‌مراتبی

بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
۱	۲	۳	۴	۵

در این گام از خبرگان و تصمیم‌گیران خواسته می‌شود تا نظرات خود نظرات خود را در مورد مقایسه زوجی بر اساس شکل ۱، با استفاده از عبارت عددی بر مبنای جدول شماره ۲ بیان نمایند.

## گام ۳. محاسبه وزن‌های نسبی

در مرحله سوم از فرآیند مدل AHP، با استفاده از ماتریس مقایسات زوجی، وزن نسبی عوامل هر سطح محاسبه می‌شود. روش‌شناسی این محاسبه بدین شرح است که اگر مقایسه‌گر می‌توانست وزن‌های واقعی  $n$  عامل مورد مقایسه را بداند، در آن صورت ماتریس مقایسات زوجی نسبی عوامل به شکل زیر بود:

$$A = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \dots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \dots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \dots & w_n/w_n \end{bmatrix}$$

در انتها، وزن‌های نسبی محاسبه شده با در نظر گرفتن وزن شاخص‌ها در هم ادغام می‌شود و وزن‌های نهایی ابعاد محاسبه و رتبه‌بندی می‌شود (مهرگان، ۱۳۹۴).

## بحث و تحلیل

## فاز اول پژوهش: استخراج شاخص‌های مؤثر بر عملکرد شرکت‌های تعاونی

در این بخش به تحلیل نظرات خبرگان در شاخص‌های بااهمیت بر عملکرد کسب‌وکارهای اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر پرداخته می‌شود. در جدول ۳ نمرات مربوط به درجه اهمیت هر شاخص از نظر خبرگان به صورت کامل نشان داده شده است. لازم به ذکر است، با توجه به تعداد زیاد شاخص‌های استخراج شده از ادبیات پژوهش، شاخص‌هایی که درجه اهمیت بالاتری کسب نمایند وارد فاز دوم پژوهش می‌شوند. همان‌گونه که در این جدول مشاهده می‌شود با بررسی ادبیات پژوهش ۷۳ شاخص عملکردی در ابعاد چهارگانه کارت امتیازی متوازن شناسایی شدند. شایان ذکر است در جدول زیر شاخص‌های ۱ تا ۱۷ مربوط به بعد مالی؛ شاخص‌های ۱۸ تا ۳۷ مربوط به بعد فرآیندهای داخلی؛ شاخص‌های ۳۸ تا ۵۷ مربوط به بعد رشد و یادگیری و شاخص‌های ۵۸ تا ۷۳ مربوط به بعد مشتری می‌باشند.

جدول ۳- نمرات درجه اهمیت شاخص های ابعاد چهارگانه عملکرد سازمانی

کد شاخص	شاخص ها	عدد قطعی (میزان موافقت) میانگین فازی
۱	کاهش هزینه	۰/۷۲
۲	کارایی عملیاتی (منابع)	۰/۸۳
۳	کارایی منابع انرژی	۰/۶۶
۴	کارایی اجتماعی	۰/۶۲
۵	مدیریت جریان نقدینگی	۰/۷۳
۶	نسبت میزان متوسط سود سالانه به هزینه کل	۰/۷۷
۷	نسبت درآمد (فروش) به میزان دارایی کل	۰/۶۸
۸	نسبت درآمد (فروش) به هزینه کل	۰/۷۹
۹	نسبت تعداد وام های دریافتی به تعداد وام های معوقه	۰/۶۹
۱۰	نسبت میزان دارایی کل به میزان بدهی کل	۰/۶۰
۱۱	رشد درآمد نسبت به سال قبل	۰/۶۶
۱۲	برخوردارگی از تراز مثبت اقتصادی	۰/۷۴
۱۳	نسبت هزینه به درآمد	۰/۷۶
۱۴	میانگین سوددهی شرکت	۰/۸۵
۱۵	بازده فروش	۰/۸۵
۱۶	نرخ رشد دارایی	۰/۷۷
۱۷	کمک های بلاعوض دولت به شرکت	۰/۵۴
۱۸	میزان قابلیت طراحی فرآیند	۰/۶۸
۱۹	میزان خودکارسازی فرآیند	۰/۶۹
۲۰	میزان تعامل سیستم با محیط	۰/۷۳
۲۱	سرعت گردش جریان اطلاعات	۰/۷۵
۲۲	اطمینان از رعایت ضوابط ایمنی و امنیتی	۰/۶۶
۲۳	میزان زمان واقعی انجام کار	۰/۶۶
۲۴	کاهش میزان زمان انتظار در صف	۰/۶۱
۲۵	تقویت برنامه ریزی ظرفیت فرآیند	۰/۵۸

کد شاخص	شاخص‌ها	عدد قطعی (میزان موافقت) میانگین فازی
۲۶	میزان تعمیم‌پذیری فرآیند	۰/۶۰
۲۷	میزان کامل بودن سیستم	۰/۶۴
۲۸	نظام پاداش و ارزیابی عملکرد	۰/۶۷
۲۹	برگزاری به موقع مجامع	۰/۵۲
۳۰	درجه نوآوری و کارآفرینی	۰/۶۸
۳۱	تعداد محصولات تولید شده نسبت به ظرفیت	۰/۷۴
۳۲	ارسال به موقع اظهارنامه مالیاتی	۰/۶۳
۳۳	بهره‌گیری تعاونی از فناوری اطلاعات در انجام فعالیت‌ها	۰/۷۵
۳۴	آگاهی و اطلاع‌رسانی به موقع و مورد نیاز اعضا	۰/۶۴
۳۵	رسیدگی به امور رفاهی و خدماتی اعضا	۰/۶۴
۳۶	تهیه و تأمین مواد اولیه و امکانات مورد نیاز تعاونی	۰/۸۲
۳۷	ارتباط مؤثر با سایر شرکت‌های تعاونی و با اتحادیه‌ها	۰/۵۹
۳۸	سرمایه‌گذاری در جذب و استخدام	۰/۶۰
۳۹	آموزش افراد	۰/۷۷
۴۰	انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به تغییر	۰/۷۰
۴۱	میزان شایستگی	۰/۷۷
۴۲	انگیزه و روحیه افراد	۰/۷۳
۴۳	میزان تعامل فرد با سیستم	۰/۶۸
۴۴	میزان آگاهی از پیامدهای اقدامات	۰/۶۹
۴۵	میزان شناسایی عوامل بالقوه تغییرپذیری	۰/۶۵
۴۶	توانایی درک شرایط پیچیده	۰/۶۹
۴۷	توانایی تفکر شفاف در هنگام بحران	۰/۷۶
۴۸	آگاهی از نیازها و منابع تأمین آن‌ها	۰/۷۳
۴۹	میزان تحصیلات اعضا و مدیر	۰/۶۱
۵۰	نسبت مدیران آموزش‌دیده به کل مدیران	۰/۷۱
۵۱	استقرار سیستم‌های مدیریت بهره‌وری	۰/۶۵
۵۲	تحصیلات دانشگاهی اعضای هیئت مدیره	۰/۶۴

کد شاخص	شاخص‌ها	عدد قطعی (میزان موافقت) میانگین فازی
۵۳	مشارکت اعضاء با یکدیگر	۰/۷۳
۵۴	توانایی هیئت مدیره	۰/۷۵
۵۵	انسجام و پیوستگی بین اعضاء شرکت	۰/۷۷
۵۶	دانش مدیر در خصوص اصول شرکت	۰/۷۴
۵۷	تنوع رشته‌های تحصیلی اعضاء شرکت	۰/۶۴
۵۸	میزان پاسخگویی به نیازهای مشتری جدید	۰/۷۱
۵۹	تنوع سفارشات	۰/۷۶
۶۰	خلق ارزش	۰/۷۹
۶۱	میزان دسترسی و ارتباط پویا با مشتری	۰/۶۷
۶۲	میزان رعایت رازداری و احترام به حریم خصوصی	۰/۷۹
۶۳	میزان ویژه‌سازی نحوه رفتار و ارائه خدمات به مشتری	۰/۷۳
۶۴	میزان مسئولیت‌پذیری ارائه‌دهندگان خدمات	۰/۷۹
۶۵	تحویل به موقع خدمات بدون تأخیر و اشتباه	۰/۷۵
۶۶	کانال‌های ارتباطی شرکت تعاونی با مشتریان	۰/۷۴
۶۷	جویا شدن نظر مشتریان در مورد محصولات تعاونی	۰/۷۵
۶۸	شناخت مشتریان از رقبای تعاونی	۰/۶۵
۶۹	شناخت مشتریان از وضعیت تعاونی	۰/۶۳
۷۰	شناخت ارکان اصلی تعاونی از نیازهای مشتریان	۰/۷۰
۷۱	رضایت مشتریان از کیفیت محصولات و خدمات تعاونی	۰/۸۷
۷۲	ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان تعاونی	۰/۸۱
۷۳	دادن اعتبارت ویژه به مشتریان	۰/۶۹

ماخذ: یافته‌های پژوهش

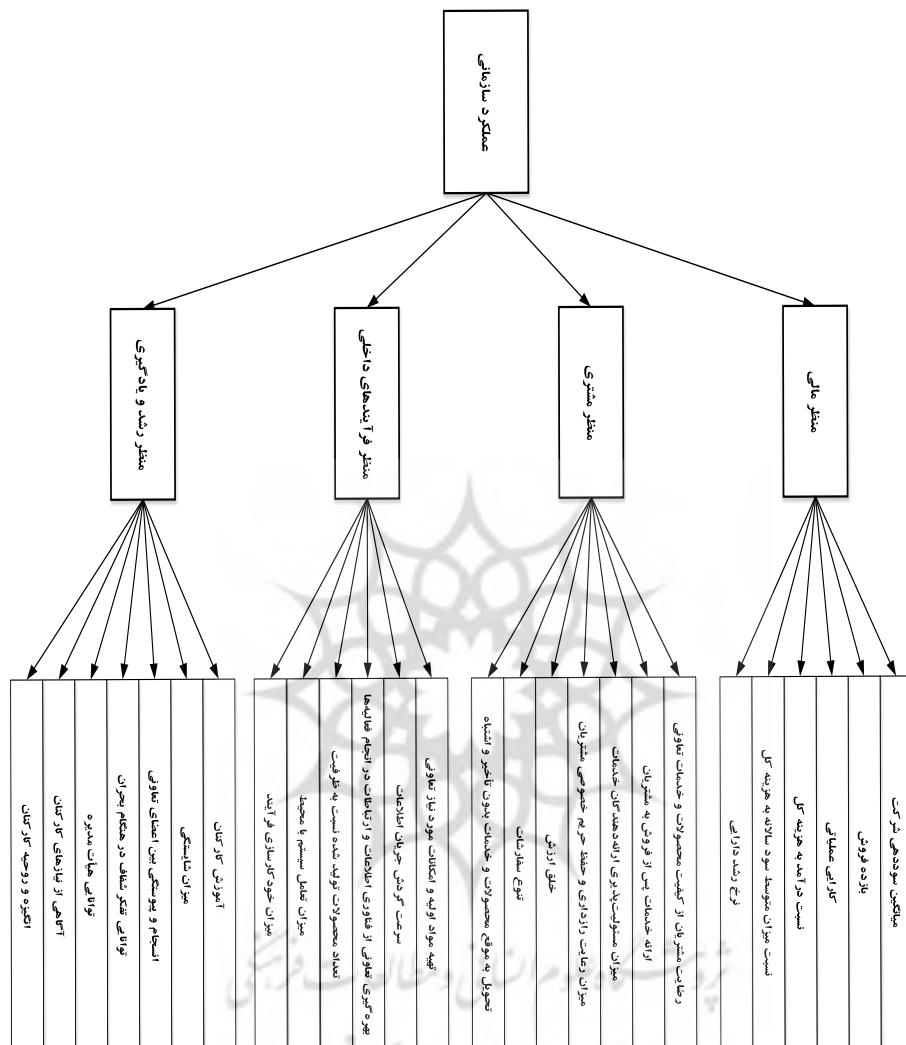
جدول ۴- شاخص‌های منتخب در ابعاد مختلف عملکرد سازمانی

شاخص	بعد
میانگین سوددهی شرکت	بعد مالی
بازده فروش	

شاخص	بعد
کارایی عملیاتی نسبت درآمد (فروش) به هزینه کل نسبت میزان متوسط سود سالانه به هزینه کل نرخ رشد دارایی	
رضایت مشتریان از کیفیت محصولات و خدمات تعاونی ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان تعاونی میزان مسئولیت‌پذیری ارائه‌دهندگان خدمات میزان رعایت امنیت، رازداری و احترام به حریم خصوصی خلق ارزش تنوع سفارشات تحویل به موقع خدمات بدون تأخیر و اشتباه	بعد مشتریان
تهیه و تأمین مواد اولیه و امکانات مورد نیاز برای انجام امور تعاونی سرعت گردش جریان اطلاعات بهره‌گیری تعاونی از فناوری اطلاعات در انجام فعالیت‌ها تعداد محصولات تولید شده نسبت به ظرفیت میزان تعامل سیستم با محیط میزان خودکارسازی فرآیند	بعد فرآیندهای داخلی
آموزش افراد میزان شایستگی انسجام و پیوستگی بین اعضای شرکت توانایی تفکر شفاف در هنگام بحران توانایی هیئت مدیره آگاهی از نیازها و منابع تامین کارکنان انگیزه و روحیه افراد	بعد یادگیری و رشد

ماخذ: یافته‌های پژوهش





شکل ۱- درخت سلسله مراتبی پژوهش (ماخذ: یافته‌های پژوهش)

یافته‌های حاصل از تحلیل‌های صورت گرفته در جدول ۳ در جدول ۴ نشان داده شده است. همان‌گونه که در جدول ۴ مشخص است، از ۷۳ شاخص شناسایی شده از ادبیات پژوهش، ۲۶ شاخص از نقطه نظر خبرگان شایستگی لازم برای ورود به گام دوم پژوهش را دارند.

اجرای تکنیک سلسله مراتبی پژوهش

گام ۱. مدل سازی

شکل ۱، درخت سلسله مراتبی پژوهش را نشان میدهد.

جدول ۵- ماتریس نرمالیزه مقایسه زوجی بررسی عملکرد بر اساس کارت امتیازی متوازن

	بعد رشد و یادگیری	بعد فرآیندهای داخلی	بعد مشتری	بعد مالی
بعد مالی	۱/۹۳۳	۱/۴۵۰	۱/۳۹۴	۱
بعد مشتری	۲/۶۷۶	۲/۱۹۲	۱	۰/۷۱۸
بعد فرآیندهای داخلی	۱/۷۴۱	۱	۰/۴۵۶	۰/۶۹۰
بعد رشد و یادگیری	۱	۰/۵۷۴	۰/۳۷۴	۰/۵۱۷

ماخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۶- ماتریس نرمالیزه مقایسه زوجی نسبت به بعد مالی

نرخ رشد دارایی	نسبت متوسط سود سالانه به هزینه کل	نسبت درآمد به هزینه کل	کارایی عملیاتی	بازده فروش شرکت	میانگین سوددهی شرکت
۳/۲۰۰	۱/۶۰۳	۱/۹۹۶	۱/۴۸۱	۳/۰۴۳	۱
۱/۱۴۶	۰/۸۵۹	۱/۹۱۹	۲/۴۸۶	۱	۰/۳۲۹
۱/۷۴۸	۱/۰۷۸	۱/۳۸۹	۱	۰/۴۰۲	۰/۶۷۵
۲/۲۴۸	۰/۵۷۷	۱	۰/۷۲۰	۰/۵۲۱	۰/۵۰۱
۳/۸۰۱	۱	۱/۷۴۳	۰/۹۲۷	۱/۱۶۴	۰/۶۲۲
۱	۰/۲۶۳	۰/۴۴۵	۰/۵۷۲	۰/۸۷۲	۰/۳۱۳

ماخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۷- ماتریس نرمالیزه مقایسه زوجی نسبت به بعد مشتری

کیفیت محصولات و خدمات	ارائه خدمات پس از فروش	مسئولیت پذیری ارائه‌دهندگان خدمات	رعایت حریم خصوصی	خلق ارزش	تنوع سفارشات	تحويل به موقع محصولات/خدمات
کیفیت محصولات و خدمات	۱	۳/۸۲۵	۴/۰۰۹	۲/۴۲۴	۱/۴۳۶	۳/۴۴۴
ارائه خدمات پس از فروش	۰/۲۶۱	۱	۱/۷۸۰	۲/۲۱۴	۱/۶۴۵	۱/۷۴۱
مسئولیت پذیری ارائه‌دهندگان خدمات	۰/۲۴۹	۰/۵۲۶	۱	۲/۳۶۴	۱/۵۳۸	۱/۶۲۱
رعایت حریم خصوصی	۰/۴۱۳	۰/۴۵۲	۰/۴۲۳	۱	۱/۵۶۵	۱/۵۷۳
خلق ارزش	۰/۶۰۸	۰/۶۵۰	۰/۶۳۹	۱	۲/۷۶۹	۰/۶۰۸
تنوع سفارشات	۰/۲۹۰	۰/۵۷۴	۰/۶۱۷	۰/۶۳۶	۱	۱/۵۶۸
تحويل به موقع محصولات/خدمات	۰/۲۵۴	۰/۷۵۵	۰/۵۶۲	۰/۷۶۴	۰/۳۶۱	۱

ماخذ: یافته‌های پژوهش

## گام ۲. جمع‌آوری داده‌ها و تشکیل ماتریس‌های مقایسات زوجی

تعداد ۱۳ پرسشنامه AHP جمع‌آوری شده یکپارچه می‌شوند تا در نتیجه فقط یک پرسشنامه به دست بیاید. بدین منظور از ماتریس‌های نظرات خبرگان، میانگین هندسی گرفته شد که پرسشنامه نهایی همان ماتریس نرمالیزه یا ماتریس D است که در جداول ۵، ۶، ۷، ۸ و ۹ نشان داده شده است.

در گام بعدی تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی رتبه‌بندی ابعاد اصلی و شاخص‌های زیرمجموعه عملکرد سازمانی بر اساس کارت امتیازی متوازن در شرایط کرونا با توجه به نظرات خبرگان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر مد نظر قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۱۰ مشخص شده است.

جدول ۸- ماتریس نرمالیزه مقایسه زوجی نسبت به بعد فرآیندهای داخلی

میزان خودکارسازی فرآیند	میزان تعامل تعاونی با محیط	تعداد محصولات تولید شده نسبت به ظرفیت	بهره گیری از اینترنت در انجام فعالیت ها	سرعت گردش جریان اطلاعات	تهیه و تأمین مواد اولیه
۱/۷۹۶	۱/۷۸۰	۰/۹۱۳	۰/۷۸۰	۲/۳۸۳	تهیه و تأمین مواد اولیه
۱/۰۰۳	۱/۶۵۰	۰/۹۵۶	۰/۹۰۳	۱	سرعت گردش جریان اطلاعات
۱/۰۴۸	۱/۴۱۲	۱/۰۷۱	۱	۱/۱۰۷	بهره گیری از اینترنت در انجام فعالیت ها
۰/۰۳۷	۱/۴۹۶	۱	۰/۹۳۴	۱/۰۴۶	تعداد محصولات تولید شده نسبت به ظرفیت
۱/۲۸۸	۱	۰/۶۶۹	۰/۷۰۸	۰/۶۰۶	میزان تعامل تعاونی با محیط
۱	۰/۷۷۶	۰/۴۹۱	۰/۹۵۴	۰/۹۹۷	میزان خودکارسازی فرآیند

ماخذ: یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در جدول فوق نمایان است، در شرایط شیوع ویروس کرونا بعد مشتری با امتیاز وزنی (۰/۳۳۶) رتبه یک را به خود اختصاص داده است. رتبه‌های بعدی به ترتیب به بعد مالی، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری تعلق دارد. همچنین، شاخص «کیفیت محصولات و خدمات تعاونی» با امتیاز وزنی (۰/۱۰۹) از بعد مشتری رتبه یک و شاخص «آگاهی از نیازهای کارکنان» با امتیاز وزنی (۰/۰۱۳) از بعد رشد و یادگیری کمترین رتبه را دارد.

جدول ۹- ماتریس نرمالیزه مقایسه زوجی نسبت به بعد رشد و یادگیری

	آموزش افراد	میزان شایستگی	انسجام و پیوستگی بین اعضا	توانایی تفکر در هنگام بحران	توانایی هیأت مدیره	آگاهی از نیازهای کارکنان	انگیزه و روحیه کارکنان
آموزش افراد	۱	۰/۵۳۷	۱/۱۶۸	۰/۶۷۵	۰/۷۳۳	۱/۰۷۳	۰/۸۶۴
میزان شایستگی	۱/۸۶۰	۱	۱/۹۲۵	۰/۷۵۷	۲/۱۶۸	۱/۷۶۰	۰/۹۴۸
انسجام و پیوستگی بین اعضا	۰/۸۵۶	۰/۵۱۹	۱	۰/۹۲۸	۱/۷۹۴	۱/۹۵۲	۱/۲۵۹
توانایی تفکر در هنگام بحران	۱/۴۸۲	۱/۳۲۲	۱/۰۷۸	۱	۲/۵۸۱	۲/۴۱۷	۱/۳۷۰
توانایی هیأت مدیره	۱/۳۶۴	۰/۴۶۱	۰/۵۵۷	۰/۳۸۸	۱	۱/۵۸۵	۰/۶۴۱
آگاهی از نیازهای کارکنان	۰/۹۳۲	۰/۵۶۸	۰/۵۱۲	۰/۴۱۴	۰/۶۳۱	۱	۱/۳۵۱
انگیزه و روحیه کارکنان	۱/۱۵۷	۱/۰۵۵	۰/۷۹۴	۰/۷۳۰	۱/۵۶۱	۰/۷۴۰	۱

ماخذ: یافته‌های پژوهش

## رتبه‌بندی بر اساس تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی

جدول ۱۰- رتبه‌بندی ابعاد و شاخص‌های عملکرد در شرایط کرونا بر اساس کارت امتیازی متوازن

رتبه	وزن	شاخص‌ها	رتبه	وزن معیار	نام معیار
۲	۰/۰۹۵۷	میانگین سوددهی شرکت			
۴	۰/۰۵۷۹	بازده فروش			
۷	۰/۰۴۷۹	کارایی عملیاتی			
۱۱	۰/۰۳۹۱	نسبت درآمد به هزینه کل	۲	۰/۳۳۱	بعد مالی
۳	۰/۰۶۳۵	نسبت متوسط سود سالانه به هزینه کل			
۱۶	۰/۰۲۶۵	نرخ رشد دارایی			
۱	۰/۱۰۹۲	کیفیت محصولات و خدمات			
۵	۰/۰۵۲۱	ارائه خدمات پس از فروش			
۹	۰/۰۴۵۰	مسئولیت‌پذیری ارائه‌دهندگان خدمات			
۱۲	۰/۰۳۵۳	رعایت حریم خصوصی	۱	۰/۳۳۶	بعد مشتری
۸	۰/۰۴۵۴	خلق ارزش			
۱۷	۰/۰۲۵۵	تنوع سفارشات			
۲۱	۰/۰۲۳۵	تحويل به موقع محصولات/خدمات			
۶	۰/۰۴۹۲	تهیه و تأمین مواد اولیه			
۱۴	۰/۰۲۹۸	سرعت گردش جریان اطلاعات			
۱۳	۰/۰۳۲	بهره‌گیری از اینترنت در انجام فعالیت‌ها			
۱۰	۰/۰۳۹۴	تعداد محصولات تولید شده نسبت به ظرفیت	۳	۰/۲	بعد فرآیندهای داخلی
۱۹	۰/۰۲۴۸	میزان تعامل تعاونی با محیط			
۲۰	۰/۰۲۴۶	میزان خودکارسازی فرآیند			
۲۴	۰/۰۱۵۴	آموزش افراد			
۱۸	۰/۰۲۵۵	میزان شایستگی			
۲۲	۰/۰۲۰۲	انسجام و پیوستگی بین اعضاء	۴	۰/۱۳۴	بعد رشد و یادگیری
۱۵	۰/۰۲۷۵	توانایی تفکر در هنگام بحران			

نام معیار	وزن معیار	رتبه	شاخص‌ها	وزن	رتبه
			توانایی هیأت مدیره	۰/۰۱۴۱	۲۵
			آگاهی از نیازهای کارکنان	۰/۰۱۳۴	۲۶
			انگیزه و روحیه کارکنان	۰/۰۱۸۱	۲۳

ماخذ: یافته‌های پژوهش

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در حال حاضر کرونا موجب ایجاد موانعی بر ابزارهای حرکت اقتصادی کشورها و نهایتاً ایجاد بحران در لایه‌های مختلف به ویژه بنگاه‌های اقتصادی شده است. همچنین، بازارها و صنایع مختلف نیز به شدت دچار زیان و رکود شده‌اند. به علت شیوع این بیماری، اقتصاد جهانی با سهام عرضه منفی روبرو شده است. زیرا در این شرایط بحرانی کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی مجبورند فعالیت‌های تولیدی خود را متوقف کنند و در نتیجه، شبکه جهانی زنجیره تأمین به تعطیلی کشیده شده است. برای کاستن از اثرات سوء اقتصادی حفظ فاصله اجتماعی و تداوم فعالیت، برخی کسب‌وکارها با اطلاع از قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و مشخصه‌های این صنعت در توانمندسازی کسب‌وکارها، فعالیت‌های خود را به بستر فضای مجازی منتقل کرده‌اند. از این رو، پژوهش حاضر به ارزیابی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر عملکرد کسب‌وکارهای تعاونی استان بوشهر در شرایط شیوع ویروس کرونا پرداخته است. بر اساس یافته‌های نظری و نتایج حاصل از تشکیل گروه کانونی، ۲۶ شاخص در قالب ۴ دسته کلی بر اساس کارت امتیازی متوازن (بعد مالی، بعد مشتری، بعد فرآیندهای داخلی و بعد رشد و یادگیری) دسته‌بندی شدند.

با عنایت به یافته‌های پژوهش مشخص گردید که بعد مشتری در شرایط بیماری ویروس کرونا از نظر خبرگان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر بالاترین رتبه را در بین ابعاد چهارگانه عملکرد سازمانی کسب کرده است. مایکل پورتر معتقد است که عدم تمرکز بر بخش خاصی از مشتریان و ارزشهای مورد نظر آنها موجب می‌شود تا سازمانها نتوانند به

مزیت رقابتی دست یابند. از این رو، اهمیت و نقش مشتریان سازمان که باعث تکاپو و رونق بیشتر سازمان می‌شوند بیش از پیش نمایان می‌شود (Magretta et al., 2011).

علاوه بر این، مشخص شد که شاخص کیفیت محصولات و خدمات مهمترین شاخص بعد مشتری در شرایط بیماری کرونا در عملکرد شرکت‌های تعاونی استان بوشهر با امتیاز وزنی ۰/۱۰۹ می‌باشد. میرغفوری و میرحسینی (۲۰۱۳) در مطالعه بیان می‌کنند که مشتری دارایی اصلی هر سازمانی و به‌طور ویژه شرکت‌های تعاونی است و بدون توجه به نیازهای مشتری هیچ شرکتی نمی‌تواند به ادامه فعالیت خود بپردازد. از این رو، برای ایجاد رضایت و وفاداری در مشتریان باید محصولات و خدمات با کیفیت به آنان ارائه گردد. دانی و همکاران (۲۰۲۰) نیز در تحقیق خود به این نتیجه اشاره دارد که سنجش بعد مشتری بدون در نظر گرفتن معیار با کیفیت بودن محصولات و خدمات کاری غیرممکن است. مشاهده می‌شود بین نتایج تحقیق حاضر و نتایج تحقیقات میرغفوری و میرحسینی (۲۰۱۳)، هیند (۱۹۹۹) و دانی و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت وجود دارد.

سنجه های مالی از اجزاء مهم نظام ارزیابی متوازن به‌ویژه در سازمان‌های انتفاعی هستند، سنجه های این بعد نشان می‌دهد که اجرای موفقیت‌آمیز اهدافی که در سه بعد دیگر تعیین شده‌اند نهایتاً به چه نتایج و دستاورد مالی منجر خواهد شد. شایان ذکر است که بعد مالی با عنایت به نظرات خبرگان در شرایط همه‌گیری و پیروس کرونا رتبه دوم (با امتیاز وزنی ۰/۳۳۱) در بین ابعاد چهارگانه عملکرد سازمانی بر اساس کارت امتیازی متوازن را کسب نموده است. همچنین، در میان شاخص‌ها، میانگین سوددهی شرکت با امتیاز وزنی ۰/۰۹۶ دومین عامل تأثیرگذار بر عملکرد شرکت‌های تعاونی استان بوشهر در شرایط بیماری کرونا بوده است. سود وقتی اتفاق می‌افتد که مجموع درآمدهای شرکت از مجموع هزینه‌هایی که برای کسب آن درآمدها متحمل شده، بیشتر شود. سود شرکت متعلق به مالکان شرکت است و آن‌ها هستند که در مورد این سود تصمیم‌گیری می‌کنند. باید اشاره شود که این شاخص در اغلب مطالعات پیشین یکی از معیارهای بسیار مهم بعد مالی چه در سازمان‌های بزرگ و چه در سازمان‌های کوچک و متوسط از قبیل شرکت‌های تعاونی بوده است. بر این اساس، میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود نتیجه گرفتند، بعد مالی و به‌طور ویژه شاخص میانگین سوددهی شرکت در عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی و صنعتی شهرستان بوير احمد و به‌تبع آن بر عملکرد کلی شرکت‌های تعاونی مؤثر است. مشاهده می‌شود بین نتایج تحقیق حاضر و



نتایج تحقیقات میرفردی و همکاران (۱۳۹۶)، میرفردی و همکاران (۱۳۹۴)، ظریفیان و بهادری (۱۳۹۳) و لطیفیان (۱۳۸۵) مطابقت وجود دارد.

با عنایت به نتایج پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر به مدیران اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مدیران و کارکنان شرکت‌های تعاونی ارائه می‌شود:

بهتر است مدیران اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی دوره‌های آموزشی لازم در خصوص شاخص‌های بعد مالی را برای کارکنان تعاونی و به‌طور ویژه به کارکنان حوزه مالی و حسابداری در نظر بگیرند.

- مدیران شرکت‌های تعاونی باید بر انجام فعالیت‌های خود (مانند خرید، فروش و غیره) به صورت آنلاین تمرکز نمایند و از طریق شبکه‌های مجازی به جذب مشتریان جدید و نگهداری مشتریان فعلی خود ادامه دهند تا از توقف کسب‌وکار خود در دوران شیوع کرونا جلوگیری نمایند.

- مدیران شرکت‌های تعاونی در جهت حفظ مشتریان فعلی باید ضمن رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی در هر صورت پاسخگوی نیازهای آن‌ها باشند. همچنین، تلاش کنند که خدمات پس از فروش بیشتر و بهتری را در این دوران به مشتریان ارائه دهند.

مدیران اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر توجه کافی به شاخص‌های شناسایی شده در پژوهش حاضر داشته باشند؛ و با ارزیابی و سنجش دوره‌ای (۶ ماهه یا سالانه) نسبت به پیشبرد اهداف سازمانی خود در قالب فرآیندهای داخلی اطلاعات لازم را به دست آورند. علاوه بر این، زیرساخت‌های لازم جهت فعالیت واحدها به صورت آنلاین را فراهم نمایند.

- مدیران اداره تعاون و همچنین مدیران شرکت‌های تعاونی باید با برنامه‌ریزی استراتژیک در این شرایط بحرانی از تمام ظرفیت تولیدی و همچنین ظرفیت انسانی خود به بهترین وجه استفاده نمایند و این تهدید محیطی به وجود آمده را به فرصتی بکر و سودآور تبدیل کنند.

- با استفاده از قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات ساختار سازمانی چابک و منعطفی برای اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی طراحی گردد که جریان

اطلاعات، گردش کارها و روابط بین کارکنان و بین کارکنان و مدیران با سرعت بالایی انجام پذیرد.

انجام هر تحقیق علمی با محدودیت‌هایی مواجه است که این تحقیق نیز با برخی از آنان مواجه بوده است. برخی از محدودیت‌های پژوهش حاضر عبارتند از: به علت شیوع ویروس کرونا و بنا بر ضرورت رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی، امکان مراجعه حضوری به واحدهای تعاونی برای گردآوری داده‌ها وجود نداشت و ناچار به برقراری تماس تلفنی با مدیران تعاونی‌ها گردید و این مسئله سبب کند پیش رفتن فرآیند گردآوری داده‌ها شد. مورد دیگر آنکه عدم همکاری برخی از متخصصان و صاحب‌نظران شرکت‌های تعاون استان در تکمیل پرسشنامه‌های فاز اول و دوم؛ کمبود افراد متخصص و صاحب‌نظر در حوزه تحقیق که ممکن است، نتایج تحقیق را خدشه‌دار نماید. با توجه به اینکه این پژوهش در یک مقطع زمانی خاص در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر صورت گرفته است، تعمیم‌پذیری آن را خدشه‌دار می‌کند. برای انجام پژوهش‌های بیشتر در این راستا به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد؛ عوامل عملکرد سازمانی در شرایط قبل و بعد از شیوع ویروس کرونا را در شرکت‌های تعاونی بررسی کرده و تحلیل شکاف بین آن‌ها را انجام دهند. همچنین، بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی و تأثیر آن برای افزایش عملکرد سازمانی شرکت‌های تعاونی در شرایط بیماری همه‌گیر ویروس کرونا را مد نظر قرار دهند.

### قدردانی و تشکر

بدین وسیله ار اداره کل تعاون وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر جهت حمایت مالی و معنوی از این طرح تشکر و قدر دانی می‌گردد.

## منابع

احمدی، ا. و بوستان احمدی، و. (۱۳۹۹). آینده پژوهی تقاضای مسکن در شرکت‌های تعاونی مسکن در ایران (مسکن کارمندی و کارگری شهر سنندج: مطالعه موردی)، فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده، ۱ (۱)، ۷۱-۸۶.

اسلامی، ق. و قادری، ف. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر ابعاد استراتژیک مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر رضایت مشتریان در شرایط بحرانی، نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی. ۳ (پیاپی ده)، ۱۳۸-۱۵۴.

اعظمی بهادری قزلچه، م. و سپه پناه، م. (۱۳۹۵). نقش تعاونی‌های شهرستان فامنین در کاهش فقر روستایی، تعاون و کشاورزی، ۵ (۱۷)، ۵۳-۷۴.

امینی، ا.، مزینی، ن. و قدیمی، س.ع. (۱۳۹۴). ارزیابی تطبیقی موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی با دیگر نظام‌های بهره‌برداری کشاورزی (مطالعه موردی: شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل)، فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۴ (۱۴).

باباشاهی، ج.، یزدانی، ح.، طهماسبی، ر. و رجب پور، ا. (۱۳۹۶). طراحی مدل شایستگی کارکنان دانشی در پژوهشگاه صنعت نفت، مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، ۸ (۳۲)، ۳-۲۴.

اجمالی، غ.، محمدی، م. و انصاری، ب. (۱۳۹۵). شناسایی و سنجش روابط بین عوامل موثر بر کارآفرینی شرکتی با استفاده از تکنیک دیمتل در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، فصلنامه تعاون و کشاورزی. ۵ (۱۸)، ۲۹-۵۸.

خمش‌آیا، ا.، رخیده، م. و دهقان، م. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجی هوش فرهنگی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شهر ایلام)، فصلنامه علمی فرهنگ ایلام، ۲۰ (۶۲ و ۶۳)، ۲۱۲-۲۴۴.

داوری، ع. و جعفرزاده، م. (۱۳۹۹). بحران کرونا و اقدامات ابتکاری شرکت‌ها و کسب و کارها (ویراست اول)، گزارش دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

<https://ent.ut.ac.ir/documents/5247861/101342635/2%20Report%2099-1-16.pdf>

رجب‌پور، ا. (۱۳۹۹). تبیین عوامل مؤثر بر پذیرش مربی‌گری الکترونیکی با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی)، مطالعات مدیریت دولتی ایران، ۳ (۱)، ۱۵۵-۱۷۸.

رجبی، ف.، خداپرست، ی.، رضایی، ص.، نریمانی، س. و سروش، س. (۱۳۹۹). گزارش آثار شیوع ویروس کرونا بر کسب و کار و رفاه خانوارها، سیاست‌های حمایتی در ایران و جهان، گزارش شماره ۷ منتشر شده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در تیرماه ۱۳۹۹.

زراعت کیش، ی. و محمدی، ا. (۱۳۹۴). عوامل موثر بر تولید و اشتغال‌زایی تعاونی‌های زودبازده در بخش کشاورزی استان کهگیلویه و بویر احمد، تعاون و کشاورزی، ۵ (۱۷)، ۱۰۱-۱۲۳.

سلیمی زاویه، ق. (۱۳۹۹). استراتژیهای پاسخ به بحران در زمان بحران (کووید ۱۹) در بخش تولید و صنعت، فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۸ (۳۹)، ۶۳-۷۶.

صائب‌نیا، س. و کریمی، ف. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر بیماری کرونا (کووید - ۱۹) بر عملکرد کسب‌وکار (مورد مطالعه: کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استان اردبیل)، فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۳ (۲۴)، ۸۳-۹۳.

ظریفیان، ش. و بهادری قزلجه، م. (۱۳۹۳). تحلیل عملکرد شرکتهای تعاونی تولید روستایی خودگردان استان همدان بر اساس الگوی SWOT، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۵ (۱)، ۱۶۳-۱۷۴.

گودرزی، ز.، خسروی‌پور، ب.، برادران، م.، غنیان، م. و منفرد، ن. (۱۳۹۵). نگرش مدیران تعاونی‌ها در زمینه نقش عوامل آموزشی و ابتکار و نوآوری شغلی در کارآفرینی و موفقیت تعاونیهای کشاورزی، تعاون و کشاورزی (تعاون)، ۵ (۱۷).

لطیفیان، ا. (۱۳۸۵). بررسی عملکرد شرکتهای تعاونی کشاورزی استان خراسان بزرگ، دو ماهنامه علمی-پژوهشی دانشگاه شاهد، ۱۳ (۲۰)، ۶۱-۸۴.

منتی، ح. (۱۳۹۹). بررسی اثرات ویروس کرونا - کووید ۱۹ بر اقتصاد جهانی، ارزیابی تاثیرات اجتماعی، ۱ (۲).

مرادی، م. و مرادی آورزمان، ش. (۱۳۹۴). شناسایی و مقایسه عوامل موثر بر اشتغال پایدار شرکت‌های تعاونی و خصوصی در شهرستان نهاوند، فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۴ (۱۶)، ۲۱-۵۵.

مهرگان، م.ر. (۱۳۹۴). مدل‌های تصمیم‌گیری با اهداف چندگانه، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

میرفردی، ا.، احمدی، س.، صادق‌نیا، آ. و رستمی، م. (۱۳۹۴). نقش سرمایه فرهنگی در عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی و صنعتی شهرستان بویراحمد، فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۴ (۱۴)، ۱۲۷-۱۴۳.

میرفردی، ا.، احمدی، س. و رستمی، م. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی و صنعتی شهرستان بویر احمد، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۸ (۴)، ۵۲-۳۱.

یعقوبیان، ش.، جمشیدی نوید، ب.، قنبری، م. و نادمی، آ. (۱۳۹۹). ارائه مدل ارزیابی عملکرد شرکت‌ها، تحت تأثیر ابزارهای مدیریت هزینه و بودجه‌بندی با تأکید بر رویکرد اقتضایی، چشم انداز مدیریت دولتی.

Abualoush, S., Masa' deh, R., Bataineh, K., & Alrowwad, A. (2018). The role of knowledge management process and intellectual capital as intermediary variables between knowledge management infrastructure and organization performance. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 13, 279-309.

Anh, D. L. T., & Gan, C. (2020). The impact of the COVID-19 lockdown on stock market performance: evidence from Vietnam. *Journal of Economic Studies*. doi.org/10.1108/JES-06-2020-0312.

Baldwin, R., & DiMauro, B. W. (2020). Economics in the time of COVID-19: A new eBook. VOX CEPR Policy Portal .

Chen, D.-N., & Liang, T.-P. (2011). Knowledge evolution strategies and organizational performance: A strategic fit analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(1), 75-84 . .

Craven, M., Liu, L., Mysore, M., & Wilson, M. (2020). COVID-19: Briefing note, March 16, 2020. McKinsey & Company, 2 .

Dai, R., Hu, J., & Zhang, X. (2020). The Impact of Coronavirus on China's SMEs: Findings from the Enterprise.

Deller, S., Hoyt, A., Hueth, B., & Sundaram-Stukel, R. (2009). Research on the economic impact of cooperatives. University of Wisconsin Center for Cooperatives, 231, 232-233 .

Duda, J., Wolak-Tuzimek, A., & Wójtowicz, Ł. (2021). Competition Instruments Applied by Large Enterprises during the Crisis Triggered by the COVID-19 Pandemic. *European Research Studies*, 24(2), 139-151.

Elliott, G., Day, M., & Lichtenstein, S. (2019). Strategic planning activity, middle manager divergent thinking, external stakeholder salience, and organizational performance: a study of English and Welsh police forces. *Public Management Review*, 1-22 .

- Gavrea, C., Ilies, L., & Stegorean, R. (2011). Determinants of organizational performance: The case of Romania. *Management & Marketing*, 6 (۲)
- Harjoto, M. A., Rossi, F., & Paglia, J. K. (2021). COVID-19: Stock market reactions to the shock and the stimulus. *Applied Economics Letters*, 28(10), 795-801.
- Hasanat, M. W., Hoque, A., Shikha, F. A., Anwar, M., Hamid, A. B. A., & Tat, H. H. (2020). The Impact of Coronavirus (Covid-19) on E-Business in Malaysia. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 85-90.
- ILO. (2014). Cooperatives and the sustainable development goals. A contribution to the post-2015 Development Debate. A Policy Brief. Cooperatives Unit Enterprises Department 4 route des Morillons .
- Johnson, A. F., Rauhaus, B. M., & Webb-Farley, K. (2020). The COVID-19 pandemic: a challenge for US nonprofits' financial stability. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*. doi:10.1108/JPBAFM-06-2020-0076.
- Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 crisis and sustainability in the hospitality industry. *International journal of contemporary hospitality management*.
- Kabadayi, S., O'Connor, G. E., & Tuzovic, S. (2020). The impact of coronavirus on service ecosystems as service mega-disruptions. *Journal of Services Marketing*. doi.org/10.1108/JSM-03-2020-0090.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P . (2001). *Strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new business environment*/Robert S. Kaplan, David P: Norton.–Boston: Harvard Business School Press.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). *Balanced scorecard*. In *Das Summa Summarum des Management* (pp. 137-148): Springer.
- Liew, V. K. S. (2020). The effect of novel coronavirus pandemic on tourism share prices. *Journal of Tourism Futures*. doi.org/10.1108/JTF-03-2020-0045.
- Magretta, J. (2011). *Understanding Michael Porter: The essential guide to competition and strategy*. Harvard business press.
- Mirghafouri, H., & Mirhosseini, M. (2013). An Effective Framework to Distinguish and Introduce Superior Cooperatives, using Integrated BSC Approach and DEA in Yazd Province. *Journal of Management and Development Process*, 26(3), 3-20. Retrieved from <http://jmdp.ir/article-1-1821-fa.html>.
- Monteleone, S., & Reito, F. (2018). Cooperative firms in hard times. *Small Business Economics*, 51(1), 171-179.

- Nagel, L. (2020). The influence of the COVID-19 pandemic on the digital transformation of work. *International Journal of Sociology and Social Policy*. doi.org/10.1108/IJSSP-07-2020-0323.
- Onder, G., Rezza, G., & Brusaferro, S. (2020). Case-fatality rate and characteristics of patients dying in relation to COVID-19 in Italy. *Jama*, 323(18), 1775-1776 . doi:10.1001/jama.2020.4683.
- Palouj, M., Lavaei Adaryani, R., Alambeigi, A., Movarej, M., & Safi Sis, Y. (2021). Surveying the impact of the coronavirus (COVID-19) on the poultry supply chain: A mixed methods study. *Food Control*, 126, 108084.
- Prah, D., & Sibiri, H. (2020). The resilience of African migrant entrepreneurs in China under COVID-19. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. doi.org/10.1108/JEEE-05-2020-0111.
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163.
- Rodriguez, j., & College, A. (2010). Smallholders agricultural cooperatives and rural development in Colombia. *Becario colfutro*. 62-61 .
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018.

## The Impact of Coronavirus on Cooperatives Performance in Bushehr Province

*E. Rajabpour<sup>1\*</sup>, M. Dehghan<sup>2</sup>, M. Parvizi<sup>3</sup>*

Received: 19 Apr 2021

Accepted: 21 Sep 2021

### Abstract

The present era is intertwined with crises; One of these crises is the outbreak and pandemic of the Corona Virus, which has affected the performance of all organizations and in many cases has led to the destruction of organization's existence. Bushehr cooperatives are not excepted to this rule and have been faced problems by the outbreak of the Corona Virus. Therefore, the purpose of this study is to investigate the impact of Corona Virus pandemic on cooperatives performance in Bushehr province. The statistical population of the present study consists of the experts from the General Department of Cooperatives, Labor and Welfare of Bushehr Province. The present research is applied in terms of purpose and descriptive-survey type and it has a deductive approach. The research was conducted in two stages; Thus, in the first stage, using scientific sources and reviewing the relevant theoretical foundations, indicators affecting the performance of cooperatives were extracted, and then by forming a focus group and consulting experts, the final indicators were selected by fuzzy method. In the second stage, using the AHP technique, the dimensions and indicators affecting the performance of cooperatives in Bushehr province were weighted and ranked. Findings of the research in the first stage indicated that from the identified indicators of the review of theoretical foundations, 26 indices have higher weight and importance for entering the second stage of research. The research results revealed that from four perspectives of organizational performance; The customer perspective ranks first with a weight score of 0.336 in the context of the Corona Virus outbreak, followed by financial perspectives, internal processes, and growth and learning. Focusing on customers and their desired values enables the organization to gain a valuable source of competitive advantage.

**Key words:** Crisis, Corona Virus, Organizational performance, Cooperatives.

---

1. Assistant Professor, Business Management, Faculty of Business and Economics, Persian Gulf University, Bushehr, Iran.

\*Corresponding Author

maryomidi@gmail.com

2. Master Student of Strategic Management, Department of Business Administration, Faculty of Business and Economics, Persian Gulf University, Bushehr, Iran

3. IndvCo-operative Director of Cooperative Office, Labor and Social Welfare of Bushehr Province