

تعاون و کشاورزی، سال دوم، شماره ۶، تابستان ۱۳۹۲

بررسی و تعیین موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری شهرستان خداآبند

غلامرضا مجردی^۱، زینب شاهقلیان^۲، جعفر یعقوبی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۳/۱۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خداآبند انجام شده است. در این مطالعه از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شده و ابزار گردآوری داده‌های تحقیق نیز پرسشنامه بوده است. برای سنجش روایی پرسشنامه از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان دانشگاهی و برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را ۲۲۰ نفر از اعضای تعاونیهای دامپروری شهرستان خداآبند تشکیل دادند که از میان آنها تعداد ۱۴۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای پاسخگویی به سؤالات انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق نشان داد که ۱۹ عامل مرتبط با عدم موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خداآبند را می‌توان به ۴ دسته کلی تقسیم کرد. ارزیابی میزان اهمیت این عوامل از دیدگاه پاسخگویان نشان داد که ۶ عامل اهمیت خیلی زیاد، ۹ عامل اهمیت زیاد و فقط ۴ عامل اهمیت متوسط یا کم دارند. روش تحلیل عاملی نیز این ۱۹ عامل را در قالب ۵ دسته کلی تحت عنوان عوامل بازاریابی، اقتصادی، مدیریتی، سازمانی و اجتماعی طبقه‌بندی کرد. این عوامل در مجموع توانستند ۶۹/۲۴ درصد از کل واریانس مربوط به موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری را در حوزه جغرافیایی تحقیق تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی:

تعاونیهای دامپروری، موانع موفقیت، شهرستان خداآبند

۱. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان (نویسنده مسئول)

e-mail: gh.r.mojarradi@znu.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان

۳. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان

مقدمه

با افزایش رشد جمعیت جهان با نرخ ۱/۶ تا ۱/۷ درصد، سالانه بیش از ۹۰ میلیون نفر بر مصرف کنندگان محصولات کشاورزی افزوده می‌شود. در ایران نیز افزایش رشد جمعیت و به تبع آن، افزایش مصرف فراورده‌های غذایی و نیازی که انسان به پروتئین حیوانی، به پایه و اساس طراحی و اجرای برنامه‌هایی راهبردی تبدیل شده و لزوم خودکفایی و عدم وابستگی به واردات مواد غذایی را چند برابر کرده است (شریفی و همکاران، ۱۳۸۸). از این رو توجه به بخش کشاورزی در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها دو چندان شده و صنعت دام و طیور به عنوان یکی از مهمترین زیر بخش‌های کشاورزی و تأمین کننده اساسی‌ترین مواد غذایی پروتئینی و لبنی در سطح کشور از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده و پس از صنعت نفت بیشترین سرمایه را به خود جذب کرده است. همچنین ارزش افزوده و اشتغال‌زایی بالای این صنعت مبین اهمیت و نقش آن در اقتصاد ملی است (امینی و همکاران، ۱۳۸۷). از طرفی، بررسی‌ها نشان می‌دهد بخش تعاون با حداقل امکانات توانسته است سهم قابل قبولی از تولیدات دام و طیور در سطح کشور را به خود اختصاص دهد به طوری که شرکتهای تعاونی در حال حاضر ۱۷ درصد گوشت مرغ، ۹ درصد تخم مرغ، ۱۶ درصد گوشت قرمز و ۵ درصد شیر کشور را تولید می‌کنند (وزارت تعاون، ۱۳۸۳)؛ اما به تناسب برنامه‌های پیش‌بینی شده، حمایت‌های قانونی لازم و سرمایه‌گذاری‌های کافی صورت نگرفته است و تعاونی‌های دامپروری در دستیابی به اهداف اولیه خویش با مشکلات فراوانی دست به گریبان می‌باشند که باعث ناکارایی و توسعه آنها شده است (وحید زاده، ۱۳۸۳؛ سعدی، ۱۳۸۶؛ حضرتی و همکاران، ۱۳۸۹). از این رو ابتدا باید در جهت شناخت و تعریف موفقیت و سپس شناسایی و تعیین موانع موفقیت تعاونیها و برطرف کردن آنها گام برداشت. پژوهش حاضر نیز با چنین نگاهی موضوع را بررسی کرده است.

در یک نگاه کلی، کسب موفقیت در طول تاریخ همواره مورد توجه انسان بوده و او با روشهای مختلف می‌خواسته به این آرزوی دیرین خود دست یابد (پیترز و واترمن، ۱۳۸۰: ۴۲).

با این حال، موفقیت را باید در دو حوزه فردی و سازمانی مورد بحث قرار داد. در حوزه فردی، شخص به تنهایی و بدون در نظر گرفتن عوامل بیرونی به برتری‌هایی می‌رسد، اما در حوزه سازمانی، موفقیت در سایه تلاش فرد و اطرافیانش حاصل می‌شود (نجابت، ۱۳۸۴). تعاونی نیز به عنوان یک شکل سازمانی، مرکب از اعضای است که موفقیت آن به تلاش و مساعدت جمعی اعضا نیاز دارد و در صورتی که این فعالیتها انسجام و هماهنگی کافی نداشته باشد، عدم موفقیت و ناکامی تعاونی را به دنبال خواهد داشت. از این رو گلشنی (۱۳۸۹) بر وجود دو عنصر خلاقیت و نوآوری در موفقیت سازمانی تأکید می‌نماید. در واقع موفقیت یک سازمان تحقق هدفها و خواسته‌هایی است که جامعه از آن انتظار دارد تا بهتر بتواند نقش خود را در طراحی کلان آن جامعه ایفا کند و به نیاز محیط خود پاسخ دهد (فرحبد، ۱۳۸۲). البته بر اساس ادبیات مرتبط با تحقیق، موفقیت تعاونیها علاوه بر تلاش و مساعدت اعضا به فراهم بودن بستر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مناسبی نیز نیاز دارد که توجه به این عوامل بسیار لازم و ضروری است.

با توجه به اینکه یکی از شروط پیشرفت تعاونیهای دامپروری اطلاع از موانع موفقیت چنین تشکلهایی است، لذا شناسایی موانع موفقیت تعاونیها را باید یک ضرورت تلقی کرد و برای بررسی و تعیین دقیق این عوامل تلاشهایی را آغاز کرد؛ زیرا توسعه و به‌ویژه توسعه کشاورزی‌نیازمند چنین اقداماتی است. در واقع با انجام دادن این پژوهش می‌توان به برنامه‌ریزان کمک کرد تا در برنامه‌های تعاون با دید وسیعتری مسیر موفقیت تعاونیها را هموار کنند. با این وصف، پژوهش حاضر صرفاً با هدف بررسی و تعیین موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خداآبند به انجام رسید.

پیشینه تحقیق

سعدی (۱۳۸۶) محدودیت سرمایه، بی‌توجهی به اصول تعاون و روزمرگی را از مهمترین نقاط ضعف تعاونیها برشمرده و فقدان برنامه جامع و بلندمدت، نامشخص بودن

جایگاه حقوقی، اختلاف با مؤسسات دولتی و نبود مرجعی برای حل آنها را از مهمترین تهدیدات پیش روی تعاونیها ذکر کرده است.

نتایج پژوهش وحیدزاده (۱۳۸۳) نیز نشان داد که سرمایه گذاری اندک و ضعف بنیه مالی، فقدان مدیریت و تواناییهای تجاری، روابط ضعیف مدیریت و فقدان نظم سازمانی، ناتوانی تعاونی در هماهنگی با سلاقی بازار و بی اعتنائی تعاونی به نوآوری مهمترین علل عدم موفقیت و شکست تعاونی می باشند.

نتایج مطالعه ثمری و رسول زاده (۱۳۸۷) نشان داد که 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 با پیشرفت و موفقیت تعاونیها ارتباط معنی داری دارد، اما نبود چنین شرایط مساعدی تعاونی را با عدم موفقیت روبهرو می کند.

نتایج تحقیق بریم نژاد (۱۳۸۷) نیز نشان داد که تماس بیشتر دامدار عضو تعاونی با مروج و شرکت در کلاسهای آموزشی و ترویجی تأثیر مثبت و معنی داری در موفقیت تعاونی دارد، اما عدم ارتباط با مروج و نیز شرکت نکردن در کلاسهای پرواربنندی، موفقیت فرد و تعاونی را کاهش می دهد.

عنبری (۱۳۸۰) در کتاب «مدیریت تعاونیهای کشاورزی» عوامل مختلفی را مورد بحث و بررسی قرار داد که بی توجهی به آنها شکست و ناکامی تعاونیها را به همراه می آورد و لذا پایبندی به اصول تعاونی رمز بقا و پیشرفت تعاونیها را تشکیل می دهد.

حضرتی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مواردی همچون افزایش کمی تعداد تعاونیها بدون توجه به تعداد اعضا و وضعیت کیفی آنها، مشکل دیوانسالاری و ارائه وثیقه در ادارات مربوط جهت دریافت اعتبارات، برداشت نادرست اعضا از تعاونی و انتظارات نابه جا از سازمانهای مربوط، ناتوانایی برخی تعاونیها در بازپرداخت اعتبارات، رعایت

نکردن اصول و قوانین تعاونی به علت نبود جدیت و ضعف آموزش و وجود اختلاف سلیقه در بین اعضا مهمترین موانع موفقیت تعاونیها را تشکیل می‌دهند.

بر اساس نتایج تحقیق معصومی (۱۳۶۷)، بیسوادی، ناآگاهی اعضا از فلسفه و اصول تعاون و نوسان قیمت، موفقیت تعاونیهای تولیدی را تهدید می‌کند. از کیا (۱۳۷۴) نیز علل عدم موفقیت تعاونیهای روستایی را سیاستهای اعتباری نادرست، بی‌توجهی به بازاریابی و بیمه محصولات کشاورزی، عدم توجه به آموزش و ترویج کشاورزی، واگذاری وظایف غیرمرتبط به تعاونیها، سیاست نادرست دولت در تشکیل تعاونیها و فقر مالی اعضا می‌داند.

وحید زاده (۱۳۸۳) با استناد به مطالعات دیگر، معتقد است علل شکست اکثر تعاونیها ضعف مدیریت، فقدان نظم سازمانی، پایین بودن تحصیلات مدیران صف و ستاد، فقدان آموزش و ضعف بنیه مالی است.

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش بذرافشان و شاهین (۱۳۸۹: ۱ تا ۱۹)، آگاهی محدود اعضا از اصول و فلسفه شکل‌گیری تعاونی، گرایش تعاونی به ارائه خدمات، ضعف آموزش اعضا، محدودیت سرمایه، گرایش تعاونی به دولت، اعتماد محدود اعضا به تعاونی، عدم همکاری و قبول مسئولیت اعضا، بی‌توجهی به بازاریابی محصولات کشاورزی و نبود قوانین مشخص در مورد تعاونی، مهمترین آسیبهایی هستند که موفقیت تعاونیها را تهدید می‌کنند.

رجایی و همکاران (Rajaei et al., 2011) در مطالعه خود، نبود پشتیبانی مالی و معافتهای مالیاتی، عدم اصلاح قوانین بانکی و مقررات برای تنظیم بازار با شرایط کارآفرینان و عدم آماده سازی سند ملی کارآفرینی توسعه را مهمترین موانع تقویت کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی ذکر کردند.

بنتوراکي (Benturaki, 2000: 234-340) سیاستهای مداخله‌گرانه دولت، تخلف از اصول اساسی تعاون، قوانین غیربیشرفته تعاونی، نبود استقلال و عدم توانمندسازی اعضا را از علل عدم موفقیت تعاونیهای روستایی تانزانیا ذکر کرده است.

کارلو و همکارانش (Carlo et al., 2000) عواملی از قبیل روحیه فردگرایی، عدم همکاری اعضا، نبود مسئولیت پذیری در اعضا، ناآگاهی و غفلت اعضا از اصول تعاون و بویان (Bhuyan, 2000) عدم پایبندی اعضا به تعاونی را مانع اصلی موفقیت تعاونیها ذکر کرده‌اند.

شوفنگ و اپدایل (Shufang & Apedaile, 2007) موانع موفقیت تعاونیهای کشاورزی را ضعف مدیریت، روحیه فردگرایی و غفلت از اصول تعاون می‌دانند. سونجا (Sonja, 2008) بی‌توجهی به ارزشها و اصول تعاون را عاملی اساسی در کم‌رنگ شدن نقش شرکتهای تعاونی در حمایت از کارآفرینی اجتماعی، ترویج شیوه‌های کسب و کار اخلاقی و عمل کردن به عنوان یک آزمایشگاه برای نوآوری‌های اجتماعی می‌داند.

کراب و گراف (Cropp & Graf, 2001) تعاونیهای دامپروری و به‌ویژه تعاونیهای لبنی را اولین تعاونیهای کشاورزی سازمان‌یافته در ایالات متحده آمریکا می‌دانند که به نمایندگی از کشاورزان نقش بسیار مهمی در تهیه و پردازش اطلاعات و بازاریابی شیر و فراورده‌های لبنی در دو سطح ایالتی و ملی بر عهده دارند؛ نقشی که در کشورهای دیگر بسیار مورد غفلت قرار گرفته و موفقیت تعاونیها را با خطر جدی مواجه کرده است.

نتایج مطالعه برنارد و اسپیلمن (Bernard & Spielman, 2009) نشان داد که سازمانهای تولید کننده روستایی بدون حمایت از کشاورزان خرده‌پا و بدون ارائه خدمات بازاریابی در قالب رویکرد غیرمتمرکز و از پایین به بالا با استفاده از تعاونیهای کشاورزان نمی‌توانند در جهت بهبود وضعیت فقرای روستایی مؤثر باشند.

روش تحقیق

این پژوهش از جنبه، هدف کاربردی و از جنبه جمع‌آوری اطلاعات، از نوع تحقیقات توصیفی بوده که به روش پیمایشی در بین اعضای تعاونیهای دامپروری شهرستان خداآبند انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را ۲۲۰ نفر در قالب ۱۱ تعاونی دامپروری در سطح شهرستان

خدابنده تشکیل داد. روش نمونه گیری، تصادفی ساده بود و حجم نمونه با مراجعه به جدول کرجسی و مورگان، ۱۴۰ نفر محاسبه شد. ابزار جمع آوری اطلاعات این پژوهش، پرسشنامه بود. روایی پرسشنامه با مراجعه به پانلی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت و برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای شاخص موفقیت ۰/۷۸ به دست آمد. ویژگیهای فردی و حرفهای پاسخگویان با ۷ سؤال بسته سنجیده شد. برای سنجش موفقیت از شاخصی با ۱۰ گویه استفاده شد و موانع موفقیت تعاونیها در قالب ۱۹ گویه مورد سنجش قرار گرفت. با استفاده از تحلیل عاملی، ۱۹ عامل در قالب ۵ دسته کلی تقسیم شدند.

نتایج و بحث

بررسی ویژگیهای جمعیت‌شناختی پاسخگویان نشان داد که ۶۶/۴ درصد افراد مورد مطالعه را مردان و ۳۳/۶ درصد آنان را زنان تشکیل دادند. میانگین سنی این افراد نیز ۴۶ سال بود که مستترین فرد ۷۰ سال و جوانترین فرد ۳۰ سال سن داشت. بر اساس یافته‌های به دست آمده، ۶۵/۵ درصد اعضای تعاونیها از شغل دامپروری راضی بودند، در حالی که ۳۴/۵ درصد این افراد از شغل خود رضایت چندانی نداشتند که نتایج تحقیق درویشی نیا و صدیقی (۱۳۸۱) نیز مؤید همین مطلب است. طبق یافته‌ها، از نظر میزان تحصیلات، ۳۰/۷ درصد از پاسخگویان دیپلم و بالاتر از دیپلم و ۲۱ درصد بیسواد و بقیه افراد دارای تحصیلاتی در حد خواندن و نوشتن تا دیپلم بودند که این نتیجه همسو با نتایج ثمری و رسول زاده (۱۳۸۷)، سعدی (۱۳۸۶) و وحیدزاده (۱۳۸۳) می‌باشد. فقط ۳۴/۴ درصد از پاسخگویان دامپروری را به عنوان شغل اصلی خود انتخاب کردند. تعداد دام اعضای تعاونیها بر حسب واحد دامی^۱ محاسبه

۱. واحد دامی بر اساس تعریف، معادل یک رأس گوسفند در نظر گرفته شده و بر این مبنا سایر دامها به واحد دامی تبدیل شده است. برای مثال یک رأس گاو برابر ۵ واحد دامی می‌باشد.

شد. بر این اساس هر یک از اعضای تعاونیها به طور متوسط دارای ۴۵ واحد دامی بودند. با این حال، بیشترین تعداد پاسخگویان یعنی ۳۸/۳ درصد، به گروهی اختصاص یافت که دارای ۳۰ تا ۶۰ واحد دامی بودند. بررسی فروش محصولات در بین افراد مورد مطالعه نیز نشان داد که ۳۵/۳ درصد اعضای تعاونی محصولات دامی خود را از طریق تعاونی و ۲۹/۵ درصد از آنها، محصولات خود را از طریق واسطه‌ها به فروش می‌رساندند. همچنین ۲۶/۶ درصد اعضای تعاونیها محصولات خود را به طور مستقیم به مصرف کننده می‌فروختند.

میزان موفقیت تعاونیها در این پژوهش با استفاده از یک شاخص شامل ۱۰ گویه، بر اساس هیچ (۱)، خیلی کم (۱/۰۱ تا ۲)، کم (۲/۰۱ تا ۳)، متوسط (۳/۰۱ تا ۴)، زیاد (۴/۰۱ تا ۵) و خیلی زیاد (۵/۰۱ تا ۶) مورد سنجش قرار گرفت. قضاوت پاسخگویان در باره میزان موفقیت تعاونیها با در نظر گرفتن گویه‌های تشکیل دهنده این شاخص، به گونه‌ای بود که آنها به سه گویه دامپروری، ارائه خدمات آموزشی و بازاریابی محصولات تولیدی نمره متوسط و به گویه‌های دیگر این شاخص از جمله پیگیری امور وام و دریافت اعتبار، ایجاد فروشگاه جهت عرضه مستقیم محصولات، ارائه خدمات بهداشتی - دامپزشکی، تهیه و توزیع علوفه و خوراک دام، تهیه امکانات و تجهیزات پیشرفته و تهیه و توزیع نهاده‌ها نمره کم دادند. بر این مبنای پاسخگویان میزان موفقیت تعاونیهای دامپروری شهرستان خدابنده را در حد کم یعنی ۲/۶۷ از ۶ ارزیابی کردند که نشاندهنده عملکرد و موفقیت نسبتاً ضعیف تعاونیهای دامپروری در این شهرستان است.

طبقه‌بندی موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری

برای طبقه‌بندی موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خدابنده از دو روش مختلف استفاده شد. در روش اول از مقدار میانگین رتبه‌ای اکتسابی هر گویه استفاده گردید که در این روش موانع موفقیت تعاونیها در ۴ طبقه قرار گرفت، اما در روش دوم با استفاده از تحلیل عاملی، موانع موفقیت تعاونیها در ۵ دسته طبقه بندی شد.

طبقه‌بندی موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری با استفاده از روش میانگین

به منظور تعیین میزان اهمیت و اولویت‌بندی هر یک از متغیرهای بازدارنده موفقیت تعاونیهای دامپروری از دیدگاه پاسخگویان، از میانگین و ضریب تغییرات استفاده شد، اما از آنجا که هیچ یک از متغیرهای مورد مطالعه دارای میانگین رتبه‌ای یکسانی نبودند، در عمل فقط میانگین رتبه‌ای هر گویه مورد استفاده قرار گرفت. همان‌طور که داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد، موانع موفقیت تعاونی را می‌توان بر اساس مقدار میانگین در ۴ دسته کلی یعنی موانع دارای اهمیت خیلی زیاد، زیاد، متوسط و کم طبقه‌بندی کرد. به این ترتیب در دسته اول ۶ مانع قرار گرفت که از دیدگاه پاسخگویان هر یک از این موانع تا حد زیادی می‌توانست منجر به عدم موفقیت تعاونی شود. مقدار میانگین اکتسابی این دسته حداکثر ۵/۵۱ و حداقل ۵/۰۹ از ۶ بود. این موانع شامل بالا بودن میزان کارمزد بانکی در زمینه تسهیلات دریافتی، محدود بودن طول دوره بازپرداخت وامهای بانکی، قطع یارانه‌های دولتی، مشکل تأمین وثیقه بانکی جهت اخذ وام، کمبود نیروی متخصص و نوسانات شدید قیمت نهاده‌ها بود (جدول ۱).

در دسته دوم ۹ مانع قرار گرفت. میزان اهمیت این موانع در موفقیت تعاونی در حد زیاد برآورد شد. این موانع حداکثر دارای میانگین ۴/۸۴ و حداقل ۴/۲۵ از ۶ بودند که مواردی همچون توزیع نامناسب و بدون برنامه خوراک دام، شیوه‌های سنتی تولید، تجربه کم اعضا، آشنایی کم اعضا با نیاز و علاقه مصرف کنندگان، شرکت کم اعضا در کلاسهای آموزشی-ترویجی، میزان کم سواد اعضا، ضعف بنیه مالی اعضا و نقدینگی کم تعاونی جهت خرید نهاده‌ها را در بر می‌گرفت (جدول ۱).

سومین دسته از موانع از اهمیت متوسطی برخوردار بودند و فقط دو متغیر دوری از بازارهای مصرف و اعتماد کم به مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره را شامل می‌شد که مقدار میانگین آنها به ترتیب برابر ۳/۲۳ و ۳/۲۰ از ۶ بود. دسته چهارم نیز نشان‌دهنده کم اهمیت‌ترین موانع در موفقیت تعاونی از دیدگاه پاسخگویان بود که به کمک اندک و ناچیز وزارت تعاون یا سایر سازمانها به تعاونی و حمایت کم دولت از تعاونی مربوط می‌شد (جدول ۱).

جدول ۱. اولویت بندی موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری از دیدگاه پاسخگویان (n=۱۴۰)

| موانع موفقیت | میانگین* | انحراف معیار | ضریب تغییرات | رتبه |
|---|----------|--------------|--------------|------|
| بالا بودن کارمزد بانکی در زمینه تسهیلات دریافتی | ۵/۵۱ | ۰/۵۰ | ۰/۰۹ | ۱ |
| محدود بودن طول دوره بازپرداخت وام | ۵/۴۳ | ۰/۵۶ | ۰/۱۰ | ۲ |
| قطع یارانه‌های دولتی | ۵/۳۳ | ۰/۸۴ | ۰/۱۶ | ۳ |
| مشکل تأمین وثیقه بانکی جهت اخذ وام | ۵/۳۲ | ۰/۷۱ | ۰/۱۳ | ۴ |
| کمبود نیروی متخصص | ۵/۱۷ | ۰/۸۴ | ۰/۱۶ | ۵ |
| نوسانات شدید قیمت نهاده‌ها | ۵/۰۹ | ۰/۹۱ | ۰/۱۸ | ۶ |
| حضور دلالتان | ۴/۸۴ | ۱/۰۸ | ۰/۲۲ | ۷ |
| توزیع نامناسب خوراک دام | ۴/۸۱ | ۰/۹۲ | ۰/۱۹ | ۸ |
| اعمال شیوه‌های سنتی تولید در دامداری | ۴/۷۷ | ۰/۸۶ | ۰/۱۸ | ۹ |
| تجربه کم اعضا در انجام فعالیتها | ۴/۷۳ | ۰/۹۱ | ۰/۱۹ | ۱۰ |
| آشنایی کم اعضا با نیاز مصرف کنندگان | ۴/۴۵ | ۰/۸۶ | ۰/۱۹ | ۱۱ |
| شرکت کم اعضا در کلاسهای آموزشی | ۴/۴۴ | ۰/۸۶ | ۰/۱۹ | ۱۲ |
| ضعف سواد اعضا | ۴/۳۴ | ۱/۰۶ | ۰/۲۴ | ۱۳ |
| ضعف بنیه مالی اعضا | ۴/۲۹ | ۱/۱۵ | ۰/۲۷ | ۱۴ |
| کمبود نقدینگی تعاونی جهت خرید نهاده‌ها | ۴/۲۵ | ۱/۰۳ | ۰/۲۴ | ۱۵ |
| دوری از بازارهای مصرف | ۳/۲۳ | ۱/۴۲ | ۰/۳۴ | ۱۶ |
| اعتماد کم به مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره | ۳/۲۰ | ۱/۲۵ | ۰/۳۹ | ۱۷ |
| کمک کم وزارت تعاون یا سایر سازمانها به حل مشکلات تعاونی | ۲/۷۲ | ۱/۰۶ | ۰/۳۹ | ۱۸ |
| حمایت کم دولت از تعاونی | ۲/۵۶ | ۱/۱۳ | ۰/۴۴ | ۱۹ |

مأخذ: یافته‌های تحقیق *: ۲/۰۱ تا ۳ = کم، ۳/۰۱ تا ۴ = متوسط، ۴/۰۱ تا ۵ = زیاد، ۵/۰۱ تا ۶ = خیلی زیاد

طبقه‌بندی موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری با استفاده از روش تحلیل عاملی

به منظور دسته‌بندی کلی موانع موفقیت و تعیین سهم هر یک از این عوامل در بازدارندگی موفقیت تعاونیهای دامپروری، از روش تحلیل عاملی اکتشافی^۱ به عنوان روش تحلیل چند متغیره و روش هم‌وابسته استفاده شد. برای اطمینان از مناسب بودن این روش برای دسته‌بندی متغیرها، از آزمون KMO و آزمون بارتلت استفاده گردید (شهبازی و علی بیگی، ۱۳۸۵؛ هومن و عسگری، ۱۳۸۴؛ کلاتری، ۱۳۸۲). مقدار KMO برابر با ۰/۵ و مقدار آماره بارتلت معادل ۲۴۸/۸۶ برآورد شد که در سطح ۱٪ نیز معنی دار بود. بنابراین، انسجام درونی داده‌ها در حد متوسط برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی مناسب تشخیص داده شد. در بین عوامل مورد بررسی، ۵ عامل دارای مقدار ویژه بالاتر از ۱ بودند و این عوامل در مجموع توانستند ۶۹/۲۴ درصد از کل واریانس موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری را تبیین نمایند.

جدول ۲. عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی

واریانس آنها

| عاملها | مقدار ویژه | درصد واریانس تبیین شده | درصد تجمعی واریانس تبیین شده |
|--------|------------|------------------------|------------------------------|
| ۱ | ۱/۷۱ | ۱۵/۵۶ | ۱۵/۵۶ |
| ۲ | ۱/۶۱ | ۱۴/۶۴ | ۳۰/۲۱ |
| ۳ | ۱/۵۱ | ۱۳/۷۳ | ۴۳/۹۴ |
| ۴ | ۱/۵۰ | ۱۳/۷ | ۵۷/۶۴ |
| ۵ | ۱/۲۷ | ۱۱/۵۹ | ۶۹/۲۴ |

مأخذ: یافته‌های تحقیق

برای چرخش عاملی از روش واریماکس استفاده گردید. بعد از مرحله چرخش، متغیرهای مربوط به هر عامل، به صورت ستونی مشخص و سپس نسبت به نامگذاری عوامل به دست آمده از تحلیل عاملی اقدام شد. در جدول ۳ هر یک از عوامل و متغیرهای مربوط به آن

1. R- Type Factor Analysis

به همراه بار عاملی و گویه‌های پوشاننده آنها آورده شده است. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که عامل بازاریابی ۱۵/۵۶ درصد واریانس را با مقدار ویژه ۱/۷۱ به خود اختصاص داده و عامل اول موانع موفقیت تعاونیها در بخش دامپروری بوده است که این نتیجه با نتایج تحقیقات بذرافشان و شاهین (۱۳۸۹) و ازکیا (۱۳۷۴) همسوست. همچنین نتایج نشان داد که عوامل اقتصادی، مدیریتی، سازمانی و اجتماعی به ترتیب با اختصاص مقادیر ۱۴/۶۴، ۱۳/۷۳، ۱۳/۷ و ۱۱/۵۹ درصد از واریانس به خود، عوامل بعدی را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳. متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل بازدارنده و میزان بار عاملی به دست آمده از

ماتریس دوران یافته

| نام عامل | متغیر | بار عاملی |
|-----------|---|-----------|
| | ضعف بنیه مالی اعضا | ۰/۸۶۱ |
| بازاریابی | دوری از بازارهای مصرف | ۰/۷۹۲ |
| | نوسانات شدید قیمت نهاده ها | ۰/۵۷۳ |
| اقتصادی | محدود بودن طول دوره بازپرداخت وامهای بانکی | ۰/۸۶ |
| | بالا بودن میزان کارمزد بانکی در زمینه تسهیلات دریافتی | ۰/۸۳۴ |
| مدیریتی | قطع یارانه‌های دولتی | ۰/۷۹۸ |
| | توزیع نامناسب و بدون برنامه خوراک دام | ۰/۷۷۳ |
| سازمانی | مشکل تأمین وثیقه بانکی | ۰/۸۰۰ |
| | اعمال شیوه‌های سنتی تولید در دامداریها | ۰/۷۸۳ |
| اجتماعی | حضور دلالتان | ۰/۸۰۰ |
| | کمبود نیروی متخصص | -۰/۶۵۲ |

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

بررسی رضایت شغلی اعضای تعاونیهای دامپروری در شهرستان خداآبند نشان داد که ۳۴/۵ درصد پاسخگویان به دلایل مختلفی از شغل دامپروری ناراضی می‌باشند، لذا پیشنهاد می‌شود روحیه کار جمعی در بین اعضای تعاونیها تقویت شود و با ارائه تسهیلات مناسب و

خدمات حمایتی، این افراد به استمرار فعالیت خود در پرورش دام و تأمین گوشت مورد نیاز جامعه تشویق شوند.

بررسی وضعیت سواد پاسخگویان نیز نشان داد که اکثریت این افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی بوده و در این بین تنها ۳۰/۷ درصد مدرک بالاتر از دیپلم داشته‌اند. این امر باعث شده بود آنها به اطلاعات و دانش روز و نیز روشهای نوین در فعالیتهای دامپروری آگاهی کامل نداشته باشند و بیشتر براساس تجارب خود و به روش سنتی، فعالیت دامپروری را انجام دهند. طبق این نتیجه، پیشنهاد می‌شود اطلاع‌رسانی در زمینه برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با تعاونیها تقویت شود و رسانه‌های گروهی در این زمینه همکاری هرچه بیشتری را انجام دهند. همچنین برای برگزاری کلاسهای آموزشی در جهت اثرگذاری بیشتر آموزشها، برنامه آموزشی دستگاه‌های متولی با یکدیگر هماهنگ شوند تا بتوانند نیازهای آموزشی شرکتهای تعاونی دامپروری را برطرف نمایند. در این خصوص دولت نیز با حمایت از برنامه‌های آموزشی و کمک به اعضای تعاونیها می‌تواند به آگاه شدن آنها از ظرفیتهای و تواناییهای خود و دادن فرصتی به آنها برای افزایش توانمندیهای خویش نقش مؤثری داشته باشد.

بررسی موانع موفقیت تعاونیها نشان داد که عامل بازاریابی مهمترین عامل بازدارنده موفقیت تعاونیهاست. نتایج پژوهش بریم نژاد (۱۳۸۷) و مباحث مطرح شده توسط عنبری (۱۳۸۰) نیز این یافته را تأیید می‌کند. بنابراین، با توجه به تأثیر خدمات بازاریابی در تقویت فعالیت شرکتهای دامپروری، پیشنهاد می‌گردد این شرکتها در راستای فعالیتهای بازاریابی و بازاریارسانی محصولات اقدام به ایجاد انبار، سردخانه و صنایع تبدیلی محصولات تولیدی کنند و با کوتاه کردن دست دلالان و واسطه‌ها، نقش اصلی تأمین نهاده‌های مورد نیاز و همچنین خرید و فروش محصولات تولیدی را به خود تعاونیها واگذار نمایند تا با ایجاد زنجیره تولید تا مصرف سود بیشتری به اعضای تعاونیای دامپروری در سطح شهرستان خدابنده اختصاص و میزان رضایت آنها از شغل دامپروری افزایش یابد.

بر اساس نتایج تحقیق، کارمزد بالای تسهیلات پرداختی بانکی، یکی از موانع موفقیت تعاونیهای دامپروری است که این یافته با نتایج حاصل از پژوهش ثمری و همکاران (۱۳۸۷) انطباق دارد. از سویی، با توجه به محدود بودن طول دوره بازپرداخت وامهای بانکی و قطع یارانههای دولتی، پیشنهاد می شود با کم کردن درصد بهره بانکی شرایطی فراهم شود تا اعضای تعاونیهای دامپروری بتوانند راحت تر از تسهیلات بانکی استفاده کنند و نهادهای مالی و اعتباری نیز به تأمین و تقویت سرمایه و یافتن ساز و کارهای مناسب برای جذب منابع سرمایه‌ای به نفع تعاونیهای مذکور کمک کنند.

مشکل تأمین وثیقه بانکی جهت اخذ وام از دیگر موانعی بوده است که پاسخگویان در این تحقیق بر آن تأکید داشتند. این یافته نیز با نتایج حضرتی و همکاران (۱۳۸۹) همسوست. بر این اساس پیشنهاد می شود تدابیری اندیشیده شود تا مراحل اداری پرداخت وامها کوتاه شود و شرط وثیقه و یا ارزیابی وثیقه تسهیل گردد و این امر به مؤسسات خارج از بانک محول شود. توزیع نامناسب و بدون برنامه خوراک دام از دیگر مشکلات پیش روی تعاونیهای دامپروری شهرستان خدابنده بوده است. در این خصوص نیز پیشنهاد می شود متولیان امر با برنامه‌ریزی مناسب جهت تأمین و تحویل بموقع نهادهای مورد نیاز تعاونیهای دامپروری، مشکل آنها را حل نماید.

منابع

۱. از کیا، م. (۱۳۷۴). جامعه شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی ایران. تهران: انتشارات اطلاعات.
۲. امینی، ا.م.، زینل همدانی، ع. و رضانی، م. (۱۳۸۷). ارزیابی مهم ترین مؤلفه‌های درون سازمانی در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران. مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، سال دوازدهم، شماره ۴۳، صفحات ۲۸۵-۲۹۵.

۳. بذرافشان، ج. و شاهین، ح. (۱۳۸۹). آسیب شناسی تعاونی‌های تولید روستایی در ایران. چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام. ایران. زاهدان.
۴. بریم نژاد، و. (۱۳۸۷). مطالعه تأثیر دوره‌های آموزش‌های فنی و حرفه‌ای غیر رسمی بر کارایی فنی مطالعه موردی: تربیت پرواربند گوساله در استان اصفهان. *مجله دانش و پژوهش علوم دامی*، سال سوم، شماره ۲، صفحات ۷۷-۹۳.
۵. پیترز، ت. ج. و واترمن، ر. ه. (۱۳۸۰). به سوی بهترین‌ها، سیمای شرکت‌ها و سازمان‌های موفق. ترجمه قراچه داغی. چاپ سوم.
۶. ثمری، ع. و رسول زاده، ب. (۱۳۸۷). بررسی متغیرهای تأثیرگذار بر افزایش انگیزه پیشرفت و کسب موفقیت در مدیران تعاونی‌ها. *نشریه مدیریت دولتی*، سال اول، شماره ۱، صفحات ۳۳-۵۰.
۷. حضرتی، م.، مجیدی، ب. و رحمانی، ب. (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های کشاورزی در توسعه اقتصاد روستایی بخش مرکزی شهرستان خدابنده. *ماهنامه تعاون*، سال بیست و سوم، شماره ۳، صفحات ۸۹-۱۰۹.
۸. درویشی نیا، ع.ا. و صدیقی، ح. (۱۳۸۱). ارزیابی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در استان مازندران. *مجله علوم کشاورزی ایران*، سال سی و سوم شماره ۲، صفحات ۳۱۳-۳۲۴.
۹. سعدی، ح. (۱۳۸۶). ارزیابی تعاونی‌های تولید کشاورزی در شهرستان کبودرآهنگ استان همدان. *فصلنامه روستا و توسعه*، سال دهم، شماره ۲، صفحات ۱۴۱-۱۶۶.
۱۰. شریفی، ا.، مولایی مقبلی، ص. و اسماعیلی پور، ا. ع. (۱۳۸۸). تعاونی‌های دامپروری و اصلاح الگوی مصرف. *مجله سنبه (بخش دام و طیور و آبزیان)*، سال بیست و سوم، شماره ۲۱۵، صفحات ۲۰-۲۲.
۱۱. شهبازی، ا. و علی بیگی، ا.ح. (۱۳۸۵). واکاوی شایستگی‌های دانش آموختگان کشاورزی برای ورود به بازارهای کار در کشاورزی. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، سال دوم، شماره ۱، صفحات ۱۵-۲۴.

۱۲. عنبری، م. (۱۳۸۰). مدیریت در تعاونی‌های کشاورزی. تهران: انتشارات سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران.
۱۳. فرحبد، ف. (۱۳۸۲). بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی مصرف و ارائه الگویی برای موفقیت تعاونی‌های استان گیلان. رساله دکتری مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
۱۴. کلانتری، خ. (۱۳۸۲). پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی. تهران: انتشارات مهندسین مشاور طرح و منظر.
۱۵. گلشنی، ا. (۱۳۸۹). موفقیت سازمان؛ وابسته خلاقیت و نوآوری. بازایی شده از سایت مدیریار: <http://www.modiryar.com>
۱۶. معصومی، ا.ع. (۱۳۶۷). بررسی اثرات اجتماعی اقتصادی تعاونی‌های تولید روستایی. شیراز: سازمان کشاورزی استان فارس.
۱۷. نجابت، ا. (۱۳۸۴). سنجش میزان موفقیت پروژه. دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت پروژه. تهران: گروه پژوهشی آریانا.
۱۸. وحیدزاده، ع.ر. (۱۳۸۳). آسیب‌شناسی مدیریت در شرکت تعاونی تولید. نشریه تعاون، شماره ۱۵۹، صفحات ۶۰-۶۴.
۱۹. وزرات تعاون (۱۳۸۳). آشنایی مدیران با قانون و مقررات بخش تعاون. تهران: معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج.
۲۰. هومن، ح.ع. و عسگری، ع. (۱۳۸۴). تحلیل عاملی: دشواری‌ها و تنگناهای آن. مجله روانشناسی و علوم تربیتی، سال سی و پنجم، شماره ۲، صفحات ۱-۲۰.

21. Benturaki, J. (2000). *Cooperatives and poverty alleviation*. England IDS: TEMA.

-
22. Bernard, T., & Spielman, D. J. (2009). Reaching the rural poor through rural producer organizations? A study of agricultural marketing cooperatives in Ethiopia. *Food Policy*, 34 (1), 60–69.
23. Bhuyan, S. (2000). *Grower and manager issues in fruit and vegetable cooperatives*. Paper Presented at NCR-194 Annual Meeting. December 12-13, Las Vegas. NV. Retrieved from <http://www.agecon.ksu.edu>.
24. Carlo, R., Dave, W., Petersonb, C., & Sabbatinia, M. (2000). Effects of managers' power on capital structure: a study of Italian agricultural cooperatives. *International Food and Agribusiness Management Review*, 3, 27–39.
25. Cropp, B., & Graf, T. (2001). *The history and role of dairy cooperatives*. Retrieved from <http://www.google.com>.
26. Rajaei, Y., Yaghoubi, J., & Donyaei, H. (2011). Assessing effective factors in development of entrepreneurship in agricultural cooperatives of Zanjan province. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 1521–1525.
27. Shufang, Z., & Apedaile, L. P. (2007). *Cooperative organization in rural Canada and the agricultural cooperative movement in China*. Centre for the Study of Cooperatives University of Saskatchewan. Saskatoon. SK.
28. Sonja, N. (2008). Defining the co-operative difference. *The Journal of Socio-Economics*, 37 (2), 2168–2177.