

تعاون و کشاورزی، سال بیست و سوم، دوره جدید، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۱

عوامل مؤثر بر موفقیت شرکتهای تعاونی دامپروری مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی

پریسا سلیمزاده^۱، دکتر خلیل کلانتری^۲، دکتر ناصر مطیعی^۳

تاریخ دریافت: ۹۰/۱۰/۱ تاریخ پذیرش: ۹۱/۳/۱۳

چکیده

شرکتهای تعاونی دامپروری سهم مهم و بزرگی در روند توسعه روستایی کشور ایفا کرده‌اند و به عنوان یکی از ابزارهای مهم در شتاب بخشیدن به این هدف، به رسمیت شناخته شده‌اند. مطالعه حاضر نیز با هدف بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت این شرکتها در سال ۱۳۹۰ صورت پذیرفته است. جامعه آماری این مطالعه را تمام شرکتهای تعاونی دامپروری در استان آذربایجان شرقی تشکیل می‌دهند که تعدادشان به ۵۶ شرکت می‌رسد. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه و پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

e-mail:salimzadeh_parisa@yahoo.com

۱. کارشناس ارشد توسعه روستایی

۲. استاد دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران

۳. استادیار دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران

نتایج حاصل از تحلیل عاملی عوامل پیشبرنده و بازدارنده موفقیت شرکتهای تعاونی دامپروری نشان می‌دهد که سطح تحصیلات و تجربه، مدیریت و منابع مالی، ساختار سازمانی و کارکرد اعضا، مهمترین عاملها در موفقیت این شرکتهای بوده به گونه‌ای که نزدیک به ۸۹٪ از واریانس را تبیین کرده‌اند. از طرفی، کمبود تخصص و آگاهی، ضعف ساختاری و سرمایه اجتماعی - مالی و عدم مسئولیت‌پذیری و همکاری مهمترین عاملها در عدم موفقیت این شرکتهای بوده به طوری که نزدیک به ۸۴٪ از واریانس را تبیین کرده‌اند.

کلیدواژه‌ها:

تعاونی دامپروری، آذربایجان شرقی، عوامل پیشبرنده، عوامل بازدارنده، موفقیت و عدم موفقیت، تحلیل عاملی

مقدمه

در اقتصاد کشور، تعاونیها در هر نوع تغییر و تحول ساختاری نقش بسیار ارزنده‌ای بر عهده دارند به طوری که هم اکنون در ایران بیش از ۱۰۰ هزار تعاونی تشکیل یافته و حدود ۱۵ میلیون نفر در این تعاونیها عضویت دارند و نیز بخش بزرگی از مشکلات کشور مانند سازماندهی افراد علاقه‌مند به فعالیتهای اقتصادی و جوانان جویای کار بر عهده این بخش گذاشته شده است. موفقیت این شبکه اجتماعی گسترده، در تقویت سرمایه اجتماعی کشور نقش مهمی دارد و به عبارتی می‌تواند در کنار کارکردهای اقتصادی، به عنوان الگویی موفق در تشکیل و توسعه سرمایه اجتماعی، استمرار خود را در حیات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور تضمین نماید (رستمی شهربابکی، ۱۳۸۸، ۳۲).

مطالعه حاضر نیز بر آن است تا ضمن شناسایی عوامل پیشبرنده و بازدارنده موفقیت تعاونیها، راهکارهایی مناسب در جهت موفقیت و توسعه این شرکتهای، براساس یافته‌های تحقیق، ارائه نماید.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

شرکتهای تعاونی سازمانهایی هستند که در زمره انواع سازمانهای داوطلبانه یا غیردولتی قرار می گیرند. در واقع تعاونیها سازمانهای مردمی هستند که توسط اعضای خود و با اختیار کامل آنها تشکیل و به روش درست و دموکراتیک منطبق با اصول بین المللی تعاون اداره می شوند (Valkila & Nygren, 2010, 322). بسیاری از پژوهشهای انجام شده در مورد تعاونیهای روستایی و کشاورزی بر این واقعیت تأکید داشته‌اند که در بسیاری از کشورها، این شرکتها ضمن تأمین اعتبار و وام و سازماندهی امور تجاری اعضا، باید در تولید بیشتر و توسعه مناطق روستایی نقشی کلیدی به عهده گیرند (Budak & Yilmaz, 2012, 865).

در بسیاری از موارد، تشکیل تعاونیهای کشاورزی نتایج مثبتی را برای کشاورزان به ارمغان داشته است، زیرا امکان تهیه و خرید ماشین آلات اولیه و اقلام مصرفی و نهاده‌ها، تأمین اعتبارات، تهیه و بازاریابی محصولات کشاورزی را برای بیشتر تولیدکنندگان خرده پا فراهم نموده است (ناصر، ۱۳۸۷، ۲۲). برای مثال در کشور چین بین ۶۰ تا ۷۰ درصد کود شیمیایی، سموم، انواع سمپاش، ابزارآلات و ماشین آلات کشاورزی مورد مصرف روستایان توسط تعاونیهای بازاریابی و عرضه کالا تأمین می شود (جینگ، ۲۰۰۳، ۵۳). به اعتقاد نیوگر (Newiger, 2010, 14)، یکی از مؤثرترین راهکارهای افزایش مشارکت افراد روستایی که روند توزیع را نیز عادلانه می سازد، تاسیس و راه اندازی تشکلهای گوناگون مانند تعاونیهاست. صاحب نظران و جامعه شناسان معتقدند در شرایط کنونی که «شعار دولت کوچکتر برای آینده بهتر» به طور جدی مطرح است، باید به دو دلیل به تقویت بخش تعاون توجه بیشتری کرد: یکی اینکه در نظام تعاونی نظارت قوی مردمی اعمال می شود و هرم قدرت در آن از پایین به بالا و در نتیجه مسئولیت و هزینه‌های نظارتی دولت کمتر است و نظارت، مفهومی دقیقتر و گسترده تر می یابد. دوم اینکه برای بخش خصوصی رقیبی جدید یافت می شود که می تواند به نوبه خود در افزایش کیفیت تولید و کارایی بیشتر این بخش نقش

مهمی داشته باشد. با این همه، در طول سالهای گذشته، تعاونیها نتوانسته‌اند به نقش مؤثر خود عمل کنند و جایگاه واقعی خود را در اقتصاد ایران پیدا نمایند (کوهی، ۱۳۸۵، ۱۸).

تعاونی تولید کشاورزی در اوایل دهه ۱۳۵۰ پس از اصلاحات ارضی در ایران با هدف افزایش تولید، یکپارچه‌سازی زمینهای کشاورزی، انجام خدمات زیربنایی و استفاده بهینه از نهاده‌های در دسترس و در مجموع ایجاد تحرک و پویایی در بخش کشاورزی شکل گرفت. مطالعات گوناگون در جهان نشان می‌دهد در صورت سازماندهی و اعمال مدیریت قوی بر تعاونیهای کشاورزی، این نظام بهره‌برداری می‌تواند در بازتوزیع منافع حاصل از رشد بخش کشاورزی، ایجاد اشتغال پویا و مولد، توسعه مشارکت مردمی در بخش کشاورزی، پایین آوردن ریسک سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و کاهش هزینه‌های دولتی در تولید نقش موثر و منحصر به فردی ایفا نماید (Salimzadeh et al., 2012, 147).

پژوهشهای مختلفی در زمینه عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونیها صورت گرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

ناهید (۱۳۹۰، ۸) در مطالعه‌ای بیشتر مشکلات و معضلات شرکتهای تعاونی و دلیل رکود فعالیت آنها را کمبود سرمایه و نقدینگی دانسته و اظهار داشته است که وامها و تسهیلات دریافتی، با عنوان سرمایه در گردش، به دلیل کوتاه مدت بودن زمان بازپرداخت آنها به ویژه در مدت یک سال، نمی‌توانند مورد استفاده بهینه قرار گیرند. کمبود منابع مالی، عدم ریسک‌پذیری در سرمایه‌گذاری، نبود تمایل و توانایی اعضا در نوآوری، ناآگاهی اعضا از روشها و شیوه‌های جدید تولید، نداشتن تخصص و پایین بودن سطح تحصیلات، ترس از پذیرش و به کارگیری متخصصان در حوزه فعالیت تعاونیها و نیز عدم علاقه به کسب مهارت و آموزش ضمن خدمت و کار از علل غیرفعال شدن برخی از شرکتهای تعاونی بوده‌اند.

کروپ (Crop, 2008, 7) عوامل مؤثر در موفقیت تعاونیهای مصرف انگلستان را تعهد سازمانی، نقدینگی، سرمایه اصلی و ارتباطات می‌داند. همچنین ری نولدز (Reynolds, 2011, 14) در بررسی عوامل موفقیت در تعاونیهای مصرف آمریکا نتیجه گرفت

که رویکرد خدمتگرایی، مهارت و تجربه مدیران و کارکنان، کیفیت محصولات، مدیریت مشارکتی، ساختار سازمانی مناسب، مدیریت مالی خلاق و مناسب سبب موفقیت این تعاونیهاست. از طرفی، پادغام (Padgham, 2009, 9) با بررسی تعاونیهای مصرف در سال ۲۰۰۹ نشان داد که مسئولیت پذیری اعضا و علاقه مندی به مشارکت در تصمیم گیری از جمله عوامل موفقیت این شرکتها هستند.

بر اساس نتایج پژوهشهای سازمان کشاورزی استرالیا (ACC)، میزان مشارکت اعضا با موفقیت شرکتهای تعاونی رابطه مستقیم دارد. از سوی دیگر، میزان مشارکت با عواملی مانند میزان اعتقاد به اصول تعاون، میزان فعالیت اجتماعی، تأثیرگذاری اعضا، بی طرفی تعاونیها و میزان رضایت اعضا و کارکنان تعاونی در ارتباط است (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸، ۵).

بررسی نتایج پژوهش امینی و رضانی (۱۳۸۵، ۲۰) درمورد عملکرد شرکتهای تعاونی فعال و عوامل مؤثر در آن نشان می دهد که این شرکتها عموماً عملکرد ناموفقی داشته اند. براساس این پژوهش، نگرش اعضا نسبت به تعاون، شناخت اعضا از اصول تعاون، مشارکت و آموزش اعضا در افزایش کارایی و بهبود عملکرد تعاونیها نقش مهم و مثبتی داشته اند.

بابازاده (۱۳۸۶، ۵) عواملی مانند خرده پا بودن اعضا، ضعف بنیه مالی، محدود بودن منابع کسب اطلاعات در زمینه قیمتتها و بی سوادی اعضا را از عوامل ناموفق بودن تعاونیها می داند.

آزادی و همکارانش (Azadi et al. 2010, 8) سه دسته عوامل و ویژگیهای انفرادی، اقتصادی و خارجی را در موفقیت تعاونیهای دامپروری مؤثر می دانند. علاقه، اطلاعات تخصصی و آگاهی از مفهوم تعاون از جمله موثرترین ویژگیهای انفرادی هستند که منجر به موفقیت تعاونیها می شوند. همچنین درآمد، سرمایه گذاری و دسترسی به بازار از جمله عوامل اقتصادی و خارجی می باشند که در موفقیت تعاونیها سهم بسزایی دارند.

روش شناسی تحقیق

به طور کلی روش تحقیق در علوم رفتاری را می‌توان با توجه به دو ملاک هدف تحقیق و نحوه گردآوری داده‌ها تقسیم‌بندی کرد. بر این اساس، تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی است، چون نتایج آن برای برنامه‌ریزان و مسئولان امر مورد استفاده قرار خواهد گرفت و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها و درجه کنترل و نظارت، میدانی از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی است.

جامعه آماری این مطالعه را کل شرکتهای تعاونی دامپروری در استان آذربایجان شرقی تشکیل می‌دهند که شمار آنها به ۵۶ شرکت می‌رسد. هریک از شرکتهای تعاونی دامپروری (حیطه محتوایی) واقع در حوزه جغرافیایی استان آذربایجان شرقی (حیطه مکانی)، که در زمان انجام مطالعه یعنی ۱۳۹۰ (حیطه زمانی) فعال بوده‌اند، نمونه آماری این مطالعه را تشکیل می‌دهند. در واقع در مطالعه حاضر تمام شماری شده است و نمونه‌گیری در مورد این مطالعه مصداق ندارد.

در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه و جهت تدوین پرسشنامه از مطالعات کتابخانه‌ای، الگوها، مدلها و گزارش و اسناد موجود و جستجوی منابع الکترونیکی، رهیافتهای گوناگون درباره موضوع و همچنین نظر کارشناسان بهره‌گیری شده و با کمک نرم‌افزار SPSS و با استفاده از روشهای آماری توصیفی و استنباطی، داده‌های جمع‌آوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

اندازه‌گیری مطلوب در یک تحقیق آن است که نتایج حاصل از آن اولاً دقیق و صحیح باشد، یعنی بیانگر تفاوت‌های حقیقی در واقعیت یا پدیده مورد اندازه‌گیری باشد و ثانیاً مبین همان صفت یا صفاتی باشد که مورد نظر محقق است و در واقع درست همان چیزی باشد که در تعریف مسئله آمده است (کلاتری، ۷۳). از جمله مهمترین ویژگیهای یک اندازه‌گیری مطلوب، روایی و پایایی آن می‌باشد. روایی آزمون عبارت است از توانایی ابزار مورد نظر در اندازه‌گیری صفتی که آزمون برای اندازه‌گیری آن ساخته شده است و یک مسئله عمدتاً کیفی

می‌باشد (همان منبع، ۷۷). در مقابل، قابلیت اعتماد (پایایی) به این سؤال پاسخ می‌دهد که ابزار تحقیق در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی ارائه می‌دهد. از آنجا که ابزار تحقیق در این مطالعه پرسشنامه می‌باشد، بنابراین، به منظور بررسی روایی و پایایی آن، به ترتیب از روشهای اعتبار محتوا و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

اعتبار محتوا، روشی برای سنجش میزان اعتبار اجزای تشکیل دهنده یک ابزار اندازه‌گیری می‌باشد که معمولاً توسط افراد متخصص در موضوع مورد مطالعه انجام می‌گیرد (همان منبع). بنابراین، در تحقیق حاضر به منظور تعیین روایی پرسشنامه از دیدگاه‌ها و پیشنهادهاى استادان گروه توسعه و مدیریت کشاورزی دانشگاه تهران و دیدگاه‌های چند تن از اعضای تعاونیها و کارشناسان تعاون استفاده شد. در تحقیق حاضر به منظور محاسبه قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. این روش معمولاً زمانی به کار می‌رود که سؤالات آزمون دارای وجوه دوقسمتی نباشد بلکه به صورت درجه موافقت یا مخالفت باشد؛ یعنی گزینه‌ها به صورت چندگزینه‌ای یا چندسطحی باشد (منصورفر، ۱۳۸۰، ۵۳). اگر مقدار به دست آمده برای آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ باشد پایایی ابزار اندازه‌گیری قابل قبول تلقی می‌شود (کلانتری، ۱۳۸۵، ۷۷). بر این اساس، برای پرسشنامه پژوهش حاضر، ضریب آلفای کرونباخ مربوط به عوامل پیشبرنده و بازدارنده به ترتیب برابر ۰/۷۵ و ۰/۸۱ به دست آمد.

در نهایت، پس از اصلاحات لازم بر روی پرسشنامه و اطمینان از اینکه پرسشهای مطرح شده قابلیت اندازه‌گیری محتوا و خصوصیات مورد نظر تحقیق را دارا می‌باشند، پرسشنامه نهایی با ۲۰ سؤال و ۳۵ گویه در قالب سؤالات باز و بسته تدوین شد. پس از توزیع پرسشنامه در بین اعضا، کارکنان و اعضای هیئت مدیره ۵۶ شرکت تعاونی دامپروری استان آذربایجان شرقی، تعداد ۳۹۰ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری شد.

1. Content Validity
2. Cronbach's Alpha

در مورد روش تحلیل عاملی باید گفت که این روش به بررسی همبستگی درونی تعداد زیادی از متغیرها می‌پردازد و در پایان، آنها را در قالب عاملهای عمومی محدودی دسته‌بندی و تعیین می‌کند. تحلیل عاملی روش هم‌وابسته‌ای^۱ است که در آن همه متغیرها به طور همزمان مد نظر قرار می‌گیرند. در این روش، هر یک از متغیرها به عنوان یک متغیر وابسته لحاظ می‌گردد (کلانتری، ۱۳۸۵، ۲۸۲)؛ به عبارتی، تحلیل عاملی، واریانس موجود در متغیرهای گوناگون را بر اساس معدودی از عوامل نشان می‌دهد.

روشهای متعددی برای تحلیل عاملی یک ماتریس همبستگی وجود دارد که از میان آنها دو روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و تحلیل عاملی مشترک از پرکاربردترین روشها هستند و انتخاب هر یک از این مدلها به هدف پژوهشگر بستگی دارد. مدل تحلیل مؤلفه‌های اصلی زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که هدف پژوهشگر تلخیص متغیرها و دستیابی به تعداد محدودی عامل برای هدفهای پیش‌بینی شده باشد. در مقابل، تحلیل عاملی مشترک زمانی به کار می‌رود که هدف، شناسایی عاملها یا ابعادی باشد که به سادگی قابل شناسایی نیستند (همان منبع). از آنجا که هدف این تحقیق دستیابی به ابعادی می‌باشد که به صورت پنهانی در مجموعه وسیعی از متغیرها وجود دارد اما به آسانی قابل مشاهده نمی‌باشد، از تحلیل عاملی نوع R (تحلیل عاملی مشترک) برای بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده موفقیت شرکتهای تعاونی دامپروری استفاده شد.

بحث و تحلیل

در این تحقیق با بررسی ادبیات موجود و تحلیل وضعیت عملکرد شرکتهای تعاونی دامپروری، در مجموع ۱۷ متغیر به عنوان عوامل پیش‌برنده موفقیت در شرکتهای تعاونی دامپروری مورد شناسایی قرار گرفتند. برای دسته‌بندی چالشها و شناسایی ساختار روابط بین متغیرها، از تکنیک تحلیل عاملی استفاده گردید. در این باره مقدار KMO ^۲ به دست آمده

1. Interdependence
2. Kaiser-Meyer-Olkin Measure

۰/۷۸۴ و آزمون بارتلت $\text{Chi-Square} = ۳۸۷/۷۳۱$ و سطح معنی داری آن ۱٪ است که حاکی از مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی می‌باشد. تکنیک تحلیل عاملی از ۱۷ متغیر مورد بررسی ۱۵ متغیر را در ۴ عامل دسته‌بندی کرد که این تعداد ۸۸/۹۹۶٪ از واریانس را تبیین نمودند. مقدار ویژه^۱ و درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. مقدار ویژه و واریانس تبیین شده توسط هر عامل

عاملها	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی واریانس تبیین شده
سطح تحصیلات و تجربه	۲/۳۵۶	۳۴/۲۴۱	۳۴/۲۴۱
مدیریت و منابع مالی	۱/۵۲۱	۲۳/۳۰۱	۵۷/۵۴۲
ساختار سازمانی	۱/۲۴۲	۱۷/۳۵۱	۷۴/۸۹۳
کارکرد اعضا	۱/۳۰۴	۱۴/۱۰۳	۸۸/۹۹۶

مأخذ: نتایج تحقیق

نام عامل و متغیرهای مربوط به هر یک از آنها همراه با بار عاملی هر متغیر در جدول ۲ ارائه شده است. بر اساس این جدول، سطح تحصیلات اعضا (۰/۸۰۸)، سطح تحصیلات کارکنان (۰/۸۳۴) سطح تحصیلات مدیران تعاونی (۰/۸۰۶)، میزان تجربه اعضا (۰/۵۸۲)، میزان تجربه کارکنان (۰/۸۸۳) و میزان تجربه مدیران تعاونی (۰/۶۳۸) مهمترین متغیرهای مربوط به عامل سطح تحصیلات و تجربه می‌باشند که ۳۴/۲۴۱٪ از واریانس کل را تبیین می‌کنند. دومین عامل با عنوان مدیریت و منابع مالی، ۲۳/۳۰۱٪ از واریانس کل را تبیین می‌کند که متغیرهای آن عبارتند از: مدیریت صحیح و اصولی (۰/۸۳۱)، میزان سرمایه و نقدینگی مالی (۰/۸۲۷)، قابلیت دسترسی به حمایت‌های دولتی (۰/۷۵۸). عامل سوم، که ۱۷/۳۵۱٪ از واریانس کل را تبیین می‌کند، تحت عنوان ساختار سازمانی می‌باشد و شامل متغیرهای واگذاری وظایف مرتبط با تعاونیها (۰/۷۹۹)، تقسیم کار مطلوب در شرکت (۰/۵۱۵)، توجه به بازاریابی و مسائل مربوط به بازار (۰/۶۹۸) و افزایش قابلیت ارتباطی و اتصال به اینترنت و شبکه‌های اطلاعاتی (۰/۷۶۴) می‌باشد. عامل چهارم با نام کارکرد اعضا، ۱۴/۱۰۳٪ از واریانس کل را تبیین می‌کند و میزان

آگاهی اعضا از اصول تعاون و وظایف خود (۰/۹۳۵)، مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌ها (۰/۵۵۸)، همبستگی اجتماعی و اعتماد متقابل اعضا (۰/۷۸۸) و مسئولیت‌پذیری اعضا (۰/۶۸۹) متغیرهای این عامل می‌باشند.

جدول ۲. نام عاملها و متغیرهای مربوط به هر عامل و بارهای عاملی

بار عاملی	متغیرها	نام عامل
۰/۸۰۸	سطح تحصیلات اعضا	سطح تحصیلات و تجربه
۰/۸۳۴	سطح تحصیلات کارکنان	
۰/۸۰۶	سطح تحصیلات مدیران تعاونی	
۰/۵۸۲	میزان تجربه اعضا	
۰/۸۸۳	میزان تجربه کارکنان	
۰/۶۳۸	میزان تجربه مدیران تعاونی	
۰/۸۳۱	مدیریت صحیح و اصولی	مدیریت و منابع مالی
۰/۸۲۷	میزان سرمایه و نقدینگی مالی	
۰/۷۵۸	قابلیت دسترسی به حمایت‌های دولتی	
۰/۷۹۹	واگذاری وظایف مرتبط با تعاونیها	ساختار سازمانی
۰/۵۱۵	تقسیم کار مطلوب در شرکت	
۰/۶۹۸	توجه به بازاریابی و مسائل مربوط به بازار	
۰/۷۶۴	افزایش قابلیت ارتباطی و اتصال به اینترنت و شبکه های اطلاعاتی	
۰/۹۳۵	میزان آگاهی اعضا از اصول تعاون و وظایف خود	کارکرد اعضا
۰/۵۵۸	مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌ها	
۰/۷۸۸	همبستگی اجتماعی و اعتماد متقابل اعضا	
۰/۶۸۹	مسئولیت‌پذیری اعضا	

مأخذ: نتایج تحقیق

گفتنی است علاوه بر ۱۷ متغیر شناسایی شده به عنوان عوامل پیشبرنده موفقیت در شرکتهای تعاونی دامپرووری، ۱۵ متغیر نیز به عنوان عوامل بازدارنده موفقیت در این شرکتها مورد شناسایی قرار گرفتند. در این باره مقدار KMO به دست آمده ۰/۷۴۵ و آزمون بارتلت $\text{Chi-Square} = ۴۵۳/۷۲۴$ و سطح معنی داری آن ۰/۱ است که حاکی از مناسب بودن دادهها برای تحلیل عاملی می باشد. تکنیک تحلیل عاملی از ۱۵ متغیر مورد بررسی، ۱۴ متغیر را در ۳ عامل دسته بندی کرد که این تعداد ۸۳/۸۷۴٪ از واریانس را تبیین نمودند. مقدار ویژه و درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳ مقدار ویژه و واریانس تبیین شده توسط هر عامل

عواملها	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی واریانس تبیین شده
کمبود تخصص و آگاهی	۱/۸۰۲	۳۶/۵۶۲	۳۶/۵۶۲
ضعف ساختاری و سرمایه اجتماعی-مالی	۱/۷۶۹	۲۷/۸۹۱	۶۴/۴۵۳
عدم مسئولیت پذیری و همکاری	۱/۴۲۰	۱۹/۴۲۱	۸۳/۸۷۴

مأخذ: نتایج تحقیق

نام عامل و متغیرهای مربوط به هر یک از آنها همراه با بار عاملی هر متغیر در جدول ۴ ارائه شده است. بر اساس این جدول، ناآگاهی و عمل هیئت مدیره نسبت به وظایف خود (۰/۸۵۶)، ناآگاهی و عمل مدیران عامل نسبت به وظایف خود (۰/۸۸۱)، ناآگاهی و عمل کارکنان اداری نسبت به وظایف خود (۰/۷۵۹)، کمبود افراد متخصص در حوزه سیاستگذاری (هیئت مدیره) (۰/۸۶۷) و کمبود افراد متخصص در حوزه اجرایی (مدیران عامل و کارکنان اداری) (۰/۸۷۰) مهمترین متغیرهای عامل اول یعنی کمبود تخصص و آگاهی می باشند که ۳۶/۵۶۲٪ از واریانس کل را تبیین می کنند. دومین عامل با عنوان ضعف ساختاری و سرمایه اجتماعی-مالی که ۲۷/۸۹۱٪ از واریانس کل را تبیین می کند، شامل متغیرهای بی اعتمادی اعضا به کارکنان شرکت (۰/۷۵۱)، کمبود سرمایه (۰/۵۱۴)، عدم دسترسی به منابع اعتباری بانکی (۰/۶۹۹)، ضعف تأسیسات زیربنایی (۰/۸۳۱) و موقعیت مکانی نامناسب شرکت

(۰/۶۹۰) می‌باشد. عامل سوم با نام عدم مسئولیت پذیری و همکاری، ۱۹/۴۲۱٪ از واریانس کل را تبیین می‌کند و شامل متغیرهای عدم اطلاع کارکنان شرکت (هیئت مدیره، مدیران عامل و کارکنان) از اصول تعاون (۰/۷۲۱)، نداشتن وقت کافی برای کارکنان (هیئت مدیره، مدیران عامل و کارکنان) جهت رسیدگی به شرکت (۰/۷۹۳)، عدم همکاری اتحادیه تعاون دامپروری با شرکت (۰/۸۴۴) و نبود هماهنگی بین سازمانها و نهادهای دست اندرکار در منطقه (۰/۶۵۴) می‌باشد.

جدول ۴. نام عاملها و متغیرهای مربوط به هر عامل و بارهای عاملی

بارهای عاملی	متغیرها	نام عامل
۰/۸۵۶	ناآگاهی و عمل هیئت مدیره نسبت به وظایف خود	کمبود تخصص و آگاهی
۰/۸۸۱	ناآگاهی و عمل مدیران عامل نسبت به وظایف خود	
۰/۷۵۹	ناآگاهی و عمل کارکنان اداری نسبت به وظایف خود	
۰/۸۶۷	کمبود افراد متخصص در حوزه سیاستگذاری (هیئت مدیره)	
۰/۸۷۰	کمبود افراد متخصص در حوزه اجرایی (مدیران عامل و کارکنان اداری)	
۰/۷۵۱	بی‌اعتمادی اعضا به کارکنان شرکت	ضعف ساختاری و سرمایه اجتماعی-مالی
۰/۵۱۴	کمبود سرمایه	
۰/۶۶۹	عدم دسترسی به منابع اعتباری بانکی	
۰/۸۳۱	ضعف تاسیسات زیربنایی	
۰/۶۹۰	موقعیت مکانی نامناسب شرکت	
۰/۷۲۱	عدم اطلاع کارکنان شرکت (هیئت مدیره، مدیران عامل و کارکنان) از اصول تعاون	عدم مسئولیت پذیری و همکاری
۰/۷۹۳	نداشتن وقت کافی برای کارکنان (هیئت مدیره، مدیران عامل و کارکنان) جهت رسیدگی به شرکت	
۰/۸۸۴	عدم همکاری اتحادیه تعاون دامپروری با شرکت	
۰/۶۵۴	نبود هماهنگی بین سازمانها و نهادهای دست‌اندرکار در منطقه	

مأخذ: نتایج تحقیق

پیشنهادها

۱. از آنجا که سطح تحصیلات اعضا، کارکنان و مدیران تعاونی در موفقیت شرکتهای تعاونی نقش دارد، از این رو افزایش سطح سواد در بین عوامل دست‌اندرکار در امور شرکت، به ویژه اعضا نقش مهمی در توانمندسازی شرکت دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد آموزشهایی مانند نهضت سوادآموزی و یا آموزشهای از راه دور به اعضای این شرکتها ارائه شود و در کنار آموزشهای رسمی، آموزشهای غیررسمی منطبق با شرایط کار مانند آموزش اصول دامپروری، بهداشت دام و مواردی از این دست برگزار شود.

۲. چنانکه مشخص شد، انتخاب مدیران عامل بر اساس تجربیات آنها در حوزه تعاونی می‌تواند منجر به نتایج مفیدی در عملکرد این شرکتها شود. به این منظور پیشنهاد می‌گردد نشستها و دوره‌هایی برای مبادله ایده‌ها و تجربیات مدیران عامل شرکتهای تعاونی دامپروری در سطح استان آذربایجان شرقی برگزار شود تا بدین ترتیب مدیران عامل و اعضای هیئت مدیره بتوانند تجربیات خود را در اختیار همکاران خود قرار داده و باعث بهبود توانمندی آنان شوند.

۳. تشویق اعضای عادی برای مشارکت در فرایند برنامه‌ریزی، اجرا و پشتیبانی امور شرکت می‌تواند منجر به افزایش همبستگی اجتماعی و اعتماد متقابل اعضا گردد. به این منظور می‌توان از روشهایی همچون اعطای امتیازهای مالی و غیرمالی به اعضای فعال، پویا و دارای پیشنهادهای کاربردی موفق در جهت بهبود امور شرکت و نیز تقسیم کار مطلوب در شرکت بر اساس توانمندی و تخصص هر فرد استفاده کرد.

۴. با افزایش قابلیت ارتباطی بین شرکتهای تعاونی دامپروری و اتصال به اینترنت و شبکه‌های اطلاعاتی می‌توان به اطلاعات و قیمت‌های روزانه محصولات دامی، شیوه‌های نوین مدیریت، بازاریابی و فروش، روشهای مختلف جهت ایجاد انگیزه و ترغیب عوامل دست‌اندرکار در امور شرکت به منظور بهبود عملکردشان دست یافت. از آنجا که بیشتر شرکتهای تعاونی دامپروری در سطح استان آذربایجان شرقی فاقد سایت اینترنتی و اطلاعات آنلاین می‌باشند، بنابراین راه‌اندازی سایت اینترنتی برای این شرکتها مثمرتر است.

۵. متنوع‌سازی فعالیتهای درآمذزای شرکتهای تعاونی دامپروری می‌تواند باعث افزایش سرمایه و دسترسی بیشتر به نقدینگی مالی گردد. این مهم را می‌توان از طریق روشهای مختلفی مانند خرید و فروش شیر و گوشت تولیدی، ارائه خدمات کشاورزی و دامپروری به اعضا، توزیع کافی نهاده‌هایی مانند جو، کنسانتره و ... به قیمت مناسب و در زمان مناسب، ارائه خدمات دامپزشکی به اعضا در جهت بهبود کارایی دامهایشان و مواردی از این دست انجام داد.

پیشنادهایی برای مطالعات آتی

با توجه به اینکه شرکتهای تعاونی دامپروری افزون بر فعالیتهای دامداری، در فعالیتهای اقتصادی دیگری همچون احداث صنایع تبدیلی، تولید مواد لبنیاتی و انبارداری علوفه و کنسانتره شرکت می‌کنند، بنابراین، یکی از زمینه‌های آتی برای پژوهش می‌تواند بررسی میزان بازده اقتصادی این شرکتها در زمینه فعالیتهای مختلف اقتصادی باشد. در این راستا می‌توان با انجام تحقیقات مربوطه، پیشنهادهای مفیدی در زمینه افزایش سوددهی و افزایش رضایت اعضا از شرکتهای تعاونی دامپروری ارائه داد. از طرفی، با توجه به محدودیت منابع تولید کشاورزی در تعاونیها، یکی دیگر از جهات آتی تحقیق در مورد شرکتهای تعاونی دامپروری می‌تواند پژوهش در زمینه بهینه‌سازی منابع تولید این تعاونیها باشد که این امر منجر به ارائه راهکارهای اساسی جهت بهینه‌سازی تولید و افزایش بازده اقتصادی و حداقل ساختن ضایعات ناشی از تولید می‌شود. در پایان، واضح است که یکی از عوامل مؤثر در موفقیت تعاونیهای دامپروری، مکانیابی مناسب است، لذا انجام مطالعات مکانیابی و برنامه‌ریزی مکانی در آینده پیشنهاد می‌شود.

منابع

۱. امینی، ا. م. و رمضانی، م. (۱۳۸۵)، ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت های تعاونی مرغداران گوهشتی استان تهران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال ۱۴، شماره ۵۵.

۲. بابازاده، ع. (۱۳۸۶)، بررسی امکان تشکیل و توسعه شرکت های تعاونی بازاریابی محصولات کشاورزی استان آذربایجان شرقی، *ماهنامه تعاون*، سال ۱۰، شماره ۱۸۹-۱۹۰.
۳. جینگ، ال. (۲۰۰۳)، تعاونی های بازاریابی و عرضه محصول در چین، *ماهنامه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی تعاون*، سال ۹، شماره ۱۹-۲۰.
۴. رستمی شهربابکی، ح. (۱۳۸۸)، تعاون و سرمایه اجتماعی، انتشارات فرهنگ دهخدا، تهران.
۵. عباسی، ر.، عباسی، پ. و رسول زاده، ب. (۱۳۸۸)، عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونیهای تولیدی استان اردبیل، *ماهنامه تعاون*، سال ۲۰، شماره ۲۱۰-۲۱۱.
۶. کلانتری، خ. (۱۳۸۵)، پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی، نشر شریف، تهران.
۷. کوهی، ک. (۱۳۸۵)، بررسی آسیب شناسی توسعه تعاونی ها در سطح استان آذربایجان شرقی، انتشارات وزارت تعاون، آذربایجان شرقی.
۸. منصور فر، ک. (۱۳۸۰)، روشهای پیشرفته آماری همراه با برنامه‌های کامپیوتری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۹. ناصر، ح. (۱۳۸۷)، درباره سازمان تعاون در کشورهای اسلامی، *ماهنامه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی تعاون*، سال ۷، شماره ۱۹-۲۰.
۱۰. ناهید، م. (۱۳۹۰)، نقش شرکتهای تعاونی در پیشرفت و توسعه کشاورزی، انتشارات مؤسسه آموزش و تحقیقات تعاونی، تهران.
11. Azadi, H., Hosseininia, G.H., Zarafshani, K., Heydari, A. & Witlox, F. (2010), Factors influencing the success of animal husbandary cooperatives: A case study in Southwest Iran, *Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics*, 111(2):89-99.
12. Budak, D. & Yilmaz, F. (2012), Role of cooperatives as an information source of dairy cattle farmers, *Journal of Animal and Veterinary Advances*, 11:862-874.

13. Crop, R. (2008), Cooperative leadership, *International Journal of Cooperative Information Systems*, 9:30-45.
14. Newiger, N. (2010), New approaches to cooperatives and other farmer's organization, *Journal of Land Reform, Settlement and Cooperatives*, 1(2): 25-35.
15. Padgham, J. (2009), Worker cooperative, *International Journal of Cooperative Studies*, 5:12-23.
16. Reynolds, A. (2011), Huge Jeffers: An assessment of loan regulation for rural housing cooperatives, *Journal of Cooperative Education and Internships*, 2(4):15-27.
17. Salimzadeh, P., Kalantari, Kh. & Motiei, N. (2012), Co-operatives in the Fourth Sector; the Role of Member-Owned Business in the Global Economy, TILDE University Press, Western Australia, Perth.
18. Valkila, J. & Nygren, A. (2010), Impacts of fair trade certification on coffee farmers, cooperatives and laborers in Nicaragua, *Journal of Agric Hum Values* (Springer), 27:321-333.