

تعاون و کشاورزی، سال دوم، شماره ۵، بهار ۱۳۹۲

بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خدابنده

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۷/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۲/۲۵

چکیده

این پژوهش با هدف کلی بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خدابنده با استفاده از روش توصیفی و ابزار پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت. جامعه آماری این تحقیق را ۲۲۰ نفر از اعضای تعاونیهای دامپروری شهرستان خدابنده تشکیل دادند که تعداد ۱۴۰ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون مقدماتی و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. روایی پرسشنامه نیز توسط پانلی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS پردازش شد. بر اساس یافته‌های پژوهش و با استفاده از روش تحلیل عاملی، عوامل تأثیرگذار بر موفقیت تعاونیها در قالب ۸ عامل هماهنگی-آموزشی، حرفه‌ای، اقتصادی، حمایتی، سازمانی، اجتماعی، ارتباطی و رسانه‌ای و بازاریابی دسته‌بندی شدند. این عوامل در مجموع ۶۸/۳۳ درصد از تغییرات واریانس متغیر موفقیت تعاونیها را تبیین کردند.

واژه‌های کلیدی:

دام، دامپروری، شرکت تعاونی، موفقیت، توسعه، خدابنده

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

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

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

۳. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زنجان

مقدمه

افزایش روزافزون جمعیت، مسئولان و متولیان بخش کشاورزی را مجبور می‌کند تا از منابع موجود برای تأمین مواد غذایی مورد نیاز جامعه به بهترین نحو ممکن استفاده کنند؛ زیرا منابع تولید محدودند و نیز هر ساله تقریباً ۹۰ میلیون نفر به مصرف کنندگان محصولات کشاورزی افزوده می‌شوند (خسروی و غزنوی، ۱۳۸۷). در این بین، محصولات دامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند، زیرا بخش عمده‌ای از مواد غذایی مورد نیاز روزانه انسان را محصولات پروتئینی و لبنی تشکیل می‌دهد. طبق توصیه‌های فائو، در یک جیره غذایی متعادل باید ۶۰ درصد پروتئین گیاهی و ۴۰ درصد پروتئین حیوانی منظور شود (سلطانی، ۱۳۹۰). دام و طیور با تولید فراورده‌هایی نظیر گوشت، شیر و تخم مرغ، پرازش‌ترین منابع غذایی را در اختیار انسان قرار می‌دهند و صنعت دامپروری با برطرف کردن نیازهای غذایی پروتئینی، نقشی اساسی در تأمین سلامت جامعه دارد (خسروی و غزنوی، ۱۳۸۷). لذا لازم است با فراهم کردن ابزار و امکانات مورد نیاز این صنعت، امکان پیشرفت و توسعه آن با استفاده از علم و فناوری فراهم گردد.

طبق برآوردهای فائو و بانک جهانی، حدود ۵۰ درصد درآمد ناخالص ملی در بخش کشاورزی و بیش از ۲۰ درصد کل درآمد ناخالص ملی به دست آمده در بیشتر کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته از طریق دامپروری تأمین می‌شود (World Bank, 1998 ; FAO, 1995). در کشورهای با صنعت دامپروری قوی، تعاونیها نقش اصلی در این زمینه ایفا می‌کنند و در حال حاضر اقتصاد این صنعت در دست تعاونیهاست. در ایران نیز شرکتهای تعاونی دامپروری با تولید بخش قابل توجهی از گوشت، تخم مرغ و شیر کشور، نقشی اساسی در اقتصاد کشور دارند (وزارت تعاون، ۱۳۸۷؛ نامغ، ۱۳۷۷؛ شکبیا مقدم، ۱۳۸۱؛ محمدی، ۱۳۸۸). در این راستا فناوری زیستی و روشهای بهنژادی می‌تواند به افزایش بازده و بهره‌وری این بخش کمک کند و سود کلانی را نصیب تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و اقتصاد ملی نماید و در صورت فراهم بودن ابزارهای لازم می‌تواند در حرکت به سوی پویایی و رشد صنعت دام و طیور نقش کلیدی ایفا نماید (رحیمی، ۱۳۹۰؛ وزارت تعاون، ۱۳۸۳).

نجابت (۱۳۸۴) یکی از این ابزارها را وجود تعاونیهای دامپروری ذکر می کند. به اعتقاد وی، تعاونیهای موفق هستند که با توجه به پتانسیلها و تواناییهای بالقوه، آگاهانه برای عبور از بحرانها و تهدیدهای پیش رو تصمیم گیری نمایند. بر این اساس هر چه آگاهی و دانش مدیران و اعضای تعاونیهای دامپروری از عوامل تأثیرگذار بر این حرفه بیشتر باشد و هر چه آنها از توانمندی بیشتری برای اتخاذ تصمیمات عقلایی برخوردار باشند، به همان اندازه می توانند انتظار موفقیت بیشتری نیز داشته باشند.

عنبری (۱۳۸۰) مشارکت فعال اعضا در فعالیتهای تجاری و مدیریتی و اقتصادی تعاونیها، اعمال رهبری و مدیریت پویا توسط هیئت مدیره شرکتهای، تنوع بخشی به کسب و کار متناسب با قابلیتهای تجاری منطقه و نیز توجه به نیازها و توقعات اعضا و برنامه های آموزشی را از جمله عوامل مؤثر بر موفقیت شرکتهای تعاونی ذکر می کند. آقاجانی و رزانه (۱۳۸۰) هم عواملی مانند باور به تعاون، آگاهی اعضا از امور شرکت و میزان برخورداری آنها از آموزشهای لازم را در موفقیت تعاونیها ضروری می داند. بر اساس مطالعه درویشی نیا و صدیقی (۱۳۸۲) در استان مازندران، بین میزان موفقیت شرکتهای تعاونی تولید با رضایتمندی اعضا از تعاونی، نگرش اعضا نسبت به تعاونی، سطح زمین زراعی، سطح درآمد اعضا، کیفیت برنامه های آموزشی ترویجی و مشارکت اعضا رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زرا نژاد و شریفی (۱۳۸۷) هم در تحقیق خود به بررسی نگرش اعضا و مدیران تعاونیهای مصرف استان ایلام نسبت به عوامل مؤثر بر ارتقای بهره وری در این تعاونیها پرداختند و نشان دادند که تقویت بنیه مالی و استفاده از نیروهای کارآمد بر ارتقای بهره وری تعاونیهای مصرف مؤثرند. نتایج تحقیق حیدرپور و همکاران (۱۳۸۷) در زمینه عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای جنگل نشینان غرب استان مازندران هم نشان داد که تعداد روستاهای تحت پوشش، میزان اطلاعات فنی اعضا و افزایش سرمایه گذاری مردم در موفقیت این تعاونیها مؤثر بوده اند.

رجایی و همکاران (Ra et al., 2011) در مطالعه ای، پشتیبانی مالی و معافتهای مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی برای تنظیم بازار طبق شرایط کارآفرینان و آماده سازی

سند ملی کارآفرینی توسعه را مهمترین عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی ذکر کردند. روبرت (Robert, 2002) در بررسی تعاونیهای صنعتی آمریکا نشان داد که قوانین و آیین نامه‌ها، میزان سرمایه‌گذاری اولیه، مدیریت مالی و ارتباطات نقش مهمی در موفقیت شرکتهای تعاونی دارند. پادغام (Padgham, 2002) با بررسی تعاونیهای مصرف نشان داد که مسئولیت‌پذیری اعضا و علاقه مندی آنها به مشارکت در تصمیم‌گیری، دو عامل مهم در موفقیت این شرکتهای هستند. کاتور (Kaur, 2006) با استفاده از معیارهای ارزیابی عملکرد مانند جنبه‌های اجتماعی، عملکرد شرکتهای تعاونی کوچک و بزرگ را در مالزی مورد سنجش قرار داد. یافته‌های مطالعه او نشان داد که میزان ارتباط درونی و عاطفی، تخصص، تحصیلات، آموزش شغلی کارکنان، ترکیب سنی اعضا و نظارت و مشاوره مسئولان بر میزان موفقیت شرکتهای تعاونی مؤثر است. ری‌نولدز و هیوج (Reynolds & Hugh, 2006) خدمت‌گرایی، مهارت و تجربه مدیران و کارکنان، کیفیت محصولات، مدیریت مشارکتی، ساختار سازمانی مناسب و مدیریت مالی خلاق و مناسب را علت اصلی موفقیت تعاونیهای مصرف آمریکا ذکر کرد. سونجا (Sonja, 2008) از تعاونیهای برتر و موفق به عنوان سازمانهای دموکراتیکی یاد کرد که با تأکید بر اصول نوآوری و کارآفرینی اجتماعی، افزایش رفاه و کاهش هزینه‌های اجتماعی را برای اعضای خود به ارمغان آورده و به این ترتیب ابزار موفقیت تعاونی خود را فراهم کرده‌اند. او توجه به ارزشها و اصول تعاونی را عاملی اساسی در پررنگ شدن نقش شرکتهای تعاونی در حمایت از کارآفرینی اجتماعی، ترویج شیوه‌های کسب و کار اخلاقی و پایه ریز خلق نوآوریهای اجتماعی می‌داند. تعاونیهای دامپروری و به ویژه تعاونیهای لبنی را اولین تعاونیهای کشاورزی سازمان یافته 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. برنارد و اسپیلمن (Bernard & Spielman, 2009) نشان دادند که سازمانهای تولید کننده روستایی با حمایت از کشاورزان خرده پا و با ارائه خدمات بازاریابی در قالب رویکرد غیرمتمرکز و از پایین به بالا با استفاده از تعاونیهای کشاورزان می توانند در جهت بهبود وضعیت فقرای روستایی مؤثر باشند.

تحقیق حاضر در استان زنجان و با هدف بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خداآبندة انجام شد. استان زنجان به دلیل دارا بودن شرایط مناسب اقلیمی و جغرافیایی و نزدیکی به بزرگترین بازار مصرف کشور، ۲ درصد از کل تولیدات بخش دام کشور را به خود اختصاص داده است (اداره تعاون خداآبندة، ۱۳۸۸). شهرستان خداآبندة نیز با مساحت ۵۱۵۱ کیلومتر مربع و دارا بودن ۵ شهر، ۴ بخش، ۱۰ دهستان و ۲۱۳ آبادی به یکی از قطبهای مهم کشاورزی و دامپروری استان تبدیل شده است؛ زیرا ۱۳۶۴۵۷ نفر از جمعیت ۱۸۴۰۵۷ نفری آن را روستاییانی تشکیل می دهند که کشاورزی و دامپروری را به عنوان مهمترین فعالیت اقتصادی خویش برای اشتغال و کسب درآمد انتخاب کرده اند (سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۸۵). از لحاظ تعداد و نوع تعاونیهای تولیدی، به ویژه تعاونیهای دامپروری نیز از شهرستان خداآبندة همواره به عنوان الگویی برای سایر شهرستانها یاد می شود. به همین دلایل این شهرستان به عنوان محل انجام تحقیق انتخاب شد.

روش تحقیق

این پژوهش از جنبه هدف، کاربردی و از جنبه جمع آوری اطلاعات، از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی است که در جستجوی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری شهرستان خداآبندة می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۱ تعاونی دامپروری با ۲۲۰ نفر عضو بود که با رعایت قواعد نمونه گیری و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده، ۱۴۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات

استفاده شد. ویژگیهای فردی و حرفه‌ای پاسخگویان با ۶ سؤال بسته سنجیده شد. سنجش موفقیت با استفاده از شاخصی با ۹ گویه انجام گرفت و عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیها در قالب ۳۱ گویه مورد سنجش قرار گرفت. روایی پرسشنامه با مراجعه به پانلی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت و برای سنجش پایایی پرسشنامه، یک آزمون مقدماتی بر روی ۳۰ دامدار عضو تعاونی دامپروری در خارج از حوزه جغرافیایی تحقیق انجام شد که مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای شاخص موفقیت ۰/۷۸ به دست آمد. داده‌پردازی و محاسبات تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSSwin در دو بخش توصیفی و استنباطی انجام شد. در قسمت توصیفی از آماره‌های توزیع فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات و در قسمت استنباطی از روش سنجش همبستگی و تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

نتایج و بحث

از لحاظ جنسیتی ۶۶/۴ درصد پاسخگویان این تحقیق را مردان و ۳۳/۶ درصد را زنان با میانگین سنی ۴۶ سال تشکیل می‌دهند. اگرچه تقریباً بیشتر پاسخگویان را افراد میانسال در بر می‌گیرند، ولی ۴۰/۱ درصد پاسخگویان زیر ۴۰ سال و ۸/۸ درصد بالای ۶۰ سال سن دارند. جدول ۱ مشخصات بیشتری از وضعیت سنی پاسخگویان ارائه می‌کند.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

گروه سنی (سال)	فراوانی	درصد
۳۰-۴۰	۵۵	۴۰/۱
۴۱-۵۰	۴۲	۳۰/۷
۵۱-۶۰	۲۸	۲۰/۴
۶۱-۷۰	۱۲	۸/۸
جمع	۱۳۷	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بررسی عضویت پاسخگویان در دیگر تعاونیها نیز نشان داد که ۴۵/۷ درصد این افراد علاوه بر تعاونی دامپروری، در تعاونیهای دیگری چون تعاونی مسکن و تعاونی مصرف عضویت دارند. از لحاظ سابقه فعالیت، اکثر تعاونیها دارای سابقه‌ای بین ۱۱-۲۰ سال هستند و میانگین سابقه کار تعاونی‌های دامپروری خداینده برابر با ۱۶/۳۲ سال با انحراف معیار ۵/۹۹ سال است که نشانگر سابقه کار متوسط این تعاونیهاست.

محافظت از دام در برابر بیماریهای مختلف، مهمترین وظیفه حرفه‌ای هر دامدار به شمار می‌آید. برخی از دامداران شخصاً این وظیفه را بر عهده می‌گیرند، در حالی که اکثر آنها برای مقابله با بیماریهای دامی، از خدمات دامپزشکی بهره می‌گیرند. بر همین اساس، نتایج تحقیق نشان می‌دهد نزدیک به نیمی از اعضای تعاونیهای دامپروری یعنی ۴۹/۳ درصد برای مقابله با بیماریهای دامی خود به دامپزشک خصوصی مراجعه می‌کنند، اما ۱۹/۳ درصد این افراد به دلایل مختلفی چون هزینه بالای درمان و یا در دسترس نبودن دامپزشک، دام خود را به صورت تجربی درمان می‌نمایند. داده‌های جدول ۲ وضعیت پاسخگویان را بر حسب چگونگی مقابله آنها با بیماریهای دامی نشان می‌دهد.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب چگونگی مقابله با بیماریهای دامی

نحوه مقابله با بیماریها	فراوانی	درصد
خود درمانی	۲۷	۱۹/۳
مراجعه به دامپزشک خصوصی	۶۹	۴۹/۳
مراجعه به دامپزشک دولتی	۴۴	۳۱/۴
جمع	۱۴۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

درآمد اصلی ۵۱/۵ درصد اعضای تعاونیها از شغل دامپروری به دست می‌آید، در حالی که بقیه افراد مهمترین منبع درآمدی خود را زراعت، حقوق و مزایای دریافتی از ادارات

دولتی و یا شرکتهای خصوصی، کاسبی و کارگری ذکر کردند. جدول ۳ منابع کسب درآمد پاسخگویان را نشان می دهد.

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب منبع کسب درآمد

منبع درآمد	فراوانی	درصد
دامپروری	۷۰	۵۱/۵
زراعت	۲۹	۲۱/۳
کارمندی	۱۰	۷/۴
کاسبی	۱۲	۸/۸
کارگری	۱۵	۱۱
جمع	۱۳۶	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

برای سنجش میزان موفقیت تعاونی از یک شاخص ترکیبی با ۹ گویه استفاده شد که مواردی چون ارائه خدمات آموزشی، بازاریابی محصولات تولیدی، فعالیت مؤثر در زمینه دامپروری، 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 را شامل می شود.

بررسی دیدگاه پاسخگویان درباره میزان موفقیت تعاونیها با در نظر گرفتن گویه‌های تشکیل دهنده این شاخص نشان داد که آنها عملکرد فعلی تعاونیهای دامپروری در شهرستان خدابنده را چندان موفق نمی دانند، زیرا این افراد به سه گویه فعالیت مؤثر در زمینه دامپروری، ارائه خدمات آموزشی و بازاریابی محصولات تولیدی نمره متوسط و به گویه‌های دیگر این شاخص از جمله پیگیری امور دریافت وام، ایجاد فروشگاه جهت عرضه مستقیم محصولات، ارائه خدمات بهداشتی- دامپزشکی، تهیه و توزیع علوفه، تهیه تجهیزات پیشرفته و تهیه و توزیع

نهاده‌ها نمره کم دادند. بر این مبنا، پاسخگویان نمره میزان موفقیت تعاونیهای دامپروری شهرستان خدابنده را ۲/۶۷ از ۶ ارزیابی کردند که نشاندهنده موفقیت ناچیز تعاونیهای دامپروری شهرستان خدابنده از دیدگاه این افراد است. جدول ۴ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب دیدگاه آنان نسبت به میزان موفقیت تعاونیهای دامپروری نشان می‌دهد.

جدول ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب دیدگاه آنان نسبت به میزان موفقیت تعاونیهای

دامپروری

انحراف معیار	میانگین رتبه ای از ۶	میزان موفقیت*					عناوین	
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
		درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی		
۱/۳۲	۳/۶۵	۷/۱	۱۹/۳	۳۴/۳	۱۷/۱	۱۵/۷	۶/۴	ارائه خدمات آموزشی
۱/۴۸	۳/۳۷	۲/۱	۳۰	۱۸/۶	۱۵	۲۰/۷	۱۳/۶	بازاریابی محصولات تولیدی
۱/۰۳	۳/۰۱	۰	۷/۹	۲۲/۸	۴۰/۲	۲۱/۳	۷/۹	فعالیت مؤثر در زمینه دامپروری
۱/۱۷	۲/۸۸	۰	۹/۳	۲۳/۶	۲۵/۷	۲۹/۳	۱۲/۱	تهیه و توزیع علوفه و خوراک دام
۱/۰۸	۲/۴۳	۰	۴/۳	۱۲/۱	۲۷/۱	۳۵/۷	۲۰/۷	ارائه خدمات بهداشتی - دامپزشکی
۱/۱۵	۲/۳۵	۱/۴	۱/۴	۱۵	۲۱/۴	۳۴/۳	۲۴/۶	ایجاد فروشگاه جهت عرضه مستقیم محصولات
۰/۹۸	۲/۱۵	۰	۲/۱	۵	۲۹/۳	۳۳/۶	۳۰	پیگیری امور وام اعضا و دریافت اعتبار
۱/۰۰۴	۲/۱۱	۰	۰/۷	۱۲/۱	۱۵/۷	۴۰/۷	۳۰/۷	تهیه امکانات و تجهیزات
۰/۹۹	۲/۱۱	۰	۱/۴	۷/۹	۲۳/۶	۳۵	۳۲/۱	تهیه و توزیع نهاده‌ها
۱/۱۳	۲/۶۷							موفقیت کل

مأخذ: یافته‌های تحقیق

* ۰ تا ۱ = هیچ، ۱/۰۱ تا ۲ = خیلی کم، ۲/۰۱ تا ۳ = کم، ۳/۰۱ تا ۴ = متوسط، ۴/۰۱ تا ۵ = زیاد، ۵/۰۱ تا ۶ = خیلی زیاد

اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری از دیدگاه پاسخگویان

به منظور تعیین میزان اهمیت و اولویت بندی هر یک از سازه‌ها به عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری، از میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات استفاده گردید. بر اساس داده‌های جدول ۵، عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی را می‌توان بر مبنای مقدار میانگین هر یک از گویه‌ها در چهار دسته طبقه‌بندی کرد. در دسته اول ۱۰ گویه قرار می‌گیرد که میزان تأثیر آنها در موفقیت از دیدگاه اعضای تعاونی در حد زیاد است. مقدار میانگین اکتسابی گویه‌های این دسته حداقل ۴/۰۱ و حداکثر ۴/۵۴ از ۶ است. این گویه‌ها موارد زیر را دربرمی‌گیرد: وجود انگیزه و علاقه به کار گروهی در اعضا، عرضه مستقیم محصولات تعاونی به بازار مصرف، مشارکت اقتصادی اعضا در تأمین سرمایه مورد نیاز تعاونی، وجود روحیه خودباوری و خوداتکایی بالا در اعضا، شرکت اعضا در دوره‌های آموزشی و ترویجی برگزار شده، میزان همکاری اعضای تعاونی با یکدیگر در رفع مشکلات، میزان اعتقاد اعضا به سهم بودن در سود تعاونی، باور اعضا و پایبندی آنها به اصول، فلسفه و ارزشهای تعاون، میزان توانمندی اعضای تعاونی در برقراری ارتباط مؤثر با بازار فروش و سرانجام همکاری مؤثر دیگر نهادها مانند بانک و کارخانه شیر. این نتایج با نتایج مطالعه میرک زاده و همکاران (۱۳۸۸)، ثمری و رسول زاده (۱۳۸۷) و لیدلا (Laidlaw, 2000) همسو می‌باشد.

در دسته دوم نیز ۱۰ گویه قرار دارد. میزان اهمیت این گویه‌ها در موفقیت تعاونی از دیدگاه اعضا در حد متوسط است. مقدار میانگین اکتسابی گویه‌های این دسته حداقل ۳/۲۸ و حداکثر ۴ از ۶ می‌باشد. در این دسته گویه‌های زیر قرار دارد: برپایی جلسات تبادل نظر اعضای تعاونی با مدیر عامل و هیئت مدیره، میزان تجارب اعضا در طول فعالیت تعاونی برای کاهش هزینه‌های اجرایی، استفاده از تجهیزات و امکانات و ماشین آلات پیشرفته، توجه تعاونی به برطرف کردن نیازهای ضروری جامعه، استفاده از دستاوردهای تحقیقات کشاورزی در

حوزه فعالیت شرکت تعاونی، ارتباط تعاونی با ارگانهای مردمی و محلی، تقسیم کار وظایف مدیرعامل و اعضای هیئت مدیره، راه اندازی مرکز توزیع خوراک دام، ارتباط مستمر کارشناسان خبره ادارات با تعاونی، میزان استفاده از افراد ماهر و تحصیلکرده در اداره امور تعاونی.

دسته سوم با در برداشتن ۸ گویه در مقایسه با سایر عوامل از اهمیت کمتری برخوردار است. میانگین اکتسابی گویه‌های موجود در این دسته در محدوده ۲/۰۵ تا ۲/۹۵ از ۶ قرار دارد و شامل موارد زیر است: دسترسی راحت تر به علوفه و دارو از طریق تعاونی، میزان برخورداری از سیاستهای حمایتی دولت مانند خرید تضمینی، استفاده مناسب و مستمر اعضا از رسانه های گروهی، جلب حمایت نهادهای مختلف از اعضای تعاونی، ارزشیابی میزان رضایت اعضا از عملکرد مدیر عامل و هیئت مدیره، تلاش مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره برای جلب رضایت اعضا، برطرف کردن شرط وثیقه در اخذ وام بانکی و تأمین اعتبارات و تسهیلات بانکی با نرخ بهره کم را در بردارد.

در دسته چهارم سه گویه قرار دارد که نشاندهنده کم اهمیت ترین گویه‌ها در موفقیت تعاونی از دیدگاه پاسخگویان است. اگرچه گویه‌هایی چون تأمین منابع مالی، دریافت کمکهای بلاعوض و بیمه می توانند نقش مهمی در موفقیت داشته باشند، ولی با توجه به داده‌های کمی جمع آوری شده، به نظر می‌رسد پاسخگویان قادر به تحلیل دقیق نقش این عوامل در موفقیت نبودند و به همین دلیل به گویه‌های مذکور امتیاز اندکی داده‌اند.

جدول ۵. دیدگاه پاسخگویان نسبت به عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری (n=۱۴۰)

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین *	عوامل مؤثر بر موفقیت
۱	۰/۳۰	۱/۳۵	۴/۵۴	وجود انگیزه و علاقه به کار گروهی در اعضا
۲	۰/۲۴	۱/۰۳	۴/۳۶	عرضه مستقیم محصولات تعاونی به بازار مصرف
۳	۰/۲۴	۱/۰۴	۴/۲۵	مشارکت اقتصادی اعضا در تأمین سرمایه مورد نیاز تعاونی
۴	۰/۳۲	۱/۳۲	۴/۱۷	وجود روحیه خودباوری و خودتکایی بالا در اعضا
۵	۰/۲۸	۱/۱۷	۴/۱۶	شرکت اعضا در دوره‌های آموزشی و ترویجی برگزار شده
۶	۰/۲۴	۰/۹۷	۴/۱	میزان همکاری اعضای تعاونی با یکدیگر در رفع مشکلات
۷	۰/۴۰	۱/۶۳	۴/۱	میزان اعتقاد اعضا به سهم بودن در سود تعاونی
۸	۰/۳۶	۱/۳۸	۴/۰۸	باور اعضا و پابندی آنها به اصول، فلسفه و ارزشهای تعاون
۹	۰/۲۷	۱/۱۱	۴/۰۵	میزان توانمندی اعضای تعاونی در برقراری ارتباط با بازار فروش
۱۰	۰/۲۳	۰/۹۲	۴/۰۱	همکاری مؤثر دیگر نهادها مانند بانک و کارخانه شیر
۱۱	۰/۲۵	۰/۹۸	۴/۰۰	برپایی جلسات تبادل نظر اعضای تعاونی با مدیر عامل
۱۲	۰/۳۰	۱/۱۵	۳/۸۱	میزان تجارب اعضا در طول فعالیت برای کاهش هزینه‌های اجرایی
۱۳	۰/۲۸	۱/۰۵	۳/۷۶	استفاده از تجهیزات، امکانات و ماشین آلات پیشرفته
۱۴	۰/۳۵	۱/۳۰	۳/۷۱	توجه تعاونی به برطرف کردن نیازهای ضروری جامعه
۱۵	۰/۳۳	۱/۱۵	۳/۵۱	استفاده از دستاوردهای تحقیقات کشاورزی در حوزه فعالیت تعاونی
۱۶	۰/۳۲	۱/۱۲	۳/۴۸	ارتباط تعاونی با ارگانهای مردمی و محلی
۱۷	۰/۳۰	۰/۹۸	۳/۲۹	تقسیم کار وظایف مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره
۱۸	۰/۳۵	۱/۱۴	۳/۲۸	ارتباط مستمر کارشناسان خبره ادارات با تعاونی
۱۹	۰/۳۷	۱/۲۰	۳/۲۸	راه اندازی مرکز توزیع خوراک دام
۲۰	۰/۳۸	۱/۲۳	۳/۲۸	میزان استفاده از افراد ماهر و تحصیلکرده در امور تعاونی
۲۱	۰/۳۳	۰/۸۷	۲/۶۴	میزان برخورداری از سیاستهای حمایتی دولت مانند خرید تضمینی
۲۲	۰/۳۹	۱/۰۴	۲/۶۴	دسترسی راحت تر به علوفه و دارو از طریق تعاونی
۲۳	۰/۴۰	۱/۰۶	۲/۶۳	استفاده مناسب و مستمر اعضا از رسانه‌های گروهی
۲۴	۰/۳۱	۰/۸۲	۲/۶۱	جلب حمایت نهادهای مختلف از اعضای تعاونی
۲۵	۰/۴۰	۰/۹۷	۲/۴۴	ارزشیابی میزان رضایت اعضا از عملکرد مدیر عامل و هیئت مدیره
۲۶	۰/۴۴	۰/۹۲	۲/۰۷	برطرف کردن شرط وثیقه در اخذ وام بانکی
۲۷	۰/۵۲	۱/۰۸	۲/۰۷	تلاش مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره برای جلب رضایت اعضا
۲۸	۰/۴۱	۰/۸۵	۲/۰۵	تأمین اعتبارات و تسهیلات بانکی با نرخ بهره کم
۲۹	۰/۴۶	۰/۸۸	۱/۹۱	تأمین بخشی از منابع مالی مورد نیاز از طریق صندوق تعاون
۳۰	۰/۵۲	۰/۷۵	۱/۴۳	کمکهای بلاعوض دولت
۳۱	۰/۵۱	۰/۶۳	۱/۲۴	بیمه کردن فعالیتهای تعاونی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

* ۱ تا ۰ = هیچ، ۱/۰۱ تا ۲ = خیلی کم، ۲/۰۱ تا ۳ = کم، ۳/۰۱ تا ۴ = متوسط، ۴/۰۱ تا ۵ = زیاد، ۵/۰۱ تا ۶ = خیلی زیاد

نتایج روش تحلیل عاملی

به منظور دسته بندی داده‌های گردآوری شده در خصوص عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری، علاوه بر روش سنجش میانگین رتبه‌ای و اولویت بندی آن، از روش تحلیل عاملی نیز استفاده شد. محاسبات انجام شده نشان داد که انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی مناسب است، زیرا مقدار KMO برابر ۰/۷ و آماره بارتلت برابر ۵۲۸ می‌باشد که در سطح ۱٪ معنی دار شده است. در جدول ۶ تعداد عوامل استخراج شده همراه با مقادیر ویژه هر یک از آنها، درصد واریانس تبیین شده و درصد تجمعی واریانس عوامل ارائه شده است. مقدار ویژه بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرها می‌باشد و هر چه مقدار آن بزرگتر باشد نشان‌دهنده اهمیت و نقش بیشتر آن عامل است. همان طور که داده‌های جدول ۶ نشان می‌دهد، در مجموع ۸ عامل توانستند در حدود ۶۸/۳۳ درصد از کل واریانس عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری را تبیین نمایند.

جدول ۶. عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی واریانس

تبیین شده

عاملها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
۱	۳/۹۰۲	۱۱/۸۲۴	۱۱/۸۲۴
۲	۳/۴۴	۱۰/۴۵	۲۲/۲۷۴
۳	۳/۰۰۳	۹/۱۰۱	۳۱/۳۷۵
۴	۲/۷۴۷	۸/۳۲۳	۳۹/۶۹۸
۵	۲/۶۷۹	۸/۱۱۹	۴۷/۸۱۸
۶	۲/۴۲۳	۷/۳۴۳	۵۵/۱۶۱
۷	۲/۱۸۶	۶/۶۲۴	۶۱/۷۸۵
۸	۲/۱۵۹	۶/۵۴۲	۶۸/۳۲۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق

برای چرخش عاملی از روش واریماکس استفاده شد. بعد از مرحله چرخش، متغیرهای مربوط به هر عامل به صورت ستونی مشخص گردید و سپس نسبت به نامگذاری عوامل به دست آمده از تحلیل عاملی اقدام شد. در جدول ۷ هر یک از عوامل و متغیرهای تحت پوشش به همراه بار عاملی ارائه شده است. گفتنی است که یکی از متغیرها علی رغم داشتن بار عاملی بیش از ۰/۵، به تنهایی عامل نهم را تشکیل داد که برای دسته بندی متغیرها به شکل بهینه مناسب تشخیص داده نشد و حذف گردید.

نتایج تحلیل عاملی نشان داد که عامل هماهنگی - آموزشی ۱۱/۸۲۴ درصد واریانس را به خود اختصاص داده و با مقدار ویژه ۳/۹۰۲ اولین عامل مؤثر بر موفقیت تعاونیها در بخش دامپروری بوده است. نوناکا و اکئوچی (Nonako & Akeuchi, 1995)، امینی و اسماعیلی فلاح (۱۳۸۷)، امینی و رمضانی (۱۳۸۵)، بهویان و اولسون (Bhuyan & Olson, 1998) نیز در تحقیقات خود به نتایج مشابهی دست یافته و تأثیر اقدامات هماهنگ کننده و فعالیتهای آموزشی بر موفقیت تعاونیها را مورد تأیید قرار دادند. علاوه بر این، نتایج تحقیق نشان داد که هر یک از عوامل حرفه‌ای، اقتصادی، حمایتی، سازمانی، اجتماعی، ارتباطی و رسانه‌ای به ترتیب با اختصاص ۱۰/۴۵، ۹/۱۰۱، ۸/۳۲۳، ۸/۱۱۹، ۷/۳۴۳، ۶/۶۲۴ و ۶/۵۴۲ درصد واریانس در مجموع ۶۸/۳۳ درصد از واریانس متغیر میزان موفقیت را تبیین نمودند.

جدول ۷. متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل و بار عاملی به دست آمده از ماتریس

دوران یافته

بار عاملی	متغیر	نام عامل
۰/۸۵۱	استفاده از دستاوردهای تحقیقات کشاورزی	هماهنگی - آموزشی
۰/۷۵۱	ارتباط مستمر کارکنان اداره تعاون با تعاونی	
۰/۷۳۰	جلسات تبادل نظر اعضا با مدیر عامل و هیئت مدیره	
۰/۶۸۳	برگزاری دوره های آموزشی و ترویجی	
۰/۶۵۴	توانمندی اعضا در برقراری ارتباط با بازار فروش	
۰/۵۲۳	راه اندازی مرکز توزیع خوراک دام	
۰/۸۵۴	خودباوری و خوداتکایی در اعضا	حرفه ای
۰/۷۸۸	باور و پابندی اعضا به اصول و فلسفه تعاون	
۰/۷۶۱	استفاده از افراد ماهر و تحصیلکرده در امور تعاونی	
۰/۶۶۹	اعتقاد اعضا به سهم بودن در سود تعاونی	
۰/۵۹۶	تجارب اعضا	
۰/۵۸۶	انگیزه و علاقه به کار گروهی در اعضا	
۰/۷۹۸	تأمین بخشی از منابع مالی از صندوق (بانک) تعاون	اقتصادی
۰/۷۳۷	تأمین اعتبارات و تسهیلات بانکی با نرخ بهره کم	
۰/۶۸۵	حذف وثیقه در اخذ وام بانکی	
۰/۶۳۸	برخورداری از سیاستهای حمایتی دولت	
۰/۵۰۶	مشارکت اقتصادی اعضا	
۰/۸۲۸	بیمه کردن فعالیتهای تعاونی	حمایتی
۰/۷۶۲	کمکهای بلاعوض دولت	
۰/۶۶۷	تلاش مدیر عامل برای جلب رضایت اعضا	سازمان
۰/۷۸۱	تلاش مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره در پیش بینی شرایط آتی	
۰/۷۶۰	ارزشیابی رضایت اعضا از عملکرد مدیر عامل	اجتماعی
۰/۷۵۲	تقسیم کار مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره	
۰/۷۹۶	همکاری اعضا با یکدیگر در رفع مشکلات	
۰/۷۵۹	توجه تعاونی به رفع نیازهای ضروری جامعه	
۰/۷۵۲	استفاده از تجهیزات و امکانات و پیشرفته	
۰/۷۹۰	همکاری دیگر نهادها مانند بانک	ارتباطی
۰/۷۶۸	ارتباط تعاونی با ارگانهای مردمی و محلی	
۰/۸۶۶	استفاده مناسب از رسانه های گروهی	رسانه ای
۰/۸۰۵	مناسب و مفید بودن برنامه های رسانه های گروهی	

مأخذ: یافته های تحقیق

بررسی ارتباط بین میزان موفقیت تعاونیها با برخی از دیدگاههای اعضا نسبت به عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی

بر اساس ادبیات تحقیق، دیدگاههای مختلفی درباره تعاون و موفقیت آن ابراز شده بود که در این تحقیق نیز تعدادی از آنها سنجش شدند. سنجش ارتباط این دیدگاهها با موفقیت تعاونی می توانست به روشن شدن نقش و اهمیت عوامل مذکور در میزان موفقیت تعاونیها کمک نماید. به هر روی، تحلیل همبستگی میزان موفقیت تعاونیها با برخی از دیدگاههای اعضا نسبت به عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی نشان داد که بین میزان موفقیت تعاونیهای دامپروری و باور اعضا به اصول و ارزشهای تعاون و ارتباط تعاونی با ارگانهای مردمی در سطح یک درصد، و بین میزان موفقیت تعاونی و اعتقاد اعضا به سهم بودن در سود تعاونی و بیمه کردن فعالیتها نیز در سطح ۵ درصد رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد (جدول ۸).

جدول ۸. تحلیل همبستگی میزان موفقیت تعاونیها با برخی از دیدگاههای اعضا نسبت به

تعاونی (n=۱۴۰)

عوامل	موفقیت کل	عامل اقتصادی	عامل ارتباطی	عامل همبستگی آموزشی	عامل اجتماعی	عامل حرفه‌ای	عامل سازمانی
باور اعضا به اصول و ارزشهای تعاون	۰/۲۶**	-۰/۰۱	۰/۴۱**	۰/۳۱**	۰/۱۲	۰/۸۴**	۰/۳۱**
اعتقاد اعضا به سهم بودن در سود تعاونی	۰/۲*	-۰/۰۱	۰/۳۱**	۰/۱۸*	۰/۱۵	۰/۸۲**	۰/۳۴**
بیمه کردن فعالیتها	۰/۱۶*	۰/۲*	۰/۰۸	۰/۱۶	۰/۱۶	-۰/۰۸	۰/۳۸**
دیدگاه اعضا نسبت به کار گروهی	۰/۰۸	۰/۰۰۶	۰/۳۷**	۰/۲۳**	۰/۰۷	۰/۷۲**	۰/۱۵
استفاده از تجهیزات پیشرفته و ماشین آلات	۰/۱۳	۰/۰۵	۰/۱۶	۰/۱۱	۰/۳۵**	۰/۲۶**	۰/۴۲**
شرکت اعضا در جلسات توجیهی - ترویجی	۰/۰۲	۰/۰۰۸	۰/۲۹**	۰/۶۱**	-۰/۰۲	۰/۲۸**	۰/۲۹**
نبود شرط وثیقه بانکی در اخذ وام	۰/۱۵	۰/۸۱**	-۰/۰۶	۰/۱۳	۰/۲*	۰/۰۰۴	۰/۳۱**
کم بهره بودن اعتبارات و تسهیلات بانکی	۰/۱	۰/۷۶**	۰/۰۵	۰/۱	۰/۱۸*	-۰/۰۵	۰/۲۹**
ارتباط مستمر کارشناسان اداره تعاون با تعاونی	۰/۰۶	-۰/۱	۰/۷۱**	۰/۴۵**	-۰/۱۳	۰/۳۶**	۰/۱
توانمندی اعضا در ارتباط با بازار فروش	۰/۱۳	۰/۰۳	۰/۷۵**	۰/۳۴**	۰/۱۳	۰/۴۴**	۰/۱۴
ارتباط تعاونی با ارگانهای مردمی و محلی	۰/۴۳**	۰/۱۶	۰/۶۸**	۰/۲۱*	۰/۲۲**	۰/۲۸**	۰/۳۳**

مأخذ: یافته‌های تحقیق

* معنی داری در سطح ۵ درصد ** معنی داری در سطح ۱ درصد

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

یافته‌های تحقیق (تحلیل همبستگی) نشان داد که بین میزان موفقیت تعاونیهای دامپروری و باور اعضا به اصول و ارزشهای تعاون و ارتباط تعاونی با ارگانهای مردمی، اعتقاد آنها به سهم بودن در سود تعاونی و بیمه کردن فعالیتهای رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد. بر اساس مطالعه جان و همکاران (John et al., 2001) شناخت اعضا از اصول تعاون و پایبندی به آن یکی از مؤثرترین عوامل در موفقیت تعاونیهاست. یافته‌های حاصل از مطالعات امینی و اسماعیلی فلاح (۱۳۸۷)، صفری و همکاران (۱۳۸۸)، درویشی نیا (۱۳۷۸)، امینی و رضانی (۱۳۸۷) نیز یافته‌های این پژوهش در خصوص عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیها را تأیید می‌کند.

از آنجا که میزان اعتقاد و پایبندی اعضا به اصول تعاون در موفقیت تعاونیها تأثیر مثبت دارد، می‌توان با برگزاری جلسات آموزشی برای اعضا، کارکردهای تعاونیها را برای آنان مورد نقد و بررسی قرار داد. این کار سبب خواهد شد انتظار اعضا از تعاونیها با اهداف تعاون متناسب گردد و میزان پایبندی اعضا به اصول تعاون افزایش یابد.

بر اساس داده‌های جدول ۵، اعضای تعاونیهای دامپروری در شهرستان خدابنده نقش بیمه در میزان موفقیت تعاونی را چندان مثبت ارزیابی نکردند و به همین دلیل آخرین اولویت را به این عامل اختصاص دادند. این موضوع تا حدی غیر طبیعی به نظر می‌رسد، زیرا در تحقیقات زیادی بر نقش مثبت بیمه بر آسودگی خاطر تولیدکنندگان محصولات کشاورزی تأکید شده است. اما اطلاعات جمع‌آوری شده حکایت از آن دارد که در شرایط موجود به دلیل فراهم نبودن زیرساخت‌های لازم و کم‌توجهی به بیمه دام و به ویژه دامهای کوچک، اعضای تعاونیهای دامپروری از مزایا و فواید بیمه بهره‌چندانی نبرده‌اند و لذا چنین تفکری در ذهن آنها شکل گرفته است. با این حال داده‌های جدول ۸ نشان می‌دهد که در صورت پاسخگو بودن بیمه‌گر در مقابل بیمه‌گذار و حمایت سازمانهای مربوطه، بیمه می‌تواند در موفقیت تعاونیهای دامپروری نقش مهمی ایفا کند و لذا پیشنهاد می‌شود صندوق بیمه محصولات

کشاورزی همانند بخشهای زراعی و باغی، فعالیتهای متنوع دامپروری را نیز تحت پوشش خدمات بیمه ای خود قرار دهد و با فراهم کردن زیر ساختهای لازم، علاوه بر گسترش بیمه نامه‌های مربوطه در میان متقاضیان، بیمه‌گذاران را از مزایای این نوع بیمه بیش از پیش برخوردار کند. در حوزه تحقیقاتی نیز توصیه می‌شود سایر پژوهشگران علل ناکارآمدی بیمه در موفقیت تعاونیهای دامپروری را در سطح شهرستان خدابنده مورد مطالعه قرار داده و با پژوهش گسترده در این خصوص، به اذهان پرسشگر مخاطبان بیمه‌های مرتبط با دام و دامپروری، پاسخ مطلوبی ارائه نمایند.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای دامپروری، تأمین اعتبارات و تسهیلات بانکی با نرخ بهره کم است. بنابراین با حمایت مالی از اعضای تعاونی و تشویق آنها به بازپرداخت اقساط اعتبارات دریافتی، می‌توان شرایط مساعدی برای دستیابی تعاونیهای دامپروری به موفقیت فراهم کرد.

پاسخگویان در این تحقیق بر وجود انگیزه و علاقه به کار گروهی در اعضا و عرضه مستقیم محصولات تعاونی به بازار مصرف به عنوان یکی از مهمترین عوامل مؤثر در موفقیت تعاونیهای دامپروری در شهرستان خدابنده تأکید داشتند. لذا به متولیان بخش تعاون توصیه می‌شود از طریق ارائه خدمات آموزشی و ترویجی به مدیران و اعضای این شرکتها، موضوع ایجاد و تقویت انگیزه کار گروهی را بیش از پیش مورد توجه قرار دهند.

یافته‌های تحقیق نشان داد که گویه‌های تحت پوشش عامل آموزشی در موفقیت تعاونی نقش برجسته‌ای دارند. نتیجه مذکور حاکی از نقش مثبت و مؤثر آموزشهای ارائه شده و هماهنگیهای صورت گرفته در بهبود تولید محصولات و موفقیت تعاونی است. بنابراین توصیه می‌شود به موضوع انتقال اطلاعات و دانش از طریق برگزاری جلسات یا کلاسهای آموزشی و ترویجی نه تنها برای مدیران و متصدیان مؤسسات تعاونی بلکه برای اعضای تعاونیها به صورت جدی توجه شود، زیرا انجام مطلوب وظایف و مسئولیتهای محوله و صیانت از

حقوق واقعی اعضا نیازمند برخورداری از اطلاعات جامع و دقیقی است که صرفاً از طریق اجرای چنین دوره‌های آموزشی محقق می‌شود.

منابع

۱. آقاجانی ورزنده، م. (۱۳۸۰). بررسی و ارزیابی فعالیت‌های شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه صنعتی اصفهان.
۲. امینی، ا.، و رضائی، م. (۱۳۸۵). ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران گوشتی استان تهران. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم، شماره ۵۵، صفحات ۶۷-۸۹.
۳. امینی، م. و رضائی، م. (۱۳۸۷). نظرات آموزشگران، رهیافتی جهت بهبود کیفیت آموزش و ارتقا بهره‌وری آن در بخش تعاون. همایش بهبود کیفیت، ارتقا بهره‌وری و ایجاد اشتغال و تولید در بخش تعاون. وزارت تعاون.
۴. امینی، م. و اسماعیلی فلاح، م. (۱۳۸۷). موفقیت شرکت‌های تعاون روستایی استان اصفهان و ارزیابی سازه‌های مؤثر بر آن. علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، سال دوازدهم شماره ۴۶ (الف)، صفحات ۲۷۳-۲۸۸.
۵. ثمری، ع. و رسول زاده، ب. (۱۳۸۷). بررسی متغیرهای تأثیرگذار برافزایش انگیزه پیشرفت و کسب موفقیت درمدیران تعاونی‌ها. نشریه مدیریت دولتی، سال بیستم، شماره ۱، صفحات ۳۳-۵۰.
۶. جهاد کشاورزی (۱۳۸۹). آمارنامه معاونت امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی. استان زنجان.
۷. حیدرپور، ز.، شعبانعلی فمی، ح.، اسدی، ع. و ملک محمدی، ا. (۱۳۸۷). عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های جنگل نشینان غرب استان مازندران ازدیدگاه اعضا. فصلنامه روستا و توسعه، سال یازدهم، شماره ۲، صفحات ۲۱-۳۸.

۸. خسروی، م. و غزنوی، ا. (۱۳۸۷). ارزیابی بار میکروبی و pH شیر خام دامداری‌های سنتی شهرستان کاشمر در فصل‌های مختلف. *مجله دانش نوین کشاورزی*، سال چهاردهم، شماره ۱۳، صفحات ۳۳-۳۷.

۹. درویشی نیا، ع. ا. و صدیقی، ح. (۱۳۸۱). ارزیابی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در استان مازندران. *مجله علوم کشاورزی ایران*، سالی سی و سوم، شماره ۲، صفحات ۳۱۳-۳۲۴.

۱۰. رحیمی، ش. (۱۳۹۰). *جایگاه ایران در تولید محصولات دامی*. سهم پروتئین حیوانی در سبد خانوار. بازاریابی شده از سایت خبر مهر (<http://www.khabarfarsi.com>).

۱۱. زراء نژاد، م. و شریفی، ب. (۱۳۸۷). بررسی نگرش اعضا و مدیران تعاونی‌های مصرف نسبت به عوامل مؤثر بر ارتقای بهره‌وری (مورد مطالعه: تعاونی‌های مصرف استان ایلام). *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی ویژه مدیریت*، سال بیست و نهم، شماره ۳، صفحات ۹۷-۱۱۰.

۱۲. سلطانی، س. (۱۳۹۰). *قاجاق دام زنده وضعیت دامپروری را بحرانی‌تر کرده است*. بازاریابی شده از سایت صنعت غذا و کشاورزی (<http://www.agrofoodnews.com>).

۱۳. شکبیا مقدم، م. (۱۳۸۱). *مدیریت تعاونی‌ها*. تهران: انتشارات میر.

۱۴. صفری، ح.، آریان‌فر، خ. و ابراهیمی، ع. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی مصرف برتر. *ماهنامه تعاون*. سال بیستم، شماره ۲۱۲، صفحات ۳۳-۵۲.

۱۵. عنبري، م. (۱۳۸۰). *مدیریت در تعاونی‌های کشاورزی*. تهران: سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران.

۱۶. محمدی، ا. (۱۳۸۸). بررسی وضعیت صنعت طیور و چگونگی شکل‌گیری اتحادیه سراسری تعاونی مرغداران. *ماهنامه تعاون*، شماره ۱۵۵، صفحات ۳۴-۳۹.

۱۷. میرک زاده، ع.، کرمی، م. و پاپ زن، ع. (۱۳۸۸). تحلیل عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد مرغداری‌های صنعتی در شهرستان کرمانشاه. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*. سال ۲-۴۰، شماره ۴، صفحات ۲۷-۳۴.

۱۸. نامغ، پ. (۱۳۷۷). *مدیریت تعاونی‌ها*. تهران: نشر آروین.

۱۹. نجابت، ا. (۱۳۸۴). *سنجش میزان موفقیت پروژه. دومین کنفرانس بین المللی مدیریت پروژه. تهران، گروه پژوهشی آریانا. بازیابی شده از* http://www.civilica.com/Paper-IPMC02-IPMC02_088.html

۲۰. وزرات تعاون. (۱۳۸۳). *آشنایی مدیران با قانون و مقررات بخش تعاون. تهران: معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج.*

۲۱. وزرات تعاون. (۱۳۸۷). *دستاوردها و عملکرد وزرات تعاون به مناسبت سی امین سالگرد انقلاب اسلامی. تهران: انتشارات وزرات تعاون.*

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., & Olson, F. (1998). *Potential role of nonagricultural cooperatives in rural development: A report on focus group studies conducted in rural North Dakota*, Ag. Econ Research Report No.383, Dept. of Agricultural Economics, North Dakota State University, Fargo, ND, January.

24. FAO (Food and Agriculture Organization) (1995). *Livestock development strategies for low income countries*, T. Wilson, S. Euhi and S. Mack (Eds). Rome: FAO.

25. John, L., Adrian, J., & Wade Green, T. (2001). Agricultural cooperative managers and the business environment. *Journal of Agribusiness*. 19(1), 17-33.

26. Kaur, I. (2006). Performance management: An evaluation of co-operative performance in Malaysia. *Malaysian Journal of Co-operative Management*, 2, 1-17.

27. Laidlaw, A. F. (2000). *Cooperatives in the year 2000*. London: ICA.

28. Nonaka, L., & Akeuchi, H. (1995). *The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.
29. Padgham, J. (2002). Worker cooperative. University of Wisconsin. Center for Cooperatives, Bulletin 5(5), 17.
30. 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.
31. Reynolds, A., & Hugh, J. (2006). An assessment of loan regulations for rural housing cooperatives. *UWCC Staff Paper*, 2, 12-13.
32. Robert, F. (2002). *Cropp, an analysis of machinery cooperatives for dairy farms in the upper midwest*. UWCC staff paper. 3-5. Retrieved from <http://www.google.com>.
33. Sonja, N. (2008). Defining the co-operative difference. *The Journal of Socio-Economics*, 37, 2168-2177.
34. World Bank (1998). *Knowledge for development*. World Development report, 1998-1999. Washington DC: World Bank. Retrieved from <http://www.google.com>.