

## بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکتهای تعاونی تولیدی استان کرمانشاه

جلال الفتی<sup>۱</sup>، حسن رنگریز<sup>۲\*</sup>، کیومرث احمدی<sup>۳</sup>، بیژن رضایی<sup>۴</sup>

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی های تولیدی در استان کرمانشاه است. جامعه آماری پژوهش را متخصصین دانشگاهی که ارتباط نزدیک با بخش تعاون دارند، کارشناسان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه و تعدادی از مدیران شرکتهای تعاونی تولیدی استان کرمانشاه تشکیل دادند. روش نمونه گیری به صورت هدفمند و تا اشباع نظری داده ها صورت گرفت که تعداد ۹ نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع آوری اطلاعات از روش زمینه یابی و با استفاده از ابزار مصاحبه انجام شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش تحلیل مضمون (تم) استفاده شد. نتایج تحلیل مصاحبه ها نشان داد عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی های تولیدی استان کرمانشاه عوامل شخصیتی، مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و عوامل آموزشی بودند. در این راستا می توان مطرح کرد که مدیران عامل تعاونی ها باید از میان افرادی با توانایی و مهارت های مدیریتی و مهارت ها و تجارب فنی انتخاب شوند. با توجه به یافته های پژوهش و مشخص شدن نقش عوامل اقتصادی، کمبود منابع مالی و سخت گیری بیش از اندازه بانک ها به منظور استفاده از اعتبارات و تسهیلات بانکی، از جمله موانع گسترش و توسعه تعاونی ها در راستای سرمایه گذاری بلندمدت و مولد می باشد.

کلیدواژه: تعاونیهای تولیدی، موفقیت تعاونیها، تحلیل شخصی، استان کرمانشاه

### مقدمه

اکثر صاحب نظران، نهضت تعاونی را دارای وظیفه و مأموریتی می دانند که مبتنی بر دو عنصر اجتماعی و اقتصادی است (توسلی ۱۳۸۲). شرکت های تعاونی در یک اقتصاد مردم سالار، هم هدف هستند و هم وسیله. هدف از این جهت که رشد و توسعه را در سطح زندگی مردم متبلور می کنند و وسیله از این منظر که از طریق آنها می توان به دستاوردهای زیادی از جمله: امنیت و رفاه، توزیع عادلانه درآمد و ثروت، کاهش فقر و بیکاری و . . . دست یافت. هرچه این نهضت با کلیت نظام اقتصادی عجین تر باشد و با زیر بخش های اقتصادی پیوند سیستمی داشته باشد، موفق تر عمل می کند، زیرا در بازتوزیع منافع حاصل از رشد بخش اقتصادی، ایجاد اشتغال پویا و مولد، پایین آوردن ریسک سرمایه گذاری، کاهش هزینه های دولتی در تولید و ... مؤثر و کارآمد هستند (دفتر تعاونی های تولیدی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ۱۳۹۶).

تحولات اوایل هزاره سوم میلادی در عرصه اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی موجب شده است که تعاونیها در عصر حاضر با شرایط جدیدی روبرو شوند، زیرا آهنگ رشد تغییرات از رشد چشمگیری برخوردار است. این تغییرات در پاسخ به نیازهای روزافزون جوامع بشری است، زیرا نیازهای جوامع بشری با توجه به جدید بودن و تنوع آنها به سرعت در حال تغییر و تحول اند و کشورها برای همگام شدن با این تغییر و تحولات باید شرایطی فراهم کنند تا افراد روحیه کار جمعی و گروهی در قالب تعاونی ها بدست آورند. در کشورهای صنعتی، دولت از طریق طراحی چارچوب هایی برای توسعه تعاونیها در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی گامهای مؤثری برداشته است، اما کشورهای در حال توسعه در این راه با موانعی چون ناکارآمدی قوانین موجود، عدم شفافیت سیاست گذاری ها، فقدان شرایط استاندارد محیطی و افزایش غیرطبیعی تعاونیها به لحاظ کمی مواجه هستند (پیشرفت و توسعه تعاونیها، ۱۳۹۳).

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سنندج، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت منابع انسانی و کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

E-mail: rangriz@khu.ac.ir

\* نویسنده مسئول

۳. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سنندج، ایران.

۴. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

به تبع مشکلات فراروی تعاونی‌ها در کشورهای در حال توسعه، کشور ایران نیز با این مشکلات مواجه است به طوری که در واحد جغرافیایی مورد مطالعه (استان کرمانشاه) بر اساس اطلاعات بدست آمده از واحد آمار اداره کل متبوع، از تعداد کل ۲۳۶۰ تعاونی تولیدی ثبت شده در استان کرمانشاه، حدود ۱۴۳۰ تعاونی از آنها در حال فعالیت می‌باشند و مابقی آنها بنا به دلایلی یا غیر فعال و یا از چرخه تولید بازمانده اند و این امر نشانه وجود مشکل اساسی در حیات تعاونیها است.

صاحب نظران و جامعه شناسان معتقدند در شرایط کنونی که از سویی «شعار دولت کوچکتر برای آینده بهتر» به طور جدی مطرح است به دو دلیل باید به تقویت و توسعه بخش تعاون توجه بیشتری کرد: اول اینکه چون در نظام تعاونی نظارت قوی مردمی اعمال (نظارت دموکراتیک اعضا) می شود و هرم قدرت از پایین به بالا است در نتیجه مسئولیت و هزینه های نظارتی دولت کمتر است و نظارت مفهومی دقیق تر و گسترده تر پیدا می کند. دوم اینکه برای بخش خصوصی رقیبی جدی محسوب می شود و می تواند به نوبه خود در افزایش کیفیت تولیدات و کارآیی بیشتر این بخش نقش مهمی داشته باشد. با این همه، در طول سالهای گذشته، تعاونیها نتوانسته اند به نقش مؤثر خود در بُعد اقتصادی و اجتماعی عمل کنند و جایگاه واقعی خود را در اقتصاد ایران پیدا نمایند (کوهی، ۱۳۸۵).

با توجه به مطالب فوق، این پژوهش در راستای شناسایی عواملی صورت گرفته است که موفقیت شرکتهای تعاونی تولیدی را به چالش می کشاند، لذا بر آن است که عمده ترین عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای تولیدی در استان کرمانشاه را بررسی و با رویکردی جامع نگر، عوامل رفتاری، سازمانی و ساختاری تأثیرگذار بر آن را مشخص نموده و در اختیار برنامه ریزان اقتصاد تعاونی کشور قرار دهد. پس می توان گفت، پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به این پرسش است که مؤلفه های فردی، سازمانی و ساختاری چه نقشی در موفقیت شرکتهای تعاونی تولیدی دارند؟

### پیشینه پژوهش

در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر فعالیت و موفقیت تعاونیها، مطالعات انجام گرفته داخلی و خارجی به فراخور پیشینه تجربی و نظری، هر یک جنبه هایی از ابعاد رفتاری، سازمانی و ساختاری را مدنظر قرار داده اند که به اهم آنها اشاره می شود.

- بر اساس نتایج تحقیقات سازمان کشاورزی استرالیا<sup>۱</sup>، میزان مشارکت اعضا با موفقیت شرکتهای تعاونی رابطه مستقیم دارد. از سوی دیگر، میزان مشارکت با عواملی از قبیل میزان اعتقاد به اصول تعاون، میزان فعالیت اجتماعی، تأثیرگذاری اعضا، بی طرفی تعاونیها و میزان رضایت اعضا و کارکنان تعاونی در ارتباط است.
- نگویان هنگ (۲۰۱۷)، در مطالعه خود در بررسی عوامل مؤثر در توسعه پایدار کشاورزی در کشور ویتنام مطرح کرد که نیروی کار، سرمایه کسب و کار، وابستگی به شرکتهای ورودی و مصرف محصولات بر کارایی فعالیتهای تجاری تعاونیهای کشاورزی تأثیر می گذارند.
- دی دی (۲۰۱۴) اعتقاد دارد، همگنی اعضا و پایداری گروههای کوچک در موفقیت تعاونیها تأثیر بسزایی دارد. همچنین وی بر نقش مشارکت در بهره گیری از منابع و موفقیت شرکتهای تأکید دارد.
- رونکوو ناتالیا (۲۰۱۴)، در بررسی ساختار سرمایه و تصمیمات مالی تعاونیهای کشاورزی اسپانیا بیان نمودند که بین متغیرهای کلان اقتصادی و تصمیم گیریهای مالی ارتباط معنی داری وجود دارد و بودجه بندی با توجه به شرایط اقتصادی و نوع شرکت متفاوت است.
- نتایج تحقیقات کاستلینی (۲۰۱۴)، نشان داد تعاونیهای که برنامه ریزی و کنترل آنها به صورت مشارکتی است نسبت به سایر تعاونیها موفق تر عمل می کنند.
- تحقیقات دی آلسی و همکاران (۲۰۱۴) نشان داد مشوق های اقتصادی دارای تأثیر مثبت و نظارت دارای تأثیر منفی در ساختار، عملکرد و مشارکت اعضای تعاونیها بوده اند.
- گارنوسکا و همکاران (۲۰۱۱)، عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای کشاورزی در چین را ثبات قوانین، رهبری متعهدانه، حمایت مالی و فنی دولت، میزان مشارکت، درک و آگاهی اعضا و حمایت آنها از سوی سازمانهای مردم نهاد دانسته است.

- نخوما (۲۰۱۱) در تحقیقی در زمینه توسعه و موفقیت تعاونیها به این نتیجه رسید که مهارتهای مدیریتی و ظرفیت تجاری، محیط بازار، انگیزهها، نقش حکومت، تعهد اعضاء و مشارکت از عوامل تأثیر گذار بر توسعه تعاونیها می باشد.
- آنال و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهشی نتیجه گرفتند که مشکلات مالی، آموزشی و قانونی عوامل اساسی در عدم موفقیت تعاونیها در ترکیه هستند.
- مرکز مدیریت و سازماندهی اجتماعی دانشگاه سیدنی (۲۰۰۶)، محدودیت سرمایه را از مهمترین چالشهای تعاونی های تولیدی در سراسر جهان می داند.
- مرکز مطالعات تعاونی دانشگاه ویسکونسن<sup>۱</sup> (۲۰۰۶)، ضعف آموزش اعضاء تعاونی ها برای روبرو شدن با فناوری نوین و سازگار شدن با آن را از مهمترین موانع رشد تعاونی ها می داند.
- مالیم (۲۰۰۳)، در مطالعه ای پیرامون مشکلات تعاونی های تولیدی در کشور ترکیه، ضعف آموزش و تحقیقات را مهمترین چالش و مشکل تعاونیهای تولید می داند.
- کارلو و همکارانش (۲۰۰۲) نیز عواملی از قبیل روحیه فردگرایی، عدم همکاری اعضاء، نبود مسئولیت پذیری در اعضاء، ناآگاهی اعضاء، غفلت از اصول تعاون را مانع اصلی توسعه تعاونیها ذکر کرده اند.
- برونیس و همکارانش (۱۹۹۷) معتقدند که بالا بودن هزینه های اجرایی، ناتوانی در ایجاد توازن در علایق متفاوت اعضاء، انتظارات زیاد اعضاء از تعاونی و نبود مدیران مقتدر در بین اعضاء از موانع اصلی توسعه تعاونیها است. از نظر آنها بین شیوه مدیریت و میزان موفقیت، همبستگی معنی داری وجود دارد و شرکتیهای که از مدیران حرفه ای و تمام وقت بهره مندند موفق ترند. همچنین برقراری شرایط رسمی نیز در موفقیت تعاونیها تأثیر مثبت دارد. آنان به عواملی هم چون کیفیت مدیریت، رابطه با مشتریان، علاقه مندی اعضاء، میزان اعتماد اعضاء، حفظ اعضاء، تصدی گری و رهبری هیئت مدیره نیز در ارتقای تعاونیها مؤثر اعتقاد دارند. سازمان بین المللی کار<sup>۱</sup>، ویژگیهای اجتماعی نیروی انسانی درون شرکت تعاونی از قبیل: میزان شناخت و مشارکت، آگاهی و سطح سواد اعضاء، کیفیت نیروی انسانی و آشنایی با اهداف سازمان و همچنین نقش سیاستهای دولت و غیره را در موفقیت تعاونیها مؤثر دانسته است (امینی و رضانی، ۱۳۸۵، ۷۱-۷۰).
- حیدری (۱۳۹۷) عوامل اصلی پدیده ماندگاری و موفقیت شرکتهای تعاونی تولیدی مرغداران شهرستان روانسر را شرایط اجتماعی، انسانی، اقتصادی، عوامل آموزشی، بهداشتی، حمایتی و شایستگی مدیران در تعاونیها می داند. در مجموع نتایج تحقیقات فوق حاکی از آن است که مسئولیت پذیری و مشارکت، اعتماد متقابل اعضاء، مدیریت و نحوه اداره شرکت (دموکراتیک و استبدادی)، و وضعیت بنیه مالی، تعامل بازار فروش، میزان ارتباط درونی و عاطفی، تخصص و تحصیلات، آموزش شغلی کارکنان، ناتوانی در ایجاد توازن در علایق متفاوت اعضاء، انتظارات زیاد اعضاء از تعاونی، بالا بودن هزینه اجرایی، ترکیب سنی اعضاء و نظارت و مشاوره مسئولان با موفقیت و عدم موفقیت شرکتهای تعاونی تولیدی در ارتباط هستند.
- حیدری ساریان و زیارتی (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان «عوامل اجتماعی و محیطی مؤثر بر عملکرد شرکت تعاونی های تولید روستایی در شهرستان گناوه» نتیجه گرفتند که بین مؤلفه های اعتماد اجتماعی، همبستگی اجتماعی، مسئولیت پذیری اجتماعی، مشارکت اجتماعی، مدیریت خاک، مدیریت آب و استفاده از سموم شیمیایی با عملکرد تعاونی های تولید روستایی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.
- رنجبر و منفردی راز (۱۳۹۶) معتقدند که موضوع آموزش، ترویج و اشاعه فرهنگ تعاون باعث افزایش کارایی و بهره وری تعاونیها می شود که به آن کمتر توجه می گردد.
- هادی زاده بزاز و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه ای با عنوان «سنجش و ارزیابی عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد تعاونی های تولید روستایی استان خراسان رضوی» مهمترین عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد تعاونی ها از دیدگاه کارشناسان و مدیران عامل تعاونی ها در قالب ۷ شاخص با استفاده از تکنیک آنتروپی بررسی و تحلیل نمودند. نتایج تحقیق نشان داد که از

<sup>1</sup>. International Labor Organization

دیدگاه کارشناسان، حمایت‌های مالی دولت در اجرای اقدامات زیربنایی و پس از آن، نحوه مدیریت و میزان انگیزه، و مشارکت اعضاء به ترتیب در بهبود عملکرد تعاونی‌ها مؤثرند.

- حاجی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان دادند که عامل اجتماعی، شامل میزان آگاهی اعضاء از فلسفه و اصول تعاونی، میزان اعتماد بین اعضاء در تعاونی و میزان اعتقاد و همکاری و مشارکت بین اعضاء تعاونی و میزان رضایت از عملکرد تعاونی، مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه پایدار تعاونی‌های تولید کشاورزی محسوب می‌شود.
- آجیلی و همکارانش (۱۳۹۵) نشان دادند که ضعف نیروی انسانی، عدم شناخت اصول تعاونی، فعالیت مدیران تعاونی در بخش خصوصی، عضویت برخی از اعضاء در چند تعاونی و عضویت افراد شاغل در تعاونی، وجود روابط سنتی در تعاونی، پایگاه نابرابر اعضاء، ایجاد اختلاف در تصمیم‌گیری‌های جمعی و عدم علاقه اعضاء به عضویت در هیئت مدیره از مهمترین عوامل عدم موفقیت تعاونی‌هاست.
- نصرالهی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان» نشان دادند که مشکلات مرتبط با هفت عامل آموزشی، مشارکتی، حمایتی، توسعه‌ای، مدیریتی، مسئولیتی، و دولتی توانسته‌اند حدود ۷۱ درصد از عوامل موفقیت این تعاونی‌ها را تبیین کنند.
- امانیان بیدختی و صادقی نیا (۱۳۹۴) شرایط و ضوابط دست و پاگیر اعطای تسهیلات بانکی را یکی از مشکلات تعاونی‌های تولیدی ذکر کرده‌اند.
- حیدری و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی به بررسی شاخص‌های شناسایی تعاونی‌های موفق کشاورزی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که مهمترین شاخصها برای شناسایی موفقیت تعاونی‌ها شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، مدیریتی، فردی و آموزشی می‌باشد. طبق نتایج این تحقیق، مهمترین شاخصهای شناسایی شده عبارتند: اشتغالزایی، سودآوری، سطح تحصیلات مدیران و اعضاء، تخصص مدیران و اعضاء، تداوم فعالیت تعاونی و میزان مشارکت و رضایت اعضاء.
- مظفری (۱۳۹۴) به بررسی کارایی اقتصادی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بوئین زهرا و اولویت بندی مشکلات پیشروی آنها در فرایند مدیریت و نظام بازاریابی پرداخت و نشان داد که میانگین کارایی تصادفی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بوئین زهرا در سطح پایینی (۷۹ درصد) قرار دارد و واحدهای دامداری دارای کمترین میزان کارایی هستند. نتایج همچنین نشان داد که سیاستهای نامناسب در قیمت گذاری و نوسانات قیمتی محصولات کشاورزی، خدمات پایین در زمینه بسته بندی، فراوری، بازاریابی و توزیع محصولات و نبود برنامه‌ریزی جامع بلندمدت از سوی مدیران به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را در ناکارآمدی فرایند مدیریت و نظام بازاریابی تعاونی‌های منطقه دارند.
- حاجی و همکاران (۱۳۹۴) عوامل مؤثر بر توسعه پایدار تعاونی‌های تولید کشاورزی شهرستان نقده را با فن پیمایشی انجام دادند. نتایج رگرسیون گام به گام نشان داد که از میان متغیرهای مورد مطالعه، ۵ متغیر شخصیتی، مدیریتی، سن، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی بیشترین تأثیر را در توسعه پایدار تعاونی‌های تولید کشاورزی شهرستان نقده داشته‌اند.
- کرمی و علی بیگی (۱۳۹۳) در تحقیق خود با عنوان «شناسایی و اولویت بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی» به این نتیجه رسیدند که پنج عامل آموزشی، فرهنگی، اجتماعی، شخصیتی، مدیریتی و اقتصادی بر توسعه و توانمندی تعاونی‌های کشاورزی تأثیر گذارند.
- کرمی و علی بیگی (۱۳۹۳) در تحقیق خود با عنوان «شناسایی و اولویت بندی عوامل تأثیر گذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی» به این نتیجه رسیدند که به ترتیب ۵ عامل آموزشی، فرهنگی - اجتماعی، شخصیتی، مدیریتی و اقتصادی بر توسعه و توانمندی تعاونی‌های کشاورزی تأثیر گذارند.
- وحید زاده (۱۳۹۳) به نقل از پورتر، سی وب و تورنلی معتقد است، علل شکست اکثر تعاونی‌ها را می‌توان در سه مقوله ضعف مدیریت، فقدان نظم سازمانی و ضعف بنیه مالی جستجو نمود.
- جوانمردی (۱۳۹۳) تنگناها و مشکلات تعاونی‌های تولید را بررسی نموده و دو عامل محدودیت درآمد و بی تجربگی مدیران عامل را مشکل اصلی تعاونی‌های تولید در ایران می‌داند.

- نتایج تحقیقات احمدپور و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد اکثر پاسخگویان، موفقیت تعاونیها را در تأمین نهاده ها و امور زیربنایی و ارائه مشاوره های تخصصی در سطح زیاد و خیلی زیاد و در ارائه خدمات آموزشی نسبتاً زیاد ارزیابی کردند.
- مجردی و همکاران (۱۳۹۱) با استفاده از روش تحلیل عاملی، عوامل تأثیر گذار بر موفقیت تعاونیها را در قالب ۸ عامل هماهنگی آموزشی، حرفه ای، اقتصادی، حمایتی، سازمانی، اجتماعی، ارتباطی، رسانه ای و بازاریابی دسته بندی کردند. این عوامل در مجموع ۶۸/۳۳ درصد از تغییرات واریانس متغیر موفقیت تعاونیها را تبیین کردند.
- نکویی نائینی و محمدی (۱۳۹۰) بیان می کنند رابطه بالایی بین متغیر مشارکت اعضاء و متغیر موفقیت وجود دارد و لذا تأثیر مشارکت اعضاء در موفقیت تعاونیها کاملاً بارز است.
- امینی و رضانی (۱۳۸۵)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که در ایران شرکتهای تعاونی عموماً عملکرد چندان موفقیتی نداشته اند. بر اساس این پژوهش ها، نگرش اعضاء نسبت به تعاون، شناخت اعضا از اصول تعاون و آگاهی و مشارکت و آموزش اعضاء در افزایش کارایی و بهبود عملکرد تعاونیها نقش مهم و مثبتی داشته اند.

### تعاونی های تولیدی در استان کرمانشاه

همانگونه که جدول ۱ نشان می دهد بر اساس اطلاعات موجود تا پایان شهریور ۱۳۹۸ مجموعاً ۲۳۶۰ تعاونی تولیدی در استان کرمانشاه در بخشهای تولیدی (صنعت و معدن و کشاورزی) تشکیل و به ثبت رسیده است که تعداد ۱۴۳۰ مورد از این تعاونی ها فعال و مابقی آنها غیرفعال و یا به دلایل متفاوتی تعطیل شده اند (اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه، ۱۳۹۸).

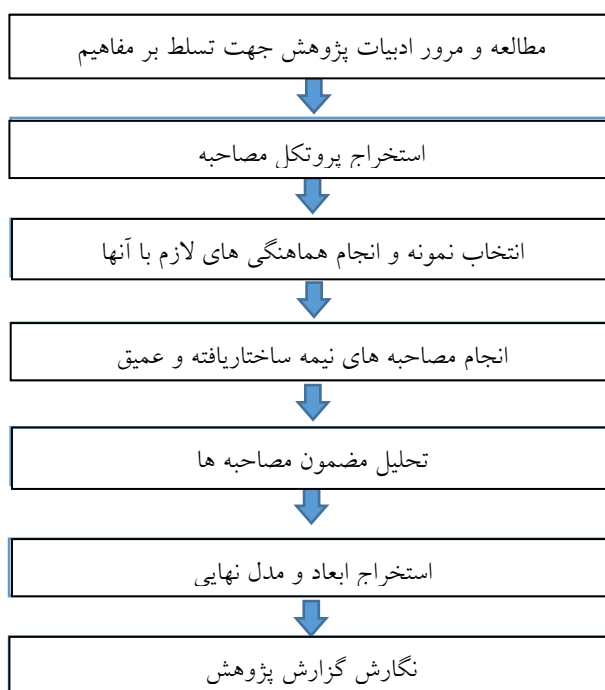
جدول ۱: تعداد کل شرکتهای تعاونی تولیدی فعال و غیر فعال استان کرمانشاه

شهرستان	تعداد کل تعاونی	تعداد اعضاء کل	تعداد اعضاء مرد	تعداد اعضاء زن	تعداد کل تعاونی های فعال	تعداد کل تعاونی های غیر فعال	اشتغالزایی تعاونی های غیر فعال	اشتغالزایی تعاونی های فعال
کرمانشاه	662	7697	4484	2978	329	333	5488	3451
اسلام آباد	239	2661	1889	733	231	8	171	3177
پاوه	110	2891	2701	593	27	83	1571	725
ثلاث باباجانی	23	512	484	21	22	2	7	561
جوانرود	51	653	566	81	45	6	58	428
دالاهو	90	2095	1743	352	50	40	1467	756
روانسر	111	1435	1040	395	44	65	819	502
سرپل ذهاب	158	3150	2577	573	60	98	1490	721
سنقر	187	2317	1590	712	141	46	4723	1175
صحنه	168	2146	1553	546	97	71	694	1375
قصر شیرین	110	1338	724	614	55	55	1014	722
کنگاور	165	1686	1168	518	145	20	155	1264
گیلانغرب	142	1916	1462	484	103	39	426	1025
هرسین	144	1483	992	491	81	63	657	661
مجموع	2360	31980	22973	9091	1430	929	18740	16543

مأخذ: اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه، ۱۳۹۸

## روش شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس گام‌های پیاز پژوهش (ساندرز و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹) از مبنای فلسفی تفسیری، رویکرد استقرایی، روش انجام کیفی، استراتژی مطالعه موردی و ابزار مصاحبه تبعیت می‌کند. همچنین از تکنیک تحلیل مضمون برای تحلیل نتایج داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها استفاده شده است. مراحل اجرایی پژوهش نیز به شرح شکل شماره ۱ می‌باشد.



شکل ۱: مراحل انجام پژوهش

## پایایی کدگذاری پژوهش

در پژوهش حاضر، از روش توافقی درون موضوعی (پایایی بین دو کدگذار) برای محاسبه پایایی تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها، استفاده شد. برای محاسبه پایایی از طریق روش توافق دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی دکتری، که بر موضوع این تحقیق اشراف داشتند درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در این پژوهش مشارکت کند؛ سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد ۳ مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحقیق به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد. جدول ۲ محاسبه پایایی دو کدگذار را نشان می‌دهد.

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

جدول ۲: محاسبه پایایی بین دو کدگذار

ردیف	کد مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقات	درصد توافق
۱.	P2	۲۳	۱۰	۸۷
۲.	P6	۳۰	۱۱	۷۳
۳.	P11	۲۲	۹	۸۱
	جمع	۷۵	۳۰	۸۰

همان‌طور که از جدول شماره ۲ پیداست پایایی بین دو کدگذار ۸۰ درصد می‌باشد که چون از ۶۰ درصد (کوالا<sup>۱</sup>، ۱۹۹۶) بیشتر است قابلیت اعتماد کدگذاری تأیید می‌شود.

### جامعه آماری و نمونه‌گیری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل متخصیین دانشگاهی، کارشناسان بخش تعاون اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه و تعدادی از مدیران شرکت‌های تعاونی تولیدی استان کرمانشاه هستند. از آنجایی‌که با توجه به موضوع پژوهش، افرادی باید برای مصاحبه انتخاب گردند که اطلاعات غنی و کافی از مبحث عوامل موفقیت تعاونی‌های تولیدی داشته باشند، معیار قضوتی بودن انتخاب نمونه پژوهش، با توجه به نیروهای متخصص، کارشناسان و مدیران تعاونی‌های تولیدی در استان و تشخیص پژوهشگران، سابقه مرتبط با مبحث تعاونی‌های تولیدی می‌باشد. بر این اساس ۱۲ نفر از بین جامعه آماری برای مصاحبه انتخاب شدند. البته اشباع نظری در مصاحبه ۹ حاصل شد.

### فرآیند تحلیل داده‌ها

فرآیند انجام تحلیل داده، شامل مراحل زیر است:

(۱) **آماده‌سازی داده‌ها:** در این قسمت، داده‌های حاصل از مصاحبه، تایپ و پیاده‌سازی شد. پس از پیاده‌سازی به هریک از مصاحبه‌ها یک کد مصاحبه داده شد.

(۲) **آشنا شدن با داده‌ها:** در این مرحله، مصاحبه‌ها مکرر خوانده شد و مطالب مرتبط و موردعلاقه محقق که در حقیقت پاسخ به سؤال اصلی پژوهش است مشخص گردید. در طول مصاحبه برای جمع‌آوری داده‌ها به علل مختلفی ممکن است مطالبی بیان شود که در تحلیل نهایی کمکی نکند یا لازم نباشد. مثلاً در حین مصاحبه ممکن است مصاحبه‌شونده خاطره‌ای بگوید که به اصل موضوع پژوهش ارتباط چندانی ندارد ولی به خاطر حفظ فضای مثبت و صمیمیت تذکری به وی داده نشود. یا ممکن است بحث مقداری به اصطلاح شاخه به شاخه شود و تا این بحث به موضوع اصلی برگردد مقداری صحبت‌های بی‌ارتباط با موضوع اصلی انجام شود و عللی نظیر این موارد. به همین دلیل در بازنگری اولیه متن‌های پیاده شده مطالب زائد حذف گردید و جملات مرتبط با اصل موضوع تحت عنوان «جملات کلیدی» مشخص گردیدند.

(۳) **کدگذاری:** همانطور که گفته شد کدگذاری در تکنیک شبکه مضامین شامل دوبخش بخش مضامین پایه، مضامین اصلی می‌باشد.

۳-۱) **مضامین پایه:** همان‌طور که بیان شد، مضمون پایه نزدیک‌ترین مضمون به داده‌ها می‌باشد و به همین دلیل کمترین سطح انتزاع را دارند. بخشی از مضامین پایه پژوهش حاضر به شرح جدول شماره ۳ می‌باشد.

جدول ۳: بخشی از مضامین پایه پژوهش

مضامین فرعی پایه	متن	مصاحبه شونده
استفاده از تسهیلات و اعتبارات دولتی	من همیشه سعی میکنم برای اینکه بتوانم تعاونی رو به نحو احسن مدیریت کنم با بانک‌ها برای اخذ وام صحبت می‌کنم.	مدیر تعاونی
بهره بردن از تجارب تعاونی‌های دیگر	به نظرم تعاونی‌ها باید از تعاونی‌های موفق الگو بگیرند و از تجارب آنها استفاده کنند.	متخصص
وجود روحیه انعطاف پذیر در کار	تعاونی‌ها اگر به صورت کاملاً خشک و بسته فعالیت کنند باعث عدم توسعه و موفقیت خود در مسیر تولید هستند پس باید بتوانند روحیه انعطاف پذیری را در خود پیوراندند.	متخصص
اعتقاد به کارگروهی	به عنوان کسی که مدیر تعاونی هستم همیشه این احساس در من به وجود آمده که	مدیر

<sup>1</sup> . Kvale

	زمانی که کار گروهی انجام می‌دادیم موفق‌تر بودیم.	<b>تعاونی</b>
تحصیلات مدیر عامل	در تعاونی‌های موفق مدیران از تحصیلات مرتبط و عالیه برخوردار بوده‌اند.	<b>کارشناس تعاونی</b>
سازماندهی مناسب اعضاء	تعاونی‌هایی که موفق بوده‌اند همیشه یک ساختار مناسبی طراحی کرده‌اند و براساس آن پیش رفته‌اند، بر اساس تجربیات حاصل شده، یکی از شاخص‌های موفقیت هر تعاونی ساختار و ساماندهی مناسب می‌باشد.	<b>کارشناس تعاونی</b>
اعتقاد و باور اعضاء به فلسفه تعاون	اینکه این ذهنیت در درکارکنان ایجاد کنیم که تعاون یعنی همکاری بسیار سخت است ولی اعضاء ما این کار را انجام می‌دهند و فلسفه تعاون را درک کرده‌اند.	<b>مدیر تعاونی</b>
تمایل به ارتقاء دانش کاری	تمام تلاش خودم رابه کار می‌گیرم که در زمینه تولید محصولات مورد نظر دانش آن محصول را به کارکنان انتقال دهم که البته این انگیزه و تمایل رو در اعضاء تعاونی دیدم.	<b>مدیر</b>
مهارت و تخصص مدیر	در موافقی که تعاونی دچار سردرگمی می‌شود توانایی تخصصی و دانشی مدیر تعاونی خیلی گره‌گشا خواهد بود.	<b>کارشناس تعاونی</b>
بازاریابی مناسب محصولات	برای اینکه بتوانم در کارم موفق باشم باید بتوانم محصولات خود را بفروشم که برای اینکار باید بازار هدف مناسبی داشته باشم.	<b>مدیر تعاونی</b>
انگیزه برای کار تولیدی	کارکنان شرکت من برای انجام کارهای شرکت تعاونی شوق و علاقه زیادی دارند	<b>مدیر تعاونی</b>
مشارکت فعال اعضاء در تعاونی	زمانی که در انجام کارها همه اعضا باهم کار میکنیم و از خرد جمعی استفاده می‌کنیم نتایج مطلوب‌تری به دست می‌آید	<b>مدیر تعاونی</b>
ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی	تعاونی‌ها باید بتوانند کالاهای تولید شده خود را به فروش برسانند. یکی از راهکارهای فروش تولیدات، تبلیغات مناسب و پیدا کردن بازار است.	<b>کارشناس تعاونی</b>
کمک و اطلاع رسانی	هر واحد تعاونی تولیدی باید در راستای تولید محصول مورد نظر خود، تبلیغات و اطلاع رسانی است که باعث می‌شود هم بازار هدف مناسبی داشته باشد و هم متخصصین بیشتری را جذب خود کند.	<b>متخصص</b>
بهره مندی از دوره های آموزشی مهارت های ارتباطی	از مواردی که در درون واحد سازمانی مورد غفلت واقع می‌شود توجه به رفتارهای بین آدم‌هاست که این نیاز به دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی برای تقویت روابط انسانی و مهارت اجتماعی بین کارکنان دارد.	<b>متخصص</b>
مشارکت اقتصادی اعضاء	تعاونی‌ها به منظور اینکه بتوانند موفقتر باشند از افراد اقتصادی در هیئت مدیره خود استفاده کنند.	<b>کارشناس تعاونی</b>
وجود روحیه کار آفرینی	تعاونی‌هایی تولیدی باید بتوانند به تقویت روحیه کارآفرینی در بین کارکنان خود بپردازند و این روحیه را درونی کنند.	<b>کارشناس تعاونی</b>
اقتدار مدیر عامل	وجود روحیه تیمی و همکاری در بین اعضاء از اهمیت خاصی برخوردار است ولی طوری نباشد که مدیر از اقتدار لازم برخوردار نباشد و تعاونی دچار هرج و مرج شود.	<b>مدیر تعاونی</b>
ثبات بازار و نوسانات نرخ ارز	با توجه به نوساناتی که در بازار وجود دارد برای انجام امور تعاونی همواره دچار تردید هستیم و این بالا و پایین شدن قیمت ارز بر روند تعاونی خیلی تاثیر گذاشته است	<b>مدیر تعاونی</b>
بهره مندی از دوره های آموزشی و نحوه همکاری	همیشه اعتقاد داشتم دوره‌های آموزشی و شرکت در جلسات آموزشی برای هر سازمانی موثر است که تعاونی‌ها نیز از این قاعده مستثنا نیستند، چگونگی شکل گیری همکاری و همیاری را در همین دوره‌ها نیز می‌توان آموزش داد.	<b>متخصص</b>
احترام به نظر همدیگر	در جلسات کارکنان برای نظر سایر اعضاء احترام خاصی قائل هستند که از نظر من این باعث می‌شود که بین اعضا همدلی به وجود بیاید.	<b>مدیر تعاونی</b>



ایجاد روحیه همکاری بین اعضاء	یکی از اهداف ما در تعاونی این است که اعضا را به کار تیمی تشویق می‌کنیم و از آن‌ها می‌خواهیم که کارها را به صورت تیمی انجام دهند.	مدیر تعاونی
امکان استفاده از تجهیزات و ماشین آلات مدرن جهت ارتقاء کیفیت محصول	واحدهای تولیدی باید با تغییرات محیطی و شرایط به ارتقاء محصولات خود بیفزایند که این افزایش کیفیت ناشی از استفاده از تجهیزات و وسایل به روز نیز می‌باشد.	کارشناس تعاونی
توانایی ریسک پذیری	انجام کارهای روتین و تکراری برای تعاونی موفقیت به ارمغان نمی‌آورد، باید یک باور ایجاد کرد که بتوان از این حالت منفعل خارج شد بنظرم باید کارهای ریسکی انجام داد.	مدیر تعاونی
پاسخ گویی مدیر به اعضا تعاونی	یک مدیر تعاونی در قبال وظایفی که به او محول شده است باید پاسخگو باشد، و یکی از مسئولیت‌های مدیریت این است که در قبال اعضا نیز پاسخگو باشد.	متخصص
آشنایی اعضا با اصول تعاونی	زمانی که اعضا این باور را داشته باشند که یک تعاونی تولیدی چه وظیفه و اصولی دارد راحتتر درک درستی از تعاونی دارند و قطعاً این آشنایی با اصول تعاونی مسیر را برای تحقق اهداف تعاونی هموارتر می‌کند.	متخصص
اهمیت به سرمایه گذاری بلندمدت	تعاونی‌هایی که به قصد بلند مدت شروع به فعالیت می‌کنند از میزان موفقیت بیشتری برخوردارند.	کارشناس تعاونی
میزان توانایی مدیریت تهدیدها و فرصت ها	زمانی عوامل محیطی که یک واحد تعاونی را تهدید می‌کند یک مدیر موفق و خلاق می‌تواند این عوامل تهدید کننده را به فرصت تبدیل کند و از شرایط پیش آمده استفاده کند.	کارشناس تعاونی
شرکت در دوره‌های کارورزی	دوره‌های کارورزی که در اداره تعاون برگزار می‌شود می‌تواند موفقیت یک تعاونی را افزایش دهد در این دوره‌ها، اصول و روش‌های موثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی بررسی می‌شود.	کارشناس تعاونی
علاقه به کار تولیدی	این نکته را باید در نظر گرفت که خود اعضای تعاونی باید به تولید کالای مورد نظر علاقه مند باشد، و روحیه چنین کاری را داشته باشند	متخصص
بهره مندی از دوره های آموزشی فنی	دوره‌هایی که ما برگزار می‌کنیم برای افزایش کارایی تعاونی‌ها بسیار مفید است و موجب بهره وری بیشتر می‌شود.	کارشناس تعاونی
تجربه قبلی مدیر	مدیری موفق است که بتواند نقاط ضعف و قوت مدیر قبل از خود را بررسی کند تا از دوباره کاری جلوگیری کند.	کارشناس تعاونی
شرایط تحریم	شرایط اقتصادی فعلی کشور نیز بر واحدهای تولیدی اثرگذار است و ممکن است در این مسیر موانعی از جمله تحریم‌ها وجود داشته باشد که بر موفقیت یک واحد تولیدی بی‌تاثیر نیست.	متخصص
اطلاع رسانی در رابطه با تکنولوژی ها و نوآوری ها	شرکت در کارگاه‌ها و سمینارهای آموزشی واحدهای تولیدی را با جدیدترین متد و روش‌های نوین در زمینه تولید محصولات آشنا خواهد کرد که این نوآوری می‌تواند یک تعاونی را به برند تبدیل کند.	متخصص
توجه به نظرات جامعه	یک واحد تعاونی نمی‌تواند بدون توجه به نیازهای جامعه به فعالیت بپردازد و باید شرایط جامعه را در نظر بگیرد.	کارشناس تعاونی
توانایی ابتکار و نوآوری	در زمانی که واحد تعاونی بتواند روش‌های جدید و مبتکرانه را استفاده کند و یک نوع نوآوری را به وجود آورد قطعاً به عنوان یک مزیت رقابتی می‌تواند از آن استفاده کند.	متخصص
اهمیت به توسعه منابع انسانی	کارکنان هر واحد باید همواره به روز باشند، به نیازهای آنان توجه شود، که این اهمیت توسعه منابع انسانی در سازمان را نشان می‌دهد.	متخصص
بهره مندی از دوره های آموزشی مهارت کارآفرینی	تعاونی‌هایی که از مهارت کارآفرینی یا در دوره‌های کارآفرینی اداره تعاون شرکت می‌کند موفق‌تر از تعاونی‌هایی هستند که در این دوره‌ها شرکت نمی‌کنند.	کارشناس تعاونی

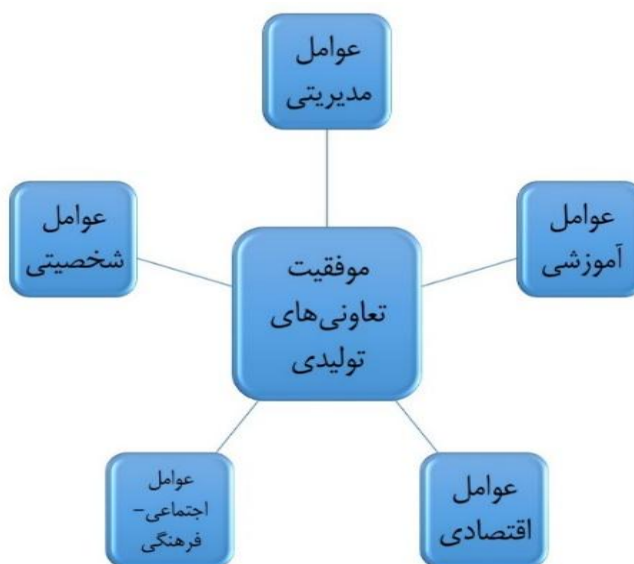
۳-۲) **مضامین اصلی:** در گام بعدی برای طی کردن مسیر استقرایی تکنیک تحلیل مضمون و دست یافتن به فهم بهتری از ۳۸ مضمون پایه بدست آمده، نیاز بود که این مضامین در دسته‌های قابل فهم‌تر تقسیم شوند. همانگونه که جدول ۴ نشان می‌دهد، پس از بررسی مجدد تمام مضامین پایه مشخص شد که می‌توان مضامین را به ۵ دسته عمده تقسیم بندی کرد. عوامل شخصیتی، عوامل مدیریتی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی - اجتماعی، عوامل آموزشی. به عنوان مثال وقتی بیان می‌شود: «یک مدیر تعاونی در قبال وظایفی که به او محول شده است باید پاسخگو باشد، و یکی از مسئولیت‌های مدیریت این است که در قبال اعضاء نیز پاسخگو باشد.» این امر که با کد پاسخ‌گویی مدیر به اعضاء تعاونی مشخص شد حاکی از یک سری عوامل مدیریتی است که باید انجام بگیرد تا تعاونی‌ها موفق باشند. از سوی دیگر برخی از کدها، حاکی از عوامل آموزشی است که باعث افزایش موفقیت تعاونی‌های تولیدی می‌شود که مصاحبه‌شوندگان در گزاره‌های خود به بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی فنی اشاره کرده‌اند، به‌عنوان مثال وقتی گفته می‌شود: "دوره‌هایی که ما برگزار می‌کنیم برای افزایش کارایی تعاونی‌ها بسیار مفید است و موجب بهره‌وری بیشتر می‌شود".

جدول ۴: مضامین اصلی پژوهش

مضامین اصلی	مضامین پایه
عوامل شخصیتی	علاقه به کار و انگیزه برای کار تولیدی
	وجود روحیه انعطاف‌پذیری در کار
	وجود روحیه کارآفرینی
	توانایی ریسک‌پذیری
	توانایی ابتکار و نوآوری
	احترام به نظر همدیگر و اعتقاد به همکاری گروهی
عوامل مدیریتی	تحصیلات و اقتدار مدیرعامل
	مهارت و تخصص مدیر و تجربه قبلی مدیر
	پاسخ‌گویی مدیر به اعضاء تعاونی
	اهمیت به توسعه منابع انسانی
	میزان توانایی مدیریت تهدیدها و فرصت‌ها
	سازماندهی مناسب اعضاء
	ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی
	توجه به نظرات جامعه
عوامل اقتصادی	مشارکت اقتصادی اعضاء
	استفاده از تسهیلات و اعتبارات دولتی
	بازاریابی مناسب محصولات
	اهمیت به سرمایه‌گذاری بلندمدت
	ثبات بازار و نوسانات نرخ ارز و شرایط تحریم
	امکان استفاده از تجهیزات و ماشین‌آلات مدرن جهت ارتقاء کیفیت محصول
عوامل فرهنگی - اجتماعی	آشنایی اعضاء با اصول تعاونی
	بهره‌بردن از تجارب تعاونی‌های دیگر
	اعتقاد و باور اعضاء به فلسفه تعاون
	مشارکت فعال اعضاء در تعاونی
	ایجاد روحیه همکاری بین اعضاء
	بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی فنی
	نحوه همکاری اعضاء

عوامل آموزشی	تمایل به ارتقاء دانش کاری
	کمک و اطلاع رسانی و شرکت در دوره‌های کارورزی
	اطلاع رسانی در رابطه با تکنولوژی‌ها و نوآوری‌ها
	بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های کارآفرینی
	بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی

با توجه به جداول مصاحبه‌ها و کدگذاری‌های انجام شده در زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی مدل نهایی پژوهش در قالب شکل شماره ۲ خواهد بود.



شکل ۲: مدل نهایی پژوهش

### بحث و نتیجه‌گیری

تعاونی‌ها نشانه‌ای از عزم انسان‌ها در برخورد اصولی و مبتنی بر اراده‌ی جمعی با شکل‌های اقتصادی - اجتماعی در جامعه بوده است و بزرگ‌ترین و مؤثرترین نظام تأمین‌کننده منافع هستند که می‌توان در مقابل سیستم عدم تحرک و جمود ارائه نمود. تعاون معتقد و مروج این نظر است که دولت باید بر رفتار و فعالیت شرکت‌های تعاونی در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی نظارت نماید تا در امر تولید ثروت و رفع نیازمندی‌های اقتصادی اعضا و رعایت حقوق اعضا با در نظر گرفتن میزان سهام عدالت و انصاف به نحو احسن رعایت گردد. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی در سطح استان کرمانشاه بود که نتایج تجزیه و تحلیل یافته‌های داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد پنج عامل آموزشی، اقتصادی، شخصیتی، فرهنگی - اجتماعی و مدیریتی به‌عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت فعالیت شرکت‌های تعاونی تولیدی استان کرمانشاه شناسایی شدند. تعاونی‌ها با حضور در کارگاه‌ها و سمینارهای آموزشی می‌توانند از دانش روز مورد نظر آگاهی یابند که نشان از اهمیت به آموزش در تعاونی‌موردن ظر است. این نتایج با یافته‌های صمد آقایی (۱۳۷۸) در رابطه با فراهم نمودن آموزش‌های لازم در زمینه کارآفرینی برای کارکنان؛ مراد نژادی و همکاران (۱۳۸۷) در رابطه با فراهم نمودن اطلاعات در مورد بازارهای داخلی و جهانی؛ امینی و همکاران (۱۳۸۵) در رابطه با تأثیر آموزش بر مشارکت اعضا در افزایش میزان سرمایه؛ با مطالعات امینی و همکاران (۱۳۸۵) در رابطه با تأثیر آموزش بر افزایش مشارکت اعضا؛ یافته‌های امینی و همکاران (۱۳۸۵) مبنی بر بالا بردن تخصص هیئت‌های مدیره و مدیران عامل از طریق آموزش؛ نتایج تحقیق مراد نژادی و همکاران (۱۳۸۷) در رابطه با

فراهم بودن خدمات مشاوره‌ای در امور تولید محصولات؛ یافته سیلواراجو (۱۳۸۶) مبنی بر تأثیر مثبت آموزش بر افزایش انگیزه و علاقه؛ نتایج تحقیق گرو دتر و همکاران (۱۹۸۷) مبنی بر نیاز به آموزش اطلاعات و مهارت‌های مورد نیاز در رابطه با بازاریابی محصولات؛ با مطالعات نارایان (۱۹۹۵) در رابطه با افزایش مهارت‌ها و آگاهی‌های گروه‌ها در رابطه با مشارکت آن‌ها در مدیریت و نیز با مطالعات گروندز و همکاران (۱۹۸۷) مبنی بر نیاز به آموزش اطلاعات و مهارت‌های مورد نیاز در رابطه با مدیریت شغلی و تأثیر آن‌ها بر موفقیت تعاونی همخوانی دارد. روابط و محاسبات گویای آن است که عوامل آموزشی بالاترین اثر مستقیم و غیرمستقیم را بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی دارند.

درباره عامل اقتصادی نیز با توجه به تنگناهای موجود در جامعه می‌توان چنین بیان کرد تعاونی موفق‌تر است که بتواند شرایط موجود را بهتر درک کرده و بر اساس شرایط موجود اقتصادی گام بردارد که این نتیجه با یافته‌های ایرانی امینی (۱۳۸۵)، شعبان علی فمی و همکاران (۱۳۸۵)، نیورو و کومو (۲۰۰۵)، گابریل (۲۰۰۲)، مقیمی (۱۳۷۹)، چاندراسیکیرا (۱۹۹۴) و هورندای و بانکر (۱۹۷۰) مطابقت دارد. نتایج گویای آن است که عوامل اقتصادی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی مؤثر می‌باشد.

همچنین از طریق ارتقاء عوامل شخصیتی در تعاونی‌ها تمایل به ارتقاء و توسعه منابع انسانی، توجه به نظرات جامعه، پاسخ‌گویی مدیر به اعضاء، مدیریت فرصت‌ها و تهدیدها ارتقاء می‌یابد و در نهایت سبب افزایش موفقیت تعاونی می‌گردد که این نتیجه با یافته‌های مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۷)، شعبان علی فمی و همکاران (۱۳۸۵) و واتسون و همکاران (۱۹۹۸) در رابطه با ویژگی‌های کارآفرینانه و سازه‌های روان‌شناختی کارآفرینان، یافته‌های مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۷) و برویس و همکاران (۲۰۰۱) در رابطه با علاقه به کار، یافته‌های شعبان علی فمی و همکاران (۱۳۸۵)، رابرتسون و همکاران (۲۰۰۳)، بیور (۲۰۰۲) در رابطه با انگیزه و عوامل انگیزشی، با یافته‌های لامپکین و دیس (۱۹۹۶)، هورنزی و همکاران (۱۹۹۳) و سولمون و همکاران (۱۹۸۷) در رابطه با خلاقیت و نوآوری و پیشگام بودن در کارها و ابتکار و نوگرایی و با نتایج لامپکین و دیس (۱۹۹۶) و مقیمی (۱۳۷۹) در رابطه با روحیه خطرپذیری و ریسک‌پذیری، مؤثر بر موفقیت همسو می‌باشد.

عامل چهارم که بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی اثرگذار بود عوامل فرهنگی - اجتماعی بودند که این یافته با مطالعات امینی و همکاران (۱۳۸۵)، شعبان علی فمی و همکاران (۱۳۸۵)، دیدی (۲۰۰۶)، هاردا (۲۰۰۳)، بیور (۲۰۰۲)، گابریل (۲۰۰۲) همسو بود. ارتقاء عوامل فرهنگی - اجتماعی در تعاونی‌ها سبب ارتقاء توانایی‌ها و مهارت‌های انعطاف‌پذیری و ریسک‌پذیری و افزایش علاقه و انگیزه به کار تولیدی می‌گردد و تأثیر آن از طریق افزایش تمایل مدیر به ارتقاء و توسعه منابع انسانی، توجه به نظرات جامعه، مدیریت فرصت‌ها و تهدیدهاست و در پی آن تأثیر بر افزایش تمایل اعضاء نسبت به مشارکت اقتصادی بیشتر، تمایل به سرمایه‌گذاری بلندمدت و کمک به بازاریابی مناسب محصولات و در نهایت بر موفقیت تعاونی مؤثر واقع می‌شود. نتایج تحقیقات اتحادیه کشاورزی استرالیا AAC (۱۹۹۸) ارتباط بین میزان مشارکت اعضاء با میزان اعتقاد به اصول تعاون، میزان فعالیت اجتماعی و تأثیرگذاری اعضاء و تأثیر آن‌ها بر موفقیت تعاونی را مورد تأیید قرار داده است. نتایج به‌دست‌آمده گویای آن است که عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی اثر دارند.

عوامل مدیریتی نیز به‌عنوان یکی از متغیرهای مهم در موفقیت تعاونی‌های تولیدی شناسایی شد که این نتایج با مطالعات بریم نژاد و شم آبادی (۱۳۸۹) در رابطه با تأثیر برنامه‌ریزی بازاریابی که مستلزم آگاهی و مدیریت فرصت‌ها و تهدیدهای آتی و پیش‌بینی شیوه‌ی مواجهه با آن‌هاست، با مطالعات غریبی (۱۳۷۷) مبنی بر تبعیت اعضاء از مدیریت در تعاونی‌ها که بستگی تام به پاسخ‌گویی مدیر به آن‌ها دارد و نقش آن‌ها بر موفقیت تعاونی همسو است. روابط و محاسبات گویای آن است که عوامل مدیریتی نیز بعد از عوامل آموزشی، اقتصادی، عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل شخصیتی اثر کلی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی را دارد.

با توجه به یافته‌های پژوهش و مشخص شدن نقش عوامل مدیریتی پیشنهاد می‌شود مدیرعامل تعاونی‌ها از میان افرادی با توانایی و مهارت‌های مدیریتی و مهارت‌ها و تجارب فنی انتخاب شوند. هم چنین در خصوص نقش عوامل اقتصادی، از آنجا که کمبود منابع مالی و سخت‌گیری بیش از اندازه به‌منظور استفاده از اعتبارات و تسهیلات بانکی، یکی از موانع گسترش و توسعه تعاونی‌ها و اهمیت به سرمایه‌گذاری بلندمدت می‌باشد، پیشنهاد می‌شود از سخت‌گیرهای موجود کاسته شود تا با دسترسی آسان‌تر به اعتبارات و تسهیلات بانکی ارزان قیمت، زمینه گسترش و توسعه تعاونی‌ها و در نتیجه پیشرفت و موفقیت بیشتر

حاصل گردد. همچنین توصیه می‌شود افزایش اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون به منظور ایجاد روحیه همکاری بیشتر و افزایش مشارکت اعضا، با برگزاری کارگاهها و کلاس‌های آموزشی عمومی و تخصصی مورد نیاز و معرفی تعاونی‌های موفق به‌عنوان نمونه‌های عینی و استفاده از تجربیات آنها مورد توجه قرار گیرد. بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان پیشنهاد کرد که با افزایش ارتباط تعاونی‌ها با یکدیگر به منظور استفاده از دانش نظری و تجربیات مفید آنها در راستای افزایش توانایی، ابتکار و نوآوری و افزایش مهارت‌های خلاقیت و نوآوری، بستر لازم برای ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی و توسعه تعاونی‌های تولیدی را فراهم ساخت.

منابع فارسی :

- ۱- واحد آمار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه، ۱۳۹۸
- ۲- امینی، امیرمظفر و رضایی، مسعود. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی کشاورزان مرغداران گوشتی اصفهان. *مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی*. سال دهم، شماره اول، ۱۳۶-۱۲۱.
- ۳- امینی، امیرمظفر و مسعود رضانی (۱۳۸۵)، ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران گوشتی استان تهران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم، شماره ۵۵، ۸۹-۶۹.
- ۴- آجیلی، عبدالعظیم (۱۳۸۵)، بررسی مسائل و مشکلات تعاونیهای زنان و ارائه راههای ارتقاء کمی و کیفی آنها، وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان خوزستان.
- ۵- بابا زاده، عزیز (۱۳۸۶)، بررسی امکان تشکیل و توسعه شرکت‌های تعاونی بازار یابی محصولات ۱۸-۷-۱۹۰۰ - کشاورزی در استان آذربایجان شرقی، ماهنامه تعاون، ۱۸۹.
- ۶- بریم نژاد، ولی؛ شم آبادی، محمدعلی. (۱۳۸۹). بازار یابی محصولات کشاورزی با تاکید بر نقش تعاونی‌ها. انتشارات آذربیرین.
- ۷- پیشرفت و توسعه تعاونی‌ها (۱۳۸۳)، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، انتشارات پایگان، تهران.
- ۸- دل‌انگیزان سهراب (۱۳۸۵)، رهیافتی بر سیاستگذاری تعاونی‌های تولیدی، ماهنامه تعاون، ۱۸۱، ۲۹-۲۹.
- ۹- رنجبر، سعید و براتعلی منفردی راز (۱۳۸۶)، بررسی روشهای آموزشی و ترویجی بخش تعاون و ارائه راهکارها. ماهنامه تعاون، ۱۹۰، ۱۱۰-۱۱۹.
- ۱۰- سیلوارجو، آر. (۱۳۸۶). بی تفاوتی اعضا و عوامل وثر بر عدم مشارکت آنها در فعالیت تعاونی. ماهنامه تعاون، بهمن، شماره ۱۷۳.
- ۱۱- شعبان‌علی فمی، حسین و همکاران (۱۳۸۵)، شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی. زنان در ایران، نشر یه مطالعات زنان، سال ۴، شماره ۲، ص ۸۹ تا ۱۰۹.
- ۱۲- غریبی، علی (۱۳۷۷). *صیادان و ماهیگیری مسئولانه*. مجموعه مقالات کنفرانس ملی شیلات ایران. تهران: شرکت شیلات ایران.
- ۱۳- کوهی، کمال (۱۳۸۵)، بررسی آسیب شناسی توسعه تعاونی‌ها در سطح استان آذربایجان شرقی، وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان آذربایجان شرقی.
- ۱۴- مرادنژادی، همایون؛ ایروانی، هوشنگ؛ سعبانعلی قمی؛ حسین، حسینی، سید محمود و کافی، حسین. (۱۳۸۶). تحلیل سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. *علوم کشاورزی/ایران*، ۲ (۲)، ۲۲۶-۲۱۹.
- ۱۵- وحید زاده، علیرضا (۱۳۸۳)، آسیب شناسی مدیریت در شرکت‌های تعاونی تولید صنعتی، ماهنامه تعاون، شماره ۱۵۹ آذر ماه ۱۳۸۳، ص ۶۳ الی ۶۴.

#### English sources

- 1) Adrian Jr, J. L., & Green, T. W. (2001). Agricultural cooperative managers and the business environment. *Journal of Agribusiness*, 19(345-2016-15197), 17-33.
- 2) Australian Agricultural Council (AAC) (1988). *Working play on Agricultural Co-operative*. Agricultural Co-operative in Australia, SCA Technical Report Series, Canberra
- 3) Beaver, G. (2002). *Small business, entrepreneurship and enterprise development*. Pearson Education.
- 4) Bhuyan, S. (2000, December). Grower and manager issues in fruit and vegetable cooperatives. In *NCR-194 Annual Meeting, December* (Vol. 13, p. 2000).

- 5) Bhuyan, S., & Olson, F. E. (1998). *Potential role of non-agricultural cooperatives in rural development: A report on focus group studies conducted in rural North Dakota* (No. 1189-2016-94250).
- 6) Bruynis, C. L., Goldsmith, P. D., Hahn, D. E., & Taylor, W. J. (2000). Key success factors for emerging agricultural marketing cooperatives. *Journal of Cooperatives*, 16(1142-2016-92757), 14-24.
- 7) Bruynis, C. L., Goldsmith, P. D., Hahn, D. E., & Taylor, W. J. (2000). Key success factors for emerging agricultural marketing cooperatives. *Journal of Cooperatives*, 16(1142-2016-92757), 14-24.
- 8) Chandrasekera, C. H. M. T. (1994). Fishery cooperatives in Asian countries.
- 9) Didi, B. (2004). Short communication fishing cooperatives participation in managing near shore resources: The case in Capiz, Central Philippines. *Fisheries Research*, 67(1), 81-91.
- 10) Didi, B. (2006). *Short communication fishing cooperatives participation in managing nearshore resources: The case in Capiz central Philippines, Iloilo City*. Fisheries Research 67 (2004). Pp: 81-91
- 11) Gabriel, S. J. (2002). Belize Rural Woman's Association Revolving Loan Fund and Women's Cooperatives.
- 12) Hornaday, J. A., & Bunker, C. S. (1970). The nature of the entrepreneur. *Personnel psychology*, 23(1), 47-54.
- 13) Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29-37.
- 14) Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage.
- 15) Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- 16) Narayan, D. (1995). "The contribution of people's participation: evidence from 121 rural water supply projects", The World Bank, Washington, DC.
- 17) Nyoro, J. K., & Komo, I. (2005). An analysis of success, failure and demand factors of agricultural cooperatives in Kenya. *Policy Brief paper, Strategies and analysis for growth and access*.
- 18) Russo, C., Weatherspoon, D., Peterson, C., & Sabbatini, M. (2000). Effects of managers' power on capital structure: a study of Italian agricultural cooperatives. *The International Food and Agribusiness Management Review*, 3(1), 27-39.
- 19) Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1992). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 23-46.
- 20) Solomon, G. T., & Fernald Jr, L. W. (1991). Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(3), 25-40.
- 21) Watson, K., Hogarth-Scott, S., & Wilson, N. (1998). Small business start-ups: success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(3), 217-238.

**Studying and identifying the effective factors on the success of productive  
cooperatives companies in Kermanshah province**

**Jalal Olfati<sup>1</sup>, Hassan Rangriz<sup>2</sup>, keiomarsAhmadi<sup>3</sup>, BizhanRezaei<sup>4</sup>**

**Abstract**

The purpose of this research is to study and identify the factors influencing the success of productive cooperatives companies in Kermanshah province. This research follows a qualitative methodology and the subjects of the study are university specialists who have a close relationship with cooperatives sector, as well as specialists in cooperatives, labor and social welfare office along with some of the managers of cooperatives companies in Kermanshah. The sampling was purposeful and 9 people were selected as the population of the study. To collect data, interview was used and to analyze it theme analysis was carried out. The results of the analysis revealed that the effective factors on the success of productive cooperative companies in Kermanshah were personal, managerial, economic, social-cultural and educational. The researcher suggests that the managing directors of the companies should be chosen from among people with managing abilities and technical skills and experience. Based on the findings of the research and identification of the role of economic factors, the shortage of financial resources and the difficulty to use bank credits and facilities, are among the obstacles in developing cooperatives and emphasizing long term and productive investment

**Keywords:** Productive Cooperatives, Cooperatives Success, Personal Analysis, Kermanshah Province

---

1. Doctoral student of governmental management, faculty of human science, Islamic Azad University Sanandaj branch, Sanandaj, Iran,

2. Associate professor of human science and business management, management faculty, Kharazmi university, Tehran, Iran.

\*Corresponding Author

E-mail: rangriz@khu.ac.ir

3. Assistant professor, governmental management, Islamic Azad University Sanandaj branch, Sanandaj, Iran.

4. Assistant professor of management and entrepreneurship, faculty of social sciences Razi University, Kermanshah, Iran.