

بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها^۱ (مطالعه موردی تعاونی‌های استان قم)

دکتر جعفر هزارجریبی*

چکیده

بخش تعاون به عنوان یکی از سه بخش اقتصادی کشور است که در قانون اساسی به طور صریح به الزام وجود آن اشاره شده است. امروزه با توجه خاص دولتمردان به اصل ۴۴ قانون اساسی، می‌توان جایگاه خاصی را برای تعاونی‌ها و بخش تعاون قائل شد. از این رو، مقاله حاضر به بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها می‌پردازد. بدین ترتیب، برای شناسایی این موضوع از دو روش اسنادی و میدانی استفاده شد. جامعه آماری بخش میدانی تحقیق شامل تعاونی‌های استان قم است. حجم نمونه تحقیق شامل ۴۵ شرکت تعاونی (با ۳۸۵ نفر از اعضای عادی این شرکت‌ها و تعداد ۱۰۰ نفر از اعضای هیئت مدیره و مدیران عامل آنان) است.

مجموعه یافته‌ها نشان می‌دهد که در مجموع تعاونی‌های استان قم (همچون سایر نقاط کشور) به لحاظ کمی رشد داشته‌اند ولی به لحاظ کیفی (مثل برگزاری دوره‌های آموزشی، مشارکت، جذب مدیران متخصص و...) این رشد به موازات رشد کمی انجام نگرفته است و اما در مجموع اکثریت اعضا بیان کرده‌اند که با ایجاد اصلاحاتی در تعاونی‌ها خواهان ادامه فعالیت آنها هستند.

چارچوب نظری تحقیق نشان داد که سه دسته از عوامل (درون‌سازمانی، برون‌سازمانی و ساختاری) در موفقیت شرکت‌های تعاونی مؤثر هستند اما در تحقیق حاضر، تأکید ویژه برای شناسایی عوامل درون‌سازمانی بر موفقیت شرکت‌های تعاونی شد. نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره در خصوص تأثیر عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی نشان می‌دهد که اولین و مهم‌ترین عامل، «قابلیت و تخصص مدیران شرکت» با ضریب بتای $(\beta = 0/31)$ است اما عامل دوم، میزان «مشارکت خود اعضا در امور تعاونی» (با ضریب بتای $\beta = 0/24$) و عامل سوم «باور به تعاون در بین اعضا» (با ضریب بتای $\beta = 0/23$) است. و بعد از آن به ترتیب، میزان «رضایت اعضا از عملکرد مدیریت و شرکت تعاونی» (با ضریب بتای $\beta = 0/10$) و در نهایت، مهم‌ترین متغیر تأثیرگذار بر موفقیت تعاونی‌ها «برخورداری اعضا از آموزش» (با ضریب بتای $\beta = 0/09$) است.

واژگان کلیدی: تعاونی‌ها، عوامل درون‌سازمانی، عوامل برون‌سازمانی و عوامل ساختاری

۱. لازم به توضیح است که این مقاله از تحقیقی در همین حوزه و با حمایت مالی استانداری قم (سازمان مدیریت

و برنامه‌ریزی سابق) در سال ۱۳۸۶ گرفته شده است.

E-mail: Jafar_hezar@yahoo.com

* دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه

تعاونی‌ها در یک اقتصاد مردم‌سالار، هم هدف هستند و هم وسیله؛ هدف هستند، زیرا توسعه و رشد را در سطح زندگی واقعی مردم متبلور می‌کنند و وسیله هستند، زیرا از طریق آن می‌توان به دستاوردهایی همچون امنیت و رفاه و توزیع عادلانه درآمد و... دست یافت. هر چقدر این نهضت با کلیت نظام اقتصادی عجین‌تر باشد و با زیربخش‌های اقتصادی پیوند سیستمی داشته باشد، موفق‌تر است. در کل می‌توان گفت که تعاونی‌ها یکی از اصلی‌ترین جنبه‌های مادی و اقتصادی جوامع نوین هستند که با جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه پیوند مستقیم دارند (کیانی مهر: ۱۳۷۹: ۹).

با نگاهی به تاریخ چگونگی شکل‌گیری تعاونی‌های کشورهای توسعه‌یافته در می‌یابیم که بسیاری از این کشورها با کمک گرفتن از تعاونی‌ها توانسته‌اند در تهیه غذا، تأمین نیروی کار مورد نیاز بخش صنعت، صنایع تبدیلی و تکمیلی و همچنین ایجاد بازار مصرف کالاهای تولیدی، جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و... نقش اساسی ایفاء کنند. این واقعیت توجه هر چه بیشتر به بخش تعاون را در برنامه‌ریزی‌های توسعه برای برنامه‌ریزان نمایان می‌سازد (پینلی، ۲۰۰۲: ۱۲۶۰-۱۲۶۱).

کشور ایران به رغم برخورداری از منابع قابل توجه اقتصادی، به لحاظ کشاورزی و سطح تولیدات صنعتی موقعیت مناسب و متمایز ندارد. از عمده‌ترین دلایل آن ضعف در مدیریت‌های واحدهای تخصصی، ناآگاهی‌های مردم، عدم کارایی عوامل تولید بهره‌وری پایین واحدها به جهت اعمال شیوه‌های نادرست و غیرعلمی است. برای پاسخگویی به سؤال‌هایی از قبیل: «آیا در بستر و سازمانی مناسب، از عوامل تولید استفاده بهینه صورت می‌گیرد؟ فرایند اشتغالزایی از چه راه‌هایی امکان‌پذیر است؟ و با استفاده از چه مکانیزم‌هایی می‌توان به رفع نیازمندی‌های اساسی اعضای (بدون پرداخت قیمت بالا برای کالاها و عوامل تولید از طرف اعضای) پرداخت؟ جواب‌های متنوعی مدنظر صاحب‌نظران است. در همین راستا، انجام پژوهش‌های اقتصادی و اجتماعی در زمینه کارایی عوامل تولید و تخصیص بهینه آنها با در نظر گرفتن شناخت فعالیت‌ها و عملکرد شرکت‌های تعاونی ضروری می‌نماید.

بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، نظام اقتصادی کشور بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی استوار است. وقتی که ما نگاهی علمی و کنجکاوانه به این موضوع می‌کنیم، می‌بینیم که اغلب مدیران و مسئولان در چند دهه گذشته نگاه‌های متفاوت و نامتوازن به بخش تعاونی داشته‌اند؛ بدین معنی که، زمانی توجه به این بخش بیشتر و زمانی این توجه کمتر شده است و تعاونی‌ها مورد بی‌مهری قرار گرفته‌اند، ولی آنچه که در زمان حاضر بیشتر جلب توجه می‌کند، تعدد سازمان‌هایی (سازمان تعاون روستایی، معاونت نظام‌های بهره‌برداری اداره جهاد کشاورزی و اداره کل

تعاون در هر استان) است که درگیر امرتعاون هستند که این امر می‌تواند مشکلات زیر را در پی داشته باشد:

۱. برنامه‌ریزی دقیق و منسجم برای توسعه تعاونی‌ها به عنوان یک بخش اقتصادی، عملاً مقدور نیست و تعدد مراکز تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی، موجب ناهماهنگی رشد این بخش می‌شود و همچنین پاسخگویی در زمینه مشکلات مجموع این بخش را غیرممکن ساخته است؛

۲. به دلیل فقدان ارتباط ارگان‌های دولتی ناظر بر امور تعاونی‌ها، تجارب سودمند آنها برای سایرین ملاک عمل قرار نگرفته و هر یک، روش‌های جداگانه و متفاوتی برای نظارت بر تعاونی‌ها به کار می‌برند؛

۳. وجود سازمان‌های دولتی متعدد مربوط با امور تعاون و جدا بودن آنها با یکدیگر فقدان ارتباط مؤسسات تعاونی زیرپوشش آنها را نیز باعث شده است و تعاونی‌های مذکور به دلیل همین جدایی قادر نیستند از خدماتی که به وسیله دیگر انواع تعاونی‌ها عرضه می‌شود، استفاده و یا محصولات مورد نیاز را مبادله کنند (مستعانی، ۱۳۷۵).

یکی دیگر از مهم‌ترین عواملی که در اثر این مشکل به وجود می‌آید، عدم آشنایی به اهمیت و اصول تعاونی در بین عموم افراد جامعه است؛ زیرا هیچ یک از سازمان‌های مذکور به طور کامل خود را مسئول توسعه بخش تعاون نمی‌داند. بدین طریق، اعضای کل جامعه، آشنایی کافی و لازم با اصول و اهمیت بخش تعاونی را پیدا نمی‌کنند و در نتیجه، استقبال چندانی هم از بخش تعاون صورت نمی‌گیرد.

پس با ذکر این مشکلات می‌توان گفت که بخش تعاون - به عنوان یک بخش مهم از اقتصاد کشور - باید مورد توجه جدی قرار گیرد و با انجام تحقیقات کارشناسی و دقیق، امور و مسائل تخصصی مربوط به تمام تعاونی‌ها به یک سازمان مشخص و توانا واگذار شود تا از این طریق، از بی‌نظمی‌های موجود که به زیان تعاونی‌هاست، کاسته و به حداقل برسد.

بررسی مفاهیم و مختصات موضوع

تعاون یعنی به هم کمک کردن، مددکاری کردن و از ریشه «عون» و از باب تفاعل گرفته شده است. یکی از ویژگی‌های باب تفاعل این است که بیان‌کننده کارهایی است که انجام آن نیازمند به دو یا چند فرد دارد؛ یعنی مستلزم همکاری و مشارکت^۱ است. تعاون به معنای وسیع و عام آن همانا همکاری و مشارکت دسته‌جمعی مردم در حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی آنان است (عمید: ۱۳۶۹: ۵۸۷-۵۸۶ و امینی ۱۳۷۲: ۱۵).

باید مد نظر داشت که فلسفه ایجاد تعاونی از گذشته دور بوده و این همکاری‌ها از زمان‌های گذشته برحسب ضرورت زندگی اجتماعی و به صورت غیررسمی^۲ وجود

1. Participation

2. Informal

داشته است و اما نهادهایی که امروزه به اسم شرکت‌های تعاونی است و دارای حالت رسمی و علمی هستند با آن همکاری‌های سنتی پیوند می‌خورند؛ زیرا عامل اصلی که تعیین‌کننده ماهیت تعاون در شکل سنتی و امروزی آن است، همان پدیده همکاری است که تعدادی افراد برای حل مشکلات مشترک خود به آن متوسل می‌شوند. همکاری‌های سنتی^۱ در شرایط پیش از ظهور اقتصاد بازار (اقتصاد پولی) و در جوامع بسته و خود مصرف به وجود می‌آیند و کارایی دارند؛ در حالی که شرکت‌های تعاونی یا تعاونی‌های رسمی در جامعه‌ای که روابط جدید اقتصادی و اقتصاد بازار^۲ در آن حاکم است، امکان تشکیل و توسعه دارند (انصاری: ۱۳۸۰: ۳۸ و ۳۹).

باید خاطر نشان ساخت که در باره شرکت‌های تعاونی تعاریف مختلفی از جانب صاحب‌نظران مطرح شده است اما در اینجا به خاطر جلوگیری از اطناب کلام و بیان یک تعریف کامل و مورد قبول اکثر افراد، از تعریفی که در سی و یکمین کنگره اتحادیه بین‌المللی تعاون (I.C.A) که در سال ۱۹۹۵ در منچستر برگزار شد، کمک می‌گیریم: بر طبق آن تعریف، «تعاونی، انجمنی مستقل و متشکل از افرادی است که به طور داوطلبانه برای تأمین نیازهای مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضاء تأسیس شده است و فعالیت خود را با مشارکت و با مدیریتی دموکراتیک به اجراء در می‌آورد».

باید یادآور شد که تعاونی‌ها براساس ارزش‌های خودیاری، خود مسئولیتی، دموکراسی، عدالت، انصاف و همبستگی بنا می‌شوند و بنیانگذاران آن رفتاری منطبق با ارزش‌های شرافت، گشاده‌رویی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کمک به دیگران را دارند (طالب: ۱۳۷۶: ۱۰۸ و ۱۰۷). در مجموع، تعاونی دارای، اهداف اقتصادی و اجتماعی به صورت توأمان است (شیلر^۳: ۱۹۶۹، ۹-۲۰). در این شرکت‌ها، رنگ اقتصادی نمی‌تواند بر رنگ اجتماعی غالب شود؛ زیرا در این صورت، دیگر تعاونی نیست بلکه یک بنگاه تجاری است که عده‌ای برای کسب سود به دنبال آن هستند و از طرف دیگر، تعاونی دارای اهداف اجتماعی صرف نیز نیست و از این جهت، با مؤسسات خیریه و سایر فعالیت‌های صرف اجتماعی تفاوت دارد. این جملات را می‌توان با این عبارت که تعاونی «نه برای سود و نه برای صدقه بلکه برای ارائه خدمت» تشکیل شده است، قرین ساخت (لیدلاو، ۱۳۷۷: ۹۲).

بررسی انواع تعاونی در کشور و کارکرد هر یک از آنها

همه تعاونی‌ها دارای کارکرد عام و مشترکی هستند که هر یک از این کارکردها از اهداف آنها نشئت می‌گیرد و بدین جهت از آنها به عنوان کارکردهای اجتماعی و اقتصادی تعاونی‌ها می‌توان یاد کرد:

1. Traditional
2. Market Economy
3. Schiller

۱. تقویت عدالت اجتماعی - اقتصادی و توزیع مجدد ثروت (مانند پرداخت سود محدود به سهام، پرداخت مازاد برگشتی، تربیت و تقویت روحیه دموکراتیک (بر پایه هر نفر یک رأی) یعنی دادن اعتبار و شأن و منزلت برابر به انسان تنگدست و توانمند، توجه به پیوند کار و سرمایه (به خصوص در تعاونی‌های تولید)؛ بدین صورت که از کار بدون عضویت در تعاونی و سرمایه بدون کار در تعاونی جلوگیری می‌شود؛
 ۲. نشر و توسعه قابلیت‌ها و کارایی‌ها در جهت نوآفرینی و احساس تعهد و مسئولیت؛
 ۳. گسترش روحیه مشارکت و تعاون هر چه بیشتر و گسترده‌تر در سطح جامعه؛
 ۴. تعمیم احساس مسئولیت و نقش سازنده هر عضو نسبت به اعضای دیگر و یافتن پایگاه اجتماعی و ارزش‌های مربوط؛
- در ادامه باید خاطر نشان ساخت که جدا از کارکرد عام مذکور، هر نوع از شرکت‌های تعاونی در حوزه خاص فعالیت خود، آثار و نتایجی به بار می‌آورد. این کارکرد طبعاً تنها از آن نوع تعاونی انتظار می‌رود و انواع دیگر نمی‌توانند چنین آثاری را داشته باشند. برای توضیح این امر باید یادآور شد که در زمینه تولید، توزیع و مصرف بر مبنای افراد و اعضا و بر اساس گستره فعالیت شرکت «یک‌منظوره و چندمنظوره» و بر پایه بخش اقتصادی مورد عمل (صنعت، کشاورزی، دامداری و خدمات) و نیز بر مبنای نوع فعالیت (مسکن، تهیه و توزیع، اعتبار، معادن، حمل و نقل، ترابری و...) کارکرد تخصصی تعاونی‌ها می‌تواند متفاوت باشد. از این رو، در ادامه به بررسی برخی از کارکردهای تعاونی‌ها (با توجه به نوع فعالیت آنها) پرداخته می‌شود:
۱. در مجموع، تعاونی‌ها به خصوص تعاونی‌های کشاورزی و روستایی، توانایی تأمین مواد اولیه و خام (مثل عرضه کود، بذر، مواد شیمیایی و...) را برای اعضا به صورت همزمان و یکجا دارا هستند؛
 ۲. تعاونی‌های بازاریابی، توانایی فروش محصولات را برای اعضا تسهیل می‌کنند؛
 ۳. تعاونی‌های تبدیلی و تکمیلی، طبقه‌بندی و بسته‌بندی محصولات اعضا را بر عهده می‌گیرند؛
 ۴. تعاونی‌های آموزشی، با توجه به ترکیب اعضا با تخصص‌های مختلف (وجود حداقل ۷ نفر عضو تحصیل کرده) توانایی ارائه آموزش‌های حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای به اعضا و توده مردم را دارا هستند (صفری شالی، ۱۳۸۰: ۴۷ و ۴۸)؛
 ۵. تعاونی‌های تولید توانایی بالایی در ایجاد اشتغال برای مجموع اعضا دارند؛
 ۶. تعاونی‌های مسکن با توجه به ترکیب سرمایه‌های اندک در تأمین مسکن برای اعضا بسیار توانمند هستند؛
 ۷. تعاونی‌های اعتبار با توجه به تجمع سرمایه‌های اندک اعضا امکان پرداخت وام قرض الحسنه برای اعضا را خواهند داشت.

در مجموع، تعاونی‌ها با توجه به توانمندی‌های موجود در کمک به توسعه همه‌جانبه نقاط شهری و روستایی بسیار مؤثر هستند و توانایی بالایی در ترکیب عوامل تولید و حداکثر بهره‌برداری از سرمایه‌های انسانی و فیزیکی دارند. لازم به توضیح است که سازمان‌های متولی تعاونی‌ها در هر استان شامل: اداره کل تعاون استان (زیر نظر وزارت تعاون) و سازمان تعاون روستایی (زیر نظر سازمان مرکزی تعاون روستایی و به عنوان زیرمجموعه وزارت جهاد کشاورزی) هستند؛ البته تعاونی‌های تولید روستایی زیر نظر معاونت نظام‌های بهره‌برداری جهاد کشاورزی و تعاونی‌های فرش دستباف، زیر نظر اداره جهاد کشاورزی استان فعالیت دارند. ولی از آنجا که عمدتاً تعاونی‌ها در هر استان زیر نظر اداره کل تعاون و سازمان تعاون روستایی قرار دارند، از این رو، دو سازمان به عنوان مهم‌ترین سازمان‌های متولی تعاونی‌ها قلمداد می‌شوند. در ادامه باید خاطر نشان ساخت که سازمان تعاون روستایی متولی دو نوع تعاونی به شرح زیر است:

۱. تعاونی‌های کشاورزی که شامل تعاونی گندمکاری، باغداری، کمباین‌داری، مرتع‌داری، تهیه و تولید صنایع دستی، مکانیزاسیون زنبورداری، مرغداری، گاو‌داری و چغندرکاری می‌شود؛

۲. روستایی که شامل تعاونی‌های اعتبار روستایی، تعاونی‌های مصرف روستاییان و ادارات کشاورزی و... می‌شود.

البته گاهی در بعضی از زمینه‌ها شاهد تداخل در خصوص وظایف این دو نوع تعاونی (تعاونی‌های کشاورزی و تعاونی‌های روستایی) هستیم.

شایان ذکر است که در مجموع وزارت تعاون متولی تعاونی‌های شهری و روستایی به صورت توأمان است و تعاونی‌های تحت پوشش آن در زمینه‌های: صنعتی، کشاورزی، عمرانی، معدنی، خدماتی، مسکن، فرش دستباف، تأمین نیاز تولیدکننده و مصرف‌کننده، اعتبار، حمل و نقل، چند منظوره و مصرف آموزشی فعالیت دارند.

چارچوب نظری

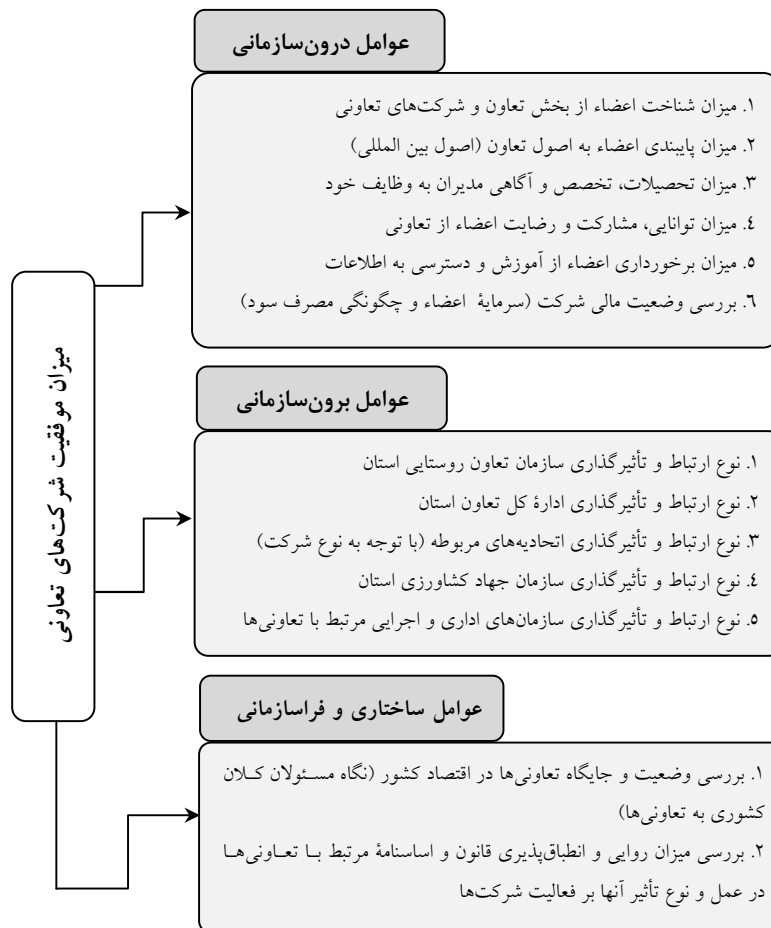
بر طبق چارچوب نظری، سه دسته عوامل تحت عنوان «عوامل درون‌سازمانی»، «عوامل برون‌سازمانی» و «ساختاری» در موفقیت شرکت‌های تعاونی مؤثر هستند؛ از این رو، در ذیل اشاره کوتاهی به هر یک از موارد می‌شود:

عوامل درون‌سازمانی: منظور از عوامل درون‌سازمانی، آن دسته از عواملی هستند که از سوی سازمان مربوطه قابل کنترل است اما عوامل برون‌سازمان خارج از کنترل سازمان مربوطه است. عوامل درون‌سازمانی به گونه‌ای در شمار اجزای سازمانی به شمار می‌روند. این اجزاء در شکل‌دهی و حرکت سازمان نقش دارند و ماهیت سازمان مورد نظر را برای ما ترسیم می‌کنند. مهم‌ترین عوامل درون‌سازمانی عبارت‌اند از:

الف) شناخت اعضاء از اصول تعاون و رعایت آن

- (ب) وجود هیئت مدیره و مدیر عامل متخصص
- (ج) وضعیت شرکت و چگونگی مشارکت اعضاء (رعایت اصل برابری اعضاء، مشارکت اقتصادی اعضاء)
- (د) آموزش کارورزی و اطلاع‌رسانی (در سه قلمرو: آموزش در سطح جامعه، آموزش در سطح اعضاء، آموزش در سطح کارکنان)
- (ه) رضایت اعضاء عادی از عملکرد هیئت مدیره و مدیر عامل
(و) مشارکت اقتصادی و اجتماعی اعضاء در کلیه امور شرکت.
- عوامل برون‌سازمانی: عوامل برون‌سازمانی مؤثر بر میزان موفقیت هر سازمانی در دستیابی به اهداف تعریف‌شده و عموماً برای تمام سازمان‌های اقتصادی با توجه به محیط جغرافیایی و اجتماعی به نوعی مشترک است اما میزان تأثیر هر یک از این عوامل بر موفقیت، به نوع فعالیت آن سازمان‌ها بستگی دارد. در چارچوب نظری تدوین‌شده، با توجه به فعالیت شرکت‌های تعاونی، عوامل برون‌سازمانی خاص شامل موارد زیر است:
- (الف) میزان توجه و همکاری اداره کل تعاون استان (استان‌ها)
- (ب) میزان توجه و همکاری سازمان تعاون روستایی و میزان کارایی آن در ارتباط با تعاونی‌ها
- (ج) میزان عملکرد اتحادیه شرکت‌های تعاونی و همکاری آن با شرکت‌های تعاونی تحت پوشش
- (د) میزان همکاری سازمان‌های اداری و اجرایی منطقه، مثل شهرداری، بانک‌ها و
- از این رو، در ارتباط با تعاونی‌ها هر یک از عوامل فوق، به عنوان عوامل برون‌سازمانی هستند که می‌توانند به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر جریان فعالیت شرکت‌های تعاونی تأثیر بگذارند.
- عامل ساختاری: در عامل ساختاری به جایگاه تعاونی‌ها در کل ساختار کشور، به خصوص جایگاه تعاونی‌ها در قانون و اقتصاد کشور پرداخته می‌شود و هدف، آن است که ساختار موجود و تصمیم‌گیری‌های مسئولان در سطح کلان چه تأثیر مثبت و یا منفی بر بخش تعاون (به عنوان یک بخش از اقتصاد کشور) دارد. از این رو با توجه به سه پارامتر مذکور (عوامل درون‌سازمانی، برون‌سازمانی و ساختاری) میزان موفقیت، شرکت‌های تعاونی را می‌توان در قالب مدل (۱) ارائه داد:

مدل (۱) مدل مفهومی تحقیق در خصوص عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها



روش تحقیق

مقاله حاضر، دارای رویکرد مسئله‌محور و «پرابلماتیک»^۱ است که سعی دارد در پرتوافکنی بر مسائل و مشکلات، تلنگری بر اندیشه و عمل در این حوزه داشته باشد. پس این نوشتار از نوع تحقیقات تبیینی «تحلیلی» است که در آن علاوه بر توصیف روند وضعیت تعاونی‌ها به بررسی مسائل و مشکلات و در نهایت عوامل مؤثر بر موفقیت آنها پرداخته خواهد شد. بدین ترتیب، برای رسیدن به این هدف مورد نظر در تحقیق حاضر، از روش‌های اسنادی «کتابخانه‌ای» و میدانی «پیمایشی» استفاده شد. در روش اسنادی به

منابع و اسناد و آمار نامه‌های موجود در ارتباط با روند تحول تعاونی‌های موجود مراجعه شد اما پس از ارزیابی تحقیقات گذشته و اندیشه‌های مرتبط با موضوع، از یک طرف و شناخت وضعیت فعلی تعاونی‌ها، به تدوین شاخص‌های مفهومی تحقیق پرداخته شد و در ادامه با استفاده از روش پیمایش، داده‌های لازم جمع‌آوری شد. شایان ذکر است که در بخش میدانی «پیمایشی» برای گردآوری اطلاعات در تعاونی‌های مورد مطالعه علاوه بر استفاده از تکنیک‌های مشاهده و مصاحبه آزاد با کارشناسان از سه نوع پرسشنامه (با سؤالات باز و بسته) نیز به شرح ذیل استفاده شد:

الف) پرسشنامه مخصوص مدیران تعاونی (مدیران عامل و اعضای هیئت مدیره)،

ب) پرسشنامه مخصوص اعضای تعاونی،

ج) پرسشنامه وضعیت عمومی شرکت‌های تعاونی.

در نهایت پس از ساخت پرسشنامه‌ها و آزمون آنها در جامعه آماری کوچک و استفاده از نظر صاحب‌نظران (به دست آوردن اعتبار و پایایی ابزار تحقیق) اقدام به تکمیل آنها شد.

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق در سه بخش تقسیم شد:

شرکت‌های تعاونی «بررسی وضعیت و روند آنها در قالب یک پرسشنامه مجزا»
مدیران عامل، اعضای هیئت مدیره

اعضای عادی تعاونی‌های در حوزه‌های گوناگون (اعم از حمل و نقل، فرش، مسکن، مصرف، معدنی، فرهنگی، کشاورزی، روستایی و...). اما برای انتخاب حجم نمونه در بین اعضای تعاونی‌ها (اعم از هیئت مدیره و اعضای عادی) از فرمول عمومی کوکران (که در آن P احتمال وجود صفت و q عدم وجود صفت 1/5 در نظر گرفته می‌شود) استفاده شد.

$$N = \frac{N.t^2 . p . q}{N.d^2 + t^2 . p . q}$$

$N = 64770$ = تعداد کل جامعه آماری^۲

t (استودنت) $1/96^2$ وقتی که سطح معنی‌داری آزمون برابر با $0/05$ باشد =

$d^2 = 0/0025 = 0/05^2 =$ تقریب در برآورد پارامتر مورد مطالعه^۳ =

۱. از آنجا که اطلاعات مورد اعتماد در این زمینه برای برآورد واریانس وجود نداشت مجبور شدیم که مقدار P و q را 0/5 در نظر بگیریم و همان‌طور که می‌دانیم در این حالت بالاترین درصد نمونه به دست می‌آید.

2. Total population

3. Degree of error

$p^1 = 0/5$ = احتمال وجود صفت

$q^2 = 0/5$ = احتمال عدم وجود صفت

مقدار $p.q$ مساوی با $0/5$ در واقع زمانی است که خواسته باشیم حداکثر نمونه را به دست آوریم.

حجم نمونه $n^3 =$

$$n = \frac{64770 \times (1/96)^2 \times (0/5)(0/5)}{64770 (0/05)^2 + (1/96)^2 \times (0/5)(0/5)} = \frac{62179}{162/89} = 385$$

طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۵ نفر از اعضای عادی تعاونی‌ها به عنوان حجم نمونه تحقیق انتخاب شده‌اند و همچنین برای مقایسه نظرات هیئت مدیره و اعضای عادی تعاونی، تعداد اعضای هیئت مدیره کل استان به صورت تمام شماری (۱۰۰ نفر) انتخاب شدند، با توجه به پراکندگی تعاونی‌ها برای انتخاب حجم نمونه به سه متغیر «حوزه جغرافیایی، موضوع فعالیت شرکت‌ها و تعداد اعضای آنها» اهمیت داده شد و از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای (برای انتخاب تعاونی‌های تحت پوشش اداره کل تعاون استان و سازمان تعاون روستایی در گام اول و در مرحله بعد تعیین تعاونی‌ها در دو حوزه تولیدی و خدماتی و در مرحله سوم برای انتخاب تعاونی‌ها در حوزه‌های مختلف فعالیت اعم از مسکن، کشاورزی، معدن و...) استفاده شده است.

نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از گردآوری و کنترل پرسشنامه‌ها و حذف پرسشنامه‌های ناقص، با استفاده از نرم‌افزار «SPSS» و «Excel» بانک اطلاعاتی مورد نیاز تشکیل و سپس داده‌ها و رد پردازش قرار گرفت و با استفاده از تکنیک‌های آماری جداول یک بعدی و رگرسیون چند متغیره، خروجی‌های مورد نیاز استخراج و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌های تحقیق

نتایج توصیفی تحقیق

با توجه به یافته‌های تحقیق ۶۷ درصد از تعاونی‌های مورد مطالعه تحت پوشش اداره کل تعاون استان و ۳۳ درصد تحت پوشش سازمان تعاون روستایی هستند و این نتیجه با کمی اختلاف در سطح کشوری نیز صادق است.

1. Probability of characteristic
2. Quartile deviation
3. Sample size
4. Multiple Regression

در مورد وضعیت سوددهی شرکت‌ها، نتایج نشان می‌دهد که ۵۸ درصد از مسئولان امور مالی شرکت‌ها بیان کرده‌اند که شرکت آنان همیشه یا عمدتاً سود داشته و در مقابل تنها امور مالی چهار شرکت اظهار داشتند که شرکت آنها اصلاً سود نداشته است. پس می‌توان نتیجه گرفت که نگرش‌ها و صحبت‌هایی که در فضای عمومی یا اجتماعی در مورد عدم سوددهی تعاونی‌ها (در مقایسه با بخش خصوصی) وجود دارد، صحت ندارد. در مجموع، تعاونی‌ها از نحوه ارتباط و حمایت سازمان تعاون روستایی و اداره کل تعاون استان در سطح متوسط رو به بالا رضایت داشتند؛ به طوری که از مجموع ۴۵ شرکت مورد مطالعه مستقیم تعداد ۲۵ شرکت ارتباط و حمایت سازمان متولی خود (سازمان تعاون روستایی و اداره کل تعاون استان) را مناسب ارزیابی کردند و در مقابل، ۹ شرکت از ارتباط و حمایت این سازمان‌ها رضایت چندانی نداشتند.

در مورد نوع ارتباط و حمایت اتحادیه‌ها، از شرکت‌های تعاونی مورد مطالعه نتایج نشان می‌دهد که ۲۲ شرکت (۴ درصد از پاسخگویان) از مجموع ۴۵ شرکت ارتباط و حمایت اتحادیه‌ها را در مناسب ارزیابی کردند و ۱۳ درصد نیز ارتباط و حمایت اتحادیه‌ها در سطح نامناسب ارزیابی کرده‌اند.

در مورد ارتباط و حمایت ادارات و مسئولان منطقه، در حدود ۱۷ شرکت (یعنی ۳۸ درصد از مجموع شرکت‌ها) نوع ارتباط و حمایت ادارات و مسئولان منطقه را در سطح مناسب ارزیابی کردند و در مقابل تنها ۲ شرکت از مجموع ۴۵ شرکت ارتباط و حمایت ادارات و مسئولان منطقه را نامناسب ارزیابی کردند.

در خصوص اقدام به برگزاری کلاس‌های آموزشی، نتایج نشان می‌دهد که ۲۲ درصد از شرکت‌ها (یعنی تنها ۱۰ شرکت از مجموع ۴۵ شرکت) بیان کردند که اقدام به برگزاری کلاس‌های آموزشی برای اعضای خود می‌کنند و در مقابل ۷۸ درصد بیان کردند کلاس‌های آموزشی برای اعضای برگزار نمی‌کنند. این نتیجه نشان می‌دهد که اصل آموزش که به عنوان یکی از اصول اساسی تعاونی‌ها (چه برای اعضای عادی و چه برای اعضای هیئت مدیره) است، در بسیاری از شرکت‌ها برگزار نمی‌شود. در مجموع، به لحاظ میزان برگزاری دوره‌های آموزشی، پیشرفت چندانی در شرکت‌های مورد مطالعه دیده نمی‌شود اما در خصوص میزان وام پرداختی نسبت به دو سال قبل، نتایج نشان می‌دهد که حدود ۱۰ درصد از مجموع شرکت‌ها بیان کرده‌اند که میزان وام پرداختی به اعضای نسبت به سال قبل افزایش داشته است.

معمولاً برای سنجش روند توسعه در تعاونی‌ها (به خصوص در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی) یکی از مؤلفه‌هایی که مورد سنجش قرار می‌گیرد، انجام فعالیت‌های تبدیلی و تکمیلی است. نتایج در این خصوص نشان می‌دهد که ۷ شرکت از مجموع ۴۵ شرکت (یعنی ۱۶ درصد) بیان کرده‌اند که فعالیت تبدیلی و تکمیلی انجام می‌دهند و در مقابل ۸۰ درصد از شرکت‌ها بیان کرده‌اند که چنین فعالیتی را انجام نمی‌دهند. البته لازم نیست که

همه شرکت‌ها (از جمله تعاونی‌های مسکن، مصرف و...) فعالیت تبدیلی و تکمیلی انجام دهند ولی درصد به دست آمده نشان می‌دهد که بسیاری از تعاونی‌های کشاورزی و روستایی که جزو گروه مورد مطالعه ما بوده‌اند، فعالیت تبدیلی و تکمیلی انجام نمی‌دهند. در مورد میزان رضایت اعضاء از عملکرد تعاونی‌ها، نتایج نشان می‌دهد که ۱۰ درصد از اعضاء عادی رضایت بالایی از عملکرد شرکت عضو داشتند و در مقابل ۴۶ درصد دارای رضایت پایین بودند و در این میان حدود ۴۳ درصد در سطح متوسطی رضایت داشتند. پس در مجموع میزان رضایت اعضاء متوسط رو به ضعیف است. اما نتایج به دست آمده در مورد اعضاء هیئت مدیره نشان می‌دهد که ۳ درصد از اعضاء هیئت مدیره رضایت کمی از عملکرد شرکت‌ها داشتند و در مقابل ۴۸ درصد در سطح بالایی راضی بودند و در این میان ۴۹ درصد نیز در سطح متوسط راضی بودند. پس در مجموع میزان رضایت هیئت مدیره و مدیران عامل بالاتر از اعضاء عادی تعاونی‌ها بوده است. در این راستا لازم به توضیح است که چون عملکرد شرکت در مرحله اول به هیئت مدیره آن برمی‌گردد، از این رو، این گروه نگاه مثبت‌تری به عملکرد شرکت در مقایسه با اعضاء عادی شرکت داشته‌اند.

تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر روی موفقیت شرکت‌های تعاونی (با تأکید بر عوامل درون سازمانی)

در تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر روی موفقیت شرکت‌های تعاونی، تمامی متغیرهای مستقل یا تأثیرگذار تحقیق به برنامه رگرسیونی وارد شدند. از مجموع ۵ متغیر معرفی شده، هر ۵ متغیر به خاطر ضریب رگرسیونی و سطح معناداری کمتر از ۱ درصد وارد معادله شدند و به عنوان متغیرهایی بودند که تأثیر مستقیم بر روی موفقیت شرکت‌های تعاونی مورد مطالعه داشتند. حال در زیر به توضیح و تفسیر مختصر میزان تأثیرگذاری هر یک از این متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تحقیق (میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی) پرداخته می‌شود:

با توجه به نتایج به دست آمده متغیر «قابلیت و تخصص مدیران» با ضریب بتای $(\text{Beta} = 0/31)$ بالاترین تأثیر را بر موفقیت شرکت‌های تعاونی داشته است؛ بنابراین، میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی در مرحله اول متأثر از میزان قابلیت و تخصص مدیران آن شرکت‌هاست. در ضمن علامت مثبت ضریب این متغیر، نشانگر تأثیر مستقیم آن متغیر بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی است و معنای $0/31$ نیز بدین صورت است که با افزایش یک واحد در میزان «قابلیت و تخصص مدیران»، میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی 31 واحد افزایش خواهد یافت.

اما «میزان مشارکت اعضاء در امور و مسائل تعاونی» با ضریب بتای $(\text{Beta} = 0/24)$ دومین متغیر تأثیرگذار بر موفقیت شرکت‌های تعاونی است؛ بنابراین، موفقیت شرکت‌های تعاونی در مرحله دوم، وابسته به میزان مشارکت اعضاء است، علامت مثبت ضریب این

متغیر نیز نشانگر تأثیر فزاینده آن بر روی موفقیت شرکت‌های تعاونی است؛ یعنی هر چه میزان و سطح مشارکت در بین اعضای تعاونی بالا رود، میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی نیز افزایش می‌یابد. و معنای $0/24$ نیز بدین صورت است که با افزایش یک واحد در میزان مشارکت، میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی 24 واحد افزایش خواهد یافت.

سومین متغیری که به لحاظ وزن بتا وارد معادله شده است، «باور به اصول تعاون در بین اعضا» است. ضریب تأثیر رگرسیونی این متغیر برابر با $(\text{Beta} = 0/23)$ است؛ یعنی هر چه باور به اصول تعاون در بین اعضا بالا رود، موفقیت شرکت‌های تعاونی نیز به موازات آن افزایش می‌یابد. اما تأثیر میزان رضایت اعضا از عملکرد شرکت به عنوان چهارمین متغیر (با ضریب بتای $0/10$) بر موفقیت شرکت‌های تعاونی تأثیر دارد؛ یعنی به ازای هر یک واحد افزایش در میزان رضایت اعضا از عملکرد شرکت، میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی 10 واحد افزایش خواهد یافت؛ البته در این راستا، لازم به توضیح است که بین متغیرهای مستقل تحقیق نیز همبستگی وجود دارد؛ (به عنوان مثال، بین رضایت اعضا و میزان مشارکت آنان رابطه همبستگی در سطح قوی $(0/67)$ برقرار است و می‌توان گفت که با بالا رفتن میزان رضایت، میزان مشارکت نیز افزایش خواهد یافت و با افزایش مشارکت، موفقیت شرکت‌های تعاونی هم بالا خواهد رفت.

پنجمین متغیری که به لحاظ وزن بتا وارد معادله شده است، «میزان برخورداری اعضا از آموزش است». ضریب تأثیر رگرسیونی این متغیر برابر با $(0/09)$ است بر طبق این نتیجه می‌توان گفت که به ازای هر واحد بالا رفتن میزان برخورداری اعضا از آموزش، میزان موفقیت شرکت نیز 9 واحد افزایش می‌یابد.

مقدار آزمون فیشر به دست آمده $(F = 79/772)$ که در سطح کاملاً معناداری است $(\text{Sig.f} = 0/00)$. این نتیجه بیانگر رابطه معنی‌دار مجموعه‌های متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق «میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی» است. مقدار ضریب همبستگی رگرسیون چند متغیره $(R = 0/72)$ نمایشگر همبستگی قوی مجموعه متغیرهای مستقل با متغیر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی است اما مقدار ضریب تعیین $(R^2 = 0/52)$ بیان‌کننده نسبت بالاتر از متوسطی از واریانس (تغییرپذیری) میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی از سوی پنج متغیر مستقل یا (تأثیرگذار) ذکر شده در بالاست؛ یعنی با توجه به پنج متغیر مذکور و کاربست درست و صحیح آنها می‌توان تا حدود 52 درصد میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی را تضمین کرد.

جدول (۱) نمایش ضریب رگرسیونی هر یک از متغیرهای تحقیق بر روی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی

عنوان متغیر	B بتا (استاندارد نشده)	SEB (ضریب خطا)	Beta بتا (استاندارد شده)	T تی تست	Sig سطح معناداری
باور به تعاون در بین اعضا	۰/۳۵۴	۰/۰۶۷	۰/۲۳۰	۵/۲۷۹	۰/۰۰۰
میزان مشارکت اعضا	۰/۳۲۹	۰/۰۶۷	۰/۲۳۸	۴/۸۸۹	۰/۰۰۰
میزان آموزش اعضا	۰/۰۸۰	۰/۰۳۸	۰/۰۹۴	۲/۱۰۸	۰/۰۳۲
قابلیت و تخصص مدیران	۰/۲۹۳	۰/۰۵۰	۰/۳۰۹	۵/۸۹۶	۰/۰۰۰
میزان رضایت اعضا از شرکت	۰/۰۹۰	۰/۰۳۹	۰/۱۰۴	۲/۳۰۸	۰/۰۲۲
عدد ثابت (Constant)	۴/۲۵۶	۰/۶۶۴	-	۶/۴۰۸	۰/۰۰۰

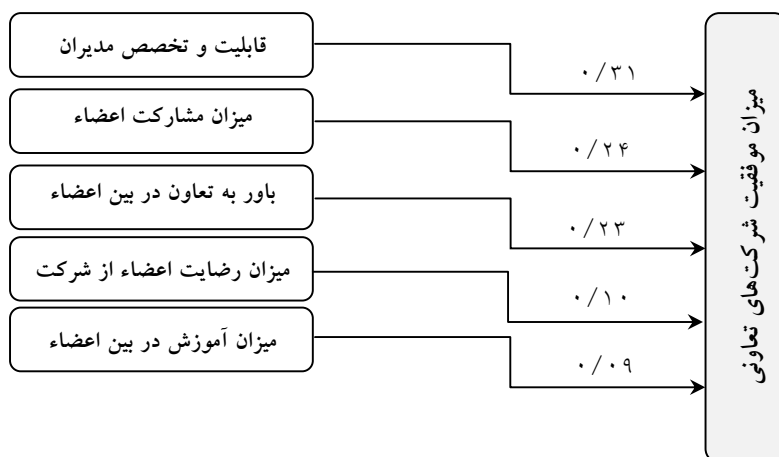
Y= میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی

R = %۷۲

R^۲ = %۵۲

F= ۷۹/۷۷

Sig.F= ۰/۰۰۰



نمودار تحلیل میزان تأثیرات مستقیم متغیرهای مستقل بر روی میزان موفقیت تعاونی‌ها

نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره در خصوص تأثیر عوامل درون‌سازمانی مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی نشان می‌دهد که اولین و مهم‌ترین عامل، قابلیت و تخصص مدیران شرکت‌های تعاونی است و این عامل با ضریب بتای 0.31 ($\beta = 0.31$) بر روی موفقیت شرکت‌های تعاونی مؤثر است. اما عامل دوم، میزان مشارکت خود اعضا

است و عامل سومی که می‌تواند در تقویت روحیه مشارکت و در نتیجه در موفقیت شرکت‌های تعاونی تأثیر داشته باشد، باور به تعاون در بین اعضا است. پس در مجموع می‌توان گفت که میزان موفقیت هر سازمان در گام اول به تخصص مدیران و هماهنگی بین مدیران و مشارکت اعضا بستگی دارد.

نتیجه‌گیری

در مجموع یافته‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌های تعاونی در بعضی زمینه‌ها از جمله: مدیریت متخصص و توانا و همچنین آموزش مسائل تعاونی (در شکل عام خود و تخصصی در بین اعضا و هیئت مدیره) دچار مشکل و چالش شده‌اند و این مشکلات در بین نقاط روستایی بیشتر از نقاط شهری دیده می‌شود (البته جزئیات بیشتر در این زمینه در اصل گزارش موجود است) و این مسئله به این موضوع برمی‌گردد که افراد روستایی با توجه به پایین بودن میزان تحصیلات در مقایسه با افراد شهری نیاز بیشتری به آموزش و ترویج ایده‌های نو دارند و از این رو، وظیفه سازمان تعاون روستایی (در مقایسه با اداره کل تعاون استان) کمی مشکل‌تر است؛ زیرا تعاونی‌های تحت پوشش این سازمان به صورت تخصصی در حوزه مسائل روستایی فعالیت دارند و با قشر کشاورز و مردم روستایی سرو کار دارند.

در این راستا باید خاطر نشان ساخت که امروزه تجربه دنیا هم نشان داده است، استفاده از شیوه‌های جدید مدیریتی نقش مؤثری در موفقیت سازمان دارد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود همه تعاونی‌ها (چه تعاونی‌های تحت پوشش اداره کل تعاون استان و چه تعاونی‌های تحت پوشش سازمان تعاون روستایی) به موضوع مدیریت متخصص، توانمند و دلسوز توجه داشته باشند و این موضوع به شکل کاملاً علمی و عملی دنبال شود. از جمله این نوع فعالیت‌ها استفاده از راهبردهای نوین برای بازاریابی محصولات تولیدشده در تعاونی‌های تولیدی است (مثل تعاونی‌های صنعتی، کشاورزی و روستایی). از این رو، لازم است که برای بازاریابی محصولات کشاورزی چه در داخل و چه در خارج از شیوه‌های جدید مدیریتی استفاده شود و به اصطلاح از رشته مدیریت بازرگانی (بازاریابی) برای بهبود وضعیت موجود بازاریابی تعاونی‌ها استفاده بیشتری شود.

به هر حال، اداره کل تعاون و یا سازمان تعاون روستایی (با توجه به نوع تعاونی‌های تحت پوشش) و اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی باید با برگزاری کلاس‌های آموزشی برای اعضای هیئت مدیره دوره‌های آموزشی برگزار کنند که آنان بتوانند از این توانایی کسب‌شده در جهت جلب مشارکت اجتماعی و اقتصادی و همچنین بالا رفتن میزان باور به تعاونی در بین اعضا استفاده کنند. پس با توجه به اهمیت آموزش در شرکت‌های تعاونی پیشنهاد می‌شود که در این زمینه سازمان‌های مرتبط و همچنین خود تعاونی‌ها اقدامات شایسته‌ای برای اعضا انجام دهند؛ به طوری که آموزش در تعاونی‌ها باید در دو سطح کلان و

تخصصی مورد اهتمام قرار گیرد. در زمینه آموزش عمومی، توجه به مباحث کلی تعاونی‌ها (برای شفاف‌سازی فلسفه و ماهیت تعاونی‌ها) و در زمینه آموزش تخصصی توجه به مباحث تخصصی (با توجه به نوع و کارکرد آنها) ضروری است.

اگر خواسته باشیم به جمع‌بندی پیشنهادات به صورت مدون بپردازیم، با توجه به بخش چارچوب نظری سه دسته از عوامل (درون‌سازمانی، برون‌سازمانی و ساختاری) را می‌توان در موفقیت (و یا عدم موفقیت) شرکت‌های تعاونی مؤثر دانست. و با توجه به نتایج این تحقیق و سایر تحقیقات انجام‌گرفته از سوی نگارنده (در سال‌های ۱۳۸۰، ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲) می‌توان گفت که سهم عوامل درون‌سازمانی (مثل باور به تعاونی، میزان برخورداری از آموزش در بین اعضای تعاونی و هیئت مدیره، روحیه مشارکت و اعتماد در بین اعضا و در نهایت مدیریت متخصص و دلسوز در جهت پیشبرد اهداف شرکت) بسیار مهم و ضروری است و از این رو، با توجه به وضعیت موجود در جامعه (که تقریباً وضعیت برای همه تعاونی‌ها مشابه است) اگر هر تعاونی به عوامل درون‌سازمانی توجه بیشتری داشته باشد، موفق‌تر خواهد بود. البته نمی‌توان سهم برجسته عوامل برون‌سازمانی و ساختاری چون نقش دولت، سوگیری برنامه‌های کلان اقتصادی و اجتماعی کشور را نادیده گرفت.

در خصوص عوامل درون‌سازمانی پیشنهاد می‌شود که مدیریت هر تعاونی باید سعی و تلاش کند که میزان آگاهی از فعالیت‌های تعاونی و دلبستگی به تعاونی را در بین اعضا افزایش دهد؛ به طوری که در صورت وجود مشکل در تعاونی‌ها اعضا با مشارکت خود (مثلاً با اختصاص وقت بیشتر و یا حتی با افزایش سهام خود) باعث رفع مشکلات شرکت شوند. در بعد اقتصادی در مجموع تلاش کادر مدیریت تعاونی باید با استفاده بهینه و مطلوب از منابع مالی موجود در تعاونی و بهره‌گیری از نظرات و تجربیات اعضا و کارشناسان باعث افزایش میزان سود یا مفید بودن فعالیت شرکت شوند. همچنین در خصوص تعاونی‌های روستایی و کشاورزی پیشنهاد می‌شود که تعاونی‌ها با خرید به موقع محصولات کشاورزان و با قیمت مناسب و پرداخت به موقع (به شکل پرداخت نقدی) تلاش بیشتری در جهت حمایت از اعضا انجام دهند که البته این موضوع نیازمند حمایت از سوی دولت است.

تلاش مسئولان تعاونی باید بر این اصل استوار باشد که از همه توانمندی تعاونی‌ها استفاده کنند؛ زیرا در بعضی از تعاونی‌ها از جمله تعاونی‌های روستایی ما شاهد صرفاً توزیع مواد اولیه از سوی تعاونی‌ها هستیم. باید خاطر نشان ساخت که این امر فقط یک وظیفه از مجموع اهداف و وظایف تعریف‌شده برای تعاونی‌های روستایی که به عنوان تعاونی‌های چندمنظوره هستند می‌باشد؛ بنابراین، لازم است که تعاونی‌های چندمنظوره با برنامه‌ریزی مناسب بتوانند در مدت زمان تعریف‌شده به تمام و یا اکثریت اهداف خود عمل کنند.

در خصوص عوامل برون‌سازمانی، به اتحادیه‌های تعاونی‌ها و نیز سازمان‌های مسئول (مثل اداره کل تعاون و سازمان تعاون روستایی استان‌ها) پیشنهاد می‌شود که در صورت لزوم با مذاکره با بانک‌ها و مؤسسات اعتباری (و حتی اقدام به صورت مستقیم از طریق صندوق تعاون) باعث و بانی قرارگرفتن اعتبار لازم برای تعاونی‌ها شوند. در جهت تکمیل این نکته باید خاطر نشان ساخت که بعضی از بانک‌ها حاضر هستند به صورت مستقیم به هر یک از اعضای هیئت مدیره تعاونی به عنوان یک شخص حقیقی وام و تسهیلات اعطاء کنند ولی حاضر به پرداخت تسهیلات به تعاونی‌ها به عنوان یک شخص حقوقی نیستند. پس می‌توان نتیجه گرفت که هنوز اعتماد در شکل تعمیم‌یافته و بهینه در مورد تعاونی‌ها (به عنوان یک سازمان رسمی) شکل نگرفته است. وظیفه دوم که می‌توان برای اتحادیه‌ها برشمرد این است که، در رفع مشکلات اداری تعاونی‌ها تلاش کنند و باعث کم شدن مسائل بورکراسی و کاغذ بازی از سوی سازمان‌ها (مثل سازمان جهاد کشاورزی، اداره برق و...) در خصوص تعاونی‌ها شوند.

در مجموع در جهت رفع مشکلات تعاونی‌ها از جمله نهاد یا سازمانی که می‌تواند بسیار کارا باشد، اتحادیه تعاونی‌هاست؛ زیرا این اتحادیه‌ها به عنوان مادر تعاونی‌ها و هر یک از تعاونی‌ها در آنها به عنوان یک عضو هستند و از این رو، در صورت برنامه‌ریزی درست و حساب‌شده در این اتحادیه‌ها آنها می‌توانند دارای قابلیت‌های مختلف از جمله تهیه نهاده‌های مورد نیاز تعاونی‌ها در داخل و خارج از کشور با قیمت مناسب و کیفیت عالی باشند؛ زیرا همان‌طور که بدیهی است زمانی که خرید یک محصول در شکل انبوه صورت گیرد اولاً هزینه‌ها سرشکن می‌شود و از طرف دیگر، امکان زیادی برای استخدام و به کارگیری افراد متخصص در زمینه ارزیابی قیمت تمام‌شده و مهم‌تر از آن کیفیت محصول وجود دارد و اما از جمله توانمندی‌های دیگر این اتحادیه‌ها گشایش صندوق اعتباری با مشارکت خود تعاونی‌هاست؛ به طوری که با استفاده از سیستم‌های مختلف مرسوم در داخل کشور به پرداخت اعتبار به اعضا (که همان تعاونی‌ها هستند) اقدام کنند. خرید محصولات تعاونی‌ها و رساندن آن به دست مصرف‌کننده‌ها (بدون دخالت واسطه‌ها) از سوی اتحادیه‌ها نیز از جمله عواملی است که می‌تواند از یک طرف دست سلف‌خرها و واسطه‌ها را کوتاه کند و باعث کاهش هزینه‌های خدماتی و واسطه‌گری برای تولیدکننده و مصرف‌کننده شود و از طرف دیگر، در شناسایی تعاونی‌ها به عموم مردم مؤثر باشد (البته خود تعاونی‌ها نیز می‌توانند برای اعضای خود هرچند در حجمی کوچک‌تر، اقدام به چنین امری کنند). در ضمن اقدام به برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی و ساخت امکانات زیربنایی و ذخیره‌سازی همچون انبار، سردخانه و... در زمره سایر توانمندی‌های و یا توانمندی‌های این اتحادیه‌هاست.

در خصوص عوامل ساختاری نیز می‌توان به موارد کلانی مثل جایگاه تعاونی‌ها در قانون و اقتصاد جامعه اشاره داشت و این امر به نگاه مسئولان کشوری درخصوص

تعاونی‌ها برمی‌گردد؛ زیرا همان‌طور که می‌دانیم در قانون اساسی کشورمان تعاونی‌ها به عنوان یکی از سه بخش اقتصادی کشور (در کنار بخش دولتی و خصوصی) مطرح شده‌اند ولی نقش تعاونی‌ها در عمل، در خصوص مبادلات و فعالیت‌های اقتصادی کمتر از ۱۰ درصد است. پس این نتیجه به ما نشان می‌دهد که باید موانع شناسایی و مشکلات حل شوند. بدین ترتیب، در بعد ساختاری پیشنهاد می‌شود که قانون تعاونی‌ها بازنگری و موارد دست و پاگیر و ابهام‌آمیز (با توجه به شناختی که نگارنده دارد) باید حذف و اصلاح و قانون تعاونی‌ها شفاف‌تر و عملیاتی‌تر شود. از طرف دیگر، در این زمینه پیشنهاد می‌شود که مسئولان از گرایش‌های سلیقه‌ای در خصوص بخش تعاون و تعاونی‌ها بپرهیزند؛ زیرا ما گاهی شاهد توجه موقتی و ضربتی و بدون برنامه‌ریزی در مورد تعاونی‌ها هستیم ولی اکثر اوقات شاهد عدم توجه و برنامه‌ریزی درازمدت و پایدار از سوی مسئولان در خصوص تعاونی‌ها در چند دهه اخیر بوده‌ایم. نگارنده مقاله این نوع نگاه را «نگاه تب داغ و سرد» تشبیه می‌کنند؛ زیرا در چنین حالتی ما شاهد افزایش و کاهش تب در خصوص تعاونی‌ها هستیم و در این شرایط سیستم متعادل بر تعاونی‌ها حکمفرما نیست.

در مجموع باید خاطر نشان ساخت که برای موفقیت شرکت‌های تعاونی باید هم اعضای شرکت (اعم از اعضای عادی و اعضای هیئت مدیره) و هم مسئولان و سازمان‌های مربوطه در سطح میانی و هم مسئولان تصمیم‌گیرنده در سطح کلان، به این امر توجه جدی داشته باشند و با برنامه‌ریزی درست و کارشناسی سعی در جهت حل مشکلات تعاونی‌ها و توسعه آنها که در نهایت باعث توسعه کشور می‌شود، داشته باشند.

منابع

- انصاری، ح (۱۳۸۰). *مبانی تعاون*. انتشارات دانشگاه پیام نور.
- انصاری، ح (۱۳۷۸). *جزوه سیر تحول تعاونی‌ها در ایران*. انتشارات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- اتحادیه بین‌المللی تعاون (۱۳۷۷). *گزارش کار سی و یکمین کنگره اتحادیه بین‌المللی تعاون*، انتشارات و ترجمه وزارت تعاون، چاپ اول.
- امینی، ع (۱۳۷۲). *تعاونی راهی به سوی جامعه سالم*. انتشارات وزارت تعاون، چاپ اول: ۱۸۱.
- صفری شالی، ر (۱۳۸۰). *بررسی فعالیت‌ها و عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی استان تهران*. سازمان تعاون روستایی کشور (مشاور جعفر هزارجریبی).
- صفری شالی، ر (۱۳۸۶). *بررسی روند توسعه تعاونی‌ها در استان قم و ارائه الگوی مناسب برای تقویت تعاونی‌ها*. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان قم، (مشاور جعفر هزارجریبی).
- صفری شالی، ر (۱۳۸۲). *نقش تعاونی تولید روستایی در توسعه پایدار بخش کشاورزی*. مجله اطلاعات سیاسی و اقتصادی، شماره ۱۶۸-۱۶۷.
- عمید، ح (۱۳۶۹). *فرهنگ عمید*. انتشارات امیرکبیر، تهران: چاپ هفتم.
- لیدلاو، ف (۱۳۷۷). *نگاهی از درون نهضت تعاون*. در کتاب *تعاونی‌ها و فقرا*، اتحادیه بین‌المللی تعاون، ترجمه مرجان سلطانی، انتشارات اتحادیه تعاونی‌ها مصرف کارکنان دولت در استان همدان، چاپ اول.
- مستعانی، م (۱۳۷۵). *تعاون و گسترش عدالت اجتماعی*. انتشارات وزارت تعاون، چاپ اول.

Maxwell, Simon (2003), *Implementation Challenges in Rural Development*, Overseas Development Institute.

Pinnelli, Stefania (2002), *Internet Addiction Disorder and Identity on line: the Educational Relationship*, Faculty of Teaching Science, University of Lecce, Italy, stefania@ilenic.unile.it

Schiller, Oslodon, (1969). *Cooperation and Integration in Agricultural Production*, Asia Publishing House London.