

تحلیل اثر عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه

شهره کرمی^{۱*}، حسین آگهی^۲

۱. دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه

۲. دانشیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه

(تاریخ دریافت: ۸۹/۰۴/۲۴ - تاریخ تصویب: ۹۱/۱۲/۰۹)

چکیده

حفظ روابط مشتریان، عرضه‌کنندگان و اجتماع از عوامل کلیدی حفظ روابط مثبت کاری در تعاونی‌ها به‌شمار می‌رود. چنانچه مالکیت و ساختار تعاونی از پشتوانه و حمایت فرهنگ تعاون برخوردار نباشد، در معرض خطر واژگونی قرار می‌گیرد. بر این اساس تحلیل اثر عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه، به‌منظور تأکید بر ارتقای آن‌ها با استفاده از تحلیل مسیر، هدف تحقیق حاضر بود. این تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی است که با روش پیمایش انجام شد. ۲۲۰ نفر از اعضای تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برای نمونه آماری، انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه بود که روایی آن براساس پانل متخصصان و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به‌دست آمد. عوامل مؤثر با روش تحلیل عاملی استخراج شدند و عواملی که در حوزه عوامل فرهنگی - اجتماعی، عوامل مدیریتی و عوامل اقتصادی قرار داشتند، با بررسی مسیر و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند. نتایج تحلیل مسیر مبین اثر مستقیم عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی، به علاوه آثار غیرمستقیمی از طریق عوامل مدیریتی و اقتصادی است. در مجموع، محاسبه اثر کلی گویای نقش برجسته عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی است.

واژه‌های کلیدی: تحلیل مسیر، تعاونی‌های تولیدی، عوامل فرهنگی - اجتماعی.

مقدمه

تعاونی‌های تولیدی این فرصت را به کشاورزان می‌دهند که واحدهای کوچک تجاری خود را بهبود بخشند و به عقیده Knudson (2004) با ایجاد تعاونی‌های تولید کشاورزی می‌توان هم در جهت توسعه محصولات نوآورانه و هم در جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید اقدام کرد؛ اما در ایران Shafiee (2006) اذعان داشته است که تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج فصل در سال‌های اخیر به علت افزایش

تعاونی‌های تولیدی در بخش کشاورزی از جهات گوناگون می‌توانند نقش ممتازی را در عرصه توسعه ایفا کنند و از این رو همواره مورد توجه کشورهای مختلف بوده‌اند. به اعتقاد Lee (2007) تعاونی‌های تولیدی با ایجاد اشتغال و افزایش و توزیع متعادل‌تر درآمدها می‌توانند زمینه دستیابی به توسعه پایدار را فراهم سازند. Kuntoro (2006) نیز معتقد است

Masoumi (1988) و Aghajani Varzaneh (2001) نیز معتقدند که بی‌اطلاعی، ناآگاهی، بیسوادی و غفلت مدیران و اعضا از اصول و فلسفه تعاون تهدیداتی جدی برای موفقیت تعاونی‌ها هستند.

مشارکت، که یکی دیگر از عوامل فرهنگی است، نقش ویژه‌ای بر موفقیت کارهای گروهی دارد؛ چرا که این درگیری ذهنی و عاطفی در کارهای گروهی به صورت یک فرایند پیوسته موجب برانگیختن همه اعضا به منظور دستیابی به اهداف مشترک و مسئولیت‌پذیری می‌شود. به اعتقاد (1999) Mostani مشارکت اعضا منشأ پیدایش دموکراسی اقتصادی، احساس مسئولیت در مورد امور مربوط به خود و توسعه خودیاری و کمک متقابل در زمینه حل مسائل اجتماعی-اقتصادی است و موفقیت تعاونی را در پی خواهد داشت. Taleb (2008) نیز بر این باور است که موفقیت تعاونی‌ها به ارتقای مشارکت دموکراتیک، آزادانه و داوطلبانه اعضا و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی در بین آن‌ها بستگی دارد. (1999) Nezam Shahidi هم اعتقاد دارد که جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضای تعاونی‌ها بر موفقیت آن‌ها بسیار تأثیرگذار است.

احساس نیاز و تمایل مدیران، اعضا و کارکنان به کسب مهارت‌های جدید و افزایش دانش شغلی، که عاملی فرهنگی و مورد نیاز برای کار تولیدی است، نقش ممتازی در بهبود اوضاع تعاونی‌ها دارد. در این زمینه، Kelsey (2008) معتقد است برگزاری کارگاه‌های آموزشی به منظور ارتقای دانش شغلی تعاونی‌ها بخشی از حرفه است که پیامد آن افزایش مهارت‌ها و خودکارآمدی است و می‌توان آن را به نردبان توسعه تشبیه کرد. نتیجه تحقیق (2007) Amini & et al هم نشان می‌دهد که هرچه در تعاونی‌ها آموزش‌های شغلی بیشتر باشد، موفقیت در کار هم بیشتر خواهد بود. بررسی اجمالی بسیاری از پژوهش‌ها از جمله (2001) Amodeo، (2005) RezazadehSaber, Erdman and Coates، (2000) Beaver (2002) و (2003) Harda نشان می‌دهد که کسب آموزش‌های مورد نیاز در زمینه کار و ارتقای دانش و مهارت شغلی اعضا از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها به شمار می‌آید. به اعتقاد (2003) Robertson & et al موفق نشدن در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه به نداشتن آگاهی و مهارت‌های لازم مربوط می‌شود که خود معلول کسب نکردن دانش شغلی جدید است.

عملکرد در واحد سطح و کاهش مصرف منابع، همچنین افزایش نیاز بازار از نظر تولید محصولات، به صورت یک عامل ایجاد اشتغال مطرح است. اما نکته شایان تأمل این است که این تعاونی‌ها نیز مانند تعاونی‌های دیگر با چالش‌های زیادی مواجهند که از جمله آن‌ها می‌توان به ضعف عوامل فرهنگی-اجتماعی همچون ناآشنایی مدیران و اعضا با اصول و فلسفه تعاونی، بی‌اعتقادی به فلسفه تعاون، تمایل نداشتن به ارتقای دانش شغلی، نداشتن تعامل و ارتباط مناسب با دیگر تعاونی‌ها، مدیریت ضعیف، ضعف بازاریابی و غیره اشاره کرد؛ بنابراین مجموعه این مسائل موجب شده است که با وجود سرمایه‌گذاری زیاد در بعضی موارد با کاهش بهره‌وری، سرمایه و امکانات مواجه شویم که پیامد آن سطح پایین موفقیت یا حتی شکست است. با توجه به هدف‌گذاری افزایش ۲۵ درصدی سهم تعاونی‌ها در برنامه پنجم کشور، مسئله حائز اهمیت افزایش قدرتمند و مؤثر این بخش از طریق تزریق نیروهای خاص این حوزه یعنی اعضا، کارکنان و مدیران با رویکرد تعاون است تا با برخورداری از فرهنگ و نگرش صحیح به تعاون و مهارت‌های مختلف این افراد توانمند بتوانند جایگاه خود را در اقتصاد ملی تثبیت کنند و در مسیر درست گام بردارند؛ از این رو توجه به عوامل فرهنگی-اجتماعی، که از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت هستند، به منظور تأکید بر ارتقای آن‌ها جزء ضروریات است.

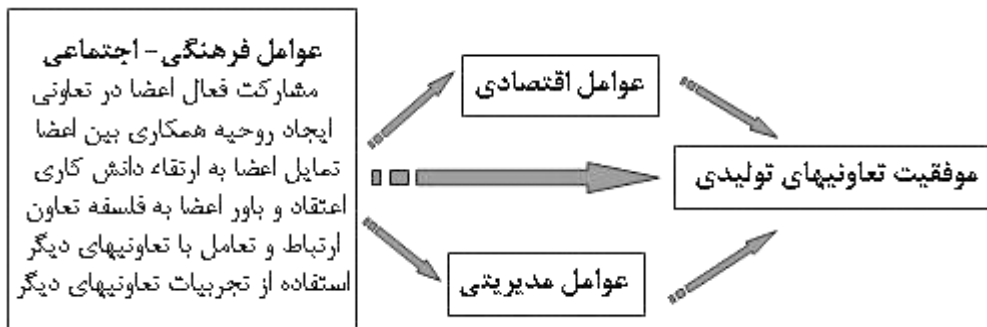
در بعضی از موارد، گرایش به تعاون، نه از روی اعتقاد به آن، بلکه به منظور دریافت مزایای آن صورت می‌گیرد؛ که جزء تفکیک‌ناپذیر رشد سالم و توسعه پایدار آن اعتقاد و باور به فلسفه آن است که از جمله عوامل فرهنگی به شمار می‌رود؛ از این رو لازمه این توسعه پایدار تغییر افکار جامعه و ترویج فرهنگ تعاون فرهنگی است که از سیاست‌های اخلاقی و اجتماعی مسئولانه نشئت می‌گیرد. (2007) Amini & et al بر پایه تحقیق خود نشان داده‌اند که میزان شناخت اعضا از اصول و فلسفه تعاون با سطح معنی‌دار و قابل قبولی در جهت مستقیم و فزاینده بر موفقیت تعاونی‌ها تأثیر دارد. آن‌ها معتقدند با افزایش شناخت اعضا از اصول و فلسفه تعاون، به عبارتی با افزایش باور اعضا به انگاره‌های تعاونی، موفقیت آن‌ها افزایش می‌یابد. (1994) Prakash، (2001) John & et al و (2000) Russoa & et al هم در مطالعات خود نشان داده‌اند که شناخت اعضا در مورد اصول تعاون و پایبندی به آن از دلایل موفقیت تعاونی‌ها بوده است. (1964) Nahid،

تعاونی‌ها، که از شکلی نهادی مردم‌سالار هستند، فعالیت مطلوب به مشارکت فعال همه عناصر بستگی دارد؛ از این رو مهم‌ترین مسئولیت اعضای تعاونی مشارکت در نظارت است (Ministry of Cooperatives, 2006a)؛ همچنین اعضا نقش مهمی در تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و تعیین راهبردها دارند و بنابراین جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین آن‌ها بر موفقیت تعاونی‌ها بسیار تأثیرگذار است (Shirani, 1989). به اعتقاد (Narayan, 1995) هم افزایش مهارت‌ها و آگاهی‌های اعضا در زمینه مشارکت آنان در مدیریت و چگونگی تحقق آن از عوامل مؤثر بر موفقیت و تداوم فعالیت تعاونی‌هاست و به اعتقاد (Guinnane, 2002) نبود راهبرد مشخص و مدیریت مناسب موجب شکست می‌شود، در حالی که نظارت اعضا را به دلیل افزایش ضریب اطمینان و اعتماد موجب موفقیت و پایداری می‌داند. (1994) Prakash نیز معتقد است درک اساسی روش‌های مدیریت از سوی اعضا از دلایل موفقیت آن‌هاست.

عوامل اقتصادی از دیگر عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی است. در این زمینه، (Taleb, 2008) معتقد است که تلاش اقتصادی برای تأمین نیازها، توسعه همکاری‌های اقتصادی، ارتقای مشارکت اعضا و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی در بین اعضا از سازه‌های بنیادی موفقیت است. به اعتقاد (Nahid, 1964) و (Eivani, 2006) و (Nyoro and Isaac, 2005) نیز سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولیدی و دسترسی به اعتبارات و استفاده از وام‌های بانکی از فاکتورهای مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها به شمار می‌آیند. (1990) Chandrasekera و (Gabriel, 2002) نیز بر این باورند که بازاریابی موفق از عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌هاست. از طرفی، به اعتقاد (Silvarajoo, 2005) مشارکت نکردن اعضا در زمینه‌های مختلف در تعاونی ناشی از ناآگاهی اعضا از اصول تعاون است که انگیزه و رغبت را برای هرگونه مشارکت از جمله مشارکت اقتصادی از بین می‌برد. (Sarsakhti, 1995) نیز نگرش مثبت اعضا در مورد تحقق اهداف تعاونی را عملکرد مثبتی می‌داند که ناشی از اعتقاد آن‌ها به اصول و فلسفه تعاون است. بر مبنای مرور پیشینه و ادبیات، چارچوب مفهومی تحقیق در شکل ۱ آورده شده‌است.

بی‌شک، تعاونی‌ها به مهارت‌های مفید ارتباطی به‌منظور ارتباط و تعامل با جامعه (مشتریان)، ارتباط و تعامل با سایر تعاونی‌های تولیدی و استفاده از تجربیات و اطلاعات آن‌ها به‌عنوان عاملی اجتماعی در جهت رسیدن به موفقیت به‌واسطه فضای متحول تجاری و رشد تعاونی‌ها نیازمند هستند. بر این اساس ایجاد ارتباط همواره چالشی بزرگ برای تعاونی‌ها بوده است و خواهد بود (Ministry of Cooperatives, 2006a)؛ بنابراین کارکنان تعاونی‌ها بایستی ارتباط برقرارکننده‌های خودانگیز و متکی به‌نفس باشند، نیازهای دیگران را درک کنند و رضایت و کمال را در خدمت به دیگران بیابند تا موفق شوند (Ministry of Cooperatives, 2006b). در این زمینه، (Shaaban ali fami & et al, 2006) هم بر پایه پژوهش خود توانایی‌های ارتباطی را از جمله سازه‌های موفقیت تعاونی‌ها دانسته‌اند. (Moradnejadi & et al, 2008) نیز در نتیجه تحقیق خود از بین سازه‌های تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان به فراهم‌بودن اطلاعات در امور تولید محصولات گلخانه‌ای اشاره می‌کنند. (Nyoro and Isaac, 2005) هم معتقدند انتشار مناسب و به‌موقع اطلاعات از فاکتورهای موفقیت است و نداشتن مهارت‌های وسیع اعضا و فقر یا فقدان ارتباط را از فاکتورهای شکست ذکر کرده‌اند. به اعتقاد (Amini & et al, 2008) نیز میزان مهارت مدیریت روابط در تعاونی‌ها، اهمیت ویژه‌ای در موفقیت دارد.

از عوامل دیگر مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها مدیریت مناسب تعاونی‌هاست. در این زمینه، (Shaaban ali fami & et al, 2006) و (Russoa & et al, 2000) معتقدند که توانایی‌های مدیریتی از سازه‌های تأثیرگذار بر موفقیت تعاونی‌هاست. (Sarsakhti Iraqi, 1995) هم در تحقیق خود در مورد عملکرد تعاونی‌های صیادی نشان می‌دهد سواد و پنداشت مدیرعامل از اقتدار بر وضعیت عملکرد تعاونی‌ها مؤثر است. نتیجه تحقیق (Amini & et al, 2008) نیز مهارت فنی مدیران را حائز اهمیت ویژه بر موفقیت تعاونی‌ها عنوان می‌کند. به عقیده (Gordons & et al, 1987) نبود اطلاعات و مهارت‌های مورد نیاز در زمینه مدیریت شغلی و بازاریابی محصولات از دلایل شکست تعاونی‌هاست؛ همچنین (Bruynis & et al, 2001) معتقدند عوامل شیوه مدیریت و ایجاد رابطه با مشتریان در ارتقای تعاونی‌ها تأثیرگذار است. از طرفی، در



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

جانرود، پاره، ثلاثباباجانی، کنگاور و سنقر بود که براساس روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند؛ بدین ترتیب که در مرحله نخست واحدهای تعاونی در شهرستان طبقه‌بندی شد تا تغییرات آن‌ها در درون طبقات کمتر شود. در مرحله دوم، تعداد حجم نمونه (براساس جدول کرجسی و مورگان) تعیین و از هر طبقه به روش تصادفی ساده انتخاب شد. جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه‌ای محقق ساخته صورت گرفت که شامل ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای و گویه‌هایی با طیف لیکرت (یک = بسیار کم، دو = کم، سه = متوسط، چهار = زیاد، پنج = بسیار زیاد) به‌منظور سنجش تأثیر عوامل مختلف بر موفقیت بود. عوامل فرهنگی بر مبنای مشارکت فعال اعضا، ایجاد روحیه همکاری میان اعضا، اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون و تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری؛ عوامل اجتماعی بر مبنای ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر و استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر؛ عوامل اقتصادی براساس میزان سرمایه‌گذاری بلندمدت، میزان مشارکت اقتصادی اعضا، بهره‌مندی از تسهیلات و اعتبارات دولتی و بازاریابی محصولات؛ عوامل مدیریتی بر مبنای میزان اهمیت به توسعه منابع انسانی، مدیریت فرصت‌ها و تهدیدها، سازماندهی مناسب اعضا، توجه به نظرات جامعه، مدیریت مناسب بین تولید و بازاریابی و میزان پاسخگویی مدیر به اعضا و موفقیت براساس میزان رضایت از اشتغال پایدار، میزان رضایت از تولید، میزان رضایت از بازاریابی و فروش، میزان رضایت از درآمد و میزان رضایت از موفقیت سنجیده شد. روایی پرسشنامه با استفاده از پانل متخصصان انجام شد و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها از سوی اعضای تعاونی‌های تولیدی، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شد.

با توجه به اینکه عوامل فرهنگی-اجتماعی نه تنها از طریق آثار مستقیم، بلکه از طریق آثار غیرمستقیم نیز نقش ویژه‌ای بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی دارند، در این تحقیق به تحلیل مجموع این آثار پرداخته شده است تا با بررسی میزان و اهمیت آثار مستقیم و غیرمستقیم عوامل مذکور و توجه به آن‌ها به‌منظور ارتقا و بهبود کارکرد تعاونی‌های تولیدی و بسترسازی‌های مناسب در جهت تقویت و گسترش این عوامل در این تشکلهای انسان‌مدار زمینه کمک به توسعه و مقابله با چالش‌های فراروی آن‌ها فراهم شود؛ بنابراین هدف کلی تحقیق حاضر تحلیل اثر عوامل فرهنگی-اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه بود که در راستای دستیابی به آن اهداف اختصاصی زیر در نظر گرفته شد:

- هدف اول: بررسی اثر عوامل فرهنگی-اجتماعی بر موفقیت از دیدگاه اعضا؛
- هدف دوم: بررسی ماتریس ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل؛
- هدف سوم: بررسی اثر مستقیم عوامل فرهنگی-اجتماعی بر موفقیت؛
- هدف چهارم: بررسی آثار غیرمستقیم عوامل فرهنگی-اجتماعی بر موفقیت.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است که با استفاده از روش پیمایش انجام گرفت. جامعه آماری این تحقیق شامل ۵۳۰ نفر عضو ۷۴ واحد تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه بود. نمونه آماری شامل ۲۲۰ نفر از اعضای تعاونی‌های مذکور واقع در شهرستان‌های کرمانشاه، سرپل‌ذهاب، قصرشیرین، دالاهو، صحنه، هرسین، روانسر،

۷۹/۱٪، متأهل و ۲۰/۹٪ مجرد بوده‌اند.

۵۱/۸٪ از پاسخگویان با حداکثر فراوانی عضو عادی و

۲۵/۹٪ هیئت مدیره و ۲۲/۳٪ مدیر عامل بوده‌اند.

ویژگی‌های حرفه‌ای

براساس نتایج سابقه عضویت ۴۳/۶٪ از پاسخگویان با حداکثر فراوانی در طبقه ۵-۷ سال قرار داشت و به ترتیب ۱۷/۳٪ در طبقه ۲-۴ سال، ۱۶/۸٪ در طبقه ۸-۱۰ سال، ۱۰/۹٪ در طبقه بالاتر از ۱۰ سال و ۱۰/۱٪ در طبقه کمتر از ۲ سال قرار داشتند.

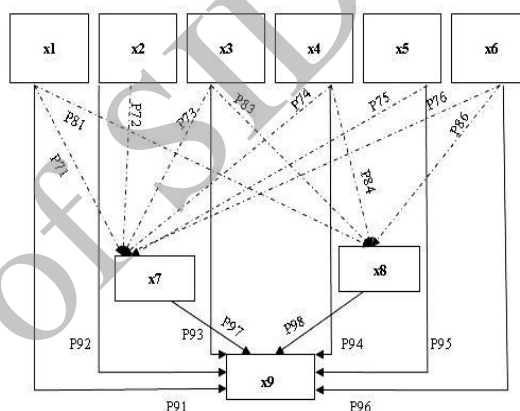
از نظر سابقه کشت، ۳۱/۸٪ از پاسخگویان با بیشترین فراوانی سابقه کشت غلات را داشتند و ۲۴/۱٪ سابقه کشت هیچ نوع محصولی را نداشته و ۲۱/۸٪ سابقه کشت صیفی‌جات، ۱۵٪ سابقه کشت سبزیجات و ۶/۴٪ سابقه کشت محصولات باغی را داشته‌اند.

به‌منظور دستیابی به هدف کلی هر یک از اهداف اختصاصی تحقیق در ادامه مورد بحث قرار گرفته‌اند.

هدف اول: بررسی اثر عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت از دیدگاه اعضای تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه.

در جدول ۱، توزیع فراوانی دیدگاه اعضا در زمینه نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت آورده شده‌است. مشارکت فعال اعضا در تعاونی از دیدگاه ۸۹/۹ درصد از اعضا با میانگین ۴/۴۹ در حد زیاد تا بسیار زیاد مؤثر بر موفقیت ارزیابی شده‌است. ایجاد روحیه همکاری در بین اعضا از دیدگاه ۸۹/۹ درصد از پاسخگویان با میانگین ۴/۴۹ در حد زیاد تا بسیار زیاد مؤثر بر موفقیت ارزیابی شده‌است. تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری با میانگین ۴/۲۷ از دیدگاه ۸۵/۴ درصد از اعضای تعاونی‌ها، در حد زیاد تا بسیار زیاد مؤثر بر موفقیت ارزیابی شده‌است؛ همچنین اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون با میانگین ۴/۱۵ از دیدگاه ۸۳ درصد از پاسخگویان در حد زیاد بر موفقیت مؤثر ارزیابی شده‌است. ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر، از دیدگاه ۸۲/۶ درصد از اعضای تعاونی‌ها، با میانگین ۴/۱۳ در حد زیاد بر موفقیت مؤثر ارزیابی شده و در نهایت بهره‌بردن از تجربیات تعاونی‌های دیگر، از دیدگاه ۸۱/۸ درصد از اعضای تعاونی‌ها، با میانگین ۴/۰۹ در حد زیاد مؤثر بر موفقیت ارزیابی شده‌است.

به‌منظور تعیین رابطه بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن، تعیین آثار مستقیم و غیرمستقیم از آزمون تحلیل مسیر و تعیین ضرایب مسیر و محاسبه آثار مستقیم و غیرمستقیم از تکنیک رگرسیون بهره گرفته‌شد. مطابق شکل ۲ تفکیک مسیرها انجام شد تا ضرایب بتا که بیانگر آثار مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است حاصل شود. به‌منظور محاسبه آثار غیرمستقیم، ضرایب بتای هر مسیر تا رسیدن به متغیر وابسته در هم ضرب و از مجموع مسیرهای ممکن برای متغیر وابسته آثار غیرمستقیم محاسبه شد.



شکل ۲. الگوی پیشنهادی اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی
→ اثر مستقیم → اثر غیرمستقیم

نتایج و بحث

ویژگی‌های فردی

براساس نتایج به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها، پاسخگویان از نظر سطح تحصیلات بدین شرح بودند: ۵٪ بیسواد، ۱۷/۲٪ ابتدایی، ۲۲/۳٪ راهنمایی، ۳۱/۸٪ دیپلم، ۱۵/۵٪ فوق‌دیپلم و ۸/۲٪ لیسانس و بالاتر.

در بررسی وضعیت افراد مورد سرپرستی، ۳۵/۵٪ از پاسخگویان با بیشترین فراوانی در طبقه ۴-۶ نفر بودند و به ترتیب ۲۵/۹٪ در طبقه ۷-۹ نفر، ۲۵٪ در طبقه ۱-۳ نفر و ۱۳/۶٪ در طبقه بالاتر از ۹ نفر قرار داشتند.

میانگین سن پاسخگویان ۳۷ سال بود و جوان‌ترین فرد ۱۷ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۶۲ سال داشت.

بررسی جنسیت پاسخگویان نشان می‌دهد که ۷۴/۵٪ مرد و ۲۵/۵٪ زن بوده‌اند.

در بررسی وضعیت تأهل پاسخگویان مشخص شد که

هدف دوم: بررسی ماتریس ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل، تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه.

با توجه به بررسی ماتریس ضرایب همبستگی در جدول ۲ مشاهده می‌شود که بین تمامی متغیرهای مستقل همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همبستگی‌های موجود در این تحقیق در حاصل تحقیقات بسیاری از محققان از جمله (2005) Amini & et al (2008) Erdman and Coates (2003) Hard (2002) Beaver (2001) Amodeo تأیید شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی دیدگاه اعضا در زمینه آثار عوامل فرهنگی-اجتماعی بر موفقیت (n = ۲۲۰)

متغیرها	Mean	CV
مشارکت فعال اعضا در تعاونی	۴/۴۹	۰/۱۳۲
ایجاد روحیه همکاری بین اعضا	۴/۴۹	۰/۱۳۵
تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری	۴/۲۷	۰/۱۷۷
اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون	۴/۱۵	۰/۱۸۵
ارتباط با تعاونی‌های دیگر	۴/۱۳	۰/۲۰۰
استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر	۴/۰۹	۰/۲۱۰

منبع: یافته‌های پژوهش

طیف لیکرت (۱= بسیار کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد، ۵= بسیار زیاد)

جدول ۲. ماتریس ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل، تعاونی‌های تولیدی مورد مطالعه

موفقیت	مشارکت فعال اعضا در تعاونی	ایجاد روحیه همکاری بین اعضا	تمایل اعضا به ارتقاء دانشکاری	اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون	عوامل اقتصادی	ارتباط با تعاونی‌های دیگر	عوامل مدیریتی	استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر
مشارکت فعال اعضا در تعاونی	۰/۷۲**							
ایجاد روحیه همکاری بین اعضا	۰/۶۸**	۰/۵۷**						
تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری	۰/۶۳**	۰/۴۲**	۰/۴۱**					
اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون	۰/۷۹**	۰/۵۵**	۰/۴۳**	۰/۴۶**				
عوامل اقتصادی	۰/۳۴**	۰/۳۴**	۰/۳۴**	۰/۳۷**	۰/۳۲**			
ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر	۰/۵۹**	۰/۳۴**	۰/۴۱**	۰/۳۸**	۰/۴۲**	۰/۴۲**		
عوامل مدیریتی	۰/۴۱**	۰/۴۹**	۰/۴۸**	۰/۵۱**	۰/۴۴**	۰/۴۴**	۰/۴۴**	
استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر	۰/۵۷**	۰/۳۸**	۰/۳۹**	۰/۴۵**	۰/۳۶**	۰/۴۱**	۰/۴۱**	۰/۳۸**

** معنی‌داری در سطح خطای ۵٪؛ *** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪

Hakelius (1996) Didi (2004) Russoa (2004) et al (2000) Narayan (1972) Cobia and Novarro, (1995) مبنی بر اهمیت و تأثیر مشارکت اعضا بر موفقیت تعاونی‌ها مطابقت دارد.

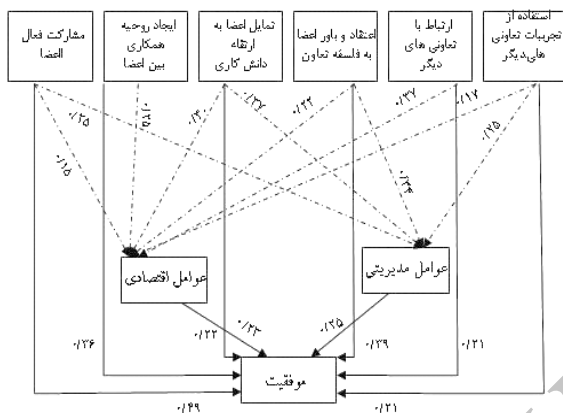
اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار دوم به اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون اختصاص یافته‌است (P94 = 0/39). یافته اخیر با مطالعات Russoa (2000) Safari Shali (2001) et al & در زمینه نقش تأثیرگذار اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون و اثر آن بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی همخوانی دارد.

هدف سوم: بررسی اثر مستقیم عوامل فرهنگی-اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه

در شکل‌های ۲ و ۳، آثار علی‌هریک از متغیرهای الگوی پیشنهادی بر موفقیت مشاهده می‌شود و براساس تفکیک آثار علی و غیر علی متغیرها بر موفقیت مطابق جدول ۳ مشاهده می‌شود که بیشترین اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی به مشارکت فعال اعضا اختصاص دارد (P91 = 0/49). این یافته با مطالعات (2008) Amini &

اثر مستقیم هفتم نیز به عوامل اقتصادی اختصاص یافته‌است (P97 = 0/23). یافته اخیر با مطالعات Ministry of Cooperatives; Ministry of Cooperatives of Cooperatives; Ministry of Cooperatives Hornaday and Bunker 1970 2006a مبنی بر اثرگذاری عوامل اقتصادی بر موفقیت تعاونی‌ها همسو است.

و آخرین اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار به استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر مربوط می‌شود (P96 = 0/21). این یافته با مطالعات Ministry of Cooperatives, Chopani (1998) در زمینه تأثیر ارتباط با تعاونی‌های دیگر و استفاده از تجربیات و اطلاعات آن‌ها و اثرگذاری آن بر موفقیت تعاونی‌ها مطابقت دارد.



شکل ۳. الگوی اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی با ضرایب مسیر

اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار سوم به ایجاد روحیه همکاری بین اعضا مربوط است (P92 = 0/36). این یافته نیز با مطالعات (2002) Azkia and Ghaffari (2005ni) Doaei (1995) NezamShahidi (1999) Gabriel (1989) Shira در زمینه تأثیر روحیه تعاون و همکاری و تفاهم بین اعضا و رابطه آن با موفقیت کاری همسوست.

اثر مستقیم چهارم به تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری اختصاص یافته است (P93 = 0/32). این یافته با مطالعات Ministry of Cooperatives (2003) Harda (2002) Rezazadeh Saber (2000) Beaver مبنی بر اثرگذاری ارتقای دانش شغلی بر موفقیت کاری همخوانی دارد.

اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار پنجم به ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر اختصاص دارد (P95 = 0/31). یافته اخیر با مطالعات Ministry of Cooperatives (2006a) Shabanali Fami (1998) Chopani Cooperatives مبنی بر تأثیر افزایش ظرفیت متقابل اعضای تعاونی برای ارتباط و تعامل با دیگر تعاونی‌ها و اجتماع بر موفقیت مطابقت دارد.

عوامل مدیریتی نیز اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار ششم را به خود اختصاص داده‌است (P98 = 0/25). این نتیجه با یافته تحقیقات Amini et al 2008 Amini & et al 2007 Shabanali Fami (2006a) Ministry of Cooperatives qi Nyoro & Isaac (2000) Bhuyan Sarsakhti Ira 1995 در زمینه اثر مثبت عوامل مدیریتی بر موفقیت تعاونی‌ها همخوانی دارد.

جدول ۳. تجزیه آثار متغیرها بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل مورد مطالعه

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر علی کل	ضریب همبستگی
اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون	۰/۳۹	۰/۳۶	۰/۷۵	۰/۷۹
مشارکت فعال اعضا در تعاونی	۰/۴۹	۰/۱۵	۰/۶۴	۰/۷۲
عوامل مدیریتی	۰/۲۵	-	۰/۲۵	۰/۴۱
عوامل اقتصادی	۰/۲۳	-	۰/۲۳	۰/۳۴
تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری	۰/۳۲	۰/۲۵	۰/۵۷	۰/۶۳
ایجاد روحیه همکاری میان اعضا	۰/۳۶	۰/۲۳	۰/۵۹	۰/۶۸
ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر	۰/۳۱	۰/۲۰	۰/۵۱	۰/۵۹
استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر	۰/۲۱	۰/۲۸	۰/۴۹	۰/۵۷

منبع: یافته‌های پژوهش

و عوامل مدیریتی بر موفقیت دارند که هر یک از آن‌ها در ادامه بررسی شده‌است.

با توجه به آثار علی هر یک از متغیرهای الگوی پیشنهادی در شکل‌های ۲ و ۳ بر موفقیت و جدول ۳ و براساس تفکیک آثار مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر موفقیت مشاهده می‌شود:

هدف چهارم: بررسی آثار غیرمستقیم عوامل فرهنگی - اجتماعی بر موفقیت، تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه.

هر یک از متغیرهای عوامل فرهنگی - اجتماعی علاوه بر اثر مستقیم، آثار غیرمستقیمی هم از طریق عوامل اقتصادی

تأثیر بر عوامل اقتصادی و با ضریب مسیر ($P73 = 0/30$) موجب ارتقای دانش روش‌های بازاریابی محصولات و نحوه ارتباط مناسب با جامعه به‌منظور انتقال خواسته‌های آن‌ها و افزایش کیفیت محصولات می‌شود. مجموع آثار غیرمستقیم تحقیق گویای نقش تأثیرگذار تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری بر موفقیت است. یافته اخیر با مطالعات پیشین و همچنین مطالعه Amini & et al (2008) در زمینه تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری و اثرگذاری مثبت آن بر عوامل مدیریتی و اقتصادی همخوانی دارد.

اثر غیرمستقیم چهارم به ایجاد روحیه همکاری میان اعضا اختصاص دارد که از طریق تأثیر بر عوامل اقتصادی و با ضریب مسیر ($P72 = 0/25$) موجب افزایش مشارکت اقتصادی، کمک اعضا در بازاریابی محصولات، کمک و همیاری در اخذ تسهیلات و اعتبارات دولتی و کمک اعضا در انتقال نظرات جامعه به‌منظور بهبود کیفیت محصولات می‌شود. به‌طور کلی، مجموع آثار غیرمستقیم مبین اهمیت ایجاد روحیه همکاری در بین اعضا بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی است. نتیجه اخیر با مطالعات Nyoro & Isaac (2005), Silvarajoo (2002), Gabriel (2001), Bruynis & et al (1987), Gordons & et al (2001) در زمینه ایجاد روحیه همکاری بین اعضا و تأثیر مثبت آن بر عوامل اقتصادی همسوست.

اثر غیرمستقیم پنجم به ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر مربوط می‌شود که از طریق تأثیر بر عوامل اقتصادی و با ضریب مسیر ($P75 = 0/37$) موجب افزایش تمایل اعضا به سرمایه‌گذاری بلندمدت، همیاری اعضا در مشارکت اقتصادی و بازاریابی مناسب محصولات می‌شود. مجموع آثار غیرمستقیم مؤید اهمیت ارتباط و تعامل با تعاونی‌های دیگر بر موفقیت است. یافته مذکور با مطالعات پیشین مبنی بر ارتباط و تعامل با تعاونی‌ها و آثار مثبت آن بر عوامل اقتصادی مطابقت دارد.

اثر غیرمستقیم ششم به مشارکت فعال اعضا در تعاونی اختصاص دارد که از طریق تأثیر بر عوامل مدیریتی و با ضریب مسیر ($P81 = 0/25$) باعث افزایش قدرت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود، افزایش تمایل مدیر به ارتقا و توسعه منابع انسانی و سازماندهی مناسب اعضا و از طریق تأثیر بر عوامل اقتصادی و با ضریب مسیر ($P71 = 0/15$) موجب تمایل اعضا به همیاری در مشارکت اقتصادی، کمک در بازاریابی مناسب محصولات، کمک و همیاری در اخذ تسهیلات و اعتبارات دولتی می‌شود. مجموع این آثار، نشان می‌دهد که مشارکت

بیشترین اثر غیرمستقیم به اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون مربوط است که از طریق تأثیر بر عوامل مدیریتی و با ضریب مسیر ($P84 = 0/34$) موجب افزایش کمک اعضا در کسب و انتقال نظرات جامعه به‌منظور بهبود کیفیت محصولات و افزایش کمک اعضا در جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای تعاونی و از طریق تأثیر بر عوامل اقتصادی و با ضریب مسیر ($P74 = 0/22$) باعث افزایش کمک و همیاری اعضا در مورد مشارکت اقتصادی و نیز کمک در اخذ تسهیلات و اعتبارات دولتی می‌شود. در نهایت، مجموع آثار غیرمستقیم این تحقیق بیانگر نقش ویژه عامل مذکور بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی است. این یافته در مطالعات Silvarajoo (2002), Guinnane (2002), Gabriel (2001), Bruynis (2001) & et al., (1987) مبنی بر اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون و نقش مؤثر آن بر عوامل مدیریتی و اقتصادی مورد تأیید بوده است.

اثر غیرمستقیم دوم به استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر مربوط می‌شود که از طریق تأثیر بر عوامل مدیریتی و با ضریب مسیر ($P86 = 0/25$) موجب افزایش تمایل مدیر به ارتقا و توسعه منابع انسانی، افزایش تمایل به سازماندهی مناسب، افزایش توجه به نظرات جامعه، افزایش تجربه و افزایش قدرت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها و از طریق تأثیر بر عوامل اقتصادی و با ضریب مسیر ($P76 = 0/17$) باعث افزایش تمایل اعضا به سرمایه‌گذاری بلندمدت، همیاری و تمایل اعضا به مشارکت اقتصادی، کمک اعضا در بازاریابی مناسب محصولات، کمک و همیاری در اخذ تسهیلات و اعتبارات دولتی، کمک در ایجاد ارتباط با جامعه به‌منظور انتقال خواسته‌های آن‌ها و افزایش کیفیت محصولات با توجه به تجربیات تعاونی‌های دیگر می‌شود. بنابر مجموع آثار غیرمستقیم، نقش مؤثر این عامل بر موفقیت کاملاً محرز است. این نتایج با یافته‌های محققانی همچون Nyoro & Isaac (2005), Silvarajoo (2002), Guinnane (2001), Bruynis & et al (2005) در زمینه استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر و آثار مثبت آن بر عوامل مدیریتی و اقتصادی مطابقت دارد.

اثر غیرمستقیم سوم به تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری اختصاص یافته است که از طریق تأثیر بر عوامل مدیریتی و با ضریب مسیر ($P83 = 0/37$) باعث افزایش توان شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود، افزایش تمایل مدیر به ارتقا و توسعه منابع انسانی و سازماندهی مناسب اعضا و از طریق

دارد؛ این در حالی است که بیشترین اثر غیرمستقیم، علاوه بر اثر مستقیم دوم، به اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون اختصاص دارد. به نظر می‌رسد به دلیل ناملوم‌بودن اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون تأثیرگذاری آن علاوه بر اثر مستقیم از طریق آثار غیرمستقیم نمود بیشتری می‌یابد. از مجموع مقدار بالای آثار مستقیم و غیرمستقیم مربوط به ایجاد روحیه همکاری میان اعضا، این‌گونه استنباط می‌شود که وجود روحیه همکاری در تعاونی‌های تولیدی موجب مشارکت در تمامی فعالیت‌های تعاونی از جمله کمک به انتقال دیدگاه‌های جامعه، بازاریابی، همیاری در اخذ اعتبارات و غیره با حداقل توقع و براساس روحیه کار گروهی می‌شود؛ همچنین این روحیه همکاری به‌نوعی می‌تواند با آثار غیرمستقیم مشارکت فعال اعضا ارتباط یابد. از مجموع آثار مستقیم و غیرمستقیم در زمینه تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری می‌توان چنین برداشت کرد که این تمایل از یک سو موجب افزایش رغبت اعضا و کارکنان تعاونی برای برانگیختن مدیریت در مورد توسعه منابع انسانی، استفاده از کانال‌های ارتباطی مناسب به‌منظور برقراری ارتباط با جامعه (مشتریان) و دیگر تعاونی‌ها می‌شود و از سوی دیگر آمادگی و تمایل به استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر و ارتقای دانش کاری در زمینه‌های گوناگون از جمله استفاده از روش‌های مناسب‌تر برای افزایش کیفیت محصولات، روش‌های مناسب بازاریابی، نحوه ارتباط مناسب با جامعه به‌منظور انتقال خواسته‌ها و محصولات مطلوب آن‌ها و غیره را در پی دارد. استفاده از تجربیات تعاونی‌های دیگر با وجود اینکه کمترین اثر مستقیم را داشته است، با اثر غیرمستقیم دوم شایان تأمل است؛ چرا که به نظر می‌رسد آثار غیرمستقیم دوم شایان تأمل قدرت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها و تمایل اعضا به سرمایه‌گذاری بلندمدت را به دنبال دارد؛ بنابراین با توجه به اهمیت برآوردشده و تأمل بر این مهم که عوامل فرهنگی - اجتماعی در تعاونی‌های تولیدی عواملی زیربنایی هستند، به‌منظور ارائه راه‌کارهایی در جهت مقابله با چالش‌های فراروی تعاونی‌های تولیدی پیشنهاد می‌شود بر ضرورت توجه بیشتر و برنامه‌ریزی‌های مناسب‌تر برای ارتقای عوامل فرهنگی - اجتماعی تأکید شود و این عوامل در گروه‌های هدف (در مدارس، از طریق - دانش‌آموزان - در دانشگاه‌ها، از طریق دانشجویان و دانش‌آموختگان - در جامعه، به کمک اعضای تعاونی‌های تولیدی، افراد جویای کار و افراد داوطلب تأسیس تعاونی) جدی‌تر ملاحظه و بررسی شوند.

فعال اعضا آثار غیرمستقیمی هم بر موفقیت تعاونی‌ها دارد. این نتیجه با یافته‌های (1995) Mostani, (1999) Silvarajoo, (1989) Shirani, (1990) Chandrasekera, Narayan در زمینه مشارکت فعال اعضا و نقش مثبت آن بر عوامل مدیریتی و اقتصادی همخوانی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از تعیین اثر عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر موفقیت از دیدگاه اعضای تعاونی‌های تولیدی مورد مطالعه براساس جدول ۱ نشان می‌دهد که متغیرهای مشارکت فعال اعضا در تعاونی، ایجاد روحیه همکاری میان اعضا، تمایل اعضا به ارتقای دانش کاری و اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون در حد زیاد تا بسیار زیاد بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی تأثیر گذارند و متغیرهای ارتباط با تعاونی‌های دیگر و استفاده از تجربیات آن‌ها در حد زیاد بر موفقیت مؤثر ارزیابی شده‌اند. از این مطلب چنین استنباط می‌شود که تأثیر بیشتر عوامل فرهنگی نسبت به عوامل اجتماعی به لحاظ اهمیت و لزوم ثبات اولیه‌ای است که بایستی در تعاونی‌های تولیدی شکل بگیرد؛ چرا که در گام نخست تعاونی‌ها باید با اعتقاد به اصول و ارزش‌های تعاونی تشکیل شوند و به طور حتم در چنین شرایطی در گام بعدی، ارتباطات و تعاملات اجتماعی بهتر و هدفمندتری در جهت ارتقا و موفقیت تعاونی‌ها انجام می‌گیرد. مطابق جدول ۲ بررسی ماتریس ضرایب همبستگی بین تمامی متغیرهای مستقل روابط مثبت و معنی‌داری را نشان می‌دهد؛ بنابراین تأثیر مثبت عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل واسطه اقتصادی و مدیریتی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی کاملاً واضح است. وجود این روابط مثبت و معنی‌دار مؤید اهمیت عوامل مذکور است.

براساس الگوی پیشنهادی شکل ۲ پیچیدگی ارتباطات بین متغیرها به خوبی قابل مشاهده است و مؤید فرض نبود رابطه ساده بین عوامل فرهنگی - اجتماعی و موفقیت است و نشان می‌دهد که رابطه علی موجود به‌صورت ساده نبوده است و متغیرهای دیگری به‌صورت واسطه وجود دارند که از طریق آثار غیرمستقیم با واسطه عوامل مدیریتی و اقتصادی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی تأثیرگذارند.

مطابق بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم و براساس جدول ۳ مشخص می‌شود که مشارکت فعال اعضا بیشترین اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار را بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی

REFERENCES

- Aghajani Varzaneh, M. (2001). *Evaluation of Cooperative Production Activities in Isfahan Province (1968-1988)*. MS thesis, college of Agriculture, University of Isfahan, Iran. (In Farsi).
- Amini, A.M., Hamedani, Z.A., & Ramezani, M. (2008). Assessment of the Most Important Intra-Organizational Factors on Success of the Tehran's Poultry Agricultural Cooperatives. *J.Sci. Technol. Agri. Natural Res*, 12(1), 285-295. (In Farsi).
- Amini, A. M., & Ramezani, M. (2006). The Assessment and Identification Factors Effectives the Success of Agricultural Poultry Cooperatives in Golestan & Mazandaran Provinces. *Journal of Agricultural Sciences and Natural Resources*, 13 (2), 123-133. (In Farsi).
- Amodeo, N.P. (2001). Be More Cooperative to be More Cooperative. *J. Agricul. Cooperation*, 29(2), 115-124.
- Azkiya, M., & Ghaffari, GH. (2005), *Sociology of Development*, (5th ed.). Tehran: Kaihan. (In Farsi).
- Beaver, G. (2002), "Small business, entrepreneurship and enterprise development". *Journal of Family and Economics*, 19(1), 53-73.
- Bhuyan, S. (2000). *Grower and Manager Issues in Fruit and Vegetable Cooperatives*, Paper presented at NCR-194 Annual Meeting, December 12-13 Las Vegas, NV. Available on: <http://www.agecon.kus.edu/acc/ncera> 210/Event/2000meeting/Sanjin520Bhuyan Pdf.
- Chopani, GH. (1998). *Analysis of Rural Cooperative Companies Marketing Function and its Relation to Rural Development: Case Study Kazeroun*. MS Thesis, college of Agriculture, University of Tarbit Modares, Iran. (In Farsi).
- Cobia, D. W., & Novarro, L. A. (1972), "How members feel about cooperatives". North Dakota State University, Fargo, ND: Ag. Econ. Research Report 86, Department of Agricultural Economics.
- Didi, B. (2004). *Short communication fishing cooperatives participation in managing nearshore resources: The case in Capiz, central Philippines*. Fisheries Research.
- Doaei, H. (1995), *Human Resource Management*. Mashhad: University of Ferdowsi. (In Farsi).
- Erdman, D., & Coates, D. E. (2005). "The Genesis of Train-to-Ingrain." Interview (Audio). Retrieved from <http://www.train-to-ingrain.com/resources/genesis.asp>.
- Eivani, GH. (2008), *A Study of Factors Effecting of Production Cooperatives' Success Carpet in Eslamabad-e-Gharb County*. MSc Thesis, college of agricultural, Razi University, Iran. (In Farsi).
- Gabriel, S. J. (2002). "Belize Rural Woman's Association Revolving Loan Fund and Women's Cooperatives". United Nations Development Programme Report. New York: United Nations.
- Hakelius, K. (1996), *Cooperative Values: Farmers Cooperatives in the Minds of the Farmers*. Unpublished Doctoral Dissertation. Uppsala: Swedish University of Agricultural Sciences.
- Harda, N. (2003). "Who Succeeds As an Entrepreneur? An Analysis of the Post-Entry Performance of New Firms in Japan." *Japan and the World Economy*, 15(2), 211-222.
- Hornaday, J. A., & Bunker, C. S. (1970). The Nature of the Entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23(1), 47-54.
- John, L., Adrian JR., & Thomas, W. (2001). Green Agricultural Cooperative Managers and the Business Environment, *Journal of Agribusiness*, 19, 17-33.
- Kalantari, KH. (2008), *Data Processing and Analysis in Social - Economic Research* (3th ed.). Tehran: Jamehshenasan. (In Farsi).
- Karami, SH. (2010). *A Study of Factors Effecting of Production Cooperatives 'Success (Greenhouse) in Kermanshah Province*. MSc Thesis, college of agricultural, Razi University, Iran. (In Farsi).
- Kelsey, K. D. (2008). Do Workshops Work for Building Evaluation Capacity Among Cooperative Extension Service Faculty? *Journal of Extension*, 46 (6), Article Number 6RIB.
- Knudson, W. et al. (2004). Entrepreneurship and Innovation in the Agri-Food System. *American Journal of Agricultural Economics*, 86(5), 1330-1336.
- Kuntoro, B. A. (2006). Analysis on Characteristics Three Dairy Cooperatives Sampled in East Java. *Journal of Applied Sciences*, 6(4), 757-761.

- Lee, S. (2007). *Diversification of the Rural Economy: A Case Study on Rural Industrialization in the Republic of Korea*. Pyongyang: INSES, 2007.
- Masoumi, A. S. (1988), *Effects of Social-Economic, Rural Production Cooperatives*. Shiraz: Agriculture Organization. (In Farsi).
- Ministry of Cooperatives, Deputy of Research, Education and Extension. (2006 a), *Cooperative Principles and Approaches in the 21 Century*. Translated by Marjaneh Soltani. Tehran: Paygan Publication. (In Farsi).
- Ministry of Cooperatives, Deputy of Research, Education and Extension. (2006 b), *Human Resources Management in Cooperatives, Theory, Process and Extension*. Translated by Asghar Bayat. Tehran: Paygan Publications. (In Farsi).
- Moradnejadi, H., Irvani, H., Shabanaly Fami, H., Hosseini, S. M., & Kafi, M. (2007). Analysis of Factors Influencing the Entrepreneurship Development Greenhouse Enterprises in Iran. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 38-2 (2), 219-226. (In Farsi).
- Mostaani, M. H. (1999). Members Satisfaction, Key to Cooperatives Success. *Taavon Monthly*. New Edition, 98, 4-5. (In Farsi).
- Nahid, M. (1964), *The Role of Cooperatives in Agricultural Development*. Tehran University Press. (In Farsi).
- Narayan, D. (1995), *The Contribution of People's Participation: Evidence from 121 Rural Water Supply Projects*. Washington, D. C. International Bank for Reconstruction and Development.
- Nezam Shahidi, M., & Alizadeh Aghdam, R. (1999), *Management Principles of Cooperatives*. Tehran: Publication Laden. (In Farsi).
- Nyoro, J., & Isaac, k. (2005), "An Analysis of Success, Failure and Demand Factors of Agricultural Cooperatives in Kenya. In: Strategies and Analysis for Growth and Access. A Project of Cornell and Clark-Atlanta Universities for Research and Technical Assistance. Ithaca: Cornell University.
- Prakash, D. (1994), *Our Civil Society Cooperatives*. New Delhi: International Cooperative Alliance.
- Rezazadeh Saber, F. (2000). *Strategies for development of women entrepreneurship*. MSc thesis, Industrial Management, Industrial Management organization, Iran. (In Farsi).
- Robertson, M. et al. (2003). "Barriers to Start-up and Their Effect on Aspirant Entrepreneurs". *Education and Training*, 45(6), 308-316.
- Russoa, C. et al. (2000), "Effects of Manager's Power on Capital Structure: A Study of Italian Agricultural Cooperatives". *International Food and Agribusiness Management Review*, 3(1), 27-39.
- Safari Shali, R. (2001). *Investigate the Activities and Performance of the Agricultural Cooperative Companies Poultry Farm Tehran Province*. MSc Thesis, college of agricultural, Isfahan University, Iran. (In Farsi).
- SarsakhtiIraqi, R. (1995). *Social Factors Affecting Organizational Performance Fishing Cooperative Organizations in the Boshehr Province*. MSc Thesis, college of Social Sciences, Allameh Tabatabaei University, Iran. (In Farsi).
- Silvarajoo, R. (2005). Apathy non-members and the factors affecting their participation in cooperative activities. *Cooperative Month*, February, 173, 30-32. (In Farsi).
- Shabanali Fami, H., Choobchian, SH., RahimZadeh, M., & Rasooli, F. (2006). Identification and Analysis of Success Structures of Women Cooperative Societies in Iran. *Women Studies Journal*. 4(2), 89-109. (In Farsi).
- Shafiee, L. Porjopary, G. (2006). Marketing of Greenhouse Products in Kerman Province. *Agricultural Journal*, 8(2), 23-34. (In Farsi).
- Shirani, A. (1989), *Principles of Organization and Management in Cooperatives*. Tehran: Cooperative Central organization. (In Farsi).
- Taleb, M. (2008), *Principles and Thoughts of Cooperative*. Publications: Tehran University. (In Farsi).