

تعاون و کشاورزی، سال نهم، شماره ۳۴، تابستان ۱۳۹۹

عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی تولیدی استان کرمانشاه

جلال الفتی^۱، حسن رنگریز^{۲*}، کیومرث احمدی^۳، بیژن رضایی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۱۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی استان کرمانشاه بود. جامعه آماری پژوهش را متخصصان دانشگاهی مرتبط با بخش تعاون، کارشناسان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه و تعدادی از مدیران شرکت‌های تعاونی تولیدی استان تشکیل دادند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و تا اشباع نظری داده‌ها صورت گرفت که تعداد ۱۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار مصاحبه و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون (تم) استفاده شد. نتایج تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی استان کرمانشاه عبارت‌اند از: عوامل شخصیتی، مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و آموزشی. بر همین اساس، مدیران عامل تعاونی‌ها باید از میان افرادی با توانایی و مهارت‌های مدیریتی و فنی انتخاب شوند. با توجه به یافته‌های پژوهش و نتایج به‌دست‌آمده، مشخص شد کمبود منابع مالی و نقدینگی لازم و سخت‌گیری بیش‌ازاندازه بانک‌ها در پرداخت اعتبارات و تسهیلات بانکی، از جمله موانع اصلی سرمایه‌گذاری بلندمدت و مولد در تعاونی‌های تولیدی و در نتیجه، مانع گسترش و توسعه شرکت‌های تعاونی‌اند.

واژه‌های کلیدی: تعاونی‌های تولیدی، موفقیت تعاونی‌ها، استان کرمانشاه

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

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

* نویسنده مسئول
rangriz@khu.ac.ir

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

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

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 آن رو که رشد و توسعه را در سطح زندگی مردم متجلی می سازند و وسیله از این بابت که از طریق آنها می توان به دستاوردهای زیادی همچون امنیت و رفاه، توزیع عادلانه درآمد و ثروت، کاهش فقر و بیکاری و غیره دست یافت. هرچه این نهضت با کلیت نظام اقتصادی عجین تر باشد و با زیربخش 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 است (دفتر مطالعات اقتصادی وزارت تعاون، ۱۳۸۴).

تحولات اوایل هزاره سوم میلادی در عرصه اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی موجب شده است که تعاونی ها در عصر حاضر با شرایط جدیدی روبه رو شوند، زیرا رشد تغییرات چشم گیر بوده است. این تغییرات در پاسخ به نیازهای روزافزون جوامع بشری است، زیرا نیازهای این جوامع، 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 به دست آورند. در کشورهای صنعتی، دولت از طریق طراحی چارچوب هایی برای توسعه تعاونی ها در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی گام های 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 تعاونی ها به لحاظ کمی مواجه هستند (دفتر مطالعات اقتصادی وزارت تعاون، ۱۳۸۴). ایران نیز با مشکلات فوق مواجه است و در استان کرمانشاه، همان گونه که جدول ۱ نشان می دهد، تا پایان شهریور ۱۳۹۸، جمعاً تعداد

۲۳۶۰ شرکت تعاونی تولیدی در بخش‌های مختلف تولیدی (صنعت و معدن، فرش دستباف و کشاورزی) به ثبت رسیده که ۱۴۳۰ مورد از آنها فعال یا نیمه فعال و مابقی غیرفعال و یا به دلایل متفاوتی تعطیل و از چرخه تولید خارج شده‌اند (مدیریت تعاون کرمانشاه، ۱۳۹۸) و این امر نشانه وجود مشکل اساسی در حیات تعاونی‌هاست.

صاحب‌نظران و جامعه‌شناسان معتقدند در شرایط کنونی، که «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 می‌شود (نظارت دموکراتیک اعضا) و هرم قدرت از پایین به بالاست، مسئولیت و هزینه‌های نظارتی دولت کمتر است و نظارت، مفهومی دقیق‌تر و گسترده‌تر پیدا می‌کند؛ دوم اینکه بخش تعاون برای بخش خصوصی رقیبی جدی محسوب می‌شود و می‌تواند به نوبه خود در افزایش کیفیت محصولات و کارایی بیشتر این بخش نقش مهمی داشته باشد. با این همه، در طول سال‌های گذشته، تعاونی‌ها نتوانسته‌اند به نقش مؤثر خود در بُعد اقتصادی و اجتماعی عمل کنند و جایگاه واقعی خود را در اقتصاد ایران پیدا نمایند (کوهی، ۱۳۸۵).

جدول ۱. وضعیت شرکت‌های تعاونی تولیدی استان کرمانشاه

شهرستان	کل تعاونی	کل اعضا	اعضای تعاونی‌های		اشتغال‌زایی		اشتغال‌زایی تعاونی‌های غیرفعال
			مرد	زن	فعال	تعاونی‌های فعال	
کرمانشاه	۶۶۲	۷۶۹۷	۴۴۸۴	۲۹۷۸	۳۲۹	۳۴۵۱	۳۳۳
اسلام‌آبادغرب	۲۳۹	۲۶۶۱	۱۸۸۹	۷۳۳	۲۳۱	۳۱۷۷	۸
پاوه	۱۱۰	۲۸۹۱	۲۷۰۱	۵۹۳	۲۷	۷۲۵	۸۳
ثلاث باباجانی	۲۳	۵۱۲	۴۸۴	۲۱	۲۲	۵۶۱	۲
جوانرود	۵۱	۶۵۳	۵۶۶	۸۱	۴۵	۴۲۸	۶

شهرستان	کل تعاونی	اعضای تعاونی‌های		اشتغال‌زایی تعاونی‌های فعال	تعاونی‌های غیرفعال	اشتغال‌زایی تعاونی‌های غیرفعال
		مرد	زن			
دالاهو	۹۰	۲۰۹۵	۱۷۴۳	۳۵۲	۴۰	۱۴۶۷
روانسر	۱۱۱	۱۴۳۵	۱۰۴۰	۳۹۵	۶۵	۸۱۹
سرپل‌ذهاب	۱۵۸	۳۱۵۰	۲۵۷۷	۵۷۳	۹۸	۱۴۹۰
سنقر	۱۸۷	۲۳۱۷	۱۵۹۰	۷۱۲	۴۶	۴۷۲۳
صحنه	۱۶۸	۲۱۴۶	۱۵۵۳	۵۴۶	۷۱	۶۹۴
قصرشیرین	۱۱۰	۱۳۳۸	۷۲۴	۶۱۴	۵۵	۱۰۱۴
کنگاور	۱۶۵	۱۶۸۶	۱۱۶۸	۵۱۸	۲۰	۱۵۵
گیلانغرب	۱۴۲	۱۹۱۶	۱۴۶۲	۴۸۴	۳۹	۴۲۶
هرسین	۱۴۴	۱۴۸۳	۹۹۲	۴۹۱	۶۳	۶۵۷
مجموع	۲۳۶۰	۳۱۹۸۰	۲۲۹۷۳	۹۰۹۱	۹۲۹	۱۸۷۴۰

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

با توجه به مطالب فوق، این پژوهش در راستای شناسایی عمده‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی در استان کرمانشاه انجام شد تا با رویکردی جامع‌نگر، عوامل رفتاری، سازمانی و ساختاری تأثیرگذار را مشخص کند و در اختیار برنامه‌ریزان اقتصاد تعاونی کشور قرار دهد؛ بنابراین، پژوهش حاضر در استای پاسخگویی به این پرسش شکل گرفت: مؤلفه‌های فردی، سازمانی و ساختاری چه نقشی در موفقیت شرکت‌های تعاونی تولیدی دارند؟

پیشینه پژوهش

در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر فعالیت و موفقیت شرکت‌های تعاونی تولیدی، مطالعات انجام گرفته داخلی و خارجی به فراخور پیشینه تجربی و نظری، هر یک

جنبه‌هایی از ابعاد رفتاری، سازمانی و ساختاری را مدنظر قرار داده‌اند که در ادامه، به اهم آنها اشاره می‌شود.

بر اساس نتایج پژوهش سازمان کشاورزی استرالیا (AAC, 1988)، میزان مشارکت اعضا با موفقیت شرکت‌های تعاونی رابطه مستقیم دارد اگرچه میزان مشارکت با عواملی از قبیل میزان اعتقاد به اصول تعاون، میزان فعالیت اجتماعی، تأثیرگذاری اعضا، بی‌طرفی تعاونی‌ها و میزان رضایت اعضا و کارکنان تعاونی در ارتباط است.

دی دی (Didi, 2006) اعتقاد دارد همگنی اعضای تعاونی و پایداری گروه‌های کوچک در موفقیت تعاونی‌ها تأثیر بسزایی دارند. همچنین وی بر نقش مشارکت در بهره‌گیری از منابع و موفقیت شرکت‌ها تأکید دارد.

گارنوسکا و همکاران (Garnevska et al., 2011) عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های کشاورزی در چین را ثبات قوانین، رهبری متعهدانه، حمایت مالی و فنی دولت، میزان مشارکت اعضا، درک و آگاهی اعضا و حمایت سازمان‌های مردم‌نهاد از اعضا دانسته‌اند.

نخوما (Nkhoma, 2011) در تحقیقی در زمینه توسعه و موفقیت تعاونی‌ها به این نتیجه رسید که مهارت‌های مدیریتی و ظرفیت تجاری، محیط بازار، انگیزه‌ها، نقش حکومت، تعهد اعضا و مشارکت از عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌ها می‌باشند.

برونیس و همکاران (Bruynis et al., 1997) بالا بودن هزینه‌های اجرایی، ناتوانی در ایجاد توازن در علایق متفاوت اعضا، انتظارات زیاد اعضا از تعاونی و نبود مدیران مقتدر در بین اعضا را از موانع اصلی توسعه تعاونی‌ها ذکر می‌کنند. از نظر آنها، بین شیوه مدیریت و میزان موفقیت همبستگی معنی داری وجود دارد و شرکت‌های دارای مدیران حرفه‌ای و تمام‌وقت موفق‌تر عمل می‌کنند. همچنین برقراری شرایط رسمی نیز در موفقیت تعاونی‌ها تأثیر مثبت دارد. آنان به تأثیر عواملی مانند کیفیت مدیریت، رابطه با مشتریان، علاقه‌مندی،

میزان اعتماد و حفظ اعضا، تصدی‌گری و رهبری هیئت مدیره نیز در ارتقای تعاونی‌ها اعتقاد دارند.

سازمان بین‌المللی کار^۱ ویژگی‌های اجتماعی نیروی انسانی شرکت تعاونی از قبیل میزان شناخت و مشارکت، آگاهی و سطح سواد اعضا، کیفیت نیروی انسانی و آشنایی با اهداف سازمان و نقش سیاست‌های دولت و غیره را در موفقیت تعاونی‌ها مؤثر دانسته است (امینی و رضانی، ۱۳۸۵).

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 می‌داند.

حیدری ساربان و زیارتی (۱۳۹۶) عوامل اجتماعی و محیطی مؤثر بر عملکرد شرکت تعاونی‌های تولید روستایی در شهرستان گناوه را بررسی کردند و نتیجه گرفتند که بین مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، همبستگی اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مشارکت اجتماعی، مدیریت آب و خاک و استفاده از سموم شیمیایی با عملکرد تعاونی‌های تولید روستایی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

رنجبر و منفردی راز (۱۳۹۶) معتقدند که موضوع آموزش، ترویج و اشاعه فرهنگ تعاون باعث افزایش کارایی و بهره‌وری تعاونی‌ها می‌شود که به آن کمتر توجه می‌گردد.

هادی زاده بزاز و بوزرجمهری (۱۳۹۵) در بررسی و ارزیابی عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد تعاونی‌های تولید روستایی خراسان رضوی با استفاده از تکنیک آنتروپی نشان دادند مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد تعاونی‌ها از دیدگاه کارشناسان و مدیران عامل تعاونی‌ها به ترتیب عبارت‌اند از: حمایت‌های مالی دولت در اجرای اقدامات زیربنایی، نحوه مدیریت و میزان انگیزه، و مشارکت اعضا.

1. International Labor Organization

حاجی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان دادند عامل اجتماعی، شامل میزان آگاهی اعضا از فلسفه و اصول تعاونی، میزان اعتماد بین اعضا در تعاونی، میزان اعتقاد و همکاری، مشارکت بین اعضای تعاونی و میزان رضایت از عملکرد تعاونی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه پایدار تعاونی‌های تولید کشاورزی محسوب می‌شوند.

آجیلی (۱۳۸۵) نشان داد که ضعف نیروی انسانی، عدم شناخت اصول تعاونی، فعالیت مدیران تعاونی در بخش خصوصی، عضویت برخی از اعضا در چند تعاونی و عضویت افراد شاغل در تعاونی، وجود روابط سنتی در تعاونی، پایگاه نابرابر اعضا، ایجاد اختلاف در تصمیم‌گیری‌های جمعی و عدم علاقه اعضا به عضویت در هیئت مدیره از مهم‌ترین عوامل عدم موفقیت تعاونی‌ها هستند.

نصرالهی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی، عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان را بررسی کردند و نشان دادند که مشکلات مرتبط با ۷ 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 عبارت‌اند از: اشتغال‌زایی، سودآوری، سطح تحصیلات مدیران و اعضا، تخصص مدیران و اعضا، تداوم فعالیت تعاونی و میزان مشارکت و رضایت اعضا.

مظفری (۱۳۹۴) به بررسی کارایی اقتصادی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بوئین زهرا و اولویت‌بندی 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 قرار دارد و واحدهای دامداری دارای کمترین میزان کارایی هستند. همچنین سیاست‌های نامناسب در قیمت‌گذاری و نوسانات قیمتی محصولات کشاورزی، خدمات پایین در زمینه بسته‌بندی، فراوری محصولات، 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 نقده داشته‌اند. کرمی و علی بیگی (۱۳۹۳) با شناسایی و اولویت بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به این نتیجه رسیدند که ۵ عامل آموزشی، فرهنگی، اجتماعی، شخصیتی، مدیریتی و اقتصادی بر توسعه و توانمندی تعاونی‌های کشاورزی تأثیر گذارند.

جوانمردی (۱۳۹۳) تنگناها و مشکلات تعاونی‌های تولید را بررسی و دو عامل محدودیت درآمد و بی تجربه بودن مدیران عامل را مشکل اصلی تعاونی‌های تولید در ایران ذکر کرد.

احمدپور و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی، نشان دادند اکثر پاسخگویان موفقیت تعاونی‌ها را در تأمین نهاده‌ها و امور زیربنایی و ارائه مشاوره‌های تخصصی در سطح زیاد و خیلی زیاد و در ارائه خدمات آموزشی نسبتاً زیاد ارزیابی کردند.

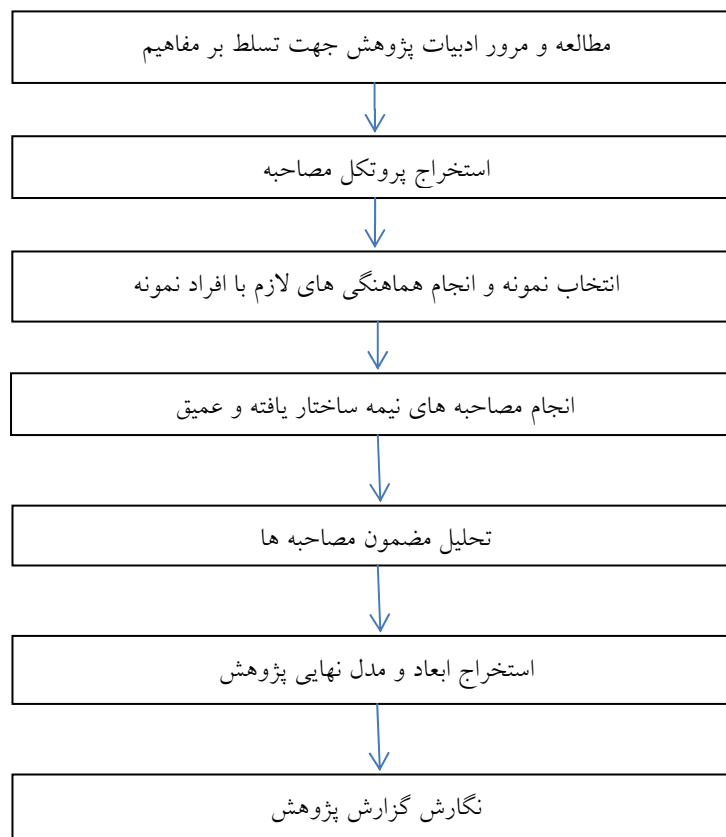
مجردی و همکاران (۱۳۹۱) با استفاده از روش تحلیل عاملی، عوامل تأثیرگذار بر موفقیت تعاونی‌ها را در قالب ۸ عامل هماهنگی آموزشی، حرفه‌ای، اقتصادی، حمایتی، سازمانی، اجتماعی، ارتباطی، رسانه‌ای و بازاریابی دسته‌بندی کردند. این عوامل در مجموع ۶۸/۳۳ درصد از تغییرات واریانس متغیر موفقیت تعاونی‌ها را تبیین کردند. نکویی نائینی و محمدی (۱۳۹۰) در تحقیق خود نتیجه گرفتند رابطه بالایی بین متغیر مشارکت اعضا و متغیر موفقیت وجود دارد و تأثیر مشارکت اعضا در موفقیت تعاونی‌ها کاملاً بارز است.

امینی و رضانی (۱۳۸۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که در ایران، تعاونی‌ها عموماً عملکرد چندان موفقیت نداشته و نگرش اعضا نسبت به تعاون، شناخت اعضا از اصول تعاون و آگاهی، مشارکت و آموزش آنها در افزایش کارایی و بهبود عملکرد تعاونی‌ها نقش مهم و مثبتی داشته‌اند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کیفی و جامعه آماری آن را کارشناسان مدیریت تعاون در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه و تعدادی از مدیران شرکت‌های تعاونی تولیدی استان و نیز متخصصان دانشگاهی با تخصص مدیریت و کارآفرینی و دارای ارتباط نزدیک با بخش تعاون تشکیل دادند. بر این اساس، تعداد ۱۲ نفر از بین جامعه آماری پژوهش برای مصاحبه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و تا اشباع نظری داده‌ها صورت گرفت که تعداد ۹ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش زمینه‌یابی با استفاده از ابزار مصاحبه و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از روش تحلیل مضمون (تم) استفاده شد. این

پژوهش بر اساس مدل گام‌های پژوهش ساندرز^۱ و همکارانش در سال ۲۰۰۹، از مبنای فلسفی تفسیری، رویکرد استقرایی، روش انجام کیفی، استراتژی مطالعه موردی و ابزار مصاحبه تبعیت می‌کند. مراحل اجرایی پژوهش نیز به شرح شکل زیر می‌باشد:



شکل ۱. مراحل اجرایی پژوهش

در پژوهش حاضر، از روش توافقی درون موضوعی (پایایی بین دو کدگذار) برای محاسبه پایایی تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها استفاده شد. همچنین برای محاسبه پایایی از

1. Saunders

طریق روش توافق دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی دکتری، که بر موضوع این تحقیق اشراف داشت، 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 کرد. درصد توافق درون موضوعی، که به عنوان شاخص پایایی تحقیق به کار رفت، با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد. جدول ۲ محاسبه پایایی دو کدگذار را نشان می دهد.

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

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

مأخذ: یافته های تحقیق

همان طور که جدول ۲ نشان می دهد، پایایی بین دو کدگذار ۸۰ درصد می باشد و چون از ۶۰ درصد بیشتر است قابلیت اعتماد کدگذاری تأیید می شود.

نتایج و بحث

فرایند انجام تحلیل داده شامل مراحل زیر است:

۱. آماده‌سازی داده‌ها: در این قسمت، داده‌های حاصل از مصاحبه، تایپ و سپس به هریک از مصاحبه‌ها یک کد داده شد.
۲. آشنا شدن با داده‌ها: در این مرحله، مصاحبه‌ها بارها خوانده شد و مطالب مرتبط و مورد علاقه محقق، که در حقیقت پاسخ به سؤال اصلی پژوهش بود، مشخص گردید. در طول مصاحبه، برای جمع‌آوری داده‌ها به علل مختلفی ممکن بود مطالبی بیان شود که در تحلیل نهایی کمکی نکند یا لازم نباشد؛ مثلاً ذکر مطالب پراکنده و بدون ارتباط با موضوع پژوهش. به همین دلیل، در بازنگری اولیه متن‌های پیاده‌شده، مطالب زائد حذف گردید و جملات مرتبط با اصل موضوع تحت عنوان «جملات کلیدی» مشخص شد.
۳. کدگذاری: کدگذاری در تکنیک شبکه مضامین شامل دو بخش مضامین پایه و مضامین اصلی بود.
 ۱. مضامین پایه: همان‌طور که بیان شد، مضمون پایه نزدیک‌ترین مضمون به داده‌ها بوده و به همین دلیل کمترین سطح انتزاع را دارد. مضامین پایه پژوهش حاضر به شرح جدول ۳ می‌باشد.

جدول ۳. بخشی از مضامین پایه پژوهش

مضامین پایه	متن	مصاحبه‌شونده
استفاده از تسهیلات و اعتبارات دولتی	همیشه سعی می‌کنم جهت مدیریت مطلوب تعاونی، با بانک‌ها برای اخذ وام مذاکره کنم.	مدیر تعاونی
بهره بردن از تجارب تعاونی‌های دیگر	به نظرم مدیران تعاونی‌ها باید از تعاونی‌های موفق الگو بگیرند و از تجاربشان استفاده کنند.	متخصص
وجود روحیه انعطاف‌پذیری در کار	عملکرد کاملاً خشک و بسته تعاونی‌ها باعث عدم توسعه و موفقیت آنها می‌شود؛ پس باید روحیه انعطاف‌پذیری را در خود تقویت کنند.	متخصص
اعتقاد به کار گروهی	به عنوان یک مدیر، همیشه حس می‌کنم کار گروهی موفق‌تر بوده است.	مدیر تعاونی
تحصیلات مدیر عامل	در تعاونی‌های موفق، مدیران از تحصیلات مرتبط و عالی برخوردار بوده‌اند.	کارشناس تعاونی
سازماندهی مناسب اعضا	تعاونی‌های موفق همیشه ساختار مناسبی طراحی کرده‌اند و براساس آن پیش رفته‌اند؛ لذا یکی از شاخص‌های موفقیت هر تعاونی ساختار و سازماندهی مناسب می‌باشد.	کارشناس تعاونی
اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون	ایجاد ذهنیت تعاون یعنی همکاری در کارکنان بسیار سخت است؛ ولی اعضای ما این کار را انجام و فلسفه تعاون را درک کرده‌اند.	مدیر تعاونی
تمایل به ارتقای دانش کاری	تمام تلاش خود را به کار می‌گیرم که در زمینه تولید محصولات مورد نظر، دانش آن محصول را به کارکنان انتقال دهم.	مدیر
مهارت و تخصص مدیر	توانایی تخصصی و دانشی مدیر تعاونی هنگام سردرگمی تعاونی خیلی گره‌گشا و کارساز است.	کارشناس تعاونی
بازاریابی مناسب محصولات	برای موفقیت در کار باید بتوان محصولات خود را از طریق بازار هدف مناسبی به فروش رساند.	مدیر تعاونی
انگیزه برای کار تولیدی	کارکنان شرکت من برای انجام کارهای شرکت تعاونی شوق و علاقه زیادی دارند.	مدیر تعاونی

مدیر تعاونی	زمانی که در انجام کارها، همه اعضا باهم کار و از خرد جمعی استفاده می‌کنند، نتایج مطلوب‌تری به دست می‌آید.	مشارکت فعال اعضا در تعاونی
کارشناس تعاونی	تعاونی‌ها باید بتوانند کالاهای تولیدشده خود را بفروشند. یکی از راهکارهای فروش تولیدات، تبلیغات مناسب و پیدا کردن بازار است.	ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی
متخصص	هر تعاونی باید در راستای تولید محصول خود، تبلیغات مناسبی داشته باشد که هم بازار هدف پیدا کند و هم متخصصان بیشتری را جذب خود کند.	اطلاع رسانی و تبلیغات
متخصص	توجه به رفتارهای بین انسان‌ها از مواردی است که در درون واحد سازمانی مورد غفلت قرار می‌گیرد؛ لذا به دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی برای تقویت روابط انسانی و مهارت اجتماعی بین کارکنان نیاز می‌باشد.	بهره مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی
کارشناس تعاونی	تعاونی‌ها برای موفقیت بیشتر باید از افراد اقتصادی در هیئت‌مدیره خود استفاده کنند.	مشارکت اقتصادی اعضا در مدیریت تعاونی
کارشناس تعاونی	تعاونی‌های تولیدی باید بتوانند به تقویت روحیه کارآفرینی در بین کارکنان خود بپردازند و این روحیه را نهادینه کنند.	وجود روحیه کار آفرینی
مدیر تعاونی	داشتن روحیه کار گروهی و همکاری در بین اعضا اهمیت خاصی دارد؛ ولی مدیر باید از اقتدار لازم برخوردار باشد تا تعاونی دچار هرج و مرج نشود.	اقتدار مدیر عامل
مدیر تعاونی	با توجه به نوسان‌های بازار، برای انجام امور تعاونی همواره تردید وجود دارد و بالا و پایین رفتن قیمت ارز بر روند تعاونی خیلی تأثیر گذاشته است.	ثبات بازار و نوسان‌های نرخ ارز
متخصص	همیشه اعتقاد داشته‌ام دوره‌های آموزشی و شرکت در جلسات آموزشی برای هر سازمانی مؤثر است که تعاونی‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند.	بهره مندی از دوره‌های آموزشی و نحوه همکاری
مدیر تعاونی	در جلسات تعاونی، کارکنان برای نظر سایر اعضا احترام خاصی قائل هستند و این باعث می‌شود بین اعضا همدلی به وجود بیاید.	احترام به نظر دیگران

ایجاد روحیه همکاری بین اعضا	یکی از اهداف ما در تعاونی این است که اعضا را به کار گروهی تشویق کنیم و از آنها می‌خواهیم که کارها را به صورت گروهی انجام دهند.	مدیر تعاونی
امکان استفاده از تجهیزات و ماشین آلات مدرن جهت ارتقای کیفیت	تعاونی‌های تولیدی باید با استفاده از شرایط و تغییرات محیطی به ارتقای محصولات خود کمک کنند و این افزایش کیفیت با استفاده از تجهیزات مدرن و دانش روز به دست می‌آید.	کارشناس تعاونی
توانایی ریسک پذیری	انجام کارهای معمول و تکراری موجب موفقیت تعاونی نمی‌شود. باید از این حالت منفعل خارج شد و به این منظور، کارهای ریسکی انجام داد.	مدیر تعاونی
پاسخ‌گویی مدیر به اعضای تعاونی	یک مدیر تعاونی در قبال وظایف محوله و اعضا پاسخگو باشد.	متخصص
آشنایی اعضا با اصول و مبانی تعاونی	آشنایی اعضا با وظایف و اصول یک تعاونی درک درستی از تعاونی به آنها می‌بخشد و قطعاً مسیر را برای تحقق اهداف تعاونی هموارتر می‌کند.	متخصص
اهمیت به سرمایه‌گذاری بلندمدت	تعاونی‌هایی که به قصد بلند مدت شروع به فعالیت می‌کنند از میزان موفقیت بیشتری برخوردارند.	کارشناس تعاونی
میزان توانایی مدیریت تهدیدها و فرصت‌ها	زمانی که عوامل محیطی تعاونی را تهدید می‌کند، مدیر موفق و خلاق می‌تواند این عوامل تهدید کننده را به فرصت تبدیل و از آن استفاده کند.	کارشناس تعاونی
شرکت در دوره‌های کارورزی	دوره‌های کارورزی اداره تعاون می‌تواند موفقیت یک تعاونی را افزایش دهد؛ زیرا روش‌های مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها بررسی می‌شود.	کارشناس تعاونی
علاقه به کار تولیدی	خود اعضای تعاونی باید به تولید کالای مورد نظر علاقه مند باشند و روحیه انجام چنین کاری را داشته باشند.	متخصص
بهره‌مندی از دوره‌های آموزشی فنی	دوره‌های آموزشی برای افزایش کارایی تعاونی‌ها بسیار مفید است و موجب بهره‌وری 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 شود.	کارشناس تعاونی

شرایط تحریم	شرایط اقتصادی کشور بر واحدهای تولیدی اثرگذار است و موانعی از جمله تحریم‌ها بر موفقیت یک واحد تولیدی بی تأثیر نیست.	متخصص
اطلاع رسانی در رابطه با فناوری‌ها و نوآوری‌ها	شرکت در کارگاه‌ها و سمینارهای آموزشی، واحدهای تولیدی را با روش‌های نوین تولید محصولات آشنا خواهد کرد و 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	زمانی که واحد تعاونی از روش‌های جدید و مبتکرانه استفاده کند و نوآوری را به وجود آورد حتماً به عنوان یک مزیت رقابتی می‌تواند از آن بهره برد.	متخصص
اهمیت قائل شدن برای توسعه منابع انسانی	کارکنان هر واحد باید همواره به‌روز باشند و به نیازهای آنان توجه شود. این امر اهمیت توسعه منابع انسانی در سازمان را نشان می‌دهد.	متخصص
بهره مندی از دوره‌های آموزشی مهارت کارآفرینی	تعاونی‌هایی که از مهارت کارآفرینی برخوردارند یا در دوره‌های کارآفرینی اداره تعاون شرکت می‌کنند موفق‌تر از تعاونی‌هایی هستند که در این دوره‌ها شرکت نمی‌کنند.	کارشناس تعاونی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

۳.۲. مضامین اصلی: در گام بعدی پژوهش، برای طی کردن مسیر استقرایی تکنیک تحلیل مضمون و دست یافتن به فهم بهتری از ۳۸ مضمون پایه به دست آمده، نیاز بود این مضامین در دسته‌های کلی‌تر و قابل فهم‌تری تقسیم بندی شوند. همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد، پس از بررسی مجدد تمامی مضامین پایه، مشخص شد که می‌توان مضامین را به پنج دسته عمده تقسیم بندی کرد: عوامل شخصیتی، عوامل مدیریتی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل آموزشی.

جدول ۴. مضامین اصلی پژوهش

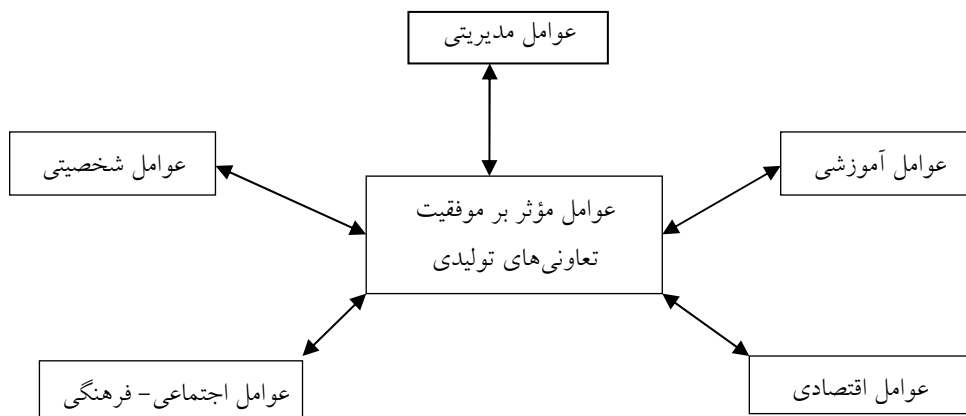
مضامین اصلی	مضامین پایه
عوامل شخصیتی	علاقه به کار و انگیزه برای کار تولیدی داشتن روحیه انعطاف پذیری در کار وجود روحیه کارآفرینی توانایی ریسک پذیری توانایی ابتکار و نوآوری احترام به نظر دیگران و اعتقاد به کار گروهی
عوامل مدیریتی	تحصیلات و اقتدار مدیرعامل مهارت و تخصص مدیر و تجربه قبلی مدیر پاسخ گویی مدیر به اعضای تعاونی اهمیت به توسعه منابع انسانی میزان توانایی مدیریت در تهدیدها و فرصت ها سازماندهی مناسب اعضا ارتباط مناسب بین تولید و بازاریابی توجه به نظرات جامعه
عوامل اقتصادی	مشارکت اقتصادی اعضا استفاده از تسهیلات و اعتبارات دولتی بازاریابی مناسب محصولات اهمیت به سرمایه گذاری بلندمدت ثبات بازار و نوسانات نرخ ارز و شرایط تحریم استفاده از ماشین آلات مدرن برای ارتقای کیفیت محصول
عوامل فرهنگی - اجتماعی	آشنایی اعضا با اصول و مبانی تعاون بهره بردن از تجارب تعاونی های دیگر اعتقاد و باور اعضا به فلسفه تعاون مشارکت فعال اعضا در تعاونی ایجاد روحیه همکاری بین اعضای تعاونی

بهره مندی از کارگاه‌ها و دوره های آموزشی فنی
 نحوه همکاری اعضا
 تمایل به ارتقای دانش کاری

عوامل آموزشی
 کمک و اطلاع رسانی و شرکت در دوره های کارورزی
 اطلاع رسانی در رابطه با فناوری‌ها و نوآوری‌ها
 بهره مندی از دوره‌های آموزشی مهارت‌های کارآفرینی و دوره‌های آموزشی مهارت
 های ارتباطی

مأخذ: یافته های تحقیق

با توجه به جداول مصاحبه‌ها و کدگذاری‌های انجام شده در زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی، مدل نهایی پژوهش در قالب شکل زیر است:



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی در سطح استان کرمانشاه بود. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد پنج عامل

آموزشی، اقتصادی، شخصیتی، فرهنگی - اجتماعی و مدیریتی به عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی تولیدی استان کرمانشاه هستند.

در حوزه آموزشی، مدیران تعاونی‌ها با حضور در کارگاه‌های تخصصی و سمینارهای آموزشی می‌توانند از دانش روز بهره گرفته و به موفقیت تعاونی کمک کنند. این نتایج با یافته‌های مطالعات زیر همخوانی دارد:

صمد آقایی (۱۳۷۸) مبنی بر تأثیر آموزش‌های لازم در کارآفرینی برای کارکنان؛ مرادزادی و همکاران (۱۳۸۷) مبنی بر تأثیر اطلاعات بازارهای داخلی و جهانی و ارائه خدمات مشاوره‌ای در امور تولید محصولات؛ امینی و همکاران (۱۳۸۵) مبنی بر تأثیر آموزش بر مشارکت اعضا در افزایش میزان سرمایه و بالا بردن تخصص هیئت مدیره و مدیران عامل؛ سیلوارجو (۱۳۸۶) مبنی بر تأثیر مثبت آموزش بر افزایش انگیزه و علاقه؛ نارایان (۱۹۹۵) مبنی بر افزایش مهارت‌ها و آگاهی‌های گروه‌ها در رابطه با مشارکت آنها در مدیریت.

در خصوص عوامل اقتصادی، نتایج نشان داد شرایط و عوامل اقتصادی جامعه بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی کاملاً مؤثر می‌باشد. با توجه به مشکلات موجود جامعه می‌توان چنین بیان کرد تعاونی‌ای موفق‌تر است که بتواند شرایط موجود را بهتر درک کند و با مدیریت صحیح و علمی و شناسایی به موقع فرصت‌ها و مدیریت تهدیدها، بر اساس شرایط موجود اقتصادی گام بردارد که این نتیجه با یافته‌های مطالعه امینی و رضایی (۱۳۸۵)، شعبانعلی فمی و همکاران (۱۳۸۵)، نیورو و کومو (۲۰۰۵)، گابریل (۲۰۰۲)، چاندراسیکیرا (۱۹۹۴) و هورندای و بانکر (۱۹۷۰) مطابقت دارد.

در خصوص عوامل شخصیتی در تعاونی‌ها باید گفت تمایل به ارتقا و توسعه منابع انسانی، توجه به نیازهای جامعه، پاسخگویی به موقع مدیر به اعضا، مدیریت فرصت‌ها و تهدیدها و روحیه کار گروهی و داشتن انگیزه کافی سبب افزایش موفقیت تعاونی

می‌گردند. این نتایج با یافته‌های مطالعه مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۷)، شعبانعلی فمی و همکاران (۱۳۸۵) و واتسون و همکاران (۱۹۹۸) مبنی بر تأثیر ویژگی‌های کارآفرینانه و سازه‌های روان‌شناختی کارآفرینان؛ مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۷) و برونیس و همکاران (۲۰۰۱) مبنی بر تأثیر علاقه به کار؛ شعبانعلی فمی و همکاران (۱۳۸۵) و بیور (۲۰۰۲) مبنی بر تأثیر انگیزه و عوامل انگیزشی؛ لامپکین و دیس (۱۹۹۶)، هورنزی و همکاران (۱۹۹۳) و سولمون و همکاران (۱۹۸۷) مبنی بر تأثیر خلاقیت و نوآوری و پیشگام بودن در کارها و ابتکار و نوگرایی بر موفقیت تعاونی‌ها همسوست.

عامل چهارم مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی عوامل فرهنگی - اجتماعی بودند که این یافته با مطالعات امینی و همکاران (۱۳۸۵)، دیدی (۲۰۰۶)، بیور (۲۰۰۲)، گابریل (۲۰۰۲) همسوست. ارتقای عوامل فرهنگی - اجتماعی در تعاونی‌ها سبب ارتقای توانایی‌ها و مهارت‌های انعطاف‌پذیری و ریسک‌پذیری و افزایش علاقه و انگیزه به کار تولیدی و در نتیجه، افزایش تمایل اعضا نسبت به مشارکت اقتصادی بیشتر، تمایل به سرمایه‌گذاری بلندمدت و کمک به بازاریابی مناسب محصولات می‌گردد و در نهایت، بر موفقیت تعاونی مؤثر واقع می‌شود. نتایج تحقیقات اتحادیه کشاورزی استرالیا^۱ (۱۹۹۸) ارتباط بین میزان مشارکت اعضا با میزان اعتقاد به اصول تعاون و تأثیرگذاری میزان فعالیت اجتماعی اعضا بر موفقیت تعاونی را مورد تأیید قرار داده است.

عوامل مدیریتی نیز به‌عنوان یکی از متغیرهای مهم در موفقیت تعاونی‌های تولیدی شناسایی شدند. نتایج این بخش با یافته‌های مطالعه بریم نژاد و شم آبادی (۱۳۸۹) همسوست.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و مشخص شدن نقش عوامل مدیریتی پیشنهاد می‌شود مدیرعامل تعاونی‌ها از میان افراد توانمند و دارای مهارت‌های مدیریتی انتخاب

1. AAC

شود. در خصوص نقش عوامل اقتصادی، از آنجا که کمبود منابع مالی و سخت گیری بیش از اندازه در پرداخت اعتبارات و تسهیلات بانکی، از موانع گسترش و توسعه تعاونی‌ها است، پیشنهاد می‌شود آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های دست و پاگیر بانکی اصلاح گردد تا با دسترسی آسان‌تر به اعتبارات و تسهیلات بانکی ارزان قیمت، زمینه گسترش و توسعه تعاونی‌ها و در نتیجه پیشرفت و موفقیت بیشتر آنها 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 به عنوان نمونه‌های عینی و استفاده از تجربیات و دانش آنها، مورد توجه قرار گیرد. در نهایت، پیشنهاد می‌شود به منظور تبادل دانش و تجربیات مفید و در راستای افزایش توانایی، ابتکار و افزایش مهارت‌های خلاقیت و نوآوری برای ارتقای کیفیت محصولات و توسعه تعاونی‌های تولیدی، زمینه افزایش ارتباط تعاونی‌ها با یکدیگر فراهم شود.

منابع

- آجیلی، ع. (۱۳۸۵). بررسی مسائل و مشکلات تعاونی‌های زنان و ارائه راههای ارتقاء کمی و کیفی آنها. وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان خوزستان. ۱۹-۲۸.
- احمدپور، ا، مختاری، و. و پورسعید، ع. (۱۳۹۲). سنجش میزان موفقیت تعاونی‌های تولید کشاورزی در استان ایلام. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۲ (۸)، ۲۷-۴۴.
- اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه (۱۳۹۸). مدیریت تعاون، واحد آمار و اطلاعات.

- امانیان بیدختی، پ. و صادقی نیا، س. (۱۳۹۴). نقش تعاونی‌های تولیدی فرش دستباف روستایی در میزان درآمدزایی و افزایش سرمایه گذاری خراسان رضوی. مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، ۴ (۳)، ۱۰۲-۱۰۵.
- امینی، ا. و رضایی، م. (۱۳۸۵). ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت های تعاونی مرغداران گوشتی استان تهران. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۴ (۵۵)، ۶۹-۸۹.
- امینی، ا. و رضایی، م. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی کشاورزان مرغداران گوشتی اصفهان. مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی. ۱۰ (۱)، ۱۲۱-۱۳۶.
- بابازاده، ع. (۱۳۸۶). بررسی امکان تشکیل و توسعه شرکت‌های تعاونی بازاریابی محصولات کشاورزی در استان آذربایجان شرقی. ماهنامه تعاون، ۱۸۹، ۷-۱۸.
- بریم نژاد، و. و شم‌آبادی، م. (۱۳۸۹). بازاریابی محصولات کشاورزی با تأکید بر نقش تعاونی‌ها. تهران: انتشارات آذریرین.
- توسلی، غ. (۱۳۸۲). مشارکت اجتماعی در شرایط آنومیک. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حاجی، ل.، چیدری، م. و چوبچیان، ش. (۱۳۹۴). عوامل تأثیرگذار بر توسعه پایدار تعاونی‌های تولید کشاورزی شهرستان نقده از دیدگاه اعضای تعاونی‌ها، تعاون و کشاورزی، دوره ۴، شماره ۱۵، صفحه ۹۴-۱۰۳.
- حیدری ساربان، و. و زیارتی، م. (۱۳۹۶). عوامل اجتماعی و محیطی مؤثر بر عملکرد تعاونی‌های تولید روستایی شهرستان گناوه. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۶ (۲۲)، ۱۰۷-۱۱۲.
- حیدری، ف.، مهدی، ک.، نادری، ا. و حیدری، ع. (۱۳۹۴). شاخص‌های شناسایی تعاونی‌های موفق کشاورزی. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۴ (۱۴)، ۳۹-۶۰.

- حیدری، م. (۱۳۹۷). بررسی موفقیت و ماندگاری شرکت‌های تعاونی مرغداران شهرستان رزن. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده کشاورزی. دانشگاه رازی کرمانشاه.
- رنجبر، س. و منفردی راز، ب. (۱۳۸۶). بررسی روش‌های آموزشی و ترویجی بخش تعاون و ارائه راهکارها. ماهنامه تعاون، شماره ۱۹۰، ۱۱۰-۱۱۹.
- سیلوارجو، ر. (۱۳۸۶). بی تفاوتی اعضا و عوامل مؤثر بر عدم مشارکت آن‌ها در فعالیت تعاونی. ماهنامه تعاون، شماره ۱۷۳، ۱۱-۱۶.
- شعبانعلی فمی، ح.، چوپچیان، ش.، رحیم زاده، م. و رسولی، ف. (۱۳۸۵). شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی زنان در ایران. نشریه مطالعات زنان، ۴(۲)، ۸۹-۱۰۹.
- کرمی، ش. و علی بیگی، ا. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۰(۳)، ۱۱۳-۱۱۷.
- کوهی، ک. (۱۳۸۵). بررسی آسیب‌شناسی توسعه تعاونی‌ها در آذربایجان شرقی. وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان آذربایجان شرقی.
- مجردی، غ.، شاهقلیان، ز. و یعقوبی، ج. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های دامپروری در شهرستان خدابنده. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۲(۵)، ۱۰۳-۱۲۴.
- میردژادی، ه.، ایروانی، ه.، شعبانعلی فمی، ح.، حسینی، س. و کافی، ح. (۱۳۸۶). تحلیل سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. مجله علوم کشاورزی ایران، ۲(۲)، ۲۱۹-۲۲۶.
- مظفری، م. (۱۳۹۴). بررسی کارایی اقتصادی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بوئین زهرا و اولویت بندی مشکلات پیش روی آنها در فرآیند مدیریت و نظام بازاریابی. نشریه راهبردهای توسعه روستایی، ۲(۴)، ۳۶۷-۳۷۱.

نصرالهی، م.، الهیاری، م.، صداقت حور، ش. و نورحسینی، س. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تعاونی‌های چایکاران در استان گیلان. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۴ (۱۴)، ۱۱۱-۱۲۶.

نکویی نائینی، س.ع. و محمدی، ا. (۱۳۹۰). بررسی میزان مشارکت اعضا و تأثیر آن در موفقیت تعاونی‌های روستایی شهرستان اصفهان. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۲۲ (دوره جدید شماره ۸)، ۳۸-۵۳.

وحیدزاده، ع. (۱۳۸۳). آسیب‌شناسی مدیریت در تعاونی‌های تولیدی صنعتی. *ماهنامه تعاون*، شماره ۱۵۹، ۶۳-۶۵.

وزارت تعاون (۱۳۸۳). *معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، پیشرفت و توسعه تعاونی‌ها*. تهران: انتشارات پایگان.

وزارت تعاون (۱۳۸۴). *تعاونی‌ها در ایران و عوامل مؤثر بر توسعه و عملکرد آنها*. دفتر مطالعات اقتصادی.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۶). گزارش‌های معاونت امور تعاون، دفتر تعاونی‌های تولیدی.

هادی‌زاده‌بزاز، م. و بوزرجمهری، خ. (۱۳۹۵). بررسی نقش تعاونی‌های تولید روستایی در افزایش توانمندی فنی و اقتصادی کشاورزان مناطق روستایی شهرستان نیشابور. *راهنمای توسعه روستایی*، شماره ۴، ۴۴۴-۴۴۶.

Adrian Jr, J.L., & Green, T.W. (2001). Agricultural cooperative managers and the business environment. *Journal of Agribusiness*, 19(345-2016-15197), 17-33.

Australian Agricultural Council (AAC) (1988). *Working play on Agricultural Co-operative*. Agricultural Co-operative in Australia. SCA Technical Report Series, Canberra

- Beaver, G. (2002). *Small business, entrepreneurship and enterprise development* Published in 2002 in Harlow by Pearson education.
- Bhuyan, S. (2000). *Grower and manager issues in fruit and vegetable cooperatives*. Paper presented at NCR-194 Annual Meeting, December 13, 2000, Las Vegas, Nevada.
- 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).
- 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.
- Bruynis, C., Hahn, D.E., & Taylor, W.J. (1997). *Critical success factors for emerging agricultural marketing cooperatives*. American Cooperation, 50-54. An annual publication of the National Council of Farmer Cooperatives (NCFC)
- Chandrasekera, C.H.M.T. (1994). *Fishery cooperatives in Asian countries. Cooperatives: Spanish evidence*. Agricultural Economics Society, 88th Annual Conference, April 9-11, Agro Paris Tech, Paris, France.
- Didi, B. (2004). Short communication fishing cooperatives participation in managing near shore resources: the case in Capiz. Central Philippians. *Fisheries Research*, 67(1), 81-91.

- Didi, B. (2006). Short communication fishing cooperatives participation in managing near shore resources: The case in Capiz central Philippines, Iloilo City. *Fisheries Research*, 67, 81-91.
- Gabriel, S.J. (2002). *Belize rural woman's association revolving loan fund and women's cooperatives*. United Nations Development program report. New York, NY, USA: United Nations.
- Garnevaska, E., Liu, G., & Shad bolt, N.M. (2011). Factors for successful development of farmer cooperatives in Northwest China. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(4), 69-84
- Hornaday, J.A., & Bunker, C.S. (1970). The nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23(1), 47-54.
- 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.
- 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.
- Narayan, D. (1995). *The contribution of people's participation: evidence from 121 rural water supply project*. The World Bank, Washington, DC.
- Nkhoma, A.T. (2011). *Factors affecting sustainability of agricultural cooperatives: lessons from Malawi*. A thesis presented in partial

- fulfillment of the requirements for the degree of Master of Agree Commerce at Massey University. New Zealand, March, 2011
- 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 (SAGA)Project Policy Brief, Cornell and Clark Atlanta.
- Russo, C., Weather spoon, D., Peterson, C., & Sabatini, 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.
- 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.
- Shaver, K.G., & Scott, L.R. (1992). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-46.
- 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.

The Effective Factors on the Success of Productive Cooperatives Companies in Kermanshah Province

*J. Olfati*¹, *H. Rangriz*^{2*}, *K. Ahmadi*³, *B. Rezaei*⁴

Received: 27 Mar, 2020

Accepted: 08 Sep, 2020

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 12 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. According to the results of the research and the obtained results, it was found that the lack of financial resources and liquidity required and also the tightening of banks in payment of credit and banking facilities, including the main obstacles of long term and productive investment in production cooperatives and consequently prevent the expansion and development of cooperative companies.

Keywords: Productive Cooperatives, Cooperatives Success, Kermanshah Province

1. Ph.D. Student, Governmental Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

2. Associate Professor, Department of Human Science and Business Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

* Corresponding Author

rangriz@khu.ac.ir

3. Assistant Professor, Department of Governmental Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

4. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran