

بررسی عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف در شهر کرمانشاه

جعفر هزار جریبی: دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

حامد یاری^۱: کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی و رفاه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف در شهر کرمانشاه انجام گرفت. این دسته از تعاونی‌ها که با هدف تأمین کالاهای مورد نیاز اعضا تشکیل می‌شوند در سال‌های اخیر نتوانسته نقش خود را به خوبی ایفا نموده و در بسیاری از مواقع با از دست دادن جایگاه خود، ناکارآمد نشان داده‌اند. برای بررسی این مسئله دو دسته شامل عوامل درون سازمانی و عوامل برون سازمانی به عنوان عوامل مؤثر بر عملکرد تعاونی‌ها شناسایی شد. جامعه آماری مورد مطالعه اعضای تعاونی‌های مصرف شهر کرمانشاه در سه گرایش کارمندی، کارگری و فرهنگیان است و ۲۴۰ نفر به عنوان حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی متناسب انتخاب گردید. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه بود که روایی آن توسط اساتید و کارشناسان وزارت تعاون و پایایی بوسیله آلفای کرونباخ به تأیید رسید. نتایج آزمون همبستگی نشان داد هر دو دسته عوامل دارای همبستگی منفی با ناکارآمدی تعاونی‌ها بوده ولی عوامل درون سازمانی با مقدار $0/۶۵-$ تأثیرگذاری بیشتری بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف کرمانشاه دارند. هم‌چنین برای بررسی و مقایسه متغیرهای مستقل با یکدیگر از آزمون آنالیز واریانس یکطرفه و آماره F استفاده شد که عدم برابری این متغیرها به وسیله آزمون آنالیز واریانس مورد تأیید قرار گرفت. بر اساس یافته‌های دیاگرام تحلیل مسیر بجز متغیر قانون تعاون سایر متغیرهای مستقل دارای اثر مستقیم بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف هستند و متغیر مدیریت با مقدار $0/۳۳۸$ بیشترین اثر مستقیم بر ناکارآمدی را داشته و نیز مؤثرترین متغیر بر سایر متغیرهای تحقیق می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: عوامل درون سازمانی، عوامل برون سازمانی، ناکارآمدی، تعاونی مصرف، کرمانشاه.

^۱ نویسنده مسئول: hamedyary@yahoo.com، ۰۹۱۸۸۸۵۵۰۲۸

بیان مسأله:

شرکت های تعاونی مصرف یکی از انواع قدیمی و مهم تعاون می باشند که به عنوان یکی از قطب های مطرح در توزیع کالا و خدمات از جایگاه ویژه ای برخوردار هستند و نقش مهم و حیاتی را در جهت تحقق عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه ثروت ایفا می نمایند. اگر قدرتی که در اختیار تعاونی های مصرف از نظر تعداد مصرف کننده عضو در سطح کشور و پشتیبانی قرار دارد را در نظر بگیریم به این نتیجه میرسیم که چنانچه این بخش منسجم تر عمل کند می تواند به یک قدرت بزرگ در برابر فروشندگان و تولید کنندگان تبدیل شده که نوع کیفیت و قیمت کالا را تعیین کند و به یک سازمان و نهاد مدافع واقعی حقوق مصرف کننده مبدل شود (حسن پور، ۱۳۸۳: ۲۰).

پس از پیروزی انقلاب اسلامی تشکیل تعاونی های مصرف همانند سایر تعاونی ها در راستای تغییر روابط حاکم اقتصادی و در جهت مشارکت هر چه بیشتر مردم در تأمین نیازمندی هایشان با استقبال بی سابقه اقشار مختلف مردم روبه رو گردیده و ضمن رشد فراگیر نقش بسزایی را به خصوص در زمان دفاع مقدس در راستای تهیه و توزیع کالا به عهده داشته اند. شرکت های تعاونی مصرف از نظر تعداد اعضاء و حجم سرمایه از جایگاه مهم تری در بین انواع شرکت های تعاونی برخوردار هستند. طبق آمار سال ۸۹، بیش از ۵۳۷۸ شرکت تعاونی مصرف با عضویت حدود ۴ میلیون خانوار در سطح کشور فعالیت می نمایند که با احتساب بعد خانوار (۴/۳ نفر) بیش از ۱۷/۲ میلیون نفر از جمعیت کشور را تحت پوشش قرار می دهند (وزارت تعاون، ۱۳۸۹: ۲). اما شواهد و مدارک موجود حکایت از آن دارد که شرکت های تعاونی مصرف در کشور ما علیرغم فعالیت خود در نظام اقتصادی هنوز نتوانسته اند وظیفه اصلی و نقش حیاتی خود را به خوبی ارائه نمایند و در این راستا با مشکلات و موانع متعددی روبرو گردیده اند. بخش تعاون خصوصاً شرکت های تعاونی مصرف در حال حاضر به علت ساختار نامناسب در برنامه ریزی و عدم وجود نیروی انسانی کارآمد در حد نیاز نتوانسته اند خود را با شرایط جدید اقتصادی و اجتماعی کشور همراه نمایند (رسولیان و همکاران، ۱۳۸۳: ۳۲).

بررسی ها نشان می دهد که علیرغم گستردگی تعاونی های مصرف در سطح کشور متأسفانه نقش آنها در تأمین کالاهای مصرفی اعضای خود و عموم مردم چندان نیست و غالباً اعضاء در تعاونی ها به جزء تعداد اندک شماری (آن هم در دعوت های نوبت دوم جلسات مجمع سالانه) دخالت و مشارکت زیادی در تصمیم گیری ها و فعالیت ها ندارند (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۱). از سویی دیگر تبدیل تعاونی های مصرف به ابزار توزیع اجناس بی کیفیت یا کالاهای حمایتی بدون توجه به توانمندی های تعاونی، دخالت مستقیم دولت در مدیریت تعاونی ها، ارائه یارانه های غیر هدفمند، عدم وجود طرح های نظارتی و کم توجهی به ضمانت های اجرایی آنها، وجود متولیان متعدد و نبود وحدت رویه در فعالیت حمایتی این تعاونی ها، ناکارآمدی تعاونی های مصرف در عرصه فعالیت های اقتصادی کشور را نشان می دهد (عباسی، ۱۳۸۹: ۵۰). در حال حاضر سهم تعاونی های مصرف در تأمین کالاهای مورد نیاز کمتر از ۳ درصد است در حالی که در کشورهای اروپایی این تعاونی ها سهم عمده ای از بازار خرده فروشی کالا را در دست دارند. به عنوان مثال نسبت مذکور در سوئد ۵۰ درصد، در دانمارک بین ۳۰ تا ۳۵ درصد و در فنلاند ۳۰ درصد و در نروژ ۲۵ درصد می باشد. در این گونه کشورها تعاونی های مصرف، کالاها و خدمات مناسب برای اعضاء و خانواده آنها را تهیه می کنند و این امر وسیله مهمی برای کاهش، محو یا پرهیز از فقر در میان خانوارهای کم درآمد و کسانی است که در حال فقیر شدن هستند (قدم زن جلالی، ۱۳۸۶: ۳). تفاوت موجود بین نسبت کالا در تعاونی های مصرف کشور ایران و کشورهای ذکر شده و توجه به اینکه رفع مشکلات تعاونی های مصرف تأثیر مستقیمی در افزایش قدرت خرید و سطح زندگی اعضاء دارد محقق را بر آن داشت تا به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر ناکارآمدی و عدم موفقیت تعاونی های مصرف باشد. ایجاد تحول در سیستم گسترده تعاونی مصرف می تواند باعث افزایش رفاه حال اعضای این تعاونی ها گردیده و در کنترل تورم و جلوگیری از احتکار و گرانی فروشی نیز بیش از پیش مؤثر واقع گردد. بدون تردید تعاونی های مصرف در مسیر فعالیت ها و عملکرد خود با مشکلات و مسائلی مواجه هستند؛ که می تواند موجب ناکارآمدی و یا عدم موفقیت آنها در رسیدن به اهداف خود باشد.

شهر کرمانشاه به عنوان کلانشهری که تعاونی‌های مصرف آن در سالیان گذشته و به ویژه در دوران دفاع مقدس از رونق خوبی در آن برخوردار بودند مورد توجه محقق قرار گرفته است. تعاونی‌های مصرف در این شهر از قدمتی ۵۰ ساله برخوردارند به گونه‌ای که نخستین تعاونی‌های مصرف فرهنگیان در سال ۱۳۴۰ در شهر کرمانشاه فعالیت خود را آغاز نمود و روز به روز فعالیت سایر انواع این تعاونی‌ها نیز گسترش یافت. اما با گذشت سال‌ها این تعاونی‌ها در کرمانشاه همچون سایر شهرهای کشور رو به ضعف و ناکارآمدی نهادند به گونه‌ای که بسیاری از این تعاونی‌ها در حال حاضر غیر فعال بوده و تعداد زیادی نیز عملاً منحل گردیده‌اند. از جمله تعاونی‌های مصرف محلی که با وجود گستردگی در سطح شهر و نقش مهمی که در تأمین کالاهای مورد نیاز عموم مردم داشت اما در حال حاضر هیچ اثری از این تعاونی‌ها در شهر کرمانشاه دیده نمی‌شود و تمامی آنها منحل شده‌اند. سایر تعاونی‌های فعال نیز که عموماً در دسته تعاونی‌های کارمندی و فرهنگیان قرار می‌گیرند با سرمایه کم و به شکلی محدود به ارائه کالاهای غالباً غیر ضروری به اعضا می‌پردازند و در این زمینه نتوانسته‌اند رضایت اعضای خود را جلب نمایند. طبق آمار اداره تعاون شهر کرمانشاه، مجموعاً ۹۷ تعاونی مصرف در این شهر به ثبت رسیده است که پس از بررسی و ارتباط مستقیم با این تعاونی‌ها مشخص شد در مجموع تنها ۳۹ تعاونی از این تعداد در غالب تعاونی‌های راکد و فعال در شهر کرمانشاه وجود دارند که تعداد زیادی از آنها عملاً فعالیت چندانی نداشته و اعضای این تعاونی‌ها با نارضایتی از عملکرد آنها در صدد خارج ساختن سرمایه خود از تعاونی و انصراف از عضویت در آن بوده‌اند. عملکرد تعاونی‌های مصرف در شهر کرمانشاه متأثر از عوامل درونی و بیرونی بوده که از هر دو جهت ناکارآمدی این تعاونی‌ها را به دنبال داشته است.

دخالت‌های بی‌مورد سازمان‌های دولتی در اداره و مدیریت آنها که گاه این تعاونی‌ها را به عنوان یک بخش دولتی نشان می‌دهد و عدم نظارت صحیح بر فعالیت تعاونی‌های مصرف در شهر کرمانشاه که موجب ضعف در توزیع و عرضه کالاهای موجود در آنها شده و در مواردی فقدان این نظارت موجب چپاول سرمایه و منابع مالی تعاونی مصرف از سوی مدیران تعاونی گردیده است و ناتوانی در تأمین کالاهای مورد نیاز اعضاء نموده‌هایی از ضعف و ناتوانی این تعاونی‌ها در بعد درون سازمانی بوده که رکود و عدم رونق آنها را به دنبال داشته است. از سوی دیگر استقرار این تعاونی‌ها در مکان‌های نامناسب و به دور از توجه اعضاء و عدم مشارکت فعال آنها در اداره و نحوه مدیریت و عدم وجود حمایت‌های قانونی کافی به منظور تقویت و دوام بیشتر این تعاونی‌ها در بعد بیرونی بر نحوه فعالیت آنها تأثیر گذاشته و در مجموع ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف شهر کرمانشاه را در پی داشته است. توجه به ضعف این تعاونی‌ها در چارچوب عواملی که از درون مجموعه سازمانی تعاونی‌های مصرف بر عملکرد آنها اثرگذار بوده و نیز عوامل بیرون سازمانی مؤثر و شناسایی و مطالعه این زمینه‌ها و عوامل هدف اولیه و اساسی این پژوهش می‌باشد. با بررسی و شناخت علمی موانع رشد و توسعه تعاونی‌های مصرف می‌توان امیدوار بود که اصول ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و اهداف مقرر در بخش تعاونی اقتصاد و نیز اهداف برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بخش تعاونی استان جامه عمل بپوشاند و با برطرف نمودن این موانع زمینه را برای رونق مجدد و احیای تعاونی‌های مصرف در سطح استان فراهم نمود. از آنجا که عملکرد شرکت‌های تعاونی رابطه مستقیمی با تحقق اهداف بخش تعاون در جهت کمک به خودکفایی اقتصادی کشور، کاهش بیکاری و فاصله طبقاتی و برقراری عدالت اجتماعی در جامعه دارد لذا نتایج حاصل می‌تواند گامی هر چند کوچک در راستای تحقق اهداف بخش تعاون باشد.

پیشینه تحقیق:

با توجه به اینکه مطالعات و تحقیقات در زمینه بررسی عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی‌ها محدود می‌باشد، از پژوهش‌های انجام شده در موضوعات مشابه نیز استفاده گردیده است. تجارب بسیار در داخل کشور در زمینه ناکارآمدی یا موفقیت تعاونی‌ها نشان می‌دهد که عوامل متفاوت و متعددی در عملکرد این تعاونی‌ها تأثیرگذار است:

- Unal (2008) در تحقیقی تحت عنوان مقایسه تعاونی‌های موفق و ناموفق در منطقه اژه‌ی ترکیه به این نتیجه رسید که مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر عدم موفقیت این تعاونی‌ها، فقدان همبستگی میان اعضاء، فقدان سرمایه‌گذاری، پایین بودن سطح سواد اعضاء و مدیران تعاونی، فقدان مدیر واجدالشرایط و ناکافی بودن حمایت‌های دولتی بوده است.

- به نظر Robertson (2003) عوامل تأثیرگذار بر عدم موفقیت در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه عواملی مانند: عدم وجود خدمات مشاوره ای، نداشتن اعتماد به توانایی های خود، نداشتن آگاهی و مهارت های لازم و فقدان انگیزه است.
- از نظر Guinnance (2002) نداشتن تجربه، نبود راهبرد مشخص و روشن و مدیریت غلط از دلایل عدم موفقیت تعاونی- هاست اما نظارت همه ی اعضا به دلیل افزایش ضریب اطمینان و اعتماد باعث موفقیت و پایداری تعاونی می گردد.
- Brunis (2001) و همکارانش در مطالعه ای بالا بودن هزینه های اجرایی، ناتوانی در ایجاد توازن در علایق متفاوت اعضا، انتظارات زیاد اعضا از تعاونی و نبود مدیران مقتدر در بین اعضا را موانع اصلی توسعه تعاونی ها می دانند. از نظر آنها شرکت- هایی که از مدیران حرفه ای و تمام وقت بهره مندند؛ موفقترند. در این تحقیق عواملی چون کیفیت مدیریت، رابطه با مشتریان، علاقمندی اعضا، میزان اعتماد اعضا، حفظ اعضا، تصدیگری و رهبری هیئت مدیره نیز در ارتقای تعاونی ها مؤثر دانسته شدند.
- Carlo (2000) و همکارانش عواملی از قبیل روحیه فردگرایی، عدم همکاری اعضا، نبود مسئولیت پذیری در اعضا، ناآگاهی اعضا، غفلت از اصول تعاون و عدم پایداری اعضا به تعاونی را موانع اصلی توسعه تعاونیها ذکر کرده اند.
- Russoa (2000) عواملی از قبیل روحیه فردگرایی، عدم همکاری اعضا، غفلت از اصول تعاون، ضعف مدیریت و عدم مسئولیت پذیری در اعضا و مشکلات مالی را از دلایل عدم موفقیت تعاونی ها می داند.
- عدم پایداری اعضا به تعاونی، فقدان تعهد به اصول تعاونی، ناتوانی در برقراری اعتدال در علایق اعضا، فقدان مدیریت با اقتدار و انتظارات زیاد اعضا از تعاونی از موانع اصلی موفقیت در تعاونی ها می باشد (Buhyon (2000).
- علی بگ (۱۹۹۵) بزرگترین مشکل تعاونی های مصرف را فضای کوچک و ناکافی فروشگاه تعاونی می داند. همچنین او قلمرو فعالیت، سیستم های سلف سرویس، قیمت کالا، تشویق فروش، رفتار کارکنان، تمیز و پاکیزه بودن و ارتباطات را در موفقیت تعاونی های مصرف مؤثر می داند.
- به نظر Sick (1994) ضعف مدیریت و فقدان مشارکت از دلایل شکست تعاونی هاست.
- Laidlaw (1990) در مقاله خود کمبود تعهد نسبت به سرنوشت تعاونی در ایام اخیر و به ویژه در تعاونی های مصرف را یک عارضه عمومی می داند. توسل تعاونی ها به روش های معمول در زمینه تبلیغ محصولات خود به نوعی گواه ضعف و نبود تعهد در بسیاری از اعضاست.
- پهلوانی (۱۳۸۷) در تحقیقی تحت عنوان بررسی و نظرسنجی درباره مشکلات و توانمندی های بخش تعاون در به این نتیجه رسید که مهم ترین مشکلات شامل ضعف مدیریت، بالا بودن نرخ بهره وام ها، فقدان دسترسی به اطلاعات بازارهای فروش، سیاست دولت و عدم روحیه همکاری بین اعضا بوده است.
- کمالیان (۱۳۸۶) در طرح بررسی موفقیت و عدم موفقیت انواع تعاونی های مصرف در استان سیستان و بلوچستان بیان می کند: ساختار تعاونی های مورد مطالعه سنتی و مکانیکی است، کارکنان فاقد تخصص های لازم هستند، جو سازمانی تعاونی ها، متعهد به سازمان و متکی به رعایت اصول اخلاقی است اما به خلاقیت، دانش و تخصص افراد بی توجه است. عدم آگاهی مدیران از قوانین حقوقی و مالی و پایین بودن میزان تحصیلات آنان همگی شرایطی را فراهم آورده اند که دیگر نمی توان انتظار داشت شرکت های مذکور با موسسات مشابه خود به رقابت بپردازند.
- بابازاده (۱۳۸۶) عواملی مانند خرده پا بودن اعضا، ضعف بنیه مالی، محدود بودن منابع، کسب اطلاعات در زمینه قیمت ها و بی سوادی اعضا را از عوامل عدم موفقیت تعاونی ها می داند.
- آجیلی (۱۳۸۸) و همکارانش نشان دادند که: ضعف نیروی انسانی، عدم شناخت اصول تعاونی، فعالیت مدیران تعاونی در بخش خصوصی، عضویت برخی از اعضا در چند تعاونی، وجود روابط سنتی در تعاونی، پایگاه نابرابر اعضا، ایجاد اختلاف در تصمیم گیری های جمعی و عدم علاقه اعضا به عضویت در هیئت مدیره از مهم ترین عوامل عدم موفقیت تعاونی هاست.
- عباسزاده و همکاران (۱۳۷۷) در گزارش تحقیق بررسی مسائل و مشکلات تعاونی های استان آذربایجان غربی، بزرگترین مشکل تعاونی ها را مشکل مالی دانسته و اکثراً این مسئله را به دولت نسبت می دهند و مشکلات دیگر را ناشی از مسائل مالی

و نقدینگی می‌دانند. بنابراین باید به دنبال افزایش سرمایه از طریق آورده های جدید، از طریق سهامداران - اعضاء جدید تعاونی‌ها و از طریق سودهای توزیع شده بود.

- رخساری (۱۳۷۲) در طرح تحقیقاتی بررسی مسائل و مشکلات تعاونی مصرف کارمندی استان اصفهان، مهم‌ترین مشکلات و موانع توسعه تعاونی‌های مصرف را بدین صورت بیان می‌کند: کمبود سرمایه، سوء مدیریت در برخی تعاونی‌ها، کمبود فضای فروشگاه و نداشتن انبار، عدم وجود وسایل نقلیه موتوری، عدم وجود نیروی متخصص و فعال، دخالت بی مورد تعزیرات حکومتی شهرستان‌ها بدون هماهنگی با اداره تعاون، عدم آگاهی هیئت مدیره تعاونی‌ها به مقررات اتاق تعاون و صندوق تعاون.

مبانی نظری و بررسی مفاهیم:

ریشه واژه تعاون از لغت عربی «عون» به معنی یاری کردن و از باب تفاعل به معنی به همدیگر مساعدت کردن و همیاری نمودن گرفته شده است، معادل انگلیسی آن cooperation به معنی با هم کار کردن، همکاری، تعاون و cooperative به معنای کار گروهی برای انجام هدف مشترک می‌باشد. واژه ی cooperation را اولین بار رابرت اون در مقابل واژه رقابت (competitor) به کار گرفت (عباسی، ۱۳۸۹: ۱۱). اتحادیه بین‌المللی تعاون (۲۰۰۴) تعاونی را تشکلی مستقل از اشخاص می‌داند که برای رفع نیازهای مشترک اقتصادی اجتماعی و فرهنگی، به طور داوطلبانه و از طریق مؤسسه‌ای اقتصادی با مالکیت مشترک و کنترل دموکراتیک با هم متحد شده‌اند. به طور کلی واژه تعاون در مفاهیم زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد:

۱. همکاری، یکدیگر را مدد رساندن و تشریک مساعی در جهت ارضای نیاز مشترک.

۲. کنش متقابل و پیوسته که در جهتی یگانه صورت می‌گیرد.

۳. خودیاری و منتظر کمک دیگران ننشستن.

۴. همیاری (همدیگر را یاری دادن) و توفیق خود را در گرو موفقیت دیگران دانستن.

۵. عملی که در داخل یک شرکت تعاونی صورت می‌گیرد (نوری، ۱۳۸۴: ۱۱).

اگر چه نهضت تعاون واکنش معقول و اجتناب ناپذیری در مقابل تجاوزات و تهدیدات ناشی از انقلاب صنعتی و چاره‌اندیشی اکثریت استثمار شده به منظور عدالت اجتماعی و بهره‌مندی از زندگی مناسب و انسانی بود، لیکن نقش افکار بلند و ایده‌های انسانی و تلاش‌های ثمربخش متفکرانی را که برای تحقق آرمان‌های بشری و رهایی انسان‌ها از تجاوزات نظام سرمایه‌داری چاره اندیشی کرده بودند را همواره باید به داشت. بنابراین در یک بررسی کوتاه به افکار و عقاید چند تن از پیشگامان این نهضت پرداخته می‌شود:

- رابرت اون (۱۷۷۱): اون در نظر داشت که تعاون و همکاری را جایگزین رقابت وجدال اقتصادی کند. او با کارگران روابط عاطفی و پدرا نه برقرار کرد. دستمزدها را افزایش و ساعات کار را کاهش داده و به آموزش کارگران بها می‌داد و از کار، کارگران کمتر از ده سال جلوگیری می‌کرد (طالب، ۱۳۸۶: ۲۹). اون بر پایه این نظریه که «کار موجد ثروت است» تئوری نحوه احتساب قیمت واقعی کالاها را بیان داشت که طبق آن قیمت کالا عبارتست از قیمت مواد اولیه مصرف شده در تولید کالای فوق به اضافه ارزش کاری که برای ساختن آن کالا صرف شده است. او سعی داشت از این طریق پول را از میان بردارد و همچنین کالاها را با از میان برداشتن واسطه‌ها و حذف سودی که سرمایه‌داران می‌برند کالا به قیمت تمام شده در اختیار مصرف کنندگان قرار گیرد (انصاری، ۱۳۸۱: ۱۰۰). شارل فوریه (۱۷۷۲): حل مشکلات اقتصادی جامعه را در جامعه مشترک تعاونی جستجو می‌کرد و معتقد بود برای قطع واسطه و جلوگیری از عملیات نامشروع تجاری باید افراد جامعه اعم از کارگران، کشاورزان و پیشه‌وران در سازمان‌های تعاونی به نام فالانژ متمرکز شوند (لاجوردی، ۱۳۸۹: ۵۰).

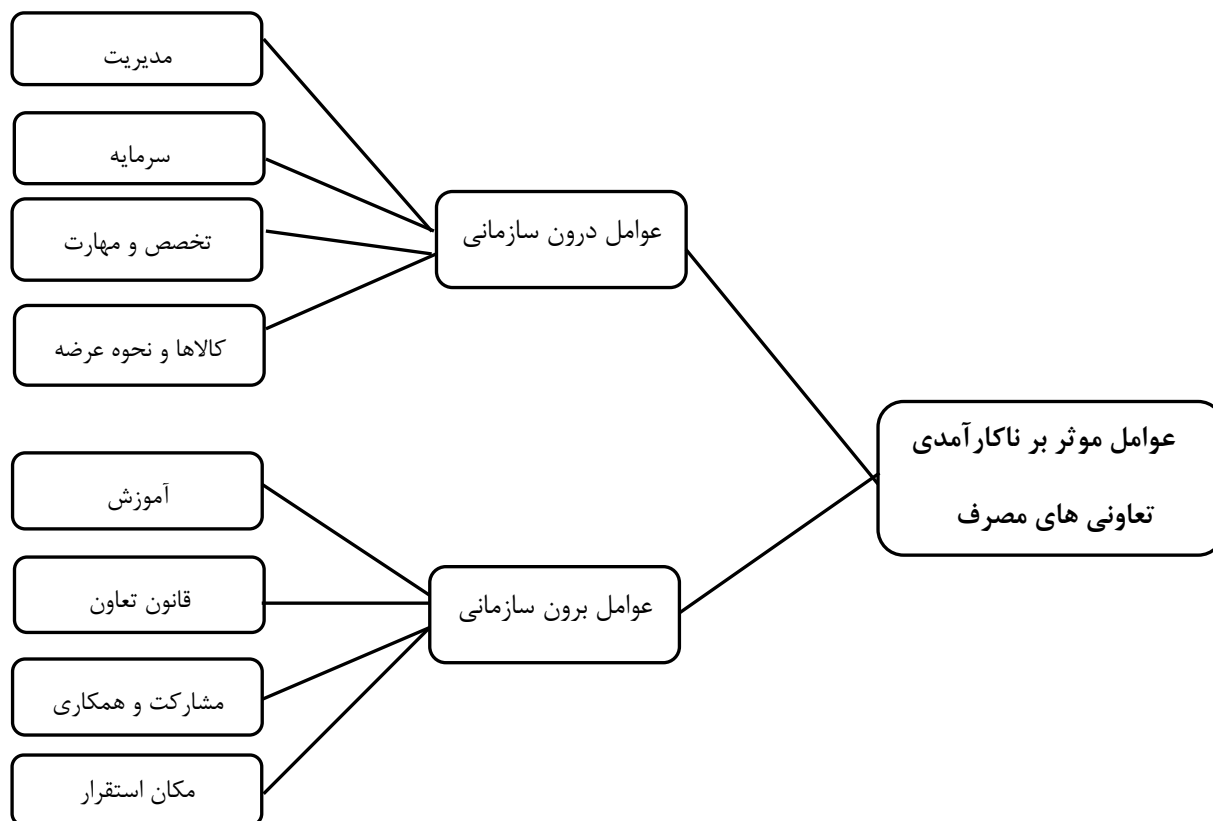
- ژرژ فوکو (۱۸۷۳): او برای اقتصاد ۴ بخش، دولتی، خصوصی، سرمایه‌داری و تعاون قابل بود. فوکو تعاونی را یک واحد اقتصادی دانسته و عقیده داشت که برای تشکیل آن عامل اصلی وجود یک انگیزه اقتصادی است. تعاون اصل انفرادی را با اصل اشتراکی در زمینه اقتصادی و در زمینه معنوی توأمآ تلفیق می‌دهد. وی معتقد است سازمان‌های اولیه تعاونی خود بخود به وجود آمده‌اند و زاینده احتیاج و روحیه اجتماعی و سازمان طبقات توده‌ای به شمار می‌آیند نه زاینده افکار مصلحین بزرگ اجتماعی (طالب، ۱۳۸۶: ۸۱-۸۰).

- رایفازن (۱۸۱۸): او موافق و خواهان کمک دولت و افراد ثروتمند بود و سعی می کرد افراد ثروتمند را در تعاونی خود عضو کند تا وضع سرمایه شرکت های تعاونی بهتر شود. او همچنین معتقد بود که شتاب در تشکیل و توسعه شرکت های تعاونی موجب می شود که آموزش و اخلاق در تعاونی ها مورد توجه قرار نگیرد (صدرالاشرفی، ۱۳۷۳: ۵۷).

- شارل ژید (۱۸۴۷): معتقد است که حکومت باید در اختیار مصرف کنندگان باشد زیرا هر انسانی در اولین مرحله مصرف کننده است. او اصل سود را در بازرگانی مردود شمرد و هدف تعاونی را از میان بردن سوداگری می دانست. ژید ریشه بحران های اقتصادی را در تولید اضافی می دید و برای جلوگیری از وقوع این بحران ها پیشنهاد می کند سازمان های مصرف تعاونی میزان تولید را در اختیار بگیرند. نقطه نظرات ژید درباره تعاون تحت عنوان مکتب نیم معرفی شده است (سلیم، ۱۳۸۴: ۳۱).

چارچوب مفهومی تحقیق:

بر اساس نظریه جوزف پرکونیکو (پرکونیکو، ۱۳۷۲) عوامل مؤثر بر بهره روری یا ناکارآمدی شرکت ها شامل دو دسته: عوامل درونی یا درون سازمانی و عوامل بیرونی یا برون سازمانی می باشد که محقق با الهام از نظریه این دانشمند مدل نظری خویش را بنیان نهاد. بر همین اساس و با توجه به تحقیقات و پژوهش های انجام شده می توان عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی های مصرف را شامل دو دسته: عوامل درون سازمانی و عوامل برون سازمانی در نظر گرفت. بنابراین چارچوب نظری تحقیق، ناکارآمدی شرکت های تعاونی به عنوان یک سیستم باز تحت تأثیر عوامل درون سازمانی برون سازمانی قرار دارد.



شکل ۱ - چارچوب مفهومی بررسی عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی های مصرف شهر کرمانشاه

روش تحقیق:

در این پژوهش شیوه مطالعه پیمایشی است و از پرسشنامه محقق ساخته برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز استفاده شده است. جهت تعیین اعتبار پرسش نامه، از اعتبار صوری (محتوایی) استفاده شده است. منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۳۷). با استفاده از روش اعتبار محتوا از

نقطه نظرات اساتید مختلف و کارشناسان اداره‌ی تعاون استفاده شد و پس از اصلاحات مورد نیاز پرسش نامه برای توزیع در بین گروه پیش آزمون آماده گردید. سپس پایایی مقیاس‌ها و آزمون‌های پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید (جدول شماره ۱).

جدول ۱ - مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیرهای تحقیق	تعداد گویه‌ها	میزان پایایی
۱	تخصص و مهارت (متغیر مستقل)	۷	۰/۸۵
۲	آموزش (متغیر مستقل)	۵	۰/۸۲
۳	مدیریت (متغیر مستقل)	۷	۰/۹۲
۴	قانون تعاون (متغیر مستقل)	۶	۰/۸۸
۵	مشارکت و همکاری (متغیر مستقل)	۸	۰/۷۹
۶	مکان استقرار (متغیر مستقل)	۹	۰/۹۲
۷	سرمایه (متغیر مستقل)	۱۱	۰/۸۸
۸	کالاها و نحوه عرضه (متغیر مستقل)	۹	۰/۹۰
۹	ناکارآمدی (متغیر وابسته)	۳	۰/۸۴

از آنجایی که ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه شده در تمام متغیرها بالاتر از ۰/۷ بود لذا این پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار است. جامعه آماری تحقیق اعضای تعاونی‌های مصرف فعال و راکد شهر کرمانشاه است که در سه گروه: تعاونی‌های مصرف کارمندی، کارگری و فرهنگیان قرار می‌گیرد. بر طبق مشاهدات محقق تعداد تعاونی‌های مصرف را در شهر کرمانشاه مجموعاً ۳۹ شرکت تعاونی می‌باشد. برای انجام این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب استفاده شده است. در مرحله بعد با استفاده از روش کوکران ۲۴۰ نفر از اعضای تعاونی‌ها به عنوان حجم نمونه تعیین شد. پس از تعیین حجم نمونه، متناسب با تعداد تعاونی‌های مصرف در گرایش‌های مختلف و نیز تعداد تقریبی اعضای گرایش‌های مختلف تعاونی مصرف، ۲۶ شرکت تعاونی از بین ۳۹ شرکت انتخاب گردید که عبارتند از: ۴ شرکت تعاونی مصرف فرهنگیان، ۱۵ تعاونی مصرف کارمندی، ۷ تعاونی مصرف کارگری. (جدول شماره ۲).

جدول ۲ - توزیع حجم نمونه در هر طبقه از جامعه آماری

نوع تعاونی	تعداد تعاونی‌های فعال و راکد	حجم نمونه از تعاونیها	حجم نمونه از اعضای تعاونی
کارمندی	۲۱	۱۵ تعاونی	۹۰ نفر
کارگری	۱۱	۷ تعاونی	۷۲ نفر
فرهنگیان	۷	۴ تعاونی	۷۸ نفر
جمع	۳۹	۲۶ تعاونی	۲۴۰ نفر

متغیرهای مستقل این تحقیق عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف است که این عوامل به شرح زیرند: عوامل درون سازمانی شامل: مدیریت، سرمایه، کالاها و نحوه عرضه، تخصص و مهارت. عوامل برون سازمانی شامل: آموزش، مشارکت و همکاری، قانون تعاون، مکان استقرار. برای هر کدام از متغیرهای مستقل تعدادی سوال بسته در نظر گرفته شده که این سوالات در طیف لیکرت قرار دارند که در آن پنج گزینه خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم مد نظر محقق قرار گرفته است. متغیر وابسته: در تحقیق حاضر متغیر وابسته ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف شهر کرمانشاه است. جهت سنجش متغیر وابسته از سؤالاتی در طیف لیکرت با محتوای میزان رضایت‌مندی از خدمات تعاونی، میزان سودآوری برای اعضا و نقش تعاونی در تأمین نیازهای اعضا استفاده شده است.

در تجزیه و تحلیل داده ها نیز برای بررسی فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون، برای بررسی و مقایسه متغیرهای مستقل با یکدیگر از آزمون آنالیز واریانس یکطرفه و آماره F و از تکنیک تحلیل مسیر برای تعیین اثر مستقیم و غیر مستقیم متغیرها استفاده شده است.

یافته های تحقیق:

به منظور تأیید یا رد فرضیات با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، در ابتدا فرضیات فرعی و سپس فرضیات اصلی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج ضریب همبستگی در سطح ۰/۹۵ اطمینان برای فرضیات به طور خلاصه در جدول شماره ۳ آورده شده است:

جدول ۳ - مقادیر ضریب همبستگی پیرسون برای متغیرهای مستقل

نام متغیر (مستقل)	نوع متغیر	مقدار ضریب همبستگی	سطح معناداری
تخصص و مهارت	درون سازمانی	-۰/۵۸۳	۰/۰۰۰
کالاها و نحوه عرضه	درون سازمانی	-۰/۵۷۹	۰/۰۰۰
مدیریت	درون سازمانی	-۰/۵۶۸	۰/۰۰۰
مشارکت و همکاری	برون سازمانی	-۰/۵۳۷	۰/۰۰۰
مکان استقرار	برون سازمانی	-۰/۴۵۹	۰/۰۰۰
سرمایه	درون سازمانی	-۰/۴۰۶	۰/۰۰۰
قانون تعاون	برون سازمانی	-۰/۳۹۹	۰/۰۰۰
آموزش	برون سازمانی	-۰/۲۹۸	۰/۰۰۰

منبع: یافته های میدانی تحقیق، ۱۳۹۱.

با توجه به جدول بالا مقدار sig (سطح معنی داری) به دست آمده برای تمامی فرضیات صفر می باشد و چون $sig < 0/05$ لذا می پذیریم که بین متغیرهای مستقل و ناکارآمدی تعاونی ها رابطه معنادار وجود دارد. از طرف دیگر منفی بودن مقادیر بدست آمده ضریب همبستگی پیرسون برای متغیرهای مستقل نشان دهنده همبستگی معکوس بین متغیرهای مستقل و ناکارآمدی تعاونی های مصرف است. از بین متغیرهای مستقل، متغیر تخصص و مهارت با مقدار -۰/۵۸۳ - بیشترین همبستگی را با ناکارآمدی تعاونی های مصرف نشان می دهد به این معنا که هر چه تخصص و مهارت در تعاونی های مصرف از سطح بالاتری برخوردار باشد این تعاونی ها از میزان ناکارآمدی کمتری برخوردارند یافته های کمالیان (۱۳۸۶)، رخساری (۱۳۷۲) و (2003) Robertson و (2000) Russoa نیز تأثیر تخصص و مهارت بر موفقیت و ناکارآمدی تعاونی ها را نشان می دهد. متغیرهای کالاها و نحوه عرضه و مدیریت از متغیرهای درون سازمانی هستند که نسبت به دیگر عوامل برون سازمانی همبستگی بیشتری با ناکارآمدی تعاونی های مصرف نشان می دهند. به این معنا که هر چه کالاها و نحوه عرضه آنها در تعاونی - های مصرف بهتر و مناسب تر باشد میزان ناکارآمدی تعاونی های مصرف نیز کمتر خواهد بود و از سوی دیگر هر چه نحوه مدیریت این تعاونی ها از کیفیت و سطح مطلوبتری برخوردار باشد میزان ناکارآمدی کمتر می گردد. یافته های پهلوانی (۱۳۸۷)، رخساری (۱۳۷۲)، (2008) Unal، (2002) Guinnance، (2001) Brunis، (2001) علی بگ (۱۹۹۵) به نقش و تأثیر این دو عامل در عملکرد تعاونی ها اشاره دارد. به همین نحو متغیرهای دیگر به ترتیب: مشارکت و همکاری، مکان استقرار، سرمایه، قانون تعاون و آموزش بیشترین همبستگی را با ناکارآمدی تعاونی های مصرف نشان دادند. در سایر پژوهش های انجام شده نیز به نقش این عوامل بر ناکارآمدی و عملکرد تعاونی های پرداخته شده است. بابازاده (۱۳۸۶) و عباس زاده و همکاران (۱۳۷۷) به تأثیر ضعف سرمایه و آموزش در عدم موفقیت تعاونی ها اشاره داشته اند.

در بررسی فرضیه های اصلی، مقدار ضریب همبستگی بدست آمده برای عوامل درون سازمانی و برون سازمانی بیانگر همبستگی منفی بین این عوامل و ناکارآمدی تعاونی های مصرف است. با توجه به مقادیر ضریب همبستگی پیرسون که برای عوامل درون سازمانی ۶۵۰- و برای عوامل برون سازمانی ۵۷۴- است، نتیجه می گیریم که بین عوامل درون سازمانی و

ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف شهر کرمانشاه همبستگی منفی قوی تری وجود دارد (جدول شماره ۴) و به عبارتی می‌توان گفت: عوامل درون سازمانی تأثیر بیشتری نسبت به عوامل برون سازمانی بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف شهر کرمانشاه دارند.

جدول ۴- ضریب همبستگی پیرسون برای عوامل درون سازمانی و برون سازمانی

نام متغیر (مستقل)	مقدار ضریب همبستگی	سطح معناداری
عوامل درون سازمانی	-۰/۶۵۰	۰/۰۰۰
عوامل برون سازمانی	-۰/۵۷۴	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های میدانی و تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱.

مقایسه متغیرهای مستقل با یکدیگر و رتبه بندی آنها:

برای بررسی و مقایسه متغیرهای مستقل با یکدیگر از آزمون آنالیز واریانس یکطرفه و آماره F استفاده می‌کنیم. در اینجا هم دو فرضیه داریم. فرض‌های مورد بررسی در این آزمون به شکل زیر است:

$$i \neq j \left\{ \begin{array}{l} H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_8 \\ H_1: \mu_i \neq \mu_j \quad i \neq j \end{array} \right.$$

که می‌توان آن را بدین صورت تفسیر کرد:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین متغیرهای مستقل (عوامل هشت گانه) اختلافی وجود ندارد و همه با هم برابرند.} \\ H_1: \text{حداقل بین دو متغیر مستقل (از عوامل هشت گانه) اختلاف وجود دارد.} \end{array} \right.$$

آنالیز واریانس یکطرفه، فرض صفر و عدم وجود اختلاف بین متغیرهای مستقل را می‌سنجد. در اینجا معیار سنجش، مقدار سطح معنی داری است.

با توجه به جدول آنالیز واریانس این مقدار صفر است ($\text{sig}=0$) بنابراین فرض H_0 و عدم وجود اختلاف بین متغیرهای مستقل را رد کرده و می‌پذیریم حداقل بین دو متغیر از هشت متغیر مستقل اختلاف معناداری وجود دارد که برابری آنها را رد می‌کند. (جدول شماره ۵).

جدول ۵- آزمون F و آنالیز واریانس متغیرهای مستقل

منابع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
بین گروهها	۴۰/۳۹۰	۷	۵/۷۷۰	۹/۳۲۳	۰/۰۰۰
درون گروهها	۱۱۸۳/۳۱۹	۱۹۱۲	۰/۶۱۹		
مجموع	۱۲۲۳/۷۰۸	۱۹۱۹			

منبع: یافته‌های میدانی و تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱.

پس از آنکه عدم برابری متغیرهای مستقل به وسیله آزمون آنالیز واریانس تأیید شد، برای رتبه بندی این عوامل از آزمون دانکن استفاده می‌شود. این آزمون متغیرهای مورد نظر را در کنار یکدیگر قرار داده و مقادیر میانگین آنها را با یکدیگر مقایسه نموده و بر اساس این مقادیر، متغیرها را رتبه‌بندی می‌کند. این آزمون در رتبه‌بندی به وجود اختلاف معنادار در میانگین‌ها توجه می‌کند و در صورتی که بین میانگین‌ها اختلاف معناداری نباشد آنها را به صورت گروهی و در چند رده هم سطح، رتبه‌بندی می‌کند. نتایج حاصل از خروجی SPSS در جدول دانکن (شماره ۶) آمده است.

جدول ۶ - نتایج آزمون رتبه بندی دانکن برای متغیرهای مستقل

متغیر مستقل	تعداد	۰/۰۵ = زیر مجموعه آلفا			
		۱	۲	۳	۴
سرمایه	۲۴۰	۲/۸۳۰۷			
آموزش	۲۴۰	۲/۸۵۳۳			
مشارکت و همکاری	۲۴۰	۲/۹۲۸۶			
تخصص و مهارت	۲۴۰	۲/۹۶۳۱	۲/۹۶۳۱		
مکان استقرار	۲۴۰		۳/۰۸۳۳	۳/۰۸۳۳	
کالاها و نحوه عرضه	۲۴۰			۳/۱۱۲۰	۳/۱۱۲۰
مدیریت	۲۴۰			۳/۱۸۰۴	۳/۱۸۰۴
قانون تعاون	۲۴۰				۳/۲۵۴۹
سطح معناداری		۰/۰۹۳	۰/۰۹۴	۰/۲۰۴	۰/۰۵۹

منبع: یافته های میدانی و تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱.

با توجه به توضیحات داده شده و جدول بالا آزمون دانکن متغیرهای مستقل (عوامل هشتگانه) را در ۴ رده، رتبه بندی کرده است:

در رتبه یک این آزمون متغیرهای: سرمایه، آموزش، مشارکت و همکاری، تخصص و مهارت قرار دارند. به عبارت دیگر آزمون دانکن با توجه میانگین های این عوامل آنها را در یک گروه رتبه بندی نموده است. سطح معناداری بدست آمده برای این رتبه بندی که مقدار آن ۰/۰۹۳ و بیشتر از ۰/۰۵ است نیز نشان می دهد بین متغیرهای موجود در این رتبه اختلاف معناداری وجود ندارد. در رتبه دوم این آزمون متغیرهای تخصص و مهارت و مکان استقرار قرار گرفته اند. در واقع آزمون دانکن به دلیل نزدیک بودن مقدار میانگین این دو عامل آنها را در یک گروه رتبه بندی نموده است. می توان چنین نتیجه گرفت که مقدار میانگین در متغیر تخصص و مهارت همان گونه که هم رتبه با عوامل سرمایه، آموزش و مشارکت و همکاری دارای اختلاف معناداری نیست، این مقدار هم رتبه با میانگین متغیر مکان استقرار هم اختلاف معناداری ندارد. Sig (سطح معناداری) بدست آمده برای این رتبه که ۰/۹۴ و بیشتر از ۰/۰۵ است نشان می دهد که این دو متغیر در رتبه دوم قرار گرفته و با یکدیگر اختلاف معناداری ندارند. به همین ترتیب در رتبه سوم آزمون دانکن مکان استقرار، کالاها و نحوه عرضه، مدیریت به دلیل نزدیک بودن مقادیر میانگین در یک گروه رتبه بندی شده اند و در رتبه چهارم جدول دانکن متغیرهای کالاها و نحوه عرضه، مدیریت، قانون تعاون قرار دارند. در اینجا نیز متغیرهای مدیریت و کالاها و نحوه عرضه نیز به دلیل عدم وجود اختلاف معنادار با قانون تعاون در یک گروه و رتبه قرار می گیرند. Sig بدست آمده برای این رتبه ۰/۵۹ و بیشتر از ۰/۰۵ است نشان می دهد که این عوامل در رتبه چهار با یکدیگر اختلاف معناداری ندارند.

تحلیل مسیر:

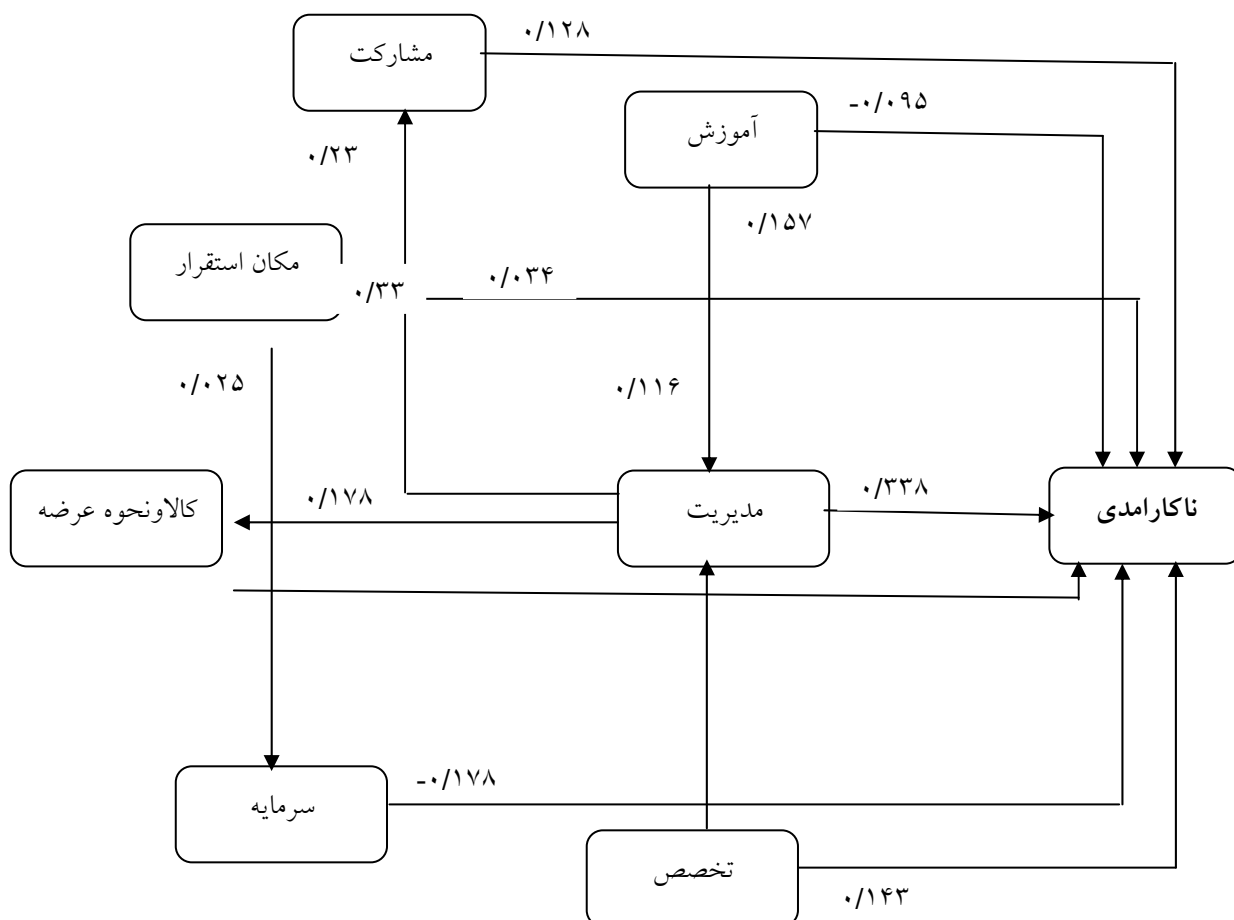
به منظور نشان دادن و تعیین اثر مستقیم و غیر مستقیم و با بی اثری بین متغیرهای موجود از تکنیک تحلیل مسیر و دیاگرام آن استفاده می شود. در تحلیل مسیر ضرایب مسیر همان وزن بتا می باشد. (جدول شماره ۷).

جدول ۷ ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل

سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
			واریانس	B	
۰/۸۴۷	-۰/۱۹۳	-	۰/۲۵۶	-۰/۰۴۹	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۵/۲۷۸	۰/۳۳۸	۰/۰۷۲	۰/۳۸۲	مدیریت
۰/۱۰۳	-۱/۶۳۹	-۰/۰۹۵	۰/۰۷۵	-۰/۱۲۳	آموزش
۰/۰۰۴	۱/۹۳۳	۰/۱۴۳	۰/۰۹	۰/۱۷۵	تخصص و مهارت
۰/۸۷۵	-۰/۱۵۸	-۰/۰۱۰	۰/۰۷۹	-۰/۰۱۲	قانون تعاون
۰/۰۴۹	۱/۹۷۵	۰/۱۲۸	۰/۰۶۹	۰/۱۳۶	مشارکت و همکاری
۰/۰۲۱	۰/۵۲۳	۰/۰۳۴	۰/۰۸۸	۰/۰۴۶	مکان استقرار
۰/۰۰۱	-۱/۱۱۸	-۰/۱۷۸	۰/۰۷۸	-۰/۱۸۷	سرمایه
۰/۰۰۰	۴/۲۵۲	۰/۳۳	۰/۰۹۶	۰/۴۱	کالاها و نحوه عرضه

با توجه به جدول بالا و رگرسیون مسیر و مقادیر ضرایب استاندارد شده بتا، مهم‌ترین متغیر پیش‌بینی کننده متغیر ناکارآمدی، متغیر مدیریت با بتای ۰/۳۳۸ بوده است. با توجه به مدل تحلیلی تحقیق و با استفاده از ضرایب مسیر دیاگرام تحلیل به نمودار زیر ارایه شده است:

نمودار ۱- تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی های مصرف



بر اساس یافته‌های جدول شماره ۷ و دیاگرام تحلیل مسیر بجز متغیر قانون تعاون سایر متغیرهای مستقل دارای اثر مستقیم بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف هستند. متغیرهای «تخصص و مهارت» و «آموزش» بر روی «مدیریت» اثرگذار می‌باشند. هم‌چنین متغیر مکان استقرار بر متغیر سرمایه، متغیر مدیریت بر مشارکت، کالاها و نحوه عرضه اثرگذار می‌باشد. با توجه به دیاگرام تحلیل مسیر متغیرهای مشارکت، کالاها و نحوه عرضه و سرمایه بر روی سایر متغیرهای مستقل تأثیری نداشته‌اند. در نهایت متغیر مدیریت بیشترین اثر مستقیم بر ناکارآمدی را داشته و نیز مؤثرترین متغیر بر سایر متغیرهای تحقیق می‌باشد. (جدول شماره ۸).

جدول ۸- اثر مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم
مدیریت	۰/۳۳۸	(۰/۱۷۸)*(۰/۲۳)
آموزش	-/۰۹۵	(۰/۱۵۷)
تخصص و مهارت	۰/۱۴۳	(۰/۱۱۶)
مکان استقرار	۰/۰۳۴	(۰/۰۲۵)
مشارکت و همکاری	۰/۱۲۸	-
سرمایه	-/۰/۱۷۸	-
کالاها و نحوه عرضه	۰/۳۳	-

منبع: یافته‌های میدانی و تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

با توجه به یافته‌ها و نتایج بدست آمده از این مقاله و در جهت بهبود عملکرد تعاونی‌های مصرف و کاهش نقش متغیرهای مؤثر بر ناکارآمدی این تعاونی‌ها، می‌توان جمع‌بندی و پیشنهاداتی را بدین شرح مطرح نمود:

- متغیر تخصص و مهارت با ضریب همبستگی ۰/۵۸۳- بیشترین مقدار همبستگی را در بین عوامل مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف داشته است. عدم نگاه حرفه‌ای و تخصصی به فعالیت‌های تعاونی مصرف از جانب هیئت مدیره و اعضای تعاونی‌ها و در سطح عمومی جامعه را می‌توان عامل مؤثر در ضعف تخصص و مهارت در این تعاونی‌ها دانست. در این زمینه پیشنهاد می‌گردد جهت موفقیت و توسعه‌ی شرکت تعاونی در ترکیب اعضای هیأت مدیره، افراد متخصص و مجرب و آشنا با دانش فنی مرتبط به کار گرفته شود. هم‌چنین توجه به ارتقای مهارت‌های نیروی انسانی در این تعاونی‌ها از طریق ارائه آموزش‌های مرتبط از جانب سازمان‌های ذیربط و به ویژه اداره کل تعاون را می‌توان از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه دانست.

- متغیر کالاها و نحوه عرضه با ضریب همبستگی ۰/۵۷۹- نیز از مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر ناکارآمدی تعاونی‌های مصرف بود. یکی از نقش‌های مهم تعاونی مصرف کاهش واسطه‌ها و فروش کالاها و اقلام با قیمت مناسب به اعضاست. برای دسترسی به کالاهای با کیفیت و قیمت مناسب پیشنهاد می‌شود ارتباط و تعامل بیشتری بین تعاونی‌های مصرف و تعاونی‌های تولید و توزیع برقرار شود. وزارت تعاون و اداره تعاون استان‌ها می‌توانند به منظور تعامل و ارتباط تعاونی‌های مصرف با یکدیگر با برپایی و تشکیل جلسات مشترک بین مدیران و اعضای هیئت مدیره این تعاونی‌ها، زمینه تعامل بیشتر تعاونی‌های مصرف را فراهم سازند. اداره تعاون به عنوان واسطه بین تعاونی‌ها و سازمان‌ها و نهادهای بازرگانی و تولیدی دولتی، هم می‌تواند امکان دسترسی به کالاهای با قیمت و کیفیت مناسب را برای تعاونی‌های مصرف فراهم سازد و هم زمینه را برای ارتباط بیشتر با این نهادها فراهم نماید. هم‌چنین اختصاص دادن کالاهای یارانه‌ای از سوی دولت به تعاونی‌های مصرف می‌تواند موجب عرضه بهتر کالاها و افزایش فروش و جذب اعضاء و سرمایه بیشتر و رونق فعالیت این تعاونی‌ها گردد.

- مدیریت از جمله متغیرهای دیگری بود که بیشترین میزان همبستگی را با ناکارآمدی داشته و بیشترین متغیر تبیین کننده آن بوده است. وجود مدیریت واحد و با ثبات در تعاونی‌ها موجب احاطه بیشتر به مسائل و مشکلات آنها می‌گردد. در این زمینه

پیشنهاد می‌شود مدیرعامل و اعضای هیئت مدیره از استقلال کامل قانونی در امور تعاونی برخوردار باشند و سازمان‌ها و ادارات ذیربط اجازه دخالت در وظایف و عملکرد این تعاونی‌ها را نداشته باشند.

- در این پژوهش متغیر سرمایه از جمله متغیرهایی بود که به صورت مستقیم بر متغیر کالاها و نحوه عرضه و به صورت غیر مستقیم بر متغیر مکان استقرار تأثیرگذار بوده است. با توجه به نقش و اهمیت سرمایه در پایه‌گذاری و تداوم فعالیت‌های تعاونی‌های مصرف و ضعف توان مالی این تعاونی‌ها از یکسو و عدم وجود حمایت‌های مالی کافی از فعالیت‌های تعاونی‌های مصرف از سوی دیگر پیشنهاد می‌شود به منظور تقویت بنیه مالی این تعاونی‌ها امکان استفاده از تسهیلات اعتباری بانک‌ها و مؤسسات مالی با حداقل سود و بهره بانکی و دریافت آسان فراهم گردد. مشارکت و حمایت سازمان‌های ذیربط این تعاونی‌ها در تأمین منابع مالی آنها نیز می‌تواند از انحلال و ورشکستگی تعاونی‌های مصرف که در بیشتر موارد ناشی از ضعف سرمایه در این تعاونی‌هاست جلوگیری نماید.

منابع:

۱. آجیلی، عبدالعظیم، منجم زاده، زهره و پریسا اشرفی (۱۳۸۸): «بررسی مسائل و مشکلات تعاونی‌های زنان واره راه‌های ارتقاء کمی و کیفی آنها»، نشریه تعاون، سال بیستم شماره ۲۰۸ و ۲۰۹، تهران، صص ۶۱-۷۸.
۲. ابراهیمی، عبدالحمید، طاعتی، آرام، مهدیه، امید و علی کنعانی (۱۳۸۹): «عوامل مؤثر بر ارتقای مشارکت اعضا در اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مصرف»، نشریه تعاون، سال بیست و یکم دوره جدید شماره ۲، تهران، صص ۱۵۵-۱۲۹.
۳. انصاری، حمید (۱۳۸۱): «مبانی تعاون»، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دهم، تهران.
۴. بابازاده، عزیز (۱۳۸۶): «بررسی امکان تشکیل و توسعه شرکتهای تعاونی بازاریابی محصولات کشاورزی در استان آذربایجان شرقی»، نشریه تعاون، شماره ۱۸۹ و ۱۹۰، تهران، صص ۱۸-۷.
۵. بگ، علی (۱۹۹۵): «مدیریت نوین تعاونی‌های مصرف در کشورهای جنوب و جنوب شرقی آسیا»، ترجمه: محمود زارع-زاده، انتشارات آرام، چاپ اول، تهران.
۶. پرکونپکو، جوزف (۱۳۷۲): «مدیریت و بهره‌وری»، ترجمه: علی ابراهیمی مهر، انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، چاپ اول، تهران.
۷. حسن پور، شکرالله (۱۳۸۳): «تعاونی‌های مصرف: سازمان‌های حمایت از مصرف‌کننده»، نشریه تعاون، سال پانزدهم، شماره ۱۴۰، تهران، صص ۲۳-۲۰.
۸. رخساری، جمشید (۱۳۷۲): «بررسی مسائل و مشکلات تعاونی مصرف کارمندی استان اصفهان»، طرح تحقیقاتی، اداره کل تعاون استان اصفهان.
۹. رسولیان، محسن و مصطفی سوری (۱۳۸۳): «بررسی مسائل و مشکلات تعاونی‌های مصرف»، نشریه تعاون، سال پانزدهم، شماره ۱۶۲، تهران، صص ۳۸-۳۳.
۱۰. سلیم، غلامرضا (۱۳۸۴): «سیر تحول تعاونی در ایران و جهان»، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ پنجم، تهران.
۱۱. طالب، مهدی (۱۳۸۶): «اصول و اندیشه‌های تعاونی»، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چاپ پنجم، تهران.
۱۲. عباس‌زاده، محمد و بهرام رضازاده (۱۳۷۷): «بررسی مسائل و مشکلات تعاونی‌های استان آذربایجان غربی»، طرح تحقیقاتی، اداره تعاون استان آذربایجان غربی، تبریز.
۱۳. فرهنگ، علی اکبر و حسین صفرزاده (۱۳۸۹): «روش‌های تحقیق در علوم انسانی»، انتشارات برآیند پویا، چاپ سوم، تهران.
۱۴. قدم زن جلالی، اصغر (۱۳۸۶): «عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های مصرف از دیدگاه مدیران در استان گیلان»، رساله دکتری مدیریت، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، اصفهان.
۱۵. کمالیان، امین‌رضا (۱۳۸۶): «بررسی موفقیت و عدم موفقیت انواع تعاونی‌های مصرف در استان سیستان و بلوچستان»، طرح پژوهشی، اداره تعاون استان سیستان و بلوچستان، زاهدان.

۱۶. لاجوردی، جلیل (۱۳۸۹): «مدیریت تعاونی ها»، انتشارات حامی، چاپ اول، تهران.
۱۷. نوری، محمد موسی (۱۳۸۴): «تعاون و دیگر یاری در سیره اجتماعی ائمه اطهار»، مجله معرفت، سال چهاردهم، شماره ۹۵، تهران، صص ۲۰-۱۰.
۱۸. وزارت تعاون (۱۳۸۹): «گزارش بررسی وضعیت کلی توانمندی های تعاونی های مصرف در گرایش های مختلف»، گروه تعاونی های توزیعی و تأمین نیاز مصرف کنندگان، تهران، صص ۳-۱.
19. Brunis, C: D. E. Hahan and W. J. Taylor (2001): Critical success factors for emerging agricultural marketing cooperatives, America Cooperation. An annual publication of the national council of farmer cooperatives (NCFC). pp 50-54.
20. Buhyon, s. (2000): Grower and manager issues in Fruit and vegetable cooperatives, [http://www.agecon.kus.edu/accc/ncr194.\(11/2/2011\)](http://www.agecon.kus.edu/accc/ncr194.(11/2/2011))
21. Carlo, Russoa, D. Weatherspoonb, C. Petersonb, M. Sabbatinia (2000): Effects of manager power on capital structure: a study of Italian agricultural cooperatives, International Food and Agribusiness Management Review, 3, pp 27-39.
22. Guinnance, T, W, April (2002): Regional organization in the German Cooperative Banking System in the Late 19 the Century. Department of Economics, Yale university. pp 248- 249.
23. Laidlaw, A. F. (1990): Cooperatives in the year 2000 (London, ICA), pp 13- 14.
24. Robertson, M. et al. (2003): Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. Education & Training, 45(6). pp: 308-316.
25. Russoa, D. (2000): Weatherspoonb, C. Petersonb, M. Sabbatinia Effects of managers power on capital structure: a study of Italian agricultural cooperatives, International Food and Agribusiness Management Review, 3: 27 39 central Philippines, Fisheries Research, Vol. 67, pp, 81 91.
26. Unal, V. (2008): A comparative study of success and failure of fishery cooperatives in the Aegean, turkey, journal compilation ©2009 Blackwell verlag, Berlin ISSN 0175-8659.