

بررسی عوامل مؤثر بر رضایت اعضای تعاونی‌های گاوداران (مطالعه موردی: تعاونی‌های گاوداران مشهد)

علیرضا کرباسی^{۱*} - حنا آقاصفیری^۲ - سیده مژگان حسینی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۶/۱۲

چکیده

مطالعه حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر رضایت اعضای تعاونی‌های گاوداران مشهد انجام شده است. آمار و اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه و تکمیل پرسش‌نامه از گاوداران جمع‌آوری گردید. گاوداران شهرستان مشهد جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند؛ با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۶۰ کشاورز به عنوان نمونه در سال ۱۳۹۱ به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور تحلیل داده‌ها از بسته نرم افزاری SPSS و الگوی تحلیل تمایزی استفاده شده است. نتایج مطالعه حاکی از آن است که متغیرهای برنامه‌های آموزشی تعاونی، خرید گوشت از دامداران و ارائه خدمات فنی شامل جیره نویسی، تهیه اسپرم تأثیری منفی و معنی‌داری بر رضایت گاوداران از عملکرد تعاونی دارد. در مقابل متغیرهای تهیه و توزیع خوراک دام، مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار، ارائه خدمات مشاوره‌ای، نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری، سهولت در ارائه خدمات، نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی دارای تأثیری مثبت بر رضایت گاوداران از عملکرد تعاونی است. بر اساس نتایج پیشنهاد می‌شود از آن جایی که تهیه برخی از اقلام خوراک دام با توجه به وارداتی بودن آن‌ها برای دامدار دشوار بوده تعاونی‌های گاوداران بایستی این رسالت را به عهده بگیرند و به دامداران در جهت تولید هرچه بیشتر یاری رسانند. همچنین با توجه به نتایج، تعاونی‌ها باید در ارائه خدمات سرعت عمل را مدنظر قرار بدهند.

واژه‌های کلیدی: تعاونی‌های گاوداران، رضایت، الگوی تحلیل تمایزی، شهرستان مشهد

مقدمه

سال ۱۳۰۳ مطرح شد (۲). ولی در مجموع در دوران قبل از انقلاب موفقیت‌چندانی در زمینه تشکیل تعاونی حاصل نشد. اما در دوران پس از انقلاب نگاهی ویژه به تعاونی شد به گونه‌ای که بر اساس اصل ۴۴، اقتصاد نظام جمهوری اسلامی ایران، باید مبتنی بر ۳ محور، دولتی، خصوصی و تعاونی باشد (۱۱) که این باعث به وجود آمدن زمینه‌ای برای ایجاد تعاونی‌ها گردید و تعاونی‌های بسیاری در گرایش‌های تعاونی‌های کشاورزی، تعاونی‌های صنعتی، تعاونی‌های معدنی، تعاونی‌های خدماتی، تعاونی‌های مسکن، تعاونی‌های فرش دستبافت، تعاونی‌های تأمین‌کننده نیاز تولیدکننده، تعاونی‌های تأمین‌کننده نیاز مصرف‌کننده، تعاونی‌های اعتبار، تعاونی‌های حمل‌ونقل، تعاونی‌های چند منظوره در کشور به وجود آمد (۵).

یکی از انواع تعاونی‌های کشاورزی، تعاونی گاوداران است که نقش مهمی در تأمین مواد پروتئینی مورد نیاز مردم ایفا می‌کند. شهر مشهد طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۹۰ با جمعیتی بالغ بر ۲۷۷۲۲۸۷ نفر دومین کلانشهر بزرگ کشور است (۴) که تأمین مواد پروتئینی این جمعیت امری مهم محسوب می‌شود که به

در ایران تعاون به مفهوم واقعی کلمه از سابقه‌ای بس طولانی برخوردار است. تعاون و همکاری‌های مختلف اجتماعی در ایران در بسیاری از موارد عامل مهمی در شکل‌گیری تغییر و تحولات اجتماعی بوده است که در سراسر تاریخ پرفراز و نشیب ایران به چشم می‌خورد. همکاری‌های اجتماعی اصولاً لازمه زندگی بشری می‌باشند؛ لیکن این ضرورت در جوامع مختلف به دلیل دارا بودن سازمان‌ها، نهاده‌ها و نظام‌های اقتصادی-اجتماعی مختلف لزوماً یکسان نمی‌باشند. همین امر سبب شده است که در ایران نیز با انواع خاصی از تعاون و همکاری مواجه گردیم که منحصر به جامعه ایرانی بوده و در میان اقوام و ملل دیگر کمتر می‌توان از آن‌ها نشانی یافت (۱۰).

مبحث تعاون در ایران به طور رسمی اولین بار در قانون تجارت

۱، ۲ و ۳- دانشیار و دانشجویان کارشناسی ارشد گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد

(*- نویسنده مسئول: Email: Arkarbasi2002@yahoo.com)

عهده تعاونی گاوداران است. در شهرستان مشهد تعداد ۱۱۰ واحد گاوداری وجود دارد که عضو تعاونی‌های گاوداری هستند و از خدمات مختلف این تعاونی‌ها بهره می‌گیرند (اتحادیه گاوداران مشهد). اعضا این تعاونی‌ها نگرش‌های مختلفی در مورد عملکرد تعاونی‌ها دارند که تأثیر به‌سزایی در ادامه مشارکت آن‌ها با این تعاونی‌ها دارد.

اساساً آگاهی از برداشت‌ها و نگرش‌های اعضا در مورد عملکرد هر سازمان تا حد زیادی به تصمیم‌گیری بهتر در سازمان مورد نظر کمک می‌کند، به گونه‌ای که سازمان‌ها از خواسته‌ها یا انتظارات اعضا خود آگاهی می‌یابند و می‌توانند مشخص کنند که آیا آن خواسته‌ها یا انتظارات را برآورده می‌سازند یا خیر. برای بهره‌گیری از انتظارات اعضا در ارزیابی خدمات، باید آنها را با ابزارهای سنجش رضایت به‌دقت سنجید. سنجش انتظارات مشتریان عاملی مهم در جنبش کیفیت سازمان‌هاست. برای گنجاندن درک و تلقی مشتریان در اقدامات بهبود کیفیت، باید شرکت‌ها بتوانند به سنجش دقیق برداشت‌های مشتریان خود بپردازند که یکی از راه‌های آن استفاده از پرسشنامه است (۱). لذا این مطالعه می‌کوشد تا با استفاده از ابزار پرسشنامه به بررسی رضایت اعضا و یافتن وجوه متمایز کننده بین اعضای راضی و ناراضی از عملکرد تعاونی گاوداران شهرستان مشهد بپردازد.

مطالعات داخلی و خارجی محدودی در ارتباط با هدف مطالعه انجام شده است که از اهم آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

شاهنوشی و همکاران (۷) به بررسی عوامل ساختاری و عملکردی مؤثر بر رضایت بیمه‌گذاران از بیمه‌ی محصولات کشاورزی در استان خراسان رضوی با استفاده از تحلیل تمایزی پرداختند. متغیر وابسته سه گروه بیمه‌گذاران زراعی، باغی و دامی می‌باشند. از بین متغیرهای عمل‌کردی، متغیرهای آرایه‌ی خدمات به موقع و اطلاع‌رسانی (با تأثیر مثبت) و در بین متغیرهای ساختاری، قوانین و مقررات (با تأثیر منفی) از بالاترین تأثیرگذاری نسبت به سایر متغیرها بر رضایت از بیمه برخوردار است. همچنین متغیر میزان غرامت با تأثیر مثبت بر گروه بیمه‌گذاران زراعی و متغیر حق بیمه با تأثیر منفی بر گروه بیمه‌گذاران دامی نیز از تأثیر بالایی بر رضایت از بیمه‌ی محصولات برخوردار است.

دیزاوندی و همکاران (۳) پژوهشی با هدف بررسی میزان رضایت اعضای شرکت‌های تعاونی روستایی از عملکرد اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌های روستایی در سطح شهرستان مشهد با استفاده از روش توصیفی پیمایشی انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش، تمام مدیران و تعدادی از اعضای شرکت‌های تعاونی روستایی فعال در سطح شهرستان مشهد را در بر گرفته است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین ویژگی‌های فردی مدیران نظیر سن، میزان تحصیلات، سابقه مدیریت و میزان رضایت اعضا از عملکرد تعاونی‌های روستایی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود داشته است. از طرف دیگر با بهبود

شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی در مناطق روستایی، میزان رضایت اعضا از عملکرد تعاونی‌های روستایی به نحو چشمگیری افزایش یافته است (۳). گراوند و همکاران (۱۱)، در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر آمیخته بازاریابی در تصمیم خرید و میزان رضایت مشتریان شرکت-های تعاونی تولیدی شهرستان کوهدشت در نیمه سال ۱۳۸۹ پرداختند. این پژوهش میدانی از نوع توصیفی - همبستگی بوده و جامعه آماری آن را مشتریان و خریداران محصولات شرکت‌های تعاونی تولیدی استان لرستان در شهرستان کوهدشت تشکیل می‌دهد. یافته‌های تحقیق نشان داد که رضایت مشتریان از خرید محصولات این شرکت‌ها معادل ۲/۱۰ و به مراتب از میانگین مورد انتظار ۳ کمتر است که این مهم گویای رضایت کم متقاضیان از تعاونی‌هاست (۹). آذری و همکاران (۱) مطالعه‌ای پژوهشی تحت عنوان سنجش رضایت‌مندی از فعالیت شرکت‌های تعاونی مرزنشینان استان خراسان رضوی پرداخته‌اند که از نظر روش، تحقیق اسنادی و میدانی به شمار می‌رود. نتایج حاکی از آن است که درعمل، عملکرد اقتصادی این تعاونی‌ها در میزان تأثیرگذاری بر اقتصاد خانوار چندان موفقیت‌آمیز نبوده و در مجموع، در مقایسه با سایر موارد و کارکردها، با رضایت-مندی کمتر اعضای تعاونی‌ها همراه شده است. عباسی و همکاران (۶) عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونی‌های تولیدی استان اردبیل را مورد مطالعه قرار دادند. نمونه آماری این تحقیق را ۵۲۵ نفر از ۱۷۳ مورد شرکت‌های تعاونی فعال و غیرفعال تشکیل می‌دهد. نتایج تحلیل تمایزی نشان داد که متغیرهای رضایت از عملکرد اداره تعاونی و رضایت از عملکرد هیئت مدیره، از عوامل مؤثر در موفقیت تعاونی‌ها می‌باشند.

علی بیگی و نکویی نائینی (۷) بر اساس تحلیل رگرسیونی به بررسی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت اعضا در مدیریت تعاونی‌های روستایی شهرستان کرمانشاه پرداختند و به این نتیجه رسیدند که میزان مشارکت اعضا در مدیریت تعاونی‌های روستایی در حد متوسط است و میزان رضایت از عملکرد تعاونی، نگرش نسبت به تعاونی و سطح تحصیلات اعضا از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مشارکت اعضا در مدیریت تعاونی‌های روستایی شهرستان کرمانشاه می‌باشد.

لارسن و همکاران (۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی ویژگی‌های سازمانی و مشارکت اعضا در تعاونی‌های کشاورزی در دانمارک با استفاده از نظریه برنامه‌ریزی شده پرداختند و به این نتیجه رسیدند که اعضا به نسبت یا به طور کامل از تعاونی‌ها راضی می‌باشند و مشارکت اعضا در تعاونی‌های تولیدی بیشتر از تعاونی‌های عرضه می‌باشد. همچنین رضایت اعضا از تعاونی و ساختار دموکراتیک تعاونی، اثر مثبتی بر مشارکت اعضا در فعالیت‌های تعاونی‌ها دارد. لیو و همکاران (۱۹) در مطالعه‌ای به بررسی رضایت از طرح جدید تعاونی پزشکی و عوامل مؤثر بر آن در ویهایی چین پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه توصیفی نشان داد که ۷۳/۲ درصد افراد از این طرح راضی بودند و

نسبت به واریانس آن در داخل گروه‌ها حداکثر باشد (λ و \bar{X}) و بردارهایی با ابعاد k هستند). به طور مثال اگر تمامی گاوداران صنعتی در شهرستان مشهد به لحاظ رضایت از عملکرد تعاونی به دو گروه قابل تقسیم باشند: گروهی که از عملکرد و خدمات ارائه شده توسط تعاونی راضی هستند و گروهی که از عملکرد و خدمات ارائه شده توسط تعاونی راضی نیستند، هدف آن است که مشخص شود چه ویژگی‌ها و صفاتی از افراد باعث می‌شود که یک فرد در گروه اول یا اینکه در گروه دوم قرار گیرد. به عبارت دیگر، تجزیه و تحلیل تمایزی این امکان را فراهم می‌آورد تا متغیرهایی که به لحاظ میانگین در دو گروه اختلاف معنی‌داری دارند، مشخص شوند. سپس این متغیرها برای پیش‌بینی اینکه کدام مشاهده در کدام گروه قرار خواهد گرفت به کار گرفته می‌شود. اگر n_1 مشاهده برای افراد راضی از عملکرد تعاونی ($y=0$) وجود داشته باشد، طبق تعریف می‌توان گفت:

$$\bar{x}_1 = \frac{1}{n_1} \sum_{i=1}^{n_1} x_{1i}$$

$$\bar{x}_2 = \frac{1}{n_2} \sum_{i=1}^{n_2} x_{2i}$$

$$\bar{x} = \frac{1}{n_1 + n_2} (n_1 \bar{x}_1 + n_2 \bar{x}_2)$$

$$S = \frac{1}{n_1 + n_2 - 2} \left[\sum_{i=1}^{n_1} (x_{1i} - \bar{x}_1)(x_{1i} - \bar{x}_1)' + \sum_{i=1}^{n_2} (x_{2i} - \bar{x}_2)(x_{2i} - \bar{x}_2)' \right]$$

که در آن \bar{x}_1 ، \bar{x}_2 به ترتیب میانگین متغیرهای تبعیضی در گروه‌های اول و دوم و S به ترتیب میانگین متغیرها و واریانس مشاهدات در دو گروه می‌باشند. واریانس بین گروهی نیز برابر با $\lambda'(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)^2$ و واریانس درون گروهی آن برابر با $\lambda' S \lambda$ می‌باشد (۲۰).

λ باید طوری انتخاب شود که عبارت زیر حداکثر شود:

$$\Phi = \frac{\lambda'(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)^2}{\lambda' S \lambda}$$

با مشتق‌گیری از رابطه فوق نسبت به λ و مساوی صفر قرار دادن آن، مقدار λ به صورت زیر به دست می‌آید:

$$\hat{\lambda} = S^{-1}(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)$$

با محاسبه ضرایب متغیرهای تبعیضی می‌توان میانگین تابع تمایزی را برای دو گروه به دست آورد که برابر است با:

$$\bar{y}_1 = \hat{\lambda}' \bar{x}_1 = (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)' S^{-1} \bar{x}_1$$

$$\bar{y}_2 = \hat{\lambda}' \bar{x}_2 = (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)' S^{-1} \bar{x}_2$$

برای نسبت دادن یک مشاهده جدید با بردار متغیرهای

تبعیضی X_0 ، مقدار تابع تمایزی X ، برای نسبت دادن یک مشاهده

سن، وضعیت سلامت، داشتن رسید معاینه عمومی و مدت بستری در بیمارستان بر رضایت آنها مؤثر بوده است. وانگ و همکاران (۲۲) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر عضویت، رضایت، و پایداری برنامه جدید تعاونی طرح پزشکی در شش منطقه از مناطق روستایی پکن پرداختند. یافته‌های حاصل از مدل‌های چند سطحی نشان داد که جنسیت، وضعیت اجتماعی و اقتصادی، دانش کافی در مورد سیاست، سهم حق بیمه به طور معنی‌داری با عضویت در ارتباط می‌باشد. همچنین پایداری طرح جدید تعاونی طرح پزشکی به طور قابل ملاحظه با دانش در مورد سیاست و رضایت از عملکرد کلی این برنامه ارتباط دارد. هاکیوس (۱۴) در مطالعه‌ای توصیفی، به بررسی نگرش کشاورزان نسبت به هیئت مدیره تعاونی‌ها پرداخت و به این نتیجه رسید که کشاورزان، نگرش مثبتی نسبت به مدیریت تعاونی‌ها ندارند و خودشان را برای مدیریت تعاونی‌ها شایسته‌تر می‌دانند. داکورا و همکاران (۱۲) به بررسی نگرش و رضایت ساکنین نسبت به تعاونی‌های موجود با استفاده از طیف لیکرت و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده در آلبرتای کانادا پرداختند و به این نتیجه رسیدند که کسانی که نگرش مثبت و رضایت‌مندی بالایی از تعاونی‌ها داشتند، عملکرد تعاونی‌ها را مثبت ارزیابی کردند. هانسن و همکاران (۱۳) در پژوهش خود به بررسی تأثیر اعتماد در روابط بین اعضاء و بین اعضا و تیم مدیریت دو تعاونی بازاریابی کشاورزی و به طور خاص بر تأثیر اعتماد بر عملکرد تعاونی، رضایت و تعهد خود به باقی ماندن بخشی از شرکت می‌پردازد. یافته‌ها نشان داد که در هر دو تعاونی، اعتماد در میان کاربران و اعتماد بین اعضا و مدیریت تعاونی‌ها پیش‌بینی کننده‌های مهم انسجام گروهی است که یک معیار از تمایل کاربران به باقی ماندن در یک گروه و تعهدشان نسبت به آن است.

مواد و روش‌ها

روش تحقیق

در این تحقیق از الگوی تحلیل تمایزی استفاده می‌شود. تحلیل تمایزی یک روش پیشرفته آماری است که به طور همزمان متغیرهای مختلفی را مورد بررسی قرار می‌دهد و تعیین می‌کند که یک فرد در چه گروهی از گروه‌های مورد نظر قرار می‌گیرد. این روش هنگامی که متغیر وابسته یک متغیر چند طبقه‌ای بوده و کل نمونه بر اساس آن قابل تقسیم بندی باشد، بسیار مناسب است. به عبارت دیگر، روش تحلیل تمایزی یک ترکیب خطی از متغیرهای مستقل را برای بررسی وابستگی یک فرد به یکی از دو گروه تشکیل می‌دهد (۱۸).

اگر دو گروه وجود داشته باشند، می‌توان یک تابع خطی به صورت $X = (X_1, X_2, \dots, X_k)$ متشکل از k متغیر توضیحی تعریف کرد که به بهترین وجه تبعیض را بین دو گروه ایجاد می‌کند. بنابراین λ ها باید به انتخاب شوند که واریانس $\lambda' X$ در بین گروه‌ها

هیچ گونه شاخصی را برای بیان اهمیت نسبی متغیرهای دارای اختلاف در دو گروه مذکور ارائه نمی کند، برای دستیابی به این هدف، از همبستگی بین تابع تمایزی و مقادیر متغیرها استفاده می شود که نتایج آن در ماتریسی به نام ماتریس ساختار ارائه می شود. به عبارت دیگر مقادیر ماتریس ساختار یا ضرایب همبستگی انعکاس دهنده مقدار واریانسی است که توسط هریک از متغیرهای مستقل در خصوص تابع تمایز تبیین می شود.

برای بررسی این که طبقه بندی انجام شده به روش تحلیل تمایزی، به طور معنی داری بهتر از طبقه بندی تصادفی است، از آزمون Press's Q استفاده می شود. در صورتی که آماره Press's Q بزرگتر از ارزش بحرانی جدول توزیع χ^2 با یک درجه آزادی باشد، می توان گفت طبقه بندی تحلیل تمایزی متفاوت از طبقه بندی تصادفی انجام شده است.

$$Press's Q = \frac{[N - (nK)]^2}{N(K - 1)}$$

که در آن N تعداد کل مشاهدات، n تعداد مشاهداتی که به طور صحیح طبقه بندی شده اند و K تعداد گروه ها می باشد (۸).

داده ها

جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش ۱۱۰ گاودار صنعتی عضو تعاونی های گاوداری شهرستان مشهد در نیمه دوم سال ۱۳۹۱ می باشند. برای دستیابی به حجم نمونه ی مطلوب متناسب با هدف مطالعه، با استفاده از رابطه کوکران تعداد نمونه به صورت زیر محاسبه شده است:

$$n = \frac{NZ^2pq}{Nd^2 + Z^2pq}$$

که در آن n حجم نمونه، N جامعه آماری، Z ضریب اطمینان (۹۵ درصد) و d دقت احتمالی مطلوب (۰/۰۵) است. p و q که درصد افراد راضی و ناراضی از عملکرد تعاونی را نشان می دهد، از طریق جمع آوری ۱۰ پرسشنامه به ترتیب ۰/۹ و ۰/۱ به دست آمد:

به این ترتیب حجم نمونه، ۶۰ واحد گاوداری بدست آمد و این ۶۰ واحد به تصادف از بین واحدهای گاوداری شهرستان مشهد انتخاب گردید و با استفاده از ابزار پرسشنامه اطلاعات مورد نیاز از آنها جمع آوری گردید.

نتایج و بحث

همانگونه که قبلاً گفته شد، تجزیه و تحلیل تمایزی این امکان را فراهم می نماید تا مشخص شود چه ویژگی ها و خدماتی باعث

جدید با بردار متغیرهای تبعیضی برای آن با استفاده از ضرایب تابع تبعیض به دست آمده به صورت زیر محاسبه می شود:

$$\bar{y}_0 = \hat{\lambda}'\bar{x}_0 = (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)'s^{-1}\bar{x}_0$$

اگر y به \bar{y}_1 نزدیکتر باشد، مشاهده جدید به گروه اول و اگر به \bar{y}_2 نزدیکتر باشد، به گروه دوم تعلق خواهد گرفت. در واقع زمانی به \bar{y}_1 نزدیکتر است که با فرض $\bar{y}_1 > \bar{y}_2$ رابطه زیر برقرار باشد:

نامعادله بالا زمانی مورد استفاده قرار می گیرد که تعداد مشاهدات در دو گروه برابر باشد. در غیر این صورت از رابطه زیر استفاده می شود:

$$y_0 = \frac{1}{n_1 + n_2} (n_1 y_1 + n_2 y_2)$$

که n_1 و n_2 به ترتیب تعداد مشاهدات در گروه های اول و دوم می باشد.

برای انجام طبقه بندی با استفاده از تجزیه و تحلیل تمایزی باید با استفاده از یک معیار بتوان مشاهده جدید را به یکی از دو گروه نسبت داد. ارزش مرزی یکی از معیارهایی است که برای این حالت به کار می رود. برای محاسبه این معیار ابتدا با استفاده از ضرایب برآورد شده تابع تمایزی، مقدار تابع تشخیصی (درجه تشخیصی) برای تمامی مشاهدات به دست می آید. سپس اگر تعداد مشاهدات در دو گروه برابر نباشند، از فرمول زیر برای محاسبه ارزش میانی استفاده می شود (۲۱):

$$\frac{n_0 \bar{z}_0 + n_1 \bar{z}_1}{n_0 + n_1} = \text{ارزش میانی}$$

که در آن \bar{z}_1 و \bar{z}_0 به ترتیب میانگین تابع تشخیصی برای دو گروه n_1 و n_0 به ترتیب تعداد اعضای گروه می باشد. اگر مقدار تابع تشخیصی برای مشاهده جدید بزرگتر یا مساوی ارزش میانی باشد، مشاهده جدید مربوط به گروه اول و در غیر این صورت مربوط به گروه دوم است.

در تحلیل این روش معمولاً لازم است تفاوت های بین گروه ها را با آزمون آماری تک متغیره مورد بررسی قرار داد. از آماره U یا Wilks Lambda برای قضاوت درباره برابری میانگین ها استفاده

$$n = \frac{110 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.1 \cdot 0.9}{110 \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.1 \cdot 0.9}$$

می شود (۱۵). وقتی که میانگین ها برابرند آماره U یکس لامبدا برابر با یک می شود. به عبارت دیگر مقادیر بزرگتر آماره بیانگر نبود اختلاف معنی دار بین میانگین ها در بین گروه ها است، در حالی که مقادیر کوچکتر نشان می دهد که میانگین گروه ها متفاوت از هم می باشند (۱۶). در الگوی تمایزی ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده نشان دهنده میزان مشارکت هر متغیر در تابع تمایزی می باشند. ضرایب استاندارد نشده در حقیقت ضریب متغیرها در زمانی که بر حسب مقادیر اولیه بیان شده اند می باشند و ضرایب استاندارد شده زمانی به کار گرفته می شوند که متغیرها با میانگین صفر و انحراف معیار یک استاندارد شده باشند. از آنجا که مقادیر ضرایب تابع تمایزی،

$|y_0 - \bar{y}_1|$

متغیرها وارد الگو نشدند.

آزمون ویلکس لامبدا برای میانگین متغیرهای مستقل دو گروه

در تحلیل تمایزی به منظور تجزیه و تحلیل تفاوت‌های دو گروه، لازم است با آزمون‌های آماری تک متغیره، تفاوت‌های بین گروه‌ها مورد بررسی قرار گیرد. جدول ۲ نشان می‌دهد که میانگین متغیرهای سن، تحصیلات، سابقه دامداری، فاصله گاوداری تا تعاونی، نوع واحد دامداری، نوع فعالیت، تعداد رأس دام، وجود محدودیت در شرایط عضویت، تهیه و توزیع ماشین آلات کشاورزی و دامداری، مناسب بودن قیمت گوشت خریداری شده از دامدار، تهیه و توزیع مصالح ساختمانی و حمایت مالی دارای اختلاف معنی‌داری در دو گروه نبوده و آماره ویلکس لامبدا با نزدیک بودن به یک بیانگر مطلب فوق می‌باشد. به همین جهت متغیرهای مذکور از الگوی تحلیل تمایزی کنار گذاشته می‌شوند.

برآورد ضرایب تحلیل تمایزی

بررسی ضرایب استاندارد شده موجود در جدول ۳ و ستون ضرایب استاندارد شده نشان دهنده این است که برنامه‌های آموزشی تعاونی، ارائه خدمات فنی (جیره نویسی، تهیه اسپرم و ...) و خرید گوشت از دامداران دارای علامت منفی بوده و افزایش این سه خدمت توسط تعاونی‌ها سبب کاهش رضایت گاوداران از تعاونی می‌شود. افزایش برنامه‌های آموزشی به دلیل نامناسب بودن زمان برگزاری کلاس‌ها و ماهیت محتوایی این برنامه‌ها و عدم کارایی لازم موجبات نارضایتی اعضا را فراهم می‌آورد. ارائه خدمات فنی با قیمت بالا، خرید گوشت به صورت محدود و عدم پرداخت به موقع وجه آن نیز نارضایتی دامداران را در پی دارد. متغیرهای تهیه و توزیع خوراک دام، مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار، ارائه خدمات مشاوره‌ای، نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری، سهولت در ارائه خدمات، نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی دارای علامت مثبت بوده و افزایش آن‌ها سبب افزایش رضایت اعضا تعاونی می‌شود. و در واقع نشان از مناسب بودن این متغیرها و خدمات دارد. ضرایب استاندارد نشده، مقادیر ضرایب معادله تشخیصی یا تمایزکننده دو گروه راضی و ناراضی از تعاونی می‌باشد. بزرگی این ضرایب، تغییر درجه تشخیصی را در اثر تغییر یک واحد متغیرهای مستقل نشان می‌دهد. بر این اساس با افزایش یک واحد متغیر برنامه‌های آموزشی تعاونی، درجه تشخیصی به اندازه ۰/۷۲۸ واحد (تعداد سال‌های تحصیل) کاهش می‌یابد.

می‌شود که گاودار در گروه گاوداران راضی قرار گیرد و کدام ویژگی‌ها و خدماتی گاودار را در گروه گاوداران ناراضی قرار می‌دهد. در این قسمت به منظور آشنایی بیشتر با متغیرهای وارد شده در الگوی تجزیه و تحلیل تمایزی ابتدا در قسمت الف متغیرهای به کار رفته در الگو معرفی می‌شوند.

ویژگی‌های گاوداران و متغیرهای تحقیق

همان‌طور که در جدول ۱ ملاحظه می‌گردد، میانگین سنی گاوداران ۴۷ سال می‌باشد، همچنین گاوداران به طور متوسط حدود ۲۵ سال به فعالیت گاوداری می‌پردازند. فاصله گاوداری‌ها تا تعاونی از ۲ تا ۵۰ کیلومتر متغیر می‌باشد و به طور متوسط ۱۶ کیلومتر از تعاونی فاصله دارند. تعداد رأس گاو گاوداری‌ها نیز از دامنه‌ی نسبتاً بالایی برخوردار است و میانگین آن ۴۰۰ رأس گاو می‌باشد. تحصیلات گاوداران که بر اساس تعداد سال‌های تحصیل بیان شده است به طور متوسط ۱۱ سال می‌باشد. واحدهای گاوداری دارای سه نوع سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی می‌باشد. گاوداری سنتی از حداقل امکانات و تجهیزات برخوردار است. فاقد ساختمان‌ها و ماشین‌آلات مناسب جهت پروراندن گوساله و همچنین فاقد سیستم شیردوشی برای گاوهای شیری است. گاودار از نظر اطلاعات فنی و بخصوص مدیریت در سطح پایینی قرار دارد و گاو برای چند منظور نگهداری می‌شود. گاودارهای نیمه صنعتی به واحدهایی اطلاق می‌گردد که اصول فنی و مبانی علمی به طور نسبی در ساخت و ساز ساختمان‌ها و تأسیسات آن‌ها اعمال شده و دارای ماشین‌آلات و تجهیزات در حد رفع نیازهای اساسی خود می‌باشند. نوع دام نگهداری شده در این واحدها عمدتاً گاوهای آمیخته می‌باشند. همچنین ظرفیت این واحدها نباید کمتر از ۲۰ رأس دام مولد باشد. در واحدهای صنعتی ساختمان‌ها و تأسیسات آن‌ها بر اساس اصول فنی و مبانی علمی بنا شده و دارای ماشین‌آلات و تجهیزات مناسبی مانند سالن شیردوشی، دستگاه شیردوشی و غیره می‌باشند. نگهداری و پرورش گاوها در این واحدها با استفاده از شیوه‌های متداول و پیشرفته علم دامپروری و در راستای دستیابی به عملکردهای مطلوب تولیدی صورت می‌گیرد. عمدتاً گاوهای اصیل در این واحدها پرورش داده می‌شوند. ظرفیت هر یک از این واحدها نیز نباید کمتر از ۵۰ رأس دام مولد باشد (دفتر اتحادیه گاوداران صنعتی مشهد).

از آنجایی که گاوداران از جنسیت یکسانی برخوردار هستند و همچنین از عملکرد مدیریت تعاونی (مسئولیت‌پذیری مدیریت تعاونی، مهارت و تخصص لازم مدیر تعاونی، رعایت قانون و عدالت توسط مدیر تعاونی و نظم و انضباط کاری مدیر تعاونی)، تهیه نهاده‌های تلقیح مصنوعی و خرید شیر از دامداران رضایت کامل دارند، این

جدول ۱ - متغیرهای تحقیق

متغیر	واحد	نوع متغیر	تعریف متغیر	حداقل	میانگین	حداکثر
سن (X۱)	سال	کمی	سن افراد مورد بررسی	۲۵	۴۷	۷۳
سابقه دامداری (X۳)	سال	کمی	سابقه دامداری افراد مورد بررسی	۷	۲۴/۵	۵۰
فاصله گاوداری تا تعاونی (X۴)	کیلومتر	کمی	نزدیک‌ترین فاصله تعاونی تا گاوداری	۲	۱۶	۵۰
تعداد رأس دام (X۷)	رأس	کمی	تعداد رأس دام موجود در گاوداری‌ها	۵۰	۴۰۰	۹۰۰
جنسیت		مجازی	مونث=۰، مذکر=۱	-	-	-
تحصیلات (X۲)		کمی	تعداد سال‌های تحصیل	۸	۱۱	۱۸
نوع واحد گاوداری (X۵)		مجازی	سنتی=۰، نیمه صنعتی و صنعتی=۱	-	-	-
نوع فعالیت (X۶)		مجازی	پروراری=۰، شیری=۱	-	-	-

متغیر	نوع متغیر	تعریف متغیر	درصد افراد راضی	درصد افراد ناراضی
عملکرد مدیریت تعاونی (مسئولیت پذیری مدیریت تعاونی، مهارت و تخصص لازم مدیر تعاونی، رعایت قانون و عدالت توسط مدیر تعاونی، نظم و انضباط کاری مدیر تعاونی)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۱۰۰	۰
وجود محدودیت در شرایط عضویت (X۸)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۶۷	۳۳
برنامه های آموزشی تعاونی (X۹)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۷۷	۲۳
تهیه و توزیع خوراک دام (X۱۰)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۷۷	۲۳
توزیع ماشین آلات کشاورزی دامداری (X۱۱)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۷۵	۲۵
تهیه نهاده های تلقیح مصنوعی	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۱۰۰	۰
ارائه خدمات فنی (جیره نویسی، تهیه اسپرم) (X۱۲)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۸۸	۱۲
تهیه و توزیع مصالح ساختمانی (X۱۳)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۵۲	۴۸
خرید شیر از دامداران	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۱۰۰	۰
مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار (X۱۴)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۸۸	۱۲
ارائه خدمات مشاوره‌ای (X۱۵)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۹۰	۱۰
حمایت مالی (X۱۶)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۶۲	۳۸
خرید گوشت از دامداران (X۱۷)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۳۸	۶۲
مناسب بودن قیمت گوشت خریداری شده از دامدار (X۱۸)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۶۰	۴۰
نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری (X۱۹)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۹۰	۱۰
سهولت در ارائه خدمات (X۲۰)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۹۸	۲
سرعت در ارائه خدمات (X۲۱)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۹۷	۳
نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی (X۲۲)	مجازی	رضایت = ۱، عدم رضایت = ۰	۹۸	۲

مأخذ: یافته‌های مطالعه

این برنامه‌ها و عدم کارایی لازم موجبات نارضایتی اعضا را فراهم می‌آورد. جدول ۳ همچنین نشان می‌دهد که با افزایش یک واحدی متغیرهای یارانه خدمات فنی و خرید گوشت از گاوداران، درجه تشخیصی به ترتیب به اندازه ۲/۲۹۲ و ۰/۲۰۷ واحد کاهش می‌یابد.

به عبارت دیگر با ثابت فرض نمودن سایر شرایط، با افزایش برنامه‌های آموزشی با احتمال بیشتری گاودار در گروه اعضای ناراضی از تعاونی قرار می‌گیرد. در واقع افزایش برنامه‌های آموزشی به دلیل نامناسب بودن زمان برگزاری کلاس‌ها و ماهیت محتوایی

جدول ۲- آزمون ویلکس لامبدا برای میانگین متغیرهای مستقل دو گروه

متغیر	آماره ویلکس لامبدا	آماره F	سطح معنی‌داری
سن (X۱)	۰/۹۷۵	۱/۴۸۵	۰/۲۲۸ ^{NS}
تحصیلات (X۲)	۰/۹۸۳	۱/۰۰۸	۰/۳۲۰ ^{NS}
سابقه دامداری (X۳)	۰/۹۶۹	۱/۸۴۱	۰/۱۸۰ ^{NS}
فاصله گاوداری تا تعاونی (X۴)	۰/۹۹۲	۰/۴۴۳	۰/۵۰۸ ^{NS}
نوع واحد دامداری (X۵)	۰/۹۷۰	۱/۷۷۲	۰/۱۸۸ ^{NS}
نوع فعالیت (X۶)	۰/۹۸۵	۰/۸۶۴	۰/۳۵۷ ^{NS}
تعداد رأس دام (X۷)	۰/۹۶۵	۲/۱۲۸	۰/۱۵۰ ^{NS}
وجود محدودیت در شرایط عضویت (X۸)	۰/۹۹۲	۰/۴۷۳	۰/۴۹۴ ^{NS}
برنامه‌های آموزشی تعاونی (X۹)	۰/۹۲۷	۴/۵۵۲	۰/۰۳۷ ^{**}
تهیه و توزیع خوراک دام (X۱۰)	۰/۹۲۷	۴/۵۵۲	۰/۰۳۷ ^{**}
تهیه و توزیع ماشین آلات کشاورزی و دامداری (X۱۱)	۰/۹۹۹	۰/۰۳۱	۰/۱۸۶ ^{NS}
ارائه خدمات فنی (جیره نویسی، تهیه اسپرم و ...) (X۱۲)	۰/۹۵۱	۲/۹۹۹	۰/۰۸۹ [*]
تهیه و توزیع مصالح ساختمانی (X۱۳)	۰/۹۸۸	۰/۶۸۸	۰/۴۱۰ ^{NS}
مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار (X۱۴)	۰/۸۹۸	۶/۵۷۷	۰/۰۱۳ ^{**}
ارائه خدمات مشاوره‌ای (X۱۵)	۰/۷۹۴	۱۵/۰۵۵	۰/۰۰۰ ^{***}
حمایت مالی (X۱۶)	۰/۹۹۹	۰/۰۵۲	۰/۱۸۲ ^{NS}
خرید گوشت از دامداران (X۱۷)	۰/۹۵۸	۲/۵۷۲	۰/۱۱۴ [*]
مناسب بودن قیمت گوشت خریداری شده از دامدار (X۱۸)	۰/۹۸۷	۰/۷۶۵	۰/۳۸۵ ^{NS}
نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری (X۱۹)	۰/۶۷۰	۲۸/۵۴۷	۰/۰۰۰ ^{***}
سهولت در ارائه خدمات (X۲۰)	۰/۲۹۷	۱۳۷/۹۲	۰/۰۰۰ ^{***}
سرعت در ارائه خدمات (X۲۱)	۰/۲۹۷	۱۳۷/۹۲	۰/۰۰۰ ^{***}
نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی (X۲۲)	۰/۱۵۹	۳۰۷/۴۰۰	۰/۰۰۰ ^{***}

***، **، * و - به ترتیب معنی‌دار در سطح ۱، ۵ و ۱۰ درصد NS: بی‌معنی
 مأخذ: یافته‌های مطالعه

آزمون تولرانس^۱، در الگوی تحلیل تمایزی وارد نشده است.

مقادیر ماتریس ساختاری

بر اساس اطلاعات جدول ۴، متغیرهای نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی، سهولت در ارائه خدمات و نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری به ترتیب بیشترین اهمیت را در تمایز بین دو گروه از دامداران راضی و ناراضی از تعاونی دارا می‌باشند و متغیرهای ارائه خدمات مشاوره‌ای، مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار، برنامه‌های آموزشی تعاونی، تهیه و توزیع خوراک دام، ارائه خدمات فنی و خرید گوشت از دامداران به ترتیب رتبه‌های بعدی اهمیت را در به وجود آوردن تمایز بین دو گروه دارا می‌باشند.

همچنین با افزایش یک واحدی تهیه و توزیع خوراک دام، مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از گاودار، ارائه خدمات مشاوره‌ای، نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری، سهولت در ارائه خدمات و نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی، درجه تشخیصی به ترتیب ۰/۲۵۷، ۲/۶۱۶، ۲/۵۵۹، ۰/۵۰۵، ۲/۱۰۳ واحد افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر با افزایش این متغیرها، احتمال رضایت اعضا از تعاونی افزایش می‌یابد. در واقع تعاونی گاوداران در زمینه ارائه خدمات تهیه و توزیع خوراک دام، مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از گاودار، ارائه خدمات مشاوره‌ای، نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم‌گیری، سهولت در ارائه خدمات و نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی توانسته موجبات رضایت گاوداران را فراهم آورد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود متغیر سرعت در ارائه خدمات با وجود اختلاف معنادار در دو گروه، به علت رد شدن در

جدول ۳- برآورد ضرایب الگوی تحلیل تمایزی

متغیر	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده
برنامه‌های آموزشی تعاونی (X۹)	-۰/۳۰۹	-۰/۷۲۸
تهیه و توزیع خوراک دام (X۱۰)	۰/۱۰۹	۰/۲۵۷
ارائه خدمات فنی (جیره نویسی، تهیه اسپرم و ... (X۱۲)	-۰/۴۰۸	-۲/۲۹۲
مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار (X۱۴)	۰/۶۲۹	۲/۶۱۶
ارائه خدمات مشاوره‌ای (X۱۵)	۰/۶۴۱	۲/۵۵۹
خرید گوشت از دامداران (X۱۷)	-۰/۱۰۲	-۰/۲۰۷
نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم گیری (X۱۹)	۰/۱۵۰	۰/۵۰۵
سهولت در ارائه خدمات (X۲۰)	۰/۳۷۴	۲/۱۰۳
نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی (X۲۲)	۱/۲۲۴	۱۰/۰۷۱
ثابت		-۱۳/۴۷۹

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴- ماتریس ساختار الگوی تحلیل تمایزی

متغیر	مقادیر ماتریس ساختاری
نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی (X۲۲)	۰/۵۸۹
سهولت در ارائه خدمات (X۲۰)	۰/۳۹۳
نحوه مشارکت اعضاء در تصمیم گیری (X۱۹)	۰/۱۷۹
ارائه خدمات مشاوره‌ای (X۱۵)	۰/۱۳۰
مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار (X۱۴)	۰/۰۸۶
برنامه های آموزشی تعاونی (X۹)	۰/۰۷۲
تهیه و توزیع خوراک دام (X۱۰)	۰/۰۷۲
ارائه خدمات فنی (جیره نویسی، تهیه اسپرم و ... (X۱۲)	۰/۰۵۸
خرید گوشت از دامداران (X۱۷)	-۰/۰۵۴
ضریب همبستگی کانونیکال	۰/۹۷
معنی داری کل الگو	$\chi^2 = 149/303$

مأخذ: یافته‌های مطالعه

آن است که بین متغیرهای مستقل و درجه تشخیصی همبستگی بسیار خوبی وجود دارد. هر چه میزان این همبستگی بیشتر باشد نشانه توانایی بیشتر الگو در ایجاد تمایز بین افراد گروه‌ها می‌باشد. علاوه بر مقادیری که میزان مشارکت هر یک از متغیرها را در الگوی تحلیل تمایزی نشان می‌دهد، معنی‌داری کل تابع تمایزی را نیز می‌توان از نظر برازش کلی اطلاعات مورد بررسی قرار داد.

مقایسه طبقه‌بندی به روش تحلیل تمایزی و تصادفی

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که الگوی تحلیل تمایزی برآورد شده از کل ۵۳ مشاهده گروه اول (گاوداران راضی از تعاونی)، ۵۳ مشاهده (۱۰۰ درصد) را به طور صحیح در گروه گاوداران راضی از تعاونی قرار داده است. و هیچ مشاهده‌ای به طور ناصحیح در گروه دوم (دامداران ناراضی از تعاونی) قرار نگرفته است.

همچنین از ۷ مشاهده گروه دوم (گاوداران ناراضی از تعاونی) نیز، تمام مشاهدات به طور صحیح در این گروه طبقه‌بندی شده‌اند و هیچ مشاهده‌ای به طور ناصحیح در گروه اول قرار نگرفته است. بنابراین در این مطالعه، کل مشاهدات به صورت صحیح طبقه‌بندی شده‌اند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که الگوی تحلیل تمایزی برآورد شده با متغیرهای توضیحی مذکور تا حد بسیار قابل قبولی قادر به پیش‌بینی رضایت اعضاء تعاونی گاوداران می‌باشد. همچنین آماره $\chi^2 = 60$

Press, S Q بزرگتر از مقدار بحرانی $\chi^2 = 6/63$ شده است. بنابراین طبقه‌بندی تحلیل تمایزی به طور معنی‌داری بهتر از طبقه‌بندی تصادفی می‌باشد.

جدول ۵- طبقه بندی گاوداران به لحاظ رضایت از تعاونی گاوداران

وضعیت رضایت	تعداد مشاهدات	نتایج پیش‌بینی	
		راضی	ناراضی
راضی	۵۳	۵۳	۰
ناراضی	۷	۹	۳۹

مأخذ: یافته‌های مطالعه

مطالعاتی که تاکنون در زمینه رضایت از تعاونی‌ها انجام شده، هیچ یک از الگوی تحلیل تمایزی استفاده نکرده‌اند بلکه از روش‌های دیگری مانند روش‌های توصیفی و اسنادی بهره جسته‌اند که مطالعه‌ی دیزاوندی و همکاران (۱۳۸۹)، آذری و همکاران (۱۳۸۸)، لیو و همکاران (۲۰۰۸) و داکورا و همکاران (۲۰۰۵) از جمله‌ی آن‌هاست که در قسمت پیشینه پژوهش به آن‌ها اشاره شد. در مطالعات غیر مرتبط با تعاونی تنها می‌توان به مطالعه شاهنوشی و همکاران (۱۳۹۰) که به بررسی عوامل ساختاری و عملکردی موثر بر رضایت

مقدار آماره $\chi^2 = 149/303$ برای معادله تشکیل شده جهت تمایز بین دو گروه دامداران راضی و ناراضی از تعاونی در سطح صفر درصد معنی‌دار می‌باشد که می‌توان گفت میانگین تمامی متغیرهای تشخیصی در دو گروه به طور هم‌زمان کاملاً متفاوت از هم است و با استفاده از این متغیرها قابلیت تفکیک و تمایز میان دو گروه وجود دارد. ضریب همبستگی کانونیکال برابر ۰/۹۷ است. این ضریب بیانگر

به وجود آوردن تمایز بین دو گروه دارا هستند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که دامداران نگرشی مثبت نسبت به تهیه و توزیع خوراک دام توسط تعاونی‌ها دارند چرا که تهیه برخی از اقلام خوراک دام با توجه به وارداتی بودن آن‌ها برای گاودار دشوار بوده و پیشنهاد می‌شود که تعاونی‌های گاوداران این رسالت را به عهده بگیرند و به دامداران در جهت تولید هرچه بیشتر یاری رسانند. نتایج همچنین نشان می‌دهد که سهولت در ارائه خدمات توسط تعاونی‌های گاوداران از عوامل مهم در تمایز بین دامداران راضی و ناراضی از تعاونی‌های گاوداران می‌باشد که باید تعاونی‌های گاوداران به این نکته توجه داشته باشند و در ارائه خدمات تسهیلات ایجاد کنند. با توجه به این که این مطالعه نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی با رضایت دامداران از تعاونی رابطه منفی دارد، لذا تعاونی‌های گاوداران باید به این نکته توجه داشته باشند که اگرچه برنامه‌های آموزشی در افزایش آگاهی و بهره‌وری دامداری‌ها می‌تواند مؤثر باشد و لیکن نامناسب بودن زمان برگزاری کلاس‌ها و ماهیت محتوایی این برنامه‌ها و عدم کارایی لازم می‌تواند نتیجه عکس داشته باشد و موجبات نارضایتی اعضا را فراهم آورد.

بیمه‌گذاران از بیمه‌ی محصولات کشاورزی در استان خراسان رضوی پرداختند اشاره کرد. در مطالعه مذکور نیز از روش تحلیل تمایزی استفاده شده است ولی به دلیل متفاوت بودن حوزه مورد بررسی این مطالعه، نتایج آن قابل مقایسه با نتایج پژوهش حاضر نیست. بنابراین مطالعه حاضر در حوزه تعاونی‌های گاوداری، مطالعه‌ای جدید می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج این پژوهش که در پی شناسایی و بررسی رضایت اعضا و یافتن وجوه متمایز کننده بین اعضای راضی و ناراضی از عملکرد تعاونی‌های گاوداران شهرستان مشهد با بهره‌گیری از الگوی تحلیل تمایزی می‌باشد، بیانگر این است که متغیرهای نحوه برخورد کارکنان شرکت تعاونی، سهولت در ارائه خدمات و نحوه مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری به ترتیب بیشترین اهمیت را در تمایز بین دو گروه از دامداران راضی و ناراضی از تعاونی‌ها می‌باشند و متغیرهای ارائه خدمات مشاوره‌ای، مناسب بودن قیمت شیر خریداری شده از دامدار، برنامه‌های آموزشی تعاونی، تهیه و توزیع خوراک دام، ارائه خدمات فنی و خرید گوشت از دامداران به ترتیب رتبه‌های بعدی اهمیت را در

منابع

- ۱- آذری ل، هوشمند م. و نقوی س. ۱۳۸۷. سنجش رضایت‌مندی از فعالیت شرکت‌های تعاونی مرزنشینان استان خراسان رضوی. فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۲: ۱۱۱-۸۷.
- ۲- بستامی ر.م، حیدری ع.ق. و صدیقی ح. ۱۳۸۸. بررسی عوامل مؤثر بر ترویج و توسعه فرهنگ تعاون در استان سیستان و بلوچستان. مجله تعاون، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱: ۵۳-۳۵.
- ۳- ثابت دیزاوندی م.، انصاری ح. و ازکیا م. ۱۳۸۹. بررسی میزان رضایت اعضا از عملکرد اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌های روستایی مطالعه موردی تعاونی‌های روستایی شهرستان مشهد. تعاون، شماره ۲.
- ۴- دفتر اتحادیه گاوداران صنعتی مشهد.
- ۵- سایت مرکز آمار ایران: <http://www.amar.org.ir>
- ۶- سایت اتاق تعاون مرکزی ایران: <http://www.icccoop.ir>
- ۷- شاهنوشی ن.، رفیعی دارایی ه. و عدالتیان ع. ۱۳۹۰. بررسی عوامل ساختاری و عمل کردی مؤثر بر رضایت بیمه‌گذاران از بیمه‌ی محصولات کشاورزی: مطالعه‌ی موردی استان خراسان رضوی. اقتصاد کشاورزی، شماره ۱: ۱۲۱-۱۰۳.
- ۸- عباسی ر.، رسول زاده ب. و عباسی پ. ۱۳۸۸. عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونی‌های تولیدی استان اردبیل. تعاون، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱.
- ۹- علی‌بیگی ا.ح. و نکویی‌نائینی س.ع. ۱۳۸۷. عوامل مؤثر بر میزان مشارکت اعضا در مدیریت تعاونی‌های روستایی شهرستان کرمانشاه. علوم کشاورزی ایران (ویژه اقتصاد و توسعه کشاورزی)، شماره ۱: ۹۵-۸۷.
- ۱۰- کهنسال م.، منصوری ه. و قربانی م. ۱۳۸۷. بررسی عوامل مؤثر بر دسترسی کشاورزان خراسان رضوی به اعتبارات بانک کشاورزی. مجله اقتصاد کشاورزی، شماره ۴: ۲۵۶-۲۳۷.
- ۱۱- گراوند ا.، نورایی م. و ساعی ارسا ا. ۱۳۸۹. تأثیر آمیخته بازاریابی در تصمیم خرید و میزان رضایت مشتریان شرکت‌های تعاونی تولیدی شهرستان کوه‌دشت. تعاون، شماره ۳.
- ۱۲- لاجوردی س.ج. ۱۳۸۹. مدیریت تعاونی‌ها. انتشارات حامی.
- ۱۳- لطیفیان ا. ۱۳۸۵. بررسی عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی استان خراسان بزرگ. ماهنامه علمی-پژوهشی دانشگاه شاهد، شماره ۲۰: ۸۴-

- 14- Dakurah H.A., Goddard E. and Osuteye N. 2005. Attitudes Towards and Satisfaction with Cooperatives in Alberta, A survey Analysis, The American Agricultural Economics Association Annual Meeting, Providence, Rhode Island.
- 15- Hansen M., Morrow J. and Batista J. 2002. the impact of trust on cooperative membership retention, performance, and satisfaction: an exploratory study, The International Food and Agribusiness Management Review, 1:41-59.
- 16- Hakelius K. 2007. Changing Values – a Repeated Study of Farmers' Attitudes towards Directors of Cooperatives, 3rd International Conference on Economics and Management of Networks, Rotterdam School of Management Erasmus University, Rotterdam.
- 17- Hair J.F., Anderson A.E., Tatham R.L., and Black W.C. 1992. Multivariate data analysis with reading, 3rd Edition, NewYork, MacMillan.
- 18- Huberty C.J. 1994. Applied discriminant analysis, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- 19- Laursen C.V., Karantininis K., and Bhuyan S. 2008. Organizational Characteristics and Member Participation in Agricultural Cooperatives: Evidence from Modern Danish Cooperatives. The Role of the Cooperatives in the European Agro-food System. Bologna1-18.
- 20- Lekshmi S., Rugmini P. and Thomas J. 1998. Characteristics of Defaulters in Agricultural Credit Use: A Micro Level Analysis with Reference to Kerala. Indian Journal of Agricultural Economics, 4.
- 21- Liu J., Xu L., Cao X., Wang X., Sun H., Tang C.H., Yang Z.H., Song X., and Lv M. 2008. Analysis of satisfaction about new cooperative medical scheme and its influencing factors in Weihai, China. Health Policy, 2: 239-244.
- 22- Maddala G.S. 1983. Limited depended and qualitative variables in econometrics, NewYork, Cambridge University Press.
- 23- Sharma S. 1996. Applhed multivariate techniques, NewYork, Willey and Son.
- 24- Wang H., Gu D. and Dupre M. 2008. Factors associated with enrollment, satisfaction, and sustainability of the New Cooperative Medical Scheme program in six study areas in rural Beijing. Health Policy, Volume 85: 32-44.