

تعاونی‌های کسب و کار خانگی در استان همدان (چالش‌ها و راهکارها)

حشمت‌اله سعدی*^۱ - فریبا حیدری^۲

۱. استادیار دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان
۲. کارشناسی ارشد رشته توسعه روستایی، دانشگاه بوعلی سینا همدان
(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۵/۲، تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۸/۳۰)

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی چالش‌ها و مشکلات تعاونی‌های کسب و کار خانگی انجام شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل کلیه اعضای تعاونی‌های کسب و کار خانگی استان همدان در سال ۱۳۹۰ می‌باشد که به صورت تمام شماری بررسی شده‌اند ($N=80$). ابزار تحقیق این پژوهش توصیفی-پیمایشی پرسش‌نامه‌ای بود که روایی آن بر اساس نظر جمعی از اساتید و پایایی آن نیز با محاسبه ضریب کرونباخ آلفا ($\alpha=0/77$) برآورد شده است. در این پژوهش در کنار توصیف داده‌ها از تحلیل عاملی نیز استفاده شد. بر اساس نتایج تحقیق از مجموع ۳۱ مشکل اساسی تعاونی‌ها، پایین بودن سطح درآمد و شرکت نکردن اعضا در کلاس‌های آموزشی در اولویت‌های نخست قرار گرفته‌اند. هم‌چنین نتایج تحلیل عاملی نشان داد، مشکلات تعاونی‌های کسب و کار خانگی را می‌توان در پنج عامل کلیدی ۱- ضعف حمایت‌های دولتی؛ ۲- مشکلات و چالش‌های مدیریتی؛ ۳- ضعف برنامه‌ریزی؛ ۴- مشکلات اقتصادی و تولیدی و ۵- ضعف خلاقیت و کارآفرینی دسته‌بندی کرد. در پایان راه آموزش‌های کاربردی بر اساس نیاز آموزشی اعضا، ارائه تسهیلات ارزان قیمت و ارتقای سطح درآمد تعاونی‌ها مهم‌ترین راه‌حل برون رفت تعاونی‌ها از شرایط کنونی پیشنهاد شده است.

واژه‌های کلیدی: کسب و کارهای کوچک، کسب و کار خانگی، تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی، استان همدان

Email: hsaadi48@yahoo.com

* نویسنده مسؤل

نویسندگان مقاله از صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران ایران (INSF) که بخشی از هزینه این پژوهش را تامین نموده‌اند صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایند.

مقدمه

کسب و کارهای کوچک بخش جدایی ناپذیر فرایند تحول و دگرگونی در بازار رو به گسترش دنیای امروز هستند. این کسب و کارها در ابداع شیوه‌های جدید که منجر به تغییرات فناوری و افزایش توانایی تولید خواهد شد، نقش مهمی ایفا می‌کنند. می‌توان گفت چنین واحدهایی در جست‌وجوی تغییر و تحول و رقابت هستند، چون در حال دگرگون کردن ساختار کلی بازار هستند (اکس زولتان جی، ۱۳۸۳، ص ۱۷).

پن روز^۱، در نظریه‌ی اقتصادهای حاشیه‌ای^۲، اعتقاد دارد در شرایط شکوفایی و رونق اقتصادی، ایجاد فرصت‌های رشد برای کسب و کارهای کوچک، ممکن‌الوصول و راحت‌تر از توسعه کسب و کارهای بزرگ است (یونیدو، ۲۰۰۳، ص ۱۲۶).

بنگاه‌های کوچک با هزینه‌های عمومی کم و ظرفیت محدود ماشین‌آلات، انعطاف‌پذیری بیش‌تری دارند. این صنایع با ایجاد شبکه‌های ارتباطی منظم و همکاری‌های نظام‌مند با یک‌دیگر، ضمن دستیابی به شاخص‌های تولید انبوه، از مزیت‌های کسب و کارهای کوچک هم‌چون نوآوری و تنوع نیز برخوردار هستند (برخوردار، ۱۳۸۹، ص ۶). برخی اشتغال‌زایی را از ویژگی‌های مهم کسب و کارهای کوچک می‌دانند (میرمحمدی، ۱۳۸۸، ص ۱۱)، و برخی نیز بر انعطاف‌پذیری این مشاغل تاکید دارند (مهر، ۱۳۸۹، ص ۱۰۴). عباسلو و سبزه‌یی (۱۳۹۰، ص ۳۴) بالا بودن ظرفیت نوآوری را از ویژگی‌های مهم این نوع کسب و کار می‌دانند و زالی و رضوی (۱۳۸۷) بر سودآوری بالاتر آنها اشاره می‌کنند. برخی نیز معتقدند بهره‌وری این گونه کسب و کارها بالاست (امیرخانی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۵). این ویژگی‌ها باعث شده تا سیاست‌گذاران اقتصادی در کشورهای غربی اهمیت بیش‌تری به این بنگاه‌ها داده و نقش آنها را در توسعه‌ی اقتصاد ملی خود از طریق برنامه‌های حمایتی گوناگون پررنگ‌تر کنند. در کسب و کارهای کوچک، کارفرما که در موارد بسیاری کارآفرین است در محیط زندگی

1. Pen Rooz
2. Marginal economics

خود با استفاده از امکانات در دسترس اقدام به کسب‌وکار کرده و برای خود و گاهی دیگران ایجاد اشتغال می‌کند (Simeon & et al, 2009, p. 1458). در حال حاضر اقتصاد برخی از کشورها هم‌چون ترکیه تا حد قابل توجهی وابسته به کسب‌وکارهای خانگی است (Cunbult & Hicusenmisz, 2009).

اهمیت اقتصادی - اجتماعی کسب و کارهای خانگی

کسب‌وکار خانگی موجب کاهش نشت اقتصادی محلی به مناطق دیگر می‌شود و افراد محلی خودشان در منطقه‌ی خودشان کار می‌کنند و از نظر استخدامی خود کفایی به‌وجود آمده و رشد اقتصادی محلی پایدار تسهیل می‌شود. به این ترتیب نیروی بالقوه‌ای برای ترویج کسب‌وکارهایی که فرصت‌های اشتغال محلی یا بومی خلق می‌کنند به‌وجود می‌آید (عباسی، ۱۳۹۰). کسب‌وکارهای خانگی نقطه‌ی شروع مناسبی برای جوانان است، زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب‌وکار ساده و آسان می‌باشد (کردنائیج و زالی، ۱۳۸۸، ص ۴۱). این نوع کسب‌وکارها برای افرادی که در مکان‌های دورافتاده ساکنند و زنانی که مسئولیت خانوادگی دارند نیز بسیار مفید است. به‌ویژه صنایع نوظهوری مانند فناوری اطلاعات^۱ (IT) که در آن جنسیت نیز مطرح نیست، می‌تواند برای هر دو جنس اشتغال ایجاد کند (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۰). از طرفی هم بسیاری از افرادی که کسب‌وکارهای خانگی به راه می‌اندازند تمایل به ایجاد توازن میان کار و زندگی خانوادگی دارند (انتظاریان و طهماسبی، ۱۳۸۹، ص ۷۸). در این نوع کسب‌وکار افراد به‌دلیل ذی‌نفع بودن، انگیزه‌ی بیش‌تری دارند، همین امر سبب می‌شود عملکرد بهتری داشته باشند و در نتیجه بهره‌وری افزایش یابد (ملکی نژاد، ۱۳۸۷، ص ۲۶).

تعاونی‌های کسب‌وکارهای کوچک خانگی

در مواردی ممکن است، کسانی که در حوزه‌ی کسب‌وکارهای خانگی فعالیت می‌کنند برای سامان‌دهی به فعالیت‌ها و استفاده‌ی بهتر از فرصت‌ها تعاونی تاسیس کنند که

1. Information Technology (IT)

در چارچوب نظریات توسعه‌ی تشکیل تعاونی می‌تواند توانمندی اقتصادی اعضا را افزایش دهد (بهنود، ۱۳۸۸، ص ۷۵). و با بهبود وضع زندگی اعضا، و افزایش سطح دسترسی به منابع تولید، در نهایت خوداتکایی آنان افزایش یابد (برازنده مقدم، ۱۳۸۸، ص ۶۱). یک تعاونی کسب و کار تشکلی است که با هدف ارائه‌ی خدمات به اعضا در زمینه‌های مختلف بازاریابی، خرید، فروش، تامین نهاده‌های اولیه و حمایت صنفی شکل می‌گیرد. تعاونی‌های کسب و کار در اصول و مبانی از قوانین بخش تعاون تبعیت می‌کنند و ویژگی بارز آنها فعالیت در حوزه‌ی تولید و کسب و کار می‌باشد (USDA, 2010).^۱ البته الزاماً یک تعاونی کسب و کار ممکن است کلیه‌ی مراحل خرید نهاده‌های اولیه تا بازاریابی و فروش آنها را انجام ندهد بلکه صرفاً به یک بخش از این اقدامات پردازد. امروزه در سراسر جهان تعاونی‌هایی شکل گرفته‌اند که اقدام به فروش تولیدات کسب و کارهای کوچک یا کسب و کارهای خانگی می‌کنند (Reynolds Wadsworth, 2009). گاهی تعاونی کسب و کار در کنار هم قرار گرفته و تعاونی تشکیل می‌دهند. این تعاونی‌ها فعالیت‌های کلیدی مثل خرید، فروش، تامین تسهیلات و هماهنگی بین شرکت‌های کوچک را انجام می‌دهد (UCE, 2009). زوجو و همکاران (Xuchu et al., 2011) معتقدند تشکیل تعاونی باعث دسترسی موسسات و شرکت‌های کوچک به بازارهای بزرگ می‌شود. این تعاونی‌ها با بسیج منابع محدود، در اختیار قرار دادن اعتبارات، دانش و فناوری مناسب به اعضا در زمینه‌ی روش‌های جدید تولید و بازاریابی، ضمن توسعه‌ی سازمانی خود می‌توانند زنان را به کارآفرینی موفق مبدل کنند (Sanyang & Huang, 2008, p 674).

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برای توسعه‌ی کارآفرینی و در راستای منطقی کردن کسب و کارهای خانگی مصمم است تا با ایجاد شرکت‌ها و تعاونی‌های صاحب صلاحیت موجبات شکل‌گیری آنها را فراهم کند. در حال حاضر در مجموع تعداد ۱۵ مورد از این تعاونی‌ها در سطح استان همدان شکل گرفته که البته ۴ مورد از آنها غیر فعال می‌باشد. (جدول شماره ۱).

1. United States Department of Agriculture (USDA)

جدول ۱. فهرست تعاونی‌های مشاغل خانگی در استان همدان

| ردیف | نوع فعالیت | تعداد اعضا | تاریخ تاسیس | محل فعالیت | وضعیت |
|----------------|--|------------|-------------|------------|----------|
| ۱ | خدمات پزشکی | ۸ | ۱۳۸۰ | همدان | فعال |
| ۲ | فرش دستبافت | ۷ | ۱۳۸۶ | همدان | فعال |
| ۳ | صنایع دستی - گلسازی | ۷ | ۱۳۸۵ | همدان | غیر فعال |
| ۴ | صنایع دستی - ساخت سازهای موسیقی | ۷ | ۱۳۸۵ | همدان | غیر فعال |
| ۵ | باز یافت الیاف نساجی | ۷ | ۱۳۸۵ | همدان | فعال |
| ۶ | بسته‌بندی انواع سبزیجات و انواع عرقیات | ۷ | ۱۳۸۸ | همدان | فعال |
| ۷ | بسته‌بندی و سورتینگ | ۸ | ۱۳۸۷ | همدان | فعال |
| ۸ | بسته‌بندی برنج و حبوبات | ۷ | ۱۳۸۵ | همدان | فعال |
| ۹ | گلدوزی | ۷ | ۱۳۸۶ | ملایر | فعال |
| ۱۰ | صنایع دستی - بافندگی | ۳۰ | ۱۳۸۰ | ملایر | غیر فعال |
| ۱۱ | فرش دستبافت | ۷ | ۱۳۸۷ | ملایر | فعال |
| ۱۲ | صنایع دستی - نقره کوبی | ۷ | ۱۳۸۵ | نهایند | فعال |
| ۱۳ | صنایع دستی | ۷ | ۱۳۸۵ | نهایند | فعال |
| ۱۴ | صنایع دستی | ۳۰ | ۱۳۸۲ | کبودرآهنگ | غیر فعال |
| ۱۵ | تولید و توزیع مواد خوراکی (سبزی، ترشی و ...) | ۸ | ۱۳۸۹ | همدان | فعال |
| جمع تعداد اعضا | | ۱۵۴ | | | |

منبع: اداره کل تعاون استان همدان

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

مطالعات محدودی درباره‌ی تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی انجام شده است. گل محمدی و همکاران (۱۳۸۸) تأمین نیازهای اولیه بر اساس درخواست اعضا و فروش محصولات تولیدی در بازار، شرکت در نمایشگاه‌های استانی و کشوری به منظور بازاریابی مناسب محصولات تولیدی را عنصر مهمی در شکل‌گیری این تعاونی‌ها می‌دانند. رودگر نژاد و کیا کجوری (۱۳۸۹) عوامل و موانع توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی را به شش گروه نبود طرح کسب و کار مناسب، نبود تجربه و تخصص، دسترسی نداشتن به بازار مناسب، موانع ناشی از دسترسی نداشتن به اطلاعات، عدم تأمین اعتبار مالی برای سرمایه‌گذاری کسب و کار خانگی و موانع قانونی تقسیم کرده‌اند. انتظاریان و طهماسبی (۱۳۸۹) موانع مدیریتی را در راه‌اندازی و توسعه‌ی مشاغل خانگی اثرگذار دانسته‌اند. پورآتشی (۱۳۸۹) نبود زیرساخت مناسب، هزینه‌ی اولیه‌ی به نسبت بالا، نیاز به سواد رایانه‌ای و تداوم ارتباط و هزینه‌های پشتیبانی را مشکل اساسی کسب و کارهای خانگی

می‌داند. رضاپور (۱۳۸۹) نبود سامان‌دهی مناسب را مشکلی بزرگ برای این مشاغل می‌داند. دیواندری و همکاران (۱۳۸۸) مدیریت سنتی در کسب‌وکارهای خانگی را عامل بهره‌وری پایین و عدم موفقیت آنها در ایران می‌دانند. برخورداری (۱۳۸۹)، پایین بودن استاندارد کیفی کالای تولید شده را از ویژگی‌های بنگاه‌های کوچک و خانگی می‌داند. این ویژگی‌ها موجب می‌شود تا حتی نهادها و موسسات دولتی نیز تمایلی به عقد قرارداد با آنها نداشته و این امر مانع از توسعه‌ی این بنگاه‌ها می‌شود (حبیبی، ۱۳۹۰، ص ۲۷). کسب‌وکارهای کوچک اغلب نمی‌توانند از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس چه در شکل استفاده از اندازه‌ی بنگاه و چه در نوع مدیریت استفاده کنند (هفده تن، ۱۳۸۸، ص ۱۱). موسسات مالی اعم از موسسات داخلی و خارجی تمایلی به تامین نیازهای سرمایه‌ای این کسب‌وکارها از خود نشان نمی‌دهند (حبیبی، ۱۳۹۰، ص ۲۷). به این ترتیب موفقیت تعاونی‌های کسب‌وکارهای خانگی در گرو برنامه‌ریزی‌های دقیق علمی بوده و این خود نخست نیازمند شناخت مسائل و مشکلات آنهاست. برخی از اهداف این پژوهش عبارتند از:

◀ شناسایی و اولویت‌بندی مسائل و مشکلات تعاونی‌های کسب‌وکارهای خانگی در استان همدان؛

◀ شناسایی عوامل کلیدی و زیربنایی یا زمینه‌ساز مسائل و مشکلات تعاونی‌ها؛

◀ بررسی وضعیت مشکلات با توجه به برخی از ویژگی‌های تعاونی‌ها یا اعضای آنها.

روش‌شناسی

این پژوهش به صورت پیمایشی^۱ انجام شده و با انتخاب و مطالعه‌ی نمونه‌های منتخب از جامعه، فراوانی، توزیع و روابط بین متغیرها نقد و بررسی شده است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسش‌نامه می‌باشد. دقت شاخص‌ها و گویه‌ها در پرسش‌نامه یا روایی صورتی^۲ توسط متخصصان فن تایید شده است. برای بررسی پایایی ابزار تحقیق^۳ پرسش‌نامه در اختیار تعدادی از اعضا و مدیران تعاونی‌های مشاغل خانگی استان همدان قرار گرفت و

1. Survey Research

2. Face Validity

3. Reliability

نتایج آن بررسی و آلفای کرونباخ آن ۰/۷۷ درصد به دست آمده که رقم قابل قبولی می‌باشد. از تعاونی‌های مشاغل خانگی استان همدان تعداد ۱۱ تعاونی فعال با ۸۰ نفر عضو به صورت تمام شماری بررسی شده است. با توجه به ماهیت تحقیق در این مطالعه داده‌ها توصیف و تحلیل شده‌اند. در بخش توصیف اطلاعات از آماره‌های توصیفی و در بخش تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی^۱ برای دستیابی به عوامل کلیدی استفاده شده است. در ادامه نیز تعدادی از فرضیات تحقیق مورد آزمون قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها

بر اساس مطالعات اولیه ۲۶/۶ درصد تعاونی‌های بررسی شده در سطح استان به دلیل نداشتن برنامه‌ی مدون، کمبود نیروی انسانی و مسائل مدیریتی غیرفعال هستند. از مجموع اعضای تعاونی‌های فعال ۵۸/۶ درصد را مردان و مابقی را زنان تشکیل می‌دهند. میانگین سنی جامعه‌ی بررسی شده ۳۵/۵۰ سال با انحراف معیار ۸/۱۶ می‌باشد. بالاترین فرد عضو ۵۵ سال و کم‌ترین آن ۲۴ سال سن دارد. میزان تحصیلات ۲۱/۴ درصد از پاسخ‌گویان زیر دیپلم، ۲۵/۷ درصد دیپلم، ۳۴/۴ درصد کاردانی، ۱۵/۷ درصد مدرک کارشناسی و ۲/۹ درصد مدرک کارشناسی ارشد دارند. طبق نتایج به دست آمده ۷۳/۷ درصد از اعضای تعاونی‌ها ساکن شهر و ۲۶/۳ درصد ساکن روستا هستند. سابقه‌ی عضویت افراد در تعاونی‌های بررسی شده از یک تا ۱۰ سال با میانگین ۶ و انحراف معیار ۲/۶ سال متغیر است.

هدف اول: شناسایی و اولویت‌بندی مسائل و مشکلات تعاونی‌های کسب‌وکارهای خانگی در استان همدان

جدول شماره (۲) موانع توسعه‌ی تعاونی‌های کسب‌وکارهای خانگی را نشان می‌دهد. در نگاه نخست می‌توان دریافت که تعاونی با مشکلات بسیاری روبه‌رو می‌باشد، با این وجود اولویت موانع و مشکلات از نگاه اعضاء متفاوت است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود پایین بودن سطح درآمد تعاونی‌های بررسی شده (با میانگین رتبه‌ای ۴/۲۱ و ضریب

1. Analysis Factor

تغیر ۰/۲۰۲) در اولویت نخست مشکلات قرار گرفته و تعاونی‌های بررسی شده نتوانسته‌اند انتظارات اعضا را در زمینه‌ی درآمدزایی در حد قابل انتظار برآورده کنند. نبود زمینه‌ی مناسب برای توسعه‌ی تعاونی‌ها (میانگین رتبه‌ای ۴/۱۷ و ضریب تغییر ۰/۲۰۵) اولویت دوم را به خود اختصاص داده است. و سرانجام ضعف آموزش سومین اولویت می‌باشد که اعضا به آن اشاره داشته‌اند (میانگین رتبه‌ای ۴/۲۱ و ضریب تغییر ۰/۲۰۶). اعضای تعاونی‌ها در حوزه‌های مختلف تخصصی، مالی، اداری، بازاریابی و مدیریتی نیازمند آموزش هستند و این در حالی است که تنها ۲۴ درصد اعضا در حدی محدود در دوره‌های آموزشی شرکت داشته‌اند. نبودن سازمان و اتحادیه‌ی قوی برای سروسامان دادن به امور تعاونی‌ها، دسترسی نداشتن به بازار مصرف، و ناتوانی تعاونی‌ها در شکل‌گیری اشتغال پایدار از مسائل و مشکلاتی می‌باشد که در اولویت قرار دارند. در مقابل ضعف مدیریت در تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی (با میانگین رتبه‌ای ۳/۶۶ و ضریب تغییر ۰/۲۹۷) کم‌ترین اولویت را در مجموع مشکلات تعاونی‌ها دارد.

جدول ۲. اولویت‌بندی موانع توسعه‌ی تعاونی‌های مشاغل خانگی

| رتبه | CV | انحراف معیار | میانگین رتبه‌ای | مانع |
|------|-------|-----------------|--------------------|---|
| ۱ | ۰/۲۰۲ | ۰/۸۴۹ | ۴/۲۱ | پایین بودن سطح درآمد تعاونی‌ها |
| ۲ | ۰/۲۰۵ | ۰/۸۵۶ | ۴/۱۷ | نبود زمینه‌سازی و فرهنگ‌سازی کافی برای توسعه‌ی تعاونی‌ها |
| ۳ | ۰/۲۰۶ | ۰/۸۶۶ | ۴/۲۱ | ناکافی بودن دوره‌های آموزش و ترویج کارآفرینی در تعاونی‌ها |
| ۴ | ۰/۲۱۰ | ۰/۸۶۷ | ۴/۱۳ | دسترسی نداشتن به بازار مناسب |
| ۵ | ۰/۲۱۶ | ۰/۸۸۷ | ۴/۱۰ | ناتوانی تعاونی‌ها در ایجاد اشتغال پایدار برای اعضا |
| ۶ | ۰/۲۱۷ | ۰/۸۷۵ | ۴/۰۴ | ناتوانی در شناسایی کسب و کار مناسب |
| ۷ | ۰/۲۱۸ | ۰/۹۱۶ | ۴/۲۱ | نبودن اتحادیه‌ی قوی برای سامان‌دهی تعاونی‌ها |
| ۸ | ۰/۲۲۵ | ۰/۹۳۱ | ۴/۱۳ | نبود سیاست‌گذاری‌های کلان درباره‌ی کسب و کارهای خانگی |
| ۹ | ۰/۲۲۷ | ۰/۹۲۸ | ۴/۰۹ | ناتوانی در رقابت با سایر شرکت‌ها و تعاونی‌ها |
| ۱۰ | ۰/۲۳۱ | ۰/۹۰۶ | ۳/۹۳ | کمبود حمایت از طرف دولت |
| ۱۱ | ۰/۲۳۴ | ۰/۹۵۹ | ۴/۰۹ | عدم تشویق لازم از تعاونی‌های دارای کسب و کارهای خانگی |
| ۱۲ | ۰/۲۴۲ | ۰/۹۸۳ | ۴/۰۷ | مشکلات قانونی برای توسعه‌ی تعاونی |
| ۱۳ | ۰/۲۴۲ | ۰/۹۸۹ | ۴/۰۹ | کمبود کارآفرین با ایده‌ی مناسب |
| ۱۴ | ۰/۲۴۳ | ۰/۹۷۰ | ۳/۹۹ | نبود انگیزه در اعضا و ناتوانی در انگیزش |
| ۱۵ | ۰/۲۴۳ | ۰/۹۶۳ | ۳/۹۷ | استفاده از مدیریت سنتی |
| ۱۶ | ۰/۲۴۵ | ۱/۰۰۴ | ۴/۰۹ | پشتیبانی نکردن مالی بانک‌ها و حذف موانع دریافت وام |

| رتبه | CV | انحراف معیار | میانگین رتبه‌ای | مانع |
|------|-------|--------------|-----------------|---|
| ۱۷ | ۰/۲۴۵ | ۱/۰۰۴ | ۴/۰۹ | نبود حمایت‌های لازم نسبت به محصولات تولیدی تعاونی‌ها |
| ۱۸ | ۰/۲۵۰ | ۱/۰۲۹ | ۴/۱۱ | نبود عملکرد کارآمد |
| ۱۹ | ۰/۲۶۰ | ۱/۰۴۹ | ۴/۰۳ | نبود تمرکز بر مشتری و ناآگاهی به اصول مشتری‌مداری |
| ۲۰ | ۰/۲۶۰ | ۱/۰۴۹ | ۴/۰۳ | ضعف نظارت و کنترل برنامه‌ها |
| ۲۱ | ۰/۲۶۵ | ۱/۰۵۶ | ۳/۹۹ | شناسایی نکردن ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و فرصت‌ها |
| ۲۲ | ۰/۲۶۵ | ۱/۰۴۰ | ۳/۹۳ | سودآوری پایین تعاونی‌های کارآفرین |
| ۲۳ | ۰/۲۶۶ | ۱/۰۶۳ | ۴/۰۰ | دسترسی محدود به اطلاعات نوین از طرف دستگاه‌های حمایتی |
| ۲۴ | ۰/۲۷۳ | ۱/۰۸۳ | ۳/۹۶ | نبود برنامه‌ریزی منظم برای برگزاری دوره‌های آموزشی |
| ۲۵ | ۰/۲۷۵ | ۱/۰۴۴ | ۳/۸۰ | ترویج نکردن نوآوری‌های علمی و فنی در سطح تعاونی |
| ۲۶ | ۰/۲۸۱ | ۱/۰۷۶ | ۳/۸۳ | بهره‌وری پایین کسب و کارهای خانگی |
| ۲۷ | ۰/۲۸۲ | ۱/۰۷۱ | ۳/۸۰ | بسترسازی نامناسب برای فعالیت تعاونی‌های کارآفرین |
| ۲۸ | ۰/۲۸۵ | ۱/۱۱۳ | ۳/۹۱ | ضعف تخصص و آگاهی نیروی شاغل در تعاونی‌ها |
| ۲۹ | ۰/۲۸۷ | ۱/۱۱۸ | ۳/۹۰ | موانع ساختار و سازمانی در تعاونی‌ها |
| ۳۰ | ۰/۲۹۶ | ۱/۱۶۴ | ۳/۹۳ | جذاب نبودن محصولات تولیدی در بازار مصرف |
| ۳۱ | ۰/۲۹۷ | ۱/۰۷۹ | ۳/۶۳ | ضعف مدیریت در تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی |

خیلی کم=۱ کم=۲ تاحدودی=۳ زیاد=۴ خیلی زیاد=۵

هدف دوم: شناسایی مشکلات کلیدی و زیربنایی

در این پژوهش برای شناسایی موانع زیربنایی از تحلیل عاملی با چرخش وریماکس برای دست‌یابی به عامل‌های معنی‌دار استفاده شده است. در همین رابطه ضریب KMO برابر ۰/۷۳۵ و آزمون بارتلت نیز در سطح ۹۹ درصد (Sig=۰۰۰) معنی‌دار می‌باشد. تعداد عامل‌ها از قبل براساس مقادیر ویژه تعیین و عوامل استخراج شده در جدول شماره (۳) آمده است. این عوامل در مجموع حدود ۵۲/۳۱۰ درصد واریانس مربوط به مشکلات تعاونی‌های مشاغل خانگی را پوشش می‌دهند.

جدول ۳. نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی

| شماره عامل | عامل | مقدار ویژه | درصد واریانس مقدار ویژه | درصد تجمعی |
|------------|----------------------------|------------|-------------------------|------------|
| ۱ | ضعف حمایت دستگاه‌های دولتی | ۸/۶۱۲ | ۱۳/۵۱۵ | ۱۳/۵۱۵ |
| ۲ | مشکلات و چالش‌های مدیریتی | ۶/۳۲۳ | ۱۱/۸۵۷ | ۲۵/۳۷۲ |
| ۳ | ضعف برنامه‌ریزی | ۵/۶۳۸ | ۱۰/۰۶۸ | ۳۵/۴۴۰ |
| ۴ | مشکلات اقتصادی و تولیدی | ۵/۴۰۱ | ۹/۳۶۵ | ۴۴/۸۰۵ |
| ۵ | ضعف خلاقیت و کارآفرینی | ۴/۳۳۲ | ۷/۵۰۵ | ۵۲/۳۱۰ |
| جمع | | | ۵۲/۳۱۰ | --- |

وضعیت بارگذاری عامل‌ها پس از چرخش بر مبنای قرار گرفتن متغیرهایی با بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵ در جدول شماره (۴) آمده است. در این جدول متغیرهایی که بار عاملی آنها کم‌تر از ۰/۵ می‌باشد به دلیل کم‌اهمیتی حذف شده‌اند.

جدول ۴. تقسیم‌بندی متغیرهای تحقیق در عامل‌ها

| مقدار بار عاملی | متغیر | عامل | ردیف |
|-----------------|--|----------------------------|------|
| ۰/۵۷۰ | بسترسازی نامناسب برای فعالیت تعاونی‌ها | ضعف حمایت دستگاه‌های دولتی | ۱ |
| ۰/۵۸۳ | دسترسی محدود به اطلاعات نوین از طرف دستگاه‌های حمایتی | | |
| ۰/۵۵۶ | پشتیبانی نکردن مالی بانک‌ها و وجود موانع در دریافت تسهیلات | | |
| ۰/۶۱۲ | نبود تشویق لازم از تعاونی‌های دارای کسب و کارهای خانگی | | |
| ۰/۵۴۸ | نبود سیاست‌گذاری‌های کلان درباره‌ی کسب و کارهای خانگی | | |
| ۰/۶۳۵ | ضعف مدیریت در تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی | مشکلات و چالش‌های مدیریتی | ۲ |
| ۰/۶۶۲ | موانع ساختار و سازمانی در تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی | | |
| ۰/۶۶۶ | نبود شناسایی ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها | | |
| ۰/۵۵۰ | نبود انگیزه در اعضا و ناتوانی در انگیزش | | |
| ۰/۷۲۷ | استفاده از مدیریت سنتی | | |
| ۰/۵۶۸ | نبود سامان‌دهی تعاونی‌های دارای مشاغل | ضعف برنامه‌ریزی | ۳ |
| ۰/۵۰۸ | ضعف نظارت و کنترل برنامه‌ها | | |
| ۰/۵۰۹ | ناتوانی در شناسایی کسب و کار مناسب | | |
| ۰/۶۱۵ | مشکلات قانونی برای توسعه‌ی تعاونی | | |
| ۰/۶۶۳ | نبود تمرکز بر مشتری و ناآگاهی به اصول مشتری‌مداری | | |
| ۰/۷۱۳ | ضعف تخصص و آگاهی نیروی شاغل در تعاونی‌ها | مشکلات اقتصادی و تولیدی | ۴ |
| ۰/۵۹۹ | نبود برنامه‌ریزی منظم برای برگزاری دوره‌های آموزشی | | |
| ۰/۵۸۹ | پایین بودن سطح درآمد تعاونی‌ها | | |
| ۰/۵۱۷ | سودآوری پایین تعاونی‌های کارآفرین | | |
| ۰/۶۲۸ | نبود زمینه‌سازی و فرهنگ‌سازی در زمینه‌ی توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی | | |
| ۰/۶۵۳ | کمبود کارآفرین با ایده‌ی مناسب | ضعف خلاقیت و کارآفرینی | ۵ |
| ۰/۵۲۳ | ترویج نکردن نوآوری‌های علمی و فنی | | |
| ۰/۶۵۱ | جذاب نبودن محصولات تولیدی در بازار مصرف | | |
| ۰/۵۵۱ | ناتوانی در رقابت با سایر شرکت‌ها و تعاونی‌ها | | |

منبع: یافته‌های تحقیق

هدف سوم: بررسی شدت مشکلات تعاونی‌ها با توجه به برخی از ویژگی‌های آنها و ویژگی‌های اعضا

آیا شدت مشکلات و چالش‌های پیش روی تعاونی‌های کسب و کارهای کوچک (در حوزه‌های مختلف) با توجه به ویژگی‌های آنها و ویژگی‌های اعضا با هم تفاوت دارد؟ برای پاسخ به این سؤال ۱۶ فرضیه آزمون شده‌اند. با توجه به جنس متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون کروسکال والیس (KW^۱) و من ویت‌نی (MWU)^۲ استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول شماره (۵) آمده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، نتیجه تنها در دو مورد معنی‌دار می‌باشد. نگاهی به میانگین رتبه‌ای مشکلات تعاونی‌های بررسی شده، علت بالا بودن تعداد فرضیات مردود شده را نشان می‌دهد. کلیه‌ی تعاونی‌های بررسی شده در حوزه‌های مختلف با مشکلات و چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند و از این نظر وضعیت مشابهی دارند.

جدول ۵. مقایسه‌ی گروه‌بندی رتبه‌ای و فاصله‌ی متغیرهای مستقل و وابسته

| شماره | متغیر گروه‌بندی | جنس متغیر | متغیر وابسته | آزمون استفاده شده | مقدار محاسبه شده | p |
|-------|-----------------|---------------|------------------------|-------------------|------------------|--------|
| ۱ | جنس اعضا | اسمی دو وجهی | چالش‌های مدیریت | MWU | ۴۳۲ | ۰/۰۴۹* |
| ۲ | جنس اعضا | اسمی دو وجهی | مشکلات برنامه‌ریزی | MWU | ۵۰۳ | ۰/۲۶۸ |
| ۳ | جنس اعضا | اسمی دو وجهی | مشکلات اقتصادی | MWU | ۴۶۴ | ۰/۱۱۴ |
| ۴ | جنس اعضا | اسمی دو وجهی | ضعف خلاقیت و کارآفرینی | MWU | ۵۷۹ | ۰/۸۵۵ |
| ۵ | محل تعاونی | اسمی دو وجهی | چالش‌های مدیریت | MWU | ۵۵۰ | ۰/۴۹۲ |
| ۶ | محل تعاونی | اسمی دو وجهی | مشکلات برنامه‌ریزی | MWU | ۴۴۶/۵۰۰ | ۰/۰۵۰* |
| ۷ | محل تعاونی | اسمی دو وجهی | مشکلات اقتصادی | MWU | ۵۴۳ | ۰/۴۴۰ |
| ۸ | محل تعاونی | اسمی دو وجهی | ضعف خلاقیت و کارآفرینی | MWU | ۵۸۱ | ۰/۷۴۶ |
| ۹ | تحصیلات اعضا | اسمی چند وجهی | چالش‌های مدیریت | Kw | ۸/۷۱۵ | ۰/۰۶۶ |
| ۱۰ | تحصیلات اعضا | اسمی چند وجهی | مشکلات برنامه‌ریزی | Kw | ۵/۰۰۰ | ۰/۳۰۹ |
| ۱۱ | تحصیلات اعضا | اسمی چند وجهی | مشکلات اقتصادی | Kw | ۵/۰۷۶ | ۰/۲۳۳ |
| ۱۲ | تحصیلات اعضا | اسمی چند وجهی | ضعف خلاقیت و کارآفرینی | Kw | ۴/۱۸۰ | ۰/۴۰۲ |

* معنی‌دار در سطح ۵ درصد

1. Kruskal Wallis
2. Mann-Whitney U Test

۱. مقایسه‌ی میانگین رتبه‌ای مسائل و مشکلات مدیریتی تعاونی‌ها با توجه به جنسیت اعضا: همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در این مورد مقدار آزمون من ویتنی برابر $۴۳۲/۰۰۰$ و سطح معنی‌داری آن برابر $۰/۰۴۹$ می‌باشد. این یعنی آزمون در سطح پنج درصد معنی‌دار است. به عبارت دیگر مشکلات مدیریتی تعاونی‌های کسب و کاری که اعضای زن یا مرد دارند با هم تفاوت معنی‌دار دارد. نگاهی به میانگین رتبه‌ای مشکلات مدیریتی این تعاونی‌ها نشان می‌دهد که تعاونی‌های که اعضای آنها مرد هستند با مسائل و مشکلات بیش‌تری روبه‌رو هستند. تجربه‌ی شکل‌گیری تعاونی برای زنان خوشایند است، به همین دلیل تلاش دارند با تعامل با هم شرایط را حفظ کنند و از این رو کم‌تر درگیر چالش‌های مدیریتی هستند.

۲. مقایسه‌ی میانگین رتبه‌ای مسائل و مشکلات تعاونی‌ها در حوزه‌ی برنامه‌ریزی با توجه به محل فعالیت آنها (شهر یا روستا). همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در این مورد مقدار آزمون من ویتنی برابر $۴۴۶/۵۰۰$ و سطح معنی‌داری آن برابر $۰/۰۵۰$ است. این یعنی آزمون در سطح پنج درصد معنی‌دار می‌باشد. به عبارت دیگر با توجه به میانگین رتبه‌ای محاسبه شده‌ی تعاونی‌های موجود در روستا با مشکلات و مسائل بیش‌تری در حوزه‌ی برنامه‌ریزی روبه‌رو هستند. این مساله می‌تواند به دلیل کم‌تجربگی و یا سطح تحصیلات پایین روستاییان باشد.

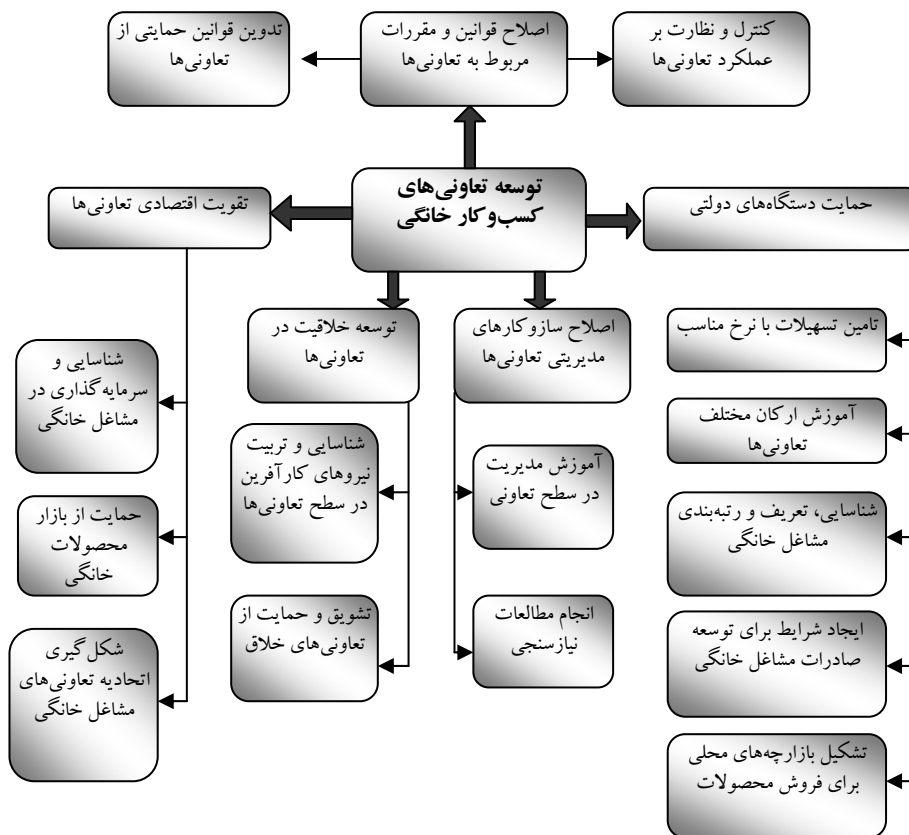
بحث و نتیجه

تشکیل تعاونی‌های کسب و کارهای کوچک می‌تواند ضمن گردآوری سرمایه‌های کوچک به حمایت از این واحدهای اجتماعی اقتصادی در برابر نوسانات بازار کمک کند. با این وجود در بسیاری از موارد به دلیل نوباً بودن تعاونی، آنها با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند. اولین قدم در توسعه‌ی این کسب و کارها شناسایی و تحلیل مشکلات آنهاست، تا بتوان با برداشتن یا کم کردن این موانع، زمینه‌سازی برای توسعه به سهولت انجام شود. در این پژوهش مشخص شد این تعاونی‌ها حداقل با پنج دسته چالش اساسی (ضعف حمایت

دستگاه‌های دولتی، مشکلات مدیریتی، ضعف برنامه‌ریزی، مشکلات اقتصادی و تولیدی و ضعف خلاقیت و کارآفرینی) روبه‌رو هستند. در راستای مدیریت این پنج دسته می‌توان پیشنهادها را زیر را به‌عنوان نتایج تحقیق ارائه کرد.

پیشنهادها

- ◀ شناسایی و حمایت دستگاه‌های دولتی از تعاونی‌های کسب و کارهای کوچک؛
 - ◀ آموزش مدیران و اعضای تعاونی‌ها با توجه به نتایج ارزیابی نیازهای آموزشی؛
 - ◀ تشویق تعاونی‌ها به استفاده از فناوری‌های به‌روز در توسعه‌ی کسب و کارها؛
 - ◀ سامان‌دهی بازارهای محلی و حمایت از تولیدات تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی؛
 - ◀ واگذاری تسهیلات ارزان قیمت برای ارتقای مستمر کیفیت محصولات و توانایی رقابت با کالاهای مشابه؛
 - ◀ شناسایی کسب و کارهای کوچک درآمدزا و ترویج آنها برای ارتقای سطح درآمد اعضا؛
 - ◀ برنامه‌ریزی برای شناسایی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های هر یک از مناطق کشور درباره‌ی سامان‌دهی کسب و کارهای کوچک؛
 - ◀ سامان‌دهی اتحادیه‌های تعاونی‌های کسب و کار کوچک برای حمایت از حقوق قانونی و مطالبات صنفی این گروه.
- موارد بیان شده را می‌توان در قالب نمودار شماره (۱) نشان داد.



نمودار ۱. راه کارهای پیشنهادی توسعه‌ی تعاونی‌های کسب‌وکارهای خانگی

منابع

- اکس، زولتان جی (۱۳۸۳). *صنایع کوچک و رشد اقتصادی*، مقاله اول از کتاب نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن، مترجم: جهانگیر مجیدی، چاپ دوم، تهران: موسسه فرهنگی رسا. ص ۱۷.
- امیرخانی، امیرحسین؛ زینب، اسکندری؛ ایدین، مدنیان (۱۳۹۰). تاثیر ساختار سازمانی بر کارآفرینی درون سازمانی در کسب و کارهای کوچک. *ماهنامه کارآفرین ناب*. شماره ۱۵، ص ۳۳.
- انتظاریان، ناهید؛ طاهره، طهماسبی (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران. *ماهنامه کار و جامعه*. شماره ۱۲۷، ص ۷۸.
- ایمانی راد، مرتضی (۱۳۷۴). *طرح مطالعاتی: نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات کشور، پیشنهاد روش و سیاستگذاری جهت گسترش صادرات*، چاپ اول، مدیریت صنایع کوچک، وزارت صنایع، ص ۱۱.
- برازنده مقدم، فائزه (۱۳۸۸). *نحوه تعامل با دستگاه‌های اجرایی مرتبط با تعاونی‌های زنان*، مجموعه مقالات اولین نشست تعاونی‌های زنان. مرکز انتشارات سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران. ص ۶۱.
- برخورداری، فاطمه (۱۳۸۹). *چالش‌ها و راهکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی*. *ماهنامه بازار کار*. سال ۱۱ شماره ۵۹۳، ص ۶.
- بهنود، مهسان (۱۳۸۸). *واحدهای اعتباری راهکاری جهت جلب مشارکت اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی در تعاونی‌ها*، مجموعه مقالات اولین نشست تعاونی‌های زنان. آبان ماه ۱۳۸۸. ص ۷۵.
- پورآتشی، مهتاب (۱۳۸۹). *مشاغل خانگی از راه دور راهبرد نیل به توسعه روستایی*. ارائه شده در اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی، ص ۳۸.
- حبیبی، پریسا (۱۳۹۰). *بازاریابی هوشمند برای کسب و کار کوچک*. *ماهنامه مرزهای نو*. شماره ۳۰، ص ۲۷.

- حجازی، سیدرضا (۱۳۸۹). *ارزیابی تکنولوژی در شرکت های کوچک و متوسط*، چاپ اول، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- دیواندری، علی؛ زالی، محمد رضا؛ کولوبندی، محمد مهدی (۱۳۸۸). *ارزیابی و اثربخشی طرح بنگاه های زود بازده. ماهنامه کار و جامعه. شماره ۱۰۹، ص ۴.*
- رزاقی، فاطمه (۱۳۸۸). *بررسی رویکرد ترویج کشاورزی به توسعه کارآفرینی در تعاونی های روستائی، مقاله ارائه شده به اولین همایش ملی دانشجویی ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه شیراز. ص ۴۰.*
- رضا پور، تارا (۱۳۸۹). *برخی از چالش های موجود در مشاغل خانگی. ارائه شده در اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی.*
- زالی، محمد رضا؛ سیدمصطفی رضوی (۱۳۸۷). *پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران، تهران: دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی.*
- عباسلو، مهدی؛ فاطمه سبزه یی (۱۳۹۰). *بررسی مدل های دوره عمر در کسب و کارهای کوچک و متوسط. ماهنامه تدبیر. شماره ۲۳۰، ص ۳۴.*
- عباسی، عباس (۱۳۹۰). *مشاغل خانگی، دور کاری صنعتی و افزایش مزیت رقابتی. نظام جامع اطلاع رسانی اشتغال.*
- کردنایچ، اسداله؛ زالی، محمدرضا (۱۳۸۸). *راهکارهای توسعه کارآفرینی در ایران. فصلنامه مطالعات جوانان. شماره ۱۱، ص ۴۱.*
- کیاکجوری، کریم؛ رودگرنژاد، فروغ (۱۳۸۹). *ارائه مدلی مفهومی از یادگیری کارآفرینانه. مجله علمی پژوهشی مدیریت، ص ۳۱-۳۷.*
- گل محمدی، فرهود؛ معتمد، محمد کریم؛ رخشانی پور، گلین (۱۳۸۸). *نگاهی بر اهمیت و کارکرد شرکت های تعاونی در افزایش بهره وری و توانمندسازی زنان روستایی (با تأکید بر خراسان جنوبی)، ارائه شده به اولین همایش ملی اصلاح الگوی مصرف با محوریت منابع طبیعی، کشاورزی و دامپزشکی.*
- ملکی نژاد، امیر (۱۳۸۵). *تحلیلی بر نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی، فصلنامه راهبرد یاس، شماره هشتم، ص ۲۶.*

مهر، محمد (۱۳۸۹). مشاغل خانگی: مزایا و چالش‌ها. ماهنامه کار و جامعه. شماره ۱۱۸، ص ۱۰۴.

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۸۴). ایجاد و توسعه فرصت‌های شغلی در صنوف تولیدی و خدماتی فنی کشور، چاپ اول، ص ۳.

میرمحمدی، سمانه‌سادات (۱۳۸۸). کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک. دو ماهنامه جنگ صنعت و فناوری. شماره ۱۰۹، ص ۱۱.

ناطق، علی اکبر؛ قاسمی، حسام‌الدین، عباسی، مهدی؛ کاظمی تربقان، مریم (۱۳۸۹). معرفی برخی مدل‌های کسب و کار خانگی. ارائه شده در اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی.

هفده تن، سید حسن (۱۳۸۸). استراتژی توسعه کسب و کار خانگی. پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات. ص ۱.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی دسترسی در سایت:

www.mcls.gov.ir/cooperative-fa.htm

یونیدو (۲۰۰۳). استراتژی افزایش مشارکت موثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد و صنعت جمهوری اسلامی ایران، مترجم: عبدالرضا شقاقی و مسعود شفیعی (۱۳۸۳)، چاپ اول، تهران: موسسه فرهنگی رسا. ص ۱۲۶.

Begner, W. (2006). Corporate venture and knowledge. In Michael Hitt & Duane Ireland, Entrepreneurship, victoria: Blackwell Publishing.

Coff, R. (2006). Entrepreneurship resources capital. In Michael Hitt & Duane Ireland, Entrepreneurship, victoria: Blackwell Publishing, pp.

Cunbult M. & E hicusenmisz (2009). Common problem of SME,s in turkey. Proceeding of international enterepreneurship October 15, 16, 17 izmir turkey.

Mozaffar Mirbargkar, S. (2010). Global Competitiveness: Iranian SME.

On line: <http://www.rurdev.usda.gov/rbs/pub/cir7/cir7.pdf>

Online: <http://www.rurdev.usda.gov/rbs/pub/cir64.pdf>

Reynolds B. and J. Wadsworth (2009). A Guide for the Development of Purchasing Cooperatives. USDA 1 Rural Development. Cooperative Information Report 64.

Sanyang, S.E. and H. Huang. 2008. Green Cooperatives: A Strategic Approach Developing Women's Entrepreneurship in the Asian and Pacific Region. World Journal of Agricultural Sciences. 4(6).

- Simeon N. S. and L. Goldmark (2009). Small Firm Growth in Developing Countries. *World Development*. Vol. 37, Issue 9.
- Union of cooperative Enterprises (UCE) (2009). Starting a Co-operative. A Guide to Setting up a Democratically Controlled Business. The. Cobinet Officees, Office of The Third Sector (UK).
- United Nations. 2007. Developing women's entrepreneurship and e-business in green cooperatives in the Asian and pacific region.
- United States Department of Agriculture (USDA)(2010). How to Start a Coopratve. USDA 1 Rural Development 1 Cooperative Information Report 7. Edit by G. Rapp and G. Ely.
- Xuchu XU. & Ke. Shao & Q. Llang , H. Guo, Z. uhui (2011). Chinese Small Farmers' Entry into Big Markets:From Led by Leading Enterprises to Relying on Farmer Cooperatives. New Opportunities for Cooperatives. Global Research Conference. 24.-27.8.2011 – Mikkeli, Finland.
- <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Publications23.pdf>
- <http://www.midcounties.coop/Global/StartingACoop.pdf>