

بررسی نگرش اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان در زمینه عملکرد این تعاونی ها (مطالعه موردی: استان خراسان رضوی)

محمود هوشمند^{۱*} - مریم حسن نژاد^۲

تاریخ دریافت: ۸۷/۹/۱۶

تاریخ پذیرش: ۸۹/۱۱/۱۴

چکیده

در مطالعه حاضر به منظور بررسی نگرش اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان استان خراسان رضوی از عملکرد این تعاونی ها در ابعاد مختلف، در گام اول با استفاده از روش شاخص رضایتمندی مشتریان (CSM)، میزان رضایت اعضا از هر یک از شاخصهای عملکرد این تعاونی ها مورد بررسی قرار گرفت؛ در گام بعد با استفاده از روش آنتروپی هر یک از شاخصهای فوق براساس میزان رضایت اعضا، رتبه بندی شده اند و در پایان، نتایج این دو روش با یکدیگر مورد مقایسه قرار گرفته است. داده های مطالعه از طریق تکمیل ۳۸۲ پرسشنامه در میان اعضای تعاونی مرزنشینان در سال ۱۳۸۷ فراهم شد. نتایج نشان داد میزان رضایتمندی اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان از شاخصهای اقتصادی در مقایسه با سایر ابعاد عملکردی آنها در سطح پایین تری قرار گرفته است (مقادیر شاخص رضایتمندی مشتری (CSM) در بعد اقتصادی کمتر از سایر ابعاد). این در حالی است که بیشترین میزان رضایتمندی مربوط به عملکرد مدیریتی این شرکتها می باشد. نتایج حاصل از رتبه بندی با استفاده از روش آنتروپی نیز موید نتایج حاصل از روش CSM بوده است. در پایان پیشنهاداتی در راستای بهبود عملکرد فعالیت این شرکت های تعاونی و افزایش رضایتمندی اعضای آن ارائه شد.

طبقه بندی JEL: F13, F19, J54, R11

واژه های کلیدی: شرکت تعاونی مرزنشینان، خراسان رضوی، رضایتمندی

مقدمه

انسان از آغاز پیدایش زندگی اجتماعی با یاری جستن از مشارکت و تعاون موفق به استمرار حیات و غلبه بر موانع رشد خود شده است. این امر، در ابتدا رویکردی ساده بوده، اما به مرور زمان و با گسترده شدن ابعاد اقتصادی و اجتماعی زندگی، پیچیده تر شده است. در قلمرو رخدادهای اقتصادی نیز، قالب و تشکیلات سازمانی همکاری هایی از این نوع، شرکت های تعاونی نام گرفته است. این بخش در صورت دفع موانع و محدودیتها در زمینه تولید و اشتغال و ارتقای ضریب امنیت سرمایه گذاری داخلی و اجرای طرحهای حمایتی می تواند به مثابه محور توسعه اقتصادی در جلب سرمایه گذاری و همچنین ایجاد اشتغال مولد عمل کند و نقش سازنده ای همچون یک بازوی قوی اقتصادی-اجتماعی در خدمت دولت و جامعه داشته باشد (۱).

از سوی دیگر، از گذشته های بسیار دور ساکنان مناطق مرزی به عنوان گروهی متمایز از دیگر عوامل بازرگانی خارجی مطرح بوده اند. دلایل این تمایز را می توان در اثرات اجتماعی، سیاسی، امنیتی و اقتصادی این گروه بر مناطق مرزی و نهایتاً کل کشور دانست. شواهد نشان داده هر وقت تسهیلات مربوط به این مناطق کاهش یافته و کار مبادلات مرزی رونق خود را از دست داده است. این امر مهاجرت، قاچاق و گرایش به تجارت مواد مخدر و ناامنی را در پی داشته است (۷). از جمله تشکلهایی که نقش به سزایی در بهبود فعالیت این مناطق بازی می نماید، تشکیل تعاونی های مرزنشینان می باشد؛ از جمله اهداف اصلی تشکیل این تعاونی ها در ایران عبارتند از امکان استفاده بهتر از مبادلات مرزی برای مرزنشان و توزیع صحیح کالا، سوق دادن مرزنشینان از قاچاق به سمت یک فعالیت سالم و مثبت، شکستن بازار سیاه مواد غذایی و کالای ضروری در این مناطق، کم کردن مشکلات دولت در زمینه رساندن مواد غذایی و لوازم مختلف زندگی به مرزنشینان، جلوگیری از مهاجرت، بهبود وضع مردم منطقه از طریق تامین درآمد برای آنان (۷).

۱- دانشیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد
(* نویسنده مسئول: Email: me_ha45@yahoo.com)

۲- عضو گروه اقتصاد جهاد دانشگاهی، واحد مشهد

می باشند. بسیاری از محدودیتهایی که شرکتها در ارزیابی رضایت مشتری با آن مواجه می شوند، عبارتند از مأموریت اشتباه، عدم اعتماد به معتبر بودن اطلاعات و توجه بیش از حد به برخی منابع ارزیابی (۱۷). مارشال و همکاران (۱۷) در یک پژوهش و طی مصاحبه ای که با یکسری از مشتریان انجام داده اند، توانستند به موارد مهمی که تعیین کننده رضایت مشتریان از محصولات و خدمات یک شرکت می باشد، دست پیدا کنند، به طور کلی این موارد شامل پایایی عرضه کننده، تبعیت از برنامه تحویل کالا، خصوصیات فنی محصولات، قیمت های رقابتی، سیاست های اعتباری شرکت و پوشش گارانتی و واراتی و سایر حمایت های مرتبط با فعالیت شرکت می باشند؛ به اعتقاد ایشان این موارد می تواند بر روی رضایت مندی از عرضه کننده ها تاثیر بگذارد. به اعتقاد باند و فینک (۱۵) خصوصیات محصول و خدمات ارائه شده از سوی موسسات و سازمانها به صورت خطی با رضایت مشتری در ارتباط هستند، بطوریکه کیفیت بالاتر سبب ایجاد رضایت بیشتر و کیفیت پایین تر سبب ایجاد رضایت کمتر می شود. هایس (۱۶) نیز در مطالعه خود نشان داده که رضایت مندی مشتری از تفاوت میان انتظارات مشتری و استنباط او از کیفیت محصول یا خدمت عرضه شده حاصل می شود، همپنین وی در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که کمیت و کیفیت امکانات یکی از عوامل اثرگذار بر رضایت مشتری است. اما در زمینه مباحث مرتبط با رضایت مندی مشتریان در ایران نیز مطالعات متعددی صورت گرفته است. از جمله آن می توان به مطالعه باریکانی و کفاشی (۴)، ذوالفقاری و همکاران (۷)، صدقی و همکاران (۹) و بامداد و رفیعی (۵) اشاره کرد، البته هیچ یک از مطالعات یاد شده در راستای اهداف مطالعه حاضر نبوده و تنها اشتراک آن با مطالعه ما، توجه آنها به بحث رضایت مندی و ارزیابی آن می باشد. در راستای بررسی ساختار تعاونی های مرزنشین در محدوده استان خراسان رضوی و نیز ارزیابی نگرش اعضای تعاونی ها از عملکرد آنها، تاکنون هیچ مطالعه ای در هیچ یک از مناطق کشور از جمله خراسان رضوی صورت نپذیرفته، اما مطالعات متعددی که به نوعی در ارتباط با تعاونی های مرزنشینان باشد، صورت گرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می شود. مختاری (۱۱) در مطالعه ای که در وزارت تعاون انجام داده، وضعیت تعاونی های مرزنشین را در استان بوشهر مورد بررسی قرار داده است. وی تعاونی های مرزنشین این استان را از نظر نحوه تشکیل، اداره و حوزه فعالیت دسته بندی نموده است. صانعی (۸) در پژوهشی با عنوان عملکرد شرکت های تعاونی مرزنشین، عملکرد شرکت های تعاونی مرزنشینان کشور را برای استان های سیستان و بلوچستان، هرمزگان، بوشهر، فارس و خوزستان بررسی نموده که این تحقیق با دو هدف صورت گرفته است: اول اینکه شرکت های تعاونی مرزنشینان را در این استانها مورد شناسایی قرار داده و سیستم اداره امور مدیریت، مشکلات اجرایی حقوقی و گمرگی و سایر موارد ذیربط فعالیت آن ها را مورد بررسی

همچنین، با توجه به تاکید سیاستگذاران اقتصادی کشور بر لزوم استفاده بیشتر از بخش تعاونی و از طرفی لزوم توسعه متوازن مناطق مختلف کشور، اهمیت و نقش تاثیر گذار تعاونی های مرزنشین به خوبی احساس می گردد. از طرفی دیگر با توجه به موقعیت ویژه استان خراسان رضوی در منتهی الیه شمال شرقی کشور و همسایگی با ۲ کشور با دارا بودن کیلومترها مرز مشترک و وجود ۷ شهرستان مرزی با جمعیت قابل توجه و همچنین برقراری ثبات سیاسی در کشور افغانستان که زمینه ساز رونق فعالیت های اقتصادی می باشد، جایگاه تعاونی های مرزنشین استان خراسان رضوی در کشور اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. در کنار این موضوع چنانچه پدیده شوم قاچاق در کنار محرومیت های به وجود آمده در مناطق مرزی استان مد نظر قرار گیرد و مهاجرت های بی رویه جمعیت مرزی استان که پدیده خشکسالی نیز آن را تشدید نموده، نیز بدان اضافه گردد، می توان اهمیت کارکردهای اقتصادی، امنیتی و اجتماعی شرکت های تعاونی مرزنشین را در استان خراسان رضوی در جهت استقرار ساختاری مناسب با این شرایط و در جهت نگه داشت جمعیت، حذف پدیده قاچاق، توسعه اقتصادی مناطق مرزی، گسترش فعالیت سالم اقتصادی، افزایش ضریب امنیتی مناطق مرزی و رونق اقتصادی مناطق یاد شده، بیش از گذشته روشن می گردد.

حال با توجه به این مطلب که در عصر حاضر همه واحد های سازمانی، شرکتها و موسسه های دنیا، گرایش به مشتری دارند و گذشته از حرفه و صنعتی که در آن فعالیت می کنند، رضایت مشتری و به کارگیری نظرات آنها در سیستم فعالیتی خود را به عنوان عامل کلیدی موفقیت می دانند. این موضوع هم برای سازمانهای انتفاعی نظیر تعاونی های خصوصی و هم برای سازمانهای غیر انتفاعی دارای اهمیت بسیار و لزوم آن برای هر دو یکسان است (۱). در نظریه بازاریابی بر مبنای مشتری گرایی در دهه ۱۹۶۰، هدف تمرکز بر شناسایی خواسته های یک گروه از مشتریان و ذی نفعان و سپس بیشینه سازی میزان رضایت آنان از طریق عرضه محصول یا خدمت مناسب، مطرح شده بود. مطابق این رویکرد، رضایت مشتری هدف نهایی اقدامات بازاریابی سازمان می باشد (۱۷). به اعتقاد مارشال و همکاران (۲۰۰۸)، در دهه ۱۹۹۰ بازاریابان در راستای تحقق اصل مشتری گرایی، به نوعی نزدیک بینی دچار گشته و به جای تمرکز بر تامین منافع مشتری، توجه خود را بر مشخصات فیزیکی محصولات عرضه شده، معطوف کرده اند؛ هر جا که این جهت گیری نادرست وجود داشته باشد، احتمال دارد که رضایت مشتری، اولویت اصلی خود را در میان سیاست های کلیدی سازمان از دست بدهند. در همین راستا بسیاری از کسب و کارها و نیز سازمانها بدنبال ارزیابی رضایت مشتریان (CSM¹) و ارزیابی نقاط قوت و ضعف روابط مشتریان

روشهای تصمیم‌گیری نظیر روش آنترویی، شاخصهای فوق براساس میزان رضایت اعضا اولویت‌بندی شده‌اند و در پایان نتایج دو روش مورد مقایسه قرار گرفته‌اند.

اندازه‌گیری برداشت مشتریان، عامل مهمی در جنبش کیفیت سازمان‌هاست. برای گنجاندن درک و تلقی مشتریان در کوشش‌های بهبود کیفیت، شرکت‌ها باید قادر به اندازه‌گیری دقیق برداشت‌های مشتریان باشند. یکی از راه‌های اندازه‌گیری نگرش‌های مشتریان از طریق پرسشنامه است. در همین راستا استفاده از پرسشنامه‌های رضایت مشتری برای سازمان‌هایی که در بخش خدمات یا سایر رشته‌های غیر تولیدی هستند، مناسب‌ترین روش‌ها می‌باشد. پرسشنامه طراحی شده برای سنجش رضایتمندی اعضای شرکت‌های تعاونی مرزنشینان خراسان رضوی شامل ترکیب جامعی از کلیه مسائل مرتبط با فعالیت شرکت‌های تعاونی مرزنشینان می‌باشد. پرسش‌نامه شامل پنج گروه سؤال اصلی از اعضای شرکت‌های تعاونی مرزنشینان بوده که در آن کلیات مربوط به فعالیت شرکت‌های یاد شده و انتظارات اعضا را در بر گرفته است. این پنج دسته سئوالات رضایتمندی اعضای تعاونی را از عملکرد اقتصادی، اجتماعی، مدیریت، عملکرد عمومی شرکت‌ها و قوانین و مقررات حاکم بر تعاونی‌ها مورد تحلیل و بررسی قرار داده است، همانطور که پیشتر بیان شد، شاخصهای فوق با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد موجود در تعاونی‌ها و نیز مصاحبه با کارشناسان و متخصصان فعال در این حوزه استخراج شده‌اند؛ خلاصه نتایج فوق، در جدول ۱ ارائه شده‌اند. برای سنجش رضایتمندی روش‌های مختلفی وجود دارد، اما رایج‌ترین و پرکاربردترین روش در این نوع مطالعات معیار رضایت مشتریان CSM می‌باشد (۱۳). این شاخص قادر است تا اختلاف سطح رضایت موجود را با حداکثر رضایتمندی مورد شناسایی قرار دهد (۱۳). در مطالعه حاضر به منظور اندازه‌گیری میزان رضایتمندی اعضای تعاونی‌ها از ابعاد مختلف عملکردی آنها از شاخص CSM استفاده شده است. برای محاسبه این شاخص با استفاده از فرمول زیر به استخراج درصد رضایتمندی در هر یک از شاخصها پرداخته می‌شود:

$$CSM = \frac{\sum_{i=1}^n \alpha_i \cdot \beta_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i \cdot (\max \beta_i)} \times 100 \quad (1)$$

در این فرمول، CSM میزان رضایتمندی اعضای شرکت‌های تعاونی مرزنشینان (درصد) می‌باشد. بدیهی است که شاخص ۱۰۰ به معنی رضایتمندی کامل بوده و هر چقدر از ۱۰۰ کمتر باشد فاصله بیشتر انتظارات را با رضایتمندی ایجاد شده نشان می‌دهد. α_i میزان اهمیت هر مؤلفه (اهمیت اولویت) هر سؤال پرسشنامه از نظر

قرار داده است. دوم اینکه نقش عملکرد این شرکتها در اقتصاد خانواده عضو و منطقه مطالعه شده است. نور محمدی (۱۴) در مطالعه‌ای که در موسسه مطالعات پژوهشهای بازرگانی صورت گرفته به جنبه‌های اقتصادی مبادلات مرزی پرداخته است. وی در این تحقیق به بررسی عملکرد آثار مبادلات و همچنین امکانات بالقوه و آینده مرزنشینان پرداخته و پیشنهادهای کلی و عمومی در جهت رفع مسائل و مشکلات مرزنشینان ارائه نموده است. ابراهیم زاده و دیگران (۲) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیلی بر تعاونی‌های مرزنشینان و جایگاه ساختاری و عملکردی آن در استان سیستان و بلوچستان روند شکل‌گیری، توزیع فضایی و عملکرد اقتصادی این شرکت‌ها را مورد مطالعه قرار داده و براساس نتایج و یافته‌های این تحقیق مشخص گردیده است که به منظور توسعه فعالیت و افزایش نقش تعاونی‌های مرزنشینان در بازرگانی کشور، مهم‌ترین گام در این راه، برنامه ریزی و سیاست‌گذاری‌های لازم به منظور ایجاد تحول ساختاری در این تعاونی‌ها و سوق دادن آن به تولیدی شدن، به جای توزیعی بودن صرف می‌باشد.

حال با توجه به مطالب یاد شده و نیز نقش اثرگذار فعالیت تعاونی‌های مرزنشینان بر مناسبات اقتصادی-اجتماعی کشور و مناطق مرزی و نقش نگرش و رضایتمندی مشتریان (در این مطالعه منظور همان اعضای تعاونی‌های مرزنشینان می‌باشد) از عملکرد سازمانها و نهادهای اقتصادی در دستیابی به اهداف آتی آنها؛ بررسی نگرش و نیز میزان رضایتمندی اعضای این نوع تعاونی‌ها از عملکردشان در منطقه مورد بحث در ابعاد مختلف ضرورتی حیاتی و انکارناپذیر می‌باشد. در همین راستا در مطالعه حاضر سعی شده به دنبال بررسی نگرش اعضای تعاونی‌های مرزنشینان، میزان رضایتمندی اعضای این تعاونی‌ها از ابعاد مختلف فعالیت‌های این نوع تعاونی‌ها مورد سنجش قرار گیرد.

مواد و روش‌ها

تحقیق از نظر هدف، کاربردی است و از حیث روش تحقیق به صورت پیمایشی-اسنادی صورت پذیرفته است. در بخش اول با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد موجود در این تعاونی‌ها و نیز مصاحبه‌های حضوری با کارشناسان فعال در این حوزه، شاخصهای مناسب جهت ارزیابی رضایتمندی اعضای تعاونی‌ها از عملکرد آنها، استخراج گردیده است، خلاصه نتایج این بخش در قالب جدول ۱ ارائه گردیده است. برای قسمت دوم مطالعه با استفاده از بررسی‌های میدانی و ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای و روشهای خاص (در ادامه بدان اشاره شده است) رضایتمندی اعضا از شاخصهای مشخص شده در مرحله اول (جدول ۱) که به نوعی بیانگر چگونگی عملکرد تعاونی‌های مرزنشینان می‌باشند، با استفاده از روشهای سنجش رضایتمندی مورد بررسی قرار گرفته است؛ در گام بعد با استفاده از

از بین m گزینه موجود به کار گرفته می شوند. تصمیم گیری چند شاخصه معمولاً با استفاده از ماتریس ذیل فرموله می شود:

				گزینه	شاخص
Xn	...	X2	X1		
r1n	...	r12	r11	A1	
r2n		r22	r21	A2	
.	
.	
rmn		rm2	rm1	Am	

که در آن A_i گزینه i ام، X_j شاخص j ام و r_{ij} ارزش شاخص j ام برای گزینه i ام است. بهترین گزینه در یک الگوی تصمیم گیری چند شاخصه، گزینه ذهنی A^* خواهد بود که ارجح ترین ارزش یا مطلوبیت هر مشخصه موجود را تأمین کند یعنی:

$$A^* \approx \{X^*1, X^*2, \dots, X^*n\} \quad X^*j = \max u_j(r_{ij}) \quad i=1, \dots, m \quad (2)$$

$$P_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum_{i=1}^m r_{ij}} \quad \forall i, j \quad (5)$$

و برای E_j از مجموعه P_{ij} ها به ازای هر مشخصه رابطه (۶) وجود خواهد داشت:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m [P_{ij} \cdot \ln P_{ij}] \quad \forall j \quad (6)$$

که در آن $K = \frac{1}{\ln m}$ است. عدم اطمینان یا درجه انحراف (d_j) از اطلاعات به دست آمده به ازای شاخص j ام به صورت رابطه (۷) بیان می شود:

$$d_j = 1 - E_j \quad \forall j \quad (7)$$

برای اوزان (W_j) شاخص های موجود، رابطه (۸) به کار می رود:

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j} \quad \forall j \quad (8)$$

با توجه به W_j های محاسبه شده می توان درجه اهمیت هر شاخص را بدست آورد (۳).

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان واقع در استان خراسان رضوی است که در قالب قانون تعاون جمهوری اسلامی ایران و قوانین و مقررات صادرات و واردات کشور تشکیل گردیده و افراد مرزنشین طبق تعریف قانون، با قبول شرایط و ضوابط مقرر قانونی در بخش تعاون، در آن عضو گردیده اند. برای تعیین حجم نمونه آماری، بر اساس رابطه ذیل، تعداد نمونه مورد نیاز برای انجام این تحقیق به شرح ذیل محاسبه گردیده است.

پاسخگو) و β_i میزان امتیاز هر مؤلفه (امتیاز هر سؤال پرسشنامه از نظر پاسخگو) را نشان می دهد. برای این منظور نیز بازه ای از بسیار زیاد تا هیچ در نظر گرفته شده است که امتیازدهی از ۵ تا ۱ را شامل می گردد. n تعداد مؤلفه ها یا سئوال است که بسته به دسته مورد بررسی یا کل رضایتمندی متفاوت است (در مطالعه حاضر منظور از مؤلفه همان شاخصهای رضایتمندی در جدول ۱ می باشد). روایی و پایایی پرسشنامه پس از بررسی و تأیید تعدادی از متخصصان موضوعی، با استفاده آماره آلفای کرونباخ بیش از ۵۰ درصد برآورد شده که حاکی از اعتبار مناسب ابزار تحقیق می باشد (آلفای کرونباخ = ۰/۶۵).

به منظور اولویت بندی شاخصهای عملکرد تعاونی های مرزنشین براساس میزان رضایتمندی اعضا از هر یک از آنها با استفاده از روش تصمیم گیری چندشاخصه، آنتروپی، صورت گرفته است. الگوهای تصمیم گیری های چند شاخصه به منظور انتخاب مناسب ترین گزینه

$$u_j(0) \quad (2)$$

دسترسی به A^* در اکثر مواقع غیر ممکن است اما به هر حال انتخاب مناسب ترین بطور نسبی امکان پذیر خواهد بود.

در اکثر مسایل تصمیم گیری چند شاخصه، ضرورت است که اهمیت نسبی شاخص ها (اهداف) مورد بررسی قرار گیرد، به طوری که مجموع آنها برابر با واحد شود و اهمیت نسبی درجه ارجحیت هر شاخص (هدف) را نسبت به بقیه برای تصمیم گیری مورد نظر مشخص کند. اصولاً چهار روش آنتروپی، برنامه ریزی خطی برای تحلیل چند بعدی ترجیحات، روش کمترین مجذورات وزین شده و بردار ویژه در ارزیابی اوزان برای شاخص های موجود در یک تصمیم گیری به کار گرفته می شود. در مطالعه حاضر برای تعیین اولویت های فوق از روش آنتروپی بهره گرفته شده است. آنتروپی در نظریه اطلاعات، معیاری است برای میزان عدم اطمینان بیان شده توسط یک توزیع احتمال گسسته (P_i). عدم اطمینان به صورت رابطه (۳) نشان داده می شود:

$$E \approx S\{P_1, P_2, \dots, P_n\} = -K \sum_{i=1}^n [P_i \cdot \ln P_i] \quad (3)$$

که در آن K برابر یک مقدار ثابت مثبت است. به منظور تأمین $0 \leq E \leq 1$ از توزیع احتمال P_i بر اساس سازوکار آماری محاسبه

شده و مقدار آن در صورت تساوی P_i ها با یکدیگر (یعنی $P_i = \frac{1}{n}$) حداکثر مقدار ممکن خواهد بود یعنی:

$$-K \sum_{i=1}^n P_i \cdot \ln P_i = -K \ln \frac{1}{n} \quad (4)$$

در ماتریس تصمیم گیری چند شاخصه، ابتدا اطلاعات ماتریس به صورت نرمال شده (P_{ij}) در رابطه (۴) محاسبه می شود:

با ۳۸۲ نفر برآورد شده است. با توجه به اینکه روش آماری پژوهش مبتنی بر آنالیز در گروه های مختلف است، بنابراین پرسشنامه طراحی شده در مطالعه به نسبت سهم هر یک از گروه ها (بر حسب شرکت و شهرستان) و با توجه به حجم نمونه، در سال ۱۳۸۷ بین آن ها توزیع شده اند.

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{N.e^2 + t^2.p.q} \quad (9)$$

که در آن n حجم نمونه، N حجم جامعه آماری (۶۷۹۷۴ نفر عضو تعاونی ها)، t برابر با ۱٫۹۶ در ضریب اطمینان ۹۵ درصد و e دقت احتمالی مطلوب مطالعه (۰٫۰۵) است. با توجه به عدم دسترسی به واریانس متغیرهای عملکرد تعاونیها، $P=0/5$ و $q=0/5$ برابر $0/25$ مینا در نظر گرفته شده اند (۱۱). براساس معادله فوق حجم نمونه برابر

جدول ۱- ابعاد مختلف فعالیت تعاونی های مرزنشینان و شاخصهای رضایت مندی از فعالیت آنها

ابعاد مختلف فعالیت شرکتها	شاخص
عملکرد اقتصادی	کاهش نوسانات درآمد خانوار از طریق بسط و گسترش منابع درآمدی
	ارتقاء سطح درآمد خانوار
	ارتقاء کیفیت کالاهای مورد مبادله
	ارتقاء توان تولیدی منطقه
	هدایت تولید کالاها با اهداف صادراتی
عملکرد اجتماعی	اشتغالزایی مستقیم و غیر مستقیم
	ایجاد محدودیت برای گسترش مشاغل کاذب
	برقراری امنیت اقتصادی جهت سرمایه گذاری
	ایجاد محدودیت در شکل گیری قاچاق
	جلوگیری از مهاجرت جمعیت مرزنشین
عملکرد مدیریت	برقراری امنیت و آرامش در منطقه
	انگیزش روحیه همکاری و مشارکت محلی
	ایجاد همبستگی ملی و انسجام اجتماعی
	انگیزش روحیه اعتماد به دولت در مناطق مرزی
	کاهش جرایم و مفاسد در مناطق مرزی
عملکرد عمومی	توسعه ارتباطات فرهنگی با کشورهای همجوار
	مسئولیت پذیری
	مهارت و تخصص لازم
	رعایت قانون و عدالت
	نظم و انضباط کاری
عملکرد قوانین و مقررات	ارائه خدمات به اعضاء در بازار داخل کشور
	ارائه خدمات به اعضاء در بازار خارج از کشور
	ارائه امکانات پشتیبانی به اعضاء
	حذف یا کاهش بروکراسی اداری
	اعطای معافیت ها و حذف یا کاهش عوارض
عملکرد قوانین و مقررات	ثبات و پایداری قوانین و مقررات
	نبود تنگناهای قانونی
	رویه های قانونی مورد عمل
	وجود سقف جهت ارز تخصیصی
	وجود محدودیت جهت اقلام وارداتی
وجود محدودیت جهت اقلام صادراتی	
وجود محدودیت قانونی در شرایط عضویت	

ماخذ: یافته های مطالعه (نتایج حاصل از بررسی های اسنادی و مصاحبه های حضوری با کارشناسان)

نتایج و بحث

نتایج حاصل از بررسی رضایتمندی اعضای شرکتهای تعاونی مرزنشینان خراسان رضوی در ابعاد مختلف (اقتصادی، اجتماعی، مدیریت، عملکرد عمومی، قوانین و مقررات) با استفاده از روش شاخص رضایتمندی مشتریان CSM در جدول ۲ ارائه شده است (مقادیر برآورد شده رضایتمندی با استفاده از شاخص CSM برحسب درصد). براساس نتایج حاصل از روش CSM (جدول ۲) میزان رضایتمندی اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان از عملکرد اقتصادی شرکت ها در برقراری ثبات در نوسانات درآمدی اعضا از طریق بسط و گسترش منابع درآمدی افراد عضو ۴۶/۲۹ درصد، افزایش منابع درآمدی فرد عضو ۴۲/۳۶ درصد، ارتقاء کیفیت کالای مبادله شده توسط شرکت تعاونی مرزنشینان ۵۹/۸۸ درصد، ارتقاء توان تولیدی منطقه ۴۰/۸۷ درصد، هدایت تولیدات منطقه به سمت تولید کالاها با جهت گیری بازارهای خارجی و صادراتی ۲۸/۳۹ درصد، اشتغالزایی مستقیم و غیر مستقیم ۶۷/۲۹ درصد، جلوگیری از بسط و گسترش اقتصاد غیر رسمی و مشاغل کاذب ۵۵/۴۰ درصد و همچنین برقراری زمینه مناسب جهت جذب سرمایه گذاری های دیگر به مناطق مرزی ۶۰/۸۸ درصد بوده است، نتایج فوق حاکی از آن است که به اعتقاد اعضای تعاونی مرزنشینان، این تعاونی ها در زمینه شاخص اقتصادی " اشتغالزایی مستقیم و غیرمستقیم " بهترین عملکرد را داشته، که این عامل منجر به بروز بالاترین سطح رضایت-مندی در میان اعضا گردیده است، نتیجه فوق خود به عنوان نقطه قوت در تایید فعالیت این نوع تعاونی ها در مناطق مرزی است. اما نتایج نشان داده که رضایتمندی اعضا از شاخص اقتصادی " هدایت تولیدات کالا با اهداف صادراتی " در پایین ترین سطح خود در مقایسه با سایر شاخصهای اقتصادی قرار دارد، که به نوعی حاکی از عملکرد ضعیف تعاونی ها در این زمینه می باشد، به بیان دیگر به اعتقاد اعضا، در مقایسه با سایر شاخصهای اقتصادی، تعاونی ها نتوانستند هدایت مناسبی برای کالاها تولیدی در جهت توسعه صادرات اعمال نمایند؛ نتایج این بخش به نوعی در مطالعه مارشال و همکاران (۱۷) مورد تایید قرار گرفته، مارشال و همکاران (۱۷) در مطالعه خود نشان دادند که چگونگی هدایت کالا و برنامه های تحویل آن به بازارهای داخلی و خارجی به شدت رضایت مشتریان را تحت تاثیر قرار می دهد. در بخش رضایتمندی اجتماعی، نتایج حاصل از شاخص CSM نشان داده که میزان رضایتمندی از شاخص ایجاد محدودیت در شکل گیری و گسترش پدیده قاچاق ۸۲/۵۵ درصد، جلوگیری از مهاجرت جمعیت مرزنشین و خالی شدن نقاط مرزی از جمعیت ۶۲/۳۳ درصد، برقراری امنیت و آرامش در منطقه و کاهش ناامنی از طریق حضور و نفوذ اشرار در مناطق مرزی ۶۵/۷۹ درصد، انگیزش روحیه همکاری و مشارکت محلی از طریق سهیم شدن افراد در یک فعالیت در جهت

جلوگیری از واگرایی ها ۶۶/۸۶ درصد، ایجاد همبستگی ملی و انسجام اجتماعی و پرهیز از تحت تاثیر پذیری توسط عوامل خارج از مرزها ۶۴/۷۵ درصد، انگیزش روحیه اعتماد به دولت در مناطق مرزی و همگرایی مناطق مرزی با دولت مرکزی ۶۰/۹۹ درصد، کاهش جرایم و مفاسد اقتصادی و غیر اقتصادی ناشی از حضور کمرنگ دولت در مناطق مرزی ۵۳/۲۹ درصد و توسعه ارتباطات فرهنگی با کشورهای همجوار از طریق تعاملات بیشتر تجاری و غیر تجاری ۴۸/۷۳ درصد بوده است (جدول ۲). در مجموع بررسی نتایج حاصل در زمینه شاخصهای اجتماعی حاکی از آن بوده که به اعتقاد اعضا، تعاونی های مرزنشین توانسته اند بهترین عملکرد را در زمینه شاخص " ایجاد محدودیت در شکل گیری و گسترش پدیده قاچاق " دارا بوده اند (بالاترین سطح رضایتمندی)؛ این در حالی است که به اعتقاد ایشان در زمینه شاخص "توسعه ارتباطات فرهنگی با کشورهای همجوار" از ضعیف ترین سطح عملکرد برخوردار می باشند.

میزان رضایتمندی مؤلفه های مختلف بخش عملکرد قوانین و مقررات با استفاده از شاخص CSM به این شرح می باشد: میزان ثبات و پایداری قوانین و مقررات و عدم تغییرات پی در پی ۶۵/۸۹ درصد، نبود یا وجود تنگناهای قانونی که فعالیت ها را دچار مشکل نماید ۶۹/۲۳ درصد، رویه های قانونی مورد عمل در فعالیت جاری شرکت ها ۷۲/۷۳ درصد، وجود سقف جهت ارزش تخصیصی به شرکت ۶۰/۰۵ درصد، وجود محدودیت جهت اقلام وارداتی توسط شرکت های تعاونی مرزنشینان ۵۷/۲۸ درصد، وجود محدودیت جهت اقلام صادراتی توسط این شرکت ها ۵۵/۶۹ درصد و وجود محدودیت قانونی در شرایط عضویت و الزامات مربوطه ۸۵/۶۳ درصد (جدول ۲). در مجموع نتایج حاصل از بررسی شاخصهای عملکرد قوانین و مقررات تعاونی ها حاکی از آن بوده که رضایتمندی اعضا از شاخص "وجود محدودیت جهت اقدام صادراتی" در مقایسه با سایر شاخصهای عملکرد قوانین و مقررات در پایین ترین سطح خود قرار دارد که خود بیانگر عملکرد نسبتاً ضعیف این شاخص در مقایسه با سایر شاخصهای این بخش است. البته ذکر این نکته ضروری است که میزان رضایتمندی از این شاخص براساس شاخص CSM بیش از ۵۰ درصد برآورد شده که در مجموع سطح مناسبی از رضایت را نشان می دهد. همچنین نتایج نشان داده که در میان شاخصهای عملکرد مقررات و قوانین تعاونی ها، شاخص " وجود محدودیت قانونی در شرایط عضویت" به اعتقاد اعضای تعاونی ها بهترین عملکرد را داشته است (بالاترین سطح رضایتمندی در این گروه).

یافته های حاصل همچنین بیان گر این است که میزان رضایتمندی در بخش عملکرد عمومی به این شرح می باشد: ارائه خدمات به اعضا در بخش داخلی یا بازار داخل کشور ۵۷/۵۰ درصد، ارائه خدمات به اعضا در بخش خارجی یا بازار خارج از کشور ۴۴/۲۸

درصد، ارائه امکانات پشتیبانی به اعضاء شامل انواع خدماتی که شرکت به اعضا ارائه می نماید ۷۴/۲۱ درصد، حذف یا کاهش بروکراسی اداری از طریق اتخاذ رویه های اداری مناسب ۶۲/۳۸ درصد و اعطای معافیت ها و حذف یا کاهش عوارض ۵۳/۴۲ درصد. میزان رضایتمندی برای اجزای عملکرد مدیریت شامل مسئولیت پذیری مجموعه مدیریتی شرکت ۷۸/۲۳ درصد، مهارت و تخصص لازم نزد مدیران شرکت ۴۷/۶۲ درصد، رعایت قانون و عدالت ۸۴/۳۲ درصد و نظم و انضباط کاری ۸۵/۰۲ درصد می باشد (جدول ۲). نتایج حاصل نشان داده که در زمینه شاخصهای عملکرد مدیریتی تعاونی ها، شاخص مهارت و تخصص مدیران شرکت پایین ترین سطح رضایت-مندی را کسب کرده (پایین تر از ۵۰ درصد) که خود بیانگر عملکرد ضعیف شرکتها در جذب مدیران و نیروهای متخصص و کارآمد می باشد که بایستی برای آن تمهیداتی در نظر گرفت؛ این در حالی است که رضایتمندی اعضا از نظم و انضباط کاری مدیریت تعاونی ها، در میان سایر شاخصهای عملکرد مدیریت در بالاترین سطح قرار دارد (بیش از ۸۵ درصد)، وجود نتیجه حاصل خودمقداری از ضعف تخصص مدیریتی را التیام می بخشد.

نتایج حاصل از رتبه بندی شاخصهای یاد شده با استفاده از روش آنتروپی در جدول ۲، نشان داده که از میان تمامی مولفه های رضایتمندی موجود در جدول (۲) در تمامی بخش ها، بیشترین میزان رضایتمندی اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان خراسان رضوی مربوط به شاخص "ایجاد محدودیت در شکل گیری قاچاق" بوده (اولویت اول)، پس از آن شاخص های "وجود محدودیت قانونی در شرایط عضویت" و "رعایت قانون و عدالت" به ترتیب رتبه دوم و سوم رضایتمندی را به خود اختصاص داده اند، به بیان دیگر اعضا در زمینه عملکرد تعاونی ها در این سه شاخص بالاترین نگرش مثبت را داشته اند و به اعتقاد ایشان تعاونی ها توانسته در زمینه این سه شاخص بهترین عملکرد را از خود نشان دهد. در روش CSM نیز شاخصهای "وجود محدودیت قانونی در شرایط عضویت"، "نظم و انضباط-کاری" و "رعایت قانون و عدالت" به ترتیب رتبه اول تا سوم رضایتمندی را کسب نموده اند، که خود بیانگر انطباق نسبتاً مناسب نتایج دو روش بر یکدیگر می باشد. همچنین براساس نتایج حاصل از روش آنتروپی، اعضای تعاونی ها کمترین رتبه رضایت را از عملکرد تعاونی در زمینه شاخص "هدایت تولید کالاها با اهداف صادراتی" داشته اند (رتبه ۳۲)، سایر اولویتهای مربوط به رضایتمندی اعضای تعاونی های مرزنشینان از عملکرد این تعاونی ها در ابعاد مختلف فعالیت براساس روش آنتروپی در جدول (۲) ارائه شده است. بررسی سایر اولویتهای مشخص شده براساس روش آنتروپی و روش CSM به طور کامل بر یکدیگر منطبق می باشند.

سنجش رضایتمندی کلی از فعالیت این نوع تعاونی ها، ترکیبی از

عملکرد مدیریتی، عملکرد فعالیت های عمومی شرکت، قوانین و مقررات، اداره عمومی شرکت، عملکرد اقتصادی و عملکرد اجتماعی آنها می باشد. در مجموع نتایج حاصل از بررسی عملکرد کلی تعاونی ها در هر یک از ۵ بخش مورد بررسی (جدول ۳) بیانگر این مطلب است که در بین بخش های مختلف میزان رضایتمندی اعضا از شاخصهای عملکرد مدیریتی شرکت های تعاونی مرزنشینان بیشتر از سایر بخش ها بوده است (شاخص CSM برآورد شده در این بخش بالاترین مقدار را اختیار کرده است)، این در حالی است که شاخصهای سنجش عملکرد اقتصادی شرکت ها کمترین میزان رضایتمندی اعضا را به خود اختصاص داده اند. یافته ها بیان گر این است که کارکرد اقتصادی شرکت های تعاونی مرزنشینان خراسان رضوی نتوانسته است رضایتمندی اعضا را در مقایسه با سایر بخش ها فراهم نماید و نیازمند تحرک بیشتر فعالیت های اقتصادی این شرکت ها که قطعاً کارایی سایر بخش ها را نیز به دنبال خواهد داشت، می باشد. همچنین بیشترین میزان رضایتمندی در بین اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان خراسان رضوی مربوط به نحوه مدیریت شرکت می باشد و اعضا رضایت بیشتری را از این بخش ابراز داشته اند. نکته قابل توجه دیگر این است که میزان رضایتمندی در عملکرد اجتماعی شرکت ها از عملکرد اقتصادی آن ها بیشتر بوده است یا اینکه سطح بیشتری از عدم رضایت مربوط به عملکرد اقتصادی می باشد. بنابراین اهداف اجتماعی شرکت ها به نسبت اهداف اقتصادی بیشتر مؤثر واقع شده است و مطلوب نظر اعضا قرار گرفته است. میزان کل رضایتمندی اعضا از فعالیت شرکت ها در حدود ۶۵/۷ درصد بوده است و اختلاف ۴۳/۳ درصدی با رضایت کامل را دارا می باشد. اما با نگاه به اجزای بخش های مورد بررسی این نکته آشکار است که میزان رضایتمندی اعضای شرکت های تعاونی مرزنشینان از عملکرد مدیریت این شرکت ها با ۷۳/۸ درصد بالاترین میزان رضایتمندی می باشد. رتبه دوم رضایتمندی کلی اعضا مربوط به عملکرد قوانین و مقررات با رضایتی معادل ۶۶/۶ درصد دارا می باشد (جدول ۳). این مطالب آشکارکننده این مطلب است که نقش مدیران در اداره و کنترل کارآمد فعالیتهای شرکت به گونه ای مناسب در ساختار این شرکتها منعکس شده است.

رتبه های بعدی رضایتمندی اعضای تعاونی ها به ترتیب در زمینه عملکرد اجتماعی و عملکرد اقتصادی شرکت ها بوده است. در حقیقت شرکت های تعاونی مرزنشینان توانسته اند رضایت اعضا را از ابعاد اجتماعی به نحو مطلوب تری از ابعاد اقتصادی جلب نمایند.

جمع بندی و پیشنهادات

با مطالعه روند شکل گیری مبادلات مرزی و ارائه تسهیلات مربوطه به مرزنشینان، این نکته به وضوح مشخص می شود که در

تعاونی ها در این زمینه می باشد، در این راستا و به منظور بهبود توان تولیدی منطقه، پیش از هر چیز شناسایی ظرفیتهای تولیدی هر منطقه به تفکیک، با استفاده از تحقیقات و مطالعات کاربردی، پیشنهاد می گردد؛ در گام بعد با توجه به ظرفیتهای هر منطقه، ارائه دوره ها و کارگاههای آموزشی متناسب با این ظرفیتهای به اعضای تعاونی ها با حمایت سازمانهای مرتبط توصیه می گردد. در بعد اجتماعی بررسی ها نشان داده که شاخص توسعه ارتباطات فرهنگی با کشورهای همجوار در پایین ترین سطح رضایت مندی اعضای تعاونی ها قرار دارد، در راستای بهبود این شاخص، برگزاری نمایشگاههای فصلی محصولات تولیدی تعاونی ها در کشورهای همجوار با حمایت سازمانهای دولتی و منطقه ای پیشنهاد می گردد، برگزاری این گونه نمایشگاهها علاوه بر بهبود وضعیت این شاخص، به بهبود شاخص هدایت کالا با اهداف صادراتی نیز کمک می نماید چراکه زمینه بازاریابی مناسب جهت این نوع کالاها فراهم می گردد. راهکار فوق به نوعی برای بهبود رضایت مندی و نیز عملکرد شاخص عملکرد عمومی " ارائه خدمات به اعضا در بازار خارج از کشور" و شاخص " وجود محدودیت جهت اقلام صادراتی" قابل کاربرد می باشد؛ شاخص های فوق هر کدام به ترتیب در میان شاخصهای عملکرد عمومی و نیز عملکرد قوانین و مقررات از پایین ترین سطح رضایت مندی برخوردار می باشد. از دیگر راهکارهای پیشنهادی جهت بهبود شاخص " وجود محدودیت جهت اقلام صادراتی"، می توان به بررسی و بازنگری سیاستها و قوانین موجود در راستای صادرات کالا از مناطق مرزی توسط سازمانهای دولتی مرتبط اشاره نمود. از سوی دیگر با توجه به پایین بودن سطح رضایت مندی شاخص عملکرد مدیریتی " مهارت و تخصص لازم" در مقایسه با سایر شاخصهای مدیریتی، به منظور بهبود این شاخص، برگزاری دوره های آموزشی- تخصصی ویژه برای مدیران تعاونی ها و یا جذب نیروهای متخصص و تحصیل کرده برای این جایگاه (مدیریت) توصیه می شود.

گذشته علت اصلی برقراری تسهیلات واردات و صادرات برای ساکنان مرزی، نوعی حمایت در جهت جلوگیری از تخلیه جمعیتی این مناطق و پیشگیری از پیامدها و اثرات سوء آن بوده است (۶). اطلاعات و یافته های حاصل از این تحقیق نشان داده است که کارکردهای متفاوتی از شرکت های تعاونی مرزنشینان انتظار می رود که طیف گسترده ای از معادلات انسانی و محیطی را از فعالیت های اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و اقتصادی در بر می گیرد. یافته های این تحقیق مشخص نمود که متأسفانه عملاً شرکت های تعاونی مرزنشینان توفیق چندانی را در عملکرد اقتصادی میزان تاثیرگذاری بر اقتصاد خانوار دارا نبودند (میزان رضایتمندی اعضا از شاخصهای عملکرد اقتصادی به طور متوسط پایین تر از سایر مولفه های عملکردی تعاونی ها برآورد شده است). این مساله می تواند به دلایل متعددی از عوامل مربوط به فعالیت تعاونی های مرزنشینان مرتبط باشد، به گونه ای که در مجموع، موجبات رضایتمندی کم تر اعضای تعاونی ها در زمینه عملکرد اقتصادی در مقایسه با سایر زمینه های عملکرد تعاونی ها گردیده است.

با توجه به نتایج حاصل از مطالعه اعضای تعاونی های مرزنشینان از عملکرد این تعاونی ها در زمینه شاخص " هدایت تولید کالاها با اهداف صادراتی" کمترین میزان رضایت را داشته اند (آخرین رتبه رضایت براساس هر دو روش آنتروپی و CSM)، که خود حاکی از عملکرد نامناسب این تعاونی ها در زمینه هدایت کارآمد کالا می باشد. در این راستا توصیه می گردد با تشکیل و گسترش واحدهای تحقیق و توسعه در چارچوب تعاونی ها، ضمن بررسی عوامل موثر در این موضوع و نیز تحقیقات بازاریابی محصولات تولیدی تعاونی ها و نیز ارائه راهکارهای موثر جهت بهبود آن، در سایر فعالیتهای تعاونی ها گامهای موثری را در بهبود عملکرد آنها برداشته شود. شاخص اقتصادی " ارتقاء توان تولیدی منطقه" نیز پس از شاخص " هدایت تولید کالاها با اهداف صادراتی" از کمترین میزان رضایت در میان اعضای تعاونی ها برخوردار بوده، که خود بیانگر عملکرد ضعیف

جدول ۲- میزان رضایت‌مندی اعضا از هر یک از شاخصهای فعالیت تعاونی‌ها (نتایج حاصل از برآورد شاخص CSM)

اولویت بندی براساس روش انترویی	میزان رضایت‌مندی براساس شاخص CSM (درصد)	ابعاد مختلف فعالیت شرکتها
28	46.29	کاهش نوسانات درآمد خانوار از طریق بسط و گسترش منابع درآمدی
30	42.36	ارتقاء سطح درآمد خانوار
19	59.88	ارتقاء کیفیت کالاهاى مورد مبادله
31	40.87	ارتقاء توان تولیدی منطقه
32	28.39	هدایت تولید کالاها با اهداف صادراتی
9	67.29	اشتغالزایی مستقیم و غیر مستقیم
23	55.4	ایجاد محدودیت برای گسترش مشاغل کاذب
17	60.88	برقراری امنیت اقتصادی جهت سرمایه‌گذاری
۱	82.55	ایجاد محدودیت در شکل‌گیری قاچاق
۱۶	62.33	جلوگیری از مهاجرت جمعیت مرزنشین
12	65.79	برقراری امنیت و آرامش در منطقه
10	66.86	انگیزش روحیه همکاری و مشارکت محلی
13	64.75	ایجاد همبستگی ملی و انسجام اجتماعی
۵۱	60.99	انگیزش روحیه اعتماد به دولت در مناطق مرزی
25	53.29	کاهش جرایم و مفاسد در مناطق مرزی
27	47.53	توسعه ارتباطات فرهنگی با کشورهای همجوار
5	78.23	مسئولیت‌پذیری
26	47.62	مهارت و تخصص لازم
3	84.32	رعایت قانون و عدالت
۴	85.02	نظم و انضباط کاری
20	57.5	ارائه خدمات به اعضا در بازار داخل کشور
29	44.28	ارائه خدمات به اعضا در بازار خارج از کشور
6	74.21	ارائه امکانات پشتیبانی به اعضا
14	62.38	حذف یا کاهش بروکراسی اداری
24	53.42	اعطای معافیت‌ها و حذف یا کاهش عوارض
11	65.89	ثبات و پایداری قوانین و مقررات
8	69.23	نبود تنگناهای قانونی
7	72.73	رویه‌های قانونی مورد عمل
۲۱	60.05	وجود سقف جهت ارزش تخصیصی
۱۸	57.28	وجود محدودیت جهت اقلام وارداتی
22	55.69	وجود محدودیت جهت اقلام صادراتی
۲	85.63	وجود محدودیت قانونی در شرایط عضویت

ماخذ: نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق

جدول ۳- ارزیابی نگرش و میزان رضایتمندی کلی اعضا در ابعاد مختلف فعالیت تعاونی های مرزنشین

شرح	میزان رضایتمندی (درصد)	عملکرد براساس شاخص CSM	اختلاف عملکرد با انتظار*
سنجش عملکرد مدیریت	۷۳/۸		۲۶/۲
سنجش عملکرد عمومی شرکت	۵۸/۴		۴۱/۶
سنجش عملکرد قوانین و مقررات	۶۶/۶		۳۳/۴
سنجش عملکرد اقتصادی	۵۱/۵		۴۸/۵
سنجش عملکرد اجتماعی	۶۵/۶		۳۴/۴
رضایتمندی کل	۶۵/۷		۳۴/۳

* حد نهایی انتظار ۱۰۰ درصد می باشد

ماخذ: نتایج حاصل از یافته های تحقیق (نتایج حاصل از برآورد شاخص CSM)

منابع

- ۱- ابراهیمی م. ۱۳۸۴. بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانک کشاورزی بر میزان رضایت مشتریان هدف در منطقه غرب استان مازندران. فصلنامه بانک کشاورزی (۷)، ۲۰۱-۲۳۷.
- ۲- ابراهیم زاده ع و بریمانی ف. ۱۳۸۴. تحلیلی بر تعاونی های مرزنشینان و جایگاه ساختاری و عملکردی آن در سیستان و بلوچستان، پژوهش های جغرافیایی، شماره ۵۱، تهران.
- ۳- اصغریور م.ج. ۱۳۷۷. تصمیم گیری های چند معیاره، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۴- باریکانی آ و کفاشی ا. ۱۳۸۲. بررسی رضایتمندی مراجعین به مراکز بهداشتی درمانی تابعه دانشگاه علوم پزشکی ایران. مجله علمی سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران، ۲۱(۴)، ۲۶۶-۲۷۱.
- ۵- بامداد ن. و رفیعی ن. ۱۳۸۷. بررسی رضایت مشتریان از کیفیت خدمات خودپرداز بانکها. دوفصلنامه پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۳۱، صفحات ۳۹-۵۹.
- ۶- بت کی کی. (۱۳۸۳). فراتر از رضایت مشتری. ترجمه: سعید مهدوی، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی، تهران.
- ۷- ذوالفقاری م، سرمدی م.ر، نگارنده ر، زندی ب. و احمدی ف. ۱۳۸۷. بررسی رضایت دانشجویان و مدرسین پرستاری و مامایی از به کارگیری سیستم آموزش الکترونیکی ترکیبی. فصلنامه پژوهش پرستاری، ۳(۱۰-۱۱)، ۹۵-۱۰۵.
- ۸- صانعی ن. ۱۳۷۲. بررسی عملکرد شرکت های تعاونی مرزنشینان کشور. وزارت تعاون، دفتر تحقیقات و پژوهش، تهران.
- ۹- صدقی ع، سیدجوادین ر، مطلبی د، حسینی ج. و یزدانی ح.ر. ۱۳۸۸. بررسی مقایسه ای مدل های شاخص رضایت مشتری و ارائه مدلی برای سنجش رضایت مودیان مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور. فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۱(۲)، ۱۰۱-۱۱۸.
- ۱۰- عسگری ع، اشرف زاده ح.ر. ۱۳۶۹. بررسی جایگاه تعاون در بازرگانی خارجی کشور. موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، تهران.
- ۱۱- مختاری ی. ۱۳۷۱. وضعیت تعاونی های مرزنشینان استان بوشهر. وزارت تعاون، تهران.
- ۱۲- مرکز آمار ایران. ۱۳۸۳-۱۳۷۹. نتایج طرح آمار گیری از هزینه و درآمد خانوار کشور، تهران.
- ۱۳- منصورفر ک. ۱۳۸۵. روشهای آماری. انتشارات دانشگاه تهران، چاپ هشتم، تهران.
- ۱۴- نور محمدی خ. ۱۳۷۳. جنبه های اقتصادی مبادلات مرزی. موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، تهران.
- 15-Bond E.U., and Fink R.L. 2003. Customer satisfaction and marketing quality interface. Journal of Business and Industrial marketing.
- 16-Hayes B.E. 1997. Measuring customer satisfaction (Development and use of questionnaires). Publisher: ASQ Quality , 2 sub Edition.
- 17-Marshall F., Chakraborty G., and srivastave P. 2007. Are drivers of customer satisfaction different for buyers/users from different functional areas?. Journal of Business andIndustrial Marketing.
- 18-Rossomme J. 2003. Customer satisfaction measurement in a business-to- business context: a conceptual framework. of Business andIndustrial Marketing.