

مقاله پژوهشی

ارائه مدل کیفی رقابت‌پذیری شرکت‌های تعاونی بر مبنای اصول تعاون با رویکرد فراترکیب

محمد رستگار^۱، داود کیاکجوری^{۲*}، محمدجواد تقی پوریان^۳ و محمدمهدی پورپاشا^۴

تاریخ پذیرش: ۱۵ شهریور ۱۴۰۱

تاریخ دریافت: ۱۰ مهر ۱۴۰۰

چکیده

اگرچه یکی از اصول اساسی و مهم تعاونی‌ها، اصل همکاری است؛ اما در شرایط اقتصاد آزاد، بخش تعاون به دلیل کمبود ساختارهای رقابتی توانمند، صدمات جدی متحمل خواهد شد. هدف اصلی این تحقیق ارائه مدل کیفی رقابت‌پذیری شرکت‌های تعاونی بر مبنای اصول تعاون با استفاده از رویکرد فراترکیب بود. در پژوهش حاضر در سال ۱۳۹۹ با استفاده از رویکرد کیفی، یافته‌های مطالعات داخلی و خارجی به صورت نظام‌مند با روش هفت مرحله‌ای ساندوسکی و بارسو (Sandozki & Baroso) مورد بررسی قرار گرفت. از ۲۳۲ مقاله جستجو شده در این حیطه، ۴۳ مقاله با روش مرور سیستماتیک انتخاب و بر اساس آن با روش فراترکیب، نقش‌های رقابتی شناسایی و استخراج گردید. بر اساس کدگذاری سه مرحله‌ای در نرم‌افزار مکس کیودا، این عوامل در یک مقوله اصلی و هفت کد محوری تحلیل و دسته‌بندی شدند. به منظور سنجش پایایی و کنترل کیفیت مطالعه حاضر از شاخص کاپا استفاده شد. ضریب کاپا محاسبه شده برابر با ۰/۹۰۶ بوده که در سطح توافق عالی قرار گرفته است. نتایج نشان داد که تمامی اصول هفتگانه تعاون بر رقابت‌پذیری این بخش تأثیر گذارند. توجه و لزوم بازنگری در اصول هفتگانه تعاون و تأکید بر وفاداری شرکت‌های تعاونی به آن‌ها به منظور حفظ هویتشان، می‌تواند ابزاری قدرتمند برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار تعاونی‌ها گردد.

کلمات کلیدی: تعاون، شرکت‌های تعاونی، اصول تعاون، رقابت‌پذیری، فراترکیب.

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
۲- دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
۳- استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
۴- استادیار، گروه ریاضی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
(*نویسنده مسئول: davoodkia@iauc.ac.ir)

مقدمه

امروزه رقابت‌پذیری به‌عنوان یک موضوع محوری در سطح دنیا مطرح است (فیض و همکاران، ۱۳۹۶). رقابت‌پذیری به معنای توانایی و عملکرد یک شرکت، سازمان، یک بخش اقتصادی یا یک کشور در فروش و عرضه کالا و خدمات در یک بازار در مقایسه با دیگر شرکت‌ها و کشورهای حاضر در همان بازار است (اسعدی، بیگلری، ۱۳۸۴؛ ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ حسین، ۲۰۱۶).

محیط ناپایدار و پیچیده، رقابت فزاینده، تغییرات و تحولات سریع، پیشرفت‌های تکنولوژیکی، توسعه روزافزون ارتباطات و مبادله سریع اطلاعات، شرکت‌ها و سازمان‌ها را با دنیای چند دهه قبل آن‌ها متمایز می‌کند (خسروی و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از ویژگی‌های شرکت‌های موفق امروز برخورداری از قدرت رقابت‌پذیری است (فیض و همکاران، ۱۳۹۶؛ آمباستا و مومایا، ۲۰۰۲). در این شرایط پیچیده و رقابتی، تلاش سازمان‌ها در جهت کاهش زمان توسعه محصولات جدید و نوآورانه به‌منظور کسب مزایای رقابتی بلندمدت افزایش یافته است؛ زیرا کسب مزیت رقابتی بلندمدت، منوط به نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات می‌باشد (قه‌هاجه و کوتلوفچی، ۲۰۱۵). سازمان‌های امروزی به‌منظور دستیابی و حفظ مزایای رقابتی‌شان پی‌درپی می‌کوشند تا شایستگی‌های کلیدی و بنیادی خود را ارتقاء دهند (طالبی و زاهدی‌آنباردان، ۱۳۹۵؛ ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹). رقابت‌پذیری به معنی توانایی سازمان در جهت ماندگاری در کسب‌وکار و محافظت از سرمایه‌های سازمان، به دست آوردن بازگشت سرمایه‌ها و تضمین شغل‌ها در

آینده می‌باشد (ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ آکیمووا، ۲۰۰۲). در میدان رقابت، شرکت‌های تعاونی نیز از این قاعده مستثنا نمی‌باشند. اگرچه یکی از اصول اساسی و مهم تعاونی‌ها، اصل همکاری است، اما با توجه به این‌که پیشرفت فناوری عامل محرک ایجاد بازارهای جهانی و مبنای ایجاد مزیت رقابتی گردیده و کاهش جدی هزینه‌های تولید و افزایش مزیت رقابتی بنگاه‌ها را پدید آورده است، تعاونی‌ها نیز نباید از بحث مزیت رقابتی که توسط مؤلفه‌هایی نظیر شرایط تولید، شرایط تقاضا، صنایع مرتبط و پشتیبانی‌کننده، استراتژی بنگاه، ساختار و موقعیت بنگاه مشخص می‌گردد، با شرکت‌های سهامی و فراملیتی غفلت نمایند (اسعدی و بیگلری، ۱۳۸۴؛ فیض و همکاران، ۱۳۹۶). بدیهی است که تعاونی‌ها ابزار مناسبی برای توسعه پایدار هستند، زیرا به‌طورمعمول اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی را ادغام می‌کنند، نابرابری‌ها را کاهش می‌دهند و باعث آزادی اقتصادی و توانمندی گروه‌های به حاشیه رانده‌شده می‌شوند (چیدری و همکاران، ۱۳۹۴؛ ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹). بخش تعاون به دلیل کمبود ساختارهای رقابتی در شرایط اقتصاد آزاد، صدمات جدی متحمل خواهد شد و به‌اجبار باید در این زمینه به تقویت خویش بپردازد (کامار ورم، ۱۳۸۶؛ حسین، ۲۰۱۶). در این مطالعه بر آنیم تا بر پایه اصول هفتگانه تعاونی‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها به ارزش‌ها و ویژگی‌هایی دست‌یابیم که در شرایط کنونی بازار رقابتی، توانایی شرکت‌های تعاونی را برای ادامه حیات اقتصادی بدون زیر پا گذاشتن اصول خود، فراهم سازند؛ بنابراین هدف اصلی این پژوهش ارائه تحلیل کیفی رقابت‌پذیری شرکت‌های تعاونی بر مبنای اصول تعاون با رویکرد فراترکیب است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

واژه تعاون^۱ را اولین بار رابرت آون^۲ در مقابل واژه رقابت به کار گرفت (سازگیل^۳ و همکاران، ۲۰۲۱). تعاونی‌ها بهترین سازمان‌هایی هستند که موفق شده‌اند اسباب تجمع نیروهای پراکنده و متفرق و درعین‌حال بااستعداد و باانگیزه را فراهم سازند. تحولات اوایل هزاره سوم میلادی در عرصه اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی موجب شده است تعاونی‌ها با شرایط جدیدی روبه‌رو شوند که بدون سازگاری با آن‌ها نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند (ناسوشن و همکاران^۴، ۲۰۲۱). در چنین شرایطی مدیریت مؤسسات تعاونی باید بر اساس تفکرات توسعه‌پایدار، با ایجاد نوآوری و ابتکاراتی جدید در زمینه توسعه فعالیت‌های بازرگانی، تنوع محصولات، جذب مشتری، درآمدزایی، جذب و افزایش درآمدها و تصمیم‌گیری سریع و به‌موقع، شیوه و الگوی مدیریت سنتی خود را به‌سوی مدیریت نوین متحول سازند. تعاونی‌ها به‌منظور ارائه خدمت به اعضا و برای رفع نیازهای آنان سازمان‌دهی شده‌اند و بیش از آن‌که بر برگشت سرمایه سرمایه‌گذاران اهمیت دهند، بر تولید منفعت بیشتر برای اعضا متمرکز شده‌اند. این رویکرد عضومدارانه، تعاونی‌ها را در اساس از دیگر شرکت‌های سهامی متفاوت می‌کند (باندا و چاندا^۵، ۲۰۲۱). مطالعه نظریات صاحب‌نظران و پژوهشگران مختلف نشان می‌دهد که رقابت‌پذیری توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش‌افزوده و ماندن در صحنه رقابت عادلانه و بین‌المللی برای یک دوره طولانی است (ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ قهاجه و کوتلوفچی، ۲۰۱۵). رقابت‌پذیری در اثر ترکیبی از دارایی‌ها و فرایندها به وجود می‌آید. در بررسی رقابت‌پذیری می‌توان از زاویه دیگری نیز به مسئله نگریست و آن منابع ایجاد رقابت‌پذیری است (السعدی،

بیگلری، ۱۳۸۴؛ فیض و همکاران، ۱۳۹۶). منابع ایجاد رقابت‌پذیری را می‌توان در سه دسته فناوری، سازمان و نیروی انسانی تقسیم‌بندی کرد (طالبی و زاهدی آنباردان، ۱۳۹۵؛ ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹). مزیت رقابتی حاصل از نیروی انسانی دوام و پایداری بیشتری نسبت به سایر مزیت‌های رقابتی دارند و مدت‌زمان بیشتری لازم است تا رقبا بتوانند این مزیت‌های رقابتی را تقلید کنند (قهاجه و کوتلوفچی، ۲۰۱۵). موضوع رقابت در تعاونی‌ها از جهات مختلفی قابل بررسی است (ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹). تحولاتی که در جو اجتماعی، اقتصادی موجود در دنیا در جریان است با چنان سرعت برق‌آسایی در حرکت است که تعاونی‌ها نمی‌توانند تنها به امور تجاری معمول خود اکتفا کنند (فیض و همکاران، ۱۳۹۶). رقابت در صورتی می‌تواند به تعاونی و قوام آن کمک کند که مفهوم تعاونی و روح تعاون توسط اعضا به‌خوبی درک شده باشد (قهاجه و کوتلوفچی، ۲۰۱۵). اتحادیه بین‌المللی تعاون بیان می‌کند که عضویت در واقع، قوی‌ترین ولی اغلب تضعیف‌شده‌ترین اصل از اصول هفتگانه است. در این اصل، منظور این است که بایستی بین تعاونی و افرادی که تعاونی به آن‌ها خدمت می‌کند، رابطه‌ای ویژه وجود داشته باشد. این رابطه بایستی فعالیت‌ها را که به‌وسیله تعاونی اجرا می‌شود، تعریف نموده و بر نحوه اجرای آن فعالیت تأثیرگذار بوده و تعیین‌کننده طرح‌های تعاونی برای آینده باشد. علاوه بر این، مرکزیت نقش اعضا بایستی بدین معنی باشد که تعاون خود را متعهد به ارائه خدمات بهینه به اعضا می‌کند به‌نحوی که باعث رقابت در ارائه بهترین خدمات شود، چراکه اعضا دلیل اصلی وجودی تعاونی‌ها می‌باشند (چیزری و همکاران، ۱۳۹۴؛ ورامینی و همکاران، ۱۳۹۹). تعاونی‌ها به افراد امکان می‌دهند تا منابع انسانی و مالی خود را در یکجا جمع کنند و به تشکیل سرمایه بیشتر بپردازند. افرادی که شاید به‌تنهایی قادر به شروع یک فعالیت تجاری نبوده‌اند از راه تعاونی عمل کنند. مزیت‌های تعاونی برای اعضا و

1 -Co-Operation

2 -Robert owen

3 -Saz-Gil

4- Nasution

5- Banda & Chanda

جامعه هم قابل لمس و هم ناملموس است. مزیت‌های ملموس را می‌توان بی‌درنگ در قالب خدمات بهبودیافته، فراوانی بیشتر کالاها و قیمت‌های کم‌تر مشاهده کرد، درحالی‌که برای آشکار شدن مزیت‌های ناملموس ناشی از تشکیل تعاونی به گذشت زمان نیاز است. اعضاء از راه تشکیل و نظارت بر تعاونی (به‌واسطه کمیته‌ها و هیئت‌مدیره) مهارت‌های رهبری، مشکل‌یابی و اعتمادسازی و خودیاری را توسعه می‌دهند. تعاونی‌ها اعضاء را تشویق می‌کنند تا برای رفع مشکلات اقتصادی و اجتماعی به‌جای دولت به خود تکیه کنند (ابراهیمی، ۱۳۸۶). عباسی معتقد است شرکت تعاونی مولود اتحاد گروهی از مردم است، این گروه از مردم به این نتیجه رسیده‌اند که برخی از نیازهای مادی خود را نمی‌توانند بدون کمک دیگران برآورده سازند، از این‌رو چاره را در این راه‌حل دیده‌اند که برای حل مشکل و رفع نیازهای مشترک خود با دیگر افراد جامعه متحد شوند و یک شرکت تعاونی ایجاد کنند و از طریق رقابت با سایر شرکت‌ها و سازمان‌ها در سطوحی قادر به تأمین نیازهای اقتصادی اعضاء خود باشند. اعضاء هرچقدر توان اقتصادی بیشتری داشته باشند، یقیناً موفق‌تر عمل خواهند کرد. تنها دلیل منطقی برای افزایش سرمایه در هر تعاونی تداوم یا افزایش سود حاصله و یا خدماتی است که تعاونی به اعضاء خود ارائه می‌دهد، نباید توان اعضاء را برای نظارت‌نهایی در امور تعاونی نادیده گرفت و همچنین نباید تعاونی را از هدف اصلی تأمین منافع یا خدمات برای اعضاء منحرف نمود. تعاونی‌ها سازمان‌هایی خودگردان و خودیار هستند که توسط اعضاء کنترل می‌شوند. اگر آن‌ها با سایر سازمان‌ها از جمله دستگاه‌های دولتی موافقت‌نامه‌ای امضاء کنند یا از منابع دیگر سرمایه تأمین نمایند، این کار را آزاد و به شرطی انجام می‌دهند که متضمن کنترل دموکراتیک توسط اعضاء و حافظ خودگردانی تعاونی باشد (مجتهد و کیا کجوری،

۱۳۸۵). مدیرعامل کرایسلر^۱، رابرت ایتون^۲ بیان نمودند که دارایی ارزشمندی که برای ما مزیت رقابتی ایجاد می‌کند، کارکنان ما هستند. وی خطاب به مدیران قرن بیست و یکم گوشزد می‌کند؛ این که کارکنانتان را توانمند سازید و آموزش دهید چیزی است که شما را از دیگران متمایز می‌کند و سبب پیشتازی شما در عرصه رقابت می‌شود (مطهری نژاد، ۱۳۸۲). تعاونی‌ها می‌توانند از طریق ترکیب منابع، سهیم شدن در دانش یکدیگر، افزایش سرعت عمل خود در محیط و یا استفاده از دارائی‌های سازمان‌ها و تعاونی‌های دیگر، برای خود ایجاد ارزش کنند (دز و همل^۳، ۲۰۱۷). در این میان تعاونی‌هایی موفق‌تر عمل می‌کنند که بتوانند از طریق داشتن رابطه با سازمان‌های دیگر، نتایج بیشتری را به نفع خود کسب کنند (کیا کجوری، ۱۳۸۶). پژوهشی که کوپرز و لیبرند^۴ در سال ۱۹۹۸ انجام داده‌اند، بیانگر آن است که شرکت‌هایی که سریع‌ترین رشد را داشته‌اند، دارای همکاری‌های بین سازمانی بوده‌اند. محاسن بالقوه استفاده از همکاری، هم برای تئوری پردازان و دانشمندان و هم برای کاربران این رشته، کاملاً محرز شده است (کلارکسون^۵، ۱۹۹۸). جک ولچیکی از مدیران بلندپایه شرکت وسترن الکتریک، درباره اهمیت توجه به مشارکت‌های تجاری با دیگر شرکت‌ها، یعنی روابط بین سازمانی می‌گوید: اگر کسی فکر کند که در دنیای تجاری امروز می‌تواند تک‌روی کند و موفق هم شود، سخت در اشتباه است (هاربینسون و پکر^۶، ۱۹۹۸). کراونس^۷ در سال (۱۹۹۳) در مطالعه خود اشاره کرده‌اند که همکاری متقابل میان سازمان‌های مستقل، باعث افزایش مزیت رقابتی آن‌ها خواهد شد. آن‌ها به‌منظور تعریف و طبقه‌بندی روابط همکاری بین

1 -Chrysler

2 -Robert Eaton

3 -Doz & Hamel

4 -Coopers & Lybrand

5 -Clarkson

6 -Harbison & Pekar

7 -Cravens & Shipp

در میان کسب‌وکار مشابه، فراهم آورد (شل و بارو^۱، ۱۹۹۱).
 ورامینی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تحلیل رقابت‌پذیری در تعاونی‌های کشاورزی، به نقش یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: تعاونی‌های کشاورزی استان تهران) پرداختند. پژوهش به روش آمیخته اکتشافی انجام گرفت؛ جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۲۵ نفر از صاحب‌نظران بخش تعاونی بود و در بخش کمی شامل ۳۳۵ نفر از اعضای تعاونی‌ها بود که به روش طبقه‌ای مورد مطالعه قرار گرفتند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی از تحلیل محتوای کیفی به کمک نرم‌افزار مکس کیودا^۲ و در بخش کمی از مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک برنامه لیزرل^۳ استفاده شد. مؤلفه‌های یادگیری سازمانی در ابعاد یادگیری تیمی، مدیریت دانش در تعاونی‌ها، تفکر سیستمی و فرهنگ سازمانی یادگیرنده، مؤلفه‌های نوآوری سازمانی در ابعاد نوآوری در بازار، حمایت از نوآوری، نوآوری در رفتار، نوآوری در راهبرد و نوآوری تولیدی و فرآیندی و مؤلفه‌های رقابت‌پذیری در تعاونی‌های کشاورزی در ابعاد توسعه بازار مالی، آمادگی فنی و تکنولوژی، اندازه و کارایی بازار در دسترس و انطباق با محیط بیرون شناسایی شدند. در بخش کمی مشخص شد که یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی می‌توانند ۴۱ درصد از تغییرات رقابت‌پذیری و یادگیری سازمانی می‌تواند ۵۵ درصد از تغییرات نوآوری سازمانی را در تعاونی‌های کشاورزی تبیین نماید. طالبی و زاهدی آب‌اردان (۱۳۹۵) به پژوهشی با عنوان مدل رقابت‌پذیری تعاونی‌های تولیدی با تکیه بر راهبرد کارآفرینانه پرداختند. در این تحقیق سعی شده است بر پایه تحقیقات نظری و میدانی تعداد ۳۸۶ پرسش‌نامه از میان مدیران ارشد کلیه شرکت‌های تعاونی تولیدی در سطح ایران گردآوری شود که قابلیت تجزیه و تحلیل داشتند. داده‌ها با استفاده از روش معادلات

سازمانی، مدلی مفهومی را طراحی و توسعه داده‌اند به گونه‌ای که در آن انواع مختلف روابط همکاری بین سازمانی مشخص شده‌اند. یکی از اشکال روابط بین سازمانی، اتحادیه‌های استراتژیک می‌باشند که از طریق آن‌ها سازمان‌ها می‌توانند مزیت‌های رقابتی خود را در مورد بازار و یا محصول، وقتی که محیط متنوع و متلاطم باشد و سازمان‌ها مهارت و منابع لازم و کافی را نداشته باشند را افزایش دهند. پژوهش هم‌چنین عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر شکل‌گیری اتحادیه‌ها و ابعاد روابط بین سازمانی که بر اثربخشی عملکرد اتحادیه‌ها تأثیرگذار هستند را مورد بررسی قرار داده است. مجتهد و کیاکجوری (۱۳۸۵) در پژوهش خود به این نکته اشاره دارد که از طریق همکاری‌های بین سازمانی، سازمان‌ها می‌توانند از برخی هزینه‌های خود کاسته و بجای آن در هزینه‌های مربوط به توسعه تکنولوژی‌های جدید سهیم شوند و خدمات خود را با کیفیتی بهتر به جامعه ارائه دهند. شواهد و قراین موجود در جامعه، حاکی از این است که تعاونی بستر مناسبی برای کارآفرینی و کارآفرینی به منزله یکی از پیش‌شرط‌های موفقیت تعاونی‌ها بوده و میان این دو رابطه محکمی وجود دارد. هنگامی که کارآفرینی به حوزه تعاونی وارد می‌شود می‌توان امیدوار بود که تعاونی با بهره‌گیری از فاکتورهای از قبیل «خلاقیت و نوآوری»، «شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها» و «ریسک‌پذیری» می‌تواند در فضای رقابتی کسب‌وکارها جایگاه قابل قبولی را برای خود ایجاد کرده و موفق عمل نماید. همان‌طور که می‌دانیم، خلاقیت، توانایی خلق فکرهای جدید است که این فکرها ممکن است به ایجاد محصولات یا ارائه خدمات جدید منجر شوند. نوآوری نیز عبارت است از جست‌وجوی خلاق یا غیرعادی راه‌حل‌های تازه برای رفع نیازها و مسائل موجود. نوآوری و خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی‌اند و بهره‌گیری از این ویژگی‌های کارآفرینانه در تعاونی می‌تواند با ایجاد مزیت رقابتی، زمینه موفقیت تعاونی را

1 -Chell & Burrows

2 -Maxqda

3 -Lisrel

گام اول: تنظیم سؤال تحقیق

برای هر اقدام پژوهشی، ابتدا باید یک سؤال یا یک هدف طرح گردد. در این مطالعه شناسایی نقش‌های رقابتی از اصول شرکت‌های تعاون، بررسی پایگاه‌های داده و مجلات، چارچوب زمانی مقالات بررسی شده و سرانجام گردآوری داده‌ها از کلیه پژوهش‌های صورت گرفته (اعم از کیفی، کمی، آمیخته) در حوزه نقش‌های رقابتی اصول تعاون مطرح می‌شوند. با توجه به موارد بیان شده سؤال تحقیق برای پیمودن گام‌های بعدی فراترکیب به شرح زیر می‌باشد: نقش‌های رقابتی اصول هفتگانه شرکت‌های تعاونی چگونه است؟ چگونه می‌توان این نقش‌ها را گروه‌بندی یا اولویت‌بندی نمود؟

گام دوم: جستجوی منابع به شیوه نظام‌مند

در این گام، واژه‌های کلیدی تعاون^۴، اصول تعاون^۵، رقابت‌پذیری^۶ مورد بررسی قرار گرفت. در پژوهش حاضر ۴ پایگاه داده انگلیسی (ساینس دایرکت^۷، امرلد^۸، ریسرچ گیت^۹، گوگل اسکولار^{۱۰}) و ۵ پایگاه داده فارسی شامل پایگاه مجلات تخصصی نور (نور مگز)، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (سید)، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایران داک)، پایگاه مجلات ایران (مگ ایران)، جویسگر فارسی علم نت با کلمات کلیدی تعریف شده بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ مورد جستجو قرار گرفت.

گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

به منظور ارزیابی و گزینش دقیق‌تر پژوهش‌های مورد بررسی از دو معیار ملاک‌های ورود^{۱۱} و ملاک‌های خروج^{۱۲} (جدول ۱)

ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس^۱ تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد بین منابع و قابلیت‌های تعاونی‌ها و اتخاذ راهبرد کارآفرینانه ارتباط مثبت وجود دارد و راهبرد کارآفرینانه نیز تأثیر مثبت در رقابت‌پذیری تعاونی‌ها دارد. همچنین محیط رقابتی بر اتخاذ راهبرد کارآفرینانه و رقابت‌پذیری اثر معنادار دارد. خرات و بخشنده (۱۳۹۶) در تحقیقی با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیر شدن شرکت‌های تعاونی صنعتی شهرستان اهواز پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که متغیر توان خلاقیت و نوآوری نسبت به متغیر منابع ورودی بنگاه در رقابت‌پذیر شدن تعاونی‌های صنعتی اثرگذارتر است و متغیر موقعیت در بازار بر رقابت‌پذیر شدن آن‌ها تأثیر معناداری ندارد. پائودل و آچاریا^۲ (۲۰۲۱) در تحقیقی به تعاونی‌ها و رشد اقتصادی در نپال پرداختند. یافته اصلی این است که توسعه تعاونی‌ها رابطه بلندمدتی با رشد اقتصادی دارد. باین‌حال، تمرکز باید بر روی مشارکت بسیاری از افراد در فعالیت‌های تعاونی‌ها دیده شود تا صرفاً روی جمع‌آوری سرمایه تعاونی‌ها. همچنین نتایج نشان می‌دهد که دولت توجه کافی را نیاز به بخش تعاون ندارد و نیاز به تدوین سیاست‌های جدیدی در حوزه تعاون وجود دارد.

مواد و روش‌ها

مقاله حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع داده‌ها، کیفی است و با روش تحقیق کتابخانه‌ای، با رویکرد فراترکیب صورت گرفته است. ساندوسکی و باروسو^۳، فرآیند هفت مرحله‌ای جهت انجام فراترکیب معرفی نموده‌اند که در پژوهش حاضر نیز از این فرآیند استفاده شده است.

4-Cooperative
5-Principles of Cooperative
6-Competitiveness
7-Science Direct
8-Emerald
9- Research Gate
10-Google Scholar
11-Inclusion criterion
12- Exclusion criterion

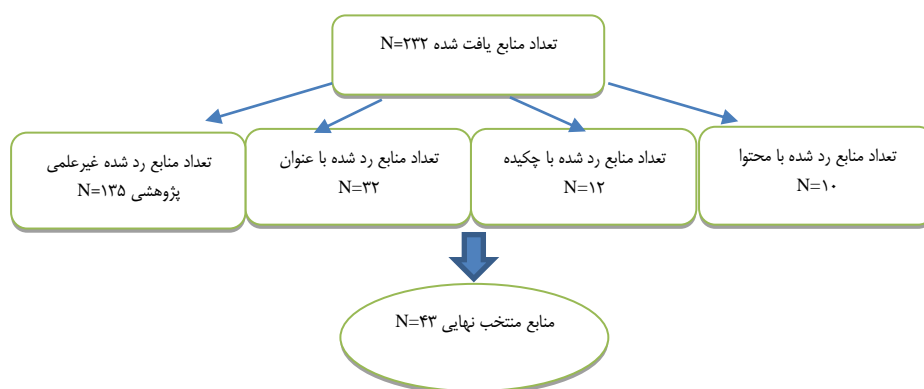
1 -Smart Pls
2 -Paudel & Acharya
3 -Sandozki & Baroso

گردآوری تمام مقالات مرتبط با مراقبت معنوی در ایران، به ترتیب با بررسی عنوان، چکیده و متن کامل مقالات نسبت به حذف موارد تکراری و غیر مرتبط اقدام شد. پس از ۴ مرحله پالایش (شکل ۱)، از میان ۲۳۲ مطالعه، ۱۸۹ مطالعه حذف و ۴۳ پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات انتخاب گردید.

استفاده شده است. معیارهای ورود به معیارهایی گفته می‌شود که بر اساس آن پژوهش مورد نظر وارد مطالعه می‌شود. تنظیم معیارها طبق اصول و موازین علمی و بر اساس نظر محققین و متخصصین انجام می‌گیرد. فیلتر یا صافی دوم در انتخاب مطالعات مناسب ملاک‌های خروج هستند. در این مرحله پس از

جدول ۱. ملاک‌های ورود و خروج منابع به مطالعه حاضر

ملاک‌های خروج	ملاک‌های ورود
پژوهش‌هایی که اطلاعات کافی در زمینه اهداف این تحقیق گزارش نداده بودند.	مقالات علمی پژوهشی چاپ شده و پایان‌نامه‌های مندرج در پایگاه ایران داک در حوزه مورد نظر
پژوهش‌هایی که با عناوین و اهداف یکسان انجام شده بودند.	مقالات و پژوهش‌هایی که با روش‌های علمی پژوهشی کمی، کیفی و ترکیبی انجام شده باشد.
پژوهش‌هایی که فاقد الگوی روش‌شناختی مناسب بودند.	تحقیقات بایستی داده‌ها و اطلاعات کافی را در ارتباط با اهداف پژوهش، گزارش کرده باشد.
پژوهش‌هایی که فاقد کیفیت لازم علمی بودند از آنجاکه در مجلات بی کیفیت منتشر شده بودند.	تحقیقاتی که فرایند بررسی تخصصی را زیر نظر داوران متخصص طی کرده باشند و به صورت مقاله کامل از طریق برخط یا به طور کامل چاپ شده باشد.
مطالعات مروری و کتابخانه‌ای	مقالات و پژوهش‌های چاپ شده در حوزه مورد نظر در بین سال‌های ۱۹۹۴ الی ۲۰۲۰.
مطالعات قبل از سال ۱۹۹۴ میلادی و ۱۳۷۸ شمسی	مقالات و پژوهش‌هایی که با روش‌های علمی به بررسی موضوع مورد نظر و نقش‌های رقابتی اصول تعاون پرداخته‌اند.



شکل ۱. مراحل انتخاب چک‌لیست پژوهش‌های مورد مطالعه از پایگاه‌های اطلاعاتی منتخب

پس از انتخاب منابع به منظور دستیابی به اطلاعات مورد نیاز، لازم است تا محتوای متون مورد نظر با روش مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرد. در این بخش با کاوش عمیق در کتاب‌ها و مقالات مرتبط با موضوع، کدگذاری باز و محوری گزاره‌های متنی منابع موجود انجام شد. بدین منظور متن بخش-های مرتبط در منابع منتخب طی دو مرحله کدگذاری شدند. در

گام چهارم: استخراج اطلاعات متون

اطلاعات مقاله‌ها بر اساس مرجع مربوط به هر مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسنده، به همراه سال انتشار مقاله و اجزای هماهنگی بیان شده در هر مقاله طبقه‌بندی می‌شود. در این گام، مقاله‌های نهایی به روش تحلیل محتوا مطالعه شدند.

گام پنجم: تحلیل و ترکیب یافته‌ها

مرحله نخست از کدگذاری باز برای شناسایی مفاهیم بااهمیت استفاده گردید و در مرحله دوم با در نظر گرفتن هریک از کدهای مذکور، کدهای با مفهوم مشابه، دسته‌بندی شده است. مطابق این دسته‌بندی، کدگذاری مربوط به شناسایی نقش‌های رقابتی اصول تعاون در یک مقوله و ۷ کد محوری و ۳۵ کدباز انجام پذیرفته است. بر اساس تک مقوله مستخرج که اصول تعاون است، کدهای محوری و باز و منابع اطلاعاتی مربوط به آن‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

کد محوری عضویت داوطلبانه، اختیاری و رقابت‌پذیری با کدهای باز که شامل نفی تبعیض اجتماعی، سیاسی، جنسیتی، همکاری داوطلبانه و اختیاری، مرکزیت نقش اعضا، تحکیم روابط اعضا، سهولت و آزادی عضویت مطابق منابعی از جمله) اسعدی و بیگلری (۱۳۸۴)، انصاری و شائمی برزکی (۱۳۸۵)، اکبری (۱۳۸۵)، عباسی (۱۳۸۲)، کاوسی (۱۳۸۶)، اسعدی و بیگلری (۱۳۸۴)، اسلامی (۱۳۸۱)، ورامینی (۱۳۹۹)، آندرواژ (۱۳۹۹)). کد محوری کنترل دموکراتیک توسط اعضا و رقابت‌پذیری با کدهای باز که شامل مشارکت فعالانه اعضا در نظارت و برگزاری مجامع و جلسات، عدم وابستگی به دولت و تلاش در جهت افزایش توانمندی، همکاری بین مدیریت و اعضا، داشتن حق رأی مساوی، نقش محوری کنترل مدیریت توسط اعضا (حرکت به سمت خودکنترلی) از منابعی مانند (مرادی و شفایی (۱۳۸۵)، اسلامی نسب (۱۳۸۱)، مجتهد و کیا کجوری (۱۳۸۵)، زارع (۱۳۸۴)، سلیم (۱۳۹۸)، طالبی و زاهدی (۱۳۹۵)، ورامینی (۱۳۹۹)). کد محوری مشارکت اقتصادی اعضا و رقابت‌پذیری با کدهای باز شامل اتحاد و مشارکت اعضا در تأمین و افزایش سرمایه برای فعالیت‌های شرکت (تجمیع سرمایه‌های کوچک)، تقسیم سود متناسب با سرمایه شرکت، تأکید بر انباشت سرمایه از محل سود که در منابع پیش رو یافت شد، (رحیمی (۱۳۸۳)، شگری (۱۳۸۹)، عظیمی نژاد

(۱۳۸۳)، سلیم (۱۳۹۸)، طالبی و زاهدی (۱۳۹۵)، آندرواژ و همکاران (۱۳۹۹)). کد محوری استقلال و رقابت‌پذیری و کدهای باز خودگردانی، خودیاری و دگرخواهی (تأکید بر استقلال و خودتکایی شرکت)، حمایت دولت در تحقق استقلال تعاونی‌ها (رابطه دولت با تعاونی‌ها) از منابعی مثل (مجتهد و کیاکجوری (۱۳۸۵)، (۱۳۸۶)، عباسی (۱۳۸۲)، عمادی (۱۳۸۴)، مطهری نژاد (۱۳۸۲)، سلیم (۱۳۹۸)). کد محوری همکاری بین تعاونی‌ها و رقابت‌پذیری با کدهای باز درک معنای تعاون و گرایش به یادگیری، آموزش کارکنان، مدیران و میزان برنامه‌های آموزشی به‌منظور ظرفیت‌سازی و توسعه منابع انسانی (افزایش بهره‌وری نیروی انسانی)، اطلاع‌رسانی، ترویج و گسترش فرهنگ و اصول تعاون (تبلیغات)، آموزش و توسعه به‌نگام فن‌آوری اطلاعات از منابعی مانند (زارع (۱۳۸۴)، طالب (۱۳۸۳)، عمادی (۱۳۸۴)، مطهری نژاد (۱۳۸۲)، صدقی (۱۳۷۸)، عظیمی نژاد (۱۳۷۸)، سلیم (۱۳۹۸)، حاجی و همکاران (۱۳۹۶)، آندرواژ و همکاران (۱۳۹۹)). کد محوری همکاری بین تعاونی‌ها و رقابت‌پذیری با کدهای باز همکاری و ارتباط در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی (گسترش سطح فعالیت)، نقش بارز اتحادیه‌های تعاونی در پیگیری مشکلات و توانمندسازی تعاونی‌ها، ادغام تعاونی‌های کوچک و تشکیل شرکت‌های تعاونی بزرگ‌تر، کسب قدرت در تعیین و کنترل قیمت بازار (داشتن استراتژی قیمت‌گذاری)، کسب قدرت توزیع محصول و خدمات از منابعی نظیر (دوز و همل^۱ (۲۰۱۷)، هاریسون^۲ (۱۹۹۸)، سلیم (۱۳۹۸)، حاجی و همکاران (۱۳۹۶)، طالبی و زاهدی (۱۳۹۵)، سازگیل^۳ (۲۰۲۱)) و کد محوری توجه به جامعه و مشارکت و کدهای باز توسعه پایدار جامعه و ایجاد حس اعتماد در جامعه (کسب حمایت (اعتماد) جامعه از طریق توجه و مسئولیت

1 -Doz & Hamel

2 -Harbison

3 -Saz-Gil

مشمول بر دولایه شامل (مقوله و کد محوری) به دست آمد. چارچوب به‌دست‌آمده در شکل ۲ قابل مشاهده است.

نتایج و بحث

شرکت‌های تعاونی به‌صورت انفرادی در ذات خود از پتانسیل‌ها و قدرت رقابت‌پذیری محدودتری نسبت به بخش خصوصی برخوردار هستند. نقطه قوت و مزیت ذاتی تعاونی‌ها نسبت به رقبا، آنجا بروز می‌یابد که اصل و اساس تعاونی بر همکاری و تعاون استوار می‌باشد. اعضاء با یکدیگر و تعاونی‌ها در کنار هم حلقه‌های هم‌افزایی را ایجاد می‌کنند که امکان رقابت با سایرین را برای آن‌ها فراهم می‌کند. با توجه به این نکته اساسی است که اصل تعاون بین تعاونی‌ها از اصول مسلم شناخته‌شده بین‌المللی تعاونی می‌باشد. ایجاد هماهنگی و کمک به فعالیت‌های اقتصادی تعاونی‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و تشکیلات بخش تعاونی باید بتواند این وظیفه را به نحو مطلوبی انجام دهد تا رقابت‌پذیری تعاونی‌ها را افزایش دهد. ریشه بسیاری از ناکامی‌های بخش تعاون در کشور از نبود فرهنگ تعاون در بین مردم، نگاه تبعیض‌آمیز نسبت به فعالیت‌های بخش خصوصی و تعاونی، فقدان کاهش تصدی‌گری دولتی، نداشتن فضای رقابت و صادرات و عدم حمایت و اعتماد نظام بانکی به تعاونی‌ها نشأت می‌گیرد. تعاونی‌ها، بی‌تردید به‌عنوان بخش مردمی اقتصاد کشور با رویکرد اقتصاد مقاومتی، نقش سازنده‌ای در حوزه اقتصادی و رونق تولید دارد. این مطالعه به دنبال یافتن این سؤال بود: «نقش‌های رقابتی اصول تعاون کدامند؟» در این راستا، با بررسی نظام‌مند پژوهش‌های صورت گرفته نقش‌های رقابتی اصول هفتگانه تعاون در مجموع، ۷ عامل مربوط به اصل عضویت داوطلبانه، اختیاری و رقابت‌پذیری، ۵ عامل مربوط به اصل کنترل دموکراتیک توسط اعضاء و رقابت‌پذیری، ۳ عامل مربوط به اصل مشارکت اقتصادی اعضاء و رقابت‌پذیری، ۳ عامل مرتبط با اصل استقلال و رقابت‌پذیری، ۶

اجتماعی)، کارآفرینی، اشتغال‌زایی و ایجاد انگیزه برای حضور مردم، توسعه و نوآوری در ارائه محصولات باکیفیت، بازاریابی مخفی و تبلیغات از طریق استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی (موج ابتکار)، بازاریابی مخفی و تبلیغات از طریق استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی (موج ابتکار)، تلاش در راستای ایجاد شهرت (برند) برای محصولات و خدمات که از منابعی مانند (عباسی (۱۳۸۲)، ورامینی (۱۳۹۹)، شکری (۱۳۸۹)، کیا کجوری (۱۳۸۶)، طالقانی و همکاران (۱۳۹۱)، شل و باروز^۱ (۲۰۰۵)، سازگیل (۲۰۲۱)، سلیم (۱۳۹۸)، آندرواژ و همکاران (۱۳۹۹)، اختر محقق (۱۳۸۵)) استخراج گردید.

گام ششم: کنترل کیفیت

در این مرحله جهت اعتباردهی فرایند کدگذاری و کنترل کیفیت آن از ضریب کاپای کوهن^۲ استفاده شده است. جهت محاسبه شاخص کاپا از دو فرد خبره در موضوع خواسته می‌شود بدون اطلاع از کدگذاری محقق، نسبت به کدگذاری و دسته‌بندی مفاهیم اقدام نماید. سپس با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس اس^۳، مفاهیم ارائه‌شده توسط پژوهشگر با مفاهیم ارائه‌شده توسط فرد خبره مقایسه شده است. چنانچه کدهای این دو محقق نزدیک به هم باشند، نشان‌دهنده‌ی توافق بالا بین این دو کدگذار و بیان‌کننده پایایی است. همان‌طور که در ادامه نشان داده شده است، مقدار شاخص کاپا برابر با ۰/۹۰۶ محاسبه شده که با توجه به جدول ۲ در سطح توافق عالی قرار گرفته است.

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

در انتها پس از انجام مراحل فراترکیب، داده‌های کدگذاری شده برای تجزیه تحلیل و دسته‌بندی به نرم‌افزار مکس کیودای^۴ ۱۰ منتقل و مدل مفهومی نقش‌های رقابتی اصول تعاون

1 -Chell,E & Burrows

2 -Cohen's kappa coefficient

3 -Spss

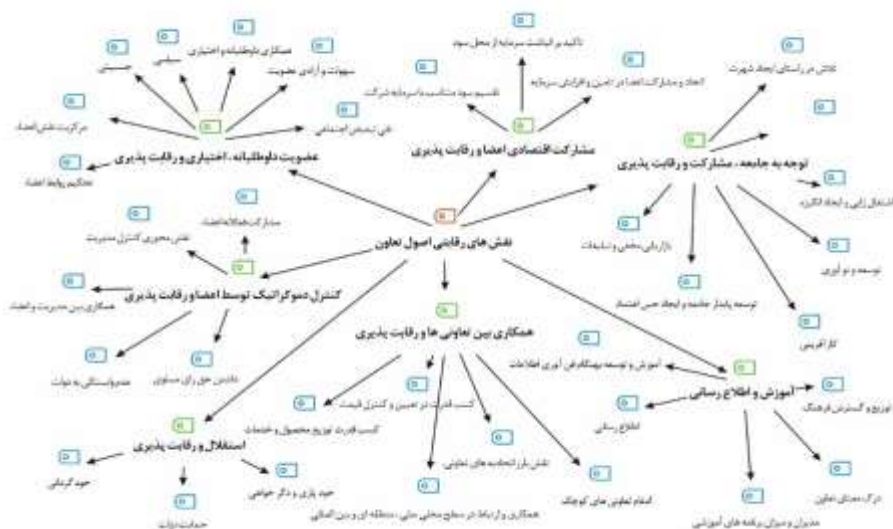
4 -Maxqda

کنترل دموکراتیک توسط اعضاء و رقابت پذیری شامل کدهای محوریمشارکت فعالانه اعضاء در نظارت و برگزاری مجامع و جلسات، عدم وابستگی به دولت و تلاش در جهت افزایش توانمندی، همکاری بین مدیریت و اعضاء، داشتن حق رأی مساوی، نقش محوری کنترل مدیریت توسط اعضاء(حرکت به سمت خودکنترلی).

عامل مربوط به اصل آموزش و اطلاع رسانی و ۵ عامل مربوط به همکاری بین تعاونی ها و رقابت پذیری، ۷ عامل مربوط به توجه به جامعه و مشارکت، از مطالعات موردبررسی استخراج شده است. اصل عضویت داوطلبانه و رقابت پذیری شامل کدهای محوری (نفی تبعیض اجتماعی، سیاسی، جنسیتی، همکاری داوطلبانه و اختیاری، مرکزیت نقش اعضاء، تحکیم روابط اعضاء، سهولت و آزادی عضویت).

جدول ۲. وضعیت شاخص کاپا و نتایج آماره ضریب توافق کاپای کوهن

وضعیت توافق	مقدار عددی شاخص کاپا	نتایج آماره(ضریب توافق کاپای کوهن)	ارزش
ضعیف	کمتر از ۰	۰/۹۰۶	تعداد نمونه ها
بی اهمیت	۰/۲ -	۳۵	
متوسط	۰/۲۱ - ۰/۴		۰/۰۰۰
مناسب	۰/۴۱ - ۰/۶		
معتبر	۰/۶۱ - ۰/۸		
عالی	۰/۸۱ - ۱		



شکل ۲. دسته بندی نقش های رقابتی اصول تعاون با استفاده از نرم افزار مکس کیودا

برای فعالیت های شرکت (تجمع سرمایه های کوچک)، تقسیم سود متناسب با سرمایه شرکت، تأکید بر انباشت سرمایه از محل

مشارکت اقتصادی اعضاء و رقابت پذیری شامل کد محوری(اتحاد و مشارکت اعضاء در تأمین سرمایه

سود).

استقلال و رقابت‌پذیری شامل کد محوری (خودگردانی، خودیاری و دگر خواهی) (تأکید بر استقلال و خوداتکایی شرکت)، حمایت دولت در تحقق استقلال تعاونی‌ها (رابطه دولت با تعاونی‌ها)).

آموزش و اطلاع‌رسانی و رقابت‌پذیری شامل کد محوری (درک معنای تعاون و گرایش به یادگیری، آموزش کارکنان، مدیران و میزان برنامه‌های آموزشی به منظور ظرفیت‌سازی و توسعه منابع انسانی) (افزایش بهره‌وری نیروی انسانی)، اطلاع‌رسانی، ترویج و گسترش فرهنگ و اصول تعاون (تبلیغات)، آموزش و توسعه بهنگام فن‌آوری اطلاعات).

همکاری بین تعاونی‌ها و رقابت‌پذیری شامل کد محوری (همکاری و ارتباط در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی) (گسترش سطح فعالیت)، نقش بارز اتحادیه‌های تعاونی در پیگیری مشکلات و توانمندسازی تعاونی‌ها، ادغام تعاونی‌های کوچک و تشکیل شرکت‌های تعاونی بزرگ‌تر، کسب قدرت در تعیین و کنترل قیمت بازار (داشتن استراتژی قیمت‌گذاری)، کسب قدرت توزیع محصول و خدمات).

توجه به جامعه، مشارکت و رقابت‌پذیری شامل کد محوری (توسعه پایدار جامعه و ایجاد حس اعتماد در جامعه) (کسب حمایت (اعتماد) جامعه از طریق توجه و مسئولیت اجتماعی)، کارآفرینی، اشتغال‌زایی و ایجاد انگیزه برای حضور مردم، توسعه و نوآوری در ارائه محصولات با کیفیت، بازاریابی مخفی و تبلیغات از طریق استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی (موج ابتکار)، بازاریابی مخفی و تبلیغات از طریق استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی (موج ابتکار)، تلاش در راستای ایجاد شهرت (برند) برای محصولات و خدمات).

نتیجه‌گیری

هنگامی که بحث توسعه کشورها به میان می‌آید، یکی از

مهم‌ترین نکاتی که باید مورد توجه قرار گیرد، توسعه اقتصادی آن کشورها است. اصولاً تصور کشوری توسعه‌یافته بدون توجه به رشد اقتصادی غیرممکن است. با وجود آنکه توسعه اصولاً دارای مفهومی کیفی و همه‌جانبه اعم از سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است، اما در بسیاری از مواقع به دلیل نقش و جایگاه مهمی که رشد اقتصادی در فرآیند توسعه کشورها دارد رشد اقتصادی و توسعه به صورت مترادف بکار می‌رود. به همین علت، نقش مهم تعاون در فرآیند توسعه جوامع نیز باید معطوف به توسعه اقتصادی آن جوامع باشد و غالباً نیز تأکید بر روی ویژگی‌های اقتصادی شرکت‌های تعاونی است؛ بنابراین ارتقای ویژگی‌های اقتصادی بخش تعاون با تأکید بر حفظ اصول تعاون، به منظور بهبود کیفیت عملکرد این بخش در بازار رقابتی امروز، دارای اهمیت ویژه‌ای می‌باشد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، پس از بررسی و تجزیه و تحلیل اصول هفتگانه تعاون، تمام اصول مورد اشاره با وزن‌ها و نسبت‌های مختلف در رقابت‌پذیر نمودن این بخش مؤثر هستند و نمی‌توان هیچ‌یک از اصول تعاون را در رقابت‌پذیری تعاونی‌ها نادیده انگاشت. در واقع توجه و لزوم بازنگری در اصول و تأکید بر وفاداری شرکت‌های تعاونی به آن‌ها به منظور حفظ هویتشان، می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار تعاونی‌ها تلقی گردد و برگ برنده‌ای باشد برای رقابت با دیگر بخش‌ها.

در اصل اول (عضویت اختیاری و آزاد) مرکزیت نقش اعضا، دارای بیشترین اهمیت در رقابت‌پذیری تعاون معرفی گردید و سپس نقش نفی تبعیض اجتماعی، تحکیم روابط اعضا و همکاری داوطلبانه، به ترتیب دارای اولویت‌های بعدی در رقابت‌پذیر نمودن تعاونی‌ها هستند.

در اصل دوم (کنترل دموکراتیک توسط اعضا) مشارکت فعالانه و داشتن رأی مساوی دارای بالاترین اهمیت در رقابت‌پذیری هستند.

در اصل سوم (مشارکت اقتصادی اعضا) نقش‌های رقابتی شامل تقسیم سود متناسب با سرمایه شرکت و اتحاد و مشارکت اعضا به

بخش عمده‌ای از پیشینه پژوهش در این حوزه، در مقایسه با سایر مدل‌ها و چارچوب‌ها با استفاده از رویکرد فراترکیب به استخراج و تبیین عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری شرکت‌های تعاونی با تکیه بر اصول هفتگانه تعاونی‌ها پرداخته است. با توجه به یافته‌ها و نتایج پژوهش حاضر:

۱- گسترش سطح فعالیت‌های شرکت‌های تعاونی و ارتباط مستمر شرکت‌های تعاونی به‌ویژه شرکت‌های تعاونی کوچک‌تر با شرکت‌های تعاونی بزرگ‌تر، استفاده از دانش یکدیگر و تقویت اتحادیه‌های تعاونی و احقاق حقوق این بخش در مقابل بخش‌های خصوصی و دولتی و ایجاد کانال‌های توزیع مناسب محصولات و خدمات می‌تواند برای شرکت‌های تعاونی در بازار رقابتی به‌عنوان برگ برنده محسوب شود.

ترتیب دارای بیشترین اهمیت می‌باشند. از میان اصل چهارم (استقلال) و مابین نقش‌های خودگردانی و عدم وابستگی، نقش خودگردانی دارای بیشترین اهمیت است. در اصل پنجم (آموزش و اطلاع‌رسانی) نقش اطلاع‌رسانی بالاترین اهمیت و بعدازآن تأثیر برنامه‌های آموزشی دارای اولویت می‌باشد. در اصل ششم (همکاری بین تعاونی‌ها) کسب قدرت و نقش بازار اتحادیه‌های تعاونی دارای بیشترین اهمیت و بعدازآن ادغام تعاونی‌های کوچک دارای اهمیت می‌باشد. و بالاخره در اصل هفتم (توجه به جامعه و مشارکت) کارآفرینی و توسعه پایدار جامعه دارای بیشترین اهمیت و بعدازآن اشتغال‌زایی و ایجاد انگیزه دارای اهمیت می‌باشد. مدل توسعه‌یافته پژوهش حاضر به دلیل بررسی نظام‌مند

جدول ۳. اولویت‌های رقابتی اصول هفتگانه تعاونی‌ها به تفکیک

اصول تعاون بر اساس ICA ^۱	اولویت‌های رقابتی اصول تعاون
اصل اول: عضویت آزاد و اختیاری	تحکیم روابط اعضا، مرکزیت نقش اعضا، نفی تبعیض اجتماعی، سهولت و آزادی عضویت، همکاری داوطلبانه و اختیاری
اصل دوم: کنترل دموکراتیک توسط اعضا	نقش محوری کنترل مدیریت، مشارکت فعالانه اعضا، همکاری بین مدیریت و اعضا، داشتن حق رأی مساوی، عدم وابستگی به دولت.
اصل سوم: مشارکت اقتصادی اعضا	تأکید بر انباشت سرمایه از محل سود، تقسیم سود متناسب، اتحاد و مشارکت اعضا در تأمین و افزایش سرمایه
اصل چهارم: استقلال	خودپداری، حمایت دولت، خودگردانی
اصل پنجم: آموزش و اطلاع‌رسانی	آموزش و توسعه به‌هنگام فن‌آوری اطلاعات، ترویج و گسترش فرهنگ تعاون، اطلاع‌رسانی، مدیران و میزان برنامه‌های آموزشی، درک معنای تعاون
اصل ششم: همکاری بین تعاونی‌ها	کسب قدرت در تعیین و کنترل قیمت بازار، کسب قدرت توزیع محصول و خدمات در بازار، نقش بارز اتحادیه‌های تعاونی، ادغام تعاونی‌های کوچک همکاری در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای
اصل هفتم: توجه به جامعه و مشارکت	بازاریابی مخفی و تبلیغات، توسعه پایدار و ایجاد حس اعتماد در جامعه، ابتکار و نوآوری در ارائه محصول، مشتری‌مداری و ارتقای سطح رضایتمندی مشتریان، کارآفرینی، توسعه نوآوری، تلاش در راستای ایجاد شهرت

۲- پیش قدم شدن در انجام کارهای عام‌المنفعه به منظور کسب اعتماد عمومی، ایجاد کارآفرینی و توجه به تولید و توسعه محصولات باکیفیت و اجرای طرح‌های تکریم ارباب رجوع، اعطای جوایز به مشتریان وفادار و دائمی و ترغیب به عضویت و ... باعث توجه روزافزون جامعه به این بخش خواهد شد.

۳- شرکت‌های تعاونی باید زمینه اتحاد و مشارکت اعضاء در تأمین و افزایش سرمایه برای فعالیت‌های شرکت (تجمیع سرمایه‌های کوچک) و تأکید بر انباشت سرمایه از محل سود به منظور بالا بردن سرمایه که نقش بسزایی در موفقیت شرکت‌های تعاونی دارد را سرلوحه کار خود قرار دهند.

۴- برنامه‌های آموزشی، برگزاری جشنواره‌های تعاون، حمایت از طرح‌های پژوهشی، تأسیس مدارس تعاون، استفاده از سرمایه‌های اجتماعی برای گسترش فرهنگ تعاون، تقویت مهارت‌های تخصصی کارکنان و مدیران و ... از جمله مواردی است که می‌تواند در راستای رقابت‌پذیر کردن بخش تعاون اثرگذار باشد.

۵- با توجه به شاخص‌های رقابتی اصل اول تعاون، توجه به گسترش روابط بین اعضاء تعاونی و نقش محوری اعضاء،

منابع

آندرواژ، ل، آبو نعیمی، الف، قاسمی همدانی، ایمان، عطف، زهرا. ۱۳۹۹. ارائه الگوی رقابت‌پذیری خوشه‌های صنعتی و صنایع تبدیلی کشاورزی شرکت‌های وابسته به تعاونی‌های کشاورزی استان مازندران، فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۹(۳۶): ۱-۲۹.

ابراهیمی، ع. ۱۳۸۶. تعاونی‌ها، مبانی و ویژگی‌ها، اتحادیه مرکزی تعاونی‌های مصرفی کارگران ایران، ماهنامه امکان، ۱۴۷.

اسعدی، م؛ و بیگلری، ع. ۱۳۸۴. جهانی شدن اقتصاد، موج چهارم و الزام بازننگری در اصول تعاون، چکیده مقالات کنفرانس تعاون. اشتغال و توسعه. انتشارات دانشگاه یزد، ۵(۱): ۷۹-

زمینه‌سازی بری حضور پرنرنگ قشر زنان و ایجاد روحیه همکاری بین کارکنان می‌تواند در موفقیت شرکت‌های تعاونی در بازار رقابت، تأثیرگذار باشد.

۶- زمینه‌سازی برای مشارکت فعالانه اعضاء و نظارت آن‌ها در برگزاری جلسات منظم و دوره‌ای و نظارت اعضاء بر مدیریت شرکت‌های تعاونی و همکاری با مدیریت از جمله پیش شرط‌های رقابت‌پذیر کردن تعاونی‌ها می‌باشد.

۷- دولت‌ها در ارتباط خود با بخش تعاون، ضمن فراهم آوردن تسهیلات ویژه به منظور کمک به تسهیل فعالیت‌های این بخش، نقش مهمی در کمک به پیشبرد اهداف تعاونی‌ها در یک فرایند رقابتی خواهند داشت.

در این پژوهش به شناسایی و استخراج شاخص‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری اصول تعاون پرداخته شد. پژوهش‌های آینده می‌تواند به تبیین رابطه هر کدام از اصول تعاون با یکدیگر و نقش شاخص‌های هر اصل در رقابت‌پذیری شرکت‌های تعاونی بپردازد. لذا موضوع ارائه مدل بکارگیری اصول تعاون در گسترش فرهنگ اجتماعی و مدیریت مشارکتی در توانمندسازی اجتماعی تعاونی‌ها برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود.

۱۰۱.

اسلامی نسب، م. ۱۳۸۱. تعاونی‌های مصرف در مسیر تحول، فصلنامه همیار، انتشارات اتحادیه سراسری تعاونی‌های مصرف کارکنان دولت، تهران، ۴(۱۳): ۲۸-۵۶.

اختر محقق، م. ۱۳۸۵. جامعه شناسی تعاون، انتشارات مؤلف، چاپ اول، تهران، ۱۰-۴۵.

اکبری، ط. ۱۳۸۵. کارآمد سازی منابع انسانی تعاونی‌ها با آموزش تخصصی و اخلاق مدیران، اولین کنفرانس ملی اشتغال و توسعه، یزد، ۲۲۳.

انصاری، م الف، شائمی برزکی، ع. ۱۳۸۵. پدیده جهانی شدن و

- نقش آن بر تعاونی‌ها، اولین کنفرانس ملی اشتغال و توسعه، یزد، ۱۵۸.
- حاجی، ل. چیدری، م. چوبچیان، ش. ۱۳۹۶. عوامل تأثیرگذار بر توسعه پایدار تعاونی‌های تولید کشاورزی شهرستان نقده از دیدگاه اعضای تعاونی‌ها. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۴(۱۵): ۹۱-۱۱۷.
- خرات، ف. بخشنده، ق. ۱۳۹۶. بررسی و شناسایی عوامل رقابت‌پذیری شدن شرکت‌های تعاونی صنعتی (مورد مطالعه شرکت‌های تعاونی صنعتی اهواز). اولین همایش حسابداری، مدیریت و اقتصاد با رویکرد پویایی اقتصاد ملی، ملایر.
- خسروی، اف، غلامرضایی، س، رحیمیان، م و اکبری، م. ۱۳۹۶. بررسی اثر مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی بر عملکرد تعاونی‌ها از دیدگاه اعضای تعاونی‌های مرغداران استان کرمانشاه. پژوهش‌های روستایی، ۸(۴)، ۶۰۷-۶۲۰.
- زارع، ن. ۱۳۸۴. عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌برداری نیروی انسانی در شرکت‌های تعاونی، مجموعه مقالات. اولین کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه، انتشارات دانشگاه یزد، یزد.
- سلیم، غ. ۱۳۹۸. اصول مدیریت تعاونی‌ها، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۲۴-۱۲۹.
- شکری، ن. ۱۳۸۹. مدیریت تعاونی‌ها در ایران، انتشارات مهرآه عصر، تهران.
- طالبی، ک و زاهدی آنباردان، ی. ۱۳۹۵. مدل رقابت‌پذیری تعاونی‌های تولیدی با تکیه بر راهبرد کارآفرینانه. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۵(۱۷): ۷۵-۹۹.
- طالقانی، غ، نرگسیان، ع، غریبی، م، کوشکی، ع. ۱۳۹۱. بررسی رابطه بین شهرت سازمانی با نگرش‌های شغلی کارکنان شرکت ایران‌خودرو، مجله علمی پژوهشی مدیریت فرهنگ‌سازمانی، ۱۰(۲۵): ۹۷-۱۱۴.
- عباسی، م. ۱۳۸۲. اتحادیه تعاونی: نماد تعاون در تعاونی‌ها، ماهنامه تعاون، انتشارات وزارت تعاون، شماره ۱۳۷. فیض، د، مومنی، ع، کرد نائیج، اف، زارعی، ع. و دهقانی سلطانی، م. ۱۳۹۶. تأثیر عملکرد برند بر رقابت‌پذیری برند با تبیین نقش فرصت‌طلبی فناورانه. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۰(۳۵): ۱۸۲-۱۵۹.
- کامار، و. و سان، ج. ۱۳۸۶. نقش ارتباطات و به‌ویژه رسانه در تقویت حرفه‌ای‌گری مدیریت در بخش تعاون، اتحادیه ملی تعاون هندوستان، پایگاه جامع مدیریت (مدیریار).
- مجته‌د، د. و کیاکجوری، د. ۱۳۸۵. ارائه مدلی به‌منظور اندازه‌گیری و سنجش توان رقابتی بخش تعاونی برای الحاق به سازمان جهانی تجارت (مورد خاص شرکت‌های تعاونی تولید)، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سال ۱۳۸۵. مرادی، مرتضی، شفایی، رسول. ۱۳۸۵. رقابت‌پذیری از دیدگاه (مدل الماس)) پورتر، پایگاه علمی مقالات مدیریت. مطهری نژاد، ح، ۱۳۸۲. نظام آموزش کارکنان، مجله تدبیر، ۱۴(۱۳۱): ۸۸-۹۷.
- موحدی نائینی، ع. ۱۳۸۴. ترویج تعاون و جلب مشارکت مردمی، مجموعه مقالات کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه، دانشگاه یزد و وزارت تعاون، جلد دوم، ۱۹-۲۲.
- ورامینی، ن، رضوانفر، الف، موحد محمدی، ح. و پیش‌بین، الف. ۱۳۹۹. تحلیل رقابت‌پذیری در تعاونی‌های کشاورزی: نقش یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: تعاونی‌های کشاورزی استان تهران). پژوهش‌های روستایی، ۱۱(۲): ۳۳۲-۳۴۹.
- Akimova, I. 2000. Development of market orientation and competitiveness of Ukrainian firms; *European Journal of Marketing*. 34: 128-1148.
- Ambashta A. Momaya K. 2002. Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks, and

- Journal of Global Business Advancement. 9(3): 248-276.
- Nasution, M. Yeni, S. Yondra, A. & Putri, A. 2021. The Influence of Organizational Structure and Job Analysis on Work Motivation and Its impact on the Performance of the Office of Cooperatives for Small and Medium Enterprises, Industry and Trade (KOPERINDAG) Mentawai Islands Regency. American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 5(1): 444-453.
- Qehaja, A.B. & Kutillovci, E. 2015. The Role of Human Resource in Gaining Competitive Advantage. Journal of Human Resource Management, 18(2):47-61.
- Paudel, R. C. & Acharya, C. P. 2021. Cooperatives and economic growth in a developing country: The case of Nepal. Annals of Public and Cooperative Economics. 3(93): 797-815.
- Sandelowski, M. & Barroso, J. 2007. Handbook for synthesizing qualitative research. New York, Springer Publishing Company, Inc. 235-240.
- Saz-Gil, I. Bretos, I. & Díaz-Foncea, M. 2021. Cooperatives and social capital: A narrative literature review and directions for future research. Sustainability, 13(2), 534.
- Models. Singapore Management Review. 26 (1): 45- 58.
- Banda, W. & Chanda, E. K. 2021. A proposed cooperatives strategy for artisanal and small-scale gold mining sector in Zambia. Resources Policy. 70: 1-17.
- Chell,E. and Burrows, R. 2005. The small business owner- manager, in stanworth, J. and Gray,C. (eds) Botton 20 years on: The small firm in the 1990s, London: paul chapman, ch. 7:151-177.
- Clarkson, M. B. E, 1998. the corporation and its stakeholders: Classic and contemporary readings, In M. B. E. Clarkson (Ed). the corporation and its stakeholders: Classic and contemporary readings, Toronto, Canada: University of Toronto Press.1-12.
- Coopers & Lybrand Consulting. 1998. Trendsetter Barometer, New York: Coopers & Lybrand Consulting. 24: 74-83.
- Cravens, Denials W & et al. 1993. Analysis of cooperative Interorganizational relationships, strategic alliance formation, and strategic alliance effectiveness, Journal of Strategic Marketing. 1: 55-70
- Doz, Y. L. & Hamel, G. 2017. Alliance advantage, Boston: Harvard Business School Press. 14:39-49.
- Harbison, J. R. & Pekar, P, 1998. smart alliances, San Francisco: Josses-Bass Publishers. 128-166.
- Husain, Z. (2016). Technology Strategy Framework for Firms in Growing Economics.

The Factors affecting the competitiveness of cooperatives based on the principles of cooperation with a hybrid approach

Mohamad Rastegar¹, Davood Kiakojouri^{2*}, Mohammad Javad TaghiPourian³
and Mohammad Mahdi Pourpasha⁴

Submitted: 2 October 2021

Accepted: 6 September 2022

Abstract

Although one of the main principles of cooperatives is cooperation principle, cooperation section will face serious issues in free economic due to the lack of competitive structures. The main purpose of this study was to explain the factors affecting the competitiveness of cooperatives using a hybrid approach. Using this approach, the findings of internal and external studies were systematically examined using the seven-step method of Sandowski and Barso. Out of 232 articles searched in this field, 43 articles were selected and based on that, competitive maps were identified and extracted. Based on three-step coding in MAXQDA software, these factors were analyzed and categorized into one main category and seven core codes. Kappa index was used to measure the reliability and quality control of the present study. The kappa coefficient calculated was equal to 0.906, which is at the level of excellent agreement. According to this study, the results showed that all seven principles of cooperation affect the competitiveness of this sector. Attention and the need to review the principles and emphasize the loyalty of cooperatives to them in order to preserve their identity, can be a powerful tool to create and maintain a sustainable competitive advantage of cooperatives.

Keywords: Cooperatives, Cooperatives, Principles of Cooperation, Competitiveness, Hyper combination.

1 - Ph.D candidate, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Chalous, Iran.

2 - Associate Professor, Department of Public Administration, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran

3 - Faculty member at the Department of Management, Islamic Azad University, Chalous, Iran

4 - Assistant Professors, Department of Mathematics, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran

(* - Corresponding author Email: davoodkia@iauc.ac.ir)

DOI: 10.22048/rdsj.2022.333321.2007