

Rearranging the organizational model of rural production cooperatives with a content analysis approach

Ahmad Hajarian*¹

1. PhD in Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran



CITATION: Hajarian, H. (2023). Rearranging the organizational model of rural production cooperatives with a content analysis approach, *Journal of Cooperation and Agriculture*, 12(46), 58-72. (In Persian).

DOI: <https://10.22034/AJCOOP.2023.336472.1769>

ARTICLE INFO

Keywords:

- Organizational Model
- Production Cooperatives
- Thematic Analysis
- Rural Areas

Received:
17 April 2022

Revised:
12 June 2022

Accepted:
23 November 2023

Available online:
15 December 2023

ABSTRACT

Context and purpose. Rural production cooperatives provide the grounds for the widespread participation of villagers in the development process of villages and solve the problems and problems of the villagers in the economic and social fields through cooperation and joint efforts. Despite the need for development and expansion, rural production cooperatives still do not have a worthy position.

Methodology/approach. In this research, by using thematic analysis method, the bases of reorganization of the organizational pattern of the rural production cooperative company were identified. The research is based on the purpose of the applied type and in terms of the nature of the data, it is of the qualitative type and the participants in the interview are 12 managers of rural cooperatives in Isfahan province. Information was collected based on semi-structured interviews and the study of sources and documents.

Findings and conclusions. The findings show that among 111 open codes, 34 basic concepts were identified, which can be divided into 9 categories of organizing themes. The results of the analyzes indicate that in the reorganization and renewal of the organizational structure of rural production cooperative companies, attention should be paid to the participation of members, empowerment of the board of directors, effectiveness and efficiency, and the need to achieve the goals of policies and optimal management. Rural production cooperative is to get help from the village people themselves and involve them in all the decision-making and implementation process.

Originality. Previous studies focusing on quantitative methods have mainly focused on cooperative companies; meanwhile, the present study deals with this issue with a qualitative approach using the opinions of experts and experts.

EXTENDED ABSTRACT

Context and purpose. From the distant past, Iran's traditional society has resorted to cooperative and cooperative solutions in various cases to deal with the difficulties of social life, and in this context, it has various examples of cooperation and cooperation. Economic poverty, lack of security, difficult climatic and geographical conditions on the one hand, and the Iranian and Islamic culture of mutual aid and prosperity on the other hand, have made the villagers and nomads of Iran more and more dependent on each other. Therefore, there has been cooperation in the rural society of Iran, including in matters of marriage, agricultural work, and death of people and in other fields of subsistence life. Therefore, trying to minimize these issues and problems is an inevitable necessity. Limiting activities within cooperatives is one of the other problems that limit the independence of government organizations, including these cooperatives. Therefore, speeding up and flexibility in organizational decision-making is limited. Some of these other problems are more structural and cultural in nature. Including the lack of stimuli and incentives, bureaucratic legalism of cooperatives and lack of attention to the flow of information and other problems and obstacles that this research aims to answer.

According to the mentioned introduction and according to the various researches that have been conducted in the field of rural cooperatives, which mostly had a quantitative approach and took advantage of the opinions of the stakeholders, therefore, it is appropriate to conduct research with a qualitative method and using the opinions and opinions of experts and experts. Therefore, this research aims to reorganize the organizational pattern of rural production cooperative companies using the opinions of experts and specialists.

Methodology/approach. The present research was carried out with thematic analysis method. Thematic analysis is actually a method to recognize, analyze and report patterns in qualitative data. This method is also a process for analyzing textual data and transforms scattered and diverse data into rich, processed and detailed data. The research data was obtained through semi-structured in-depth targeted interviews with 12 managers of rural cooperatives in Isfahan province with expertise, considering the theoretical saturation with in-depth analysis and the adequacy of the obtained codes, as well as the lack of concepts. Newly, 12 experts were used in the subsequent interviews, using independent coders. In fact, the main research tool is the interview. By coding these interviews, analyzing each one and with targeted sampling and introduction of the next expert by each interviewee, he went to the next sample and this process is the basis for choosing the next expert and also by reaching the desired goals, the interview has been completed.

Findings and conclusions. The data obtained from the interviews were analyzed by thematic analysis method and the main themes were identified with the aim of rearranging the organizational model of rural production cooperative companies. In total, based on the thematic analysis of the data, 34 basic concepts were identified that form the basis of the research model. These concepts were divided into nine categories including: organizational structure, participation, accountability, justice and equality, transparency, accountability, capability, efficiency and effectiveness, and self-reliance as organizing themes of the research topic. Paying attention to the organizational structure is a sign of systematic thinking in the organization, because the organization is a combination of components and relationships between them. Structure is the way and method according to which organizational activities are divided and organized. The organizational structure is a full-view mirror of regulations, procedures, standards, decision-making positions, communication patterns, reporting and reporting relationships, integration of duties and activities, information flow, hierarchy of authority, and responsibility, so if in the company Rural production cooperatives so far we have not seen a change as we should and maybe it is related to the existing organizational structure in these cooperatives which is in dire need of reorganization.

In order to attract the participation of members in the affairs of the organization, many studies have been conducted and various programs and models have been experienced in the world, but the main challenge is the lack of overlapping studies, the evaluation of participatory performance, the lack of a common understanding of the precise concept of participation, and the lack of a comprehensive evaluation system. This problem is very significant in rural cooperative companies and you should try to solve it as the main concern.

*Corresponding author

E-mail addresses: A.hajarian@ltr.ui.ac.ir (A. Hajarian).

بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی با رویکرد تحلیل مضمون

احمد حجاریان^{*۱}

۱. دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

استناد: حجاریان، احمد. (۱۴۰۲). بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی با رویکرد تحلیل مضمون. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۲(۴۷): ۵۸-۷۲.

DOI: <https://10.22034/AJCOOP.2023.336472.1769>

چکیده

زمینه و هدف: تعاونی‌های تولید روستایی زمینه‌های مشارکت گسترده روستاییان را در فرایند توسعه روستاها فراهم کرده و مسایل و مشکلات روستاییان در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی را از طریق همیاری و اشتراک مساعی حل می‌کنند. علی‌رغم نیاز به توسعه و گسترش، شرکت‌های تعاونی تولید روستایی هنوز از جایگاه شایسته‌ای برخوردار نیستند.

روش‌شناسی/رهیافت: در این پژوهش با استفاده از روش تحلیل مضمون، بسترهای بازآرایی الگوی سازمانی شرکت تعاونی تولید روستایی شناسایی شدند. تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت داده‌ها از نوع کیفی و مشارکت‌کنندگان پژوهش مشتمل بر ۱۲ تن از مدیران تعاونی‌های روستایی در استان اصفهان بودند. اطلاعات بر اساس مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته و مطالعه منابع و اسناد جمع‌آوری شدند.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: یافته‌ها نشان می‌دهد از میان ۱۱۱ کد باز ۳۴ مفهوم پایه‌ای شناسایی شد که در ۹ دسته مضامین سازمان دهنده قابل تقسیم‌بندی هستند. نتایج تحلیل‌ها حاکی از این است که باید در بازآرایی و تجدید آرایش سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی به مشارکت اعضا، توانمندسازی هیات مدیره، اثربخشی و کارایی توجه نمود و لزوم دستیابی به اهداف سیاست‌ها و مدیریت مطلوب تعاونی تولیدی روستایی، کمک گرفتن از خود مردم روستا و مشارکت دادن آنها در همه فرایندها تصمیم‌گیری و اجرا است.

اصالت/نوآوری: مطالعات پیشین با تمرکز بر روش‌های کمی به‌طور عمده بر شرکت‌های تعاونی متمرکز بوده‌اند؛ این در حالی است که مطالعه حاضر با رویکردی کیفی با استفاده از نظرات خبرگان و متخصصان و صاحب‌نظران به این موضوع می‌پردازد.

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

- الگوی سازمانی
- تعاونی‌های تولید
- تحلیل مضمون
- نواحی روستایی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۱/۱۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۳/۲۲

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۷/۲۳

تاریخ برخط:

۱۴۰۲/۰۸/۲۴

*نویسنده مسئول

پست الکترونیک: A.hajarian@ltr.ui.ac.ir (الف. حجاریان).

مقدمه

جامعه سنتی ایران از گذشته‌های دور در موارد گوناگون و برای مقابله با دشواری‌های زندگی اجتماعی، به راه‌حل‌های یاریگری و تعاونی رجوع کرده و در این زمینه صاحب نمونه‌های گوناگون و مختلفی از همیاری و تعاون است. فقر اقتصادی، فقدان امنیت، شرایط اقلیمی و جغرافیایی دشوار از سویی و فرهنگ یاری دوست و پر از برادری ایرانی و اسلامی از سوی دیگر در درازای زمان روستاییان و کوچ‌نشینان ایران را هر چه بیشتر به هم وابسته کرده است. از این رو تعاون در جامعه روستایی ایران از جمله در امور ازدواج، کار کشاورزی، فوت افراد و در زمینه‌های دیگر زندگی معیشتی وجود داشته است. همه این انواع تعاونی‌های ذکر شده دارای یک اصل مهم بوده و آن اینکه استقلال اقتصادی افراد را حفظ می‌کردند و مالکیت افراد را به خطر نمی‌انداختند. در گذشته تاریخی ایران برای رفع مشکلات امور تولیدی و مدیریتی روستایی تعاون وجود داشته است. البته لازم به ذکر است که این تعاون بر اساس نیاز متقابل و کارکردی بوده است. تعاونی‌های تولید در مناطق روستایی نقش تعیین‌کننده‌ای را در توسعه روستایی، کشاورزی و اقتصاد ملی بازی می‌کنند (Khosravi et al., 2016). تعاونی یک موسسه خودمختار و مبتنی بر اتحاد داوطلبانه اشخاص برای برآورده ساختن نیازهای عمومی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آرزوها از طریق یک مالکیت مشترک و تحت کنترل دموکراتیک شرکت می‌باشد (Karimi et al., 2023). در همین راستا تشکیل شرکت‌های تعاونی (کوچک و متوسط) عاملی مؤثر در جهش و رونق تولید است (Jojam et al., 2023). پس از اصلاحات ارضی نیز که قواعد و نهادهای سنتی روستاها

به هم ریخته شده‌اند، دولت تعاونی‌های روستایی را برای مدیریت امور ده وارد روستاها نمود. پس تعاونی‌ها در ابتدا به‌عنوان یک نهاد حاکمیتی وارد روستاها شدند. واژه تعاونی در شکل فعالیت‌های رسمی و برای نهادهایی به کار برده می‌شود که بر مبنای اصول و قواعد تعاونی فعالیت می‌کنند. این واژه را معادل شرکت تعاونی استعمال می‌کنند (Kohnhoshnejad & Abdi, 2015). اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) تعاونی را این‌گونه تعریف کرده است: تعاونی، اجتماعی مستقل از اشخاص است که به شکل داوطلبانه‌ای با یکدیگر متحد شده‌اند تا نیازها و اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را از راه اداره و نظارت دموکراتیک موسسه‌ای با مالکیت جمعی تأمین کنند. شرکت تعاونی، شرکتی است از اشخاص حقیقی و یا حقوقی که به منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی شرکا از راه خودیاری، کمک متقابل، همکاری و تشویق به پس‌انداز، موافق اصولی که در این قانون مطرح است تشکیل می‌شود. در مرداد ۱۳۴۲ و به دنبال موادی از اصلاحات ارضی، سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران با هدف توسعه و تقویت تعاونی‌های روستایی و آموزش اصول تعاون و روش اداره امور شرکت‌های تعاونی روستایی و اتحادیه‌های تعاونی تشکیل شد. طبق آمار سال ۱۳۹۵، حدود ۲۹۵۰ شرکت تعاونی روستایی در سطح کشور فعالیت دارند و تعداد روستاهای زیرپوشش خدمات و فعالیت‌های شبکه تعاون روستایی به ۵۶۲۷۲ روستا می‌رسد. همچنین، افزون بر ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از کشاورزان و روستاییان در این تعاونی‌ها عضویت دارند و حدود ۲۳ میلیون نفر از جمعیت کشور نیز از خدمات این

اطلاعات و مشکلات و موانعی دیگری که این تحقیق درصدد پاسخ به آن می باشد.

با توجه به مقدمه مذکور و با توجه به پژوهش های مختلفی که در زمینه تعاونی های روستایی انجام شده که اکثراً رویکردی کمی و بهره گیری از نظرات ذینفعان داشته است لذا تحقیق درخور که با روش کیفی و استفاده از آرا و نظرات خبرگان و صاحب نظران باشد به شدت احساس می شود، لذا این تحقیق در جهت بازآرایی الگوی سازمانی شرکت های تعاونی تولید روستایی با استفاده از نظرات خبرگان و متخصصان می باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مطالعات گسترده ای توسط محققان در خصوص تأثیر ابعاد مختلف تعاونی ها بر توسعه روستایی انجام شده است که به برخی از آن ها اشاره می شود. نخعی و همکاران (Nakhaei et al., 2019) به تبیین شاخص ها و الگوی سازمانی در شرکت های تعاونی روستایی پرداخته اند. نتایج این پژوهش نشان می دهد که رتبه بندی شاخص ها به ترتیب: رفتاری، فرهنگ، اقدام کارآفرینانه، ساختاری، زمینه ای، ویژگی های فردی و مهارت ها و الگوها به ترتیب: سلمان، آنتونیک و هیسریچ، بیولت و آلپکن، لامپکن و دس، اکهلنس و نک، احمد پور داریانی و کوراتکو و دیگران می باشد.

نوروزیان و همکاران (Norouzian et al., 2019) به ارزیابی کار آیی تعاونی های تولید روستایی در شهرستان کاشمر پرداخته اند. نتایج نشان داد که کار آیی تصادفی تعاونی های تولید روستایی مناطق مورد مطالعه در سطح پایین (۷۹ درصد) قرار دارد. همچنین، سطح تحصیلات مدیرعامل، برگزاری

شرکت ها بهره مند می شوند. لذا با توجه به آمار ذکر شده، تعاونی های روستایی دارای اهمیتی خاص می باشند. این تشکل ها می توانند در جلب مشارکت کشاورزان، نقش بسیار ارزنده ای داشته باشند و مشکلات صنفی اجتماعی آن ها را حل کنند، اما واقعیت این است که انجام وظایف گسترده تنها با تشکیل تعاونی میسر نیست، بلکه باید سطح فعالیت و شیوه کار به گونه ای باشد که این تشکل ها بتوانند در قالب یک سازمان مردمی، جایگاه واقعی خود را پیدا کنند و عوامل و موانع سازمانی سر راه توسعه آن ها شناسایی و نیز نقاط ضعف آن ها به نقاط قوت تبدیل شود. بررسی اولیه عملکرد تعاونی ها در نقاط مختلف کشور نشان دهنده آن است که این تعاونی ها به موازات رشد کمی، رشد کیفی مطلوبی نداشته اند (Rezaee & Hosseini., 2013) و روی هم رفته تعاونی های روستایی طبق گواه چندساله هنوز نتوانسته آن گونه که باید و شاید در حل مشکلات روستا فائق بیایند. بر طبق نظر خسروی و همکاران (Khosravi et al., 2016) یکی از دلایل آن مسائل و مشکلات درون سازمانی شرکت های تعاونی تولید روستایی هست و این موانع غالباً با فعالیت درون ساختارهای بوروکراتیک ارتباط دارند. از این رو تلاش برای به حداقل رساندن این مسائل و مشکلات، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. محدود کردن فعالیت ها در درون تعاونی ها از جمله مشکلات دیگری است که استقلال سازمان های دولتی از جمله این تعاونی ها را محدود می کند. از این رو سرعت بخشیدن و انعطاف پذیری در تصمیم گیری سازمانی محدود می شود. برخی دیگر از این مشکلات بیشتر دارای ماهیت ساختاری فرهنگی هستند. از جمله فقدان محرک ها و مشوق ها، قانون-گرایی تعاونی ها بوروکراتیک و عدم توجه به جریان

فرج زاده و همکاران (Farajzadeh, 2016) به بررسی تأمین مالی خرد و اشتغال‌زایی در تعاونی‌های استان فارس با تأکید بر تعاونی‌های روستایی: پرداخته‌اند. بر اساس نتایج پژوهش، فعالیت‌های حوزه روستایی و کشاورزی را می‌توان در قالب یکی از اولویت‌ها برای ایجاد تعاونی و تأمین مالی خرد توصیه کرد.

بر اساس مطالعه عنبری (Anbari, 2000) عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی عبارت‌اند از مشارکت فعال کلیه اعضا در فعالیت‌های تجاری و نیز در مدیریت تعاونی‌ها، کمک فزاینده اعضا در تأمین سرمایه سهمی برای تقویت بنیه مالی آن‌ها، اعمال رهبری و مدیریت پویا توسط هیئت مدیر شرکت‌ها، استقبال از شیوه‌های مدیریت پیشرفته همراه با استقرار یک موسسه قوی تعاونی بر پایه اصول تعاون، تنوع‌بخشی به کسب‌وکار متناسب با قابلیت‌های تجاری منطقه و نیز نیازها و توقعات اعضا و به‌عبارت‌دیگر، ارتباط شایسته میان تولید و بازاریابی، انسجام کارکردی مؤثر میان اعضا و شرکت تعاونی از یک‌سو و میان شرکت و اتحادیه از سوی دیگر و تنظیم و برگزاری آموزش منظم تعاونی و برنامه‌های آموزشی برای اعضای هیئت‌مدیره و کارمندان تعاونی.

فرانسی و همکاران (Fransi et al., 2020) تعاونی‌های روستایی در عصر دیجیتال را مورد مطالعه قرار دادند؛ به طوری‌که به تجزیه و تحلیل حضور اینترنت و میزان بلوغ تجارت الکترونیکی تعاونی‌های کشاورزی پرداختند و نتایج نشان که اگرچه تعاونی‌های دانه‌های روغنی نسبت به همکاران خود در تعاونی‌های میوه آمادگی بهتری دارند، اما همه تعاونی‌ها در تسهیل ارتباطات مؤثر و تعامل با گروه هدف خود، هنوز مسیر طولانی پیش‌رودارند.

کلاس‌های آموزشی و بازدید از مراکز علمی و میزان سرمایه‌گذاری در تعاونی تأثیر معنی‌دار بر کار آبی و عامل مسافت تعاونی تا مرکز شهر اثر معکوس بر کار آبی تعاونی‌های تولید روستایی مورد مطالعه داشته است.

خسروی و همکاران (Khosravi et al., 2016) به بررسی ساختار سازمانی ارگانیک و کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی پرداخته‌اند. با بررسی و تحلیل مطالب، می‌توان نتیجه گرفت که ساختار سازمانی متناسب و مقتضی در تعاونی‌های کشاورزی، می‌تواند در توسعه سازمانی مؤثر باشد تا از این طریق عملکرد تعاونی‌های کشاورزی پویا و بهبود یابد.

هادی‌زاده و همکاران (Hadizadeh Bazaz & Bouzarjomehry, 2017) در مقاله‌ای به بررسی نقش تعاونی‌های تولید روستایی در افزایش توانمندی فنی و اقتصادی کشاورزان مناطق روستایی شهرستان نیشابور پرداخته‌اند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده میانگین، پایداری در میان اغلب شاخص‌ها از نظر اعضا و غیر اعضا کمتر از حد متوسط بوده است که نشان می‌دهد تعاونی‌های تولید در افزایش توانمندی اقتصادی کشاورزان نقش مهمی را ایفا نموده‌اند.

تقدیسی و همکاران (Tagdisi & Nekoei Naenii, 2016) در مقاله‌ای به تحلیل و اولویت‌بندی واحدهای اعتباری شرکت‌های تعاونی روستایی بر اساس میزان دستیابی به توسعه پایدار روستایی استان اصفهان پرداخته‌اند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده مسئولین واحدها می‌توانند نقش قابل‌توجهی در دستیابی به این موضوع و ایجاد انگیزه در سپرده‌گذاران واحدهای اعتباری ایفا نمایند.

جایگذاری شده‌اند (Kamali, 2018; AttrideStirling, 2001)

داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه‌های هدفمند عمیق نیمه ساخت یافته با ۱۲ تن از مدیران تعاونی-های روستایی استان اصفهان دارای تخصص به دست آمده است، با توجه به اشباع نظری^۲ با تحلیل عمیق و کفایت کدهای به دست آمده و همچنین پیدا نشدن مفاهیم جدید در مصاحبه‌های بعدی، با استفاده از کدگذاران مستقل، از ۱۲ متخصص استفاده گردید. در واقع ابزار اصلی پژوهش مصاحبه می‌باشد. با کد گذاری این مصاحبه‌ها، به تحلیل هر کدام و با نمونه‌گیری هدفمند و معرفی متخصص بعدی توسط هر مصاحبه‌شونده، به سراغ نمونه بعدی رفته و این فرایند مبنای انتخاب متخصص بعدی بوده و همچنین با رسیدن به اهداف مورد نظر، مصاحبه‌ها اتمام یافته است. واحد تحلیل پژوهش، بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی و واحد مشاهده‌ای، مصاحبه‌های انجام گرفته با متخصصان و مدیران مربوطه است.

شیوه نمونه‌گیری را هدف یک تحقیق مشخص می‌کند و اگر هدف تعمیم یافته‌های پژوهش به جامعه‌ای بزرگ‌تر که نمونه از آن انتخاب شده باشد از روش‌های کمی و اگر هدف، فهم یک پدیده در میان جامعه‌ای باشد از روش‌های کیفی استفاده می‌شود و از آنجاکه این پژوهش به دنبال درک ویژگی‌های بستری اصلی شرکت‌های تعاونی روستایی برای تجدید آرایش می‌باشد، از روش کیفی و با نمونه-گیری هدفمند از میان متخصصان دانشگاهی نمونه-گیری انجام شد.

آلتمن (Altman, 2015) به بررسی سازمان‌های تعاونی به عنوان موتور توسعه اقتصادی عادلانه روستایی پرداخت. نتایج نشان داد که تعاونی‌ها می‌توانند درآمد نسبتاً بالایی برای اعضای خود ایجاد کنند، در حالی که با مزارع بزرگ سنتی که در مالکیت خصوصی هستند رقابت می‌کنند. قوانین و مقررات اساسی برای موفقیت تعاونی بسیار مهم است که آن‌ها را در یک مزرعه مساوی با مزرعه خصوصی قرار می‌دهد. علاوه بر این، اجرا و عمل به اصول تعاون، کلید موفقیت مزرعه تعاونی است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با روش تحلیل مضمون^۱ انجام گرفته است. تحلیل مضمون، در واقع روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش همچنین، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی، پردازش شده و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun & Clarke, 2006). در این روش داده‌های کیفی تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی، تلخیص و بازسازی می‌گردند و یافتن الگوها و مفاهیم مهم را درون مجموعه، داده‌های کیفی تسهیل می‌نماید (Kamali, 2018). در این روش، بر اساس یک رویه مشخص و در سه سطح مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی موجود در متن)، مضامین سازمان دهنده (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل) را نظام مند می‌کند و نقش‌هایی از کل مضامین با توجه به رابطه اعم و اخص با یکدیگر در آن شبکه

^۲ - Theoretical saturation

^۱ - Thematic Analysis

مورد مقایسه قرار گرفت و در نهایت برخی از آن‌ها مورد بازنگری قرار گرفتند.

یافته‌ها

داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها با روش تحلیل مضمون، تجزیه و تحلیل شده و با هدف بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی مضامین اصلی شناسایی شدند. در مجموع بر مبنای تحلیل مضمونی داده‌ها، ۳۴ مفهوم پایه‌ای شناسایی شد که اساس مدل پژوهش را تشکیل می‌دهند. این مفاهیم در نه دسته شامل: ساختار سازمانی، مشارکت، مسئولیت‌پذیری، عدالت و برابری، شفافیت، پاسخگویی، توانمندی، کارایی و اثربخشی و خوداتکایی به عنوان مضامین سازمان دهنده موضوع پژوهش تقسیم‌بندی شدند. در مرحله اول با کدگذاری باز مصاحبه‌های انجام شده، ۱۱۱ کدباز به دست آمد که به علت تعداد زیاد آن‌ها ترجیح داده شد فقط مفاهیم پایه‌ای و مضامین سازمان دهنده در پژوهش نشان داده شود و نمونه‌ای از نقل قول‌های متخصصان برای هر مضمون آورده شود. بیشترین سهم کدها را مضمون کارایی و اثربخشی، با ۲۰ کد داشته که نشان دهنده تأکید بیشتر متخصصان بر این مضمون است. جهت مستندسازی مفاهیم و مضامین کشف شده از نقل قول‌های مدیران تعاونی‌های روستایی جهاد کشاورزی استان اصفهان استفاده شد و انجام مصاحبه‌ها و طراحی سؤالات باز با توجه به ادبیات نظری موجود و مطالعات در زمینه تعاونی روستایی، مدیران، همچنین تجربه پژوهش‌گران و مطالعات قبلی صورت گرفته است. **جدول (۲)** جزئیات مربوط به مفاهیم پایه‌ای، مضامین سازمان دهنده و مضمون فراگیر را نشان می‌دهد.

جدول ۱. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

زمینه‌های تخصص	مرد	زن	کارشناسی ارشد	دکتری
مدیریت، کارآفرینی، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، توسعه روستایی، مدیریت روستایی	۹	۳	۸	۴

برای تحلیل اطلاعات از روش تحلیل مضمون براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) استفاده شده است و همه مصاحبه‌ها به صورت خط به خط تحلیل شد. می‌توان گفت که براون و کلارک فرآیند تحلیل داده‌ها را دارای سه مرحله عمومی توصیف متن، تشریح و تفسیر متن و ادغام و یکپارچه کردن دوباره متن می‌دانند؛ بنابراین تحلیل اطلاعات این پژوهش طی سه مرحله: (۱) کدگذاری باز (شناسایی مباحث، ویژگی‌ها و زمینه‌ها) (۲) کدهای محوری (دسته‌بندی مضامین) و (۳) کدهای انتخابی یا مضامین فراگیر انجام گرفت.

برای ارزیابی کیفیت و اعتبار یافته‌های تحلیل مضمون راه‌های مختلفی مانند استفاده از کدگذاران مستقل، دریافت بازخورد از مصاحبه‌شوندگان و به کارگیری تطابق و همخوانی با ادبیات تحقیق و مطالعات معتبر در زمینه پژوهش وجود دارد (King et al., 2018). در این پژوهش با روش استفاده از کدگذاران مستقل، تحلیل‌ها اعتبارسنجی شده و ساختار مضامین پیشنهادی و کدگذاری‌ها توسط چند نفر از افراد متخصص در مطالعات علوم کشاورزی و تعاون با کدگذاری مجدد نمونه‌هایی از مصاحبه‌ها انجام شد. همچنین این کدها با کدگذاری محققین

جدول ۲. مفاهیم پایه‌ای، مضامین سازمان دهنده و مضمون فراگیر پژوهش

مضمین سازمان دهنده	مفاهیم پایه‌ای	تعداد کدهای باز	مضمون فراگیر
ساختار سازمانی	موازی کاری، ارتباطات، کنترل، الگوبرداری	۱۴	بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی‌های تولید روستایی
مشارکت	تفاهم و همدلی، باور، تعامل، استقبال، همیاری	۱۳	
مسئولیت‌پذیری	احساس تعلق، باور و درک، آگاهی، پابندی	۱۶	
عدالت و برابری	اصل برابری، تساوی، توزیع عادلانه، میزان دسترسی	۸	
شفافیت	صداقت، ارزیابی، نظارت	۷	
پاسخگویی	فضای مجازی، گزارش‌ها ماهیانه و سالانه	۷	
توانمندی	آگاهی، روحیه کارآفرینی، تحصیلات، آموزش	۱۵	
کارایی و اثربخشی	اقدامات اجرایی، هماهنگی، منابع مالی، تجارب، مدیریت، استفاده حداکثری	۲۰	
خوداتکایی	استقلال، وابستگی درونی و بیرونی	۱۱	

(۱) ساختار سازمانی

به‌طور مشخص، در این پژوهش مضمون سازمان دهنده ساختار سازمانی برآمده از مضامین پایه‌ای موازی کاری، ارتباطات، کنترل، الگوبرداری است. مصاحبه‌شوندگان تأثیر ساختار سازمانی در تعاونی‌های روستایی را حائز اهمیت تلقی کرده‌اند. چراکه به نظر می‌رسد ساختار سازمانی موجود در تعاونی‌های روستایی، الزامات و زمینه‌های لازم را برای پرورش و توسعه سازمانی فراهم نکرده است؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان در مورد اهمیت ساختار سازمانی در تعاونی‌های روستایی می‌گوید که:

« متأسفانه یکی از معضلاتی که دامن‌گیر تعاونی‌های روستایی می‌باشد میزان واگذاری امور تصدی‌گری بخش کشاورزی به بخش تعاونی می‌باشد. همین امر سبب گردیده سازوکار مناسبی برای نظارت و کنترل نباشد و قانونی جهت کنترل فساد مالی در تعاونی وجود نداشته باشد »

یکی از مقولات بنیادی یا سازمان دهنده در زمینه بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی از نظر متخصصان مضمون ساختار سازمانی است. اگر سازمان را پدیده‌ای اجتماعی که به‌طور آگاهانه هماهنگ شده و دارای چهارچوب نسبتاً مشخص که تقریباً به‌صورت مداوم برای تحقق یک هدف مشترک یا مجموعه‌ای از اهداف فعالیت می‌کند (Robbins, 2013) تعریف می‌کنیم؛ ساختار سازمانی راه یا شیوه‌ای است که به‌وسیله آن، فعالیت‌های سازمانی، تقسیم، سازمان‌دهی و هماهنگ می‌شوند. ساختار سازمانی مشخص‌کننده جایگاه‌ها و مسئولیت افراد و گروه‌ها، تعیین‌کننده میزان قدرت و اختیار آنها، نشان‌دهنده سطح پاسخگویی و دربرگیرنده نظام ارتباطات جهت هماهنگی واحدها است (Azma & aghaei, 2009).

تعامل با اتحادیه تعاونی تولید شهرستان از سوی دیگر را حفظ کنند. همچنین تفاهم و همدلی مردم محلی برای تشکیل و اداره تعاونی روستایی نیز از نکات مهم می‌باشد»

برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان در مورد تأثیر مشارکت در بازاریابی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی این‌گونه بیان می‌کند: «استقبال اعضا از طرح‌های اقتصادی تعاونی و تمایل به مشارکت و سرمایه‌گذاری و میزان ارتباط اعضا، هیئت‌مدیره و مدیرعامل بسیار کلیدی می‌باشد.»

در حقیقت مشارکت در تعاونی‌ها بر پایه دو فرآیند بنیادی می‌تواند تبلور کند: ۱- حق مساوی اعضا در اعمال رأی جهت تصمیم‌گیری و ۲- حق اعضا برای شریک شدن در توزیع مازاد درآمد. این فرآیند مشارکتی نه تنها باعث می‌شود که تعاونی به‌طور بالقوه رقابتی‌تر از دیگر سازمان‌ها شود، بلکه باعث پایداری و کیفیت بالای اشتغال و توسعه توانایی‌های شخصی اعضا می‌گردد که در بیان مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره گردید.

۳) مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری یک ویژگی شخصیتی است که معمولاً به‌صورت یک نگرش در ساختار روانی و رفتاری فرد شکل می‌گیرد و یک متغیر عمده و اساسی در رفتارهای اجتماعی محسوب می‌شود. از دیدگاه وجودگرایان مسئولیت‌پذیری به معنای متعلق بودن انتخاب‌ها به خود ما و برخورد صادقانه با آزادی است و در نظر گشتالت درمانی مسئولیت‌پذیری یعنی اتکا بر توانایی خویش جهت انتخاب کردن (Scharf, 2008).

و همچنین مصاحبه‌شونده دیگری بر لزوم توجه به فرآیندها در تعاونی‌ها و توجه به قابلیت‌های آن از ابعاد مختلف تأکید دارد:

«تعاونی روستایی دارای فرایندهایی می‌باشد که در صورت بهبودی این فرآیندها شاهد عملکرد بهتری در ساختار سازمانی تعاونی روستایی می‌باشیم. از جمله فرآیندهای قابل ذکر فرآیند اجرای برنامه‌ریزی، اجرای برنامه‌ها، نظارت و کنترل برنامه‌ها و همچنین ارزیابی برنامه می‌باشد. در خلال فرآیندها الگوبرداری از تعاونی‌های موفق می‌تواند مؤثر باشد»

با این اوصاف، بررسی ساختار سازمانی در تعاونی‌ها به‌منظور ارتقا، پویایی و بهبود عملکرد آن‌ها امری ضروری است و باید ارتباطات تعاونی قانونمندتر و رسمی‌تر شود، همچنین امکان تعامل گروهی به‌شدت با دیگر سازمان‌ها افزایش یابد. برای دستیابی به تعاونی‌های کشاورزی پویا یکی از پیش‌نیازهای لازم، وجود ساختار سازمانی منطبق و مقتضی و مناسب است، چراکه ساختار سازمانی نامناسب موجب تنش و تعارض تعاونی‌های کشاورزی و نیز مانع ابتکار و خلاقیت از سوی اعضا می‌گردد.

۲) مشارکت

مشارکت راه، مجموعه‌ای از شبکه‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و درکی است که همکاری درون گروه‌ها و بین گروه‌ها را در جهت کسب منافع متقابل، تسهیل می‌کند. تفاهم و همدلی، باور، تعامل، استقبال و همیاری در جهت بازاریابی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی جزء مقولات بااهمیت شناخته‌شده است:

«تعاونی‌های روستایی بیش از هر موضوعی باید تعامل و ارتباط با سازمان‌های دولتی از یکسو و

دسترسی تأکید دارد. به عبارت دیگر لازمه موفقیت سیاست‌گذاری‌ها و مدیریت بهتر شرکت‌های تعاونی روستایی رعایت اصل مساوات است.

در این زمینه مصاحبه‌شونده‌ای بیان می‌دارد که: «توزیع عادلانه مازاد برگشتی به اعضا از ابتدایی‌ترین مسائلی است که در شرکت‌های تعاونی روستایی بایستی به‌عنوان یک اصل موردقبول و عملیاتی شود. ارائه خدمات در تعاونی‌های روستایی به اعضا به‌صورت مساوی ارائه نمی‌شود و همین امر خدشه بی‌اعتمادی به تعاونی‌های روستایی وارد می‌نماید.»

بنا به اظهارنظر مصاحبه‌شوندگان بایستی ضمن بازنگری در روند موجود و استفاده نکردن از تعاونی‌ها در راستای اجرای دیگر سیاست‌ها از رانت پروری در این حوزه جلوگیری شود و بخش تعاون با اندیشه ورزی صاحب‌نظران در راستای عدالت و برابری قدم بردارد.

(۵) شفافیت

یکی دیگر از مهم‌ترین مقولات سازمان‌دهی اثر شفافیت و صداقت است. مفاهیم پایه‌ای این مقوله به سه دسته تقسیم‌شده که صداقت، ارزیابی، نظارت به‌عنوان اصلی‌ترین مضمون پایه‌ای مورد تأکید قرار می‌دهد و صداقت را اساس تعاونی‌های روستایی می‌داند.

در همین زمینه مصاحبه‌شونده ما در مورد اهمیت صداقت تأکید می‌کند که:

«شفافیت در شقوق مختلف از جمله در ارائه گزارش عملکرد به اعضا، نحوه تهیه بودجه سالانه توسط هیئت‌مدیره، شفافیت در نحوه مصرف بودجه سالانه و عملکرد هیئت‌مدیره در بازاریابی شرکت تعاونی روستایی از هر مطلب دیگر ارجح می‌باشد»

اهمیت احساس تعلق، باور و درک، آگاهی، پایبندی بر بازآرایی تعاونی روستایی مورد تأکید قرار گرفته است. در این مورد مصاحبه‌شونده‌ای می‌گوید:

«میزان مسئولیت‌پذیری هیئت‌مدیره، بازرس و مدیرعامل در انجام وظایف قانونی و اساسنامه‌ای موضوعیت دارد. هرچقدر میزان پایبندی این مجموعه به رعایت حقوق اعضا بیشتر باشد تعاونی روستایی پویاتر و از حالت ایستا خارج می‌شود.»

همچنین مصاحبه‌شونده دیگری مسئولیت‌پذیری را به‌عنوان بستر همه امور مربوط به تعاونی‌ها می‌داند:

«شاید بشه گفت مهم‌ترین عامل که از مصادیق اصلی مسئولیت‌پذیری باشد، اعتراف اعضا هیئت‌مدیره به اشتباهات و خطاهای خود باشد. خطا در برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت رخ می‌دهد ولی اینکه تا چه اندازه از هیئت‌مدیره از اشتباهات خود شانه خالی نکند و پذیرای اشتباه خود باشد نشان از بهبود وضعیت می‌باشد.»

در حقیقت ذکر این نکته ضروری است که تنها از طریق مسئولیت‌پذیری است که پایدار بودن تعاونی برآورده می‌گردد و به‌تبع آن انتظاراتی که جامعه در بعد اخلاقی، قانونی، اقتصادی و مصالح عمومی از تعاونی دارد این است که آن‌ها خود را به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند متعهد بدانند. همچنین مسئولیت‌پذیری از مدیریت منابع انسانی، مشارکت اجتماعی و عملکرد محیطی تأثیر می‌پذیرد و این نکات بایستی در خصوص تعاونی‌ها نیز لحاظ گردد.

(۴) عدالت و برابری

چهارمین مضمون سازمان دهنده به‌دست‌آمده در پژوهش، نقش عدالت و برابری در بازآرایی ساختار سازمانی شرکت تعاونی تولید روستایی است که هم بر اصل برابری، تساوی، توزیع عادلانه، میزان

۷) توانمندسازی

توانمندسازی به معنای قدرت بخشیدن است، بدین معنا که به افراد کمک شود تا احساس اعتماد به نفس خود را بهبود بخشند و نیز بر احساس ناتوانی یا درماندگی خود چیره شوند، در آن‌ها شور و شوق کار و فعالیت به وجود آید و برای انجام یک وظیفه، بر اساس انگیزه درونی عمل نمایند، افراد توانمند، نه فقط از امکان انجام برخی کارها برخوردار می‌شوند، بلکه اندیشه آنان درباره خود نیز با آنچه پیش از توانمندشان داشته‌اند تفاوت می‌کند (Whetten & Cameron, 2002).

هفتمین مضمون سازمان‌دهی به‌دست‌آمده در پژوهش، نقش توانمندسازی در بازاریابی شرکت تعاونی روستایی است که برآگاهی، روحیه کارآفرینی، تحصیلات و آموزش تأکید دارد.

در این زمینه مصاحبه‌شونده‌ای بیان می‌دارد که: «میزان برخورداری اعضا، هیئت‌مدیره و مدیرعامل از روحیه کارآفرینی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری باعث توانمندسازی شرکت‌های تعاونی روستایی می‌گردد. در حقیقت این خصایص اصولاً از روش‌های دانشگاهی نیست و مبتنی بر دانش بومی و تجارب آن‌ها می‌باشد ولی میزان برگزاری دوره‌های آموزشی عمومی و حرفه‌ای برای هیئت‌مدیره، بازرسان و مدیران عامل بسیار ضروری به نظر می‌رسد».

بنا بر اظهار مصاحبه‌شوندگان توانمندسازی عبارت است از فرایند ارتقای ظرفیت‌های فردی، گروهی و سازمانی تمام افراد و مؤسسات دخیل در فعالیت‌های تعاونی‌های تولید و نیز ایجاد شرایط مناسب اجتماعی و اقتصادی باهدف نهایی افزایش بهره‌وری شرکت‌های تعاونی تولید؛ که ۱. ایجاد جلسات

در حقیقت شفافیت از مزایایی از جمله مقابله با فساد و ارتقای سلامت، جلوگیری از هدر رفتن منابع و افزایش اعتماد و مشارکت برخوردار است که می‌تواند در سطوح مختلف از جمله اطلاعات مالی، جلسات، اطلاعات حقوقی و سیاست‌ها و حقوق و مزایا در تعاونی‌ها باشد.

۶) پاسخگویی

یکی دیگر از مقوله‌های اصلی در بازاریابی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی که در این پژوهش شناسایی شد، جایگاه پاسخگو بودن شرکت‌های تعاونی روستایی می‌باشد؛ که شامل مفاهیم پایه‌ای فضای مجازی، گزارش‌ها ماهیانه و سالانه است.

یکی از متخصصان در مورد ضرورت پاسخگو بودن تعاونی‌های روستایی اعتقاد دارد که:

«گزارش مصرف بودجه سالانه در مجمع عمومی توسط هیئت‌مدیره از مصادیق پاسخگو بودن هیئت‌مدیره می‌باشد. اعضا حتماً و حتماً باید گزارش مصرف بودجه سالانه اطلاع یابند و در این راستا با شیوع ویروس کرونا فضای مجازی می‌تواند به کمک بیاید و جلسات حتی به‌صورت مجازی برگزار و اعضا در جریان قرار بگیرند».

در تعاونی‌ها حتماً مقوله پاسخگویی باید به جدیت دنبال شود و اگر متولیان تعاونی این نکته را مدنظر قرار دهند که خود چیزی ندارند و هر آنچه هست صلاحیت، اختیارات و ثروت و قدرتی که جامعه نزد آنان به امانت سپرده تا صرف مشیت صحیح امور آنان نماید و تردیدی نیست که این سرمایه‌ها ملک شخصی‌شان نیست و تنها در بازه زمانی در دست آن‌هاست و بالطبع ضامن آن و مسئول حسن استفاده از آن هستند، حتماً در برابر اعضا پاسخگو هستند.

«مدیریت بهینه یکپارچه‌سازی اراضی خرد و پراکنده اعضا با حفظ مالکیت فردی و رعیت الگوی کشت در قالب نظام یکجا کشتی از مواردی می‌باشد که کارایی و اثربخشی را در شرکت‌های تعاونی روستایی ارتقا می‌دهد.»

۹) خوداتکایی

یکی از متخصصان در مورد ضرورت کار مشارکتی و استفاده از شورا برای مدیریت روستا اعتقاد دارد که: «عدم مداخله سازمان تعاونی روستایی در تشکیل، انتخابات و امور تعاونی از اصول خوداتکایی شرکت‌های تعاونی روستایی می‌باشد.»

یا مصاحبه‌شونده دیگری در مورد اثر خوداتکایی بیان می‌کند که:

«یکی از دلایل وابسته بودن شرکت‌های تعاونی وابسته بودن به منابع مالی به سازمان تعاونی روستایی می‌باشد. میزان وابستگی تعاونی به هدایت، حمایت و نظارت سازمان تعاون روستایی بایستی مورد تجدیدنظر قرار بگیرد.»

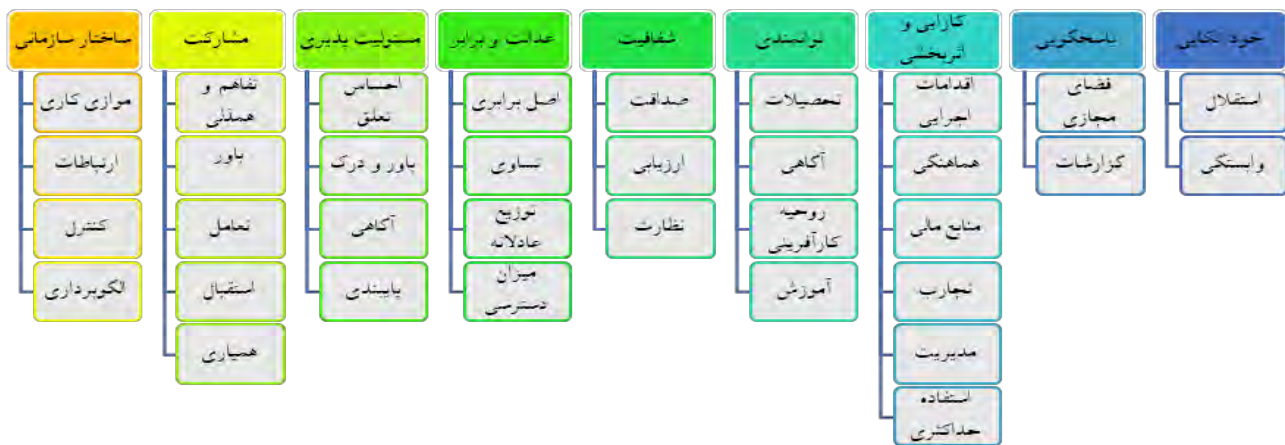
درنهایت با شناسایی و کشف مضامین سازمان دهنده و پایه‌ای و دریافتن روابط بین موضوعات اصلی، نمودار تشریح ویژگی‌ها و عوامل مؤثر جهت بسترهای بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی را به شکل زیر می‌توان ترسیم کرد:

توجهی به منظور شفاف‌سازی در مورد وظایف، اختیارات و مسئولیت‌های تعاونی تولید قبل از عضویت اعضا در آن؛ ۲. ارائه جلسات آموزشی در مورد اصول، الگو و روش‌های برنامه‌ریزی برای مدیران و مسئولان تعاونی‌های تولید؛ ۳. ارائه تشویق و پاداش به ارکان تعاونی تولید به منظور ایجاد انگیزه برای مشارکت فعال در افزایش توانمندسازی تعاونی-ها مؤثر هست.

۸- کارایی و اثربخشی

هشتمین و مهم‌ترین مضمون سازمان‌دهی به‌دست‌آمده در پژوهش، نقش کارایی و اثربخشی در بازآرایی شرکت تعاونی روستایی است که بر اصل اقدامات اجرایی، هماهنگی، منابع مالی، تجارب، مدیریت، استفاده حداکثری تأکید دارد. به‌عبارت‌دیگر لازمه موفقیت شرکت‌های تعاونی روستایی، کارایی و اثربخشی آن‌ها است. در کنار مفهوم کارایی، مفهوم دیگری نیز به نام اثربخشی وجود دارد که مورد توجه این تحقیق است. اثربخشی دارای مفهوم گسترده‌تری نسبت به کارایی است به‌گونه‌ای که دربرگیرنده کیفیت، خلق ارزش افزوده، رضایتمندی کارکنان (در بُعد سازمانی) تعامل ستانده (تولید) با محیط اقتصادی و اجتماعی است (Bartuseviciene & Sakalyte, 2013).

در این زمینه مصاحبه‌شونده‌ای بیان می‌دارد که:



شکل ۱. مدل مفهومی بسترهای بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی

اجتماعی، افزایش توانایی‌ها و مهارت‌های فردی، افکار و رفتار اعضا به منظور بهبود و کارایی آن‌ها مهیا می‌سازد (Akmaliah et al., 2013) علاوه بر این، تعاونی‌های تولید روستایی با ارتقای توسعه انسانی و ایجاد فرصت‌های مناسب برای کشاورزان شرایطی را به وجود می‌آورند تا احساس شایستگی، منزلت، خود تعینی، معنی‌داری، اعتماد و تأثیرگذاری و آزادی و در یک کلام توانمندسازی را در بین آن‌ها به وجود آورد تا بسیاری از مسائل پیش‌روی کشاورزان را حل و دست‌یابی به توسعه انسانی را در نیل به توسعه کشاورزی آسان نماید.

تعاونی‌های تولید روستایی با فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای اجرای خدمات فنی و زیربنایی، می‌توانند نقش مهمی در اشتغال، توانمندسازی، افزایش راندمان، کاهش هزینه‌های تولید، بهره‌وری مطلوب از منابع روستایی و ارتقای سطح درآمد کشاورزان داشته باشند. لذا هدف تحقیق حاضر بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی می‌باشد. این تحقیق با استفاده از روش تحلیل مضمون و استفاده از نظرات ۱۲ متخصص و خبره که دارای

از این مدل می‌توان دریافت که برای بازآرایی الگوی سازمانی شرکت‌های تعاونی روستایی لازم است بستری که این تصمیمات و مضامین برای آن گرفته می‌شود از جنبه‌های مختلف موردتوجه قرار گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

باید گفت پدیده تعاون یکی از دستاوردهای اندیشه‌های انسانی می‌باشد که باگذشت زمان به وجود آمده است این پدیده امروزه در بسیاری از کشورها از جمله در ایران به‌عنوان یکی از بخش‌های عمده اقتصادی موردتوجه و تأیید قرار گرفته است و تعاونی‌ها به‌ویژه تعاونی‌های تولیدی در کشورهای درحال توسعه بعد از جنگ جهانی دوم با اجرای برنامه‌های نوسازی در پاسخ به برخی نیازها و اشاره‌ای اجتماعی، روانی، اقتصادی و غیره با الگو برداری از کشورهای توسعه‌یافته و باهدف ایجاد نظامی انسانی-تر و عادلانه‌تر به وجود آمدند و افزون بر این، تعاونی‌های تولیدی زمینه و بستر لازم را جهت افزایش توانمندی اعضای در جامعه، برطرف کردن نیازهای

(Altman, 2015) و آلمن (salavati et al., 2020) همخوانی دارد.

ضرورت تأکید بر اعتماد عمومی و اعتماد درون سازمانی که روزبه روز در حال کاهش است و همچنین الزام توزیع قدرت و توانمندسازی در کشورهایی که فرا گرد دموکراتیزه شدن را طی می کنند، وجود مدیرانی معتمد را ضروری ساخته است. اعتماد دربرگیرنده مفاهیم مهمی برای مطالعه است و کلید اصلی برای توسعه روابط بین فردی به شمار می رود. سطح پایین اعتماد باعث می گردد که اعضا جریان اطلاعات را در سازمان منحرف کنند و سوء ظن و بدگمانی در بین اعضا رواج پیدا کند و ارتباطات باز و صادقانه در سازمان از بین برود و تصمیمات سازمان از کیفیت مطلوبی برخوردار نباشند. روستاییان بر مبنای اعتماد متقابل شناخته می شوند و در شرکت تعاونی تولید روستایی اساسی ترین رکن بر مبنای اعتماد است. این مطلب با یافته های قلی پور و همکاران (Gholipour et al., 2009) همسو می باشد.

هدف تعاونی ها این است که درآمد واقعی و خالص اعضای خود را به حداکثر برسانند و اعضای شرکت تعاونی روستایی می کوشند تا با تعاملات خودکار تعاونی را پرمفعت سازند. در مقوله تعاونی، یک واقعیت را باید مورد تأکید قرارداد که تعاونی داروی همه دردها نیست. برای تمامی مشکلات اقتصادی جهان پاسخی محسوب نمی شود. برای پیشرفت اقتصادی و اجتماعی بشریت از وسایلی منحصر به فرد برخوردار نیست. همان طور که فوکو می گوید، زندگی کلی اقتصادی دارای یک لایه تعاونی است که تعاونی برحسب اهمیت خود، بنایی خاص و نظامی متفاوت را بنیان نهاده است. با این حال، اگر به تعاونی فرصت

تجربه کافی در این زمینه هستند تهیه گردید. در مجموع بر مبنای ۱۱۱ کدباز به دست آمده بر مبنای تحلیل مضمونی داده ها، ۳۴ مفهوم پایه ای شناسایی شد که اساس مدل پژوهش را تشکیل می دهند. این مفاهیم در نه دسته شامل: ساختار سازمانی، مشارکت، مسئولیت پذیری، عدالت و برابری، شفافیت، پاسخگویی، توانمندی، کارایی و اثربخشی و خوداتکایی به عنوان مضامین سازمان دهنده موضوع پژوهش تقسیم بندی شدند.

توجه به ساختار سازمانی نشانه ای از تفکرات نظام مند در سازمان است، زیرا سازمان ترکیبی از اجزا و روابط میان آنهاست. ساختار راه و روشی است که طبق آن فعالیت های سازمانی تقسیم و سازمان دهی می شوند. ساختار سازمانی آئینه تمام نمای مقررات، رویه ها، استانداردها، جایگاه های تصمیم گیری، الگوهای ارتباطات، روابط گزارش دهی و گزارش گیری، تلفیق وظایف و فعالیت ها، جریان اطلاعات، سلسله مراتب اختیار و مسئولیت است، لذا اگر در شرکت های تعاونی تولید روستایی تاکنون آن گونه که باید و شاید شاهد تحولی نبوده ایم مربوط به ساختار سازمانی موجود در این تعاونی ها هست که نیاز مبرم به بازآرایی هست.

برای جلب مشارکت اعضا در امور سازمان، مطالعات متعددی انجام و برنامه ها و الگوهای مختلفی در دنیا تجربه شده اما چالش اصلی، عدم هم پوشانی مطالعات، ارزیابی عملکرد مشارکتی، نقصان درک مشترک از مفهوم دقیق مشارکت و کمبود نظام جامع ارزیابی است. این مسئله در شرکت های تعاونی روستایی بسیار چشمگیر می باشد و بایستی به عنوان دغدغه اصلی در جهت حل آن کوشید. این موضوع با تحقیق صلواتی و همکاران

مطلوب انجام خواهد شد. شفافیت در تعاونی‌های تولید روستایی سبب بهبود بهره‌وری و اعتماد و همچنین انگیزه در اعضا می‌گردد. این مطلب با تحقیق جمشیدیان و همکاران (Jamshidian et al., 2019) هم‌راستا هست.

تعاون و همکاری در ایران ریشه‌ای طولانی دارد و با ایجاد اشکال مدرن تعاونی نیز به روند خودشان ادامه داده‌اند، لیکن با توجه به پیچیدگی‌های جامعه مدرن اهمیت آن‌ها نسبتاً کم‌رنگ‌تر شده است که امیدواریم با تحقق ظرفیت‌های تعاونی‌های روستایی و تجدید بازسازی سازمانی آن، تعاون و همکاری‌هایی که از گذشته‌های دور در روستاهای ایران رایج بوده را شاهد باشیم.

مشارکت نویسندگان

احمد حجاریان (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی، بررسی اطلاعات و پایش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی).

قدردانی و تشکر

این پژوهش تحت کمک مالی هیچ سازمان و ارگانی نبوده است.

کاملی داده شود، در پیشبرد صحیح سازمان اقتصادی و اجتماعی و تکامل آن بسی مؤثر خواهد بود. می‌توان گفت شرکت‌های تعاونی روستایی از مؤثرترین شبکه‌های موجود در سطح کشور هستند که به‌طور مستقیم در تحقق برنامه‌های کلان کشور نقش مهمی ایفا می‌نماید. تداوم و بقای شرکت‌های تعاونی در هر نظام اقتصادی، وابسته به این است که این سازمان‌ها تا چه حد بتوانند ارزش افزوده ایجاد کنند. برای حصول این مهم تنها داشتن منابع کافی نیست، بلکه نحوه ترکیب و استفاده از منابع و نهاده‌ها اهمیت بسزایی دارد که این امر به‌نوبه خود درگرو طرز کار و شیوه عمل هیئت‌مدیره در این سازمان‌ها هست. امروزه یکی از محورهای موردتوجه مدیران استفاده بهینه از منابع به‌منظور افزایش کارایی و اثربخشی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی می‌باشد. یکی از عوامل تهدیدکننده سلامت اداری در کلیه سازمان‌های ایران، فقدان شفافیت سازمانی است. شفافیت سبب افزایش نظارت‌های مردمی بر رفتارها و تصمیم‌های کارگزاران بخش دولتی شده و بدین‌صورت فرصت ارتکاب فساد محدود می‌شود و اعمال قانونی مسئولین، از لحاظ کیفی نیز به‌طور

References

- Altman, M. (2015). Cooperative organizations as an engine of equitable rural economic development. *Journal of co-operative Organization and Management*, 3, 14-23.
- Anbari, M. (2000), *Management in Agricultural Cooperatives*, Tehran, Central Organization of Rural Cooperatives of Iran. (In Persian).
- Azma, F., & aghaei, J. (2009). Relationship between organizational structure and entrepreneurship in Jihad-e agricultural organization of North Khorasan province. *Educational researches*, 5(21), 1-28. (In Persian).
- Bartuseviciene, I., & Sakalyte, E. (2013). Organizational Assessment: Effectiveness vs. Efficiency. *Social Transformations in Contemporary Society*, 1(1), 45-53.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101
- Farajzadeh, Z. (2016). Microfinance and Employment Generation in Cooperatives of Iran's Fars Province with Emphasis on Rural Cooperatives: Evaluating Both the Viewpoints of Members and the Determinants. *Village and Development*, 19(2), 177-201. (In Persian).

- Farajzadeh, Z. (2016). Microfinance and Employment Generation in Cooperatives of Iran\'s Fars Province with Emphasis on Rural Cooperatives: Evaluating Both the Viewpoints of Members and the Determinants. *Village and Development*, 19(2), 177-201. (In Persian)
- Fransi, E. C., Montegut-sall, Y., Ferrer-Rosell, B & Daries, N. (2020). Rural cooperatives in the digital age: An analysis of the Internet presence and degree of maturity of agri-food cooperatives' e-commerce. *Journal of Rural Studies*, 174, 55-66.
- Gholipour, A., Pourezzat, A. A., & Hazrati, M. (2009). The investigation of Servant Leadership on Organizational Trust and Empowerment in Public Organizations. *Journal of Public Administration*, 1(2),54-59. (In Persian).
- Hadizadeh Bazaz, M., & Bouzarjomehry, K. (2017). An evaluation of technical and economic capacity of farmers of Rural Production Cooperatives. Case Study: Neishabour. *Rural Development Strategies*, 3(4), 443-459. doi: 10.22048/rdsj.2017.13889.1058. (In Persian).
- Kamali, Y.(2018). Methodology of content analysis and its application in public policy. *Public policy*.4 (2).189-208. (In Persian).
- Karimi, S., Karami, A., & Alipanahyan, F. (2023). Investigating the role of social capital in the success women's Production Cooperative in Dena County. *Co-Operation and Agriculture*, 11(44), 42-55. doi: 10.22034/ajcoop.2023.320690.1758. (In Persian).
- King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2018). *Interviews in qualitative research*. SAGE Publications Limited.
- Khosravi, E, Gholamrezaei, S, Rahimian, M, Akbari, M. (2016). Organic organizational structure and organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives. *Entrepreneurship in agriculture*, (2)4, 35-42. (In Persian).
- Kohnhoshnejad, R, & Abdi, B. (2015). The role of cooperative economy in fulfilling the requirements of resistance economy. *Cooperative and Agriculture Quarterly*, 5(17), 143-174. (In Persian).
- Little, J. (2001). New rural governance?. *Progress in Human Geography*, 25(1), 97-102.
- Jamshidian, M A, Mirspasi, N, & Daneshfard, K. (2019). Designing an organizational transparency model for the health of the administrative system. *Scientific-Research Quarterly of Standard and Quality Management*, 10(3), 1-41. (In Persian).
- Jojam, A., Abdolmanafi, S., & Baghbani- Arani, A. (2023). The impact of green entrepreneurship orientation on consumer perspective and sustainable competitive advantage in agricultural production cooperatives. *Co-Operation and Agriculture*, 11(44), 92-108. doi: 10.22034/ajcoop.2023.365687.1805.(In Persian).
- Nakhaei, G. R., Sobhani, A., Mostaghimi, M. R., & Hosseini, S. M. R. (2019). Explaining Indices and Organizational Entrepreneurship Patterns in Rural Cooperatives. *Agricultural Economics Research*, 11(44), 171-196. (In Persian).
- salavati, A., ahmadi, K., irandoost, M., & afkhani, K. A. (2020). Explaining the concept of organizational participation and presenting an evaluation model of Iranian public organizations. *Public Policy In Administration*, 10(4), 1-16. (In Persian).
- Scharf, R. (2008). *Counseling and psychotherapy theories*, translated by Mehrdad Firoz Bakht, Tehran, Rasa
- Reza'ee, R. A., & Hosseini, S. M. (2013). Designing the Structural Equation Model of Organizational Entrepreneurship Development in Rural Development Cooperatives of Zanjan Province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(4), 57-74. doi: 10.22059/jed.2013.50798.(In Persian).
- Robbins, A. (2013). *Organization theory, organizational structure and plan*. Translation: Seyyed Mahdi Alwani and Hassan Danaei Fard. Tehran: Safar Publications.

- Tagdisi, A., & Nekoei Naenii, S. A. (2016). Ranking of credit units in rural cooperative societies based on the achievement of rural sustainable development in the Isfahan province. *Rural Development Strategies*, 3(3), 397-414. doi: 10.22048/rdsj.2017.16014.1115. (In Persian).
- Whetten, D. A. and K. S. Cameron. (2002). *Developing management skills*. New York: HarperCollins
- ing system for purchased products based on the consumer's and expert's opinions using an aspect-based sentiment analysis approach. *Modern Research in Decision Making*, 6(2), 20-47. (In Persian).
- Britchenko, I., Diachuk, I., & Bezpartochnyi, M. (2019). Content marketing model for leading web content management. Atlantis Press, 318.
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications. *Journal of interactive marketing*, 45, 27-41.
- Meire, M., Hewett, K., Ballings, M., Kumar, V., & Van den Poel, D. (2019). The role of marketer-generated content in customer engagement marketing. *Journal of Marketing*, 83(6), 21-42.
- Müller, J., & Christandl, F. (2019). Content is king–But who is the king of kings? The effect of content marketing, sponsored content & user-generated content on brand responses. *Computers in Human Behavior*, 96, 46-55.
- Roshandel Arbatani, T., Ameli, S. R., & Hajijafari, M. (2016). Application Model of User-Generated Content of in Content Marketing Processes; A Grounded Study on Digikala. *New Media Studies*, 2(7), 157-190. (In Persian).

