



اتاق تعاون ایران



نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران
The First Cooperative Economy
Congress in Iran



جمهوری اسلامی ایران
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران

The First Cooperative Economy Congress in Iran

مجموعه مقالات



■ مردمی سازی اقتصاد و رشد تولید با توسعه تعاون

Production Growth and Sustainable Economy with
Cooperative Development

اتاق تعاون ایران

شهریور ماه ۱۴۰۲



نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران
The First Cooperative Economy
Congress in Iran

نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران

«اتاق تعاون ایران»

(شهریورماه ۱۴۰۲)



نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران
The First Cooperative Economy
Congress in Iran

مجموعه مقالات نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران
«اتاق تعاون جمهوری اسلامی ایران»
مردمی سازی اقتصاد و رشد تولید با توسعه تعاون

دبیر علمی همایش: دکتر رضا وفايي يگانه

صفحه آرا: سعیده حمزه لو

ویراستار: دکتر محمد خضری، لیلا قاسمی قصابه

چاپ: ۱۴۰۲

نشانی دبیرخانه علمی: تهران-میدان فردوسی-خیابان شهید سپهبد قرنی-بالا تر از تقاطع طالقانی- پلاک ۸۳

اتاق تعاون ایران

صندوق پستی: ۱۵۸۳۶۱۴۱۱۱

تلفن: ۸۸۸۳۳۶۸۴

وب سایت همایش: WWW.Irancoop.com

فهرست

۶	اعضاء شورای سیاست گذاری
۶	اعضاء کمیته های تخصصی
۶	اعضاء کمیته علمی و پژوهشی
۷	پیشگفتار
۹	آسیب شناسی بخش تعاون در ایران و ارائه راهکارهای آن با بهره گیری از تجربیات بین المللی
	حنیف عموزاده
۴۴	تحلیل اشتغال و سرمایه سرانه تعاونی ها در سطح استان های ایران
	لطفعلی عاقلی
۶۲	مالکیت و تدبیر امور باشگاه های فوتبال از طریق شرکت تعاونی سهامی عام
	حمیدرضا حبیبی و همکاران
۷۵	بررسی عوامل تأثیر گذار بر تأمین مالی تعاونی های سهامی سرمایه گذار
	محمد رضا رضایی نژاد و همکاران
۹۵	عوامل مؤثر بر ظرفیت تعاونی های کشاورزی در تأمین امنیت غذایی ایران
	مهدی مسکنی و همکاران
۱۱۰	شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کار آفرینی تعاونی های گردشگری
	تهمینه دانیالی، علی مطیع جهانی
۱۲۹	اهداف، ویژگی ها و ظرفیت های بیمه تکافل: بیمه ای در قالب تعاونی برای پوشش انواع ریسک
	محمد وفایی یگانه
۱۴۷	اهمیت و جایگاه تعاونی های مالی در جهان و ایران و ارائه چهارچوب قانونی و نظارتی لازم برای توسعه فعالیت این تعاونی ها در ایران
	هادی موسوی نیک، محمد کیانی ده کیانی
۱۵۶	طراحی مدل دیرپایی کسب و کارهای کار آفرینی بخش تعاون
	مهدی حسین نژاد
۱۷۶	اثرات انقلاب چهارم صنعتی بر بخش تعاون کشور
	معصومه قربانی سنجدری
۱۹۵	چالش های شرکت های تعاونی روستایی در توسعه کار آفرینی اجتماعی در ایران
	شهره سلطانی خانکهدانی
	پیمان باباخانلو
۲۰۹	نقش اتحادیه ها و تعاونی های اعتبار در تأمین مالی خرد بر ایران و جهان
	لیلا قاسمی قصابه
۲۲۷	توسعه کار آفرینی اجتماعی از مسیر تعاونی های اجتماعی
	محمد خضری

- ۲۵۰ شناسایی الزامات و پیش‌نیازهای فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون با توجه به تجربیات کشورهای منتخب
فرزانه چهاربند و همکاران
- ۲۶۵ قدرت هوش جمعی: نظام پیشنهادات و مزایای شرکت‌های تعاونی در استفاده از آن
آریا زارع‌پور
- ۲۸۲ مطالعه تطبیقی نقش شرکتهای تعاونی در توسعه اقتصادی و اجتماعی
محمد مهریار و همکاران
- ۳۰۵ بررسی رویکرد تأمین مالی جمعی برای توسعه سرمایه‌گذاری در بخش تعاون
مصیب کرمی
- ۳۱۲ عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی (مدیران میانی) و رتبه‌بندی فازی در شرکت‌های تعاونی
محمدکاظم کشورشاهی
- ۳۳۹ نقش تعاونی بانوان در مناطق روستایی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs)
تهمینه دانیالی، فاطمه مسروری بازکیائی
- ۳۵۸ تأثیر رهبری زنان و نقش اعتماد به آنان بر رفتار نوآوران کارکنان
مجتبی محلاتی، مینا همتی
- ۳۷۶ واکاوی ظرفیت‌های اشتغال در توسعه گردشگری و اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی در ایران
مهناز رنجبر، تهمینه دانیالی
- ۳۸۵ بررسی عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی در مناطق روستایی
جواد معصومی
- ۴۰۰ امکان‌سنجی تشکیل تعاونی‌های زنان در مناطق روستایی ایران
جواد معصومی
- ۴۲۰ تحلیل و تبیین نقش شرکت‌های تعاونی گردشگری روستایی در توسعه پایدار و متوازن
حمیدرضا ترابی
- ۴۳۲ نقش تعاونی‌ها در حفاظت از محیط زیست
سارا ظهراپی
- ۴۴۳ درس‌آموخته‌هایی از اتحادیه تعاونی‌های زنان سوا (SEWA) در هندوستان بعد از ۵۰ سال
زهره عالی پور

اعضاء شورای سیاست گذاری

ردیف	نام و نام خانوادگی	عنوان و سمت
۱	مهندس بهمن عبداللهی	رئیس اتاق تعاون ایران
۲	دکتر سید صولت مرتضوی	وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۳	دکتر احسان خاندوزی	وزیر امور اقتصادی و دارایی
۴	دکتر داوود منظور	رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور
۵	دکتر روح الله دهقانی فیروزآبادی	معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان
۶	دکتر انیسه خزعلی	معاون امور زنان و خانواده رئیس جمهور
۷	دکتر پیمان نوری	معاون اقتصادی دادستان کل کشور
۸	مهدی صفری	معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه ایران
۹	دکتر غلامحسین حسینی نیا	عضو شورای سیاست گذاری
۱۰	دکتر عبدالعلی میرکوهی	عضو شورای سیاست گذاری

اعضاء کمیته های تخصصی

ردیف	عنوان کمیته	مسئول کمیته
۱	کمیته اجرایی	آقای علی مطیع جهانی
۲	کمیته علمی و پژوهشی	آقای رضا وفائی یگانه
۳	کمیته جشنواره و تشکل های تعاونی	آقای مرتضی رخیصی
۴	کمیته اطلاع رسانی و روابط عمومی	آقای مرتضی عابدی
۵	کمیته بین الملل	آقای علیرضا بنائی فر
۶	کمیته مالی و مشارکت	آزاده سلمانی

اعضاء کمیته علمی و پژوهشی

ردیف	نام و نام خانوادگی	عنوان و سمت
۱	دکتر رضا وفائی یگانه	معاون اقتصادی و کسب و کار اتاق تعاون ایران
۲	دکتر غلامحسین حسینی نیا	نماینده ایران در سازمان بین المللی کار
۳	دکتر تهمنه دانیالی	عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام
۴	دکتر مهرداد لاهوتی	رئیس مرکز پژوهش های اتاق تعاون ایران
۵	دکتر محمد خضری	مدیرکل امور اقتصادی اتاق و هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی
۶	دکتر هادی موسوی نیک	مدیرکل دفتر مطالعات رفاه اجتماعی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۷	دکتر پیمان باباخانلو	مشاور معاون امور تعاون و رئیس انجمن علمی تعاون
۸	دکتر امیرحسین جوزی	مدیرکل دفتر ترویج و تشکيل تعاونی ها
۹	آقای دکتر بابک اسدی	سر دبیر فصلنامه علمی پژوهشی تعاون و کشاورزی
۱۰	دکتر جلال الدین فرجی	عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی

پیشگفتار

تأمین رفاه اجتماعی با حفظ محیط زیست یکی از دغدغه‌های کشورهای در دنیای امروز است. گفتمان‌های «توسعه پایدار» و «اهداف هزاره سوم» در این راستا مطرح شده‌اند. به عبارت دیگر، تداوم رشد اقتصادی توأم با صیانت از محیط‌زیست (به‌مثابه توسعه پایدار) در کنار اهدافی مانند کاهش فقر جهانی، از بین بردن گرسنگی، توانمندسازی زنان، گسترش مشارکت جهانی برای توسعه (برخی از اهداف هزاره سوم) از جمله مهم‌ترین اولویت‌های کاری امروزی دولت‌های مختلف در سرتاسر جهان هستند. اجتماعی کردن اقتصاد و قرارداد تبعات فعالیت‌های اقتصادی و سیاست‌های عمومی در بستر اجتماعی (به‌مثابه گفتمان اقتصاد اجتماعی) مطالبه عمومی مردم در تمامی کشورها است. ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار، مشارکت دادن مردم در اقتصاد و بازار، توانمندسازی مردم بویژه زنان، ترویج ارزش‌های دموکراتیک در بازارها از جمله ابزارهای لازم برای نیل به توسعه پایدار و اهداف هزاره سوم می‌باشند. بدون شک، یکی از راهبردهای اقتصادی و مدل‌های مؤثر کسب‌وکار برای نیل به این اهداف، کسب‌وکارهای تعاونی هستند. در واقع، تعاونی‌ها به‌مثابه یک رویکرد جدید توسعه‌ای مورد قبول همه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه واقع شده است. در گزارش‌های هر دوی سازمان بین‌المللی کار (ILO) و اتحادیه بین‌المللی تعاونی‌ها (ICA) بر اثربخشی تعاونی‌ها در نیل به اهداف توسعه پایدار و اهداف هزاره سوم تأکید شده است. در مورد پژوهی‌های گوناگون نیز بر نقش تعاونی‌ها در کاهش فقر، کاهش محرومیت اجتماعی، ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه پایدار منطقه‌ای و پیشگیری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی و نقش این نوع از کسب‌کارها به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها تأکید شده است. بر این اساس، در سرتاسر دنیا، دولت‌ها بسترهای نهادی، قانونی و سیاستی لازم برای تقویت و توسعه این نوع از کسب‌وکارها را فراهم می‌آورند و از راه آموزش انگیزه ورود به این حوزه در مردم تقویت می‌شود.

در کشور عزیز ما هم، نه تنها تعاونی به‌مثابه یک بخش اساسی اقتصاد (ذیل اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران) به رسمیت شناخته شده و در تقسیم کار اجتماعی مسئولیت‌ها و مأموریت‌های ملی برای این بخش تعیین گردیده است (از جمله نیل به سهم ۲۵ درصدی از ارزش افزوده ملی و سهم ۲۰ درصدی از ایجاد اشتغال)؛ بلکه این نوع مدل کسب‌وکار به‌مثابه یک راهبرد مؤثر برای نیل به اهداف دولت‌ها و به‌طور کلی حاکمیت ملی از جانب همه مسئولان و تصمیم‌گیران کشور به ویژه مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) پذیرفته شده و بر آن تأکید گردیده است. علاوه بر مأموریت‌های مزبور، کسب‌وکارهای تعاونی به‌مثابه یک رویکرد برای مقام سازی و مردمی‌سازی اقتصاد مورد تأکید هر دوی مسئولان و کارشناسان است. با توجه به نقشی که در کمک به اقتصاد ملی و به‌طور کلی اقتصاد جهانی و معیشت مردم در سرتاسر دنیا دارند و اعتقاد راسخ به این گزاره که **دنيا با تعاونی‌ها زیباتر خواهد شد**، بر آن شدیم تا در قالب برگزاری نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران با عنوان رویکرد «مردمی‌سازی اقتصاد، رشد تولید با توسعه تعاون» ضمن برجسته کردن نقش تعاونی‌ها در بهزیستی مردم و شکوفایی اقتصادها، از تجارب و دستاوردهای این نوع از کسب‌وکارها برای تقویت و توسعه بخش تعاونی و نیل به مأموریت‌هایی که از این بخش مهم از اقتصاد ایران انتظار می‌رود، بهره‌مند شویم. مجموعه مقالاتی که در این مجلد گردآمده‌اند از میان ده‌ها مقاله و گزارش

علمی پژوهشی گزینش شده که از زمان فراخوان کنگره به دبیرخانه همایش ارسال شده‌اند. در انتخاب مقالات ملاحظاتی مانند رعایت چارچوب‌های مرسوم علمی، نوآوری‌های نهادی در الگوی کسب‌وکار تعاونی، مورد پژوهی‌های بدیع و تجربیات سودمند جهانی مدنظر بوده است.

بهمن عبداللہی
رئیس اتاق تعاون ایران

آسیب شناسی بخش تعاون در ایران و ارائه راهکارهای آن با بهره گیری از تجربیات بین المللی

حنیف عموزاده^۱

چکیده

با وجود جایگاه رفیع بخش تعاون در قانون اساسی کشور، اهداف و چشم اندازهای مطرح شده برای بخش در اسناد بالادستی و راهبردی و علی رغم تلاش های صورت گرفته در این حوزه، وضعیت بخش تعاون در ایران شکل و صورتی دوگانه به خود گرفته است. از یک طرف، در مقایسه با سایر کشورها به ویژه کشورهای منطقه و خاورمیانه، بخش تعاون ایران عملکرد قابل قبولی داشته است. از سوی دیگر، همچنان با الگوی مطلوب مطرح شده در اسناد بالادستی فاصله دارد. قوه مجریه در سال ۱۳۹۲، لایحه اصلاح قانون بخش تعاون را که شامل تغییرات بنیادین در قانون بخش است، به مجلس شورای اسلامی تقدیم کرده، اما این لایحه نتوانسته نظر بازیگران بخش و مجلس شورای اسلامی را به خود جلب کند. در این مقاله، تلاش شده تا ضرورت این بازنگری بررسی شود. بدین منظور، ابتدا، وضعیت شناسی از بخش تعاون از حیث تعاریف و مفاهیم به کار رفته در قوانین و اسناد بالادستی بخش انجام گرفته و میزان تحقق اهداف مطرح در این متون از منظر آمارهای رسمی ارزیابی شده است. سپس آسیب شناسی به کمک مرور سیستماتیک پژوهش های پیشین از تعاونی ها و موانع فعالیت آن ها انجام گرفته است. در نهایت تلاش شده بر اساس برخی تلاش های تقنینی و اجرایی صورت گرفته در سایر کشورها و تجربیات موفق بین المللی، راهکارهایی به سیاست گذاران و قانون گذاران کشور، پیشنهاد شود.

نتایج حاصل از بررسی انجام شده نشان می دهد بخش تعاون ایران، از عواملی مانند پراکندگی در تعریف تعاونی، سطح رقابت پذیری با بخش خصوصی، سطح آگاهی تعاون گران، کیفیت نیروی انسانی، ضعف در اداره تعاونی، مشکل تأمین مالی، وابستگی به دولت و سوء کارکرد نهادهای نظارتی در درون بخش رنج می برد. در راستای حل این معضلات، پیشنهادات متعاقب مطرح شده است: بازتعریف تعاونی طبق معیارهای بین المللی؛ استفاده از ظرفیت تعاونی های نسل جدید؛ تنوع در الگوهای سهام داری؛ استفاده از تأمین مالی خرد جمعی؛ تشکیل اتحادیه اعتباری تعاونی ها؛ تقویت نهادهای نظارتی درون بخشی همچون اتحادیه های نظارت؛ تغییر حداقل عضو مؤسس؛ بازگشت سهم آموزش تعاونی ها در قانون و بازنگری در نحوه مصرف آن؛ مجاز بودن حضور متخصصین به عنوان «خبره غیر عضو» در هیئت مدیره تعاونی؛ احیای شرط داشتن مدرک برای مدیریت امور تعاونی از طریق الزام مدیران به دریافت مدارک تخصصی مرتبط و سایر تجربیات بین المللی که می توانند مشکلات فوق را حل کنند. لازم به ذکر است که برخی از پیشنهادات مزبور وجه تقنینی داشته و برخی دیگر نیازمند بازنگری در نحوه اداره بخش تعاون در قوه مجریه است. این مهم بسته به هر پیشنهاد مورد تأکید قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: تعاونی، بخش تعاون، آسیب شناسی، الگوی مطلوب تعاونی

^۱ دکتری سیاست گذاری عمومی دانشگاه تهران. ایمیل: Hamoozadeh@ut.ac.ir

مقدمه

لایحه اصلاح قانون تعاون که در دولت یازدهم به مجلس شورای اسلامی تقدیم شد، از آذرماه سال ۱۳۹۲ تا به امروز نتوانسته نظر نمایندگان مجلس شورای اسلامی و سایر ذی‌نفعان بخش تعاون را جلب نماید و بر همین اساس، به نظر می‌رسد که امکان طرح لایحه جدید از سوی دولت و یا اصلاح لایحه قبلی در دستور کار مجدد قرار گیرد. در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال آن است تا تحلیلی پیشینی از وضعیت بخش تعاون داشته و ضروریات تقنینی جدید این حوزه را نشان دهد. این مقاله در پی تحقق سه هدف است: نخست، وضعیت‌شناسی و ارزیابی نظام سیاستگذاری بخش تعاون؛ دوم، شناسایی آسیب‌های موجود تعاونی‌ها و سوم ارائه پیشنهاداتی تقنینی جهت حل نظام سیاستگذاری بخش و کاهش آسیب‌ها و مشکلات تعاونی‌ها. جهت نیل به اهداف فوق، مقاله حاضر شامل سه بخش خواهد بود:

در قسمت نخست، ارزیابی از میزان تحقق اهداف مندرج در سیاست‌های مؤثر بر بخش تعاون انجام خواهد گرفت. سؤال این بخش آن است که تا چه میزان اهداف در نظر گرفته شده برای بخش تعاون در اسناد بالادستی و قوانین و مقررات بخشی، محقق شده اند؟ در صورت عدم تحقق اهداف، چرا این مهم رخ نداده است؟ و مشکل به کدام بخش از صورتبندی سیاست^۱ بازمی‌گردد؟ این ارزیابی از نوع ارزیابی نهایی^۲ است. به این معنا که نگارنده به دنبال آن خواهد رفت تا میزان تحقق اهداف تعیین شده توسط سیاست را بسنجد. در این ارزیابی، فرآیند فاقد اهمیت است و نتیجه عموماً بر اساس معیارهای کمی تعریف شده در اهداف طرح، برنامه یا سیاست سنجیده می‌شود (Smith & Larimer, ۲۰۰۹, p. ۱۳۴). در این راستا، تلاش خواهد شد تا ابتدا، اهداف سیاستی بخش تعاون که در اسناد بالادستی تعیین و تکلیف شده، به روش مطالعه اسنادی کندوکاو شود. سپس، اهداف مستخرج در سیاست‌ها (اسناد بالادستی بخش)، بر اساس آمارهای رسمی سنجیده و میزان انحراف آن از اهداف بررسی شود. در ضمن این بررسی، با رویکردی مقایسه‌ای و با بهره‌گیری از تجربیات تعاونی‌ها در سایر کشورهای جهان تلاش می‌شود تا نقدی بر نوع هدفگذاری صورت گرفته برای قوانین و سیاست‌های بخش تعاون مطرح گردد. در واقع این نقد، با صرف نظر کردن از نحوه اجرا، فرض را بر اشتباه در طرح ریزی بنیان‌های سیاست دنبال می‌کند. این رویکرد خاستگاهی نظری دارد و بر فرضیه انسجام مصوبه^۳ در سیاستگذاری عمومی استوار است. در این فرضیه که توسط مک‌فارلن^۴ ارائه شده، اجرا پژوهی با متغیرهای بیشمار، به لحاظ معرفت‌شناختی، امری ممتنع و غیرقابل تحقیق است. اگر اجرای سیاست مشکل دارد، به سبب آن است که معضلات اجرا در صورتبندی سیاست دیده نشده است. در این نظریه، صورتبندی سیاست باید انسجام مناسب سیاستگذارانه در متن قانون یا مصوبه

^۱ Policy Formulation

^۲ Summative Evaluation

^۳ Statutory Coherence Hypothesis

^۴ Deborah McFarlane

خود داشته باشد و از هفت عنصر بهره ببرد: ۱. اهداف مشخص ۲. نظریه علی مناسب ۳. منابع مناسب ۴. یکپارچگی سلسله مراتبی سازمان‌های مجری ۵. قواعد تصمیم‌گیری سازمان متکلف اجرا ۶. تعهد سازمان مجری به اهداف سیاست ۷. مشارکت رسمی حامیان اهداف سیاست (Smith & Larimer, ۲۰۰۹, p. ۱۷۱).

در بخش دوم، به کمک روش مرور سیستماتیک^۱، تلاش شده تا از آثار پژوهشی موجود در رابطه با مشکلات موجود برای تعاونی‌ها ارزیابی جامعی انجام گیرد. سؤال مهم این بخش آن است که موانع و مشکلات تعاونی‌ها برای فعالیت در بخش تعاونی مربوط به چه عواملی است؟ همانطور که گفته شد، این سؤال با روش مرور سیستماتیک یا نظامند و با رویکردی اکتشافی پاسخ داده خواهد شد. بهره‌گیری از این روش کمک می‌کند تا با پرهیز از تعریف پژوهش مجدد، در هزینه‌ها سازمان صرفه‌جویی صورت گرفته و از تولید محتوای علمی تکراری جلوگیری شود. در مرور سیستماتیک به کار رفته، ۴۹ اثر در رابطه با آسیب شناسی تعاونی‌ها استخراج و از میان آن‌ها ۷ اثر بر اساس سه شاخص گستره جغرافیایی اثر (حداقل در سطح استان)، میزان پوشش تنوع فعالیت تعاونی‌ها و سطح تعاونگری (اتحادیه و اتاق) و وجوه سیاستگذارانه اثر، برای بررسی نهایی انتخاب شده‌اند. سپس با برگزاری جلسات منظم در گروه کانونی، متشکل از اساتید بخش تعاون و پژوهشگران این حوزه در کنار بهره‌گیری از تجربیات تعاونی‌های فعال و شناخته شده، مصادیق آسیب‌ها استخراج و در مقولاتی به نام «موانع» دسته‌بندی شده‌اند. در پایان، مدل تبیینی برتر در مطالعات موجود، با اصلاحاتی از سوی گروه کانونی، در متن مقاله آمده است که کمک کننده فهم وضع موجود بخش تعاون است.

بخش سوم متن حاضر بازمی‌گردد به پاسخ‌هایی که سایر کشورها به این دست از مشکلات داده‌اند. تلاش برای یافتن پاسخ این مشکلات در پاره‌ای از موارد به واسطه پیدا نشدن بهترین رویه^۲ با عدم موفقیت پایان یافته است. به نظر می‌رسد این مسائل بیشتر خصلت بومی داشته باشند و بهره بردن از تجربه بین المللی نتواند مؤثر واقع شود. طراحی و یافتن راه‌حل برای این دسته از مشکلات، به سبب گستردگی و پیچیدگی مسأله، بایستی به مقاله و بررسی پژوهشی دیگری، حتی در سطح یک پژوهش توسعه‌ای طولانی مدت، منوط گردد. در قسمت نهایی، پیشنهادات تقنینی نگارنده بر مبنای تجربیات جهانی و بهترین رویه‌ها ارائه خواهد شد.

^۱ Systematic Review

^۲ Best Practice

ارزیابی و شناسایی آسیب‌های سیاستگذاری در حوزه تعاون کشور

الف) اسناد بالادستی

۱. قانون اساسی

تعاونی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، در اصل (۴۳) و (۴۴) قانون اساسی آورده شده است. در سایر کشورهای جهان، کمتر کشوری را می‌توان یافت که تعاونی را در قانون اساسی خود ذکر کرده باشد. ایران در کنار هند از جمله این معدود کشورها محسوب می‌شود. در قانون اساسی هند ماده (۲۴۳) این قانون، مندرج در بخش IXB (نهم-قسمت «ب»)، به تعاونی پرداخته و به طور کامل جامعه تعاونی^۱ را تعریف و نحوه حسابرسی تعاونی‌ها، پرداخت مازاد بازگشتی، اداره هیأت مدیره، عضویت و حدود عملکرد تعاونی‌های سطح عالی^۲ و چند ایالتی^۳ را معرفی کرده است (The Constitution of India, ۲۰۲۱). در واقع، کشور هند، مسائل مهم بخش تعاون خود را در قانون اساسی حل و فصل کرده است. در قانون اساسی ایران، در اصل ۴۳، تعاونی ابزار اصلی دولت در جهت ایجاد «اشتغال کامل» معرفی شده است؛ درحالی‌که در اصل ۴۴ قانون اساسی، تعاونی به عنوان یکی از ارکان سه گانه اقتصاد جمهوری اسلامی ایران در کنار بخش دولتی و خصوصی معرفی شده است. در این اصل، تعاونی در دو قالب و دو نوع «شرکت» و «مؤسسات» تعاونی‌های «تولید» و «توزیع» آمده است (منصور، ۱۳۸۸، صص. ۵۰-۶۶) که مراد از قانونگذار از تعاونی توزیع مشخص نیست. ذکر تنها دو نوع تعاونی آن هم در قانون اساسی در حالی است که قالبی به نام تعاونی توزیعی در سطح بین‌المللی نمی‌شود (ICA, ۲۰۲۰). البته تعاونی‌های خرده‌فروشی^۴ و تأمین نیاز تولیدکنندگان وجود دارد که نوعی تعاونی مصرفی محسوب می‌شوند و متفاوت از تعاونی‌های توزیعی هستند^۵. بررسی مشروح مذاکرات قانون اساسی نیز ابهاماتی را در تدوین نشان می‌دهد. در هنگام تدوین اصل (۴۳) قانون اساسی (اصل ۱۲۷ اولیه-جلسه پنجاه و سوم)، شهید بهشتی به عنوان نایب رئیس مجلس خبرگان قانون اساسی و فردی که ایده ورود تعاونی در اصل را نمایندگی می‌کند، از وجود تنها دو نوع تعاونی تولید و مصرف نام می‌برد^۶ (در قانون تجارت نیز از دو نوع تعاونی تولید و مصرف نامبرده شده است: ر.ک. به: ماده (۲۰) قانون تجارت،

^۱ Cooperative Society

^۲ Apex Cooperatives

^۳ Multi-State Cooperative Society

^۴ Retailers' Cooperative

^۵ ممکن است برخی محققین عبارت تعاونی‌های توزیع‌کننده یا همان Distributing Coops را در کشورهایی همچون استرالیا دیده باشند. لازم به ذکر است که این نوع تعاونی نیز ارتباطی با تعاونی توزیعی مندرج در قانون اساسی و قانون تعاون ندارد و دلالت آن بر نوعی از تعاونی‌های بزرگ مقیاسی است که اجازه توزیع و انتشار سهام خود را برای جذب سرمایه بیشتر کسب می‌کنند (برای مطالعه بیشتر در این رابطه ر.ک. به: Sarina, ۲۰۱۳, p. ۲۱۲).

^۶ شهید بهشتی در توضیح ابهامات مطرح از سوی شهید هاشمی نژاد می‌فرماید: «اینجا اصطلاح تعاونی، اصطلاح اقتصادی خاص است چون دو نوع تعاونی هست؛ یکی تعاونی خیریه‌ای یکی تعاونی‌های اقتصادی. بعضی از دوستان هم دیده می‌شود که تعاونی خیریه‌ای را که در حقیقت اعانه‌ای است با تعاونی‌های اقتصادی که انواع و اقسام دارد، مثل تعاونی تولید، تعاونی مصرف، تعاونی تولید و مصرف، باز آنها هم این‌ها را اشتباه می‌کردند. به هر حال تعاونی در اینجا ناظر است به تعاونی اقتصادی نه تعاونی اعانه‌ای و خیریه‌ای که غیرانتفاعی است و ثانیاً هیچگونه پیوندی ندارد با این که چندتا سرمایه‌دار بیابند و یک شرکت درست کنند (بنگرید به: صورت مشروح مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۴،

۱۳۱۱). اما در ادامه و در هنگام بررسی اصل (۴۴) قانون اساسی (اصل ۱۲۷/۴ اولیه-جلسه پنجاه و ششم)، دو تن^۱ از نمایندگان عضو خبرگان قانون اساسی این ابهام را مطرح می‌کنند که تعاونی تولید و توزیع کافی نبوده و باید تعاونی مصرف نیز در اصل (۴۴) قانون ذکر شود. در ادامه، ضرورت این موضوع توسط اعضای مجلس خبرگان حس نشده و این پیشنهادات رأی نمی‌آورد؛^۲ لذا به نظر می‌رسد که مراد قانونگذار در اینجا از تعاونی توزیعی، همان تعاونی‌های مصرف به معنی اعم آن و شامل تعاونی تأمین نیاز تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در کنار تعاونی‌های مسکن است. با این حال، برخی مفاهیم در نظر پیشگامان قانون اساسی کشور با یکدیگر آمیخته و غیرقابل تفکیک شده‌اند. شهید بهشتی در این رابطه و در آخرین نطق خود پیش از رأی‌گیری درباره اصل (۴۴) قانون اساسی توضیح می‌دهند که: «تعاونی شرکتی است که در آن افراد با سرمایه‌های اندک خود جمع شده و شرکتی تأسیس می‌کنند که خودشان در آن مشغول به کار شوند و تفاوت این شرکت با شرکت‌های انتفاعی دیگر این است که اعضا خود مشغولین تعاونی هستند»^۳. این برداشت دارای تضاد در نسبت ایده با متن قانون‌های پس از خود است: در درجه نخست به نظر می‌رسد که منظور از این که «اعضا در تعاونی شاغل باشند»، در واقع تعریف تعاونی کار است که نوع سوم فعالیت تعاونی‌ها است و از دو گونه تعاونی تولید و مصرف جدا می‌شود. در واقع تعاونی کار، علی‌رغم آن که در قانون شرکت‌های تعاونی (۱۳۵۰) به عنوان نوع سوم از انواع سه گانه تعاونی دیده شده، در قانون اساسی آورده نشده و به تبع آن در قانون بخش تعاون از اقتصاد جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۰) هم تعریف نشده است؛ درحالی‌که در مراد و منظور خبرگان قانون اساسی این نوع تعاونی دیده می‌شود. تضاد دوم نیز به متن قانون بخش تعاونی بازمی‌گردد. اگر مراد پیشگامان قانون اساسی از این عبارت که «اعضا شاغل در تعاونی باشند» این است که اعضا حتماً باید در تعاونی شاغل باشند (اشتغال غیرعضو بنا بر نظر خود تعاونی باشد)، آنگاه تعریف تعاونی تولیدی طبق قانون بخش تعاونی ۱۳۷۰ در ذهن تداعی می‌گردد که در تبصره (۱) ماده (۸) آن قانون، همین عبارت عنوان شده است. تضاد موضوع در آنجا است که این تبصره در اصلاح قانون تعاون در سال ۱۳۷۷ حذف شده است (تبصره «۲» ماده «۱» قانون اصلاح قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران - مصوب ۱۳۷۷/۰۷/۰۵). در واقع، قانون‌گذار تبصره‌ای را که منطبق به روح قانون اساسی و نظر وضع‌کنندگان آن قانون بوده، حذف کرده و عضو تعاونی تولیدی می‌تواند دیگر در تعاونی شاغل نباشد.

با تمام این اوصاف، نقش تعاونی در قانون اساسی جدی و مهم تلقی می‌شود. این جایگاه تاحدی والا و فاخر است که در متن قانون اساسی، تعاونی مهمترین ابزار برای ایجاد اشتغال کامل و به عنوان دومین رکن از ارکان سه گانه اقتصاد ایران ذکر شده است؛ این درحالی است که بخش خصوصی تنها به عنوان مکمل بخش دولتی و تعاونی و در انتهای اصل (۴۴) آمده است.

ص. ۱۵۲۵).

^۱ حسن عضدی و سید عبدالله ضیائی‌نیا.

^۲ برای مطالعه بیشتر در این رابطه ر.ک. به: صورت مشروح مذاکرات قانون اساسی، ۱۳۶۴، صص. ۱۵۳۶ و ۱۵۴۲.

^۳ در این رابطه شهید بهشتی معتقد بودند: «یک وقت چهار نفر خودشان سرمایه می‌گذارند و خودشان هم کار می‌کنند البته با رعایت مقررات تعاونی، این می‌شود تعاونی ولی اگر یک وقتی چهار نفر یک کارگر هم برای اداره کارشان بگیرند، این دیگر تعاونی نیستند» (صورت مشروح مذاکرات قانون اساسی، ۱۳۶۴، ص. ۱۵۵۹).

۲. ابلاغیات مقام معظم رهبری

مهمترین ابلاغیه مقام معظم رهبری که سبب ایجاد تغییرات گسترده در بخش تعاون شده، مربوط است به ابلاغ «سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی» که جزئیات و شیوه اجرای آن در «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» آورده شده است. در این ابلاغیه و قانون مصوب منتج شده از آن، پنج تغییر مهم در بخش تعاون شکل گرفته است. نخست تعریف قالب‌های جدیدی به نام «تعاونی فراگیر ملی» و «تعاونی سهامی عام». این قالب‌های بدیع پیشتر در نهضت تعاونی تجربه نشده‌اند. دوم، تخصیص ۳۰ درصد از منابع حاصل از خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی به تعاونی‌های فراگیر ملی به منظور فقرزدایی. سوم، تعریف سهامداری غیرعضو در بخش تعاونی. چهارم، تعریف سهم ۲۵ درصدی از اقتصاد کشور برای بخش تعاونی. پنجم، تخفیف مالیاتی و حق بیمه برای تعاونی به نسبت غیر تعاونی‌ها (بنگرید در: ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، ۱۳۸۴، بند «ب-۳»؛ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، ۱۳۸۶، بند «ب» و «ج» ماده ۹).

هر یک از این ۵ مورد آثار تبعی خاص خود را دارد. اما سهم ۲۵ درصدی بخش تعاون از اقتصاد کشور، مهمترین هدفگذاری این حوزه در طی این سال‌ها قلمداد می‌شود. درباره آثار تبعی این سهم در بخش‌های بعدی متن حاضر بیشتر سخن گفته خواهد شد. بجز سهم ۲۵ درصد، دو تحول مهم در بخش تعاون به موجب ابلاغیه و قانون اجرای آن اتفاق افتاده است: نخست تعاونی فراگیر ملی و سهامی عام و دوم سهامداری غیرعضو در تعاونی‌ها. نگارنده ابداع نخست را پر آسیب و دومی را مثبت ارزیابی می‌کند. تعاونی فراگیر ملی و سهامی عام قالب نامتعارفی از تعاونی است. تعاونی فراگیر ملی تعاونی است که ۷۰ درصد اعضای آن را ۳ دهک پایین درآمدی تشکیل می‌دهند (قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، ۱۳۸۶، بند «۱۰» ماده «۱»). در تعاونی عضو دارای اصالت است و ماهیت تعاونی رو نوع عضو مشخص می‌کند. تشکیل تعاونی بر مبنای میزان درآمد امری بدیع و نامتعارف در تشکیل تعاونی است. در تعاونی، یا عضو تولیدکننده است، یا مصرف‌کننده/کاربر و یا کارگر. تعاونی نمی‌تواند گونه‌ای دیگر داشته باشد. سه دهک پایین درآمد اساساً با توجه به سه گونه فوق همگن نیستند. البته تعاونی می‌تواند چند ذینفعی^۱ باشد، که این مهم در تعریف تعاونی فراگیر ملی نیامده است. نکته عجیب‌تر این‌که این نوع تعاونی مصرف‌کنند ۳۰ درصد از منابع حاصل از خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی هستند (قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، ۱۳۸۶، بند «۳» ماده «۲۹»). هرچند این مهم تا به امروز محقق نشده (کبیری، ۱۳۹۸)، اما ظرفیت تعاونی فراگیر ملی کمتر از آن است که بخواهد پوشش دهنده این میزان سرمایه باشد. در حال حاضر و طبق گزارش معاونت امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نزدیک به ۲۸۵ تعاونی فراگیر ملی در کشور فعالیت دارند (مسکنی، ۱۴۰۱). ابداع تعاونی سهامی عام اما پیچیده‌تر و پر آسیب‌تر از تعاونی فراگیر ملی است. این نوع تعاونی اساساً با ذات تعاونی همخوانی ندارد و مهمترین اصل اداره تعاونی، یعنی اداره دموکراتیک آن را کاملاً از بین می‌برد

^۱ منظور از تعاونی چندذینفعی یا Mutlistakeholder این است که اعضا از هر سه گونه فوق تشکیل شده باشد. مثلاً یک فروشگاه تعاونی را در نظر آورید، بخشی از اعضا که تولیدکنندگان باشند، تهیه‌کننده اقلام فروشگاه هستند، بخشی از اعضا به عنوان کارگران فروشگاه استخدام شده‌اند و در نهایت مصرف‌کنندگان فروشگاه نیز عضو تعاونی باشند.

(بنگرید به میزان سهامداری در شرکت تعاونی سهامی عام، ماده «۱۲» قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴). چنین گونه‌ای از تعاونی نیز تا به حال توسط نگارنده در سایر کشورهای جهان یافت نشده و مختص ایران است. به نظر می‌رسد با توجه به این که در قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴، تشکیل بانک‌ها تنها به صورت سهامی عام دیده شده (ماده «۵»)، لذا تشکیل بانک تعاونی نیز باید در این قالب (صرفاً به شکل سهامی عام) جای گیرد که باز با روح تعاونی که در آن سود موضوعیت ندارد بلکه مازاد بازگشتی^۱ حاکم است، سازگار نیست (بانک‌های تعاونی در سایر کشورها به صورت سهامی عام فعالیت نمی‌کنند). ابداع دوم، یعنی سهامداری غیرعضو برای تعاونی‌ها اما، محدود به ایران نیست. قبل از ایران نیز در بسیاری از کشورها، سهامداری غیرعضو و سهامداری ممتاز دیده شده است (برای مطالعه بیشتر بنگرید به: عبایی، ۱۴۰۰؛ اخباری، ۱۴۰۰). این مهم می‌تواند ارتقا بخش تعاونی برای جذب سرمایه باشد و اصل اداره دموکراتیک را نقض نکند. هرچند برخی کشورها این نوع سهامداری یا سهامداری ممتاز را به رسمیت نشناخته‌اند (ر.ک. به: عبایی، ۱۴۰۰).

علاوه بر ابلاغیه مقام معظم رهبری در رابطه با سیاست‌های اصل (۴۴) قانون اساسی، افق چشم انداز ۱۴۰۴ نیز از جمله اسناد بالادستی است که در نیز بر نقش تعاون به مثابه مقوله‌ای اجتماعی و فرهنگی تأکید شده است. در این سند، برخورداری جامعه ایرانی از «روحیه تعاون» به عنوان یکی از ویژگی‌های مطلوب و اصلی جامعه ایده‌آل در افق برنامه یاد شده است. مجموعه تأکیدات معظم له در این ابلاغیات و تأکید ایشان بر «مردمی شدن اقتصاد» در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، نشان از تأکید عالی‌ترین مقام و شخص نخست کشور بر رشد و توسعه تعاونی دارد (ر.ک. به: بیانیه «گام دوم انقلاب» خطاب به ملت ایران، ۱۳۹۷؛ چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، ۱۳۸۲).

۳. قوانین برنامه توسعه

مسأله سهم ۲۵ درصدی تعاونی از اقتصاد و تحقق سهم ۳۰ درصدی از منابع خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی دغدغه اصلی برنامه‌ریزان در قانون برنامه پنجم و ششم توسعه بوده است. در قانون برنامه پنجم توسعه این امر خود را در ماده (۱۲۴) نشان می‌دهد؛ جایی که دولت مکلف شده تا سه اقدام جدی در جهت تحقق سهم ۲۵ درصد از اقتصاد کشور، انجام دهد: نخست، سهم بخش تعاون از بازارهای پولی را از طریق تسهیل در صدور مجوز مؤسسات مالی و پولی و بانک‌های تعاونی به ۱۵ درصد برساند؛ دوم، سرمایه بانک توسعه تعاون و صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون به طور سالانه از طریق اجرای بند (۲) ماده (۲۹) قانون اجرای سیاست‌های اصل (۴۴) قانون اساسی تقویت شود (منظور ۳۰ درصد منابع حاصل از خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی به

^۱ البته شرکت تعاونی طبق قانون تجارت و قانون بخش تعاون به مثابه شرکتی سهامی در نظر گرفته شده و عضو در آن سهم‌الشرکه، نه حق عضویت، پرداخت می‌کند و به تبع آن باید سودی دریافت کند. اما علی‌رغم دیده شدن سود در قانون تعاون (مثلاً بنگرید به بند «۴» ماده «۱» قانون شرکت‌های تعاونی ۱۳۵۰)، روی هم رفته سود در معیارهای بین‌المللی برای تعاونی مطرح نیست و مازاد بازگشتی Patronage-Refund طبق اصول چهارگانه میشل درون در تعاونی‌ها نهادینه شده که مفهومی متفاوت با سود است (برای مطالعه بیشتر در باره اصول میشل درون بنگرید به: براتی، ۱۳۹۴). از این جهت است که نگارنده معتقد است، اساس تعاونی سهامی عام، با روح تعاونی سازگار نیست.

تعاونی‌های فراگیر ملی) و سوم، اختلافات وزارت تعاون و اتاق تعاون از طریق سپردن وظایف حاکمیتی بخش به وزارت تعاون و وظایف مربوط به تصدی‌گری بخش به اتاق تعاون، حل و فصل شود. در این ماده قید شده که دولت حق دخالت در امور اجرایی و انتخاباتی اتاق تعاون را نخواهد داشت و این امر نافی وظایف نظارتی وزارتخانه هم نخواهد بود.

به نظر می‌رسد در برنامه پنجم توسعه، سه مسأله مد نظر قانون‌گذاران قرار داشته است: اول، افزایش منابع بانک توسعه تعاون و صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون؛ دوم، حل اختلافات وزارت تعاون و اتاق تعاون و سوم، تقویت بانک‌های تعاونی. تسهیل در تشکیل بانک‌های تعاونی را می‌توان در راستای تحقق سهم ۲۵ درصدی ارزیابی کرد و این اقدام از جهاتی قابل درک است. در واقع، ارتقا سهم بخش تعاون و نزدیک شدن به سهم ۲۵ درصدی آرمانی، آن هم تنها در طی ۵ سال، سیاستگذاران را به این سمت و سو سوق می‌دهد که از راه‌های زودبازده برای افزایش سهم بخش تعاون استفاده کنند. هم اکنون، بانک‌های تعاونی ۱۲.۷ درصد از گردش مالی ۳۰۰ تعاونی برتر جهان را به خود اختصاص داده‌اند (ICA, ۲۰۲۱) و بانک‌ها و بیمه‌های تعاونی، سودآورترین گرایش بخش تعاونی در جهان محسوب می‌شوند. بدیهی است که سیاستگذاران نیز، بازدهی سریع این مؤسسات را در برنامه‌ریزی خود مد نظر قرار داده باشند، فارغ از این که تا چه حد زمینه‌های لازم برای رشد و نمو این چنین مؤسسات مالی در کشور فراهم باشد. در سایر سطور برنامه پنجم توسعه، بخش تعاونی، موجودیتی همراه با بخش خصوصی دیده شده و از امتیاز ویژه‌ای برخوردار نیست (بنگرید به: قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه، ۱۳۸۹، بخش توسعه تعاون، ماده «۱۲۴»).

مسأله تحقق سهم ۲۵ درصدی، در برنامه ششم توسعه نیز، جایگاه خود را نشان می‌دهد. با این حال، در این برنامه، این تعهد به شکلی کمرنگ‌تر نمود یافته به طوری که دولت تنها مکلف شده تا تمهیدات لازم را برای تحقق این سهم، از طریق توسعه کسب‌وکارهای کوچک و دانش بنیان، محقق کند (ماده «۲۴»). دغدغه نسبت به تقویت منابع بانک توسعه تعاون، از طریق فروش اموال مازاد وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، مسأله دیگری است که در قانون برنامه ششم، به مانند قانون برنامه پنجم، آن هم به شیوه‌ای متفاوت، تکرار شده است. قرار گرفتن تعاونی‌ها در کنار بخش خصوصی، به مانند قانون برنامه قبلی، در اینجا نیز تکرار شده است (بنگرید به: قانون برنامه پنجساله ششم توسعه، ۱۳۹۶). به طور کلی، نقشه‌راه بخش تعاون در قانون برنامه پنجم و ششم توسعه، تفاوت راهبردی جدی با یکدیگر ندارند.

ب) مشکلات نظام برنامه‌ریزی بخش تعاون

۱. پراکندگی مفاهیم در قوانین تعاون کشور

بخشی از ابهام در چابکی تعاونی در بررسی اسناد بالادستی نمایش داده شد. در مشروح مذاکرات قانون اساسی نشان داده شد که درک متفاوتی از تعاونی در اذهان پیشگامان قانون اساسی کشور وجود داشته است. ابهام مذکور در قوانین جاری بیشتر خود را نشان داده، تا آنجایی که در قانون ۱۳۷۰ هیچ تعریفی از تعاونی به مثابه یک شکل اقتصادی-اجتماعی ارائه نشده است. این ابهام

در قبال تعاونی و چيستی تعاونی در قانون شرکت‌های تعاونی ۱۳۵۰ کمتر به چشم می‌خورد. در آن قانون، ابتدای امر تعاونی به عنوان «شرکتی از اشخاص حقیقی و حقوقی است که به منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضا از طریق خودیاری و کمک متقابل» تعریف شده است (منصور، قوانین و مقررات تعاون و شرکت‌های تعاونی، ۱۳۹۹، صص. ۱۳۲-۱۳۳). با این‌که تعریف تعاونی در قانون ۱۳۵۰، در زمانه خود تعریف جامعی محسوب می‌شد، اما با تعریف و معیار بین‌المللی حاضر فاصله اندکی دارد. در نگاه اتحادیه بین‌المللی تعاونی‌ها، تعاونی در درجه نخست یک انجمن و سپس یک شرکت دیده شده است. در واقع، این اتحادیه تعاونی را «انجمنی مستقل از افراد که داوطلبانه برای برآوردن نیازها و آرزوهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشترک خود از طریق شرکتی با مالکیت مشترک و تحت کنترل دموکراتیک دور هم جمع می‌شوند» تعریف می‌کند (ICA, ۱۹۹۵). در این تعریف، مؤلفه نیاز فرهنگی اضافه و اصل خودیاری^۱ و کمک متقابل^۲ به نسبت قانون سال ۱۳۵۰ ایران تفاوت دارد.^۳ در بسیاری از کشورها نیز، تعاونی انجمن و جامعه (از معادل‌های دیگر برای این دو در فارسی می‌توان به «جمعیت» یا «مجمع» نیز اشاره کرد)، نه شرکت و نه مؤسسه، تعریف شده است. با این حال، دلالت آنها نیز، تأکید بر تمایز تعاونی است و ماهیتاً تعاونی‌ها در آن کشورها، همچون هند، بریتانیا یا ایالات متحده آمریکا، هم به مانند سایر شرکت‌ها فعالیت می‌کنند، خواه دارای قانون مجزا باشند یا نباشند (Fici, ۲۰۱۳, p. ۸).

مسئله درک درست از تعاونی، نه در تعریف خود تعاونی، بلکه بیشتر از هر چیز در تعریف انواع تعاونی خود را نشان می‌دهد. بیشتر در باب قانون اساسی اشاره شد که تعاونی توزیعی، یکی از انواع تعاونی است که شامل انواع تعاونی مصرف (تأمین نیاز تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان)، مسکن و اعتبار می‌باشد. در صورتی که چنین تعاونی، چه در لفظ و چه کارکرد، در سطح بین‌المللی دیده نمی‌شود. تعاونی خرده‌فروشان نیز که قبلاً بدان اشاره شد هم از جنس تعاونی‌های مصرف است. در واقع تعاونی سه گونه است: تولید، مصرف و کار. این مهم در قانون ۱۳۵۰ به درستی دیده شده بود (ماده ۱۸)؛ اما قانون ۱۳۷۰ ابهامات را بیشتر کرد. تعاونی انجمنی است از تولیدکنندگان^۴، مصرف‌کنندگان^۵ یا کارگران^۶ و هر سه گونه تعاونی بر مبنای عضو تشکیل‌دهنده خود

^۱ Self-Help

^۲ Mutual Aid

^۳ اصل کمک متقابل و خودیاری، مقولاتی هستند که بعدها جزو ارزش‌ها تعاونی تعریف شده‌اند و همچنان جزو این ارزش‌ها محسوب می‌شوند؛ اما اتحاد بین‌المللی تعاونی، این مقولات را در حال حاضر، جزو تعریف تعاونی نمی‌داند. دموکراسی Democracy، انصاف Equity، برابری Equality، خود-مسئولیتی Self-Responsibility و همبستگی Solidarity از دیگر ارزش‌های مذکور هستند. پیش‌تر، صداقت Honest، باز بودن تعاونی برای همه Openness، مسئولیت اجتماعی Social Responsibility و مراقبت از دیگران Caring for Others نیز جزو این ارزش‌ها محسوب می‌شدند. لازم به ذکر است، ارزش کمک متقابل، پس از قدرت‌گرفتن ایده‌های رایفایزن Friedrich Wilhelm Raiffeisen آلمانی، دیگر کمتر جزو ارزش‌های تعاونی محسوب می‌شود. وی معتقد بود که خودیاری ارزش مهم‌تری نسبت به کمک متقابل است و مرز و تمایز میان تعاونی و خیریه در این ارزش دیده می‌شود (برای مطالعه بیشتر در این رابطه، رک. به: Peel, ۱۹۸۸). با این وجود، با رشد تعاونی‌های اجتماعی، این مرز دوباره در هم تنیده شده است.

^۴ Producers

^۵ Consumers/Users

^۶ Workers

نامگذاری می‌شوند، نه نوع فعالیت. بجز سه گونه شناخته شده، اتحادیه‌های اعتباری^۱ (بانک‌های تعاونی و مؤسسات مالی) و همیاری‌ها^۲ (تعاونی‌های بیمه) دو گونه دیگری هستند که در کنار سه شاخه اصلی تعاونی در تعاریف بین‌المللی دیده می‌شوند و در دسته‌بندی کلی، آن‌ها نیز تعاونی مصرف محسوب می‌شوند چراکه برای اعضای خود خدمات مالی و بیمه‌ای را با قیمت کمتر تأمین می‌کنند (ICA, ۲۰۲۱). سایر اشکال تعاونی، گونه‌های بدیعی هستند که به وفور در بخش تعاون ایران دیده می‌شود و این موضوع سبب آشفتگی بیشتر در نظام برنامه‌ریزی بخش و مشکل در هدفگذاری شده است. این مجموعه تعابیر بدیعی در معرفی تعاونی‌های فراگیر ملی و سهامی عام به اوج خود می‌رسد. همانطور که پیشتر گفته شد، تعاونی فراگیری ملی تعاونی است که اعضای تشکیل دهنده آن جزو سه دهک پایین جمعیتی باشند. اینکه اعضای تشکیل دهنده چه فعالیتی می‌کنند موضوع و اهمیت ثانوی است و در درجه نخست، خاستگاه طبقاتی این افراد تعیین کننده نوع تعاونی است. تعاونی سهامی عام ابداع دیگری بود که می‌توان نام شبه تعاونی^۳ را بر آن نهاد. در واقع این بنگاه‌های اقتصادی، دیگر وجه اجتماعی ندارند که بخواهند خود را جزوی از بخش تعاونی تعریف کنند. در تعاونی سهامی عام، اصولی همچون اداره دموکراتیک کاملاً زیر سؤال رفته و تعاونی به ضد خودش تبدیل می‌شود.

از جمله دیگر اشکال جدید تعاونی می‌توان به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، تعاونی‌های دهیاری، توسعه روستایی، سهام عدالت شهرستانی و تعاونی‌های بانوان اشاره کرد که فاقد هویت، تعریف دقیق و ابهام نظری جدی هستند. فعالیت تعاونی‌ها بر اساس گرایش فعالیتشان نیز از جمله دلایل این آشفتگی است. در مواد ۲۶ و ۲۷ قانون ۱۳۷۰، هر تعاونی که در گرایش کشاورزی، دامداری، دامپروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری و روستایی و عشایری فعالیت می‌کند، تعاونی تولید و هر تعاونی که در حوزه‌های تأمین نیاز مشاغل تولیدی و یا مصرف‌کنندگان عضو خود فعالیت کند، تعاونی توزیع نامیده می‌شود. در حال حاضر، تمامی تعاونی‌هایی که به تولید خدمات می‌پردازند نیز تعاونی توزیعی ثبت می‌شوند! به‌عنوان نمونه، تعاونی که در حوزه خدمات آموزشی فعالیت می‌کند، علی‌رغم اینکه به تولید خدمات آموزشی پرداخته و اعضای آن تولیدکننده خدمات، یعنی معلم باشند، باز هم تعاونی توزیعی ثبت شده‌اند. تعاونی موفق «راه رشد» که یکی از معدود تعاونی‌های ایرانی عضو ICA هم محسوب می‌شود به شکل تعاونی توزیعی ثبت شده است که بر خلاف ماهیت این تعاونی است. در این تعاونی، معلمین به‌عنوان شاغلین تعاونی سهام‌دارند (اصلاح‌پذیر، ۱۴۰۱) و این تعاونی در اصل نوعی تعاونی تولید کار - پایه، یا به اصلاح تعاونی کار است که به تولید خدمات می‌پردازد. ایراد در تعریف تعاونی بر اساس گرایش فعالیت سبب شده تا فهم درستی از تعاونی تولید و توزیع در کشور شکل نگیرد (برای درک درست تعریف تعاونی تولید و توزیع/مصرف، ر.ک. به جدول شماره ۱). همچنین

^۱ Credit Unions

^۲ Mutuals

^۳ برای درک بهتر شبه تعاونی‌ها؛ ر.ک. به: (شعبانی، یوسفی، صالح آبادی، و حبیب الهی، ۱۳۹۴).

تعاونی‌های صوری، دیگر معضل بخش تعاونی است به‌ویژه در بخش تعاونی‌های تولیدی که شکل گرفته‌اند لیکن اعضا در آن شاغل نیستند. همان‌طور که در بخش قانون اساسی نیز اشاره شد، این مهم پس از بازنگری قانون در سال ۱۳۷۷ نیز بیشتر خود را نشان داده است؛ آنجایی که تبصره (۱) ماده (۸) حذف و عبارت دیگری جایگزین آن شد^۱. این تبصره بیان می‌داشت که اعضا در تعاونی تولید باید در تعاونی شاغل باشند. از طرف دیگر، اساساً تعریفی از تعاونی کار ارائه نشده و این تعاونی‌ها همچنان بر اساس قانون ۱۳۵۰ (مواد «۹۰» و «۹۱») به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

جدول ۱: انواع شرکت تعاونی

نوع تعاونی	عضو تشکیل‌دهنده	تعریف	حضور عضو در تعاونی
تولید	تولیدکنندگان	تولید کالا و خدمات می‌کند؛ توسط اعضا	اعضا شاغل در تعاونی‌اند ولی همه شاغلین عضو نیستند.
توزیع (مصرف)	مصرف‌کنندگان (کارگری، کارکنان، تأمین نیاز تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، اعتبار، مسکن)	تأمین کالا و خدمات می‌کند؛ برای اعضا	عموماً اعضا در تعاونی شاغل نیستند (به‌جز مدیران).
کار	کارگران	تولید کالا و خدمات می‌کند درحالی‌که همه شاغلین آن عضو تعاونی باشد.	همه شاغلین در تعاونی عضو تعاونی نیز هستند.

۲. گرانباری بخش تعاون از حیث اهداف

اهداف در نظر گرفته شده برای بخش تعاون، از قانون اساسی گرفته تا قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۷۰)، اسباب گرانباری اهداف برای بخش را موجب شده‌اند. در قانون اساسی، اصل (۴۳) از اشتغال کامل به کمک تعاونی‌ها سخن گفته است. در ماده (۱) قانون تعاون ۱۳۷۰ نیز اهدافی همچون جلوگیری از کارفرمایی مطلق دولت، پیشگیری از احتکار و مواردی از این دست عنوان شده که ارتباط ذاتی با بخش تعاون ندارند. برداشت اشتباه از تعاونی و توانایی آن در ایجاد اشتغال بالا، سبب شده تا حتی در قانون تعاون ۱۳۷۰ سخن از تعاونی‌های اشتغال‌زا شود (تبصره «۱» ماده «۸»). گونه‌ای تعریف نشده از تعاونی که در آئین‌نامه اجرایی همان قانون (مصوب ۱۳۹۲)، تعریف آن به ماده (۹۰) قانون شرکت‌های تعاونی ۱۳۵۰ ارجاع داده شده است

^۱ تبصره (۱) حذف و عبارت زیر جایگزین آن شد:

تبصره ۱ - در تعاونی‌های اشتغال‌زا کمکه‌های دولتی به نسبت اعضاء شاغل در آن تعاونی واگذار می‌شود (قانون اصلاح قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران - مصوب ۱۳۷۰، ۱۳۷۷).

پیشتر تبصره در قانون ۱۳۷۰ به این شکل بود:

تبصره ۱ - در تعاونی‌های تولید عضو باید در تعاونی بکار اشتغال داشته باشد.

(منصور، ۱۳۹۹، ص. ۶۳، بند «ذ» ماده «۱»؛ این در حالی است که ماده مذکور به تعاونی کار^۱ پرداخته است. به تعبیری، قانون گذار تعاونی اشتغال‌زا و تعاونی کار را یک موجودیت واحد در نظر آورده است!

تعریف و وظیفه اشتغال‌زایی برای تعاونی به دلایلی توجیه‌پذیر نیست. در واقع، تعاونی موجودیت مناسبی برای ایجاد اشتغال نیست. اتحاد بین‌المللی تعاونی بیان می‌کند که ۱۰ تا ۱۲ درصد جمعیت شاغل جهان در تعاونی‌ها فعالیت می‌کنند (ICA, Facts and Figures, n.d.). اما این عدد، طبق ادعای سازمان بین‌المللی تعاونی‌های خدماتی و صنعتی (سیکوپا)^۲ مربوط به اعضای تعاونی‌های تولید و کار است (CICOPA, ۲۰۱۷, p. ۲۱). سازمان ملل متحد، در سال ۲۰۱۵، طرحی تحت عنوان سرشماری تعاونی‌ها انجام داده که در آن نرخ اشتغال‌زایی تعاونی‌ها را ۰.۲ درصد عنوان کرده است^۳. در واقع، درست است که ۱۰ تا ۱۲ درصد جمعیت شاغل جهان در تعاونی فعالیت می‌کنند، اما نرخ اشتغال‌زایی تعاونی‌ها پایین است. به تعبیری، تعاونی انجمنی از افراد شاغل است که به تولید کالا و خدمات می‌پردازند و در دو قالب تعاونی تولید و کار دور یکدیگر جمع می‌شوند. به بیان دیگر، این افراد پیش از تشکیل تعاونی نیز به آن فعالیت مشغول بوده و صاحب کار محسوب می‌شوند و تنها از طریق تجمیع منابع و نیروی کار خود، به دنبال افزایش بهره‌وری و ایجاد ارزش در زنجیره تولید هستند. در تعاونی توزیع (مصرف) اما، اعضا صرفاً مصرف‌کننده‌اند و اساساً در تعاونی شاغل نیستند. پس می‌توان گفت، تعریف گونه‌ای از تعاونی به عنوان اشتغال‌زا یا تعریف هدفی چون اشتغال کامل از طریق تعاونی، بیشتر از آنکه ارتباطی با واقعیت داشته باشد، سبب گرانباری بخش تعاون از حیث اهداف طرح ریزی شده می‌گردد.

افزایش فشار اهداف برنامه‌ریزی شده برای بخش تعاون، تا پیش از ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴، مشکلی در نظام برنامه‌ریزی بخش ایجاد نمی‌کرد. مشکل تنها معطوف به سردرگمی در فهم درست تعاونی و تعریف غیرواقعی از تعاونی بود. پس از سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، به واسطه جایگاه و نقش پررنگ تعاونی‌ها در این اصل، بدیهی بود که شرایط بخش تعاون دستخوش تغییر شود. درباره پنج ویژگی مهم این سیاست، پیش‌تر در بخش اسناد بالادستی صحبت شد. مهم‌ترین این تغییرات اما بازمی‌گردد به سهم ۲۵ درصدی تعاون از اقتصاد ملی.

در درجه نخست، این سهم بسیار آرمانی طراحی شده و تلاش‌های نگارنده در جهت یافتن اسناد پشتیبان تعیین چنین هدف‌گذاری بزرگی، تاکنون منجر به نتیجه نشده است. فارغ از نحوه محاسبه این سهم، در حال حاضر، مشکلاتی برای نظام برنامه‌ریزی بخش تعاون به واسطه تعیین این سهم به وقوع پیوسته است. تعیین این سهم آرمانی سبب شده در چه در اولین «سند توسعه بخش تعاون» در سال ۱۳۹۲ و چه در آخرین آن، مصوب ۱۴۰۱، اهدافی غیرواقع‌بینانه، تنها باهدف تحقق سهم ۲۵ درصدی طراحی شود. به‌عنوان

^۱ Worker Cooperative

^۲ International Organisation of Industrial and Service Cooperatives (CICOPA)

^۳ قریب ۳ میلیون تعاونی با بیش از ۱ میلیارد عضو، تنها ۱۲ میلیون اشتغال ایجاد کرده‌اند؛ البته تعاونی‌های کشاورزی چین در شمارش اشتغال محاسبه نشده است (برای مطالعه بیشتر ر.ک. به: Dave Grace and Associates, ۲۰۱۴, p. ۵).

نمونه، سهم اشتغال کشور از تعاونی بایستی به ۲۰ درصد برسد (تصویب‌نامه در خصوص تعیین سند توسعه بخش تعاون، ۱۳۹۲، بند «پ» و ۱۴۰۱، بند «الف»); این عدد به نوبه خود زیاد نیست، چراکه در پی تحقق سهم ۲۵ درصدی تعریف شده، اما این سهم برای اقتصاد تعاونی ایران بسیار بزرگ قلمداد می‌شود. در کل اروپا (اتحادیه اروپا بعلاوه روسیه و ترکیه)، بالاترین سهم اشتغال بخش تعاونی مربوط به ایتالیا با ۶.۶ درصد است (OECD, ۲۰۲۱)

مشکل بعدی آنکه نظام‌نامه آماری برای بخش تعاونی وجود ندارد که این اهداف اندازه‌گیری شود. در حال حاضر، سهم تعاونی‌ها از کل اقتصاد کشور مشخص نیست. آخرین پیمایش موثق یافت شده مربوط به سال ۱۳۸۹ است که از میزان ۴ درصدی این سهم خبر می‌دهد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱، ص. ۸۰). حتی اگر این سهم ۶ تا ۷ درصد هم لحاظ شود، آن‌طور که برخی مدیران و بازیگران این بخش مدعی شده‌اند (لاهوئی، ۱۳۴۰) و رشد سایر بخش‌ها صفر باشد، باز هم بخش تعاونی لازم دارد تا تقریباً ۵ برابر رشد کند تا به سهم مدنظر خود برسد؛ لذا نیاز به این رشد عظیم و سریع (سهم ۲۵ درصدی باید تا پایان برنامه پنجم توسعه، یعنی در طی ۵ سال محقق می‌شد)، سبب شده تمرکز اصلی بخش تعاونی، تحقق این میزان سهم باشد. هدفی که هنوز توسط هیچ کشوری محقق نشده است (نگاه کنید به جدول شماره «۲»). در نتیجه این نوع هدف‌گذاری، بخش تعاون با پدیده تشکیل و تأسیس تعاونی بیشتر و ظهور شبه تعاونی‌ها مواجه شده است. در واقع تعاونی‌هایی که به لحاظ صوری نام تعاونی را با خود به یدک می‌کشند ولی در واقع تعاونی نبوده و نوعی شرکت خصوصی محسوب می‌شوند (درباره تعداد فزاینده تعاونی‌های ثبتي، در بخش بعدی بیشتر توضیح داده خواهد شد).

جدول ۲: سهم تعاونی‌ها از تولید ناخالص داخلی سایر کشورها

رتبه	کشور	سهم تعاونی از GDP	تعداد تعاونی
۱	نیوزلند	۲۰	۶۳
۲	هلند	۱۸	۶۷۷
۳	فرانسه	۱۸	۱۷,۸۹۷
۴	فنلاند	۱۴	۲,۲۶۴
۵	لوکزامبورگ	زیر ۱۰ درصد	۵۶
۶	آلمان	زیر ۱۰ درصد	۷,۶۱۵
۷	ایرلند	زیر ۱۰ درصد	۵۷۵
۸	ایتالیا	زیر ۱۰ درصد	۳۹,۵۹۹
۹	دانمارک	زیر ۱۰ درصد	۵۲۳
۱۰	لهستان	زیر ۱۰ درصد	۹,۵۲۱

Source: Global Census on Cooperatives, Department of Economic and Social Affairs, United Nation's Secretariat, ۲۰۱۴.

یادداشت ۱: سازمان ملل در این گزارش تنها سهم اقتصاد تعاونی از GDP چهار کشور نخست را اعلام کرده و برای رتبه‌های ۵ تا ۱۰ عبارت «زیر ده درصد» را ذکر کرده است.

یادداشت ۲: بیشتر کشورهایی که اقتصاد تعاونی سهم بالایی از اقتصاد ملی آنها را در بر گرفته، تعداد تعاونی‌هایشان کمتر از ۱۰۰۰ مورد است.

۳. کمی‌گرایی و فقدان نگاه کیفی در نظام برنامه‌ریزی بخش تعاون

منطق و نگاه کمی‌گرا بر نظام برنامه‌ریزی بخش تعاون مسلط شده است، آن هم در شرایطی که نظام آماری دقیقی برای بخش وجود ندارد. این منطق به تبع گرانباری اهداف بخش شکل گرفته و با توجه به تعیین اهداف کمی، تلاش سیاست‌گذاران نیز به سمت برنامه‌ریزی کمی بخش تعاون حرکت کرده است. حال آنکه، حرکت درون‌زا و برنامه‌ریزی نشده، ذاتی بخش تعاونی است. اساساً تعاونی‌ها در جهان به شکلی خودجوش و بدون برنامه‌ریزی قبلی توسط گروه‌های اجتماعی فعال و عمدتاً در میان محرومین و گروه‌های آسیب‌پذیر شکل گرفته است (Walton, ۲۰۰۹). نیاز، منشأ شکل‌گیری تعاونی است و بزرگی و کوچکی آن نیز تابع فرهنگ تعاون و همکاری و میزان اعتماد میان‌فردی در سطح اجتماع است.

در راستای تحقق همین اهداف کمی، تلاش شده تا در نظام برنامه‌ریزی کشور تأسیس بیشتر تعاونی مدنظر قرار گیرد. در حال حاضر، طبق آخرین گزارش رسمی مرکز اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۹۶ هزار شرکت تعاونی فعال در کشور وجود دارد که ۶۹ هزار تعاونی در حال بهره‌برداری و ۲۷ هزار نیز در دست اجرا هستند (۱۳۹۹، ص. ۶۱).^۱ بر طبق این آمار و با توجه به گزارش سازمان ملل متحد و وجود حدود ۳ میلیون تعاونی در سال ۲۰۱۴، حدود ۳ درصد از تعاونی‌های فعال جهان در ایران قرار دارند و بر طبق گزارش سیکوپا ایران از نظر تعداد تعاونی در جهان رتبه هفتم بوده (بنگرید به جدول شماره «۳»); حال آنکه کشورهایی همچون نیوزلند با ۲۰ درصد از تولید ناخالص داخلی خود، ۶۵ تعاونی و هلند با ۶۷۷ تعاونی، بیشتر از جمعیت کشور خود عضو تعاونی دارد.^۲ در ایران اما برآورد اتاق تعاون نشان می‌دهد که ۱۶ میلیون از ۸۳ میلیون جمعیت کشور، حدوداً ۱۹ درصد کل جمعیت، عضو تعاونی‌اند (گزارش پایش تحقق اهداف سند توسعه بخش تعاون، ۱۴۰۱، ص. ۵۳).

اهمیت افزایش مشارکت در تعاونی تا حدی با ارزش‌های تعاون گره خورده است و تنها محدود به تعداد اعضای تعاونی نیست. در آلمان تا سال ۱۹۲۲، تصمیم‌گیری در تعاونی‌ها می‌بایست به شکل دموکراسی مستقیم باشد؛ یعنی همه اعضا در تصمیم‌گیری به شکل مستقیم مشارکت می‌کردند و تنها پس از تصویب قانون تعاون در این سال، تعاونی‌هایی با بیش از ۱۰ هزار عضو اجازه دموکراسی غیرمستقیم یا نمایندگی یافتند (Hans-H, ۲۰۱۳). در این دسته از کشورهای پیش‌گام در نهضت تعاونی (از ۱۸۴۴ تا به امروز)، عضوگیری و افزایش عضو، در کنار مشارکت بیشتر افراد در تصمیم‌گیری‌های تعاونی، یک هدف قلمداد می‌شود. در ایران اما نتایج برخی پیمایش‌ها در سال‌های ابتدایی ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، نشان از آن دارد که ۵۴ درصد تعاونی‌ها در یکی از استان‌های کشور، با رشد منفی یا صفر در تعداد اعضای خود مواجه هستند؛ ۸۸ درصد اعضا تعاونی اساساً در تصمیمات مشارکت ندارند؛ ۶۱ درصد تعاونی‌ها در سال ۱ تا ۳ جلسه مجمع عمومی دارند و ۱۸ درصد اصلاً جلسه‌ای برگزار

^۱ منظور از در دست اجرا، تعاونی است که عملکرد مالی دارد ولی به بهره‌برداری نرسیده است.

^۲ جمعیت ۱۹ میلیون نفری که عمدتاً اعضای ترکیبی و فعال در چند تعاونی مصرف هستند. جمعیت کل هلند در سال ۲۰۲۱ حدوداً ۱۷ میلیون نفر است.

نمی‌کنند (کوهی، ۱۳۸۶). درست است که به واسطه زمان نسبتاً قدیمی و محدودیت جغرافیایی این پیمایش نتایج آن قابل تعمیم نیست، اما اطلاعات مندرج در آن حکایت از ضعف جدی مشارکت مردمی در تعاونی دارد. مؤلفه‌ای که عمدتاً از نظر سیاست‌گذاران کشور پنهان مانده است؛ چراکه مستقیماً با اهداف کلان بخش همچون تحقق سهم ۲۵ درصدی سازگار نیست.

جدول ۳: رتبه کشورها بر اساس تعداد تعاونی

رتبه جهانی	کشور	تعداد تعاونی
۱	چین	۱,۰۰۸,۲۶۶
۲	هند	۶۱۰,۰۲۰
۳	نیجریه	۱۸۱,۲۷۹
۴	اندونزی	۱۵۰,۲۲۳
۵	بنگلادش	۱۲۶,۲۱۵
۶	ونزوئلا	۹۴,۱۴۱
۷	ایران	۷۴,۹۳۸
۸	روسیه	۶۷,۲۰۹
۹	اتیوپی	۴۳,۵۳۴
۱۰	میانمار	۴۰,۵۲۹

Source: Cooperatives & Employment: Second Global Report, ۲۰۱۷. CIPOCA.

یادداشت ۱: تنها ۱۵۶ کشور جهان در این گزارش لحاظ شده‌اند.

یادداشت ۲: گزارش تعداد تعاونی‌های ایران مربوط است به آمار منتشر شده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به سیکوپا در سال ۲۰۱۵.

یادداشت ۳: ایران در این گزارش رتبه نخست خاورمیانه را داراست. پس از ایران ترکیه با ۳۱ هزار و مصر با ۱۲ هزار تعاونی قرار دارد.

۴. فقدان جریان حامی برای بخش تعاون

تشکیل ائتلاف و جریانات حامی برای هر نوع سیاست‌گذاری یک ضرورت تلقی می‌شود. فقدان جریان حامی در نهایت منجر به شکست ایده، قبل ورود به دستور کار سیاست‌گذار، انحراف در سطح صورت‌بندی سیاست، مشکل در اجرا و یا سوگیری‌های سیاسی در امر ارزیابی سیاست‌ها خواهد شد. در واقع چنانچه جریان حامی وجود نداشته باشد، سیاست‌گذاری در مرحله پیش امر سیاستی باقی مانده و هیچگاه متولد نخواهد شد (Smith & Larimer, p.۴۷). در واقع، فقدان جریان حامی سبب شده تا مقولات مرتبط با بخش تعاون، هیچگاه وارد چرخه سیاست‌گذاری نشده و در دستور کار^۱ دولت قرار نگیرد.

^۱ Agenda Setting

بخش تعاون در ایران از فقدان جریان حامی سیاسی رنج می برد. تقریباً اکثر احزاب و گروه های سیاسی تعاونی را باور نکرده یا حداقل آن را در بنیان سیاست های اقتصادی و اجتماعی خود تعریف نکرده اند. این موضوع در برخی کشورها به گونه ای دیگر رخ داده است. در انگلستان، چهارمین حزب بزرگ کشور «حزب تعاون»^۱ نام دارد که از ۱۹۱۷ تأسیس شده و از سال ۱۹۲۷ به عنوان حزب خواهر حزب اصلی کارگر در انتخابات شرکت می کند. در حال حاضر این حزب در مجلس عوام ۲۶ و در مجلس اعیان ۱۶ کرسی دارد و بر حمایت از تعاونی ها در حوزه تقنینی و اجرا اثر می گذارد. این حزب از ۱۹۹۷ تا به حال کمتر از ۲۴ عضو در مجلس عوام انگلستان نداشته است و این نشان از قدرت بالای جریان حامی تعاون در این کشور دارد (About the Co-operative Party, ۲۰۲۲).

۵. کمبود آمار و اطلاعات

مشکل کمبود آمار و ارقام منسجم برای بخش تعاون، مسأله ای صرفاً مربوط به ایران نیست. به طور کلی، آمار منسجمی در سطح بین المللی و به تفکیک هر کشور، در رابطه با تعاونی ها وجود ندارد. عمده آمار منتشر شده مربوط است به گزارش سالیانه ۳۰۰ تعاونی برتر اتحاد بین المللی تعاونی^۲ که عموماً با همکاری مرکز تحقیقات اجتماعی یورایسز^۳ ایتالیا انجام می گیرد. به جز این گزارش های سالیانه، سازمان بین المللی تعاونی های صنعتی و خدماتی (سیکوپا)، جامعه تعاون اروپایی^۴ و سازمان ملل متحد نیز در سال های مختلف، به ترتیب، ۲۰۱۴ و ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به انتشار گزارش های مختلفی درباره سرشماری تعاونی ها در جهان مبادرت کرده اند. با این وجود، هنوز آمار و ارقام بخش تعاون در کشورهای مختلف در دسترس نیست و این مسأله نشئت گرفته از آن است که بخش تعاونی و شرکت تعاونی به مثابه سایر شرکت های بخش خصوصی در سرشماری ها مورد ارزیابی قرار می گیرند. از همین جهت است که حتی سازمان ملل متحد در سرشماری سال ۲۰۱۴ خود حتی سهم بخش تعاون از تولید ناخالص داخلی خیلی از کشورها را حدودی عنوان می کند (نگاه کنید به جدول شماره «۲»، برگرفته از گزارش مذکور).

با وجود جهان شمول بودن مسأله فقدان آمار و اطلاعات بخش تعاونی در جهان، نیاز به آمار دقیق این حوزه در ایران جدی تر از سایر کشورها است. در واقع، تا به حال کشوری توسط نگارنده این سطور یافت نشده است که تعاونی را یکی از سه رکن اقتصاد خود تعریف کرده باشد. به بیانی دیگر، درست است که در نظام نامه های آماری کشورها مختلف بخش تعاونی به درستی تفکیک نشده، اما علت این عدم تفکیک به نگاه نظام سیاست گذاری آن کشورها به بخش تعاون بازمی گردد. همچنان که کشوری را نمی توان یافت که در اسناد راهبردی خود، برای بخش تعاون کشورش سهمی معین کرده باشد. اما این مهم در ایران اتفاق افتاده است.

^۱ Cooperative Party

^۲ International Cooperative Alliance

^۳ Euricse

^۴ European Cooperative Society

از یک طرف تعاونی یکی از ارکان سه گانه اقتصاد کشور است و از طرف دیگر، سهمی آرمانی برای آن در اسناد بالادستی در نظر گرفته شده است؛ لذا، چنانچه اراده جدی برای برنامه ریزی جهت تحقق سهم ۲۵ درصدی وجود دارد، ابتدای امر باید سیاست گذاران و برنامه ریزان بدانند که سهم فعلی چقدر است و نرخ رشد این سهم در این سالها چقدر بوده و هست. بحران اعداد و ارقام بخش تعاون تا جایی جدی تر شده که حتی تعداد دقیق تعاونی های فعال کشور هنوز مشخص نیست و اعداد متفاوتی عنوان می شود. ؟

۶. مفقود شدن اهداف فرهنگی و اجتماعی در فعالیت تعاونی ها

اهداف اجتماعی فعالیت تعاونی جزء ذاتی تعاونی است. رفع نیاز و نه افزایش آن، توزیع عادلانه ثروت، افزایش همکاری، آموزش و فعالیت فرهنگی، همگی جزو ارزش های متداول در تعاونی ها هستند. به طور کلی، اصول هفت گانه تعاون در ایران آن طور که باید و شاید جدی گرفته نشده است. در قانون ۱۳۷۰ حتی تعاونی تعریف نشده و در قانون اساسی، همان طور که پیش تر اشاره شد، تعاونی صرفاً موجودیتی اقتصادی دیده شده است. در حالی که در تعریف اتحادیه بین المللی تعاون، تعاونی انجمنی از افراد است که برای رفع نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به دور هم جمع می شوند. در واقع معیارهای بین المللی تعاونی را به یک مؤلفه محدود نکرده اند.

همان طور که گفته شد، رد برخی اصول تعاونی در نظام سیاست گذاری بخش دیده نمی شود. اصل خود آئینی تعاونی ها عموماً با تصویب اساسنامه های تیپ (پیش فرض) و عرضه آن ها، فضای عمل تعاونی ها را محدود می کند. تبلور سهم آموزش تعاونی ها نیز که اصل پنجم محسوب می شود، از قانون ۱۳۷۰ حذف گردید (قانون اصلاح موادی از قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۳/۰۲/۱۷ مجلس شورای اسلامی، ماده «۲») در واقع، آموزش به جامعه و اعضا، جزو مؤلفه های ذاتی و هویتی تعاونی است که پیش تر در قالب پرداخت سهم ۴ درصدی از سود خالص تعاونی به دولت انجام می گرفت. اینکه تعاونی باید از سود خالص خود جهت توسعه آموزش مبلغی را به دولت می داد، خود محل اشکال است؛ چراکه تعاونی بایستی این سهم را خود در مسیر آموزش هزینه کند نه این که متولی به نام دولت بخواهد این وظیفه را برعهده گیرد و این مقدار باید از مازاد تعاونی باشد نه سود. باین وجود حذف کامل آن نشان از عدم توجه به یکی از مهم ترین اصول تعاونی است. در سایر کشورها همچون هند، این سهم ۱ درصد نسبت به مازاد تعاونی تعیین شده و خود مجموعه تعاونی بایستی این میزان از مازادش را صرف آموزش اعضا و جامعه محلی خود کند از طریق اتحادیه های بالادستی کند (Veerakumaran, ۲۰۱۳, p. ۴۵۶).

همچنین تعاون میان تعاونی ها به عنوان اصل ششم تعاونی ها، به گونه ای از بالا به پایین در حال ترویج است. برنامه ریزان کشور، سهم ۸۰ درصدی برای عضویت تعاونی ها در اتاق های تعاون و اتحادیه های نظارت در سند توسعه بخش تعاون در نظر گرفته اند (بنگرید به سند توسعه بخش تعاون، ۱۳۹۲، بند «پ» و «الف»، ۱۴۰۱، بند «الف»). موضوعی که در حال حاضر حتی قابل سنجش هم نیست، هر چند

با حدس و گمان می توان ادعا کرد که با تحقق این هدف فاصله بسیار زیادی وجود دارد (اتاق تعاون، ۱۴۰۱، ص. ۵۳).^۱ چنانچه تعاونی اصیل^۲ باشد، تعاون میان تعاونی ها را معیار فعالیت خود قلمداد می کند. در واقع، چنانچه تمرکز سیاست گذاران به سمت تشکیل تعاونی های اصیل و واقعی باشد، مسائل اجتماعی و فرهنگی بخش تعاون نیز به تبع آن قابل حل خواهد بود. بدیهی است در این شرایط، تلاش در جهت سوق دادن اجباری تعاونی هایی که تنها صورت و نام تعاونی را با خود به همراه دارند به سمت همکاری بیشتر با تعاونی ها، بی ثمر خواهد بود؛ چراکه ذاتاً، شرکت خصوصی در پوشش تعاونی نمی تواند و نمی خواهد تعاون میان تعاونی ها را بسط دهد.

مرور سیستماتیک پژوهش های پیشین آسیب شناسی تعاون در ایران

مرور نظام مند یا سیستماتیک، بررسی ادبیات تحقیق یک حوزه با بهره گیری از روش ها کمی و کیفی مشخص و نظام مند تعریف می شود (Gough, Oliver, & Thomas, ۲۰۱۲, p. ۵). این فرآیند ۶ مرحله دارد: ۱. تعریف مسأله: چه سؤالی در نهایت پاسخ داده می شود؟ ۲. تعیین راهبرد جست و جو: چه معیارها و متغیرهایی مبنای جست و جوی هستند؟ ۳. توصیف خصیصه ها: کدگذاری مقولات برای رسیدن به چارچوب مفهومی ۴. ارزیابی کیفیت و ارتباط معیارها و یافته ها ۵. تولید سنتز: قضاوت کدها با بهره گیری از روش ها ۶. بازبینی: تفسیر داده ها و بررسی نتایج با توجه به نظر ذی نفعان (Gough, Oliver, & Thomas, ۲۰۱۲, p. ۸).

^۱ اتاق تعاون در گزارش پایش بخش تعاون خود بر اساس نظر نخبگان بخش، میزان مشارکت تعاونی ها در اتاق های تعاون عدد ۴ از ۱۰۰ را گرفته است (۱۴۰۱، ص. ۵۳). هرچند این عدد قابل اعتنا نیست و مبنای قابل قبولی ندارد؛ اما آمار قابل اعتماد دیگری در این زمینه توسط نگارنده یافت نشده است.

^۲ تعاونی اصیل یا *bona fide* Cooperative تعاونی هایی هستند که به اصول و ارزش های تعاون وفادارند. این نوع تعاونی ها توسط FCA: Financial Conduct Authority در انگلستان شناسایی و از دیگر انواع جوامع همچون جوامع ساخت و ساز Building Societies، جوامع دوستی Friendly Societies و غیره متمایز می گردد (برای مطالعه بیشتر در این رابطه ر.ک. به: Cooperatives UK, ۲۰۲۲).

جدول ۴: فهرست آثار بررسی شده مربوط به آسیب شناسی تعاونی ها

شماره	عنوان	محقق	نوع اثر	کارفرما	سال انتشار
(۱)	آسیب شناسی تعاونی های توسعه روستایی در استان گلستان	افروز امدادی	پایان نامه کارشناسی ارشد - مقاله علمی - پژوهشی	دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی گرگان / فصلنامه تعاون و کشاورزی	۱۳۹۶-۱۳۹۷
(۲)	بررسی آسیب شناسی توسعه تعاونی ها در سطح استان آذربایجان شرقی	کمال کوهی	طرح استانی / مقاله علمی - پژوهشی	اداره کل تعاون استان آذربایجان شرقی / فصلنامه تعاون و کشاورزی	۱۳۸۵-۱۳۸۶
(۳)	شناسی سیاست گذاری دولت در بخش تعاون ایران آسیب پس از انقلاب اسلامی	رحمت الله عطری برزنجی، ملک تاج خسروی، محمد رحیم عیوضی، علیرضا سلطانی.	کشوری / مقاله علمی پژوهشی		۱۳۹۶
(۴)	شناسی تعاونی های اعتبار و ارائه الگوی مطلوب آسیب	سیدعباس موسویان، سیدمحسن فاضلیان، مهدی علی حسینی	کشوری / مقاله علمی پژوهشی		۱۳۹۵
(۵)	مطالعه موانع توسعه تعاونی های مرزنشین، کشاورزی، مسکن و مصرف، آموزش و پرورش و اعتبار به تکای تحلیل مضمون	کریم مهری، سعید صفری، الیاس امینی	مقاله علمی-پژوهشی	دانشگاه خوارزمی	۱۳۹۵
(۶)	بررسی چالش ها و راهکارهای فراروی کارآمدی اتحادیه های تعاونی های استان تهران	لیلی فریدونی	طرح پژوهشی	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	۱۳۹۹
(۷)	علل محقق نشدن اهداف برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در توسعه تعاونی ها	سعید صفری	مقاله علمی-پژوهشی	دانشگاه تربیت مدرس	۱۳۹۷

فرآیند شش مرحله فوق در این مقاله به این شکل دنبال می شود: سؤال این است که چه مؤلفه هایی مانع توسعه فعالیت تعاونی ها در کشور شده است؟ در این راستا، پژوهش هایی که با عنوان آسیب شناسی تعاونی ها در کشور انجام شده، مبنای جستجو قرار گرفتند. پس از جست و جو و جمع آوری ۴۹ پژوهش، بر مبنای سه شاخص پراکندگی جغرافیایی، پوشش تنوع فعالیت تعاونی ها و ارتباط اثر با حوزه سیاست گذاری بخش تعاون، ۷ پژوهش نهایی انتخاب (ر.ک. به جدول شماره ۴) و مورد ارزیابی گروه کانونی پژوهشگران حوزه تعاون قرار گرفتند. سپس فرآیند کدگذاری و مقوله بندی آثار آغاز و نتایج با اعضا گروه کانونی و پژوهشگرانی که انجام دهنده پژوهش های مذکور بودند مورد بازبینی قرار گرفت. همچنین با مجموعه از ذی نفعان، شامل مدیران حاکمیتی بخش تعاون و مدیران تعاونی ها موفق درباره این آسیب ها جلساتی در گروه کانونی برگزار و نتایج به شرح جدول شماره ۵ به دست آمده است.

جدول ۵: موانع توسعه فعالیت تعاونی‌ها در ایران

شماره منبع	مصادق‌ها	موانع	زمینه
(۵)	نبود تضمین خرید محصولات	شرایط عمومی اقتصاد (م. ۱)	اقتصادی
(۵)	نوسان قیمت نهاده		
(۵)	نبود ثبات اقتصادی		
(۵)	بی ثباتی بازار (تورم و رکود)		
(۵)	نوسان قیمت محصولات تولیدی		
(۵)	وابستگی اقتصاد دولتی به نفت		
(۵)	ساختار اقتصاد غیررقابتی		
(۲)	عدم همکاری بانک‌ها و بالابردن بهره وام	تامین مالی (م. ۲)	
(۱)	عدم توانایی در تأمین وثیقه مناسب برای اخذ وام		
(۲)	ضعف بنیه مالی		
(۲)	مشکل تأمین سرمایه اولیه		
(۲)	مشکل اخذ تسهیلات		
(۴)	سپرده‌پذیری پایین در تعاونی‌های اعتبار		
(۱)	پائین بودن سرمایه اعضا		
(۴)	عدم تمکن مالی اعضا		
(۴)	عدم تمایز بین نرخ سپرده‌های تعاونی‌های اعتبار و بانک‌ها		
(۴)	عدم تنوع در اعطای تسهیلات		
(۴)	عدم برتری نرخ‌های تعاونی‌های اعتبار نسبت به بانک‌ها در عقود مبادله‌ای و مشارکتی		
(۱)	عدم حمایت مالی بانک‌ها و اتحادیه‌ها		
(۲)	عدم تناسب هزینه‌ها و کارایی پائین تعاونی‌ها		
(۵)	نرخ بهره بانکی بالا		
(۵)	شروع زود هنگام اقساط وام		
(۵)	کارشکنی کارمندان بانک		
(۵)	عدم تخصیص به‌موقع و کافی اعتبارات		
(۵)	کمبود تجهیزات و منابع		

شماره منبع	مصادرها	موانع	زمینه
(۶)	عدم دسترسی به سرمایه		
(۵)	عدم توانایی بازپرداخت وام در سال های اولیه		
(۵)	ضعف مالی در جذب نیروی کارآمد		
(۱)	فقدان امکانات فیزیکی اولیه برای تشکیل تعاونی		
(۲)	۵۰ درصد تعاونی ها در ملک استیجاری فعالیت می کنند		
(۵) و (۲)	نیود نقدینگی و سرمایه کافی		
(۵)	ناآشنایی نسبت به بازار	ضعف در رقابت با بخش خصوصی (م. ۳)	
(۱)	مشکل دسترسی به بازار		
(۲)	عدم سوددهی تعاونی ها		
(۵)	سیستم بازاریابی نامناسب تولیدی		
(۲)	در ۳۷.۷ درصد از تعاونی ها، هزینه ها بیشتر از درآمد است. به تعبیری قریب به دو پنجم تعاونی ها زیان ده بودند		
(۵)	کمبود زیرساخت های توسعه ای منطقه	وابستگی به دولت (م. ۴)	
(۱)	فقدان تخفیف برای بیمه تامین اجتماعی اعضا		
(۲)	آسیب پذیری تعاونی ها در مناطق کمتر برخوردار به سبب ضعف در زیرساخت ها بیشتر از سایر مناطق است		
(۲)	عدم حمایت از منابع رسمی		
(۵)	عدم حمایت کامل بیمه ای		
(۵)	عدم ارتباط نظام مند بین تعاونی و بخش دولتی		
(۴)	عدم حمایت وزارت تعاون از تعاونی های اعتبار		
(۲)	عدم همکاری دولت		
(۵)	تسلط دولت بر اقتصاد		
(۱)	۶۱ درصد تعاونی های تنها ۱ تا ۳ جلسه مجمع عمومی در سال برگزار می کنند و ۱۷ درصد این تعاونی ها اصلاً جلسه ای در طول سال برگزار نمی کنند	عدم مشارکت اعضا در اداره تعاونی (م. ۵)	مدیریتی
(۲)	تعاونی ها در بیش از ۸۸ درصد تصمیمات تخصصی خود، اعضای عادی را دخیل نمی کنند		
(۱)	۶۵ درصد از تعاونی های رأی گیری خود را به صورت شفاهی برگزار می کنند		
(۱)	۹۵ درصد تعاونی های توسعه روستایی استان گلستان عضو اتحادیه ها نیستند	عدم شبکه سازی/تعاون میان تعاونی ها (م. ۶)	
(۲)	۵۱ درصد تعاونی ها عضو هیچ اتحادیه ای نیستند. همچنین ۶۰ درصد از آنان عضو اتاق هم نشده اند.		

شماره منبع	مصادرها	موانع	زمینه
(۲)	ضعف تعاونی‌ها در ارتباط با سایر تعاونی‌ها و سازمان‌های دیگر		
(۲)	در ۵۴ درصد از تعاونی‌ها، هماهنگی میان مدیرعامل و هیئت مدیره مشاهده نشده و اختلاف نظر دارند	افزایش رقابت به جای همکاری (م. ۷)	
(۲)	۵۶ درصد از تعاونی‌های پس از تأسیس با رشد صفر یا منفی در پذیرش عضو جدید مواجه‌اند		
(۲) و (۵)	اختلاف میان مدیران و اعضا		
(۱)	ناکافی بودن تخصص و مهارت اعضا	ضعف نیروی انسانی و آگاهی (م. ۸)	اجتماعی - فرهنگی
(۵)	عدم استفاده از کادر متخصص و با تجربه		
(۲)	عدم آشنایی با شیوه‌های جدید تولید		
(۲)	۳۴ درصد از مدیرعامل‌ها تجربه کار اجرایی قبلی نداشتند		
(۵)	به‌روزی نبودن آموزش		
(۲) و (۵) و (۶)	ضعف آموزش اعضا اتحادیه‌ها		
(۶)	آگاهی محدود اعضا از اصول و فلسفه شکل‌گیری اتحادیه‌های تولید		
(۵)	عدم اطلاع از وجود تعاونی‌ها		
(۵)	نبود تعاون میان تعاونی‌ها		
(۵)	بی‌میلی به کارگروهی		
(۶)	گرایش اتحادیه‌ها به ارائه خدمات و دور شدن از تولید و خلاقیت		
(۱)	عدم استفاده از فناوری‌های جدید در تعاونی		
(۶)	کاهش حس مشارکت‌پذیری اعضا و بی‌تفاوت شدن آنها به مسائل اتحادیه		
(۱)	تقریباً ۸۴٪ اعضای هیئت‌مدیره تعاونی‌های، مرد هستند		
(۵)	نبود متولی جمع‌آوری اطلاعات	کژکارکرد نهادهای متولی بخش (م. ۹)	
(۵)	نبود بانک اطلاعاتی جامع در بخش تعاونی		
(۵)	عدم نظارت دقیق سازمان‌های متولی		
(۵)	محدود شدن حوزه فعالیت تعاونی‌ها به وسیله نهادهای مسئول		
(۴)	ناظرین متعدد		
(۵)	رها شدن شرکت‌های تعاونی بعد از تأسیس		
(۵)	عدم تعهد به مسئولیت		
(۵)	ابهام در وظایف نقشی		

شماره منبع	مصادرها	موانع	زمینه
(۶)	بی‌اعتمادی به ارکان اتحادیه‌ها		
(۶)	رویکرد کمی‌گری مجلس و دولت در بخش تعاون که سبب رشد بی‌رویه تعداد تعاونی‌ها شده		
(۶)	گرایش تعاونی‌ها به دولت تا به اتحادیه‌ها		
(۵)	تأخیر در صدور مجوز	ناکارآمدی قوانین و مقررات موجود (م. ۱۰)	
(۵)	تفسیر به رأی قوانین موجود		
(۵)	نبود ثبات در قوانین		
(۵)	عدم شفافیت قوانین		
(۵)	به‌روز نبودن قوانین		
(۵)	ضعف در آموزش قوانین به تعاونگران		
(۵)	عدم اطلاع از قوانین و مقررات جدید بخش		
(۲)	طولانی بودن فرآیند تأسیس		
(۲) و (۴)	فقدان نظارت کافی		
(۴)	قوانین محدودکننده		
(۵)	عدم تعهد به قراردادهای منعقدشده		

جهت ارائه راهکارهایی برای موانع و مشکلات فوق، نگارنده تلاش داشته تا ده مانع اصلی ذکر شده در دسته‌بندی فوق را مبنای یافت پاسخ یا رویه برتر در میان تجربیات بین‌المللی قرار دهد. از میان موانع مذکور، «شرایط عمومی اقتصاد» متغیر اثرگذار کلانی است که پیشنهادهاى تقنینی درون بخشی تعاون نمی‌تواند حل‌کننده مسأله باشد. همچنین مانع «ناکارآمدی قوانین و مقررات موجود» موضوع گزارش حاضر و خروجی این گزارش شاید بتواند کمی در بهبود این شرایط مثمرتر واقع گردد. از طرفی «عدم مشارکت کامل اعضا در تعاونی/مسأله سواری مجانی در تعاونی» و «افزایش رقابت در تعاونی‌ها به‌جای همکاری» مسأله‌ای جهان‌شمول در بخش تعاون است که ذاتی تعاونی‌ها بوده و ارائه پاسخ برای حل این دسته از مشکلات کاری فراتر از گزارش حاضر است و نگارنده حل این مسائل را در گرو انجام پژوهش‌های بنیادی می‌پندارد. در نهایت این‌که برخی موانع همچون مسأله «ناتوانی تعاونی‌ها در تأمین مالی خود» بر سایر موانع همچون «وابستگی آن‌ها به دولت» اثرگذار بوده است.

جمع‌بندی و ارائه راهکارها

در بخش سوم گزارش تلاش خواهد شد تا با بررسی راه‌حل‌های اتخاذ شده برای مشکلات بخش تعاون در سایر کشورها، برخی پیشنهادهای سیاستی و تقنینی متناسب با نیازهای فعلی کشور ارائه شود. لازم به ذکر است که رفع برخی موانع بخش تعاون نیاز به بازنگری قانونی درون بخشی نداشته و قوانین و مقررات موجود نیز می‌توانند راهگشای بخش باشند. این موانع و راهکارهای مرتبط با آن‌ها عبارت‌اند از:

۱. مسأله تعریف تعاونی: اصلاح تعریف تعاونی نیاز اولیه بخش تعاون است. چه شرکت تعاونی و چه انواع تعاونی بهتر است طبق معیارهای مرسوم بین‌المللی اصلاح شوند. توضیحات مربوط به ضرورت بازنگری در تعریف تعاونی در قسمت آشفتگی مفاهیم در بخش تعاونی به شکلی مبسوط توضیح داده شده است. در این بخش، تنها پیشنهاد تقنینی نگارنده ارائه می‌شود؛ لذا پیشنهاد می‌شود تا در درجه نخست تعریف شرکت تعاونی بدین شکل در متن قانون اضافه گردد: «شرکت تعاونی، شخصیت حقوقی غیردولتی است، متشکل از اشخاص حقیقی و یا حقوقی که به منظور تأمین نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضا، از طریق مدیریت مردم‌سالارانه و مالکیت مشترک به ثبت می‌رسد». این تعریف مطابق با تعریف اتحاد بین‌المللی تعاونی‌ها است که پیش‌تر در بخش نخست گزارش نیز بدان اشاره شد. در این تعریف، تعاونی دیگر یک موجودیت صرفاً اقتصادی نیست و وجوه فرهنگی و اجتماعی آن نیز پررنگ خواهد شد. تجربه این تغییر پیش‌تر در قانون تعاون کشور آلمان نیز مشاهده شده است. این کشور نیز مطابق تعریف اتحاد بین‌المللی تعاونی‌ها، تعریف خود از تعاونی را تغییر داده است (Hans-H, ۲۰۱۳, p. ۴۱۷). بنابراین، انواع شرکت تعاونی، یعنی فصل پنجم قانون بخش تعاون است (مواد ۲۶ و ۲۷) که به تعریف تعاونی تولید و توزیع می‌پردازد بهتر است به این شکل اصلاح شود:

- ماده ۲۶: «تعاونی "تولید"، شرکت تعاونی است که اعضا در آن به تولید کالا و خدمات می‌پردازد. اعضای حقیقی تعاونی بایستی در آن شاغل و در امر تولید مشارکت داشته باشند. اشتغال غیرعضو در شرکت تعاونی تولیدی مجاز است».
- ماده ۲۷: «تعاونی‌های توزیع شامل شرکت‌های تعاونی است که به تأمین کالا و خدمات برای اعضا در زمینه مسکن، مصرف (تأمین نیاز مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان)، اعتبار و بیمه فعالیت می‌کند».

لازم به ذکر است که تعاونی کار در این دو گونه تعریف، ذیل تعریف تعاونی تولید معنا پیدا می‌کند؛ لذا پیشنهاد می‌شود، این نوع تعاونی که در قانون شرکت‌های تعاونی ۱۳۵۰ (مواد ۹۰ و ۹۱) آمده، در اصلاحیه ذیل تعاونی تولید تعریف شود؛ چراکه تنها در نحوه اشتغال اعضا با یکدیگر تفاوت دارند و از این حیث، دسته‌بندی تعاونی‌ها به دو گونه تولید و توزیع که در اصل ۴۴ قانون اساسی آمده، دچار مشکل نخواهد شد. تعریف پیشنهادی نگارنده برای تعاونی‌های کار این چنین است: «تعاونی تولیدی که با

عضویت افرادی که نیروی کار خود را در اختیار شرکت می‌گذارند تشکیل می‌شود، تعاونی "تولید کار - پایه" نامیده می‌شود. در این اصلاح، قانون‌گذار می‌تواند سقفی برای اشغال غیرعضو در تعاونی کار در نظر آورد که این مهم باید دلایل منطقی و سنجیده‌ای داشته باشد. در لایحه اصلاح قانون تعاون، قوه مجریه سقف یک‌سوم کل اعضا را برای این نوع تعاونی پیشنهاد کرده بود. تعاونی پیشنهادی دولت در لایحه، «تعاونی تولیدی و خدماتی کار» نامیده شده است (بنگرید به ماده «۲۰» لایحه اصلاح قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۵).

۲. رقابت‌پذیر نبودن تعاونی‌ها: مسأله ناتوانی تعاونی‌ها در امر رقابت در محیط بازار با شرکت‌های تجاری دیگر موضوعی مناقشه‌برانگیز است. ممکن است عده‌ای ادعا کنند که تعاونی‌ها در زمینه رقابت اقتصادی موفق عمل کرده‌اند. احتمالاً استناد آنان به گردش مالی ۳۰۰ تعاونی اول جهان خواهد بود که بالغ بر دو هزار میلیارد دلار در سال است (ICA, ۲۰۲۱). اما شاید مخالفین این ایده معتقد باشند که اساساً تعاونی برای رقابت بیشتر نیست و هدف اصلی آن رفع نیاز است؛ لذا مسأله ناتوانی تعاونی‌ها در رقابت با سایر شرکت‌های تجاری امری بدیهی است. اساساً مدل تعاونی‌های شولتز دلیچی در آلمان نیز در پاسخ به این نیاز شکل گرفته‌اند. روی هم رفته، تلاش‌هایی به جز مدل شولتز جهت افزایش رقابت بخش تعاون با سایر شرکت‌های صورت پذیرفته که به برخی از آنها اشاره خواهد شد:

- کاهش تعداد عضو: تعداد اعضای تعاونی نیز در قانون شرکت‌های تعاونی سال ۱۳۵۰ برای نخستین بار تعیین شد. تبصره ماده ۲ این قانون، بعد از آن که خود تعاونی در آن ماده تعریف شد، به تعداد اعضای لازم جهت تأسیس تعاونی اشاره می‌کند. ۷ نفر تعداد اعضایی است که در این قانون آمده و در سال ۱۳۷۰ نیز ادامه یافته است. بررسی‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که شرط ۷ نفر عضو برای تأسیس تعاونی در بیشتر کشورهای جهان، دیگر وجود ندارد. اساساً منشأ آن نیز نامشخص است و احتمالاً به ۷ اصل تعاونی بازمی‌گردد. با این وجود، در حال حاضر در آلمان، این عدد به ۳ نفر تقلیل یافته است (Hans-H, ۲۰۱۳, p. ۴۱۹). در هند، برای تشکیل تعاونی، افراد طبق قانون تجارت این کشور عمل می‌کنند ولی برای تأسیس تعاونی‌های چندایالتی، حداقل عضو مؤسس باید ۵۰ نفر باشد (Veerakumaran, ۲۰۱۳, p. ۴۵۴). در کشورهای پر جمعیت دیگر همچون چین و ژاپن نیز، در رابطه با تعاونی‌های کشاورزی، حداقل اعضای لازم برای تأسیس تعاونی، به ترتیب ۲۰ و ۱۵ نفر است. (Fici, ۲۰۱۳). در واقع هر کشور بنابر مؤلفه‌های جمعیت‌شناختی خود و نیازهای اقتصادی‌اش، این عدد را تغییر می‌دهد. در بیشتر کشورهای اروپایی، آمریکای شمالی و اقیانوسیه که اقتصاد بازار تسلط کامل دارد، تعداد اعضای لازم برای تشکیل تعاونی عموماً ۳ نفر است (Czachorska-Jones, Finkelstein, & Samsami, ۲۰۱۳, p. ۷۶۷). به باور قانونگذاران این کشورها، پایین بودن تعداد عضو لازم برای تشکیل تعاونی، امکان راه‌اندازی و فعالیت تجاری تعاونی را تسهیل کرده و بر کمیت شکل‌گیری و خلاق-محور بودن آنان می‌افزاید. محدودیت ۷ عضو مؤسس در شرکت تعاونی (ماده ۶ قانون بخش تعاونی ۱۳۷۰) سبب

شده تا تشکیل تعاونی های تولیدی کوچک مقیاس با دشواری همراه باشد. این مهم با اصلاح این ماده و کاهش تعداد اعضای مؤسس می تواند سبب تسهیل در تشکیل تعاونی تولیدی شود مشروط به آنکه حداقل عضو همچنان در قالب آئین نامه های قوه مجریه برای سایر تعاونی های مصرف و کار، در مقیاس بالا تعیین گردد.

- رشد تعاونی های نسل جدید^۱ (NGCs): تعاونی های نسل جدید گونه ای از تعاونی ها هستند که در پاسخ به مشکل جذب سرمایه و ناتوانی در رقابت با شرکت های تجاری، عموماً در کشورهای آنگلوساکسون رشد کردند. این گونه تعاونی ها با ابداعاتی همچون حق ارسال^۲ و سهامداری ممتاز توانسته اند بخش بزرگی از بازار کشورهای هم چون نیوزلند را به خود اختصاص دهند. حق ارسال دلالت بر نوعی سهم شرکتی عضو در تعاونی تولیدی دارد که در آن عضو در پی تقدیم کالا به تعاونی، سود خود را در پس عرضه نهایی محصول کسب کرده و در مرحله اول، تنها پیش پرداختی از سوی تعاونی دریافت می کند (نجفی، ۱۳۹۳).
- این نوع سرمایه گذاری سبب جذب سرمایه های خرد کشاورزان و دامداران در نیوزلند شده و سهم بزرگی از اقتصاد این کشور را دربر گرفته است (ر.ک. به جدول شماره ۲). تعاونی های نسل جدید، نیازمند قانون گذاری نیستند. در حال حاضر و با ظرفیت قانون فعلی کشور نیز این گونه تعاونی ها می توانند فعالیت کنند. در واقع رشد تعاونی های نسل جدید به ابتکار عمل، خلاقیت و البته آموزش تعاون گران بستگی دارد و توسعه این قالب از تعاونی نیازمند تعریف در قانون نیست.
- ارتباط با اکوسیستم نوآوری: ارتباط بخش تعاون با اکوسیستم نوآوری و رشد مرکز توسعه و تحقیق در تعاونی های اصیلی چون موندراگون^۳، بسیار شناخته شده است. در موندراگون، ۶ هزار دانشجو در دانشگاه این تعاونی مشغول تحصیل هستند. ۱۴ مرکز توسعه و تحقیقات وجود دارد که ۲۳۰۰ پژوهشگر به شکل مستقیم و غیرمستقیم در آن فعالیت دارند (Mondragon Official Website, ۲۰۲۲). در ایران، در حال حاضر، حدود ۱۹ مرکز نوآوری بخش تعاونی توسط بانک توسعه و تعاون و صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون در کشور فعال است (مرکز نوآوری و توسعه تعاون ایران، ۱۴۰۱) که میزان اثربخشی آن در حال حاضر مشخص نیست؛ اما در صورت مثبت بودن نهادهای ارزیابی کننده از عملکرد این گونه مؤسسات در بخش

^۱ New Generation Cooperatives

^۲ Delivery Right

^۳ تعاونی موندراگون، تعاونی کارگری است که در سال ۱۹۵۴ تأسیس شد. این تعاونی با بیش از ۷۰ هزار نیروی کار، بزرگترین تعاونی کارگری (تعاونی کار طبق قانون ۱۳۵۰ شرکت های تعاونی) محسوب می شود که در ۱۵۰ کشور جهان کسب و کار خود را گسترش داده است. در این تعاونی، تمامی شاغلین در آن سهامدار و عضو تعاونی هستند. البته مسأله عضویت در تعاونی موندراگون به شکلی درآمده که در حال حاضر شاغلین غیرعضو و عضو ناظر نیز در شرکت مشغول به کار هستند. از این جهت، موندراگون موفق ترین تعاونی در میان عادلانه ترین نوع تعاونی تولید، یعنی تعاونی های کار، محسوب می شود. این در حالی است که به لحاظ گردش مالی، در سال ۲۰۲۲ رتبه ۳۷ام را در بین تعاونی های برتر جهان کسب کرده است (سال ۲۰۲۲، گردش مالی این شرکت ۱۰۶۰۷ میلیون دلار - تقریباً ۱۰ میلیارد دلار - بوده است) اما به واسطه کمرنگ تر بودن عنصر سودجویی در این تعاونی، شهرت و اعتبار آن زبازد بخش تعاون در جهان است (بنگرید به: Mondragon Corporation, ۲۰۲۳) همچنین این تعاونی از حیث گردش مالی سالانه، برترین تعاونی صنعتی جهان محسوب می شود (Exploring the Cooperative Economy: ۲۰۲۲ Report, ۲۰۲۳).

تعاون، تعداد این مراکز می‌تواند افزایش یابد. همچنین حمایت از تعاونی‌های دانش‌بنیان می‌تواند زمینه‌های لازم برای پیوند بخش تعاون با اکوسیستم نوآوری را فراهم آورد.

- ۳. فقدان شبکه‌سازی: مسأله تعاون میان تعاونی‌ها و شبکه‌ای شدن فعالیت تعاونی‌ها نیز مقوله‌ای نیست که از طریق تغییر صرفاً وضع قوانین قابل حل باشد. این موضوع در درجه نخست به میزان پایداری تعاونی‌ها به ارزش‌های این نهضت بازمی‌گردد. اساساً شبکه‌ای شدن تعاونی‌ها موضوعی خودجوش است و عضویت تعاون‌گر در تعاونی و یا تعاونی در گروه‌های تعاونی و فدراسیون‌ها، امری داوطلبانه است. با این وجود، برخی سیاست‌ها و قوانین سبب شده در سایر کشورها به رشد تعاونی‌های سطح عالی^۱ یا سطح دوم^۲ کمک کرده است. از جمله این موارد می‌توان به قانون آلمان و الزام تعاونی‌ها به عضویت در فدراسیون حسابرسی کرد. تقریباً نظارت مالی بر تعاونی‌ها از این طریق انجام می‌گیرد (Hans-H, ۲۰۱۳). در حالی که اتحادیه‌های نظارت (موضوع ماده ۶۱ قانون شرکت‌های تعاونی ۱۳۵۰)، از این حمایت قانونی برخوردار نیستند. البته در بیشتر کشورها، الزام حضور تعاونی در فدراسیون‌ها بالادستی، نمی‌تواند شکل قانونی به خود بگیرد. در واقع، بهتر است، برخورداری تعاونی از تسهیلات و مشوق‌های دولتی منوط به عضویت آنان در نهادهای بالادستی بخش گردد. در غیر این صورت، حل مسأله پراکندگی فعالیت تعاونی‌ها، راه‌حل قانونی ندارد. در این راستا، نوع فعالیت اتاق تعاون و هدایت‌گری وزارت تعاون در بخش، می‌تواند نقش مؤثری ایفا نماید.

۴. ضعف نیروی انسانی: مشکل فقدان آگاهی در میان اعضای تعاونی سبب دو بحران شده است: نخست ایجاد رقابت در میان اعضا که با ذات تعاونی در تضام است و دوم ناتوانی برای اداره مجموعه تعاونی. اساساً اداره تعاونی با سایر شرکت‌ها متفاوت است. به طور مثال در تعاونی کاری که عضو، شاغل نیز هست، رفتار مدیرعامل نمی‌تواند به مانند یک شرکت تجاری عادی باشد. توییح و جریمه و یا تشویق و ترغیب در تعاونی کار با سایر اشکال شرکت تجاری متفاوت است. تعاونی مصرف و یک فروشگاه زنجیره‌ای نیز تفاوت‌های بنیادین مهمی با یکدیگر دارند. لذا اداره تعاونی نیازمند نیروهای ماهر و متخصصی است که تعاونی را به خوبی بشناسند و در کنار آن با محیط بازار و مفاهیم اقتصادی و حقوقی نیز آشنایی کامل داشته باشند. یافتن چنین اشخاص متخصصی در تعاونی دشوار است. برای حل این مشکل تلاش‌هایی در آلمان و هند صورت گرفته است که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد:

- برای تمامی تعاونی‌ها، در هر دو قانون ۱۳۵۰ و ۱۳۷۰، ارکان ثابتی برای اداره تعاونی در نظر آورده شده است. در واقع هیچ ریخت‌شناسی متفاوتی برای تعاونی‌های کوچک‌مقیاس و بزرگ‌مقیاس لحاظ نشده است. در آلمان، جهت کاهش هزینه و اختلافات در درون تعاونی‌های کوچک‌مقیاس (زیر ۲۰ نفر عضو)، رکن بازرسی و هیأت مدیره حذف شده است (Hans-

^۱ Apex

^۲ Second Tier

(H, ۲۰۱۳, p. ۴۲۳). حذف ارکان برای تعاونی‌های کوچک مقیاس می‌تواند کاهش بخش نزاع‌های درونی برخی تعاونی‌های کوچک باشد، با این حال راه‌حل قطعی نیست و بعلاوه ممکن است معضلات در انجام امور اداری، ثبتی و مالی تعاونی نیز ایجاد کند. با این حال ایده مذکور، همان‌طور که اشاره شد، در برخی کشورها در حال انجام است.

• همچنین در آلمان، امکان جذب عضو ارتقا بخش^۱ برای تعاونی به‌عنوان فردی متخصص جهت حضور در ارکان مدیریتی دیده شده است (Hans-H, ۲۰۱۳, p. ۴۱۹). عضو ارتقا بخش در واقع عضو تعاونی نیست ولی به واسطه تخصص و توانایی مدیریتی‌اش می‌تواند به استخدام تعاونی درآید و در هدایت تعاونی، تعاونگران را یاری رساند. همچنین در هند، برای تعاونی‌های چند ایالتی که حداقل با ۵۰ عضو تشکیل می‌شوند، بایستی حداقل دو عضو خانم در هیأت مدیره قرار داشته باشد. این تصمیم در جهت افزایش مشارکت زنان در تعاونی‌های کشاورزی هند اتخاذ شده است (Veerakumaran, ۲۰۱۳, p. ۴۵۹). پیشنهاد می‌شود، با توجه به وجود سهامدار غیرعضو در بخش تعاون ایران و عضو نبودن فرد ارتقا بخش در آلمان و هند، امکان حضور فرد متخصص در هیأت مدیره تعاونی و یا به‌عنوان مدیرعامل فراهم شود. پیشنهاد این است که متخصص مذکور با نام «خبیره غیرعضو» در اصلاح قانون تعریف شود.

• تعریف سهمی برای آموزش در تعاونی نیز از دیگر مؤلفه‌های توسعه انسانی در تعاونی‌ها است. این امر در قانون ۱۳۷۰ به شکل سهم چهاردرصدی از سود خالص سالانه تعاونی‌ها دیده شده بود (تبصره ۲ ماده ۲۵)، اما در اصلاح سال ۱۳۹۳ حذف شد. این عدد در قانون ۱۳۵۰، شامل ۳ درصد از درآمد سالیانه تعاونی بود (بند ۲ ماده ۱۵). برخی کشورها هنوز بر نگاه داشتن صندوق‌های آموزش اصرار دارند. هندوستان سهم یک‌درصدی از درآمد سالیانه را برای صندوق‌های آموزش خود در نظر گرفته است (Veerakumaran, ۲۰۱۳, p. ۴۵۶). البته صرف تعریف سهم آموزش برای صندوق کافی نیست. در قانون ۱۳۷۰، این چهار درصد به دولت پرداخت می‌شد تا در امر آموزش تعاونی‌ها فعالیت کند. موضوعی که فسادبرانگیز و شائبه برانگیز است. بهتر است این سهم در اختیار اتحادیه‌های بالادستی و یا در اختیار خود تعاونی قرار گیرد و موارد مصرف آن نیز به تشخیص خود تعاونی‌ها و اتحادیه‌های بالادستی باشد.

• از جمله راه‌حل‌های دیگر برای ارتقا سطح کیفی مدیریت تعاونی‌ها و جبران ضعف نیروی انسانی در سایر کشورها می‌توان به تجربه کشور هند در تأسیس مدرسه وامنیکوم^۲ و صدور مدرک دیپلم، کاردانی و کارشناسی در مدیریت امور تعاونی اشاره کرد (اندیشکده تعاون و توسعه، "وامنیکوم، فراتر از یک مدرسه"، ۱۳۹۹). این مهم در ایران در قالب دانشگاه‌های علمی - کاربردی نیز پیگیری شد؛ اما در حال حاضر به‌واسطه عدم مراجعه به این مؤسسات و کمبود تقاضا برای رشته «کاردانی مدیریت امور تعاونی» تقریباً این مدرک تحصیلی غیرفعال باقی مانده است (عرب‌سرخی، ۱۴۰۰). در هند، تأسیس تعاونی و ثبت آن منوط به داشتن مدرک مرتبط بوده؛ خلأیی که در قانون ایران وجود دارد و قانون‌گذاران با اضافه کردن شرط صلاحیت

^۱ Promoting Member

^۲ Vamnicom

تخصصی و داشتن مدرک مرتبط برای مدیرعامل تعاونی در قانون، می‌تواند اسباب فعال شدن رشته‌های تحصیلی مرتبط با اداره تعاونی در کشورها را فراهم آورد.

۵. کژکارکردی نهادی (در بخش آمار و نظارت بر تعاونی‌ها): در ایران، بجز نظارت در حال انجام توسط رکن بازرسی تعاونی، اتحادیه‌های نظارت و انجمن مرکزی نظارت بر انتخابات، مسئول ایفای نقش نظارتی و حاکمیتی بر تعاونی‌ها به عهده وزارت تعاون است (م. ۶۵، قانون ۱۳۷۰). در کشوری همچون آلمان وزارت تعاون وجود ندارد (به مانند سایر کشورهای توسعه‌یافته) و تعاونی‌ها بسته به گرایش فعالیت خود به مانند شرکت‌های عادی به وزارتخانه مربوطه مراجعه می‌کنند. مسئول نظارت بر تعاونی‌ها نیز یک نوع اتحادیه نظارت با نام فدراسیون حسابرسی^۱ است که مسئولیت حسابرسی بر روی تعاونی‌ها با درآمد بالای دو میلیون یورو در سال را دارد (Hans-H, ۲۰۱۳). در هند، اختلافات بین اعضا و انجمن تعاونی در مورد اساسنامه، مدیریت یا کسب و کار به داوری ارجاع داده می‌شود. نهاد ثبت‌کننده مرکزی داور را تعیین می‌کند و مفاد قانون داوری و سازش ۱۹۹۶^۲، در مورد همه داوری‌های تحت قانون جوامع تعاونی^۳ چند ایالتی اعمال می‌شود (Veerakumaran, ۲۰۱۳). در این کشور نیز، تا پیش از سال ۲۰۲۱، تعاونی‌ها به دپارتمان مربوطه در هر وزارتخانه حسب موضوع فعالیت یا کمیته تعاونی‌ها در وزارت کشاورزی و رفاه کشاورزان^۴ این کشور مراجعه می‌کردند؛ تا این‌که در ژوئیه آن سال، وزارت تعاون این کشور برای نخستین بار آغاز به کار کرد. به طور کلی نقش دولت در امر فعالیت تعاونی‌ها در جهان حداقلی است و با تعاونی‌ها به مثابه سایر شرکت‌ها، آن هم به صورت برابر، برخورد می‌شود.

در باب آمار و ارقام بخش تعاون، لازم است تا دو موضوع سرشماری تعاونی‌ها و سهم تعاونی‌ها از اقتصاد کشور، سامان داده شود. تعیین مرکز آمار ایران به‌عنوان مسئول ارزیابی و اعلان سهم بخش تعاون از کل اقتصاد بایستی در قوانین توسعه پنج‌ساله تعریف شود. این مهم از آنجایی حائز اهمیت است که برنامه‌ریزی راهبردی در بخش تعاون را معنی‌دار خواهد کرد. از طرف دیگر، نیاز مرکز آمار برای تأمین هزینه سرشماری تعاونی‌ها لازم است که در قانون بودجه سالیانه لحاظ شود. عدم حل این دو مسأله مربوط به آمار و اطلاعات بخش تعاون، نگارش اسناد بالادستی همچون سند توسعه بخش و مواردی شبیه به آن را بی‌فایده خواهد کرد.

^۱ Auditing Federation

^۲ Arbitration and Conciliation Act ۱۹۹۶

^۳ Cooperative Societies Act (CSA)

^۴ Ministry of Agriculture and Farmer's Welfare

^۵ برای کسب اطلاعات بیشتر درباره تأسیس این وزارتخانه، رک. به تارنمای این وزارتخانه به آدرس: <http://cooperation.gov.in/>

۶. فقدان تأمین مالی مستقل و وابستگی به دولت: نیاز مالی تعاونی‌ها به حمایت دولت از آنجایی نشئت می‌گیرد که بانک توسعه تعاون، تنها منبع مالی بخش تعاون، دولتی است. با وجود دیده شدن اتحادیه اعتباری تعاونی‌ها، موضوع ماده (۶۱) قانون شرکت‌های تعاونی، هنوز این نوع اتحادیه در ایران فعال نشده است. در واقع از سه گونه اتحادیه اقتصادی تعاونی‌ها، اتحادیه نظارت و اتحادیه اعتباری، گونه سوم تا به حال در کشور فعال نشده است. هرچند علت عدم تشکیل اتحادیه اعتباری تعاونی‌ها، چه در قبل از انقلاب اسلامی و چه بعد از آن، مشخص نیست؛ اما به نظر می‌رسد که فقدان همکاری میان بازیگران مهم بخش تعاون با یکدیگر و عدم همکاری بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار برای صدور مجوز این نوع اتحادیه، از جمله مهم‌ترین دلایل موجود باشد.

در کنار استفاده از ابزار اتحادیه اعتباری، تنوع بخشی به انواع سهام‌داری در تعاونی‌ها، می‌تواند شیوه دیگری از جذب سرمایه‌گذاران جدید باشد. سهام‌داری غیرعضو یکی از این شیوه‌ها بود که پیش‌تر در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ دیده شد. در کنار سهام‌دار غیرعضو، در نظر گرفتن سهام‌داری ممتاز و سهام‌دار کارآفرین نیز تجربه دیگر کشورهای توسعه‌یافته در بخش تعاون محسوب می‌شود. البته در پاره‌ای از کشورها، همچون فرانسه، سهام‌داری ممتاز برای تعاونی ممنوع شده، اما عمده کشورهای توسعه‌یافته از این الگو استفاده کرده‌اند (بنگرید به: عبایی، ۱۴۰۰؛ اخباری، ۱۴۰۰). همچنین در آلمان، برای سهام‌دار کارآفرین، حداکثر تا حق رأی ۱۰ درصد از کل آرا در نظر گرفته شده است. این امر می‌تواند حضور بیشتر سرمایه‌گذاران در درون بخش تعاون را فراهم آورد (Hans-H, ۲۰۱۳, p. ۴۲۲).

نکته دیگر، استفاده از ابزار تأمین مالی خرد جمعی و ضمانت سرمایه‌گذاری‌های موجود در قالب صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون است. این نوع سرمایه‌گذاری که ذاتاً با سهام‌داری در تعاونی نیز همخوانی زیادی دارد، از طریق پلتفرم‌های تأمین مالی خرد جمعی، با همکاری سازمان بورس اوراق بهادار، امکان تحقق دارد. استفاده از تأمین مالی خرد جمعی در سایر کشورها بسیار متداول است. این گونه تعاونی‌ها در زمینه جمع‌آوری زباله در نپال^۱، تأمین انرژی در انگلستان و ولز^۲، اجاره فضای کسب‌وکار در استرالیا^۳، در سه قالب پاداش^۴، اهدا^۵ و وام^۶، فعالیت می‌کنند (برای مطالعه بیشتر در این رابطه ر.ک. به: اخباری و عبایی، «تأمین مالی خرد جمعی؛ ابزاری در خدمت تعاون»، ۱۴۰۰). در حال حاضر، رشد این الگو، بیشتر از هر چیز نیازمند همکاری میان بخشی بیشتر است و خلأهای قانونی بزرگی وجود ندارد.

^۱ cf. Clean City Start-up

^۲ cf. Engi Coop

^۳ cf. ۸۸۸ Cooperative Causeway

^۴ Reward

^۵ Donation

^۶ Loan

- ۱) ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی. (۱۳۸۴). بازیابی از دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=۱۶۵>
- ۲) اتاق تعاون ایران. (۱۴۰۱). گزارش پایش تحقق اهداف سند توسعه بخش تعاون. تهران.
- ۳) اخباری، ر. (۱۴۰۰). سهام‌داران غیرعضو و تعاونی‌ها: مروری اجمالی بر تجارت برخی کشورها. تهران: اندیشکده تعاون و توسعه. بازیابی از <https://www.cooptt.ir/files/files/۱۶۳۴۵۳۳۶۷۰-۳-۲.pdf>
- ۴) اخباری، ر.، و عبایی، س. (۱۴۰۰). تأمین مالی خرد جمعی، ابزاری در خدمت تعاون. تهران: اندیشکده تعاون و توسعه. بازیابی از <https://www.cooptt.ir/files/files/۱۶۲۵۴۷۵۵۵۱-۴-۲.pdf>
- ۵) اصلاح‌پذیر، آ. (۱۴۰۱). راه‌های موفقیت مدرسه «راه رشد» به‌عنوان گونه اصیل تعاونی. (عموزاده مهدیرجی، ح.، مصاحبه‌کننده)
- ۶) امدادی، ا. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی تعاونی‌های توسعه روستایی در استان گلستان. فصلنامه تعاون و کشاورزی.
- ۷) اندیشکده تعاون و توسعه. (۱۳۹۹). وام‌نیکوم، فراتر از یک مدرسه. تهران: بولتن سیاستی تعاون. بازیابی از: <https://www.cooptt.ir/files/files/۱۶۲۱۳۳۸۹۸۲-۱-۲.pdf>
- ۸) براتی، ع. (۱۳۹۴). میشل دریون. در خ. کلانتری، دانشنامه تعاون (ص. ۹۸۲-۹۸۵). تهران: فرهنگ دهخدا.
- ۹) بیانیه «گام دوم انقلاب» خطاب به ملت ایران. (۱۳۹۷). بازیابی از دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای: <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=۴۱۶۷۳>
- ۱۰) تصویب‌نامه در خصوص تعیین سند توسعه بخش تعاون. (۱۳۹۲). بازیابی از مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/۸۴۲۵۳۰>
- ۱۱) چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی. (۱۳۸۲). بازیابی از مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/۱۳۲۲۹۵>
- ۱۲) سند توسعه بخش تعاون. (۱۴۰۱، اسفند ۲۸). سند توسعه بخش تعاون موضوع بند الف ماده ۹ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی. بازیابی از پایگاه ملی اطلاع‌رسانی قوانین و مقررات کشور: <https://media.dotic.ir/uploads/org/۲۰۲۳/۰۳/۲۶/۱۶۷۹۸۲۹۳۴۶۳۲۵۰۹۳۰۰.pdf>
- ۱۳) سیدعباس موسویان، سیدمحسن فاضلیان و مهدی علی‌حسینی. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی تعاونی‌های اعتبار و ارائه الگوی مطلوب. فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی.
- ۱۴) شعبانی، ا.، یوسفی، ا.، صالح‌آبادی، ع.، و حبیب‌الهی، م. (۱۳۹۴). طراحی شرکت شبه تعاونی قابل عرضه در بورس. جستارهای اقتصادی ایران (۲۳)، ۷۸-۵۳.

- ۱۵) صفری، س. (۱۳۹۷). علل محقق نشدن اهداف برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در توسعه تعاونی ها. *نشریه فرآیند مدیریت و توسعه*.
- ۱۶) صورت مشروح مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (جلد سوم). (۱۳۶۴). تهران: چاپخانه مجلس شورای اسلامی.
- ۱۷) عبایی، س. (۱۴۰۰). ماهیت سهام ممتاز و انواع آن: با نگاهی به نظام حقوقی ایران، فرانسه و انگلیس. تهران: اندیشکده تعاون و توسعه. بازیابی از: <https://www.cooptt.ir/files/files/۱۶۳۴۵۳۴۵۳۸-۵-۲.pdf>
- ۱۸) عرب سرخی، ل. (۱۴۰۰). بررسی و امکان تأسیس رشته تعاون در مؤسسات آموزش عالی کشور در مقطع کارشناسی / رشد. تهران: خلاصه سیاستی شماره ۳۹ (اندیشکده تعاون و توسعه). بازیابی از: <https://www.cooptt.ir/files/files/۱۶۴۰۱۶۴۲۱۴-۲-۲.pdf>
- ۱۹) عطری برزنجی، رحمت الله، ملک تاج خسروی، محمدرحیم عیوضی، علیرضا سلطانی. (۱۳۹۶). آسیب شناسی سیاست گذاری دولت در بخش تعاون ایران پس از انقلاب اسلامی. *فصلنامه علمی پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی*.
- ۲۰) فریدونی، ل. (۱۳۹۹). بررسی چالش ها و راهکارهای فراروی کارآمدی اتحادیه های تعاونی های استان تهران. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- ۲۱) قانون اجرای سیاست های اصل ۴۴ قانون اساسی. (۱۳۸۶). بازیابی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی: <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/۲۶۰>
- ۲۲) قانون اصلاح قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران - مصوب ۱۳۷۰. (۱۲ مهر ۱۳۷۷). بازیابی از سامانه قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران: <https://qavanin.ir/Law/TreeText/۸۴۴۶۸>
- ۲۳) قانون اصلاح موادی از قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۳/۰۲/۱۷ مجلس شورای اسلامی. (۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۳). بازیابی از سامانه ملی قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران: <https://qavanin.ir/Law/TreeText/۱۸۷۵۱۵>
- ۲۴) قانون برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴ - ۱۳۹۰). (۱۳۸۹). بازیابی از مرکز پژوهش های مجلس: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/۷۹۰۱۹۶>
- ۲۵) قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۰-۱۳۹۶). (۱۳۹۶). بازیابی از پایگاه ملی اطلاع رسانی قوانین و مقررات کشور: <https://qavanin.ir/Law/PrintText/۲۵۷۲۴۰>
- ۲۶) قانون تجارت. (۱۳۱۱). بازیابی از مرکز پژوهش های مجلس: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/۹۲۳۴۹>
- ۲۷) کبیری، م. (۱۳۹۸، مرداد ۰۹). پیگیر پرداخت بدهی دولت به بخش تعاون هستیم. بازیابی از خبرگزاری کار ایران (ایلنا): <https://b2n.ir/b۱۲۴۱۱>

- ۲۸) کریم مهری، سعید صفری و الیاس امینی. (۱۳۹۵). مطالعه توسعه تعاونی های مرزنشین، کشاورزی، مسکن و مصرف، آموزش و پرورش و اعتبار به اتکای تحلیل مضمون. نشریه فرآیند مدیریت و توسعه.
- ۲۹) کوهی، ک. (۱۳۸۶). بررسی آسیب شناسی توسعه تعاونی ها در سطح استان آذربایجان شرقی. تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- ۳۰) کوهی، ک. (۱۳۸۶). بررسی آسیب شناسی توسعه تعاونی ها در سطح استان آذربایجان شرقی. فصلنامه تعاون و کشاورزی.
- ۳۱) لاهوتی، م. (۱۳۴۰، بهمن ۱۳). سهم تعاون از اقتصاد ۷ درصد است. (خبرگزاری فارس، مصاحبه کننده) بازیابی از <https://b2n.ir/h14209>
- ۳۲) لایحه اصلاح قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۹۵، مرداد ۱۱). بازیابی از مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی: https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/982048
- ۳۳) مرکز اطلاعات راهبردی. (۱۳۹۹). سالنامه آماری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. بازیابی از https://ssicenter.mcls.gov.ir/icm_content/media/digitallibrary/2021/12/book906/906.pdf
- ۳۴) مرکز آمار ایران. (۱۳۹۱). حساب های اقماری تعاون. تهران.
- ۳۵) مرکز نوآوری و توسعه تعاون ایران. (۱۴۰۱). بازیابی از <https://menta.ir>
- ۳۶) مسکنی، م. (۱۴۰۰، شهریور ۰۸). تعداد تعاونی های دانش بنیان به ۲۵۰ می رسد/ پرداخت ۴۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بخش تعاون. (باشگاه خبرنگاران جوان، مصاحبه کننده) بازیابی از <https://b2n.ir/e92220>
- ۳۷) مسکنی، م. (۱۴۰۱، تیر ۰۶). جهش فعالیت اقتصادی سه دهک پایین با تعاونی های فراگیر ملی. روزنامه ایران (۷۹۴۲)، ص. ۱۳. بازیابی در ۰۱ مرداد، ۱۴۰۲، از <https://irannewspaper.ir/7942/13>
- ۳۸) منصور، ج. (۱۳۸۸). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. تهران: نشر دوران.
- ۳۹) منصور، ج. (۱۳۹۹). قوانین و مقررات تعاون و شرکت های تعاونی. تهران: نشر دیدآور.
- ۴۰) نجفی، ب. (۱۳۹۳). نسل جدید تعاونی های کشاورزی: تجربیات جهانی و درس هایی برای ایران. اقتصاد کشاورزی، ۱-۱۶. بازیابی از <http://ensani.ir/file/download/article/20150118152238-9437-168.pdf>

۴۱) *About the Co-operative Party.* (۲۰۲۲). Retrieved from Co-operative Party.:

<https://party.coop/about/>

۴۲) CICOPA. (۲۰۱۷). *Cooperatives and Employment: Second Global Report.* CICOPA.

۴۳) *Cooperatives UK.* (۲۰۲۲). Retrieved from The Community Shares Handbook:

<https://www.uk.coop/resources/community-shares-handbook/2-society-legislation/21-bona-fide-co-operative-societies>

- ۴۴) Czachorska-Jones, B., Finkelstein, J. G., & Samsami, B. (۲۰۱۳). International Handbook of Cooperative Law. In D. Cracogna, A. Fici, & H. Henry, *Chapter 36: United States* (pp. ۷۵۹-۷۷۸). Heidelberg: Springer.
- ۴۵) Dave Grace and Associates. (۲۰۱۴). *Measuring the Size of Scope of the Cooperative Economy*. Madison: Department of Economic and Social Affairs of United Nation. Retrieved from <https://www.un.org/esa/socdev/documents/۲۰۱۴/coopsegm/grace.pdf>
- ۴۶) European Cooperative Society. (۲۰۱۶). *Power of Cooperation*. European Cooperative Society.
- ۴۷) Exploring the Cooperative Economy: ۲۰۲۲ Report. (۲۰۲۳, July ۲۴). *World Cooperative Monitor 2022*. Retrieved from International Cooperative Alliance: https://monitor.coop/sites/default/files/۲۰۲۲-۱۱/WCM_۲۰۲۲.pdf
- ۴۸) Fici, A. (۲۰۱۳). Chapter ۱: An Introduction to Cooperative Law. In D. Cracogna, A. Fici, & H. Henry, *International Handbook of Cooperative Law* (pp. ۳-۶۴). Heidelberg, New York, London: Springer.
- ۴۹) Fici, A. (۲۰۱۳). Chapter ۲۳: Japan. In D. Cracogna, A. Fici, & H. Henry, *International Handbook of Cooperative Law* (pp. ۵۰۳-۵۲۴). Heidelberg: Springer.
- ۵۰) Gough, D., Oliver, S., & Thomas, J. (۲۰۱۲). *An Introduction to Systematic Review*. Los Angeles, London, New Delhi: Sage Publication.
- ۵۱) Hans-H, M. (۲۰۱۳). Chapter ۱۸: Germany. In D. Cracogna, A. Fici, & H. Henry, *International Handbook of Cooperative Law* (pp. ۴۱۳-۴۳۰). Heidelberg, New York, London: Springer.
- ۵۲) ICA. (۱۹۹۵). *Cooperative Identity, Values & Principles*. Retrieved from International Cooperative Alliance: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>
- ۵۳) ICA. (۲۰۲۰). *World Cooperative Monitor: Exploring the Cooperative Economy*. Euricse.
- ۵۴) ICA. (۲۰۲۱). *Exploring the Cooperative Economy: World Cooperative Monitor*. International Cooperative Alliance, Euricse.
- ۵۵) ICA. (n.d.). *Facts and Figures*. Retrieved from International Cooperative Alliance: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/facts-and-figures>
- ۵۶) Mondragon Corporation. (۲۰۲۳, July ۲۴). *Mondragon Annual Report of 2022*. Retrieved from <https://www.mondragon-corporation.com/urtekotxostena/dist/docs/INFORMEANUAL۲۰۲۲-RESUMIDO-EN.pdf>
- ۵۷) *Mondragon Official Website*. (۲۰۲۲). Retrieved from <https://www.mondragon-corporation.com/centro-promocion/en/>
- ۵۸) OECD. (۲۰۲۱). *The Spatial Dimensions of Productivity in Italian Cooperatives*. Paris: OECD Publishing. doi: <https://doi.org/۱۰.۱۷۸۷/۴f۹b۹d۷۷-en>
- ۵۹) Peel, D. (۱۹۸۸). Self-Help and the State: Rural Cooperatives in Imperial Germany. *Central European History*, 21(۳), ۲۴۴-۲۶۶. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/۴۵۴۶۱۲۳>

- ۶۰) Ren, D., & Yuan, p. (۲۰۱۳). Chapter ۱۴: China. In D. Cracogna, A. Fici, & H. Hagen, *International Handbook of Cooperative Law* (pp. ۳۳۹-۳۵۴). Heidelberg: Springer.
- ۶۱) Sarina, T. (۲۰۱۳). Chapter ۸: Australia. In D. Craconga, A. Fici, & H. Hagen, *International Hanbook of Cooperative Law* (pp. ۲۰۷-۲۳۱). Springer.
- ۶۲) Schneider, N., & Scholz, T. (۲۰۱۶). *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. United States: OR Books.
- ۶۳) Smith, K., & Larimer, C. (۲۰۰۹). *The Public Policy Theory Primer*. Westview Press.
- ۶۴) *The Constitution of India*. (۲۰۲۱). Retrieved from Ministry of Law and Justice, Legislative Department: <https://legislative.gov.in/sites/default/files/COI...pdf>
- ۶۵) Veerakumaran, G. (۲۰۱۳). Chapter ۲۰: India. In D. Cracogna, A. Fici, & H. Henry, *International Handbook of Cooperative Law* (pp. ۴۴۹-۴۶۶). Heidelberg, New York, London: Springer.
- Walton, J. (۲۰۰۹). Cooperative Movement. In J. Cannon, & R. Crowcdort, *The Oxford Companion to British History* (pp. ۱۰۷۵-۱۰۷۶). Oxford: Oxford University Press.

تحلیل اشتغال و سرمایه سرانه تعاونی‌ها در سطح استان‌های ایران

لطفعلی عاقلی^۱

تعاونی‌ها به عنوان واحدهای اقتصادی و اجتماعی اثرگذار، مبتنی بر ارزش‌های خودپاری، خوداتکایی، دموکراسی، برابری، عدالت و همبستگی هستند. این مؤسسات، ارزش‌های خود را از طریق اصول هفت‌گانه تعاونی‌ها (عضویت اختیاری، کنترل دموکراتیک، مشارکت اقتصادی، استقلال داخلی، آموزش، همکاری بین تعاونی‌ها و ارتباط با جامعه) دنبال می‌کنند. تعاونی‌ها در واکنش به شکست بازار، در تدارک کالاهای شبه عمومی و در حل معضلات اجتماعی مؤثر هستند. در شرایطی که دولت تأمین‌کننده اصلی کالاها و خدمات بوده؛ اما قادر به عرضه کالا به مقدار کافی و باکیفیت خوب نیست و همچنین تأمین بهداشت، درمان و آموزش عمومی ضرورت دارد، تعاونی‌ها شکل می‌گیرند. علاوه بر این، تعاونی‌ها برای جلوگیری از استثمار مصرف‌کنندگان در بازارهای انحصاری ساده و چندجانبه تأسیس می‌شوند. در تعاونی‌ها، ورود و خروج اعضا آسان‌تر بوده و خود اعضا تأمین‌کننده مالی هستند. تعاونی‌ها سرمایه اجتماعی را از طریق شبکه‌سازی اجتماعی افزایش داده و منجر به ایجاد حرفه و تجارت جدید می‌شوند و هزینه اقتصادی ایجاد تشکیلات بزرگ‌تر را کاهش می‌دهند.

تعاونی‌ها وسیله‌ای برای بهبود وضعیت اقتصاد ملی هستند، چرا که قادرند تولیدکنندگان محصولات اولیه (نظیر کالاهای کشاورزی) را متمرکز کرده و به توسعه صادرات، بهبود تراز پرداخت‌ها و افزایش ثروت ملی کمک کنند. تعاونی‌ها همچنین قادر به کاهش معضل بیکاری و فقر می‌باشند زیرا عمده‌تأ اشتغال محلی به‌ویژه در مناطق روستایی ایجاد می‌نمایند. تعاونی‌ها به رشد اقتصادی و اشتغال پایدار کمک می‌کنند.

تحلیل واقع‌بینانه از عملکرد بخش تعاون در ایران بدون دسترسی به داده‌های آماری مقدور نیست. در گزارش‌های آماری عمده‌تأ داده‌های تعداد تعاونی‌ها، تعداد اعضا، تعداد شاغلان و سرمایه تعاونی‌ها موجود است. در این مقاله در دوره زمانی ۱۳۹۰-۱۴۰۰ روند تغییرات متغیرهای کلیدی تعاونی‌ها (تعاونی‌های تولیدی، مصرفی و خدماتی) به لحاظ آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و سهم اشتغال در تعاونی‌ها و رابطه سرمایه سرانه تعاونی‌ها با درآمد سرانه در سطح استانی ارزیابی می‌شود.

واژگان کلیدی: اشتغال، سرمایه سرانه، تعاونی، ایران

۱. هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس. ایمیل: aghelikl@gmail.com

۱- مقدمه

تعاونی به عنوان یک سازمان از تجمیع افراد با انگیزه‌های مشترک فعالیت تولیدی، مصرفی یا خدماتی تشکیل می‌شود. هدف از تعاون، دستیابی به اهداف جمعی و حفظ روحیه مشترک کاری است. تعداد اعضای تعاونی حد مشخصی نداشته اما مطابق با قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران، حداقل ۷ نفر تعیین شده است. شرایط عضویت نیز چندان سخت نیست و با حداقل شرایط اهلیت، حسن سابقه مالی و قضایی و تابعیت ایران می‌توان عضو تعاونی شد.

سابقه فعالیت تعاونی‌ها به عنوان سازمان‌های مردمی کوچک به اواسط قرن نوزدهم در اروپای غربی، آمریکای شمالی و ژاپن بر می‌گردد، با این حال، پیشگامان راچدیل به عنوان نمونه اولیه شرکت مدرن در نظر گرفته می‌شوند. این انجمن پایه گذار جنبش تعاونی در سال ۱۸۴۴ به شمار می‌رود که در انگلستان، با عرضه مواد غذایی و آذوقه با کیفیت وارد فعالیت تعاونی شدند.

یک مدل تعاونی مستقل نیز که توسط فردریش ویلهلم رایفایزن^۱ و فرانتس هرمان شولتز-دلیچ^۲ در آلمان تدوین شد، مدل ابتدایی اتحادیه‌های اعتباری را در سال ۱۸۶۲ تشکیل داد. از آن زمان این مدل در بخش‌های دیگر رشد کرد و الهام‌بخش رشد تعاونی‌های مالی در سراسر جهان شد.

نهضت اقتصادی و اجتماعی تعاون بر اندیشه‌ها و آرمان‌های مشترک بشری همچون عدالت، آزادی مساوات و مشارکت در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی بنیان گردیده است. توجه دولت‌ها، سازمان‌های ملی و بین‌المللی به اشاعه اصول و ارزش‌های تعاونی و توسعه زمینه‌های مشارکت مردم در امور اقتصادی و اجتماعی، یکی از راهکارهای اساسی برای تأمین رفاه اقتصادی و اجتماعی اقشار کم‌درآمد محسوب می‌شود. زیرا اکثر فقرا دارای نیازهای مشترک مانند آموزش، مسکن، اشتغال و سایر خدمات اجتماعی و رفاهی می‌باشند و به کار بستن سازوکارهای تعاونی این فرصت را فراهم می‌آورد تا گروه‌های نیازمند در قالب سازمان‌های دموکراتیک گرد هم آیند و با مشارکت اقتصادی و نظارت جمعی و جلب حمایت‌های دولتی، سطح زندگی خود را ارتقا بخشد.

امروزه تعداد اعضای بخش تعاون حدود ۱ میلیارد عضو تخمین زده می‌شود. تعاونی‌ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم ۲۵۰ میلیون نفر را در سراسر جهان به کار می‌گیرند. ۳۰۰ تعاونی برتر جهان به تنهایی دارای گردش مالی جهانی بالغ بر ۲/۱ تریلیون دلار هستند (۲۰۲۰)، WCM^۳.

در نظام جمهوری اسلامی، مطابق نص صریح قانون اساسی به منظور «پیریزی اقتصاد صحیح و عادلانه بر طبق ضوابط اسلامی جهت ایجاد رفاه و رفع فقر و برطرف ساختن هر نوع محرومیت در زمینه‌های تغذیه و مسکن و کار و بهداشت و بیمه»، نظام اقتصادی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی استوار شده است. در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی نیز، بر نقش تعاونی‌ها در اشتغال‌زایی تأکید شده است.

^۱ . Raiffeisen

^۲ . Schultz-Delitsch

^۳ . World Co-operative Monitor

کاهش فقر، افزایش درآمد، رفاه اجتماعی و کاهش بیکاری از جمله اهداف توسعه اقتصادی و اجتماعی هستند که توسط تعاونی‌ها قابل پیگیری می‌باشند. در سنت تعاونی‌ها، تعاونی کشاورزی از مهم‌ترین انواع تعاونی به شمار می‌رود. تعاونی‌های کشاورزی نقش بسزایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی دارند. این تعاونی‌ها، سازمان‌های اجتماعی و اقتصادی هستند که می‌توانند با جلب مشارکت اعضا، جذب سرمایه‌های اندک و آموزش ترویج کشاورزی، زیرساخت‌ها و عوامل تولید نقش بسیار مهمی در ایجاد اشتغال در روستاها داشته باشند (فیصلی و نیکنامی، ۲۰۲۱).

هدف این مطالعه، ارائه تصویر آماری از تعاونی‌های فعال در حوزه تولید، مصرف و خدمات، بررسی تغییرات آنها، نقش آنها در اشتغال‌زایی و بررسی رابطه درآمد سرانه و سرمایه سرانه در این تعاونی‌ها است.

این مقاله در ادامه در ۴ بخش ادامه می‌یابد. بخش ۲ و ۳ به مبانی نظری و پیشینه تحقیق اختصاص دارد. بخش ۴ روش تحقیق را در بردارد. بخش ۵ به نتیجه‌گیری اختصاص دارد.

۲- مبانی نظری

تعاون، به مفهوم همکاری و یکدیگر را مدد رساندن و تشریک مساعی در جهت انجام هدفی مشترک می‌باشد. در تعریف اتحادیه بین‌المللی تعاون در سال ۱۹۹۵، تعاونی عبارت است از مجموعه‌ای مستقل و خودمختار، متشکل از افراد داوطلب برای رسیدن به اهداف و آرمان‌های مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از طریق مالکیت مشترک و کنترل دموکراتیک بنگاه اقتصادی خود (ICA, ۱۹۹۵).

تاکنون ۴ مکتب مختلف در باره تعاونی‌ها شناسایی شده است (صباغ کرمانی و عاقلی، ۱۳۸۳). این مکاتب به طور خلاصه عبارتند از:

۱- **مکتب تعاونی مشترک المنافع:** بر اساس این مکتب، جنبش تعاونی باید در تمام امور اقتصادی و اجتماعی فعالیت کند تا بتواند به عنوان یک نظام تمام فعالیت‌های اقتصادی را در بر گیرد. این مکتب محدودیت خاصی برای توسعه تعاونی‌ها فرض نمی‌کند، بلکه حاکمیت تعاونی‌ها را می‌پذیرد. این مکتب، آرمان‌گرا محسوب می‌شود.

۲- **مکتب سرمایه‌داری اصلاح شده:** در این مکتب، تعاونی‌ها از نوع سرمایه‌داری هستند اما مقررات و اصول آنها متفاوت است. در واقع تعاونی‌ها در جهت حذف و محدودسازی اضافه‌خواهی در نظام سرمایه‌داری فعالیت می‌کنند. تعاونی‌ها نباید هدف سودآوری را نادیده بگیرند. این مکتب عمدتاً در آمریکای شمالی رایج است. بیشتر تعاونی‌ها کشاورزی، اتحادیه‌های اعتباری در آمریکا و کانادا مقید به این مکتب هستند.

۳- **مکتب سوسیالیسم:** در این مکتب، تعاونی‌ها، نهادهای سوسیالیستی فرض می‌شوند. در یکی از شاخه‌های این مکتب، تعاونی‌ها به صورت عمومی و جمعی تلقی می‌شوند، اما در شاخه‌های دیگر، تعاونی‌ها شرکای جوان اقتصاد سوسیالیستی محسوب می‌شوند. در این مکتب، دولت مرجعیت عمل در فعالیت‌های اقتصادی را دارد و تعاونی‌ها جزء اصلی برنامه ریزی در نظام اقتصادی هستند.

۴- **مکتب بخش تعاونی:** در این مکتب، تعاون‌ها به عنوان بخش اقتصادی مجزا با حقوق خاص خود مطرح هستند. تعاونی‌ها با بخش سرمایه‌داری و دولتی یکسان نیستند. مطابق این مکتب، اقتصاد ایده آل، اقتصادی است که در آن توازن بین سه بخش تعاونی،

خصوصی و دولتی برقرار است. در این مکتب، تعاونی‌ها همزیستی مسالمت آمیز با سایر بخش‌ها دارند. این مکتب عمدتاً در کشورهای اسکاندیناوی، کانادا و ژاپن رایج است.

تعاونی در واقع بنگاهی است که با هدف رسیدن به سه عامل مالکیت، کنترل و استفاده از خدمات به وجود می‌آید. مفهوم مکتب بخش تعاونی منطقی‌ترین نظریه برای توجیه جنبش تعاونی از طریق همسو کردن اهداف سهامداران و سرمایه‌گذاران، مدیران و مشتریان است. برای رسیدن به حداکثر توان و کارایی، تعاونی‌های مختلف باید بخشی موثر در داخل نظام اقتصادی تعریف شوند. تعاونی به عنوان یک نظام اقتصادی می‌کوشد جامعه را متشکل از اصنافی در نظر بگیرد که دولت با حداکثرسازی منفعت عمومی، نقش دآوری آن را به عهده دارد. نظام تعاونی، ماهیت اقتصاد صنفی دارد اما نظام اقتصادی تعاونی همان نظام اقتصادی صنفی نیست. انگیزه اصلی در نظام تعاونی، دستیابی به حداکثرمزیت‌های قابل حصول سایر نظام‌ها به همراه دوری از عدم مزیت‌هایی است که ذات این نظام‌هاست. نظام تعاونی بین نظام آزاد سرمایه‌داری و نظام طبقاتی سوسیالیستی قرار دارد، به این معنا که در نظام تعاونی، ضمن پذیرش مالکیت خصوصی عوامل تولید، بردگی و اسارت انسان توسط این وسایل نفی می‌شود (بار، ۱۳۶۷).

در نظام تعاونی، آزادی عمل اعضا در اوج احترام قرار دارد. حیات اقتصادی متکی بر رقابت محض نیست بلکه فضای رقابت متعادل برقرار است. در تعاونی‌ها، تلاش اعضا برای رفع مشکلات یکدیگر متمرکز است و تنازع بقای متکی بر رقابت بازاری، جای خود را به تعاون می‌دهد.

در نظام اقتصادی تعاون، بهترین وضعیت همزیستی، دوری از یکدیگر نیست و روابط مناسب بین دولت و تعاونی‌ها از مبنای تحلیلی قوی برخوردار است. این مبنای تحلیلی را می‌توان در اهداف دولت و تعاونی‌ها جستجو کرد که میان هدف اصلی دولت (پی‌جویی منافع عمومی) و هدف اصلی نظام تعاون وجود دارد. تعاونی مبتنی بر منافع خصوصی نیست و نیروی محرکه تعاونی، پی‌جویی اهداف گروهی اعضا است.

تعاونی‌ها بر ارزش‌های خودیاری، خودمسئولیتی، دموکراسی، تساوی، عدالت و وحدت منافع استوار هستند. اعضای تعاونی‌ها به ارزش‌های اخلاقی امانت‌داری، ورود و خروج آزاد به تعاونی، مسئولیت اجتماعی و توجه و دلسوزی به دیگران اعتقاد دارند. اصول بنیادی تعاونی‌ها شامل عضویت آزادانه، کنترل دموکراتیک افراد، مشارکت اقتصادی اعضا، آموزش و همکاری بین تعاونی‌هاست (Birchall, ۱۹۹۷).

۳- پیشنهاد تحقیق

فیض پور و همکاران (۱۳۸۸) تلاش کردند تمایز عملکرد بنگاه‌های تولیدی بخش تعاون را در مقایسه با دو بخش خصوصی و دولتی مورد کنکاش قرار دهند. سرانه ارزش افزوده، بهره‌وری نیروی کار، بهره‌وری مزد و حقوق، اشتغال نسبی پدیدآمده و سرانجام رشد سریع شاغلان بنگاه‌های صنعتی ایران طی برنامه دوم و سوم توسعه به تفکیک مالکیت مبنای تحلیل بوده است. بر اساس این مطالعه، تعاونی‌سازی به جای خصوصی‌سازی فقط با ارتقای بهره‌وری در بخش تعاون نسبت به بخش خصوصی و در نتیجه دستیابی این بخش به سطحی از بهره‌وری معادل بخش خصوصی توجیه‌پذیر است.

آقاپور صباغی (۱۳۹۳) در سال زراعی ۸۹-۱۳۸۸ کارایی تعاونی‌های تولید استان خوزستان را مورد بررسی قرار داده است. در این بررسی، با برآورد تابع تولید مرزی به محاسبه کارایی و عوامل مؤثر بر آن در بین گندم‌کاران پرداخته شده است. نتایج نشان داده که میانگین کارایی در تعاونی‌های تولید برابر با ۷۹ درصد می‌باشد. همچنین متغیرهای تعداد اعضاء، سطح زیرکشت و تعداد قطعه‌های زمین کشاورزی، اثر منفی بر کارایی تعاونی‌های تولید دارند. اما اثر متغیرهایی مانند دسترسی به کمک‌های دولتی، میزان ارائه خدمات از سوی تعاونی‌های تولید، سطح تحصیلات و تجربه مدیر تعاونی‌ها و میزان سرمایه آنها می‌توانند موجب افزایش سطح کارایی تعاونی‌ها شوند.

فرج زاده و همکاران (۱۳۹۵) به ارزیابی زمینه‌های تأمین مالی خرد توسط تعاونی‌ها و ارزیابی نقش تعاونی‌ها در ایجاد اشتغال پرداختند. آنها با تکمیل ۱۲۰ پرسش‌نامه در میان اعضای تعاونی‌های کشاورزی-روستایی و غیرکشاورزی استان فارس و تحلیل داده‌ها نشان دادند که اعضای دارای تمایل بالاتر برای مشارکت در طرح تأمین مالی خرد، افرادی با مقیاس فعالیت و تعداد اعضای شاغل پایین، خانوار بزرگ و سابقه عضویت کمتر هستند؛ همچنین، زنان در مقایسه با مردان تمایل به مشارکت بیشتر داشتند. انواری و محمودی (۱۳۹۷) به شناسایی عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی شرکت‌های تعاونی استان خوزستان از طریق تکمیل ۱۴۷ پرسش‌نامه پرداختند. آنها نشان دادند که عوامل مدیریت منابع انسانی، شهرت سازمانی، وضعیت فناوری و کیفیت خدمات به ترتیب مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی تعاونی‌های تولیدی اند. از سوی دیگر، تبلیغات، مشتری محوری و نوآوری بر مزیت رقابتی تأثیر نداشته اند.

صلاحی اصفهانی (۱۳۹۷) با هدف آسیب‌شناسی تعاونی‌های تولید در راستای توسعه پایدار روستایی شهرستان ساوه از روش توصیفی - پیمایشی و برگزاری کارگاه‌های مشارکتی و مصاحبه حضوری استفاده کرده است. جامعه آماری تحقیق اعضاء شرکت تعاونی‌های مستقر در روستاهای شهرستان ساوه با حجم نمونه ۱۱۰ نفری بوده است. نتایج تحقیق نشان داده که آسیب‌های جدی در ابعاد اقتصادی و اجتماعی، تعاونی‌های تولید ساوه را تهدید می‌کند. وی پیشنهاد داده که کمک‌های بلاعوض، دادن امکانات و تجهیزات، تفکر مشارکتی، آگاهی دادن به اعضاء تعاونی و توانمندسازی اعضاء تعاونی‌های تولید در دستور کار قرار گیرد. تقوا و همکاران (۱۴۰۰) با بیان نقاط قوت و ضعف مدل‌های مرسوم تأمین مالی تعاونی‌ها، مدل تأمین مالی پیشنهادی را با تحلیل داده‌های نمونه آماری با متغیرهای کمی و کیفی بر اساس نظریه داده بنیاد مورد بررسی قرار دادند. آنها داده‌های آماری را با تکمیل ۳۸۰ پرسش‌نامه و تحلیل متغیرهای کیفی بر اساس نظریه داده بنیاد با استفاده از مصاحبه ژرف‌نگر با ۱۵ نفر از خبرگان تعاون باسابقه بیش از ۳ سال جمع کردند. آنها نشان دادند که عوامل اقتصادی و اجتماعی بیشترین تأثیر را در انباشت سرمایه در تعاونی‌ها دارند و این مدل تأمین مالی با توجه به هزینه کمتر و مزایای اجتماعی آن، راهکاری مناسب جهت تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی می‌باشد.

بر اساس برخی شواهد تجربی، تعاونی‌های کارگری در مقایسه با شرکت‌های تحت مدیریت سرمایه، تثبیت بیشتری در اشتغال ایجاد می‌کنند. دلایل این رفتار را می‌توان به دارایی و ساختار حاکمیتی آنها نسبت داد. ناوارا (Navara, ۲۰۱۶) دو راه ممکن برای تضمین بیمه کار را مورد بحث قرار داده است: اجازه دادن به نوسان دستمزدها یا انباشت سود سرمایه‌گذاری مجدد در صندوق تثبیت درآمد که بدون اخراج کارگران و بدون کاهش دستمزدها با رکود مقابله می‌کند. در مورد دوم، ناوارا نتیجه گرفته که تثبیت

دارایی، نقش هم‌وارسازی دستمزد را ایفا می‌کند و در نتیجه، سهم سودی که در صندوق غیرقابل تقسیم، سرمایه گذاری مجدد می‌شود، بزرگ خواهد بود. وی نظریه خود را با شواهدی از تعاونی‌های ایتالیایی آزمون کرده است.

مبو و دوبه (Mhembwe & Dube, ۲۰۱۷)، نقش تعاونی‌ها در حفظ معیشت جوامع روستایی محلی را در زیمبابوه بررسی کردند. آنها با رویکرد ترکیبی توصیفی پیمایشی و ابزارهای پرسشنامه، مصاحبه و روش مشاهده نتیجه گرفتند که تعاونی‌ها به عنوان راهبردی برای حفظ معیشت جوامع روستایی تأسیس شده‌اند. با پذیرش تعاونی‌ها، مردم جوامع روستایی موفق به ایجاد اشتغال، رونق تولید مواد غذایی، توانمندسازی حاشیه‌نشینان به ویژه زنان و ارتقای انسجام و یکپارچگی اجتماعی شدند و از این طریق باعث بهبود معیشت و کاهش فقر شدند. چالش‌های تعاونی‌ها نیز شامل عدم حمایت مالی، مدیریت ضعیف و فقدان مهارت‌های مدیریتی و نبود بازارهای رقابتی برای فروش محصولات خود بوده است.

مولیانی و همکاران (Mulyani, ۲۰۲۰)، تعیین تأثیر رهبری و پاداش بر انگیزه و همچنین پیامدهای آن بر عملکرد کارکنان تعاونی در پادانگ (اندونزی) را مورد مطالعه قرار دادند. روش مورد استفاده توصیفی - تأییدی با نظرسنجی از ۳۳۰ شاغل تعاونی بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از برنامه مدل معادلات ساختاری (SEM) در قالب نرم‌افزار لیزرل (LISREL ۸٫۸) انجام شد و نتایج نشان داد که: (۱) رهبری و پاداش بر انگیزه تأثیر مثبت و معناداری دارند. (۲) رهبری، جبران خدمات و انگیزه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارکنان دارند.

فیصلی و نیکنامی (Feisali & Niknami, ۲۰۲۱) تأثیر کارکردهای مختلف تعاونی‌های کشاورزی بر اشتغال پایدار روستایی را بررسی کردند. آنها، ۳۵۶ نمونه از منطقه مورد مطالعه (یعنی گرمسار، ایران) انتخاب کردند و یک مطالعه پیمایشی برای جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه میدانی انجام دادند. مدل‌سازی مبتنی بر تحلیل ساختاری نشان داد که کارکردهای اجتماعی، آموزشی، اقتصادی و تولیدی تأثیرات مثبت و معناداری داشتند، به طوری که توانستند ۶۶ درصد از تغییرات اشتغال پایدار روستایی را تبیین کنند.

تورتیا (Tortia, ۲۰۲۲) به بحث پایداری منابع انسانی، ثبات اشتغال و اخراج در تعاونی‌های کارگری پرداخته است. مطالعات نظری و تجربی نشان داده که کنترل کارگری، اشتغال را بهتر از مالکیت سرمایه‌گذار تثبیت می‌کند و روزه‌ای برای حمایت از اشتغال قوی‌تر باز می‌کند. وی از مبانی نظری اقتصاد تکاملی و نظریه سیستم‌ها برای بحث در مورد مزایا و عناصر مهم مرتبط با محدود کردن اخراج اعضا در تعاونی‌های کارگری استفاده کرده است. در حالی که حمایت قوی از اشتغال می‌تواند منجر به ناکارآمدی کوتاه مدت و عملکرد ضعیف به دلیل احتکار نیروی کار، نقص در مکانیسم‌های حاکمیت و کنترل شود، می‌تواند انباشت و حفظ سرمایه انسانی شرکت را بهتر تقویت کند و در نتیجه از عملکرد بلندمدت حمایت کند.

۴- روش تحقیق

این تحقیق از نوع کاربردی و بر حسب روش، توصیفی-تحلیلی است. قلمرو موضوعی، تعاونی‌های فعال در زمینه تأمین نیاز تولید کنندگان، تأمین نیاز مصرف کنندگان و تعاونی‌های خدماتی بوده، قلمرو مکانی، استان‌های ایران و حیطه زمانی دوره ۱۴۰۰-۱۳۹۰ است. به دلیل نبود داده‌های آماری در مورد ارزش افزوده، دریافت و پرداخت، بهره‌وری و مانند آنها از قاعده بهترین اطلاعات در

دسترس (BIA)^۱ پیروی شده است. در نتیجه، تحلیل‌ها متوجه تعداد تعاونی‌ها، تعداد اعضا و شاغلان آنها و میزان سرمایه است. در بازه زمانی تحقیق، تغییرات این متغیرها بررسی شده و در ادامه به ارزیابی سهم اشتغال تعاونی‌های مذکور از کل جمعیت استان‌ها و رابطه بین درآمد سرانه و سرمایه سرانه پرداخته شده است. داده‌های آماری تحقیق از مرکز آمار ایران اخذ شده است. شرکت تعاونی فعال (در حال بهره‌برداری)، شرکتی است که به بهره‌برداری رسیده، دارای عملکرد مالی سالمی باشد و به نحوی تولید داشته و یا ارائه خدمات نماید. تعداد تعاونی‌های در حال بهره‌برداری از حدود ۵۴۰۰۰ تعاونی در سال ۱۳۹۰ به تقریباً ۶۹۰۰۰ تعاونی در سال ۱۴۰۰ افزایش یافته است. در این مقاله همه تعاونی‌ها مدنظر نیست و فقط وضعیت تعاونی‌های فعال در زمینه تأمین نیاز تولید کنندگان، تأمین نیاز مصرف‌کنندگان و تعاونی‌های خدماتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴-۱- تحلیل آماری متغیرهای کلیدی تعاونی‌ها

شرکت تعاونی تأمین نیاز تولیدکنندگان: شرکتی است که با عضویت واحدهای تولیدی به منظور تأمین و توزیع انواع نیازهای مشترک آنان تشکیل و ثبت می‌شود. تعداد شرکت‌های فعال تعاونی در این گروه از ۱۸۳۸ در سال ۱۳۹۰ به ۱۴۹۵ در سال ۱۴۰۰ کاهش یافته است. در سال ۱۴۰۰ بیشترین تعداد این تعاونی‌ها در استان تهران با ۱۷۰ تعاونی و کمترین تعداد در استان کهگیلویه و بویراحمد با دو تعاونی فعالیت داشتند. تعداد اعضای شرکت‌های تعاونی فعال تأمین‌نیاز تولیدکنندگان در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ از ۲۳۰۷۸۴ به ۲۴۴۲۹۸ افزایش یافته است. بیشترین و کمترین تعداد اعضا در سال ۱۴۰۰ به ترتیب در استان‌های کرمان با ۷۴۴۷۶ و کهگیلویه و بویراحمد با ۶۷ عضو بوده است. ارقام نرخ رشد یا افول در جدول (۱) گویای آن است که در اغلب استان‌ها از تعداد تعاونی‌ها کاسته شده اما در تعداد قابل توجهی از استان‌ها بر اعضای تعاونی‌ها افزوده شده است. رشد اعضا در استان‌های کم برخوردار نظیر اردبیل، خراسان جنوبی، هرمزگان بیش از سایر استان‌ها است.

جدول (۱): تعداد و اعضای شرکت‌های تعاونی فعال تأمین نیاز تولید کنندگان به تفکیک استان

استان	تعداد		اعضا		نرخ رشد(افول) %	
	۱۳۹۰	۱۴۰۰	۱۳۹۰	۱۴۰۰	تعداد	اعضا
آذربایجان شرقی	۱۵۷	۱۰۴	۱۷۷۰۶	۱۱۸۵۲	-۴.۰۳	-۳.۹۳
آذربایجان غربی	۴۶	۳۷	۴۳۰۰	۳۵۴۷	-۲.۱۵	-۱.۹۱
اردبیل	۵	۱۸	۵۳	۵۳۷	۱۳.۶۷	۲۶.۰۶
اصفهان	۱۲۶	۱۳۴	۱۶۹۰۷	۲۵۲۲۰	۰.۶۲	۴.۰۸
البرز	۲۳	۱۰	۱۵۴۷	۴۲۸	-۷.۹۹	-۱۲.۰۶
ایلام	۱۵	۱۸	۲۶۳	۲۳۳	۱.۸۴	-۱.۲۰
بوشهر	۵۰	۴۵	۷۷۷۱	۵۰۴۱	-۱.۰۵	-۴.۲۴
تهران	۱۸۶	۱۷۰	۱۶۸۶۱	۲۵۸۸۱	-۰.۹۰	۴.۳۸
چهارمحال و بختیاری	۲۱	۱۶	۱۵۱۱	۶۷۵	-۲.۶۸	-۷.۷۴
خراسان جنوبی	۲۰	۲۹	۱۸۳۱	۶۱۰۳	۳.۷۹	۱۲.۷۹

^۱ . Best Information Available

۱۰۰۸-	۴۸۶-	۱۸۳۰۷	۲۰۴۰۵	۱۲۴	۲۰۴	خراسان رضوی
۳۰۱۴	۳۰۰۹-	۲۱۱۷	۱۵۵۴	۱۹	۲۶	خراسان شمالی
۲۰۴۷-	۱۶۲-	۳۷۸۷	۴۸۶۵	۴۵	۵۳	خوزستان
۳۰۱۷	۰۰۰۷۴-	۹۳۲	۶۸۲	۱۳	۱۴	زنجان
۶۰۱۱	۱۰۸۱-	۲۹۶۵	۱۶۳۹	۳۵	۴۲	سمنان
۱۰۶۴-	۲۰۱۵-	۷۱۱۰	۸۲۸۹	۷۴	۹۲	سیستان و بلوچستان
۴۰۵۳-	۲۰۳۷-	۹۴۰۶	۱۴۹۵۵	۸۵	۱۰۸	فارس
۳۰۶۴-	۲۰۶۸-	۲۱۲۷	۳۰۸۱	۱۶	۲۱	قزوین
۴۰۲۸-	۳۰۰۱-	۱۲۳۴	۱۹۱۲	۱۴	۱۹	قم
۱۰۹۷	۰۰۸۵	۳۳۷۸	۲۶۹۷	۳۷	۳۴	کردستان
۰۰۸۰	۴۰۲۰-	۷۴۴۷۶	۶۸۷۷۳	۵۶	۸۶	کرمان
۰۰۲۷	۰۰۰۰	۱۶۲۹	۱۵۸۵	۳۸	۳۸	کرمانشاه
n.a.	n.a.	۶۷	۰	۲	۰	کهگیلویه و بویراحمد
۷۰۳۵	۱۰۰۱۶-	۶۲۲۲	۳۰۶۰	۲۵	۷۳	گلستان
۳۰۱۸	۲۰۱۹	۳۳۷۰	۲۴۶۳	۴۱	۳۳	گیلان
۱۳۰۸۸-	۱۱۰۰۷-	۳۴۹	۱۵۵۶	۱۳	۴۲	لرستان
۱۰۶۸	۰۰۹۱	۱۱۰۵۸	۹۴۶۳	۱۳۸	۱۲۶	مازندران
۶۰۲۶-	۲۰۰۵-	۱۲۹۷	۲۴۷۵	۲۶	۳۲	مرکزی
۲۰۵۰-	۵۰۶۳-	۴۳۱۷	۵۵۶۲	۴۲	۷۵	هرمزگان
۷۰۵۰	۱۰۸۹-	۲۸۷۷	۱۳۹۶	۱۹	۲۳	همدان
۳۰۴۰	۰۰۸۰	۷۸۵۶	۵۶۲۲	۵۲	۴۸	یزد
۰۰۵۷	۲۰۰۴-	۲۴۴۲۹۸	۲۳۰۷۸۴	۱۴۹۵	۱۸۳۸	کل کشور

سالنامه آماری کشور -۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ و محاسبات تحقیق

تعداد شاغلان شرکت‌های فعال تعاونی تولیدی از ۲۵۲۳۰ نفر در سال ۱۳۹۰ با رشد سالانه حدود ۴ درصد به ۳۶۸۴۶ نفر در سال ۱۴۰۰ رسیده است. در سال ۱۴۰۰ بیشترین تعداد شاغلان این تعاونی‌ها در استان تهران با ۷۶۰۲ نفر و کمترین تعداد در استان کهگیلویه و بویراحمد با ۶۷ نفر ثبت شده است. میزان سرمایه این شرکت‌ها در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ از حدود ۵۳۲ میلیارد ریال به ۲۱۳۶۵ میلیارد ریال افزایش یافته است. بیشترین و کمترین سرمایه این نوع تعاونی‌ها در سال ۱۴۰۰ به ترتیب در استان‌های تهران با ۱۴۳۵۱ میلیارد ریال و کهگیلویه و بویراحمد با ۱۰۹ میلیون ریال بوده است. ارقام نرخ رشد یا افول در جدول (۲) گویای آن است که در اغلب استان‌ها بر تعداد شاغلان و میزان سرمایه تعاونی‌ها افزوده شده است. رشد شاغلان در استان‌های اصفهان، تهران، زنجان و گیلان بیش از سایر استان‌ها بوده است. رشد سرمایه نیز در استان‌های اردبیل، تهران، خوزستان، گیلان، زنجان، یزد و سمنان بیشتر بوده است.

جدول (۲): شاغلان و سرمایه شرکتهای تعاونی فعال تأمین نیاز تولید کنندگان به تفکیک استان

سرمایه	شاغلان	سرمایه (میلیون ریال)		شاغلان (نفر)	
		۱۴۰۰	۱۳۹۰	۱۴۰۰	۱۳۹۰
۷۰۹۲	۰۰۰۹۹-	۴۱۱۶۳	۱۹۲۱۵	۱۸۸۲	۲۰۷۹
۵۰۵۰	۰۰۰۴۰-	۱۲۳۶۴	۷۲۴۰	۸۰۳	۸۳۶

اردبیل	۱۴۱	۲۷۷	۱۶	۱۳۷۸	۶۹۹	۵۶.۱۴
اصفهان	۱۳۰۲	۷۱۴۹	۸۰۲۶۴	۲۴۹۴۸۹	۱۸.۵۷	۱۲.۰۱
البرز	۴۲۷	۱۰۱۱	۶۰۰۹	۷۹۵۶	۹.۰۰	۲.۸۵
ایلام	۶۹	۱۲۵	۸۶۱۳	۹۰۹۰	۶.۱۲	۰.۵۴
بوشهر	۹۶۳	۱۲۱۶	۸۱۹۰	۲۷۲۵۵	۲.۳۶	۱۲.۷۸
تهران	۲۱۸۸	۷۶۰۲	۱۵۴۱۱۳	۱۴۳۵۱۳۹۹	۱۳.۲۶	۵۷.۳۶
چهارمحال و بختیاری	۴۶۵	۳۳۹	۱۰۰۱	۸۳۹	-۳.۱۱	-۱.۷۵
خراسان جنوبی	۱۵۳	۲۸۵	۸۳۶۰	۱۳۶۴۹	۶.۴۲	۵.۰۲
خراسان رضوی	۱۲۵۱	۱۲۳۳	۵۱۱۲۷	۹۲۳۲۵	-۰.۱۴	۶.۰۹
خراسان شمالی	۱۸۲	۹۴	۹۳۲	۶۹۸	-۶.۳۹	-۲.۸۵
خوزستان	۱۱۰۸	۹۰۰	۶۱۲۰	۶۹۴۸۲	-۲.۰۶	۲۷.۵۰
زنجان	۱۰۰	۲۸۹	۱۱۴۵	۴۷۹۱	۱۴.۵۵	۱۵.۳۹
سمنان	۷۰۴	۶۶۲	۶۶۰۶	۳۳۸۲۶	-۰.۶۱	۱۷.۷۴
سیستان و بلوچستان	۲۵۶۵	۲۰۲۸	۲۷۷۵	۵۹۳۴	-۲.۳۲	۷.۹۰
فارس	۱۴۲۱	۹۱۸	۱۵۹۶۲	۱۳۰۷۷	-۴.۲۸	-۱.۹۷
قزوین	۲۸۵	۱۵۶	۱۸۰۰۷	۳۰۵۳۳	-۵.۸۵	۵.۴۲
قم	۱۳۳	۷۷	۲۱۶۲۵	۴۲۵۳۹	-۵.۳۲	۶.۹۹
کردستان	۱۷۹	۲۸۴	۱۴۹۷	۲۲۲۱	۴.۷۲	۴.۰۲
کرمان	۶۷۵	۸۹۰	۱۹۸۳۱	۸۳۳۲	۲.۸۰	-۸.۳۱
کرمانشاه	۱۵۴۹	۱۶۲۴	۶۹۸	۶۴۶	۰.۴۷	-۰.۷۷
کهگیلویه و بویراحمد	۰	۶۷	۰	۱۰۹	n.a.	n.a.
گلستان	۷۳۴	۱۲۲۹	۱۱۹۶۴	۱۵۱۵۵	۵.۲۹	۲.۳۹
گیلان	۲۷۱	۶۵۸	۳۲۲۷۴	۶۰۱۵۲۸۵	۹.۲۸	۶۸.۶۷
لرستان	۱۷۲	۱۰۷	۲۲۹۹	۱۸۴۹	-۴.۶۴	-۲.۱۵
مازندران	۱۸۰۴	۱۹۲۱	۲۳۱۸۰	۴۸۴۷۱	۰.۶۳	۷.۶۶
مرکزی	۱۱۶	۱۱۶	۲۶۰۴	۵۲۶۹	۰.۰۰	۷.۳۰
هرمزگان	۲۵۸۶	۱۵۵۹	۲۳۷۹	۵۵۱۸	-۴.۹۳	۸.۷۸
همدان	۱۳۷	۱۶۹	۲۷۲۷	۷۶۳۰	۲.۱۲	۱۰.۸۰
یزد	۶۳۵	۱۰۸۳	۴۳۷۷۲	۲۴۶۸۵۰	۵.۴۸	۱۸.۸۸
کل کشور	۲۵۲۳۰	۳۶۸۴۶	۵۳۱۵۶۵	۲۱۳۶۵۱۲۰	۳.۸۶	۴۴.۶۸

سالنامه آماری کشور -۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ و محاسبات تحقیق

شرکت‌های تعاونی تأمین نیاز مصرف کنندگان: این نوع شرکت‌های تعاونی در امر تهیه و تأمین انواع کالا و لوازم مصرفی مورد نیاز اعضای تعاونی از داخل و خارج کشور در چارچوب مصالح عمومی و کاهش قیمت‌ها و هزینه‌ها، فعالیت دارند و شامل شرکت‌های تعاونی مصرف کارمندی، مصرف کارگری، مصرف محلی، مصرف آزاد، مرزنشینان و صنوف توزیعی می‌باشند. تعداد شرکت‌های فعال تعاونی در این گروه از ۵۸۲۴ در سال ۱۳۹۰ به ۴۰۸۷ در سال ۱۴۰۰ کاهش یافته است. در سال ۱۴۰۰ بیشترین تعداد این تعاونی‌ها در استان تهران با ۱۲۴۸ تعاونی و کم‌ترین تعداد در استان چهارمحال و بختیاری با ۲۹ تعاونی فعالیت داشتند. تعداد اعضای شرکت‌های تعاونی فعال تأمین‌نیاز مصرف کنندگان در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ از حدود ۶ میلیون به حدود ۵

میلیون عضو کاهش یافته است. بیشترین و کمترین تعداد اعضا در سال ۱۴۰۰ به ترتیب در استانهای تهران با ۱۱۱۱۵۶۶ و چهارمحال و بختیاری با ۴۹۰۷ عضو بوده است. ارقام نرخ رشد یا افول در جدول (۳) گویای آن است که در تمام استانها از تعداد این گونه تعاونیها کاسته شده و تعداد اعضای آنها در چند استان محدود، رشد داشته است. کاهش اعضا در استانهایی چون البرز، اردبیل، فارس و مازندران با شدت بیشتری رخ داده است.

جدول (۳): تعداد و اعضای شرکتهای تعاونی فعال تأمین نیاز مصرف کنندگان به تفکیک استان

تعداد	اعضا	نرخ رشد(افول) %	
		تعداد	اعضا
۱۳۹۰	۱۴۰۰	۱۴۰۰	۱۳۹۰
۳۱۵	۲۱۷	۲۱۳۰۳۳	۲۸۶۲۷۷
۱۳۹	۱۰۴	۱۵۸۹۶۱	۲۱۰۰۴۵
۸۱	۵۹	۵۰۶۴۸	۹۵۹۰۹
۲۶۳	۲۱۸	۲۹۰۱۸۷	۲۶۹۲۷۱
۱۹۰	۴۳	۴۴۹۷۱	۱۰۶۸۱۷۴
۶۴	۳۶	۷۰۵۴۱	۳۱۹۱۰
۸۳	۵۴	۲۷۳۸۳۷	۳۶۰۶۰۸
۱۶۴۳	۱۲۴۸	۱۱۱۱۵۶۶	۱۰۷۴۳۳۲
۴۳	۲۹	۴۹۰۷	۸۶۴۰
۶۸	۵۱	۶۸۴۲۱	۳۵۸۱۲۳
۴۸۴	۲۵۳	۴۴۵۳۲۴	۵۹۴۱۱۰
۵۰	۴۳	۵۷۳۶۴	۴۸۹۴۴
۱۸۴	۱۱۰	۴۷۰۰۷۲	۶۵۹۳۹۶
۵۶	۳۵	۲۹۱۸۷	۳۵۱۴۴
۷۴	۴۷	۳۹۳۵۷	۲۱۲۴۲
۱۹۲	۱۶۴	۱۳۰۳۲۱	۱۵۸۶۹۰
۲۵۶	۱۷۲	۲۳۶۰۷۲	۵۴۷۵۰۷
۶۰	۴۴	۴۳۸۴۲	۴۹۲۰۴
۴۷	۳۹	۳۸۶۰۰	۴۰۲۶۱
۱۰۵	۸۰	۹۶۶۱۰	۱۴۵۱۶۵
۲۰۱	۱۵۷	۱۱۵۸۷۱	۱۰۷۲۰۷
۱۲۶	۱۰۴	۲۰۰۱۰۲	۱۴۴۳۰۸
۴۷	۳۷	۱۷۵۵۷	۲۳۲۵۶
۱۱۶	۷۸	۱۰۷۰۸۰	۹۱۵۲۴
۱۲۱	۱۲۰	۱۲۰۰۶۶	۹۳۴۷۴
۱۳۲	۵۱	۱۹۲۰۸	۲۵۶۹۵
۲۵۳	۱۸۷	۱۱۶۹۰۳	۳۵۴۰۸۶
۸۴	۷۹	۵۵۵۰۶	۵۷۲۳۳
۱۵۸	۸۵	۲۶۲۱۷۶	۲۲۸۲۶۲
۸۶	۴۳	۵۳۶۶۱	۱۸۳۳۹
۱۰۳	۱۰۰	۴۸۸۹۰	۶۵۲۳۷
۵۸۲۴	۴۰۸۷	۴۹۹۰۸۴۱	۵۹۸۷۹۷۳

سالنامه آماری کشور -۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ و محاسبات تحقیق

تعداد شاغلان شرکت‌های فعال تعاونی مصرف از ۱۲۴۳۰۹ نفر در سال ۱۳۹۰ با رشد سالانه حدود ۶ درصد به ۲۱۶۹۷۳ نفر در سال ۱۴۰۰ رسیده است. در سال ۱۴۰۰ بیشترین تعداد شاغلان این تعاونی‌ها در استان تهران با ۱۳۹۲۷۱ نفر و کم‌ترین تعداد در استان زنجان با ۱۱۹ نفر ثبت شده است. میزان سرمایه این شرکت‌ها در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ از حدود ۸۵۳۱ میلیارد ریال به ۱۷۵۷۹ میلیارد ریال افزایش یافته است. بیشترین و کم‌ترین سرمایه این نوع تعاونی‌ها در سال ۱۴۰۰ به ترتیب در استان‌های تهران با ۱۰۶۲۵ میلیارد ریال و کهگیلویه و بویراحمد با ۴۸۲۴ میلیون ریال بوده است. ارقام نرخ رشد یا افول در جدول (۴) گویای آن است که در بیشتر استان‌ها بر تعداد شاغلان و میزان سرمایه تعاونی‌ها افزوده شده است. رشد شاغلان در استان‌های آذربایجان شرقی، تهران، قم، کهگیلویه و بویراحمد و هرمزگان بیش از سایر استان‌ها بوده است. رشد سرمایه نیز در استان‌های آذربایجان شرقی، اصفهان، تهران، خوزستان، سمنان، گلستان و همدان بیشتر بوده است.

جدول (۴): شاغلان و سرمایه شرکتهای تعاونی فعال تأمین نیاز مصرف کنندگان به تفکیک استان

شاغلان(نفر)	سرمایه(میلیون ریال)		نرخ رشد(افول) %	
	۱۳۹۰	۱۴۰۰	۱۳۹۰	۱۴۰۰
آذربایجان شرقی	۵۱۹۶	۱۳۷۳۰	۵۴۲۲۸۳	۱۰.۲۰
آذربایجان غربی	۱۶۸۶	۱۰۱۶	۳۸۴۱۹۱	-۴.۹۴
اردبیل	۳۵۳	۲۱۲	۱۷۴۵۵	-۴.۹۷
اصفهان	۹۶۰۸	۴۵۹۱	۱۵۰۱۳۲۴	-۷.۱۲
البرز	۴۲۲۸	۱۵۰	۱۵۲۳۷	-۲۸.۳۹
ایلام	۴۸۸	۱۱۱۸	۸۳۸۲	۸.۶۴
بوشهر	۳۶۹	۲۷۷	۱۰۴۰۹	-۲.۸۳
تهران	۴۸۹۸۱	۱۳۹۲۷۱	۱۰۶۲۵۲۸۲	۱۱.۰۲
چهارمحال و بختیاری	۳۶۲	۶۳۶	۹۷۶۹	۵.۸۰
خراسان جنوبی	۳۰۷	۲۰۳	۱۹۲۵۷	-۴.۰۵
خراسان رضوی	۸۰۱۹	۵۲۵۵	۳۶۳۷۵۴	-۴.۱۴
خراسان شمالی	۳۰۶	۱۸۵	۱۱۷۲۵	-۴.۹۱
خوزستان	۲۰۶۷	۳۶۷۱	۳۶۱۸۳۰	۵.۹۱
زنجان	۵۴۰	۱۱۹	۲۰۵۴۵	-۱۴.۰۴
سمنان	۴۷۶۹	۲۴۷	۴۲۰۹۷	-۲۵.۶۳
سیستان و بلوچستان	۱۸۳۵	۲۳۷۲	۷۴۴۲۶۸	۲.۶۰
فارس	۲۳۴۶	۴۳۴۲	۷۹۲۰۶	۶.۳۵
قزوین	۳۰۳	۵۵۱	۳۹۱۹۷	۶.۱۶
قم	۳۹۶	۱۵۲۴	۳۱۶۷۱	۱۴.۴۳
کردستان	۱۳۸۲	۲۵۹	۴۴۸۷۲	-۱۵.۴۲
کرمان	۲۹۰۶	۲۴۵۲	۴۰۳۹۵	-۱.۶۸
کرمانشاه	۱۱۸۳	۱۱۱۳۲	۲۴۲۷۱	۲۵.۱۳
کهگیلویه و بویراحمد	۱۶۹	۶۳۴	۴۸۳۴	۱۴.۱۴
گلستان	۴۱۷۳	۱۴۰۹	۱۵۷۳۹۷۵	-۱۰.۲۹
گیلان	۳۶۸۷	۱۰۳۵	۶۵۱۴۱۹	-۱۱.۹۳
لرستان	۲۰۰۵	۱۵۸۰	۶۳۳۶	-۲.۳۵

مازندران	۱۰۳۵۱	۴۶۵۶	۳۳۳۴۰۵۳	۱۳۲۱۶۴	-۷۶۸	-۲۷۰۵۹
مرکزی	۷۳۴	۵۹۳	۲۲۸۰۴	۲۱۶۹۴	-۲۰۱۱	-۰۰۵۰
هرمزگان	۴۲۰۱	۱۲۷۶۷	۳۹۲۹۷	۳۳۸۶۳	۱۱۰۷۶	-۱۰۴۸
همدان	۶۴۶	۴۲۸	۵۷۶۵۶	۱۳۹۳۴۹	-۴۰۰۳	۹۰۲۳
یزد	۷۱۳	۵۵۸	۵۲۳۳۷	۷۷۴۵۰	-۲۰۴۲	۴۰۰
کل کشور	۱۲۴۳۰۹	۲۱۶۹۷۳	۸۵۳۱۳۷۹	۱۷۵۷۸۶۹۵	۵۰۷۳	۷۰۵۰

سالنامه آماری کشور -۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ و محاسبات تحقیق

شرکت های تعاونی خدماتی: شرکت تعاونی است که به منظور ارائه خدمات در یکی از رشته های خدماتی برحسب طبقه بندی فعالیت های اقتصادی (ISIC) تشکیل و ثبت می شود.

تعداد شرکت های فعال تعاونی در این گروه از ۲۱۱۴۴ در سال ۱۳۹۰ به ۱۸۳۴۹ در سال ۱۴۰۰ کاهش یافته است. در سال ۱۴۰۰ بیشترین تعداد این تعاونی ها در استان تهران با ۱۷۳۳ تعاونی و کمترین تعداد در استان البرز با ۱۰۵ تعاونی فعالیت داشتند. تعداد اعضای شرکت های تعاونی فعال خدماتی در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ از حدود ۴۷۰۷۷۵ به حدود ۵۱۳۱۲۰ عضو افزایش یافته است. بیشترین و کمترین تعداد اعضا در سال ۱۴۰۰ به ترتیب در استان های تهران با ۱۸۸۸۲۵ و قزوین با ۲۱۷۳ عضو بوده است. ارقام نرخ رشد یا افول در جدول (۵) گویای آن است که در بیشتر استان ها از تعداد این گونه تعاونی ها کاسته شده و رشد تعداد اعضا در بیشتر استان ها وجود داشته است. بیشترین رشد تعداد اعضا در استان هایی چون اصفهان، بوشهر، تهران، خراسان شمالی، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد و گیلان رخ داده است.

جدول (۵): تعداد و اعضای شرکتهای تعاونی فعال خدماتی به تفکیک استان

استان	تعداد		اعضا		نرخ رشد(افول) %	
	۱۳۹۰	۱۴۰۰	۱۳۹۰	۱۴۰۰	تعداد	اعضا
آذربایجان شرقی	۱۳۹۲	۱۲۱۰	۳۰۱۴۹	۳۳۰۴۲	-۱۰۳۹	۰۰۹۲
آذربایجان غربی	۵۰۳	۴۰۶	۱۰۲۷۶	۱۰۹۲۹	-۲۰۱۲	۰۰۶۲
اردبیل	۴۸۱	۳۵۴	۵۸۳۹	۳۰۹۳	-۳۰۰۲	-۶۰۱۶
اصفهان	۶۰۵	۶۶۴	۱۳۴۴۱	۲۰۸۶۸	۰۰۹۳	۴۰۵۰
البرز	۵۴۷	۱۰۵	۹۱۴۵	۷۵۰۸	-۱۵۰۲۱	-۱۰۹۵
ایلام	۳۸۶	۳۷۶	۳۱۵۵	۲۹۴۹	-۰۰۲۶	-۰۰۶۷
بوشهر	۴۸۴	۷۷۷	۴۷۱۷	۱۱۱۰۲	۴۸۵	۸۰۹۴
تهران	۲۰۸۳	۱۷۳۳	۶۹۷۲۳	۱۸۸۸۲۵	-۱۰۸۲	۱۰۰۴۸
چهارمحال و بختیاری	۳۳۲	۳۴۹	۳۰۸۸	۳۳۷۷	۰۰۵۰	۰۰۹۰
خراسان جنوبی	۲۸۵	۱۹۰	۳۱۷۳	۳۷۹۶	-۳۰۹۷	۱۰۸۱
خراسان رضوی	۱۷۲۵	۱۸۱۸	۵۴۵۱۸	۴۷۷۵۷	۰۰۵۳	-۱۰۳۳
خراسان شمالی	۴۲۲	۳۷۵	۵۸۴۲	۹۱۵۴	-۱۰۱۷	۴۰۵۹
خوزستان	۶۴۰	۵۵۰	۱۳۳۴۶	۱۰۵۹۱	-۱۰۵۰	-۲۰۲۹
زنجان	۳۹۳	۱۴۷	۱۶۴۷۶	۲۳۱۰	-۹۰۳۷	-۱۷۸۴
سمنان	۲۲۳	۱۷۴	۲۷۷۴	۳۳۰۱	-۲۰۴۵	۱۰۴۴
سیستان و بلوچستان	۶۰۵	۴۰۵	۶۰۸۷	۴۴۴۷	-۳۰۹۳	-۳۰۰۹
فارس	۱۴۰۴	۱۳۵۳	۲۱۷۰۸	۲۲۶۹۸	-۰۰۳۷	۰۰۴۵
قزوین	۱۳۲	۱۱۴	۳۱۱۱	۲۱۷۳	-۱۰۴۶	-۳۰۵۲

قم	۱۷۶	۱۸۸	۳۶۱۴	۳۰۵۶	۰۶۶	-۱۶۶
کردستان	۳۷۷	۴۳۰	۵۰۳۳	۶۹۱۴	۱۳۳	۳۲۳
کرمان	۱۰۶۶	۸۸۶	۱۲۰۲۱	۱۰۶۳۷	-۱۸۳	-۱۰۲۲
کرمانشاه	۶۵۱	۶۱۴	۷۰۹۵	۶۴۷۴	-۰۵۸	-۰۹۱
کهگیلویه و بویراحمد	۳۲۵	۵۱۲	۲۵۸۱	۴۳۵۰	۴۶۵	۵۰۳۶
گلستان	۹۳۸	۶۹۴	۸۶۸۸۴	۱۰۴۵۹	-۲۹۷	-۱۹۰۸
گیلان	۵۴۸	۴۸۸	۶۱۲۴	۷۷۹۵	-۱۱۵	۲۰۴۴
لرستان	۴۹۱	۵۵۹	۶۰۹۸	۷۱۱۰	۱۳۱	۱۵۵
مازندران	۱۶۰۲	۱۲۹۵	۲۹۷۰۰	۳۳۶۹۸	-۲۱۰	۱۰۲۷
مرکزی	۴۲۰	۳۵۲	۷۲۶۳	۷۸۵۵	-۱۷۵	۰۰۷۹
هرمزگان	۹۶۱	۵۱۶	۱۰۱۹۸	۶۴۲۸	-۶۰۳	-۴۵۱
همدان	۳۳۰	۲۴۳	۲۸۵۴	۳۲۵۳	-۳۰۱	۱۰۳۳
یزد	۶۱۷	۴۷۲	۱۴۷۴۲	۱۷۲۷۱	-۲۶۴	۱۶۰
کل کشور	۲۱۱۴۴	۱۸۳۴۹	۴۷۰۷۷۵	۵۱۳۱۲۰	-۱۰۴۱	۰۰۸۷

سالنامه آماری کشور-۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ و محاسبات تحقیق

تعداد شاغلان شرکت‌های فعال تعاونی خدماتی از ۲۱۶۹۸۰ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۲۳۳۵۶۸ نفر در سال ۱۴۰۰ رسیده است. در سال ۱۴۰۰ بیشترین تعداد شاغلان این تعاونی‌ها در استان تهران با ۴۳۴۳۶ نفر و کم‌ترین تعداد در استان البرز با ۷۰۶ نفر ثبت شده است. میزان سرمایه این شرکت‌ها در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ از حدود ۱۰۱۷۴ میلیارد ریال به ۲۰۳۵۹ میلیارد ریال افزایش یافته است. بیشترین و کم‌ترین سرمایه این نوع تعاونی‌ها در سال ۱۴۰۰ به ترتیب در استان‌های البرز با ۱۰۰۵۶ میلیارد ریال و همدان با ۱۲۱۳۹ میلیون ریال بوده است. ارقام نرخ رشد یا افول در جدول (۶) گویای آن است که در اغلب استان‌ها بر تعداد شاغلان و میزان سرمایه تعاونی‌ها افزوده شده است. رشد شاغلان در استان‌های اصفهان، ایلام، خراسان رضوی، قم و کهگیلویه و بویراحمد بیش از سایر استان‌ها بوده است. رشد سرمایه نیز در استان‌های البرز، آذربایجان شرقی، اردبیل، تهران، خراسان‌ها، سمنان، سیستان و بلوچستان، فارس، قزوین، قم، کردستان، کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد، مرکزی، هرمزگان، بالا بوده است.

جدول (۶): شاغلان و سرمایه شرکتهای تعاونی فعال خدماتی به تفکیک استان

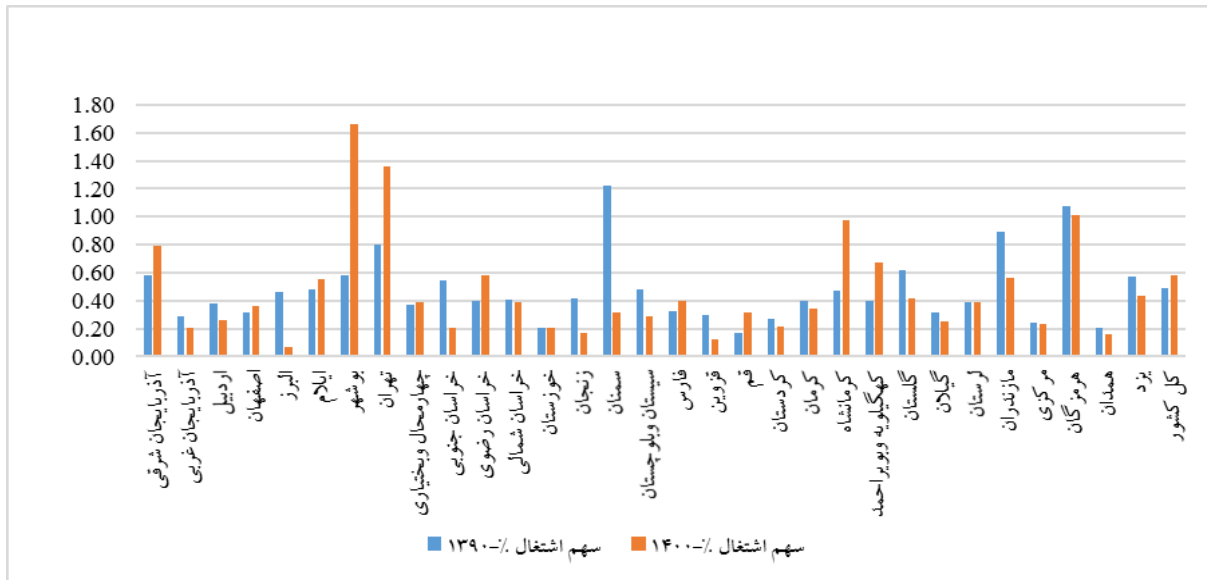
استان	شاغلان (نفر)		سرمایه (میلیون ریال)		نرخ رشد (افول) %	
	۱۳۹۰	۱۴۰۰	۱۳۹۰	۱۴۰۰	شاغلان	سرمایه
آذربایجان شرقی	۱۴۲۳۶	۱۶۲۴۰	۱۶۹۰۸۸	۹۰۴۹۷۷	۱۳۳	۱۸۰۲۶
آذربایجان غربی	۶۴۵۶	۵۱۰۴	۴۳۸۶۹	۱۳۷۶۶۳	-۲۳۲	۱۲۰۱۲
اردبیل	۴۲۳۴	۲۸۵۸	۳۹۲۲۷	۳۸۶۶۵۱	-۳۸۵	۲۵۰۷۱
اصفهان	۴۵۲۰	۷۶۱۰	۱۳۴۸۴۵	۱۷۶۵۹۹	۵۳۵	۲۰۷۳
البرز	۶۵۷۱	۷۰۶	۱۵۲۴۹	۱۰۰۵۵۸۳۲	-۱۹۹۹	۹۱۰۳۹
ایلام	۲۱۲۴	۲۰۵۵	۱۹۸۶۰	۱۸۳۴۶	-۰۳۳	-۰۰۷۹
بوشهر	۴۷۱۲	۱۹۱۷۷	۱۳۱۳۷	۲۱۵۶۲	۱۵۰۷	۵۰۰۸
تهران	۴۶۲۴۴	۴۳۴۳۶	۶۳۹۱۰۷	۳۱۷۳۰۰۵	-۰۶۲	۱۷۰۳۸
چهارمحال و بختیاری	۲۴۷۸	۲۸۷۹	۱۰۸۸۵	۱۶۱۶۱	۱۵۱	۴۰۰۳

۱۵۵۴	-۹.۰۳	۲۳۵۵۲	۵۵۵۳	۱۲۲۵	۳۱۵۵	خراسان جنوبی
۱۰.۴۹	۸.۹۱	۶۴۱۵۶۱	۲۳۶۵۸۱	۳۳۵۷۵	۱۴۳۰۰	خراسان رضوی
۱۲.۳۷	-۰.۲۷	۵۷۸۴۲	۱۸۰۲۲	۳۱۶۵	۳۰۸۰	خراسان شمالی
-۱۸.۹۳	-۰.۴۷	۱۰۵۶۹۸	۸۶۱۷۹۵	۵۸۸۵	۶۱۶۸	خوزستان
۴.۹۰	-۸.۹۴	۸۴۲۴۰	۵۲۲۳۰	۱۳۹۴	۳۵۵۸	زنجان
۱۲.۷۶	-۳.۹۴	۸۳۴۷۶	۲۵۱۱۰	۱۵۱۲	۲۲۶۰	سمنان
۱۰.۸۶	-۵.۵۹	۱۰۳۷۲۳	۳۶۹۹۳	۴۳۴۸	۷۷۳۱	سیستان و بلوچستان
۳۱.۸۳	۲.۷۷	۸۷۴۶۹۴	۵۵۱۶۰	۱۴۶۷۹	۱۱۱۷۴	فارس
۱۳.۷۷	-۱۱.۴۴	۸۲۰۳۳	۲۲۵۸۲	۸۷۶	۲۹۵۲	قزوین
۱۸.۶۲	۶.۷۹	۱۱۹۸۸۴	۲۱۷۳۳	۲۷۹۰	۱۴۴۶	قم
۲۶.۶۳	۱.۹۵	۲۴۷۹۳۵	۲۳۳۹۰	۳۰۲۳	۲۴۹۳	کردستان
۰.۹۳	-۰.۰۵	۴۰۵۱۷۱	۳۶۹۲۸۱	۸۰۵۴	۸۰۱۵	کرمان
۸.۲۱	-۰.۱۸	۵۷۹۵۷	۲۶۳۴۱	۶۶۲۱	۶۵۰۲	کرمانشاه
۶.۹۶	۵.۶۵	۱۸۹۸۹	۹۶۸۵	۴۳۰۲	۲۴۸۲	کهگیلویه و بویراحمد
-۱۸.۷۲	-۰.۸۷	۴۴۲۶۰۶	۳۵۱۵۵۳۰	۵۴۹۱	۵۹۹۰	گلستان
۱۳.۸۰	۲.۰۴	۴۱۶۶۷۸	۱۱۴۳۸۲	۴۸۲۰	۳۹۳۹	گیلان
۰.۰۵	۱.۳۰	۲۸۹۴۸۳	۲۸۰۰۱۲	۵۲۵۳	۴۶۱۵	لرستان
-۱۳.۴۵	-۱.۹۵	۲۷۹۵۳۳	۱۱۸۵۰۱۲	۱۲۵۶۲	۱۵۲۹۱	مازندران
۷.۵۶	-۰.۷۷	۱۷۰۲۰۴	۸۲۱۴۷	۲۷۱۶	۲۵۱۶	مرکزی
۱۶.۶۱	-۶.۵۸	۲۲۵۲۸۸	۴۸۴۴۰	۵۱۶۱	۱۰۱۹۲	هرمزگان
-۲.۵۵	-۲.۲۶	۱۲۱۳۹	۱۵۷۱۸	۲۲۲۰	۲۷۹۱	همدان
-۹.۹۸	-۲.۱۴	۷۲۵۵۵۶	۲۰۷۵۵۳۵	۳۸۳۱	۴۷۵۵	یزد
۷.۱۸	۰.۷۴	۲۰۳۵۹۰۳۸	۱۰۱۷۴۴۹۹	۲۳۳۵۶۸	۲۱۶۹۸۰	کل کشور

سالنامه آماری کشور -۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ و محاسبات تحقیق

۴-۲- سهم اشتغال در تعاونی‌ها

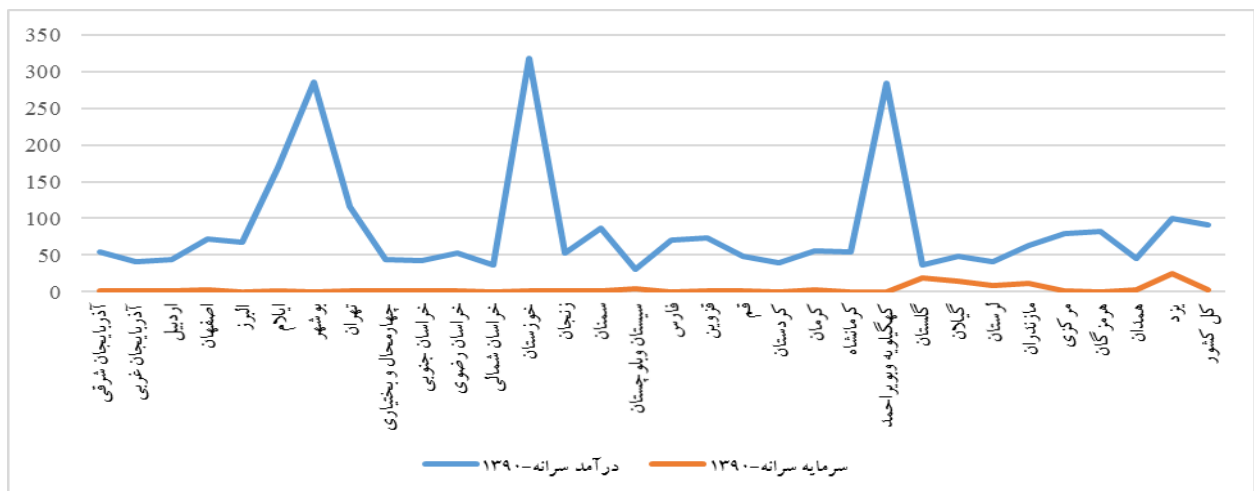
یکی از قابلیت‌های مهم تعاونی‌ها، اشتغال‌زایی است. در این پژوهش به دلیل تاکید بر تعاونی‌های خدماتی، تأمین‌نیاز تولیدکنندگان و تأمین‌نیاز مصرف‌کنندگان، سهم اشتغال تعاونی‌ها در سراسر استان‌ها کمتر از ۲ درصد جمعیت استان برآورد شده است. مطابق نمودار (۱) در سال ۱۳۹۰ استان‌های سمنان، هرمزگان، مازندران و تهران، چهار استان برتر از حیث سهم اشتغال تعاون بودند، اما در سال ۱۴۰۰ استان‌های بوشهر، تهران، هرمزگان و کرمانشاه در جایگاه‌های برتر قرار گرفته‌اند. غیر از استان تهران که فرصت‌های بیشتری برای اشتغال دارد، بالا بودن سهم اشتغال در استان‌هایی چون بوشهر، هرمزگان و کرمانشاه می‌تواند امیدبخش باشد.



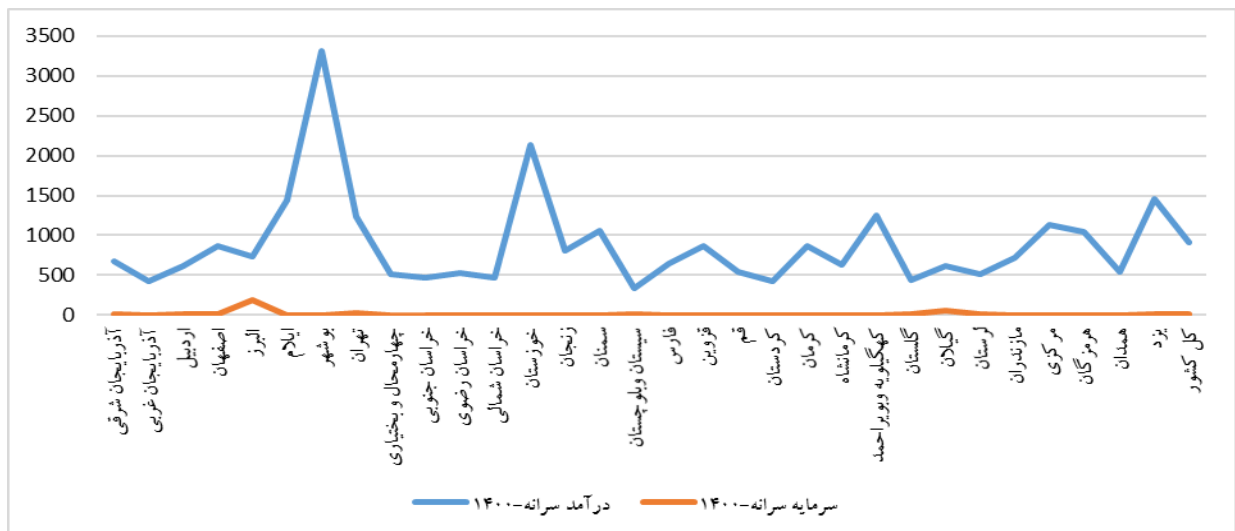
نمودار(۱): سهم اشتغال در تعاونی های مورد مطالعه در سال های ۱۳۹۰ و ۱۴۰۰

۳-۴- رابطه سرمایه سرانه در تعاونی ها با درآمد سرانه

سرمایه اولیه تعاونی ها از طریق سهم و آورده اعضا تأمین می شود و در جریان فعالیت و گسترش دامنه آن قابل افزایش است. به طور نظری، می توان انتظار داشت که با افزایش درآمد سرانه، سرمایه سرانه تعاونی هم افزایش یابد. در نمودارهای ۲ و ۳ این ارتباط تأیید نمی شود زیرا درآمد سرانه در بین استان ها بسیار پرنوسان است اما سرمایه سرانه در هر دو نمودار تقریباً خطی است و تنها در کرانه ها نوسان بیشتری دارد. ضریب همبستگی جزئی بین دو متغیر در دو سال ۱۳۹۰ و ۱۴۰۰ به ترتیب $-0/153$ و $-0/078$ است که فرضیه ارتباط مثبت بین درآمد سرانه و سرمایه سرانه را تأیید نمی کند و با تغییرات شماتیک سازگار است.



نمودار(۲): سرمایه سرانه تعاونی ها و درآمد سرانه در سال ۱۳۹۰



نمودار (۳): سرمایه سرانه تعاونی‌ها و درآمد سرانه در سال ۱۴۰۰

۵- نتیجه گیری

در دوره مورد بررسی، تعداد تعاونی‌ها در هر سه رسته تأمین نیاز تولیدکنندگان، تأمین نیاز مصرف کنندگان و تعاونی‌های خدماتی با کاهش روبرو شده است. تعداد اعضا در تعاونی‌های تأمین‌نیاز تولیدکنندگان و تعاونی‌های خدماتی با افزایش جزئی همراه است در حالی که تعداد اعضا در تعاونی‌های تأمین‌نیاز مصرف کنندگان کاهش یافته است. تعداد شاغلان در سه گروه تعاونی در بازه ۱۴۰۰-۱۳۹۰ افزایش یافته اما در مورد تعاونی‌های خدماتی، میزان افزایش، کمتر بوده است. میزان سرمایه نیز در هر سه گروه رشد یافته است که البته نشانه‌ای از رشد نقدینگی در اقتصاد ایران است. مطابق محاسبات سهم اشتغال تعاونی‌ها در همه استان‌ها کمتر از ۲ درصد جمعیت استان برآورد شده است. علاوه بر این، رابطه مثبت بین درآمد سرانه و سرمایه سرانه در تعاونی‌های استانی مشاهده نشد.

بخش تعاون در طبقه بندی نظام‌های اقتصادی معمولاً به عنوان "بخش سوم" تعریف می‌شود. بخش اول، دولت و بخش دوم، بازار است. با این تمایز، انتظار می‌رود بخش تعاون موفق و کارآمد بتواند کاستی‌های دولت و بازار را رفع نماید. به همین دلیل است که سهم بخش تعاون در اقتصاد ملی ۲۵ درصد پیش بینی شده است، هر چند آمار دقیق از این سهم موجود نیست. در حال حاضر، آمار محدودی در رابطه با تعداد تعاونی‌ها، تعداد اعضا، تعداد شاغلان و سرمایه تعاونی‌ها از سوی مرکز آمار ایران منتشر می‌شود اما نحوه عملکرد، درآمد، میزان فروش، تفکیک فعالیت‌ها (رسته و صنف)، ارزش افزوده و مانند آنها گزارش نمی‌شود. به نظر می‌رسد دستورالعمل اتحادیه بین‌المللی تعاون (ایکا) در زمینه جمع‌آوری و دسته‌بندی اطلاعات راهنمای خوبی برای تکمیل و بروزرسانی داده‌های آماری باشد.

حوزه تعاون، شامل تمام واحدهای تعاونی (تولیدی، مصرفی، خدماتی و...) است که رسماً ذیل عنوان تعاونی به ثبت رسیده اند. در نتیجه بخش‌های خصوصی سازی شده، واگذار شده و مانند آنها که در تجربه تاریخی خود معضلات زیادی را به همراه داشته اند، خارج از قلمرو تعاون هستند. زمینه جدید فعالیت تعاونی‌ها، در حوزه استارت آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان است. قوانین و مقررات این حوزه اجازه تأسیس شرکت در قالب تعاونی‌ها را داده و لذا فعالان رشته‌های دانش‌بنیان می‌توانند در قالب شرکت‌های تعاونی به راه‌اندازی کسب و کار خود اقدام نمایند.

برای تقویت تعاونی‌ها می‌توان آموزش در حوزه مهارت‌های مدیریتی، مبانی نظری تعاونی‌ها، فلسفه وجودی تعاونی‌ها، جایگاه و نقش تعاونی‌ها در اقتصاد ملی، تعامل تعاونی‌ها با دولت، تجارب تاریخی تعاونی‌ها... و موارد مشابه را مدنظر قرار داد. علاوه بر این، پژوهش در حوزه تعاون در زمینه‌های اشتغال زایی، سرمایه‌گذاری، ارزش‌افزوده، توزیع عادلانه درآمدها و ثروت‌ها و فرصت‌ها، کاهش فقر، تحریک رشد اقتصادی، توانمندسازی زنان، تحکیم و تثبیت مناسبات اجتماعی، تقویت روابط فرهنگی و... قابل توصیه هستند.

منابع

- آقاپورصباغی، محمد. (۱۳۹۳). ارزیابی اقتصادی تعاونی‌های تولید استان خوزستان. اقتصاد کشاورزی (اقتصاد و کشاورزی)، ۸(۱)، ۱۰۱-۱۱۷.
- انواری، ابراهیم، و محمودی، ادریس. (۱۳۹۷). تعیین مزیت‌های رقابتی تعاونی‌های تولیدی برای توسعه بازارهای تعاونی در استان خوزستان. تعاون و کشاورزی (تعاون)، ۷(۲۸)، ۵۱-۷۰.
- تقوا، محمدرضا، رودساز، حبیب اله، و رضایی نژاد، محمدرضا. (۱۴۰۰). بررسی عوامل تاثیرگذار بر تامین مالی تعاونی‌های سهامی سرمایه گذار (مورد مطالعاتی: گروه تعاونی پیشگامان کویر یزد). سیاست نامه علم و فناوری، ۱۱(۴ (پیاپی ۳۷))، ۲۷-۴۴.
- صباغ کرمانی، مجید؛ عاقلی، لطفعلی (۱۳۸۳). ضرورت ارتقای تعاونی‌ها و جایگاه آن در بخش سوم اقتصاد مقاله. فصلنامه مدرس علوم انسانی، شماره ۳۳، ۱۴۸-۱۲۷.
- صلاحی اصفهانی، گیتی. (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی تعاونی‌های تولید در راستای توسعه پایدار روستایی نمونه موردی: تعاونی‌های تولید شهرستان ساوه. جغرافیا، ۱۶(۵۸)، ۶۴-۸۱.
- فرج زاده، ذکریا، زارعی، صمد، و مختاری، سهراب. (۱۳۹۵). تأمین مالی خرد و اشتغال زایی در تعاونی‌های استان فارس با تاکید بر تعاونی‌های روستایی: ارزیابی دیدگاه اعضای تعاونی و عوامل تعیین کننده. روستا و توسعه، ۱۹(۲)، ۱۷۷-۲۰۱.

فیض پور، محمدعلی، دانش، سیدحسینعلی، و پوش دوزباشی، هانیه. (۱۳۸۸). خصوصی سازی یا تعاونی سازی. اقتصاد اسلامی، ۸(۳۳)، ۱۲۷-۱۵۹.

مرکز آمار ایران. سالنامه آماری کشور. فصل ۱۱: بازرگانی و هتل داری. سالهای ۱۳۹۰ و ۱۴۰۰

Birchall, J. (۱۹۹۷). Co-operatives Values and Principles. *Journal of Co-operative Studies*, ۳۰(۲), ۴۲-۶۹.

Feisali, M., & Niknami, M. (۲۰۲۱). Towards sustainable rural employment in agricultural cooperatives: Evidence from Iran's desert area. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*, ۲۰(۷), ۴۲۵-۴۳۲.

<https://monitor.coop/en/media/library/research-and-reviews/world-cooperative-monitor-۲۰۲۲>

ICA(International Cooperative Alliance) (۱۹۹۵). Statement on the Cooperative Identity, in review of International Cooperation.

Mhembwe, S., & Dube, E. (۲۰۱۷). The role of cooperatives in sustaining the livelihoods of rural communities: The case of rural cooperatives in Shurugwi District, Zimbabwe. *Jàmá: Journal of Disaster Risk Studies*, ۹(۱), ۱-۹.

Mulyani, S. R., Sari, V. N., & Sari, M. W. (۲۰۲۰). Model of employee motivation and cooperative performance. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, ۲۵(۱), ۲۳۲-۲۴۲.

Navarra, C. (۲۰۱۶). Employment stabilization inside firms: An empirical investigation of worker cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics*, ۸۷(۴), ۵۶۳-۵۸۵.

Tortia, E. C. (۲۰۲۲). Employment protection regimes and dismissal of members in worker cooperatives. *Scandinavian Journal of Management*, ۳۸(۳), ۱۰۱۲۱۳.

مالکیت و تدبیر امور باشگاه های فوتبال از طریق شرکت تعاونی سهامی عام

حمیدرضا حبیبی و همکاران^۱

چکیده

باشگاه های فوتبال در کشورهای مختلف سعی در بکارگیری مدل هایی از مالکیت و اداره باشگاه ها داشته اند که مطابق با قوانین بالادستی و مناسب ساختار باشگاه های آنان باشد. یک سیستم خوب حاکمیتی در باشگاه فوتبال سیستمی است که علاقمندی ها و نظرات گروه های متفاوت ذی نفعان را در نظر گرفته، نیازهای عمومی و تجاری آنها را پوشش دهد و مکانیسمی پیش گیرانه و کارا ایجاد نماید تا ذی نفعان عقاید خویش را بیان نمایند و ریسک خروج آنها را کاهش دهد. این پژوهش ضمن بررسی ساختار مالکیت باشگاه های فوتبال، به بررسی کارکردهای اقتصادی و اجتماعی مدل شرکت تعاونی های سهامی عام به عنوان روش مالکیت و اداره امور باشگاه های پرتعداد فوتبال کشور می پردازد. برای جمع آوری داده ها با ۱۳ نفر از خبرگان صنعت فوتبال مصاحبه های نیمه ساختاریافته بعمل آمده و برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش تحلیل مضمون استفاده گردیده است. بر اساس یافته های این پژوهش، جلب اعتماد و مشارکت هواداران، اکوسیستم حمایتی و توجه به انگیزه های مشارکت کنندگان از الزامات بکارگیری این شیوه باشگاه های فوتبال می باشد.

واژگان کلیدی: مالکیت جمعی، تامین مالی جمعی، اعتماد، هواداران

^۱ حمیدرضا حبیبی، دکترای کارآفرینی کسب و کار؛ مدرس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ایمیل: Hamidrezahabibi@ut.ac.ir

رضا محمدکاظمی، دکترای کارآفرینی کسب و کار؛ مدرس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ایمیل: R_mkazemi@ut.ac.ir

غلامحسین حسینی نیا، دکترای کارآفرینی کسب و کار؛ مدرس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ایمیل: Hosseininia@ut.ac.ir

مقدمه

ساختار مالکیت در یک باشگاه فوتبال مشخص کننده ماهیت مالکان و سرمایه گذاران، چگونگی و ترکیب سهام داران، نحوه توزیع سهام و حقوق مالکیت به لحاظ حق رأی می باشد. تدبیر امور^۱ نیز مجموعه ای از ساختارها و سازوکارها است که با به کارگیری آنها اداره سازمان سامان یافته، نظارت بر اداره کنندگان بیشتر شده و مالکان از رعایت نسبی حقوقشان اطمینان حاصل می کنند (علمشاهی، ۱۳۹۲).

باشگاه های فوتبال دارای ماهیتی اجتماعی - اقتصادی بوده و اهداف متعددی را در حوزه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دنبال می کنند. لیست بلند بالای ذی نفعان اولیه و ثانویه^۲ باشگاه های فوتبال نه تنها بر گستردگی ذی نفعان و انتظارات ایشان، بلکه بر پیچیدگی مدیریتی که در باشگاه فوتبال با آن مواجه هستیم تأکید دارد. اداره این سازمانها مستلزم اتخاذ رویکردی بین رشته ای است که تلاش نماید تا با نگرش باز و پذیرا، نیازها و تأثیرات همه ذی نفعان را مورد توجه قرار دهد. نارضایتی ذی نفعان ممکن است به ایجاد شرایطی پر خطر و چالشی برای باشگاه منجر شود (Hirshman, ۱۹۷۰) و ساختار حاکمیت باشگاه باید مکانیسمی پیشگیرانه و کارا ایجاد کند تا با برآورده ساختن نیازهای گوناگون ذی نفعان - خصوصاً هواداران - خطر خروج آنها را کاهش دهند (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۸).

باشگاه های فوتبال در کشورهای مختلف سعی در به کارگیری مدل هایی از مالکیت و اداره باشگاهها داشته اند که مطابق با قوانین و مناسب ساختار باشگاه های آنان باشد و گاه اشکال قانونی استفاده شده اند که لزوماً در سایر کشورها وجود ندارد^۳. به عنوان مثال نوع مالکیت و اداره باشگاه های حرفه ای فوتبال ژاپن به صورتی است که هر باشگاه به عنوان یک شرکت تجاری به ثبت رسیده، ولی در واقع بیشتر این باشگاهها تحت حمایت کنسرسیومی از شرکتها، صنایع و کارخانه های محلی اند. در ایتالیا اغلب باشگاهها در قالب بنگاه کوچکی تعریف شده اند که به شکل فردی و خانوادگی اداره می شوند و در آلمان بیشتر باشگاهها از ساختار هوادار محوری تبعیت می کنند (Murphy, 2012).

امروزه در بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان از جمله انگلستان، آلمان، اسپانیا، ایتالیا و حتی کشورهای جنوب شرق آسیا از جمله ژاپن، چین و کره جنوبی باشگاه های فوتبال نهادی مستقل هستند که با مدیریت افراد حقیقی یا شرکت های حقوقی خارج از دولتها اداره گردیده و مالکیت دولتی باشگاهها در لیگ های اروپایی غیرقانونی است (خبیری و الهی، ۱۳۸۴). با این حال نظام باشگاه داری ایران علی رغم دستورالعملها و الزامات قانونی و نهادهای بالادستی فوتبال همچنان شاهد وابستگی بسیار بالا به دولت است. این در حالی است که مطابق قانون برنامه چهارم توسعه تا پایان برنامه، باید تمامی فعالیت های اجرایی تأمین منابع ورزش حرفه ای به بخش های غیردولتی واگذار می گردید.

^۱ یا حاکمیت شرکتی یا راهبری شرکتی

^۲ برخی ذی نفعان باشگاه های فوتبال عبارتند از: هواداران، رقبای ورزشی در سطح محلی، ملی و بین المللی، سازمان های ورزشی که قوانین را تعریف کرده و مسابقات را ترتیب می دهند، برگزار کنندگان رویدادهای ورزشی، مدیران ورزشگاه، تولید کنندگان تجهیزات، ارائه دهندگان خدمات برای باشگاهها، حامیان تجاری، شرکت های رسانه ای، دولت و سازمانهای محلی و ملی؛

^۳ مثلاً شکل قانونی *sociedad anónima deportiva* در کاستاریکا

پژوهش حاضر در جستجوی مدلی مطلوب برای نظام باشگاه‌داری باشگاه‌های پرطرفدار کشور انجام گرفته و در راستای ادامه پژوهش‌های قبلی برای جمع‌سپاری در باشگاه‌های فوتبال کشور است. این پژوهش به دنبال تبیین کارکردهای شیوه مالکیتی "شرکت تعاونی سهامی عام" برای اداره باشگاه‌های پرطرفدار فوتبال بوده و برخی الزامات به‌کارگیری این شیوه را نیز شناسایی می‌نماید.

مبانی نظری

الف- ساختار مالکیت و اداره باشگاه‌های جهان

مالکیت باشگاه‌های فوتبال در جهان به طور قابل توجهی متفاوت است. درحالی‌که ساختار باشگاه‌ها در ایتالیا عمدتاً مبتنی بر شرکت‌های خانوادگی است، ساختار فوتبال در بریتانیا بر اساس جذب سرمایه بین‌المللی است و مالکین باشگاه‌ها عبارت‌اند از شرکت‌های بورسی، مالکین خارجی و تراست حامیان. در آلمان هواداران اکثریت عمده سهام را در اختیار دارند و در فرانسه اکثر باشگاه‌ها توسط سهام‌داران بزرگ کنترل می‌شوند (Sanchez et.al, 2021).

در یک تقسیم‌بندی کلی در ۵ قاره جهان، دو نوع ساختار مالکیت ۱- شرکتی و ۲- انجمن (اتحادیه) بیشترین استفاده و مالکیت خصوصی کمترین میزان را دارد. در اکثریت بودن ساختار شرکتی در باشگاه‌های جهان نیز بدین دلیل است که در کشورهایی چون انگلیس، اسپانیا (با استثنای قانونی)، لهستان یا استرالیا باشگاه‌های دسته اول باید شکل قانونی یک شرکت را داشته باشند. بنابراین ساختار باشگاه در کشورهای گوناگون تحت تأثیر اسناد بالادستی، مقررات اتحادیه‌ها و فدراسیون‌ها است که باشگاه را ملزم به شکل قانونی خاصی می‌نماید (Boillat&Martson, 2016).

جدول ۱- بررسی ساختار مالکیت ۱۰۲ باشگاه در ۵ قاره جهان (Boillat&Martson, 2016)	
<p>۱- شرکت محض: باشگاه‌ها باید ساختار قانونی یک شرکت را داشته باشند (استرالیا)</p> <p>۲- انجمن محض: باشگاه‌ها در قالب یک انجمن ورزشی فعالیت می‌کنند مانند: عربستان و آرژانتین</p> <p>۳- یا انجمن یا شرکت: در مکزیک یا کاستاریکا باشگاه‌های دسته اولی یا باید انجمن ورزشی باشند یا شرکتی که هیچ‌گونه پیام مذهبی یا سیاسی را انتقال ندهند</p> <p>۴- بدون محدودیت یا قانون مشخص: باشگاه‌ها می‌توانند در هر قالبی فعالیت کنند.</p>	<p>ساختار مالکیت برخی باشگاه‌های جهان</p>
<p>در این حالت ساختار مالکیت همیشه یک عضو یک رای است. در این حالت، از اعضا خواسته می‌شود که حق عضویت پرداخت کنند و با این کار، حق داشتن نوعی قدرت تصمیم‌گیری در مدیریت باشگاه را کسب می‌کنند (بارسلونا).</p>	<p>ساختار باشگاه در مدل مالکیت انجمن</p>
<p>در صورتی که مدل باشگاه "شرکت" باشد، چندین ساختار مالکیت وجود دارد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ۱- سهام‌دار منفرد: باشگاه متعلق به یک شخص یا شرکت واحد است (کمترین میزان در جهان). • ۲- سهام‌داران متعدد: متداول‌ترین ساختار مالکیت بوده و تقریباً نیمی از باشگاه‌ها از این ساختار برخوردارند. در این حالت باشگاه متعلق به چندین شخص یا شرکت است. در این صورت، دو حالت ممکن وجود دارد: <p>الف- سهام‌داران متعدد با سهام‌دار اکثریت: یک شخص یا شرکت واحد، اکثریت سهام (بیش از ۵۰٪ سهام) باشگاه را در اختیار دارد. سپس این شخص یا شرکت، اکثریت را در تصمیم‌گیری مدیریت باشگاه خواهد داشت.</p> <p>ب- سهام‌داران متعدد و بدون سهام عمده: هیچ شخص یا شرکتی بیش از ۵۰٪ سهام این باشگاه را در اختیار ندارد.</p>	<p>ساختار مالکیت باشگاه در مدل شرکتی</p>
<p>۱- انتصاب مستقیم توسط سهام‌داران: سهام‌داران باشگاه مستقیماً رئیس باشگاه را منصوب می‌کنند. بیشتر اوقات، فرایند انتصاب در یک جلسه کمیته اجرایی باشگاه یا مجمع عمومی برگزار می‌شود که تمام سهام‌داران باشگاه را گرد هم می‌آورد. انتصاب مستقیم توسط سهام‌داران فقط مربوط به باشگاه‌هایی است که شکل قانونی یک شرکت را دارند.</p> <p>۲- انتخاب مستقیم توسط اعضا: اعضای باشگاه مستقیماً رئیس باشگاه را انتخاب می‌کنند. بیشتر اوقات، فرایند انتصاب در مجمع عمومی باشگاه انجام می‌شود. انتخاب توسط اعضا فقط مربوط به باشگاه‌هایی است که شکل قانونی یک انجمن را دارند.</p>	<p>انتصاب مدیر باشگاه</p>

<p>۳- انتصاب توسط یک هیات یا انتصاب غیرمستقیم: در این شیوه، رئیس باشگاه توسط کمیته اجرایی یا نظارت باشگاه منصوب می‌شود. به طور خلاصه روند به شرح زیر است: سهام‌داران یا اعضا، افرادی را (کمیته اجرایی یا نظارت) منصوب می‌کنند که به نوبه خود رئیس باشگاه را منصوب می‌کنند. بدین ترتیب، می‌توان از این روند به‌عنوان انتصاب غیرمستقیم رئیس باشگاه توسط سهام‌داران یا اعضای یک باشگاه یاد کرد.</p> <p>۴- مالک - رئیس: مالک باشگاه رئیس رسمی باشگاه است. در این گروه، هیچ فرایند انتخاب یا انتصابی وجود ندارد.</p> <p>۵- روش‌های دیگر: روندهایی خاص یا ذی‌نفعان خاص انتصاب رئیس باشگاه را تعیین می‌کنند</p>	
<p>۱- بدون محدودیت: هیچ مقررات خاصی وجود ندارد و سابقه سرمایه‌گذاران بالقوه بررسی نمی‌گردد.</p> <p>۲- تأیید اطلاعات مورد نیاز است: در بسیاری از موارد، لیگ (یا بعضی اوقات انجمن ملی) از باشگاه می‌خواهد اطلاعات مالی و / یا حقوقی در مورد سهام‌دار بالقوه آینده را ارسال کند. سپس سازمان لیگ این سرمایه‌گذار را به‌عنوان سهام‌دار باشگاه تأیید یا رد می‌کند.</p> <p>۳- مقررات اضافی: لیگ آیین‌نامه‌های اضافی و دقیق‌تری را صادر کرده است.</p>	<p>شرایط سهام‌داران باشگاه</p>
<p>۱- سهام‌داری از چند باشگاه مجاز است: سرمایه‌گذاران حق دارند سهام خود را در چندین باشگاه لیگ داشته باشند.</p> <p>۲- سهام‌داری از باشگاه‌های متعدد در داخل لیگ ممنوع است: سرمایه‌گذاران حق مالکیت سهام در چندین باشگاه از همان لیگ را ندارند، اما هیچ محدودیتی برای داشتن سهام در باشگاه‌های لیگ‌های دیگر وجود ندارد.</p> <p>۳- سهام‌داری از باشگاه‌های متعدد در داخل کشور ممنوع است: سرمایه‌گذاران حق مالکیت سهام در چندین باشگاه در همان کشور را ندارند، اما هیچ محدودیتی در داشتن سهام در باشگاه‌های کشورهای دیگر وجود ندارد.</p> <p>۴- سهام‌داری چند باشگاه ممنوع است: سرمایه‌گذاران حق مالکیت سهام در چندین باشگاه از هر لیگ، کشور یا ورزش را ندارند.</p> <p>۵- بدون محدودیت / مقررات: لیگ هیچ‌گونه قانونی درباره سهام‌داری چند باشگاه صادر نمی‌کند.</p>	<p>تحصیل سهام دیگر باشگاه‌ها</p>

ب- تجاری شدن و چالش هواداران در مالکیت و اداره باشگاه‌های جهان

تقریباً تمامی باشگاه‌های فوتبال حیات اجتماعی خویش را از مشارکت جمعی مردمان علاقمند آغاز کرده‌اند. اما در اواخر دهه ۸۰ میلادی باشگاه‌های فوتبال با چالش‌های اقتصادی گسترده‌ای مواجه بودند و با گسترش رسانه‌ها، تجاری‌سازی در فوتبال شتاب بیشتری گرفت. به تدریج شیوه‌های جدیدی از مالکیت باشگاه‌ها ظهور نمود و علی‌رغم خواست هواداران، مالکیت باشگاه‌های فوتبال به طور فزاینده‌ای متمرکز شد (Sanchez et.al, ۲۰۲۱).

فوتبال حرفه‌ای از مدل‌های مبتنی بر هواداران سنتی به سمت مصرف‌کنندگان جهانی گرایش پیدا کرد و برخی باشگاه‌ها هویت خویش را در راستای جذب منافع اقتصادی بیشتر و اهداف تجاری باز تعریف نمودند (Kase et.al, 2006). در این دوران بیشتر باشگاه‌های اسپانیایی که دچار چالش‌های شدید مالی بودند مجبور شدند تا مدل Socio و مردمی بودن را کنار گذاشته و خود را در قالب "شرکت" ساماندهی کنند، باشگاه‌های انگلیسی راه بورس را در پیش گرفتند و باشگاه‌های آلمانی در تکاپوی ایجاد مدلی مبتنی بر حفظ مشارکت هواداران در مالکیت باشگاه بودند.

سرمایه‌گذاران آمریکای شمالی اولین سرمایه‌گذاران خارجی بودند که وارد فوتبال اروپا شدند. ورزش حرفه‌ای آمریکای شمالی که از نظر اقتصادی توسعه یافته‌ترین صنعت بود، در تلاش برای جبران ناکامی خویش در گسترش بین‌المللی مسابقات فوتبال آمریکایی (مانند آنچه در لیگ بسکتبال حرفه‌ای آمریکا روی داده بود)، بر روی سایر ورزش‌های خارج از کشور تمرکز کردند (Sanchez et.al, ۲۰۲۱). در این بین جذابیت فوتبال آن‌هم لیگ برتر جزیره به دلایلی چون ۱- استفاده تدریجی باشگاه‌ها از مدل‌های تجاری شناخته شده به سبک آمریکایی، ۲- میزان ثروت تولید شده توسط باشگاه‌های پیشرو و ۳- در دسترس بودن سهام برخی باشگاه‌ها در بورس اوراق بهادار بیشتر بود.

با ورود سرمایه گذاران آمریکای شمالی، سرمایه گذارانی از ملیت‌های گوناگون در باشگاه‌های بزرگ شرکت کردند. تقریباً یک‌سوم از باشگاه‌های معتبر ۵ لیگ برتر بزرگ اروپا (اسپانیا، ایتالیا، آلمان، فرانسه و انگلیس) تحت کنترل سرمایه گذاران خارجی درآمدند. به تدریج سرمایه گذاران چینی نیز به اروپا آمدند به نحوی که در پایان سال ۲۰۱۹ این افراد ۱۷ درصد از باشگاه‌های ۵ لیگ بزرگ را در اختیار گرفتند. سرمایه گذاران جنوب آسیا نیز وارد لیگ برتر و لیگ اسپانیا گردیدند و جای تعجب ندارد که سرمایه‌گذاران ثروتمند خاورمیانه نیز ۱۴ درصد از باشگاه‌ها را در لیگ‌های بزرگ کنترل کنند.

با ورود باشگاه‌ها به عرصه تجارت، گرایش صاحبان سرمایه به سرمایه‌گذاری در این صنعت پررونق، شدت و شتاب بیشتری گرفت و پیشرفت‌های مداوم تجاری فوتبال و علاقه‌مندی به حداکثر رساندن این جریان‌های درآمدی (از جمله حق پخش، حمایت مالی و تبلیغات) به افزایش مالکیت خصوصی باشگاه‌ها (توسط سازمان‌های اقتصادی یا افراد حقیقی) و نادیده گرفتن نقش هواداران در باشگاه‌ها منجر گردید (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۲). به تدریج هواداران در سطح جهان از مدیران اجرایی اتحادیه‌ها و لیگ‌ها کنار گذاشته شده و به ندرت با آنها در خصوص تصمیمات اصلی مشاوره می‌شد (۲۰۱۲، Supporters Direct). تراست‌هایی که در طی سال‌ها و در راستای نقش اجتماعی باشگاه‌های فوتبال ایجاد شده بودند (مانند تراست آرسنال، یا منچستریونایتد) با افزایش سرمایه‌داران فردی و شرکتی کنار گذاشته شدند. همچنین در ساختارهای شرکتی باشگاه‌های فوتبال؛ حضور مدیران اقتصادی در ترکیب هیات مدیره و نبود ابزارهای کنترلی و محدودکننده باعث شد تا برخی از آنها با استفاده از خلاقانه‌های قانونی، مالکیت برخی باشگاه‌ها را از دستان اکثریت بیرون آورده و به اموال خویش اضافه نمایند^۱.

شرایط باشگاه منچستر یونایتد و تشهای خانواده گلیرها با هواداران، اتفاقات مربوط به باشگاه چلسی و سلب مالکیت سهامدار اصلی باشگاه، تغییر زمان پخش بازیها به درخواست ایستگاههای تلویزیونی، تغییر نشان تجاری یا لباس برخی باشگاه‌ها (مانند سالزبورگ) برای مقاصد تجاری و برخلاف میل هواداران نشان داد که اداره باشگاه‌ها به صورت "فردی" یا "یک شرکت تجاری" که حداکثر سهام در اختیار تعداد محدودی باشد یا "مدیریت پیمان" که در برخی مطالعات به منزله یک راهکار مناسب برای مالکیت باشگاه‌ها در نظر گرفته شده است در حقیقت از برآورده ساختن نیازهای هواداران به عنوان ذی نفعان واقعی باشگاه‌ها ناتوان بوده است چرا که در چنین شرایطی ارتباط بین باشگاه و ذی نفعان آن خصوصاً هواداران قطع گردیده، باشگاه غیر شفافتر و غیر پاسخگو شده و بیشتر بدنبال برآورده ساختن نیازهای مالکین یا سهامداران اصلی خویش خواهد بود.

اما در این بین آنچه در فوتبال آلمان روی داد مسیری متفاوت را رقم زد. در اواخر دهه ۸۰ در شمال قاره اروپا، باشگاه‌های آلمانی نیز با چالش‌های اقتصادی مواجه شدند. برخلاف باشگاه‌های اسپانیایی که تنها سعی در حفظ ماهیت اجتماعی خویش داشتند و درآمدهای خویش را محدود به روش‌های مرسوم کرده بودند، یا برخلاف باشگاه‌های فرانسوی که مشارکت اعضا در سهام و در قالب شرکت‌های سهامی در اقلیت بود،^۲ باشگاه‌های آلمانی با تغییری استراتژیک و استفاده از ظرفیت توسعه‌یافتگی بازارهای مالی،

^۱ در این بین نوع و نحوه خرید سهام منچستر یونایتد در انگلستان توسط گلیرهای آمریکایی یکی از تلخ‌ترین درس‌ها را برای هواداران داشت. زمانی که این خانواده آمریکایی ۷۵ درصد از سهام منچستر یونایتد را به دست آورد، بدهی‌های خود را به حساب دفاتر منچستر یونایتد اضافه نموده و موفق شدند براساس قوانین بورس نیویورک این باشگاه را به دلیل زیان ده بودن از بورس خارج کنند و مالکیت این باشگاه را علی‌رغم اعتراض‌های شدید هواداران بدست آورند. در این شرایط سهامداران خرد باقی مانده چاره‌ای جز فروش نداشتند.

^۲ سنت اتین ۱۲٪، گینگام ۶.۵٪

انواع گوناگونی از باشگاه‌های هوادار - مالک را ایجاد نمودند که ضمن حفظ ماهیت اجتماعی باشگاه، امکان مشارکت کارآفرینان و کسب‌وکارهای علاقه‌مند در ساختار قانونی باشگاه را از طریق قانون ۱+۵۰ فراهم آورد. به لطف این قانون مالکان باشگاه در اکثر موارد بیش از ۴۰ درصد حق رأی را کنترل نمی‌کنند و ساختارهای گوناگونی از مالکیت هواداران^۱ در باشگاه‌های آلمان وجود دارد (Rohde&Breuer,2017).

امروزه با توجه به چالش‌های تجاری‌سازی، افزایش توجه به جایگاه و مشارکت هواداران، موفقیت برخی باشگاه‌های هوادار - مالک و دستورالعمل‌های نهادهای بالادستی در فوتبال؛ مجدداً استفاده از ظرفیت هواداران هم در مدل‌های کسب‌وکار و هم مالکیت باشگاه‌ها مورد توجه قرار گرفته است.

ج- شرکت تعاونی سهامی عام

بررسی ساختارهای فاکتورهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور و ساختار باشگاه‌های هوادار - مالک در جهان نشان‌دهنده همپوشانی آن با مبحث تعاونی‌ها می‌باشد و از آنجا که استفاده از روش تعاونی سهامی عام می‌تواند باعث مشارکت طیف وسیعی از ذی‌نفعان با انتظاراتی متفاوت در باشگاه باشد به عنوان شیوه مالکیتی نوین در باشگاه‌های کشور پیشنهاد شده است (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۲). این شیوه ضمن ایجاد هم‌راستایی انگیزه میان ذی‌نفعان گوناگون و مقاصد متفاوت ایشان، حداکثر بهره‌برداری را از ظرفیت فکری، فیزیکی و اقتصادی آنها در پی دارد.

تعاونی‌های سهامی عام نوعی شرکت سهامی عام هستند که با رعایت قانون تجارت تشکیل می‌شود و بیشترین مزایا را در مقایسه با شرکت‌های دیگر (تعاونی و غیر تعاونی) دارا می‌باشند.

تعاونی متعارف	تعاونی سهامی عام
بر اساس قانون تعاونی تشکیل می‌شود	بر اساس قانون تجارت تشکیل می‌شود
نقش اصلی را «عضو» ایفا می‌کند	نقش اصلی را «سهام‌دار» ایفا می‌کند
هر عضو با هر مقدار سهم فقط یک حق رأی دارد	هر سهام‌دار به میزان سهم خود حق رأی دارد
حق ورود به بازار بورس اوراق بهادار را ندارد	حق ورود به بازار بورس اوراق بهادار را دارد
در قانون تعاون به میزان سرمایه اشاره نگردیده است	در موقع تأسیس، سرمایه شرکت از پنج میلیارد ریال نباید کمتر باشد

عرضه سهام در بورس، حق تقدم خرید سهام برای کارکنان غیر سهام‌دار شرکت، دارا بودن حق هر سهم یک رأی (تا انگیزه کافی سرمایه‌گذاری برای افراد حقیقی و حقوقی ایجاد شود)، حداقل سرمایه ثبتی در زمان تأسیس پنج میلیارد ریال، معافیت از پرداخت ۴٪ حق آموزش و تعاون، عدم محدودیت در جذب سرمایه خارجی، امکان حضور در عرصه‌های بانکداری و بیمه و امکان برخورداری از تخفیف در خصوص بیمه؛ بخشی از ویژگی‌های تعاونی‌های سهامی عام است.

^۱ AG,Ev,GmbH,KGAA

^۲ مطابق با سیاست‌های کلی اصل (۴۴) تشکیل بنگاه‌های پولی صرفاً در قالب شرکت سهامی عام و تعاونی سهامی عام مجاز می‌باشد

روش تحقیق

پژوهش حاضر در طی سال‌های ۱۴۰۱-۱۴۰۲ و در کشور جمهوری اسلامی ایران انجام پذیرفته است و با توجه به پیچیدگی پدیده و حجم نمونه‌های مورد نیاز، از روش پژوهشی کیفی و رویکرد تحلیل مضمون استفاده گردید. جهت گردآوری داده‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری هدف‌مند زنجیره‌ای، مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۱۳ نفر از خبرگان دانشگاهی، مدیران باشگاه‌ها، مسئولین بازاریابی و اصحاب رسانه‌ای مطلع در امر اداره باشگاه‌های ورزشی و فوتبال به عمل آمد. معیار تعیین حجم نمونه، رسیدن به اشباع نظری در زمان اجرای پژوهش بود که بعد از مصاحبه ۱۱ محقق شد. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون در طی شش مرحله استفاده گردید. این مراحل عبارتند از: ۱- غوطه‌وری در داده‌ها، ۲- ایجاد کدهای اولیه، ۳- جستجوی مضامین، ۴- مرور مضامین، ۵- تعریف و نام‌گذاری مضامین، ۶- تهیه گزارش بر اساس مضامین و منطبق با ساختارهای پژوهش (Braun & Clarke, 2006). پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج کدهای اولیه؛ کدهای مشابه در قالب مضامین فرعی دسته‌بندی گردیدند. سپس مضامین فرعی مورد بازبینی مجدد گرفته و به ارائه مضامین اصلی بر اساس آنها پرداخته شد. پس از آنکه پژوهشگران به مجموعه‌ای از مضامین انتزاعی و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق دست یافتند (جدول ۳)، گزارش نهایی به تحریر در آمد.

جدول ۳- یافته‌های پژوهش		
کاهش ریسک سرمایه‌گذاری	ثبات و شفافیت مالی	مزایای اقتصادی
ارتقای ظرفیت بهره‌برداری از برند	ایجاد ظرفیت‌های جدید مالی	
ایجاد ساختار دموکراتیک در باشگاه	تعادل بخشی هویت باشگاه	مزایای اجتماعی
حفظ هویت باشگاه	شفافیت در تصمیم‌گیری	
مشارکت ذی‌نفعان گوناگون در ساختار باشگاه	جامعه‌سازی	
توسعه پایدار	حفظ حقوق معنوی هواداران	
شرایط سهام‌داری	اکوسیستم حمایتی	الزامات به کارگیری
ایجاد سازوکار نمایندگی هواداران	ایجاد انگیزه	
مدیریت مشترک	رویکرد فرآیندی	
استراتژی خروج	ایجاد اعتماد ساختاری	

یافته‌ها

مالکیت هواداران در باشگاه‌های فوتبال چیزی عجیب یا تازه نیست و در تاریخ و تار و پود فوتبال نهفته است. مشارکت هواداران از طریق مدل شرکت تعاونی سهامی عام در حاکمیت و فرآیند تصمیم‌گیری باشگاه‌ها بسیار مؤثر بوده و می‌تواند فواید اجتماعی و اقتصادی گوناگونی را به همراه داشته باشد:

الف- مزایای اقتصادی

امکان استفاده از ساختار دوگانه ورزشی - اقتصادی در رأس هرم قدرت باشگاه‌ها یکی از مواهب اقتصادی شرکت تعاونی سهامی عام می‌باشد. حضور هم زمان هواداران و کارآفرینان در ساختار مالکیت باشگاه‌ها باعث ایجاد حسن‌نیت، مسئولیت‌پذیری و پشتوانه مالی بلندمدت می‌شود که باشگاه می‌تواند به آن تکیه کند. درحالی‌که هواداران با در اختیار گرفتن بیش از ۵۰ درصد از حق رأی

باشگاه، از استیلای فردی - گروهی یا تجاری شدن بیش از حد باشگاه آرامش خاطر دارند، باشگاه می تواند از ظرفیت های تیم های تجاری و مدیریتی در هیات مدیره خویش استفاده نماید. حضور کارآفرینان و کسب و کارهای علاقه مند در باشگاه های فوتبال - که به دنبال خلق ارزش و ارتقای برند خویش می باشند - باعث بهبود ارتقای فعالیت ورزشی باشگاه ها (از طریق خرید بازیکنان و مربیان) و ارتقای اماکن و تجهیزات متعلق به باشگاه (مانند ساخت ورزشگاه، خرید VAR) می گردد.

"با استفاده از این مدل، تجارت و بازار قسمتی درونی از باشگاه شده و در مقابل آن قرار نخواهد گرفت" (مصاحبه شونده ۵)

در ورزش فوتبال، اغلب نتایج داخل زمین بر عملکرد اقتصادی باشگاه های فوتبال تأثیر گذارند و حامیان مالی توجهی ویژه به باشگاه هایی دارند که موفقیت بیشتری را در زمین تجربه می کنند. در نتیجه باشگاه ها ترغیب به هزینه بیشتر و به نوعی قمار بر روی برد می شوند که این باعث ریسک پذیری غیرمنطقی و سیستماتیک آنها می گردد. به کارگیری مدل شرکت تعاونی سهامی عام باعث پایین آمدن ریسک سرمایه گذاری شده و حضور هواداران ساختار مطمئنی برای "روز مبادا" ایجاد می کند.^۱

"میزان پاداشی که تیم ها در پایان فصل از جانب لیگ ها دریافت می نمایند وابسته به جایگاه آنها در جدول مسابقات است." (مصاحبه شونده ۳)

دوپینگ مالی^۲، تأمین مالی از طریق وام های کم بهره و یا اعانه و خرج کرد نامتناسب با درآمد به ناپایداری باشگاه ها می انجامد (Supporters direct, ۲۰۱۲). اغلب حمایت مالی از سوی بانک ها و سرمایه گذاران بیرونی نیز با کاهش احتمال بازگشت سرمایه گذار قطع می گردد. در واقع، وام های خارجی که به باشگاه داده می شود ممکن است آن را به سمت بدهی های بیشتر سوق داده و مجبور به ورشکستگی کند. استفاده از مدل شرکت تعاونی سهامی عام باعث می گردد تا ضمن حفظ مدل های مرسوم تأمین مالی در باشگاه های فوتبال بتوان از ظرفیت مالی هوادارانی که از طریق پرداخت حق عضویت مایل به مشارکت در تعیین سرنوشت باشگاه خویش هستند نیز استفاده نمود. باشگاه های بزرگی در دنیا هستند (مانند بارسلونا) که همچنان نیازمندی های اقتصادی خویش را از طریق حق عضویت هواداران برآورده می سازند.

"تمرکز هواداران اغلب بر موفقیت تیم می باشد نه بر سود سهام، یا بازده فوری سرمایه. در نتیجه پولی که در باشگاه خلق می شود، احتمال بیشتری وجود دارد که در باشگاه باقی بماند." (مصاحبه شونده ۲)

یکی دیگر از مواهب مدل کسب و کار شرکت تعاونی سهامی عام ایجاد جریان های درآمدی نوآورانه و کاملاً متمایز با گذشته است که باعث غنای مدل های کسب و کار باشگاه ها می گردد. کاربرد نوآوری ها در ورزش سابقه ای طولانی دارد و صنعت ورزش، بستری جذاب برای درک فرآیند خلق مشترک با مشارکت هواداران و دیگری نفعان می باشد (Ratten & Tajeddini, ۲۰۱۹). تأمین مالی جمعی^۳ (Howe, ۲۰۰۶) یکی از این نوآوری ها می باشد که می تواند بر بنگاه و فعالیت های آن مؤثر بوده و مکمل روش هایی مرسوم تأمین مالی؛ مانند حق پنخش، درآمدهای روز مسابقه، فعالیت های تجاری و نقل و انتقالات بازیکن (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۷) باشد. با بهره برداری از روش تأمین مالی جمعی باشگاه ها قادر خواهند بود تا از مدل های اهدا، پاداش، وام و سهام (به شرط وجود سازوکار قانونی) بهره برده و با جمع آوری سرمایه از هواداران خویش برای ایجاد زیر ساخت های مناسب، تأمین مالی مستقیم و

^۱ در باشگاه منچستر، پس از اینکه گلبرها کنترل باشگاه را بدست گرفتند، میزان ریسک این باشگاهها از سوی بانکها افزایش یافت و دریافت وام را برای این باشگاه پرهزینه نمود.

^۲ استفاده از بدهی برای پوشش دادن ضرر و زیانهای تجاری

^۳ تأمین مالی جمعی، یک فراخوان عمومی اینترنتی برای تأمین سرمایه از جمعیتی گسترده است که با پاداش مادی یا معنوی همراه است

غیرمستقیم پروژه‌های موردنظر باشگاه و انجام مسئولیت اجتماعی اقدام نماید (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۸). هوادارانی که در قبال این پول گرچه پاداشی مالی را هم دریافت می‌کنند؛ اما مطمئناً اهدافی بالاتر را دنبال می‌کنند و آن بهبود وضعیت اقتصادی باشگاه و در نتیجه بهبود شرایط رفاهی درون ورزشگاه به همراه بهبود شرایط فنی داخل زمین است.

ب- مزایای اجتماعی

تنوع فعالیت‌های تجاری، چالش‌های مالکیتی و مدیریتی در باشگاه‌ها، چانه‌زنی شرکت‌های پخش تلویزیونی با مسئولین برگزاری مسابقات فوتبال؛ همه نشان‌دهنده نبردی است که در نگاه به فوتبال به‌عنوان یک ورزش یا به‌عنوان یک کسب‌وکار وجود دارد. میشل پلاتینی در مصاحبه‌ای که به‌عنوان رئیس یوفا انجام داد با هشدار به لیگ انگلیس نگرانی خود را در خصوص از بین رفتن ماهیت اجتماعی فوتبال این‌گونه بیان نمود: "من به شما می‌گویم مراقب باشید. نقش ما محافظت از بازی فوتبال در برابر تجارت است. تجار آمریکایی، امروز باشگاه شما را می‌خرند. آنها می‌خواهند پول در بیاورند". هشدار پلاتینی نشان‌دهنده نیاز به حفاظت از ارزش واقعی فوتبال و باشگاه‌های آن به‌عنوان یک سازمان اجتماعی است. با به‌کارگیری شرکت‌های تعاونی سهامی عام می‌توان ضمن امکان استفاده از روش‌های گوناگون تجاری‌سازی، از ارزش‌های بنیادی فوتبال حمایت نمود.

ذات ورزش فعالیت فرهنگی است که می‌تواند موجب تغییراتی مثبت در زندگی افراد شود. فلسفه آن می‌تواند تضمین‌کننده ارزش‌های اجتماعی باشد (احسانی و همکاران، ۱۳۹۶). جامعه‌محوری و اتخاذ رویکردی مبتنی بر فرهنگ، ارزش‌ها و مشترکات اجتماعی می‌تواند منابع پایدار برای باشگاه فوتبال ایجاد نماید. برای هوادارانی که سرنوشت خویش را با باشگاه‌ها پیوند زده‌اند و خاطرات شب بیداری‌های قبل از شهرآوردها در اطراف ورزشگاه‌ها یا نحوه و تعداد گل‌های بازی‌های مهم گذشته را با کمترین جزئیات به خاطر دارند هرگونه تغییر در ویژگی‌های اصلی که هویت یک باشگاه فوتبال را می‌سازد از جمله: نام، نشان تجاری، رنگ‌ها و حتی محل نشستن درون ورزشگاه‌ها بسیار مهم است.

ذات ورزش فعالیت فرهنگی است که می‌تواند موجب تغییراتی مثبت در زندگی افراد شود. فلسفه آن می‌تواند تضمین‌کننده ارزش‌های اجتماعی باشد (احسانی و همکاران، ۱۳۹۶). جامعه‌محوری و اتخاذ رویکردی مبتنی بر فرهنگ، ارزش‌ها و مشترکات اجتماعی می‌تواند منابع پایدارگرایی باشگاه فوتبال ایجاد نماید. برای هوادارانی که سرنوشت خویش را با باشگاه‌ها پیوند زده‌اند و خاطرات شب بیداری‌های قبل از شهرآوردها در اطراف ورزشگاه یا نحوه و تعداد گل‌های بازی‌های مهم گذشته را با کمترین جزئیات به خاطر دارند هرگونه تغییر در ویژگی‌های اصلی که هویت یک باشگاه فوتبال را می‌سازد از جمله: نام، نشان تجاری، رنگ‌ها و حتی محل نشستن درون ورزشگاه‌ها بسیار مهم است.

با استفاده از مدل شرکت تعاونی سهامی عام می‌توان ضمن ایجاد هم‌راستایی در انگیزه مشارکت ذی‌نفعان، موفقیت بلندمدت باشگاه را تضمین نمود. گرچه ساختارهای مالکیت در ورزش حرفه‌ای باید بر منافع همه ذی‌نفعان متمرکز باشد، اما مهم‌ترین ذی‌نفعان در ورزش حرفه‌ای هواداران هستند. هواداران هستند که ورزش را جذاب و کسب درآمد تجاری را امکان‌پذیر می‌کنند. بسیاری از مردم به تماشای مسابقات و رویدادها می‌روند، در این ورزش مشارکت کرده، با دوستان خود درباره فوتبال صحبت می‌کنند، وسایل

^۱ <https://www.thetimes.co.uk/article/platini-fears-for-future-of-clubs-amid-spread-of-foreign-owners-n7gk7tgrb>

ورزشی را خریداریه و یا در روزنامه‌ها و مجلات درباره این ورزش مطالعه می‌کنند. حتی اگر هیچ علاقه‌ای هم به این ورزش نداشته باشند از راه‌های مختلف در معرض آثار این ورزش قرار می‌گیرند. به‌عنوان مثال ستارگان ورزشی این رشته به تبلیغ کالاهای تجاری می‌پردازند یا برنامه‌های تلویزیونی مراسم افتتاحیه و رقابت‌های مختلف جهانی و باشگاهی را در ساعات مختلف روز پخش می‌کنند. همه این موارد از جمله مواهب بازی فوتبال است که به ارتقای جامعه، سطح شبکه سازی و پیوند اجتماعی، سیاسی منتهی می‌گردد.

«هواداران روح ورزش فوتبال هستند و ورزش را سودآور می‌کنند». (مصاحبه‌شونده ۸)

باشگاه فوتبال ماهیتی است که علایق زیادی در اطراف آن وجود دارد و تیم فوتبال موجودیتی است که نیازهای احساسی هواداران و شهروندان را برآورده می‌سازد و به همین دلیل مقامات دولتی و مسئولان محلی در مدیریت اماکن ورزشی، راه‌سازی و دیگر نیازمندی‌های برگزاری مسابقات شرکت می‌کنند تا لذت مستقیم و غیرمستقیم شهروندان را حاصل کنند (Zangoli&Radicci, ۲۰۱۰). جامعه انتظار دارد که با توجه به نقش اجتماعی باشگاه‌ها، آنها به‌عنوان یک شهروند اجتماعی در امور اجتماعی نقشی فعال داشته باشند. شرکت تعاونی سهامی عام ضمن تقویت و یا ایجاد تغییرات نهادی و ساختاری در باشگاه، باعث بهبود نقش "شهروند اجتماعی باشگاه‌ها" می‌گردد.

اهمیت ورزش، نهادهای ورزشی خصوصاً باشگاه‌های ورزشی در تأمین حقوق شهروندی نیز شایسته توجه است و یکی از کارکردهای مهم اجتماعی شرکت تعاونی سهامی عام حقوق شهروندی است. واگذاری باشگاه‌های پرطرفدار به برخی افراد و شرکت‌ها باعث سلب حق هواداران در تعیین سرنوشت باشگاه‌هایی است که هویت خویش را به آن گره زده‌اند. لازمه تحقق حقوق شهروندی، داشتن حق تعیین سرنوشت است و حق انتخاب کردن و انتخاب شدن از مصادیق بارز حق تعیین سرنوشت محسوب می‌گردد. از آنجا که انسان‌ها در انسان بودن با هم برابرند، اخلاقاً قابل قبول نخواهد بود که انسان‌هایی به خود اجازه دهند، بدون رضایت و انتخاب دیگران، بر آنها حکم برانند و آزادی آنها را محدود کنند (حدودی کشتیابان، ۱۳۹۶).

ج- الزامات به‌کارگیری

استفاده از شرکت تعاونی سهامی عام می‌تواند پنجره فرصت‌های بی‌شماری را برای باشگاه‌های فوتبال در حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی به همراه داشته باشد، باین‌حال موفقیت باشگاه‌ها در استفاده از این شیوه وابستگی زیادی به اعتماد و حضور هواداران و ذی‌نفعان در این ابتکارات دارد. آنها با نیازها و اهدافی متفاوت (یا مشترک) در آن حضور می‌یابند و عدم برنامه‌ریزی و دقت در انجام این مهم می‌تواند باعث کاهش کارایی یا عدم موفقیت آن گردد.

هرگونه تغییر در سیستم مالکیتی باشگاه باید به‌صورت گام‌به‌گام باشد. (مصاحبه‌شونده ۸)

در فرآیند واگذاری باشگاه‌ها به این شیوه؛ وجود اکوسیستم حمایتی، تصویب قوانین و مقررات شفاف و متقن در خصوص چگونگی واگذاری و خرید و فروش سهام باشگاه، انگیزه‌های مالی و اجتماعی مناسب برای مشارکت، ایجاد کمیته انتقالی مشترک با استفاده از مشارکت پیش‌کسوتانی که حسن‌ظن بدان‌ها وجود دارد و راهکارهای گوناگون ایجاد اعتماد برای مشارکت هواداران و دیگر ذی‌نفعان بسیار مهم می‌باشد. هواداران باید احساس کنند که در سرنوشت باشگاه مشارکت دارند و حق رأی آنها تنها به‌صورت

نمادین نمی‌باشد. ضروری است که از ابتدا مشخص گردد که در صورتی که به هر دلیلی تصمیم به خروج از این مدل گرفته شود، سازوکار برون‌رفت از آن به چه طریقی خواهد بود.

«نیاز است تا با واگذاری حقیقی قدرت تصمیم‌گیری، نقش تصمیمات سیاسی در اداره باشگاه‌ها به حداقل برسد». (مصاحبه‌شونده

(۹)

بحث و نتیجه‌گیری

مالکیت هواداران به اعطای سهم قابل توجهی از مالکیت و مشارکت آنها در فرآیندهای تصمیم‌گیری باشگاه‌ها اشاره دارد که در سال‌های اخیر به‌عنوان چارچوبی برای افزایش وفاداری و تضمین پایداری بلندمدت باشگاه‌ها توجهات را به خود جلب کرده است. مشارکت و مالکیت هواداران یکی از عوامل حیاتی در ایجاد حاکمیت خوب و دموکراتیک در باشگاه‌های فوتبال است. هواداران مایه حیات فوتبال حرفه‌ای و هویت باشگاه‌ها هستند. مالکین، مربیان و بازیکنان تغییر می‌کنند؛ ولی هواداران همیشه هستند (Supporters Direct, ۲۰۱۲).

در گذشته ساختار تعاونی‌ها توان رقابت با بخش خصوصی را نداشته و ماندگاری خود را از دست می‌دادند (خورشیدی، ۱۳۸۷)، (قهفرخی و همکاران، ۱۳۸۹) اما تأسیس نوع جدیدی از تعاونی‌ها با عنوان *تعاونی سهامی عام* می‌تواند فصل جدیدی را در روند گسترش سهم تعاونی‌ها در اقتصاد کشور به صورت عام و جمع‌سپاری مالکیت در باشگاه‌های فوتبال به طور خاص به همراه داشته باشد. این مدل فلسفه‌ای از باشگاه‌داری را ارائه می‌نماید که نه تنها فرهنگ فوتبال فعلی را غنی می‌کند؛ بلکه مهم‌تر از آن به توسعه باشگاه و جامعه‌سازی در حول برند باشگاه می‌انجامد و در نهایت به مزیت رقابتی باشگاه‌ها تبدیل می‌شود که با رشد مالی و اجتماعی کلی آنها در هم آمیخته است. مشارکت هواداران در قالب تعاونی‌های سهامی عام ضمن یکپارچه‌سازی انگیزه و مشارکت ذی‌نفعان، موانع اقتصادی و جغرافیایی را از بین برده و ارتباط قوی بین مردمی که در این قالب قرار می‌گیرند و افرادی که در این ساختار فعالیت می‌کنند برقرار می‌نماید.

بر اساس نتایج این پژوهش مشارکت سازمان‌یافته هواداران در ساختار مالکیت و فرآیند تصمیم‌گیری باشگاه‌ها از طریق شرکت تعاونی سهامی عام می‌تواند باعث بهبود و ارتقای حاکمیت باشگاه‌ها گردد. مشارکت ذی‌نفعان گوناگون، حفظ پیوند باشگاه با جامعه، توانمندسازی هواداران و ایجاد همدلی متقابل، ایجاد روش‌های درآمدی نوین در کنار روش‌های مرسوم درآمدی باشگاه، امکان فعالیت‌های تجاری و بهره‌برداری از برند و حضور در بازارهای جهانی و سرانجام امکان سرمایه‌گذاری کارآفرینان و افراد علاقه‌مند و کسب سود حاصله از این سرمایه‌گذاری از جمله مواهب به‌کارگیری این مدل مالکیت در باشگاه‌های فوتبال است.

برای به‌کارگیری این مدل، هرچه باشگاه و ذی‌نفعان آن هدف‌گذاری را قبول و در خصوص دلایل و فرآیند اجرای آن بیشتر بدانند مشروعیت آن هدف در نظرشان بیشتر شده و احتمال مشارکت و انگیزه ایشان برای موفقیت بیشتر است (Posner, ۱۹۹۲). ادراک صحیح هواداران از هدف بنیادین و ارزش‌ارایه شده در این روش، توافق و باور هواداران به این ارزش بنیادین و ارتباط عاطفی آنها و حمایتشان از ارزش‌ارایه شده در موفقیت این طرح بسیار مهم است.

پیشنهادات:

بر طبق یافته‌های پژوهش یکی از عوامل حیاتی توسعه این مدل از مالکیت باشگاه فوتبال که بر اساس فرآیندهای تصمیم‌گیری جمعی است شناسایی و دستیابی به راه‌حلی کارآمد برای نمایندگی ذی‌نفعان گسترده باشگاه‌های فوتبال و منافع آنان است. در این راستا شایسته است نظرات کارشناسی جامعه گسترده‌ای از پیش‌کسوتان و ذی‌نفعان گوناگون باشگاه فوتبال که در حوزه‌های مختلف حضور دارند اخذ گردیده و در مدل نهایی بکار گرفته شود. همچنین پیشنهاد می‌گردد جهت استقرار ساختاری پایدار در باشگاه‌های فوتبال، ضمن بررسی پیامدهای سیاسی و سازمانی مالکیت باشگاه‌ها، به مطالعه عوامل نهادی مؤثر بر مالکیت جمعی در باشگاه‌های فوتبال کشور پرداخته شود. مطالعه تطبیقی قوانین حمایتی کشورهای دیگر و چگونگی سفارشی‌سازی ساختار شرکت تعاونی‌های سهامی عام بر اساس نیازمندی‌های قانونی و سازمانی باشگاه‌های فوتبال کشور نیز از اهمیت بالایی برخوردار است که شایسته پژوهش‌های بیشتر می‌باشد.

منابع:

- احسانی، محمد. کوزه چیان، هاشم. هنری، حبیب. مندعلی زاده، زینب. شناسایی ابعاد کارآفرینی اجتماعی در ورزش". مدیریت ورزشی. دوره ۹ شماره ۴
-
- حدودی‌کشتی‌بان. (۱۳۹۶). "نقش اخلاق پیامبر (صلی‌الله علیه و آله) در ترویج حقوق شهروندی". تحقیقات جدید در علوم انسانی، ۲۹(۳)، ۵۳-۶۸.
- حسینی نیا، غلامحسین. شهریور، علی. (۱۳۹۱). "گزارش تعاونی‌های سهامی عام". گزارش داخلی وزارت تعاون، کار و امور اجتماعی
- خبیری، محمد. الهی، علیرضا. (۱۳۸۴). "مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه ای فوتبال جمهوری اسلامی با توجه به معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه". فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۸، ص ۳۵
-
- خورشیدی، ابوالفضل. (۱۳۸۶). "فوتبال در نظام باشگاه‌داری". مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. طرح شماره ۸۶۲۸، تهران.
- سلطانی، مصطفی. کارگر، غلامعلی. کشکر، سارا. غفوری، فرزاد. (۱۳۹۶). "طراحی الگوی درآمدزایی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران". توسعه مدیریت ورزش. سال هفتم. شماره چهارم
- علمشاهی، حمیدرضا. (۱۳۹۲). "جستاری در مفهوم راهبری شرکتی". مجله حسابرس. سال پانزدهم - شماره ۶۹

- قهفرخی، علی. فراهانی، مجید؛ نادران، الیاس. (۱۳۸۹). "موانع توسعه تعاونی‌های ورزشی در ورزش حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر سیاست‌های ملی اصل ۴۴." فصلنامه مدیریت ورزشی، شماره ۷، زمستان ۱۳۸۹
- محمدکاظمی، رضا. حسینی نیا، غلامحسین. حبیبی، حمیدرضا. (۱۳۹۲). "جمع‌سپاری در باشگاه‌های فوتبال مفاهیم، کاربردها، سیستم‌ها." موسسه کار و تامین اجتماعی
- محمدکاظمی، رضا. حسینی نیا، غلامحسین. حبیبی، حمیدرضا. (۱۳۹۸). "کاربردها و الزامات به‌کارگیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی در کسب‌وکارهای تثبیت شده خدماتی-ورزشی (مورد مطالعه: باشگاه‌های فوتبال ایران)." توسعه کارآفرینی. دوره ۱۲ شماره ۲ (۲۸۱-۳۰۰)
- Boillat, C., & Marston, K. T. (2016). *Governance models across football leagues and clubs*. Neuchâtel: Editions CIES
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology". *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Hirschman, A. O. (1970). 'Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States'. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Howe, J. (2006). *The rise of crowdsourcing*. Wired magazine, 14(6), 176-183.
- Kase, K., Gómez, S., Urrutia, I., Opazo, M., & Martí, C. (2006). *Real Madrid-Barcelona: business strategy vs. sports strategy*, 2000-۲۰۰۶. *Estudios de Economía Industrial*, 6(۱۲), ۱-۲۶
- Murphy, R. (2010). *Playing Fair in the Boardroom: An Examination of the Corporate Structures of European Football Clubs*. Mich. St. U. Coll. LJ Int'l, 19, 40
- Posner, B. Z. (1992). *Person-organization values congruence: No support for individual differences as a moderating influence*. *Human Relations*, 45(4), 351-361.
- Ratten, V. Tajeddini, K. (2019). "Entrepreneurship and sport business research: synthesis and lessons: introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2),
- Rohde, M., & Breuer, C. (2017). *The market for football club investors: a review of theory and empirical evidence from professional European football*. *European Sport Management Quarterly*, 17(3), 265-289
- Sánchez, L. C., Barajas, A., & Sanchez-Fernandez, P. (2021). *Fans in the ownership of Big Five leagues: lessons for better football governance*. *Soccer & Society*, 22(4), 355-371
- *Supporters Direct No.1,2,3,4 available at: <https://www.sdeurope.eu/>*
- Zagnoli, p., Radicchi, E., (2010). *The Role Of Sport Fan Community in Value Co-Creation'*, *Sport Management Laboratory, University of Florence, Italy*

بررسی عوامل تأثیرگذار بر تأمین مالی تعاونی‌های سهامی سرمایه‌گذار (مورد مطالعاتی: گروه تعاونی پیشگامان کویر یزد)

محمد رضا رضایی نژاد و همکاران^۱

چکیده

کارآفرینی تعاونی و شیوه‌های نوین تأمین مالی تعاونی‌ها در راستای جذب سرمایه‌های خرد با زمینه اعتقادی جوامع اسلامی سازگاری بیشتری دارد. هدف از این پژوهش پاسخگویی به این سؤال بوده است که چه معیارهایی برای سرمایه‌گذاری در تعاونی اهمیت بیشتری دارد. این پژوهش ضمن بررسی نقاط قوت و ضعف مدل‌های مرسوم تأمین مالی تعاونی‌ها، مدل تأمین مالی مدنظر را با تحلیل داده‌های نمونه آماری با متغیرهای کمی و کیفی بر اساس نظریه داده‌بنیاد مورد بررسی قرار می‌دهد. متغیرهای کمی در جامعه آماری ۳۸۰۰۰ نفری و نمونه‌گیری ۳۸۰ پرسش‌نامه و متغیرهای کیفی بر اساس نظریه داده‌بنیاد با استفاده از مصاحبه ژرف‌نگر با ۱۵ نفر از خبرگان و متخصصان حوزه تعاون باسابقه بیش از ۳ سال می‌باشد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که عوامل اقتصادی و اجتماعی بیشترین تأثیر را در انباشت سرمایه در تعاونی‌ها دارند و این مدل تأمین مالی با توجه به هزینه کمتر و مزایای اجتماعی آن، راهکاری مناسب جهت تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی می‌باشد.

واژگان کلیدی: سهام‌دار غیرعضو، کارآفرینی تعاونی، اقتصاد تعاونی، انباشت سرمایه.

^۱ محمد رضا رضایی نژاد، دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول): rezaeinejad@gmail.com

محمد رضا تقوا، استاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی؛ taghva@atu.ac.ir

حبیب الله رودساز، استاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی؛ Dr.roodsaz@gmail.com

مقدمه

تعاون در اصطلاح به معنای "یاوری و همراهی متقابل" است. این واژه از "عون" به معنی یاری نمودن در باب تفاعل به معنای به همدیگر کمک کردن و همیاری نمودن آمده است. به عبارت دیگر، کار گروهی، داوطلبانه و نظام‌مند را تعاون گویند (خاوری، اصغریان و رضایی، ۱۳۹۷). تعاونی اجتماعی از اعضا است که توسط اعضا و برای اعضا تشکیل می‌شود و از اصول و ارزش‌های همکاری که توسط اتحادیه بین‌المللی تعاون^۱ تعریف شده است پیروی می‌کند (Rajasekhar et al, ۲۰۲۰, p. ۳۲) تعاونی‌های کشاورزی در امریکای شمالی و اروپای غربی نشان دادند که در سطوح مالکیت دارایی، فروش و سهم بازار، نقش بسزایی در اقتصاد دارند. این تعاونی‌ها با نوآوری در ساختار سازمانی تعاونی (تعاونی‌های نوع جدید) توانستند بر چالش‌های تامین سرمایه فایق آیند (Chaddad and Cook, ۲۰۰۳).

کمبود منابع مالی برای تامین نیازهای سرمایه‌ای همواره یکی از چالش‌های عظیم تعاونی‌ها و در زمره مهم‌ترین موانع برای راه‌اندازی کسب‌وکارشان بوده است. روش تامین مالی این‌گونه طرح‌ها همیشه در اجرای پروژه‌های زیربنایی در کشورهای در حال توسعه، مورد توجه قرار گرفته است. خاوری و اصغریان در پژوهش خود به نقل از رویز^۲ (Ruiz, ۲۰۱۸) اشاره نموده‌اند که بسیاری از سیاست‌ها در مسیر اهداف توسعه زیرساخت‌ها، محیط کسب‌وکار و خدمات عمومی، تحت تأثیر بخش مالی برای تامین سرمایه هستند (خاوری و اصغریان رضایی، ۱۳۹۷). محققان از جمله پاچون (Pachón, ۲۰۱۶) تامین منابع مالی را یکی از وظایف اولیه برای شرکت‌های تعاونی می‌دانند و سه بحث کفیل‌ها، ضمانت‌های برابر و سهم‌های ویژه را در تعیین الگوی تامین مالی مهم دانسته‌اند. در خصوص موانع تامین مالی تعاونی‌ها، برخی محققان پژوهش‌هایی را انجام داده‌اند. موانعی از قبیل عوامل اقتصادی-نگرشی (احمدپور و همکاران، ۱۳۹۳)، محدودیت سرمایه (بذرافشان و شاهین، ۱۳۸۹)، سرمایه‌گذاری ناکافی، استرداد ضعیف وام‌ها، رکود اقتصادی (Aribaba, ۲۰۱۳) و تضاد علایق بین اعضای تعاونی و سرمایه‌گذارها (Xiaomei and Tao, ۲۰۱۰) را در تامین مالی تعاونی‌ها برشمردند. (ابراهیمی سرو علیا و عظیمی، ۱۳۹۶). محقق گلیزر^۳ (Gleasure and Feller, ۲۰۱۶) تامین مالی جمعی را برای بخش وسیعی از سرمایه‌گذاری‌های سودآور مانند پروژه‌های هنری و خلاق و... مناسب می‌داند.

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های تعاونی‌ها و شاید مهم‌ترین آنها، کمبود منابع مالی برای تامین نیازهای سرمایه‌ای است. با توجه به اهمیت تامین مالی در توسعه بخش تعاون، در این پژوهش به دنبال شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تامین منابع مالی تعاونی‌ها هستیم. در ابتدا با مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق به بررسی مطالعات داخلی و خارجی گذشته در این حوزه می‌پردازیم. در ادامه به ترتیب مبانی حقوقی و قانونی، روش‌شناسی تحقیق، بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی حاصل از تفسیر نتایج ارائه می‌گردد.

^۲ Ruiz.

۱. مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مدل‌های سازمانی تعاونی‌ها در هفت مدل مختلف تقسیم‌بندی می‌شود: ۱- تعاونی‌های سنتی ۲- تعاونی‌های سرمایه‌گذاری نسبی ۳- تعاونی‌های عضو - سرمایه‌گذار ۴- تعاونی‌های نسل جدید ۵- تعاونی‌های با واحدهای مستقل دارای سرمایه در حال افزایش، ۶- تعاونی‌های سهامی - سرمایه‌گذار ۷- تبدیل شدن به شرکت‌های سرمایه محور (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱)

بررسی مدل‌ها و استراتژی‌های نوین تأمین مالی شرکت‌های تعاونی در اقتصاد ایران نشان می‌دهد که مدل‌سازی تعاونی سنتی در تأمین مالی تعاونی‌ها در ایران مؤثر نیست و سایر مدل‌های سازمانی تعاونی نظیر سرمایه‌گذاری نسبی، عضو سرمایه‌گذار، تعاونی با واحدهای مستقل تعاونی مانند سرمایه‌گذار نسل جدید، تعاونی با واحدهای مستقل تعاونی مانند سرمایه‌گذار نسل جدید، تعاونی با واحدهای مستقل دارای سرمایه در حال افزایش، سهامی - سرمایه‌گذار و تبدیل شدن به شرکت سرمایه محور، در تأمین مالی تعاونی‌ها در ایران مؤثر هستند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱). به‌طور کلی انواع روش‌های تأمین مالی شرکت‌های تعاونی در دنیا را می‌توان در سه دسته اصلی: ۱- تأمین مالی سنتی شامل استفاده از تسهیلات بانک‌ها و مؤسسات مالی یا بهره‌گیری از آورده شخصی مؤسسان یا ذخیره مازاد بازگشتی حاصل از فعالیت تعاونی‌ها ۲ - تأمین مالی حمایتی که به‌وسیله تعاونی‌هایی که بر سرمایه‌گذاری‌های اعضا با سطوح حمایتی متکی هستند و ۳ - تأمین مالی مستقیم که با میزان استفاده از خدمات تعاونی مرتبط نیست و امکان سرمایه‌گذاری را هم برای اعضا و هم افراد غیر عضو فراهم می‌کند، تقسیم کرد که در جدول ۱: استراتژی‌های تعاونی‌ها در کشورهای مختلف بیان شده است؛ هرکدام از این روش‌ها شامل ابزارهای تجهیز سرمایه مختلفی می‌شوند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱). کیم (Kim, ۲۰۱۴) توجه به زیرساخت‌های عمومی-خصوصی را در تأمین مالی تعاونی‌ها پراهمیت دانسته است و سه راهکار حساب‌های قابل وصول، حساب‌های اعتباری و سهام برای تأمین مالی را پیشنهاد می‌کند (ابراهیمی و عظیمی، ۱۳۹۶).

جدول ۱ - استراتژی‌های تأمین مالی تعاونی‌ها در کشورهای منتخب

کشور/تعاونی استفاده‌کننده	روش تأمین مالی	نوع استراتژی
استرالیا، کانادا، آمریکا و اروپا	بانک و سایر نهادهای مالی	استراتژی سنتی
استرالیا، کانادا، آمریکا و اروپا	سهام اعضا	
استرالیا، کانادا، آمریکا و اروپا	سرمایه سهام تخصیص نیافته، ذخایر	
استرالیا، کانادا، آمریکا و اروپا	استقراض از نهادهای وام‌دهنده تخصصی	
استرالیا، کانادا، آمریکا و اروپا	بدهی فرعی	
استرالیا و آمریکا	برنامه سرمایه پایه	استراتژی تبدیل مالی حمایتی
استرالیا	اوراق ظرفیت	
استرالیا، کانادا و هلند	طرح‌های اجباری مشارکت در سهام	
استرالیا، کانادا و آمریکا	ذخیره مازاد برگشتی	
استرالیا	انتشار سهام جایزه و رأی سود	
استرالیا، کانادا و آمریکا	وجوه بازنشستگی اعضا	
هلند	واحدهای مشارکتی	
استرالیا، کانادا، فرانسه، هلند و آمریکا	ذخیره سرمایه در واحد	
استرالیا و آمریکا	ذخایر سرمایه چرخشی	

وام‌های چرخشی (ذخایر چرخشی)	آمریکا	استراتژی تأمین مالی مستقیم
واحدهای تجهیز سرمایه تعاونی	استرالیا	
سرمایه‌گذاری مستقیم	استرالیا، کانادا و آمریکا	
بازار مستثنی	استرالیا و هلند	
سند تعهد	استرالیا و آمریکا	
سهام سرمایه‌گذاری / گواهی‌نامه	استرالیا، کانادا و آمریکا	
سهام ممتاز قابل بازخرد	استرالیا، کانادا و آمریکا	
اوراق قرضه محلی	کانادا	
طرح‌های سهام کارکنان	استرالیا، کانادا	
دریافت وثیقه از اعضا	استرالیا، کانادا و آمریکا	
عایدات حاصل از مبادله با افراد غیرعضو	استرالیا و هلند	
درصدی از کل سهام	آمریکا	

ماخذ: (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱)

تعاونی‌های سهامی سرمایه‌گذار و مدل سرمایه‌گذاری پایین به بالا بهترین روش تأمین سرمایه برای پروژه‌های زیرساختی مانند پروژه‌های پهن باند و فناوری اطلاعات می‌باشد (رضائی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۴۱).

- تعاونی‌های سهامی - سرمایه‌گذار^۱: در تعاونی‌های سهامی - سرمایه‌گذار، سرمایه‌گذاران غیرعضو در کنار اعضای تعاونی، حق مالکیت دریافت می‌کنند. گروه‌های مختلف سهام در این مدل ایجاد می‌شوند که ممکن است حقوق متفاوتی از جنبه نرخ بازگشت، تحمل ریسک، میزان کنترل، قابلیت بازخرد و قابلیت انتقال برای دارنده آن به همراه داشته باشند. (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷۶).

- مدل سرمایه‌گذاری پایین به بالا^۲، مدلی است شامل گروهی از کاربران نهایی که خودشان را درون یک گروه مشترکاً تحت مالکیت و اداره دموکراتیک سازماندهی می‌کنند (اغلب تعاونی) قادر به نظارت بر قرارداد ساخت و بهره‌برداری پروژه‌های مورد تقاضای خود هستند. (رضائی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۵۲)

شیوه‌های نوین مالی ممکن برای جذب سرمایه مشتمل بر ۱- استفاده از اوراق منفعت تعاون^۳، ۲- فاینانس^۴، ۳- تأمین مالی جمعی^۵ - استقراضی^۵ باشد و نقاط قوت و ضعف آن به شرح ذیل است:

اوراق منفعت؛ علی‌رغم هزینه‌بر بودن این اوراق و عدم معامله بر اساس نرخ بهره واقعی بازدهی سرمایه‌گذاری، با توجه به امکان واگذاری منافع آینده دارایی‌های بادوام، انتشار اوراق منفعت توسط انواع شرکت‌های تعاونی جهت پیش‌فروش خدمات آینده خود و ارزان‌تر بودن این خدمات برای متقاضیان و همچنین امکان انتقال و واگذاری به غیر توسط صاحبان اوراق منفعت از راه‌های بسیار مؤثر در توسعه مالی شرکت‌های تعاونی می‌باشد.

در روش تأمین مالی فاینانس؛ نرخ پایین بهره، بلندمدت بودن زمان بازپرداخت، امکان مدیریت توسط طرف داخلی و انتقال ریسک دریافت وام به اعتبار‌گیرنده دولت یا شرکت‌های دولتی و خصوصی خارجی و انتقال ریسک نوسانات بازار ارز به طرف

^۱ Investor share Co-operatives

^۲ Bottom-up model

^۳ Cooperative interest bonds

^۴ Project finance

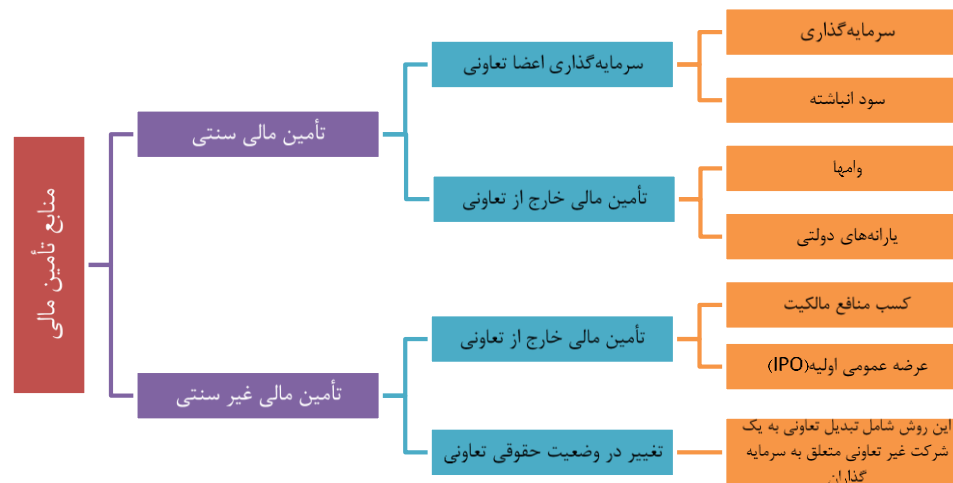
^۵ Borrowing financing

خارجی تأمین مالی جمعی از نقاط قوت آن می باشد اما افزایش جرائم بانکی به علت تأخیر در زمان اجرای پروژه ها، عدم ایجاد رقابت در صنایع داخلی و ریسک بالای سرمایه گذاری در ایران باعث عدم امکان به کارگیری آن می شود.

روش تأمین منابع مالی جمعی؛ منجر به ارتقای فرهنگ مشارکت می شود و با توجه به ریسک پایین و انگیزه های درونی ساده مثل دریافت پول و حمایت مشارکت کنندگان از کسب و کار برای ثبت پرونده کاری برای آینده و توسعه توانایی فردی گزینه ای قابل قبول در سطح دنیا می باشد. این روش نیز با توجه به خطر شکست در کسب و کار، پیچیدگی مراحل دریافت وجوه سرمایه گذاری و همچنین اولویت تأدیه حقوق طلبکاران نسبت حقوق صاحبان در صورت بروز ورشکستگی، مشکلات خاص خود را در برابر کارآفرینان دارد (ابراهیمی سروعلیا و همکاران، ۱۳۹۶).

مدل مدرن تأمین منابع مالی جمعی به طور کلی بر مبنای سه نوع زیرساخت استوار است: ۱- ابتکار عمل کننده ای که ایده و پروژه را برای تأمین بودجه اش پیشنهاد می کند، ۲- افراد یا گروه هایی که از این ایده حمایت می کنند ۳- سازمانی معتبر "پلتفرم" است که برای راه اندازی این ایده فرصت ارائه به سرمایه گذاران را فراهم می کند (Ordanini et al., ۲۰۱۱, pp. ۴۴۳-۴۷۰).

روش تأمین مالی استقراری جزء هزینه های قابل قبول مالیاتی است و همچنین تأمین مالی بدین طریق، سهم سهام داران در کنترل شرکت را کاهش نداده و در دوران تورمی نیز بازپرداخت آن ارزان تر تمام خواهد شد. از نقاط ضعف این روش می توان به مشکلات بالقوه ای که ممکن است بنگاه ها در به کارگیری جمع سپاری با آن مواجه شوند، اشاره کرد. تمرکز آنها بر مشکلات ناخواسته ای است که بنگاه های تجاری در مواجهه با ایده های کاربران نهایی با آن روبه رو می شوند (ابراهیمی سروعلیا و همکاران، ۱۳۹۶). مقاله مدل سازی موانع و محدودیت های مالکیت سرمایه گذاری در تعاونی های کشاورزی ایالات متحده و اروپا (Iliopoulos, ۲۰۰۳) با بررسی گزارش های مالی رسمی حسابرسی شده ۱۲۷ شرکت تعاونی که بیش از ۷۵ درصد از مجموع فروش ناخالص سال ۱۹۹۶ سازمان کشاورزی ایالات متحده را تشکیل می دادند، مشکل اصلی تجهیز سرمایه در تعاونی ها را در این سه مورد، خلاصه می کند: (۱) مشکل سواری مجانی، (۲) مشکل افق سرمایه گذاری و (۳) مشکل پرتفولیوی سهام پروژه ها. در این مقاله سیاست امکان عضویت محدود و با توافقات بازاریابی برای حل مسئله سواری مجانی مطرح شده است، راه حل دوم برای حل مشکل سواری مجانی ایجاد بازاری ثانویه برای سهام تعاونی است. سهام قابل انتقال، اعضای موجود را قادر می سازد تا ارزش کامل سرمایه گذاری خود را در تعاونی به دست آورند و بنابراین انگیزه ای برای سرمایه گذاری مجدد ایجاد می کند، زیرا ترس از مشارکت اعضای جدید در درآمدهای آینده حاصل از سهام آنان، حذف شده است. وجود بازاری ثانویه برای سهام تعاونی همچنین به عنوان پیش شرطی مهم در برخورد با مشکلات افق سرمایه گذاری و پورتفولیوی سهام پروژه ها پیشنهاد شده است. در شکل ۱: روش های تأمین مالی تعاونی در اروپا را مشاهده می نمایید:



شکل ۱- منابع تأمین مالی بنگاه های تعاونی در اروپا (Pelle , Allardon, ۲۰۱۲)

در پژوهش دیگر، محققان ابراهیمی و عظیمی به بررسی روش های نوین تأمین مالی در تعاونی های ایران با استفاده از رویکردی کیفی و با تاکید بر نظریه داده بنیاد پرداخته و روش های تأمین مالی جمعی، ترکیبی و اوراق منفعت را بیش از سایر روش ها با شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تعاونی های ایران سازگار می داند (ابراهیمی سروعلیا و همکاران، ۱۳۹۶).

با در نظر گرفتن مجموعه ای از روش های مختلف تأمین مالی شرکت های تعاونی در این بخش به معرفی مدل به کاررفته توسط شرکت های تعاونی عضو اتحادیه تخصصی امور زیربنایی پیشگامان کویر یزد^۱ می پردازیم. در این مدل که حاصل ترکیب روش تأمین مالی مدل تعاونی هایی با واحدهای مستقل دارای سرمایه در حال افزایش به صورت تعاونی سهامی سرمایه گذار و روش تأمین مالی جمعی است، بر اساس تعریف اساسنامه جهت بازخرید سهام سهام داران عضو، غیرعضو عادی و غیرعضو سرمایه گذار شرکت تعاونی برای جذب سرمایه در پرتفولیوی پروژه های^۲ مختلف تولیدی و خدماتی خود، با افزایش سرمایه شرکت های تعاونی دارای پروژه و قرارداد اختیار^۳ بازخرید در سررسید با ارزش افزوده تعهدی (حدود ۲/۵ برابر ارزش اسمی سهام)، سهام دار غیرعضو سرمایه گذار را در جهت بهره گیری از عواید آتی حاصل استفاده از محصولات و خدمات شرکت با تعرفه های نازل تر از ارزش بازاری آن یا به صورت نقدی و در سررسید، جذب می نماید. به صورت موازی سهام دار غیرعضو سرمایه گذار متعهد می شود مبلغی حدود ۱/۵ برابر ارزش اسمی سهام را در قالب قرض الحسنه که مدت بازپرداخت آن توسط شرکت تعاونی (بین ۲۷ تا ۴۰ ماه)، بخشی از دوران قرارداد بهره برداری از هر پروژه است، در جهت حمایت از فعالیت های تعاونی های مردمی کارآفرینانه، در اختیار تعاونی قرار دهد. این بخش از قرارداد مشارکت، مشابه بسیاری با تأمین مالی جمعی در بسیاری از

^۱ شرکت های عضو اتحادیه امور زیربنایی پیشگامان کویر یزد در زمینه های مختلف زیرساختی و فناوری اطلاعات در سطح کشور با مرکزیت استان یزد فعالیت می نمایند و دارای مجوزهای FCP (ارتباطات ثابت مخابراتی شامل اینترنت پرسرعت ADSL و تلفن ثابت و ...)، Landing point (فیبرنوری دریایی عمان تا چابهار POI)، شتابدهنده (حامی استارت آپ ها)، لجستیک هوشمند، دهکده لجستیک، بندر خشک، سامانه توزیع میوه سراسری و کارخانجات تولیدی برد الکترونیکی، تولید کاغذ از سنگ و کنسانتره میوه و ... می باشد و تمام شرکت ها تأمین سرمایه را با مدل تعاونی سهامی - سرمایه گذار انجام می دهند و مورد مطالعاتی در این مجموعه بررسی گردیده است

^۲ - Project Portfolio

^۳ - Option

کشورهای پیشرفته دنیا مانند فعالیتهای پلتفرم گوفاندمی^۱ که در سال ۲۰۱۰ راهاندازی شده است، دارد و پلتفرم پیشگامان، تأمین مالی جمعی مبتنی بر اهدا و سرمایه گذاری (خرید سهام جمعی) می باشد. از دیگر پلتفرمهای برتر جهان که بر اساس مدل اهدا فعالیت می کنند می توان از کارینگ بریدج^۲، جاست گیوینگ^۳، کرادرایز^۴، گیوفوروارد^۵، دانرچوز^۶ و فاندلی^۷ نام برد. بعضی از این پلتفرمها به صورت تخصصی در یک حوزه خاص نظیر پزشکی و برخی دیگر در چند موضوع فعال هستند (زرنندی وهمکاران، ۱۳۹۴). در این مدل برای پروژههای زیربنایی نظیر پروژه رینگ فیبر نوری دور ایران به عنوان هاب منطقه و سرویس دهی به کشورهای همسایه، کل سرمایه مورد نیاز به عنوان سرمایه شرکت تعیین می گردد؛ سهامدار عضو ۵۱٪ سرمایه را در قالب نقدی یا دارایی (۱۵٪ نقد و ۳۶٪ دارایی) در افزایش سرمایه شرکت می کند که همواره طبق تعریف گروه پیشگامان سهامداران عضو ۹۰٪ حق رای مجمع را دارند و سهامداران غیرعضو سرمایه گذار دو و نیم برابر برای ۴۹٪ سرمایه، نقدینگی می آورند که یک و نیم برابر وام است که در اختیار شرکت می باشد و همواره ۸۵٪ نقدینگی شرکت، نقدینگی سهامدار غیرعضو سرمایه گذار است که با ۱۵٪ نقدینگی سهامدار عضو نقدینگی پروژه تأمین می گردد. دارایی سهامدار عضو به عنوان تضمین بازخرید سهام سهامدار غیرعضو تا پایان مدت قرارداد در شرکت تعاونی بلوکه است و نمی تواند از سهامداری خارج شود.

۲. مبانی قانونی و حقوقی جذب سهامدار غیرعضو

بر اساس ماده ۱۰ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، «کلیه شرکتها و اتحادیههای تعاونی مجازند در بدو تأسیس یا هنگام افزایش سرمایه تا سقف چهل و نه درصد (۴۹٪) سهام خود را با امکان اعمال رأی حداکثر تا سی و پنج درصد (۳۵٪) کل آراء و تصدی کرسیهای هیئت مدیره به همین نسبت به شرط عدم نقض حاکمیت اعضاء و رعایت سقف معین برای سهم و رأی هر سهامدار غیرعضو که در اساسنامه معین خواهد شد به اشخاص حقیقی یا حقوقی غیرعضو واگذار نمایند» همین طور، وفق ماده ۱۷ قانون بخش تعاون اقتصاد جمهوری اسلامی ایران، اشخاص دولتی و عمومی و به طریق اولی اشخاص خصوصی، می توانند از طریق وام یا هر راه مشروع دیگری اقدام به کمک در تأمین و یا افزایش سرمایه شرکتهای تعاونی نمایند بدون آنکه عضو باشند. در مدل پیشنهادی تأمین مالی، مجامع شرکتهای تعاونی نحوه پذیرش سهامدار غیرعضو عادی و سهامدار غیرعضو سرمایه گذار و نحوه بازخرید سهام سهامداران جهت خروج از سهامداری را در اساسنامه، مطابق با ماده ۱۰ قانون فوق الذکر، با شرط پذیرش اعمال رأی ۱۰ درصد برای مجموع سهامداران غیرعضو، تصویب می نمایند.

فرایند انتقال سهام به سهامدار غیرعضو سرمایه گذار به این نحو است که ابتدا تعدادی از سهام یکی از شرکتها در قالب عقد بیع

^۱- Gofundme

^۲-CarringBridge

^۳-JustGiving

^۴-CrowdRise

^۵- GiveForward

^۶-DonorChoose

^۷- Fundly

به شخص سهام‌دار در ازای دریافت مبلغ اسمی آن، واگذار می‌گردد. یا به عبارت دقیق‌تر این تعداد از سهام با مبلغ مشخصی به وی فروخته می‌شود. در ضمن این عقد بیع شرط می‌شود (از نوع شرط فعل)^۱ که سهام‌دار غیرعضو سرمایه‌گذار که در این قرارداد در جایگاه خریدار است، مبالغی در قالب قرض‌الحسنه را به شرکت داده و شرکت موظف است با اقساط مساوی در طول مدت قرارداد این مبلغ قرض‌الحسنه را به وی بازگرداند. با انعقاد این قرارداد و ثبت شدن انتقال سهام مربوطه در دفاتر شرکت، برگ سهام به صورت با نام و غیرقابل انتقال، صادر شده و در اختیار سهام‌دار قرار می‌گیرد و این تعداد از سهام‌داران در مجامع عمومی شرکت دعوت شده و تا سقف معین در اساسنامه حق رأی خواهند داشت. شایان‌ذکر است در عمل راهکارهای حقوقی برای انتقال سهام بین افراد و اشخاص وجود دارد که یکی از آن‌ها اعطای وکالت در جهت استفاده از سهام و منافع آن و دیگری انتقال حقوق ناشی از سهام است که این مورد اخیر در رابطه بین افراد معتبر بوده؛ ولی نسبت به شرکت قابل استناد نمی‌باشد. در ضمن در قرارداد بیع (خرید و فروش) شرط می‌شود که کلیه منافع و سود حاصل از سهام، از طرف شخص سهام‌دار غیرعضو سرمایه‌گذار به شرکت صلح گردد و در مقابل، شرکت در قالب شرط فعل متعهد می‌گردد که در پایان مدت قرارداد، سهام شخص سهام‌دار غیرعضو سرمایه‌گذار را به مبلغ مشخص و معینی بر اساس محاسبات انجام شده و تعیین ارزش افزوده سهام در زمان اتمام قرارداد از وی به تعهد سهام‌داران عضو بازخرید نماید. هیئت‌مدیره شرکت به نمایندگی سهام‌داران عضو طی قرارداد متعهد می‌شود که سهام سهام‌دار طبق ارزش و تاریخ توافقی در قرارداد بازخرید نماید. در پایان مدت قرارداد، مشروط له (سهام‌دار غیرعضو سرمایه‌گذار) مختار است که با استفاده از شرط تعهد به خرید مجدد سهام، شرکت را الزام به بازخرید سهام با همان مبلغ مشخص نماید و یا اینکه با انصراف از این شرط کلیه منافع و سود سالیانه حاصل از سهام را دریافت نموده و همچنان سهام‌دار شرکت باقی بماند که در این صورت اخیر با او مانند سهام‌دار عضو یا غیرعضو عادی بسته به شرایط تعیین شده در اساسنامه جهت حداقل سهام برای عضویت رفتار خواهد شد. در طول مدت قرارداد نیز، هر زمان که سهام‌دار از این شرط صرف‌نظر کرد، مشمول دریافت سود سالیانه می‌گردد.

۳. روش‌شناسی تحقیق

. در این پژوهش از دودسته متغیرهای کمی و کیفی استفاده شده است. متغیرهای کمی مورد مطالعه از طریق پرسش‌نامه، جامعه آماری سهام‌داران تعاونی پیشگامان کویر یزد است که تعداد آنها ۳۸۰۰۰ بوده و با استفاده از فرمول کوکران حجم کلی نمونه ۳۸۰ مورد جهت مطالعه تعیین شده است و جهت افزایش اطمینان از طریق تکمیل دقیق و حذف پرسش‌نامه‌های ناکارآمد، ۴۵۰ پرسش‌نامه انتخاب و پاسخ‌های ناکارآمد حذف گردید،

نحوه محاسبه اندازه نمونه بر اساس فرمول کوکران به شرح زیر است:

^۱ - ماده ۲۳۴ قانون مدنی

^۲ - مواد ۷۵۲ تا ۷۷۰ قانون مدنی

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

در فرمول بالا، به اطلاعات زیر نیاز داریم تا حجم نمونه محاسبه شود:

- n = حجم نمونه
- N = حجم جمعیت آماری (حجم جمعیت شهر، استان و...)
- t یا z = درصد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول
- P = نسبتی از جمعیت دارای صفت معین
- $q = (1 - p)$ = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین
- d = درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب
- معمولاً p را ۰.۵ و d را می توان ۰.۰۱ یا ۰.۰۵ در نظر بگیریم.

در فرمول فوق $N=38000$ ، $t(z)=1.96$ ، برای اطمینان ۹۵٪، $p=q=0.5$ و $d=0.05$ قرار می دهیم و حجم نمونه ۳۸۰ می شود.

از تعداد سهام دارانی که مورد پرسشگری قرار می گیرد، ۷۲٪ مرد، ۲۸٪ زن، ۴۹٪ مدرک کارشناسی و ۴۲٪ کارمند می باشند. در این مطالعه، روش انتخابی برای بررسی پایایی یا اعتبار پرسش نامه با تعدادی سؤال (مانند طیف ۵ گزینه ای لیکرت)، آلفای کرونباخ می باشد. فرمول محاسبه آلفای کرونباخ به صورت زیر است:

$$r_a = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right)$$

تعداد سوال زیرمجموعه j - واریانس کل S^2 - واریانس نمرات هر زیرمجموعه سوال S_j^2

با توجه به آزمون اگر ضریب آلفا بیشتر از ۰.۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است و می توانید از بابت همبستگی درونی سؤالات مطمئن باشید. ولی اگر مقدار آلفا کمتر از ۰.۷ است بهتر است سؤالاتی را که با سایر سؤالات همبستگی کمتری دارند شناسایی و از مجموعه سؤالات حذف کنید تا مقدار آلفا افزایش پیدا کند. اگر ضریب آلفای کرونباخ بین (۰.۵ تا ۰.۷) باشد اعتبار پرسش نامه در حد متوسط ارزیابی می شود. اگر پایایی پرسش نامه در حد مطلوب نباشد با تشخیص سؤالات زائد، باید مقدار پایایی را به حد مطلوب برسانید برای پرسش نامه هایی که برای مطالعه کنونی در دسترس داریم، آزمون کرونباخ را انجام داده و نتیجه به شرح جدول ۲: استخراج می شود.

جدول ۲- پایایی یا اعتبار پرسش نامه

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	43

بر اساس "جدول ۲:" آزمون آلفا کرونباخ برای پرسش نامه بعد از حذف برخی از سؤالات که با سایر سؤالات همبستگی کمتری دارند با تعداد ۴۳ سؤال معتبر، به میزان ۰.۸۷۵ شناسایی می شود و مقدار آلفا افزایش پیدا می کند. به منظور بررسی نرمال بودن داده ها، پس از محاسبه چولگی و کشیدگی، از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف یا آزمون شاپیرو - ویلک استفاده شد. در تحقیق مربوطه برای بررسی کمی عوامل تأثیرگذار بر انباشت سرمایه از مدل رگرسیون استفاده می شود. بر اساس پرسش نامه عوامل تأثیرگذار بر سرمایه گذاری سهام داران (متغیر وابسته) را شناسایی می نماییم و میزان تأثیرگذاری آن برآورد تا بر اساس آن بتوانیم مدل مناسبی را برای سرمایه گذاری و انباشت سرمایه برای پروژه های بخش تعاونی را پیشنهاد دهیم.

اجزای مدل دودسته متغیرهای وابسته و مستقل شامل موارد زیر است:

۱- متغیر وابسته به انباشت سرمایه تعاونی

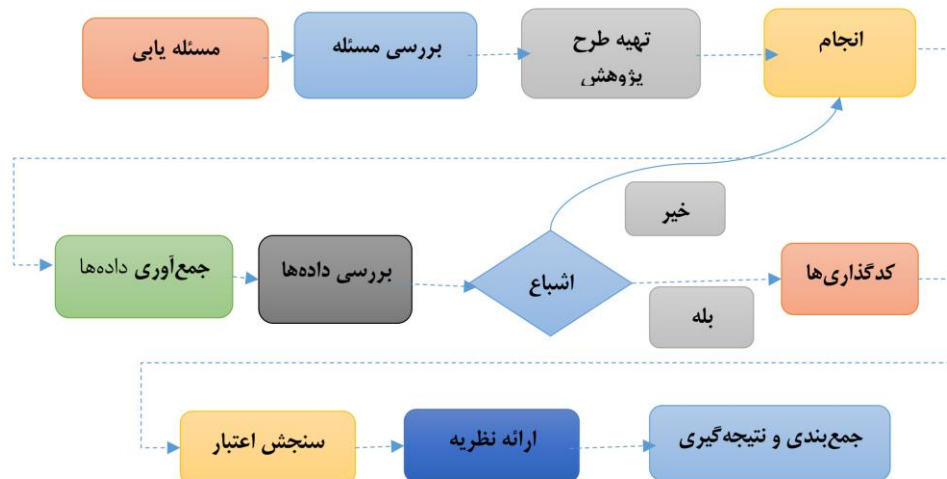
۲- متغیرهای مستقل

- عوامل اقتصادی (ارزش افزوده تعهدی تعاونی، درآمد مصرف کننده و...)
- عوامل اجتماعی (جمعیت منطقه، سطح تحصیلات و...)
- عامل فرهنگی (آموزش برای آشنایی با تعاون و همکاری)
- عوامل سیاسی (روابط بین الملل، مسائل سیاسی جامعه و...)
- عوامل قانونی (متناسب بودن قانون، بروکراسی اداری و...)

برای تحلیل کیفی از روش نظریه داده بنیاد^۱ (GT) استفاده می شود داده هایی که در روش نظریه داده بنیاد برای تشریح فرایند جمع آوری می شود، شامل مشاهدات، گفت و شنودها، مصاحبه ها، اسناد دولتی، خاطرات پاسخ دهندگان و مجلات و تأملات خود پژوهشگر هست. نظریه پردازی داده بنیاد در نمونه برداری هدف مند برای مصاحبه یا مشاهده، از نگرشی منحصر به فرد حمایت می کنند که آن را از دیگر رهیافت های کمی و کیفی به جمع آوری داده ها متمایز می سازد و نمونه های تحقیق شامل خبرگان شرکت های تعاونی، اتاق تعاون و وزارت تعاون با بیش از ۳ سال سابقه فعالیت می باشند. از هر گروه ۵ نفر انتخاب و مصاحبه شدند و جمعاً از ۱۵ نفر نخبه و خبره مصاحبه گردید. نظریه پردازی داده بنیاد روالی نظام مند و کیفی است که تولید نظریه یک فرایند، کنش یا برهم کنش را درباره یک موضوع واقعی در سطح مفهومی کلی تشریح می کند. نظریه پردازی داده بنیاد رهیافتی است برای بررسی نظام مند داده های کیفی (نظیر مصاحبه و پروتکل های مشاهده) با هدف تولید نظریه از داده هایی که در روش داده بنیاد برای تشریح فرایندها جمع آوری می شود؛ شامل بسیاری از داده های کیفی اعم از مشاهدات، مصاحبه ها، اسناد و تعاملات شخصی پژوهشگر (Gleasure, Feller, ۲۰۱۶).

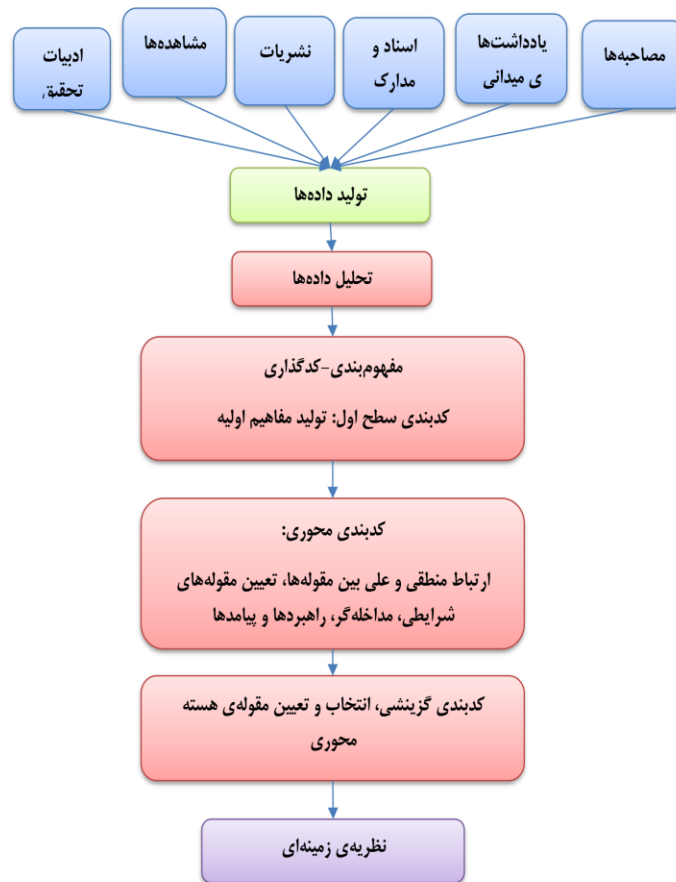
^۱ Grounded theory

آنتونی بریانت در کتاب توسعه‌های اخیر در نظریه داده‌بنیاد (Bryant et al., ۲۰۱۹) به بررسی کاربردها و سیر تاریخی ۵۰ ساله این نظریه پرداخته است. به‌طور کلی مراحل انجام پژوهش برای تحقیق مربوطه برای ساخت مدل مفهومی به‌صورت فرایندی است که در شکل ۲: نمایش داده شده است.



شکل ۲: مراحل و فعالیت‌های انجام بخش ساخت نظریه داده‌بنیاد مطالعه (Bryant et al., ۲۰۱۹)

برای آزمون الگوی مفهومی به‌دست‌آمده و شناسایی میزان ضرایب تأثیرگذاری عوامل بر انباشت سرمایه در تعاونی مورد مطالعه از آزمون فرضیه‌های ناپارامتریک استفاده می‌شود. برای کدگذاری از نرم‌افزار ATLAS.ti استفاده می‌شود، مزایای زیادی در استفاده از نرم‌افزارها برای کمک به تحلیل داده‌های کیفی وجود دارد که عبارت است از اثربخشی بیشتر یا توانایی مدیریت حجم وسیعی از اطلاعات، صرفه‌جویی در وقت، قابلیت انعطاف و دقیق بودن شیوه برخورد با اطلاعات، افزایش صحت و اعتبار داده‌ها و امکان انجام تحلیل‌های پیچیده‌تر. شکل ۳: خلاصه مراحل تولید داده و کدگذاری داده‌ها را نمایش می‌دهد.



شکل ۳ - خلاصه مراحل انجام تولید داده و کدگذاری داده‌ها (حسرتی، ۱۳۸۵)

بر اساس داده‌های استخراج شده از مصاحبه با خبرگان و مطالعه اسناد، کدگذاری و مقوله‌سازی برای راهبردهای مطالعه انجام می‌شود؛ بر اساس داده‌های استخراج شده از اسناد و مصاحبه، کدگذاری باز برای راهبردها به شرح جدول ۳: به دست می‌آید.

جدول ۳- کدگذاری باز داده‌های استخراج شده از اسناد و مصاحبه خبرگان برای مقوله راهبردها

ردیف	داده‌ها	کد
۱	ایجاد و شکل‌گیری اصل مدیریت تعاون، شرکت‌های تعاونی را قادر می‌سازد به طور حرفه‌ای به فعالیت بپردازند.	مدیریت توانمند
۲	مدیریت مشارکتی از طریق به‌کارگیری دستگاه‌های غیرمتمرکز در شکوفایی استعدادها و خلاقیت ذهنی کارکنان بسیار مؤثر است. این سبک از مدیریت برای بهبود کیفیت بوده و بزرگ‌ترین عامل ترقی در سازمان تلقی می‌شود که همراه با افزایش بازدهی و کاهش هزینه است. مشارکت در مدیریت تعاونی‌ها باعث می‌شود کارکنان نه فقط وظایفشان را بشناسند بلکه بدانند چرا باید آن وظیفه را انجام دهند؛ بنابراین عاملی که چهره تعاونی‌ها را جذاب می‌کند مشارکت است.	مشارکت در مدیریت
۳	افزایش سطح اطلاعات فنی و تخصصی تعاونی‌ها، در بهبود عملکرد تعاونی تأثیر بسزایی دارد.	تخصصی شدن دانش تعاونی
۴	به‌روز کردن موضوع و محتوای آموزشی تعاونی‌ها همگام با تحولات جهانی و نیازهای فعلی و آتی بازار از سیاست‌های اجرایی این موضوع است.	نهادینه شدن آموزه‌های تعاونی

ردیف	داده‌ها	کد
۵	اصلاح سیاست‌های ناظر بر بازار کار، بازار پولی و بازار سرمایه از جمله راهبردهای توسعه بخش تعاون است.	اصلاح بازارهای مالی
۶	اصلاح قوانین مربوط به مسئله تعاونی در برنامه‌های توسعه کشور	اصلاح قوانین
۷	اصلاح قوانین مربوط به مسئله تعاونی در قانون اساسی	اصلاح قوانین
۸	افزایش روحیه تعاون و همکاری در افراد جامعه	روحیه تعاونی و همکاری
۹	آشنایی با تعاونی از طریق رسانه‌های عمومی	آشناسازی تعاونی برای عموم مردم
۱۰	سیاست‌های پولی و مالی مناسب در سطح جامعه، موجب رشد اقتصادی، افزایش اشتغال، کنترل تورم خواهد شد و این امر باعث سطح رفاه مردم می‌شود و افزایش سرمایه‌گذاری در سطح جامعه را باعث خواهد شد.	اعمال سیاست‌های پولی و مالی مناسب
۱۱	افزایش نرخ سود سهامداران تعاونی در جذب سرمایه‌گذاران در تعاونی، نقش مهمی دارد.	نرخ سود سهامداران

برای مقوله راهبردها، پنج مقوله شامل مدیریت راهبردی، فرهنگ‌سازی، تخصصی کردن دانش تعاونی و بازرگری در قوانین و مقررات ایجاد می‌شود که در جدول ۴: مقوله‌ها و کدهای باز مشخص گردیده است.

جدول ۴- کدهای باز و شجره‌ها (مقوله‌های) مربوط به راهبردها (یافته تحقیق)

ردیف	مقوله‌ها	کدها
۱	مدیریت راهبردی	ایجاد مدیریت توانمند + مشارکت در مدیریت تعاونی‌ها
۲	فرهنگ‌سازی	آشناسازی تعاونی برای عموم مردم + روحیه تعاونی و همکاری
۳	تخصصی کردن دانش تعاونی	تخصصی شدن دانش تعاونی + نهادینه شدن آموزه‌های تعاونی
۴	بازنگری در قوانین و مقررات	اصلاح قوانین
۵	بهبود شاخص‌های اقتصادی	اصلاح بازارهای مالی + ارزش افزوده سهام سهامداران

۴. یافته‌ها

برای پی بردن به رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل مطالعه از آمار توصیفی و آزمون‌های پارامتریک و ناپارامتریک استفاده می‌شود. منبع تأمین سرمایه پروژه‌ها در تعاونی‌ها، سرمایه سهامداران است که جریان سرمایه سهامداران می‌تواند تابعی از متغیرهای مختلفی باشد. با تعیین متغیرهای مربوطه و آزمون‌های لازم پارامتر تأثیرگذار برای انباشت سرمایه تعاونی مشخص و میزان شدت تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر روی سرمایه‌گذاری سهامداران تعیین خواهد شد و فرضیه‌هایی که برای تحقیق مربوطه تعیین و آزمون خواهد شد می‌توان با توجه به مدل مفهومی به صورت زیر مطرح نمود:

- بین عوامل اجتماعی و فرهنگی و انباشت سرمایه تعاونی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین عوامل سازمانی و ساختار تعاونی و انباشت سرمایه تعاونی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین عوامل قانونی و انباشت سرمایه تعاونی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین عوامل اقتصادی و انباشت سرمایه تعاونی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

از آزمون ناپارامتریک طی دو جهت بررسی رابطه سیستماتیک بین دو متغیر استفاده گردید که یافته‌های تحقیق بر اساس فرضیات و آزمون‌های آماری آن در جدول ۵: مشاهده می‌شود.

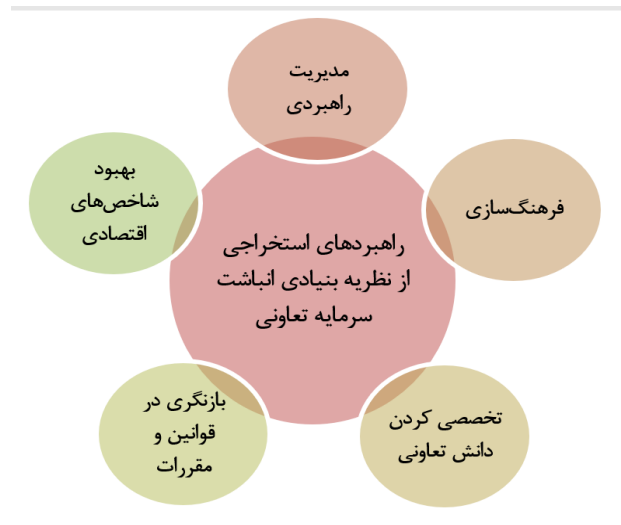
جدول شماره ۵- یافته‌های تحقیق بر اساس فرضیات و آزمون‌های آماری

آزمون Cramer's V			آزمون Chi square test -square			ارتباط بین متغیر وابسته انباشت سرمایه تعاونی و متغیرهای مستقل	عوامل
نتیجه	Approx .sig	Value Cramer's V	نتیجه	Asymp .sig (۲- sided)	Value Person chi- square test		
مقدار عددی این آمار در سطح ۰.۰۵ معنی‌دار نیست و می‌توان نتیجه گرفت بین این دو متغیر ارتباط وجود ندارد	۰.۴	۰.۱۲	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگ‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود ندارد.	۰.۴	۴۰.۴	انباشت سرمایه تعاونی* سیاست‌های دولت	عوامل اقتصادی
رابطه بالایی بین انباشت سرمایه تعاونی و درآمد مصرف‌کننده (سهام‌دار) وجود دارد و شدت ارتباط آن ۰.۱۹۹ است	۰.۰۲۳	۰.۱۹	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچک‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود دارد.	۰.۰۱۸	۱۱.۸۸	انباشت سرمایه تعاونی* درآمد مصرف‌کننده	
رابطه بالایی بین انباشت سرمایه تعاونی و نرخ سود سپرده بانکی وجود دارد و شدت ارتباط ۰.۱۹ هست.	۰.۰۲۳	۰.۱۹	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگ‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود دارد.	۰.۰۲۳	۱۱.۴	انباشت سرمایه تعاونی* نرخ سود سپرده بانکی	
رابطه بالایی بین انباشت سرمایه تعاونی و تسهیلات و حمایت دولت می‌باشد	۰.۰۴	۰.۱۹	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچک‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود دارد.	۰.۰۴	۱۰.۷۳	انباشت سرمایه تعاونی* تسهیلات و حمایت دولت	
رابطه بالایی بین انباشت سرمایه تعاونی و ارزش افزوده تعهدی سهام وجود دارد و شدت ارتباط ۰.۲۲ می‌باشد	۰.۰۰۹	۰.۲۲	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچک‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود دارد.	۰.۰۰۹	۱۳.۶	انباشت سرمایه تعاونی* ارزش افزوده تعهدی سهام	
مقدار عددی این آماره در سطح ۰.۰۵ معنی‌دار نیست و می‌توان نتیجه گرفت بین این دو متغیر ارتباطی وجود ندارد.	۰.۵۲	۰.۱۱	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگ‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود ندارد.	۰.۵۲	۳.۲۵	انباشت سرمایه تعاونی* نرخ ارز	
رابطه بالایی بین انباشت سرمایه تعاونی و سودآوری شرکت وجود دارد و شدت ارتباطی آن ۰.۲۳ هست.	۰.۰۰۵	۰.۲۳	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بسیار کوچک‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود دارد.	۰.۰۰۵	۱۴.۸	انباشت سرمایه تعاونی* سودآوری شرکت	
مقدار عددی این آماره در سطح ۰.۰۵ معنی‌دار نمی‌باشد و می‌توان نتیجه گرفت بین این دو متغیر ارتباطی وجود ندارد.	۰.۴۲	۰.۱	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بسیار بزرگ‌تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود ندارد.	۰.۴۲	۲.۸۶	انباشت سرمایه تعاونی* تعداد طرح‌های در دست انجام	
مقدار عددی این آماره در سطح ۰.۰۵ معنی‌دار نیست و می‌توان	۰.۱۸	۰.۱۵	به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگ‌تر است، بین	۰.۱۸	۶.۲	انباشت سرمایه تعاونی* سرمایه در گردش شرکت	

			این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد.				
عوامل فرهنگی			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچکتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۲۸	۱۰.۵۸	انباشت سرمایه تعاونی* آموزش برای آشنا شدن با تعاونی	
عوامل ساختاری و سازمانی			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچکتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۰۸	۱۳.۸۲	انباشت سرمایه تعاونی* زمینه فعالیت شرکت	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچکتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۱	۱۲.۷	انباشت سرمایه تعاونی* مدت تجربه شرکت	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد.	۰.۸۶	۱.۳۲	انباشت سرمایه تعاونی* پیچیدگی بروکراسی و اداری	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچکتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۲	۱۱.۴۷	انباشت سرمایه تعاونی* مقبولیت تعاونی	
عوامل اجتماعی			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد.	۰.۰۹	۸.۱	انباشت سرمایه تعاونی* جمعیت منطقه	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچکتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۱۲	۱۲.۹۲	انباشت سرمایه تعاونی* اعتماد به مدیران	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچکتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۳	۱۰.۸۸	انباشت سرمایه تعاونی* اعتبار شرکت تعاونی	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگتر است و بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد.	۰.۲۶	۵.۲۳	انباشت سرمایه تعاونی* متناسب بودن قوانین	
عوامل سیاسی و قانونی			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد.	۰.۰۴	۴.۰۱	انباشت سرمایه تعاونی* مناسب بودن روابط بین الملل	
			به علت اینکه sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ بزرگتر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد.	۰.۱۴	۶.۸۶	انباشت سرمایه تعاونی* مسائل سیاسی جامعه	

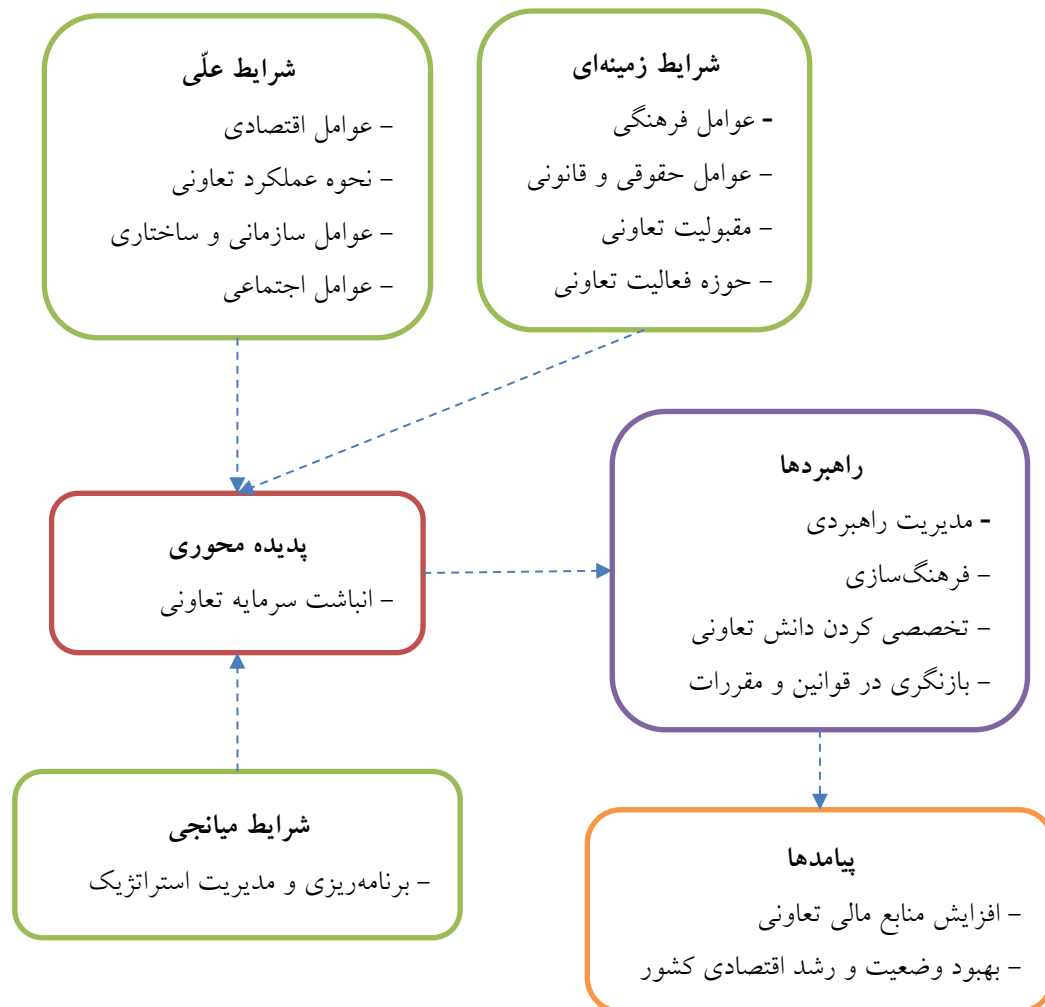
رابطه بالایی بین انباشت سرمایه تعاونی و جایگاه مناسب ابزارهای نوین وجود دارد و شدت ارتباط ۰.۲۱ می باشد	۰.۰۱	۰.۲۱	به علت اینکه Sig. به دست آمده از عدد ۰.۰۵ کوچک تر است، بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد.	۰.۰۱	۱۲.۸۳	انباشت سرمایه تعاونی* جایگاه مناسب ابزارهای نوین	
--	------	------	--	------	-------	--	--

متدولوژی نظریه داده بنیاد، روشی برای تولید نظریه است، نه آزمون آن؛ بنابراین بدیهی است اگر در تحقیق نیاز باشد که علاوه بر نظریه پردازی، آزمون نظریه نیز در دستور کار قرار گیرد، لازم است از روش های کمی و تجزیه و تحلیل آماری استفاده می شود که برای آزمون نظریه و فرضیه های طرح از روش پرسشگری و تحلیل پاسخها استفاده می شود. راهبردهای مستخرج از نظریه داده بنیاد در شکل ۴ قابل مشاهده است. شرایط علی که به وقوع یا رشد پدیده اصلی یعنی مدل اقتصاد تعاونی نسل جدید در راستای جذب سرمایه های خرد منتهی می شوند، عبارت اند از محدودیت بازارهای مالی و مفاسد نظام های اقتصادی. از بعد شرایط اجتماعی به علت ساختار تعاونی و جذب سرمایه های خرد و ضریب نفوذ تعاونی ها در بین اقشار جامعه، تعاونی ها به طور بارز می توانند مشارکت عمومی را در سرمایه گذاری ها به ظهور برسانند.



شکل ۴- راهبردهای نظریه بنیادی انباشت سرمایه تعاونی (یافته های تحقیق)

بر اساس یافته های آزمون کیفی با روش تحلیل نظریه داده بنیاد پدیده محوری انباشت سرمایه ناشی از شرایط علی، شرایط زمینه ای و شرایط میانجی منجر به راهبردهایی به شرح شکل ۴: می شود که عوامل هر یک از شرایط و پیامد آن به شرح مدل ترسیمی شکل ۵ می باشد.



شکل ۵- مدل ترسیمی انباشت سرمایه (نتایج مصاحبه)

در این بخش از پژوهش با توجه به نتایج آزمون کمی و کیفی، به تبیین چرایی رجوع/عدم رجوع سرمایه‌گذاران به تعاونی‌ها ذیل این سؤال پرداخته که مدل اقتصاد تعاونی نسبت به سایر مدل‌های اقتصادی جهت جذب سرمایه افراد چه مزایا/چالش‌هایی را به همراه دارد؟ به عبارت دیگر، ویژگی‌های منحصر به فرد مدل اقتصاد تعاونی به این روش چیست؟ موارد ذیل در پاسخ به پرسش‌های فوق و چرایی و دلایل مشارکت سرمایه‌گذاران در تعاونی‌ها می‌باشد. محدودیت بازارهای مالی، از عوامل اقتصادی مقوله‌ای است که مفاهیمی چون محدودیت بازار پول جهت اخذ تسهیلات و سرمایه‌گذاری و محدودیت بازار سرمایه برای سرمایه‌گذاری در این رابطه را در برمی‌گیرد. در حقیقت محدودیت‌های موجود در بازار پول جهت اخذ تسهیلات و شرایط ارائه وثایق قابل قبول شبکه بانکی و همچنین محدودیت سقف تسهیلات را می‌توان مهم‌ترین عواملی دانست که سبب می‌شود شرکت‌ها به سمت اقتصاد

تعاونی حرکت کرده و منابع مالی مورد نیاز خود جهت عملیاتی نمودن پروژه‌های کلان ملی و محلی را از طریق مدل اقتصاد تعاونی تأمین نمایند. محدودیت بازار سرمایه ناشی از تأثیر مسائل سیاسی، نوسانات بازار، سفته‌بازی و... باعث عدم ورود سرمایه‌های خرد مردم عادی به بورس می‌شود. با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، مقوله محوری در پژوهش حاضر، مدل تعاونی سهامی سرمایه‌گذار در راستای جذب سرمایه‌های خرد می‌باشد که مقوله‌های فرعی طی یک مدل پارادایمی به آن مرتبط می‌شوند.

از جمله بزرگ‌ترین مشکلات بخش تعاونی، کمبود جذب سرمایه‌گذاری و تأمین مالی است. در تحقیق حاضر با بررسی عوامل تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری در تعاونی پیشگامان، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر این بعد مشخص می‌شود. روش پژوهش در این تحقیق میدانی و پیمایشی بوده است. با مطالعه اسناد و مصاحبه خبرگان این بخش و سهام‌داران پرسشگری انجام شده است. روش تحلیل اسناد و مصاحبه خبرگان، روش داده - بنیاد است و روش تحلیل پرسش‌نامه‌ها، آزمون فرضیه با استفاده از آزمون‌های ناپارامتریک است.

در مقایسه با سایر پژوهش‌های مرتبط، در مقاله ذاکرنیا و همکاران (ذاکرنیا و همکاران، ۱۳۹۵) عوامل مؤثر بر انتخاب روش تأمین مالی به سه دسته "عوامل مربوط به منبع تأمین کننده"، "شرکت تأمین مالی شونده" و "عوامل کلان سیاسی و اقتصادی" تقسیم بندی شده‌اند. طبق پژوهشی که ابراهیمی سروعلیا و همکاران (ابراهیمی سروعلیا و همکاران، ۱۳۹۶) انجام دادند، نشان داده شده که از میان رویکردهای مختلف تأمین مالی، تأمین مالی جمعی و ترکیبی و اوراق منفعت بیش از سایر روش‌ها با شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تعاونی‌های ایران سازگار است. خاوری و اصغریان (خاوری و اصغریان رضایی، ۱۳۹۷) ترکیبی از مشارکت سرمایه‌گذار طی روش تأمین مالی (اهداء قرض الحسنه) و همچنین در سهام اوراق منفعت پروژه‌های شرکت تعاونی را راه‌حلی مناسب جهت تجهیز منابع تعاونی‌ها قلمداد می‌کند.

نتیجه‌گیری

شرکت تعاونی مورد بررسی با استفاده از مدل تعاونی‌های سهامی سرمایه‌گذار که در آن سهام‌داران عضو شامل شخصیت‌های حقیقی و حقوقی از نخبگان، کارآفرینان اقتصادی و خطرپذیر و سهام‌داران غیرعضو شامل افراد جامعه دارای سرمایه خرد توانسته با موفقیت پروژه‌های بزرگ زیربنایی فناوری اطلاعات و لجستیک را در سطح ملی و منطقه‌ای انجام دهد. در این مدل سهام‌داران عضو متعهد به انجام درست پروژه به ذی‌نفعان حاکمیتی و ارزش‌افزوده تعهدی به سهام‌داران غیرعضو سرمایه‌گذار می‌باشند، سهام‌داران عضو دارای حداقل ۷۰٪ حق رأی مجامع و اختیار مدیریت بوده و با تعهد ارزش‌افزوده به سهام‌داران غیرعضو ۸۵٪ از نقدینگی مورد نیاز را از سرمایه‌های خرد مردمی جذب می‌کنند بر اساس نتایج این پژوهش عوامل اجتماعی شامل مقبولیت تعاونی، اعتماد به مدیران و انجام به‌موقع تعهدات به کل ذی‌نفعان (انجام پروژه‌های بزرگ ملی و منطقه‌ای از طرف گروه تعاونی)، عوامل ساختاری و سازمانی تعاونی مانند زمینه فعالیت امور زیربنایی و مدت فعالیت، عامل فرهنگی آموزش آشنایی با فرهنگ تعاون و عوامل اقتصادی شامل درآمد سهام‌دار، سودآوری شرکت، انجام تعهدات مربوط به ارزش‌افزوده و عودت به‌موقع قرض‌الحسنه به سهام‌داران غیرعضو سرمایه‌گذار به‌صورت ماهیانه از مهم‌ترین عوامل انباشت سرمایه در تعاونی می‌باشد. از عوامل مورد بررسی عوامل سیاسی و قانونی

مانند مسائل سیاسی جامعه، روابط بین الملل و نرخ ارز، تأثیری بر انباشت سرمایه در تعاونی ندارد؛ ولی متناسب بودن قوانین حمایتی و جایگاه ابزارهای نوین مالی در انباشت سرمایه تأثیر داشته است.

بر اساس نتایج تحقیق، این مدل برای انجام پروژه‌های زیربنایی، خصوصی سازی در کشور و واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش غیردولتی پیشنهاد می‌گردد. برای توسعه این مدل، ایجاد شورای عالی تعاون جهت نظارت بر عملکرد صحیح این مدل متشکل از نمایندگان وزارت دارایی، قوه قضاییه، وزارت تعاون، اتاق تعاون و فعالان حوزه پیشنهاد می‌گردد و جهت تحقیقات آتی، بررسی انواع جدید قرارداد سهام‌داران غیرعضو سرمایه‌گذار از لحاظ میزان کنترل و قابلیت انتقال سهام مدنظر قرار گیرد. پیشنهاد می‌گردد محققان در پژوهش‌های آتی در خصوص فرصت‌ها، موانع و چالش‌های جذب سهام‌دار غیرعضو سرمایه‌گذار در تعاونی‌های کشور و مقایسه آن با سایر کشورهای پیشرو به پژوهش بپردازند.

فهرست منابع

- Aribaba, F. O. (۲۰۱۳). An Investigation of the Performance of Cooperative Thrift and Credit Societies in Financing Small-Scale Businesses in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(۱), ۴۰۱-۴۰۱.
- Bryant, A., and Charmaz, K. (۲۰۱۹). *The SAGE handbook of current developments in grounded theory*. Sage.
- Chaddad, F. R., and Cook, M. L. (۲۰۰۳). *The emergence of non-traditional cooperative structures: public and private policy issues*.
- Gleasure, R., and Feller, J. (۲۰۱۶). Emerging technologies and the democratisation of financial services: A metatriangulation of crowdfunding research. *Information and Organization*, 26(۴), ۱۰۱-۱۱۵.
- Iliopoulos, C. (۲۰۰۳). *Long-term financing in US and European agricultural co-operatives: emerging methods for ameliorating investment constraints*.
- Kim, J. (۲۰۱۴). Public-Private Infrastructure Cooperative: New Infrastructure Financing Paradigm. *Transportation Research Record*, 2450(۱), ۱۳۶-۱۴۳.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., and Parasuraman, A. (۲۰۱۱). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of service management*.
- Ortmann, G. F., and King, R. P. (۲۰۰۷). Agricultural cooperatives I: History, theory and problems. *Agrekon*, 46(۱), ۴۰-۶۸.
- Pachón, L. Á. S. (۲۰۱۶). Instrumentos alternativos de financiación para las cooperativas españolas. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*(۱۲۲), ۲۸۵-۳۱۳.
- Pelle, Y., and Allardon, L. (۲۰۱۲). World Map of the Agricultural Co-operative Movement and Its Critical Issues. *International Summit of Co-operatives*.

- Rajasekhar, D., Manjula, R., and Paranjothi, T. (۲۰۲۰). *Cooperatives and social innovation: Experiences from Asia Pacific Region*. In *Cooperatives and social Innovation*. Springer, Singapore
- Ruiz, J. L. (۲۰۱۸). Financial development, institutional investors, and economic growth. *International Review of Economics and Finance*, 54, ۲۱۸-۲۲۴.
- Xiaomei, S., and Tao, Q. (۲۰۱۰). Research on innovative financing for China'S Forestry Cooperatives. ۲۰۱۰ International Conference on Education and Management Technology, ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن، عظیمی، ماشالله، رودساز، حبیب، قربانی زاده، وجه الله. (۱۳۹۶). "تبیین الگوی تأمین مالی تعاونی ها برای مشارکت های عمومی خصوصی در توسعه زیرساخت های کشور با استفاده از نظریه داده بنیاد". *تعاون و کشاورزی*، ۱۷۲-۱۴۹، (۶)۲۴۱.
- احمدپور، ا. و مختاری، و پورسعید، ع. (۱۳۹۳). "شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی های تولید کشاورزی در استان ایلام". *روستا و توسعه*، ۱۷(۳)، ۱۰۵-۱۲۲.
- بذرافشان، ج و شاهین، ح. (۱۳۸۹). "آسیب شناسی تعاونی های تولید روستایی در ایران". *چهارمین کنگره بین المللی جغرافی دانان جهان اسلام*،
- حسینی، س.، سوری، ا. و محمدی، ح. (۱۳۹۱). "بررسی مدل ها و استراتژی های نوین تأمین مالی شرکت های تعاونی در اقتصاد ایران". *پژوهش نامه اقتصادی*، ۱۲(۴۴)، ۷۳-۹۸.
- حسرتی، مصطفی (۱۳۸۵). مقدمه ای بر روش کیفی نظریه سازی داده بنیاد. *زبان و زبان شناسی*، ۲(۳)، ۷۵-۸۶.
- خاوری، ح و اصغریان رضایی، ن. (۱۳۹۷). "ارزیابی ابزارهای سرمایه گذاری در شرکت های تعاونی در ایران (الگویی نوین در تأمین مالی شرکت های تعاونی)". *چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی*،
- ذاکرنیا، ا و خواجه زاده دزفولی، م. و فدایی واحد، م. (۱۳۹۵). "اولویت بندی عوامل مؤثر بر انتخاب شیوه تأمین مالی در ایران با استفاده از روش TOPSIS در محیط فازی مبتنی بر متغیرهای کلامی". *مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار (مدیریت پرتفوی)*، ۷(۲۷)، ۵۳-۷۰.
- رضایی نژاد، م، ر.، تقوا، م. رودساز، ح. "الگوی راهبردی تأمین مالی پروژه های زیرساختی پهن باند با اقتصاد تعاونی". *فصلنامه*، ۱۶۷-۱۴۳، (۳۴)۹.
- زرنندی، س.، سعید، عساکره، سجاد، افشارپور، و محسن. (۱۳۹۴). "مطالعه تطبیقی مدل های کسب و کار پلتفرم های برتر تأمین مالی جمعی در جهان". *فصلنامه مدیریت توسعه فناوری*، ۳(۳)، ۱۲۷-۱۵۰.

عوامل مؤثر بر ظرفیت تعاونی‌های کشاورزی در تأمین امنیت غذایی ایران

مهدی مسکنی و همکاران^۱

چکیده

این مقاله عوامل مؤثر بر ظرفیت تعاونی‌های کشاورزی در تأمین امنیت غذایی ایران را بررسی می‌کند. جامعه آماری مطالعه شامل ۲۵۰ مدیر و اعضای هیئت‌مدیره تعاونی‌های فعال با حداقل صد عضو در بخش کشاورزی است. با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران و جدول مورگان ۱۴۸ تعاونی برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اصلی تحقیق پرسش‌نامه است که صحت آن توسط متخصصان امر و پایایی آن به وسیله ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار *SPSS* انجام گرفت. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی هست. داده‌ها با استفاده از تحلیل همبستگی پارامتری و رگرسیون یک‌متغیره و چندمتغیره تحلیل شده‌اند. برای تحلیل موضوع مقاله، نقش تعاونی‌های کشاورزی در امنیت غذایی در قالب عوامل سیاستی، زیست‌محیطی، نوآوری و بهره‌وری، اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی آموزشی و ترویجی طبقه‌بندی شد. نتایج نشان داد که از بین متغیرهای مؤثر بر امنیت غذایی مولفه نوآوری و بهره‌وری مهم‌ترین عامل است. همچنین، در بین متغیرهای مورد بررسی عامل زیست‌محیطی بیشترین ضریب همبستگی را با امنیت غذایی دارد.

واژگان کلیدی: تعاونی‌های کشاورزی، امنیت غذایی، بهره‌وری

^۱ مهدی مسکنی، دانشجوی دکتری کارآفرینی اجتماعی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران پردیس بین‌الملل کیش. ایمیل: maskaniinbox@gmail.com

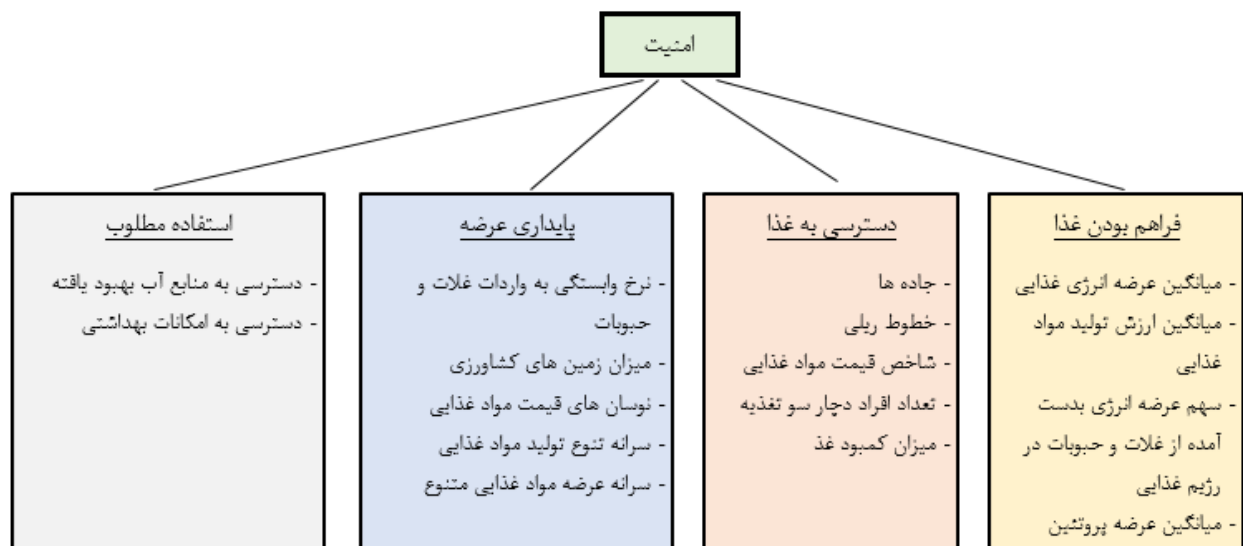
حمیدرضا احیایی، دکتری فیزیولوژی گیاهان زراعی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران (* نویسنده مسئول). ایمیل: ehyaee.hre@gmail.com

ابوالفضل دولو خونگر، دانش‌آموخته کارشناسی برق الکترونیک، دانشکده مهندسی، دانشگاه غیرانتفاعی ایوانکی. ایمیل: khoongarabolfazl@gmail.com

مقدمه

امنیت غذایی دارای تعاریف مختلفی است که بررسی تاریخی آن‌ها روند تکامل نگرش جهانی را نسبت به اهمیت آن نمایان می‌سازد. در سال ۱۹۷۵ سازمان ملل متحد امنیت غذایی را چنین تعریف کرد: امنیت غذایی عبارت است از عرضه مستمر کالاهای غذایی اصلی در سطح جهانی به‌منظور بهبود مداوم مصرف غذا و خنثی کردن آثار نامطلوب نوسانات تولید و قیمت غذا (قاسمی، ۱۳۹۳).

در سال ۱۹۸۴، سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد^۱ این تعریف را پیشنهاد کرد: امنیت غذایی یعنی اطمینان از اینکه همه مردم در همه اوقات به غذاهای اصلی موردنیاز خویش دسترسی فیزیکی و اقتصادی دارند. همچنین بانک جهانی در سال ۱۹۸۶ امنیت غذایی را این‌گونه تعریف کرد: امنیت غذایی عبارت از دسترسی همه مردم به غذای کافی در تمام اوقات به‌منظور یک زندگی سالم و فعال، است درنهایت اجلاس جهانی غذا در سال ۱۹۹۶ آخرین تعریف امنیت غذایی را به شرح زیر اعلام نمود: امنیت غذایی آنگاه وجود دارد که همه مردم در تمامی ایام به غذای کافی، سالم و مغذی دسترسی فیزیکی و اقتصادی داشته و غذای در دسترس نیز نیازهای یک رژیم تغذیه‌ای سازگار با ترجیحات آنان را برای یک زندگی فعال و سالم فراهم آورد. بر اساس دو تعریف اخیر، مفاهیم اصلی امنیت غذایی را می‌توان در فراهم بودن غذا، دسترسی به غذا، پایداری عرضه، استفاده مطلوب، خلاصه نمود (شکل ۱).



شکل ۱: شکل فوق بر اساس تحقیقات صفری، یاسر (۱۴۰۱)، قاسمی (۱۳۹۳) و تعریف سازمان خواربار جهانی شاخص‌های اندازه‌گیری امنیت غذایی را تعریف می‌کند

^۱ FAO

بر اساس تعاریف فوق و شاخص‌های ارائه‌شده بسیاری از مسائلی که امنیت جهانی را در جوامع تهدید می‌کند مربوط می‌شود را می‌توان با تقویت و بهبود بخش کشاورزی در جهان به طور پایدار حل نمود (اقبال و همکاران، ۲۰۱۲)؛ بنابراین، توسعه بخش کشاورزی برای غلبه بر مسئله کمبود مواد غذایی اجتناب‌ناپذیر است (واتا و همکاران، ۲۰۰۸). متأسفانه علی‌رغم وجود ظرفیت‌های بالای کشاورزی در کشور روزه‌روز از سهم این بخش در سرانه شاخص‌های اشتغال کاسته می‌شود (خوش‌مرام، ۱۳۹۵). به‌گونه‌ای که گزارش‌ها حاکی از آن است که سهم بخش کشاورزی از ۲۴/۷ درصد در سال ۱۳۸۴ به ۱۲/۷ درصد در سال ۱۴۰۰ رسیده است (بانک مرکزی، ۱۴۰۱). بخش کشاورزی می‌تواند با تولید مواد غذایی، قابلیت دسترسی افراد جامعه به مواد غذایی را افزایش می‌دهد (صفری، یاسر، ۱۴۰۱). تولید و عرضه زیاد محصولات کشاورزی منجر به کاهش قیمت مواد غذایی می‌شود که این امر تنها با عملکرد مؤثر و کارایی بخش کشاورزی امکان‌پذیر هست (اسلام و همکاران، ۲۰۱۴).

برای دستیابی به امنیت غذایی لازم است که اقشار مختلف کشاورزان در قالب گروه‌ها و تشکل‌های مختلف مانند تعاونی‌ها سازمان‌دهی شوند (Swanson, ۲۰۰۸). تعاونی یکی از تشکل‌های اقتصادی فعال در بخش کشاورزی هستند که می‌تواند با تأثیر بر پذیرش فناوری‌های جدید و بالطبع آن با افزایش بهره‌وری، کارایی مزارع تحت کشت را بهبود بخشد (Abebaw and Okinda Miroro et al., ۲۰۲۰; Haile., ۲۰۲۰). تعاونی‌ها همچنین نقش بزرگی در تأمین تقاضای فزاینده برای غذا در بازارهای محلی، ملی و بین‌المللی ایفا می‌کنند و در نتیجه به کاهش فقر، ریشه‌کن کردن گرسنگی و امنیت غذایی می‌کنند (Temitope Damilola and Obianuju Emmanuel., ۲۰۲۲). از جمله ویژگی‌های شاخص تعاونی‌ها همکاری و همیاری در تولید از طریق تجمع نمودن نیروهای انسانی خرد و جمعی، تجمع زمین‌های کوچک و کشت مشارکتی، متمرکز نمودن سرمایه‌های اندک جهت تأمین ماشین‌آلات و تجهیزات لازم و تهیه نهاده‌های کشاورزی و استفاده جمعی از امکانات موجود برشمرده. دولت‌ها با تقویت کشاورزان خرده‌مالک (Abraham et al., ۲۰۲۲) در مقایسه با دیگر تولیدکنندگان بخش کشاورزی، می‌توانند به موفقیت بالایی در افزایش تولید محصولات کشاورزی دست یابند (Temitope Damilola and Obianuju Emmanuel., ۲۰۲۲). تعاونی‌ها همچنین می‌توانند خدمات اعتباری به کشاورزان عضو ارائه دهند که محدودیت‌های تولید را کاهش می‌دهد (Tefera et al., ۲۰۱۶)؛ و با افزایش بهره‌وری (Abebaw and Haile., ۲۰۱۳) و کاهش هزینه‌های تولید موجب ارزان شدن قیمت مواد غذایی تولیدی که یکی از اهداف اولیه ایجاد تعاونی‌های مدرن بوده، می‌گردند (Sylvia et al., ۲۰۱۴). این بهبود بهره‌وری کشاورزی برای افزایش معیشت کشاورزان، کاهش فقر روستایی و افزایش امنیت غذایی مهم است (Ahmed and Mesfin., ۲۰۱۷).

شرکت‌های تعاونی تولیدی کشاورزی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اهرم‌های تولید محصولات کشاورزی، از عوامل تأمین امنیت غذایی در کشور به شمار می‌روند، تعاونی‌های تولید کشاورزی می‌توانند با مشارکت کشاورزان و استفاده بهینه و مطلوب از منابع و نیروی انسانی و فنی، سبب افزایش تولیدات و درآمد کشاورزان و در نهایت توسعه در بخش کشاورزی و به تبع آن بهبود امنیت غذایی شوند (Nekoie Naieni., ۲۰۱۹ & Barghi, Nouri et al., ۲۰۱۵).

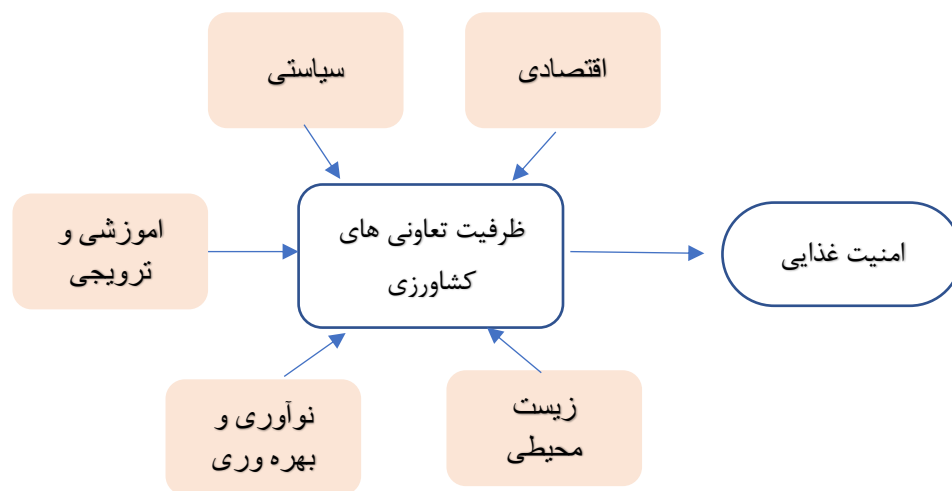
در برخی موارد، نظام‌های کشاورزی عملکرد ضعیفی در حفاظت از محیط‌زیست داشته‌اند که ناشی از مدیریت نامناسب در تولید محصولات کشاورزی، مصرف نادرست و بی‌رویه توسط کشاورزان، محدودیت‌های زیست‌محیطی و رقابت برای مصارف آب و

سایر کاربردهای تولیدی باشد (شاه ولی و قیصاری، ۱۳۹۰)؛ اما در تعاونی‌ها برای رفع این نارسایی‌ها راهکارهای از قبیل کاربرد روش‌های سازگار مانند، تولید محصولات مقاوم به کم‌آبی و با نیاز آبی کمتر، جایگزینی محصولات دیم به جای محصولات آب بر، آبیاری در شب و صبح، استفاده از آیش در برخی مواقع سال، استفاده از آبیاری قطره‌ای و بارانی را پیشنهاد داده‌اند که همگی موجب حفاظت از محیط‌زیست و بهبود تولید پایدار در بخش کشاورزی گردیده است (حیدری ساربان و همکاران، ۱۳۹۴) از این رو می‌توان تعاونی‌ها را از جمله تشکل‌های دوستدار محیط‌زیست نام برد. تعاونی‌های کشاورزی اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی در بخش کشاورزی و روستایی به شمار می‌رود که می‌تواند در بهره‌وری بهینه از شرایط زندگی، کار و تولید و ارتقای سطح درآمد و وضعیت اجتماعی جامعه مؤثر باشد (علیکانی و همکاران، ۱۴۰۰).

با توجه به موارد ذکر شده و اهمیت تعاونی‌های کشاورزی در بحث امنیت غذایی در این پژوهش سعی شد تا وضعیت تعاونی‌های کشاورزی داخل کشور با استفاده از شاخص‌های سیاستی، فرهنگی و اجتماعی، فناوری اطلاعات، اقتصادی و آموزشی و ترویجی مورد ارزیابی قرار گیرد و بررسی شود آیا در حال حاضر تعاونی‌های مذکور دارای ظرفیت مناسب جهت تأمین امنیت غذایی در کشور می‌باشند و در غیر این صورت چه سیاست‌هایی جهت تقویت این بخش باید صورت گیرد تا بتوان از پتانسیل این بخش در حوزه تأمین امنیت غذایی استفاده نمود.

مدل مفهومی پژوهش

بر اساس بررسی مطالعه ادبیات نظری، یافته‌های پژوهشی و بررسی تحقیقات محققین و پژوهشگران و فعالان حوزه تعاون تعداد زیادی از عوامل تأثیرگذار بر ظرفیت تعاونی‌ها شناسایی شدند که به علت هم‌پوشانی با یکدیگر ادغام شدند. همچنین متغیرهای شناسایی شده به‌عنوان عوامل مؤثر بر ظرفیت‌های تعاونی‌های کشاورزی انتخاب شدند و در نهایت چهارچوب مفهومی پژوهش حاضر به‌صورت زیر ارائه گردید:



شکل ۲: مدل مفهومی تحقیق

فرضیات تحقیق:

جدول ۱: فرضیات تحقیق و نوع آزمون آماری مورداستفاده

فرضیه‌ها	الگوی ریاضی	آزمون
فرضیه اصلی: بین ظرفیت تعاونی‌های کشاورزی (عوامل اقتصادی، سیاستی، آموزشی و ترویجی، نوآوری و بهره‌وری و زیست‌محیطی) و امنیت غذایی رابطه معناداری وجود دارد.	$r = 0$	پیرسون
فرضیه فرعی:	$-1 \leq r < 1$	
	$0 < r \leq +1$	

۱- بین عوامل سیاستی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۲- بین عوامل زیست‌محیطی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۳- بین عوامل نوآوری و بهره‌وری و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۴- بین عوامل اجتماعی و فرهنگی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۵- بین عوامل اقتصادی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۶- بین عوامل آموزشی و ترویجی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

منبع: یافته‌های پژوهش

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی: آیا بین ظرفیت تعاونی‌های کشاورزی (عوامل اقتصادی، سیاستی، آموزشی و ترویجی، نوآوری و بهره‌وری و زیست‌محیطی) و امنیت غذایی رابطه معناداری وجود دارد؟

سؤالات فرعی: آیا بین عوامل سیاستی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

آیا بین عوامل زیست‌محیطی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

آیا بین عوامل نوآوری و بهره‌وری و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

آیا بین عوامل اجتماعی و فرهنگی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

آیا بین عوامل اقتصادی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

آیا بین عوامل آموزشی و ترویجی و امنیت غذایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق کمی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق پیش‌رو، تعاونی‌های کشاورزی مناطق شرق شمال شرق و مرکزی کشور (استان‌های خراسان شمالی، رضوی، جنوبی، قم، اصفهان، سمنان و مرکزی) هست. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۲۴۰ نفر ۱۴۴ نمونه می‌باشد. واحد مشاهده و سطح تحلیل در این تحقیق فرد است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش از نوع نمونه‌گیری احتمالی است. با توجه به ماهیت موضوع تحقیق و مفاهیم و متغیرهای آن، داده‌های مورد نیاز تحقیق از طریق تکنیک پرسش‌نامه توأم با مصاحبه تلفنی جمع‌آوری شده است. بخش اول پرسش‌نامه شامل سؤالاتی است که به ویژگی‌های فرد پاسخگو مربوط می‌شود که شامل شش سؤال می‌باشد. همچنین در بخش دوم سؤالاتی تدوین شده است که به بررسی متغیرهای مستقل و وابسته می‌پردازد که شامل ۳۹ سؤال می‌شود. در این تحقیق برای اطمینان از پایایی نتایج، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. اساس ضریب آلفای کرونباخ بر پایه طیف یا مقیاس‌ها است. برای این منظور با استفاده از اطلاعاتی که از ۴۰ نمونه جمع‌آوری شده، پایایی پرسش‌نامه بررسی و برای هر کدام از شاخص‌ها که به صورت طیف طراحی شده بود ضریب آلفا مورد محاسبه قرار گرفت. در جدول شماره ۱ مقدار آلفای شاخص‌هایی که سؤالات آن‌ها به صورت طیف بوده آمده است:

جدول ۲- مقادیر آلفای کرونباخ سازه‌های مورد مطالعه

متغیرها	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ	تفسیر
امنیت غذایی	۶	۰/۹۳	عالی
سیاستی	۸	۰/۸۹	خوب
زیست‌محیطی	۱۱	۰/۸۱	خوب
نوآوری و بهره‌وری	۶	۰/۸۵	خوب
اجتماعی و فرهنگی	۸	۰/۹۴	عالی
اقتصادی	۹	۰/۸۷	خوب
آموزش و ترویج	۸	۰/۹۰	عالی

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزار اسپس پی اس اس ۲۷ استفاده شده است. به طوری که برای توصیف داده‌ها از آماره‌های توصیفی (شاخص‌های تمایل به مرکز مانند میانگین و توزیع‌های فراوانی مطلق و تجمعی و برای تحلیل استنباطی از آزمون همبستگی و رگرسیون استفاده شده است.

روایی و پایایی

روایی محتوایی و ظاهری ابزار تحقیق با استفاده از نظرات از محققان ترویج و آموزش کشاورزی معاونت تعاون وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت و برای سنجش پایایی پرسش‌نامه طراحی شده در ابتدا تعداد ۳۰ نسخه پرسش‌نامه به وسیله یک تحقیق مقدماتی تکمیل گردید که برای پرسش‌نامه‌های تکمیل شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. با توجه به ضرایب به دست آمده مشخص شد که پرسش‌نامه از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است؛ زیرا مقادیر آلفای کرونباخ کلیه قسمت‌های پرسش‌نامه ۰/۷ یا بیش از این مقدار بود.

یافته‌ها و بحث

یافته‌های حاصل از آمار توصیفی نشان داد که میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۵۰ سال بود. گروه سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال با بیش از ۳۳ درصد و گروه سنی بین ۴۰ تا ۵۰ سال با ۲۳ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین درصد فراوانی را به خود اختصاص دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میانگین سابقه فعالیت تعاونی‌ها ۱۴ سال بود. نتایج توزیع فراوانی در بین پاسخگویان نشان داد که در مجموع طبقه دیپلم و بالاتر با ۶۷ درصد بیشترین فراوانی و طبقه سیکل با ۱۶ درصد دارای کمترین فراوانی بودند شایان ذکر است که تعداد اعضای تعاونی‌ها میانگین ۲۷ نفر بودند.

جدول ۳- اولویت‌های گویه‌های امنیت غذایی

اولویت	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	گویه‌ها
۱	۰/۳۱۴	۳/۹۶	۰/۸۵	سلامتی غذای تولیدی
۲	۰/۲۶۱	۳/۶۵	۰/۹۵	درآمد تعاونی
۳	۰/۲۶۱	۳/۶۵	۰/۹۵	پایداری تولید
۴	۰/۲۷۳	۳/۶۵	۱	دسترسی به مواد غذایی
۵	۰/۳۲۱	۳/۷۱	۱/۱۹	تولید محصولات استراتژیک (گندم، جو و...)
۶	۰/۳۴۵	۳/۴۶	۱/۲	سطح زیر کشت محصولات استراتژیک

جدول ۴- اولویت‌بندی متغیرهای مستقل تحقیق

اولویت	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	گویه‌ها	سیستم
۱	۰/۳۰۸	۳/۹۶	۱/۲۲	میزان پوشش بیمه‌ای افراد شاغل در شرکت	سیستمی
۲	۰/۳۶۵	۳/۶۸	۱/۳۴	آشنایی با دفاتر تخصصی مرتبط	
۳	۰/۴۰۹	۳/۳۵	۱/۳۷	ارتباط با مراکز تخصصی و شرکت‌ها	
۴	۰/۴۴	۳/۲۹	۱/۴۵	همکاری با وزارت و دفتر تخصصی حوزه تولیدی شرکت	
۵	۰/۴۷۶	۳/۱۹	۱/۵۲	میزان در رساندن صدای اعضای شرکت به بخش دولتی	
۶	۰/۵۱۲	۲/۹۹	۱/۵۳	ارتباط و مشارکت در اتحادیه‌ها و انجمن‌ها	
۷	۰/۵۴۵	۲/۶۸	۱/۴۶	ارتباط با مراکز، شرکت‌ها و ارگان‌ها خارج از کشور	
۸	۰/۵۴۸	۲/۶۸	۱/۰۴	شرکت در سیاست‌گذاری‌های بخش دولتی در بخش تولید	
۱	۰/۲۴۴	۴/۲۶	۱/۱۳	کشاورزی حفاظتی	زیست‌محیطی
۲	۰/۲۷۵	۴/۱	۱/۱۷	روش‌های نوین مدیریت زراعی	
۳	۰/۲۸۲	۴/۱۶	۱/۲۱	تولید سازگار و منطبق با اقلیم منطقه	
۴	۰/۲۹۶	۴/۱	۱/۱۳	استفاده از واریته‌های تغییرات اقلیمی	
۵	۰/۳۰۵	۳/۷	۱/۲۷	ثبات و پایداری تولید	
۶	۰/۳۱۳	۴/۰۴	۱/۲۷	استفاده از روش‌های جدید و نوین آبیاری برای تولید	
۷	۰/۳۲۸	۳/۸۷	۰/۷۷	مدیریت آبیاری	

۸	۰,۴۸۵	۱,۵۹	۱,۴۷	مصرف کود و سموم بیولوژیک	نوآوری و بهره‌وری
۹	۰,۵۶۶	۲,۵۹	۰,۹۷	استفاده از انرژی‌های نوین در تولید	
۱۰	۰,۵۶۸	۱,۷۱	۱,۰۰۸	میزان ضایعات تولیدی شرکت	
۱۱	۰,۵۸	۱,۸۷	۱,۰۰۴	میزان مصرف سموم و کودهای شیمیایی	
۱	۰,۲۰۴	۴,۲۹	۰,۸۸	استفاده از روش‌های نوین و پربازده در تولید	
۲	۰,۲۱۲	۴,۲۸	۰,۹۱	استفاده از ماشین‌آلات به‌روز در تولید	
۳	۰,۲۵۳	۴,۰۶	۱,۰۰۳	میزان استفاده از نیروهای متخصص	
۴	۰,۳۳۳	۳,۸۴	۱,۲۸	استفاده از ارقام و بذور اصلاح‌شده	
۵	۰,۳۵۱	۳,۵۱	۱,۲۳	تعاملات (ارتباط و اطلاعات) با رقبا برای بهبود تولید	
۶	۰,۶۱۶	۲,۱۴	۱,۳۲	تبلیغات آنلاین فروش برخط و مستقیم	
۱	۰,۲۸۷	۴,۱۳	۱,۱۹	نحوه تعامل اعضای شرکت با یکدیگر	
۲	۰,۲۹۳	۳,۹۱	۱,۱۵	میزان مشارکت اعضا در تولید	
۳	۰,۳۰۳	۳,۹۱	۱,۱۸	مشارکت و سهیم شدن کارکنان در تصمیم‌گیری	
۴	۰,۳۱۶	۳,۹۳	۱,۲۴	احقاق حقوق اعضای شرکت از سایر ارگان‌ها	
۵	۰,۳۳۸	۳,۵۹	۱,۲۲	ارتباط اعضای شرکت با اعضای سایر شرکت‌ها	
۶	۰,۳۳۹	۳,۴۵	۱,۱۷	مشارکت و تعامل کارگران در بهبود تولید	
۷	۰,۳۶۶	۳,۵۲	۱,۲۹	میزان مشارکت اعضا در فعالیت‌های اجتماعی	
۸	۰,۴۱۹	۳,۴۶	۱,۴۵	استفاده از سازمان‌های دیگر در بهبود و ارتقای تولید	
۱	۰,۲۲۳	۴,۱۲	۰,۹۲	میزان دسترسی به بازار فروش	اقتصادی
۲	۰,۳۰۷	۳,۹۳	۱,۰۲	تنوع محصولات تولیدی	
۳	۰,۳۶۴	۳,۵۹	۱,۳۱	میزان سرمایه‌گذاری شما در بخش تولید	
۴	۰,۴۱۱	۲,۹۳	۱,۰۲	نوسانات قیمت خرید مواد اولیه تولید	
۵	۰,۴۵۸	۲,۹۷	۱,۳۶	امکان دریافت یارانه برای خرید مواد اولیه تولید	
۶	۰,۴۷۸	۲,۸۸	۱,۳۸	نوسانات قیمت فروش تولیدات	
۷	۰,۵	۲,۸۷	۱,۴۳	میزان تنوع سرمایه‌گذاری	
۸	۰,۵۲۶	۲,۱۴	۱,۱۳	میزان دسترسی به وام و تسهیلات مالی	
۹	۰,۵۶۹	۲,۱۳	۱,۲۱	استفاده از اعتبارات و تسهیلات	
۱	۰,۱۸۴	۴,۳۹	۰,۸۱	میزان مهارت در کار تولیدی	آموزشی و ترویجی
۲	۰,۲۷۶	۴,۰۴	۱,۱۲	میزان علاقه به انجام کارهای جدید و نوآوری	
۳	۰,۳۳۱	۳,۶۸	۱,۲۲	استفاده از تحقیقات و دانش روز در تولید	
۴	۰,۳۷۹	۳,۴۹	۱,۳۲	استفاده از فناوری‌های آموزشی برای کارکنان	
۵	۰,۳۸	۳,۲۹	۱,۲۵	آموزش مهارت‌های جدید و یادگیری مهارت‌های موردنیاز	
۶	۰,۳۹۲	۳,۱	۱,۲۱	میزان شرکت شما در دوره‌های آموزشی فنی و حرفه‌ای	
۷	۰,۵۴۷	۲,۲۵	۱,۲۳	تعامل با مراکز علمی پژوهشی	
۸	۰,۵۶۷	۲,۳۶	۱,۳۴	ارتباط با مراکز نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان	

بر اساس یافته‌های جدول (بالا) مشاهده می‌شود که بر اساس نظر کشاورزان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر امنیت غذایی به ترتیب "میزان مهارت در کار تولیدی" و "استفاده از روش‌های نوین و پربازده در تولید" و "استفاده از ماشین‌آلات به‌روز در تولید" و "میزان دسترسی به بازار فروش" و "نحوه تعامل اعضای شرکت با یکدیگر" هست و این در حالی است که "تبلیغات آنلاین فروش برخط و مستقیم" و "میزان مصرف سموم و کودهای شیمیایی" و "استفاده از اعتبارات و تسهیلات" و "میزان ضایعات تولیدی شرکت" و "ارتباط با مراکز نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان" اهمیت کمتری داشتند.

جدول ۵- نتایج حاصل از همبستگی

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی (r)	نوع آزمون
سیاستی	امنیت غذایی	۰/۶۱۹**	پیرسون
زیست محیطی	امنیت غذایی	۰/۸۰۳**	پیرسون
نوآوری و بهره‌وری	امنیت غذایی	۰/۷۱۱**	پیرسون
اجتماعی و فرهنگی	امنیت غذایی	۰/۶۲۰**	پیرسون
اقتصادی	امنیت غذایی	۰/۷۲۵**	پیرسون
ترویج و آموزش	امنیت غذایی	۰/۶۹۵**	پیرسون

مطابق با جدول (۵) نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که بین متغیر سیاستی و امنیت غذایی رابطه مثبت و معنی‌داری با همبستگی قوی در سطح ۰/۱ خطا وجود دارد به عبارت دیگر فاکتورهای سیاستی رابطه مستقیمی با امنیت غذایی دارد و هرچه عوامل سیاستی بیشتری مورد قبول تعاونی‌ها باشد امنیت غذایی بالاتری نیز حاصل می‌گردد. بین عوامل زیست محیطی و امنیت غذایی نیز رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ۰/۱ درصد خطا وجود دارد به عبارتی کشاورزانی که موارد زیست محیطی را رعایت می‌کنند امنیت غذایی بالایی را نیز دارا هستند. بین نوآوری و بهره‌وری و امنیت غذایی رابطه‌ای مثبت و معنی‌داری با همبستگی در سطح ۰/۱ خطا وجود دارد. به عبارتی کشاورزان دارای نوآوری و بهره‌وری در کشاورزی خود امنیت غذایی بالاتری را نیز به دست می‌آورند. همچنین بین فاکتور اجتماعی و فرهنگی و امنیت غذایی رابطه مثبت و معنی‌دار با همبستگی قوی در سطح ۰/۱ خطا وجود دارد. با توجه به این‌که عوامل فرهنگی و اجتماعی تابعی از ارتباطات و تعاملات افراد در تعاونی‌ها هست، تعاملات و مشارکت اعضا می‌تواند منجر به امنیت غذایی در تعاونی‌ها گردد.

نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین متغیرهای اقتصادی و امنیت غذایی رابطه مثبت و معنی‌داری با همبستگی بالا در سطح ۰/۱ خطا وجود دارد. نتایج آزمون پیرسون نشان داد که بین متغیرهای ترویج و آموزش با امنیت غذایی رابطه مثبت و معنی‌دار با همبستگی بالا در سطح ۰/۱ وجود دارد.

تحلیل‌های رگرسیونی تک‌متغیره و چندمتغیره

جدول ۶- برازش تحلیل رگرسیون مدل تک‌متغیره

متغیرها	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
سیاستی	۰/۶۹۵ ^a	۰/۴۸۳	۰/۴۷۵	۰/۶۳۶۳۶
زیست محیطی	۰/۸۰۳ ^a	۰/۶۴۶	۰/۶۴	۰/۵۲۶۹۴
نوآوری و بهره‌وری	۰/۷۱۱ ^a	۰/۵۰۵	۰/۴۹۸	۰/۶۲۲۷۸
اجتماعی و فرهنگی	۰/۶۲۰ ^a	۰/۳۸۵	۰/۳۷۶	۰/۶۹۴۱۶
اقتصادی	۰/۷۲۵ ^a	۰/۵۲۶	۰/۵۱۹	۰/۶۰۹۲۶
آموزشی و ترویجی	۰/۶۹۵ ^a	۰/۴۸۳	۰/۴۷۵	۰/۶۳۶۳۶

جدول ۷- آماره‌های تحلیل رگرسیون مدل چندمتغیره

متغیرها	بتا	t	Sig
سیاستی	۰.۸۴	۰.۸۶۶	۰.۳۹
زیست محیطی	۰.۴۸۵	۳.۷۸۵	۰
نوآوری و بهره‌وری	۰.۲۱۶	۱.۴۷۷	۰.۱۴۵
اجتماعی و فرهنگی	۰.۰۲۸	۰.۲۴۵	۰.۸۰۸
اقتصادی	۰.۲۲۲	۲.۰۲	۰.۰۴۸
آموزشی و ترویجی	-۰.۰۸۹	-۰.۵۸۹	۰.۵۵۸

متغیر امنیت غذایی به عنوان تغییر وابسته و بقیه متغیرها (سیاستی، زیست محیطی، نوآوری، اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی و آموزشی و ترویجی) مستقل می‌باشند. در همبستگی تفکیکی متغیر مستقل سیاستی، زیست محیطی، نوآوری و بهره‌وری، اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی و آموزشی و ترویجی توانسته است به تنهایی به ترتیب ۳۷/۴، ۶۴، ۳۷/۶، ۵۱/۹ و ۴۷/۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته به امنیت غذایی را تبیین نماید.

در بین متغیرهای مستقل عامل زیست محیطی با ۶۴ درصد بیشترین میزان تغییرات متغیر وابسته به امنیت غذایی را تبیین می‌نماید.

جدول ۸- آماره‌های تحلیل رگرسیون چندمتغیره امنیت غذایی

آنالیز واریانس	ضریب همبستگی چندگانه	۰/۸۴۴
کمیت F	سطح معنی داری	۰/۷۱۲
۲۵/۵۶	۰/۰۰۱	۰/۶۶۴
		۰/۴۹۳

هدف از انجام تحلیل رگرسیونی، تعیین سهم و تأثیر متغیرهای عمده تحقیق در تبیین و پیش بینی تغییرات متغیرهای وابسته (امنیت غذایی) است. بر اساس نتایج حاصله، مقدار ضریب تبیین تصحیح شده نشان می‌دهد که ۶۶ درصد تغییرات متغیر وابسته یعنی امنیت غذایی توسط متغیرهای وارد بر مدل رگرسیونی مورد تبیین واقع گردیده است (جدول ۶ و ۷).

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتایج نشان داد که از بین متغیرهای مؤثر بر امنیت غذایی عوامل نوآوری و بهره‌وری مهم‌ترین عامل هست و این عامل با امنیت غذایی رابطه مثبت و معنی داری دارد. این یافته‌ها با تحقیقات (Okinda Miroro et al., Abebaw and Haile., ۲۰۱۳) و (Ahmed and Mesfin., ۲۰۱۷) همسو هست؛ زیرا استفاده از فناوری و نوآوری به صورت مثبت و معنی داری با کاهش هزینه و افزایش درآمد موجب بهبود عملکرد و کمک به بهبود امنیت غذایی می‌گردد. لازم به ذکر است که در این عامل گویه‌های " استفاده از روش‌های نوین و پربازده تولید " و " استفاده از ماشین‌آلات به روز در تولید " و " میزان استفاده از نیروهای متخصص " اهمیت بیشتری را دارا بودند.

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که عامل اجتماعی و فرهنگی بر روی امنیت غذایی اثر می‌گذارد در این عامل گویه‌های "نحوه تعامل اعضای شرکت با یکدیگر" و "مشارکت اعضا در تولید" و "مشارکت و سهیم شدن کارکنان در تصمیم‌گیری" اهمیت بیشتری داشتند. این نتایج با یافته‌های (قربان نژاد و همکاران، ۱۳۹۸) و (Temitope Damilola and Obianuju, ۲۰۲۲) همسو هست. به‌طور کلی عوامل اجتماعی و فرهنگی مقدمه‌ای بر انجام امور به‌صورت همکاری و بهبود عملکرد هست کشاورزانی با تعامل و همکاری بیشتر میان اعضا اثر بیشتری بر روی امنیت غذایی خواهند داشت. در جوامع محلی کشاورزان دارای سطح بالای از تعاملات اجتماعی هستند. همکاری و تعامل اعضا تعاونی‌های کشاورزی با یکدیگر بر روی امنیت غذایی تحت تأثیر عوامل متعددی می‌باشد و در صورتی که این تعامل و هم‌افزایی میان اعضا به‌خوبی مدیریت گردد می‌تواند تعاونی‌های کشاورزی را به سمت سوی بهبود امنیت غذایی سوق دهد که این امر موجب بهبود دسترسی به مواد غذایی در جامعه می‌گردد.

نتایج نشان داد که متغیر آموزشی و ترویجی بر روی امنیت غذایی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. در این عامل گویه‌های "میزان مهارت در کار تولیدی" و "میزان علاقه به انجام کارهای جدید و نوآوری" و "استفاده از تحقیقات و دانش روز در تولید" اهمیت بیشتری داشتند. کشاورزانی که دارای مهارت بالایی در امر تولید هستند و همچنین با پذیرش دانش روز در امر تولید با کاهش هزینه‌ها و افزایش راندمان تولیدی و تولید بیشتر موجب بهبود امنیت غذایی خواهند گردید.

نتایج این تحقیق نشان داد که بین عامل زیست‌محیطی و امنیت غذایی اثر مثبت و معنی‌داری وجود دارد، این یافته با پژوهش (شاه ولی و قیصری، ۱۳۹۰) همسو می‌باشد. در این عامل گویه‌های "کشاورزی حفاظتی" و "روش‌های نوین مدیریت زراعی" و "تولید سازگار و منطبق با اقلیم منطقه" اهمیت بیشتری داشتند. با توجه به استفاده از کشاورزی حفاظتی و همچنین گیاهان سازگار با اقلیم در تعاونی‌های کشاورزی می‌توان تولید پایدار و باثبات این تعاونی‌ها را به‌عنوان یک عامل مؤثر در تأمین امنیت غذایی در شرایط متغیر زیست‌محیطی شاهد بود.

نتایج داده‌ها نشان داد که بین متغیر اقتصادی و امنیت غذایی همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد این نتایج با یافته‌های (Baden and Pionetti., ۲۰۱۱) و (Okinda et al., ۲۰۲۲) همسو می‌باشد. در این عامل گویه‌های "میزان دسترسی به بازار فروش" و "تنوع محصولات تولیدی" و "میزان سرمایه‌گذاری شما در بخش تولید" بیشترین اهمیت را دارا بودند. در واقع اگر کشاورزان از نظر اقتصادی دارای توانایی لازم برای فروش راحت محصولات تولیدی و تنوع سرمایه‌گذاری در تولید را باشند می‌توانند بر روی امنیت غذایی نیز مؤثر باشد.

نتایج نشان داد بین عوامل سیاسی و امنیت غذایی توسط تعاونی‌های کشاورزی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، این یافته‌ها با پژوهش (Verhofstadt and Maertens., ۲۰۱۴) همسو می‌باشد لازم به ذکر است که در این عامل گویه‌های "میزان پوشش بیمه‌ای افراد شاغل در شرکت" و "آشنایی با دفاتر تخصصی مرتبط" و "ارتباط با مراکز تخصصی و شرکت‌ها" از اهمیت بالایی برخوردار هستند. به‌طور کلی می‌توان گفت تعامل و همکاری دستگاه‌های تخصصی دولتی با تعاونی‌های تولیدی با بهبود ارتباطات تعاونی‌ها با یکدیگر و بهبود دریافت خدمات تخصصی و توانمندسازی تعاونی‌های کشاورزی می‌گردند.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادها ذیل ارائه می شود:

- با توجه به پتانسیل های تعاونی های کشاورزی در بحث تولید محصولات کشاورزی پیشنهاد می شود سیاست های تشویقی و حمایتی توسط سازمان ها و ارگان های مسئول برای توسعه این بخش در نظر گرفته شود.
- با توجه به اینکه بیشتر افراد مورد مطالعه از دانش و آگاهی پایینی از روش های نوین کشاورزی و فناوری های روز داشتند پیشنهاد می شود برنامه های آموزشی به منظور افزایش آگاهی کشاورزان از روش های نوین کشاورزی و مدیریت منابع آب و خاک اتخاذ گردد.
- با توجه به نتایج مصاحبه بیشتر جامعه مورد مطالعه دارای مشکلات مالی جهت توسعه و یا حفظ وضعیت موجود دارند؛ لذا پیشنهاد می گردد سیاست های لازم جهت تأمین مالی و ارائه تسهیلات ارزان قیمت توسط وزارت مربوطه اتخاذ گردد تا کشاورزان بتوانند منابع لازم جهت استفاده از ماشین آلات و تجهیزات نوین و استفاده از نیرو انسانی متخصص را تأمین نموده و با بهبود بهره وری میزان تولید در هکتار را افزایش دهند که این امر موجب افزایش دسترسی به مواد غذایی با کیفیت و پایداری در تولید و توزیع محصولات غذایی که خود از الزامات اصلی امنیت غذایی می باشند.
- با توجه به اینکه یکی از وظایف تعاونی های کشاورزی تولید، بهبود و تأمین امنیت غذایی و استفاده مناسب از اراضی کشاورزی هست پیشنهاد می شود با استفاده از سامانه های آمایش سرزمینی پتانسیل های منابع طبیعی و ظرفیت های محیطی شناسایی شود تا بتوان برنامه های اصولی جهت کشت در منطقه را پیاده سازی نمود
- با توجه به نتایج تحقیق به مدیران تعاونی پیشنهاد می شود تا مشارکت اعضا را در امور تعاونی با برگزاری جلسات منظم و تقسیم وظایف بیشتر نموده و از نظرات و پیشنهادها و روابط آنها جهت ارتقا کیفیت و توسعه بازار استفاده نمایند.
- همچنین پیشنهاد می شود با استفاده از فناوری های نوین یک پلتفرم مخصوص فروش محصولات تعاونی های فعال در حوزه کشاورزی و دامداری ایجاد شود که منجر به توسعه و رونق در بازار فروش این نوع از تعاونی ها را فراهم آورد.

پیشنهادها برای مطالعات آتی

- پیشنهاد می شود تا یک بررسی عمیق در خصوص نقش حاکمیت و ارگان های دولتی در حمایت و توسعه تعاونی های کشاورزی صورت گیرد
- یک مطالعه طولی از تجربه کشورهای موفق در تأمین امنیت غذایی با مدل تعاونی صورت گیرد
- مطالعه در خصوص نوع برنامه های آموزشی مورد نیاز تعاونی ها و امکان سنجی ارائه این آموزش ها از طریق وب به تعاونی های کشاورزی صورت گیرد.

محدودیت‌های تحقیق

- در این پژوهش از به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده گردید در نتیجه ممکن است برخی از افراد با توجه به شرایط محیطی و شرایط روحی پاسخ‌نامه را تکمیل کرده باشند و پاسخ‌ها ممکن است با واقعیت متفاوت باشد.

منابع

- شاه ولی قیصاری، ح. (۱۳۹۰). تعیین توانمندی زیست‌محیطی کشاورزان عضو تعاونی‌های تولید روستایی و عوامل مؤثر بر آن در استان فارس. فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۴، شماره ۲، ۵۱-۳۱.
- خوش‌مرام، مژگان. (۱۳۹۵). طراحی الگویی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه. رساله دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی.
- حیدری ساربان، و. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی تولیدی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: استان اردبیل). پژوهش‌های جغرافیای انسانی (۸۰)، ۱۰۳-۱۱۸.
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۱)، گزارش تحولات بخش واقعی اقتصاد ایران سال ۱۴۰۰ و سری زمانی حساب‌های ملی.

آقاصفیری، ح حسینی، س و.م. کرباسی، ع. (۱۳۹۳). شناسایی و تدوین راهبردهای مناسب برای توسعه تعاونی‌های تولید

کشاورزی ایران. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۳، (۱۰)، ۸۴-۶۵

صفیری، یاسر. (۱۴۰۱). مروری بر شاخص‌های اندازه‌گیری امنیت غذایی در کشور و نقش گم‌شده خاک. مدیریت اراضی، -، (۰)،

doi: ۱۰,۲۲۰۹۲/lmj.۲۰۲۲,۱۲۷۴۴۱

حیدری ساریان، و، باشکوه اجیرلو، م، یاری حصار، ا، زیارتی، م. (۱۳۹۴) بررسی تأثیر تعاونی‌های تولید روستایی بر توسعه

کشاورزی روستاها. سومین همایش ملی پژوهش‌های محیط‌زیست و کشاورزی ایران.

قربان نژاد. م، چوپچیان و ش و فرهادیان (۱۳۹۸)، ه. عوامل مؤثر بر قصد پذیرش فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر در میان

کشاورزان در شهرستان لاریجان. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره ۲-۵۰، شماره ۲، ص ۳۶۵-۳۴۸.

علیجانی، ف.، والدین اصل، س و محمدزاده نصرآبادی، م.، ۱۴۰۰. تحلیل و تبیین مؤلفه‌های مؤثر تعاونی‌های روستایی بر توسعه

روستایی (مطالعه موردی استان اردبیل). تعاون و کشاورزی ۱۰(۳۸): ۶۲-۸۳.

شیرزاد، ح. (۱۳۸۷). تعاونی‌های تولید و دلایل سیاست‌گذاری‌های واقع‌بینانه‌تر در توسعه واحدهای تعاونی.

Abebaw D, Haile MG (۲۰۱۳) The impact of cooperatives on agricultural technology adoption:

empirical evidence from Ethiopia. Food Policy ۳۸:۸۲-۹۱,

<http://dx.doi.org/۱۰,۱۰۱۶/j.foodpol.۲۰۱۲,۱۰,۰۰۳>

Abraham., M, Verteramo Chiu.,L, Joshi.,E, Ilahi.,MA, Pingali., P., ۲۰۲۲ Aggregation models and

small farm commercialization – A scoping review of the global literature. Food Policy ۱۱۰. p

۱-۲۷.

Baden S, Pionetti C (۲۰۱۱) Women's collective action in agricultural markets: synthesis of

preliminary findings from

Ethiopia, Mali, and Tanzania. Oxfam Policy Pract Agric Food Land ۱۱(۷):۷۰-۱۲۶.

FAO. (۱۹۹۶). World Food Summit: Rome Declaration on World Food Security and World Food

Summit Plan of Action. Rom, Italy: Food and Agriculture Organization, United Nations.

Huang, Z., Liang, Q., ۲۰۱۸. Agricultural organizations and the role of farmer cooperatives in

China since ۱۹۷۸: past

and future. China Agric. Econ. Rev. ۱۰ (۱), ۴۸-۶۴. <https://doi.org/۱۰,۱۱۰۸/CAER-۱۰-۲۰۱۷->

۰۱۸۹.

ICA- Africa, ۲۰۲۱. MAPPING: KEY FIGURES NATIONAL REPORT: ETHIOPIA ICA-EU PARTNERSHIP. [https://coops4dev.coop/sites/default/files/۲۰۲۱-۰۶/Ethiopia Key Figures Report.pdf](https://coops4dev.coop/sites/default/files/۲۰۲۱-۰۶/Ethiopia_Key_Figures_Report.pdf).

International Food Policy Research Institute (IFPRI).

[http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/۲۱۰۹۶۷/۲/Assefa-](http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/۲۱۰۹۶۷/۲/Assefa-Women's%۲۰Participation%۲۰in%۲۰Agricultural%۲۰Cooperatives%۲۰in%۲۰Ethiopia-۹۰۸.pdf)

Women's%۲۰Participation%۲۰in%۲۰Agricultural%۲۰Cooperatives%۲۰in%۲۰Ethiopia-۹۰۸.pdf. Accessed May ۲۰۱۶.

Joneydi, M. S.(۲۰۱۲). Factors affecting in sustainability of agricultural production systems in Iran . Scholars Research Library. *Annals of Biological Research*, ۳ (۹), ۴۵۷۸-۴۵۸۳

Okinda Miroro.O, Nyambane Anyona.,D. Nyamongo.,I. A. Bukachi., a. Chemuliti.,J. Waweru., K and Kiganane., L

Determinants of smallholder farmers' membership in co-operative societies: evidence from rural Kenya. ۲۰۲۲.Emerald Publishing Limited. p ۱۶۵-۱۷۹.

Özdemir, G. (۲۰۰۵). Cooperative–shareholder relations in agricultural cooperatives in Turkey. *Journal of Asian Economics*, ۱۶(۲), ۳۱۵-۳۲۵.

Tefera DA, Bijman J & Slingerland MA (۲۰۱۶) Agricultural co-operatives in Ethiopia: evolution, functions and impact. *J Int Dev*.

Verhofstadt E, Maertens M (۲۰۱۴) Can agricultural cooperatives reduce poverty? Heterogeneous impact of cooperative membership on farmers' welfare in Rwanda. *Appl Econ Perspect Policy* ۳۷(۱):۸۶-۱۰۶.

Woldu T, Tadesse F & Waller MK (۲۰۱۳) Women's participation in agricultural cooperatives in Ethiopia (No. ۵۷).

شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری

تهمینه دانیالی^۱

علی مطیع جهانی^۲

چکیده

هدف مطالعه حاضر شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی های گردشگری روستایی استان گیلان است. مطالعه از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت آمیخته، روش گردآوری داده ها توصیفی پیمایشی و از نظر افق زمانی مقطعی است. جامعه آماری در بخش کیفی، خبرگان کارآفرین و مدیران در زمینه گردشگری روستایی بودند که با استفاده از رویکرد نمونه گیری گلوله برفی (ارجاع زنجیره ای) تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب گردیدند. در بخش کمی مطالعه، به منظور اولویت بندی عوامل از مدیران تعاونی های گردشگری استان گیلان که تعاونی آنها در ۳ سال اخیر فعال بوده است، استفاده شد. جمع آوری داده به دو روش کتابخانه ای و میدانی انجام شد. ابزار جمع آوری داده در بخش کیفی، مطالعه کتابخانه ای و پرسش نامه نیمه ساختاریافته با سؤالات باز به منظور مصاحبه با خبرگان بود. همچنین در بخش کمی نیز برای جمع آوری داده از پرسش نامه با سؤالات بسته استفاده شد. روایی ابزار سنجش داده ها در بخش کیفی، به شیوه اعتباریابی نیومن و روایی داده های بخش کمی به شیوه روایی صوری و سازه بررسی شد و مورد تأیید قرار گرفت. برای محاسبه پایایی بخش کیفی از روش پایایی باز آزمون و جهت سنجش پایایی در بخش کمی از ضریب آلفا کرونباخ استفاده و تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کیفی از روش تحلیل تم و در بخش کمی از آزمون تی تک نمونه و آنالیز واریانس با کمک نرم افزار **Spss** بهره گرفته شد. نتیجه نشان داد که یازده عامل بر توسعه کارآفرینی در تعاونی های گردشگری استان گیلان اثرگذارند که عبارتند از: عوامل زیرساختی، عوامل فرهنگی، عوامل زیست محیطی، عوامل امنیتی، عوامل فردی، عوامل مدیریتی، عوامل اقتصادی، عوامل نهادی و سازمانی، عوامل سیاسی و قانونی، عوامل صنعتی، عوامل اجتماعی.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، تعاونی گردشگری روستایی، استان گیلان

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهر ری: t.daniali@yahoo.com

^۲ دانشجوی دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهر ری: Motijahani.icccoop.ir

مقدمه

کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه روستایی گردد. چرا که از این طریق روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه گردشگری فراهم آورده و با تلاش و کوشش فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی ایجاد می‌کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳). تنوع‌بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص‌های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها به‌ویژه شهرهای بزرگ، مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفتمان‌ها، حفظ محیط‌زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبه‌رو است. هر یک از کشورها در هر سطحی از توسعه در تلاش هستند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور را بیابند (اسدالهی، ۱۳۹۸).

در این میان، کشورهایی که به متنوع‌سازی اقتصاد روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک‌پایه‌ای برهانند در جستجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌ها و روش‌های جدیدند. یکی از این روش‌ها، گردشگری است که اغلب کشورها به‌ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه ملی خود را سرعت بخشند (هاویت و ماسون^۱، ۲۰۱۸). تا جایی که برخی از گردشگری، به عنوان یک کاتالیزور اقتصاد ملی و منطقه‌ای، توسعه و احیای جوامع یاد می‌کنند. در این گذار با توجه به تأکیدات صورت‌گرفته در سند برنامه چهارم و پنجم، سند چشم‌انداز و اصل ۴۴ بخش تعاونی جایگاه ویژه‌ای یافته است که در خود قابلیت ایجاد مشاغل جدید را داراست، ولی مسأله این است که صرف تأکید بر تعاونی، شغل ایجاد نمی‌شود و بایستی سیاست‌ها و راهکارهایی به‌منظور تشویق افراد برای سرمایه‌گذاری و مشارکت در نظر گرفته شود تا توسعه و اشتغال‌زایی تعاونی‌ها در چارچوب برنامه‌های توسعه ملی قرار گیرد (اسدالهی، ۱۳۹۸).

پس مسأله اصلی نبود چشم‌انداز روشنی از برنامه اقدامات در زمینه اشتغال‌زایی در تعاونی‌هاست، آیا با توسعه تعاونی‌ها و گسترش آنها اشتغال ایجاد می‌شود؟ جواب این سؤال روشن است و مطالب زیادی در این زمینه نگاشته شده است و همه این موارد تأکید بر این دارد که هر اقدامی کارآفرینانه نیست. یافته‌ها نشان می‌دهد تمامی شرکت‌ها به تعاونی کارآفرین نیاز ندارند. بعضی از شرکت‌ها کسب‌وکار خود را به نحو احسن و مؤثر و برنامه‌ریزی شده به پیش می‌برند، اما بعضی دیگر به یک شوک و القای خلاقیت نیاز دارند (لی^۲، ۲۰۲۲). خصوصاً اگر در محیط‌های ناآرام و محیط‌هایی که دچار تغییرات سریع و آنی شده‌اند کار کنند، زیرا چنین محیط‌هایی غیرقابل پیش‌بینی هستند و برنامه‌ریزی برای آنها مبهم است. خودباوری، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، خلاقیت و... از ویژگی‌های کارآفرینی در بخش تعاونی است، ولی گروهی از کارشناسان حمایت‌های مستقیم و

^۱ Howitt & Mason

^۲ Li

غیرمستقیم دولت را عامل مهمی در موفقیت کارآفرینان در بخش تعاونی کشورهای در حال توسعه می‌دانند (جمعه پور^۱، ۲۰۱۷). در حال حاضر برابر آمارهای منتشره ۱۹۸ هزار تعاونی ثبت شده در کشور وجود دارد که ۴۳ درصد آنها غیرفعال و راکد هستند. این امر نشان می‌دهد که مزیت‌های اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌ها و تعریف صحیح از فعالیت و کارکرد تعاونی باید فرهنگ‌سازی شود؛ همچنین ۴۵ میلیون نفر در کشور عضو شبکه تعاونی‌ها هستند که ایران را جزو کشورهای پیشرو در این زمینه قرار داده است (مرکز آمار، ۱۳۹۵). تعاونی‌های گردشگری و هتلداری از انواع تعاونی‌ها در رشته خدمات هستند که تاکنون نتوانسته‌اند با وجود تحرک و پویایی بالا به واسطه مردمی بودن، نقش مهمی را در عرصه گردشگری ایران ایفا کنند. مطابق اطلاعات اخذ شده از سامانه ثبتی وزارت تعاون تاکنون تعداد ۱۲۰۰ شرکت تعاونی در رشته خدمات گردشگری و هتلداری در کشور با اشتغال‌زایی بیش از ۱۵ هزار و ۵۰۰ نفر فرصت شغلی مستقیم ایجاد کرده‌اند. بر اساس این گزارش واحد آمار و برنامه‌ریزی اتاق تعاون ایران، استان‌های مازندران و گیلان با ۱۹۴ و ۱۱۱ شرکت تعاونی با گرایش گردشگری و هتلداری بیشترین تعداد ثبت تعاونی‌های گردشگری و هتلداری را در بین استان‌ها داراست. یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در هر منطقه، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است (اسدالهی، ۱۳۹۸).

مدیریت دربرگیرنده یک نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد. در این راستا مدیریت گردشگری پایدار در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است. به عبارت دیگر هم‌اکنون گردشگری بزرگ‌ترین صنعت در جهان محسوب می‌شود و پتانسیلی باورنکردنی برای رشد اقتصادی دارد (کیم و جمال^۲، ۲۰۱۵). این صنعت می‌تواند اثرات منفی اجتماعی و محیطی مهمی داشته باشد. هنر فراگرد مدیریت توازن بین هزینه‌ها و مزایای جوامع است. مدیریت گردشگری باید در چهارچوب راهبردهای مطلوبی شکل گیرد و بر مبنای آن خط‌مشی و سیاست‌های مناسبی برای توسعه گردشگری در نظر گرفته شود که مانع برخورد منافع گردشگری و دیگر کارکردها گردند. در روندی از چشم‌انداز گردشگری، مدیریت گردشگری می‌تواند با افزایش تعداد گردشگران جذب سرمایه را افزایش دهد و بر قابلیت توسعه گردشگری و بهبود بازسازی محیط بیفزاید. استمرار گردشگری، پایدار بازار گردشگری را سبب می‌شود و افزایش سطح اشتغال و درآمد را فراهم می‌آورد (سقای و همکاران، ۱۳۹۴).

راهبردهای توسعه تعاونی‌های گردشگری را می‌توان در بازاریابی داخلی و خارجی، تعاونی‌های بازاریابی یک جانبه خاص، تعاونی‌های اماکن تفریحی عمومی، تعاونی‌های بازاریابی توسط آژانس‌ها، هتل‌ها، مراکز تفریحی و نهادهای محلی جهت حضور در بازارهای خارجی، تشکیل تعاونی‌های ارائه خدمات اقامتی و تورگردانی، تقویت ائتلاف بین بخش‌های حمل‌ونقل و گردشگری، ایجاد تعاونی‌های گردشگری به منظور حفظ محیط‌زیست و توسعه منابع اکوتوریسم، ایجاد تعاونی‌های گردشگری روستایی در حوزه‌های صنایع دستی، ایجاد تعاونی‌های گردشگری کشاورزی، تشکیل تعاونی‌های گردشگری ورزشی، تشکیل تعاونی برای ایجاد مناطق نمونه گردشگری، تشکیل تعاونی‌های مقصد توسط شوراهای شهر و روستا جهت تقویت تلاش‌های بازاریابی برای مقصد و تشکیل تعاونی برای اداره موزه‌ها و سایت موزه‌ها دانست (اسدالهی، ۱۳۹۸).

^۱ Jomehpour

^۲ Kim & Jamal

بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر نقش عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های گردشگری و رتبه‌بندی آن‌ها با توجه به بسترهای فعلی فعالیت تعاونی‌ها و نقاط قوت و ضعف، همچنین چالش‌های موجود به صورت راهکارهای سیاستی، هدایتی، نظارتی و حمایتی خواهد بود. از آنجا که جامعه آماری این تحقیق استان گیلان می‌باشد نتایج این تحقیق برای استان گیلان که دارای جاذبه‌های گردشگری متعدد و ظرفیت‌های گردشگری بالقوه می‌باشد بسیار مفید واقع می‌گردد و در واقع با گسترش تعاونی‌های گردشگری در این استان امید است که ابزاری توانمند برای افزایش درآمد این استان ایجاد گردد و نقش عمده‌ای را در توانمندسازی مردم محلی استان گیلان و توسعه منابع انسانی و تنوع‌بخشی و رشد اقتصادی و همچنین خل فرصت‌های شغلی در آن استان را ایفا نماید؛ بنابراین سؤال اصلی این پژوهش این است که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری در تعاونی‌های گردشگری استان گیلان چیست؟

مبانی نظری

تعاونی‌های گردشگری: در تعریف شرکت تعاونی ابتدا باید وظیفه و کارکرد یک شرکت تعاونی را مشخص و بیان نمود. به این طریق می‌توان آن را از بسیاری از نهادها و سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی مجزا کرد. یک شرکت تعاونی عبارت است از انجام فعالیت‌هایی به منظور رسیدن به اهداف مشترک اعضای شرکت، به صورت دسته‌جمعی. ولی چنانچه تنها این خصوصیت را ضابطه تعریف شرکت تعاونی بدانیم، کافی نیست و از سازمان‌های مشابه که وظیفه و نحوه عمل نسبتاً یکسانی دارند متمایز نمی‌گردد (کیانو و همکاران^۱، ۲۰۲۲). برای رفع این نقص باید از گروه دوم اصول که متمایزکننده شرکت تعاونی از انواع همکاری‌های سنتی و سایر اشکال همکاری‌های گروهی است، بهره گرفت. این اصول متحد و متنوع بوده و به صورت‌های مختلف بیان شده‌اند که لزوماً نمی‌توان به کلیه اصول تعاون که در این تعریف شرکت تعاونی را از سازمان‌های مشابه دیگر متمایز می‌سازد، اشاره کرد (والری و باگیو^۲، ۲۰۲۲). شرکت‌های تعاونی، سازمانی است اقتصادی، اجتماعی که از تجمیع آزادانه و داوطلبانه افراد به منظور مشارکت هرچه بیشتر در فعالیت‌های خاصی برای رسیدن به هدف مشترک اعضا به وجود آمده است (اسدالهی، ۱۳۹۸). چنین سازمانی به صورت دموکراتیک اداره می‌شود. امر آموزش به اعضا مورد توجه قرار گرفته و سرمایه لازم توسط اعضا با توجه به امکانات مالی آن‌ها تأمین می‌گردد و به سرمایه فوق سود محدود تعلق می‌گیرد. مابقی سود به نصف منصفانه بین اعضا تقسیم می‌شود. تعاونی‌های گردشگری یکی از انواع تعاونی‌ها هستند که برای شناساندن مکان‌های گردشگری به افراد راه‌اندازی می‌شوند. از وظایف این تعاونی‌ها معرفی مکان‌های گردشگری به خصوص مکان‌هایی است که افراد از وجود آن‌ها اطلاع ندارند. (ویلیک و همکاران^۳، ۲۰۱۹).

کارآفرینی گردشگری: کارآفرینی توسط بسیاری از محققان و از دیدگاه‌های مختلف تفسیر شده است. اهداف (سودآوری) و اقدامات (ابتکار عمل) دو عنصر اساسی کارآفرینی هستند (کیم و همکاران، ۲۰۲۰). صاحب‌نظران متعددی در تحقیقات خود به تعریف کارآفرینی پرداخته و آن را به تناسب زمینه پژوهش خویش به کار بسته‌اند، در این خصوص، برخی از تعاریف کارآفرینی

^۱ Qiao et al.

^۲ Valeri & Baggio

^۳ Wilke et al.

به طور عام بدین شرح می‌باشد، واژه کارآفرینی به معنای «متعهد شدن» است، طبق تعریف واژه‌نامه دانشگاهی کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت کند (رئیس، ۱۳۹۶). به‌طور کلی در مورد کارآفرینی سه دیدگاه وجود دارد: اول، دیدگاه مبتنی بر نوآوری در مورد کارآفرینی اشاره به کار شومپیتر^۱ (۱۹۳۴) دارد. وی کارآفرینان را عمدتاً مبتکرانی می‌داند که منابع را به روش‌های جدید برای ایجاد نوآوری و معرفی به بازار ترکیب می‌کنند و از این طریق خود را از سایر شرکت‌ها متمایز می‌کنند. دوم، دیدگاه شکل‌گیری کسب‌وکار، کارآفرینی را ایجاد سازمان‌های تجاری جدید می‌داند. در این دیدگاه، کارآفرینی به‌عنوان فرآیندی از تصمیم کارآفرینی به‌عنوان توسعه و ایجاد سازمان‌های جدید در نظر گرفته می‌شود.

سوم دیدگاه مبتنی بر فرصت که کارآفرینی را به عنوان کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های شغلی تعریف می‌کند. کارآفرینی یک عامل کلیدی در گردشگری است و یک فاکتور اصلی برای موفقیت مستمر و توسعه صنعت گردشگری به حساب می‌آید؛ اما اینکه چه عواملی می‌تواند سبب توسعه کارآفرینی گردشگری توسط تعاونی‌های گردشگری شود امری است که در پژوهش‌های پیشین به طور پراکنده مورد بررسی قرار گرفته است (جاجرمی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). در جدول (۱) به بررسی پژوهش‌های موجود در این زمینه پرداخته شده است و عوامل اثرگذار در این پژوهش‌ها بیان گردیده.

جدول ۱. بررسی پژوهش‌های پیشین و عوامل اثرگذار در توسعه کارآفرینی تعاونی‌های گردشگری

عوامل شناسایی شده	عنوان پژوهش	محقق و سال
پیشینه‌های داخلی		
داشتن شرایط اقتصادی و بازار (شامل منابع مالی، نیروی کار، تسهیلات فیزیکی، زیرساخت اقتصادی، خدمات تخصصی و محیط اقتصادی)، داشتن ساختار پویای صنعت (شامل اندازه، رشد و ساختار بازار، صنعت و استراتژی تعاونی‌ها)، ایجاد چارچوب قانون و مقررات (شامل سیستم مالیاتی، سیستم حقوقی و سیاست حمایتی دولت)، داشتن سرمایه اجتماعی (شامل فرهنگ مشوق کارآفرینی، نهادهای پشتیبان، سیستم آموزشی)، جنبه‌های شخصیتی (شامل تجربه کاری، تحصیلات، تمایل به مخاطره و کار سخت و غیره)	اصول و مبانی کارآفرینی	سعیدی کیا (۱۳۸۵)
تبلیغات و اطلاع‌رسانی، امکانات زیربنایی و ساختاری، آموزش مسئولان و کارگزاران، امنیت	بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری	ثبوتی (۱۳۸۵)
بخش‌های زیربنایی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، وجود نیروی کار	چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی	توکلی و هدایتی (۱۳۸۷)
داشتن جاذبه‌های طبیعی مناسب، وجود جاده‌ها و مسیرهای قابل دسترس، وسایل حمل‌ونقل مناسب	تحلیلی بر گردشگری روستایی پیرامون کلان‌شهرها	مافی و سقایی (۱۳۸۶)
عوامل ساختاری، عوامل اجتماعی فرهنگی، مراکز آموزشی، سیستم ارتباطی، تسهیلات رفاهی و خدماتی، تبلیغات، پذیرش فرهنگ، وجود برنامه جامع و یکپارچه، عوامل زیربنایی	تحلیل موانع مؤثر در توسعه گردشگری روستایی سرابه	حیدری ساربان (۱۳۹۰)
مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، مدیریتی و بوم‌شناختی	امکان‌سنجی پیاده‌سازی، توسعه و تقویت طبیعت‌گردی روستایی	آگلی مرزبجرائی و همکاران (۱۳۹۰)

^۱ Schumpeter

کیاکجوری و همکاران (۱۳۹۱)	ارائه مدل مفهومی موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی	سرمایه فرهنگی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سازمان‌های حمایت‌کننده مالی، آموزشی، محیط اقتصادی، محیط اجتماعی و فرهنگی، محیط اداری و قانونی، محیط جغرافیایی
کریمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۱)	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال بختیاری	برنامه‌ریزی دولتی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل بهداشتی، محیط‌زیست، امنیت و آرامش، سودمندی تبلیغات
مشهدی و همکاران (۱۳۹۲)	عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری روستایی	عوامل اجتماعی - فرهنگی، زیرساخت‌ها، فرهنگ، امکانات تاریخی، عوامل مدیریتی، حمایت دولتی، عوامل طبیعی (محیطی)، عوامل اقتصادی، امکانات رفاهی، بازاریابی، سیاست‌های کلان دولت، عناصر اقلیمی
بوزجمهری رومیانی و اسماعیلی (۱۳۹۳)	بررسی عوامل مؤثر برای رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار	عوامل اجتماعی، کاهش اضطراب‌های اجتماعی، عوامل زیست‌محیطی، کاهش مخاطرات محیطی، استفاده مناسب از منابع محیط، افزایش تولیدات بخش کشاورزی، افزایش کیفیت خدمات برای بازاریابی، گسترش شبکه‌های اجتماعی، بهره‌گیری از استعدادهای نیروهای انسانی، همبستگی با طبیعت و استفاده مفید از فضاهای آن، بهره‌گیری از تولیدات کشاورزی و صنایع‌دستی، بهره‌برداری از منابع ملی، افزایش همکاری بین سازمان و نهادهای مشارکت مردمی، اشتغال، مسائل زیست‌محیطی، عوامل اقتصادی، نهادی، انگیزه نیروی انسانی، قبول مسئولیت متقابل
رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳)	تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی	ابعاد اقتصادی (سرمایه‌های مالی کافی، یارانه‌های دولتی، معافیت‌های مالیاتی)، ابعاد اجتماعی (آشنایی با قوانین، نیروی انسانی، کیفیت حمل‌ونقل، فاصله از شهرها، وجود میراث طبیعی و فرهنگی، خطرپذیری)، ابعاد نهادی (کیفیت جاده-ها)، ابعاد محیطی (اقلیم مناسب گردشگری)
رستمی قبادی و احسان‌فر (۱۳۹۷)	پیشران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری	گروه‌های پشتیبان، فرصت‌های منطقه‌ای، بسترهای مناسب
رحمانی و همکاران (۱۳۹۷)	پتانسیل گردشگری در توسعه کارآفرینی پایدار نواحی روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان همدان)	ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، نیت کارآفرینانه
اسدالهی (۱۳۹۸)	بررسی شاخص‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی با تأکید بر گردشگری پایدار در تعاونی‌های گردشگری استان کرمانشاه	شاخص‌های زیرساختی و نهادی، شاخص‌های اقتصادی، شاخص‌های فردی و شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی
جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)	ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان فارس با استفاده از روش فراترکیب	عوامل صنعتی، سیاسی، قانونی، اقتصادی، نهادی، سازمانی، مدیریتی، اجتماعی، امنیتی، زیست‌محیطی و فرهنگی
پیشینه‌های خارجی		
ویلکن (۱۹۹۲)	کارآفرینی	عوامل اقتصادی، عوامل غیراقتصادی، تحریکات اجتماعی، مخاطره‌پذیری، مزیت-های بازار، فراهم بودن سرمایه، امنیت
تانگ و یو (۱۹۹۵)	فناوری، کارآفرینی و توسعه ملی: شواهدی از سنگاپور	رویه‌ها و سیاست‌های دولت، شرایط اجتماعی اقتصادی، حمایت‌های مالی
شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)	نوید کارآفرینی به عنوان یک زمینه تحقیقاتی.	نوآوری فنی، عوامل اجتماعی، تحولات کلان اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل اداری
تسنر و هرلاو (۲۰۰۳)	نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در گردشگری: پتانسیلی برای توسعه تجارت محلی	وجود سازمان‌های دولتی و نیمه‌دولتی حامی کارآفرینی
استنبرگ (۲۰۰۴)	هوش موفق به عنوان مبنایی برای کارآفرینی	ذهن خلاق و آگاهی و بینش کارآفرین در جنبه‌های کاربردی، عوامل اقتصادی

تسهیلات رفاهی و خدماتی، وجود ادارات عمومی، آگاهی مردم، تبلیغات و اطلاع-رسانی	توسعه گردشگری روستایی	اپرمن (۲۰۰۶)
قوانین و مقررات، پایداری محیطی، ایمنی و امنیت، سلامت و بهداشت، زیرساخت‌های حمل و نقل، زیرساخت‌های گردشگری، زیرساخت فناوری اطلاعات، منابع انسانی، منابع فرهنگی	مطالعه‌ای درباره کارآفرینی زنان در مالزی	جنیفر بلانک و همکاران (۲۰۰۹)
جنبه‌های شخصیتی کارآفرین (اعتماد به نفس و استقلال)، میزان آموزش کارآفرینان، میزان آموزش مسئولان	ویژگی‌های کارآفرینی مدیران هتل‌های کوچک و متوسط.	جعفر و همکاران (۲۰۱۰)
گسترش امکانات رفاهی و زیربنایی، بهبود بهداشت، بهبود خطوط ارتباطی	نقش گردشگری بر توسعه روستایی	کاپور (۲۰۱۰)
دانش، تغییر در ساختارها، تحولات جمعیتی، تغییر در سلیقه‌ها	نوآوری و کارآفرینی	دراکر (۲۰۱۴)
زیرساخت‌های فیزیکی، فضای اجتماعی، میزان اعتماد به نفس، دسترسی به آموزش، مهارت و دانش، نوآوری، بازاریابی	سنجش وضعیت توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی بخش الریجان شهرستان آمل	حسام و همکاران (۲۰۱۴)
وجود نوآوری، تعهد و ریسک‌پذیری در کارآفرین	بررسی نقش ویژگی‌های کارآفرینان در توسعه توریسم روستایی (مطالعه موردی در فنلاند)	کومپولا (۲۰۱۴)
عوامل فردی و شخصیتی کارآفرین	شیوه زندگی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری	بردولد و اسکان (۲۰۱۶)
عوامل اجتماعی و زیست‌محیطی	نقش کارآفرینان اجتماعی در توسعه روستایی	موتیارا و همکاران (۲۰۱۸)
عوامل زیست‌محیطی، فرهنگی (حضور زنان در فرآیند کارآفرینی)	نقش تعاونی‌ها در توسعه گردشگری روستایی: نمونه کویوچاک	اکتورک و سن دمیر (۲۰۲۱)
توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک	تحلیل SWOT توسعه تجارت الکترونیک تعاونی‌های حرفه‌ای کشاورزان گردشگری روستایی در عصر داده‌های بزرگ.	لی (۲۰۲۲)

تحلیل پژوهش‌های انجام شده بیانگر آن است که مجموع پژوهش‌های موجود برحسب هدف پژوهش خود چند دسته عوامل را در توسعه کارآفرینی گردشگری مؤثر می‌دانند که این عوامل می‌تواند توسط تعاونی‌ها مورد توجه و تأکید قرار گیرد. این عوامل عبارت‌اند از: عوامل فردی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل زیست‌محیطی (طبیعی)، عوامل نهادی (زیرساخت‌ها)، عوامل بازاریابی (تبلیغات)، عوامل مدیریتی و غیره. اما اینکه کدام یک از این عوامل توسط خبرگان نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد و هر عامل شامل چه مؤلفه‌هایی است امری است که در ادامه به آن پرداخته شده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است، از نظر ماهیت آمیخته، روش گردآوری داده‌ها توصیفی پیمایشی و از نظر افق زمانی مقطعی است. جامعه آماری در بخش کیفی، خبرگان کارآفرین و مدیران در زمینه گردشگری روستایی می‌باشد که با استفاده از رویکرد نمونه‌گیری گلوله‌برفی (ارجاع زنجیره‌ای) تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب گردیدند. همچنین نمونه‌گیری تا رسیدن به کفایت نظری داده‌ها ادامه داده شد که در نهایت تعداد ۱۷ نفر انتخاب شدند. این افراد با مدرک‌های تحصیلی لیسانس به بالا و

باتجربه مدیریتی یا کارشناسی بالای ۱۵ سال در فعالیتهای بخش گردشگری می‌باشند. در بخش کمی پژوهش به‌منظور اولویت‌بندی عوامل از مدیران تعاونی‌های گردشگری استان گیلان که تعاونی آن‌ها در ۳ سال اخیر فعال بوده است، استفاده شد. در این بخش به روش در دسترس تعداد ۹۰ مدیر مشارکت داشتند. جمع‌آوری داده به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده در بخش کیفی، مطالعات کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه نیمه ساختاریافته با سؤالات باز به‌منظور مصاحبه با خبرگان بود. همچنین در بخش کمی نیز برای جمع‌آوری داده از پرسش‌نامه با سؤالات بسته بر مبنای طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای استفاده شد. روایی ابزار سنجش داده‌ها در بخش کیفی، به شیوه اعتباریابی نیومن و روایی داده‌های بخش کمی به شیوه روایی صوری و سازه بررسی شد و مورد تأیید قرار گرفت. برای محاسبه پایایی بخش کیفی از روش پایایی باز آزمون و جهت سنجش پایایی در بخش کمی از ضریب آلفا کرونباخ استفاده و تأیید شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از روش تحلیل تم و در بخش کمی از آزمون تی تک نمونه با کمک نرم‌افزار Spss بهره گرفته شد.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در دو بخش یافته‌های توصیفی و استنباطی به شرح زیر است:
 یافته‌های توصیفی: وضعیت جمعیت‌شناختی مدیران (پاسخ‌دهندگان بخش کمی) بر اساس شاخص‌های سنجیده شده مطابق جدول (۲) می‌باشد. یافته‌ها بیانگر آن است که اغلب مدیران مرد هستند و در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار دارد. تحصیلات اغلب آن‌ها نیز فوق‌لیسانس می‌باشد.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی مدیران در بخش کمی

شاخص	آیتم‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
سن	زیر ۳۰ سال	۱۶	۱۸
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۱	۴۵
	۴۱ تا ۵۰ سال	۲۴	۲۷
	بالای ۵۱ سال	۹	۱۰
	جمع	۹۰	۱۰۰
جنسیت	زن	۱۴	۱۶
	مرد	۷۶	۸۴
	کل	۹۰	۱۰۰
تحصیلات	فوق‌دیپلم و پایین‌تر	۸	۹
	لیسانس	۳۱	۳۵
	فوق‌لیسانس	۴۸	۵۳
	دکتری	۳	۳
	جمع	۹۰	۱۰۰

یافته‌های استنباطی: برای شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی توسط تعاونی‌های گردشگری از روش تحلیل تم استفاده شد. به‌منظور کدگذاری اولیه، عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی توسط تعاونی‌های گردشگری مشخص شد و مقوله‌های اصلی و فرعی بیان گشت که مطابق جدول (۳) می‌باشد.

جدول ۳. مقوله‌های اصلی و فرعی شناسایی شده

عامل اصلی	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد مشارکت‌کنندگان	فراوانی
عوامل اقتصادی	شرایط اقتصادی و بازار	توزیع کارآمد	۱۳، ۱۱، ۹، ۷، ۴، ۳، ۱	۷
		تجارت	۱۳، ۱۱، ۱۰، ۴، ۳، ۲	۶
		بازار مصرف	۱۶، ۱۴، ۱۰، ۸، ۵، ۳، ۲، ۱	۸
		سطح عمومی قیمت‌ها	۱۷، ۱۴، ۱۳، ۷، ۶، ۵، ۲	۷
	ساختار بازار	ساختار رقابتی	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۹، ۷، ۶، ۴	۱۰
	سرمایه مالی	سرمایه‌های دولتی	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۲، ۶، ۵، ۳	۸
		سرمایه‌های شخصی	۱۱، ۹، ۸، ۷، ۳	۵
	فرصت‌های شغلی	اشتغال‌زایی	۱۷، ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹	۷
		درآمدزایی	۱۶، ۱۴، ۱۳، ۱۱، ۹، ۷، ۵، ۲	۸
	عوامل مرتبط با صنعت	نوآوری فنی	بکارگیری فناوری‌های جدید	۱۴، ۱۱، ۱۰، ۷، ۵، ۳
عوامل خدمات		نیروی انسانی توانمند	۱۷، ۱۵، ۱۳، ۷، ۶، ۲	۶
ساختار صنعت		وجود صنایع دستی	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۰، ۹، ۷، ۳، ۲	۸
عوامل سیاسی و قانونی	سیاست‌های مادی حمایتگر دولت	یارانه‌های دولتی	۱۷، ۱۶، ۱۴، ۱۲، ۸، ۵	۶
		معافیت‌های مالیاتی	۱۷، ۱۵، ۱۳، ۸، ۶، ۷، ۵، ۴، ۲	۹
		اهداء وام‌های دولتی کم بهره	۱۶، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۳، ۱	۹
		حمایت زیرساختی	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۹، ۶، ۴، ۲	۱۰
عوامل سیاسی و قانونی	سیاست‌های غیر مادی حمایتگر دولت	حمایت از سرمایه‌گذاری (در این بخش)	۱۳، ۱۱، ۹، ۸، ۶، ۳، ۱	۷
		کمک به برنامه‌های ارتقاء کیفیت خدمات	۱۲، ۱۰، ۷، ۴، ۲، ۱	۶
		حمایت از تحقیق، توسعه و نوآوری	۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۷، ۱	۸
		حمایت بازاریابی	۱۳، ۱۱، ۱۰، ۸، ۵، ۴، ۲	۷
عوامل اجتماعی	سرمایه اجتماعی	اعتماد عمومی	۱۳، ۱۱، ۸، ۶، ۴، ۳	۶
		هنجارهای اجتماعی	۱۶، ۱۴، ۱۳، ۸، ۳، ۲	۶
		شبکه‌های اجتماعی	۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۹	۵
	سرمایه انسانی	استعداد	۱۶، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۸، ۷، ۳	۸
		بهره‌وری	۱۷، ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۸، ۷، ۴، ۱، ۲	۹
عوامل فردی	ویژگی‌های شخصیتی	تمایل به مخاطره و کار سخت	۱۱، ۱۴، ۸، ۷، ۳، ۱	۶
		انعطاف‌پذیری	۱۵، ۱۳، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۱	۷
		اعتماد به نفس	۱۳، ۹، ۱۰، ۷، ۴	۵
		استقلال	۱۳، ۱۲، ۱۱، ۹، ۷، ۶، ۵، ۳	۸
	دانش و آگاهی	ذهن خلاق	۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۸، ۷، ۳	۷
		تحصیلات	۱۲، ۹، ۷، ۵، ۲، ۱	۶
		آگاهی و بینش	۱۵، ۱۴، ۱۱، ۱۲، ۹، ۷، ۶، ۳	۸
		تحلیل ذهنی مسائل	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۱، ۱۰، ۹، ۶، ۵	۸

۷	۱۷، ۱۶، ۱۳، ۸، ۷، ۴، ۳	سن و جنسیت	مهارت و توانایی	
۶	۱۳، ۱۱، ۸، ۵، ۳، ۴	تجربه کاری		
۹	۱۷، ۱۳، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۴، ۳، ۱	شرایط اقلیمی	جاذبه های طبیعی	عوامل زیست محیطی
۱۰	۱۷، ۱۶، ۱۳، ۱۰، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۲	منابع طبیعی		
۸	۱۵، ۱۲، ۱۱، ۹، ۸، ۷، ۶، ۴	مکان های تاریخی	جاذبه های تاریخی	
۷	۱۶، ۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۲	موزه ها		
۸	۱۷، ۱۴، ۱۲، ۹، ۶، ۴، ۲، ۱	همیاری، دگریاری، خودیاری	مشارکت مردم	عوامل سازمانی و نهادی
۹	۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱	گردهمایی	مشارکت سازمان ها	
۱۰	۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۰، ۹، ۸، ۶، ۵، ۳، ۲	هماهنگ سازی و ائتلاف		
۷	۱۲، ۱۱، ۸، ۶، ۵، ۴، ۳	قبول مسئولیت متقابل	نهاد های پشتیبانی	
۵	۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۲، ۱۱	نهاد های ارائه خدمات و پشتیبانی در حوزه گردشگری		
۸	۱۵، ۱۳، ۱۱، ۹، ۸، ۶، ۵، ۴	کارگاه آموزشی	سیستم آموزشی	
۷	۱۳، ۱۲، ۹، ۸، ۶، ۳، ۱	وجود کارشناسان آموزش	مراکز رشد	
۶	۱۴، ۱۱، ۹، ۷، ۵، ۴	مراکز اداری مانند اصناف، پست، بانک و غیره		
۷	۱۱، ۹، ۷، ۴، ۳، ۲، ۱	عوامل کمی امنیت (سرمایه، امکانات)	میزان امنیت	عوامل امنیتی
۶	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۶، ۴، ۳	عوامل کیفی امنیت (نیروی انسانی)		
۸	۱۷، ۱۶، ۱۲، ۱۴، ۱۱، ۱۰، ۹، ۸	عوامل کمی در حوزه حوادث غیر مترقبه (سرمایه، امکانات)	حوادث غیر مترقبه	
۷	۱۵، ۱۳، ۱۲، ۸، ۶، ۵، ۲	عوامل کیفی حوادث غیر مترقبه (نیروی انسانی)		
۸	۱۱، ۱۰، ۹، ۷، ۴، ۲، ۳، ۱	کیفیت جاده ها	زیرساخت های ارتباطی	عوامل زیرساختی
۵	۱۵، ۱۳، ۸، ۳، ۲	وجود جاده ها و مسیرهای قابل دسترسی		
۹	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۳، ۲، ۱	جاده ای و ریلی	کیفیت حمل و نقل	
۷	۱۶، ۱۱، ۱۴، ۸، ۷، ۳، ۱	برق، لوله کشی آب و گاز، فاضلاب و غیره	عوامل فیزیکی	
۹	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۳، ۵، ۱	امکانات پزشکی	عوامل بهداشتی	
۸	۱۰، ۹، ۷، ۸، ۴، ۲، ۳، ۱	امکانات تفریحی	تسهیلات رفاهی	
۶	۱۱، ۱۰، ۸، ۶، ۵، ۳	وجود رستوران ها و هتل ها		
۵	۹، ۷، ۴، ۲، ۱	امکانات ارتباطی مناسب	فناوری اطلاعات و ارتباطات	
۵	۱۱، ۹، ۷، ۱، ۴	وجود اینترنت، سیستم ماهواره ای و غیره		
۷	۱۱، ۱۰، ۸، ۶، ۴، ۵، ۳	آداب و رسوم	منابع گردشگری	عوامل فرهنگی
۵	۱۱، ۹، ۸، ۷، ۳	امکانات فرهنگی		
۶	۱۳، ۱۰، ۹، ۶، ۲، ۱	برگزاری تورهای تفریحی		
۷	۱۶، ۱۵، ۱۲، ۹، ۸، ۳، ۲	فرهنگ سازی	فرهنگ پذیرش گردشگر	
۶	۹، ۸، ۷، ۳، ۴، ۱	فرهنگ پذیری (تعامل و تبادل فرهنگی)		
۷	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۸، ۷، ۱، ۲	وجود برنامه جامع		

۵	۱۰، ۸، ۷، ۶، ۵	اهداف مشخص	برنامه ریزی	عوامل مدیریتی
۶	۱۱، ۹، ۵، ۴، ۳، ۱	اجرای اهداف		
۷	۱۶، ۱۴، ۱۳، ۱۰، ۷، ۴، ۲	کنترل		
۵	۱۱، ۱۰، ۹، ۷، ۱	برنامه ریزی (از پایین به بالا، از بالا به پایین)		
۶	۱۵، ۱۳، ۱۰، ۸، ۶، ۲	وجود واحدهای مستقل	سازمان دهی و هماهنگی	عوامل مدیریتی
۵	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۷، ۴	میزان هماهنگی و انسجام دستگاه های اداری		
۶	۱۷، ۱۶، ۱۴، ۱۱، ۷، ۱	هماهنگی میان مردم و مراکز تصمیم گیری		
۵	۱۶، ۱۲، ۸، ۶، ۳	تمرکز بخش های اداری مرتبط با گردشگری		
۸	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۰، ۸، ۶، ۳، ۱	وجود رهبر و مسئول در حوزه گردشگری	رهبری و هدایت	عوامل مدیریتی
۵	۱۴، ۱۱، ۸، ۶، ۳	ارتباط عاطفی و صمیمی رهبران با مردم		
۷	۱۴، ۱۲، ۹، ۷، ۵، ۲، ۱	ایجاد انگیزه در مردم		
۵	۱۱، ۸، ۵، ۳، ۲	رفع تضادها و تنش ها		
۶	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۰، ۵، ۱	هدایت مردم برای رسیدن به هدف	کنترل (نظارت)	عوامل مدیریتی
۸	۱۲، ۸، ۱۰، ۷، ۳، ۶، ۱	شناخت مستمر موانع و آسیب های توسعه گردشگری		
۹	۱۶، ۱۳، ۱۵، ۱۲، ۱۰، ۸، ۵، ۴، ۱	وجود معیارهای ارزیابی و کنترل		

به منظور بررسی پایایی عوامل شناسایی شده از ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. این ضریب به نوعی میزان توافق نظر پژوهشگر و یک فرد خبره را در طبقه بندی مورد سنجش قرار می دهد. به این صورت که خبره دیگری که دارای علم و تخصص در حوزه مورد بررسی باشد انتخاب شده و بدون اطلاع از طبقه بندی پژوهشگر، دسته بندی جداگانه ای را انجام می دهد و سپس پژوهشگر دسته بندی انجام شده توسط خبره و خود را مقایسه می کند. میزان ضریب کاپای برابر ۹۲٪ محاسبه شد که نشان می دهد طبقه بندی انجام شده همخوانی قابل قبولی با نظر خبره داشته و با تأیید خبره، طبقه بندی دارای اعتبار است. با شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان، محقق درصدد است تا به هدف دوم تحقیق یعنی اولویت بندی این عوامل دست یابد؛ لذا در راستای پاسخ به این سؤال که اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان چگونه است؟ عوامل و مؤلفه های شناسایی شده رتبه بندی شده اند. برای رتبه بندی عوامل و مؤلفه های شناسایی شده ابتدا آزمون کولموگراف اسمیرنوف انجام شد و با مشخص شدن نرمال بودن داده ها از آزمون تی تک نمونه برای نشان دادن وضعیت موجود تک تک شاخص ها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری توسط تعاونی های گردشگری که بر پایه معیار مقایسه بالاتر از متوسط میانگین ۳/۵ استفاده شد (جدول ۴)

^۱ بر مبنای طیف لیکرت پنج گزینه ای متوسط میانگین ۳ است و در این پژوهش به منظور سنجش دقیق تر از معیار بالاتر از متوسط میانگین (۳/۵) استفاده شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون تی تک نمونه

شاخص	تی تک نمونه	معناداری	میانگین	حد پایین	حد بالا
توزیع کارآمد	-۷/۲۶۶	۰/۰۰۰	۲/۷۷۶	-۰/۹۲۱	-۰/۵۲۶
تجارت	-۶/۲۱۴	۰/۰۰۰	۲/۸۳۵	-۰/۸۷۷	-۰/۴۵۲
بازار مصرف	-۷/۲۴۶	۰/۰۰۰	۲/۷۴۱	-۰/۹۶۷	-۰/۵۵
سطح عمومی قیمت‌ها	-۳/۲۶۸	۰/۰۰۴	۳/۱۸۸	-۰/۵۰۱	-۰/۱۲۲
ساختار رقابتی	-۷/۷۸۱	۰/۰۰۰	۲/۷۵۳	-۰/۹۳۸	-۰/۵۵۶
سرمایه‌های دولتی	-۱۸/۶۴۱	۰/۰۰۰	۱/۸۸۲	-۱/۷۹۲	-۱/۴۴۳
سرمایه‌های شخصی	۰/۵۷۳	۰/۵۶۸	۳/۵۶۵	-۰/۱۶۰	۰/۲۸۹
اشتغال زایی	-۱۲/۴۴۸	۰/۰۰۰	۲/۶۹۳	-۰/۹۶۰	-۰/۶۷۶
درآمدزایی	-۱۶/۵۳۸	۰/۰۰۰	۲/۶۲۴	-۰/۹۹۶	-۰/۷۵۷
به‌کارگیری فناوری‌های جدید	-۸/۳۸۸	۰/۰۰۰	۲/۶۲۴	-۰/۹۹۶	-۰/۷۵۷
نیروی انسانی توانمند	-۸/۹۳۷	۰/۰۰۰	۲/۴۰۰	-۱/۳۴۵	-۰/۸۵۵
وجود صنایع دستی	-۵/۹۱۵	۰/۰۰۰	۲/۸۴۷	-۱/۸۷۲	-۰/۴۳۳
یارانه‌های دولتی	-۲۵/۴۹۰	۰/۰۰۰	۱/۶۷۱	-۱/۹۷۲	-۱/۶۸۷
معافیت‌های مالیاتی	-۱۹/۱۸	۰/۰۰۰	۲/۰۱۵	-۱/۶۴۳	-۱/۳۳۴
اهداء وام‌های دولتی کم‌بهره	-۱۲/۶۱۸	۰/۰۰۰	۲/۳۶۵	-۱/۳۰۱	-۰/۹۶۹
حمایت زیرساختی	-۳/۸۴	۰/۰۰۰	۳/۱۱۸	-۰/۵۸۰	-۰/۱۸۴
حمایت از سرمایه‌گذاری (در این بخش)	-۱۲/۰۸	۰/۰۰۰	۲/۴۶	-۱/۲۱۳	-۰/۸۷۰
کمک به برنامه‌های ارتقاء کیفیت خدمات	-۱۵/۱۰	۰/۰۰۰	۲/۳	-۱/۴۰۵	-۱/۰۷۸
حمایت از تحقیق، توسعه و نوآوری	-۱۱/۸۹۱	۰/۰۰۰	۲/۵۱	-۱/۲۰۹	-۰/۸۶۲
حمایت بازاریابی	-۱۷/۲۱۴	۰/۰۰۰	۲/۰۸	-۱/۵۸۱	-۱/۲۵۴
اعتماد عمومی	-۱/۶۶۷	۰/۰۹۹	۳/۳۳	-۰/۳۴۷	۰/۰۳۳
هنجارهای اجتماعی	۱/۰۰۹	۰/۳۱۶	۳/۵۸۹	-۰/۰۸۶	۰/۲۶۲
شبکه‌های اجتماعی	-۰/۱۸۵	۰/۸۵۴	۳/۴۸۳	-۰/۲۰۸	۰/۱۷۲
استعداد	-۸/۹۳۸	۰/۰۰۰	۲/۶	-۱/۱۰۰	-۰/۷۰۰
بهره‌وری	-۱۰/۹۹	۰/۰۰۰	۲/۴۸۲	-۱/۲۰۲	-۰/۸۳۴
انگیزه	۳/۰۴۱	۰/۰۰۳	۳/۷۸	۰/۱۰۰	۰/۴۷۷
تمایل به مخاطره و کار سخت	-۳/۸۴۱	۰/۰۰۰	۳/۰۸۲	-۰/۶۳۴	-۰/۲۰۱
انعطاف‌پذیری	-۰/۴۵۳	۰/۶۵۲	۳/۴۵۹	-۰/۲۲۲	۰/۱۴۰
اعتماد به نفس	-۰/۹۹۱	۰/۳۲۴	۳/۴۱۲	-۰/۲۶۵	۰/۰۸۹
استقلال	-۳/۴۶۲	۰/۰۰۱	۳/۳	-۰/۴۷۲	-۰/۱۲۸
ذهن خلاق	-۲/۷۲۸	۰/۰۰۹	۳/۳۳	-۰/۴۵۸	-۰/۰۷۲
تحصیلات	-۴/۴۶۴	۰/۰۰۰	۳/۱۲	-۰/۵۵۱	-۰/۲۱۱
آگاهی و بینش	-۴/۰۲	۰/۰۰۰	۳/۱۹	-۰/۴۶۶	-۰/۱۵۷
تحلیل ذهنی مسائل	-۵/۲۹	۰/۰۰۰	۳/۰۴	-۰/۶۳۶	-۰/۲۹۴
سن و جنسیت	-۴/۰۱۸	۰/۰۰۰	۳/۱۸۸	-۰/۴۷۶	۰/۱۴۹

-۰/۳۷۵	-۰/۷۴۲	۲/۹۵	-۰/۰۰۰	-۶/۰۶	تجربه کاری
-۰/۹۸۰	-۰/۶۷۹	۴/۴۲	-۰/۰۰۰	۱۰/۹۸	شرایط اقلیمی
-۰/۸۶۵	-۰/۵۵۹	۴/۲۱۴	-۰/۰۰۰	۹/۲۷	منابع طبیعی
-۰/۴۷۱	-۰/۱۰۶	۳/۷۹	-۰/۰۰۲	۳/۱۳۹	مکان‌های تاریخی
-۱/۶۹۷	-۲/۰۶۵	۱/۶۲	-۰/۰۰۰	-۲۰/۳۰۸	موزه‌ها
-۰/۱۳۶	-۰/۵۳۵	۳/۱۶۶	-۰/۰۰۱	-۳/۳۵	همیاری، دگریاری، خودیاری
-۰/۶۵۰	-۰/۹۶۲	۲/۷	-۰/۰۰۰	-۱۰/۲۶	گردهمایی
-۰/۷۱۰	-۱/۰۴۳	۲/۶۲۴	-۰/۰۰۰	-۱۰/۴۷۹	هماهنگ‌سازی و ائتلاف
-۰/۷۶۶	-۱/۰۵۸	۲/۵۸۸	-۰/۰۰۰	-۱۲/۴۰۲	قبول مسئولیت متقابل
-۱/۱۳۱	-۱/۴۴۰	۲/۲۱۴	-۰/۰۰۰	-۱۶/۵۳۷	نهادهای ارائه خدمات و پشتیبانی در حوزه گردشگری
-۰/۷۴۷	-۱/۱۷۱	۲/۵۴۲	-۰/۰۰۰	-۸/۹۹۶	کارگاه آموزشی
-۱/۰۱۸	-۱/۴۴۱	۲/۲۷۴	-۰/۰۰۰	-۱۱/۵۵۹	وجود کارشناسان آموزش
-۰/۳۹۲	-۰/۸۶۷	۲/۸۷۱	-۰/۰۰۰	-۵/۲۷۷	مراکز اداری مانند اصناف، پست، بانک و غیره
-۰/۵۱۶	-۰/۱۰۸	۳/۸۱۴	-۰/۰۰۳	۳/۰۴۲	عوامل کمی امنیت (سرمایه، امکانات)
-۰/۴۰۸	-۰/۸۰۶	۲/۸۹۳	-۰/۰۰۰	-۶/۰۵۹	عوامل کیفی امنیت (نیروی انسانی)
-۰/۴۰۸	-۰/۸۰۶	۲/۸۹۳	-۰/۰۰۰	-۶/۰۵۸	عوامل کمی در حوزه حوادث غیرمترقبه (سرمایه، امکانات)
-۰/۱۹۶	-۰/۵۶۹	۳/۱۲	-۰/۰۰۰	-۷/۳۶	عوامل کیفی حوادث غیرمترقبه (نیروی انسانی)
-۰/۱۹۶	-۰/۵۶۹	۳/۱۱۸	-۰/۰۰۰	-۴/۰۷۶	کیفیت جاده‌ها
-۰/۱۳۵	-۰/۲۳۰	۳/۴۵۲	-۰/۰۰۰	-۰/۵۱۸	وجود جاده‌ها و مسیرهای قابل دسترسی
-۲/۱۳۶	-۲/۳۴۰	۲/۳۰۷	-۰/۰۰۰	-۴۳/۷۶	جاده‌ای و ریلی
-۰/۱۵۱	-۰/۲۵۷	۳/۴۵	-۰/۶۰۷	-۰/۵۱۷	برق، لوله‌کشی آب و گاز، فاضلاب و غیره
-۰/۷۶۵	-۱/۲۰۰	۲/۴۳۳	-۰/۰۰۰	-۸/۹۹۲	امکانات پزشکی
-۱/۳۳۷	-۱/۶۶۳	۲/۷۷	-۰/۰۰۰	-۷/۱۶	امکانات تفریحی
-۰/۴۱۴	-۰/۸۹۲	۲/۸۴۷	-۰/۰۰۰	-۵/۴۳۶	وجود رستوران‌ها و هتل‌ها
-۰/۴۷۳	-۰/۱۵۰	۳/۷	-۰/۰۰۰	۳/۸۴۴	امکانات ارتباطی مناسب
-۰/۶۰۹	-۰/۹۷۹	۲/۸۷	-۰/۰۰۰	-۸/۵۴۷	وجود اینترنت، سیستم ماهواره‌ای و غیره
-۰/۹۲۸	-۰/۶۱۳	۴/۲۷۴	-۰/۰۰۰	۹/۷۳۱	آداب و رسوم
-۰/۹۳۹	-۰/۶۳۳	۴/۲۸۶	-۰/۰۰۰	۱۰/۲۲۸	امکانات فرهنگی
-۰/۸۲۷	-۰/۶۰۳	۴/۲۷۱	-۰/۰۰۰	۹/۷۳۱	برگزاری تورهای تفریحی
-۰/۰۹۳	-۰/۵۰۷	۳/۲	-۰/۰۰۵	-۲/۸۷	فرهنگ‌سازی
-۰/۹۳۹	-۰/۶۳۳	۴/۲۹	-۰/۰۰۰	۱۰/۲۲۸	فرهنگ پذیری (تعامل و تبادل فرهنگی)
-۰/۸۷۱	-۱/۲۱۴	۲/۴۵۹	-۰/۰۰۰	-۱۲/۰۸۶	وجود برنامه جامع
-۰/۴۵۷	-۰/۸۰۲	۲/۸۷۲	-۰/۰۰۰	-۷/۲۶۷	اهداف مشخص
-۰/۰۶۰	-۰/۵۱۷	۳/۲۱۲	-۰/۰۱۴	-۲/۵۱	اجرای اهداف
-۰/۵۲۱	-۰/۸۷۹	۲/۸	-۰/۰۰۰	-۷/۷۹۴	کنترل

-۰/۱۵۰	-۰/۵۹۱	۳/۱۲۸	-۰/۰۰۱	-۳/۳۴۶	برنامه ریزی (از پایین به بالا، از بالا به پایین)
-۱/۵۷۰	-۱/۹۰۱	۱/۷۶۵	-۰/۰۰۰	-۲۰/۸۸۵	وجود واحدهای مستقل
-۰/۳۴۶	-۰/۷۲۵	۲/۹۶۵	/۰۰۰	-۵/۶۱۵	میزان هماهنگی و انسجام دستگاه‌های اداری
-۰/۰۱۵	-۰/۳۲۵	۳/۳۴۵	-۰/۰۷۴	-۱/۸۱	هماهنگی میان مردم و مراکز تصمیم‌گیری
-۰/۲۵۵	-۰/۶۹۷	۳/۰۳	-۰/۰۰۰	-۴/۲۸۹	تمرکز بخش‌های اداری مرتبط با گردشگری
-۰/۳۶۱	-۰/۰۲۸	۳/۶۶۷	-۰/۰۹۲	۱/۷۰۴	وجود رهبر و مسئول در حوزه گردشگری
-۰/۱۶۱	-۰/۲۱۹	۳/۴۷۱	-۰/۷۵۹	-۰/۳۰۸	ارتباط عاطفی و صمیمی رهبران با مردم
-۰/۱۰۴	-۰/۲۵۷	۳/۴۲۴	-۰/۴۰۲	-۰/۸۴۳	ایجاد انگیزه در مردم
-۰/۵۹۱	-۰/۱۷۳	۳/۸۸۲	-۰/۰۰۰	۳/۶۳۹	رفع تضادها و تنش‌ها
-۰/۱۱۳	-۰/۲۴۲	۳/۴۳۵	-۰/۴۷۱	-۰/۷۲۵	هدایت مردم برای رسیدن به هدف
-۰/۳۴۷	-۰/۶۷۶	۲/۹۸۸	-۰/۰۰۰	-۶/۱۷۸	شناخت مستمر موانع و آسیب‌های توسعه گردشگری
-۰/۳۱۲	-۰/۶۸۸	۳	/۰۰۰	-۵/۲۸۱	وجود معیارهای ارزیابی و کنترل

در جدول ۳ مقدار معناداری برخی مواردی بالاتر از ۰/۰۵ است بدین معنا که با معیار مورد آزمون تفاوت معناداری ندارند و میانگین آن به میانگین حد مرزی که ۳/۵ می‌باشد نزدیک بوده و حذف می‌شود. در جدول ۵ نیز نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای بر پایه میانگین ۳/۵ برای عوامل اصلی اثرگذار آورده شده است.

جدول ۵. آزمون تی تک نمونه برای عوامل اصلی

شاخص	تی تک نمونه	معناداری	میانگین	حد بالا	حد پایین
عوامل اقتصادی	-۱۵/۶۵	-۰/۰۰۰	۲/۷۸۴	-۰/۸۰۸	-۰/۶۲۶
عوامل صنعتی	-۲۶/۵۶	-۰/۰۰۰	۲/۳۵۴	-۱/۲۳۳	-۱/۰۶۱
عوامل سیاسی و قانونی	-۱۹/۶۱	-۰/۰۰۰	۲/۴	-۱/۲۴۳	-۱/۰۱۴
عوامل اجتماعی	-۵/۱۱	-۰/۰۰۰	۲/۲۴۸	-۰/۳۵۰	-۰/۱۵۴
عوامل فردی	-۴/۷۹	-۰/۰۰۰	۳/۱۹	-۰/۳۹۹	-۰/۱۶۵
عوامل زیست محیطی	-۰/۱۳۸	-۰/۰۰۹	۳/۴۹۲	-۰/۱۲۱	-۰/۱۰۵
عوامل نهادی و سازمانی	-۱۷/۱۱	-۰/۰۰۰	۲/۶۱۴	-۰/۹۹۰	-۰/۷۸۴
عوامل امنیتی	-۱/۷	-۰/۰۰۳	۳/۳۵۴	-۰/۳۱۹	-۰/۰۲۵
عوامل زیرساختی	-۱۲/۱	-۰/۰۰۰	۲/۹۷۳	-۰/۶۵۴	-۰/۴۷۰
عوامل فرهنگی	۵/۹۹	-۰/۰۰۰	۳/۹۱	-۰/۲۷۴	-۰/۵۴۶
عوامل مدیریتی	-۷/۲۶	-۰/۰۰۰	۳/۰۸۹	-۰/۴۸۴	-۰/۲۷۶

با توجه به خروجی نرم افزار و مقدار میانگین به دست آمده می توان بیان کرد که رتبه بندی عوامل به شرح زیر است:

- ۱) عوامل زیرساختی
- ۲) عوامل فرهنگی
- ۳) عوامل زیست محیطی
- ۴) عوامل امنیتی
- ۵) عوامل فردی
- ۶) عوامل مدیریتی
- ۷) عوامل اقتصادی
- ۸) عوامل نهادی و سازمانی
- ۹) عوامل سیاسی و قانونی
- ۱۰) عوامل صنعتی
- ۱۱) عوامل اجتماعی

نتیجه گیری و پیشنهاد

امروزه توسعه پایدار روستایی از مهمترین دغدغه های برنامه ریزان و سیاست گزاران کشور به شمار می آید. به عبارت دیگر، توسعه پایدار روستایی از اصول و اهداف غایی پروژه ها، سیاست ها و طرح های توسعه ای در مناطق روستایی است. برنامه توسعه ملی روستایی که توسط معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست جمهوری در سال ۱۳۹۳ نگارش شد، در راستای دستیابی به توسعه روستایی، افزایش درآمدزایی، فاصله کاهش طبقاتی بین شهر و روستا و غیره، ساخت مناطق کلیدی گردشگری و توسعه قالب ها و محصولات گردشگری خلاق را به منظور تقویت رونق صنعت روستایی پیشنهاد کرد. به این ترتیب، گردشگری روستایی کلید فعال سازی عوامل تولید روستایی، افزایش درآمد روستایی و دستیابی به نشاط روستایی شده است. با هدایت سیاست های ملی، دولت ها ابتکارات مختلفی را برای توسعه روستایی انجام داده اند، که در میان آنها تعاونی های گردشگری روستایی به دلیل شروع زود هنگام و پیشرفت سریع، توجه زیادی را از سوی مسئولان و محققان به خود جلب کرده اند. از آن جهت که تعاونی های گردشگری به مثابه رابط بین دولت و مردم عمل می کنند. تعاونی های گردشگری زیرمجموعه ای از کل تعاونی ها، جوامع کوچک و بزرگی از انسان های متعهد و مسئول هستند که به حفظ ارزش های اخلاقی در تمامی جنبه های تجارت اعتقاد دارند. تعاونی های گردشگری به عنوان تشکل های غیردولتی در بسیاری از کشورها نقش خود را در توسعه گردشگری به خوبی ایفا کرده اند. این تعاونی ها کلیه مراحل گردشگری مشتمل بر تبلیغات، پذیرش، راهنمایی، اسکان، مسافرت و غیره مرتبط با گردشگران را به خوبی ساماندهی و برگزار می کنند.

لذا حضور این تعاونی ها در استان های گردشگر خیز از جمله گیلان و شهرهای دارای منابع (طبیعی) این استان، می تواند راه حل بسیاری از مشکلات صنعت گردشگری در این استان و مقدمه ای برای توسعه بیشتر آنها باشد. لذا پژوهش حاضر به شناخت و

اولویت بندی عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری در استان گیلان پرداخت. پژوهش به روش آمیخته و ترکیبی از روش های کیفی (روش تحلیل تم) و کمی (روش تی تک نمونه) انجام شد. با بررسی اولیه تعدادی از مؤلفه ها شامل سرمایه شخصی، اعتماد عمومی، هنجارهای اجتماعی، شبکه های اجتماعی، انعطاف پذیری، اعتماد به نفس، زیرساخت های عمومی (آب، برق، گاز، مخابرات و...)، هماهنگی میان مردم و مراکز تصمیم گیری، وجود رهبر و مسئول در حوزه گردشگری، ارتباط عاطفی و صمیمی رهبران با مردم، ایجاد انگیزه در مردم، هدایت مردم برای رسیدن به هدف به دلیل بالا بودن مقدار معناداری آن ها از ۰/۰۵ حذف شدند. با شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان، محقق درصدد برآمد تا به هدف دوم تحقیق یعنی اولویت بندی این عوامل دست یابد لذا در راستای پاسخ به این سؤال که اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان چگونه است؟ عوامل و مؤلفه های شناسایی شده رتبه بندی شدند. برای رتبه بندی عوامل و مؤلفه های شناسایی شده ابتدا آزمون کولموگراف اسمیرنوف انجام شد و با مشخص شدن نرمال بودن داده ها از آزمون تی تک نمونه برای نشان دادن وضعیت موجود تک تک شاخص ها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری توسط تعاونی های گردشگری که بر پایه معیار مقایسه بالاتر از متوسط میانگین ۳/۵ استفاده شد.

بر اساس نتیجه آزمون تی و میانگین به دست آمده، محقق به رتبه بندی عوامل اصلی پرداخت و نتایج نشان داد که پنج عامل مهم اثرگذار بر توسعه کارآفرینی توسط تعاونی های گردشگری به ترتیب عوامل زیرساختی، عوامل فرهنگی، عوامل زیست محیطی، عوامل امنیتی و عوامل فردی تشخیص داده شد. نتیجه به دست آمده متفاوت با پژوهش های پیشین است. در پژوهش حاضر مشخص شد که عامل زیرساختی مهم ترین عامل و عامل اجتماعی ضعیف ترین عامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان است. لذا نتایج پژوهش حاضر متفاوت با پژوهش های پیشین می باشد.

با توجه به آنکه عوامل زیرساختی مهمترین عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری هستند لذا پیشنهاد می شود مسئولان برای تقویت سیستم های مخابراتی و اینترنتی برای برقراری ارتباطات مناسب تلاش نمایند. همچنین دولت برای جلب مشارکت و سرمایه گذاری بیشتر سیاست های تشویقی و حمایتی اتخاذ نماید. با توجه به آنکه عوامل فرهنگی در جایگاه دوم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مردم روستاها به حفظ آداب و رسوم و فرهنگ بومی خود تشویق شوند و مکان هایی برای به نمایش گذاردن فرهنگ روستا و شناساندن آن به گردشگران فراهم شود. همچنین برای برقراری ارتباط مناسب با گردشگران و ارائه فرهنگ روستایی، آموزش هایی در این زمینه داده شود. با توجه به آنکه عوامل زیست محیطی در جایگاه سوم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مدیران و مسئولان تعاونی ها جهت حفظ منابع طبیعی و تاریخی فرهنگ سازی کنند و از طریق رسانه های اجتماعی پتانسیل های طبیعی و شرایط اقلیمی مناسب به گردشگران شناسانده شود. همچنین پیشنهاد می گردد موزه های طبیعی در روستاها ایجاد شود تا گردشگران از این طریق با ویژگی های فرهنگی، اسناد تاریخی و جغرافیایی مناطق آشنا شوند.

با توجه به آنکه عوامل امنیتی در جایگاه چهارم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مدیران تعاونی ها برای ارتقای امنیت گردشگران تدابیری مناسب بیندیشند بدین ترتیب که خطرات احتمالی را شناسایی و تدابیری جهت جلوگیری از آن ها بیندیشند. با توجه به آنکه عوامل فردی در جایگاه پنجم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مدیران تعاونی ها افرادی با ذهنی خلاق و

تحلیل‌گر باشند تا بتوانند مسائل را به راحتی حل کنند و از نظرات افراد با تجربه در زمینه گردشگری استفاده نمایند. با توجه به آنکه عوامل مدیریتی در جایگاه ششم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می‌شود گردهمایی‌هایی عمومی بین مردم روستا و مسئولان تعاونی‌ها برای حل مشکلات و رفع تنش‌ها و درگیری‌ها برگزار شود. همچنین مدیران تعاونی‌ها باید توانایی شناخت مشکلات و انحرافات در فعالیت‌های گردشگری را داشته باشند و بتوانند تدابیری جهت حل و اصلاح آنان ارائه دهند.

منابع:

- اسداله‌ی، س. (۱۳۹۸). بررسی شاخص‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی با تأکید بر گردشگری پایدار: در تعاونی‌های گردشگری استان کرمانشاه، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی، دانشگاه رازی.
- آگلی مرزيجرانی، ا؛ قلی نیا، ج؛ تقدیسی، ا. (۱۳۹۰). امکان‌سنجی پیاده‌سازی، توسعه و تقویت طبیعت‌گردی (اکوتوریسم) روستایی توسط تشکل‌های تعاونی در سطح استان. *نشریه تعاون، سال بیست و دوم، شماره هفت، ۸۷-۶۵*.
- بوزجمهری، خ؛ رومیانی، ا؛ اسماعیلی، آ. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر برای رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار، همایش ملی چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه کشور، دانشگاه فردوسی
- توکلی، م؛ هدایتی، ص. (۱۳۸۷). چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی (مطالعه موردی: سیستان)، *فضای جغرافیایی، شماره بیست و دو، ۲۰-۱*.
- ثبوتی، ح. (۱۳۸۵). بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری، برگرفته از سایت مدیریت جامع بازاریابی
- جاجرمی‌زاده، م؛ دهدارزاده، ب؛ نیکبخت، ا. (۱۴۰۰). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان فارس با استفاده از روش فراترکیب، *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ده، شماره بیست و نه، ۱۹۶-۱۶۳*.
- حیدری ساریان، و. (۱۳۹۰). تحلیل موانع مؤثر در توسعه گردشگری روستای سرابه، *جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱ (۱)، ۸۱-۶۸*.
- سعیدی‌کیا، م. (۱۳۸۵). اصول و مبانی کارآفرینی، انتشارات کیا، ۴۳-۲۳.
- سقای، م؛ امینی نژاد، غ؛ صبحی، غ. (۱۳۹۴). تأثیرات صنعت گردشگری بر توسعه اجتماعی- فرهنگی شهر بوشهر. *برنامه‌ریزی منطقه ای، ۱۱ (۱)، ۱۴۰-۱۳۱*.
- رحمانی، بیژن؛ مریدسادات، پگاه؛ شاهد، سید حسین. (۱۳۹۷). پتانسیل گردشگری در توسعه کارآفرینی پایدار نواحی روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان همدان). *مدیریت شهری، ۱۷ (۵۰)، ۹۷-۶۵*.
- رستمی قبادی، فرحناز؛ احسانی فر، تهمنه. (۱۳۹۷). پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۵ (۲)، ۷۱-۸۲*.
- رکن‌الدین افتخاری، ع؛ پورطاهری، م؛ فضلی، ن. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، *برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۳ (۱)، ۱۰۷-۸۷*.

رئیس، ا. (۱۳۹۶). تحلیل استراتژیک توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان سرباز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

کرمی دهکردی، م؛ میرک زاده، ع؛ غیاثوند غیائی، ف. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال بختیاری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۱ (۲۳)، ۹۹-۱۱۲.

کیاکجوری، ک؛ رودگرزاد، ف؛ پورعیسی، ف. (۱۳۹۱). ارائه مدل مفهومی موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی، همایش ملی توسعه روستایی، دانشگاه آزاد واحد بندرانزلی.

مافی، ع؛ سقایی، م. (۱۳۸۷). تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلان شهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره دهم، ۴۰-۲۱.

مشهدی، س؛ بورقانی فراهانی، س؛ فرهنگی، ع. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری روستایی، دانشگاه مدیریت دانشگاه تهران، ۱ (۵)، ۶۴-۴۱.

Akturk, O., & Şen demir, Ş. (۲۰۲۱). The role of cooperatives in the development of rural tourism: The example of Kuyucak . *Journal of Tourism Theory and Research*, ۷ (۲), ۵۸ – ۶۹.

Bredvold, R, Skålen, P.(۲۰۱۶), Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry, *Tourism Management*, 56.

Drucker, P. (۲۰۱۴). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge

Howitt, J., & Mason, C. W. (۲۰۱۸). Ecotourism and Sustainable Rural Development in Pérez Zeledón, Costa Rica . *Journal of Rural and Community Development*, 13 (1).

Jaafar, M., Maideen, S. A., & Sukarno, S. M. (۲۰۱۰). Entrepreneurial characteristics of small and medium hotel ownermanagers. *World Applied Sciences Journal*, 10(Special Issue of Tourism and Hospitality), ۵۴-۶۲.

Jennifer, H.M. B. A., Jahangir, N., & Nur-Al-Ahad, M. (۲۰۰۹). A Study on Female Entrepreneurs in Malaysia.

Jomehpour, M. (۲۰۱۷). Identifying Strategic Priorities for the Sustainable Development of Rural Areas Based on Local Community Planning. *Journal of Sustainable.Rural Development*, 1 (2), ۱۶۱-۱۷۰.

Qiao, G., Ding, L., Zhang, L. and Yan, H. (۲۰۲۲), "Accessible tourism: a bibliometric review (۲۰۰۸-۲۰۲۰)", *Tourism Review*, ۷۷(۳), ۷۱۳-۷۳۰.

Kapur, H. (۲۰۱۰). The role of tourism on rural development. *The Yale Law Journal*, 89(5).

- Kim, S., & Jamal, T. (۲۰۱۵). The co-evolution of rural tourism and sustainable rural development in Hongdong, Korea: complexity, conflict and local response. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (8/9), ۱۳۶۳-۱۳۸۵.
- Kim, J., Tang, L. R., & Wang, X. (۲۰۲۰). The uniqueness of entrepreneurship in the sharing accommodation sector: Developing a scale of entrepreneurial capital. *International Journal of Hospitality Management*, 84, ۱۰۲۳۲۱.
- Li, K. (۲۰۲۲). SWOT analysis of e-commerce development of rural tourism farmers' professional cooperatives in the era of big data. *IET Communications*, 16, ۵۹۲-۶۰۳.
- Mottiara, Bolukb , K & KlinecL, C (۲۰۱۸). The roles of social entrepreneurs in rural destination development. *Annals of Tourism Research*, 68, ۷۷-۸۸.
- Opperman, C . (۲۰۰۶) .Cultivating Rural Tourism, *Policy Study Journal*, 5 (11).
- Shane, S., & Venkataraman, S. (۲۰۰۰). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), ۲۱۷-۲۲۶.
- Sternberg, R. J. (۲۰۰۴). Successful intelligence as a basis for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(2), ۱۸۹-۲۰۱.
- Tang ,H. K. & Yeo, K. T.(۱۹۹۵). Technology, entrepreneurship and national development: Lesson from Singapore, *International Journal of Technology Management*, 10(7):۷۹۷-۸۱۰.
- Tetzschner, H., & Herlau, H.(۲۰۰۳). *Innovation and Social Entrepreneurship in Tourism A Potential for Local Business Development* (No. ۴۹). IME Working Paper
- Valeri, M; Baggio, R. (۲۰۲۱). Italian tourism intermediaries: A social network analysis exploration, *Current Issues in Tourism*, 24 (9), ۱۲۷۰-۱۲۸۳.
- Wilke, EP.; Costa, BK; Freire, OBDL; Ferreira, MP. (۲۰۱۹). Interorganizational cooperation in tourist destination: Building performance in the hotel industry, *Tourism Management*, 72, ۳۴۰-۳۵۱. Wilken, (۱۹۹۲). Entrepreneurship, p:۵۷.

اهداف، ویژگی‌ها و ظرفیت‌های بیمه تکافل: بیمه‌ای در قالب تعاونی برای پوشش انواع ریسک

محمد وفایی یگانه^۱

موسی رضایی میرقاعده^۲

چکیده

بیمه تکافل به عنوان یک قرارداد تجاری مبتنی بر نظام اسلامی و با ماهیت تعاونی، انواع ریسک و خطر احتمالی را پوشش می‌دهد. در این نوع بیمه، اعضای یک گروه برای پذیرش و پوشش ضرر و زیان‌های احتمالی آتی بر هر یک از آنها، مشارکت می‌کنند. به بیانی دیگر، در بیمه تکافل، هرگاه برای فرد (حقیقی یا حقوقی) مشکل و یا حادثه‌ای زیان‌باری رخ دهد، همه اعضا بر ضمانت و وثیقه مشترک اتفاق نظر داشته و مجموع منابع مشخصی را برای جبران خسارت به فرد ضرر دیده پرداخت می‌کنند. همه اعضای گروه تلاش می‌کنند تا فرد نیازمند را حمایت کنند. در این وضعیت ریسک ناشی از سرمایه‌گذاری و جوه تنها متوجه شرکت تکافل نبوده و برخلاف بیمه‌های تجاری معمول، همه اعضا به اندازه سهم خود از سود و زیان فعالیت‌ها متأثر خواهند شد و در پایان سال مالی اگر مازادی ناشی از فعالیت‌های تکافلی باقی مانده باشد، در میان همه اعضا تقسیم می‌شود. گروهی، تعاونی و مشارکتی بودن این نوع بیمه، ماهیت بارز و متمایز این محصول نسبت به سایر انواع محصولات بیمه است. علاوه بر این، تطابق شرعی این محصول با دین اسلام و استفاده از ماهیت تعاونی آن، ظرفیت بسیار زیادی برای کسب منافع اقتصادی و اجتماعی (به‌ویژه در بخش تعاون) در عرصه ملی و بین‌المللی برای کشور فراهم می‌کند.

هدف تحقیق: هدف مطالعه حاضر آن است که اهداف و ویژگی‌های بیمه تکافل را تشریح نماید و ظرفیت‌های ملی و بین‌المللی این نوع بیمه را با تأکید بر کشورهای منطقه و کشورهایی که از نظر جغرافیایی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی امکان بهره‌برداری از این نوع محصول بیمه را دارند، شناسایی نماید.

روش تحقیق: تحقیق حاضر از انواع تحقیقات توصیفی تحلیلی از نوع پیمایشی است. در این تحقیق داده‌های آماری مربوط به فروش بیمه‌های تکافل در عرصه ملی و بین‌المللی و همچنین میزان تراکنش مالی مبتنی بر بیمه‌های تکافل در داخل و خارج کشور مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

نتایج تحقیق: تعیین قلمرو موضوعی و ماهیتی بیمه تکافل، اهداف و ویژگی‌های بیمه تکافل در این تحقیق بیان می‌شود. شناسایی محدودیت‌ها، موانع و ظرفیت مالی، منافع و دستاوردهای اقتصادی بیمه تکافل برای بخش تعاون، صنعت بیمه و اقتصاد کشور دیگر نتیجه این تحقیق است. ارائه راهکارهای علمی و عملی توسعه بیمه تکافل در عرصه ملی و بین‌المللی از دیگر نتایج مطالعه حاضر است.

واژگان کلیدی: بیمه، تکافل، تعاونی، صنعت بیمه

^۱ عضو هیات علمی دانشگاه ایلام، دانشکده علوم انسانی، ایمیل: M.v.academic@gmail.com

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت و مدیر عامل بیمه البرز

مقدمه

دنیای اجتماعی و اقتصادی امروزه به شدت متغیر و غیرقابل پیش بینی است. ریسک‌ها ناپایدار و متغیر می‌شوند، شرایط اقتصادی و اجتماعی تقریباً غیرقابل پیش بینی و پیچیده خواهند بود، در چنین شرایطی نمی‌توان بدون برنامه و به صورت اتفاقی و غیرمترقبه به استقبال خطرات احتمالی پیش رو رفت. به بیانی دیگر، زندگی امروزه در هر سطحی (فردی، گروهی، سازمانی، منطقه‌ای، ملی، و جهانی) در معرض انواع مخاطرات مالی و جانی قرار گرفته است. انسان‌ها به صورت فردی یا گروهی، در معرض بسیاری از خطرات هستند که ممکن است موقعیت آنها را تحت تأثیر قرار دهد (الشماری و همکاران^۱، ۲۰۱۶). افراد ممکن است این خطرات و پیامدهای ناشی از آن را به طور کامل بپذیرند و یا با پرداخت حق بیمه مشخصی، خطرات احتمالی خود را به بیمه‌گران و شرکت‌های بیمه منتقل نمایند (بوسلاما و لاریچی^۲، ۲۰۱۷). اما از سوی دیگر، در برخی مذاهب و ادیان، ممکن است روش‌های فعلی و مرسوم انتقال خطرات به بیمه‌ها براساس اصول دینی و شریعت متناقض و محل تردید باشد (صلحی و الشماری، ۲۰۱۵؛ اختر و همکاران^۳، ۲۰۱۷)، به همین دلیل، در دین اسلام برای انتقال و به اشتراک گذاری خطرات، نظام شناخته شده‌ای تحت عنوان تکافل^۴ پیشنهاد می‌شود.

«تکافل» به عنوان یکی از موضوعاتی است که در پوشش ریسک و بیمه، مورد توجه اندیشمندان حوزه مالیه تعاونی و اسلامی و نیز فعالان بازارهای مالی بخصوص بازار محصولات بیمه‌ای صنعت تکافل از یک سو به در کشورهای مختلف جهان است. جهت تطابق با روحیه مشارکتی، گروهی و تعاونی و از سوی دیگر به عنوان جزیی از نظام مالی رو به رشد اسلامی، با سرعت بالایی در حال رشد و گسترش است؛ تاجایی که علاوه بر کشورهای اسلامی، در کشورهای دیگری از جمله کشورهای اروپایی و آمریکایی نیز شاهد تاسیس شرکت‌های متعدد عرضه کننده محصولات تکافل هستند.

تکافل بر اساس اهدا^۵ و همکاری و مشارکت جمعی عمل می‌کند و از عناصر ممنوعه معاملات اسلامی همچون غر^۶، قمار^۷ و ربا جلوگیری می‌کند (الشماری و همکاران، ۲۰۱۹). بیمه تکافل در ماهیت تعاونی^۸ و همکاری است که در آن بیمه‌گر از شرکت کنندگان یا مشارکت کنندگان در مقابل وقوع حوادث پیش بینی نشده محافظت می‌کند (کارباری و همکاران^۹، ۲۰۱۸). بیمه تکافل یک بخش نسبتاً جدید اما در حال رشد بخش صنعت مالی اسلامی است. با توجه به انگیزه‌ها، مهم ترین ویژگی که بیمه تکافل را از سایر بیمه‌های متداول متمایز می‌کند، مربوط به ماهیت قرارداد است که رابطه بین بیمه‌گذاران و شرکت بیمه را تعیین می‌کند. بیمه مرسوم

^۱ Alshammari et al.

^۲ Bouslama and Lahrichi.

^۳ Akhter e Karbhari et al t al.

^۴ Takaful

^۵ Tabarru

^۶ Gharar

^۷ Maysir

^۸ Cooperative

^۹ Karbhari et al

در درجه اول یک قرارداد انتقال خطر (ریسک) است؛ زیرا خطراتی را که متوجه بیمه‌گذاران است را در قبال دریافت مبلغ معینی به‌عنوان حق بیمه، به یک شرکت بیمه منتقل می‌کند. شرکت بیمه دارای حق بیمه و هرگونه مازاد یا کسری حاصل از عملیات بیمه است که از طریق حق بیمه به دست آورده است. بیمه‌گذاران فقط حق دارند در شرایط مشخص شده در بیمه‌نامه ادعای خسارت کنند. اما در بیمه تکافل، مشتریان بیمه توافق می‌کنند تا با تجمیع حق بیمه‌های پرداختی، بیمه‌گذاران بتوانند در سود یا زیانی که از سرمایه‌گذاری و جوه تکافل در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود، منتفع شوند. در این وضعیت، ریسک ناشی از سرمایه‌گذاری و جوه تنها متوجه شرکت بیمه (تکافل) نبوده و خلاف بیمه‌های مرسوم، همه اعضا به اندازه سهم خود از سود یا زیان فعالیت‌ها بهره‌مند خواهند شد؛ به عبارتی اگر در پایان سال مالی، مازاد یا کسری ناشی از فعالیت‌های تکافلی باقی مانده باشد در میان اعضا تقسیم می‌شود (خان^۱، ۲۰۱۵). بیمه تکافل در اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی در مالزی و جنوب شرقی آسیا آغاز شده و پس از رشد قابل توجه در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس، تکافل رشد بی‌نظیری به‌خصوص در دهه گذشته داشته است (کارباری و همکاران، ۲۰۱۸). این رشد بیشتر حاصل افزایش جمعیت، آگاهی بیشتر از نیاز به بیمه و محیط قانونی حمایتی بوده است (پرادهان و همکاران^۲، ۲۰۱۶). بر همین اساس تکافل جهانی به‌نحو خارق‌العاده‌ای افزایش داشته است. در طول سال‌های اخیر، در موقعیت منطقه‌ای، منطقه آسه‌آن^۳ به‌عنوان بزرگترین بازار برای بیمه تکافل شناخته شده است. به‌طور کلی پیش‌بینی می‌شود که سهم بیمه تکافل جهانی بر اساس انتظارات تا سال ۲۰۲۵ به نزدیک ۲۵ تا ۳۰ میلیارد دلار افزایش یابد (صلحی و الشماری، ۲۰۱۵).

با وجود رشد بیمه تکافل در جهان، در ایران این نوع بیمه زیاد مورد توجه نبوده و بسیاری از مردم از مفهوم آن آگاهی ندارند. از طرفی این نوع بیمه که منطبق با اصول مسلم قرآن و شریعت و تعاون و همکاری جمعی است، به دلیل مختلف و متعددی چندان مورد استقبال و بهره‌برداری قرار نگرفته است و ظرفیت زیادی در این حوزه برای کشور و شرکت‌های بیمه وجود دارد. براین اساس و با وجود اهمیت موضوع بیمه تکافل از نظر ماهیت قرارداد که برای ذی‌نفعان آن دارد و همچنین بر اساس گردش مالی آن برای شرکت‌های بیمه و کشور، این نوع رشته بیمه به‌طور کافی و وافی مورد بررسی علمی و اقتصادی قرار نگرفته است. مقاله حاضر درصدد است که بر اساس مطالعات این حوزه، قلمرو موضوعی و ماهیتی بیمه تکافل را مشخص نماید، اهداف و ویژگی‌های بیمه تکافل را شناسایی نماید. همچنین محدودیت‌ها، موانع و ظرفیت مالی، منافع و دستاوردهای اقتصادی بیمه تکافل برای بخش تعاون، صنعت بیمه و اقتصاد کشور را نیز بیان نماید. در نهایت برای توسعه بیمه تکافل در عرصه ملی و بین‌المللی راه‌کارهای علمی و عملی را ارائه نماید.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

تکافل از لغت عربی کفالت به معنای ضمانت کردن گرفته شده است. در عمل، تکافل به عنوان روشی مبتنی بر ضمانت مشترک اعضا یک گروه در برابر ضرر و زیان‌های احتمالی وارد بر هر یک از آنها مطرح می‌شود خدمات بیمه‌ای که در چارچوب موازین شرعی و فقهی باشد، تکافل خوانده می‌شود (جعفری، ۲۰۰۷).

^۱ Khan

^۲ Pradhan et al

^۳ ASEAN

در واقع واژه تکافل مبتنی بر اصل قرآنی تعاون و به معنی «کمک متقابل و میان گروهی» است و هر عضوی در حمایت از نیازمندان داخل گروه سهم دارد. این نوع بیمه شبیه به «بیمه تعاونی» است، این عملیات بیمه‌ای درست مانند بیمه‌های مشترک است که در سال‌های اولیه پیدایش بیمه نیز استفاده می‌شد. حتی امروزه در بین گروهی از افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد (بالله، ۲۰۰۳).

بیمه تکافل، قرارداد خرید و فروش نیست که در آن یک طرف امنیت و حمایت را در مقابل وجه معینی به دیگری بفروشد. بلکه توافقی است که بین گروهی از اعضا انجام می‌گیرد که از یکدیگر در مقابل خسارات و زیان‌های احتمالی حمایت کنند. ماهیت و نوع این ضرر و زیان احتمالی در قرارداد مشخص می‌شود. تحت این توافق، هر یک از اعضا که متحمل چنین زیان‌هایی شود، بقیه اعضا با استفاده از وجوه مشترکی که به همین منظور جمع‌آوری کرده‌اند، به او کمک مالی می‌کنند. در تکافل هر یک از طرفین هبه‌ای (نسبت معینی از کل مبلغی که به شراکت گذاشته‌اند) را عرضه می‌کنند و از محل وجوهی که این افراد جمع کرده‌اند، به فرد خسارت‌دیده کمک مالی می‌شود، پرداخت می‌شود. هیچ سودی در این نوع بیمه وجود ندارد (جمشیدی و طغیانی دولت‌آبادی، ۱۳۹۸). برخی از مهم‌ترین تفاوت‌های بین بیمه متعارف و بیمه تکافل عبارتند از:

۱- بیمه‌های بازرگانی رایج و تکافل از نظر ماهیت کسب و کار، ماهیت قرارداد، منابع قوانین و مقررات و مبتنی بودن بر اصل تعاون با یکدیگر تفاوت دارند از لحاظ ماهیت کسب و کار، بیمه رایج مبتنی بر انگیزه کسب سود است ولی بیمه تکافل مبتنی بر انگیزه حمایت و تأمین رفاه اجتماعی بیمه‌گزار و خانواده اوست.

۲- از نظر ماهیت قرارداد، بیمه رایج مانند قرارداد بیع است که بیمه‌گر در قبال پوشش ریسک بیمه‌گزار، از او پول دریافت می‌کند ولی بیمه تکافل قراردادی است بین تمام تکافل‌شوندگان برای تقسیم مخاطرات خود و مشارکت در حمایت.

۳- از نظر منابع قوانین و مقررات، بیمه رایج در نتیجه تجارب کسب و کار، تفکرات بشری، مبانی قضایی، پایگاه‌ها و فرهنگ آن کشور است ولی بیمه تکافل مبتنی بر وحی الهی (قرآن و سنت) و نظرات و فتاوی‌ای شرعی علما و کمیته‌های فقهی موجود در این شرکت‌هاست.

۴- از لحاظ مبتنی بودن بر اصل تعاون، بیمه رایج منافع بیمه‌گزار و بیمه‌گر با هم یکی نیست و تعاون واقعی وجود ندارد ولی بیمه تکافل اعضا، هم بیمه‌گزارند و هم بیمه‌گر؛ در کلیه خسارت‌ها شریک می‌شوند و در انتقال مخاطره نیز مشارکت دارند. به بیانی دیگر، در ماهیت کسب و کار بیمه‌های رایج مبتنی بر انگیزه کسب سود هستند و به سهامداران و مالکان این شرکت‌ها کمک می‌کند تا بازده خود را به حداکثر برسانند، اما تکافل مبتنی بر انگیزه حمایت و تأمین رفاه اجتماعی تکافل‌شونده و خانواده اوست.

۵- از نظر شفافیت و افشا، در شرکت‌های بیمه رایج، افشا و شفافیت وجود ندارد ولی در بیمه تکافل شرکت تکافل، اطلاعات را به صورت شفاف در اختیار تکافل‌شوندگان قرار می‌دهد و فعالیت‌ها و عملیاتش شفافتر از شرکت‌های بیمه رایج است.

۶- از لحاظ سرمایه‌گذاری وجوه، در بیمه رایج گاهی اوقات بعضی شرکت‌ها وجوه را در امور و برنامه‌های غیرشرعی

به کار می‌گیرند و از ابزارهایی با بهره ثابت استفاده می‌کنند (خارج جمهوری اسلامی ایران) ولی در بیمه تکافل وجوه در ابزارهای شرعی که با مبانی مضاربه و وکالت و اجاره و ... کار می‌کنند، سرمایه‌گذاری می‌شود (عبیدالله^۱، ۲۰۰۵، ۱۲۴-۱۲۶؛ بیلا^۲، ۲۰۰۳، ۱۸-۲۱).

جدول ۱: تفاوت‌های اساسی بین بیمه مرسوم و بیمه تکافل

شرح	بیمه مرسوم	بیمه تکافل
سرمایه‌گذاری	بر سود استوار است و با احکام شرعی تطابق ندارد	بنیاد آن بر سود استوار نیست و منطبق بر احکام شرعی است
نظارت شرعی	ندارد	نظارت بر روند کاری تکافل
مفاد	بر اساس رضایت شرکت تقسیم می‌شود	به همه مشترکین تقسیم می‌شود
ضمانت، گارانتی	از سوی شرکت داده می‌شود.	به همه مشترکین تقسیم می‌شود.
خسارت غرامت	از سرمایه شرکت پرداخته می‌شود	از سرمایه تکافل پرداخته می‌شود
مصارف اداری	از حق بیمه پرداخته می‌شود	از سرمایه سهام‌داران پرداخته می‌شود
کارمزد بنگاه	از حق بیمه پرداخته می‌شود	از سرمایه سهام‌داران پرداخته می‌شود
حکم	با اوامر و مقررات شریعت اسلامی مطابقت ندارد	کاملاً در تطابق با اوامر و مقررات شریعت
نوعیت قرارداد	خرید و فروش	تبرو و مضاربه
مسئولیت شرکت	ضمانت‌کننده صادر شده	اداره‌کننده سرمایه

پیشنهاد تشکیل شرکت‌های تکافل و نوع ساز و کار آنها اعم از عمومی و خانواده که با عقدهای اسلامی افراد جامعه را تحت پوشش قرار می‌دهد از طرف متخصصان و فقهای اسلامی بوده و تمام ساز و کارهای این شرکت‌ها به وسیله کمیته فقهی‌ای که در این شرکت‌ها در حال فعالیت هستند، بررسی و مورد تأیید قرار می‌گیرند. این کمیته بر تمامی فعالیت‌های شرکت نظارت داشته و آنها را با فقه اهل سنت تطبیق داده و در صورت تأیید شرعی اجازه عملیاتی شدن آنها را می‌دهند؛ بنابراین از نظر فقه اهل سنت ساز و کارهای این شرکت‌ها مطابق با شرع است (عسگری و اسماعیلی گیوی، ۱۳۸۸، صص ۸۲-۸۳).

بایستی توجه داشت که به دلیل آنکه تکافل در قالب یک شرکت شکل می‌گیرد که بیمه‌گذاران سهامداران آن شرکت به حساب می‌آیند، هر فرد به میزان استطاعت مالی خود، حق بیمه می‌پردازد و به همان میزان هم مالک شرکت تکافلی می‌شود. در این نوع بیمه، بیمه‌گذاران پولی که از جیب آنها پرداخت می‌شود تا خسارت یک فرد فقیر جبران شود را به عنوان نوعی بخشش (هبه) قلمداد می‌کنند لذا فرد فقیر با وجود پرداخت حق بیمه اندک، ممکن است خسارتش به میزان بسیاری جبران شود این دو مسئله به معنای فقرزدایی و مستمندان جامعه است که مورد تأکید اسلام است (توحیدی نیا، ۱۳۸۷).

تحقیقات متعددی در خصوص کمیت و کیفیت و عوامل مؤثر بر به‌کارگیری تکافل انجام گرفته است. ارنست و یانگ^۳ (۲۰۱۴) در پژوهش خود اظهار داشته‌اند که تکافل در کشورهای عربستان سعودی امارات و مالزی رشد مثبت و آهسته داشته است و در مقایسه با بخش بانکداری توسعه یافته اسلامی، تکافل با اختصاص نقدینگی کمتر و عملکرد متنوع‌تر، توسعه کمتری داشته است. صنعت

^۱ Obeidollah

^۲ Billah

^۳ Arnst & young

بیمه تکافل نیاز به استانداردهای الگوهای تجاری و مقررات به ویژه برای کشورهای توسعه یافته مسلمان چند فرهنگی یا حتی جمعیت غیر مسلمانان دارد.

آکوب^۱ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان بیمه اتکایی و تکافل اتکایی ابتدا به معرفی قراردادهای مورد استفاده در بیمه اتکایی پرداخته و سپس مدل‌های مورد استفاده در تکافل اتکایی را مطرح می‌کند. اختر^۲ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان فرصت‌های بالقوه تکافل در پاکستان؛ الگوی تحول آفرین و عملیاتی، به بررسی وضعیت بازار تکافل در دنیا و مقایسه آن با بیمه مرسوم به پیش‌بینی موفقیت این صنعت در پاکستان و در بخشی از پایان نامه خود به مقایسه تکافل و بیمه رایج پرداخته است، توضیحاتی در مورد الگوهای رایج استفاده شده شرکت‌های تکافل نیز ارائه داده است.

کمیل و مت‌نور^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر در پذیرش بیمه تکافل بیشتر از بیمه‌های متعارف در مالزی، بیان نموده‌اند که دین، آگاهی، ترویج تکافل و مزایای تکافل از جمله عوامل مؤثر بر پذیرش تکافل است. شبیق و حسن^۴ (۲۰۱۶) در پژوهشی عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه تکافل در مالدیو را مورد بررسی قرار داده و در طی آن آگاهی، مزیت نسبی، سازگاری، تأثیرات اجتماعی و نگرش‌ها را به عنوان عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه تکافل مطرح نموده‌اند. اختر و خان^۵ (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان عوامل تعیین‌کننده تقاضای بیمه تکافل و متعارف، ثابت نموده‌اند که درآمد، تورم، توسعه مالی و شهرنشینی بر تقاضای بیمه تکافل تأثیر دارد. بررسی مطالعات نشان می‌دهد که اکثر آنها در مورد پذیرش بانکداری اسلامی و بیمه اسلامی به‌طور جمعی بر عوامل مرتبط با دسترسی، باورهای مذهبی، عملکرد خوب، مسئولیت اجتماعی، اعتماد، شهرت و تصویر، سطح رعایت شریعت، سیاست‌های قیمت‌گذاری و آگاهی در تصمیم‌گیری برای پذیرش این نوع بیمه توافق دارند (جمشیدی و حسین^۶، ۲۰۱۲؛ جعفر و موسی^۷، ۲۰۱۳؛ جمشیدی و همکاران^۸، ۲۰۱۴؛ عبید و کعبچی^۹، ۲۰۱۶).

ارزیابی بهره‌وری بیمه تکافل در مقابل بیمه متعارف در تحقیقات مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. سعد و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۶) با روش تحلیل پوششی داده‌ها میزان کارایی صنعت بیمه تکافل را در مقابل بیمه متعارف ارزیابی نموده‌اند و تفاوت معنادار کارایی این دو نوع بیمه را اثبات نموده‌اند و میزان کارایی بیمه تکافل را بهتر و بیشتر اعلام نموده‌اند. عبدالرحمان^{۱۱} (۲۰۰۹) در تحقیق خود بیمه تکافل را از منظر رشد این صنعت مورد بررسی قرار داده است. اسماعیل و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۱) کارایی فنی صنعت بیمه تکافل در مقابل صنعت بیمه متعارف را مورد بررسی قرار داده و نتیجه گرفته‌اند که بیمه متعارف از بیمه تکافل دارای کارایی بیشتری

^۱ Akub

^۲ Akhtar

^۳ Kamil & Mat Nor

^۴ Shabiq & Hassan

^۵ Akhter & Khan

^۶ Jamshidi & Hussin

^۷ Jaffar & Musa

^۸ Jamshidi et al

^۹ Obeid & Kaabachi

^{۱۰} Saad et al

^{۱۱} Rahman

است. عبدو و همکاران^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی عملکرد صنعت بیمه مالزی را بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ بررسی کرده و در طی آن صنعت بیمه تکافل را در مقابل صنعت بیمه متعارف مورد بررسی قرار داده است. عبدو و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیق دیگری یک مطالعه تطبیقی برای بررسی بیمه تکافل در مقابل بیمه متعارف انجام داده و نتیجه گرفته‌اند که بیمه متعارف در همه شاخص‌ها بهتر از بیمه تکافل بوده است.

اختر و سعد الله خان (۲۰۱۷) در مقاله پژوهشی با عنوان عوامل تعیین‌کننده تقاضای بیمه مرسوم و بیمه تکافل تجزیه و تحلیل منطقه‌ای بر تحلیل و جداسازی عوامل تعیین‌کننده تقاضای بیمه مرسوم و تکافل در مناطق آسه‌آن و آسیای شرقی و میانه متمرکز شده‌اند. برای ارزیابی تأثیر عوامل اقتصاد کلان و جمعیت شناختی بر بیمه‌های مرسوم و تقاضای تکافل نمونه‌ای از ۱۴ کشور آسیایی دارای بیمه‌های مرسوم و تکافل، مدل‌های رگرسیون اثر تصادفی ثابت و تصادفی، اقتصادسنجی پنل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج به دست آمده در این تحقیق نشان می‌دهد که درآمد و بخش مالی تأثیر قابل توجهی بر تقاضای بیمه در تمام مناطق داشته است. علاوه بر این، تورم و شهرنشینی تأثیر مثبتی بر تقاضای بیمه‌های مرسوم و تکافل در تمام مناطق داشته است. همچنین توسعه بخش مالی به طور مثبت باعث ایجاد تقاضای بیمه تکافل در منطقه آسه‌آن می‌شود. برحسب نتایج این پژوهش، افزایش درآمد سرانه، شهرنشینی شناخت و آموزش و پرورش، نقش کلیدی در ایجاد آگاهی برای افزایش تقاضای بیمه در کشورهای پرجمعیت و بزرگ آسه‌آن (خاورمیانه) و نیز جنوب آسیا داشته است و از این روی فرصت‌های توسعه را برای بیمه مرسوم و تکافل در این کشورها فراهم کرده است. حمیدرضا اسماعیلی گیوی (۱۳۸۹) در پایان‌نامه‌ای به عنوان مقایسه کارایی بیمه اسلامی (تکافل) و بیمه متعارف با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی، مشخص نمود که ۱- کارایی بیمه مرسوم از بیمه اسلامی (تکافل) بیشتر است. ۲- کارایی بیمه اسلامی (تکافل) عمر بیشتر از بیمه عمر مرسوم است. سلیمانی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان طراحی صندوق سرمایه‌گذاری مشترک بیمه‌ای به منظور افزایش ظرفیت بیمه اتکایی ظرفیت محدود بیمه‌های اتکایی را مطرح می‌کنند و بیان می‌دارند که یکی از ابزارهای کارآمد برای رفع این مشکل ارتباط مستقیم صنعت بیمه با بازار سرمایه است که از طریق انتشار اوراق بهادار سازگاری ریسک با توجه به بررسی‌های انجام شده صندوق سرمایه‌گذاری بیمه‌ای به منظور افزایش ظرفیت بیمه اتکایی پیشنهاد شده است. عسگری و عظیم زاده آرانی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تحلیل مقایسه‌ای بیمه اتکایی و تکافل اتکایی و ارائه راه کارهایی جهت اجرایی کردن تکافل اتکایی در جمهوری اسلامی ایران، به بررسی و مقایسه عملکرد بیمه اتکایی ایران در دو بخش داخلی و خارجی پرداخته‌اند و مطابق نتایج دست آمده در این پژوهش مفاهیمی چون تعاون مشارکت دو طرفه تبرع و تقسیم سود در بین مشارکت‌کنندگان که در روش تکافل اتکایی به کار رفته‌اند مفاهیمی هستند که در فرهنگ اسلامی و ایرانی جایگاه والایی دارند. یکی از مهم‌ترین مزایای تکافل اتکایی نسبت به بیمه اتکایی، هماهنگی بسیار زیاد آن با سایر حوزه‌های مالی اسلامی یعنی بانکداری اسلامی، بازار سرمایه اسلامی و بازار پول اسلامی است؛ لذا به کارگیری آن در کشور باعث انسجام بیشتر سیستم تأمین مالی اسلامی است.

^۱ Abdou et al

علی‌رغم توفیقاتی که تاکنون در حوزه بیمه تکافل حاصل گردیده، برای تحقق وضعیت مطلوب بر اساس اهداف متصور در برنامه‌های مختلف توسعه‌ای کشور، فعالیت‌ها و اقدامات زیادی بایستی صورت بگیرد. توسعه شناخت و آگاهی علمی ذی‌نفعان بیمه تکافل در کشور و تحلیل علمی مسیر پیشرو یکی از الزامات اساسی همه دست‌اندرکاران این زمینه است. در همین راستا مطالعه حاضر در پی آن است که مشخص قلمرو موضوعی و مفهومی بیمه تکافل را مشخص نماید. مهم‌ترین مشکلات پیش‌رو را شناسایی کند و راه‌کارهای علمی و عملی توسعه تکافل در کشور و منطقه را پیشنهاد نماید.

روش تحقیق و مدل

روش تحقیق

این پژوهش بر اساس هدف تحقیق از انواع تحقیقات کاربردی و به لحاظ رویکردی از انواع پژوهش‌های کیفی و به روش تحلیل‌مضمون^۱ است. روش تحقیق تحلیل‌مضمون یکی از تحقیقات کیفی است که انواع مضامین و مصاحبه‌ها را به‌طور منظم و سامان‌مند تجزیه و تحلیل می‌نماید. به بیان دیگر از نظر فلسفه پژوهش، از تحقیقات تفسیری، به لحاظ استراتژی پژوهش، روش تحلیل‌مضمون، و از منظر هدف از پژوهش اکتشافی است که با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی تا رسیدن به حد اشباع نظری انجام گرفته است. از روش تحلیل‌مضمون به‌منظور شناسایی، تعیین، طبقه‌بندی، تحلیل، تفسیر و بیان الگوهای (مضامین یا مفاهیم) موجود در درون داده‌ها استفاده می‌شود. با کمک این روش می‌توان داده‌ها را طبقه‌بندی، سازماندهی و با جزئیات کامل و رعایت امانتداری متن و داده، تحلیل و توصیف نمود (ابویی آرداکان، لبافی، آذرپور و جلال‌پور،^۲ ۲۰۱۴).

جامعه و نمونه تحقیق

جامعه آماری تحقیق حاضر خبرگان و متخصصان حوزه اقتصاد، تعاون، فناوری اطلاعات هستند که با روش در دسترس و گلوله‌برفی، تعداد ۱۲ نفر متخصص برای نمونه تحقیق، برگزیده شده‌اند. همچنین این تحقیق از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش حاضر، بهره گرفته است.

ویژگی‌های ابزار اندازه‌گیری

به‌منظور ارزیابی و اطمینان از میزان پایایی و روایی در پژوهش‌های کیفی از روش‌های مربوط به رویکرد کیفی استفاده شد. پایایی تحقیق، به سازگاری یافته‌های پژوهش مرتبط می‌شود. در این پژوهش، برای بررسی پایایی پژوهش، از پایایی بازآزمون استفاده شد و برای اطمینان از قابلیت اعتماد یافته‌های پژوهش، پروتکل مصاحبه شامل شیوه شروع مصاحبه، ورود به بحث و سیر پرسش‌ها در طول مصاحبه‌ها، راهنمای پژوهشگر در مصاحبه بود تا پراکندگی و نوسان در ابزار تحقیق وجود نداشته باشد. از سوی دیگر با مشخص نمودن محورهای اصلی مصاحبه و آزاد بودن پژوهشگر برای طرح پرسش‌های خود در هر محور، روایی پرسش نیز حفظ شده است (نریمانی، واعظی، الوانی و قربانی زاده^۳، ۲۰۱۷) علاوه بر این، در روند انجام مصاحبه‌ها، مضامین و مفاهیم دریافت شده

^۱ Theme analysis

^۲ Abui Ardakan, Labafi, Azarpour & Jalalpour

^۳ Narimani, Vaezi, Alvani & Ghorbanizadeh, ۲۰۱۷

را به خبرگان و مصاحبه‌شوندگان ارائه می‌گردید تا از وجود و صحت آن مضمون، اطمینان حاصل شود و یا نظرات اصلاحی در خصوص مضمون اعمال می‌گردید، لذا همین رویه نیز اعتبار تحقیق را افزایش می‌دهد.

در پژوهش‌های کیفی برای ارزیابی و ارتقاء ویژگی‌های فنی ابزار تحقیق (روایی و پایایی) براساس مفهوم امانت‌داری (گوبا و لینکلن^۱، ۱۹۸۹) معمولاً از چهار معیار قابلیت اعتبار^۲، قابلیت اطمینان^۳، تائیدپذیری^۴ و انتقال‌پذیری^۵ استفاده می‌شود (دانایی‌فرد، الوانی و آزا^۶). در تحقیق حاضر، ضمن رعایت همه معیارها بر دو روش زیر بیشتر تأکید شد:

۱- قابلیت اعتبار (باورپذیری): برای افزایش میزان اعتبار تحقیق، فرآیند انجام مصاحبه تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه پیدا کرد. علاوه بر آن برای توسعه اعتبار مصاحبه‌های از معیار بررسی با کمک اعضای پژوهش^۷ استفاده گردید. در این روش پس از کدگذاری به وسیله محقق، مصاحبه‌ها با کمک یکی دیگر از متخصصان در حوزه موضوعات تحقیق، کدگذاری مجدد می‌شود و متخصص جدید نتایج تحلیل و کدگذاری خود را با کدگذاری محقق، مقایسه می‌نماید. نتایج مقایسه این روش در حد بالایی همپوشانی و تطابق داشت.

۲- پایایی: برای ارزیابی پایایی (قابلیت اطمینان یا سازگاری^۸) از روش بازآزمون^۹ (توافق دو کدگذار) و فرمول زیر استفاده شد. مصاحبه‌ها در دوره زمانی مشخص، دو بار کدگذاری شدند و نتایج هر دو قسمت باهم مقایسه شدند. به‌زعم نظر کوال^{۱۰} اگر نتایج باهم مشابه باشند، نشان‌دهنده میزان «توافق» یا قابلیت اطمینان مصاحبه‌هاست و اگر میزان اشتراکات و تشابه نتایج اندک و ناچیز باشد، حاکی از «عدم توافق» مصاحبه‌هاست، طوری که اگر میزان ضریب توافق مصاحبه‌ها برابر یا بالاتر از ۰/۶۰ باشد، میزان پایایی، قابلیت اطمینان یا سازگاری ابزار تحقیق، در حد مطلوب است [۱۷].

$$\text{درصد توافق} = \frac{۲ \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times ۱۰۰$$

در این راستا، ۴ مصاحبه از بین مصاحبه‌های انجام‌شده، بعد از ۱۹ روز به صورت تصادفی انتخاب شد و توسط یکی از خبرگان این حوزه، مجدداً کدگذاری شدند.

^۱ Guba & Lincoln

^۲ Trustworthiness

^۳ Conformability

^۴ Dependability

^۵ Transferability

^۶ Danaeifard, Alvani & Aza

^۷ Member check

^۸ Dependability or Consistency

^۹ Re – Test Reliability

^{۱۰} Kvale, S. (۱۹۹۶)

جدول ۲: میزان پایایی و توافق بین دو کدگذار

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافق	پایایی باز آزمون
۱	مصاحبه دوم	۲۷	۱۲	۰/۸۹
۲	مصاحبه پنجم	۲۱	۹	۰/۸۶
۳	مصاحبه نهم	۱۶	۷	۰/۸۷
۴	مصاحبه یازدهم	۱۷	۹	۰/۱۰۰
جمع	مجموع چهار مصاحبه	۸۱	۳۷	۰/۹۱

$$\text{درصد توافق} = \frac{۳۷ \times ۲}{۸۱} \times ۱۰۰ = ۰/۹۱$$

برای چهار مصاحبه در دوره زمانی ۱۹ روزه، تعداد ۸۱ کد شناسایی شد و از این تعداد، ۳۷ کد توافق شده وجود داشت. با جایابی اعداد در فرمول فوق‌الذکر، توافق و قابلیت اطمینان مصاحبه‌ها به میزان ۰/۹۱ به دست می‌آید که حاکی از اطمینان بسیار بالای مصاحبه‌هاست و عدد به دست آمده بسیار بیشتر از ۰/۶۰ است، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها، در حد بسیار مطلوبی تأیید شده‌است.

یافته‌های پژوهش

الف: آمار توصیفی

جدول ۳: جنسیت افراد نمونه			جدول ۴: نوع شغل افراد نمونه			جدول ۵: تحصیلات افراد نمونه		
جنسیت	تعداد	درصد	شغل	تعداد	درصد	تحصیلات	تعداد	درصد
زن	۲	۱۶	هیات علمی	۵	۴۲	کارشناسی ارشد	۳	۲۵
مرد	۱۰	۸۴	اجرایی	۷	۵۸	دکتری	۹	۷۵
جمع	۱۲	۱۰۰	جمع	۱۲	۱۰۰	جمع	۱۲	۱۰۰

بر اساس جداول شماره ۲، ۳، ۴ و ۵ مشخص شده‌است که حدود ۱۶ درصد افراد نمونه زن و حدود ۸۴ درصد مرد بوده‌اند، حدود ۴۲ درصد عضو هیات علمی و نزدیک ۵۸ درصد سابقه اجرایی داشته‌اند. ۲۵ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و ۷۵ درصد نیز مدرک دکتری داشته‌اند.

ب: آمار استنباطی

در راستای پاسخ به این سؤال پژوهشی مبنی بر اینکه «عوامل موثر بر توسعه بیمه تکافل» کدامند؟ علاوه بر بررسی مطالعات علمی و ادبیات و مبانی نظری پژوهش، با کمک تکنیک تحلیل مضمون، داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های صورت گرفته، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بعد از حذف کدهای مشترک و غیر مرتبط، تعداد ۷۱ مفهوم استخراج شدند که در قالب مضامین پایه، کدگذاری شدند. پس از تحلیل مفاهیم پایه، بر اساس مبانی نظری، ماهیت کدها و اشتراکات معنایی و ماهیتی مفاهیم شناسایی شده، ۱۱ مضمون تحت عنوان مضامین سازمان‌دهنده و چهار مفهوم (عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، فرهنگی و محیطی، عوامل تنظیم‌گری و مدیریتی و عوامل فناوری ارتباطات و اطلاعات) با عنوان مفاهیم فراگیر شناسایی شدند.

جدول ۶: مضامین پایه (شاخص‌ها)، سازمان‌دهنده (مؤلفه‌ها) و فراگیر (ابعاد) توسعه بیمه تکافل

ابعاد	مؤلفه‌ها	نشانه‌گرها
عوامل اقتصادی	۱- توان مالی	۱- نرخ سرانه درآمد ۲- میزان حقوق دستمزد ۳- نرخ بهره ۴- تورم ۵- نرخ اشتغال ۶- تسهیلات و اعتبارات دولتی و بانکی
	۲- قیمت	۱- حداقل قیمت مشارکت برای بیمه تکافل ۲- قیمت تمام شده محصولات و خدمات بیمه تکافل برای شرکت بیمه ۳- قیمت تمام شده محصولات و خدمات بیمه تکافل برای مشارکت‌کنندگان و مشتریان بیمه تکافل ۴- نحوه دریافت حق بیمه و حق مشارکت برای بیمه تکافل ۵- میزان دستاورد مالی برای شرکت‌های بیمه از طریق بیمه تکافل ۶- میزان دستاورد مالی برای مشتریان و مشارکت‌کنندگان از طریق بیمه تکافل
عوامل اجتماعی، فرهنگی و محیطی	۱- شناخت و آگاهی مشتریان و مشارکت‌کنندگان	۱- میزان آگاهی جامعه از محاسن و ویژگی‌های بیمه تکافل ۲- میزان آگاهی مدیران و دست‌اندرکاران اصناف، اتحادیه‌ها، اتاق‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌های اقتصادی و صنعتی و خدماتی از محاسن و ویژگی‌های بیمه تکافل ۳- ارزش ادراک شده مشتریان از انواع محصولات بیمه تکافل ۴- تلاش و فعالیت شرکت‌های بیمه برای افزایش آگاهی جامعه از محاسن و ویژگی‌های بیمه تکافل ۵- میزان ورود رسانه‌های جمعی، مجازی، اینترنتی و چاپی به عرصه بیمه تکافل
	۲- مخاطرات و خطرات	۱- میزان مخاطرات اقتصادی در سطح سازمانی و گروهی و حوزه کاری مشتریان ۲- میزان مخاطرات اقتصادی در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی ۳- میزان مخاطرات اجتماعی در سطح سازمان و محیط ۴- میزان مخاطرات طبیعی محیطی
	۳- تحصیلات	۱- میزان تحصیلات مدیران و فعالان بیمه ۲- میزان تحصیلات مشتریان و مشارکت‌کنندگان بالفعل و بالقوه بیمه تکافل ۳- وجود آموزش‌های مربوط به بیمه تکافل در دوره‌های آموزش رسمی و غیررسمی ۴- ارائه دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و بلند مدت از سوی مراکز آموزشی و پژوهشی صنعت بیمه درخصوص بیمه تکافل برای فعالان بیمه و بخش تعاون و کل افراد جامعه ۵- میزان منابع علمی و محتوای آموزشی درخصوص بیمه تکافل
	۴- دینداری	۱- میزان پایبندی و اعتقاد مدیران و فعالان بیمه به دین و شریعت ۲- میزان پایبندی و اعتقاد افراد جامعه به دین و شریعت ۳- میزان پایبندی و اعتقاد فعالان بخش تعاون به بیمه تکافل ۴- میزان ورود فعالان دینی و مذهبی رسمی و غیر رسمی به موضوع بیمه تکافل ۵- میزان ارتباط و تعامل شرکت‌های بیمه با فعالان دینی و مذهبی
	۵- سلامتی و پزشکی	۱- وضعیت سلامتی و بهداشت افراد جامعه ۲- میزان امید به زندگی ۳- میزان ورود فعالان بهداشت و سلامت به بیمه تکافل ۴- میزان توان بیمه تکافل برای رفع نیازهای بهداشتی و درمانی مشارکت‌کنندگان ۵- ارتباط و تعامل بخش تعاون، صنعت بیمه و بخش بهداشت و درمان

ابعاد	مؤلفه‌ها	نشانگرها
عوامل تنظیم‌گری و مدیریتی	۱- قوانین و مقررات	۱- قوانین و مقررات شفاف و اثربخش برای توسعه و نظارت بر بیمه تکافل ۲- آیین‌نامه‌های اجرایی کارآمد و اثربخش شرکت‌های بیمه درخصوص بیمه تکافل ۳- نظارت هوشمند و اثربخش بر فعالیت فعالان بیمه تکافل از سوی ناظران بخش تعاون و صنعت بیمه ۴- اهمیت و ضرورت توسعه بیمه تکافل از منظر ناظران و مدیران مرتبط با بیمه تکافل ۵- مشوق‌های متنوع و مختلف ناظران بخش تعاون و بیمه برای فعالان بخش بیمه تکافل
	۲- عوامل مدیریتی	۱- میزان اهتمام شرکت‌های بیمه برای توسعه بیمه تکافل در سطح ملی و بین‌المللی ۲- میزان اهتمام دست‌اندرکاران بخش تعاون برای توسعه بیمه تکافل در سطح ملی و بین‌المللی ۳- تعامل و ارتباط مالی، آموزشی و ساختاری و اداری بخش تعاون و صنعت بیمه ۴- میزان ارتباط و تعامل شرکت‌های بیمه و صنعت بیمه با کشورهای اسلامی، منطقه‌ای و بازارهای بین‌المللی بیمه تکافل ۵- میزان ارتباط و تعامل فعالان بخش تعاون با کشورهای اسلامی، منطقه‌ای و بازارهای بین‌المللی بیمه تکافل ۶- میزان اطلاع‌رسانی شرکت‌های بیمه از مزایا و محاسن و ویژگی‌های بیمه تکافل ۷- میزان اطلاع‌رسانی فعالان بخش تعاون از مزایا و محاسن و ویژگی‌های بیمه تکافل ۸- تنوع محصولات بیمه تکافل برای مشتریان ۹- کیفیت محصولات بیمه تکافل ۱۰- استفاده از بازاریابی نوین برای توسعه بیمه تکافل از سوی فعالان بخش تعاون و صنعت بیمه ۱۱- کیفیت خدمات ارائه شده از سوی مراجعان بیمه تکافل به شرکت‌های بیمه ۱۲- مشتری‌مداری در صنعت بیمه و رضایت‌مندی مشتریان بخش تکافل
	۱- نرم‌افزاری	۱- بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای ارائه خدمات بیمه تکافل ۲- استفاده از فضای مجازی و اینترنتی برای توسعه بیمه تکافل ۳- توسعه سواد رسانه‌ای فعالان بیمه تکافل ۴- ارائه خدمات، محصولات، حق بیمه و حق مشارکت مشتریان و خدمات پرداختی از طریق فناوری‌های نوین ۵- ارتباط و تعامل بخش تعاون، صنعت بیمه و بخش بهداشت و درمان ۶- نظارت بر خط و مستمر مدیران بخش تعاون و فعالان بیمه بر فرایند صدور و دریافت و ارائه خدمات بیمه تکافل ۷- استفاده از داده‌های بزرگ ملی و بین‌المللی برای توسعه بیمه تکافل ۸- استفاده از فناوری‌های نوین برای توسعه ارتباط و تعامل با مشتریان بالقوه و بالفعل بیمه تکافل در سطح ملی و بین‌المللی ۹- بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای توسعه ارتباط و تعامل با کشورهای منطقه، اسلامی و جهانی برای توسعه بیمه تکافل ۱۰- استفاده از فناوری‌های نوین برای بازاریابی و توسعه مشتریان بیمه تکافل ۱۱- افزایش بازاریابان فعال پاره‌وقت و تمام وقت برای توسعه بیمه تکافل از طریق فناوری‌های نوین
عوامل فناوری ارتباطات و اطلاعات	۲- سخت‌افزاری	۱- بهبود زیرساخت‌های مجازی، اینترنتی و الکترونیکی در بخش تعاون و بیمه ۲- توسعه نرم‌افزارهایی هوشمند ارزیابی انواع ریسک‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی ۳- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند محاسبه هزینه‌ها و درآمدهای بیمه تکافل ۴- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند تبلیغات محصولات و خدمات تولید شده بخش تکافل ۵- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند فروش و مشتری‌یاب برای بیمه تکافل ۶- توسعه پایگاه داده‌های بزرگ برای نظارت بیشتر بر بیمه تکافل و محصولات و خدمات آن ۷- توسعه مراکز آموزشی و پژوهشی اقتصادی، صنعتی، مدیریتی و غیره برای ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی برخط و برون‌خط

همانگونه که در جدول شماره ۶ مشخص شده تعداد ۷۱ شاخص به‌عنوان عوامل و دلایل توسعه بیمه تکافل در کشور، شناسایی شد. این شاخص‌ها تحت عنوان کدهای پایه یا شاخص معرفی می‌شوند. در ادامه بر اساس ماهیت اشتراکی و مفهومی و ارتباط

معنایی مفاهیم پایه، ۱۱ مفهوم سازمان‌دهنده شناسایی شدند. این مفاهیم از کدهای پایه استخراج شده و به‌عنوان مؤلفه‌های توسعه بیمه تکافل معرفی شده‌اند.



نمودار ۱: مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه بیمه تکافل

همانگونه که در نمودار شماره ۶ مشاهده می‌شود، تعداد ۷۱ شاخص پایه شناسایی شده، در درون ۱۱ مؤلفه جای گرفتند که عبارتند از: ۱- توان مالی (۶ شاخص)، ۲- قیمت (۶ شاخص)، ۳- شناخت و آگاهی مشتریان و مشارکت‌کنندگان (۵ شاخص)، ۴- مخاطرات و خطرات (۴ شاخص)، ۵- تحصیلات (۵ شاخص)، ۶- دینداری (۵ شاخص)، ۷- سلامتی و پزشکی (۵ شاخص)، ۸- قوانین و مقررات (۵ شاخص)، ۹- عوامل مدیریتی (۱۲ شاخص)، ۱۰- نرم‌افزار (۱۱ شاخص) و ۱۱- سخت‌افزار (۷ شاخص). مؤلفه‌های استخراج شده و شناسایی شده در چهار بعد کلی یا عامل یا مفهوم فراگیر ۱- عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، ۲- فرهنگی و محیطی، ۳- عوامل تنظیم‌گری و مدیریتی و ۴- عوامل فناوری ارتباطات و اطلاعات، طبقه‌بندی گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس اهمیت و ضرورت روزافزون موضوع بیمه تکافل، تحقیق حاضر به بررسی ماهیت موضوعی و مفهومی و عوامل مؤثر بر توسعه بیمه تکافل و ارائه راهکارهای علمی و عملی برای بهبود بیمه تکافل پرداخته است. تحقیق حاضر با روش کیفی و تکنیک تحلیل مضمون انجام گرفته است.

براساس بررسی مبانی نظری مشخص گردید که بیمه تکافل به‌عنوان روشی مبتنی بر ضمانت مشترک اعضا یک گروه در برابر ضرر و زیان‌های احتمالی وارد بر هر یک از آنها مطرح می‌شود خدمات بیمه‌ای که در چارچوب موازین شرعی و فقهی باشد، تکافل خوانده می‌شود. واژه تکافل مبتنی بر اصل قرآنی تعاون و به معنی «کمک متقابل و میان‌گروهی» است و هر عضوی در

حمایت از نیازمندان داخل گروه سهم دارد. این نوع بیمه شبیه به «بیمه تعاونی» است، این عملیات بیمه‌ای درست مانند بیمه‌های مشترک است که در سال‌های اولیه پیدایش بیمه نیز استفاده می‌شد. حتی امروزه در بین گروهی از افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد و توافقی است که بین گروهی از اعضا انجام می‌گیرد که از یکدیگر در مقابل خسارات و زیان‌های احتمالی حمایت کنند. ماهیت و نوع این ضرر و زیان احتمالی در قرارداد مشخص می‌شود. تحت این توافق، هر یک از اعضا که متحمل چنین زیان‌هایی شود، بقیه اعضا با استفاده از وجوه مشترکی که به همین منظور جمع‌آوری کرده‌اند، به او کمک مالی می‌کنند. از لحاظ مبتنی بودن بر اصل تعاون، بیمه رایج منافع بیمه‌گزار و بیمه‌گر با هم یکی نیست و تعاون واقعی وجود ندارد ولی بیمه تکافل اعضا، هم بیمه‌گزارند و هم بیمه‌گر؛ در کلیه خسارت‌ها شریک می‌شوند و در انتقال مخاطره نیز مشارکت دارند. به بیانی دیگر، در ماهیت کسب و کار بیمه‌های رایج مبتنی بر انگیزه کسب سود هستند و به سهامداران و مالکان این شرکت‌ها کمک می‌کند تا بازده خود را به حداکثر برسانند، اما تکافل مبتنی بر انگیزه حمایت و تامین رفاه اجتماعی تکافل‌شونده و خانواده اوست از نظر شفافیت و افشا، در شرکت‌های بیمه رایج، افشا و شفافیت وجود ندارد ولی در بیمه تکافل شرکت تکافل، اطلاعات را به صورت شفاف در اختیار از لحاظ سرمایه‌گذاری وجوه، در بیمه تکافل شوندگان قرار می‌دهد و فعالیت‌ها و عملیاتش شفافتر از شرکت‌های بیمه رایج است رایج گاهی اوقات بعضی شرکت‌ها وجوه را در امور و برنامه‌های غیرشرعی به کار می‌گیرند و از ابزارهایی با بهره ثابت استفاده ... می‌کنند (خارج جمهوری اسلامی ایران) ولی در بیمه تکافل وجوه در ابزارهای شرعی که با مبانی مضاربه و وکالت و اجاره و کار می‌کنند، سرمایه‌گذاری می‌شود.

براساس نتایج تحقیق حاضر، چهار عامل اصلی در توسعه و بهبود بیمه تکامل موثر است که عبارتند از: ۱- عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، ۲- فرهنگی و محیطی، ۳- عوامل تنظیم‌گری و مدیریتی و ۴- عوامل فناوری ارتباطات و اطلاعات). علاوه بر این برحسب نتایج علمی و پژوهشی این مطالعه مشخص گردید که این عوامل در قالب ۱۱ مولفه بر توسعه یا رکود بیمه تکافل تاثیر دارند که این مولفه‌ها عبارتند از: ۱- توان مالی، ۲- قیمت، ۳- شناخت و آگاهی مشتریان و مشارکت‌کنندگان، ۴- مخاطرات و خطرات، ۵- تحصیلات، ۶- دینداری، ۷- سلامتی و پزشکی، ۸- قوانین و مقررات، ۹- عوامل مدیریتی، ۱۰- نرم‌افزار و ۱۱- سخت‌افزار.

نتایج تحقیق حاضر با تحقیقات مشابه و مرتبط همانند پژوهش‌های اختر و همکاران (۲۰۱۷)، اسماعیل و همکاران (۲۰۱۱)، بالله (۲۰۰۳)، بیلا (۲۰۰۳)، پرادهان و همکاران (۲۰۱۶)، جعفر و موسی (۲۰۱۳)، جعفر (۲۰۰۷)، جمشیدی و حسین (۲۰۱۲)، جمشیدی و طغیانی دولت آبادی (۱۳۹۸)، جمشیدی و همکاران (۲۰۱۴)، خان (۲۰۱۵)، سعد و همکاران (۲۰۰۶)، شبیق و حسن (۲۰۱۶)، الشماری و همکاران (۲۰۱۹)، صلحی و الشماری (۲۰۱۵)، عبدالرحمان (۲۰۰۹)، عبدو و همکاران (۲۰۱۴ و ۲۰۱۲)، کارباری و همکاران (۲۰۱۸)، عبیدالله (۲۰۰۵)، کمیل و متنور (۲۰۱۴)، عبدو و همکاران (۲۰۱۲) و عبید و کعبچی (۲۰۱۶)، همخوانی و همسویی دارد.

همانگونه که در صفحات قبلی بیان شد، بیمه تکافل یکی از مهم‌ترین و راهبردی‌ترین انواع بیمه هست که با توجه به مهیت اسلامی تعاونی و مشارکتی آن، می‌تواند مزایا و منافع اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی و کمال و سعادت‌مندی و رفاه را برای جامعه و عموم مردم و همچنین توفیق بیشتر و بهتر شرکت‌های بیمه و توسعه بخش تعاون را به همراه داشته باشد.

برای تحقق این امر بایستی شرکت‌های بیمه و بخش تعاون کشور به عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، فرهنگی و محیطی، تنظیم‌گری و مدیریتی و نیز فناوری ارتباطات و اطلاعات توجه بیش از پیش داشته باشند.

هرچه نرخ سرانه درآمد و میزان حقوق دستمزد نیروی انسانی و نرخ اشتغال بیشتر باشد، امید به توسعه بیمه تکافل نیز افزایش می‌یابد. تسهیلات و اعتبارات دولتی و بانکی می‌تواند به توسعه ضریب نفوذ این نوع بیمه کمک شایانی بکند. شرکت‌های بیمه بایستی بتوانند که قیمت مشارکت افراد را برای بیمه تکافل قابل صرفه و متناسب با اقشار مختلف جامع تعیین نمایند. انعطاف‌پذیری برای دریافت حق‌بیمه و حق مشارکت برای بیمه تکافل می‌تولند به بهبود این نوع محصولات در جامعه کمک نماید. البته محصولات این بیمه بایستی به گونه‌ای باشد که برای مشتریان و بیمه‌گران دستاورد منطقی و قابل قبولی داشته باشد. یکی از محدودیت‌های مهم مبتلا به بیمه تکافل در کشور ضعف دانش و آگاهی مشتریان به‌العمل و به‌القوه این بازار بیمه است. در این راستا بایستی به توسعه دانش و شناخت آحاد جامعه، فعالان صنعت بیمه و نیز اهالی رسانه کمک نمود تا با توسعه دانش، مشتریان در خصوص مزایا و محاسن این محصول مهم، ضریب نفوذ آن بهبود یابد.

بیمه تکافل یک نوع بیمه منطبق با شرایط فرهنگی، اعتقادی و تعاونی کشورهای اسلامی است. قطعا ورود فعالان دینی و مذهبی رسمی و غیر رسمی به موضوع بیمه تکافل و توجیه مردم از سوی این فعالان کمک شایانی به بیمه تکافل در عرصه ملی و بین‌المللی خواهد داشت. در همین راستا تقویت و توسعه ارتباط و تعامل شرکت‌های بیمه با فعالان دینی و مذهبی ضرورت بیش از پیشی دارد.

تعامل بیشتر صنعت بیمه با بخش بهداشت و درمان می‌تواند عامل مهمی برای استفاده مطلوب‌تر از ظرفیت بیمه تکافل در بخش درمان و بهداشت مردم و جامعه باشد.

یکی دیگر از مشکلات بیمه تکافل محدودیت‌ها و کمبودهای قانونی و تنظیم‌گری است. قوانین و مقررات این حوزه بنیاد به صورت شفاف و اثربخش تدوین و اجرایی شوند. آیین‌نامه‌های اجرایی کارآمد و اثربخش برای این قوانین به شرکت‌های بیمه برای اجرا ابلاغ و عملیاتی شود. نظارت هوشمند و اثربخش بر فعالیت فعالان بیمه تکافل از سوی ناظران بخش تعاون و صنعت بیمه، اهمیت و ضرورت توسعه بیمه تکافل از منظر ناظران و مدیران مرتبط با بیمه تکافل و ارائه مشوق‌های متنوع و مختلف ناظران بخش تعاون و بیمه برای فعالان بخش بیمه تکافل، از دیگر نکاتی است که بخش ناظران و مدیران و دست‌اندرکاران این حوزه بایستی به آن توجه کافی و وافی داشته باشند.

شرکت‌های بیمه و بخش تعاون کشور برای توسعه بیمه تکافل در سطح ملی و بین‌المللی اهتمام ویژه داشته باشند. بخش تعاون و صنعت بیمه برای استفاده مطلوب از ظرفیت بیمه تکافل بایستی بیش از پیش با هم همکاری، مساعدت و تعامل و ارتباط داشته باشند. توسعه ارتباط و تعامل صنعت بیمه و بخش تعاون با کشورهای اسلامی، منطقه‌ای و بازارهای بین‌المللی بیمه تکافل، افزایش اطلاع‌رسانی شرکت‌های بیمه و بخش تعاون از مزایا و محاسن و ویژگی‌های بیمه تکافل، توسعه تنوع محصولات بیمه تکافل برای مشتریان، ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات بیمه تکافل از سوی بیمه‌گران، استفاده از بازاریابی نوین برای توسعه بیمه تکافل از سوی فعالان بخش تعاون و صنعت بیمه و تأکید بر مشتری‌مداری در صنعت بیمه و افزایش رضایت‌مندی مشتریان بخش تکافل، از دیگر ملزومات اساسی توسعه و تقویت این نوع بیمه در عرصه ملی و بین‌المللی است.

در آخر بایستی اشاره داشت که در حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات این راهکارهای اجرایی و عملیاتی پیشنهاد می‌شود: ۱ - بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای ارائه خدمات بیمه تکافل، ۲ - استفاده از فضای مجازی و اینترنتی برای توسعه بیمه تکافل، ۳ - توسعه سواد رسانه‌ای فعالان بیمه تکافل، ۴ - ارائه خدمات، محصولات، حق بیمه و حق مشارکت مشتریان و خدمات پرداختی از طریق فناوری‌های نوین، ۵ - ارتباط و تعامل بخش تعاون، صنعت بیمه و بخش بهداشت و درمان، ۶ - نظارت بر خط و مستمر مدیران بخش تعاون و فعالان بیمه بر فرایند صدور و دریافت و ارائه خدمات بیمه تکافل، ۷ - استفاده از داده‌های بزرگ ملی و بین‌المللی برای توسعه بیمه تکافل، ۸ - استفاده از فناوری‌های نوین برای توسعه ارتباط و تعامل با مشتریان بالقوه و بالفعل بیمه تکافل در سطح ملی و بین‌المللی، ۹ - بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای توسعه ارتباط و تعامل با کشورهای منطقه، اسلامی و جهانی برای توسعه بیمه تکافل، ۱۰ - استفاده از فناوری‌های نوین برای بازاریابی و توسعه مشتریان بیمه تکافل و ۱۱ - افزایش بازاریابان فعال پاره‌وقت و تمام وقت برای توسعه بیمه تکافل از طریق فناوری‌های نوین. ۱۲ - توسعه زیرساخت‌های فناوری، ارتباطی، اینترنتی، فضای مجازی در سطح ملی و بین‌المللی.

برگزاری دوره‌های آموزشی جهت تربیت کارشناسان متخصص و ارتقای کیفیت سرمایه انسانی مورد نیاز صنعت، توسعه مهارت‌های تخصصی منابع انسانی، سرمایه‌گذاری علمی و پژوهشی از سوی صنعت بیمه و بخش‌های اقتصادی و تعاونی برای حل مشکلات پیش‌رو و افزایش مهارت متخصصان این حوزه و در نهایت گسترش دانش بیمه تکافل در کشور، از اصلی‌ترین راهکارهای مورد نیاز توسعه بیمه تکافل است.

فهرست منابع

- اسماعیلی گیوی، حمیدرضا. (۱۳۹۱). مقایسه کارایی بیمه اسلامی (تکافل و بیمه متعارف با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی) پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع).
- بیات، روح الله؛ حسین خانی، شیما (۱۳۹۴). بررسی الگوی بیمه اسلامی (تکافل)، مبتنی بر شریعت». کنگره بین‌المللی، مدیریت اقتصاد و توسعه کسب و کار.
- توحیدی نیا، ابوالقاسم (۱۳۸۶). تکافل و اهمیت توسعه آن در صنعت بیمه کشور». صنعت بیمه. شماره ۴ شماره ۸۸ سراج زاده، سید محمد جواد (۱۳۸۸). تحلیل نظری مقایسه‌های بیمه متعارف و تکافل». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه امام صادق (ع).
- عسگری، محمدمهدی و حمیدرضا اسماعیلی گیوی (۱۳۸۹)، «صنعت تکافل: ویژگی‌ها، فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌رو مجموعه مقالات نخستین همایش مالی اسلامی. دانشگاه امام صادق (ع) و بانک کشاورزی چاپ اول.
- عسگری، محمدمهدی؛ عظیم زاده، آرانی محمد (۱۳۹۳) تحلیل مقایسه‌ای بیمه اتکایی و تکافل اتکایی و ارائه راه کارهایی جهت اجرایی کردن تکافل اتکایی در جمهوری اسلامی ایران» تحقیقات مالی اسلامی دوره ۳ شماره ۲.
- محمدی مهر، محمدحسن (۱۳۸۵). بررسی تطبیقی نظام بیمه و تأمین اجتماعی با نظام تکافلی اسلام» پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه امام صادق (ع).
- معصوم بالله، مهد (۱۳۸۹). تکافل کاربردی و بیمه مدرن قوانین و اصول کاربردی. ترجمه سید محسن روحانی انتشارات دانشگاه

امام صادق (ع). چاپ اول.

- Abdou, H., Ali, K., & Lister, R. J. (۲۰۱۴). A comparative study of Takaful and conventional insurance: empirical evidence from the Malaysian market. *Insurance Markets and Companies: Analyses and Actuarial Computations*, ۴(۱), ۲۳-۳۵.
- Abduh, M., Omar, M. A., & Tarmizi, R. M. (۲۰۱۲). The Performance of Insurance Industry in Malaysia: Islamic vis-à-vis Conventional Insurance. *Journal of Islamic Banking & Finance*, ۲۹(۴), ۴۰-۴۹.
- Abdul Rahman, Z. (۲۰۰۹). Takaful: Potential demand and growth. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, ۲۲(۱), ۱-۱۸.
- Abubakar Aliyu Ardoa, Buerhan Saiti (۲۰۱۷) "Takaful Practice in Nigeria: History, Present and Future".
- Akhtar vahid (۲۰۰۸), "Potential of Takaful in Pakistan: Operational and Transformational Paradim", Dissertation of P.h.d, Pakistan.
- Akhter & Khan, *Cogent Economics & Finance* (۲۰۱۷), "GENERAL & APPLIED ECONOMICS RESEARCH ARTICLE Determinants of Takafuland conventional insurance demand: A regional analysis"
- Akhter, W., Pappas, V., & Khan, S. U. (۲۰۱۷). A comparison of Islamic and conventional insurance demand: Worldwide evidence during the Global Financial Crisis. *Research in International Business and Finance*, ۴۲, ۱۴۰۱-۱۴۱۲.
- Akoob, mahomed (۲۰۰۹)," reinsurance and retakaful", wiley press.
- Alshammari, A. A., Alhabshi, S. M. B. S. J., & Saiti, B. (۲۰۱۹). The impact of competition on cost efficiency of insurance and takaful sectors: Evidence from GCC markets based on the Stochastic Frontier Analysis. *Research in International Business and Finance*, ۴۷, ۴۱۰-۴۲۷.
- Alshammri, A. A., Syed Jaafar Alhabshi, S. M., & Saiti, B. (۲۰۱۶). A comparative study of the historical and current development of the GCC insurance and takaful industry. *Journal of Islamic Marketing*, ۹(۲).
- Arbouna, Mohammed Burhan (۲۰۰۰), "The Opertion of Rrtakaful (Islamic Reinsurance) Protection", *Arab Law Quartely*, Vol. ۱۰, No. ۴. Central Intelligence Agency. (۲۰۱۶) "from Central Intelligence Agency Web". Retrieved November ۲۸.
- Billah, M. (۲۰۰۳). Ma'sum. Takaful (Islamic Insurance): An Economic Paradigm, ۲۰۰.
- Bouslama, G., & Lahrichi, Y. (۲۰۱۷). Uncertainty and risk management from Islamic perspective. *Research in International Business and Finance*, ۳۹, ۷۱۸-۷۲۶.
- Golding, C (۲۰۰۵), "Mohd, Islamic Insurance: Its Origins and Development", *Arab Law Quartely*, Vol. ۱۳, No. ۴.
- Golding, C (۲۰۰۶), "Re-takaful (Islamic Re-insurance) Paradigm", <http://www.islamicinsurance.com>.<http://www.investopedia.com/terms/t/takaful.asp>.
- Investopedia. (۲۰۱۶). "TakafulRetrieved December ۰, ۲۰۱۶ from Investopedia Web Tarmidzi, mohd (۲۰۰۸)."Introduction to takaful, a presentation of mll basic course", Iranian insurance research & training center, Tehran.
- Ismail, N., Alhabshi, D. S. O., & Bacha, O. (۲۰۱۱). Organizational form and efficiency: the coexistence of family takaful and life insurance in Malaysia. *Journal of Global Business and Economics*, ۳(۱), ۱۲۲-۱۳۷.

- Jafar, Sohail (۲۰۰۷), "Islamic Insurance, Trends Opportunities & the Future of Takaful". London. Euromoney Institution Investor PL.
- Jaffar, M. A., & Musa, R. (۲۰۱۳). Determinants of attitude towards Islamic financing among Halal-certified micro and SMEs: A proposed conceptual framework. *International Journal of Education and Research*, ۱(۸), ۱-۱۰.
- Jamshidi, D., & Hussin, N. (۲۰۱۲). A conceptual framework for adoption of Islamic Credit Card in Malaysia. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, ۲(۳), ۱۰۲.
- Jamshidi, D., Hussin, N., Jafarian, Z., & Wan, H. L. (۲۰۱۴). Investigating the factors that influence acceptance of Islamic credit card as a new banking service. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, ۳(۱۲), ۷۱-۸۴.
- Jamshidi, N. and Toghyani, M. (۲۰۱۹), Advantage of Takaful on Insurance from the Perspective of Economic Justice. *Mieaoi*, ۲۳(۲۶), ۲۵-۵۰.
- Kamil, M., & Mat nor, N. (۲۰۱۴). Factors influencing the choice of takaful over conventional insurance: The case of Malaysia.
- Karachi Ma'sum Billah (۲۰۰۳), *Islamic Insurance (Takaful)*; Ilmieh Publisher; Kuala lampur, Malaysia.
- Karbhari, Y., Muye, I., Hassan, A. F. S., & Elnahass, M. (۲۰۱۸). Governance mechanisms and efficiency: Evidence from an alternative insurance (Takaful) market. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, ۵۶, ۷۱-۹۲.
- Khan, H. (۲۰۱۵). Optimal incentives for takaful (Islamic insurance) operators. *Journal of Economic Behavior & Organization*, ۱۰۹, ۱۳۵-۱۴۴.
- Khazada Shoaib (۲۰۰۶), "Life Insurance, Workshop", ۱۴ September
- Khter, W., & Khan, S. U. (۲۰۱۷). Determinants of Takaful and conventional insurance demand: A regional analysis. *Cogent Economics & Finance*, ۵(۱), ۱۲۹۱۱۵۰.
- Obaidullah, M. (۲۰۰۵). Rating of Islamic financial institutions: some methodological suggestions. Islamic Economics Research Centre, King Abdul Aziz University.
- Obeid, H., & Kaabachi, S. (۲۰۱۶). Empirical investigation into customer adoption of Islamic banking services in Tunisia. *Journal of Applied Business Research*, ۳۲(۴), ۱۲۴۳-۱۲۵۶.
- Pradhan, R. P., Arvin, B. M., Norman, N. R., Nair, M., & Hall, J. H. (۲۰۱۶). Insurance penetration and economic growth nexus: cross-country evidence from ASEAN. *Research in International Business and Finance*, ۳۶, ۴۴۷-۴۵۸.
- Ramin Cooper Maysami and W. Jean Kown (۲۰۰۲). "An Analysis of Islamic Takaful Insurance, a Cooperative Insurance Mechanism". *Journal Of insurance Regulation*, Vol. ۱۸. No. ۱. Site: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ni.html>
- Saad, N. M., Majid, M. S. A., Yusof, R. M., Duasa, J., & Rahman, A. A. (۲۰۰۶). Measuring efficiency of insurance and Takaful companies in Malaysia using data envelopment analysis (DEA). *Review of Islamic Economics*, ۱۰(۲), ۵-۲۶.
- Shabiq, A., & Hassan, Z. (۲۰۱۶). Factors Affecting Adoption of Takaful (Islamic Insurance) in the Maldives. *International Journal of Accounting, Business and Management*, ۴(۱), ۱-۱۵.
- Soualhi, Y., & Al Shammari, A. A. R. (۲۰۱۵). Indicators of takaful awareness among Kuwaitis. *Journal of Islamic Banking and Finance*, ۳(۲), ۷۵-۸۹.

اهمیت و جایگاه تعاونی‌های مالی در جهان و ایران و ارائه چهارچوب قانونی و نظارتی لازم برای

توسعه فعالیت این تعاونی‌ها در ایران

هادی موسوی نیک^۱

محمد کیانی ده کیانی^۲

چکیده

تعاونی‌های مالی ارائه‌دهندگان خدمات مالی هستند که می‌توان از ظرفیت این تعاونی‌ها جهت کمک به افراد فقیر و با درآمد متوسط استفاده نمود. این نوع تعاونی‌ها هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در حال توسعه منشأ خدمات فراوانی هستند. براین اساس در مطالعه حاضر به بررسی جایگاه این تعاونی‌ها در جهان و ایران پرداخته می‌شود. به صورت مشخص چهار کشور در حال توسعه برزیل، سریلانکا، بورکینافاسو و کنیا انتخاب و تجربه این کشورها در زمینه تعاونی‌های مالی بررسی شد. از طرفی وضعیت تعاونی‌های مالی در ایران از منظر مطالعات صورت گرفته، تعاریف و داده‌های موجود در خصوص تعداد، اعضا، شاغلین و حجم سرمایه‌گذاری بررسی شد. یافته‌های مطالعه نشان داد سریلانکا و کنیا ضعیف‌ترین محیط‌های نظارتی را دارند که در آن نه مقررات احتیاطی و نه نظارت مالی بر **FC** ها وجود ندارد. بورکینافاسو دارای قانون ویژه‌ای برای **FC** ها، الزامات مقررات احتیاطی و ترتیبات نظارت مالی است، اما منابع و ظرفیت کافی برای نظارت مؤثر ندارد. در مقابل، برزیل مواردی از مقررات توسعه‌یافته و نظارت مؤثر را ارائه می‌دهد. در ایران نیز تعداد تعاونی‌های مالی به نسبت سایر تعاونی‌ها کمتر است و همین تعداد نیز در خلال دهه ۱۳۹۰ رشد قابل توجهی ندارد. همچنین یافته‌ها نشان داد اگرچه تعاونی‌های مالی در ایران بر اساس طرح بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» تعاریفی در خصوص انواع تعاونی‌ها ذکر شده است؛ اما حداقل از دو منظر محدودیت‌هایی پیشروی این تعاونی‌ها وجود دارد. نخست آنکه اعطای مجوز جهت تأسیس این تعاونی‌ها امری بس دشوار است. دوم آنکه سازوکارهایی که در کشورهای در حال توسعه برای این نوع مؤسسات مالی در نظر گرفته شده است در طرح مذکور مورد توجه قرار نگرفته است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود علاوه بر الگو گرفتن از کشورهای در حال توسعه در خصوص صدور مجوزها، در زمینه سازوکارهایی که این کشورها جهت دست‌یافتن به اهدافشان در خصوص تعاونی‌های مالی در پیش گرفته‌اند نیز توجه شود و متناسب با شرایط کشور سازوکار بومی مناسب انتخاب شود. گام مناسب در این راستا می‌تواند الحاق مواد مرتبط به تعاونی‌ها اعتباری به طرح مذکور باشد.

واژگان کلیدی: تعاونی‌های مالی، ایران، کنیا، سریلانکا، برزیل، بورکینافاسو

۱. مدیرکل دفتر مطالعات رفاه اجتماعی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ ایمیل: hadi.mousavy@gmail.com

۲. دکترای اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس؛ ایمیل: mohammadkianiir@yahoo.com

مقدمه

امروزه بقای سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در گرو توجه به اتخاذ شیوه‌های مناسب تأمین مالی است (ابراهیمی سروعلیا و همکاران، ۱۳۹۶). در این خصوص تعاونی‌های مالی (FC)^۱ ارائه‌دهندگان مهم خدمات مالی برای افراد فقیر و با درآمد متوسط و محرک‌های مهم در شمول مالی هستند. جدای از حضور و ارتباط قوی آنها در اقتصادهای توسعه‌یافته، به‌ویژه اروپا و آمریکای شمالی، اهمیت تعاونی‌های مالی از نظر شمول مالی در کشورهای در حال توسعه را نمی‌توان دست‌کم گرفت (Cuevas & Buchenau, ۲۰۱۸). در بسیاری از اقتصادهای توسعه‌یافته، تعاونی‌های مالی و شبکه‌های آنها به‌خوبی توسعه یافته‌اند و سهم زیادی از بازار خدمات مالی را دارا هستند. با این حال، FCها در اکثر کشورهای در حال توسعه، توسعه نیافته‌اند و سهم بازار ناچیزی دارند. مضاف بر آن تعاونی‌های مالی در کشورهای در حال توسعه معمولاً با چارچوب‌های قانونی نابهنگام، ظرفیت پایین، فقدان چارچوب نظارتی مناسب و نظارت ضعیف محدود می‌شوند (Nair & Kloeppinger-Todd, ۲۰۰۷). در مقابل کشورهای پیشرفته‌ای مانند کانادا و آمریکا با وجود بازارهای مالی توسعه‌یافته و سیستم بانکی قدرتمند، تعاونی‌های اعتبار یا اتحادیه‌های اعتباری توانسته‌اند با ضریب نفوذ بیش از ۴۰ درصدی به تمام مردم خدمات مالی و اعتباری ارائه نمایند. در حال حاضر، ۹۷ کشور عضو شورای جهانی تعاونی‌های اعتبار هستند که با منابعی بیش از یک تریلیون دلار به بیش از ۱۸۳ میلیون نفر عضو خود خدمات ارائه می‌کنند (ملاکریمی و زارعی، ۱۳۹۲). بر این اساس در ادامه اهمیت و جایگاه تعاونی‌های مالی در جهان و ایران بررسی و در نهایت پیشنهادهای لازم در خصوص توسعه این تعاونی‌ها بر اساس تجربه کشورهای ارائه می‌شود.

جایگاه مؤسسات مالی در ایران و جهان

بر اساس «سرشماری جهانی تعاونی‌ها» تعداد تعاونی‌هایی که به عنوان «اتحادیه‌های بانکی/اعتباری» طبقه‌بندی شده‌اند، ۲۱۲۰۰۰ تعاونی با ۷۰۴ میلیون عضو برآورد شده است (D. Grace, ۲۰۱۴). این آمار نشان می‌دهد در سطح بین‌الملل تعاونی‌های مالی در سطح مطلوبی توسعه پیدا کرده‌اند. در این خصوص نگاهی به تجربه کشورهای در حال توسعه و مقایسه آن با وضعیت ایران می‌تواند درک درست‌تری را در خصوص فرصت‌ها و تنگناهای توسعه این تعاونی به دست دهد. از این‌روی ابتدا تجربه توسعه تعاونی‌های مالی در چهار کشور برزیل، سریلانکا، بورکینافاسو و کنیا ارائه می‌شود، سپس وضعیت تعاونی‌ها در ایران مورد بحث قرار می‌گیرد.

تجربه برزیل

^۲ SICREDI دومین شبکه بزرگ FC در برزیل است. تا دسامبر ۲۰۰۵، SICREDI دارای ۱۳۰ تعاونی وابسته بود که تعداد اعضای تلفیقی آن ۹۵۹۵۳۱ نفر می‌رسید. این تعاونی‌ها ۱/۴۷ میلیارد دلار سپرده و ۱/۳۸ میلیارد دلار وام را اداره کردند و سود

^۱ Financial cooperatives

^۲ Sistema de Cooperativo de Credit

تلفیقی ۶۴/۱ میلیون دلار آمریکا را به دست آوردند. کیفیت نمونه کارها SICREDI عالی بود. تنها ۰/۱ درصد از پرتفوی آن بیش از ۱۵ روز معوق بود.

شبکه SICREDI شامل FC ها، پنج تعاونی مرکزی، یک کنفدراسیون، یک بانک تعاونی و چهار مؤسسه کمکی است. SICREDI یک شبکه کاملاً یکپارچه است که تعاونی‌ها متقابلاً مسئول بدهی‌های یکدیگر هستند. تعاونی‌های مرکزی با تأکید بر کنترل‌ها و توسعه نهادی، فعالیت‌های FC را هماهنگ و نظارت می‌کنند. کنفدراسیون سیاست‌های شرکتی را توسعه می‌دهد و ابزارهایی را برای اجرای این سیاست‌ها طراحی می‌کند. همچنین SICREDI را در سطح ملی و بین‌المللی نمایندگی می‌کند. بانک مرکزی از طریق مراکز (نظارت کمکی) به صورت مستقیم بر FCها نظارت می‌کند.

تجربه سریلانکا

^۱ SANASA بزرگ‌ترین شبکه FC سریلانکا است. در سال ۲۰۰۴، این شبکه بیش از ۸۴۴۰ FC با ۸۵۰۰۰۰ عضو داشت. تقریباً از هر پنج خانوار در سریلانکا یک نفر در ساناسا عضویت دارد. در سال ۲۰۰۴، SANASA در مجموع ۳۲/۹۷ میلیون دلار آمریکا پس‌انداز و ۳۵/۶۷ میلیون دلار آمریکا وام گزارش کردند. با این حال، تخمین زده می‌شود که تنها یک سوم SANASAها از نظر مالی پایدار هستند. در سطح تلفیقی، سهم بزرگی از وام‌ها (۲۳/۵ درصد) در سال ۲۰۰۴ سررسید گزارش شده است. شبکه SANASA شامل FC ها، ۲۵ اتحادیه منطقه، یک فدراسیون و چندین مؤسسه وابسته، از جمله یک بانک و یک شرکت بیمه است. اتحادیه منطقه و فدراسیون فقط به FCها خدمات ارائه می‌دهند و هیچ عملکرد کنترلی ندارند. تمام سازمان‌های تعاونی در سریلانکا، از جمله FC ها، توسط وزارت تعاون تنظیم می‌شوند و توسط اداره تعاون نظارت می‌شوند. آنها مشمول هیچ‌گونه مقررات مالی و نظارتی نیستند. این باعث ایجاد ضعف‌های مالی در تعاونی‌ها و واحدهای تولیدی می‌شود که به‌موقع به آنها رسیدگی نمی‌شود.

تجربه بورکینافاسو

^۲ RCPB بزرگ‌ترین شبکه تعاونی مالی در بورکینافاسو است. در سال ۲۰۰۵، شبکه RCPB دارای ۱۰۰ FC بود که به حدود ۶۳۰۰۰۰ مشتری خدمات‌رسانی می‌کرد. ۵۰/۵ میلیون دلار پس‌انداز کرد و ۳۳/۲ میلیون دلار وام معوقه داشت. برآورد RCPB در بورکینافاسو تقریباً ۹ درصد از جمعیت بزرگسال است. RCPB ۸۱ درصد در پس‌انداز و ۷۴ درصد سهم وام در مؤسسات مالی خرد دارد. پرتفوی در معرض خطر برای FCهای شهری ۴/۳ درصد و برای FCهای روستایی ۵ درصد بود. شبکه RCPB شامل FCها، اتحادیه‌های منطقه‌ای و یک فدراسیون ملی است. اگرچه سیاست‌گذاری در سطح شبکه به عهده فدراسیون است، اما نقش اتحادیه‌های منطقه‌ای و فدراسیون همپوشانی دارند و هر دو کارکردهای توسعه‌ای و کنترلی دارند. تمام FCها در بورکینافاسو تحت

^۱ Sinhalese acronym for a financial co-operatives network

^۲ Réseau des Caisses Populaires du Burkina (Burkina Faso's Caisse Populaire financial cooperative network)

نظارت وزارت دارایی و بانک مرکزی کشورهای غرب آفریقا هستند. باین حال، نظارت مؤثر با محدودیت ظرفیت و منابع محدود می شود.

تجربه کنیا

KERUSSU شبکه‌ای از FC های روستایی در کنیا است. KERUSSU دارای ۴۵ FC روستایی است که از ۱۱۰ FC روستایی موجود تخمین زده می شود. FC های عضو KERUSSU با هم بیش از ۱/۲ میلیون عضو، سپرده‌های پس انداز بیش از ۷۸ میلیون دلار و وام‌های معوق بیش از ۳۴/۲ میلیون دلار دارند. اعضای FC های KERUSSU به طور متوسط بیش از ۲۵۰۰۰ عضو دارند. برخی دارای شبکه‌های روستایی هستند که چندین منطقه را پوشش می دهند، واحدهای بانکداری سیار را اداره می کنند، دستگاه‌های باجه خودکار (ATM) دارند و طیف وسیعی از خدمات مالی از جمله حواله را ارائه می کنند. باین حال، علی‌رغم اینکه سازمان‌های مالی نسبتاً بزرگی هستند که با بانک‌ها رقابت می کنند، FC های کنیا فاقد چارچوب تخصصی قانونی، نظارتی و نظارتی متناسب با نیازهای تعاونی‌های مالی هستند.

وضعیت تعاونی‌های اعتباری در ایران بر اساس مطالعات صورت گرفته

در نظام مالی متعارف تعاونی‌های اعتباری به منظور کاهش فقر و تأمین نیازهای خرد خانوارها کاربرد گسترده‌ای دارند. در ایران نیز این تعاونی‌ها فعالیت می کنند، اما از بعدهای گوناگون با آسیب‌هایی از جمله وجود تعاونی‌های آزاد، نبود قوانین مناسب بر نظارت تعاونی‌های اعتباری، نرخ‌های نامتعارف سپرده‌ها و تسهیلات، نبود ساختار مدیریتی مناسب و نداشتن پایگاه فقهی شفاف روبه‌رو هستند (موسویان و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین علی‌رغم اینکه در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی بر نقش تعاونی‌ها به‌ویژه در اشتغال‌زایی تأکید زیادی شده است، اما با توجه به محدودیت‌های مالی دولت، تأمین مالی آنها همچنان از مهم‌ترین چالش‌ها به شمار می‌رود (فرج زاده و همکاران، ۱۳۹۵). در این خصوص ضریب نفوذ تعاونی‌های اعتبار مجاز در جمعیت کشور کمتر از نیم درصد است و عملاً در تأمین مالی نیازهای اعتباری اعضا بسیار کم‌اثرند. بیش از ۸۰ درصد این مؤسسات به‌عنوان یک صندوق تأمین مالی قرض‌الحسنه فعالیت می‌کنند که نمی‌توان آنها را واسطه‌گر وجوه نامید و در واقع نظارت احتیاطی بر آنها محلی از اعراب ندارد. بانک مرکزی به‌عنوان مقام ناظر بانکی در ایران از فعالیت تعاونی‌های اعتبار موسوم به آزاد جلوگیری نمود و فعالیت این تعاونی‌های اعتبار به‌طور کلی متوقف شد (ملاکریمی و زارعی، ۱۳۹۲).

انواع تعاونی‌های اعتباری در ایران

مؤسسات اعتباری در ایران با توجه به مأموریت آن‌ها در نظام بانکی و مجوز فعالیت صادره از سوی بانک مرکزی به انواع مؤسسات اعتباری «تجاری»، «تخصصی»، «توسعه‌ای»، «پس‌انداز و تسهیلات مسکن»، «قرض‌الحسنه» و «جامع» تقسیم می‌شوند. مؤسسه اعتباری تجاری از طریق دریافت سپرده سرمایه‌گذاری عام اقدام به تجهیز منابع نموده و از طریق عقود مبادله‌ای، در

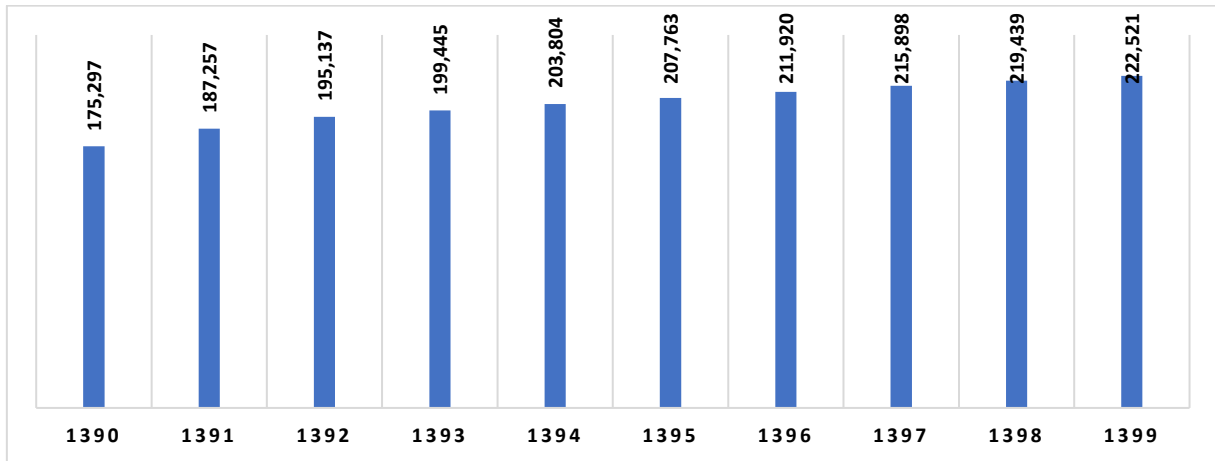
^۱ Kenya Rural Savings and Credit Cooperative Society Union

چهارچوب مصوب هیأت عالی و مورد تأیید شورای فقهی، نیاز بنگاه‌های اقتصادی و خانوارها را برای تأمین سرمایه در گردش و خرید قسطی کالاهای مصرفی با دوام تأمین می‌کنند. مؤسسه اعتباری تخصصی می‌تواند از طریق جمع‌آوری سپرده‌های عام و خاص اقدام به تجهیز منابع کنند. منابع حاصل از جمع‌آوری سپرده‌های سرمایه‌گذاری عام، از طریق عقود مبادله‌ای صرف تأمین سرمایه در گردش یا تأمین سرمایه ثابت بنگاه‌های اقتصادی می‌شود. همچنین مؤسسه اعتباری تخصصی می‌تواند با استفاده از منابع حاصل از جمع‌آوری سپرده‌های سرمایه‌گذاری خاص، سرمایه ثابت مورد نیاز بنگاه‌های اقتصادی را تأمین کند. مؤسسه اعتباری توسعه‌ای مأموریت تأمین منابع بلندمدت را برای توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد یا توسعه واحدهای بزرگ تولیدی است. مؤسسه اعتباری پس‌انداز و تسهیلات مسکن وظیفه تأمین منابع مورد نیاز برای مسکن خانوارها از محل پس‌انداز خانوار و سپرده‌گذاری عام را دارد. تخصیص منابع توسط مؤسسه اعتباری پس‌انداز و تسهیلات مسکن می‌تواند در قالب فروش اقساطی واحد مسکونی، اجاره به شکل تملیک واحد مسکونی، یا فروش اقساطی مصالح و نهادهای ساخت مسکن به خانوارها و تعاونی‌های مسکن انجام شود. مؤسسه اعتباری قرض‌الحسنه نیز مأموریت تأمین نیازهای خرد خانوارها و بنگاه‌های تولیدی کوچک را برعهده دارد. مؤسسه اعتباری جامع نیز در چهارچوب مجوز فعالیت صادره از سوی بانک مرکزی، در حوزه فعالیت سایر انواع مؤسسه اعتباری فعالیت کند.

نگاهی به وضعیت تعاونی‌های اعتباری در ایران بر مبنای آمار

انواع تعاونی در ایران شامل تعاونی‌های «اعتبار»، «تأمین نیاز مصرف‌کنندگان»، «تأمین نیاز تولیدکنندگان»، «تأمین نیاز صنفی»، «تولیدی توزیعی»، «حمل و نقل»، «خدمات»، «سهام عدالت»، «صنعتی»، «عمرانی»، «فروش دستباف»، «مسکن»، «معدنی»، «چندمنظوره» و «کشاورزی» است که تعداد کل تعاونی‌های ایران در قالب نمودار ۱، نشان داده شده است. بر اساس نمودار ۱، تعداد کل تعاونی‌ها در ایران از ۱۷۵۲۹۷ تعاونی در سال ۱۳۹۰ به ۲۲۲۵۲۱ تعاونی در سال ۱۳۹۹ رسیده است که رشدی حدود ۲۷ درصدی را نشان می‌دهد؛ بنابراین از حیث افزایش تعداد تعاونی‌ها در کشور رشد قابل قبولی است. اما اینکه چه تعداد از این تعاونی‌ها جزء تعاونی‌های مالی محسوب می‌شوند در نمودار ۲، نشان داده شده است.

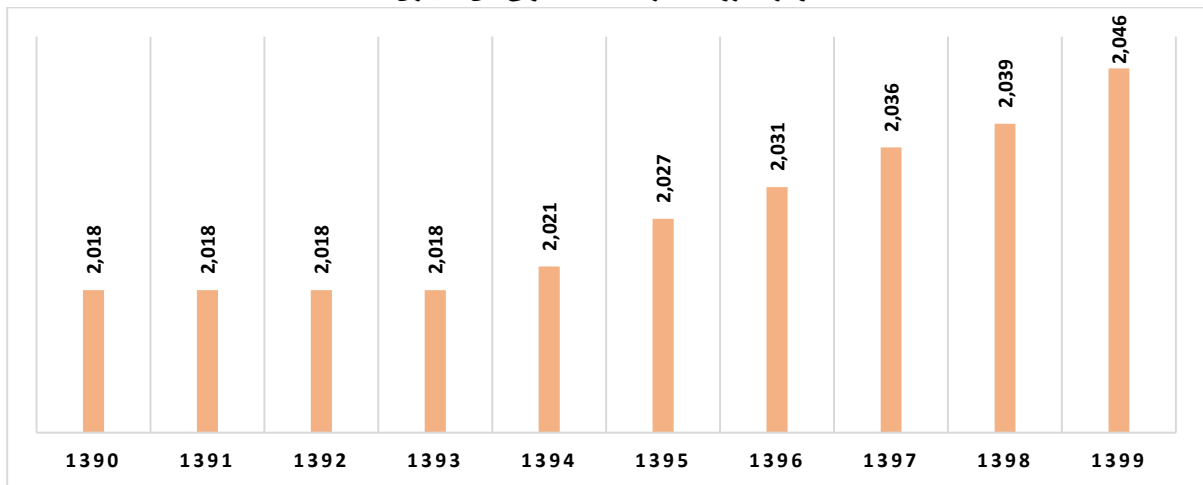
نمودار ۱، روند تغییرات تعداد تعاونی‌ها (۱۳۹۰-۱۳۹۹)



یافته‌های تحقیق بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران

نمودار ۲، تعداد تعاونی‌های اعتباری را در خلال سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۹ نشان می‌دهد. بر اساس نمودار ۲، تعداد تعاونی‌های اعتباری از ۲۰۱۸ تعاونی در سال ۱۳۹۰ به ۲۰۴۶ تعاونی در سال ۱۳۹۹ رسیده است، یعنی در بازه مذکور ۲۸ تعاونی به تعاونی‌های مالی ایران اضافه شده که تعداد زیادی به حساب نمی‌آید؛ بنابراین از بعد تعداد تعاونی‌های اعتباری رشد قابل توجهی مشاهده نمی‌شود.

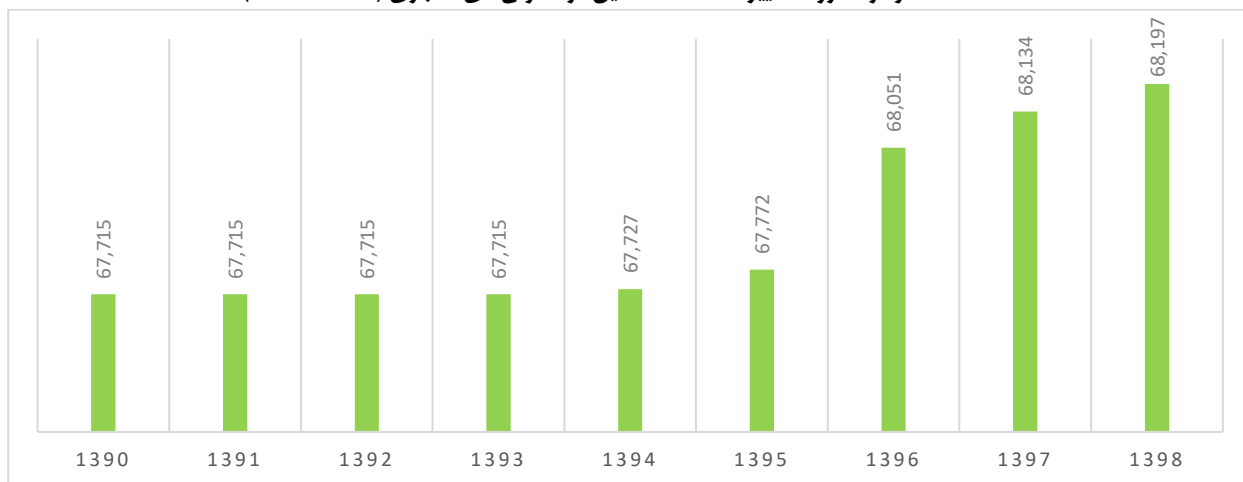
نمودار ۲، روند تغییرات تعداد تعاونی‌های اعتباری (۱۳۹۰-۱۳۹۹)



یافته‌های تحقیق بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران

نمودار ۳، تعداد شاغلین در تعاونی‌های اعتباری را نشان می‌دهد. بر اساس نمودار ۳، تعداد شاغلین در تعاونی‌های اعتباری در سال ۱۳۹۸ به ۶۸۱۹۷ نفر رسیده است که رقم قابل توجهی نیست؛ بنابراین تعاونی‌های اعتباری از بعد اشتغال‌زایی توانسته‌اند اشتغال‌زایی قابل توجهی را داشته باشند.

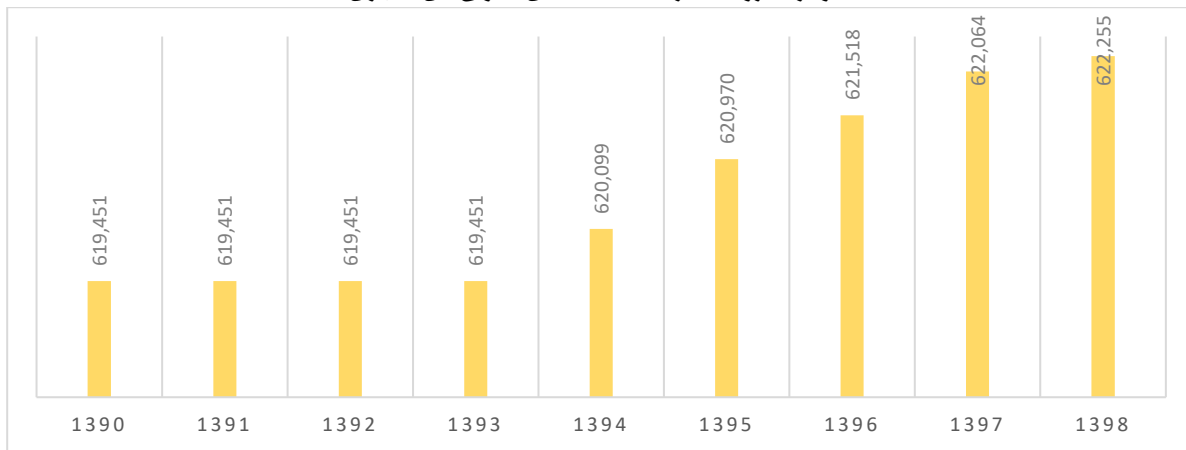
نمودار ۳، روند تغییرات تعداد شاغلین در تعاونی‌های اعتباری (۱۳۹۰-۱۳۹۸)



یافته‌های تحقیق بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران

نمودار ۴، تعداد اعضای تعاونی‌های اعتباری را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود تعداد اعضا از ۶۱۹۴۵۱ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۶۲۲۲۵۵ نفر در سال ۱۳۹۸ رسیده است که رشدی ۰/۵ درصدی را نشان می‌دهد؛ بنابراین بر اساس شاخص تعداد اعضا نیز تعاونی‌های مالی در ایران وضعیت مناسبی ندارد.

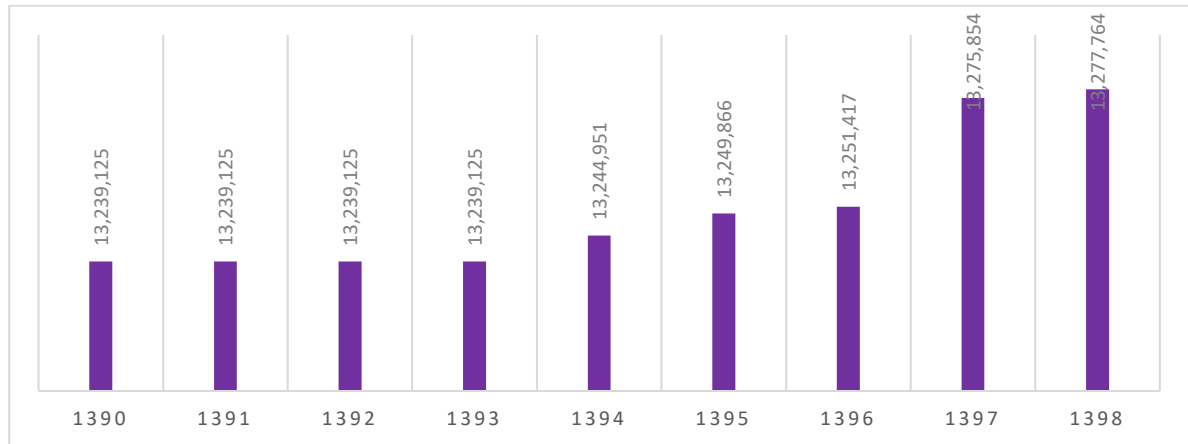
نمودار ۴، روند تغییرات تعداد اعضای تعاونی‌های اعتباری (۱۳۹۰-۱۳۹۸)



یافته‌های تحقیق بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران

نمودار ۵، میزان سرمایه‌گذاری در تعاونی‌های اعتباری را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود به لحاظ میزان سرمایه‌گذاری نیز تعاونی‌های اعتباری رشد قابل توجهی ندارند به گونه‌ای که از رقم ۱۳۲۳۹۱۲۵ میلیون ریال در سال ۱۳۹۰ به رقم ۱۳۲۷۷۷۶۴ میلیون ریال در سال ۱۳۹۸ رسیده است.

نمودار ۵، روند تغییرات سرمایه‌گذاری در تعاونی‌های اعتباری (۱۳۹۰-۱۳۹۸)



یافته‌های تحقیق بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران

بر اساس نمودارهای ۲ تا ۵، تعاونی‌های اعتباری به لحاظ شاخص‌های تعداد تعاونی‌ها، تعداد شاغلین، تعداد اعضا و همچنین میزان سرمایه‌گذاری وضعیت مناسبی ندارند. این در حالی است که بنا بر آنچه پیش‌تر بیان گردید، تعاونی‌های مالی در سطح جهان کارکرد بسیار بالاتری نسبت به تعاونی‌های مالی در ایران دارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای سیاستی

سریلانکا و کنیا ضعیف‌ترین محیط‌های نظارتی را دارند که در آن نه مقررات احتیاطی و نه نظارت مالی بر FCها وجود ندارد. بورکینافاسو دارای قانون ویژه‌ای برای FCها، الزامات مقررات احتیاطی و ترتیبات نظارت مالی است، اما منابع و ظرفیت کافی برای نظارت مؤثر ندارد. در مقابل، برزیل مواردی از مقررات توسعه‌یافته و نظارت مؤثر ارائه می‌دهد. به نظر می‌رسد که تنوع، بر مبنای جغرافیایی و سطح درآمد مشتریان، به همه شبکه‌های FC کمک کرده تا مشتریان خود را افزایش دهند. به نظر می‌رسد سطح ادغام بین FCها و بین FCها و فدراسیون‌های آنها که سطح خدمات پشتیبانی موجود برای FCها را تعیین می‌کند بر نحوه واکنش FCها به رقابت بازار تأثیر می‌گذارد. FCهایی که بخشی از شبکه‌هایی با سطح یکپارچگی بالا هستند، مانند سریلانکا و کنیا، همچنین طیف گسترده‌تری از خدمات مالی را ارائه می‌کنند، سیستم‌های عملیاتی بهتری دارند. مورد کنیا نشان می‌دهد که مزایای سطح بالاتر یکپارچگی ممکن است در کشوری با سطح پایین توسعه بخش مالی نیز قابل حصول باشد. عملکرد قوی سازمان‌های سطح بالاتر، مانند بانک و شرکت بیمه بورکینافاسو، و بانک تعاونی در کنیا، همراه با عملکرد ضعیف FCها، نوعی دوگانگی است که در شبکه‌های کمتر یکپارچه مشاهده شده است. در نهایت، می‌توان گفت FCها در محیط‌های با مقررات احتیاطی و نظارت مالی بهتر عمل می‌کنند. حتی در زمینه‌ای با منابع محدود، مانند مورد بورکینافاسو، وجود مقررات احتیاطی به بهبود عملکرد FC کمک می‌کند.

در خصوص ایران ذکر چند نکته ضروری است. بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران تعداد تعاونی‌های مالی به نسبت سایر تعاونی‌ها کمتر هستند. همچنین به لحاظ شاخص‌هایی از جمله تعداد اعضا، تعداد شاغلین و سرمایه‌گذاری در این تعاونی‌ها، وضعیت مطلوبی

مشاهده نمی‌شود. مضاف بر آن در خلال دهه ۱۳۹۰ نیز رشد قابل توجهی که نوید توسعه این تعاونی‌ها در آینده را بدهد نیز مشاهده نمی‌شود. از منظر تعاریفی که در طرح بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» می‌توان گفت چندین نوع از مؤسسات اعتباری دیده شده است که در صورت عملیاتی شدن می‌توان در حوزه‌های مختلف اعم از تجاری، تخصصی و... از مزایای این نوع تعاونی‌ها بهره برد. اما نکته قابل توجه که در مطالعات صورت گرفته در حوزه تعاونی‌های مالی به آن اشاره شده قوانین و مقررات و اعطای مجوز جهت تأسیس تعاونی‌های مالی است که یک عامل محدودکننده بر سر راه توسعه این تعاونی‌ها است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود متناسب با الگوهای توسعه تعاونی‌های مالی در کشورهای مختلف که در زمینه تعاونی‌های مالی روستایی، کشاورزی و سایر انواع تعاونی‌های مالی به دستاوردهایی رسیده‌اند برای ایران نیز چنین تعاونی‌هایی در قانون پیش‌بینی و مجوزهای لازم در چهارچوب مقررات اعطا شود.

منابع

- ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن، عظیمی، ماشاله، رودساز، حبیب، و قربانی‌زاده، وجه اله. (۱۳۹۶). تبیین الگوی تأمین مالی تعاونی‌ها برای مشارکت‌های عمومی خصوصی در توسعه زیرساخت‌های کشور با استفاده از نظریه داده‌بنیاد. تعاون و کشاورزی (تعاون)، ۶(۲۱)، ۱۴۹-۱۷۲.
- ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن، و عظیمی، ماشاله. (۱۳۹۶). بررسی روش‌های نوین تأمین مالی در تعاونی‌های ایران (رویکردی کیفی). بورس اوراق بهادار، ۱۰(۳۸)، ۵۵-۸۵.
- فرج زاده، زکریا، زارعی، صمد، و مختاری، سهراب. (۱۳۹۵). تأمین مالی خرد و اشتغال‌زایی در تعاونی‌های استان فارس با تأکید بر تعاونی‌های روستایی: ارزیابی دیدگاه اعضای تعاونی و عوامل تعیین‌کننده. روستا و توسعه، ۱۹(۲)، ۱۷۷-۲۰۱.
- ملاکریمی، نعمت اله، و زارعی، احسان اله. (۱۳۹۲). بررسی وضعیت تعاونی‌های اعتبار در جهان و مروری بر نحوه ساماندهی و نظارت بر تعاونی‌های اعتبار صنفی و آزاد در ایران. روند (روند پژوهش‌های اقتصادی)، ۲۰(۶۱-۶۲)، ۱۴۵-۱۷۶.
- موسویان، سیدعباس، فاضلیان، سیدمحسن، و علی حسینی، مهدی. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی تعاونی‌های اعتبار و ارائه الگوی مطلوب. اقتصاد اسلامی، ۱۶(۶۱)، ۱۰۹-۱۳۶.

Cuevas, Carlos E. & Buchenau, J. ۲۰۱۸. Financial Cooperatives: Issues in Regulation, Supervision, and Institutional Strengthening. © World Bank, Washington, DC. <http://hdl.handle.net/10986/30916> License: [CC BY ۳,۰ IGO](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Grace, D. (۲۰۱۴). Global Census of Cooperatives. *Unpublished manuscript*.

Nair, A., & Kloeppinger-Todd, R. (۲۰۰۷). Reaching rural areas with financial services: lessons from financial cooperatives in Brazil, Burkina Faso, Kenya, and Sri Lanka. Agriculture and Rural Development Discussion Paper, (۳۵).

طراحی مدل دیرپایی کسب و کارهای کارآفرینی بخش تعاون

(مورد مطالعه: تعاونی های تولیدی، تحت ضمانت صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون)

مهدی حسین نژاد^۱

این پژوهش با هدف طراحی مدل دیرپایی در شرکت های تعاونی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون به کمک مصاحبه و روش دلفی در بخش کیفی و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی در بخش کمی انجام شده است. جامعه آماری مورد بررسی مدیران عامل، خبرنگاران بخش تعاونی و کارآفرینی در مصاحبه و راندهای دلفی و شرکت های تعاونی کارآفرین تحت ضمانت صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون در مرحله کمی می باشند. چارچوب تحلیلی با استفاده از مطالعات و تحقیقات پیشین و دانش ضمنی خبرگان، فراهم گردید. سپس با استفاده از روش دلفی و نمونه گیری هدفمند، سعی شد تا الگوی صحیح مطابق نظر خبرگان تهیه و تدوین شود. نتایج مصاحبه و مراحل دلفی شناسایی ۴۴ عامل تأثیرگذار بر دیرپایی تعاونی ها بود که با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی ۸ مؤلفه حاصل شد. سپس با روش تحلیل مسیر به بررسی روابط بین مؤلفه های نوظهور و دیرپایی به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد.

یافته ها نشان داد که مؤلفه خلاقیت و نوآوری بیشترین تأثیر را بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین داشته است. سایر عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین به ترتیب اهمیت عبارتند از عوامل محیطی، اهلیت عاملین تعاونی، تعهد و مسئولیت پذیری اعضای تعاونی، ایده یابی صحیح، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش های جدید و فرایندمحوری.

واژگان کلیدی: دیرپایی، کارآفرینی، تعاونی، صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون

^۱. دکتری کارآفرینی – گرایش کسب و کار. ایمیل: farhad_soltani60@yahoo.com

۱- مقدمه

نظر می‌رسد مدل جامعی که بتواند اولاً در مراحل مختلف رشد یک تعاونی مؤلفه‌های مؤثر بر دیرپایی شرکت‌های تعاونی کارآفرین را شناسایی و سپس مدل دیرپایی آنان را ترسیم نماید، وجود ندارد. دیرپایی^۲ به معنای ادامه حیات بلندمدت یک کسب‌وکار و توانایی داشتن سود پایدار در دوره زمانی مشخص است [۳۰]. در این پژوهش دیرپایی تعاونی مطابق نظر کولدا معادل رشد و موفقیت تعاونی در بلندمدت در نظر گرفته می‌شود. از بعد نظری هر یک از محققین از جنبه خاصی به مدل‌های موفقیت کسب‌وکارها پرداخته‌اند. حال آنکه دو نکته در این زمینه مهم می‌باشد. اول اینکه می‌بایست این مدل‌ها جنبه‌های دیرپایی (رشد و موفقیت بلندمدت) کسب‌وکارها را پوشش دهد و در قدم دوم اینکه می‌بایست پیشنهاداتی برای هر مرحله از شروع تا رشد و افول کسب‌وکارها ارائه نماید. این موردی است که به نظر می‌رسد در مدل‌های کسب‌وکاری ارائه‌شده به خوبی مورد بررسی قرار نگرفته است [۲۸]؛ بنابراین هدف این پژوهش، ارائه مدلی به منظور دیرپا کردن کسب و کارهای کارآفرینی بخش تعاون تحت ضمانت صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون می‌باشند.

۲- متن

مطابق فرهنگ‌های مختلف انگلیسی، واژه وایبیلیتی^۳ به‌عنوان توانایی زنده ماندن و توسعه یافتن تعریف می‌شود. در یک تعریف جهانی دیرپایی کسب‌وکار برای شرکتی به کار می‌رود که همچنان به رشد در اندازه و بازده خود ادامه دهد و بازده مثبتی را در گردش مالی ایجاد کند. از نظر اقتصادی نیز، دیرپایی سودآوری در طول زمان تلقی می‌شود [۲۱].

در لغت‌نامه دهخدا نیز دیرپایی به معنی پایداری و دوام (پاینده) معرفی شده است. دیرپایی به معنای ادامه حیات بلندمدت یک

تعاونی‌ها در یک اقتصاد مردم‌سالار هم هدف هستند و هم وسیله، هدف هستند؛ زیرا توسعه و رشد را در سطح زندگی واقعی مردم متبلور می‌کنند و وسیله هستند؛ زیرا از طریق آن می‌توان به دستاوردهایی همچون امنیت و رفاه و توزیع عادلانه درآمد و غیره دست یافت. در کل می‌توان گفت که تعاونی‌ها یکی از اصلی‌ترین جنبه‌های مادی و اقتصادی جوامع هستند که با جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه پیوند مستقیم دارند [۲]. با نگاهی به چگونگی شکل‌گیری تعاونی‌های کشورهای توسعه‌یافته در می‌یابیم که بسیاری از این کشورها با کمک گرفتن از تعاونی‌ها توانسته‌اند در تهیه غذا، تأمین نیروی کار موردنیاز بخش صنعت، صنایع تبدیلی و تکمیلی و همچنین ایجاد بازار مصرف کالاهای تولیدی، جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و... نقش اساسی ایفاء کنند [۲۷].

بر اساس تعریف دانهوف واژه تعاون^۱ را می‌توان معادل شرکای فعال در نظر گرفت. طبق تعریف اتحادیه بین‌المللی تعاون، شرکت‌های تعاونی، اجتماعی مستقل از افراد است که به‌منظور تأمین نیازها و اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود از طریق اداره و نظارت دموکراتیک موسسه‌ای با مالکیت جمعی، با همدیگر به نحو اختیاری توافق نموده است.

تاکنون در ایران نزدیک به ۲۱۵ هزار شرکت تعاونی با اهداف فوق تشکیل شده‌اند که بر اساس آمار ارائه‌شده در سایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حال حاضر تعداد ۹۳ هزار شرکت تعاونی فعال می‌باشد که بسیاری از تعاونی‌های فعال با ظرفیت پائین مشغول فعالیت می‌باشند. از آنجائی که مدل کسب‌وکار تعاونی‌ها یک کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شود [۱۷]، لذا برای کارائی، نوآوری و بهره‌وری تعاونی‌های موجود و ایجاد تعاونی‌های نسل جدید نوآور و کارآفرین بر اساس مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی به

^۱ Cooperation

^۲ Viability

^۳ Viability

توانمندی‌های اقتصادی و بهبود آموزش و نظارت) است. خسرو عبداللهی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی نشان دادند که از میان عوامل درون‌سازمانی تأثیرگذار بر دیرپایی فعالیت تعاونی‌های موردپژوهی، عواملی نظیر اعتماد اعضا نسبت به مدیرعامل، اعتماد مدیرعامل نسبت به اعضا و اعتماد اعضا به وعده‌های مسئولین اهمیت بیشتری دارد و در میان عوامل برون‌سازمانی، عواملی مانند کمک‌های بلاعوض دولت به تعاونی و تأمین بخش زیادی از سرمایه اولیه توسط دولت، مهم‌تر هستند.

حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد رابطه معناداری میان عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی - مالی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی - قانونی با موفقیت کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد که از بین این عوامل بیشترین تأثیر در موفقیت کارآفرینی زنان روستایی مورد تحقیق، مربوط به عوامل اقتصادی - مالی است. مقصودی (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی استان خوزستان» انجام داده است. هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد بخش کشاورزی استان خوزستان بود. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که بین اندازه کسب‌وکار، تعداد سال‌های فعالیت، تعداد افراد شاغل، میزان سرمایه اولیه، ارزش تولید فعلی و پایداری کسب‌وکار خرد کشاورزی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در همین راستا

کسب‌وکار و توانایی داشتن سود پایدار در دوره زمانی مشخص است [۳۰]. به عبارت دیگر، مفهوم دیرپایی احتمال ادامه فعالیت در طول زمان است [۲۸]. پارادایم دیرپایی امروزه تا حد بسیار زیادی جایگزین موفقیت در ادبیات مدیریت سازمان‌ها شده است و تقریباً اغلب سازمان‌ها به‌نوعی کسب موفقیت‌های پایدار را در نظام ارزشی خود تعریف می‌کنند [۳۰]. در این مطالعه دیرپایی تعاونی مطابق نظر کولدا^۱، باریک^۲ و وینسنزو^۳ معادل رشد و موفقیت تعاونی در بلندمدت در نظر گرفته می‌شود.

بسیاری از محققین موانع متعددی را برای دیرپایی کسب‌وکار برشمرده‌اند که شامل: سطح پایین آموزش، مشتریان با درآمد پایین، کمبود سرمایه اولیه کسب‌وکار، رقابت با کسب‌وکارهای بزرگ، کمبود نفوذ سیاسی، بازارهای محدود، عدم توانمندی در جمع‌آوری بدهی‌ها و بازده مالی پایین می‌باشد [۳۱]. کریستوفر^۴ در پژوهش خود عملکرد و دیرپایی کسب‌وکار را در دو جنبه بیان می‌کند؛ اول دیرپایی بر اساس ویژگی صاحب کسب‌وکار و محل جغرافیایی طرح و دوم دیرپایی بر اساس شرایط اقتصادی کلان. در این پژوهش همچنین بیان شده است که تعداد سال‌هایی که صاحب کسب‌وکار آموزش رسمی دریافت می‌کند، تجارب کاری صاحب کسب‌وکار، آوردن سرمایه اولیه کافی و تأمین مالی به کمک بانک‌های تجاری می‌تواند به دیرپایی کسب‌وکار کمک کند. حیدری ساربان (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی (پژوهش موردی: شهرستان پارس‌آباد) نشان داد که مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی در مناطق روستایی شامل چهار مؤلفه (بهبود مدیریت داخلی، توانمندی‌های مشارکتی و انگیزشی، بهبود

^۳ Vinsenzo

^۴ Christopher

^۱ Koleda

^۲ Barik

«مردمی سازی اقتصاد و رشد تولید با توسعه تعاون»

محققین مختلف بر جنبه‌های متفاوتی از عوامل دیرپایی تأکید نموده‌اند. برخی از محققین تمرکز خود را بر ایده‌های محوری مطرح نموده‌اند [۲۴] [۳۳]، در این مدل‌ها بیان شده است که به‌منظور موفقیت و رشد در کسب‌وکار لازم است تا ایده‌های محوری را به‌صورت دقیق انتخاب نمود. در واقع داشتن یک ایده محوری اولیه با تمامی ویژگی‌ها و ابعاد انحصاری آن می‌تواند در ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه فعالیت‌های شرکت‌ها در آینده تأثیرگذار باشد [۱۷]. همچنین ایده‌های جدید می‌تواند در ایجاد تجارب جدید برای موفقیت کسب‌وکارها تأثیرات بالایی داشته باشد. در همین زمینه باید بیان نمود که در صورتی که ایده‌ها به‌صورت دقیق تعریف می‌شود می‌تواند در کاهش عدم اطمینان محیطی نیز تأثیرگذار باشند. برخی محققین نیز بر ویژگی‌های فردی کارآفرینان در طراحی مدل‌های کسب‌وکار اشاره نموده‌اند [۲] [۱۰] [۱۱] [۲۴] [۳۱] [۳۲] [۲۳] [۳۳]. در برخی تحقیقات نیز بر فرآیندهای اجرایی در کسب‌وکار اشاره شده است [۱۱] [۲۵] [۳۳]. در واقع فرآیندهای صحیح مدیریت و کارآفرینی در سطح کسب‌وکارها می‌تواند متضمن عملکرد برتر این کسب‌وکارها باشد. دسته‌ای دیگر از محققین عوامل محیط کسب‌وکار را به‌عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت مطرح نموده‌اند. از دیدگاه این محققین محیط کسب‌وکار می‌تواند به شدت موفقیت کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار دهد [۲۵] [۲] [۱۹] [۳۱]. در نهایت نیز برخی از محققین بیان نموده‌اند که عملکرد نهایی یک کسب‌وکار نیز اهمیت بالایی در موفقیت را به دنبال دارد [۲۵] [۳۱]. البته برخی تحقیقات مانند

شکرایی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت راهبرد کسب‌وکار به‌منظور کسب ارزش پایدار در صنعت تزریق پلاستیک ایران بر عوامل محیطی و همچنین فرآیندهای اجرایی یک کسب‌وکار اشاره نموده است.

میکامی^۱ در سال ۲۰۱۸ پژوهشی تحت عنوان ارزیابی دیرپایی مالی و بهره‌وری تولید شرکت‌های تعاونی با تعداد قابل‌قبولی عضو، انجام داده است. در این مقاله بیان شده است که شرکت‌های تعاونی به‌عنوان نوعی از شرکت‌های تجارت که تجارت کمتری نسبت به شرکت‌های متعارف سرمایه‌داری در سیستم بازار سرمایه‌داری می‌باشند در نظر گرفته شده است.

بورکلند و همکاران^۲ (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان فاکتورهای بحرانی برای دیرپایی مدل‌های کسب‌وکار در تقویت مراکز شهری انجام دادند. در این پژوهش بیان گردیده که محققان به‌ندرت اجزای مدل تجارتي مربوط به آمایش شهری را توصیف کرده‌اند. هدف این پژوهش تحلیل و بررسی عوامل بحرانی برای مدل‌های کسب‌وکار دیرپا می‌باشد که با استفاده از ادبیات پژوهش ۷ عامل بحرانی را شناسایی کرده‌اند. این ۷ فاکتور عبارت‌اند از: توانایی توسعه و سازگاری با یک محیط پویا، استفاده از نقش کارآفرینی در آغاز کار، توانایی نوآوری خدمات جدید، خیرگی در تدارکات و مدیریت زنجیره تأمین، توانایی استفاده از مدیریت فناوری اطلاعات و پذیرفته شدن در جامعه. تمامی این فاکتورهای مدل‌های کسب‌وکار دیرپا به دنبال جذب فرصت‌های جدید و غیرمنتظره هستند.

^۲ Bjorklund at el

^۱ Kazuhiko Mikami

سفیانی (۲۰۱۳)، به صورت چندبعدی به بررسی عوامل کلیدی موفقیت و دیرپایی کسب و کارها پرداخته‌اند.

بخش اول تحقیق حاضر از نظر ماهیت از نوع تحقیقات اکتشافی است، زیرا مسئله‌ای را مورد توجه قرار می‌دهد که قبلاً به این صورت و در این سطح به آن پرداخته نشده است. در چنین نوع تحقیقی به جای آزمودن فرضیه، هدف، جمع‌آوری ایده‌ها برای رسیدن به الگو و یافتن درک عمیق از موضوع است. بخش دوم تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات تأییدی می‌باشد؛ بنابراین از رویکرد ترکیبی (آمیخته) در این پژوهش استفاده شده است که هدف آن ترکیب روش‌های تحقیق کمی و کیفی برای دستیابی به روشی مناسب جهت نیل به اهداف تحقیق است. در تحقیق آمیخته، به داده‌های کیفی اهمیت بیشتری داده می‌شود. علاوه بر آن در توالی گردآوری داده‌ها ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی گردآوری می‌شوند. در نهایت پژوهشگر بر مبنای یافته‌های حاصل از داده‌های کیفی، سعی بر آن دارد که داده‌های کمی را گردآوری کند تا تعمیم‌پذیری یافته‌ها را میسر سازد [۱۹].

در این مطالعه با استفاده از مصاحبه اکتشافی با خبرگان و متخصصین، عوامل مؤثر در دیرپایی تعاونی‌ها به صورتی عام و به شکل مشخص در تعاونی‌های تولیدی، ایجادیت تحت حمایت صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون شناسایی شده و در مرحله بعد داده‌ها با استفاده از نقطه‌نظرات خبرگان نظام تعاونی و نخبگان دانشگاهی به کمک تکنیک دلفی تحلیل گردید. به عقیده توانا، کندی و جاگلکار^۱ (۱۹۹۶) تکنیک دلفی نوعی ارتباط گروهی بین مجموعه‌ای از متخصصان و صاحب‌نظران است که تجربه و دانش موضوع مورد مطالعه را دارند. در این مرحله جمع‌آوری و طبقه‌بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان از طریق توزیع پرسشنامه‌هایی در بین افراد و بازخور کنترل شده پاسخ‌ها و نظرات دریافتی صورت می‌گیرد و به‌کارگیری آن عمدتاً

با هدف کشف ایده‌های خلاقانه و قابل اطمینان و یا تهیه اطلاعاتی مناسب به منظور تصمیم‌گیری است. نتیجه این مرحله شناسایی عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین تولیدی از نظر اعضای پانل می‌باشد. در گام بعدی براساس اطلاعات به دست آمده از مرحله قبل، ابزاری برای سنجش اعتبار و میزان اهمیت این عوامل در جامعه مورد پژوهش طراحی و آزمون شد. عوامل تأیید شده در پیمایش با استفاده از فن تحلیل عاملی اکتشافی در ابعاد جدیدی دسته‌بندی و سپس روابط علی بین آن‌ها با استفاده از فن تحلیل مسیر ارزیابی شد (روش تحلیل کمی).

روش و ابزار گردآوری اطلاعات در این مطالعه، مطالعات کتابخانه‌ای (کتب، نشریات خارجی و داخلی، پایگاه‌های داده، سایت‌های اینترنتی و غیره)، روش دلفی (هیئت خبرگان)، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته (مصاحبه با متخصصان و خبرگان حوزه تحقیق) و میدانی (پرسش‌نامه) می‌باشد.

نمونه آماری در این تحقیق، در مرحله اول خبرگان و در مرحله دوم شرکت‌های تعاونی کارآفرین تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون به تعداد ۲۸۰ شرکت بودند. شرکت‌های تعاونی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون ۱۵۶۰ شرکت است که حدود ۹۰۰ شرکت تعاونی از نوع کارآفرین است. از مجموع ۹۰۰ شرکت تعاونی کارآفرین، ۴۱۲ تعاونی دیرپا می‌باشند و بیش از ۵ سال هست که از خدمات صندوق بهره‌مند می‌شوند. از مجموع ۴۱۲ تعاونی کارآفرین دیرپا ۲۸۰ پرسش‌نامه به روش تصادفی جمع‌آوری گشت.

در این پژوهش از شش پرسش‌نامه بنا به ضرورت استفاده شد. اولین پرسش‌نامه مصاحبه نیمه ساختاریافته بود که در مرحله اول نظرسنجی از هیئت خبرگان توزیع گردید، پرسش‌نامه دوم تا پنجم دوره‌های اول تا چهارم دلفی را تشکیل دادند. پرسش‌نامه ششم جهت جمع‌آوری داده برای تحلیل عاملی اکتشافی و برازش و

^۱ Tavana, M, Kennedy, D & Joglekar, P

در این تحقیق با استفاده از ادبیات و پیشینه موضوع و مرور مبانی نظری و انجام مصاحبه‌های اکتشافی در ابتدا ۲۵ عامل اصلی در طراحی مدل دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاونی شناسایی گردید. سپس محقق با راهنمایی استاد محترم راهنما و با استفاده از روش نمونه‌گیری هدف‌مند به تشکیل هیئت خبرگان اقدام نمود. پس از طی ۴ مرحله دلفی اعضای هیئت خبرگان با توجه به نتایج دوره‌های قبلی و میانگین پاسخ‌های قبلی در مورد ۴۴ عامل مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین به توافق نسبی دست یافتند و در ادامه با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تکنیک تحلیل مؤلفه‌های اصلی، هشت مؤلفه جدید و بدیع به دست آمد که نتایج آن در ادامه ارائه می‌شود. سپس به کمک تحلیل مسیر روابط بین مولفه‌های مؤثر بر دیرپایی و دیرپایی آزمون شد و مدل نهایی برآزش شد.

تست مدل بود. جدول مختصات توزیع پرسش‌نامه به قرار زیر می‌باشد.

جدول ۱: مختصات توزیع پرسش‌نامه

مرحله	مخاطب	تاریخ توزیع	تعداد توزیع (نفر)	تعداد برگشت (نفر)	درصد برگشت
اول	هیئت خبرگان	اردیبهشت ۹۸	۱۲	۱۲	۱۰۰
دوم	هیئت خبرگان	اردیبهشت ۹۸	۱۲	۱۲	۱۰۰
سوم	هیئت خبرگان	خرداد ۹۸	۱۷	۱۶	۹۴
چهارم	هیئت خبرگان	مرداد ۹۸	۲۲	۲۰	۹۰
پنجم	هیئت خبرگان	شهریور ۹۸	۲۶	۲۳	۸۸
ششم	موردپژوهش	آبان ۹۸	۳۵۰	۲۸۰	۸۰

۳- نتیجه

در این بخش به خروجی‌های مربوط به مصاحبه نیمه ساختاریافته، راندهای دلفی، تحلیل عاملی اکتشافی و تست مدل مفهومی طراحی شده در خصوص دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاونی به همراه آزمون روابط در موردپژوهش شرکت‌های تعاونی کارآفرینی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون پرداخته شده است.

در گام اول پس از بررسی ادبیات موضوع و شناسایی و احصا عوامل مؤثر بر دیرپایی، مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد تا عوامل مؤثر بومی و از جنس تعاونی و شرکت‌های کارآفرینی استخراج شود. خبرگان در مصاحبه ۲۵ عامل تأثیرگذار بر دیرپایی شرکت کارآفرین بخش تعاونی در ایران را بیان کردند که به قرار زیر می‌باشد.

جدول ۲: کدها و خروجی مصاحب

ردیف	عوامل	کدها
۱	همبستگی اعضای تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> ارتباط مؤثر اعضا از طریق شبکه‌های اجتماعی هم فکری و همبستگی بین اعضای تعاونی در تصمیم‌گیری اعتماد متقابل بین اعضای تعاونی
۲	داشتن شبکه عرضه و فروش	<ul style="list-style-type: none"> قرار گرفتن تعاونی در شبکه فروش استفاده از شبکه‌های مویرگی پخش کالا در کشور استفاده از توان تعاونی‌های مصرف در عرضه و فروش کالا/خدمات
۳	رقابت‌پذیری محصول تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> داشتن محصول با مزیت رقابتی تولید محصول با قیمت مناسب ارائه خدمات و تولیدات باکیفیت
۴	مشارکت اعضا	<ul style="list-style-type: none"> شرکت فعال اعضا در مجامع و رویدادها تعهد و جدیت اعضا در تصمیم‌گیری‌های مهم داشتن اعضای فعال
۵	تناسب ایده کسب‌وکار با علایق مؤسسان تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> کسب‌وکار تعاونی در جهت علاقه مؤسسان باشد ایده کسب و کار مورد توجه مؤسسان باشد کسب و کار تعاونی برخاسته از نیاز اعضا باشد
۶	تناسب ایده کسب‌وکار با تحصیلات مؤسسان تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> ارکان تعاونی تحصیلات عالیه مرتبط داشته باشند دانش مؤسسان در حوزه کسب و کار کافی باشد ارکان کسب و کاری را شروبع کنند که دانش کافعی در مورد آن داشته باشند
۷	دسترسی آسان به مواد اولیه	<ul style="list-style-type: none"> مواد اولیه به وفور یافت شود مواد اولیه ترجیحا وارداتی نباشد محصولی تولید شود که مواد اولیه آن با قیمت مناسب پیدا شود
۸	مدیران و مؤسسان خطرپذیر	<ul style="list-style-type: none"> مدیران تعاونی ریسک‌پذیر باشند تعاونی وارد حوزه‌های جدید شود مدیران و مؤسسان شجاع باشند و اعتماد بنفس داشته باشند
۹	نوآوری ایده	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از صدای مشتری داشتن نظام پیشنهادات استفاده از ایده‌های نو
۱۰	تأمین کل سرمایه‌گذاری توسط اعضا	<ul style="list-style-type: none"> اعضای تعاونی استطاعت مالی داشته باشند تعاونی از نظر مالی قوی باشد شرکت تعاونی بدون وام ادامه فعالیت دهد
۱۱	داشتن برند	<ul style="list-style-type: none"> برندسازی فروش محصولات و خدمات تحت برند شرکت تعاونی خوشنام باشد
۱۲	ارتباط قوی با مشتری	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از CRM در تعاونی تلاش برای کسب رضایت مشتریان با ارائه محصولات ارزان و با کیفیت اکرام مشتریان
۱۳	توان اقتصادی اعضا	<ul style="list-style-type: none"> افراد در تعاونی از نظر اقتصادی توانمند باشند توان مالی اعضا قوی باشد

۱۴	دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی	<ul style="list-style-type: none"> وجود مرکز مشاوره تخصصی در بخش تعاون ارایه خدمات مشاوره ای به تعاونی در تمامی بخش ها توسط اداره تعاون برپایی شرکت های تعاونی مشاوره کسب و کار
۱۵	میزان درک فرصت های کارآفرینانه توسط مؤسسين	<ul style="list-style-type: none"> موسسين از فرصت هالی کارآفرینی آگاه باشند آگاهی موسسين از اهمیت توسعه محصول تعهد موسسين در بهره برداری از توان کارآفرینی
۱۶	آموزش اعضا، ارکان و مدیران	<ul style="list-style-type: none"> داشتن کارکنان آموزش دیده تخصیص بودجه مناسب برای آموزش داشتن واحد آموزش و توسعه در شرکت تعاونی
۱۷	تسهیل صادرات برای تعاونی ها	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از شبکه تعاونی بین المللی رایزنی های قانونی برای مشوق های صادراتی برای تعاونی تشکیل تعاونی های تامین نیاز برای جمع آوری و صادرات محصولات
۱۸	کافی بودن میزان سرمایه گذاری	<ul style="list-style-type: none"> جذب سرمایه گذار داشتن اعضای تعاونی با توان مالی خوب سرمایه کافی در تعاونی
۱۹	دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن	<ul style="list-style-type: none"> تخصیص منابع مالی در بخش R&D اهمیت به پژوهش در شرکت استفاده از خروجی پژوهش های توسعه ای
۲۰	استفاده از پوشش های بیمه ای	<ul style="list-style-type: none"> پوشش دادن ریسک های مترتب شناسایی ریسک ها و مدیریت آن ها استفاده از امکان خدمات بیمه ای در مدیریت ریسک
۲۱	میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه	<ul style="list-style-type: none"> داشتن مدیران آگاه به فرایند کارآفرینی داشتن تیم طراحی محصول آگاه به مباحث کارآفرینی برخوردری از مشاورین مسلط به کارآفرینی
۲۲	زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> شرکت مستمر در مجامع توسط اعضا انتخاب مدیران لایق توسط اعضا ارتباط مستمر با بازرس
۲۳	میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> ارایه محصولات متناسب با نیاز بازار به روز رسانی محصولات نوآوری دوره ای در محصولات
۲۴	استفاده از فضای مجازی برای بازاریابی و فروش	<ul style="list-style-type: none"> تبلیغات از طریق شبکه های اجتماعی معرفی محصول و خدمت در بستر اینترنت استفاده از امکان فضای مجازی برای فروش
۲۵	دارا بودن کارکنان ماهر	<ul style="list-style-type: none"> نیروی انسانی مسلط به کار و آموزش دیده به کار گیری استاد کارهای حرفه ای کارکنا متبحر و ماهر دارای سابقه کار مرتبط

نتایج مرحله اول دلفی

و مصاحبه که جمعاً ۲۵ عامل بود، با حذف ۲ مورد، ۲۳ مورد از

آن ها را برای تعاونی ها با محاسبه میانگین، انحراف معیار به همراه

مقادیر کمینه و بیشینه، با تأثیر خیلی زیاد تشخیص دادند. اعضای

در این مرحله، اعضای هیئت خبرگان از بین عامل های مؤثر بر

دیرپایی تعاونی های کارآفرین احصا شده از مرور ادبیات موضوع

«مردمی سازی اقتصاد و رشد تولید با توسعه تعاون»

۴۴ مورد بود با پیشنهاد اصلاح بعضی از عناوین عوامل، تأیید نمودند.

نتایج مرحله چهارم دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت در مورد ۴۴ عامل مؤثر بر دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین، با توجه به نتایج دورهای قبل و میانگین پاسخ‌های قبلی توافق نسبی پیدا نمودند. نتایج تفصیلی مرتبط با اجرای مرحله چهارم توزیع پرسش‌نامه در جدول ۳ آمده است.

هیئت ۲ مورد را پیشنهاد اصلاح دادند که شامل "تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش‌های نوین" و "اعتمادسازی در خصوص تعاونی‌ها" می‌باشد. همچنین در پایان پرسش‌نامه دور اول در مجموع خبرگان ۲۵ عامل تأثیر گزارش جدید مرقوم نمودند که پرسش‌نامه دور دوم دلفی را تشکیل داد.

نتایج مرحله دوم دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت در مورد عوامل مطرح شده و پیشنهاد شده در دور اول دلفی که ۲۵ عامل بود، تعداد ۳ مورد از عوامل را پیشنهاد حذف دادند و ۲۲ مورد از آن‌ها را با تأثیر خیلی زیاد تشخیص دادند.

نتایج مرحله سوم دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت پیرامون مجموع عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین تأیید شده در دور اول و دوم که ۴۵ عامل بود، ۱ مورد آن‌ها را پیشنهاد حذف دادند و بقیه را که

جدول ۳: توصیف آماری تفصیلی نتایج مرحله چهارم دلفی

ردیف	عنوان	میانگین	انحراف معیار	کمیته	پیشنهاد
۱	رقابت‌پذیری محصول تعاونی	۴.۴۲	۰.۹۲۱	۲	۵
۲	مشارکت اعضا	۳.۹۹	۰.۳۵۱	۴	۵
۳	انگیزه‌های فردی مؤسسان	۴.۲۴	۰.۴۱۴	۴	۵
۴	تناسب تجربه و قابلیت مدیریتی ارکان و مدیران با ایده کسب و کار	۴.۳۴	۰.۶۲۴	۳	۵
۵	شبکه‌سازی و قرار گرفتن در زنجیره تولید موفق	۴.۳۸	۰.۳۲۱	۴	۵
۶	تناسب ایده کسب و کار با تحصیلات و تخصص ارکان و مدیران تعاونی	۴.۱۵	۰.۵۴۱	۴	۵
۷	تناسب ایده کسب و کار با علایق ارکان و مدیران تعاونی	۴.۲۴	۰.۴۲۶	۴	۵
۸	تناسب ایده کسب و کار با نیاز اعضا تعاونی	۳.۸۸	۰.۸۳۴	۳	۵
۹	داشتن ایده خلقی در کسب و کار تعاونی	۳.۲۴	۰.۳۱۴	۴	۵
۱۰	شناخت اعضا نسبت به هم	۳.۴۶	۰.۶۷۵	۳	۵
۱۱	همبستگی اعضای تعاونی	۴.۳۹	۰.۳۴۲	۴	۵
۱۲	دسترسی به مراکز نوآوری	۴.۱۸	۰.۰۲۳	۴	۵
۱۳	شناخت و آگاهی از اصول تعاونی	۴.۲۱	۰.۴۶۹	۴	۵

مجموعه مقالات نخستین همایش اقتصادی تعاون ایران

«مردمی سازی اقتصاد و رشد تولید با توسعه تعاون»

۵	۴	۰.۰۶۵	۴.۳۴	در دسترس بودن سرمایه لازم	۱۴
۵	۴	۰.۳۵۱	۴.۴۰	دانش فنی	۱۵
۵	۳	۰.۱۴۱	۴.۱۴	دسترسی آسان به مواد اولیه	۱۶
۵	۴	۰.۳۳۲	۴.۲۱	داشتن برنامه استراتژیک	۱۷
۵	۴	۰.۵۱۷	۴.۲۳	روحیه خلاق مؤسسان و مدیران	۱۸
۵	۴	۰.۵۱۲	۴.۳۸	دارا بودن تجربه کارآفرینی	۱۹
۵	۴	۰.۴۰۲	۴.۴۸	ثبات قیمت ارز	۲۰
۵	۳	۰.۷۲۰	۴.۲۳	داشتن برند	۲۱
۵	۳	۰.۶۳۰	۴.۳۸	شبکه ارتباط با مشتری	۲۲
۵	۳	۰.۶۰۷	۴.۳۴	ایجاد ارزش منحصربه‌فرد برای مشتریان	۲۳
۵	۴	۰.۴۰۲	۴.۲۵	یادگیری و ارزش‌آفرینی	۲۴
۵	۴	۰.۵۰۲	۴.۲۰	بهبود و کیفیت محصول یا خدمت	۲۵
۵	۴	۰.۴۱۹	۴.۳۶	دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی	۲۶
۵	۴	۰.۴۴۵	۴.۴۲	میزان درک فرصت‌های کارآفرینانه توسط مؤسسان	۲۷
۵	۴	۰.۵۱۴	۴.۳۶	میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه	۲۸
۵	۴	۰.۴۴۱	۳.۷۲	میزان مخاطره‌پذیری در تعاونی	۲۹
۵	۴	۰.۴۱۶	۴.۲۳	آموزش اعضا، ارکان و مدیران تعاونی	۳۰
۵	۴	۰.۴۴۶	۴.۲۲	دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن	۳۱
۵	۴	۰.۳۱۲	۴.۴۲	میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی	۳۲
۵	۴	۰.۳۱۴	۳.۹۷	استفاده از امکان فضای مجازی برای بازاریابی و فروش	۳۳
۵	۴	۰.۳۱۶	۴.۲۹	استفاده از فن‌آوری‌های مدرن و نوین	۳۴
۵	۳	۰.۲۴۵	۳.۸۲	زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی	۳۵
۵	۳	۰.۷۵۲	۳.۶۳	تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش‌های نوین	۳۶
۵	۴	۰.۴۱۴	۳.۹۰	اعتمادسازی در خصوص تعاونی‌ها	۳۷
۵	۳	۰.۶۸۹	۴.۲۴	قرار گرفتن در زنجیره تولید	۳۸
۵	۳	۰.۶۵۳	۴.۳۲	داشتن استراتژی بازاریابی مناسب	۳۹
۵	۴	۰.۵۲۴	۴.۲۳	مدیریت مؤثر و اعمال کنترل بر روی فرایندها	۴۰
۵	۴	۰.۴۵۸	۳.۸۹	مدل‌سازی و مستندسازی فرایندهای کسب‌وکار در تعاونی	۴۱
۵	۴	۰.۵۳۱	۴.۴۲	بهبود مستمر فرایندها	۴۲
۵	۳	۰.۴۵۷	۴.۴۳	نوآوری در طراحی محصول یا خدمت	۴۳
۵	۴	۰.۸۵۲	۴.۶۲	استانداردسازی فرایندها	۴۴

جدول ۴: توصیف آماری کلی نتایج مرحله چهارم

۴.۱۸۶	میانگین کل
۰.۴۸۵	انحراف معیار کل
۳	کمینه
۵	بیشینه

در جدول ۴ نیز آمار کلی مرحله نهایی توصیف گردیده است.

همان گونه که در دو جدول بالا مشاهده می‌شود، میانگین کل امتیازات اختصاص یافته به ۴۴ عامل مطرح شده برابر با ۴۱۸۶ بوده و همه عوامل اثرگذار بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین، دارای میانگین بالاتر از ۳ بوده‌اند.

ضریب هماهنگی کندال

در این پژوهش ضریب هماهنگی کندال برای پاسخ‌های هیئت خبرگان در دور چهارم دلفی، ۶۸/۶٪ است، با توجه به اینکه تعداد اعضای هیئت بیش از ۱۰ نفر بود، این میزان از ضریب کندال کاملاً معنادار به حساب می‌آید.

همچنین ضریب هماهنگی کندال برای عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین در دور چهارم نسبت به دور سوم تنها ۰۰۳۲ افزایش یافت که این ضریب یا میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل در دو دور متوالی، رشد قابل توجهی نشان نمی‌دهد و نظرخواهی در این دور متوقف شد و در نتیجه ۴۴ عامل تأثیرگذار بر شرکت‌های کارآفرین در بخش تعاون نهایی شد. برای ادامه مسیر پژوهش محقق به دنبال استخراج مولفه‌های اصلی از ۴۴ عامل نهایی شده بود تا مدل مفهومی اولیه را ترسیم کند. برای استخراج

مؤلفه‌ها پرسش‌نامه‌ای با ۴۴ گویه ساخته شد که پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۸۷ درصدی پذیرفته شد و روایی آن از نظر محتوا توسط خبرگان و از نظر سازه توسط شاخص‌های برازش مدل و جدول واریانس تبیین شده جامع سنجیده شد که در ادامه گزارش می‌شود.

نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی

نتایج آزمون‌های تحلیل عاملی اکتشافی (تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی و واریماکس)، کروییت بارتلت، کیسر - میر - اولکین و تحلیل واریانس که مبنای آماده‌سازی و طراحی مدل مفهومی دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین بخش تعاون بوده در ادامه ارائه گردیده است.

جدول ۵، کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی اکتشافی را که مشتمل بر شاخص آزمون KMO و مقدار شاخص آزمون کروییت بارتلت است، نشان می‌دهد. اندازه شاخص آزمون KMO بالاتر از ۰/۵ بوده و قابل پذیرش است؛ لذا می‌توان تحلیل واریانس درون داده‌ها را اجرا نمود. شاخص آزمون کروییت بارتلت نیز در سطح اطمینان ۹۹٪ قابل قبول و معنادار است. همچنین مقدار دترمینان ماتریس ضریب همبستگی نیز بزرگ‌تر از صفر به دست آمده است.

جدول ۵: نتایج آزمون‌های کروییت بارتلت، کیسر - میر - اولکین

شاخص آزمون KMO	مقدار
۰.۸۰۴	مقدار کی-میر-اولکین
۷۷۷۳.۲۹۳	مقدار بارتلت
۹۴۶	درجه آزادی
۰.۰۰۰	شاخص

جدول ۶ نتایج تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی و تحلیل واریانس را ارائه می‌دهد. این جدول، نشان‌دهنده واریانس کل (مقدار ویژه)، درصد تجمعی، درصد واریانس تبیین شده توسط هر مؤلفه و مقادیر تحلیل واریانس داده‌های مربوط به عوامل ۴۴ گانه است.

از نقطه نظر آماری، سایر شاخص‌های لازم برای طراحی مدل نیز با توجه به جدول فوق قابل قبول هستند؛ زیرا واریانس تبیین شده توسط هر مؤلفه در ماتریس چرخش یافته، کفایت عوامل را نشان می‌دهد.

جدول ۶: واریانس تبیین شده توسط هر مؤلفه در ماتریس چرخش یافته

مؤلفه‌ها	مقدار ویژه (واریانس کل)	درصد واریانس	مجموع درصد واریانس (درصد تجمعی)
اول	۱۲.۸۷۲	۲۹.۲۵۵	۲۹.۲۵۵
دوم	۳.۴۲۰	۷.۷۷۲	۳۷.۰۲۶
سوم	۲.۳۵۴	۵.۳۵۰	۴۲.۳۷۶
چهارم	۲.۱۲۲	۴.۸۲۳	۴۷.۱۹۹
پنجم	۱.۶۴۱	۳.۷۲۹	۵۰.۹۲۸
ششم	۱.۵۱۲	۳.۴۳۷	۵۴.۳۶۶
هفتم	۱.۴۵۹	۳.۳۱۵	۵۷.۶۸۱
هشتم	۱.۲۷۶	۲.۹۰۰	۶۰.۵۸۱

اساتید ارجمند و صاحب‌نظران معزز اقدام گردید. در واقع یکی از جنبه‌های نوآوری این پژوهش و سهم محقق در تولید دانش^۱، ارائه مؤلفه‌های هشت‌گانه مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون بوده است.

جدول ۶ مبین این واقعیت هستند که پس از هشتمین تکرار ماتریس دوران یافته (چرخش یافته)، ۶۰.۵۸۱ درصد از تغییرات و نوسانات دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون توسط عوامل ۴۴ گانه مستخرج از راندهای دلفی در قالب هشت مؤلفه جدید تبیین می‌گردد.

به بیان دیگر عواملی که محقق از مبانی نظری و مصاحبه‌های اکتشافی احصا نموده، در قالب مؤلفه‌های هشت‌گانه نوظهور، در حدود ۶۰ درصد از عوامل مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون را پوشش می‌دهد که این مقدار در تحلیل عاملی اکتشافی و از نقطه نظر آماری بسیار مطلوب است. همان‌طور که در جداول مذکور مشخص است؛ بالاترین مقدار ویژه مربوط به مؤلفه اول، ۱۲.۸۷۲ می‌باشد. مقدار ویژه مؤلفه دوم ۳.۴۲۰، مؤلفه سوم ۲.۳۵۴، مؤلفه چهارم ۲.۱۲۲، مؤلفه پنجم ۱.۶۴۱، مؤلفه ششم ۱.۵۱۲، مؤلفه هفتم ۱.۴۵۹ و مؤلفه هشتم ۱.۲۷۶ است.

لازم به توضیح است که در این مرحله پس از دسته‌بندی مؤلفه‌های هشت‌گانه جدید، به انضمام عوامل ۴۴ گانه زیرمجموعه آنها، نسبت به نام‌گذاری هشت مؤلفه نوظهور از طریق مشورت با

مدل مفهومی تحقیق

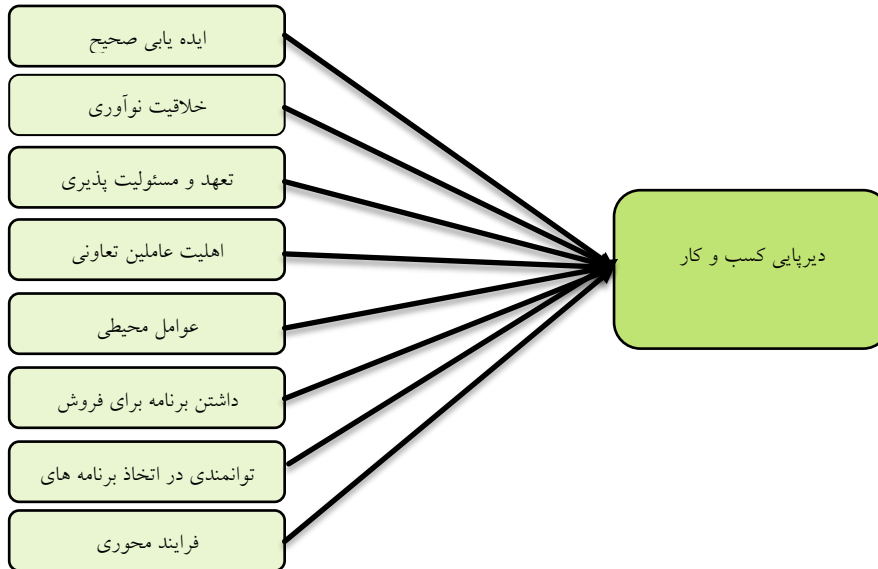
با استفاده از عوامل مستخرج از مبانی نظری تحقیق و نتایج نظرسنجی از هیئت خبرگان و تدوین و صورت‌بندی^۲ نهایی مؤلفه‌های هشت‌گانه مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون، مدل مفهومی پژوهش به شرح نمودار ۱ ارائه می‌شود. در این مدل، مؤلفه‌های هشت‌گانه اثرگذار بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون نشان داده شده است. همان‌گونه که در نمودار آمده است؛ مؤلفه‌های ایده‌یابی صحیح، خلاقیت و نوآوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی، اهلیت عاملین تعاونی، عوامل محیطی، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در

۲. Topology

۱. Contribution of Knowledge

«مردمی سازی اقتصاد و رشد تولید با توسعه تعاون»

اتخاذ روش‌های جدید و فرایند محوری متغیر مستقل هستند و
دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون متغیر وابسته است.



نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق

PRATIO \geq ۰.۵	۰.۷۷۸	PRATIO
AGFI \geq ۰.۹	۰.۵۰۹	AGFI

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که الگو در جهت برازش از وضعیت مناسبی برخوردار است. شاخص‌های تناسب مدل بیانگر مناسب بودن مدل اندازه‌گیری می‌باشد. البته تأیید کلی مدل به این معنا نیست که همه روابط موجود در مدل تأیید شده‌اند به همین علت روابط موجود در مدل به‌طور جداگانه نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند.

برازش مدل مفهومی تحقیق

به‌طور کلی هر یک از شاخص‌های به‌دست‌آمده برای مدل به‌تنهایی دلیل برازندگی مدل یا عدم برازندگی آن نیست، بلکه باید این شاخص‌ها را در کنار یکدیگر و باهم تفسیر کرد.

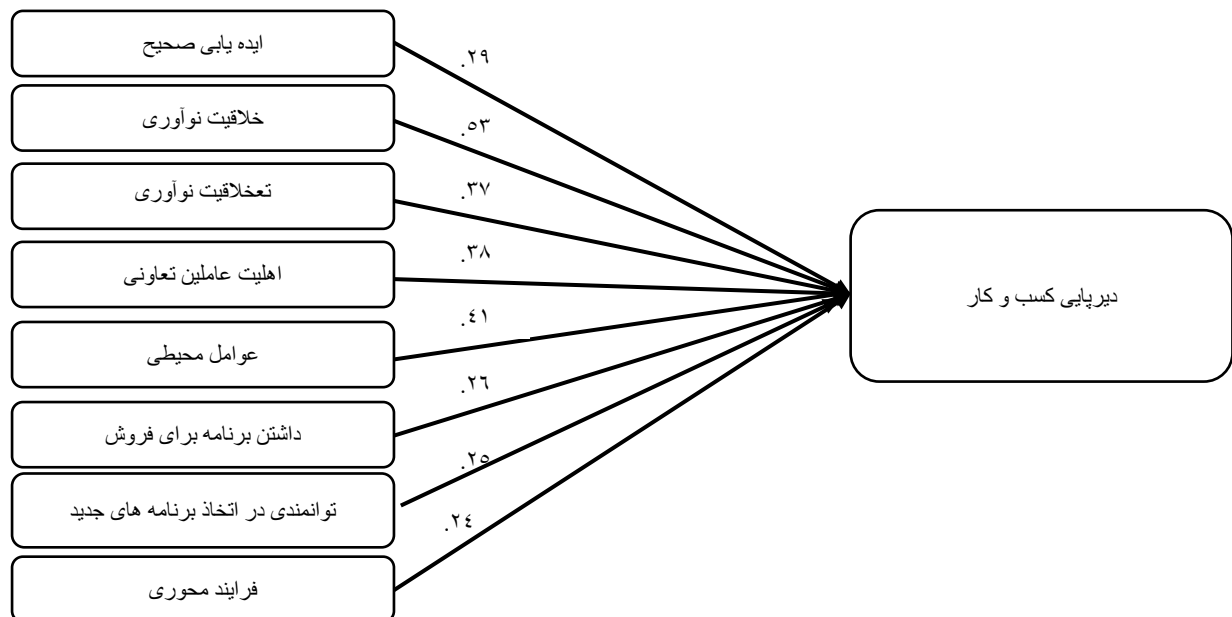
جدول ۷: شاخص‌های برازش مدل

شاخص	برآورد	برازش قابل قبول
$\frac{X^2}{df}$	۳.۹۲۶	$1 \leq \frac{X^2}{df} \leq 5$
GFI	۰.۷۱۰	$GFI \geq 0.9$
RMSEA	۰.۱۰۴	$RMSEA \leq 0.08$
TLI	۰.۸۳۹	$TLI \geq 0.9$
NFI	۰.۹۵۷	$NFI \geq 0.9$
CFI	۰.۹۶۳	$CFI \geq 0.9$
IFI	۰.۸۶۵	$IFI \geq 0.9$

جدول ۸: ضرایب رگرسیونی غیراستاندارد مدل مفهومی تحقیق

روابط مدل مفهومی	برآورد	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معناداری	نتیجه
ایده یابی صحیح ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۰۹۳	۰.۰۰۲	۴۸.۵۲۴	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
خلاقیت و نوآوری ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۲۰۹	۰.۰۰۲	۸۹.۴۰۱	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
تعهد و مسئولیت پذیری ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۱۳۳	۰.۰۰۲	۶۱.۸۳۷	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
اهلیت عاملین تعاونی ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۱۳۳	۰.۰۰۲	۶۳.۱۸۹	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
عوامل محیطی ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۱۶۰	۰.۰۰۲	۶۸.۹۵۴	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
داشتن برنامه برای فروش ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۰۹۵	۰.۰۰۲	۴۳.۶۲۶	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
توانمندی در اتخاذ روش های جدید ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۰۹۱	۰.۰۰۲	۴۲.۵۵۳	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود
فرایند محوری ← دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین	۰.۰۸۸	۰.۰۰۲	۳۹.۶۱۶	۰.۰۰۰	ارتباط تأیید می شود

در جدول ۸ ضرایب رگرسیونی غیراستاندارد به همراه نسبت بحرانی و مقدار P (سطح معناداری) نشان داد تمامی عوامل مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین بخش تعاون تأثیرگذار است. ($p < 0.05$)

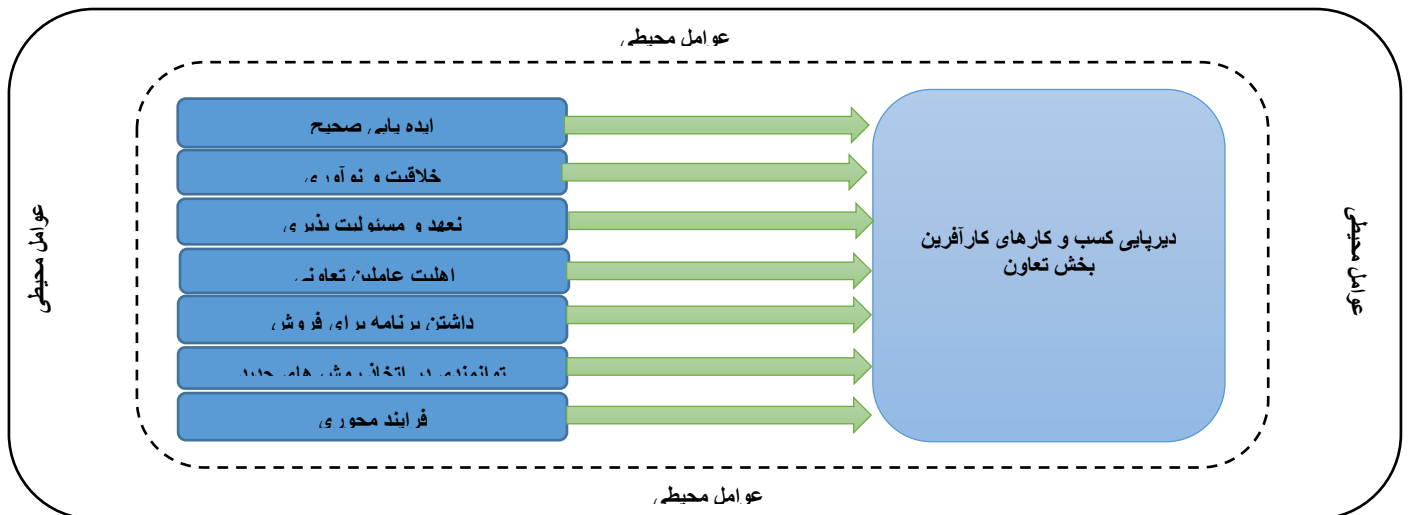


نمودار ۲: مدل مفهومی تحقیق به همراه ضرایب رگرسیونی استاندارد

تحقیق؛ مدل مفهومی دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین چگونه است؟ و سؤال فرعی آنکه؛ عوامل و ویژگی‌های مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین و روابط بین آنها کدام‌اند؟ و شناسایی و دسته‌بندی عوامل چهل و چهارگانه مؤثر در طراحی مدل دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین، محقق به صورت هدفمند به ارائه مدل مفهومی دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین بر اساس مؤلفه‌های هشت-گانه نوظهور در مورد پژوهش پرداخته است. در تحقیق حاضر که از نوع تحقیقات اکتشافی بوده است، پژوهشگر تلاش نموده تا با استفاده از رویکرد ترکیبی - کیفی و کمی - به طراحی و تبیین مدل دیرپایی تعاونی‌ها بپردازد. از این رو می‌توان ادعا نمود که مدل مفهومی دیرپایی تعاونی‌ها - که نوآوری و سهم تولید دانش توسط محقق و با راهنمایی اساتید محترم و صاحب‌نظران پانل به‌خوبی در آن نمود یافته است - در نوع خود بدیع بوده و بنیادی بودن پژوهش و گسترش دادن مرزهای دانش را در این مقوله به شیوه‌ای رسا به مخاطب منتقل می‌نماید. مدل تبیین شده (نمودار ۳) در ادامه گزارش می‌شود:

در این نمودار ضرایب رگرسیونی استاندارد بین متغیرهای اصلی پژوهش که اصطلاحاً ضریب مسیر^۱ گفته می‌شود نشان داده شده است. ضریب تأثیر ایده‌یابی صحیح بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون برابر ۰.۲۸۸، ضریب تأثیر خلاقیت و نوآوری برابر ۰.۵۳۱، ضریب تأثیر تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی برابر ۰.۳۶۷، ضریب تأثیر اهلیت عاملین تعاونی برابر ۰.۳۷۵، ضریب تأثیر عوامل محیطی برابر ۰.۴۱۰، ضریب تأثیر داشتن برنامه برای فروش برابر ۰.۲۵۹ و ضریب تأثیر توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید برابر ۰.۲۵۳ و ضریب تأثیر فرایند محوری بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون برابر ۰.۲۳۵ است؛ بنابراین با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده خلاقیت و نوآوری بیشترین تأثیر را بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون دارد.

با جمع‌بندی مطالب ارائه‌شده، می‌توان به این نتیجه رسید که پژوهشگر در راستای رسیدن به اهداف تحقیق و پاسخ به سؤال-های تحقیق با کامیابی همراه بوده است. با مرور پرسش اصلی



نمودار ۳: مدل تبیین شده تحقیق

^۱ Path coefficient

با توجه به مدل حاضر، دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین بخش تعاون به دودسته اصلی عوامل داخلی و خارجی وابسته است. عوامل داخلی شامل ایده‌یابی صحیح، خلاقیت و نوآوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری، اهلیت عاملین تعاونی، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید و فرایندمحوری می‌باشد. عوامل محیطی نیز شامل دسترسی به مراکز نوآوری، در دسترس بودن سرمایه و غیره می‌باشد. این مدل با نتایج پژوهش‌های احسانی فر و همکاران (۱۳۹۶) که شاخص‌های دیرپایی فعالیت‌های کارآفرینانه در پژوهش آن‌ها «میزان ارتباط کارآفرینان با مراکز مشاوره و کارشناسان و شاخص میزان ریسک محصول تولیدشده توسط فعالیت‌های کارآفرینانه» نام برده شده است؛ با پژوهش فاریابی و احمدوند (۱۳۹۵) که نحوه برخورد با اعضا، میزان تحصیلات اعضا و هیئت‌مدیره، تخصیص اعتبارات و وام به تعاونی و رضایت شغلی مدیرعامل را به‌عنوان تعیین‌کننده‌های مهم و معنادار در پیش‌بینی عملکرد تعاونی شناسایی کردند؛ با پژوهش علیزاده و همکاران (۱۳۹۳) که حمایت‌های مالی و سازمانی را به‌عنوان پیامدهای لازم برای رسیدن به اهداف کارآفرینی پایدار معرفی کردند؛ با پژوهش خیاطیان و همکاران (۱۳۹۳) که عوامل اثرگذار بر رشد و دیرپایی شرکت‌های دانش‌بنیان را: ویژگی مؤسسان، مشخصات عمومی شرکت، ایده محوری شرکت، نیروی انسانی، بازار و رقابت، سازماندهی، زیرساخت‌ها، تأمین مالی و عوامل محیطی معرفی کردند؛ با پژوهش امیری و همکاران (۱۳۹۰) که عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی و دیرپایی کسب‌وکارها را «رهبری و مدیریت، الزامات فنی، زیرساخت‌های مالی، نوع سازمان، محصول و خدمت، زنجیره تأمین، مشتریان، رقبا و شرکا، تأمین‌کنندگان، زیرساخت‌های قانونی، سیاسی و حقوقی» در نظر گرفتند و همچنین با پژوهش موریوکا و کاروالهو (۲۰۱۷) و بورکلند و همکاران (۲۰۱۷)، کارلسون و همکاران (۲۰۱۷)، همخوانی دارد. چراکه آن‌ها عوامل دیرپایی در یک کسب‌وکار را «استفاده از نقش کارآفرینی در آغاز کار، توانایی نوآوری خدمات جدید، خبرگی در تدارکات و مدیریت زنجیره تأمین، توانایی استفاده از مدیریت فناوری اطلاعات و پذیرفته شدن در جامعه» همچنین «محیط کسب‌وکار (بازار امن)» معرفی کردند.

در ادامه به ارائه نکاتی برجسته در خصوص تحلیل نتایج به‌دست‌آمده، پرداخته می‌شود.

الف - مدل ساختاری به دست‌آمده و تحلیل مسیر در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد که مؤلفه خلاقیت و نوآوری بیشترین تأثیر را بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین داشته است (با ضریب تأثیر ۰/۵۳۱). نتیجه آن‌که در راستای رسیدن به دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین، مؤلفه خلاقیت و نوآوری که شامل رقابت‌پذیری محصول تعاونی، دانش فنی، روحیه خلاق مؤسسان و مدیران، ایجاد ارزش منحصربه‌فرد برای مشتریان، یادگیری و ارزش‌آفرینی، بهبود و کیفیت محصول یا خدمت، میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی، استفاده از فناوری‌های مدرن و نوین، نوآوری در طراحی محصول یا خدمت باید تقویت شود.

ب - بر اساس داده‌ها و نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل مدل ساختاری تحقیق، عوامل محیطی دومین عامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌ها شناخته شده است و لذا می‌توان نتیجه گرفت که در کنار افزایش خلاقیت و نوآوری، تمهیداتی از جمله دسترسی به مراکز نوآوری، در دسترس بودن سرمایه لازم، دسترسی آسان به مواد اولیه، ثبات قیمت ارز، دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی، دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن، اعتمادسازی در خصوص تعاونی‌ها در تعاونی تأثیر بالایی دارد. همچنین نتایج

مربوط به این بخش نشان می‌دهد که سایر عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از اهلیت عاملین تعاونی، تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی، ایده‌یابی صحیح، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید و فرایند محوری.

بنابراین، به‌منظور دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین می‌توان پیشنهادهای کاربردی زیر را با توجه به هشت مولفه نوظهور مشخصه ارائه نمود:

- تقویت و توسعه مراکز نوآوری و شتاب دهنده‌ها، صندوق‌های خطرپذیر و مراکز آموزش کارآفرینی برای بخش تعاون
- تقویت مرکز تحقیق و توسعه برای تعاونی‌های موجود با هدف افزایش نوآوری و خلاقیت برای تعاونی‌های نیمه‌فعال
- معین نمودن فضای کار اشتراکی برای تعاونی‌ها با هدف تبادل تجربیات و دانش به‌منظور نوآوری در طراحی محصول، استفاده از فناوری‌های بهبود کیفیت محصول، یادگیری و ارزش‌آفرینی و رقابت‌پذیری محصولات
- تقویت مراکز ایده‌یابی علمی به صورت فیزیکی و مجازی در بخش تعاون
- ایجاد ساز و کار لازم قبل از تشکیل شرکت تعاونی برای متناسب‌سازی ایده با تحسیلات، علایق و تجربه با حمایت مؤسسه تعاونی‌ها. به عبارتی در صورت عدم تناسب تعاونی ثبت نگردد.
- تقویت و حمایت از مراکز مشاوره و کارآفرینی اختصاصی بخش تعاون به منظور تبدیل ایده‌های خام به ایده‌های ناب برای دیرپا نمودن کسب‌وکارهای تعاونی
- ایجاد انگیزه لازم برای افراد جهت عضویت در تعاونی‌ها از طریق در دسترس قرار دادن منابع مالی ارزان‌قیمت برای سرمایه‌گذاری
- تقویت تشکل‌های تعاونی‌ها از جمله اتحادیه‌های سراسری تأمین‌نیاز برای تأمین مواد اولیه ارزان و باکیفیت برای تعاونی‌ها
- فرهنگ‌سازی در سطح جامعه برای تقویت تعاونی‌ها و برند آنان
- ایجاد ساز و کارس لازم برای اندازه‌گیری میزان مخاطره‌پذیری، دانش کارآفرینی، فرصت‌شناسی، انگیزه فردی و تجربیات پیشین قبل از تأسیس تعاونی به‌منظور طراحی آموزش مورد نیاز و تقویت اهلیت عاملین پیش از ورود به عرصه کارآفرینی بخش تعاون
- با توجه به گستردگی شهرها و عدم امکان تماس مستقیم و گروهی افراد پیشنهاد می‌شود با استفاده از بستر اینترنت فضایی ایجاد شود تا اعضا قبل از تشکیل شرکت و با توجه به نیاز، علاقه و انگیزه خودشان نسبت به شناسایی علائق مشترک و همچنین شناخت توانمندی سایر اعضا اقدام و در صورت همگن شدن اعضا نسبت به درخواست تشکیل تعاونی اقدام آگاهانه نمایند به منظور تقویت مسئولیت‌پذیری و تعهد



- با توجه به اهمیت تأمین مالی نوین و برندینگ و همچنین قرار گرفتن در حلقه زنجیره ارزش و بهبود مستمر، کمیت و کیفیت تولیدات شرکت‌های تعاونی پیشنهاد می‌گردد همکاری چندجانبه بین دستگاه‌های متولی دولتی، اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی انجام به منظور اقدام لازم برای توسعه این عوامل
- شرکت‌های تعاونی قبل از تشکیل به مقوله بازار توجه کافی داشته باشند با هدف فروش محصولات در بازار
- ایجاد سیستم CRM برای فروش خوب و کسب سهمیه مناسب در بازار با استفاده از مشاوران امین، و اتخاذ استراتژی بازاریابی به خصوص استفاده از فضای مجازی به منظور فروش مناسب با قیمت مناسب شرکتی

۴- مراجع

- [۱] امینی، امیر مظفر، اسماعیلی فلاح، مریم (۱۳۸۷)، موفقیت شرکت‌های تعاون روستایی استان اصفهان و ارزیابی سازه‌های مؤثر بر آن، نشریه علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، دوره ۱۲، شماره ۴۶.
- [۲] ایران دوست، عبدالله، قوامی پور، محسن، ابراهیم‌نژاد، روح‌الله و حسین پور، داوود (۱۳۹۲)، عوامل کلیدی اثرگذار بر موفقیت کسب‌وکارهای خانوادگی اولویت‌بندی با روش تحلیل شبکه‌ای، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شمار دوم، تابستان.
- [۳] احسانی فر، تهمینه، رستمی، فرحناز، نادری، نادر، خوش‌خوی، شهاب (۱۳۹۶)، بررسی شاخص‌های پایداری در فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۴، شماره ۱، شماره پیاپی،
- [۴] احمدپور داریانی، محمود و دیگران (۱۳۸۳)، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران، مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- [۵] امیری، یاسر، سالارزهی، حبیب‌الله، پریش، رقیه (۱۳۹۰)، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی کسب‌وکار الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از MADM فازی، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، سال سوم.
- [۶] حسینی شکرایی، سیداشکان؛ راضیه تدین و بهروز دری، ۱۳۹۵، بررسی و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت راهبرد کسب‌وکار به‌منظور کسب ارزش پایدار در صنعت تزریق پلاستیک ایران، نخستین کنفرانس بین‌المللی پارادیم‌های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- [۷] حسینی، میرزا حسن، دولتی، مهین، پرینجی، مهدیه (۱۳۹۷)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران، فصلنامه تعاون و کشاورزی، دوره ۷، شماره ۲۶.
- [۸] حیدری ساربان (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی (پژوهش موردی: شهرستان پارس‌آباد)، فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال چهارم، شماره دوم، بهار ۱
- [۹] خیاطیان، محمدصادق؛ طباطبائیان، سید حبیب‌الله؛ الیاسی، مهدی (۱۳۹۴)، تحلیل محتوای ویژگی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان، مجله پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۵، شماره ۲، صص ۲۱-۴۷.
- [۱۰] دشتبان، فاطمه (۱۳۹۳)، بررسی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت و شکست کسب‌وکارهای کوچک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مشهد.

- [۱۱] روحانی، سعید، رواسان، احد، دیلمی، هما (۱۳۹۴). عوامل کلیدی موفقیت پیاده‌سازی سیستم مدیریت فرایند کسب و کار، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات سال سوم، شماره ۱۲.
- [۱۲] عبداللهی، خسرو، نوری‌پور، مهدی (۱۳۹۵)، عوامل درون و برون‌سازمانی مؤثر در فعالیت تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بویراحمد، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۱
- [۱۳] فاریابی، مینا و احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶)، تعیین‌کننده‌های عملکرد تعاونی‌های تولید روستایی در جنوب استان کرمان، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره ۳، پاییز، ۱۳۹۶.
- [۱۴] مقیمی، سید محمد، احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۷)، آموزش کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول
- [۱۵] مقیمی، سید محمد (۱۳۸۴)، کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، فراندیش، تهران.
- [۱۶] مقیمی، سید محمد (۱۳۸۴)، کارآفرینی در نهادهای مدنی، تهران، انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران
- [۱۷] مقیمی، سید محمد، وکیلی، یوسف، اکبری، مرتضی (۱۳۹۲)، نظریه‌های کارآفرینی، تهران، دانشگاه تهران.
- [۱۸] مندعلی‌زاده، زینب، احسانی، محمد، کوزه چیان، هاشم، هنری، حبیب (۱۳۹۳)، شناسایی شاخص‌های کارآفرینی پایدار در ورزش، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، جلد ۲، شماره ۴. صص ۲۱-۳۵.
- [۱۹] ملاشاهی، غلام عباس، ظریفیان، شاپور، سارانی، ولی‌الله (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل، تحقیقات و اقتصاد توسعه کشاورزی، دوره ۲، شماره ۴.
- [۲۰] مقصودی، طهماسب (۱۳۹۶)، «شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی استان خوزستان»، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی: تابستان ۱۳۹۶، دوره ۱۰، شماره ۲، پیاپی ۳۸.
- [۲۱] Barik, A., (۲۰۱۹). Climate Change: Emerging Challenges for Agriculture, Food Security and Sustainable Development, researchgate.net
- [۲۲] Bjorklund, Maria, Abrahamsson, Mats, Johansson, Henrik (۲۰۱۷), Critical factors for viable business models for urban consolidation centres, Research in Transportation Economics ۶۴ (۲۰۱۷) ۴۷-۳۶.
- [۲۳] Brown, J.D., Earle, J.S. & Lup, D. (۲۰۰۵). What Makes small Firms Grow? Finance, Human Capital, Technical Assistance, and the Business Environment in Romania. Economic Development and Cultural change, (۵۴), ۳۳-۷۰.
- [۲۴] Davidsson, P. (۱۹۹۵). "Determinants of entrepreneurial intentions". Paper presented at the RENT LX Workshop, Nov. ۲۳-۲۴, Piacenza, Italy.
- [۲۵] Davidsson, P, Kirchoff, B, Hatemi, A, Gustavsson, H, (۲۰۰۰), factors underlying Conference, Brisbane, Australia.
- [۲۶] Davidsson, Per (۲۰۰۶), The Types and Contextual Fit of Entrepreneurial Processes, International Journal of Entrepreneurship Education ۲(۴): Senate Hall Academic Publishing.
- [۲۷] Dewi, A. C. E., & Dhewanto, W. (۲۰۱۲). Key success factors of Islamic family business. Procedia-Social and Behavioral Sciences, ۵۷, ۵۳-۶۰.



- [۲۸] França, C. L., Broman, G., Robèrt, K. H., Basile, G., & Trygg, L. (۲۰۱۷). An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, ۱۴۰, ۱۵۵-۱۶۶.
- [۲۹] Mikami, Kazuhiko (۲۰۱۸), Are cooperative firms a less competitive form of business? Production efficiency and financial viability of cooperative firms with tradable membership shares. *Economic Systems* ۴۲ (۲۰۱۸) ۴۸۷-۵۰۲.
- [۳۰] Koleda, N., Lace, N., (۲۰۱۳). Assurance of Business Viability through Equity Sufficiency: pdfs.semanticscholar.org
- [۳۱] Marais, M., du Plessis, E., & Saayman, M. (۲۰۱۷). A review on critical success factors in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, ۳۱, ۱-۱۲.
- [۳۲] Man, T.W.Y., Lau, T. & Chan, K.F. (۲۰۰۲). The competitiveness of small and medium enterprises a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, ۱۷ (۲), ۱۲۳- ۱۴۲
- [۳۳] Rogoff, E.G., Lee, M. & Suh, D. (۲۰۰۴). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. *Journal of Small Business Management*, ۴۲ (۴), ۳۶۴-۳۷۶.
- [۳۴] Sefiani, Y(۲۰۱۳), factors for success in smes: a perspective from tangier, university of gloucestershire.

اثرات انقلاب چهارم صنعتی بر بخش تعاون کشور

معصومه قربانی سنجدری^۱

چکیده

هدف مقاله: این مقاله به بررسی اثرات مثبت و منفی انقلاب چهارم صنعتی (هوشمندسازی و فناوری اطلاعات و ارتباطات) بر بخش تعاون کشور می پردازد.

روش تحقیق: مطالعه بر اساس هدف، از انواع تحقیقات کاربردی و از منظر رویکردی، جزء پژوهش‌های کیفی و تحلیل مضمون است. جامعه آماری تحقیق حاضر خبرگان و متخصصان حوزه تعاون کشور هستند که با روش در دسترس و گلوله‌برفی، تعداد ۳۰ نفر متخصص برای نمونه تحقیق، برگزیده شده‌اند. همچنین این تحقیق از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش حاضر، بهره گرفته است.

یافته‌های تحقیق: بعد از تحلیل داده‌ها، ۷۵ پیامد (شاخص) انقلاب چهارم صنعتی شناسایی گردید که در ۹ مؤلفه و دو بعد طبقه‌بندی شدند. ۹ مؤلفه سازمان‌دهنده (شش مؤلفه بعد نرم‌افزاری و سه مؤلفه بعد سخت‌افزاری) عبارت‌اند از: ۱- تحول مهارت‌ها (۱۱ شاخص) ۲- امنیت سایبری (۱۰ شاخص) ۳- مدیریت کارآمد بخش تعاون (۱۲ شاخص) ۴- جهانی شدن تعاون (۷ شاخص) ۵- کاهش انواع ریسک‌ها (۸ شاخص) ۶- توسعه تعاون (۹ شاخص) ۷- تحول محصولات و رشته‌های تعاونی (۴ شاخص) ۸- تغییر کمیت و کیفیت مشاغل و امکانات فیزیکی (۵ شاخص) ۹- توسعه زیرساخت‌ها (۹ شاخص).

واژگان کلیدی: انقلاب چهارم صنعتی- بخش تعاون- فناوری‌های نوین- هوشمندسازی- فناوری اطلاعات و ارتباطات- مهارت‌های نیروی انسانی.

^۱ - کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، کارشناس بیمه تجارت نو m.ghorbani.s@gmail.com



مقدمه

در قرن جدید آهنگ رشد تغییرات نسبت به قرن‌های پیشین، از رشد چشمگیری برخوردار است. این تغییرات در پاسخ به نیازهای روزافزون جوامع بشری است. نیازهای جوامع بشری با توجه به جدید بودن و تنوع آنها به سرعت در حال تغییر و تحول‌اند و کشورها برای همگام شدن با این تغییر و تحولات باید شرایطی فراهم کنند تا افراد روحیه نوآوری و استفاده از فناوری‌های نوین بشری را به دست آورند.

به‌زعم سازمان بهره‌وری آسیا^۱، جهانی‌شدن به واسطه رشد روزافزون فناوری‌های نوین مجموعه تغییرات فنی و جمعیتی، وابستگی مردم، جوامع و سازمان‌ها، شرایط جامعه آینده را به نحو بسیار زیادی تغییر داده است. مهم‌تر از همه، منابع انسانی و مجموعه مهارت‌هایی که در گذشته، عامل اصلی رشد اجتماعی و اقتصادی کشورها محسوب می‌شدند، دیگر کارایی سابق را ندارند [۱].

بسیاری از کشورهای آسیایی از جمله کشورهای هند، جمهوری چین، سنگاپور، تایلند و ویتنام، خاطرنشان کردند که توسعه منابع انسانی دارای اهمیت بسیار زیادی است. این کشورها به تغییرات در جوامع دانش محور آینده معروف به انقلاب چهارم صنعتی، اشاره می‌کنند؛ به عبارت دیگر، نتایج مطالعات حاکی از آن است که کشورهای سراسر جهان در حال ورود به انقلاب صنعتی بعدی هستند که معمولاً به آن انقلاب چهارم صنعتی، می‌گویند. سه انقلاب صنعتی قبلی عبارت بودند از: ۱) انقلاب اول صنعتی که بر ماشینی کردن با کمک نیروی آب و قدرت بخار، متکی بود، ۲) انقلاب دوم صنعتی که بر تولید انبوه، خط مونتاژ و برق تکیه داشت، ۳) انقلاب سوم صنعتی که بر کامپیوتر و خودکارسازی (اتوماسیون)، متکی بود [۱].

اصطلاح «انقلاب چهارم صنعتی»^۲ در مجمع جهانی اقتصاد داووس^۳ در ژانویه ۲۰۱۶ ابداع شد. براین اساس در شرایط فعلی مجموعه‌ای از دگرگونی‌ها، تغییرات و تحرکات اجتماعی مانند تغییرات فیزیکی، ساختاری و ماهیت شغلی، در جوامع پدیدار می‌شوند [۱ و ۲].

پیشرفت بشر چهار نقطه عطف صنعتی را گذرانده است، انقلاب اول بر کنترل آب و بخار تکیه داشت، انقلاب و عصر دوم بر بهره‌گیری از برق و تولیدات الکترونیکی، تمرکز داشت. نقطه عطف سوم با ظهور رایانه و محصولات رایانه‌ای پدیدار شد، امروزه و در عصر چهارم صنعتی، حضور روزافزون فناوری‌های هوشمند، گسترش اینترنت و اشیاء اینترنتی و فراگیری دنیای اینترنت در هر پدیده اجتماعی، اقتصادی، نظامی و دفاعی، بهداشتی و به‌طور خلاصه در همه فرایندهای تولیدی و خدماتی را شاهد هستیم. در این دم، هر فردی، سازمانی و کشوری که در راستای به زیستن، قدم برمی‌دارد، ناگزیر است یقین داشته باشد که تغییر، تنها راه توفیق است. تغییر در شناخت‌ها و دانش‌ها، تغییر در نگرش‌ها و تغییر در مهارت‌ها، تنها راه رسیدن است [۳].

انقلاب چهارم صنعتی را به‌عنوان عصر همگرایی فناوری تعریف کرده‌اند که در آن مرزها و حدود فضاها فیزیکی، دیجیتالی و زیست‌شناسی که بر اساس انقلاب دیجیتال (انقلاب صنعتی سوم) تشکیل شده بود، رو به اضمحلال و زوال هستند. اغلب اندیشمندان، صنایع چهارم را به ظهور و گسترش انواع فناوری‌های صنعتی دیجیتال و هوشمند، معنی می‌کنند [۴].

۱ Asian Productivity Organization (۲۰۲۱)

۲ Fourth Industrial Revolution

۳ World Economic Forum (WEF)

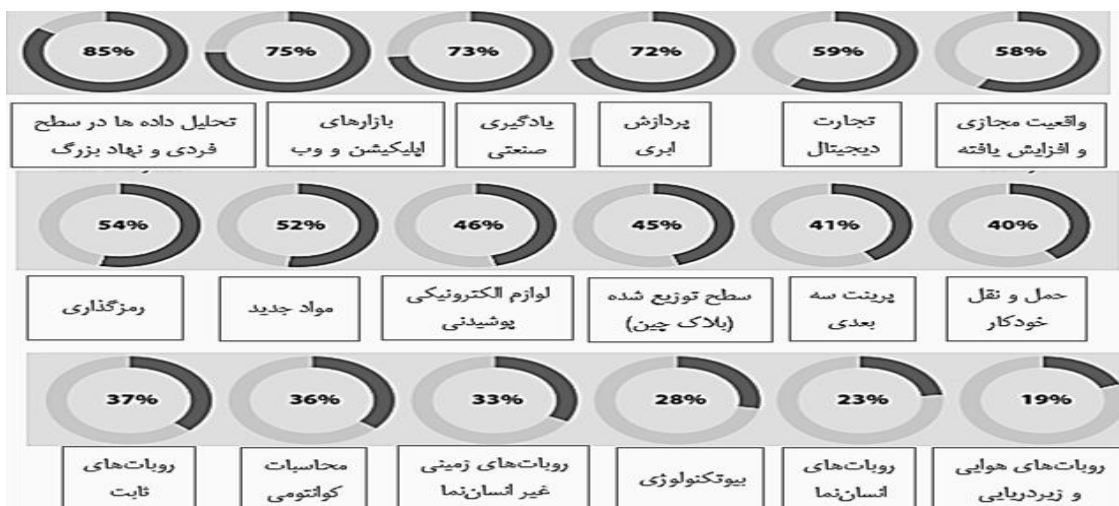
بر اساس نظرسنجی " مشاغل آینده ^۱ " که توسط مجمع جهانی اقتصاد انجام گرفته، ۸۵ درصد از مدیران بازرگانی و تجاری در سراسر جهان، از تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ ^۲ بهره می‌برند و ۷۵ درصد از آن‌ها قصد دارند تا سال ۲۰۳۰، بازارهای خود را گسترش دهند [۳].

پیش‌بینی می‌شود که انقلاب چهارم صنعتی بر ظرفیت مهارتی نیروی کار تأثیر بگذارد و قابلیت‌ها و توانمندی‌های مهم و کلیدی موردنیاز صنایع را تغییر دهد و تقاضا برای شایستگی‌های شناختی پیشرفته مانند مهارت‌های پیچیده حل مسئله را افزایش دهد [۵].

در مطالعات سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ^۳، تحولات متعدد حوزه فناوری را با نام انقلاب چهارم صنعتی می‌شناسند که از آن به‌عنوان ویژگی اصلی صنایع آینده، یاد می‌شود. عصر جدید بر اساس سطح توسعه‌یافتگی و شرایط اقتصادی اجتماعی کشورها، به اشکال مختلفی ظهور و بروز می‌کند، زیرا هر کشوری بر اساس شرایط منحصر به فرد خود، برای تغییرات آینده، برنامه‌ریزی‌هایی را طراحی و تدوین می‌کند [۶ و ۷].

بر اساس تحقیق علمی سازمان بهره‌وری آسیا، مشاغل تولیدی و خدماتی آینده دچار تحولات عمیقی خواهد بود، شکل شماره ۱ فناوری‌های پیش‌بینی شده تا سال ۲۰۳۳ را در نموداری برحسب رشته‌های مختلف علمی، نشان می‌دهد [۸]. در سایه تغییرات متناسب با عصر هوشمندسازی و به‌حکم اجبار توسعه روزافزون فناوری، در آینده نه‌چندان دور، خیلی از مشاغل، اشیاء، پدیده‌ها و مهارت‌های موردنیاز این مشاغل در حوزه‌های مختلف اقتصادی (بانک، بیمه، بورس و سایر امور مالی)، اجتماعی (آموزشی، فرهنگی و سایر حوزه‌ها)، بهداشتی و غیره تغییر خواهند کرد [۹ و ۱۰ و ۱۱].

شکل ۱: فناوری‌های پیش‌بینی شده تا سال ۲۰۳۰



منبع [۸، ص ۷]

^۱ Future of Jobs

^۲ Big Data

^۳ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

در پژوهش "آینده مشاغل در هند"^۱ که توسط کمیسیون اتاق‌های بازرگانی و صنایع هند و انجمن ملی شرکت‌های نرم‌افزار و خدمات^۲ انجام گرفته، پیامدهای انقلاب صنعتی چهارم در صنایع مختلف هند، بررسی شده است. بر اساس نتایج این تحقیق، سه عامل ۱- جهانی شدن، ۲- توسعه و پذیرش فناوری‌های نوین و ۳- تغییرات جمعیتی، وضعیت خیلی از صنایع آینده را متحول خواهند کرد. طبق نتایج این تحقیق تا سال ۲۰۳۰ بیش از ۹ درصد از نیروی کار، مجبور می‌شوند در مشاغل جدیدی که قبلاً وجود نداشتند، فعالیت کنند. حدود ۳۷ درصد در مشاغلی مستقر می‌شوند که در آن‌ها مجموعه مهارت‌ها به شدت تغییر یافته‌اند و شاغلان باید خود را با مهارت‌های کاملاً متفاوتی مجهز نمایند و تنها حدود ۵۴ درصد از مشاغل تا سال ۲۰۳۰ تغییر چندانی نخواهند کرد [۱۱].

پیشرفت‌های سریع فناوری و هوشمندسازی، ضرورت و تعداد کارکنان را در خیلی از مشاغل محدود می‌کند و مجموعه پیچیده‌تری از دانش و مهارت را می‌طلبد. مهارت‌های مورد نیاز بازار کار مبتنی بر هوشمندسازی به عنوان مجموعه‌ای از دانش، ویژگی‌ها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌هایی است که از طریق یادگیری کسب می‌شوند و افراد را قادر می‌سازند تا یک فعالیت یا کار را به طور موفقیت‌آمیز و پیوسته انجام دهند. مهارت‌ها و شایستگی‌های مورد نیاز بازار کار در دنیای آینده، به سه مجموعه مهارت گسترده به شرح زیر طبقه‌بندی می‌شوند [۸ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵].

۱- **مهارت‌های خاص یک‌رشته**^۳: که درک و فهم نظری و عملی افراد را از یک موضوع یا رشته خاص نشان می‌دهند.

۲- **مهارت‌های عمومی**^۴: به افراد کمک می‌کند اطلاعات پیچیده را درک، تفسیر، تحلیل و به هم مرتبط سازند و بتوانند در یک زمینه خاص از این اطلاعات، استفاده عملی و کاربردی داشته باشند.

۳- **مهارت‌های اجتماعی و عاطفی**^۵: باعث می‌شوند افراد بتواند احساسات و عواطف خود را مدیریت کنند، با دیگران همکاری داشته باشند و تحقق اهداف سازمانی را با کارگروهی تسهیل نمایند.

علاوه بر این تقسیم‌بندی، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، به **مهارت‌های عرضی**^۶ به عنوان یک مقوله وسیع‌تر اشاره می‌کند که مهارت‌های شناختی، اجتماعی و عاطفی را با هم ترکیب می‌کند. مجموعه مهارت‌ها باید بتوانند نگرش‌ها و ارزش‌های فردی مانند سازگاری، کنجکاوی و سعه صدر را ارتقاء دهند [۱۲].

شایستگی‌های مورد نیاز آینده در سه مجموعه طبقه‌بندی می‌شود. ۱- **استفاده از ابزارها به صورت تعاملی**^۷: فرد شایسته می‌تواند از ابزارها (ابزارهای فیزیکی مانند فناوری اطلاعات و انواع نوآوری‌ها و ابزارهای اجتماعی - فرهنگی مانند زبان)، برای تعامل

^۱ The Future of Jobs in India

^۲ National Association of Software and Service Companies (NASSCOM)

^۳ Discipline-specific skills

^۴ General skills

^۵ Social and emotional skills

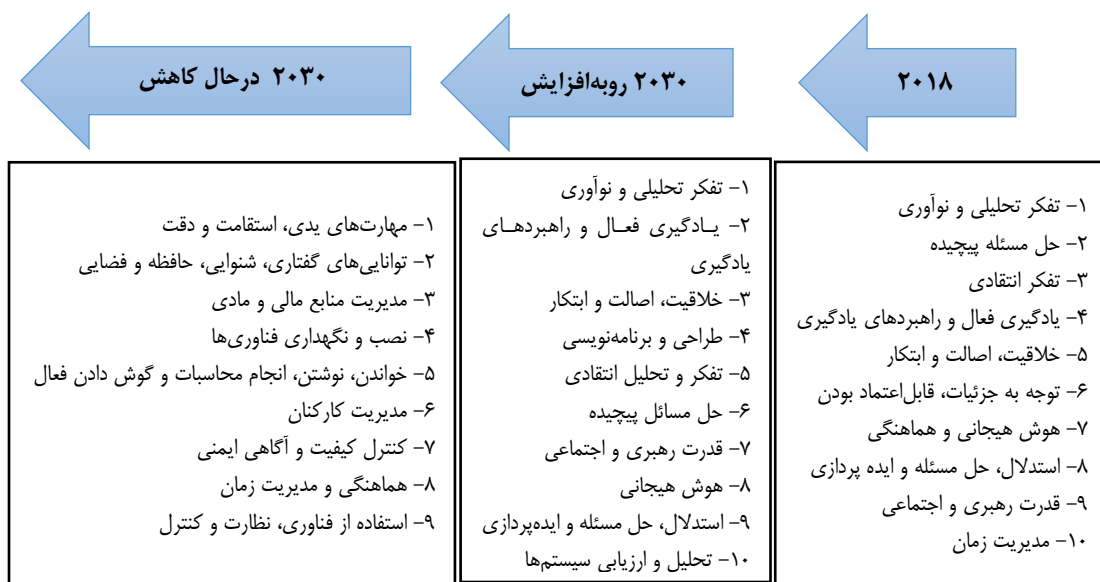
^۶ transversal skills

^۷ Using tools interactively

مؤثر با محیط استفاده کند. ۲- **تعامل در گروه‌های ناهمگن**^۱: فرد شایسته می‌تواند در انواع گروه‌های ناهمگن و غیرهم‌سو، برای تحقق اهداف موردنظر با دیگران تعامل مثبت و مؤثر داشته باشد. ۳- **عمل مستقل**^۲: فرد شایسته می‌تواند مسئولیت اداره زندگی خود را بر عهده بگیرند و زندگی خود را در شرایط اجتماعی موجود، توسعه می‌دهد. شایستگی چیزی فراتر از دانش و مهارت است و باعث می‌شود فرد وظایف خود را به نحو مؤثر و بهره‌ور، انجام دهد. فرد شایسته، با بهره‌گیری از منابع روانی - اجتماعی (مهارت، دانش و نگرش) توانایی حل مسائل پیچیده را دارد [۱۶].

مجمع جهانی اقتصاد، پیش‌بینی می‌کند که مهارت‌های موردنیاز برای انجام یک شغل در جامعه آینده، به طور قابل توجهی تغییر خواهند کرد. نتایج خیلی از نظرسنجی‌ها حاکی از آن است که حدود ۵۲ درصد از مهارت‌های اصلی موردنیاز برای مشاغل آینده، تغییر چندانی نخواهند کرد (به‌اصطلاح تا حدودی ثبات مهارت‌ها وجود دارد)؛ اما تا سال ۲۰۳۰ به طور متوسط ۴۸ درصد از مهارت‌های موردنیاز بازار کار کاملاً تغییر خواهند کرد. تفکر تحلیلی و یادگیری فعال، همچنان به رشد خود ادامه خواهند داد، اما طراحی و برنامه‌نویسی فناوری، اهمیت بسیار بالایی خواهند داشت [۱].

شکل ۲: مهارت‌های موردنیاز تا سال ۲۰۳۰



منبع: [۱، ص ۷]

همان گونه که بیان شد، انقلاب چهارم صنعتی، تحولات عظیمی در فرایند صنایع آینده، به همراه خواهد داشت، پیامدهای مثبت و منفی این پدیده همه صنایع را در بر خواهد گرفت و اندیشمندان هر حوزه را بر آن خواهد داشت که مطالعات علمی و سنجیده‌ای در حوزه خود داشته باشند و نسبت به اثرات مطلوب و منفی آن، آگاهی لازم را کسب نمایند.

^۱ Interacting in heterogeneous groups

^۲ Acting autonomously



آغاز تشکیل تعاون و تشکیل نخستین شرکت‌های تعاونی، یک نوع عکس‌العمل دفاعی و کوششی اجتماعی در مقابل شرایطی بود که انقلاب صنعتی و توسعه اقتصادی و تجاری در اروپا پدید آورد. انسان نیازمند رفتار جمعی و ناگزیر از زندگی در جمع است. این نیاز دیرین اوست که به جامعه سنتی یا صنعتی محدود نمی‌شود. انسان به‌تنهایی توان مقابله با ساختارهای بی‌رحم اجتماعی و اقتصادی را ندارد. تعاونی و مشارکت می‌تواند بشر را برای تاب‌آوری بیشتر در برابر شرایط اقتصادی و اجتماعی توانمند سازد. پس باید اندیشه تعاون، فرهنگ یادگیری و جنبش‌ها و نهادهای تعاون را بنیاد و قاعده مناسب و مساعدی دانست که در آنها جمعیت به‌جای پراکندگی و مقابله و تلاش فردی، به همکاری و رقابت سالم پناه می‌برند؛ لذا امروزه تعاون اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌آید که می‌تواند در بهره‌وری بهینه از شرایط زندگی کار و تولید و ارتقاء سطح درآمد و وضعیت اجتماعی - اقتصادی جامعه مؤثر باشد. تجربه برخی کشورها حاکی از آن است که تعاونی‌ها، مطلوب‌ترین و بهینه‌ترین سازمان‌هایی هستند که موفق شده‌اند وسیله تجمع نیروهای پراکنده و متفرق و جدا از هم را با وجود مقدار به‌ظاهر اندک این نیروها، فراهم سازند و با این عمل و اقدام خود سهم عمده‌ای از انتظار تحقق بخشیدن به اصول و آرمان‌های بزرگ تعاون در زمینه توسعه و پیشرفت جوامع را به خود اختصاص دهند و موجبات افزایش درآمد و تولید محصولات کشاورزی، کارگاهی و صنعتی و در نتیجه تعدیل و تثبیت قیمت‌ها و در نهایت رفاه حال تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را فراهم آورند و در سایه تلاش مشترک افراد آگاه، به اهداف والای تعاون و همپاری متقابل و موفقیت‌های چشمگیری دست یابند.

بررسی اسناد بالادستی و تأکیدات قانونی حکایت از اهمیت روزافزون توسعه تعاون به‌منظور توسعه بیش‌ازپیش کشور و بهبود عدالت اقتصادی و اجتماعی در سطح عموم جامعه، دارد. به‌عنوان مثال توسعه و تقویت بخش تعاون در جای‌جای مواد متعدد ۱۱، ۱۴، ۱۷، ۲۱، ۲۳، ۲۴، ۲۷ برنامه ششم توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور اشاره شده است. همچنین چشم‌انداز آتی توسعه تعاون در کشور دستیابی به سهم بیست و پنج‌درصدی بخش تعاون در اقتصاد کشور تعریف شده است.

علی‌رغم توفیقات مناسبی که تاکنون در این عرصه به‌دست آمده، برای رسیدن به وضعیت مطلوب بر اساس اهداف متصور در برنامه‌های مختلف توسعه‌ای کشور، فعالیت‌ها و اقدامات زیادی بایستی صورت بگیرد. در این بین انقلاب چهارم صنعتی یک فرصت بی‌نظیر و ویژه را نصیب بخش تعاون ساخته که می‌تواند تحقق خیلی از اهداف متعالی این حوزه را تسریع ببخشد. بدیهی است که تحولات شگرف در حوزه‌های فناوری افزون بر ایجاد فرصت و موقعیت ترقی، می‌تواند انواع تهدیدات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره را در پی داشته باشد.

در همین راستا مطالعه حاضر در پی آن است که مشخص نماید اثرات (مثبت و منفی) انقلاب چهارم صنعتی و فناوری‌های نوین بر بخش تعاون کدامند؟

روش تحقیق و مدل

روش تحقیق

این پژوهش بر اساس هدف از انواع تحقیقات کاربردی و از منظر رویکردی، جزء پژوهش‌های کیفی و تحلیل مضمون^۱ است. روش تحقیق تحلیل مضمون یکی از تحقیقات کیفی است که انواع مضامین و مصاحبه‌ها را به طور منظم و سامانمند تجزیه و تحلیل می‌نماید. در این روش معمولاً مفاهیم و مضامین مطرح شده در مصاحبه‌ها در سه سطح (پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر) تحلیل می‌شوند. در این تحقیق سطح پایه را به‌عنوان نشانگر، سطح سازمان‌دهنده را به‌عنوان مفهوم و سطح فراگیر را به‌عنوان بعد، در نظر گرفته می‌شود.

جامعه و نمونه تحقیق

جامعه آماری تحقیق حاضر خبرگان و متخصصان حوزه اقتصاد، تعاون و فناوری اطلاعات هستند که با روش در دسترس و گلوله‌برفی، تعداد ۳۵ نفر متخصص برای نمونه تحقیق، برگزیده شده‌اند. همچنین این تحقیق از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش حاضر، بهره گرفته است.

ویژگی‌های ابزار اندازه‌گیری

۱- **روایی:** برای بررسی میزان روایی مصاحبه‌های بخش کیفی از معیار بررسی با کمک اعضای پژوهش^۲ استفاده گردید. در این روش پس از کدگذاری به‌وسیله محقق، مصاحبه‌ها با کمک یکی دیگر از متخصصان در حوزه موضوعات تحقیق، کدگذاری مجدد شد و متخصص جدید نتایج تحلیل و کدگذاری خود را با کدگذاری محقق، مقایسه نمود. خوشبختانه نتایج مقایسه این روش در حد بالایی همپوشانی و تطابق داشت.

۲- **پایایی:** برای ارزیابی پایایی (قابلیت اطمینان یا سازگاری^۳) از روش بازآزمون^۴ و فرمول زیر استفاده شد. مصاحبه‌ها در دوره زمانی مشخص، دو بار کدگذاری شدند و نتایج هر دو قسمت با هم مقایسه شدند. به‌زعم نظر کوال^۵ اگر نتایج باهم مشابه باشند، نشان‌دهنده میزان «توافق» یا قابلیت اطمینان مصاحبه‌هاست و اگر میزان اشتراکات و تشابه نتایج اندک و ناچیز باشد، حاکی از «عدم توافق» مصاحبه‌هاست، طوری که اگر میزان ضریب توافق مصاحبه‌ها برابر یا بالاتر از ۰/۶۰ باشد، میزان پایایی، قابلیت اطمینان یا سازگاری ابزار تحقیق، در حد مطلوب است [۱۷].

$$\text{درصد توافق} = \frac{۲ \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times ۱۰۰$$

۱ Theme analysis

۲ Member check

۳ Dependability or Consistency

۴ Re – Test Reliability

۵ Kvale, S. (۱۹۹۶)



در این راستا، ۶ مصاحبه از بین مصاحبه‌های انجام شده، بعد از سه هفته (۲۳ روز) به صورت تصادفی انتخاب شد و توسط یکی از خبرگان این حوزه، مجدداً کدگذاری شدند.

جدول ۱: میزان پایایی مصاحبه‌ها

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقی	پایایی باز آزمون
۱	مصاحبه پنجم	۲۳	۱۰	۰/۸۷
۲	مصاحبه نهم	۳۹	۱۸	۰/۹۲
۳	مصاحبه چهاردهم	۶۹	۳۱	۰/۹۰
۴	مصاحبه نوزدهم	۲۷	۱۱	۰/۸۱
۵	مصاحبه بیست و سوم	۱۹	۹	۰/۹۵
۶	مصاحبه بیست و هشتم	۴۲	۱۷	۰/۸۱
جمع	مجموع ۶ مصاحبه	۲۱۹	۹۶	۰/۹۲

$$\text{درصد توافق} = \frac{۹۶ \times ۲}{۲۱۹} \times ۱۰۰ = \frac{۲ \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} = ۰/۸۷$$

برای شش مصاحبه در دوره زمانی ۲۲ روزه، تعداد ۲۱۹ کد شناسایی شد و از این تعداد، ۹۶ کد توافق شده وجود داشت. با جایابی اعداد در فرمول فوق‌الذکر، توافق و قابلیت اطمینان مصاحبه‌ها به میزان ۰/۸۷ به دست می‌آید که حاکی از اطمینان بسیار بالای مصاحبه‌هاست و عدد به دست آمده بسیار بیشتر از ۰/۶۰ است، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها، در حد بسیار مطلوبی تأیید شده است.

یافته‌های پژوهش

الف: آمار توصیفی

جدول ۲: جنسیت افراد نمونه			جدول ۳: نوع شغل افراد نمونه			جدول ۴: تحصیلات افراد نمونه		
جنسیت	تعداد	درصد	شغل	تعداد	درصد	تحصیلات	تعداد	درصد
زن	۶	۱۷/۱۴	هیات علمی	۲۳	۶۵/۷۱	کارشناسی ارشد	۱۳	۳۷/۱۴
مرد	۲۹	۸۲/۸۵	اجرایی	۱۲	۳۴/۲۹	دکتری	۲۲	۶۲/۸۶
جمع	۳۵	۱۰۰	جمع	۳۵	۱۰۰	جمع	۳۵	۱۰۰

جدول ۵: سابقه افراد نمونه

میزان سابقه	تعداد	درصد
کمتر از ۵ سال	۰	۰
۶ تا ۱۰ سال	۶	۱۷/۱۴
۱۱ تا ۱۵ سال	۸	۲۲/۸۵
۱۶ تا ۲۰ سال	۷	۲۰
بیش از ۲۰ سال	۱۴	۴۰
جمع	۳۵	۱۰۰

بر اساس جداول شماره ۲، ۳، ۴ و ۵ مشخص شده است که حدود ۱۷ درصد افراد نمونه زن و حدود ۸۳ درصد مرد بوده اند، حدود ۶۶ درصد عضو هیات علمی و حدود ۲۴ درصد دارای سابقه اجرایی و عملیاتی بوده اند. ۳۷ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و نزدیک ۶۳ درصد دارای مدرک دکتری بوده اند. ۴۰ درصد افراد نمونه دارای سابقه بیش از ۲۰ سال بوده اند و همچنین ۲۰ درصد از متخصصان و خبرگانی که در تحقیق حاضر مشارکت داشته اند، دارای سابقه بین ۱۶ تا ۲۰ سال، حدود ۲۳ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال و حدود ۱۷ درصد نیز بین ۶ تا ۱۰ سال سابقه کاری و تخصصی داشته اند.

ب: آمار استنباطی

در راستای پاسخ به این سؤال پژوهشی مبنی بر اینکه «انقلاب چهارم صنعتی به چه میزان بر بخش تعاون کشور» تأثیر می گذارد؟ علاوه بر بررسی مطالعات علمی و ادبیات و مبانی نظری پژوهش، با کمک تکنیک تحلیل مضمون، داده های به دست آمده از مصاحبه های صورت گرفته، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بعد از حذف کدهای مشترک و غیر مرتبط، تعداد ۶۴ مفهوم استخراج شدند که در قالب مضامین پایه، کدگذاری شدند. پس از تحلیل مفاهیم پایه، بر اساس مبانی نظری، ماهیت کدها و اشتراکات معنایی و ماهیتی مفاهیم شناسایی شده، ۸ مضمون تحت عنوان مضامین سازمان دهنده و دو مفهوم با عنوان مفاهیم فراگیر شناسایی شدند.

جدول ۶: مضامین پایه (شاخص ها)، سازمان دهنده (مؤلفه ها) و فراگیر (ابعاد) تأثیر فناوری های نوین بر بخش تعاون

نشانگرها	مؤلفه ها	ابعاد
۱- توسعه مهارت های فنی نیروی انسانی شاغل در بخش تعاون مبتنی بر فناوری نوین ۲- توسعه مهارت های فنی مبتنی بر رشته های علمی مرتبط با تعاون ۳- توسعه مهارت های حل مساله ۴- توسعه مهارت های تعاملی و مشارکتی و کار تیمی ۵- توسعه مهارت های انتقادی و سعه صدر ۶- توسعه مهارت های خلاقیت و نوآوری ۷- توسعه مهارت های اجتماعی و عاطفی ۸- توسعه مهارت های مدیریت دانش ۹- توسعه مهارت های فردی و اعتماد به نفس ۱۰- مهارت های فن مذاکره و بازاریابی و فروش ۱۱- مهارت های تفکر راهبردی و دوراندیشی	۱- تحول مهارت ها	۱- پیامدهای نرم افزاری
۱- افزایش تقلبات و تخلفات مدیریتی و مالی به سبب توسعه بدافزارها ۲- افزایش تقلبات و تخلفات گزارش دهی، مدیریتی، مالی به سبب دسترسی سریع به داده های بزرگ ۳- افزایش تقلبات و تخلفات گزارش دهی، مدیریتی و مالی به سبب جعل و سندسازی اسناد ۴- نظارت بهتر بر تقلبات و پیگیری گزارش دهی، مدیریتی و مالی از سوی ناظران و مدیران اقتصادی ۵- نظارت بهتر بر خط و مستمر مدیران بخش تعاون بر اتاق ها و اتحادیه ها و تعاونی ها و اعضا ۶- نظارت مطلوب تر بر خط و مستمر اتاق های تعاون بر تعاونی ها، اتحادیه ها و مشتریان ۷- نظارت مطلوب تر تعاونی ها و اتحادیه ها بر اعضا و مشتریان ۸- نظارت مطلوب تر رقبا و تعاونی ها و اتحادیه ها بر یکدیگر در عرصه ملی و بین المللی ۹- نظارت نهادهای اقتصادی و تعاونی بین المللی بر نحوه رشد و سیر صعودی و نزولی تعاونی ها در کشور	۲- تقلبات و تخلفات مدیریتی، مالیاتی و مالی	



نشانگرها	مؤلفه‌ها	ابعاد
<p>۱- افزایش محصولات قابل تولید در بخش تعاون</p> <p>۲- افزایش خدمات قابل عرضه در بخش تعاون</p> <p>۳- افزایش رشته‌های علمی و بین‌رشته‌ای در بخش تعاون</p> <p>۴- فروش بیشتر محصولات به سبب افزایش تبلیغات الکترونیکی و اینترنتی</p> <p>۵- افزایش بازاریابان پاره‌وقت فعال در بخش تعاون</p> <p>۶- توسعه بخش تعاون نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی به سبب فروش بیشتر محصولات</p> <p>۷- تسریع فرایند فروش محصولات و خدمات</p> <p>۸- تسریع فرایند ارزیابی هزینه‌های مالی برای بخش تولید و خدمات فعال در بخش تعاون</p> <p>۹- توسعه کیفیت خدمات و تولیدات تعاونی به سبب ظهور فناوری‌های نوین</p> <p>۱۰- توسعه رقابت سالم شرکت‌های تعاونی با کمک نظارت برخط و بهینه ناظران تعاونی</p> <p>۱۱- شناسایی دقیق‌تر و جامع ریسک‌های بخش تعاونی به سبب ظهور فناوری‌های نوین</p> <p>۱۲- نظارت و کنترل بهتر ریسک‌های پیش‌روی فعالان</p> <p>۱۳- توسعه بهره‌وری بخش تعاون (کاهش هزینه و افزایش رضایت‌مندی مشتریان)</p>	۳- مدیریت کارآمد بخش تعاون	
<p>۱- افزایش صادرات محصولات و خدمات به کشورهای همسایه، منطقه و جهان</p> <p>۲- شناسایی و تحلیل دقیق‌تر بازارهای همسایه و منطقه و سایر کشورهای جهان</p> <p>۳- ورود بیشتر شرکت‌های بین‌المللی به بازار داخلی</p> <p>۴- دسترسی بیشتر و راحت‌تر به پایگاه داده‌های بین‌المللی برای شناخت بیشتر اقتصاد در عرصه بین‌المللی</p> <p>۵- مقایسه بیشتر و بهتر آمارهای اقتصادی و مدیریتی بخش تعاون با میانگین جهانی</p> <p>۶- کسب اطلاع بیشتر سرمایه‌گذاران بین‌المللی از وضعیت تعاون کشور</p> <p>۷- شرکت در همایش‌ها و گردهمایی‌های علمی و آموزشی بین‌المللی و استفاده از نتایج آنها با حداقل هزینه (حضور و برخط)</p>	۴- جهانی شدن بخش تعاون	
<p>۱- افزایش بخش تعاون به سبب ایجاد رشته‌های نوین</p> <p>۲- افزایش محصولات تولید شده در بخش تعاون به سبب ایجاد مشاغل جدید اینترنت محور</p> <p>۳- افزایش خدمات عرضه شده در بخش تعاون به سبب ایجاد مشاغل جدید اینترنت محور</p> <p>۴- اطلاع‌رسانی و تبلیغ بیشتر و بهتر محصولات و خدمات برای مشتریان بالقوه و فعال بخش تعاون</p> <p>۵- استفاده از داده‌های بزرگ برای تحلیل رفتار مشتریان بالقوه و بالفعل بخش تعاون (داده‌های نرم‌افزارهای بزرگ و ملی، پروژه‌های مالی و اعتباری، جستجوگرهای ملی و بین‌المللی)</p> <p>۶- دریافت سریع‌تر محصولات به سبب ظهور فناوری‌های نوین و از سوی مشتریان و افزایش رضایت آنان</p> <p>۷- دسترسی بیشتر و بهتر مشتریان بخش تعاون به ناظران در سطوح مختلف و انتقال بهتر انتقادات و شکایات مردمی</p> <p>۸- افزایش مشاغل پاره‌وقت همانند بازاریابان، حسابداران، مشاوران اقتصادی و مدیریتی و غیره با کمک فناوری‌های نوین ارتباطی</p>	۶- توسعه بخش تعاون نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی	
<p>۱- افزایش مشاغل آینده به سبب ظهور انواع فناوری نوین ارتباطی و اطلاعاتی</p> <p>۲- توسعه مشاغل بین‌رشته‌ای مانند هوش مصنوعی، مهندسی و معماری داده، تحلیل‌گر داده، مدیریت فضای مجازی، بازاریابان اینترنتی و مجازی، مهندسی فرهنگی، جامعه‌شناسی مجازی و غیره و کمک این رشته‌ها به توسعه بخش تعاون</p> <p>۳- حذف برخی مهارت‌ها و مشاغل صنعتی و اقتصادی به‌ویژه مشاغل مبتنی بر مهارت‌های یدی و بدنی</p> <p>۴- پیچیده شدن برخی مشاغل (ارزیابی و محاسبه هزینه‌ها و منافع و درآمدها و انواع ریسک‌های مالی و اقتصادی و مدیریتی و صنعتی و بهداشتی و اجتماعی و غیره)</p>	۱- تحول محصولات و خدمات	۲- پیامدهای سخت‌افزاری
<p>۱- حذف برخی مشاغل یدی و بدنی به سبب ظهور فناوری‌های نوین هوشمند (نگهبانی، حراست، بایگانی، چاپ و تکثیر و غیره)</p> <p>۲- کاهش تعداد نیروی انسانی در صنایع و مشاغل مختلف فعال در بخش تعاون به سبب استفاده از تجهیزات نوین و هوشمند</p> <p>۳- حذف برخی اماکن فیزیکی و کاهش هزینه‌ها مانند انبارها، اتاق‌های بایگانی و غیره</p> <p>۴- افزایش مشاغل پاره‌وقت مانند ارزیابان، بازاریابان و ناظران و مشاوران و فعالان پاره‌وقت با کمک فناوری هوشمند و نوین ارتباطی</p> <p>۵- حذف برخی وسایل و تجهیزات و امکانات حجیم و هزینه‌بر</p>	۲- تغییر کمیت و کیفیت مشاغل و خدمات	

نشانگرها	مؤلفه‌ها	ابعاد
	۱- توسعه زیرساخت‌های اینترنتی و الکترونیکی ۲- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند ارزیابی انواع ریسک ۳- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند محاسبه هزینه‌ها و درآمدها ۴- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند تبلیغات محصولات و خدمات تولید شده ۵- توسعه نرم‌افزارهای هوشمند فروش و مشتری‌یاب ۶- توسعه پایگاه داده‌های بزرگ برای نظارت بیشتر بر تعاون کشور ۷- توسعه مراکز آموزشی و پژوهشی، اقتصادی، صنعتی، مدیریتی و غیره برای ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی برخط و برون‌خط	زیرساخت‌ها

همان گونه که در جدول شماره ۶ مشخص شده تعداد ۶۴ شاخص به‌عنوان اثرات انقلاب چهارم صنعتی و فناوری‌های نوین بر بخش تعاون، شناسایی شد. این شاخص‌ها تحت عنوان کدهای پایه یا شاخص معرفی می‌شوند. در ادامه بر اساس ماهیت اشتراکی و مفهومی و ارتباط معنایی مفاهیم پایه، ۸ مفهوم سازمان‌دهنده شناسایی شدند. این مفاهیم از کدهای پایه استخراج شده و به‌عنوان مؤلفه‌های اثرات انقلاب چهارم صنعتی در بخش تعاون، شناسایی شده‌اند.



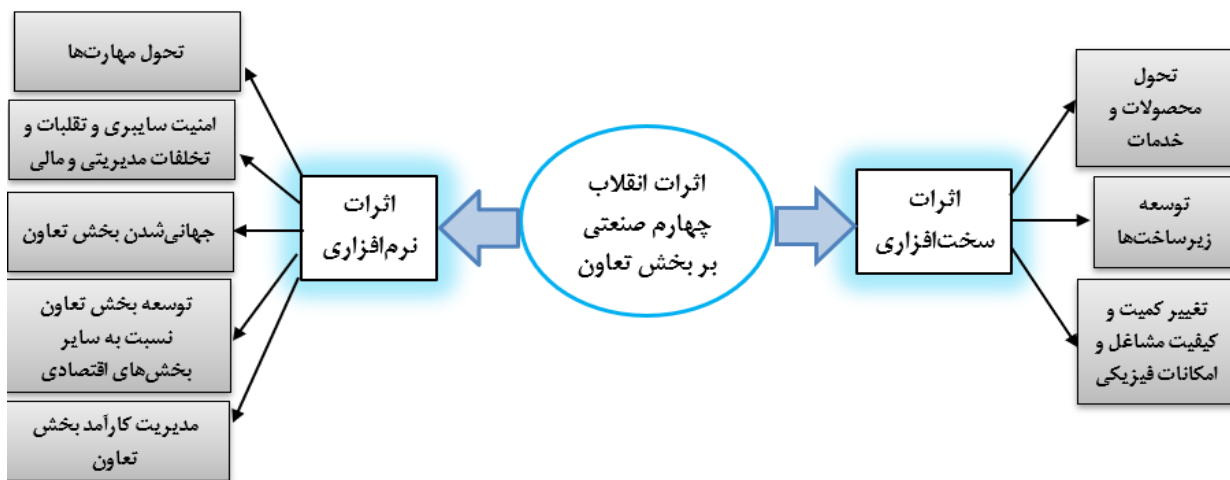
شکل ۳: مؤلفه‌های تأثیر فناوری‌های نوین بر بخش تعاون

به بیانی دیگر، همان گونه که در نمودار شماره ۳ مشاهده می‌شود، تعداد ۶۴ شاخص پایه شناسایی شده، در درون ۸ مؤلفه جای گرفتند که عبارت‌اند از: ۱- تحول مهارت‌ها در بخش تعاون (۱۱ شاخص)، ۲- امنیت سایبری و تقلبات و تخلفات مدیریتی، مالیاتی و مالی بخش تعاون (۱۱ شاخص)، ۳- مدیریت کارآمد بخش تعاون (۱۱ شاخص)، ۴- جهانی شدن بخش تعاون (۱۱

شاخص)، ۵- توسعه بخش تعاون نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی کشور (۱۱ شاخص)، ۶- تحول محصولات و خدمات بخش تعاون (۱۱ شاخص)، ۷- تغییر کمیت و کیفیت مشاغل و امکانات فیزیکی فعال در بخش تعاون (۱۱ شاخص) و ۸- توسعه زیرساخت‌ها (۱۱ شاخص).

نتایج حاصله در دو بعد کلی یا مفهوم فراگیر، بعد اثرات نرم‌افزاری انقلاب چهارم صنعتی و بعد اثرات سخت‌افزاری انقلاب چهارم صنعتی، طبقه‌بندی شد. پنج مؤلفه اول یعنی ۱- تحول مهارت‌ها، ۲- امنیت سایبری و تقلبات و تخلفات مدیریتی، مالیاتی و مالی، ۳- مدیریت کارآمد بخش تعاون، ۴- جهانی شدن بخش تعاون، ۵- توسعه بخش تعاون نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی در طبقه بعد فراگیر نرم‌افزاری یا اثرات نرم‌افزاری انقلاب چهارم صنعتی بر بخش تعاون جای گرفته است و سه مؤلفه دیگر ۱- تحول محصولات و خدمات، ۲- تغییر کمیت و کیفیت مشاغل و امکانات فیزیکی و ۳- توسعه زیرساخت‌ها، در بعد فراگیر سخت‌افزاری یا اثرات سخت‌افزاری انقلاب چهارم صنعتی در بخش تعاون قرار گرفته‌اند؛ لذا اثرات مثبت و منفی انقلاب چهارم صنعتی برای بخش تعاون در ۶۴ شاخص و ۸ مؤلفه و ۲ بعد، طبقه‌بندی گردید.

شکل ۴: مدل نهایی تحقیق برگرفته از نتایج تحقیق



بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای متغیر، پیچیده و به‌هم‌تنیده امروزه، هیچ پدیده یا موردی را نمی‌توان منفک از محیط پیرامونش، متصور شد و یا حتی بررسی نمود و در این وابستگی و ارتباط و تعامل متقابل، هر تغییری در یک پدیده، دیگر پدیده‌ها و امور بشری را همانند اعضاء و جوارح به هم پیوند خورده انسان، تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. این نوع وابستگی روش‌شناختی جدیدی را بنیان‌گذاری کرده که تحت عنوان نظریه سیستم‌ها شهرت یافته است، در این مدل تحلیلی و فلسفی، زندگانی جمعی انسان‌ها اساساً در سه زیرسیستم **فناوری، اقتصادی و جامعه و فرهنگ** (از جمله اخلاق و سیاست) تحقق پیدا می‌کند که نظام پویای اجتماع را تشکیل می‌دهند.

زیرسیستم فناوری از داده ستاده‌های فرایندهای تولیدی (ورودی‌ها و خروجی‌های تولید) در زمینه انواع محصولات موردنیاز نظیر تدارک انرژی، حمل‌ونقل، ارتباطات رسانه‌ای، امکانات آموزشی و بهداشتی، تدارک و توزیع محصولات و منابع و غیره تشکیل می‌شود و سطح و درجه تسلط انسان را بر طبیعت اعلان می‌کند.

اصل بنیادین حاکم بر زیر سیستم اقتصاد (خصوصی، تعاونی و یا حتی دولتی) اصل اقتصادی (حداکثر کارآیی تولید) است که بیان‌کننده به حداکثر رساندن مقدار تولید در یک مجموعه ثابت و یا منابع داده شده و یا بر عکس به حداقل رساندن منابع و یا عوامل تولیدی است در صورتی که مقدار تولید ثابتی داده شده باشد.

زیر سیستم اجتماعی فرهنگی از نظام ارزش‌ها و اخلاقیات، عادات و رسوم، علل و انگیزه‌های رفتاری، هنجارها، بایدها و نبایدها، ایده‌ها و آرمان‌ها، اعتقادات و باورها، موضع‌گیری‌ها و طرز برخورد‌های فردی، گروهی و جمعی مرتبط با یکدیگر، سخن می‌گوید و تأثیر قطعی بر فعالیت‌های اقتصادی و نظام فناوری، نوع و ترکیب محصولات تولید شده، توزیع کالا، تقسیم درآمد و ثروت و در نهایت اثرات برگشتی بر اهداف اجتماعی یک جامعه مانند استقلال، خودکفایی، آزادی، مساوات، صلح و عدالت اجتماعی و غیره دارد.

طول عمر و ماندگاری فناوری در سطح بین‌المللی به کمتر از یک سال رسیده و تحولات صرفه‌جویانه فناوری موجب کاهش قابل توجه هزینه‌های جاری و استفاده از تجهیزات جدید در حدی گردیده که فناوری‌های قدیمی‌تر به سرعت از نظر اقتصادی مستهلک شده و قیمت تمام‌شده آنها به مبالغ ناچیز دفتری تنزل پیدا می‌کند.

پدیده فناوری از گذشته دیرین مورد توجه اقتصاددانان و سیاست‌گذاران توسعه بوده و مباحث نظری و علمی و عملی آن در سطح قابل قبولی ارائه گردیده است.

در حال حاضر، کشورهایی همانند چین، هند، تایوان، مالزی، تایلند که سابقاً در ابداعات و ابتکارات فناورانه پیشرو نبوده؛ بلکه مصرف‌کننده و دنباله‌رو این عرصه بودند، فناوری‌های نوین و روز دنیا تولید می‌کنند، مهارت‌های موردنیاز کاربرد و توسعه این فناوری‌ها را در فعالان مرتبط توسعه و بهبود داده‌اند و هر روز بیش‌ازپیش، خود را برای انطباق بهره‌ور با انقلاب چهارم صنعتی مهیا و آماده می‌کنند.

فناوری‌های نوین را مهمان ناخوانده‌ای می‌دانند که همه میزبانان در حوزه‌های مختلف اقتصادی، تولیدی و خدماتی، باید خود را برای پذیرایی از این مهمان پرخبر و برکت ولی حاشیه‌ساز، آماده و مهیا نمایند. مهمانی که می‌تولند برای آنان که آمادگی و برنامه‌ریزی علمی، سنجیده و از پیش تعیین‌شده‌ای دارند، منفعت و توفیق زیادی را داشته باشد، اما اگر میزبان‌ها در هر حوزه تولیدی یا خدماتی، آمادگی پذیرایی از این مهمان ناخوانده را نداشته باشند، به یقین مشکلات بسیار زیاد و پرهزینه‌ای، دامنگیرشان خواهد شد. عصر حاضر را به سبب تولید روزافزون و افسارگسیخته، فناوری‌های نوین، به عصر و انقلاب جدید یا انقلاب چهارم تفسیر می‌کنند. به نوعی ظهور فناوری‌های نوین در همه حوزه‌های بشری انقلابی عظیم به راه انداخته است.

اصطلاح «انقلاب چهارم صنعتی» در مجمع جهانی اقتصاد داووس در ژانویه ۲۰۱۶ ابداع شد. این انقلاب، در همه ابعاد و پدیده‌های اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی، سیاسی، فرهنگی، نظامی، دفاعی و در کل همه فرایندهای تولیدی و خدماتی سراسر جهان، اثرات خاص خود را داشته است.



بخش تعاون یکی از مهم ترین و حیاتی ترین بخش های اقتصادی کشور محسوب می شود که افزون بر توسعه اقتصادی و اجتماعی، موضوعات توسعه عدالت اجتماعی، بهداشتی، فرهنگی جامعه را مدنظر قرار می دهد و در پی افزایش شاخص های رفاه و سبک زندگی جامعه است.

ظهور فناوری های نوین، پدیده ها، اشیاء اینترنت محور، همه بخش های اقتصادی را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. نیروی انسانی، زیرساخت های فیزیکی و تجهیزات، امکانات و منابع، سبک های مدیریتی و دیگر حوزه های مرتبط با صنایع را به شدت متحول نموده است. حضور و ظهور گسترده و روزافزون انواع فناوری های نوین به ویژه پس از بیماری همه گیر کرونا، دوران خاص مدیریتی را رقم زده است که همه اندیشمندان و خبرگان علمی و اجرایی را به استفاده بهینه از این نوع فناوری ها و پرهیز از پیامدهای منفی آن در جامعه، تا حد بسیار زیادی متمرکز نموده است.

در تحقیق حاضر، پیامدهای (مثبت و منفی) انقلاب چهارم صنعتی برای بخش بنیادین تعاون، بررسی شد و تعداد ۶۴ شاخص و ۸ مؤلفه یا مفهوم سازمان دهنده و ۲ بعد یا مفهوم فراگیر، در تحلیل پیامدهای مثبت و منفی انقلاب چهارم صنعتی و ظهور فناوری های نوین و هوشمند در بخش تعاون، شناسایی شده اند.

یافته های تحقیق حاضر با نتایج تحقیقاتی همانند پژوهش های ویف، ۲۰۱۸، سازمان بهره وری آسیا، ۲۰۲۱، یونسکو، ۲۰۱۸، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۵ و کمیسیون اتاق های بازرگانی و صنایع هند ۲۰۲۰، همسو و همخوان است.

نظرات خبرگان و متخصصان حوزه اقتصاد، تعاون و فناوری اطلاعات و یافته های به دست آمده از این تحقیق حاکی از آن است که تأثیر فناوری های نوین بر بخش تعاون در دو بخش اثرات و پیامدهای سخت افزاری و نرم افزاری قابل بررسی است. اثر فناوری های نوین در بخش سخت افزاری باعث می شود در آینده نزدیک محصولات، تولیدات، خدمات تولید شده در بخش تعاون دچار تحول زیادی شوند. همچنین فناوری های نوین، کمیت و کیفیت بسیاری از مشاغل آینده فعال در بخش تعاون را به شدت تحت تأثیر قرار می دهد. بسیاری از امکانات، تجهیزات و منابع فیزیکی را تغییر خواهد داد. شدت فناوری ها به یقین تحول عظیمی را در زیرساخت های فناوری، اطلاعاتی و ارتباطی ایجاد خواهد نمود.

نتایج تحقیق نشان داد که بخش تعاون در آینده به ناچار بایستی به سمت وسوی تحول در بخش نرم افزاری پیش برود. تحولات و تأثیرات نرم افزاری متأثر از ظهور فناوری های نوین برای بخش تعاون، در پنج حوزه نمود خواهد داشت. یکی از مهم ترین حوزه هایی که به شدت متأثر از انقلاب چهارم صنعتی یا همان هوشمندسازی اشیاء و پدیده ها خواهد بود، مهارت های فعلی و آتی نیروی انسانی فعال در این بخش خواهد بود. در دنیای به شدت متغیر آتی، بسنده کردن به مدارک تحصیلی - تخصصی به هیچ وجه برای توفیق در وظایف و مأموریت های محوله، کفایت نخواهد کرد. در تحقیق حاضر همسو با دیگر پژوهش های این حوزه، مشخص گردید که مهارت های مورد نیاز مشاغل صنایع آینده در دنیای آینده که بر فناوری های هوشمند متمرکز می شوند، بسیار پیچیده و فنی خواهد بود و کارفرمایان این صنعت حتماً بر وجود این مهارت ها تأکید خواهند نمود. نیروی انسانی بایستی مهارت های تخصصی مورد نیاز فناوری های نوین را کسب کنند. راستی آزمایی اطلاعات فضای مجازی، بررسی صحت و سقم پایگاه داده های ارائه شده، نحوه نگهداری و امنیت حریم شخصی، بهره گیری از انواع فناوری های مفید و کارآمد از جمله قابلیت هایی است که به عنوان یک نیاز اساسی برای نیروی انسانی آتی محسوب می شود.

به سبب ظهور مشاغل جدید، در آینده بسیار نزدیک خیلی از مشاغل فعال در حوزه تولید و خدمات، متحول خواهند شد. برخی مشاغل فعلی منسوخ خواهند شد و به سبب عدم استقبال جامعه و مخاطبان، از گردونه چرخش حذف خواهند شد و برخی مشاغل دچار تحول عظیم ماهیتی و شکلی و ساختاری خواهند شد و برخی مشاغلی که در حال حاضر وجود ندارند، پدیدار می‌شوند همانند مهندسی داده، معماری فضای مجازی، تحلیل‌گر داده‌های بزرگ و غیره؛ لذا به تأکید ویژه و فوریت پیشنهاد می‌شود که مدیران، سیاستمداران و تصمیم‌گیران حوزه تعاون بایستی آگاه باشند که کسب دانش و مهارت لازم برای این رشته‌های نوظهور یا متحول‌شده، یکی دیگر از مهارت‌های مورد نیاز بخش تعاون خواهد بود.

دنیای اجتماعی و اقتصادی امروزه به شدت متغیر و غیرقابل پیش‌بینی است. ریسک‌ها ناپایدار و متغیر می‌شوند، شرایط اقتصادی و اجتماعی تقریباً غیرقابل پیش‌بینی و پیچیده خواهند بود، در چنین شرایطی نمی‌توان با یک یا چند دوره آموزشی از پیش تعیین شده و مدرک تحصیلی ثابت و واحد، نیروی انسانی کارآمد و بهره‌ور در صنایع مختلف بخش تعاون فراهم کرد؛ لذا کارفرمایان حوزه تعاون به نیروی انسانی نیازمند خواهند بود که توانایی و مهارت حل مساله را به خوبی فرا گرفته باشند و بتوانند با کار تیمی و مشارکتی و روحیه تعاملی برای مسائل غیرقابل پیش‌بینی و بی‌ثبات، راهکار مطمئن و قابل قبول بیابند؛ لذا به سبب ظهور گسترده فناوری نوین و هوشمند و تغییرات مستمر در انواع مشاغل و حوزه‌های انسانی، در آینده بخش تعاون به نیروی انسانی نیازمند خواهد بود که دارای مهارت‌های حل مساله، تعاملی، مشارکتی و کار تیمی، انتقادی و سعه‌صدر، خلاقیت و نوآوری، اجتماعی و عاطفی، مدیریت دانش (یافتن، ذخیره، دسترسی و کاربرد دانش)، فن مذاکره و بازاریابی و تفکر راهبردی و دوراندیشی، باشد. تأثیر دیگر فناوری‌های نوین بر بخش تعاون، موضوع امنیت سایبری و تقلبات و تخلفات مدیریتی، مالی و مالیاتی است. در این زمینه تحولات هوشمندسازی در انواع پدیده‌ها باعث شده که دست‌اندرکاران علمی و اجرایی این بخش، به طور قابل توجهی بر این حوزه‌ها تمرکز جدی داشته باشند:

۱- افزایش تقلبات و تخلفات مدیریتی و مالی به سبب توسعه بدافزارها، ۲- افزایش تقلبات و تخلفات گزارش‌دهی، مدیریتی، مالی به سبب دسترسی سریع به داده‌های بزرگ، ۳- افزایش تقلبات و تخلفات گزارش‌دهی، مدیریتی و مالی به سبب جعل و سندسازی اسناد، ۴- نظارت بهتر بر تقلبات و پیگیری گزارش‌دهی، مدیریتی و مالی از سوی ناظران و مدیران اقتصادی، ۵- نظارت بهتر بر خط (آنلاین) و مستمر مدیران بخش تعاون بر اتاق‌ها و اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها و اعضا، ۶- نظارت مطلوب‌تر بر خط (آنلاین) و مستمر اتاق‌های تعاون بر تعاونی‌ها، اتحادیه‌ها و مشتریان، ۷- نظارت مطلوب‌تر تعاونی‌ها و اتحادیه‌ها بر اعضا و مشتریان، ۸- نظارت مطلوب‌تر رقبا و تعاونی‌ها و اتحادیه‌ها بر یکدیگر در عرصه ملی و بین‌المللی و ۹- نظارت نهادهای اقتصادی و تعاونی بین‌المللی بر نحوه رشد و سیر صعودی و نزولی تعاونی‌ها در کشور.

تأثیر دیگر توسعه صنعت هوشمندسازی در بخش تعاون، تحولات مدیریتی در آینده نزدیک خواهد بود، به گواه کارشناسان و مطالعات علمی همانند ویف و مجمع جهانی اقتصاد و سازمان بهره‌وری آسیا و نتایج تحقیق حاضر، محصولات قابل تولید و خدمات قابل عرضه در بخش تعاون افزایش می‌یابد، رشته‌های علمی و بین‌رشته‌ای در بخش تعاون بیش‌ازپیش می‌شود، محصولات این حوزه به سبب افزایش تبلیغات الکترونیکی و اینترنتی فروش بیشتری خواهد داشت، بازاریابان پاره‌وقت که با کمک فضای مجازی و فناوری اطلاعات فعالیت خواهند داشت، بیشتر می‌شوند، در فرایند ارزیابی هزینه‌های مالی برای بخش تولید و خدمات



فعال در بخش تعاون تسریع صورت می‌گیرد، کیفیت خدمات و تولیدات تعاونی به سبب ظهور فناوری‌های نوین افزایش می‌یابد، رقابت سالم شرکت‌های تعاونی با کمک نظارت برخط و بهینه ناظران تعاونی می‌تواند فزون‌تر شود، به سبب ظهور فناوری‌های نوین انواع ریسک‌های بخش تعاونی (در مرحله درونداد، فرایند و برونداد) دقیق‌تر و جامع‌شناسایی می‌شوند و این ریسک‌های شناسایی شده، بهتر نظارت و کنترل می‌شوند. در نهایت ظهور فناوری‌های نوین به توسعه و بهبود بهره‌وری بخش تعاون (کاهش هزینه و افزایش رضایت‌مندی مشتریان)، می‌انجامد.

یکی دیگر از اثرات فناوری‌های نوین بر بخش تعاون، جهانی‌سازی و رویه بین‌المللی شدن بیش‌ازپیش این بخش اقتصادی خواهد بود. این نتیجه هم آثار مثبت خواهد داشت و هم ممکن است برخی پیامدهای منفی مانند اعمال بیشتر تحریم‌های غیراخلاقی و غیرقانونی دنیای سلطه باشد البته با کنترل و مدیریت علمی و سنجیده می‌توان مزایای این مؤلفه را نیز افزایش داد. با توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، دسترسی و ارتباط با کشورهای همسایه، منطقه و بین‌المللی بیشتر خواهد شد که می‌تواند تحلیل دقیق و واقع‌بینانه بازارهای همسایه و منطقه و سایر کشورهای جهانی را در پی داشته باشد و توسعه بخش تعاون در عرصه بین‌المللی را رقم بزند، در این زمینه باید به این موضوع هم توجه نمود که با توجه به بافت فرهنگی و اجتماعی کشورهای منطقه و همسایگان جمهوری اسلامی ایران، توسعه فعالیت‌های اقتصادی، مشارکتی، تعاونی و تکافل می‌تواند در موفقیت این گزینه تأثیرگذار باشد. تسریع فرایند جهانی‌سازی با کمک فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌تواند اطلاع سرمایه‌گذاران بین‌المللی از وضعیت اقتصاد کشور در بخش تعاون را افزایش دهد و ورود بیش‌ازپیش شرکت‌های بین‌المللی را به بازار داخلی تسهیل و تسریع نماید. توسعه این حوزه همچنین می‌تواند باعث شود نیروی انسانی و کارشناسان کشور در همایش‌ها و گردهمایی‌های علمی و آموزشی بین‌المللی بیشتری شرکت نمایند و از نتایج و یافته‌های علمی این مراکز و گردهمایی‌ها، با حداقل هزینه و به نحو بهتر بهره ببرند.

یکی دیگر از پیامدهای مستقیم و غیرمستقیم فناوری‌های نوین، توسعه بخش تعاون نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی در داخل و خارج کشور است. افزایش بخش تعاون به سبب ایجاد رشته‌های نوین، افزایش محصولات تولید شده به سبب ایجاد مشاغل جدید اینترنت محور، افزایش خدمات عرضه شده به سبب ایجاد مشاغل جدید اینترنت محور، اطلاع‌رسانی و تبلیغ بیشتر و بهتر محصولات و خدمات برای مشتریان بالقوه و فعال این حوزه، استفاده از داده‌های بزرگ برای تحلیل رفتار مشتریان بالقوه و بالفعل بخش تعاون (داده‌های نرم‌افزارهای بزرگ و ملی، پوزهای مالی و اعتباری، جستجوگرهای ملی و بین‌المللی)، دریافت سریع‌تر محصولات از سوی مشتریان و افزایش رضایت آنان به سبب ظهور فناوری‌های نوین، دسترسی بیشتر و بهتر مشتریان بخش تعاون به ناظران در سطوح مختلف و انتقال بهتر انتقادات و شکایات مردمی، افزایش مشاغل پاره‌وقت همانند بازاریابان، حسابداران، مشاوران اقتصادی و مدیریتی و غیره با کمک فناوری‌های نوین ارتباطی از عواملی هستند که تحت تأثیر انقلاب چهارم صنعتی، توسعه و ارتقاء بخش تعاون را نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی در پی خواهند داشت.

تحول محصولات و خدمات و تغییر کمیت و کیفیت مشاغل و امکانات فیزیکی از دیگر پیامدهای مهم و قابل توجه انقلاب چهارم صنعتی است. مشاغل آینده به سبب ظهور انواع فناوری نوین ارتباطی و اطلاعاتی افزایش خواهند داشت، مشاغل بین‌رشته‌ای مانند هوش مصنوعی، مهندس و معماری داده، تحلیل‌گر داده، مدیریت فضای مجازی، بازاریابان اینترنتی و مجازی، مهندسی فرهنگی،

جامعه‌شناسی مجازی و... به‌مرور این رشته‌ها به توسعه بخش تعاون منجر خواهند داشت. برخی مهارت‌ها و مشاغل صنعتی و اقتصادی به‌ویژه مشاغل مبتنی بر مهارت‌های یدی و بدنی، کارایی و اثربخشی خود را از دست خواهند داد. پیچیده شدن برخی مشاغل از لحاظ ارزیابی و محاسبه هزینه‌ها و منافع، درآمدها و انواع ریسک‌های مالی و اقتصادی و مدیریتی و صنعتی و بهداشتی و اجتماعی و غیره بسیار زیاد خواهد شد. برخی اماکن فیزیکی مانند انبارها، اتاق‌های بایگانی و غیره، حذف و یا کمتر خواهد شد. برخی مشاغل یدی و بدنی به سبب ظهور فناوری‌های نوین هوشمند (نگهبانی، حراست، بایگانی، چاپ و تکثیر و غیره) به طور قابل توجهی کاسته می‌شود و به همین سبب، تعداد نیروی انسانی در صنایع و مشاغل مختلف فعال در بخش تعاون به سبب استفاده از تجهیزات نوین و هوشمند کمتر خواهد شد. برخی وسایل و تجهیزات و امکانات حجیم و هزینه‌بر، کمتر خواهند شد و البته انتظار می‌رود که مشاغل پاره‌وقت مانند ارزیابان، بازاریابان و ناظران و مشاوران و فعالان پاره‌وقت با کمک فناوری هوشمند و نوین ارتباطی، افزایش زیادی داشته باشد.

یکی دیگر از نتایج تحقیق حاضر آن است که نیازمندی‌های توسعه‌ای ویژه این تحولات بیشتر خواهد شد، زیرساخت‌های اینترنتی و الکترونیکی، نرم‌افزارهای هوشمند ارزیابی انواع ریسک، نرم‌افزارهای هوشمند محاسبه دقیق هزینه‌ها و درآمدها، نرم‌افزارهای هوشمند تبلیغات محصولات و خدمات تولید شده، نرم‌افزارهای هوشمند فروش و مشتری‌یاب، پایگاه‌داده‌های بزرگ برای نظارت بیشتر بر تعاون کشور و مراکز آموزشی - پژوهشی، اقتصادی، صنعتی، مدیریتی و غیره برای ارائه خدمات آموزشی - پژوهشی برخط و برون‌خط از جمله مهم‌ترین نیازمندی‌ها و الزامات زیربنایی و زیرساختی ضروری است که از باب بهره‌گیری مطلوب و بهینه از فناوری‌های نوین، بایستی در اولویت توسعه زیرساختی اقتصادی کشور به‌ویژه در بخش تعاون مدنظر مسئولان و تصمیم‌گیران این حوزه قرار گیرد.

سخن آخر آنکه بر اساس نتایج تحقیق حاضر و مبانی نظری و علمی این حوزه پیشنهاد می‌شود که در فضای بسیار متحول و متغیر امروزه و با رشد روزافزون و افسارگسیخته فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و ظهور عصر هوشمندسازی، اندیشمندان و خبرگان علمی و اجرایی بخش تعاون نسبت به پیامدهای مهم و اثرگذار انقلاب چهارم صنعتی، در دو بعد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری چنان‌که تشریح شد، آگاهانه و عالمانه تحلیل‌های علمی لازمه را به عمل آورند و قبل از آنکه همه پیامدهای مثبت و منفی این حوزه را به‌اجبار پذیرا باشیم، با وضعیت کنشی و فعالانه (نه منفعلانه و پذیرنده صرف) به استقبال تغییرات مثبت و مطلوب انقلاب چهارم صنعتی و پیدایش فناوری‌های نوین بشری در این حوزه اقتصادی برویم. در این صورت می‌توان مزایا و محاسن توسعه فناوری‌های هوشمند و فناوری اطلاعات را به حداکثر ممکن رساند.



فهرست منابع

- [۱] Asian productivity organization (APO) or any APO member. (۲۰۲۱) Education for future Industries in Asian making higher education fit the labor market of tomorrow. November ۲۰۲۱. Published in Japan by the Asian Productivity Organization. ۱-۲۴-۱. Hongo, Bunkyo- ku Tokyo ۱۱۳-۰۰۳۳, Japan www.apo-tokyo.org © ۲۰۲۱ Asian Productivity Organization.
- [۲] OECD. How is the Global Talent Pool Changing (۲۰۱۳, ۲۰۳۰)? Education Indicators in Focus, No ۳۱; ۲۰۱۵.
- [۳] WEF. The Future of Jobs Report ۲۰۱۶: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Geneva, WEF; ۲۰۱۸.
- [۴] UNESCO-UIS. Higher Education in Asia: Expanding Out, Expanding Up; ۲۰۱۴.
- [۵] OECD. Technical Report of the Survey of Adult Skills (PIAAC) (Third Edition). OECD Publishing; ۲۰۱۹.
- [۶] OECD. Definition and Selection of Competencies (DeSeCo). <https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/definition-and-selection-of-competenciesdeseco.htm>. Accessed on ۳۰ December ۲۰۱۹.
- [۷] Statistics Times. Projected GDP Ranking. [www.statisticstimes.com/economy/projected-world-gdp-ranking .php](http://www.statisticstimes.com/economy/projected-world-gdp-ranking.php). Accessed on ۱۵ December ۲۰۱۹.
- [۸] FICCI. Future of Jobs in India: ۲,۰. <https://ficci.in/spdocument/۲۳۰۳۱/Future-of-Jobs-in-India-۲,۰.pdf>. Accessed on ۲۲ March ۲۰۲۰.
- Joshi S. From the Hindu Rate of Growth to Unstoppable India: Has the Services Sector Played a Role? Service Industries Journal ۲۰۱۰; ۱۲۹۹-۱۳۱۲.
- [۹] FICCI-KPMG. Skilling India: A look back at the progress, challenges and the way forward. ficci.in/spdocument/۲۰۴۰۵/FICCI-KPMG-Global-Skills-report.pdf. Accessed on ۲۰ December ۲۰۱۹.
- [۱۰] FICCI-NASSCOM-EY. The Future of Jobs in India- A ۲۰۲۲ Perspective. https://ficci.in/spdocument/۲۲۹۵۱/FICCI-NASSCOM-EY-Report_Future-of-Jobs.pdf. Accessed on ۲۹ February ۲۰۲۰.

- [۱۲] INDIA Legislative Research. Draft National Policy ۲۰۱۹. [http://prsindia.org /report-summaries draft-national-education- policy-۲۰۱۹](http://prsindia.org/report-summaries-draft-national-education-policy-۲۰۱۹). Accessed on ۲۸ December ۲۰۱۹.
- [۱۳] Joshi S. Determinants of Tertiary Sector Employment in India. Mitra A. eds. Economic Growth in India and its Many Dimensions. New Delhi: Orient Black swan Pvt Ltd; ۲۰۱۸; a, pp. ۱۷۷-۱۹۴.
- [۱۴] Klein S. Benjamin R. Shavelson R.J. et al. The Collegiate Learning Assessment. Evaluation Review, ۳۱ (۵), ۲۰۰۷.
- [۱۵] Altbach P. The Dilemmas of Rankings. International Higher Education. ۴۲, Winter. [http://www. bc.edu/ bc_org /avp/soe/cihe/newsletter /Number۴۲/p۲_Altbach.htm](http://www.bc.edu/bc_org/avp/soe/cihe/newsletter/Number۴۲/p۲_Altbach.htm). Accessed on ۲۹ May ۲۰۲۰.
- [۱۶] Sanderson I. Evaluation, Policy Learning and Evidence-based Policy Making. Public Administration, ۸۰ (۱), ۲۰۰۲.
- [۱۷] Kvale, S. (۱۹۹۶). Interview Views: An Introduction to Qualitative Research Interviewing. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.



چالش‌های شرکت‌های تعاونی روستایی در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران

شهره سلطانی خانکهدانی^۱

پیمان باباخانلو^۲

شرکت‌های تعاونی روستایی با مأموریت و اهداف جامع توسعه‌ای شامل اهداف اقتصادی و اجتماعی در روستاهای ایران ایجاد شدند. زمانی که بحث کارآفرینی در زمینه تعاونی روستایی مطرح می‌شود، باید سهم بیشتری برای کارآفرینی اجتماعی نسبت به کارآفرینی اقتصادی قائل شد. مقاله حاضر با ارائه خلاصه‌ای در رابطه با کارآفرینی اجتماعی، تعاریف و ویژگی‌های آن، به نقش تعاونی‌های روستایی در توسعه این مقوله پرداخته است. بررسی منابع در مقاله حاضر نشان داد نقش این شرکت‌ها در توسعه کارآفرینی اجتماعی نسبت به تعاونی‌هایی که در مناطق شهری قرار دارند، چشمگیرتر می‌باشد، اما در صورت عدم موفقیت در ایفای نقش رهبری و توسعه اجتماعی، تعاونی‌های روستایی به اعتماد روستاییان و نهادهای اجتماعی آنها ضربه وارد می‌کنند. در این بررسی، چالش‌های شرکت‌های تعاونی در توسعه کارآفرینی اجتماعی در شش حیطه شامل عدم تبیین چشم‌انداز و برنامه عملیاتی برای تعاونی‌های روستایی، عدم انتخاب و معرفی تعاونی‌های روستایی برتر در حیطه کارآفرینی اجتماعی، کمبود آموزش و اطلاع‌رسانی به مدیران در خصوص عملکرد اجتماعی، کمبود نیروی متخصص برای مدیریت فعالیت‌های مشارکتی، کمبود ارتباط با سازمان‌های دولتی و غیردولتی و کمبود نقدینگی، سرمایه و منابع اقتصادی دسته‌بندی شدند و توصیه شد مدیران تعاونی‌های روستایی راجع به عملکرد کارآفرینی اجتماعی تعاونی‌ها آموزش دیده و آگاهی پیدا کنند. همچنین ضروری است فرصتی برای ارائه تجارب مدیران تعاونی‌های روستایی در زمینه انتقال تجارب توسعه کارآفرینی اجتماعی فراهم آید.

واژگان کلیدی: شرکت تعاونی روستایی، کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی

۱. عضو هیات علمی موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی. ایمیل: soltani.shohreh@gmail.com

۲. رئیس هیات مدیره انجمن علمی تعاون ایران. ایمیل: p_babakhanluo@yahoo.com

مقدمه

از گذشته‌های دور، جامعه سنتی ایران در موارد گوناگون برای مقابله با دشواری‌های زندگی اجتماعی، به راه‌حل‌های یاری‌گری و تعاونی رجوع کرده است. نمونه‌هایی مانند واره، شیرواره، بلوک، گالشی، گاو‌میش و ...، مثال‌هایی از فرهنگ یاری‌گری و تعاون در روستاهای ایران است (طالب و بخشی‌زاده، ۱۳۹۱). با این وجود، از لحاظ تشکیل و ثبت فعالیت تعاونی‌های رسمی می‌توان سال ۱۳۱۴ را آغاز فعالیت تعاونی‌ها در ایران دانست، زیرا در این سال دولت اقدام به تشکیل نخستین شرکت تعاونی روستایی در منطقه داورآباد گرمسار نمود.

بر اساس آخرین سالنامه آماری ارائه شده توسط سازمان مرکزی تعاون روستایی، تا پایان سال ۱۳۹۹، تعداد ۲۷۵۸ شرکت تعاونی روستایی با عضویت ۴۴۸۸۵۳۶ نفر در ۴۷۳۲۳ روستای کشور با سرمایه‌ای بالغ بر ۲۳۷۶ میلیارد ریال مشغول فعالیت بوده‌اند. بررسی پراکنش شرکت‌های تعاونی روستایی در استان‌های کشور نشان می‌دهد که استان خراسان رضوی با ۲۲۳ شرکت تعاونی در مقام نخست و استان قم با ۱۱ شرکت تعاونی در ردیف آخر قرار دارند. این شرکت‌ها به نوبه خود تعداد ۳۰۹ اتحادیه را در سطح شهرستان تشکیل می‌دهند. این اتحادیه‌ها نیز در سطح هر استان تشکیل اتحادیه استانی را داده که تعداد آن تاکنون به ۳۲ مورد بالغ گردیده است (سازمان مرکزی تعاون روستایی، ۱۴۰۰).

تعاونی‌های روستایی چندمنظوره بوده و به فعالیت‌های مختلف خدماتی، تولیدی، بازرگانی و ترویجی می‌پردازند. پرداخت وام‌های معیشتی به اعضای تعاونی‌ها، توزیع سوخت روستاییان، توزیع نهاده‌های کشاورزی نظیر کود شیمیایی، سموم دفع آفات و بیماری‌ها، بذور گیاهی، ماشین‌آلات کشاورزی و قطعات یدکی آنها و توزیع کلیه کالاهای اساسی موردنیاز روستاییان نظیر برنج، روغن نباتی، قند و شکر، آرد و همچنین خرید تضمینی محصولات کشاورزی به میزان قابل توجهی از طریق تعاونی‌ها صورت می‌پذیرد. از دیگر فعالیت‌های این شبکه، ارائه خدمات آموزشی و ترویجی و نیز خدمات ماشینی از طریق تأسیس و توسعه مراکز مکانیزاسیون می‌باشد. ارائه خدمات فرهنگی، اجتماعی و حل‌وفصل اختلافات محلی و کمک و مساعدت به دستگاه‌های اجرایی محلی نیز از دیگر فعالیت‌های قابل توجه این شبکه است.

با این وصف، قطعاً شرکت‌های تعاونی روستایی را می‌توان از جمله ظرفیت‌های بالقوه فراروی «کارآفرینان اجتماعی» به شمار آورد. کارآفرینی اجتماعی به تدریج تبدیل به یک عنصر ضروری در بحث‌های جهانی در مورد فعالیت‌های داوطلبانه و همچنین کارآفرینانه می‌شود (Gandhi and Rishav, ۲۰۱۸). این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود، می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند (پیرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۶). زمانی که بخش خصوصی توانایی یا رغبتی برای پاسخگویی به مسائل و نیازهای اجتماعی ندارد، کارآفرینی اجتماعی به عنوان راهبردی اثرگذار برای رفع این مشکلات مورد تأکید قرار می‌گیرد (سیدی و همکاران، ۱۴۰۰). با افزایش مشکلات اجتماعی، چالش‌های جدید برای شرکت‌های تجاری که از فعالیت‌های سنتی کسب‌وکار پیروی می‌کنند، به وجود آمده است. تعداد فزاینده‌ای از شرکت‌ها شروع به فکر کردن در مورد مسئولیت اجتماعی کسب‌وکار خود کردند (Gandhi and Rishav, ۲۰۱۸).

از نمونه‌های موفق در زمینه کارآفرینی اجتماعی می‌توان به کمیته توسعه روستایی بنگلادش که در سال ۱۹۷۲ با هدف سازمان‌دهی فقرا و ایجاد ظرفیت‌های محلی برای توسعه اقتصادی، مراقبت‌های بهداشتی و آموزش زنان و دیگر گروه‌های تحت فشار تشکیل



شد، اشاره نمود. گرامین بانک نیز که در سال ۱۹۷۶ در بنگلادش تأسیس شده است، وام خرد بدون نیاز به وثیقه را در اختیار فقرا قرار می‌دهد. انجمن زنان خوداشتغال در هند نیز در سال ۱۹۷۲ تأسیس شد و تمرکز اصلی آن بر سازمان‌دهی زنانی بود که غالباً در فعالیت‌های اجتماعی هیچ نقشی نداشتند. این انجمن توانست با بهبود شرایط کار و سازمان‌دهی زنان خوداشتغال، برای بیش از ۹۰ درصد زنان خوداشتغال هندی شرایط کاری و اجتماعی مناسب فراهم آورد (فلاح و پشایی‌نیا، ۱۳۹۹).

با ذکر این مقدمه، در مقاله حاضر ابتدا مفهوم کارآفرینی اجتماعی، همراه با ویژگی‌های آن، چالش‌های کارآفرینی اجتماعی و انگیزه‌های کارآفرینان اجتماعی مطرح می‌شود. سپس نقش تعاونی‌های روستایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی بر اساس یافته‌های تحقیقات و بررسی‌های انجام شده در ایران تبیین می‌شود. بعد از آن با مرور منابع و نتایج تحقیقات، چالش‌های تعاونی‌های روستایی برای ایفای نقش کارآفرینی اجتماعی تشریح می‌شوند. در پایان، پیشنهاداتی برای غلبه بر چالش‌ها ارائه شده است.

کارآفرینی اجتماعی

مفهوم «کارآفرینی اجتماعی» برای اولین بار در سال ۱۹۵۳ مطرح شد و در دهه ۱۹۸۰ به عنوان فرایند ایجاد ارزش به روش‌های جدید برای بهبود جامعه تکامل یافت (Ilahi et al., ۲۰۲۲). کارآفرینی اجتماعی، مفهومی چندبعدی، دینامیک و پویا است که در نقطه تقاطع میان بخش‌های عمومی، خصوصی و اجتماعی قابل فهم است (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷).

کارآفرینان اجتماعی افرادی هستند که با پرداختن به چالش‌های اجتماعی، برای ایجاد ارزش‌های اجتماعی سازمان‌ها را مدیریت و رهبری می‌کنند. کارآفرینان اجتماعی می‌توانند از طریق بخش‌های تجاری و کسب‌وکارها و یا سازمان‌های غیرانتفاعی به ایجاد اشتغال برای مجموعه‌ی افراد بپردازند (Stephan & Drencheva, ۲۰۱۷). کارآفرینان اجتماعی فقط منفعت مالی را برای سرمایه‌گذاران خود در نظر نمی‌گیرند؛ بلکه کمک می‌کنند تا برای بخش‌های مختلف جامعه فوایدی را به دست آورند. کارآفرینی اجتماعی به عنوان مکانیسمی قدرتمند برای مقابله با فقر، توانمندسازی زنان، تجزیه و تحلیل تحولات اجتماعی، تقویت رشد فراگیر و ایجاد تغییرات نهادی شناخته شده است و همانند کارآفرینی تجاری، برای دستیابی به مأموریت اجتماعی خود درگیر فعالیت‌های کارآفرینی مانند شناسایی فرصت، بهره‌برداری، بسیج منابع و نوآوری می‌شود (فلاح و پشایی‌نیا، ۱۳۹۹).

علی‌رغم شباهت‌هایی که بین کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی وجود دارد، یکسری تفاوت‌ها نیز بین این دو نوع کارآفرینی ذکر شده است (میرکزاده و بهرامی، ۱۳۹۰). به طور کلی، کارآفرین کسی است که از طریق تعریف روش‌های جدید و بهتر انجام کارها، به رشد اقتصادی می‌رسد، در حالی که کارآفرین اجتماعی، کسی است که رسالت اجتماعی دارد (Dees, ۲۰۰۱). در یک تحقیق دیگر در بوسنی و هرزگوین، تفاوت بین کارآفرینی اقتصادی و اجتماعی در جدول شماره ۱ خلاصه شد.

جدول (۱) تفاوت‌های کارآفرینی اقتصادی و کارآفرینی اجتماعی

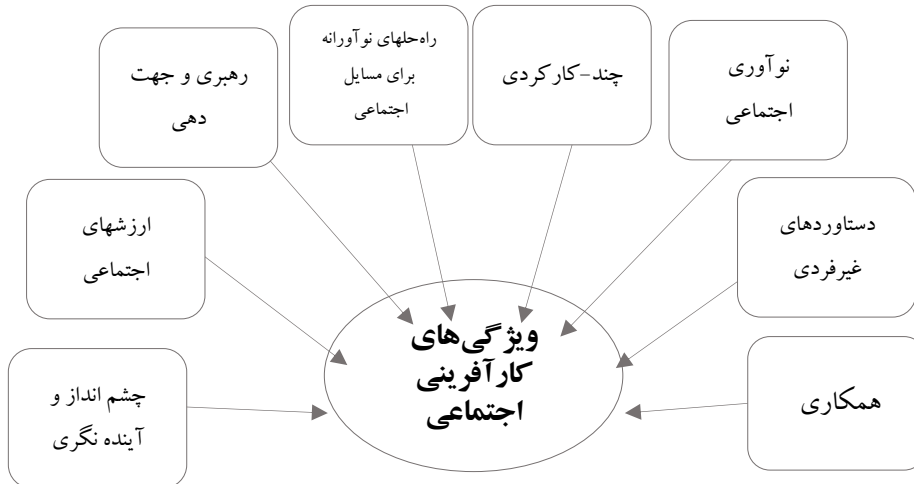
موضوع	کارآفرینی اجتماعی	کارآفرینی اقتصادی
هدف اصلی	ایجاد تغییر اجتماعی	ایجاد کسب و کار و حداکثرسازی سود
خلق ثروت	ثروت به معنای خلق و حفظ سرمایه اجتماعی و زیست محیطی می‌باشد.	ثروت به معنای سود می‌باشد.
سنجش سودآوری سرمایه‌گذاران	مشارکت در فعالیت‌های سودآور	تأمین سود ذی‌نفعان و سرمایه‌گذاران
تاکید بر تیم و فرد	بشر دوستان	سرمایه‌گذاران خطرپذیر
سنجش عملکرد	افراد در پروژه‌ها پول حاصل کرده و به خیریه‌ها می‌بخشند	سرمایه‌گذاران در کسب و کار سرمایه‌گذاری می‌کنند
	سنجش تغییر اجتماعی مشکل و غیرقابل کمی سازی بوده و ویژگی چند-علیتی دارند.	سنجه‌های عملکرد نسبتاً محسوس و قابل کمی‌سازی و مانند معیارهای مالی، سهم بازار، رضایت مشتری و کیفیت وجود دارد.

منبع: (۲۰۱۹) Dermanovic

- ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی: کارآفرینی اجتماعی دارای برخی ویژگی‌های اساسی است که توسط الاهی و همکاران (۲۰۲۲) جمع‌بندی و به صورت شکل (۱) به تصویر کشیده شده است:
- چشم‌انداز و آینده‌نگری: کارآفرینی اجتماعی، مانند کارآفرینی دارای چشم‌انداز و آینده‌نگری است. این نوع از کارآفرینی، بر جلب منافع برای اجتماع و پیشرفت نهادهای اجتماعی و حل مشکلات جامعه به بهترین راه ممکن تمرکز می‌کند.
 - ارزش‌های اجتماعی: ایجاد ارزش اجتماعی مهم‌ترین و متمایزکننده‌ترین ویژگی کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی تلاش می‌کند که همراه با ارزش اقتصادی، ارزش‌های اجتماعی را نیز برای دستیابی به هدف ایجاد کند.
 - رهبری و جهت‌دهی: کارآفرین اجتماعی، نقش رهبر و تعیین‌کننده هدف را برای کارکنان ایفا می‌کند و از این طریق عملکرد کلی سازمان را ارتقاء می‌بخشد.
 - راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات اجتماعی: خلاقیت یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد در کارآفرینی اجتماعی نیز وجود دارد. کارآفرین اجتماعی از طریق ارائه راه‌حلهای خلاقانه، بهترین نتیجه ممکن را در حل مشکلات اجتماعی به دست می‌آورد.
 - کارکردی: کارآفرین / رهبر باید فعالیت‌های متنوعی را برای دستیابی به اهداف سازمانی انجام دهد. در کارآفرینی اجتماعی، مدیر باید به اندازه کافی قابلیت داشته باشد تا با افزایش مسئولیت‌های خود، کارهای چندگانه را همزمان با هم برای ایجاد ارزش اجتماعی انجام دهد.

شکل (۱) ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی

منبع: Ilahi et al., ۲۰۲۲



-نوآوری‌های اجتماعی: این امر، یکی دیگر از ویژگی‌های مهم کارآفرینی اجتماعی است. نوآوری‌های اجتماعی، راه حل منحصر به فرد برای نابرابری‌های اجتماعی موجود ارائه می‌دهند. این امر جامعه مدنی قوی‌تر، اقتصاد پایدارتر و رفاه اجتماعی بیشتر را ایجاد می‌کند.

- دستاوردهای غیر فردی: اساساً هدف کارآفرینی اجتماعی دستیابی به اهداف غیر فردی می‌باشد. این ویژگی مهم

کارآفرینی اجتماعی را از کارآفرینی اقتصادی مجزا می‌کند. در کارآفرینی اقتصادی، بر دستیابی به دستاوردها و منافع شخصی با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در بازار تاکید می‌شود.

- همکاری: کارآفرینی اجتماعی باید با طیف وسیعی از مردم برای دستیابی به اهداف سازمانی کار کند، چرا که کارآفرینی اجتماعی در خلاء اتفاق نمی‌افتد. هر پروژه نیازمند وجود مردم با مهارت‌ها و تخصص‌های مختلف است و بنابراین کارآفرین باید از مشارکت و همکاری استقبال کند.

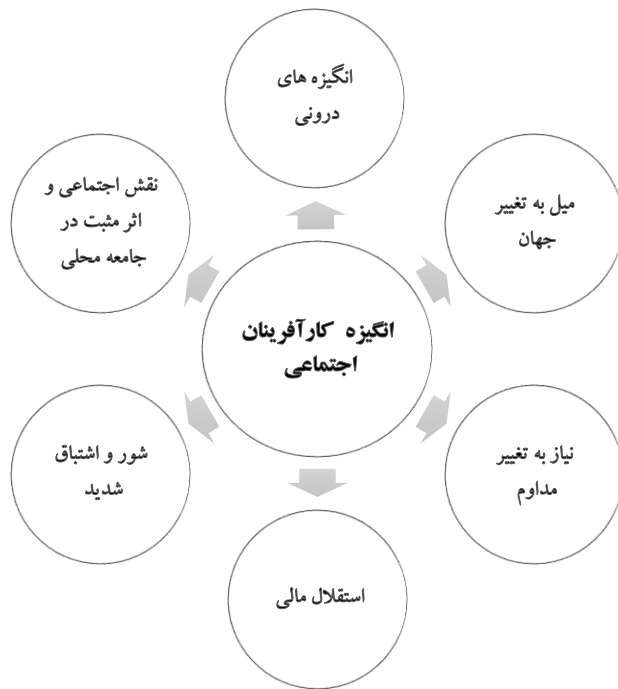
چالش‌های کارآفرینی اجتماعی: کارآفرینی اجتماعی هم مانند انواع شاخه‌های دیگر کارآفرینی، با چالش‌هایی مواجه است، اما مدیریت و مواجهه با برخی از چالش‌های این نوع از کارآفرینی بسیار سخت‌تر است. برخی از این چالش‌ها در ادامه مطرح می‌شوند (Ilahi et al., ۲۰۲۲):

- کمبود نیروی انسانی ماهر: کسب و کارهای اجتماعی نیاز به نیروی انسانی ماهر از منابع مختلف شامل متخصصان، تکنسین‌ها، داوطلبان، کارفرمایان و اقشار جامعه دارند. اولاً، نیروی انسانی به سادگی در دسترس قرار ندارد و دوماً اگر باشد، دستمزد خیلی بالایی دارد که کارآفرین اجتماعی نمی‌تواند هزینه آن را بپردازد. نهادهای توسعه مهارت باید نقش زیادی در تربیت نیروی کار ماهر و با هزینه مناسب ایفا کنند.

- سرمایه ناکافی: سرمایه کم یک چالش عمده برای کارآفرینان اجتماعی، به خصوص در کشورهای در حال توسعه است. کارآفرینان اجتماعی همیشه با مشکل برخورد نامناسب مؤسسات مالی تأمین‌کننده مواجه هستند. این امر باعث شده تا این دسته از کارآفرینان مسیر سخت‌تری را برای نزدیک شدن به قرض‌دهندگان و سرمایه‌گذاران طی کنند.

- ارزش گذاری: یکی دیگر از چالش‌های کارآفرینی اجتماعی، ارزش گذاری و اعلام ارزش‌ها به صورت شفاف می‌باشد. ارزش‌های مختلفی در جوامع متفاوت وجود دارد که بر مبنای نیازهای خاص آنها ایجاد شده است. کارآفرینان اجتماعی با این چالش مواجهند که چگونه ارزش‌های عمومی را تعیین کنند که بتوانند آنها را به سادگی به اطلاع همه افراد جامعه برسانند.

- کمبود حمایت دولت: این یک چالش عمده برای کارآفرینان اجتماعی به ویژه در کشورهای در حال توسعه می‌باشد. توسعه فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی مستلزم حمایت دولت به شکل انگیزه‌های مالی و قانون گذاری، حذف قوانین دست‌وپاگیر، تصمیم‌گیری صحیح، یارانه و... می‌باشد. کمبود حمایت دولت به عنوان یک مانع مهم برای رشد کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شود.



شکل (۲) انگیزه کارآفرینان اجتماعی
 منبع: (Gandhi and Rishav, ۲۰۱۸)

انگیزه‌های کارآفرینان اجتماعی در تحقیق

گندی و ریشاو (۲۰۱۸) مورد بررسی قرار گرفته و در نتایج تحقیق، به ۷ انگیزه اصلی که در شکل (۲) مطرح شده است، رسیدند. کارآفرینان اجتماعی کشور رومانی که در این تحقیق مورد مصاحبه قرار گرفتند، بیان داشتند که کارکنان آنها، اغلب دارای انگیزه‌های درونی هستند و پاداش‌های مالی اولین عاملی نیستند که باعث می‌شود آنها در یک سازمان اقتصادی-اجتماعی کار کنند. سه نفر از پاسخگویان اشاره داشتند که افرادی که با آنها کار می‌کنند، از اینکه در رسانه‌ها مطرح می‌شوند، انگیزه می‌گیرند. برخی از افراد، به این دلیل به کارآفرینی اجتماعی می‌پردازند که می‌توانند در گروه‌هایی کار کنند که به خلاقیت آنها می‌افزاید، باعث توسعه فردی و ایجاد حس مورد تقدیر قرار گرفتن می‌شود (Gandhi and Rishav, ۲۰۱۸).

رابطه بین دو کلیدواژه تعاونی و کارآفرینی اجتماعی بسیار نزدیک است، به طوری که در بسیاری از منابع این دو موضوع در کنار یکدیگر مطرح می‌شوند. در زمینه مورد بررسی این مقاله، یعنی تعاونی‌های روستایی، کارآفرینی اجتماعی موضوع بسیار جدی‌تر می‌باشد؛ بنابراین در بخش بعد، نقش تعاونی‌های روستایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی توضیح داده می‌شود.

نقش تعاونی‌های روستایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی

شرکت‌های تعاونی روستایی از جمله با سابقه‌ترین نهادهای جدید موجود در روستاهای کشور هستند که هم‌زمان با شروع برنامه-ریزی در ایران به طور مستقیم فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را آغاز کرده و روستاییان کشور را تحت تاثیر خود قرار



داده‌اند. انگیزه‌های پیدایش و رواج شرکت‌های مذکور، به خصوص بعد از اصلاحات ارضی، دو مساله مهم اقتصادی و اجتماعی یعنی کوتاه کردن دست سلف‌خران و واسطه‌ها از روستاها و دیگری پر کردن خلاء ناشی از حذف مالک از محیط روستاها بوده است (مه‌دوی، ۱۳۹۳).

تولیت و تصدی شبکه تعاونی روستایی بخش کشاورزی بر عهده سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران است. «اتحادیه مرکزی تعاونی‌های روستایی و کشاورزی ایران مطابق آمار دی‌ماه ۱۴۰۰، در زیرمجموعه خود ۳۱ اتحادیه استانی و ۳۰۱ اتحادیه شهرستانی و ۲۸۴۶ شرکت تعاونی روستایی و حدود ۱۰ هزار فروشگاه مصرف و ۱۱ هزار جایگاه عرضه سوخت و ۴.۵ میلیون عضو تولیدکننده که با اعضاء خانواده جمعیتی بالغ بر بیست میلیون نفر از روستاییان کشور را شامل می‌شود، تحت پوشش دارد. آخرین وضعیت شرکت‌ها و تعاونی‌های روستایی به شرح زیر است:

جدول (۲): آخرین وضعیت شرکتها و تعاونی‌های روستایی

نوع	تعداد
شرکت‌های تعاونی روستایی	۲۷۵۴
شرکت‌های تعاونی روستایی زنان	۳۰۹
اتحادیه‌های تعاونی روستایی شهرستان	۳۱۰
اتحادیه تعاونی روستایی استان	۳۲

ماخذ: وزارت جهاد کشاورزی، مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات، آمارنامه کشاورزی ۱۴۰۰ (ج دوم)

توزیع استانی شرکت‌های تعاونی روستایی و اتحادیه‌های آنها در سطح شهرستان و استان نیز در جدول بعد درج شده است.

جدول (۳) توزیع استانی شرکت‌های تعاونی روستایی و اتحادیه‌های آنها در سطح شهرستان و استان

استان / شرح	شرکت‌های تعاونی روستایی	شرکت‌های تعاونی روستایی زنان	اتحادیه‌های تعاونی روستایی شهرستان	اتحادیه‌های تعاونی روستایی استان
آذربایجان شرقی	۱۷۴	۷	۱۶	۱
آذربایجان غربی	۱۲۹	۸	۱۷	۱
اردبیل	۸۱	۵	۹	۱
اصفهان	۱۴۶	۸	۲۳	۱
البرز	۱۳	۴	۲	۱
ایلام	۳۲	۵	۵	۱
بوشهر	۳۳	۵	۵	۱
تهران	۴۶	۴	۸	۱
چهارمحال و بختیاری	۵۵	۱۴	۵	۱
خراسان جنوبی	۵۷	۱۷	۷	۲
خراسان رضوی	۲۲۴	۳۳	۲۴	۱
خراسان شمالی	۶۰	۴	۶	۱
خوزستان	۱۰۱	۱۴	۱۷	۱
زنجان	۵۹	۵	۴	۱
سمنان	۳۸	۱۲	۵	۱
سیستان و بلوچستان	۵۴	۲	۹	۱
فارس	۱۸۶	۲۹	۲۸	۱
قزوین	۴۸	۶	۳	۱
قم	۱۱	۴	-	۱
کردستان	۹۲	۲	۱۰	۱
کرمان	۱۱۷	۲۳	۱۱	۱
کرمانشاه	۱۰۴	۱۷	۱۱	۱
کهگیلویه و بویراحمد	۲۸	۸	۶	۱
گلستان	۶۷	۷	۱۰	۱
گیلان	۱۴۸	۱۰	۱۵	۱
لرستان	۱۳۰	۱۴	۱۰	۱
مازندران	۱۸۲	۱۳	۱۳	۱
مرکزی	۸۹	۱۰	۸	۱
هرمزگان	۶۴	۶	۸	۱
همدان	۱۲۰	۴	۸	۱
یزد	۳۹	۱	۳	۱
جنوب استان کرمان	۲۷	۹	۴	-
جمع کل	۲۰۷۵۴	۳۰۹	۳۱۰	۳۲

فعالیت تعاونی‌های روستایی در زمینه توسعه اجتماعی را می‌توان در چند بخش طبقه‌بندی کرد:

- در حوزه خدمات: شامل فعالیت تعاونی‌های زنان در زمینه واگذاری امور تصدی‌گری به تعاونی‌ها، ارائه خدمات مشاوره‌ای و فنی در پروژه‌های کشاورزی و دامی، ایجاد مراکز استعدادیابی کودکان و تاکسی سرویس زنان، دفاتر نمایندگی بیمه روستایی و عشایری، ایجاد آموزشگاه‌های کامپیوتر و صنایع دستی و نیز فروشگاه‌های عرضه محصولات تولیدی

- در بخش صنعت: شامل کارگاه‌های تولید پوشاک، کارگاه‌های بسته‌بندی دستمال کاغذی، بافت جوراب و کارگاه بافت سنتی پارچه و حوله

- در بخش صنایع دستی: شامل تولید انواع دوخت‌های محلی، تهیه مصنوعات از ضایعات محصولات کشاورزی بافت قالی و تابلو فرش، دوخت گیوه و کپوبافی، گلیم و مسندبافی

- در حوزه اعتباری، ایجاد واحدهای اعتباری خرد با هدف ارائه راه‌حل اصولی جهت:

۱ - ایجاد زمینه برای تولید و کسب درآمد پایدار

۲ - توانمندسازی اقشار کم درآمد که از توان کاری برخوردارند اما از داشتن سرمایه و ابزار کار محروم می‌باشند

۳ - ایجاد مقدمات انجام کارهای گروهی از طریق برگزاری اردوهای سیاحتی، زیارتی، برگزاری مراسم به مناسبت جشن‌ها، ولادت‌ها، حضور فعال در نمایشگاه‌های سراسری، استانی و ملی، هماهنگی با سایر نهادها و ارگان‌های مرتبط

تحقیقات قبلی نشان می‌دهند، تعاونی‌های روستایی در کاهش فقر روستایی تاثیر زیادی دارند. این تعاونی‌ها به طور مستقیم در کاهش فقر از طریق پیشرفت اقتصادی و اجتماعی اعضا و به طور غیرمستقیم از طریق تحرک اقتصادی و توسعه پایه‌های اجتماعی جوامع تاثیرگذار بوده‌اند. شرکت‌های تعاونی روستایی از سازمان و مدیریت نوین و نسبتاً علمی و تخصصی برخوردارند. در قالب چنین سازمانی است که انرژی‌ها و نیروهای پراکنده روستایی از وحدت و انسجام جمعی عام برخوردار می‌شوند و فرصتی مناسب پدید می‌آید تا با حفظ هویت و انگیزه‌های فردی و خانوادگی خود با یکدیگر به مشارکت و همیاری متقابل بپردازند (کریم، ۱۳۹۴).

تحقیق اعظمی و همکاران (۱۳۹۵) در زمینه نقش تعاونی‌های روستایی فامنین (استان همدان) در کاهش فقر نشان داد که مشارکت اعضا در تعاونی‌ها توانسته است در کل سبب افزایش درآمد و پس انداز خانوار روستایی، کاهش استفاده بی رویه از منابع روستایی، افزایش مسئولیت‌پذیری و اقتدار مردم محلی، افزایش آگاهی روستاییان، بهبود امکانات و محیط طبیعی روستا، افزایش بودجه دولتی، دسترسی به امکانات و خدمات عمومی و بهداشتی و آموزشی و در نهایت کاهش نسبی میزان فقر روستایی در منطقه مورد مطالعه شود. یافته‌های تحقیق سلطانی مقدس و میرزاعلی (۱۳۹۶) در زمینه شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان گنبدکاووس نشان داد که این شرکت‌ها دارای اثرات اقتصادی نظیر تأمین و توزیع کالا، تأمین نهاده‌های تولیدی و تسهیلات اعتباری، خرید و بازاریابی محصولات کشاورزی و... و نیز اثرات اجتماعی نظیر ارتقای سطح سواد و آگاهی، توسعه منابع انسانی و ایجاد زمینه‌های مشارکت در بین اعضا تعاونی‌ها بوده‌اند.

شرکت‌های تعاونی به دلیل ماهیت اجتماعی خود، زمینه مشارکت افراد هم صنف را فراهم می‌آورند. درحوزه فعالیت‌های شرکت‌های تعاونی، کارآفرینی اجتماعی در دو جهت کلی می‌تواند مفهوم‌سازی شود. اول اینکه، کارآفرینی اجتماعی منجر به کسب مزیت رقابتی پایدار برای شرکت‌های تعاونی می‌گردد و دوم آنکه زمینه و بستر تحقق رسالت اجتماعی تعاونی‌ها را فراهم می‌آورد (سیدی



و همکاران، ۱۴۰۰). در زمینه اهمیت کارآفرینی اجتماعی در شرکت‌های تعاونی، پژوهش‌ها نشان می‌دهد تعاونی‌ها از منظر توسعه اقتصادی، به عنوان بخش غیرانتفاعی و اجتماعی، به دلیل ماهیت اجتماعی و نقش‌های متنوع آن، ابزار مناسبی برای کارآفرینان اجتماعی محسوب می‌شوند (Figueruedo & Franco, ۲۰۱۸).

میرک‌زاده و نجفی (۱۳۹۰) اعتقاد دارند که توجه به کارآفرینی اجتماعی در روستاها بیشتر از شهرها ضرورت دارد، چرا که افراد ساکن در روستاها از امکانات رفاهی، ارتباطی، بهداشتی و ... محروم می‌باشند و لذا این بهترین فرصت برای افراد، گروه‌ها و سازمان‌های کارآفرین اجتماعی می‌باشد تا با شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از نبوغ و خلاقیت خود، شرایط و امکانات را در راستای ایجاد نشاط و آرامش روحی و جسمی برای اهالی روستایی، علی‌الخصوص زنان، سالمندان و دختران فراهم نمایند و همچنین با ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب برای جوانان، انگیزه آنها را برای ادامه حضور در روستا و انجام فعالیت‌های مؤثر و کارآمد در راستای توسعه و پیشرفت روستاها را افزایش داده و زمینه برای دستیابی به توسعه پایدار روستایی را فراهم نمایند.

رضایی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی در تعاونی روستایی نیک‌پی شهرستان زنجان پرداختند. نتیجه مطالعه ایشان نشان داد که پنج عامل ریسک‌پذیری و پیشگامی، نوآوری، ایده‌یابی و تشخیص فرصت‌ها، ساختار و فضای کارآفرینانه و برنامه‌های کارآفرینانه در حدود ۶۸/۶۶ درصد از واریانس کل مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی در تعاونی روستایی «نیک‌پی» را تبیین می‌نمایند. همچنین فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۷) ظرفیت بالقوه تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم شهرستان پاکدشت را برای کارآفرینی اجتماعی مورد بررسی قرار دادند. نتیجه این مطالعه نشان داد ماهیت کسب و کار ایجاد شده در تعاونی مطالعه شده علاوه بر آنکه به حل مسئله اجتماع محلی معطوف است، از رویکردی خیرخواهانه برای زنان روستایی تحت پوشش برخوردار است. مسئله اجتماعی در این تعاونی، در سطح یک، اشتغال‌زایی برای کارآفرین و در سطح دو، حل مسائل اقتصادی اجتماع محلی، توان‌افزایی گروه‌هایی که فاقد درآمد هستند، برخورداری از رویکرد منفعت‌رسانی به زنان روستایی سرپرست خانوار و عضوگیری از زنان بدسرپرست و خودسرپرست بوده است. محیط کارآفرینی در تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم از چهار تم اصلی یعنی: کارآفرین، زنان روستایی به مثابه اجتماع محلی، زمینه‌ها و بسترهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و قانونی و همچنین موانع بازدارنده از توسعه تعاونی ناشی از ضعف کارآفرین و هیئت مؤسس تشکیل می‌شود. استراتژی‌های تعاونی مهرآفرین ارم از استراتژی‌های فعلی (آموزشی، مدیریت نیروی انسانی، مالی، تولیدی و عرضه و فروش) و همچنین راهبردهای توسعه‌ای تعاونی در آینده تشکیل شده است. مقوله خوشه‌ای دستاوردها و پیامدهای تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم به توانمندسازی و توان‌افزایی زنان، خلق و ایجاد ارزش و موفقیت‌های مالی و در عرصه رقابت تعاونی اشاره دارد.

با عنایت به موارد پیش گفته، با توجه به ساختار اجتماعی و فرهنگی روستاها و مناسبات قومی و قبیله‌ای حاکم بر جوامع روستایی، تعاونی‌های روستایی از ظرفیت بسیار بالایی در توسعه کارآفرینی اجتماعی برخوردار بوده و در عین حال ماهیت فعالیت‌های اقتصادی روستایی که شامل کشاورزی و دامداری می‌باشد نیز انطباق مناسبی با قالب تعاونی دارد. با این وجود، این تعاونی‌ها در ایفای نقش خود در توسعه کارآفرینی اجتماعی، با چالش‌هایی مواجهند که ذیلاً به آنها اشاره می‌شود.

چالش‌های تعاونی‌های روستایی در ایفای نقش کارآفرینی اجتماعی

مرور مطالعات قبلی در خصوص تعاونی‌های روستایی، نشان دهنده نقش زیاد این تعاونی‌ها در توسعه کارآفرینی اجتماعی بود. اما در صورتی که تعاونی‌های روستایی نتوانند نقش خود را به درستی ایفا کنند، لبه دوم شمشیر فعال شده و چنانچه عطایی و ایزدی (۱۳۹۴) بیان می‌دارند، ضربه مهلکی را به روستاییان و جامعه روستایی وارد می‌کند. برخی از تحقیقات قبلی در ایران، نشان‌دهنده این امر هستند که تعاونی‌ها نتوانسته‌اند عملکرد اجتماعی و اقتصادی مورد انتظار را داشته باشند. به طور مثال تحقیق فال سلیمان و همکاران او (۱۳۹۲) در زمینه شرکت‌های تعاونی روستایی زنان در استان خراسان جنوبی نشان داد که عضویت در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان در وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضاء تأثیر مثبت نداشته است و حداقل ۷۰ درصد از اعضای شرکت‌های تعاونی، وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان در شاخص‌های مختلف، بعد از عضویت در شرکت‌های تعاونی یا تغییری نکرده یا بدتر شده است.

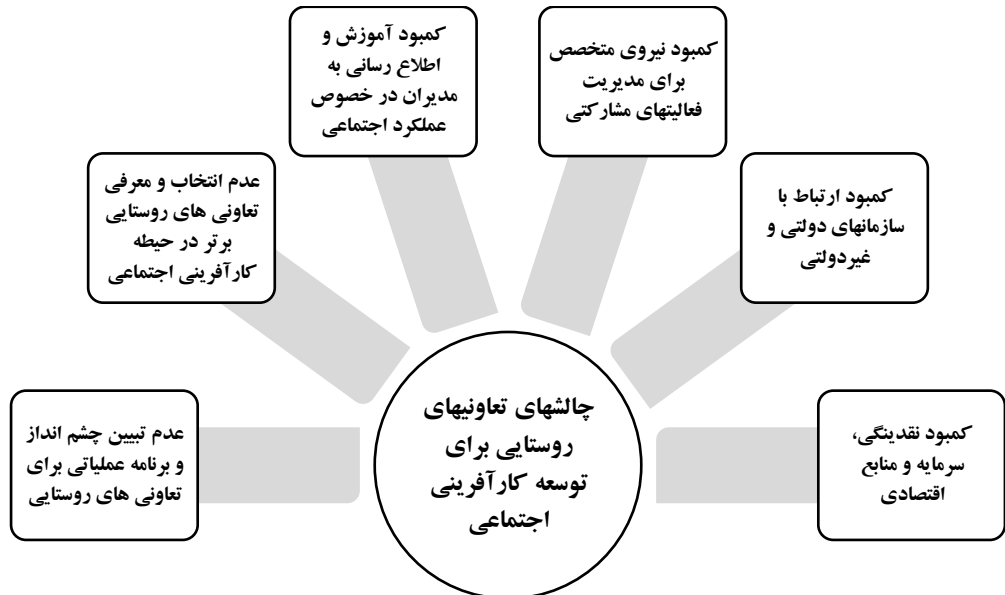
تحقیق سلطانی مقدس و میرزاعلی (۱۳۹۶) در زمینه شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان گنبدکاووس نشان داد با این وجود که شرکت‌های تعاونی روستایی گنبد کاووس از نظر اقتصادی، بر روی اعضایشان تأثیر مثبت و معناداری داشته ولی عملکرد و بازخورد اجتماعی این تعاونی‌ها، بر روی اعضای روستایی خود، ضعیف‌تر و در سطح پایین‌تری بوده است.

نتایج تحقیق کریم (۱۳۹۴) نشان داد یکی از چالش‌هایی که تعاونی‌های روستایی ایران با آن رو به رو هستند، کمبود ارتباط سازمان‌های دولتی و غیردولتی مرتبط با تعاونی‌های روستایی است. این عامل مهمی در پایین آمدن کارایی و موفقیت تعاونی‌هاست، زیرا عملکرد و ارتباط نهادهای دولتی و غیردولتی مانند بانک‌های کشاورزی و توسعه تعاون، جهادکشاورزی، اداره تعاون، اتحادیه شرکت‌های تعاونی، دهیاری‌ها و بخش‌داری‌ها موجب تقویت عملکرد این تعاونی‌ها می‌شود. به علاوه، مطالعات مختلف در مورد تعاونی‌های روستایی به مشکلات کمبود نقدینگی، سرمایه و منابع کافی و مطمئن جهت انجام امور و وظایف محوله اشاره کرده‌اند (باباخانو ۱۳۸۷، کریم، ۱۳۹۴، شمس‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰).

در زمینه چشم‌انداز و دورنمای تعاونی‌های روستایی به نظر می‌رسد آن طور که باید برنامه‌ریزی انجام نشده است، به طوری که تاکنون که نزدیک به شش دهه از زمان ایجاد اولین تعاونی‌های روستایی می‌گذرد، هنوز چشم‌انداز مشخصی برای تعاونی‌های روستایی تعریف نشده است (کریم، ۱۳۹۴) از دیگر چالش‌های این تعاونی‌ها، عدم امکان تامین وثایق مورد نیاز برای اخذ تسهیلات است، چرا که اکثر اراضی تحت اختیار تعاونی‌های روستایی فاقد سند رسمی قابل پذیرش از سوی بانک‌ها می‌باشد همچنین مسئله نگهداری و انبارداری، بازاریابی و بازررسانی و فروش محصولات تولیدی نیز از دیگر چالش‌های پیش روی این تعاونی‌ها است (باباخانو ۱۳۸۷). کمبود نیروی متخصص و کارآمد برای مدیریت و هدایت تعاونی‌های روستایی (شمس‌نژاد و همکاران، کریم، ۱۴۰۰) و کمبود آموزش اعضاء و مدیران تعاونی‌ها (باباخانو ۱۳۹۸) از دیگر چالش‌هایی است که به آن اشاره شده است.

از چالش‌های دیگر می‌توان به عدم توجه مسئولین امر به شناسایی و معرفی تعاونی‌های برتر در سطح کشور اشاره کرد. معرفی تعاونی‌های برتر و شرح دلیل برتری، موجب رشد و بهبود عملکرد سایر تعاونی‌های روستایی می‌گردد (کریم، ۱۳۹۴) اگرچه

وزارت تعاون (سابق) و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (بعد از ادغام)، طی هجده سال گذشته، همه‌ساله اقدام به معرفی تعاونی‌های برتر نموده‌اند، لکن «تعاونی‌های روستایی» در فهرست گرایش‌های مورد بررسی قرار نداشته‌اند.



شکل (۳) چالش‌های تعاونی‌های روستایی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی
منبع: تحقیق حاضر

جمع بندی و پیشنهادات

تعاونی‌های روستایی در ایران با اهدافی که عمدتاً جامع بودند، شامل بهبود کیفیت زندگی مردم روستا، بهبود اشتغال و افزایش میزان تولید آنها ایجاد شدند (شمس‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰)، بنابراین کارآفرینی اجتماعی بایستی یکی از آثار فعالیت‌های این تعاونی‌ها باشد. بررسی منابع در مقاله حاضر نشان‌دهنده نقش قابل توجه تعاونی‌های روستایی در توسعه کارآفرینی اجتماعی روستایی می‌باشد. با این وجود، بررسی عملکرد و چالش‌های تعاونی‌های روستایی نشان می‌دهد برای دستیابی به این مهم، برنامه‌ریزی بیشتر ضروری است.

بر اساس بررسی حاضر، چالش‌های تعاونی‌های روستایی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی عبارتند از: عدم تبیین چشم‌انداز و برنامه عملیاتی برای تعاونی‌های روستایی، عدم انتخاب و معرفی تعاونی‌های روستایی برتر در حیطه کارآفرینی اجتماعی، کمبود آموزش و اطلاع‌رسانی به مدیران در خصوص مسئولیت اجتماعی، کمبود نیروی متخصص برای مدیریت فعالیت‌های مشارکتی، کمبود ارتباط با سازمان‌های دولتی و غیردولتی و کمبود نقدینگی، سرمایه و منابع مالی.

بنابراین پیشنهادات اصلی برای بهبود عملکرد تعاونی‌های روستایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی شامل موارد زیر می‌باشد:

– تدوین برنامه عملیاتی دقیق، جامع، اصولی و واقع‌بینانه برای توسعه کارآفرینی اجتماعی از طریق تعاونی‌های روستایی،

منطبق با واقعیت‌های حال و آینده جامعه روستایی

- تسهیل دسترسی تعاونی‌های روستایی به تسهیلات و منابع بانکی از طریق تخصیص خطوط اعتباری ویژه پذیرش وثایق قابل تامین از سوی روستائیان
- تقویت زیرساخت‌های لازم برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی تعاونی که موجب اعتمادسازی می‌شود، مانند ارتقای زنجیره تولیدات کشاورزی و دامی (شبکه حمل و نقل، سردخانه، انبار، صنایع تبدیلی و...)
- ترویج فعالیت‌های جانبی و درآمدزا از قبیل آگروتوریسم، بوم‌گردی، تولید صنایع دستی و....
- کمک به بازاریابی و بازاریابی تولیدات تعاونی‌های روستایی از طریق شبکه‌های اجتماعی
- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ترویج اطلاعات مرتبط با مسایل روستایی جهت بالا بردن سطح اطلاعات اعضاء و مدیران تعاونی‌های روستایی
- شناسایی و ترویج تجربه‌های موفق در زمینه عملکرد تعاونی‌های روستایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی
- ایجاد انگیزه از طریق شناسایی و معرفی تعاونی‌های برتر روستایی، نمونه‌های کشوری و استانی و الگوسازی در زمینه کارآفرینی اجتماعی
- به کارگیری مدیران مسلط و با تجربه در حوزه فعالیت تعاونی‌های روستایی
- تقویت سرمایه اجتماعی و روحیه تعاون، همکاری و مشارکت در بین اعضاء تعاونی روستایی

در پایان، ذکر این نکته ضروری است که باید فرصتی برای ارائه تجارب قبلی مدیران تعاونی‌های روستایی به منظور انتقال تجارب توسعه کارآفرینی اجتماعی فراهم آید. از این طریق، برای سایر تعاونی‌ها فرصت یادگیری بیشتر از یکدیگر به وجود می‌آید.

منابع

- اعظمی، م.، سپه پناه، م.، و بهادری قزلجه، م. (۱۳۹۵). نقش تعاونی‌های شهرستان فامنین در کاهش فقر روستایی. تعاون و کشاورزی (تعاون)، ۵(۱۷)، ۵۳-۷۴
- باباخانلو، پ. (۱۳۸۷). بررسی نقش شرکت‌های تعاونی توسعه روستایی در ارتقاء سطح زندگی و رفاه جامعه روستایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- باباخانلو، پ.، سبحانی، ح.، پورصادق، ن.، عباسی، م. (۱۳۹۸). اقتصاد بخش تعاونی (دکترین، اهداف و سیاستها)، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی، ۴(۱۴)، ۱۳۴-۱۰۱



پیرمحمدی، ص.، صیفوری، ج.، قادری، ش. (۱۳۹۶). کارآفرینی اجتماعی، عوامل مؤثر و نقش آن در توسعه اقتصادی (تاکید بر استان‌های کرمانشاه و کردستان)، اولین همایش بین‌المللی برنامه ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای: رویکردها و کاربردها، دانشگاه کردستان، ۱۳ و ۱۴ اردیبهشت ماه ۱۳۹۶.

رضائی، ر.، صفا، ل.، و صفری، پ. (۱۳۹۱). بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی در تعاونیه‌های توسعه روستایی شهرستان زنجان بر مبنای مدل معادلات ساختاری (مورد مطالعه: تعاونی نیک پی)، کنفرانس ملی کارآفرینی و هدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر.

سازمان مرکزی تعاون روستایی (۱۴۰۰). سالنامه آماری سال ۱۳۹۹، دفتر برنامه ریزی و منابع اعتباری.

سیدی، ف.، ذاکری، م. و مرسلی ارزق، ز. (۱۴۰۰). تحلیل کارآفرینی اجتماعی شرکت‌های تعاونی در راستای سیاست‌های کلی بخش اشتغال. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۹ (۳۴): ۴۴۳-۴۱۸

سلطانی مقدس، ر.، میرزاعلی، م. (۱۳۹۶). واکاوای اثرات اقتصادی- اجتماعی شرکت‌های تعاونی روستایی از دیدگاه روستاییان (مطالعه موردی: شهرستان گنبدکاووس)، برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی ۸ (۳۰): ۱۰۳-۶۷

شمس‌نژاد، م.، اسفنجاری کناری، ر.، کاوسی کلاشمی، م. (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر بر کارایی سود شرکت‌های تعاونی روستایی. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۰ (۳۸): ۱۶۰-۱۴۲

طالب، م.، بخشی‌زاده، ح. (۱۳۹۱). تعاونی‌های روستایی و حکمرانی روستایی در ایران. توسعه محلی (روستائی-شهری)، ۲۵ (۲): ۴۶-۲۵

عطائی، پ.، ایزدی، ن. (۱۳۹۴). سازه‌های تأثیرگذار بر زیان‌دهی تعاونی‌های روستایی (مورد مطالعه: تعاونی روستایی امیرکبیر در استان فارس، علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران ۱۱ (۱): ۱۸۱-۱۹۶.

فال سلیمان، م.، میکائیکی، ج.، صادقی، ح.، دزگی، ع. (۱۳۹۲). بررسی نقش شرکت‌های تعاونی روستایی زنان در وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضای (مطالعه‌ی موردی شرکت‌های تعاونی خوسف و خراشاد در استان خراسان جنوبی). (برنامه ریزی فضایی، ۳-۱۱۶-۹۵، (۴)

فلاح، م. و پشایی‌نیا، ر. (۱۳۹۹). زنان کارآفرین و ورود موفقیت آمیز به حوزه کارآفرینی اجتماعی: ارائه یک مدل نظری. مطالعات راهبردی زنان، ۲۳ (۹۰): ۱۳۲-۱۳۰

فیروزآبادی، الف.، ایمانی جاجرمی، ح. و دباغی، ح. (۱۳۹۷). تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: تعاونی زنان روستایی مهر آفرین ارم- شهرستان پاکدشت). زن در توسعه و سیاست، ۱۶ (۱): ۱۷۳-۱۴۹

کریم، م. ح. (۱۳۹۴). چالش‌های شبکه‌های تعاونی روستایی ایران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۴ (۱۳): ۱۷۳-۱۹۶

مهدوی، م. (۱۳۹۳). مقدمه‌ای بر جغرافیای روستایی ایران، جلد اول، شناخت مسایل جغرافیایی روستاها، تهران، انتشارات سمت. میرک‌زاده، ع. و بهرامی، م. (۱۳۹۰). لزوم توجه به کارآفرینی اجتماعی بعنوان بستر پایداری در اجتماعات روستایی، نشریه کار و جامعه، ۱۳۴: ۴۷-۳۸

- Dees, J.G. (۲۰۰۱) The Meaning of “Social Entrepreneurship”. Draft Paper. Available in web: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf
- Drmanovic, S. (۲۰۱۹). Study of national framework for social entrepreneurship in Bosnia and Herzegovina, Published by ALTER institution - Active Local Territories for Economic development of Rural Areas
- Figueiredo, V., & Franco, M. (۲۰۱۸). "Wine cooperatives as a form of social entrepreneurship: Empirical evidence about their impact on society". *Land Use Policy*, ۷۹, ۸۱۲-۸۲۱.
- Gandhi, T., Rishav, R. (۲۰۱۸). Social entrepreneurship: The need, relevance, facets and constraints, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, ISSN ۲۲۵۱-۷۳۱۶, Springer, Heidelberg, Vol. ۸, Iss. ۹, pp. ۱-۱۳,
- Ilahi S., Mohammed R., Souissi A. , Juriby M. H. (۲۰۲۲). Social Entrepreneurship: Global Emerging Trend. *Saudi J Econ Fin*, ۶(۱۰): ۳۳۳-۳۳۸.
- Stephan, U., & Drencheva, A. (۲۰۱۷). "The person in social entrepreneurship: A systematic review of research on the social entrepreneurial personality". *The Wiley Handbook of Entrepreneurship*, ۱۷(۲), ۲۰۵-۲۲۹.



نقش اتحادیه‌ها و تعاونی‌های اعتبار در تأمین مالی خرد بر ایران و جهان

لیلا قاسمی قصابه^۱

چکیده:

مطابق با گزارش مشترک پایش محیط کسب‌وکار اتاق‌ها، از پاییز سال ۱۳۹۵ تا کنون، دشواری تأمین مالی از بانک‌ها به عنوان مهم‌ترین مانع کسب‌وکار توسط فعالین اقتصادی اعلام شده است. به رغم حمایت‌های نظام بانکی از کسب و کارها، فعالان اقتصادی بویژه در بخش تعاون همچنان با چالش جدی تأمین مالی مواجه هستند. در بخش تعاون ابزارها و ظرفیت‌هایی وجود دارد که می‌تواند در تعدیل مشکل تأمین مالی کسب و کارها مؤثر واقع گردد. یکی از این ابزارها تعاونی‌های اعتبار هستند. تعاونی‌های اعتبار در جهان به عنوان مؤثرترین ابزار تأمین مالی خرد^۲ شناخته می‌شوند. در این روش تأمین مالی، وام‌های خرد به کارآفرینان فقیر و کسب‌وکارهای کوچک فاقد دسترسی به بانک و خدمات مرتبط اعطا می‌شود. در حال حاضر در ۱۱۸ کشور جهان ۸۷۹۱۴ اتحادیه اعتباری با ۳۹۴ میلیون نفر عضو در حال فعالیت هستند که هدف آن‌ها بهبود وضعیت تأمین مالی اعضا با کمترین هزینه است. به رغم سابقه ۷۰ ساله این نوع تعاونی‌ها در ایران، چالش‌های زیادی بر سر فعالیت آن‌ها وجود دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی این تعاونی‌ها، دستورالعمل تأسیس، فعالیت و نظارت بر فعالیت‌هایشان است که در سال ۱۳۹۶ توسط بانک مرکزی تدوین و در شورای پول و اعتبار مصوب گردید؛ لذا در این تحقیق سعی شده است تا ظرفیت تعاونی‌های اعتبار در ایران با الهام از تجربه کشورهای موفق بررسی شود. روش تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای و استفاده از نظرات خبرگان و فعالین حوزه مربوطه است. ادعای این مطالعه آن است که تأمین مالی خرد از راه تعاونی‌های اعتبار به تعدیل دشواری تأمین مالی از بانک‌ها و بهبود محیط کسب و کارهای تعاونی کمک می‌کند.

واژگان کلیدی: تعاون، تعاونی اعتبار، تأمین مالی خرد

^۱. کارشناس ارشد علوم اقتصادی: Leyla_ghasemi۹۳@yahoo.com

^۲. Microfinance

مقدمه:

یکی از مهم‌ترین مسائل اقتصاد کشور که تأثیر زیادی بر خروج از رکود و کاهش بیکاری دارد، بهبود فضای کسب‌وکار است و یکی از موانع مهم بهبود فضای کسب‌وکار موضوع تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی است. در کشور ما بر اساس گزارش پایش بهبود فضای کسب‌وکار و مطابق با نظر کارشناسان و فعالان اقتصادی تأمین مالی یا دشواری دریافت تسهیلات از بانک‌ها طی سال‌های متمادی یکی از مشکلات لاینفک تشکل‌های اقتصادی بوده است که باعث شده است اکثر بنگاه‌های اقتصادی در وضعیت رکود به سر ببرند و رشد اقتصادی نیز روزبه‌روز نامناسب‌تر شده و کشور از اهداف توسعه باز ماند.

مهم‌ترین و مؤثرترین راه‌حل تحقق اهداف توسعه در یک کشور، وجود ساختار اقتصادی توانمند با بازار مالی فعال است. همچنان که در دهه ۷۰ و ۸۰ به دلیل بهره‌گیری از منابع تأمین مالی خارجی بسیاری از شرکت‌های بزرگ کشور تأسیس و توسعه داده شدند. اما انتخاب سیاست در انزوا بودن و تحمل تحریم‌ها و عدم دسترسی به منابع خارجی و اتکا صرف به منابع تأمین مالی داخلی نه تنها موجب محدود شدن کانال‌های تأمین مالی شده بلکه کانال‌های در دسترس را هم با محدودیت و چالش فراوان مواجه کرده است. کاهش میزان سرمایه به نرخ ثابت در دهه ۹۰ تأییدی بر این حقیقت است. بر همین اساس سهم سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات از تولید ناخالص داخلی که می‌توان شاخصی از رشد بخش مولد اقتصادی در نظر گرفت طی یک دهه از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ از ۲۱.۴ درصد به ۷.۳ درصد (۶۶ درصد) کاهش یافته است (مرکز آمار ایران). این ارقام نشان می‌دهد منابع داخلی کشور عمق، توان و کفایت لازم برای تأمین مالی بخش‌های اقتصاد و رشد را ندارد.

به‌ویژه اینکه به دلیل تکالیف سنگین دولتی که هر ساله در قانون بودجه بر عهده نظام بانکی تعیین می‌گردد این منابع کارآمدی لازم در تأمین مالی فعالیت‌ها را ندارد. بازار سرمایه کشور نیز علی‌رغم رشدی که در سال‌های اخیر داشته است هنوز منابع لازم برای تأمین مالی پروژه‌های بزرگ را ندارد. در این بین بانک‌ها علاوه بر تأمین مالی فعالیت‌های تولیدی و پروژه‌های عمرانی و بزرگ، تأمین مالی خرد و نیازهای مصرفی خانوارها را نیز انجام می‌دهند که محدودیت منابع آنها در بیشتر موارد مانع از خدمات‌دهی مطلوب شده است.

یکی از مباحث موجود در بحث تأمین مالی، مقوله تأمین مالی خرد است که هدف اصلی آن تأمین اعتبار مصرفی و تولیدی دهک‌های پایین درآمدی و بنگاه‌های کوچک و متوسط است. (میگوئل دلفینر و همکاران، ۲۰۰۶).

بنگاه‌های کوچک و متوسط نهادهای محدود اقتصادی هستند که از طریق انباشت منابع مالی خرد، کارآفرینی و پیوند با صنایع، زمینه‌های توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورند. این بنگاه‌ها همچنین در رشد اقتصادی، اشتغال، تولید ثروت و کاهش فقر کشورها نقش حیاتی ایفا می‌کنند. (الگوی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک، مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۵)، ۱۵۱۸۸)

یکی از نهادهای مهم و باسابقه در تأمین مالی خرد، تعاونی‌های اعتبار هستند که توانسته‌اند در ۱۱۸ کشور جهان و با عضویت ۳۷۵ میلیون نفر به ضریب نفوذ ۱۲.۶۹٪ در نظام تأمین مالی دست یابند (*WOCCU Report, 2021*). این مؤسسات به دنبال حداکثر کردن سود خود نیستند؛ بلکه به دنبال حداکثرسازی منافع اعضاء خود با کمترین میزان هزینه می‌باشند.

شرکت‌های تعاونی اعتبار در ایران نیز برای اولین بار در سال ۱۳۳۱ برای رفع احتیاجات خصوصی و اصلاح وضع مادی و اجتماعی شرکای تعاونی‌ها تشکیل شدند؛ ولی برخی از موانع باعث شد تا این تعاونی‌ها به‌عنوان ابزار تأمین مالی خرد چندان مورد توجه واقع



نشوند. این در حالی است که تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می دهد تعاونی ها بهترین و دموکراتیک ترین سازمان ها و تشکل هایی هستند که موفق شده اند اسباب تجمیع سرمایه های خرد را فراهم کنند. این تحقیق با توجه به اهمیت رفع مشکل تعاونی های اعتبار و بهبود فضای کسب و کار، به بررسی نقش اتحادیه ها و تعاونی های اعتبار در نظام تأمین مالی پرداخته و با بهره گیری از تجارب موفق دیگر کشورها، پیشنهاداتی برای رفع موانع پیش روی این تعاونی ها از جمله اصلاح دستورالعمل تأسیس، فعالیت و نظارت بر تعاونی های اعتبار را مطرح کرده است.

مبانی نظری:

محیط کسب و کار

همان طور که در قانون بهبود محیط کسب و کار نیز عنوان شده است؛ کسب و کار به هر نوع فعالیت تکرار شونده و مشروع اقتصادی از قبیل تولید، خرید و فروش کالا و خدمات گفته می شود که به قصد کسب منافع اقتصادی صورت می گیرد و محیط کسب و کار به مجموعه ای از سیاست ها، شرایط حقوقی، نهادی و مقرراتی و به طور کلی متغیرهای مؤثر بر کسب و کار حاکم است و خارج از تسلط و قدرت بنگاه ها می باشد؛ اما تغییر دادن آنها تقریباً فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه است.

مطابق با ماده ۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار که در سال ۱۳۹۰ توسط نمایندگان مجلس شورای اسلامی تصویب شد؛ اتاق ها^۱ موظف هستند جهت اطلاع سیاست گذاران از وضعیت محیط کسب و کار در کشور، شاخص های ملی کسب و کار در ایران را تدوین و به طور سالانه و فصلی حسب مورد به تفکیک استان ها، بخش ها و فعالیت های اقتصادی، سنجش و اعلام نمایند. پیرو این مأموریت؛ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در سال ۱۳۹۴ و با همکاری کارشناسان مرکز پژوهش های مجلس که تا قبل از آن تجربه بررسی این شاخص را به مدت ۶ سال داشت؛ به شناسایی و معرفی شاخص های ملی محیط کسب و کار اقدام کرده و در اواخر سال ۱۳۹۵ اجرای این طرح را در دستور کار خود قرار داد. در حال حاضر اتاق ایران با همکاری اتاق های تعاون ایران و اصناف به طور فصلی به جمع آوری اطلاعات و محاسبه شاخص می پردازد. اطلاعات مورد نیاز این طرح به ۲ روش و از طریق انجام محاسبات بر روی ۷۰ نماگر که شامل ۲۸ مؤلفه پیمایشی و ۴۲ مؤلفه آماری که از عوامل مختلف و مؤثر بر اداره واحدهای تولیدی در ایران معرفی شده است، حاصل می شود. هدف کلی از این طرح شناخت وضعیت جاری محیط کسب و کار در ایران و تغییرات آن به صورت فصلی و سالیانه است و اعضای فعال اتاق های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، تعاون و اصناف، جامعه هدف طرح را شکل می دهند. در هر فصل پنج مانع مهم کسب و کار از نظر فعالین اقتصادی احصاء می گردد که مشکل تأمین مالی از بانک ها از سال ۱۳۹۵ تا کنون جزو ۳ مانع مهم اول برای فعالین بخش خصوصی و بخش تعاون بوده است.

موضوع تأمین مالی بانک محور و عدم توسعه سایر روش های تأمین مالی از اصلی ترین موانع امروز صنایع کوچک است. بانک ها وثایق سنگینی برای ارائه وام طلب می کنند و در عین حال همان طور که از نام این صنایع مشخص است ترازنامه و دارایی قابل توجهی

۱. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، اتاق تعاون ایران و اتاق اصناف ایران

در اختیار ندارند؛ در نتیجه در تأمین مالی با مشکل جدی مواجه می‌شوند؛ بالاخص زمانی که در دوران شوک ارزی که تأمین سرمایه در گردش به تهدید اصلی بدل می‌شود. در این بین می‌توان از روش‌های تأمین مالی خرد استفاده کرد.

تأمین مالی خرد

تأمین مالی خرد عبارت است از ارائه اعتبار در یک فرآیند ساده و منعطف به فقرا و قشر متوسط فعال اقتصادی، کارآفرینان خرد و کسب‌وکارهای خرد و کوچک با هدف توانمندسازی از طریق تأمین مالی فعالیت‌های درآمدزا و خوداشتغالی به همراه تلاش برای تجهیز منابع خرد (جمع‌آوری پس‌اندازهای خرد جامعه) و ارائه بیمه‌های خرد به ایشان و در برخی موارد کمک به توزیع و بازاریابی محصول مشتریان (شهیدی نسب، ۱۳۹۵).

به عبارت دیگر تأمین مالی خرد عبارت است از "تلاش برای تسهیل دسترسی به سپرده‌های کوچک و وام‌های کوچک برای خانوارهای فقیر که توسط بانک‌ها نادیده گرفته شده‌اند"؛ بنابراین، تأمین مالی خرد شامل ارائه خدمات مالی؛ مانند پس‌انداز، وام و بیمه به افراد فقیر ساکن در مناطق شهری و روستایی است که قادر به دریافت چنین خدماتی از بخش مالی رسمی نیستند. (تسفا میگیسو بگاجو، ۲۰۱۸).

با توجه به اینکه تأمین مالی خرد در کاهش فقر، افزایش درآمد، پس‌انداز، ایجاد اشتغال، توانمندسازی و توسعه اقتصادی تأثیر به‌سزایی دارد (مصطفی شهیدی نسب و همکاران، ۱۴۰۱)؛ ضروری است تا انواع روش‌های آن مورد توجه قرار گیرد. یکی از این روش‌ها، استفاده از ظرفیت شرکت‌های تعاونی اعتبار می‌باشد.

تعاونی‌های اعتبار

تمامی شرکت‌ها و موسسه‌های خدمات مالی مشارکتی که مؤسس و مالک آنها مردم هستند تعاونی اعتبار نامیده می‌شوند. در سطح بین‌المللی از این نوع تعاونی‌ها با نام‌هایی مانند اتحادیه اعتبار، تعاونی‌های اعتباری، شرکت تعاونی پس‌انداز و وام و تعاونی پس‌انداز و اعتبار یاد می‌شود. بنیان‌گذار این تعاونی‌ها آقای ویلهلم رایفایزن^۱ است که در سال ۱۸۴۵ میلادی برای اولین بار تعاونی وام و پس‌انداز را تشکیل داد و به دلایلی مانند اثرگذاری در رشد اقتصادی و افزایش رفاه اعضا خود، سریع در میان مردم محبوب شده و مورد تأیید قرار گرفت. این تعاونی‌ها به دلیل جامعه‌محور بودنشان در توسعه محله و منطقه خود بسیار تأثیرگذار هستند. آنچه که تعاونی‌های اعتبار را از سایر تعاونی‌ها و مؤسسات مالی متمایز می‌کند این است که حیطه فعالیت آنها محدود به اعضا است و یک فرد برای سپرده‌گذاری یا دریافت تسهیلات یا خدمات دیگر، باید عضو آن باشد (نیگوسیه، ۲۰۱۵). با سرمایه‌گذاری اعضا در شرکت، دیگر افراد گروه نیز می‌توانند از طریق رهن و وام از این کمک منتفع شوند. به‌ویژه در شرایطی که دسترسی به دیگر خدمات مالی با چالش‌های متعددی روبه‌رو باشد.

^۱ Friedrich Wilhelm Raiffeisen



دسترسی جامعه به خدمات مالی به متغیرهای زیادی از جمله رشد اقتصادی کشور، سطح درآمد افراد، موقعیت جغرافیایی و... بستگی دارد. این بدان معناست که اگرچه خدمات مالی برای جامعه حیاتی است، اما این خدمات به طور یکسان و عادلانه در دسترس همه اعضای جامعه نیست. از این رو، تعاونی‌های اعتبار با هدف تأمین نیاز افرادی که از دیگر خدمات مالی محروم شده‌اند، ایجاد می‌شوند. این تعاونی‌ها ارائه‌دهندگان اصلی خدمات مالی برای جوامع کم‌درآمد، روستایی و شهری هستند که توسط مؤسسات مالی رسمی در بسیاری از کشورها نادیده گرفته می‌شوند.

شرکت‌های تعاونی پس‌انداز و اعتبار که به صورت محلی شروع به کار می‌کنند، نسبت به دیگر منابع تأمین مالی جذابیت بیشتری برای مشتریان دارند. چرا که نرخ تسهیلات این تعاونی‌ها کمتر از بانک بوده و مراحل اداری ساده‌تری دارند. در واقع هدف اصلی این تعاونی‌ها، تضمین توانمندسازی اعضا از طریق جمع‌آوری پس‌اندازها و پرداخت اعتبار ارزان‌قیمت است. همین عامل باعث شده است تا در بسیاری از کشورها ضریب نفوذ بالایی در نظام تأمین مالی فعالیت‌ها داشته باشند. (نیگوسیه ۲۰۱۵)

تعاونی‌های مالی نقش مهمی در سیستم‌های مالی بسیاری از کشورها ایفا می‌کنند. آنها به‌عنوان یک پناهگاه امن برای سپرده‌ها عمل می‌کنند و منابع اصلی اعتبار برای خانوارها و شرکت‌های کوچک و متوسط هستند. جهت‌گیری غیرانتفاعی (در بسیاری از موارد) و تمرکز بر به حداکثر رساندن منافع برای اعضاء، محبوبیت و پایداری تعاونی‌های مالی را تضمین کرده است. این امر به‌ویژه از زمان بحران مالی جهانی که تعاونی‌های مالی همچنان به اعطای اعتبار به اعضا ادامه می‌دهند، مشهود است. زیرا بسیاری از بانک‌های تجاری سودمحور، اعتبار را به خانوارها و شرکت‌ها محدود می‌کنند (دونال مک کیلوپ، ۲۰۲۰).

پیشینه داخلی:

- محمد صیادی و معصومه کیخا (۱۳۹۷) به بررسی نقش تعاونی‌های اعتبار در اقتصاد کشور پرداختند که نتایج پژوهش نشان می‌دهد تعاونی‌های اعتبار می‌توانند با افزایش میزان جبران خدمات شاغلان، بهره‌وری نیروی کار این بخش مهم از اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار دهند و با توسعه نظام تأمین مالی خرد، کارایی نظام مالی کشور ارتقا یافته و موجبات افزایش رفاه اقتصادی و عدالت اجتماعی را فراهم آورند.

- سید عباس موسویان و همکاران (۱۳۹۵) به آسیب‌شناسی تعاونی‌های اعتبار و ارائه الگوی مطلوب پرداختند که نتایج پژوهش نشان می‌دهد مهم‌ترین آسیبی که تعاونی‌های اعتبار در ایران با آن مواجه هستند، تعاونی‌های اعتبار آزاد است که به علت خلأ نظارتی پدید آمده‌اند. سپرده‌پذیری پایین این نهادها و عدم استفاده از قراردادهای متنوع برای اعطای تسهیلات ضعف دیگر آنهاست که با رفع این مشکل، تعاونی‌های اعتبار جایگاه مناسب‌تری خواهند داشت. در این بین وجود پیوند مشترک بین تعاونی‌های اعتبار و اعطای تسهیلات با نرخ مناسب دو ویژگی مهم تعاونی‌های اعتبار است که باعث شده است از دیگر نهادهای مالی متمایز گردند.

- نعمت اله ملاکریمی و احسان اله زارعی (۱۳۹۲) به بررسی وضعیت تعاونی‌های اعتبار در جهان و مروری بر نحوه ساماندهی و نظارت بر تعاونی‌های اعتبار صنفی و آزاد در ایران پرداخته و عنوان کرده‌اند توسعه نظام تأمین مالی خرد و استفاده از الگوی تعاونی‌های اعتبار می‌تواند به کارایی نظام مالی کشور منجر شده و موجبات افزایش رفاه اقتصادی و عدالت اجتماعی را فراهم آورد.

پیشینه خارجی:

- ماریا جیسوس و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی نقش تعاونی اعتبار در اکوادور پرداخته و اعلام کرده‌اند با توجه به اینکه تضمین آینده کره زمین نیازمند این است که بهبود کیفیت زندگی و توسعه پایدار به عنوان یک اولویت جهانی باشد، باید از تأمین مالی پایدار نیز حمایت لازم صورت گیرد. در این خصوص از آنجایی که تعاونی‌های اعتبار و پس‌انداز تأمین مالی خرد و روستایی و اغلب اقشار آسیب‌پذیر را انجام می‌دهند؛ می‌توانند به عنوان یک ابزار ویژه در تأمین مالی پایدار قلمداد شده و به سازمان‌های کلیدی در عرصه جهانی تبدیل شوند.

- تسفای مگیسو (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر تعاونی اعتبار در بهبود تأمین مالی خرد در مناطق روستایی پنج ماجی، کافا و شاکا پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد تعاونی‌های اعتباری در تغییر فرهنگ پس‌انداز خانوارهای روستایی و همچنین دسترسی آنها به تسهیلات بسیار اثربخش بوده‌اند. لیکن سپرده‌گیری ناچیز، عدم حمایت دولت در برخی موارد و حتی ایجاد محدودیت بر سر فعالیت این تعاونی‌ها، بی‌نظمی در پس‌انداز و... باعث شده است تا منابع کافی برای ارائه تسهیلات در دسترس این تعاونی‌ها نباشد؛ بنابراین برای رفع نیاز مالی اعضاء ضمن حمایت دولت از تعاونی‌های اعتبار، ضروری است تا آموزش‌های لازم برای آگاهی‌بخشی در خصوص مزیت این تعاونی‌ها و همچنین عضوگیری جهت افزایش سپرده صورت گیرد. همچنین از آنجایی که انتظار می‌رود تعاونی‌های اعتبار به عنوان ابزاری برای افزایش رفاه اقتصادی و اجتماعی باشد، برنامه کاهش فقر توسط این تعاونی‌ها در صورتی می‌تواند مؤثر واقع شود که در کنار سایر بخش‌ها، تمرکز ویژه بر روی افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و تأمین مالی جوامع روستایی صورت گیرد.

- مکبو جاستیک زیکالالا (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر تعاونی‌های اعتبار در بهبود و تسهیل دسترسی به منابع تأمین مالی در سوازیلند (یکی از کشورهای آفریقایی) پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند با اینکه آگاهی و اطلاعات نسبت به این تعاونی‌ها در سوازیلند بسیار محدودتر از دیگر کشورهای در حال توسعه است؛ ولی تعاونی‌های اعتبار به خوبی توانسته‌اند در تسهیل دسترسی به خدمات مالی سهم قابل توجهی داشته باشند. لیکن ضریب نفوذ پایینی داشته و در وصول مطالبات خود نیز با مشکل مواجه هستند. چرا که نسبت به اعضاء خود سهل گیر بوده‌اند. تعاونی‌ها در این کشور نتوانسته‌اند به ساختار مالی مؤثر، افزایش کیفیت خدمات، نرخ بازده مؤثر و نقدینگی قابل توجه دست یابند؛ بنابراین از پایداری مالی قابل توجهی برخوردار نیستند. همچنین با چالش‌های اساسی ایجاد انگیزه در کارکنان مواجه هستند. به همین دلیل اغلب به دنبال جذب افراد با شایستگی مالی بالا در پست‌های مدیریتی هستند. با این حال بزرگ‌ترین چالش این تعاونی‌ها در کشور سوازیلند نبود نیروی کار ماهر و متخصص است که نیاز به آموزش ارتقای شیوه مدیریتی دارد.

وضعیت تعاونی‌های اعتبار در جهان

تعاونی‌های اعتبار در جهان به عنوان مؤسسات تأمین مالی خرد و به صورت یک تعاون محض گسترش یافته‌اند. (ملاکریمی، زارعی، ۱۳۹۲). هدف اصلی این تعاونی‌ها جذب سرمایه‌های خارجی به جوامعی بود که به آن‌ها نیاز داشتند. لیکن اعطای این تسهیلات به صورت کمک‌های خیریه یا قرض‌الحسنه نبوده و باید با نرخ بهره مناسب‌تر از شبکه بانکی بازپرداخت می‌شدند. در کشورهای

پیشرفته‌ای مانند کانادا و آمریکا با وجود بازارهای مالی توسعه‌یافته و سیستم بانکی قدرتمند، اتحادیه‌های اعتباری توانسته‌اند با ضریب نفوذ بیش از ۴۰ درصدی به تمام مردم خدمات مالی و اعتباری ارائه نمایند. در حال حاضر، ۱۱۸ کشور در جهان عضو شورای جهانی تعاونی‌های اعتبار هستند که با منابعی نزدیک به ۳ تریلیون دلار به ۳۹۴ میلیون نفر عضو خود ارائه خدمت می‌کنند (Woccu Report, ۲۰۲۱).

- در سطح بین‌المللی از دستیابی به نتایج قانونی و نظارتی بهتر برای اتحادیه‌های اعتباری و سایر مؤسسات مالی تعاونی و اعضای آنها حمایت می‌کند.
- آموزش و شبکه جهانی را برای تبادل اطلاعات و ایده‌ها فراهم می‌کند.
- مدل مؤسسه مالی تعاونی در سراسر جهان را معرفی می‌کند.
- سیستم جهانی را با کمک‌های فنی، آموزش و ابزارهایی برای مدیریت، توسعه و شبکه‌سازی تقویت می‌کند.

آمار جهانی تعاونی‌های اعتبار در سال ۲۰۲۱

تعداد کشورهای دارای تعاونی اعتبار	۱۱۸
تعداد تعاونی‌های اعتبار	۸۷.۹۱۴
تعداد اعضا	۳۹۳.۸۷۱.۶۳۱
پس‌انداز (میلیون دلار)	۲.۹۴۰.۲۲۱.۰۲۵.۷۲۸
وام‌ها (میلیون دلار)	۲.۱۹۹.۳۲۱.۲۱۴.۱۵۴
ذخایر (میلیون دلار)	۲۹۵.۱۷۷.۱۵۷.۶۱۱
دارایی‌ها (میلیون دلار)	۳.۴۸۱.۷۳۶.۲۱۷.۱۵۶
ضریب نفوذ	۱۲.۶۹٪

منبع: Woccu.statistical Report (۲۰۲۱)

سهم تعاونی‌های اعتبار مناطق مختلف جهان از تعاونی‌های اعتبار (۲۰۲۱)

قاره	تعداد تعاونی‌ها	تعداد اعضا	پس‌اندازها	وام‌ها	ذخایر	دارایی‌ها	ضریب نفوذ
آفریقا	۴۱.۰۶۷	۴۴.۵۳۶.۹۰۲	۲۱.۵۴۳.۴۲۲.۴۸۸	۱۴.۰۵۰.۷۵۷.۹۸۱	۱.۰۹۸.۵۴۴.۰۲۲	۲۲.۸۳۱.۴۹۴.۰۵۲	۱۵.۶۶٪
آسیا	۳۳.۶۴۷	۱۴۱.۱۷۱.۶۰۵	۵۵۳.۰۷۰.۹۹۱.۵۶۷	۳۷۹.۹۲۹.۲۷۴.۹۳۱	۲۴.۱۴۵.۱۸۹.۶۳۴	۶۶۱.۲۷۸.۳۷۱.۱۱۱	۵.۹۲٪
کارائیب	۳۱۵	۳.۹۰۳.۳۶۷	۷.۸۱۷.۳۱۱.۳۱۳	۵.۴۳۱.۲۶۲.۴۴۵	۱.۰۴۳.۹۳۰.۵۰۸	۹.۲۸۱.۶۰۰.۴۶۰	۶۸.۵۸٪
اروپا	۳.۸۲۰	۸.۷۸۵.۷۱۹	۲۵.۳۶۲.۳۰۸.۵۹۶	۱۲.۰۰۵.۰۲۷.۵۳۶	۴.۰۳۳.۹۵۲.۷۲۵	۳۳.۹۷۴.۴۱۲.۱۴۹	۹.۶۴٪
آمریکای لاتین	۳.۳۳۵	۴۸.۳۱۰.۵۷۱	۹۵.۹۴۷.۸۰۸.۷۶۷	۹۰.۴۴۹.۲۸۳.۵۱۸	۲۰.۹۰۷.۴۱۲.۷۰۵	۱۳۸.۸۷۷.۳۸۱.۱۹۳	۱۶.۵۰٪
آمریکای شمالی	۵.۴۷۶	۱۴۱.۶۴۷.۵۷۴	۲.۱۴۵.۳۵۳.۵۹۰.۱۷۲	۱.۶۱۶.۰۱۱.۷۸۵.۶۵۳	۲۴۳.۷۸۵.۹۴۸.۹۲۴	۲.۵۰۱.۳۶۵.۹۶۷.۶۸۷	۵۱.۷۷٪
اقیانوسیه	۲۵۴	۵.۵۱۵.۸۹۳	۹۱.۱۲۵.۵۹۲.۸۲۵	۸۱.۴۴۳.۷۳۲.۰۹۰	۱۶۲.۱۷۹.۰۹۳	۱۱۴.۱۲۷.۰۹۰.۵۰۴	۴.۱۳٪

منبع: Woccu.statistical Report (۲۰۲۱)

تجربه برخی کشورها در تعاونی‌های اعتبار^۱: ایالات متحده آمریکا:

در آمریکای شمالی، اولین تعاونی‌های مالی در اوایل دهه ۱۹۰۰ با اهداف بشردوستانه برای خدمت به کارگران طبقه فقیر و متوسط - از جمله مهاجران - که توسط بخش بانکداری سنتی و سایر وام‌دهندگان غیررسمی تأمین مالی نمی‌شدند و یا با نرخ بهره‌های بسیار بالا مواجه بودند؛ تأسیس شدند (مک کیلوپ و همکاران، ۲۰۲۰). در سال ۱۹۳۴، قانون اتحادیه اعتباری فدرال ایالات متحده تصویب شد که تعریف اتحادیه اعتباری، نحوه تشکیل و چارچوب قانونی برای فعالیت آن را نشان می‌داد. به طور خاص اتحادیه اعتباری این کشور بر اساس یک‌رشته فعالیت همگن و یا ویژگی مشترک همچون کارمندی، اشتراک مذهبی، اشتراک صنعت و یا اشتراک منطقه جغرافیایی شکل می‌گرفتند. تأکید بر همگن بودن شرکت‌ها به علت کاهش ریسک وام‌دهی بود. چرا که اعضا مشخص بوده و نظارت بر فعالیت‌های آنها راحت‌تر بود.

هرچند این اتحادیه‌ها از دهه ۱۹۳۰ به طور قابل توجهی رشد کردند، به طوری که اکثر اتحادیه‌های اعتباری عضویت خود را فراتر از همگن بودن اعضا گسترش داده‌اند. به عنوان مثال، متوسط اتحادیه اعتباری از ۴.۵۰۰ عضو و ۱۸ میلیون دلار دارایی در سال ۱۹۹۱ به ۲۴.۱۰۰ عضو و ۳۵۸ میلیون دلار دارایی تا سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است (CUNA^۲، ۲۰۲۱). علاوه بر این، در سال ۱۹۹۸، قانون تسهیل عضویت در اتحادیه اعتباری (CUMAA^۳) به اتحادیه‌های اعتباری اجازه داد تا به چندین گروه انجمنی و یا گروه شغلی خدمات ارائه دهند و یا به منشورهای اجتماعی تبدیل شوند که به اتحادیه‌های اعتباری اجازه می‌داد تا به هر کسی در سطح منطق ای، محلی و یا روستایی که افراد دارای منافع مشترک هستند و یا با هم تعامل دارند؛ خدمت‌رسانی کنند (CUNA، ۲۰۰۳، ۲۰۲۱). با توجه به این تغییر در قوانین، از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۸، بیش از یک هزار اتحادیه اعتباری ایالات متحده زمینه‌های عضویت خود را از طریق تبدیل به منشور اجتماعی گسترش داده و صدها گروه کارمند منتخب غیرهمگن را به عضویت خود درآوردند (جردن ون ریجن، ۲۰۲۲).

در حال حاضر اتحادیه‌های اعتباری در ایالات متحده آمریکا به عنوان مؤسسات مالی تعاونی شناخته می‌شوند و توسط اداره ملی اتحادیه اعتباری (CUNA) اداره و پشتیبانی می‌شوند. این مؤسسات متعلق به اعضا هستند و به صورت غیرانتفاعی فعالیت می‌کنند و بسیاری از خدمات مشابه بانک‌های سنتی را ارائه می‌دهند، از جمله حساب‌های پس‌انداز، حساب‌های جاری، وام‌ها و کارت‌های اعتباری. با این حال، اتحادیه‌های اعتباری ممکن است شرایط و نرخ‌های مطلوب‌تری نسبت به بانک‌های سنتی داشته باشند، زیرا تمرکز آنها بر حداکثر کردن سود نبوده و هدف آنها افزایش رفاه اعضا می‌باشد. شرکت‌های زیرمجموعه این اتحادیه‌ها از طرف دولت فدرال از معافیت مالیاتی برخوردار هستند. (جردن ون ریجن، ۲۰۲۲). همچنین این اتحادیه‌ها در آمریکا مانند بانک‌ها توسط بانک مرکزی فدرال رزرو بیمه می‌شوند و اعضا برای سپرده‌های خودنگرانی ندارند (AffinityFCU^۲، ۲۰۲۱).

^۱. علت انتخاب چهار کشور ایالات متحده آمریکا، کانادا، ایرلند و نپال داشتن ضریب نفوذ بالای ۴۰ درصد و عضویت در شورای جهانی تعاون بوده است.

^۲. Credit Union National Association

^۳. Union Membership Access Act) Credit



برخی از نمونه‌های اتحادیه‌های اعتباری در ایالات متحده عبارت‌اند از اتحادیه اعتبار فدرال نیروی دریایی^۱، اتحادیه اعتباری فدرال پنتاگون^۲ و اتحادیه اعتباری آلینت^۳.

اتحادیه‌های اعتباری ایالات متحده با بیش از ۵۰۰۰۰ اتحادیه اعتباری و ۳۰۰۰۰۰۰ کارمند و ۱۳۰ میلیون عضو (۲۰۲۱، *Woccu Report*) بزرگ‌ترین شبکه تعاونی‌های مالی در جهان هستند و ضریب نفوذ بالای ۶۰ درصد دارند. (۲۰۲۰، *WCCU*^۴).

کانادا:

انجمن اتحادیه اعتباری کانادا (*CCUA*^۵) یک انجمن ملی است که خدماتی را به اتحادیه‌های اعتباری کانادا، صاحبان صندوق و سازمان‌های مرکزی منطقه‌ای ارائه می‌دهد. این انجمن اولین سازمان ملی در کانادا است که توسط اتحادیه اعتباری اداره می‌شود و هدف آنها افزایش رفاه مردم است. اگرچه اولین اتحادیه اعتباری در سال ۱۹۰۱ در استان کبک^۶ کانادا آغاز به کار کرد؛ ولی در طول رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ به جوامع روستایی و دشت زار نیز گسترش یافت. اتحادیه‌های اعتباری در این کشور نقش مهمی در ارائه خدمات مالی به بخش کشاورزی دارند. این اتحادیه‌ها تنها ارائه‌دهندگان خدمات مالی در ۹۰۰ بخش کانادا هستند (ماونگا و آلفرت، ۲۰۱۲).

از آنجایی که کشاورزان در تأمین مالی خود دچار مشکل بودند و شبکه بانکی از ارائه تسهیلات به جوامع روستایی خودداری می‌کردند؛ اتحادیه‌های اعتباری با هدف تأمین نیاز کشاورزان و مشاغل کوچک در این کشور شکل گرفتند. در سال ۲۰۱۶ اتحادیه‌های اعتباری برای ۳۶۹ شهر کوچک در کانادا تأمین مالی انجام دادند و در بخش کشاورزی ۳۰۲ برابر بیشتر از شبکه بانکی توانستند تسهیلات ارائه دهند. (*CCUA, Community & Economic Impact Report*, ۲۰۱۷). در حال حاضر حوزه‌هایی که از خدمات اتحادیه‌های تعاونی اعتبار کانادا استفاده می‌کنند، حوزه کشاورزی، اسکان و مواد غذایی، ساخت‌وساز و آموزش می‌باشد. اتحادیه‌های اعتباری در این کشور ۹۱ درصد از وام مربوط به قانون تسهیلات کشاورزی را پرداخت می‌کنند. هدف این قانون تضمین تسهیل پرداخت تسهیلات ایجاد، توسعه و سرمایه در گردش مزارع کانادا می‌باشد.

بزرگ‌ترین اتحادیه اعتباری در کانادا، ون سیتی^۷ است که در بریتیش کلمبیا واقع شده است و ارزش دارایی‌های آن، تنها ۲۱ میلیارد دلار (کانادایی) است. در مقایسه با بانک‌ها، اندازه این اتحادیه‌ها بسیار کوچک است؛ ولی عملکرد مناسبی در تأمین مالی خرد داشته است. به‌طور کلی، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های اعتباری بخش مهمی از چشم‌انداز مالی کانادا هستند. آنها بزرگ‌ترین منبع وام‌های جایگزین هستند که امکان دسترسی به اعتبار را برای افراد و مشاغل کوچکی که دسترسی به وام‌های بانکی را ندارند، فراهم می‌کنند.

^۱. Navy Federal Credit Union

^۲. Pentagon Federal Credit Union

^۳. Alliant Credit Union

^۴. World Council of Credit Unions

^۵. Canadian Credit Union Association

^۶. Quebec

^۷. Vancity Credit Union

ROA مخفف **Return on Assets** است که یک معیار عملکرد مالی است که برای اندازه‌گیری سودآوری یک سازمان در رابطه با کل دارایی‌های آن استفاده می‌شود. در مورد تعاونی‌های اعتباری در کانادا، **ROA** بسته به مؤسسه خاص و عملکرد مالی آن می‌تواند متفاوت باشد. با این حال، اتحادیه‌های اعتباری در کانادا از لحاظ تاریخی در مقایسه با سایر مؤسسات مالی، عملکرد خوبی از نظر **ROA** داشته‌اند. طبق گزارش اتحادیه اعتباری مرکزی کانادا، میانگین **ROA** برای اتحادیه‌های اعتباری کانادا در سال ۲۰۲۰ حدود ۰.۷۷ درصد بود که بالاتر از میانگین **ROA** برای بانک‌های کانادایی است. ۴۳۴ اتحادیه اعتباری در کانادا با بیش از ۱۰ میلیون عضو (**Woccu Report**، ۲۰۲۱) ضریب نفوذ بالای ۴۰ درصد دارند (**Woccu Report**، ۲۰۲۱).

ایرلند:

اتحادیه‌های اعتباری در ایرلند اولین بار در اواخر دهه ۱۹۵۰ تشکیل شدند. جنبش اتحادیه اعتباری ایرلند اکنون با بیش از ۶۰۰ اتحادیه اعتباری و بیش از ۳ میلیون عضو، بزرگ‌ترین جنبش بخش تعاونی در جزیره ایرلند است. اتحادیه‌های اعتباری در این کشور به طیف وسیعی از شبکه‌های اقتصادی - اجتماعی متوسل شده و با بازار اصلی خدمات مالی ادغام شده‌اند (کارول پاور و همکاران، ۲۰۱۲).

در ایرلند، سازمان اصلی که تعاونی‌های اعتباری را نمایندگی می‌کند، لیگ اتحادیه‌های اعتباری ایرلند (**ILCU**) نام دارد که یک انجمن صنفی است و با نمایندگی بیش از ۵۰۰ اتحادیه اعتباری، بزرگ‌ترین نهاد نماینده اتحادیه اعتباری در جزیره ایرلند است. **ILCU** طیف وسیعی از خدمات را به اتحادیه‌های اعتباری عضو خود ارائه می‌دهد. حمایت، آموزش و توسعه، پشتیبانی از انطباق با مقررات و بازاریابی و ارتباطات، مهم‌ترین خدماتی است که توسط این لیگ ارائه می‌شود. خدمات تخصصی همچون بیمه و نظام پرداخت‌ها نیز جزو خدمات ارائه شده توسط این لیگ است.

ILCU نقش مهمی در ارتقای منافع اتحادیه‌های اعتباری و حمایت از سیاست‌هایی که منجر به رشد و پایداری آنها می‌شود؛ دارد. همچنین در خصوص مزیت‌های عضویت در تعاونی‌های اعتباری و ارتقای سواد مالی اعضاء به طور مستمر آموزش ارائه می‌دهد. در جزیره ایرلند، اتحادیه‌های اعتباری تنها خدمات مالی قابل‌دسترس در جوامع محلی هستند. این اتحادیه‌ها جایگزین بانک‌ها نیستند؛ بلکه مدلی از بانکداری اجتماعی هستند که می‌توانند طیف وسیعی از خدمات و یک پلتفرم مالی جایگزین را ارائه دهند. در دسامبر سال ۲۰۱۹ وزیر وقت ایرلند طی گزارشی که توسط مشاورین اقتصادی مؤسسه ایندیکون (**Indecon**) تهیه شده بود؛ اعلام کرد: اتحادیه‌های اعتباری با عرضه گسترده خدمات مالی برای اعضاء خود به عنوان یک بانک مردم در نظر گرفته می‌شوند. در این خصوص **ILCU** اعمال تغییرات قانونی از سوی دولت برای تبدیل اتحادیه‌های اعتباری به یک بانک مردمی را پیگیری می‌کنند تا این اتحادیه‌ها بتوانند طیف کاملی از خدمات بانکی را برای اعضاء خود در سراسر کشور ارائه دهند.

^۱. Irish League of Credit Unions



علاوه بر *JLCU* اتحادیه‌های اعتباری در ایرلند ممکن است به سازمان‌ها یا انجمن‌های دیگری مانند انجمن توسعه اتحادیه اعتباری (*CUDA*^۱) یا انجمن مدیران اتحادیه اعتباری (*CUMA*^۲) نیز وابسته باشند. این سازمان‌ها خدمات تخصصی و پشتیبانی از اتحادیه‌های اعتباری را در زمینه‌هایی مانند وام‌دهی، مدیریت ریسک و روش‌های ارتقا مدیریت را ارائه می‌کنند.

نیپال:

در نیپال رأس اصلی همه تعاونی‌ها، غیراعتباری فدراسیون ملی تعاون نیپال (*NCF*^۳) است. *NCF* در ۲۰ ژوئن ۱۹۹۳ بر اساس ارزش‌ها و اصول پذیرفته شده جهانی برای بخش تعاون تأسیس شد که به عنوان رابط بین فعالین بخش تعاون و حاکمیت در سطح ملی و بین‌المللی عمل می‌کند و جنبش تعاونی نیپال را رهبری می‌کند.

NCF مدافع اصلی جنبش تعاونی در سطح سیاست ملی است. در سال ۲۰۱۵ *NCF* با هماهنگی سازمان‌های تعاونی در سطوح مختلف، توانست بخش تعاونی را به عنوان ستون سوم توسعه اقتصادی در قانون اساسی نیپال تصویب کند و برای انطباق دولت‌های محلی با ساختار جدید فدرال؛ قانون تعاون در سال ۲۰۱۷ ابلاغ و اجرایی شد.

اولین تعاونی‌های پس‌انداز و اعتبار در نیپال (*SACCOS*^۴) در سال ۱۹۵۷-۱۹۵۶ تأسیس شد که تعداد آنها ۱۳ شرکت بود. خدمات ارائه شده توسط *SACCOS* در سه گروه خدمات پس‌انداز و اعتبار، خدمات آموزشی و خدمات توسعه جوامع دسته‌بندی می‌شود. در دهه ۱۹۸۰، نسل جدیدی از شرکت‌های پس‌انداز و اعتبار مبتنی بر جوامع در نیپال گروه‌بندی شد. قانون تعاون باهدف افزایش کنترل و نظارت بیشتر بر این تعاونی‌ها برای سومین بار اصلاح شد. با گسترش این تعاونی‌ها در سراسر کشور، نیاز به تشکیل یک نهاد مسئول احساس شد که بر اساس آن فدراسیون اتحادیه‌های تعاونی پس‌انداز و اعتبار نیپال (*NEFSCUN*^۵) در سال ۱۹۸۸ تشکیل شد. مأموریت اصلی این سازمان توسعه انواع خدمات مالی تعاونی‌های اعتبار برای بهبود زندگی مردم است و هدف اصلی آن تشکیل‌سازی تعاونی‌های مالی به صورت منسجم می‌باشد.

خدمات *NEFSCUN*، ۷۶ منطقه از نیپال را پوشش داده و تأمین مالی بیش از ۳.۵۷ میلیون نفر را انجام می‌دهد. این سازمان هر ساله آموزش روش‌های ارتقاء مدیریت را برای بیش از ۲۰ هزار مدیر و کارمند تعاونی‌های اعتبار ارائه می‌دهد. ساختار دیگری که در نیپال وجود دارد تأمین مالی تعاونی‌های اعتبار می‌باشد که توسط دو بانک تعاونی انجام می‌شود.

۱- بانک تعاونی مرکزی با مسئولیت محدود (*CCBL*^۶): *CCBL* یک بانک تعاونی است که به تعاونی‌های اعتباری در نیپال ارائه خدمات مالی از جمله اعطاء وام، امکان سپرده‌گذاری و خدمات حواله‌ای ارائه می‌دهد.

^۱. Credit Union Development Association

^۲. Credit Union Managers Association

^۳. National Cooperative Federation of Nepal

^۴. Saving and Credit Cooperative Society

^۵. Nepal Federation of Saving and Credit Cooperative Unions

^۶. Central Cooperative Bank Ltd

۲- بانک تعاونی ملی با مسئولیت محدود (NCBL): یکی دیگر از بانک‌های تعاونی است که خدمات مالی مشابه CCBL را به تعاونی‌های اعتبار ارائه می‌دهد.

ایران:

در نظام مالی متعارف تعاونی‌های اعتباری به منظور کاهش فقر و تأمین نیازهای خرد خانوارها کاربرد گسترده‌ای دارند. در ایران نیز این تعاونی‌ها از سال ۱۳۳۱ فعالیت می‌کنند، اما از بعدها گوناگون با آسیب‌هایی از جمله وجود تعاونی‌های آزاد، نبود قوانین مناسب بر نظارت تعاونی‌های اعتباری، قوانین دست‌وپاگیر، سپرده‌پذیری پایین، عدم تنوع تسهیلات، نرخ‌های نامتعارف سپرده‌ها و تسهیلات، نبود ساختار مدیریتی مناسب و نداشتن پایگاه فقهی شفاف روبه‌رو هستند (موسویان و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین علی‌رغم اینکه در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی بر نقش تعاونی‌ها به‌ویژه در اشتغال‌زایی تأکید زیادی شده است، اما باتوجه‌به محدودیت‌های مالی دولت، تأمین مالی آنها همچنان از مهم‌ترین چالش‌ها به شمار می‌رود (فرج زاده و همکاران، ۱۳۹۵). در این خصوص ضریب نفوذ تعاونی‌های اعتبار مجاز در جمعیت کشور کمتر از نیم درصد است و عملاً در تأمین مالی نیازهای اعتباری اعضا بسیار کم‌اثرند. (Woccu Report, ۲۰۲۱). یکی از مهم‌ترین موانعی که بر سر راه فعالیت تعاونی‌های اعتبار در ایران وجود دارد وجود قوانین دست‌وپاگیر است. بانک مرکزی به‌عنوان مقام ناظر بانکی در ایران در سال ۱۳۹۶ دستورالعمل تأسیس، فعالیت و نظارت بر فعالیت‌های اعتبار را تصویب کرد. هرچند هدف از این دستورالعمل جلوگیری از فعالیت تعاونی‌های اعتبار موسوم به آزاد بود و فعالیت این تعاونی‌های اعتبار به‌طورکلی متوقف شد (ملاکریمی و زارعی، ۱۳۹۲)؛ لیکن این دستورالعمل تعاونی‌های اعتبار گروه شغلی را نیز با محدودیت مواجه کرد. به نحوی که این تعاونی‌ها در تجهیز و تخصیص منابع و حتی اعطای مجوز جهت تأسیس تعاونی‌های مالی با چالش جدی مواجه شده‌اند. بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران تعداد تعاونی‌های مالی در سال ۱۳۹۹؛ ۲۰۴۶ تعاونی بوده است که نسبت سایر تعاونی‌ها رشد کمتری داشته وضعیت مطلوبی نیز ندارند. از نظر مقررات جاری ایران تنها تعاونی‌های اعتبار گروه شغلی که بر اساس اشتراک معین شغلی تشکیل می‌شوند، مجاز به فعالیت‌اند. ضریب نفوذ تعاونی‌های اعتبار مجاز در جمعیت کشور کمتر از یک درصد (۰.۷۷٪) است (Woccu Report, ۲۰۲۱) و عملاً در تأمین مالی نیازهای اعتباری اعضا بسیار کم‌اثرند. البته در این گزارش به علت در دسترس نبودن آمارهای به‌روز، از آمارهای سال ۲۰۱۹ برای ایران استفاده شده است. همچنین مطابق با این گزارش نزدیک به ۵۰ درصد از مدیران اجرایی اتحادیه‌های اعتباری در جهان را زنان تشکیل می‌دهند که متأسفانه در ایران ای ساختار برقرار نمی‌باشد.

مزیت‌های مهم اتحادیه‌های اعتباری

۱- هزینه‌های کمتر: اتحادیه‌های اعتباری کارمزد کمتری نسبت به بانک‌ها دریافت می‌کنند و این به دلیل ماهیت غیرانتفاعی و معافیت مالیاتی است. این اتحادیه‌ها برخلاف بانک‌های سنتی، سود را بین اعضای خود تقسیم می‌کنند. به این معنی که اعضا می‌توانند بر

^۱. National Cooperative Bank Ltd



اساس عملکرد مالی تعاونی، سود دریافت کنند. این مدل تقسیم سود به اعضا اجازه می دهد تا مستقیماً از موفقیت تعاونی بهره مند شوند. همچنین به جای تقسیم سود به سهام داران می توانند درآمدهای خود را مجدداً سرمایه گذاری کرده و نیاز به دریافت هزینه هایی مانند جریمه اضافه برداشت را کاهش دهند (calcoastcu.org, ۲۰۲۱).

۲- **پس انداز بهتر:** بر اساس گزارش نرخ بهره بانکها و تعاونی های اعتبار اداره ملی اتحادیه های اعتبار در سال ۲۰۲۱، متوسط سودی که بانک های رسمی برای یک سپرده ۵ ساله پرداخت می کنند ۰.۶۳ درصد بوده است. در حالی که متوسط سود پرداختی توسط اتحادیه های اعتباری برای همان سپرده ۰.۷۶ درصد بوده است (ncua.gov, ۲۰۲۱).

۳- **نرخ بهره پایین تر:** اتحادیه های اعتباری علاوه بر ارائه سود بهتر به حساب های پس انداز، نرخ های بهره کمتری نیز از وام های پرداختی دریافت می کنند. بسیاری از اتحادیه های اعتباری تمام تسهیلات بانکی از وام خودرو گرفته تا وام مسکن را ارائه می دهند. باین حال، اتحادیه های اعتباری به دلیل مدل کسب و کار غیرانتفاعی خود می توانند نرخ های بهره کمتری نسبت به بانکها برای ارائه خدمات دریافت کنند (calcoastcu.org, ۲۰۲۱).

۴- **دردسترس بودن کارشناسان محلی:** بر اساس قانون اتحادیه های اعتباری فدرال که در سال ۱۹۳۴ تصویب شد، عضویت در اتحادیه های اعتباری بر اساس ویژگی مشترک (موقعیت جغرافیایی، گروه شغلی و...) می باشد. اتحادیه های اعتباری اغلب در هر منطقه کارگاه های آموزشی باهدف ارائه اطلاعات و آگاهی بخشی به اعضا توسط مشاورین خود برگزار می نمایند (همان).

۵- **تعهد به اعضا:** اتحادیه های اعتباری به عنوان کسب و کارهای غیرانتفاعی به جای حداکثرسازی سود خود، به دنبال حداکثر کردن رفاه اعضا هستند و اعضا می توانند از این تمرکز قوی اتحادیه به مشتریان منتفع گردند (همان).

۶- **هیئت مدیره منتخب:** یکی از مزایای عضویت در اتحادیه اعتباری، امکان شرکت در انتخابات هیئت مدیره اتحادیه است. این بدان معنی است که اعضا می توانند به تصمیمات مالی عمده و اهداف اتحادیه اعتباری خود کمک کنند (همان).

۷- **سرمایه گذاری محلی:** اتحادیه های اعتباری متعهد به سرمایه گذاری در جوامع محلی هستند. در حالی که شبکه بانکی در پروژه های صنعتی در مقیاس بزرگ سرمایه گذاری می کنند، اتحادیه های اعتباری با سازمان های محلی شریک می شوند تا درآمدهای خود را در بین اعضا خود در گردش نگه دارند و سطح زندگی اعضا خود و شرایط اقتصادی منطقه خود را بهبود ببخشند (همان).

۸- **اعضا به عنوان مالک اتحادیه:** دیگر مزیت عضویت در اتحادیه های اعتباری این است که با عضویت در اتحادیه های اعتباری، اعضا به عنوان مالک محسوب می شوند. برخلاف بانکها که در آنها سپرده گذاران صرفاً به عنوان مشتری شبکه بانکی قلمداد می شوند، اعضا در اتحادیه های اعتباری مالک محسوب می شوند که این بزرگترین تفاوت شبکه بانکی و اتحادیه های اعتباری است. در واقع عضویت در اتحادیه های اعتباری به منزله خرید سهام یک سازمان می باشد.

۹- **تأمین مالی افراد کم درآمد و فقیر:** یکی از بزرگترین مزیت های نسبی تعاونی های اعتبار امکان دسترسی به منابع مالی برای افرادی است که توسط مؤسسات رسمی تأمین مالی نادیده گرفته می شوند. به عبارت دیگر دسترسی به منابع مالی این مؤسسات از آنجایی که توسط خود اعضا شکل می گیرد؛ راحت تر از دیگر منابع است (گرادو گومز و همکاران، ۲۰۱۸).

۱۰- امنیت بیشتر: به عنوان سازمان‌های متعلق به اعضا، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های اعتباری رفاه مالی و امنیت اعضای خود را در اولویت قرار می‌دهند. از آنجایی که اعضا در تعاونی سهم دارند، احساس اعتماد و مسئولیت جمعی وجود دارد. این می‌تواند سطح امنیت و آرامش بیشتری را در هنگام واریز وجوه یا سرمایه‌گذاری فراهم کند.

در مقابل، دخالت بیش از حد دولت در بخش تعاون و منحرف ساختن انگیزه‌های شکل‌گیری تعاونی با تزریق منابع مالی و اعتبار ارزان به آنها، عدم به‌کارگیری انگیزه‌های پویا، تعدد مراجع نظارتی، عدم واگذاری نقش‌های حمایتی به سازمان‌های لایه بالاتر به‌ویژه اتحادیه‌های تعاونی آسیب‌های مهم اتحادیه‌های اعتباری است (مصطفی شهیدی نسب و همکاران، ۱۴۰۱).

برخی از مهم‌ترین چالش‌های تعاونی‌های اعتبار:

۱- رقابت با بانک‌ها: تعاونی‌های اعتباری با بانک‌های سنتی رقابت می‌کنند که منابع بزرگ‌تری دارند و می‌توانند طیف وسیع‌تری از خدمات را ارائه دهند. این امر می‌تواند جذب اعضای جدید و حفظ اعضای موجود را برای تعاونی‌های اعتباری دشوار کند.

۲- انطباق با مقررات: تعاونی‌های اعتباری تابع مجموعه‌ای از مقررات و قوانینی هستند که بر عملکرد آنها حاکم است. رعایت این مقررات می‌تواند پیچیده و زمان‌بر باشد که می‌تواند برای تعاونی‌های اعتباری کوچک‌تر با منابع محدود چالش اساسی‌تری باشد. (دستورالعمل تأسیس، فعالیت و نظارت بر فعالیت‌های اعتبار در ایران یکی از مهم‌ترین موانع فعالیت این اتحادیه‌ها است)

۳- فناوری: با دیجیتال شدن روزافزون بانکداری، تعاونی‌های اعتباری برای حفظ رقابت باید با آخرین فناوری‌ها همگام باشند. این می‌تواند چالشی برای تعاونی‌های اعتباری کوچک‌تر باشد که ممکن است منابع لازم برای سرمایه‌گذاری در فناوری جدید را نداشته باشند.

۴- مدیریت ریسک: تعاونی‌های اعتباری برای اطمینان از ثبات مالی سازمان باید ریسک را به طور مؤثر مدیریت کنند. این شامل مدیریت ریسک اعتباری، ریسک بازار و ریسک عملیاتی است. مدیریت ریسک مؤثر، نیاز به تخصص و منابع دارد که می‌تواند برای تعاونی‌های اعتباری کوچک‌تر چالش‌برانگیز باشد.

۵- مشارکت اعضا: تعاونی‌های اعتباری برای عملکرد مؤثر به مشارکت اعضا متکی هستند. اعضای درگیر تمایل بیشتری به استفاده از خدمات تعاونی، مشارکت در تصمیم‌گیری و کمک به جذب اعضای جدید دارند. با این حال، جذب اعضا می‌تواند یک چالش باشد.

بر اساس گزارش سال ۲۰۲۱ اتحادیه جهانی تعاون؛ ۳ اولویت راهبردی مهم و نگرانی‌های اصلی اتحادیه‌های اعتباری برای تقویت این دسته از تعاونی‌ها در بیش از ۴۰ کشور و ۶ منطقه جهان به شرح زیر احصاء شده است:



ریسک (نگرانی) های مهم	اولویتهای راهبردی در سطح جهان
<p>۱- وضعیت اقتصاد جهانی ۶۰٪</p> <p>استرالیا شرایط اقتصاد جهانی را به عنوان اصلیتین نگرانی در تقویت اتحادیههای اعتباری اعلام کرده است. ۸۲ درصد از اتحادیه های اعتباری در اروپا، ۶۰ درصد در آفریقا، ۵۷ درصد در آسیا و ۶۰ درصد از مجموع اتحادیههای اعتباری در ۶ منطقه منتخب، وضعیت اقتصاد جهانی را به عنوان مهم ترین ریسک و نگرانی در رشد تعاونی های اعتبار انتخاب کرده اند.</p> <p>در شرایط فعلی اقتصاد جهانی، حقوق پرداختی به کارکنان بخش تعاون کمتر از دیگر بخش هاست و این موضوع باعث شده است تا اتحادیه های اعتباری نیروی انسانی ماهر یا با استعداد نداشته باشند. البته نیروی کار ماهر یکی از عوامل ضروری برای حضور در این بازار رقابتی است. «لیگ اتحادیه اعتباری تعاونی (بنگلادش)»</p>	<p>۱- دیجیتالی سازی ۸۱٪</p> <p>حداقل ۷۵ درصد از اتحادیه های اعتباری در تمامی قاره ها به جز آمریکای شمالی و ۸۱ درصد از اتحادیه های اعتباری در جهان موضوع دیجیتالی سازی را به عنوان اولویت اصلی در تقویت و رشد خود اعلام کرده اند.</p> <p>دیجیتالی شدن در نظام مالی به یک روند در سطح بازار تبدیل شده است که باعث ایجاد رقابت می شود و تغییر نسل، ورود به سیستم های دیجتالی مدرن را ناگزیر مینماید.</p> <p>«اتحادیه اعتباری گواتمالا» «FENACOAC»</p>
<p>۲- تکنولوژی ۵۳٪</p> <p>تکنولوژی بزرگترین نگرانی برای اتحادیههای اعتباری قاره آفریقا می باشد. به طوری که تمامی اتحادیه های اعتباری (۱۰۰ درصد) این قاره به این موضوع اشاره کرده اند. ۶۷ درصد از اتحادیه های اعتباری در آمریکای لاتین و ۵۷ درصد از اتحادیه های قاره آسیا این موضوع را به عنوان بزرگترین نگرانی خود معرفی کرده اند. در مجموع موضوع تکنولوژی و فناوری برای ۵۳ درصد از اتحادیه های اعتباری در سطح جهان نگرانی و تهدید به حساب می آیند.</p>	<p>۲- افزایش درصد عضویت و رشد دارایی ها ۶۶٪</p> <p>۸۳ درصد از اتحادیه های اعتباری در اروپا، ۸۰ درصد در آفریقا و ۵۷ درصد در آسیا؛ عضوگیری و رشد دارایی ها را به عنوان اولویت اصلی خود برای افزایش نقش تعاونیهای اعتبار اعلام کرده اند. این در حالی است که کمتر از ۵۰ درصد از کشورهای نیمکره غربی به اهمیت این موضوع پرداخته اند. در مجموع ۶۶ درصد از اتحادیه های اعتباری ۶ منطقه، افزایش درصد عضویت و رشد دارایی ها را مهم ترین عامل در تقویت نقش تعاونی های اعتبار میدانند.</p>
<p>۳- مقررات ۴۰٪</p> <p>پاسخ به پیشرفت های تکنولوژی همیشه کافی نیست. عمدتاً قدرت خرید تعاونی ها و عدم تمایل به تغییر در بین آنها عوامل مهمی هستند که باعث عقب ماندگی قابل توجه آنها از رقابت بازار شده است.</p> <p>«صندوق اعتباری تعاونی در مکزیک (Caja Popular)»</p>	<p>۳- اصلاحات نظارتی ۵۱٪</p> <p>۱۰۰ درصد اتحادیه های اعتباری در آمریکای شمالی و ۸۰ درصد اتحادیهها در کارائیب، ضرورت اعمال اصلاحات نظارتی را به عنوان اصلیتین عامل در تقویت جایگاه تعاونیهای اعتبار عنوان کرده اند. این درصد برای مناطق اروپا و آفریقا به ترتیب ۵۰ و ۴۰ درصد بوده است. در مجموع ۵۱ درصد از اتحادیه های اعتباری در سطح جهان اعلام کرده اند اصلاحات نظارتی مهم ترین عامل تاثیرگذار در تقویت تعاونیهای اعتبار می باشد.</p>

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

یکی از مهم‌ترین موانع فعالین اقتصادی در محیط کسب‌وکار، دشواری تأمین مالی از بانک‌هاست که به علت کمبود منابع پاسخگوی تمامی کسب‌وکارها نمی‌باشد. شبکه بانکی در ایران اغلب به‌عنوان تنها منبع تأمین مالی کسب‌وکارها قلمداد می‌شود و تأمین سرمایه در گردش تمامی فعالیت‌ها با مقیاس کوچک و بزرگ وابسته به شبکه بانکی است. این در حالی است که در اکثر کشورهای جهان، نظام بانکی عهده‌دار تأمین مالی خرد نمی‌باشد و روش‌ها و ساختار جداگانه‌ای برای این مقوله تعریف شده است که شبکه تعاونی‌های اعتبار با عناوین مختلف یکی از این روش‌ها می‌باشد.

تعاونی‌های اعتباری نقش مهمی در سیستم‌های مالی بسیاری از کشورها ایفا می‌کنند. آنها به‌عنوان یک پناهگاه امن برای سپرده‌ها عمل می‌کنند و منابع اصلی اعتبار برای خانوارها و شرکت‌های کوچک و متوسط هستند و در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته با وجود نظام بانکی قدرتمند، ضریب نفوذ این تعاونی‌ها در فرآیند تأمین مالی کسب‌وکارها بالای ۴۰ درصد بوده که رشد اقتصادی و افزایش اشتغال مؤثر می‌باشد. این در حالی است که ضریب نفوذ این تعاونی‌ها در ایران کمتر از یک درصد است. نرخ بهره پایین‌تر و نرخ سود بالاتر نسبت به شبکه بانکی و تمرکز این اتحادیه‌ها بر اعضای از مهم‌ترین عامل جذابیت و توسعه در دیگر کشورها بوده است. از آنجایی که اغلب کسب‌وکارهای کوچک و استارت‌آپ‌ها (اغلب با ماهیت تعاونی) چندان مورد توجه شبکه‌های رسمی تأمین مالی قرار نمی‌گیرند؛ استفاده از الگوی تعاونی مالی در کشور ایران نیز می‌تواند به کارایی نظام مالی منجر شده و در بهبود فضای کسب‌وکار اثربخش باشد. از دیدگاه فعالین و متخصصین این حوزه عدم اعتماد به تعاونی‌های اعتبار و محدود کردن فعالیت‌های آنها طی تصویب دستورالعمل‌های مختلف توسط بانک مرکزی به عنوان نهاد ناظر؛ باعث شده است تا از ظرفیت آنها به طور کامل استفاده نشود. دستورالعمل تأسیس، فعالیت و نظارت بر فعالیت این تعاونی‌ها مهم‌ترین چالش پیش روی فعالین تعاونی‌های اعتبار بوده است که شیوه‌های تجهیز و تخصیص منابع و محدوده فعالیت آنها را به‌شدت محدود کرده است؛ بنابراین با توجه به الگوهای موفق جهانی در این حوزه و نیاز مبرم کسب‌وکارهای کوچک به تعریف ساختار نظام‌یافته تأمین مالی خرد؛ پیشنهاد می‌گردد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با رویکرد تجدیدنظر در روش‌های تجهیز و تخصیص منابع، اصلاح دستورالعمل مزبور را در دستور کار شورای محترم پول و اعتبار قرار دهد. به‌ویژه اینکه رویکرد جهانی در خصوص اتحادیه‌های اعتباری تمرکز بر دیجیتالی‌سازی، افزایش سپرده‌گیری و اصلاحات نظارتی حاکم بر این دسته از تعاونی‌هاست تا بتوانند خدمات بیشتری ارائه دهند. با وجود دیدگاه جهانی مثبت در خصوص این تعاونی‌ها شایسته است تا در کشور ما نیز این رویکرد حاکم شود.



منابع:

- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران (بهار ۱۴۰۲). پایش ملی محیط کسب و کار. مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران.
- اتاق تعاون ایران (بهار ۱۴۰۲). پایش ملی محیط کسب و کار.
- حساب‌های ملی فصلی. مرکز ملی آمار ایران. آدرس وبسایت: <https://www.amar.org.ir>.
- شهیدی نسب، مصطفی. (۱۳۹۵)، "طراحی نظام تأمین مالی خرد بر اساس آموزه‌های اقتصاد و مالی اسلامی" پایان‌نامه دکتری، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- شهیدی نسب. مصطفی، موسویان. سیدعباس و نگارش. حمید. (۱۴۰۱)؛ "بررسی تطبیقی تأثیر برنامه‌های تأمین مالی خرد در ایران و جهان با تأکید بر کشورهای اسلامی".
- فرج زاده. زکریا، زارعی. صمد، و مختاری، سهراب. (۱۳۹۵). "تأمین مالی خرد و اشتغال‌زایی در تعاونی‌های استان فارس با تأکید بر تعاونی‌های روستایی: ارزیابی دیدگاه اعضای تعاونی و عوامل تعیین‌کننده". روستا و توسعه، ۱۹(۲)، ۱۷۷-۲۰۱.
- ملاکریمی. نعمت اله و زارعی. احسان اله. (۱۳۹۲). "بررسی وضعیت تعاونی‌های اعتبار در جهان و مروری بر نحوه ساماندهی و نظارت بر تعاونی‌های اعتبار صنفی و آزاد در ایران". روند (روند پژوهش‌های اقتصادی)، ۲۰(۶۱-۶۲)، ۱۴۵-۱۷۶.
- موسویان. سیدعباس، فاضلیان. سیدمحسن و علی حسینی، مهدی. (۱۳۹۵). "آسیب‌شناسی تعاونی‌های اعتبار و ارائه الگوی مطلوب". اقتصاد اسلامی، ۱۶(۶۱)، ۱۰۹-۱۳۶.
- مرکز پژوهش‌های مجلس، معاونت پژوهش‌های اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی (۱۳۹۵)، "الگوی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط ۷. تأمین مالی خرد؛ تجربه جهانی و وضعیت ایران". شماره مسلسل: ۱۵۱۸۸.
- (۲۰۲۱). "Analysis/cuso-economic-data/credit-union-bank-rates/credit-union-and-bank-rates". <https://ncua.ov/q1>.
- "Community-economic-impact-report". (۲۰۲۱-۲۰۲۲). <https://ccua.com/resources/>
- Donal McKillopa, Declan Frencha, Barry Quinna, Anna L. Sobiechb, John O.S. Wilson؛ (۲۰۲۰).
"Cooperative financial institutions: A review of the literature"
- "Financial-tips-blog/۷-benefits-of-a-credit-unio". (۲۰۲۱). <https://www.calcoastcu.org/>
- Gerardo Gómez, Ana Mena and Robert Beltrán López. (۲۰۱۸). "Study of the determinant factors of the growth of municipal savings and credit cooperatives in Peru"
- Jordan van Rijn (۲۰۲۰). "The cooperative identity at U.S. credit unions"

- Carol power, Ray O’Conner, Olive McCarthy. (۲۰۱۲). **“Credit unions and community in Ireland: towards optimising the principle of social responsibility”**
- Miguel Definer, Cristina Pailhé and Silvana Perón , September (۲۰۰۶). **“Credit Co-operatives: An Overview of International Experiences”**
- Mavenga, F. and Olfert, M.R. (۲۰۱۲), **“The role of credit unions in rural communities in Canada”**, Journal of Rural Cooperation, Vol. ۴۰, pp. ۱-۲۸.
- María Jesús Segovia-Vargas I. Marta Miranda-García .Freddy Alejandro Oquendo-Torres. (۲۰۲۳).” **Sustainable finance: The role of savings and credit cooperatives in Ecuador”**
- Nigusie Dibissa. (۲۰۱۵).” **Determinants of Savings and Credit Cooperatives Societies (SACCOs) outreach in Addis Ababa.”**
- Tsfaye Megiso Begajo. (۲۰۱۸). **“The Role of Saving and Credit Cooperatives in Improving Rural Micro Financing: The Case of Bench Maji, Kaffa, Shaka Zones”**.

آدرس سایت‌ها:

- World Council of Credit Unions, <https://www.woccu.org/>.
- International Journal of Advanced Research in ISSN: ۲۲۷۸s, <https://garph.co.uk/IJARMSS-past-issues.html>.
- Credit Union National Association, <https://www.cuna.org/>**
- Canadian Credit Union Association, <https://ccua.com/>
- Irish League of Credit Unions, <https://www.creditunion.ie/>**
- National Cooperative Federation of Nepal, <https://ncfne>



توسعه کارآفرینی اجتماعی از مسیر تعاونی‌های اجتماعی

محمد خضری^۱

چکیده

با توجه به شکست‌های نسبی بازار و دولت در این حل برخی مسائل کشور از جمله تورم، بیکاری و عدالت اجتماعی، کسب‌وکارهای اجتماعی به‌ویژه تعاونی‌های اجتماعی راهبرد مؤثری برای تعدیل بخشی از این مسائل و اجتناب از بحرانی شدن آن‌ها هستند. به‌رغم اهمیت و ضرورت توسعه تعاونی‌های اجتماعی و تقویت کارآفرینی اجتماعی در آن‌ها، اقتصاد ایران از یک چنین ظرفیت‌هایی به میزان زیادی محروم بوده است. در این مقاله ضمن بررسی کارکرد تعاونی‌های اجتماعی به مثابه یک کسب‌وکار اجتماعی، نقش آن‌ها در تدارک مؤثر کالاها و خدمات شبه عمومی، کاهش مشکلات اقتصادی و اجتماعی و تعدیل چالش‌های آتی کشور تبیین می‌شود. همچنین، موانعی که در ایران بر سر شکل‌گیری و توسعه تعاونی‌های اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در آن‌ها وجود دارد بررسی و تبیین خواهد شد.

نویسنده، موضوع مقاله را در چارچوب اقتصاد اجتماعی (به‌ویژه اقتصاد تعاونی) و از رویکرد اقتصاد نهادگرایی جدید تحلیل و تبیین خواهد کرد. ادعای اصلی مقاله آن است که تعاونی‌های اجتماعی نه تنها برای توسعه بخش تعاونی و عرضه کارآفرینی اجتماعی در ایران ضروری است، بلکه یک راهبرد اساسی برای تعدیل چالش‌ها و مشکلات روزافزون اقتصادی و اجتماعی و تحقق بخشی از اهداف ملی هستند. با وجود این، ظهور و توسعه تعاونی‌های اجتماعی تحت‌تأثیر مسائلی مانند نظم مبتنی بر دسترسی محدود، سنگینی هزینه‌های مبادله، ساختار اقتصاد رانتهی، حضور پررنگ دولت در کسب‌وکارها و محدودیت‌های درونی خود تعاونی‌ها بوده است.

واژگان کلیدی: اقتصاد اجتماعی، تعاونی اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، کسب‌وکار اجتماعی، نظم دسترسی محدود، شکست بازار، شکست دولت

مقدمه

مهم‌ترین سؤالی که هر نظام سیاسی با آن مواجه می‌باشد، آن است که در صورت واقعیت محدودیت منابع اقتصادی، جامعه چگونه سازماندهی شود که مردم بتوانند آرزوها و نیازهایشان را برآورده و استعدادهایشان را شکوفا کنند و به‌طور کلی بیشترین رضایت اجتماعی حاصل گردد. بازار، دولت، نهادهای رسمی و غیررسمی و تشکل‌های مدنی از جمله ابزارهایی بوده‌اند که افراد بشر در طول تاریخ به کمک آن‌ها خشونت را کنترل، جامعه را سازماندهی و نظم ایجاد کرده‌اند. هر چه ملتی در تقسیم کار اجتماعی بین بازار، دولت و جامعه مدنی بهتر عمل کرده باشد، به همان اندازه نیز در کنترل خشونت و ایجاد نظم و سازماندهی جامعه نیز موفق‌تر بوده است. (در این زمینه بنگرید به: داگلاس نورث و همکاران، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۹) نظریه‌پردازان در چارچوب مفاهیم و اصطلاحاتی مانند شکست بازار^۱ و شکست دولت^۲ بر ناتوانی و محدودیت‌های این دو نهاد در ساماندهی یک‌تنه جامعه و ایجاد نظم و رفاه برای مردم تأکید کرده‌اند. (Tullock, et. al., ۲۰۰۵; Winston, ۲۰۰۶) راه سوم، بخش سوم و اقتصاد اجتماعی از جمله مفاهیمی بوده‌اند که در طول سال‌های اخیر برای هشدار دادن به مصائب و مشکلات ناشی از تکیه صرف بر بازار و دولت در تقسیم کار اجتماعی معرفی شده‌اند.

در شرایط پر چالش کنونی داخلی و خارجی اقتصادها و گرفتاری‌های اجتماعی جهانی، تقاضا برای خدمات اجتماعی جدید از سوی شهروندان بیشتر شده است. ناتوانی بازارها در پاسخگویی به بسیاری از تقاضاهای فزاینده اجتماعی و عملکرد ضعیفشان در پرداختن به مشکلات اجتماعی به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، از یک‌طرف، و شکست دولت‌ها در مواجهه با مسائل و چالش‌های اجتماعی روزافزون (به دلایلی همچون کمبود منابع عمومی، ناکارایی بوروکراسی، اقتدار بوروکراتیک، مداخله گروه‌های خاص و ذی‌نفوذ در سیاست‌گذاری‌های عمومی و غیره)، از طرف دیگر، ضرورت کارآفرینی و کسب‌وکار اجتماعی را بیش‌ازپیش برجسته کرده است.

به‌عبارت‌دیگر، آنچه که امروزه بیش از هر چیز دیگری مردم را ناگزیر از تشریک مساعی و همکاری می‌کند، نوعی «سرنوشت و احساس درد مشترک» است. اکنون مردم زیادی دریافته‌اند که سرنوشتشان به میزان زیادی به هم گره خورده است و اگر به صورت مشترک با همدیگر به پیکار مسائل اجتماعی نروند، شادی کمتری را در زندگی‌شان تجربه خواهند کرد. به همین دلیل، امروزه کسب‌وکارهای اجتماعی از جمله تعاونی‌های اجتماعی بیش از دیروز اهمیت پیدا کرده‌اند. در کشورهای توسعه‌یافته، تعاونی‌های اجتماعی به‌عنوان منابع بالقوه راه‌حل‌های نوآورانه برای چالش‌های اجتماعی - اقتصادی دیده می‌شوند (UN, ۲۰۲۱; Monzón, ۲۰۱۲ & Chaves) و به مثابه یک مدل کارآفرینی اجتماعی و ساختار حکمرانی جمعی، بسیاری از کشورهای اتحادیه اروپا زمینه‌های قانونی را برای تعاونی‌های اجتماعی ایجاد کرده‌اند (Monzón & Chaves, ۲۰۱۶). طی چند دهه گذشته، در بسیاری از کشورهای اروپایی، کسب‌وکارهای اجتماعی بسیار سریع‌تر از سایر بخش‌های اقتصاد توسعه یافته‌اند. (Borzaga et al., ۲۰۱۷) در این زمینه، سطح توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها در میزان تقاضا برای این نوع فعالیت‌ها نقش اساسی دارد. تحقیقات

^۱ Market Failure

^۲ Government Failure



نشان می دهد که کارآفرینی اجتماعی در کشورهایی با سطح درآمد ملی بالا مانند دانمارک، نروژ، سوئد یا سوئیس بیشتر از کشورهای پساکمونستی توسعه یافته اند. (Gramescu, ۲۰۱۶).

تعاونی های اجتماعی بر ادغام افراد محروم (به ویژه افراد دارای معلولیت، مهاجران و افرادی که از بیکاری طولانی مدت رنج می برند) در جامعه و زندگی تجاری و همچنین ارائه خدمات اجتماعی، بهداشتی، آموزشی و زیست محیطی به آنها تمرکز می کنند. این ساختار حکمرانی جمعی، بخشی از مشکلات اجتماعی را کاهش می دهد و نه تنها به توانمندسازی جامعه کمک بلکه در هزینه های خدمات عمومی و دولتی نیز صرفه جویی می کند. تقویت همکاری جمعی و انباشت سرمایه اجتماعی، امیدواری اجتماعی، همبستگی اجتماعی، انسجام اجتماعی و توسعه کسب و کارهای اجتماعی از جمله آثار مثبت زیادی است که از قبل توسعه تعاونی های اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ایجاد خواهد شد. این دستاوردها به تسهیل کنش های جمعی و کاهش هزینه های اجتماعی می انجامد و در هزینه هایی که دولت باید برای امور عمومی صرف کند، صرفه جویی خواهد کرد.

با وجود این، هنوز زمینه و بسترهای سیاسی، حقوقی و قانونی خاص شکل گیری و توسعه تعاونی های اجتماعی در ایران ایجاد نشده است. در این مقاله، ضمن تبیین مبانی نظری ظهور و بروز و توسعه تعاونی های اجتماعی و توصیف ویژگی های آن ها، تجربه و بعضاً عملکرد کشورهای موفق و همچنین بسترهای قانونی شکل گیری این نوع از کارآفرینی اجتماعی مرور می شود. سپس، ضمن تبیین ضرورت شکل گیری تعاونی های اجتماعی و توسعه کارآفرینی اجتماعی، موانع سیاسی، اجتماعی، محیطی و نهادی توسعه این نوع از کسب و کارها در ایران تحلیل می گردد. در نهایت، توصیه های سیاستی برای شکل گیری و توسعه تعاونی های اجتماعی پیشنهاد می شود. یادآور می شود، موضوعات مزبور در چارچوب اقتصاد اجتماعی (به ویژه اقتصاد تعاونی) و از رویکرد اقتصاد نهادگرایی جدید تحلیل و تبیین خواهند شد. به طور مشخص، در این مقاله به سؤالات متعاقب پرداخته می شود. کارکرد تعاونی های اجتماعی و نقش آن ها در توسعه کارآفرینی اجتماعی چیست؟ چرا توسعه تعاونی های اجتماعی در ایران ضرورت دارد؟ موانع بر سر توسعه تعاونی های اجتماعی در ایران کدام است؟

شکست های بازار و دولت و ظهور اقتصاد اجتماعی

اصولاً، بازار و دولت نهادهایی هستند که در تقسیم کار اجتماعی مأموریت ساماندهی و تدارک کالاها و خدمات خصوصی و عمومی به آنها سپرده می شود. تجربه کشورهای مختلف حاکی از آن است که این دو در انجام مأموریت هایشان با نارسایی هایی مواجه می شوند که از آنها تحت عنوان شکست های بازار و دولت یاد می شود. (بنگرید به گرو، ۱۳۹۷) شکست بازار به این معناست که در مواردی دستاوردهای نظام بازار برای کلیت جامعه خوشایند و رضایت بخش نیست و چه بسا ناکارایی اجتماعی ایجاد می کند. تدارک کالاها و خدمات عمومی، پیامدهای خارجی^۱ مثبت و منفی، انحصارات طبیعی^۲، فقر و بی عدالتی، عدم تعادل های مزمن در اقتصاد، مسائل ناشی از جهانی شدن اقتصادها، تحریم های اقتصادی از جمله این موارد است. راهکار آن است که دولت تدارک خدمات مزبور را خود رأساً به عهده بگیرد و یا از راه سیاست گذاری های اقتصادی آن ها را مدیریت کند. با وجود این، تجربه نشان داده است که تنظیم اقتصاد توسط دولت برای اصلاح شکست های بازار به نامطلوب هایی مانند فساد سیاسی و بوروکراتیک، ناکارایی

^۱ externalities

^۲ natural monopolies

بوروکراسی، رانت جویی، اتلاف منابع عمومی، سوءاستفاده‌های عمومی، رانت‌های اطلاعاتی، اقتدار بوروکراتیک منجر می‌شود و نارضایتی اجتماعی از عملکرد دولت‌ها را افزایش می‌دهد (در این زمینه بنگرید: گروینوگن و دیگران، ۱۳۹۱).

به عبارت دیگر، به‌رغم توانایی‌های ارزشمند بازار و دولت در تدارک کالاها و خدمات خصوصی و عمومی، ولی این دو نهاد قادر به برآورده کردن تمامی تقاضاهای اجتماعی به‌ویژه برای یک سری کالاها و خدمات شبه عمومی نیستند و باید دنبال تدبیر و راه سومی بین اقتصاد بخش عمومی و اقتصاد سرمایه‌داری گشت (Chaves and Monzón, ۲۰۱۲). اقتصاد اجتماعی^۱ معمولاً به مثابه «بخش سوم» اقتصاد و مکمل «بخش اول» (خصوصی / سودمحور) و «بخش دوم» (دولت / برنامه‌ریزی‌شده) درک می‌شود. (Mertens, ۱۹۹۹, p.۵۱۰) برخی از عناوین مرتبط با اقتصاد اجتماعی در کشورهای مختلف به شرح متعاقب است (Monzón & Chaves, ۲۰۱۶): بخش سوم^۲، بخش جامعه مدنی^۳، بخش داوطلبانه^۴، بخش غیرانتفاعی^۵، مسئولیت اجتماعی شرکتی^۶، کسب‌وکار اجتماعی^۷، نوآوری اجتماعی^۸، اقتصاد چرخشی^۹، اقتصاد مشارکتی و مبتنی بر همکاری^{۱۰}، اقتصاد کالاهای عمومی^{۱۱}، اقتصاد همبستگی^{۱۲}.

بخش سوم مشتمل بر تعاونی‌ها، سازمان‌ها، انجمن‌ها و بنیادها است که به طور جمعی سازماندهی می‌شوند و اهداف اجتماعی را بر سود یا بازده سهام‌داران در اولویت قرار می‌دهند. (Monzón & Chaves, ۲۰۱۶) هدف کسب‌وکارهای اجتماعی حداکثر کردن سود نیست، بلکه دستیابی به هدف اجتماعی است؛ اما، سود لازم برای سرمایه‌گذاری مجدد را رد نمی‌کنند. بیشتر سودی که در کسب‌وکارهای اجتماعی تحصیل می‌شود، لزوماً در اختیار ذی‌نفعان و سهام‌داران قرار نمی‌گیرد، بلکه برای اهداف مرتبط، در داخل کسب‌وکار یا در جامعه سرمایه‌گذاری مجدد می‌شود. (Campbell, ۲۰۰۶: ۱۹) ویژگی‌های متمایز هویت‌های اقتصاد اجتماعی در درجه اول شامل، فراهم کردن منافع اجتماعی، سبک مدیریت دموکراتیک، مشارکت گیرندگان منافع در فعالیت‌ها و مشارکت مقامات دولتی در فعالیت‌های اجتماعی است. (Defourny and Nyssens, ۲۰۱۰; Kerlin ۲۰۰۶; Mair and ۲۰۱۰; Martí, ۲۰۰۶; Pearce, ۲۰۰۳; Mauro et al., ۲۰۱۵) برخی نویسندگان مزایای زیر را برای اقتصاد اجتماعی (نسبت به روابط بازار تولیدی) ذکر می‌کنند: (Egorov, et. al., ۲۰۲۲, p.۱۸۸)

^۱ social economy

^۲ third sector

^۳ civil society

^۴ voluntary sector

^۵ non-profit

^۶ corporate social Responsibility

^۷ social enterprises

^۸ social innovation

^۹ circular economy

^{۱۰} collaborative economy

^{۱۱} economy of the common good

^{۱۲} solidary economy



۱. غلبه بر فقر و حاشیه‌نشینی
۲. کاهش نرخ بیکاری به واسطه خودسازماندهی اقتصادی جمعیت
۳. اقتصاد اجتماعی یا همبستگی یک جایگزین پایدار است که می‌تواند کارگران را از بخش غیررسمی اقتصاد خارج کند.
۴. تبدیل روندهای منفی اجتماعی مرتبط با جرم، درگیری و فساد به کانال مثبت عدالت اجتماعی، انسانی کردن فضای زندگی.
۵. اقتصاد همبستگی قادر است برای شهروندانی (به‌ویژه زنان، افراد دارای معلولیت و جوانان) که در واقعیت اجتماعی کنونی نیازهای کمی در حوزه‌های عمومی و اقتصادی دارند، فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی فراهم کند.
۶. اقتصاد همبستگی بر «تضعیف روحیه همکاری» تولید شده توسط سرمایه‌داری غلبه می‌کند و بازگشت ارزش‌های سنتی به فضای اجتماعی را تسهیل می‌کند: نگرش محترمانه و باانگیزه به کار، یک انسان، یک تیم.
۷. اقتصاد همبستگی انسان را به داشتن نگرش مسئولانه نسبت به محیط از طریق بازیابی مکان در آنجا به‌عنوان عنصر جدایی‌ناپذیر مجموعه طبیعی و «فضا» تشویق می‌کند. (Razeto, ۲۰۱۹)

امروزه، فشار اجتماعی برای کاهش مخارج عمومی و از طرفی به دلیل سنگینی مالیات‌ها و نامناسب شدن فضای کسب‌وکارها، جوامع را به سوی کسب‌وکارهای اجتماعی از نوع سوم (غیر از خصوصی و عمومی) و تدارک کالاهای شبه جمعی سوق داده است. کالاهای شبه جمعی کالاهای خصوصی هستند و مصرف آنها منافع جمعی را برای جامعه به همراه دارد. به عنوان مثال، مراقبت از کودکان عملکرد بازار کار را بهبود می‌بخشد و برخی از خدمات اقامتی به افراد مسن اثرات جانبی مثبت از نظر سلامت عمومی ایجاد می‌کند. بسیاری از خدمات اجتماعی نیز با کاهش انزوای سالمندان، اجتماعی کردن و آموزش فرزندان خانواده‌های آسیب‌پذیر، تقویت پیوند بین همسایگان به تقویت انسجام اجتماعی کمک می‌کنند. شواهد و پژوهش‌ها نشان می‌دهند که اقتصاد اجتماعی به مثابه یک بخش مکمل دولت‌های رفاه، نقش مؤثری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و انسانی کشورهای اروپایی داشته است. (CIRIEC, ۲۰۱۲) این بخش از اقتصاد به اهداف اتحادیه اروپا در نیل به رشد اقتصادی فراگیر، پایدار و هوشمند، اشتغال مولد، همبستگی اجتماعی، نوآوری اجتماعی، توسعه محلی و منطقه‌ای و حفاظت از محیط‌زیست کمک‌های برجسته‌ای کرده است. (Council of the European Union, ۲۰۱۵)

کسب‌وکارهای اجتماعی

اصطلاح کسب‌وکار اجتماعی^۱ نخستین بار توسط محمد یونس، اقتصاددان بنگلادشی و برنده جایزه صلح نوبل سال ۲۰۰۶، به کار گرفته شد. به اعتقاد یونس هدف اصلی کسب‌وکارهای اجتماعی، برطرف کردن مشکلات اجتماعی است. (Yunus, ۲۰۰۹; ۲۰۱۰) همه کسب‌وکارهای اجتماعی ابتکارات کارآفرینی^۲ هستند که با یک هدف اجتماعی راهبری می‌شوند. کسب‌وکارهای اجتماعی معمولاً به‌عنوان یک سازمان تجاری با یک مأموریت اجتماعی توصیف می‌شود که برای منافع جامعه یا گروه مشتری

^۱ social business

^۲ entrepreneurial initiatives

خودکار می‌کند. (Borzaga and Defourny, 2001; Nyssens, 2006; Bagnoli and Megali, 2011) خاستگاه این نوع کسب‌وکارها و به‌ویژه نوع خاصی از آن‌ها یعنی تعاونی‌های اجتماعی کشورهای اروپایی و شرق آسیا بوده است. در تمامی کشورهای دنیا، این نوع از کسب‌وکارها در پاسخ به مسائل اجتماعی به وجود آمدند. این سازمان‌ها با تدارک کالاها و خدمات عمومی (بعضاً با همکاری دولت‌ها) به گروه‌های محروم و آسیب‌دیده اجتماعی به کاهش مشکلات اجتماعی کمک کرده‌اند. اتحادیه کسب‌وکارهای اجتماعی^۱، کسب‌وکار اجتماعی را فعالیتی غیرانتفاعی تعریف می‌کند که در آن صاحبان یا متولیان برای پیشبرد مأموریت‌های خیرخواهانه و اجتماعی خود، اقدام به ایجاد و کسب درآمد هم می‌کنند. در این کسب‌وکارها، هدف اصلی کسب سود نیست، بلکه تحصیل و کسب سود ابزاری برای نیل به اهداف اجتماعی خواهد بود. (Austin et al., ۲۰۰۶) این مفهوم عمدتاً برای توصیف نوعی از مدل کسب‌وکار متمرکز بر ارائه کالاها یا خدمات به مشتریان (بسیار) فقیر و یا یک بخش جدید از بازار (که اغلب به آن «پابین هرم» می‌گویند) در کشورهای در حال توسعه بکار برده می‌شود. در یک چنین کسب‌وکاری قاعدتاً تمام هزینه‌ها از طریق منابع بازار پوشش داده می‌شود، سود سهام دریافت نمی‌شود و به طور کامل برای حمایت از مأموریت اجتماعی دوباره سرمایه‌گذاری می‌شود. (Yunus, ۲۰۱۰)

مکاتب فکری مرتبط با کسب‌وکارهای اجتماعی را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد. مکتب فکری مبتنی بر کسب درآمد^۲ و مکتب فکری مبتنی بر نوآوری اجتماعی^۳. در چارچوب مکتب فکری نخست که بر راهبردهای کسب درآمد تأکید دارد، کسب‌وکارهای اجتماعی تمامی اشکالی را در برمی‌گیرند که برای نیل به اهداف اجتماعی‌شان فعالیت‌های تجاری نیز انجام می‌دهند. این رویکرد، رویکرد غیرانتفاعی تجاری^۴ و یا رویکرد بازرگانی راهبردی شده توسط مأموریت اجتماعی^۵ نامیده می‌شوند. (Austin et al., ۲۰۰۶) در این مورد، از رویکردهای صرف بازارگرا فاصله گرفته می‌شود و مؤسسات دنبال اثربخشی بیشتر اجتماعی هستند. سازمان‌هایی که این رویکرد را نسبت به تجارت و مسائل اجتماعی دارند، جزو بخش اجتماعی طبقه‌بندی می‌شوند. کسب‌وکارهای اجتماعی بین کسب‌وکارهای انتفاعی و غیرانتفاعی قرار می‌گیرند. این کسب‌وکارها از سازمان‌های مردم‌نهاد متفاوت‌اند، چرا که برای نیل به اهداف اجتماعی‌شان تنها و تنها به منابع حاصل از فعالیت‌هایشان متوسل می‌شوند. ذی‌نفعان کسب‌وکارهای اجتماعی از راه قیمت‌های کمتر، خدمات بهتر و دسترسی بزرگ‌تر منتفع می‌شوند (Moktar, ۲۰۱۶).

محمد یونس (۲۰۱۰) در پاسخ به این سؤال که چرا سرمایه‌گذاران پول را در چنین تجارتی سرمایه‌گذاری می‌کنند؟ استدلال می‌کند که هر ساله مردم میلیاردها دلار برای امور خیریه سرمایه‌گذاری می‌کنند، این نشان می‌دهد که مردم تمایل دارند برای منافع انسان‌های دیگر پول بدهند. اما سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار اجتماعی از چندین جهت با سرمایه‌گذاری در امور بشردوستانه متفاوت است. کسب‌وکار اجتماعی خود پایدار^۶ است. سرمایه‌گذاران در کسب‌وکار اجتماعی پول خود را پس می‌گیرند، اما افرادی که پول خود

^۱ the Social Enterprise Alliance

^۲ earned income

^۳ social innovation

^۴ commercial non-profit approach

^۵ mission-driven business approach

^۶ self-sustaining



را به امور خیریه اهدا می کنند، پولی را پس نمی گیرند. در یک کسب و کار اجتماعی، سرمایه گذاران مالک شرکت باقی می ماندند و در مورد مسیر آینده آن تصمیم می گیرند؛ بنابراین، این یک فرصت هیجان انگیز برای افراد تجاری است تا از مهارت ها و خلاقیت خود برای حل مشکلات اجتماعی استفاده کنند.

یونس (۲۰۰۹، ۲۰۱۰) در توجیه مبانی اقتصادی کسب و کارهای اجتماعی استدلال می کند که «انسان ها و کارآفرینان دارای منابع انگیزشی گوناگون هستند. وی نگاه تک بعدی اقتصاد مرسوم به انسان را به چالش می کشد و استدلال می کند که در دنیای واقعی بر خلاف فرض تنگ نظرانه اقتصاددانان کلاسیک مبنی بر حداکثرسازی سود، تنها یک نوع افراد وجود دارد؛ افرادی با دو، سه، چهار یا تعداد زیادی علائق و اهداف که آنها را با درجات مختلف و دائماً متغیر علاقه دنبال می کنند. وی برای سادگی، کل علائق را به دو دسته کلی سود و منفعت اجتماعی تقسیم می کند. هر یک از این انگیزه ها نهادهای خاص خود را شکل خواهند داد؛ اولی به ایجاد کسب و کارهای حداکثرساز سود و دومی به کسب و کارهای اجتماعی دامن می زند. وی می گوید هر انسانی یک شرکت کننده بالقوه در یک تجارت اجتماعی است. نیروهای محرک پشت کسب و کار اجتماعی در درون هر انسان انباشته شده اند و ما هر روز تکه هایی از این نیروها را می بینیم. مردم به دنیای خود و به یکدیگر اهمیت می دهند. انسان ها میل غریزی و طبیعی دارند که اگر بتوانند زندگی را برای هموعان خود بهتر کنند. مردم ترجیح می دهند در جهانی بدون فقر، بیماری، جهل و رنج بی مورد زندگی کنند. اینها دلایلی هستند که مردم را به کمک میلیاردها دلار به امور خیریه، ایجاد بنیادها، راه اندازی سازمان های غیرانتفاعی و داوطلبانه ساعت های بی شماری برای خدمات اجتماعی و (در برخی موارد) وقف شغل خود به کار نسبتاً کم درآمد سوق می دهند. در بخش اجتماعی همین انگیزه ها بسیاری را به سمت ایجاد کسب و کارهای اجتماعی سوق می دهد. بسیاری از جوانان در سراسر جهان احساس ناامیدی می کنند؛ زیرا نمی توانند هیچ ارزشمندی که آنها را در سیستم سرمایه داری کنونی هیجان زده می کند تشخیص دهند. وقتی با دسترسی آماده به کالاهای مصرفی جهان بزرگ شده اید، کسب درآمد زیاد هدف الهام بخش خاصی نیست. کسب و کار اجتماعی می تواند این خلأ را پر کند. به همین دلیل است که جوانان در سراسر جهان، به ویژه در کشورهای ثروتمند، مفهوم کسب و کار اجتماعی را بسیار جذاب خواهند یافت»

ویژگی های کسب و کارهای اجتماعی

بر خلاف کسب و کارهای تجاری که با هدف حداکثر کردن سود برای صاحبان خود تأسیس می شوند، کسب و کارهای اجتماعی با هدف تعدیل و برطرف شدن یک یا چند مشکل اجتماعی نظیر: فقر، اعتیاد، بیکاری، طلاق، کار کودکان، مشکلات فرهنگی، محیط زیستی و جز اینها ایجاد می گردند (Yunus, ۲۰۰۹; UNDP, ۲۰۰۸). محمد یونس (۲۰۱۰) اصول یا اهداف هفت گانه ای برای کسب و کارهای اجتماعی تدوین کرده است که هسته اصلی تبیین مفهوم کسب و کار اجتماعی را تشکیل داده و به عنوان سنگ محک ارزش های این نوع کسب و کارها استفاده می شود. این اصول یا اهداف عبارت اند از: **اصل نخست**؛ هدف کسب و کار اجتماعی غلبه بر فقر و یا مسائلی (مانند آموزش، بهداشت، دسترسی به فناوری، و محیط زیست) است که مردم و جامعه را تهدید می کنند. **اصل دوم**؛ استقلال و خودگردانی مالی و اقتصادی و عدم وابستگی به سایر منابع درآمدی جز مدل درآمدی خود. **اصل سوم**؛ تنها اصل سرمایه سرمایه گذاران برگشت داده می شود (اصل عدم دریافت سود توسط سرمایه گذاران). **اصل چهارم**؛ پس از برگشت اصل

سرمایه به سرمایه‌گذاران، سود برای توسعه و بهبود شرکت مجدداً سرمایه‌گذاری می‌شود. اصل پنجم؛ نگاه مسئولانه به مسائل زیست‌محیطی. اصل ششم؛ جبران تمام و کمال خدمات سرمایه‌های انسانی فعال در کسب و کار و بهبود شرایط کاری آنها. اصل هفتم؛ ایجاد محیطی لذت بخش و انگیزشی برای نیروی انسانی.

از نظر^۱ EMES کسب‌وکارهای اجتماعی ویژگی‌هایی به شرح زیر دارند. (Defourny & Nyssens, ۲۰۱۲)

(۱) تولید کالاها و عرضه خدمات قابل فروش را به صورت مستمر انجام می‌دهند. این کسب‌وکارها فعالیت اصلی‌شان اقدامات حمایتی یا توزیع جریان‌های مالی (مانند برخی بنیادها و مؤسسات غیرانتفاعی مرسوم) نیست. بلکه آن‌ها فعالیت‌های اقتصادی مانند تولید کالاها و عرضه خدمات را به صورت مستمر انجام می‌دهند. در واقع، فعالیت‌های اقتصادی مولد یکی از دلایل کسب‌وکارهای اجتماعی است.

(۲) با سطح قابل ملاحظه‌ای از ریسک اقتصادی مواجه هستند. تداوم فعالیت این کسب‌وکارها به میزان زیادی به تلاش‌های اعضای آن برای حفظ منابع لازم بستگی دارد.

(۳) یک حداقل پرداختی به نیروی کار. اگر چه کسب‌وکارهای اجتماعی منابع پولی و غیرپولی و کارگران داوطلب و دستمزد بگیر را با هم ترکیب می‌کنند، منتها پرداخت حداقلی از دستمزد به نیروی کار را نیز دارند.

(۴) فایده رساندن به جامعه. خدمت رساندن به گروهی از افراد جامعه و یا ارتقای مسئولیت اجتماعی یکی از اهداف اصلی کسب‌وکارهای اجتماعی است.

(۵) در کسب‌وکارهای اجتماعی جا برای ابتکارات گروهی و جمعی شهروندان (حول نیاز یا هدف مشخص و تعریف شده‌ای) وجود دارد.

(۶) محدودیت در توزیع سود. اولویت هدف اجتماعی در محدودیت توزیع سود منعکس می‌شود. منتها این کسب‌وکارها سازمان‌هایی مانند تعاونی‌ها را نیز در برمی‌گیرند که می‌توانند تا یک حدی سود توزیع کنند، اما رفتار حداکثرساز سود مجاز نیست.

(۷) درجه بالایی از استقلال و خودمختاری. کسب‌وکارهای اجتماعی توسط جمعی از افراد حول یک پروژه مستقل ایجاد می‌شوند. این گروه از استقلال کافی در تصمیم‌گیری برای ورود به فعالیت یا خروج از آن برخوردارند و هیچ مقام دولتی حق مداخله مستقیم و غیرمستقیم در تصمیم‌گیری‌هایشان ندارد. پرداخت کمک به معنای مداخله در فعالیت محسوب نمی‌شود.

^۱ Earth, Marine and Environmental Sciences (EMES) is a research network of university research centers and individual researchers on social enterprise.



۸) قدرت تصمیم‌گیری بر اساس مالکیت سرمایه نیست. قدرت تصمیم‌گیری بر اساس مالکیت سرمایه نیست و قاعده «هر نفر یک رأی» حاکم است.

۹) این کسب‌وکارها ماهیت مشارکتی دارند و مشارکت همه طرف‌های متأثر از آن (مصرف‌کنندگان، کاربران و غیره) در تصمیم‌گیری را در خود دارد. در بسیاری از موارد هدف کسب‌وکارهای اجتماعی تقویت دموکراسی در یک محله یا منطقه از راه فعالیت اقتصادی می‌باشد.

سه هدف نخست جنبه‌های اقتصادی کسب‌وکارهای اجتماعی و سه هدف بعدی جنبه‌های اجتماعی این کسب‌وکارها را نشان می‌دهند. همچنین، سه شرط یا ویژگی آخر حکمرانی مشارکتی^۱ این کسب‌وکارها را منعکس می‌کنند.

کارآفرینی و نوآوری در کسب‌وکارهای اجتماعی

درحالی‌که کارآفرینی به‌عنوان یک فرآیند فرصت‌طلبی خودراهبر، فردگرایانه و به حداکثر رساندن سود تلقی می‌شود، واقعیت این است که بسیاری از کارآفرینان و نوآوران به طور کامل بر خلق ثروت شخصی متمرکز نیستند و توسط دغدغه‌های اجتماعی تحریک می‌شوند. این کارآفرینان که از آنها تحت عنوان کارآفرینان اجتماعی یاد می‌شود، بر نتایج اجتماعی و ایجاد تغییرات مثبت کسب‌وکارشان در جامعه تمرکز می‌کنند و دغدغه ایجاد ارزشی فراتر از حداکثرسازی سود را دارند. کارآفرینان اجتماعی، توسط اهداف اجتماعی برانگیخته می‌شوند و تمایل دارند که از راه‌های گوناگون به جامعه سود برسانند. در کارآفرینی اجتماعی نگاه کارآفرین به اهداف و ارزش‌های اجتماعی و آثار خارجی مثبت فعالیت‌ها معطوف می‌شود. (Campopiano and Bassani, ۲۰۲۱; Del Gesso, ۲۰۲۰; Farinha et al., ۲۰۲۰; Lumpkin et al., ۲۰۱۳; Morris et al., ۲۰۲۰; Grilo & Moreira, ۲۰۲۲) در یک مفهوم گسترده و موسع، کارآفرینی اجتماعی^۲ تمامی ابتکاراتی را دربر می‌گیرد که شرکت‌های انتفاعی^۳ و غیرانتفاعی^۴ برای نیل به اهداف اجتماعی و یا تعدیل مسائل اجتماعی انجام می‌دهند. در این چارچوب، بخشی از فعالیت‌هایی که بنگاه‌های تجاری در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی‌شان انجام می‌دهند، نیز جزو کارآفرینی اجتماعی طبقه‌بندی خواهد شد. (Ridley-Duff, ۲۰۱۸).

در ادبیات کارآفرینی اجتماعی، فرض‌های مرسوم اقتصاد کلاسیک به میزان زیادی به چالش کشیده شده است. برای نمونه؛ در Kiva.org این فرض را به چالش می‌کشد که شما نمی‌توانید برای سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و تعاونی بدون ارائه بازده مالی به سرمایه‌گذاران پول جمع‌آوری کنید. Creativecommons.org این فرض را به چالش می‌کشد که حقوق مالکیت باید توسط نویسندگان به یک ناشر منتقل شود تا به رسمیت شناخته شود و برای کار آنها منافع کسب کند. Loomio.coop این ایده را به

^۱ participatory governance

^۲ social entrepreneurship

^۳ for-profit firms

^۴ non-profit business

چالش می‌کشد که کارایی به سلسله‌مراتب مدیریتی با عادی‌سازی دموکراسی تعاونی بستگی دارد. به طور مشابه، fairshares.coop با ارائه IP که مالکیت، حکومت و مدیریت چندمرکزی را تسهیل می‌کند، منطق حاکمیت واحد را به چالش می‌کشد. همچنین، Kickstarter.com این ایده را به چالش می‌کشد که هنرهای خلاق برای دریافت بودجه برای تولیدات خود نیاز به ارائه ایده‌های «بزرگ و خوب» دارند، و اینکه مخترعان باید برای تأمین مالی محصولات مصرفی جدید به سرمایه‌گذاران حرفه‌ای ارائه دهند. Change.org این ایده را به چالش می‌کشد که تغییر اجتماعی باید از طریق دموکراسی پارلمانی (لیبرال) با نشان دادن پتانسیل دموکراسی مستقیم سازماندهی شده از طریق پلتفرم‌های وب صورت گیرد. (Ostrom, ۲۰۰۹)

اگرچه بر سر تعریف دقیق و مورد اجماع از نوآوری اجتماعی هنوز بحث وجود دارد، منتها تمرکز اساسی در این مفهوم نیز ایجاد ارزش اجتماعی و حل مسائل اجتماعی از راه افزایش ظرفیت‌های اجتماعی و سیاسی، ابتکارات اجتماعی، تغییر شرایط، تحول در روش‌ها، فرایندها، تغییر در روابط اجتماعی و غیره است. (Novak, ۲۰۲۱; Moulaert et al., ۲۰۰۵; Cui et al., ۲۰۱۷; Phillips et al., ۲۰۱۵)

نوآوری اجتماعی به وسیله سازمان‌ها، مؤسسات و نهادهایی ایجاد می‌شوند که هدف نخستشان اجتماعی است. دوم، آن که هدف فعالیت‌های نوآورانه برآورده کردن نیازهای برآورده نشده اعضا است. سوم، نوآوری‌های اجتماعی زمانی انجام بروز پیدا می‌کنند که بازار شکست می‌خورد. (Manjula & Rajasekhar, ۲۰۲۰)

بنابراین، آنچه به مفهوم نوآوری اجتماعی مرتبط‌تر است فقط ایجاد یک کسب‌وکار با تأثیر اجتماعی یا زیست‌محیطی مثبت نیست، بلکه ایجاد یک ظرفیت نوآوری جدید برآمده از جامعه، از طریق اشکال نهادی نوآورانه مانند کسب‌وکارهای اجتماعی یا تعاونی‌های اجتماعی است. (Borzaga et al., ۲۰۱۴)

تعاونی‌های اجتماعی به مثابه نوعی از کسب‌وکارهای اجتماعی

تعاونی‌های اجتماعی^۱ نوع خاصی از کسب‌وکار اجتماعی و در واقع نوعی شرکت تعاونی اجتماعی^۲ (CSEs) می‌باشند که عمدتاً از دهه ۱۹۷۰ به این طرف ظهور پیدا کردند. نقش آنها پیگیری منافع عمومی جامعه در اشکال ارتقای اشتغال، توسعه فردی و ادغام افراد نیازمند (محروم، ناتوان و از کارافتاده) در جامعه با ارائه خدمات اجتماعی و آموزشی است. (Borzaga et al., ۲۰۱۴; Defourny and Nyssens, ۲۰۱۰; ILO, ۲۰۱۷; Cicopa, ۲۰۱۷)

اجتماعی، ابتکارات کارآفرینی هستند که توسط یک هدف اجتماعی هدایت می‌شوند. در مقایسه با سایر کسب‌وکارهای اجتماعی، ویژگی اصلی آنها در این واقعیت نهفته است که در حکمرانی جمعی در سنت تعاونی جای می‌گیرند. باین حال، آنها با تعاونی‌های سنتی تفاوت دارند؛ زیرا به دنبال پاسخگویی به نیازهای کل جامعه یا برخی از گروه‌های هدف در جامعه هستند و نه لزوماً نیازهای مشترک اعضای تعاونی. در مواردی تعاونی‌های اجتماعی به عنوان مخرج مشترک تعاونی‌ها و کسب‌وکارهای اجتماعی معرفی می‌شوند (Eurofound, ۲۰۱۹).

^۱ social cooperatives

^۲ cooperative social enterprises



در تعاونی‌های مرسوم، رویکرد کسب درآمد در چارچوب قواعد بازار رقابتی وجود دارد، منتها در اداره شرکت و تصمیم‌گیری‌های تحصیل سود قاعده دموکراتیک هر نفر یک رأی (حکمرانی دموکراتیک شرکتی) حاکم است. اما رویکرد تعاونی‌های اجتماعی مشارکت افراد محروم (به‌ویژه افراد دارای معلولیت، مهاجران و افرادی که از بیکاری طولانی مدت رنج می‌برند) در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی و همچنین ارائه خدمات اجتماعی، بهداشتی، آموزشی و زیست‌محیطی به آنها است. (Defourny and Nyssens, ۲۰۱۲) این رویکرد اقتصادی کسب‌وکارهای تعاونی را از سازمان‌های خیریه و غیرانتفاعی که برای تأمین منابعشان به کمک‌های داوطلبانه و عمومی متکی هستند، متمایز می‌کند.

در کشورهای مختلف، این نوع جدید تعاونی‌ها به تدریج و با عناوین مختلفی مانند تعاونی اجتماعی، تعاونی همبستگی اجتماعی^۱، تعاونی ابتکار اجتماعی^۲، تعاونی همبستگی^۳ و جامعه تعاونی منفعت جمعی^۴ جایگاه قانونی خاص خود را به دست آورده‌اند. نشانه‌هایی وجود دارد مبنی بر اینکه ظهور «تعاونی‌های اجتماعی» یا «تعاونی‌های منافع عام»^۵ به این دلیل بوده است که انجمن‌های بزرگ برای فعالیت‌های اقتصادی به مجوز دولتی نیاز داشتند که به‌سختی می‌توانستند آن را دریافت کنند؛ بنابراین، راهکار این بود که انجمن‌های اجتماعی در قالب تعاونی فعالیت کنند. (Hans-H. Münkner, ۲۰۱۶)

به عنوان یک مدل کارآفرینی اجتماعی، بسیاری از کشورهای اتحادیه اروپا زمینه‌های قانونی را برای تعاونی‌های اجتماعی ایجاد کرده‌اند. (Manjula & Rajasekhar, ۲۰۲۰; Göler von Ravensburg et al., ۲۰۲۱) در ایتالیا، تعاونی‌های اجتماعی و مبتنی بر منافع عمومی در دهه ۱۹۸۰، در منطقه خودمختار Trentino-Alto Adige و در سال ۱۹۹۱ در سطح ملی معرفی شدند. این مدل در کشورهای مختلف (از جمله فرانسه، پرتغال، اسپانیا، لهستان، شمال آفریقا، کبک کانادا، آمریکای لاتین، کره جنوبی و غیره) پیروان زیادی پیدا کرده است. (Piechowski, ۲۰۱۳; Hans-H. Münkner, ۲۰۱۶) تعاونی‌های اجتماعی که منافع عمومی را هدف قرار می‌دهند به دنبال سود نیستند. آنها بر ایجاد ارزش افزوده اجتماعی به جای ارزش افزوده مادی تمرکز می‌کنند. در قانون تعاونی ایتالیا^۶ چنین آمده است: *تعاونی‌های اجتماعی هدف خود را پیگیری منافع عمومی جامعه می‌دانند و ارتقای انسان‌ها و ادغام اجتماعی شهروندان را از طریق (۱) تدارک خدمات اجتماعی، بهداشتی و آموزشی و (۲) اجرای فعالیت‌های مختلف و ارائه خدمات کشاورزی، صنعتی، اقتصادی و غیره باهدف ادغام افراد محروم در زندگی کاری دنبال می‌کنند.*

ساختارهای خاص حکمرانی تعاونی‌های اجتماعی با دو هدف مطرح می‌شود. نخست، کنترل دموکراتیک و یا مشارکت ذی‌نفعان منعکس‌کننده تلاش برای دموکراسی اقتصادی بیشتر (به مثابه یک سنت کلی تعاونی) است. این می‌تواند به‌عنوان یک روش کارآمد برای ایجاد اعتماد جمعی و همچنین رسالت اجتماعی در زمینه کالاهای شبه جمعی تلقی شود؛ بنابراین تعاونی‌های اجتماعی، مکانیسم‌های جمعی داخلی را به محدودیت‌های بر روی توزیع سود با هدف حفاظت و تقویت اولویت مأموریت اجتماعی (که در

^۱ social solidarity cooperative

^۲ social initiative cooperative

^۳ solidarity cooperative

^۴ collective interest society

^۵ general interest co-operatives

^۶ Italy, National Law on Social Co-operatives, Law n. ۳۸۱ of ۸ November ۱۹۹۱

قلب سازمان است) اضافه می‌کنند. ثانیاً، این دو ضمانت ترکیبی (شامل محدودیت شدید عدم توزیع) اغلب به‌عنوان یک سیگنال عمل می‌کنند که به مقامات دولتی اجازه می‌دهد از شرکت‌های اجتماعی به روش‌های مختلف (چارچوب‌های قانونی، یارانه‌های عمومی، معافیت‌های مالی و غیره) برای تقویت تولید منافع جمعی حمایت کنند. (Defourny and Nyssens, ۲۰۱۲)

در تعاونی‌های اجتماعی ویژگی‌های دو نوع سازمان (تعاونی‌ها و غیرانتفاعی‌ها) به طور هم‌زمان وجود دارد؛ بنابراین، می‌توان این نوع از کسب‌وکارهای اجتماعی را از منظر ادبیات تعاونی و همچنین غیرانتفاعی تحلیل کرد. رویکرد تحلیلی برای تبیین تعاونی‌های اجتماعی اقتصاد نهادگرایی جدید است. هانسمن (۱۹۹۶) تحلیل یکپارچه‌ای از تعاونی‌ها و غیرانتفاعی‌ها در دیدگاه جدید اقتصاد نهادی ارائه کرده است. تعاونی‌های اجتماعی با ایجاد مدل‌های عملیاتی بدیع (که انواع مختلفی از منابع را بر اساس حوزه و مأموریت اجتماعی‌شان ترکیب می‌کنند، دسته‌بندی‌های مختلف ذی‌نفعان را با هم ترکیب می‌کنند و اهداف اجتماعی و نیز قابلیت اقتصادی را دنبال می‌کنند)، احتمالاً چشم‌اندازهای قابل توجهی برای توسعه دارند؛ درست مانند طیف کلی کسب‌وکارها اجتماعی که توسط یک پویایی جمعی و تلاش برای دموکراسی اقتصادی هدایت می‌شود.

ویژگی‌های تعاونی‌های اجتماعی

همان‌طور که در بحث بالا اشاره شد، تعاونی‌های اجتماعی شکلی از کسب‌وکارهای اجتماعی هستند که ساختار حکمرانی جمعی دارند و مهم‌ترین وجه تمایزشان از اشکال مرسوم تعاونی آن است که مأموریت و هدف اصلی‌شان کمک به کل جامعه و یا گروه‌های مشخصی از جامعه و نه لزوماً اعضای تعاونی است. این شکل کسب‌وکارها انواع مختلفی از کالاها و خدمات (خصوصی، جمعی و مشترک، عمومی و مطلوب) را هم برای اعضا و هم برای غیر اعضا ارائه می‌دهند. (Göler von Ravensburg et al., ۲۰۲۱)

(الگوی تعاونی اجتماعی با سازمان‌های سنتی دارای منافع مشترک^۱ (تعاونی‌ها و انجمن‌های با منافع متقابل) از این جهت متفاوت است که پیگیری منافع اعضای خود (منافع متقابل)، را با تعقیب منافع عمومی (منافع کل جامعه یا گروه خاصی از جامعه به‌عنوان مأموریت اجتماعی) ترکیب می‌کنند؛ بنابراین، تعاونی‌های اجتماعی ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و حکمرانی را به طور هم‌زمان در خود دارند. (Defourny et al., ۲۰۲۱; Defourny and Nyssens, ۲۰۱۲) به‌طور کلی، نهادهای ICA^۲, CICOPA^۳ و EMES ویژگی‌های ذیل را برای تعاونی‌ها اجتماعی عنوان کرده‌اند.

۱. تولید کالاها و عرضه خدمات ایجادکننده منافع اجتماعی. مفهوم منفعت عمومی با نیازهای اساسی انسان در یک قلمرو یا جامعه معین مرتبط است و دامنه آن همه شهروندان را در برمی‌گیرد. تعاونی‌های اجتماعی اغلب فعالیت‌هایی با منافع عمومی را مدیریت می‌کنند که بخش عمومی آنها را رها کرده یا انجام نمی‌دهد (CICOPA, ۲۰۱۱). ایجاد فرصت‌های شغلی برای گروه‌های هدف و یا تولید کالاها و عرضه خدمات مورد درخواست گروه‌های خاص و محروم جامعه از جمله مأموریت‌های تعاونی‌های اجتماعی است. در تعاونی‌های اجتماعی صرفاً کسب درآمد و سود مطرح نیست، بلکه ماهیت

^۱ Mutual Interest

^۲ International Cooperatives Alliance

^۳ The International organization of industrial and service cooperatives



کالاها و خدماتی که عرضه می‌شود، از اهمیت بیشتری برخوردار است. در واقع، تعاونی‌های اجتماعی تدارک کالاها و خدماتی را در دستور کار قرار خواهند داد که در عین کسب درآمد اهداف اجتماعی خاصی را نیز برآورده سازند.

۲. **تعاونی‌های اجتماعی هویتی غیردولتی دارند** و به طور کلی از بخش عمومی و سایر هویت‌های جمعی (صرف‌نظر از اشکال و میزان کمک‌هایی که ممکن است دریافت کنند) مستقل هستند.

۳. **ساختار حکمرانی جمعی**. این ساختار دو هدف کنترل دموکراتیک و مشارکت جمعی ذی‌نفعان را فراهم می‌کند. این هدف‌ها در چارچوب دموکراسی اقتصادی موردنظر سنت تعاونی‌ها است. این ذی‌نفعان می‌توانند شامل مقامات دولتی، داوطلبان، هبه‌کنندگان، حامیان، کارفرمایان، کارگران و دیگران باشند و یک مالکیت چندین ذی‌نفعی ایجاد کنند. (Bacchiaga and Borzaga, ۲۰۰۳)

۴. **عضویت قابل‌ملاحظه کارگران در تعاونی‌های اجتماعی**. در این تعاونی‌ها درصد زیادی از اعضا را کارگران تشکیل می‌دهند. این مشارکت گسترده کارگران (که مستقیماً از فعالیت‌های تعاونی متأثر می‌شوند) از جمله هدف‌های اجتماعی است که این تعاونی‌ها دنبال می‌کنند.

۵. **عدم توزیع یا توزیع محدود مازاد سود**. بر سر حداکثر کردن سود محدودیت اساسی وجود دارد. این ممنوعیت باید در چارچوب‌های قانونی گنجانده شود. در واقع، یک رویکرد غیرانتفاعی تجاری در چارچوب مکتب فکری کسب درآمد وجود دارد. در این رویکرد، منافع و سود ایجاد شده برای تحقق اهداف و انجام مأموریت‌های اجتماعی تعاونی هزینه می‌شود. این رویکرد با تعریف محمد یونس (۲۰۱۰) از کسب‌وکار اجتماعی که در آن اعضا می‌پذیرند که سود سهام دریافت نکنند، سازگار است.

۶. **محدود کردن حقوق سهام‌داران از راه قاعده هر عضو یک رأی**. این قاعده موجب تقسیم قدرت تصمیم‌گیری در بین اعضا خواهد شد و انگیزه آن‌ها برای ارتقای کسب‌وکار و نوآوری‌های نهادی را افزایش می‌دهد.

توسعه تعاونی‌های اجتماعی

تعاونی‌های اجتماعی، در نظریه و عمل، از سال ۱۹۹۱ (زمانی که پارلمان ایتالیا قانون خاصی را برای تعاونی‌های اجتماعی تصویب کرد) توسعه پیدا کرده و پژوهش‌های زیادی بر نقش آنها در توسعه کشورهای اروپایی غربی تأکید کرده‌اند (Borzagaa, c. et al., ۲۰۱۴). توسعه تعاونی‌های اجتماعی در کشورهای مختلف به دنبال ایجاد بسترها و چارچوب‌های قانونی فعالیت یک چنین کسب‌وکارهایی بوده است. برای نمونه، در کشورهای مختلف از جمله پرتغال، اسپانیا، فرانسه، لهستان، یونان، کره جنوبی، بلژیک، فنلاند، لیتوانی، بریتانیا، ایتالیا، کره جنوبی، کانادا، آمریکا، سوئیس، استرالیا، اتریش، مجارستان، آلمان به دنبال ایجاد چارچوب‌های

قانونی، شرکت‌های تعاونی اجتماعی توسعه پیدا کرده‌اند. (Defourny and Nyssens, ۲۰۱۲; Nasioulas, ۲۰۱۲; Göler, ۲۰۲۱) با وجود این، نگرانی‌های در حال گسترش اجتماعی، تحولات جدید، تأکید دولت‌ها بر اقتصاد اجتماعی به مثابه راهبردی برای کاهش مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی، مشارکت دادن بیشتر مردم در اقتصاد، تقویت انگیزه‌های اجتماعی افراد در کسب‌وکارها و اجتناب از یکرختی و تک‌یاخته‌ای بودن انسان‌ها^۱ به توسعه و تقویت شرکت‌های تعاونی اجتماعی دامن زده است. (Fici, ۲۰۱۵; Göler von Ravensburg, et al., ۲۰۲۱)

واقعیت آن است که امروزه برجسته کردن نقش کسب‌وکارهای اجتماعی از جمله تعاونی‌های اجتماعی به مثابه یک پارادایم و رویکرد جدید توسعه‌ای مورد قبول کشورهای پیشرفته واقع شده است و در مورد این که چگونه می‌توان این قبیل کسب‌وکارها را تقویت کرد، بسترهای نهادی، قانونی و سیاستی لازم تدارک دیده و آموزش‌های لازم برای انگیزه دادن به مردم برای ورود به این حوزه داده می‌شود (بنگرید به: ILO, ۲۰۱۵).

اگرچه به دلیل نوپا بودن تعاونی‌های اجتماعی، آمار و اطلاعات کافی در مورد نقش توسعه‌ای این ساختارهای حکمرانی وجود ندارد، ولی با استناد به نقش کسب‌وکارهای تعاونی در توسعه کشورها، به نقش مضاعفی که تعاونی‌های اجتماعی می‌توانند در رفاه مردم ایفا کنند، پی برد. امروزه همگان اذعان دارند که تعاونی‌ها نقش اثربخشی در کاهش فقر، کاهش شکاف جنسیتی، افزایش مشارکت بانوان در بازارها، امنیت غذایی، نیل به اهداف هزاره سوم، مراقبت‌های بهداشتی و اجتماعی داشته و راهبرد مؤثری برای بهبود وضعیت معیشتی مردم در کشورهای فقیر بوده‌اند. مردم زیادی در دنیا از طریق تعاونی‌ها درآمد کسب می‌کنند و در بازار وارد شده‌اند. بر اساس آمارهای پایش جهانی تعاونی، امروز دستکم ۱۲ درصد مردم دنیا (یعنی در حدود ۱ میلیارد نفر) عضو یکی از ۳ میلیون تعاونی موجود هستند. تعاونی‌ها برای جمعیت زیادی از مردم دنیا فرصت‌های شغلی (دستکم برای بیش از ۲۸۰ میلیون نفر یا ۱۰ درصد کل اشتغال) ایجاد کرده‌اند. ۳۰۰ تعاونی بزرگ در حدود ۲.۲ تریلیون دلار برای مردم دنیا درآمد ایجاد کرده‌اند. (World Cooperative Monitor, ۲۰۲۲) بر اساس گزارش‌های سازمان بین‌المللی کار، تعاونی‌ها با وارد کردن زنان در بازارهای اقتصادی به‌ویژه در مناطق محروم و روستایی نقش مؤثری در تعدیل نابرابری‌های جنسیتی داشته‌اند.

شواهد زیادی در مورد نقش تعاونی‌ها در ایجاد اشتغال، بهبود وضعیت اقتصاد و معیشت مردم در کشورهای پیشرفته وجود دارد. (Deller, et al., ۲۰۰۹; Eurofound, ۲۰۱۹) در مورد پژوهی‌ها بر نقش تعاونی‌ها در کاهش فقر، کاهش محرومیت اجتماعی، ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه پایدار منطقه‌ای و پیشگیری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی و نقش این نوع از کسب کارها به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای اروپایی تأکید کرده شده است. (Eurofound, ۲۰۱۹; OECD, ۲۰۱۳) (Defourny & Nyssens, ۲۰۲۱; Izdebski et. al., ۲۰۱۷) بررسی‌ها حاکی از آن است که بیش از هفت درصد کل اشتغال در کشورهای اروپایی از مسیر اقتصاد اجتماعی و به‌ویژه تعاونی‌ها ایجاد شده است (Monzon and Chavez, ۲۰۱۲; OECD, ۲۰۱۳). در گزارشی که مشترکاً توسط سازمان بین‌المللی کار (ILO) و اتحادیه بین‌المللی تعاونی‌ها (ICA) انجام شده است، بر اثربخشی تعاونی‌ها در نیل به اهداف توسعه پایدار و اهداف هزاره سوم تأکید شده است. (ILO & ICA, undated)

^۱ Isomorphism



ضرورت توسعه تعاونی‌های اجتماعی در ایران

امروزه جامعه ایران با مسائل گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مواجه است. در آینده نیز با چالش‌های زیادی ناشی از تحولات بین‌المللی، فناوری‌ها، جهانی شدن اقتصادها، تحریم‌های اقتصادی، تخریب محیط زیست، فرسایش خاک، کم‌آبی، ریزگردها، عدم توازن‌های منطقه‌ای، حاشیه‌نشینی، سالمند شدن جمعیت، کودکان کار، بیکاری گسترده تحصیل‌کردگان و جوانان، بلااستفاده شدن برخی از مهارت‌ها و تخصص‌ها و غیره مواجه خواهد شد (بنگرید به: پویش فکری توسعه، ۱۴۰۱). این مشکلات و چالش‌ها نه تنها هزینه‌های زیادی برای دولت و حاکمیت ایجاد می‌کنند، بلکه همبستگی اجتماعی در کشور را به مخاطره می‌اندازند. مبارزه با این چالش‌ها و مشکلات روزافزون نیازمند بسیج منابع ملی (انسانی و اقتصادی) در قالب کسب‌وکارهای اجتماعی و تعاونی‌های اجتماعی است.

واقعیت آن است که دولت در ایران با محدودیت منابع عمومی مواجه است؛ بنابراین در ایفای مأموریت‌های حاکمیتی و تدارک کالاها و خدمات عمومی مورد تقاضای مردم نیازمند مشارکت اقتصادی مردم است. در اقتصاد ایران سال‌هاست که مداخلات گسترده دولت در اقتصاد و تنظیم‌گری‌های غیرهوشمندانه بازارهای مختلف اقتصادی، در عمل مانع از تقویت و توانمندی بخش تعاونی و خصوصی شده است و بنابراین توان اشتغال‌زایی و مالیات‌گیری از آن تحلیل رفته است. این مساله به بیکاری و نرخ‌های بالای تورم و در نتیجه کاهش قدرت خرید مردم شده است. این وضعیت از یک‌طرف وابستگی مردم و بخش خصوصی به رانت‌های دولت و مداخله‌های بوروکرات‌ها را بیشتر کرده و موجب نامناسب شدن بیشتر کسب‌وکارها شده است. از طرف دیگر، وابستگی دولت به عواید نفتی از روش‌های مختلف (از جمله افزایش سهم دولت از منابع نظام بانکی، برداشت از صندوق توسعه ملی و غیره) افزایش یافته است. در واقعیت ضعف توان مالیاتی اقتصاد کشور (که نتیجه سیاست‌ها و عملکرد دولت است)، باعث شده است که دولت‌ها برای تأمین کسری‌های بودجه مزمن خود به سیاست‌های تورم‌زایی روی آورده است (پدیده دولت رانت‌جو^۱) که به نوبه خود این اقدامات به نامناسب شدن فضای کسب‌وکارها و ضعف بیشتر بخش خصوصی و وابستگی بیشتر مردم به دولت و تقاضا برای مداخلات بیشتر دولت و تدارک کالاها و خدمات عمومی و شبه عمومی انجامیده است.

اگر دولت در تقسیم کار مجدد اجتماعی جایی برای کسب‌وکارهای اجتماعی باز نکند، هزینه‌های اداره کشور به مراتب سنگین‌تر خواهد شد و دامنه مشکلات و چالش‌هایی که در نتیجه عملکرد ناشیانه خود دولت ایجاد می‌شوند، گسترش خواهند یافت. بدون کمک گرفتن از مردم و توانمندسازی مردم در حوزه اقتصاد امکان تعدیل مشکلات و چالش‌ها ممکن نخواهد شد. بسترسازی برای توسعه و تقویت کارآفرینی اجتماعی از راه تعاونی‌های اجتماعی یک تدبیر ممکن و کم‌هزینه برای بسیج مردم برای تعدیل مشکلات و چالش‌ها است.

^۱ Rent Seeker State

کسب و کارهای اجتماعی در نظم مبتنی بر دسترسی محدود

به طور کلی، برای عملکرد موفق کسب و کارها از جمله تعاونی‌ها، زمینه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند مهم است. (Kerlin, ۲۰۱۷; Urbano et al., ۲۰۱۷; Kispál-Vitai et al., ۲۰۱۹; Göler von Ravensburg et al., ۲۰۲۱) در کنار تمامی عواملی که برای ضعف عملکرد کارآفرینی اجتماعی و کسب و کارهای اجتماعی از جمله تعاونی‌ها در ایران ذکر می‌گردد (بنگرید به: گزارش اتاق تعاون ایران راجع به پیش تحقق اهداف سند توسعه بخش تعاون، ۱۴۰۰) نظم مبتنی بر دسترسی محدود فعالان اقتصادی به کسب و کارهای اجتماعی را باید به عنوان مهم‌ترین عامل برشمرد. در کشورهایی که دولت برای تأمین منابع عمومی به مالیات‌های مردم نیازمند است، بسترهای لازم برای بهبود فضای کسب و کارها و در نتیجه توسعه کارآفرینی خصوصی و اجتماعی فراهم می‌شود. در واقع، یک بازی برد - برد بین دولت و فعالان اقتصادی به وجود می‌آید که تداوم حیات و تأمین اهداف طرفین مستلزم همکاری و باروری یکدیگر است. نظریه بخش خصوصی قوی و دولت توانمند نتیجه ضروری یک چنین نیاز و همکاری برای نتیجه برد - برد است. در تمامی کشورهای توسعه‌یافته که یک بخش خصوصی قوی دارند فضای کسب و کارها مناسب است و دولت با فعالان اقتصادی همکاری می‌کند تا سیاست‌های عمومی و بسترهای نهادی به گونه‌ای فراهم گردند که امکان تولید و عرضه خدمات توسط فعالان بخش خصوصی بیشتر شود و کسب و کارها هرچه بیشتر رونق بگیرند. در این کشورها، به رقابت در تمامی عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به مثابه تدبیری برای ایجاد نظم عمومی نگریسته می‌شود و منافع کسب و کارهای خصوصی و اجتماعی از راه سیاست‌گذاری‌ها و نهادهای ممکن در بین گروه‌های اجتماعی توزیع می‌گردد و بدین گونه رضایت اجتماعی حاصل می‌گردد. اما در کشورهایی که رقابت در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی هنوز نهادینه نشده است و سنت‌ها و قواعد بازی دموکراتیک از انعقاد یافتگی لازم برخوردار نیست و در تقسیم کار اجتماعی دولت میدان‌دار اصلی است، نظم اجتماعی از راه محدود کردن دسترسی‌های مردم به فرصت‌های اجتماعی ایجاد می‌گردد. به عبارت دیگر، در بسیاری از کشورهای جهان، نظم اجتماعی از راه خلق رانت‌ها برای افراد و گروه‌های خاص فراهم می‌شود. این قاعده در تمامی بازارها و حوزه‌های مختلف نهادینه شده است؛ بنابراین، دولت‌ها متأثر از منافع افراد و گروه‌های خاص (که توانایی تولید خشونت و به هم زدن نظم و تعادل سیاسی را دارند)، دسترسی به فرصت‌های اجتماعی از جمله کسب و کارهای خصوصی و اجتماعی را دستکاری و محدود می‌کنند.

کسب و کارهای تعاونی در سایه هزینه‌های سنگین مبادله

یافته‌های پیش محیط کسب و کار کشور توسط نهادهای غیردولتی از جمله اتاق‌ها (بنگرید به: پیش ملی محیط کسب و کار اتاق ایران، اتاق تعاون و اتاق اصناف، ۱۴۰۱) گویای آن است که بخش زیادی از کم‌رونقی کسب و کارها چه در بخش خصوصی و چه در بخش تعاونی ناشی از هزینه‌هایی است که به واسطه ضعف حکمرانی، ناهماهنگی بین نهادهای تصمیم‌گیر، ضعف زیرساخت‌ها، دشواری در دسترسی به منابع مالی، سوءمدیریت‌ها، ناکارآمدی دستگاه‌های اجرایی و فساد بوروکراتیک، تحریم‌های اقتصادی، سیاست خارجی پر تنش، بی‌ثباتی‌های سیاسی و مدیریتی، بی‌ثباتی در نرخ ارز، بی‌ثباتی در قیمت مواد اولیه، ریسک‌های گوناگون مالی، اعتباری و اقتصادی است. هزینه‌هایی که از محل نارسایی‌های مزبور بر کسب و کارهای خصوصی و تعاونی تحمیل می‌شوند



و در ادبیات اقتصادی از آنها تحت عنوان هزینه‌های مبادله^۱ یاد می‌شود) که این مسئله فرایند برنامه‌ریزی، دوراندیشی، آینده‌نگری و انگیزه برای فعالیت‌های مولد و اشتغال‌زا را سخت می‌کند. به عبارت دیگر، سنگینی هزینه‌های مبادله در اقتصاد ایران توجیه اقتصادی کسب‌وکارهای مولد و اشتغال‌زا را از بین برده است و فعالان اقتصادی واقعی را به نفع فرصت‌طلبان، رانت جویان و دلالان خریدوفروش ارز، ملک و مستغلات، خودرو و سایر فعالیت‌های پربازده غیررسمی از میدان اقتصاد بیرون برده است.

زمینه‌های قانونی و نهادی تعاونی‌های اجتماعی در ایران

یکی از الزامات توسعه تعاونی‌های اجتماعی تصویب قوانین مربوط به شکل‌گیری یک چنین تعاونی‌هایی است. تجربه کشور ایتالیا به عنوان پیشرو در تعاونی‌های اجتماعی نشان می‌دهد که به دنبال تصویب قانون شماره ۳۸۱ در سال ۱۹۹۱، تعاونی‌های اجتماعی به شدت توسعه پیدا کردند و نقش مؤثری در توسعه مناطق، کاهش مشکلات اجتماعی و توانمندسازی مردم داشته‌اند. در بسیاری از کشورهای اروپایی نیز زمینه قانونی شکل‌گیری و توسعه تعاونی‌های اجتماعی به مثابه الگویی از کارآفرینی اجتماعی ایجاد شده است. بررسی‌ها حاکی از افزایش سهم اقتصاد اجتماعی (از نظر تعداد شاغلین و ارزش افزوده) در اتحادیه اروپا است. (Luis Monzón & Chaves, ۲۰۱۶) بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۷ اقدامات سیاستی، حقوقی و قانونی و اجرایی زیادی در کشورهای اتحادیه اروپا برای توسعه اقتصاد اجتماعی و توجه دادن مردم به این بخش انجام شده است. (Luis Monzón & Chaves, ۲۰۱۶)

بسترهای قانونی و بعضاً سیاستی شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکارهای تعاونی در کشور به میزان زیادی وجود دارد. در واقع، در قانون اساسی، اسناد فرادستی مانند چشم‌انداز ۲۰ ساله، برنامه پنجم توسعه، سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، قانون تعاون، سند توسعه تعاون بسترهای نهادی توسعه و تقویت تعاونی‌ها گذاشته شده است. به علاوه، مقامات مسئول و تصمیم‌گیر کشور بر حمایت از بخش تعاونی و توسعه آن تأکید کرده‌اند. همچنین، برای حمایت از کارآفرینانی که در بخش تعاون به فعالیت می‌پردازند، تمهیدات نسبتاً مناسبی نظیر رفع موانع فعالیت در همه زیربخش‌ها، تسهیل فرایند دستیابی به منابع، اطلاعات، فناوری و ارتباطات، تخفیف مالیاتی، اعطای تسهیلات (وجوه اداره شده) اولویت در واگذاری سهام بخش دولتی و بنگاه‌های مورد واگذاری به کارآفرینان و ایجاد شهرک‌ها و مجتمع‌های تعاونی و استقرار تعاونی‌های نوپای کارآفرینان در آنها در نظر گرفته شده است (بنگرید به: سند توسعه بخش تعاون) که قطعاً می‌تواند فضای بسیار مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش تعاون فراهم آورد.

با وجود همه این بسترها و تلاش‌ها، سهم بخش تعاونی از تولید ناخالص داخلی همچنان اندک و نقش تعاونی‌ها در توسعه کشور کم بوده است. مشکل در آن است که بسیاری از قوانین و مقرراتی که در این زمینه وجود دارد، در سال‌های گذشته عملیاتی نشده است و دستگاه‌های اجرایی در ایفای تعهدات خود نسبت به بخش تعاون و الزامات قانونی برنامه‌ها و اسناد قانونی و توسعه کشور اهتمام جدی نداشتند. در واقع، بسیاری از قوانین مربوطه به بخش تعاونی در حوزه اجرا کمتر عملیاتی شدند. همچنین، هماهنگی

^۱ Transaction Costs

لازم بین دستگاه‌های دولتی و غیردولتی متولی بخش تعاون در کشور وجود ندارد. با وجود همه تا کیدهایی که در قوانین و اسناد توسعه‌ای بر توسعه بخش تعاون شده است، در عمل در برنامه هفتم توسعه این بخش مغفول مانده است. به نظر می‌رسد که صرف وجود چارچوب‌های نهادی و قانونی برای توسعه فعالیت‌های تعاونی کفایت نمی‌کند و شرط کافی برای اثربخشی این چارچوب‌های نهادی وجود زمینه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی فعالیت آن‌هاست.

سخن آخر

شواهد کافی برای دفاع از این گزاره و ادعا که «جهان با تعاونی‌ها زیباتر خواهد شد» وجود دارد. در نظریه هم به‌اندازه کافی استدلال شده است که تعاونی‌ها راهبرد مؤثری برای توانمندسازی مردم به‌ویژه گروه‌های محروم جامعه و زنان هستند. پس از وقوع بحران اقتصادی در سال ۲۰۰۸ اکثر کشورهای پیشرفته به‌ویژه در اروپای غربی به این جمع‌بندی رسیدند که تأکید صرف بر نهادهای بازار و دولت برای نیل به رشد اقتصادی و رفاه پایدار کفایت نمی‌کند. در پارادایم جدید توسعه کشورهای توسعه‌یافته، ضمن بازآفرینی تقسیم کار اجتماعی، جایگاه بخش سوم اقتصاد برجسته شده و این باور قوت گرفته است که در چارچوب اقتصاد اجتماعی و عناصر آن از جمله تعاونی‌های اجتماعی زیست انسانی پایدار بهتر تأمین می‌شود. به همین دلیل، بسترهای سیاستی، قانونی و نهادی لازم برای تقویت و توسعه تعاونی‌ها و تعاونی‌های اجتماعی و حتی کمک‌های مالی (Izdebski, et. al., ۲۰۱۷) فراهم شده است (Defourny, J and Nyssens, M., ۲۰۲۱). به علاوه، اقدامات فراگیر و گسترده برای آگاه کردن مردم از کارویژه‌ها و فضیلت‌های این نوع کسب‌وکارها انجام شده است.

در ایران، با وجود تمام الزامات قانونی مناسبی که در مورد تعاونی‌های مرسوم در نظریه و عمل وجود دارد، و با همه تأکیدات مسئولان و مقامات تصمیم‌گیر کشور بر توسعه بخش تعاون و بسترسازی‌های قانونی و سیاستی لازم برای این کار (بنگرید به: قانون برنامه پنج‌ساله توسعه پنجم، قانون تعاون، سند توسعه بخش تعاون، قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و جز اینها)، در عمل بخش تعاونی کشور از عملکرد مورد انتظار برخوردار نبوده و در سال‌های گذشته اراده کافی جهت توسعه بخش تعاون وجود نداشته است. این در حالی است که نمونه‌های موفق تعاونی‌های مسکن و مصرف در کشور بخش‌های زیادی از مردم به‌ویژه دهک‌های پایین درآمدی و محروم جامعه را منتفع کرده‌اند. به عبارتی گفتمان و اندیشه تعاونی در کشور ضعیف است و به‌رغم تمام تلاش‌هایی که تعاون‌گران و نهادهای مرتبط از جمله معاونت تعاون وزارت تعاون و اتاق تعاون ایران انجام داده‌اند، صدای تعاونی در کشور به‌ویژه در سیاست‌گذاری‌های عمومی چندان شنیده نشده است.

در این فضای فکری و محیط سیاسی اجتماعی، امکان ظهور و بروز تعاونی‌های اجتماعی دشوار می‌نماید. باوجود این، عملکرد موفق تعاونی‌های اجتماعی در بسیاری از کشورها و شواهد کافی برای حمایت از این نوع کسب‌وکارهای اجتماعی در کشور وجود دارد. محمد یونس می‌گوید «هر معضلی اجتماعی پتانسیل تبدیل به نقطه آغاز یک کسب‌وکار جدید را دارد؛ به همین دلیل بهترین راهکار حل چالش‌های اجتماعی تأسیس کسب‌وکارهایی است که به روشی خلاقانه این معضلات را برطرف کرده و از سوی دیگر از لحاظ اقتصادی خودکفا و مستقل باشد» (Yunus, ۲۰۱۰) در کشورهای توسعه‌یافته از کسب‌وکارهای اجتماعی و تعاونی‌های اجتماعی به مثابه راهبردهای مبارزه با فقر یاد می‌شود (UNDP, ۲۰۰۸).



مسائل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی پیش روی کشور از یک طرف و روحیه کنش جمعی برای کمک به محرومان، فقرا و بیکاران از طرف دیگر به اندازه کافی قوی است که امیدواری زیادی برای شکل‌گیری و موفقیت تعاونی‌های اجتماعی را ایجاد کند. واقعیت آن است که دولت‌ها نمی‌توانند به تنهایی و بدون مشارکت مردم از عهده مشکلات جامعه برآیند تعاونی‌های اجتماعی یک مسیر کم‌هزینه برای تعدیل بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است. به علاوه، تعاونی‌های اجتماعی سازوکاری روشمند برای اثربخشی بیشتر روحیه انسان‌دوستی و خیرخواهی مردم کشورمان هستند. به سخن دیگر، گفتمان‌سازی برای توانمندسازی محرومان، فقرا، بیکاران از راه تعاونی‌های اجتماعی مأموریتی است که شایسته است هر دوی کنشگران اجتماعی و نهادهای راهبری‌کننده بخش تعاونی در کشور آن را ترویج و تبلیغ کنند. تقویت این گفتمان و اقدامات قانونی و اجرایی از سوی دولت برای شکل‌گیری و توسعه تعاونی‌های اجتماعی، یک راهبرد مؤثر برای کاهش بار هزینه تدارک رفاه اجتماعی و رویاروی با مشکلات و چالش‌های بالفعل و بالقوه در کشور است.

در نظریه شکست‌های بازار از مداخلات اجتماعی دولت در حوزه‌هایی که برون‌داد و آثار اجتماعی مثبتی ایجاد می‌شود، طرف‌داری می‌شود. این مداخله از راه سیاست‌های اجتماعی و حمایت‌های مالی انجام می‌گیرد. تعاونی‌های اجتماعی نه تنها به تولید کالاها و خدمات شبه عمومی منجر می‌شود و در هزینه‌های تدارک این کالاها و خدمات از سوی دولت صرفه‌جویی می‌کنند، بلکه به توانمندسازی جامعه از راه ادغام و وارد کردن افراد و گروه‌های محروم در بازارهای مختلف و مولدسازی آن‌ها یاری می‌رسانند. به علاوه، تقویت همکاری جمعی، انباشت سرمایه اجتماعی، امیدواری اجتماعی، همبستگی اجتماعی، انسجام اجتماعی و توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی از جمله آثار مثبت زیادی است که از قبل توسعه کارآفرینی اجتماعی ایجاد خواهد شد. این دستاوردها به تسهیل کنش‌های جمعی و کاهش هزینه‌های اجتماعی می‌انجامد و در هزینه‌هایی که دولت باید برای امور عمومی صرف کند، صرفه‌جویی خواهد کرد. این مهم می‌طلبد که دولت‌ها از طریق سیاست‌گذاری‌ها، قانون‌گذاری‌ها، حمایت‌های سیاستی و مالی بسترهای لازم برای توسعه و تقویت کارآفرینی اجتماعی را فراهم سازند.

منابع

اتاق ایران (۱۴۰۱). *پایش ملی محیط کسب‌وکار*. مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران.

اتاق تعاون ایران (۱۴۰۱). *پایش ملی محیط کسب‌وکار*. اتاق تعاون ایران.

اتاق تعاون ایران (۱۴۰۰). *گزارش پایش تحقق اهداف سند توسعه بخش تعاون*. اتاق تعاون ایران.

پویش فکری توسعه (۱۴۰۱). *گزارش شاخص ملی توسعه ایران*، رصد توسعه ایران، قابل‌دسترس در سامانه:

[/https://rasadkhane.pooyeshfekri.com/policymakers](https://rasadkhane.pooyeshfekri.com/policymakers)

رنانی، محسن (۱۳۸۹). *توسعه ملی در کمند سیاست؛ نگرشی سیستمی به نظریه امتناع توسعه*. مجله پیام مدیران فنی و اجرایی،

شماره ۲۶، صص ۳۵-۵۵

گرو، پل دی. (۱۳۹۷). **محدودیت‌های بازار؛ پاندول بین دولت و بازار**، ترجمه محمدرضا فرهادی پور و جمال محمدی راد. اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران.

گروینوگن، جان، اسپیتھوون، آنتون، دن برگ، آنت ون. (۱۳۹۱). **مقدمه‌ای بر اقتصاد نهادگرا**، ترجمه اصلاان قودجانی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

نورث، داگلاس سی، والیس، جان جوزف و وینگاست، باری آر. (۱۳۹۹). **خشونت و نظم‌های اجتماعی**، مترجمان: جعفر خیرخواهان و رضا مجیدزاده، انتشارات روزنه.

نورث، داگلاس سی، والیس، جان جوزف و وینگاست، باری آر. (۱۳۹۶). **سیاست، اقتصاد و مسائل توسعه در سایه خشونت**، مترجمان: محمدحسین نعیمی پور و محسن میردامادی، نشر روزنه.

هیات وزیران. **سند توسعه بخش تعاون**. مصوبه ۱۴۰۱/۱۲/۱۴، www.dotic.ir

Borzaga C., Bodini R., Carini C., Depedri S., Galera G. and Salvatori G. (۲۰۱۴). **Europe in Transition: The Role of Social Cooperatives and Social Enterprises**. Euricse Working Papers, ۶۹|۱۴.

Butler, Eamonn (۲۰۱۲). **Public Choice; A Primer**. the Institute of Economic Affairs, London.

Campbell R. Et al (Eds.) (۲۰۰۶). **Voluntary Action: Meeting challenges of the ۲۱st century**. NCVO.

Campopiano, G., & Bassani, G. (۲۰۲۱). **Social innovation: learning from social cooperatives in the Italian context**. J. Clean. Prod., ۲۹۱, ۱۲۵۲۵۳. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125253>

Chaves, R. and Monzón, J.-L. (۲۰۱۲). **Beyond the crisis: The social economy, prop of a new model of sustainable economic development**, Service Business, Vol. ۶, pp. ۵-۲۶.

Chen, Feifei & Xu, Zhigang & Luo, Yufeng (۲۰۲۳). **False prosperity: Rethinking government support for farmers' cooperatives in China**, *Annals of Public and Cooperative Economics*. <https://doi.org/10.1111/apce.12420>

CICOPA (۲۰۱۱). **World Standards of Social Cooperatives**. International Organization of Industrial, Artisanal and Service Producers Cooperatives, Brussels.

CICOPA (۲۰۱۷). **Cooperatives and Employment: Second Global Report**. CICOPA, Brussels.

CIRIEC (۲۰۱۲). **The Social Economy in the European Union**. European Economic and Social Committee (EESC), www.eesc.europa.eu

Council of the European Union (۲۰۱۵). **The promotion of the social economy as a key driver of economic and social development in Europe: Council conclusions**, Brussels.

Cui, M., Pan, S. L., Newell, S., & Cui, L. (۲۰۱۷). Strategy, resource orchestration and e-commerce enabled social innovation in rural China. J. Strat. Inf. Syst., ۲۶(۱), ۳e۲۱. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2016.10.001>

Defourny, J. and Nyssens, M. (۲۰۱۰). **Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences**. Journal of Social Entrepreneurship, Vol. ۱, No. ۱, pp. ۳۲-۵۳.



- Defourny, J. and Nyssens, M. (۲۰۱۲). The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective, EMES European Research Network. WP no. ۱۲/۰۳
- Defourny, J and Nyssens, M. (۲۰۱۲). *Social Cooperatives: When Social Enterprise meets the Cooperative Tradition*. The Euricse – ICA
- Defourny, Jacques, Marthe Nyssens and Sophie Adam (۲۰۲۱). **Introduction: Documenting, Theorising, Mapping and Testing the Plurality of SE Models in Western Europe**. In Defourny, J and Nyssens, M., (Eds.) (۲۰۲۱). **Social Enterprise in Western Europe; Theory, Models and Practice**, Routledge, Routledge Studies in Social Enterprise and Social Innovation.
- Defourny, J and Nyssens, M., (Eds.) (۲۰۲۱). **Social Enterprise in Western Europe; Theory, Models and Practice**, Routledge, Routledge Studies in Social Enterprise and Social Innovation.
- Del Gesso, C. (۲۰۲۰). **An entrepreneurial identity for social enterprise across the institutional approaches: from mission to accountability toward sustainable societal development**. Int. J. Bus. Manag., ۱۵(۱), ۱۶e۳۵. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n1p16>
- Deller, S., Hoyt, A., Hueth, B. and Sundaram-Stukel, R. (۲۰۰۹). **Research on the Economic Impact of Cooperatives**, University of Wisconsin Center for Cooperatives.
- Eurofound (۲۰۱۹), **Cooperatives and Social Enterprises: Work and Employment in Selected Countries**, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, Publications Office of the European Union, Luxembourg. available online at <http://eurofound.link/ef18043>.
- Egorov, V., Inshakov, A., Chigarev, V., and Aleksandrova, E. (۲۰۲۲). **Social Cooperatives as an Element of Solidarity Economy**. WISDOM ۳(۲۳), pp. ۱۸۶-۲۰۰
- Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C., & Lopes, J. (۲۰۲۰). **Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends**. International Review on Public and Nonprofit Marketing, ۱۷(۱), ۷۷e۹۶. <https://doi.org/10.1007/s12220-020-00243>
- Göler von Ravensburg, Nicole, Richard Lang, Simone Poledrini and Marzena Starnawska (۲۰۲۱). **How Context Shapes the Character of Cooperative Social Enterprises: Insights from Various Countries**, In Defourny, J and Nyssens, M., (Eds.). **Social Enterprise in Western Europe; theory, Models and Practice**, Routledge, Routledge Studies in Social Enterprise and Social Innovation.
- Grilo, R., Moreira, A. C. (۲۰۲۲). **The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads?** International Journal of Innovation Studies ۶, pp. ۵۳-۶۶.
- Hans-H. Münkner (۲۰۱۶). **How cooperative are social cooperatives?** Cooperativismo e Economía Social (CES). N. ۳۸. Curso ۲۰۱۵-۲۰۱۶. Páxs. ۳۳-۷۵.
- ICA (۲۰۱۲). **Promoting the Understanding of Cooperatives for a Better World**. International Conference, Venice, March ۱۵-۱۶. ICA, www.ica.coop
- International Co-operative Alliance (۲۰۱۳). **Blueprint for a Co-operative Decade ۲۰۱۲-۲۰۲۰**. Geneva.

ICA and ILO (undated). Cooperatives and the Sustainable Development Goals; a Contribution to the Post-۲۰۱۵ Development Debate. a Policy Brief. www.ica.coop, www.ilo.org/coop.

ILO (undated). **Cooperatives and the Sustainable Development Goals: A Contribution to the Post-۲۰۱۵ Development Debate.** www.ilo.org/coop

ILO (۲۰۱۵), **Public Policy in the Social and Solidarity Economy: Towards a Favorable Environment: The case of Europe**, International Training Centre of the ILO, Turin
 International Labor Organization (۲۰۰۲). **ILO Recommendation ۱۹۳ of ۲۰۰۲ concerning the promotion of cooperatives.** Geneva.

ILO (۲۰۱۰). **Social and Solidarity Economy: Building a Common Understanding.** ۲۵ - ۲۹ October, International Training Centre of ILO, Turin, Italy, <http://socialeconomy.itcilo.org/en>.

Izdebski, A., Mering, T., Oldak, M. and Szarfenberg, R. (۲۰۱۷). **Selected Aspects of Social Cooperatives in Poland**, Working Paper No. ۹۳/۱۷, Euricse, Trento, Italy

Lumpkin, G., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcua, A. S. (۲۰۱۳). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? *Small Bus. Econ.*, ۴۰(۳), ۷۶۱e۷۸۳. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9399>

Małgorzata Błażejowska (۲۰۲۱). **Economic Efficiency of Polish Social Cooperatives Operating in Tourism and Event.** *European Research Studies Journal Volume XXIV*, Special Issue ۴, ۲۰۲۱, pp. ۷۳۴-۷۴۸

Manjula, R., Rajasekhar, D. (۲۰۲۰). **Cooperatives and Social Innovation: Conclusions and the Way Forward.** In: Rajasekhar, D., Manjula, R., Paranjothi, T. (eds.) *Cooperatives and Social Innovation*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-8880-8_19

Md. Moktar Ali (۲۰۱۶). **Perception of Entrepreneurs in Bangladesh towards Social Business: an Empirical Investigation**, Ph.D. thesis.

Monzón, J-L & Chaves, R. (۲۰۱۶). **Recent evolutions of the Social Economy in the European Union**, European Economic and Social Committee (EESC), www.eesc.europa.eu

Monzón, J.-L. & Chaves, R. (۲۰۱۲). **The social economy in the European Union**, European Economic and Social Committee, Brussels.

Morris, M. H., Santos, S. C., & Kuratko, D. F. (۲۰۲۰). **The great divides in social entrepreneurship and where they lead us.** *Small Bus. Econ.* <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00318-0>

Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & Gonzalez, S. (۲۰۰۵). **Towards alternative model(s) of local innovation.** *Urban Stud.*, ۴۲(۱۱), ۱۹۶۹e۱۹۹۰. <https://doi.org/10.1080/00420980500279893>

Nasioulas, I. (۲۰۱۲). **Social Cooperatives in Greece; Introducing New Forms of Social Economy and Entrepreneurship.** *International Review of Social Research*, Volume ۲, Issue ۲, June ۲۰۱۲, ۱۴۱-۱۶۱

Novak, M. (۲۰۲۱). **Social innovation and Austrian economics: exploring the gains from intellectual trade.** *Rev. Austrian Econ.*, ۳۴(۱), ۱۲۹e۱۴۷. <https://doi.org/10.1007/s11138-020-00503-0>



- OECD (۲۰۱۳). **Job Creation through the Social Economy and Social Entrepreneurship.** OECD Publishing, Paris.
- OECD/EU (۲۰۱۷). **Boosting Social Enterprise Development: Good Practice Compendium.** OECD Publishing, Paris.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., & James, P. (۲۰۱۵). **Social innovation and social entrepreneurship: a systematic review.** Group Organ. Manag., ۴۰(۳), ۴۲۸e۴۶۱. <https://doi.org/10.1177/1059601114560063>
- Ridley-Duff, R. (۲۰۱۸). **Cooperative Social Entrepreneurship: reflecting on a decade of embedding cooperative studies in social enterprise courses.** In: Cooperative Education Conference ۲۰۱۸, Federation House, Manchester, ۱-۲ May ۲۰۱۸.
- Tullock, G., Seldon, A. and Brady G. L. (۲۰۰۵). **Government failure: a primer in public choice.** Cato Institute.
- UN (۲۰۲۱). **The circular economy, cooperatives and the social and solidarity economy.** www.un.org
- UNDP (۲۰۰۸). **Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation.** www.undp.org
- Winston, C. (۲۰۰۶). **Government Failure versus Market Failure; Microeconomics Policy Research and Government Performance.** AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies, the American Enterprise Institute for Public Policy Research, Washington, D.C., and the Brookings Institution, Washington, D.C.
- World Cooperative Monitor (۲۰۲۲). **Exploring the Cooperative Economy.** ۲۰۲۲ Report. <https://www.monitor.coop/>
- Yunus, M. (۲۰۱۰). **Building Social Business. Capitalism that can serve Humanity's most pressing needs,** Public Affairs.
- Yunus, M. & Weber, K. (۲۰۰۹). **Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism.**
- Yunus, M. (۲۰۰۸). **Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism,** GLOBAL URBAN DEVELOPMENT, Volume ۴ Issue ۲ November ۲۰۰۸.
- Zhang, S.; Wu, B.; Chen, R.; Liang, J.; Khan, N.; Ray, R.L. (۲۰۲۳). **Government Intervention on Cooperative Development in Poor Areas of Rural China: A Case Study of XM Beekeeping Cooperative in Sichuan.** *Land Journal*, vol. 12, Issue 4, <https://doi.org/10.3390/land12040731>

شناسایی الزامات و پیش‌نیازهای فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون با توجه به تجربیات کشورهای منتخب

فرزانه چهاربند و همکاران^۱

چکیده

ایران از جمله کشورهایی است که شرایط جغرافیایی، تاریخی، اقتصادی و اجتماعی آن بسترهای کم‌نظیری را در سطح منطقه‌ای برای سرمایه‌گذاری‌ها حداقل از جنبه اهداف تعیین شده در اسناد بالادستی در حوزه تعاون فراهم کرده است. با این حال، تأکید مجدد بر اهداف برنامه پنج‌ساله ششم در سند توسعه تعاون نشان می‌دهد که این مهم در سال‌های گذشته توجه عملیاتی چندانی در برنامه‌های کلان حاکمیتی دریافت نکرده و در نتیجه، ظرفیت‌های قابل توجهی بلااستفاده مانده و یا به هدر رفته است. سهم بخش تعاون از کل سرمایه‌گذاری در کشور ۷ درصد است و تفاوت معناداری با هدف‌گذاری انجام شده در سند اصلاحی توسعه تعاون (۴۵ درصد) دارد که در پایان سال ۱۴۰۱ به تصویب هیئت وزیران رسید. مطالعات موردی کشورها حاکی از آن است که عدم رعایت الزامات در تدوین منابع و قوانین با توجه به ظرفیت‌های موجود، مانعی در عدم موفقیت سرمایه‌گذاری هر منطقه بوده است. یافته‌های این مطالعات حاکی از آن است که خلأ فعلی در زمینه سرمایه‌گذاری در ایران نیز شناسایی الزامات و عوامل محوری جذب موفق سرمایه‌گذاری است؛ بنابراین سؤال اصلی این پژوهش آن است که الزامات و پیش‌نیازهای جذب سرمایه‌گذاری با تمرکز بر بخش تعاون با تأکید بر تجربیات بین‌المللی که متناسب با ظرفیت‌های شناسایی شده در هر منطقه باشد چیست؟ در این مقاله قصد داریم تا با لحاظ اهمیت ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری از یک سو و اهمیت توسعه و تقویت بخش تعاون از سوی دیگر، با تکیه بر گزارش‌های رسمی کشورهای منتخب و سازمان‌های بین‌المللی، به شناسایی الزامات و پیش‌نیازهای تدوین ساختار فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بخش تعاون پردازیم. از منظر نظری پس از بررسی کلیت فضای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فناورانه در هر منطقه می‌توان به طور دقیق‌تر و جزئی‌تر به بررسی عوامل اثرگذار در سرمایه‌گذاری همچون اندازه و رشد بازار، موجودی منابع طبیعی و انسانی، زیرساخت‌های فیزیکی و مالی، میزان دسترسی به تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی؛ و چارچوب نهادی و سیاستی مناطق پرداخت.

واژگان کلیدی: حوزه تعاون، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری، تجربیات کشورها

^۱. دکتری اقتصاد، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، کارشناس مطالعات و سیاستگذاری اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی.

ایمیل: f.charband@yahoo.com

پارسا مددی امیری (نویسنده مسئول): دکتری اقتصاد نفت و گاز دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی، کارشناس مطالعات سرمایه‌گذاری بخش عمومی و خصوصی، وزارت امور

اقتصادی و دارایی. ایمیل: rma.shb@gmail.com

علی مشهدی: دانشجوی دکتری مهندسی مالی، کارشناس مطالعات و سیاستگذاری اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی.

ایمیل: amashadi2020@gmail.com

صالح گل تبار: عضو گروه پژوهشی اقتصاد جهاد دانشگاهی واحد دانشگاه تربیت مدرس، دانشجوی دکتری اقتصاد سنجی دانشکده اقتصاد دانشگاه سمنان ایمیل:

goltabar@acecr.ac.ir



مقدمه

اثر بخشی اصلاحات اقتصادی با هدف رشد مستمر و پایدار در سطح کلان یک کشور مستلزم ایجاد تغییری قابل توجه در رویکرد تدوین استراتژی توسعه و استفاده از ظرفیت‌های کامل در تمامی بخش‌های آن کشور است. در چارچوب سیاست‌های ملی هر کشور یکی از اقدامات مرتبط با رشد اقتصادی توجه جدی به موضوع سرمایه‌گذاری در سطوح ملی و منطقه‌ای، به ویژه در حوزه‌های عقب مانده می‌باشد که به دلیل ظرفیت‌های جذب نشده بالا، می‌تواند موجب بروز کارکردهای چندگانه در اقتصاد گردد و امکان رشد و توسعه متوازن در سطح وسیع‌تری از اقتصاد در بخش‌ها و صنایع مختلف را امکان‌پذیر کند. در حوزه تعاون نیز به منظور جذب موفق سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری هدفمند از این منابع جذب شده، فراهم‌سازی بسترهای لازم از وظایف بخش حاکمیت به شمار می‌رود و در این میان بی‌تردید شناسایی الزامات و پیش‌نیازها برای جذب سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون برای افزایش احتمال موفقیت منابع جذب شده هم از نگاه سرمایه‌گذار و هم بخش حاکمیت از اولین گام‌ها خواهد بود. این شناسایی در حوزه تعاون برای ارائه چارچوبی از تقسیم‌بندی‌های فرصت‌های سرمایه‌گذاری به شرط تطبیق با محیط کلان، می‌تواند در نهایت منجر به تدوین اسناد برنامه‌ریزی بخش عملیاتی در سطح ملی و منطقه‌ای شود. بنابراین فرآیند مزبور نقشه راهی را به منظور ارائه زمینه‌های موجود برای رشد و توسعه در دسترس سرمایه‌گذاران قرار می‌دهد تا با آگاهی کافی و متناسب با سایر الزامات و پیش‌نیازها، آن نوع از سرمایه‌گذاری مناسب و همگام با منافع فردی را انتخاب نمایند که توأمان با اهداف رشد و توسعه کلان باشد. در ارتباط با شناسایی الزامات و پیش‌نیازهای فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون، علاوه بر بررسی‌های کلان در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و انسانی در سطح داخلی، تجارب بین‌المللی در سایر کشورها در بخش سرمایه‌گذاری به ویژه در این حوزه می‌تواند چشم انداز روشنی در مورد سیاست‌ها و رویکردهای موفق و ناموفق اتخاذ شده ارائه نماید و از این رو تا حد بسیاری در تدوین الزامات و پیش‌نیازهای فرصت‌های سرمایه‌گذاری راهگشا باشد. لذا در این پژوهش بر پایه گزارش سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و بررسی تجارب کشورهای منتخب در مورد سرمایه‌گذاری‌های موفق و ناموفق، مجموعه‌ای از متغیرهایی در تطابق با بررسی‌های نظری در حوزه تعاون استخراج می‌گردد. استخراج این مجموعه با توجه به تجارب بین‌المللی در کشورهای مختلف هم از منظر ارزیابی‌های مالی از سوی سرمایه‌گذار و هم از منظر اقتصادی و تکالیف حاکمیتی در حوزه تعاون، می‌تواند منجر به افزایش شفافیت قابل توجهی شده و بر همین اساس نیز تکلیف اقدامات و گام‌های آتی را چه در سطح کلان و چه در سطح منطقه‌ای برای حوزه تعاون بسیار روشن خواهد کرد. از این رو مقاله حاضر در سه بخش اصلی تدوین شده که ابتدا به "اهمیت سرمایه‌گذاری در بخش تعاون در ساختار بین‌المللی" اشاره می‌گردد و سپس در دو بخش بعدی که شامل "بررسی متغیرهای کلیدی در جذب سرمایه‌گذاری از منظر سازمان‌های بین‌المللی" به‌عنوان تبیین نظری و "بررسی تجربه کشورهای منتخب در جذب سرمایه‌گذاری" به‌عنوان مطالعه اسنادی و تجربی موضوع می‌باشد به این موارد پرداخته خواهد شد و در نهایت با تأکید بر اهمیت جذب سرمایه‌گذاری و تطبیق موارد استخراج شده از دو بخش موخر الزامات و پیش‌نیازهای فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون بطور خاص تبیین می‌شود.

اهمیت سرمایه‌گذاری در بخش تعاون از نگاه سازمان‌های بین‌المللی

تعاونی‌ها انجمن‌های خودمختار از افرادی هستند که به دنبال دستیابی به اهداف خود از طریق یک شرکت مشترک و در چارچوب یک کنترل دموکراتیک هستند (اتحادیه اروپا، ۲۰۱۹). سازمان‌های بین‌المللی، مانند سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا به نقش تعاونی‌ها در جامعه، اقتصاد و توسعه اهمیت بالایی قائل هستند. این نهادها دارای چندین ویژگی هستند: نهادهایی داوطلبانه و باز هستند، ساختاری دموکراتیک دارند که در آن هر فرد دارای یک رأی است، و توزیع نتایج حاصل از فعالیت اقتصادی مربوطه به صورت برابر و منصفانه و بر اساس حجم عملیات صورت گرفته انجام می‌گیرد. کشورها در ارتباط با نحوه اجرای مشارکت در قالب تعاون با یکدیگر متفاوت هستند. برخی کشورها به صراحت این نوع مشارکت را در قوانین ملی خود لحاظ کرده‌اند (اسپانیا، پرتغال، رومانی) و برخی کشورها مانند لوکزامبورگ اشاره‌ای به آن نداشته‌اند. اکثر قوانین ملی کشورهای عضو اتحادیه اروپا (مانند قوانین بلغارستان، قبرس، دانمارک، مالت و نروژ) در مورد تعاونی‌ها مقرراتی در مورد رابطه سرمایه‌گذاران عضو ندارند و این اعضا از خدمات تعاونی استفاده نمی‌کنند و حق رأی آنها محدود است که می‌تواند به عنوان انکار مقبولیت آنان تعبیر شود. سایر کشورهای عضو مانند اتریش و آلمان، به اساسنامه‌های تعاونی اجازه می‌دهند تا پذیرش سرمایه‌گذاران را فراهم کنند. در برخی کشورها مانند فنلاند، تعریف تعاونی که در قوانین تعاونی گنجانده شده، نه تنها به روابط بین تعاونی‌ها و اعضای آنها اشاره دارد، بلکه در صورتی که اساسنامه تعاونی چنین باشد، اجازه انجام فعالیت‌ها با افراد غیرعضو را نیز می‌دهد (همان، ۳).

تعاونی‌ها در فعالیت‌های اقتصادی متنوع و گوناگونی اعم از حوزه تولیدی و خدماتی می‌توانند فعال باشند. بر اساس آمار اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۶، ۳۳ درصد از کل تعاونی‌ها (شرکت‌کننده در نظرسنجی) در بخش کشاورزی و صنایع غذایی، ۱۹ درصد در خدمات بانکی و مالی، ۱۶ درصد در سایر خدمات (خدمات تجاری، حمل‌ونقل، ارتباطات)، ۷ درصد در صنعت و تأسیسات، ۶ درصد در بیمه و ۴ درصد در بخش‌های بهداشت، آموزش و مراقبت اجتماعی فعالیت داشتند و سرمایه‌های آن بخش را به خود جذب نمودند. حدود ۵۰ درصد از ۲۵۷۵ تعاونی مورد بررسی در چارچوب تعریف کمیسیون اروپا از شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) (برحسب گردش مالی سالانه ۵۰ میلیون یورو) قرار داشتند.

همچنین طبق تحقیقات کمیسیون اروپا، تعاونی‌ها در برخی صنایع سهم بازار قابل توجهی دارند که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- کشاورزی: ۸۳ درصد در هلند، ۷۹ درصد در فنلاند، ۵۵ درصد در ایتالیا و ۵۰ درصد در فرانسه

- جنگلداری: ۶۰ درصد در سوئد و ۳۱ درصد در فنلاند

- بانکداری: ۵۰ درصد در فرانسه، ۳۷ درصد در قبرس، ۳۵ درصد در فنلاند، ۳۱ درصد در اتریش و ۲۱ درصد در آلمان

- خرده‌فروشی: ۳۶ درصد در فنلاند و ۲۰ درصد در سوئد

- داروسازی و مراقبت‌های بهداشتی: ۲۱ درصد در اسپانیا و ۱۸ درصد در بلژیک

تشکل‌هایی مانند تعاونی به دلیل مشارکت اجتماعی، بازیگران مهمی در اقتصاد اجتماعی و توسعه هستند. اگر تعاونی‌ها از یک بهبود در تأمین مالی هدفمند و یا از یک سیاست کارآفرینانه که تنوعی در مدل‌های کسب‌وکار دارد، منتفع شوند، می‌توانند با توجه به قابلیت‌های خود تحولی در اقتصاد را باعث شوند. شایان توجه است، یک چارچوب نظارتی مناسب برای اطمینان از شرایط بازی



مساوی نسبت به سایر حوزه‌ها کمک بسزایی خواهد بود. در صورت ظرفیت‌سازی و کمک‌های سازمانی به‌ویژه به تعاونی‌های کوچک‌تر، زمینه برای رقابت آنها با سایر انواع شرکت‌ها فراهم شده و دستیابی به اهداف کلان برای سیاست‌گذار را عملیاتی‌تر می‌کند.

با توجه به آنچه از اهمیت و نقش سرمایه‌گذاری و همچنین نقش و ظرفیت تعاونی‌ها در اقتصاد گفته شد، دولت‌های مختلف رویکردهای متفاوتی را برای پیشبرد اهداف مربوطه بکار گرفتند. در ایران و به‌ویژه بعد از انقلاب اسلامی، برای اقتصاد سه بخش در نظر گرفته شد: بخش دولتی، خصوصی و تعاونی که این مقاله به طور خاص در ارتباط با موضوع سرمایه‌گذاری در بخش تعاون است. شایان توجه آنکه بسیاری از اهدافی که در انجام سرمایه‌گذاری‌ها دنبال می‌شود، در اهداف مقرر برای بخش تعاونی از سوی حاکمیت (و به‌ویژه بیانات امام خمینی و مقام معظم رهبری) نیز در نظر گرفته شده است. از این جمله می‌توان به فقرزدایی، افزایش مشارکت عمومی در اقتصاد، به‌کارگیری منابع انسانی متعهد و متخصص و ایجاد اشتغال اشاره کرد (سبحانی و همکاران، ۱۳۹۸). بر این اساس حمایت از بخش تعاون به عنوان روشی مشارکتی برای تولید ثروت و توزیع عادلانه درآمد و جلوگیری از بزرگ‌شدن بیش از اندازه دولت می‌تواند یکی از راهکارهای تحقق رشد و توسعه اقتصادی باشد. لازم به ذکر است، این نوع سرمایه‌گذاری به جهت مشارکت بیشتر عموم مردم می‌تواند دربردارنده متغیرهای بیشتری در چارچوب توسعه باشد و علاوه بر تحقق اهداف اقتصادی، پتانسیل بالایی برای تحقق اهداف اجتماعی به‌ویژه از منظر توسعه و مشارکت سرمایه‌انسانی و تحقق عدالت دارد. از این رو پرداختن به دو موضوع تعاون و سرمایه‌گذاری، توأمان می‌تواند برای توسعه و رشد اقتصادی کشور گشایش‌های بسیار به همراه داشته باشد.

موضوع سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون همانند سایر حوزه‌ها پیش‌نیازها و الزامات مشترک بسیاری دارد ولیکن به دلیل جنبه مشارکت اجتماعی بودن آن در اولویت‌بندی‌ها تفاوت اساسی دارد. این موضوع در این پژوهش به این مفهوم است که رویکرد کلی مانند سایر حوزه‌ها می‌باشد؛ بلکه اولویت پیش‌نیازها و الزامات در ایجاد ترتیبات سیاستی در حوزه تعاون بسته به نیازها منطقه‌ای و کشوری متفاوت می‌باشد. بنابراین سرمایه‌گذاری و انجام فعالیت‌های اقتصادی در قالب تعاونی، به دلیل ایجاد فضای مناسب برای استفاده جمعی از مهارت‌ها، دانش و منابع می‌تواند در مقایسه با قالب دولتی یا خصوصی به شرط موفقیت سرمایه‌گذاری‌ها نتیجه بهتری را به همراه داشته باشد. از این‌رو تمامی الزاماتی که در ارتباط با سرمایه‌گذاری بطور عام عنوان خواهد شد با توجه به شکل خاص این فعالیت اقتصادی که به‌ویژه از جمعی بودن آن و حضور عمدتاً طبقات اجتماعی با سطوح پایین‌تر درآمدی ناشی می‌شود و لذا باید به ویژگی‌های دیگری از حوزه تعاون در سطح داخلی هر منطقه نیز توجه داشت و از تحقق آنها به منظور انجام یک سرمایه‌گذاری موفق اطمینان حاصل کرد. برخی از این الزامات را می‌توان بدین ترتیب ارائه داد: شفافیت، وجود بازاریابی‌های فعال، تأمین سرمایه فیزیکی مورد نیاز نظیر ماشین‌آلات و انبارها (پناهی و همکاران، ۱۳۹۵).

این اهمیت در حالی است که به‌رغم تعیین افزایش سهم بخش تعاونی در اقتصاد تا ۲۵ درصد در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و حمایت از این بخش در بودجه‌های سنواتی سال‌های اخیر، همچنان سهم این بخش بسیار ناچیز است. با درک این مسأله از سوی حاکمیت، سند راهبردی توسعه بخش تعاون در سال ۱۴۰۱ به تصویب هیأت وزیران رسید. از این رو مقطع زمانی حال حاضر فرصتی مناسب و کلیدی در تعیین راهبردهای سرمایه‌گذاری در این بخش است تا علاوه بر ایجاد یک تقسیم کار ملی و توجه به

ظرفیت‌های منطقه‌ای در کنار اهداف کلان، با تجمیع و هم‌افزایی منابع و امکانات، امکان رشد هرچه بیشتر را در راستای اهداف کمی بلندمدت فراهم نماید.

بی‌تردید عواملی که در موفقیت یک سرمایه‌گذاری نقش دارد، در موفقیت ایجاد و پیشرفت یک تعاونی نیز عامل مهمی به شمار می‌رود. با این حال عوامل متعددی دیگری نیز در عملکرد موفق تعاونی‌ها وجود دارد که در برخی موارد، این عوامل خاص غالب‌تر از عوامل عمومی هستند. بانازاک^۱ (۲۰۰۸)، چهار عامل کلیدی را در این زمینه شناسایی کرده که عبارتند از قدرت رهبری، اندازه گروه، روابط تجاری بین اعضا و فرآیند انتخاب اعضا در فرآیند تشکیل گروه. در ارتباط با حمایت دولت، این حمایت می‌تواند مفید باشد، اما دولت‌ها باید از نظارت بیش از حد اجتناب کنند. تجارب کشورها حاکی از آن است که خودمختاری و آزادی از کنترل دولت در موفقیت تعاونی‌ها نقش دارد. وجود شبکه‌های تعاونی از دیگر عوامل مؤثر بر توانمندی تعاونی‌هاست. این شبکه به تعاونی‌ها در اجرای بهتر حکمرانی و آموزش کمک می‌کنند. برخی عوامل داخلی نیز هستند که بر موفقیت تعاونی تأثیر می‌گذارند؛ این عوامل، عواملی است که در داخل خود تعاونی ایجاد می‌شوند که می‌تواند شامل تعهد اعضا، مشارکت اعضا، عوامل ساختاری و ارتباطی و مدیریتی شوند (آچاریا، ۲۰۱۳)^۲. مطالعه‌ای در خصوص تعاونی‌های هند و بریتانیا (هارپر، ۱۹۹۲)^۳ نشان داد که رهبری فردی و اهداف اجتماعی گسترده‌تر منجر به ایجاد تعاونی‌های موفق می‌شود. تاریخچه تعاونی‌های روستایی در فیلیپین نیز حاکی از این موارد در موفقیت تعاونی‌هاست: دریافت خدمات بازاریابی و خرید با هزینه کمتر؛ دسترسی به اعتبار با نرخ بهره معقول؛ و دریافت یارانه‌های مالی (بیتونیو، ۲۰۲۰)^۴.

این معیارها برای عملکرد موفق در حالی است که همچنان برخی معیارها می‌تواند در بین تعاونی‌ها و در واقع در بین اعضای آن متفاوت باشد؛ از جمله حاشیه سود خالص، قیمت کالا، بازده حقوق صاحبان سهام و رشد فروش باشد. به عنوان مثال، افزایش اندازه تعاونی از رشد تعاونی حمایت خواهد کرد. این امر به تعاونی برای تولید بیشتر و افزایش قدرت بازاریابی کمک می‌کند و همین امر منجر به افزایش درآمد اعضا نیز می‌شود. اهمیت قدرت و مقیاس تعاونی در بازار معیاری است که در چارچوب آن حجم مناسبی از فعالیت و وجود قراردادهای بازاریابی از جمله عوامل موفقیت تعاونی‌ها ارزیابی می‌شود. این در حالی است که افزایش تعداد اعضای تعاونی پتانسیل ایجاد درگیری بین اعضا و بین اعضا با مدیریت را در بردارد. این تضادها پتانسیل تأثیرگذاری بر اثربخشی عملیات تعاونی را دارند. با این حال، جهت این اثرگذاری بر توسعه آتی تعاونی به دو صورت مثبت و منفی تأثیر می‌تواند باشد (آچاریا، ۲۰۱۳).

یکی از مطالعاتی که به خوبی چارچوب لازم برای موفقیت تعاونی‌ها را بررسی کرده است، مطالعه ماریا^۵ و همکاران (۲۰۱۹) است. این مطالعه تعاونی‌ها را به عنوان نهادی اجتماعی - اقتصادی معرفی می‌نماید و بیان می‌کند عوامل متعددی در عملکرد تعاونی‌ها نقش دارد که از جمله این موارد کیفیت مدیریت، برنامه‌ریزی راهبردی، مشارکت اعضا، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و رابطه‌ای

^۱ Banaszak

^۲ (Acharya, ۲۰۱۳)

^۳ (Harper, ۱۹۹۲)

^۴ (Bitonio, ۲۰۲۰)

^۵ Maria



می باشد. در این مطالعه، سه نوع رابطه شامل روابط بین اعضا، روابط بازاری و روابط پشتیبان برای فعالیت به طور کلی در موفقیت تعاونی برشمرده شده است.

متغیرهای کلیدی در جذب سرمایه‌گذاری از منظر سازمان‌های بین‌المللی

سرمایه‌گذاری و تداوم جذب آن از عوامل مؤثر در رشد اقتصادی است که عمدتاً اثرات آن از طریق رشد درآمدی، رشد بهره‌وری و ایجاد فرصت‌های شغلی پدیدار می‌شود. از طرفی رشد میزان سرمایه‌گذاری موفق به صورت مستمر، متغیر متمایزکننده کشورهای توسعه‌یافته از در حال توسعه است. حجم سرمایه‌گذاری و اثربخشی آن بی‌تردید شاخصی مهم در پیش‌بینی پذیرش تولید ناخالص داخلی، تورم و درآمد ملی است و به عبارت ساده‌تر، سرمایه‌گذاری، راه پیوند امروز به آینده است (سانگیتا، ۲۰۱۳)^۱ این در حالیست که بسیاری از کشورهای در حال توسعه با مشکل تشکیل سرمایه و ریسک موفقیت سرمایه‌گذاری روبرو هستند و همین امر آنان را در دام درآمدهای پایین، پس‌انداز پایین و در نهایت فقر گرفتار کرده است؛ بنابراین به نظر می‌رسد در گام اول، آنچه برای این کشورها از اولویت برخوردار است، شناسایی عوامل کلیدی و مؤثر در جذب سرمایه‌گذاری و بالابردن احتمال موفقیت آن است تا با شناسایی فقدان و یا کاستی آنها، اقدامات لازم در رفع و بهبود انجام پذیرد. از طرفی وجود سرمایه‌گذاری‌های موفق در تاریخچه سرمایه‌گذاری یک منطقه و کشور این بازخورد را برای سایر سرمایه‌گذاران و سرمایه‌ها ایجاد می‌نماید که فرصت‌های سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌ها و قوانین حاکمیتی پشتیبان در راستای حفظ منافع سرمایه‌شان می‌باشد و موجب ترغیب سرمایه‌گذار می‌شود که در نهایت منجر به تداوم و استمرار جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌گردد؛ لذا برای پوشش این مهم نیاز به درک منطق مزبور برای انجام اقدامات لازم در این زمینه به اصلاح یا کاهش نواقص بازار برمی‌گردد که از جمله مهم‌ترین آنها عدم تقارن اطلاعات است و به عبارتی لزوم تقارن اطلاعات فرصت‌های سرمایه‌گذاری ارائه شده با قوانین و زیرساخت‌های موجود آن منطقه می‌باشد (ولز و وینت، ۲۰۰۰). به طور خاص این عدم تقارن اطلاعات، مواردی مانند زیرساخت‌ها (پشتیبان‌ها محیطی)، برنامه توسعه منطقه‌ای، هزینه عملیاتی، مخارج سرمایه‌ای، شرکای تجاری، رقابت، مالیات و قانونگذاری را دربردارد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۵)^۲. در این زمینه دولت‌ها می‌توانند از طرق مختلف از جمله سرمایه‌گذاری‌های عمومی (در زیرساخت‌ها) و یا با تأمین مالی مشترک سرمایه‌گذاری‌ها در قالب قراردادهای بخش عمومی - خصوصی زمینه ارتقا و بهبود برای جذب سرمایه‌گذاری را فراهم آورند. با این حال، اصلی‌ترین اقدام برای جذب سرمایه‌گذاری موفق به صورت مستمر ایجاد یک ساختار رسمی کارآمد برای جذب سرمایه‌گذاری مستلزم شناخت از انواع متغیرهای تعیین‌کننده است (همان). منظور از کارآمدی یک ساختار، وجود تاریخچه تکرار شده سیاست‌ها در آن ساختار می‌باشد و دلیل اصلی رجوع به گزارشات بین‌المللی برای ایجاد مبانی نظری در شناسایی الزامات و پیش‌نیازهای فرصت‌های سرمایه‌گذاری وجود تاریخچه بالاتر (از منظر تعداد سال و تنوع محیطی) در جذب سرمایه‌گذاری می‌باشد تا بتوان اثر کارآمدی مجموعه سیاست‌ها را در ایجاد یک ساختار به درستی تحلیل نمود.

^۱ (Sangeetha, ۲۰۱۳)

^۲ (OECD, ۲۰۱۵c)

متغیرهای کلیدی در جذب سرمایه‌گذاری در سطح کلان از منظر سازمان‌های بین‌المللی

بر اساس الزامات شناسایی شده برای موفقیت سرمایه‌گذاری‌ها، مطالعه اتحادیه اروپا از دریچه شناسایی موانع سرمایه‌گذاری و توجه بیشتر به عنوان پیش‌نیازهای سرمایه‌پذیری، این الزامات را به شرح ذیل ارائه داده‌اند:

- حکمرانی و بدنه اجرایی: این متغیر دربردارنده شفافیت، کارایی و کیفیت بدنه اجرایی از جمله هماهنگی بین بخش‌های مختلف در خود ساختار اجرایی عمومی، هماهنگی با سایر سطوح حاکمیتی و هماهنگی با سایر بازیگران در خارج از بدنه اجرایی عمومی است.
- دسترسی به وجوه سرمایه‌گذاری و مدیریت آن: کاستی‌های موجود در برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت سرمایه‌گذاری‌های عمومی و عدم تطابق بین منابع مالی و عملکردها در دولت‌های منطقه‌ای.
- تأمین تدارکات عمومی و مشارکت عمومی - خصوصی (PPP): در این گروه درگیری مستقیم مقامات دولتی و بازیگران بخش خصوصی بسیار مشهود است. در این زمینه مواردی مانند طولانی‌بودن فرآیندهای مربوطه، چارچوب قانونی، عدم اطمینان در حوزه‌های حقوقی و قانونی، درجه نامناسب رقابت و مدیریت ضعیف در PPPها مطرح است.
- فضای کسب‌وکار: این متغیر گروه بزرگی از متغیرهای زیرمجموعه را در بردارد. از این جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

○ تغییر مکرر چارچوب نظارتی و عدم ثبات و پیش‌بینی‌پذیری؛

○ قوانین سنگین، رویه‌ها و مجوزها؛

○ الزامات طولانی و پرهزینه تمکین به‌ویژه برای شروع یک کسب‌وکار؛

○ عدم قطعیت‌های موجود در برنامه‌ریزی

○ دشواری در اخذ مجوزهای ساخت‌وساز برای یک کسب‌وکار؛

○ تأخیر پرداخت بر شرکت‌های کوچک و متوسط^۱.

- سایر پیش‌نیازهای اساسی که عبارت‌اند از:

○ نیروی انسانی ماهر؛

○ حمل‌ونقل؛

○ سایر زیرساخت‌های (پوچر و همکاران، ۲۰۱۶، ۳۷).^۲

^۱ SMEs

^۲ Jürgen Pucher, ۲۰۱۶



امروزه مؤسسات مالی بین‌المللی این ایده را تأیید می‌کنند که در کشورهای کمتر توسعه یافته یک شکاف زیرساختی وجود دارد و از بین بردن این شکاف می‌تواند رشد اقتصادی را برای این دسته از کشورها احیا کند (همان).

از عوامل موفقیت سرمایه‌گذاری در سطح کلان، شناخت متغیرهای فوق در چارچوب شرایط منطقه‌ای نیز هست. مناطق هم از نظر ساختار اقتصادی و هم از نظر محیط رشد با هم متفاوت هستند. هدف سیاست منطقه‌ای، یافتن راه‌هایی برای جبران کاستی‌های اقتصادی در سایه توجه و رشد پتانسیل‌ها در زمینه مزایای منطقه‌ای است تا در نهایت وضعیتی ایجاد شود که به موجب آن استاندارد زندگی در همه مناطق به یک اندازه بالا باشد. سیاست منطقه‌ای این نگرش یکی از عوامل مهم در برنامه‌ریزی برای توسعه متوازن است و برای رشد اقتصادی در سطح کلان نیز مفید بوده و می‌تواند منجر به تغییرات ساختاری و ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب شود. استراتژی‌های سرمایه‌گذاری یکی از استراتژی‌های موجود در سیاست منطقه‌ای است.^۱ این رویکرد در کشورهای توسعه یافته؛ مانند آلمان در حال حاضر در حال اجراست. دولت فدرال در آلمان در سال ۲۰۲۰ سیستم تامین مالی فدرال برای توسعه ساختاری مناطق را معرفی کرد که در بردارنده سازماندهی طرح‌های کمک‌های منطقه‌ای برای ایجاد یک سیستم یکپارچه است. این رویکرد با استفاده از چارچوب همکاری مشترک دولت فدرال برای ارتقای ساختارهای اقتصادی منطقه‌ای^۲ در سال ۲۰۲۲ در حال انجام است. در این چارچوب نیز شاخص‌هایی بدین ترتیب برای مناطق مشخص شده است که می‌تواند در ترکیب با متغیرهای کلان مورد استفاده قرار گیرد: بهره‌وری منطقه‌ای، متوسط نرخ بیکاری، جمعیت فعال و شاخص مربوط به زیرساخت‌ها (وزارت امور اقتصادی آلمان^۳).

متغیرهای کلیدی در جذب سرمایه‌گذاری در حوزه تعاون از منظر سازمان‌های بین‌المللی

در این ارتباط سلسله گزارش‌های سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) طی سال‌های مختلف چندین متغیر را برای جذب سرمایه‌گذاری که برای حوزه‌های بخشی به خصوص حوزه تعاون مهم می‌باشد به شرح ذیل مؤثر دانسته است:

- سیاست سرمایه‌گذاری کلان: کیفیت سیاست‌های سرمایه‌گذاری در سطح کلان مستقیماً بر تصمیمات سرمایه‌گذاری افراد در هر حوزه‌ای از جمله تعاون اثرگذار خواهد بود. اصولی نظیر شفافیت، حفاظت از حقوق مالکیت و عدم تبعیض از جمله متغیرهای مهم در این سیاست‌گذاری‌هاست.
- مشوق‌های سرمایه‌گذاری: اقداماتی جهت تسهیل و تشویق سرمایه‌گذاری‌ها از جمله مشوق‌های مالیاتی مشروط بر آنکه با هدف اصلاح کاستی‌های بازار باشد و منجر به تقویت هرچه بیشتر نقاط قوت فضای سرمایه‌گذاری شود می‌تواند عاملی مؤثر در جذب سرمایه‌گذاری باشد.

^۱ <https://www.oecd.org>

^۲ Framework for the Coordination of the Joint Federal/Länder Task for the Improvement of Regional Economic Structures

^۳ <https://www.bmwi.de/>

- حاکمیت شرکتی: میزان رعایت اصول اساسی حاکمیت شرکتی می تواند اثری تعیین کننده بر تصمیمات سرمایه گذاران داشته باشد. این موضوع اعتماد سرمایه گذاران، هزینه سرمایه، عملکرد کلی بازارهای مالی و در نهایت توسعه تأمین مالی پایدار را تحت تأثیر قرار می دهد.
 - توسعه منابع انسانی: این متغیر پیش نیازی برای شناسایی و استفاده از فرصت های سرمایه گذاری لازم است. این سیاست منجر به دسترسی به جمعیتی ماهر و منعطف می شود که پشتوانه ای محکم برای انواع سرمایه گذاری ها به ویژه در حوزه های مانند تعاون خواهد بود.
 - توسعه زیرساخت ها و بخش مالی: این نوع سیاست ها علاوه بر تنوع بخشی روش های تأمین مالی، هدایت منابع کمیاب به سمت طرح های مولد را به عهده دارد و انجام مؤثر آنها با ایجاد ثبات و اطمینان در فضای سرمایه گذاری، تنگناهای سرمایه گذاری در بخش خصوصی را کاهش می دهد.
 - حاکمیت عمومی: کیفیت نظارت و یکپارچگی بخش عمومی دو رکن از این متغیر هستند که برای جلب اعتماد سرمایه گذاران و بهره مندی از مزایای توسعه اهمیت کلیدی دارند. در این زمینه علی رغم اینکه مدل واحدی وجود ندارد، اما می توان از برخی استانداردهای عمومی در زمینه حکمرانی خوب^۱ پذیرفته شده استفاده کرد.
 - اندازه بازار و رشد: بی تردید کشورهایی با بازارهای بزرگ تر و عمق بیشتر، نرخ رشد بالاتر و فرصت های سرمایه گذاری قابل توجه تری را برای سرمایه گذاران نشان خواهند داد (OECD، ۲۰۰۶ و ۲۰۱۸).
- در بررسی های مربوط به شناسایی پیش نیازها و الزامات فرصت ها سرمایه گذاری علاوه بر موارد فوق اشاره که بیشتر در حوزه اقتصادی قرار دارند، نشان می دهد که بخش های سیاسی، اجتماعی و فنی هم از جمله حوزه های ارزیابی است که با جمع بندی و ترکیب تمامی این بررسی ها، می توان به چارچوبی برای تدوین یک استراتژی برای شناسایی پیش نیازها و الزامات فرصت ها سرمایه گذاری دست یافت.

متغیرهای بنیادی تعیین پیش نیازها و الزامات فرصت ها سرمایه گذاری از منظر سازمان های بین المللی

با توجه به ادبیات موجود و مبانی نظری ارائه شده در ارتباط با متغیرهای کلیدی در جذب سرمایه گذاری از منظر سازمان های بین المللی در دو سطح در سطح کلان و به صورت خاص در حوزه تعاون، پنج موضوع "سیاست های کلان اقتصادی"، "حکمرانی و شفافیت"، "منابع مالی"، "فضای کسب و کار" و "زیرساخت ها" به عنوان اصول بنیادی تعیین پیش نیازها و الزامات فرصت ها سرمایه گذاری تلخیص و تبیین شده است که در قالب جدول شماره (۱) ارائه گردیده:

^۱ Good governance



<p>۱- سیاست‌های کلان اقتصادی</p> <p>✓ سیاست‌های کلان در حوزه سرمایه‌گذاری از جمله میزان حفاظت از حقوق مالکیت، میزان دسترسی به تجارت خارجی</p> <p>✓ انواع مشوق‌ها در زمینه‌های مالی، مکان استقرار و...</p>
<p>۲- حکمرانی و شفافیت</p> <p>✓ کیفیت، کارایی و شفافیت در بدنه اجرایی از جمله هماهنگی بین خدمات و بخش‌های مختلف در اجرا</p> <p>✓ هماهنگی مقامات محلی با دولت در سطوح مختلف اجرا</p> <p>✓ هماهنگی بین بدنه اجرایی با سایر نقش‌آفرینان در بخش خصوصی</p>
<p>۳- منابع مالی</p> <p>✓ دسترسی، برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت وجوه مربوط به سرمایه‌گذاری</p> <p>✓ عدم تطابق میان منابع مالی و عملکرد در سطوح مختلف</p>
<p>۴- فضای کسب‌وکار</p> <p>✓ طولانی‌بودن فرآیندها، چارچوب قانونی موجود، میزان عدم‌اطمینان و پیچیدگی در قوانین و مقررات به‌ویژه در ارتباط با قراردادهای بین بخش دولتی و بخش خصوصی</p> <p>✓ ثبات و قابلیت پیش‌بینی</p> <p>✓ مجوزها و فرآیندها</p> <p>✓ زمان‌بر بودن و هزینه‌بر بودن الزامات انجام کسب‌وکار به‌ویژه در آغاز فرآیند</p> <p>✓ دشواری در دسترسی به منابع مالی برای SMEها</p> <p>✓ دشواری در ترکیب کانال‌های تأمین مالی بخش خصوصی و دولتی</p>
<p>۵- زیرساخت‌ها</p> <p>✓ سرمایه انسانی ماهر متناسب</p> <p>✓ حمل‌ونقل</p>

جدول ۱. متغیرهای مؤثر در جذب سرمایه‌گذاری

تجربه کشورهای منتخب در جذب سرمایه‌گذاری

در این بخش و به‌منظور به دست آوردن نتایجی برای استخراج پیش‌نیازها و الزامات فرصت‌ها سرمایه‌گذاری که بتواند منجر به استفاده عملیاتی از طریق تجارب کشورها گردد، هر دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای در حال توسعه به خصوص در حوزه تعاون مورد بررسی قرار خواهیم داد. از طرفی روند بررسی‌های به‌عمل‌آمده در تطبیق با بخش قبلی صورت گرفته است.

تجربه کشورهای توسعه‌یافته در جذب سرمایه‌گذاری

در این زمینه کشورهایی مانند ایتالیا، آلمان، پرتغال، سوئد، لهستان و اسلواکی در زمره کشورهای توسعه‌یافته (جدول ۲) و در گروه کشورهای در حال توسعه هستند.

کشور	مانع اصلی	اقدام
سوئد	<p>✓ عدم تطابق مهارت‌ها با دانش</p> <p>✓ سهم بالای افراد بیکار در گروه‌های آسیب‌پذیر</p> <p>✓ حجم بالای مهاجرین در بازار کار</p>	<p>✓ اجرای سیاست‌های یافتن سریع کار برای مهاجران با لحاظ تطبیق با مهارت‌ها و کمبود نیروی کار در بخش‌های مختلف</p> <p>✓ ارتقای عملکرد آموزشی از جمله آموزش زبان</p>
آلمان	<p>✓ عدم تطابق میان قابلیت‌ها و تأمین مالی</p> <p>✓ سرمایه‌گذاری در سطح دولت منطقه‌ای</p>	<p>✓ تأسیس صندوق از سوی دولت فدرال برای تأمین زیرساخت‌ها با تمرکز بر بیمارستان، حمل‌ونقل، آموزش و فناوری اطلاعات</p>

بازنگری و بهبود برنامه‌ریزی مرکزی	✓ عدم ثبات در برنامه‌ریزی فضایی در سطح منطقه‌ای ✓ مقررات‌گذاری بیش از حد ✓ ناهماهنگی‌های اجرایی و نظارتی	لهستان
✓ همسان‌سازی و بودجه‌های چندگانه سالانه ✓ بسیج وجوه موجود ✓ تقویت مکانیسم هماهنگی در برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی برنامه‌های کلان	نقصان در زیرساخت‌های حمل‌ونقل به همراه عدم وجود ظرفیت مالی در مناطق	اسلواکی
تشکیل یک کارگروه به منظور رسیدگی به مشکلات اداری، منطقی‌سازی قراردادهای، موانع عمده رقابت و سیستم‌های کنترلی مربوط به فساد و کارایی فرآیندها	انحصار، چارچوب قانونی پیچیده و روش مدیریت منسوخ در ارائه خدمات توسط شرکت‌های عمومی محلی	ایتالیا
ایجاد یک چارچوب تجدیدنظر شده برای PPP شامل کاهش تعداد بالای PPPها در یک بازه زمانی کوتاه‌مدت؛ ایجاد استانداردها و قواعدی در سطح محلی و منطقه‌ای برای افزایش شفافیت و مدل‌های پیش‌بینی برای ریسک و هزینه؛ تجدیدنظر در مدیریت قراردادهای و تأمین تدارکات عمومی	عدم وجود شفافیت در قراردادهای مشارکت عمومی - خصوصی (PPP) به جهت فقدان داده و شاخص‌های عملکرد برای تفکیک هزینه‌های اجرایی و نگهداری، کوتاه نگری و سوءاستفاده از مزایای بودجه‌های کوتاه‌مدت در سطح محلی، مهارت‌های ضعیف در تحلیل ریسک، توزیع ریسک	پرتغال

جدول ۲. برخورد کشورهای توسعه‌یافته با موانع موجود در سرمایه‌گذاری مأخذ: EU, ۲۰۱۶

با توجه به جدول شماره (۲)، مشکلات کشورهای توسعه‌یافته تقریباً تمامی موارد مربوط در جدول شماره (۱) در حوزه‌های زیرساخت، شفافیت، منابع مالی و فضای کسب‌وکار را در برمی‌گیرد. نکته شایان توجه در فرآیند شناسایی موانع سرمایه‌گذاری در این کشورها، نه تنها شناسایی موانع موجود و ارائه راهکارهای عملیاتی، بلکه ارزیابی نحوه اجرای راهکارها از سوی یک سازمان مرجع بین‌المللی است. در این ارتباط، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) در مورد هر یک از کشورهای مندرج در جدول ارزیابی خود را در خصوص نحوه اجرای راهکارها در برخورد با موانع سرمایه‌گذاری در چارچوب مجموعه‌ای از اصول عمومی انجام داد که می‌تواند به صورت کلی برای سایر کشورها و نحوه رویارویی آنان در برطرف کردن مشکلات نیز قابل بهره‌برداری باشد. اقلام این ارزیابی به شرح ذیل است:

الف) سرمایه‌گذاری عمومی هماهنگ در سطوح مختلف منطقه‌ای و سیاست‌ها

- سرمایه‌گذاری با به‌کارگیری یک استراتژی یکپارچه که برای مناطق مختلف مناسب باشد.
- به‌کارگیری ابزارهای مؤثر برای همکاری در سطوح مختلف ملی و منطقه‌ای
- همکاری و هماهنگی بین مقامات منطقه‌ای برای سرمایه‌گذاری در مقیاس مرتبط

ب) تقویت ظرفیت‌ها برای سرمایه‌گذاری عمومی و ارتقای یادگیری سیاستی در تمام سطوح دولتی

- ارزیابی اثرات و ریسک‌های بلندمدت سرمایه‌گذاری عمومی
- تعامل با ذی‌نفعان در طول چرخه سرمایه‌گذاری
- بسیج بازیگران در بخش خصوصی و مؤسسات مالی به‌منظور تنوع‌بخشی به منابع مالی و تقویت ظرفیت‌ها



- تقویت توان کارشناسی کارمندان و مؤسسات عمومی در حوزه سرمایه گذاری عمومی
- تمرکز بر نتایج و ارتقای یادگیری مبتنی بر تجربه

ج) اطمینان از شرایط و چارچوبی مناسب برای سرمایه گذاری در تمام سطوح دولت

- ایجاد یک چارچوب مالی متناسب برای اهداف سرمایه گذاری موردنظر
- ضرورت یک مدیریت شفاف و سالم در تمام سطوح دولتی
- ارتقای شفافیت و استفاده استراتژیک از منابع عمومی در تمام سطوح دولتی
- تلاش برای کیفیت و ثبات در سیستم های نظارتی در سطوح مختلف دولتی

د) معیارهای ارائه شده برای انجام کسب و کار از سوی بانک جهانی

- آغاز یک کسب و کار
- نحوه اعطای مجوز
- برق
- ثبت حقوق مالکیت
- اخذ اعتبار
- حمایت از سرمایه گذاران اقلیت
- پرداخت مالیات
- اجرای قراردادها
- تجارت با خارج از کشور
- نحوه برخورد با ورشکستگی

تجربه کشورهای منتخب در حال توسعه در جذب سرمایه گذاری

علاوه بر کشورهای توسعه یافته، کشورهای در حال توسعه نیز به جهت بهبود فضای سرمایه گذاری، به ویژه بعد از بیماری همه گیر کووید ۱۹ از کمک های فنی سازمان های بین المللی از جمله بانک جهانی بهره مند شدند. این بهره مندی به منظور دریافت مشاوره در مورد سیاست های پیوند هرچه بیشتر بخش خصوصی با پویایی های ایجاد شده در الگوهای تجارت و سرمایه گذاری در دنیاست تا بدین ترتیب تاب آوری و بهبود اقتصاد به شیوه ای انعطاف پذیر حمایت شود. نتیجه این همکاری و مشاوره علاوه بر بهره مندی از دانش روز اقتصادی و بهبود فرآیندها در انجام اقدامات لازم، پویایی شرکت ها، تحول اقتصادی و ایجاد شغل است. در این چارچوب راهکارهای ارائه شده و تعیین الزامات بر پایه سه رکن پیشنهاد می شود: اصلاحات مبتنی بر شواهد، تقویت هرچه بیشتر رقابت اقتصادی، گسترش فرصت های سرمایه گذاری. با توجه به این چارچوب تجارب برخی کشورها به شرح جدول (۳) قابل طرح است.

کشور	مانع اصلی	اقدام
بنگلادش	✓ کاستی در زیرساخت‌ها مانند انرژی ✓ قاعده‌گذاری فضای کسب و کار	طراحی و اجرای یک برنامه ساده‌سازی گسترده شامل کاهش هزینه برای اتصال به شبکه برق و راه‌اندازی فروشگاه تک‌مرحله‌ای (OSS)
اکوادور	✓ دسترسی محدود به بازارهای سرمایه ✓ نرخ‌های بالای اشتغال در بخش غیررسمی و دسترسی نابرابر به خدمات عمومی	معرفی شرکت سهامی ساده شده جدید با چارچوب قانونی انعطاف‌پذیرتری که مناسب شرکت‌های کوچک و متوسط باشد.
اتیوپی	فقدان سیاست‌ها و قواعد شفاف	ایجاد ۶ بخش جدید در FDI در راستای جذب سرمایه خارجی
گینه	مشارکت اندک عرضه‌کنندگان محلی در بخش معدن	ایجاد یک پلتفرم بازار برای عرضه‌کنندگان آنلاین
میانمار	✓ محدودیت‌های موجود در حوزه تجارت خارجی و ارز ✓ تغییر مکرر قوانین و مقررات	حذف محدودیت‌های ورود سرمایه‌گذار به میانمار و کاهش غربالگری در مورد FDI
عراق	✓ ریسک‌های موجود در مدیریت سرمایه‌گذاری ✓ قاعده‌گذاری سیاست‌های حوزه به سرمایه‌گذاری	تأسیس مکانیزم اعتراض و شکایت سرمایه‌گذار در کمیسیون سرمایه‌گذاری بصره
عربستان	سطح پایین مشارکت اقتصادی زنان	کاهش موانع قانونی مشارکت اقتصادی زنان و ایجاد برابری قانونی در مواردی مانند سفر، اشتغال و حقوق
ویتنام	سطح پایین ظرفیت شرکت‌های کوچک و متوسط عرضه‌کننده	به‌کارگیری استانداردها و ابزارهای جدید مدیریتی

جدول ۳. برخورد کشورهای در حال توسعه با موانع موجود در سرمایه‌گذاری (بانک جهانی، ۲۰۲۳)

نتیجه‌گیری

در بسیاری از تجارب در رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری نقش کلیدی داشته است. سرمایه‌گذاری موفق با ایجاد اشتغال و افزایش درآمد‌های پایدار به‌ویژه اگر در مناطق کمتر توسعه‌یافته و با مشارکت اکثریت مردم در چارچوبی مانند تعاونی انجام شود، رشد چندجانبه قابل‌توجهی را از منظر اقتصادی و اجتماعی به همراه خواهد داشت. این مطالعه با توجه به نقش و اهمیت سرمایه‌گذاری در بخش تعاون که می‌تواند ابزاری در مسیر دستیابی به رشد و توسعه منطقه‌ای و ملی باشد از یک طرف و شکاف موجود بین میزان سرمایه‌گذاری موجود در بخش تعاونی با هدف مقرر در سند توسعه بخش تعاون مصوب ۱۴۰۱، قصد دارد تا الزامات اساسی برای انجام یک سرمایه‌گذاری موفق در بخش تعاون را تبیین نماید. با توجه به مطالب بیان شده می‌توان بیان داشت که بخشی از این الزامات و پیش‌نیازهای سرمایه‌گذاری موفق مربوط به جایگاه شرکتی و حوزه فعالیت و ساختار محیطی فعالیت تعاونی‌های مربوط می‌باشد. بخشی دیگر نیز از مطالعه تجارب کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه که در چارچوب نظرات و ارزیابی‌های سازمان‌های بین‌المللی از جمله بانک جهانی، کمیسیون اتحادیه اروپا و سازمان همکاری‌های اقتصادی (OECD) انجام گرفته، استخراج شده است؛ لذا این بررسی‌ها نشان می‌دهد متغیرهای شناسایی شده با توجه به اینکه در این پژوهش به تفصیل به متغیرهای زیرمجموعه آنها نیز پرداخته شده، حاکی از وجود سه دسته عمده به این ترتیب است: حوزه سیاستی (اعم از حوزه‌های مختلف سیاست‌گذاری مالیاتی، تجاری، حکمرانی شرکتی، رقابت و ...)، حوزه زیر ساخت‌ها (اعم از فیزیکی، مالی و انسانی)، متغیرهای مؤثر در محیط کسب و کار (از جمله متغیرهای مورد استفاده در ارزیابی کسب و کار از سوی بانک جهانی). در سطح کشورهای منتخب نیز اهم موارد الزامات و پیش‌نیازها عبارت بوده از کمبود مهارت نیروی انسانی و عدم هماهنگی آن با نیازهای موجود (سوئد)، مشکلات موجود در تأمین مالی زیرساخت‌ها با توجه به فرصت‌های سرمایه‌گذاری ارائه شده (آلمان)، ناکارآمدی



در بدنه اجرایی در کشف و ارائه ظرفیت های سرمایه گذاری با در نظر گرفتن زیر ساخت های محیطی (ایتالیا)، و عدم وجود شفافیت لازم در تضمین قراردادهای بین بخش خصوصی و دولتی (پرتغال) از موانع اصلی سرمایه گذاری شناخته شده است. بر همین اساس بررسی رویکردهای اتخاذ شده نشان می دهد وجه مشترک تمامی این الزامات و پیش نیازها بر محوریت اصل افزایش احتمال موفقیت سرمایه گذاری های انجام شده برای حفظ اعتماد عمومی در تداوم روند جذب سرمایه گذاری در جهت بالابردن میزان مشارکت در حوزه تعاونی با توجه به جنبه اجتماعی آن می باشد. لذا نتیجه گرفته می شود که رعایت این اصل در اولویت بندی الزامات و پیش نیازها باید در تدوین ساختار کارآمد سیاستی حفظ گردد. در ارتباط با بررسی این متغیرها در گام بعدی پیشنهاد می گردد تا با تعریف شاخص های عملیاتی، ارزیابی و تدوین پیش نیازها و الزامات فرصت های سرمایه گذاری به طور عام و به طور خاص اطلس سرمایه گذاری متناسب با شرایط محیطی و قوانین و مقررات داخلی کشور مدنظر قرار گیرد.

منابع

۱. پناهی حسین، داود حمیدی رزی و فرهاد عزیزی (۱۳۹۵)، تعاون و رونق اقتصادی؛ یک مطالعه بین استانی، فصلنامه علمی پژوهشی تعاون و کشاورزی، دوره ۵، شماره ۲۰
۲. سبحانی حسن، ناصر پورصادق، محمد عباسی، پیمان باباخانلو (۱۳۹۸)، اقتصاد بخش تعاونی (دکترین، اهداف و سیاست ها)، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، شماره ۱۴
۳. نجفی بهاء الدین (۱۳۸۸)، تجربیات جهانی در زمینه نقش تعاونی ها در کاهش فقر و اشتغال زایی، فصلنامه علمی پژوهشی تعاون و کشاورزی، دوره ۲۰
۴. Acharya, Bishwa Mohan (۲۰۱۴). Rural Agricultural Cooperatives in Nepal. Germany: Scholar's Press.
۵. Banaszak, I. (۲۰۰۸). Determinants of successful cooperation in agricultural markets: evidence from producer groups in Poland. Strategy and Governance of Networks, Heidelberg: physical-verlag.
۶. Bitonio Jo B (۲۰۲۰), Factors for Success in Cooperative Operations, <https://southernoregonbusiness.com/>
۷. European Parliament (۲۰۱۹), Cooperatives: Characteristics, activities, status, challenges, www.europarl.europa.eu/etudes
۸. Harper, M. (۱۹۹۲). "The Critical Factors for the Success of Cooperatives and Other Groups." in Small Enterprise Development. Vol ۳ No ۱, p. ۱۴.
۹. Jürgen Pucher, Haris Martinos and Wolfgang Schausberger (۲۰۱۶), Obstacles to investments at local and regional level, European Union and the Committee of the Regions.
۱۰. Maria, S., Darma, D. C., & Nurfadillah, M. (۲۰۱۹)., The Factors that Affect Toward Performance and Cooperative Success, Archives of Business Research, ۷(۱۲), ۲۱۹-۲۳۲.
۱۱. OECD (۲۰۰۶), Investment for Development; Investment policy cooperation with non-OECD economies.

۱۲. OECD (۲۰۱۵c), Report of *Strengthening Chile's Investment Promotion Strategy*, President of Chile, Michelle Bachelet, ratifies new Framework Law for Foreign Investment, MARCH ۲۰۱۵
۱۳. OECD (۲۰۱۸), Mapping of investment promotion agencies in OECD countries, www.oecd.org/investment.
۱۴. Sangeetha D(۲۰۱۳), Investment and its Role in Economic Development, International Journal of Science and Research
۱۵. Wells, L.T. and A.G. Wint (۲۰۰۰), "Marketing a Country (Revised Edition)", World Bank FIAS Occasional Paper ۱۳, Washington, DC.
۱۶. <https://www.bmwk.de/>
۱۷. <https://www.oecd.org>
۱۸. <https://www.worldbank.org/en/topic/investment-climate#1/>



قدرت هوش جمعی: نظام پیشنهادات و مزایای شرکت‌های تعاونی در استفاده از آن

آریا زارع‌پور^۱

چکیده

با توجه به افزایش سرعت تغییرات در محیط سازمان‌ها و لزوم بهره‌گیری از هوش جمعی در جهت کنش و واکنش مؤثر سازمان‌ها، شرکت‌ها به روش‌هایی برای بهره‌گیری از هوش جمعی و خلاقیت نیروی کار خود دست می‌یابند. یکی از راهکارهایی که به شهرت رسیده است، استفاده از نظام پیشنهادات^۲ است که به کارکنان اجازه می‌دهند ایده‌ها و راهکارها را ارائه دهند و به طور فعال در فرایندهای تصمیم‌گیری سازمان شرکت کنند. شرکت‌های تعاونی می‌توانند بیش از سایر انواع شرکت‌ها از این نظام بهره ببرند؛ زیرا درحالی‌که شرکت‌های خصوصی در گذشته به ساختار تصمیم‌گیری سلسله‌مراتبی اکتفا می‌کردند، شرکت‌های تعاونی از رویکرد دموکراتیک استفاده کرده‌اند و این رویکرد از زمینه‌های اصلی بهره‌گیری از نظام پیشنهادات است. از این رو، شرکت تعاونی از مزیت بالقوه‌ای در استفاده از سیستم پیشنهادات در مقایسه با شرکت خصوصی برخوردار است.

شرکت‌های تعاونی فراگیر بودن و مشارکت برابر همه اعضا در فرایندهای تصمیم‌گیری را در اولویت قرار می‌دهند. سیستم پیشنهادات نیز به هر عضوی اجازه می‌دهد تا ایده‌ها و پیشنهادات را بدون در نظر گرفتن موقعیت یا سهام مالکیت خود ارائه دهد. این فراگیری، حس مالکیت و مشارکت را در بین اعضا تقویت می‌کند و منجر به مشارکت و تعهد بیشتر و در نتیجه تقویت نظام پیشنهادات می‌شود. از این رو در شرکت‌های تعاونی که با اصولی مانند مشارکت اعضا، اداره دموکراتیک و مسئولیت اجتماعی هدایت می‌شوند، سیستم پیشنهادات با توانمندسازی اعضا و دادن صدایی به آن‌ها در شکل دادن به جهت شرکت، با این اصول هماهنگ می‌شود و ارزش‌های مشارکتی انصاف، شفافیت و عضو محوری را تقویت می‌کند.

توجه به این نکته مهم است که درحالی‌که شرکت‌های تعاونی دارای این مزایا در استفاده از نظام پیشنهاد هستند، شرکت‌های خصوصی نیز می‌توانند از اجرای چنین سیستم‌هایی برای تقویت مشارکت و نوآوری کارکنان بهره ببرند. تمایز اصلی، مالکیت و ساختار تصمیم‌گیری است که نحوه پردازش پیشنهادات و تصمیم‌گیری را در مقایسه بین شرکت‌های تعاونی و خصوصی متفاوت می‌کند. از این رو در این مقاله ضمن ارائه تعریف و تاریخچه مختصر نظام پیشنهادات به بررسی همخوانی اصول شرکت‌های تعاونی (بر اساس بازنگری اتحادیه بین‌المللی تعاون، ۱۹۹۵) با زمینه‌های پیاده‌سازی نظام پیشنهادات (بر مبنای مدل ارزیابی *CIPP*) پرداخته می‌شود.

واژگان کلیدی: زمینه‌های پیاده‌سازی، نظام پیشنهادات، شرکت‌های تعاونی، الگوی *CIPP*

^۱. دانش آموخته دکتری آینده‌پژوهی، مشاور مدیریت کیفیت و بهره‌وری. ایمیل: Madjid.zare60@gmail.com

^۲. Suggestion System

^۳. CIPP: Context, Input, Process, Product

مقدمه

امروزه یکی از معضلاتی که سازمان‌ها به آن مبتلا هستند مشکل نیروی انسانی و ناتوانایی سازمان در استفاده بهینه از توان بالقوه کارکنان به‌ویژه در سطوح کارشناسی و تخصصی است. این امر سبب کاهش بهره‌وری سازمان و ناتوانی در رقابت در عرصه‌های ملی و بین‌المللی گردیده است. متداول‌ترین راه برای برطرف ساختن این مشکل به‌کارگیری روش مدیریت مشارکتی است. اهمیت مدیریت مشارکتی به حدی است که برخی محققان آن را سومین انقلاب در مدیریت نام گذارده‌اند (طوسی، ۱۳۷۸؛ به نقل از پرستون و پاست^۱) تحلیل ادبیات مورد بررسی، ارزش پتانسیل ایده‌های کارکنان برای بهبود کلی عملکرد سازمان‌ها را روشن می‌کند. آندرو ای. مارکس ادعا می‌کند که "قدرت ایده‌ها، بزرگ‌ترین نیروی انسانی در جهان است" (مارکس، ۱۹۹۵).

به گواه بسیاری از گزارش‌ها، موفقیت اکثر شرکت‌های بزرگ مرهون به‌کارگیری مناسب این سبک مدیریت بوده است که به توسعه ظرفیت فردی کارکنان و ایجاد روحیه خودباوری، مسئولیت‌پذیری و تعهد در آنان منجر می‌گردد (به‌عنوان نمونه اصول ۱۴ گانه دمینگ^۲ و موفقیت‌های حاصل از آن ناشی از اثربخشی دیدگاه مدیریت مشارکتی است).

بدون شک شرکت تویوتا یک الگوی جهانی برای سیستم‌های ایده‌پردازی است. این شرکت بین سال‌های ۱۹۵۱ تا ۱۹۹۱ بیش از ۲۰ میلیون ایده ثبت کرد. تویوتا هیچ‌چیز را به‌اتفاق نمی‌گذارد و به کارکنان خود کلاس‌های آموزش نحوه نگارش پیشنهادها ارائه می‌دهد و کتابچه‌ای به نام "راهنمای ایده خلاق: هدف ایجاد محیط کاری بهتری که زندگی و کار شما ارزشمند باشد"^۳ تهیه کرده است (بیونگنام و یاسودا، ۱۹۹۲). از این رو باید دقت کرد که نظام پیشنهادات یک جزء کلیدی از استراتژی بلندمدت عملکرد هوشمندانه شرکت‌های تولیدی است (مولدوان، ۲۰۱۸).

در واقع طرف‌داران مشارکت باتکیه بر پیامدهای تجربی مشارکت و نتایج تحقیقات مرتبط، مدیریت مشارکتی را بهترین روش قلمداد می‌کنند که موجب بهبود گرایش‌های کارکنان (کانر، ۱۹۹۲؛ سیچی و کوزوسکی، ۱۹۹۴)، ایجاد مزایای شناختی (لاتام و همکاران، ۱۹۹۴)، مبارزه با دیوان‌سالاری حاد و افزایش خودیابی و انگیزش کارکنان (بول دوپال، ۱۹۸۹) می‌گردد. باین حال مدیریت مشارکتی مخالفانی نیز دارد که ابعاد منفی مشارکت را در مطالعات تجربی بررسی کرده‌اند (لویتان و جانسون، ۱۹۸۳؛ مودلر، ۱۹۷۱؛ برانن و همکاران، ۱۹۷۹؛ کوک، ۱۹۹۲؛ هلال و براون، ۱۹۸۱). بررسی ادبیات مشارکت از دید مخالفان و موافقان هرچند بر روشنگری پدیده مشارکت می‌افزاید، اما باید توجه داشته باشیم که مدیریت مشارکتی یک مفهوم چندچهره است (رهنورد، ۱۳۸۵، ۸۳-۸۴) و باید توجه داشت هرچند اصل مشارکت افراد در تصمیم‌گیری دارای مزایای زیادی است، ولی اعمال آن نمی‌تواند بدون اشکال ادامه یابد مگر آنکه به موازات آن تغییراتی در شرایط وضعی سازمان به وجود آید (همان جا، ۹۵).

یکی از شناخته‌ترین ابزار دستیابی به مشارکت عبارت است از نظام پیشنهادات که عاملی مؤثر در تغییر شرایط کار و ایجاد زمینه مناسب برای مشارکت کارکنان است. هرچند در ادبیات وسیع مدیریت مشارکتی، مباحث اندکی درباره استفاده از نظام پیشنهادات

^۱. Lee Pereston and James past

^۲. Deming's ۱۴ Points on Quality Management

^۳. The Creative Idea Guide: Aiming to Build a Better Workplace That Makes Your Life and Your Work Worthwhile



به‌عنوان ابزار مدیریت مطرح شده است (پانفورد و کاریپتر، ۱۹۶۸؛ ترانکو، ۱۹۹۳؛ میلنر و همکاران، ۱۹۹۵). علی‌رغم چنین محدودیت نظری، نظام پیشنهادات با استقبال فراوانی از سوی سازمان‌های تولیدی و خدماتی روبرو شده است و آمارهای ارائه‌شده از موفقیت نسبتاً بالای آن حکایت دارد (ایمانی، ۱۹۸۶؛ میشر، ۱۹۹۴). با توجه به ظرفیت نظام پیشنهادات می‌توان از آن در شرکت‌های تعاونی نیز بهره برد.

هرچند تحقیقات اندکی در زمینه استفاده از نظام پیشنهادات در شرکت‌های تعاونی صورت گرفته است. به نظر می‌رسد شرکت‌های تعاونی از منظر شرایط وضعی سازمان (رهنورد، ۱۳۸۵، ۹۵) که لازمه استفاده از ابزارهای مدیریت مشارکتی، از جمله نظام پیشنهادات، است داری مزایایی نسبت به سایر انواع شرکت‌هاست. از این رو در این مقاله به ارزیابی زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات در شرکت‌های تعاونی بر مبنای اصول بین‌المللی تعاون بر اساس بازنگری اتحادیه بین‌المللی تعاون (۱۹۹۵) پرداخته می‌شود تا مزیت شرکت‌های تعاونی در بهره‌گیری از این نظام روشن‌تر گردد. به این منظور و برای ایجاد روایی لازم در ارزیابی از بخش زمینه^۱ در مدل سیپ (CIPP) که از مدل‌های معروف ارزیابی است، بهره گرفته شده است.

نظام پیشنهادات

تعریف نظام پیشنهادات

یکی از تکنیک‌های مدیریت مشارکتی نظام پیشنهادات است که بر اساس آن کلیه کارکنان می‌توانند پیشنهادات، نظرات و ابتکارات خود را برای رفع مشکلات و نارسایی‌های موجود در روند کارهای سازمان ارائه دهند و بر طبق ضوابط خاصی مورد تشویق قرار گیرند. هدف از کاربرد این نظام اعتلای روحیه تعاون و همکاری کارکنان و همچنین ایجاد حس مسئولیت در آنان برای مشارکت در سازمان است (سلطانی، ۱۳۷۵). میلنر و همکاران (۱۹۹۵) نظام پیشنهادات را سازوکار رسمی برای ترغیب کارکنان به ارائه اندیشه‌های سازنده جهت بالندگی سازمانی توصیف می‌کند. کریر (۱۹۹۸) نظام پیشنهادات را ابزاری برای برانگیختن خلاقیت و نوآوری^۲ تعریف می‌کند (رهنورد، ۱۳۸۵، ۲۱۳). به عقیده بنگتسون و همکاران (۲۰۱۸) نظام پیشنهادات یک روش انگیزش و عملکرد کارکنان است که شرکت‌ها را به بهبود مداوم هدایت می‌کند؛ بنابراین، سیستم‌های پیشنهادات فرصتی ارائه می‌دهند تا سازمان‌ها به طور مستقیم از خلاقیت و نوآوری کارکنان خود بهره‌مند شوند و به بهبود مداوم دست یابند (ریتزشل و همکاران، ۲۰۱۰)

تاریخچه نظام پیشنهادات

نظام پیشنهادات برای نخستین بار به صورت بنیانی و استراتژیک در سال ۱۷۲۱ در کشور ژاپن و در زمان حکومت شوگان هشتم اجرا شد. به دستور حاکم ژاپن «یوشیموری توکاو» یک جعبه کوچکی در شهر قرار داده شد تا مردم نظراتشان را در این جعبه قرار دهند تا به این ترتیب دیدگاه‌ها و نظرات مردم نسبت به خط‌مشی‌های حکومت مشخص گردد. پس از ژاپنی‌ها، سوئدی‌ها در سال ۱۷۴۲،

۱. Context

۲. Innovation

با تشکیل کمیته‌های سلطنتی به‌گونه‌ای قوی و محکم به این امر پرداختند و بدین ترتیب نظرات مردم در تصمیم‌گیری‌های دولتی مشارکت داده شد. پس از آن ایتالیایی‌ها نیز به این سیستم روی آوردند و به دستور "دوگ نس" از طریق نصب منشوری در قصر پادشاهی، مزایای پیشنهادهای مردم را به دیواره‌های قصر آویختند. در سال ۱۷۷۰ در کشور انگلیس نظام پیشنهادها برای اولین بار در ناوگان دریایی این کشور به کار گرفته شد. در سال ۱۸۶۷ در کشور آلمان این سیستم در شرکت فولادسازی کروپ به کار گرفته شد و به کارکنان بابت پیشنهادهایشان مبلغ مختصری به‌عنوان پاداش نقدی تعلق می‌گرفت. در سال ۱۸۸۰ ویلیام دنی مالک شرکت کشتی‌سازی، به کارکنان خود دستور داد تا پیشنهادهای خود را در زمینه کاهش هزینه‌های تولید به وی ارائه دهند. در ابتدا کارکنان به‌صورت انفعالی با این سیستم برخورد کردند، اما پس از آنکه در ازای هر پیشنهاد، مدیریت مبلغی پاداش را اختصاص داد، میزان خلاقیت در پیشنهاد کارکنان افزایش یافت. نظام پیشنهادهای شرکت (دنی) به‌سرعت به‌عنوان یک نظام موفق در سطح اروپا و به‌ویژه انگلیس کپی‌برداری و اجرا گردید.

در آمریکا در سال ۱۸۹۴ نظام پیشنهادها برای نخستین بار در یکی از شرکت‌های مالی و پولی این کشور به اجرا درآمد و تا دهه ۱۹۴۰ شرکت‌های اندکی با این سیستم آشنا بودند و آن را به کار می‌بستند؛ اما پس از گذشت دهه ۱۹۴۰ آرام آرام تعداد شرکت‌ها و پیشنهادهای دریافتی از سوی کارکنان رو به فزونی گذاشت، به‌طوری‌که در جنگ جهانی دوم، به دلیل وضعیت بحرانی جنگ و نیاز به اختراع و اکتشاف و ابداع جدید، پیشنهادهای کارکنان به‌یک‌باره تا دو برابر افزایش یافت.

در سال ۱۹۵۰ و پس از جنگ جهانی دوم نظام بهبود مستمر یا همان (کایزن)، بعد جدید و سیستماتیک‌تری به برنامه‌های نظام پیشنهادها افزود. کایزن بر بهبود مستمر و تغییرات کوچک و پیوسته تأکید دارد و نظام پیشنهادها یکی از ابزارهای اصلی جهت این امر می‌باشد که نقش عمده‌ای را در انجام تغییرات کوچک برای بهبود مستمر (کایزن) ایفا می‌کند. پس از آنکه ژاپنی‌ها با فرهنگ بهبود مستمر و بی‌پایان که توسط ادوارد دمینگ و ژوران به آن‌ها آموزش داده شده بود، آشنا شدند و بعد از بازدیدهایی که مسئولین اجرایی ژاپنی از شرکت‌های آمریکایی داشتند، با نظام پیشنهادها آشنا شدند و به‌کارگیری این سیستم را در شرکت‌های خود به‌صورت علمی و سیستماتیک آغاز کردند.

اما این پیروی از آمریکایی‌ها در اجرای نظام، کاملاً هوشمندانه بود. در الگوی آمریکایی نظام پیشنهادها، بر منافع مالی پیشنهاد تأکید می‌شد و انگیزه مالی ایجاد می‌کرد، در حالی که الگوی ژاپنی بر اثرات جانبی مشارکت مثبت کارکنان تأکید می‌نمود. همچنین برخلاف آمریکایی‌ها که به دنبال تغییرات وسیع و یک‌باره بودند، ژاپنی‌ها علاقه‌مند تغییرات و بهبودهای کوچک، ولی مستمر بودند. امروزه در اغلب شرکت‌های تولیدی بزرگ و تقریباً نیمی از شرکت‌های کوچک و متوسط ژاپنی نظام پیشنهادها شکل گرفته به‌طوری‌که بیش از ۹۲ درصد از مؤسسات ثبت‌شده در بورس سهام و اوراق بهادار توکیو نظام پیشنهادها را اجرا می‌کنند. از جمله شرکت‌های موفق و باسابقه در امر نظام پیشنهادها در ژاپن، شرکت ماتسوشیتا می‌باشد که در سال ۱۹۸۵ با دریافت بیش از ۶ میلیون پیشنهاد در سال، مقام اول را در میان تمام شرکت‌های ژاپنی به دست آورد. در ضمن بالاترین تعداد پیشنهادهایی که توسط یک کارگر در طول سال در این شرکت ارائه گردید، ۱۶۸۲۱ پیشنهاد بوده است. نمونه‌ای از شرکت‌های موفق و باسابقه آمریکایی در اجرای نظام پیشنهادها شرکت جنرال‌موتور می‌باشد که در دهه ۱۹۶۰ موفقیت‌های چشمگیری در این زمینه به دست آورد.

۱. Kaizen



در ایران نظام پیشنهادها برای اولین بار در اوایل سال ۱۳۶۵ در یکی از شرکت‌های تحت پوشش سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (شرکت ایران رادیاتور) به اجرا درآمد و در اوایل سال ۱۳۶۸ در شرکت‌های نورد، تولید قطعات فولادی، شرکت اکام فلز و شرکت سولیران طراحی و اجرا گردید (سامانی و همکاران، ۱۳۹۴). از آن به بعد شرکت‌های دیگری نیز به اجرای نظام پیشنهادها پرداختند که امروزه در بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌های داخلی، این نظام پیاده‌سازی شده است.

ارزیابی الزامات پیاده‌سازی نظام پیشنهادات

ارزیابی عبارت است از فرایند تعیین کردن، به دست آوردن و فراهم ساختن اطلاعات توصیفی و قضاوتی در مورد ارزش و مطلوبیت هدف‌ها، طرح، اجرا و نتایج به‌منظور هدایت تصمیم‌گیری، خدمت به نیازهای پاسخگویی و درک بیشتر از پدیده‌های مورد بررسی (استافلیم، ۱۹۷۱).

کوبا و دانیل استافلیم با توجه به ناکارآمد بودن راهبردهای ارزشیابی سنتی نظیر آزمون‌های استاندارد، تعریف جامعی برای ارزشیابی ارائه نمودند: در این تعریف ارزشیابی فرایند مستمری است که ۳ مرحله دارد. در مرحله تعیین کردن، ارزشیاب تلاش می‌کند تا آنچه را که تصمیم‌گیرندگان برای تصمیم‌گیری نیاز دارند، مشخص و به‌صورت روشن بیان کنند. در مرحله به دست آوردن، اطلاعات لازم در مورد برنامه جمع‌آوری، سازمان‌دهی و تحلیل می‌شود. در مرحله فراهم آوردن، از ترکیب اطلاعات به‌دست آمده و تحلیل شده، یافته‌های قابل‌استفاده جهت تصمیم‌گیری در مورد برنامه به‌صورت توصیفی و قضاوتی فراهم و جهت اقدامات عملی باهدف بهبود و اصلاح برنامه در اختیار مخاطبین قرار داده می‌شود (ideaco.ir، ۱۳۹۷). براین اساس استافلیم (۱۹۷۲) الگوی CIPP را برای ارزیابی پیشنهاد می‌کند. کلمه CIPP از حروف اول کلمات Context (موقعیت، زمینه، بافت)، Input (درونداد)، Process (فرایند) و Product (برونداد، نتیجه، محصول) می‌باشد (رهنورد، ۱۳۸۶). در این الگو هدف از ارزشیابی به دست آوردن اطلاعات مفید برای تصمیم‌گیرندگان است.

الگوی CIPP در ارزیابی

کار بر روی الگوی سیپ در سال ۱۹۶۵ به خاطر این که مدارس دولتی آمریکا با این مسئله روبرو بودند که آن‌ها نمی‌توانستند به طور موفقیت‌آمیز و معناداری پروژه‌های مورد حمایت خود را ارزشیابی کنند و مطابق با اهداف و استاندارد تعیین شده به ارزشیابی برنامه، کنترل کردن آن، دست‌کاری متغیرها اقدام کنند شروع شد. با وجود مشکلات فراوان در شروع اجرای الگوی سیپ، این الگو به طور وسیع و گسترده‌ای توسعه داده و به کار برده شد. کسانی که در حال حاضر، قصد به‌کارگیری یا قصد انجام این الگو را دارند عبارت‌اند از: مقامات دولتی، مقامات اداری و رسمی، کارکنان پروژه و برنامه، آژانس‌های توسعه کشاورزی، مدیران مدارس، مقامات کلیسا، فیزیک‌دانان و ارزشیابان می‌باشد. استافلیم می‌گوید عقاید من درباره ارزشیابی بر مبنای یادگیری از طریق فعالیت و تلاش برای شناسایی و از بین بردن اشتباهات به وجود آمده در فرایند ارزشیابی می‌باشد. اکنون من می‌توانم پیشنهاد کنم که

^۱. <https://ideaco.ir/mag>

ارزشیابی اولیه به این معناست که ارزشیابی باید از طریق نحوه عمل و فعالیت و بازخورد و انعکاس یک حیطه وسیعی از ارزشیابی‌ها صورت بگیرد (استفال بیم، ۲۰۰۰)

انواع ارزشیابی در الگوی سیپ

الگوی ارزشیابی سیپ چهار نوع ارزشیابی را ارائه می‌کند. کلمه CIPP از حروف اول کلمات Context (موقعیت، زمینه، بافت)، Input (درونداد)، Process (فرایند) و Product (برونداد، نتیجه، محصول) می‌باشد؛ زیرا این الگوی ارزشیابی دارای چارچوبی است که مدیران و تصمیم‌گیرندگان را در چهار نوع تصمیم‌گیری زیر کمک می‌کند:

الف: ارزشیابی از موقعیت یا زمینه:

این ارزشیابی مهم‌ترین نوع ارزشیابی‌های الگوی سیپ است و ارتباط نزدیکی با تصمیمات مربوط به برنامه‌ریزی دارد. ارزشیابی زمینه به تشخیص فرصت‌های محیطی استفاده‌نشده در طرح‌ها پرداخته و نیازهای برآورده نشده موجود را آشکار می‌کند. به طور خلاصه، این مرحله از ارزشیابی به تصمیم‌گیری در زمینه طراحی کمک می‌کند (سیف، ۱۳۸۴، ص ۷۵) و به دلیلی منطقی برای اجرای یک برنامه اشاره دارد (ورجو، ۲۰۱۶). این ارزیابی مبنای تشخیص مسائلی است که یک مبنای اساسی برای تدوین اهدافی به دست می‌دهد که تحقق آن‌ها موجب بهبود برنامه می‌شود. طبق نظر استافل بیم هدف از ارزیابی زمینه، ارزیابی آمادگی کلی محیط پروژه، بررسی اینکه آیا اهداف و اولویت‌ها با نیازها هماهنگ هستند یا خیر و ارزیابی اینکه آیا اهداف پیشنهادی به اندازه کافی به نیازهای ارزشیابی شده پاسخ می‌دهند یا خیر (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۱).

ب: ارزشیابی درون‌داد:

هدف کلی ارزشیابی درون‌داد کمک به تصمیم‌گیرندگان برای بررسی راه‌حل‌های گوناگون تحقق هدف‌ها و تکامل برنامه‌ها برای نیل به اهداف است و به مجریان برنامه‌ها کمک می‌کنند تا از فراهم آوردن دروندادهای غیرلازم که باعث عدم تحقق اهداف می‌شوند، خودداری کنند... ارزشیابی درون‌داد در ارتباط با قضاوت منابع و راهبردهای موردنیاز برای تحقق اهداف کلی و جزئی است. اطلاعات گردآوری‌شده در خلال این مرحله از ارزشیابی باید به تصمیم‌گیرندگان کمک کند تا بهترین راهبردها و منابع ممکن را باوجود محدودیت‌های خاص انتخاب کنند. ارزشیابی درون‌داد مستلزم این است که ارزشیاب، دانش وسیعی درباره راهبردها و منابع ممکن، همچنین پژوهش در مورد اثربخشی آن‌ها در محقق ساختن برون‌دادهای مختلف برنامه داشته باشد. ارزشیابی درون‌داد در جستجوی راه‌ها و روش‌هایی جهت اصلاح و بهبود راهبردها و استراتژی‌هاست و نیز در جستجوی ارزشیابی و سنجش هزینه‌ها و نقاط ضعف و قوت‌های آن استراتژی‌ها و طرح‌ها و هدف آن اطمینان یافتن از اصلاح و بهبود مؤثر آن دسته از فعالیت‌هایی است که از طریق هزینه اثربخش و طرح‌ها و برنامه‌های بودجه‌بندی شده هدایت می‌شود. ارزشیابی درون‌داد، همچنین ممکن است یک دوره بررسی و آزمایش را در برگیرد و نیز جهت و معیاری را برای تقویت طرح‌ها و برنامه‌های رایج فراهم کند. ارزشیابی درون‌داد، باید یک راه‌حل کلیدی جهت دستیابی به یک انتخاب بهتر را فراهم نماید (ولف، ۱۳۸۱، ص ۴۳).



ج: ارزشیابی فرآیند:

ارزشیابی فرآیند شامل جمع‌آوری آن دسته از داده‌های ارزشیابی است که هنگامی که برنامه طراحی شده و به اجرا گذاشته شده است، به دست می‌آید. ممکن است از ارزشیاب خواسته شود که یک سیستم جمع‌آوری داده‌ها برای نظارت بر اجرای روزبه‌روز برنامه طراحی کند. یکی از کارکردهای ارزشیابی فرآیند این است که در طول یک دوره زمانی، گزارش‌هایی در مورد وقایع مربوط به برنامه ثبت می‌شود. دانیل استافل بیم معتقد است که در ارزشیابی فرآیند کوشش می‌شود تا پاسخ پرسش‌هایی نظیر این‌ها تعیین گردند: آیا برنامه به خوبی در حال پیاده شدن است؟ چه موانعی بر سر راه موفقیت آن قرار دارند؟ چه تغییراتی ضروری هستند؟ پاسخ به این پرسش‌ها به کنترل و هدایت شیوه‌های اجرایی کمک می‌کند (سیف ۱۳۸۴، ص ۷۶).

د: ارزشیابی برونداد (محصول):

نقش ارزشیابی محصول، این است که تعیین کند به چه میزان اهداف برنامه، تحقق یافته است. در این نوع ارزشیابی، ابزارهای اندازه‌گیری تحقق اهداف، تدوین و اجرا می‌شوند، داده‌های به دست آمده می‌تواند در تصمیمات مدیران مبنی بر ادامه یا اصلاح برنامه مورد استفاده قرار گیرد. هدف از ارزشیابی برونداد، اندازه‌گیری، تفسیر و قضاوت در مورد نتایج حاصل از برنامه است. اندازه‌گیری و ارزشیابی برون دادهای برنامه معمولاً در سه مرحله زمانی متفاوت انجام می‌گیرد: الف (در جریان اجرای برنامه و همچنین پایان هر یک از مراحل برنامه به منظور پی بردن به چگونگی اجرای برنامه و موفقیت آن در نیل به هدف‌های پیش‌بینی شده برای آن مراحل، ب) در پایان اجرای کامل برنامه، به منظور پی بردن به میزان موفقیت کلی برنامه در رسیدن به هدف‌های تعیین شده یعنی هدف‌هایی که در مرحله ارزشیابی زمینه تهیه و تدوین شده‌اند و ج مدت زمانی پس از اجرای کامل برنامه، به منظور پی بردن به میزان پایداری و اثربخشی نتایج حاصل از برنامه (مطالعات پی‌گیر).

بولا ارزشیابی برونداد را ارزشیابی اثربخشی و تصمیم‌گیری‌های راه‌اندازی دوباره پروژه تعریف می‌کند. بالاخره در ارزشیابی برونداد مشخص می‌شود که نتایج به دست آمده چه هستند. بعد نتایج حاصل باهدف‌های برنامه مقایسه می‌گردند و رابطه بین انتظارات و نتایج واقعی مشخص می‌شوند. پس از بررسی کامل نتایج اطلاعات لازم در اختیار تصمیم‌گیرندگان گذاشته می‌شود تا در صورت لزوم درباره ادامه برنامه، متوقف ساختن آن، یا تجدیدنظر در آن اتخاذ تصمیم کنند (سیف ۱۳۸۴، ص ۷۶).

در این مقاله هدف بررسی بر مبنای ارزیابی زمینه (Context) و تحلیل موارد زیربنایی پیاده‌سازی نظام پیشنهادات در شرکت‌های تعاونی بر اساس اصول تعاون است. از دیدگاه رهنورد (۱۳۸۶) این زمینه عبارت است از عوامل وضعی سازمان نظیر فرهنگ، مقررات اداری، انتظارات مدیران، انتظارات کارکنان، جوسازمانی، استراتژی‌های شرکت و حمایت مدیریت ارشد. این ارزیابی می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

۱. میزان استفاده مدیران از مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری قبل از اجرای نظام پیشنهادات؛
۲. اعتقاد کارکنان و مدیران به همکاری و مشارکت؛
۳. اعتقاد مدیران به تخصیص منافع حاصل از مشارکت به کارکنان؛
۴. مشخص بودن اهداف مشارکت برای کارکنان؛

۵. آمادگی فکری و عملی مدیریت برای تأمین هزینه‌های مالی برای اجرای نظام‌های جدید مدیریتی؛
۶. همخوانی قوانین و مقررات با همکاری و مشارکت کارکنان با مدیران؛
۷. وجود اعتماد متقابل کارکنان و مدیران؛
۸. وجود دوره‌های آموزشی در شرکت‌ها؛
۹. وجود سبک‌های مدیریتی جدید در شرکت‌ها؛
۱۰. محور بودن کیفیت و مشتری‌مداری؛
۱۱. وجود ثبات نسبی در شرکت‌ها؛
۱۲. اعتقاد مدیران و کارکنان به رشد و توسعه؛
۱۳. ملحوظ بودن مشارکت در خط‌مشی و استراتژی شرکت‌ها؛
۱۴. اعتقاد به کارهای تیمی و گروهی؛
۱۵. اعتقاد مدیران به الگوبرداری.

حال که به زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات اشاره شد، لازم است جهت بررسی همخوانی آن با اصول و ارزش‌های شرکت‌های تعاونی، این اصول که وجهه بین‌المللی دارد نیز توضیح داده شود.

اصول بین‌المللی تعاون

اصول تعاونی رهنمودهایی است که طبق آن تعاونی‌ها تحقق ارزش‌ها را عملی می‌سازند که بر اساس بازنگری اتحادیه بین‌المللی تعاون^۱ (۱۹۹۵) به‌قرار ذیل می‌باشند:

۱. عضویت اختیاری و آزاد:

تعاونی‌ها سازمان‌هایی اختیاری هستند و عضویت در آن‌ها برای تمام افرادی که بتوانند از خدمات آن‌ها استفاده کنند و مسئولیت‌های ناشی از عضویت را بپذیرند بدون تبعیضات جنسی، اجتماعی، نژادی، سیاسی یا مذهبی آزاد است

۲. کنترل دموکراتیک توسط اعضاء:

تعاونی‌ها سازمان‌هایی دموکراتیک هستند و توسط اعضاء خود که فعالانه در سیاست‌گذاری و اتخاذ تصمیمات مشارکت می‌کنند، کنترل می‌شوند. مردان و زنانی که به‌عنوان نمایندگان منتخب خدمت می‌کنند، در مقابل اعضاء مسئول‌اند. در تعاونی‌های سطح اولیه (شرکت‌های تعاونی) اعضاء از حق رأی مساوی برخوردارند (یک عضو، یک رأی) و همچنین تعاونی‌ها در سطوح دیگر به شکلی دموکراتیک سازمان می‌یابند.

۳. مشارکت اقتصادی اعضاء:

^۱. اتاق تعاون ایران، WWW.ICCCOOP.ir



اعضاء به طور منصفانه و با کنترل دموکراتیک سرمایه تعاونی خود را تأمین می کنند آنها معمولاً متناسب با سرمایه پرداخت شده خود که یکی از شرایط عضویت می باشد سود محدودی در صورت وجود دریافت می دارند. اعضای مازاد درآمد را برای تأمین هر یک از مقاصد زیر اختصاص می دهند: توسعه تعاونی خود (حتی المقدور از طریق تخصیص ذخایری که حداقل قسمتی از آن غیرقابل تقسیم می باشد)، برخورداری اعضای به نسبت معاملات هر یک از آنها با تعاونی و حمایت از سایر فعالیت هایی که به تصویب اعضای رسیده است.

۴. خودگردانی و عدم وابستگی:

تعاونی ها سازمان هایی خودگردان و خودیار هستند که توسط اعضای کنترل می شوند. اگر آنها با سایر سازمان ها از جمله دستگاه های دولتی موافقت نامه ای امضاء کنند یا از منابع دیگر، سرمایه تأمین نمایند این کار را آزاد و به شرطی انجام می دهند که متضمن کنترل دموکراتیک توسط اعضای و حافظ خودگردانی تعاونی باشد.

۵. آموزش، کارورزی و اطلاع رسانی:

تعاونی ها برای اعضای، نمایندگان منتخب، مدیران و کارکنان خود آموزش و کارورزی فراهم می آورند، به طوری که آنها بتوانند به نحوه مؤثر به پیشرفت تعاونی خود کمک نمایند. آنها عموم مردم بخصوص افراد جوان و رهبران افکار عمومی را نسبت به ماهیت و فواید تعاونی مطلع می سازند.

۶. همکاری بین تعاونی ها:

تعاونی ها از طریق همکاری با یکدیگر در سازمان های محلی، ملی، منطقه و بین المللی به اعضای خود به مؤثرترین طریق خدمت کرده و نهضت تعاونی را تقویت می کنند

۷. توجه به جامعه:

تعاونی ها با تصویب سیاست ها توسط اعضای برای توسعه پایدار جوامع خود فعالیت می کنند.

هم خوانی الزامات (زمینه) پیاده سازی نظام پیشنهادات با اصول تعاونی

بر اساس آنچه در مدل CIPP در خصوص زمینه لازم جهت تحقق نظام پیشنهادات اشاره شد و نیز بر مبنای اصول بین المللی تعاون می توان چنین نتیجه گرفت که اصول و ارزش های تعاونی و نظام مالکیت و تصمیم گیری در آن با روح نظام پیشنهادات که حامل ارزش نهادن به مشارکت اعضاست بیش از سایر انواع شرکت ها همخوانی دارد. به عنوان مثال اصل عضویت اختیاری و آزاد در تعاونی ها مبین اعتقاد کارکنان و مدیران به همکاری و مشارکت است؛ در واقع عضویت داوطلبانه تنها زمانی که اعتقاد به مشارکت در امری وجود داشته باشد محقق می شود. اصل کنترل دموکراتیک توسط اعضای نشان دهنده استفاده مدیران از مشارکت اعضا در تعاونی ها در تصمیم گیری، وجود اعتماد متقابل اعضا و مدیران، ملحوظ بودن مشارکت در خط مشی و استراتژی شرکت ها، اعتقاد به کارهای تیمی و گروهی و همخوانی قوانین و مقررات با همکاری و مشارکت کارکنان و مدیران در شرکت های تعاونی است (اصل قانونی ضامن ایجاد مشارکت است) که همگی از الزامات پیاده سازی موفق نظام پیشنهادات به حساب می آید. اصل مشارکت اقتصادی اعضای نیز وجه تمایز دیگر شرکت های تعاونی نسبت به سایر شرکت ها است زیرا زمینه پیاده سازی نظام پیشنهادات را از

طریق اعتقاد اعضا و مدیران به همکاری و مشارکت و نیز تخصیص منافع حاصل از مشارکت به اعضا را فراهم می‌کند و اهداف مشارکت را برای اعضا در قالب اقتصادی و البته در مفهوم خدمت‌رسانی به اجتماع روشن می‌سازد. اصل آموزش، کارورزی و اطلاع‌رسانی نیز از زمینه‌های لازم پیاده‌سازی نظام پیشنهادات است که موجبات آمادگی فکری و عملی مدیریت برای تأمین هزینه‌های مالی جهت اجرای نظام‌های جدید مدیریتی را فراهم می‌سازد و تبیین‌کننده اعتقاد مدیران و کارکنان به رشد و توسعه و الگوبرداری از تجارب سایرین در این زمینه است.

جدول زیر تطابق زمینه‌های پیاده‌سازی نظام پیشنهادات با اصول شرکت‌های تعاونی را به شکلی کامل‌تر نشان می‌دهد:

جدول ۱: تطابق زمینه‌های پیاده‌سازی نظام پیشنهادات با اصول شرکت‌های تعاونی

ردیف	اصول تعاون بر اساس بازننگری اتحادیه بین‌المللی تعاون (۱۹۹۵)	تعریف اصل	زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات بر اساس مدل CIPP
۱	عضویت اختیاری و آزاد	تعاونی‌ها سازمان‌هایی اختیاری هستند و عضویت در آن‌ها برای تمام افرادی که بتوانند از خدمات آن‌ها استفاده کنند و مسئولیت‌های ناشی از عضویت را بپذیرند بدون تبعیضات جنسی، اجتماعی، نژادی، سیاسی یا مذهبی آزاد است	۲. اعتقاد کارکنان و مدیران به همکاری و مشارکت؛ (درواقع عضویت داوطلبانه تنها زمانی که اعتقاد به مشارکت در امری وجود داشته باشد محقق می‌شود.)
۲	کنترل دموکراتیک توسط اعضا	تعاونی‌ها سازمان‌هایی دموکراتیک هستند و توسط اعضای خود که فعالانه در سیاست‌گذاری و اتخاذ تصمیمات مشارکت می‌کنند، کنترل می‌شوند. مردان و زنانی که به‌عنوان نمایندگان منتخب خدمت می‌کنند، در مقابل اعضا مسئول‌اند. در تعاونی‌های سطح اولیه (شرکت‌های تعاونی) اعضا از حق رأی مساوی برخوردارند (یک عضو، یک رأی) و همچنین تعاونی‌ها در سطوح دیگر به شکلی دموکراتیک سازمان می‌یابند.	۱. میزان استفاده مدیران از مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری قبل از اجرای نظام پیشنهادات؛ ۶. همخوانی قوانین و مقررات با همکاری و مشارکت کارکنان با مدیران (اصل قانونی ضامن ایجاد مشارکت است) ۷. وجود اعتماد متقابل کارکنان و مدیران؛ ۱۳. ملحوظ بودن مشارکت در خط‌مشی و استراتژی شرکت‌ها؛ ۱۴. اعتقاد به کارهای تیمی و گروهی
۳	مشارکت اقتصادی اعضا	اعضا به‌طور منصفانه و با کنترل دموکراتیک سرمایه تعاونی خود را تأمین می‌کنند آن‌ها معمولاً متناسب با سرمایه پرداخت‌شده خود که یکی از شرایط عضویت می‌باشد سود محدودی در صورت وجود دریافت می‌دارند. اعضا مازاد درآمد را برای تأمین هر یک از مقاصد زیر اختصاص می‌دهند: توسعه تعاونی خود (حتی‌المقدور از طریق تخصیص ذخایری که حداقل قسمتی از آن غیرقابل تقسیم می‌باشد)، برخورداری اعضا به نسبت معاملات هر یک از آن‌ها با تعاونی و حمایت از سایر فعالیت‌هایی که به تصویب اعضا رسیده است.	۲. اعتقاد کارکنان و مدیران به همکاری و مشارکت؛ ۳. اعتقاد مدیران به تخصیص منافع حاصل از مشارکت به کارکنان؛ ۴. مشخص بودن اهداف مشارکت برای کارکنان
۴	خودگردانی و عدم وابستگی	تعاونی‌ها سازمان‌هایی خودگردان و خودیار هستند که توسط اعضا کنترل می‌شوند. اگر	۶. همخوانی قوانین و مقررات با همکاری و مشارکت کارکنان با مدیران



ردیف	اصول تعاون بر اساس بازننگری اتحادیه بین‌المللی تعاون (۱۹۹۵)	تعریف اصل	زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادت بر اساس مدل CIPP
		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.	۷. وجود اعتماد متقابل کارکنان و مدیران؛ ۹. وجود سبک‌های مدیریتی جدید در شرکت‌ها؛ ۲. اعتقاد کارکنان و مدیران به همکاری و مشارکت
۵	آموزش، کارورزی و اطلاع‌رسانی	تعاونی‌ها برای اعضاء، نمایندگان منتخب، مدیران و کارکنان خود آموزش و کارورزی فراهم می‌آورند، به طوری که آن‌ها بتوانند به نحوه مؤثر به پیشرفت تعاونی خود کمک نمایند. آن‌ها عموم مردم بخصوص افراد جوان و رهبران افکار عمومی را نسبت به ماهیت و فواید تعاونی مطلع می‌سازند.	۵. آمادگی فکری و عملی مدیریت برای تأمین هزینه‌های مالی برای اجرای نظام‌های جدید مدیریتی ۸. وجود دوره‌های آموزشی در شرکت‌ها ۱۲. اعتقاد مدیران و کارکنان به رشد و توسعه؛ ۱۶. اعتقاد مدیران به الگوبرداری.
۶	همکاری بین تعاونی‌ها	تعاونی‌ها از طریق همکاری با یکدیگر در سازمان‌های محلی، ملی، منطقه و بین‌المللی به اعضاء خود به مؤثرترین طریق خدمت کرده و نهضت تعاونی را تقویت می‌کنند	۱۶. اعتقاد مدیران به الگوبرداری.
۷	توجه به جامعه	تعاونی‌ها با تصویب سیاست‌ها توسط اعضاء برای توسعه پایدار جوامع خود فعالیت می‌کنند.	۴. مشخص بودن اهداف مشارکت برای کارکنان ۱۰. محور بودن کیفیت و مشتری‌مداری

از سوی دیگر، نقش هر یک از هفت اصل اتحادیه بین‌المللی تعاون را نه تنها در الزامات بلکه در سایر ابعاد پیاده‌سازی نظام پیشنهادت هم می‌توان مشاهده کرد:

۱. عضویت اختیاری و آزاد (دموکراتیک):

نقش اصلی عضویت آزاد و دموکراتیک در زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادت این است که هر شخص به طور آزاد و بدون تبعیض می‌تواند عضو شرکت تعاونی شود. این اصل از یک‌سو باعث جذب اعضایی با نظرات و مهارت‌های متنوع می‌شود که می‌توانند در بهبود نظام پیشنهادت و ارائه راهکارهای مؤثر به شرکت مشارکت کنند. همچنین، دموکراتیک بودن شرکت تعاونی به اعضا اجازه می‌دهد که در فرآیند تصمیم‌گیری مرتبط با نظام پیشنهادت شرکت داشته باشند و نظرات آن‌ها به‌عنوان یک عضویت فعال مورد احترام قرار بگیرد.

۲. کنترل دموکراتیک توسط اعضا:

اصل کنترل دموکراتیک اعضا به این معناست که اعضاء شرکت‌های تعاونی باید در فرآیند تصمیم‌گیری و اداره کسب‌وکار مشارکت داشته باشند. در زمینه نظام پیشنهادت، این اصل باعث می‌شود که اعضا به‌طور مستقیم و فعال در فرآیند ارائه و اجرای پیشنهادها

و راهکارهای بهبود شرکت دخیل شوند. با توجه به این کنترل دموکراتیک، تصمیم‌ها مبنی بر اجرای نظام پیشنهادات با پشتیبانی اعضا و با توجه به نیازها و نظرات آن‌ها اتخاذ می‌شود.

۳. مشارکت اقتصادی اعضا:

مشارکت اقتصادی اعضا به‌عنوان یکی از اصول اتحادیه بین‌المللی تعاون، نقش مهمی در زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات دارد. اعضا با مشارکت اقتصادی خود و مشارکت در فعالیت‌ها و پروژه‌های شرکت، بهبود کیفیت و عملکرد شرکت را تضمین می‌کنند. در این فرآیند، اعضا می‌توانند از نظرات و پیشنهادهای خود برای بهبود فرآیندها، کاهش هزینه‌ها، افزایش کیفیت محصولات و خدمات استفاده کنند.

۴. خودگردانی و عدم وابستگی:

اصل خودگردانی و عدم وابستگی به این معناست که شرکت‌های تعاونی باید از وابستگی‌های خارجی مستقل باشند و به طور خودکفا در امور مالی و تصمیم‌گیری‌های مهم عمل کنند. این اصل باعث می‌شود که نظام پیشنهادات به طور مستقل و با توجه به نیازها و مشکلات داخلی شرکت ایجاد شود و از تبعیض‌های خارجی جلوگیری شود. با عدم وابستگی مالی همچنین می‌تواند از نظرات و پیشنهادهای اعضا به نحو احسن بهره‌برداری شود.

۵. همکاری بین تعاونی‌ها:

این اصل بیان می‌کند که شرکت‌های تعاونی باید با یکدیگر و با دیگر شرکت‌های تعاونی وابسته به‌طور تعاونی همکاری کنند. تعاون بین شرکتی می‌تواند به اشتراک‌گذاری تجارب و منابع بین شرکت‌ها و تقویت قدرت کارآمدی نظام پیشنهادات در این شرکت‌ها کمک کند.

۶. توجه به جامعه:

اصل توجه به جامعه به این معناست که هدف اصلی شرکت‌های تعاونی، بهره‌برداری از خدمات و محصولات برای اعضا و کمک به جامعه و نه حاکمیت یا سودجویی است. این اصل باعث می‌شود که نظام پیشنهادات مرتبط با افزایش کیفیت محصولات و خدمات برای جامعه ارائه شود و هدف اصلی از بهبود و خدمت‌رسانی به اعضا و جامعه رعایت شود.

۷. آموزش، کارورزی و اطلاع‌رسانی:

این اصل اهمیت زیادی در زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات دارد. با ارائه آموزش‌های مربوط، اعضا به میزان بیشتری با نظام پیشنهادات و روش‌های ارتقاء عملکرد آشنا می‌شوند و می‌توانند به طور بهتری در این فرآیند مشارکت کنند. اطلاع‌رسانی نیز باعث می‌شود تا اعضا با اهداف و نتایج نظام پیشنهادات آشنا شوند و از اثربخشی این نظام مطلع شوند.



با توجه به اصول اتحادیه بین‌المللی تعاون، نظام پیشنهادات در شرکت‌های تعاونی می‌تواند به طور مؤثرتری نسبت به سایر انواع شرکت‌ها پیاده‌سازی شود و اعضا می‌توانند در ارتقاء و بهبود کیفیت خدمات و محصولات شرکت‌های تعاونی مشارکت کنند.

۸. کلیات نحوه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات در شرکت‌های تعاونی

برای اجرا و عملی نمودن نظام پیشنهادات در هر سازمان و شرکتی یک روش واحدی وجود ندارد. هر سازمانی بنا به موقعیت خود، نظام پیشنهادات متناسب با نیازهای خود را طراحی و اجرا می‌نماید. آنچه اهمیت دارد باور مدیریت و تعیین مأموریت برای هر دوره زمانی است. به این ترتیب که در هر دوره، مدیریت مهم‌ترین دغدغه‌های سازمان را اعلام می‌کند (بذر پیشنهاد) و از همه کارکنان جهت حل مسائل شرکت کمک می‌گیرد البته کارکنان خارج از این محدوده هم امکان ارائه پیشنهاد دارند. در اجرایی کردن نظام پیشنهادات، کلیات اقدامات و فعالیت‌های لازم به شرح زیر می‌باشد:

الف: بسترسازی برای استقرار نظام پیشنهادات: (ایجاد باور در مدیران، ارائه آموزش‌های تخصصی به کارکنان، اطلاع‌رسانی مستمر و...)

ب- تعیین گروه (کمیته) یا شورای نظام پیشنهادات

ج- ارائه دستورالعمل نحوه فعالیت کمیته نظام پیشنهادات

د- تهیه برگه‌های ارائه پیشنهادات (فرم پذیرش، فرم پذیرش مشروط به تکمیل، فرم رد پیشنهاد و...)

ه- ارائه دستورالعمل و معیارهای ارزیابی و بررسی پیشنهادات و فرایند بازخوردگیری به پیشنهاددهندگان

و- نحوه تعیین و پرداخت پاداش برای پیشنهاددهندگان و ایجاد انگیزه جهت مشارکت مستمر (ایده برتر ماه و سال، بازخوردگیری منظم و به موقع و...)

ی- تعیین چگونگی استفاده از ایده‌های منتخب در امر تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری سازمان و ارائه گزارش‌های مستمر از نحوه اجرای نظام پیشنهادات و بررسی پیامدهای اجرای ایده‌های منتخب (پیامد اجرا باید هم برای مدیریت و هم برای کارکنان ملموس باشد این موضوع لازمه بقا نظام پیشنهادات است).

در هر صورت و به هر شکلی که نظام پیشنهادات در شرکت به اجرا درآید باید به عناصر اساسی یک نظام پیشنهادی مؤثر شامل موارد زیر توجه شود:

- آگاهی از مسائل سازمانی در بین کارمندان
- تأکید بر ارائه پیشنهادها مکتوب برای بهبود حوزه‌های کاری
- درگیری و تعهد مدیریت
- پاسخ فوری به پیشنهادات (در اسرع وقت)
- معیارهای ارزیابی منصفانه و استاندارد
- مکانیسم پاداش و شناسایی مشخص و کارآمد
- اجرای پیشنهادها مصوب

- وجود سیستم برای نظارت بر مشارکت کارکنان و نتایج پیشنهادات

با اجرای مؤثر نظام پیشنهادات نتایج زیر حاصل خواهد شد

- بازخوردگیری مستمر و اثربخش از تصمیمات مدیریت ارشد
- کمک به ایجاد ارتباط دوطرفه بین مدیریت ارشد و کارمندان
- شناسایی صاحبان ایده در شرکت
- ایجاد جریان قوی ارتباط دوطرفه بین مدیریت و کارمندان
- بهبود بهره‌وری و کیفیت محصولات و خدمات سازمان و بهبود روش‌های انجام کار
- ابداع روش‌های تازه و یا تولیدات تازه
- افزایش خلاقیت و نوآوری در سازمان
- افزایش رضایت‌مندی کارکنان

نتیجه‌گیری

با توجه به ادبیات نظری مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادات، وجود برخی عوامل وضعی سازمانی نظیر فرهنگ سازمانی، مقررات اداری، انتظارات مدیران و کارکنان، جوسازمانی، استراتژی و ساختار سازمان و حمایت مدیریت ارشد به‌عنوان زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات مطرح است که در قالب پرسش‌هایی همچون میزان استفاده مدیران از مشارکت اعضا، اعتقاد مدیران به همکاری و مشارکت سایرین، همخوانی قوانین و مقررات با همکاری و مشارکت مدیران و اعضا، وجود جو اعتماد متقابل بین مدیران و سایر اعضای سازمان و... قابل ارزیابی است.

در همین راستا و با توجه به همخوانی اصول بین‌المللی تعاون (۱۹۹۵) با الزامات و زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات (ارزیابی شده بر اساس مدل CIPP) می‌توان نتیجه گرفت که در سطح نظری تطابق زیادی بین اصول و ارزش‌های شرکت‌های تعاونی با زمینه پیاده‌سازی نظام پیشنهادات وجود دارد. به عبارت بهتر شرکت‌های تعاونی به دلیل فلسفه وجودی خاص خود که مبتنی بر مشارکت است و همچنین به علت مالکیت اشتراکی و ساختار دموکراتیک نسبت به سایر انواع شرکت‌ها در خصوص مدیریت مشارکتی و به تبع نظام پیشنهادات دارای مزیت بنیادین هستند. از این رو پیشنهاد می‌شود شرکت‌های تعاونی در خصوص پیاده‌سازی هرچه بهتر نظام پیشنهادات اقدام نمایند. در این راستا رعایت مواردی از قبیل بسترسازی برای استقرار نظام پیشنهادات (ایجاد باور در مدیران، ارائه آموزش‌های تخصصی به کارکنان، اطلاع‌رسانی مستمر و...)، تعیین گروه (کمیته) یا شورای نظام پیشنهادات، ارائه دستورالعمل نحوه فعالیت کمیته نظام پیشنهادات و... الزامی است. همچنین باید به عناصر اساسی نظام پیشنهادات مؤثر شامل آگاهی از مسائل سازمانی در بین کارمندان، تأکید بر ارائه پیشنهادهای مکتوب برای بهبود حوزه‌های کاری، درگیری و تعهد مدیریت، پاسخ فوری به پیشنهادات (در اسرع وقت)، معیارهای ارزیابی منصفانه و استاندارد، مکانیسم پاداش و شناسایی مشخص و کارآمد، اجرای پیشنهادهای مصوب و وجود سیستم برای نظارت بر مشارکت کارکنان و نتایج پیشنهادات توجه شود.



در خصوص پیشنهاد پژوهشی، انجام تحقیق میدانی در خصوص بررسی وضعیت زمینه‌ها و الزامات نظام پیشنهادات در شرکت‌های تعاونی می‌تواند راهگشا باشد و نتایج کاربردی‌تر از آن اتخاذ شود.

منابع:

۱. اتاق تعاون ایران، اصول و ارزش‌های بین‌المللی تعاون، WWW.ICCCOOP.ir
۲. سلطانی ایرج، سبک مدیریت بر مبنای کرامت انسانی و بهره‌وری، مجموعه مقالات سمینار شیوه‌های عملی ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۵.
۳. طوسی محمدعلی، مدیریت و مشارکت کارکنان، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸.
۴. رهنورد فرج اله، ارزشیابی نظام پیشنهادات بر مبنای مدل CIPP، علوم مدیریت، شماره ۲، ۱۳۸۶.
۵. رهنورد فرج اله، دیدمان مشارکت، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش در مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۵.
۶. سامانی علی، مریم شریعتی، رخساره سامانی، بررسی و رتبه‌بندی چالش‌های موجود در مسیر استقرار بهینه نظام پیشنهادات در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، دوازدهمین همایش و ششمین جشنواره ملی نظام پیشنهادات، ۱۳۹۴.
۷. سیف علی‌اکبر، روان‌شناسی پرورشی: روان‌شناسی یادگیری و آموزش، تهران: آگاه، ۱۳۸۴، چاپ چهاردهم.
۸. ولف ریچارد، ارزشیابی آموزشی مبانی سنجش توانایی و بررسی برنامه، ترجمه علیرضا کیامنش، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۸۱، چاپ چهارم.
۹. آشنایی با الگوی ارزیابی سیپ (CIPP)، مجله تخصصی آموزش و توسعه منابع انسانی (<https://ideaco.ir/mag>)، ۱۳۹۷.

۱۰. Bengtsson M. E. Alfredsson, M. Cohen, S. Lorek, P. Schroeder, “ Transforming systems of consumption and production for achieving the sustainable development goals: moving beyond efficiency ”, Sustainability Science, volume ۱۳, pages ۱۵۳۳-۱۵۴۷ (۲۰۱۸).
۱۱. Bolle De Bal, M. Participation: Its Contradictions, Paradoxes, and Promises. In Lammers, c. j. and Szell, g. (Eds.), International Handbook of Participation in Organisations, Vol. ۱, Oxford University Press, ۱۹۸۹, ۱۱۷. Halal, W. E. and Brown, B. S. Participative Management: Myth and Reality, California management Review, Vol. ۲۳, No. ۴, ۱۹۸۱, ۲۰-۳۲.
۱۲. Brannen, P. Batstone, E. Fatchett, D. and White, P. The Worker Directors: A Sociology of Participation, London: Hutchinson, ۱۹۷.
۱۳. Byungnam M. Lee, Y. Yasuda, “ ۴۰ Years, ۲۰ Million Ideas: The Toyota Suggestion System”, Industrial and Labor Relations Review, vol ۴۵ (۳): ۶۲۰, ۱۹۹۲.
۱۴. Carrier, C. Employee Creativity and Suggestion Programs: An Empirical Study, Creativity and Innovation Management, Vol. ۷, No. ۲, June ۱۹۹۸.
۱۵. Connor, P. E. Decision Making Participation Patterns: The Role of Organizational Context, Academy of Management Journal, Vol. ۳۵, ۱۹۹۲, ۲۱۸-۲۳۱.
۱۶. Cooke, W. N. Product Quality Improvement through Employee Participation: The Effects of Unionisation and Joint Union- Management Administration, Industrial and Labor Relations Review, Vol. ۴۶, No. ۱, October ۱۹۹۲, ۱۱۹-۱۳۴.
۱۷. Imai, M. Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success, Random House Business Division, New York, ۱۹۸۶.
۱۸. Latham, G. P. Winters, D. C. and Locke, E. A. Cognitive and Motivational Effects of Participation: A Mediator Study, Journal of Organizational Behaviour, Vol. ۱۵, ۱۹۹۴, ۴۹-۶۳.
۱۹. Levitan, S.A. and Johnson, C. M. Labor and management; The Illusion of Cooperation, Harvard Business Review, Vol. ۶۱,
۲۰. Marx Andrew E. “Management commitment for successful suggestion systems ”, Work Study, v ol. ۴۴ Issue: ۳, pp. ۱۶-۱۸, ۱۹۹۵.
۲۱. Milner, E. Kinnell, M. and Usherwood, B. Employee Suggestion Schemes: A Management Tool for the ۱۹۰۰s? Library Management, Vol. ۱۶, No. ۳, ۱۹۹۵, PP. ۳-۸.
۲۲. Mishra, J. M. Employee Suggestion Programs in the Health Care Field: The Rewards of Involvement, Public Personnel Management, Vol. ۲۳, No. ۴, Winter ۱۹۹۴, PP. ۵۸۷-۵۹۲.
۲۳. Moldovan L. “, Emotional problems and academic performance of students in manufacturing”, Procedia Manufacturing, Vol ۲۲, pp. ۸۳۳ - ۸۳۹, ۲۰۱۸.
۲۴. Mudler, Power M. Equalization through Participation, Administration Science Quarterly, Vol. ۱۶, ۱۹۷۱, pp. ۳۱-۳۷.
۲۵. Ponsford, N. R. and Carpenter, P. J. An Analytical Approach to Employee Involvement and Participation, Personnel Review, Vol. ۷, No. ۲, Spring ۱۹۶۸, PP. ۱۱-۱۷.
۲۶. Rietzschel E.F. B.A. Nijstad, W. Stroebe, “ The selection of creative ideas after individual idea generation: Choosing between creativity and i mpact”, B ritish Journal of Psychology, vol. ۱۰۱ no. ۱, pp. ۴۷ - ۶۸, ۲۰۱۰.



۲۷. Sagie, A. and Kosowsky, M. Organizational Attitudes and Behaviours as a Function of Participation in Strategic and Tactical Change Decisions: An Application of Path-Goal Theory, *Journal of Organizational Behaviour*, Vol. ۱۵, ۱۹۹۴, ۳۷-۴۷.
۲۸. Stufflebeam, D. L. (۱۹۷۲), The relevance of the CIPP evaluation model for educational accountability. *SRIS Quarterly*, ۵.(۱)
۲۹. Stufflebeam, D. L. (۲۰۰۰). The CIPP Model for Evaluation. In D. L. Stufflebeam, G. F. Madaus, & T. Kellaghan (Eds.), *Evaluation Models: Viewpoints on Educational And Human Services Evaluation* (۲nd ed. pp. ۲۸۰-۳۱۷). Boston, MA: Kluwer Academic.
۳۰. Trunko, M. E. (۱۹۹۳), Open to Suggestions, *HR Magazine*, ۳۸.
۳۱. Warju W. Educational program evaluation using CIPP model. *INVOTEC*. ۲۰۱۶; ۱۲(۱):۳۶-۴۲.

Zhang G, Zeller N, Griffith R, Metcalf D, Williams J, Shea C, et al. Using the context, input, process, and product evaluation model (CIPP) as a comprehensive framework to guide the planning, implementation, and assessment of service-learning programs. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*. ۲۰

مطالعه تطبیقی نقش شرکت‌های تعاونی در توسعه اقتصادی و اجتماعی

محمد مهریار و همکاران^۱

چکیده

شرکت‌های تعاونی همواره در اقتصاد دنیا نقش به‌سزایی داشته‌اند. در سراسر دنیا برای نقش‌آفرینی بیش‌تر شرکت‌های تعاونی مطالعات مستمر و دقیق علمی صورت‌گرفته است. بحث از شرکت‌های تعاونی و نقش آنها در توسعه اقتصادی و اجتماعی از آن جهت حائز اهمیت است که گفته شود قانون‌گذار ایرانی نقش ۲۵ درصدی برای بخش تعاون در اقتصاد کشور قائل شده است. شرکت‌های تعاونی برخلاف شرکت‌های تجاری که در آن سود و قدرت تصمیم‌گیری در دستان معدودی از مالکان یا سهام‌داران متمرکز است، به اعضای خود قدرت می‌دهند تا در نحوه اداره کسب‌وکار و سهم شدن در موفقیت شرکت سهمی برابر داشته باشند. شرکت‌های تعاونی با تجمیع منابع و همکاری با یکدیگر در جهت اهداف مشترک، چشم‌اندازی جایگزین برای اقتصاد مرسوم نشان می‌دهند؛ چشم‌اندازی که توانمندسازی جامعه را بر سود فردی مقدم می‌دارد. سؤال اصلی این مقاله چگونگی نقش شرکت‌های تعاونی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع است. در این مقاله مروری به بررسی توصیفی آخرین مقالات بین‌المللی در حوزه تعاونی به‌خصوص با موضوع تعاونی و توسعه پایدار، تعاونی و توانمندسازی جوامعی چون هند، مالزی به‌عنوان کشورهای آسیایی، یونان از اتحادیه اروپا، برزیل از آمریکای جنوبی و (به‌صورت گذرا) کشورهای آفریقایی می‌پردازیم. این مقاله به روش تحلیلی توصیفی استدلال می‌کند که کسب وکار تعاونی یک الگوی اقتصادی بهره‌ور و موفق (با در نظر گرفتن ملاحظات انسانی) برای کشورها است.

واژگان کلیدی: شرکت تعاونی، تعاون، توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی، کاهش فقر، توانمندسازی جوامع

^۱ محمد مهریار، استادیار دانشکده حقوق دانشگاه ادیان و مذاهب. (نویسنده مسئول)

سیده فاطمه هاشمی، استادیار دانشکده حقوق دانشگاه ادیان و مذاهب.

امیرحسین خاتمی، دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق تجارت بین الملل دانشگاه شیراز.

مقدمه:

شرکت‌های تعاونی به‌عنوان یکی از اقسام شرکت‌های تجاری در قوانین و مقررات ایران شناخته و به دو قسم کلی تعاونی توزیع و تولید تقسیم شده‌اند. قانون‌گذار ایرانی با مطالعه تطبیقی حقوق خارجی در طی سالیان پس از انقلاب اسلامی، اقدام به اصلاح قوانین موضوعه در خصوص تعاونی‌ها نموده است. اصلاحات صورت‌گرفته همگام با اصلاحات قوانین خارجی در خصوص شرکت‌های تعاونی بوده است. از جمله این اصلاحات می‌توان به شیوه مدیریت تعاونی‌ها و عضویت سهام‌داران غیرعضو در تعاونی‌ها اشاره نمود. مزیت شرکت‌های تعاونی در خصوص شیوه مدیریت شرکت بر اساس اصل هر عضو یک رأی، مسئولیت محدود اعضا، ساختار مشارکتی، مالیات کمتر و کمک‌های دولتی، این شرکت را از سایر شرکت‌های تجاری متمایز می‌سازد. بهره‌مندی از این ساختار می‌تواند به اقتصاد کشورها در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک شایان نماید. تغییرات کیفی در ساختار اقتصاد یک جامعه به ضمیمه افزایش سرمایه اجتماعی، خلق جدید از هویت انسانی، ارتباط آحاد جامعه از طریق عقلانیت ارتباطی مواردی است که با توجه به ساختار شرکت‌های تعاونی و مزایای مطرح شده برای آنها بسیار بیش از سایر شرکت‌های تجاری قابل تصویر است. همین موضوع باعث شده است در مقالات روز دنیا به این مسئله پرداخته شود و نقش شرکت‌های تعاونی در توسعه اجتماعی و اقتصادی و کاهش فقر مورد بررسی قرار گیرد. سؤال اساسی که در این زمینه مطرح می‌شود آن است که نقش شرکت‌های تعاونی در توسعه اقتصادی و اجتماعی چگونه است؟ در این مقاله با بررسی مقالات مرتبط با موضوع شرکت‌های تعاونی در سراسر دنیا و بررسی موارد خاص از یونان، هند و مالزی به پاسخ این پرسش دست یافته‌ایم. بدین منظور در قسمت اول از شرکت‌های تعاونی و توسعه پایدار و در قسمت دوم به شرکت‌های تعاونی و توانمندسازی جوامع پرداخته‌ایم.

۱. شرکت‌های تعاونی و توسعه پایدار

توسعه پایدار فرآیندی برای تصویر آینده‌ای مطلوب برای جوامع بشری است. هدف از توسعه پایدار دستیابی به عدالت اجتماعی و ایجاد جامعه سالم برای آیندگان است. نقش شرکت‌های تعاونی در این رهگذر مورد بررسی برخی از نویسندگان قرار گرفته است که در ادامه بدان می‌پردازیم.

۱.۱. مدل‌های تعاونی اقتصادی: تعاونی‌های کشاورزی در یونان و نیاز به نوسازی عملیات آنها**برای توسعه پایدار جوامع محلی**

(Economic Cooperative Models: Agricultural Cooperatives in Greece and the Need to Modernize their Operation for the Sustainable Development of Local Societies)^{۱۲}

بر اساس تعریف (ICA)^۳، تعاونی را می‌توان اساساً یک انجمن مستقل از افراد در نظر گرفت که به طور داوطلبانه برای رسیدگی به نیازها و اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشترک اعضا از طریق یک شرکت

^۱ . Stavros Kalogiannidis, Adjunct Lecturer Department of Regional and Cross Border Development, University of Western Macedonia, Greece.

^۲ . International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, ۲۰۲۰.

^۳ . اتحادیه بین‌المللی تعاون (International Co-operative Alliance)

مشترک و با مدیریت دموکراتیک تشکیل شده است. عنصر برجسته در این تعریف، عنصر خودمختاری است. شیوع و گسترش تعاونی‌ها و عضویت بیش از ۸۰۰ میلیون عضو در سراسر جهان موجب شده است در برخی کشورها مدیریت تعاونی با مداخلات خارجی همراه باشد که به واسطه این مداخلات، تعاونی‌ها به دنبال تبدیل شدن به ارگان‌های وابسته برای پیشبرد آرمان‌ها و اهداف دیگران باشند. در این مقاله به بحث در خصوص مسائل زیر پرداخته شده است.

۱،۱،۱. تفاوت شرکت‌های خصوصی با تعاونی‌ها

سه تفاوت کلیدی در تمایز تعاونی با سایر شرکت‌های تجاری وجود دارد:

۱. مالکیت ۲. کنترل تعاونی ۳. توزیع سود تعاونی‌ها

در خصوص مالکیت بر تعاونی باید گفت به طور سنتی، سهام تعاونی دارای انحصاری اعضای آن است و به این ترتیب، با عضویت آنها همراه بوده و قابل معامله نیست. عضویت تنها شکل سرمایه‌گذاری مستقیم در تعاونی است. تنها در سال‌های اخیر است که تعاونی‌ها سعی کرده‌اند از افراد غیرعضو نیز سرمایه دریافت کنند.

در خصوص کنترل تعاونی بسیار حائز اهمیت است که گفته شود اعضا کنترل دموکراتیک تعاونی را با رأی دادن حفظ می‌کنند. تعاونی‌ها اغلب بر اساس اصل "یک عضو، یک رأی" به اعضای خود اجازه می‌دهند تا در مورد مهم‌ترین موضوعات رأی دهند. البته در سال‌های اخیر تعاونی‌ها حق رأی را به افراد غیرعضو نیز اعطا کرده‌اند و همچنین شروع به تغییر اصل "یک عضو، یک رأی" بر اساس معاملات اعضا با تعاونی کرده‌اند.

در خصوص توزیع سود تعاونی نیز باید گفت در شرکت‌های تعاونی بر خلاف شرکت‌های خصوصی، توزیع سود توسط تعاونی‌ها پس از تعیین قیمت برای محصولات معامله شده و کالاهای فروخته شده، اساساً بر اساس حداکثر کردن منافع اعضا انجام می‌شود. هیچ یک از اعضای شرکت نباید پس از خروج از تعاونی بتوانند سود ببرند. بسیار مهم است که مدیریت تعاونی منافع همه اعضا را به جای منافع خود در نظر بگیرد.

۱،۱،۲. اهداف بنگاه‌های تولیدی در بخش کشاورزی

هدف مشترک تعاونی‌ها و همچنین شرکت‌های خصوصی به حداکثر رساندن رفاه بلندمدت اعضا یا سهام‌داران است. برخی از مهم‌ترین اهداف تعاونی‌ها کاهش هزینه‌های تولید و همچنین کاهش هزینه مبادلات و همچنین جریان بهتر اطلاعات در مورد آنها با تبلیغ و بازاریابی محصولات از این طریق است. کشاورزان به دلیل نقش خود برای بقای در دنیای تجارت در مقایسه به رقیبان جدی خود، تمایل بیشتری به تعاونی و ایجاد شرکت‌های تعاونی داشته‌اند.

هدف اصلی تعاونی‌های کشاورزی، ارتقای منافع اعضای خود با تأکید بر پارامترهای زیر است:

- افزایش درآمد اعضا
- امکان کاهش هزینه‌های تولید
- کاهش هزینه‌های معاملاتی و مبادلاتی

تعاونی‌های کشاورزی تا حد زیادی اشتغال و درآمد اعضای خود را تضمین می‌کنند و به عملکرد مؤثر رقابت در بازار به نفع خود کمک می‌کنند. هسته اصلی ایده تعاونی با ارزش‌های آن پشتیبانی می‌شود که رهنمودهایی است که مجموعه‌های تعاونی با آن اصول خود را اجرا می‌کنند. این ارزش‌ها عبارت‌اند از خودیاری، مسئولیت‌پذیری، دموکراسی، برابری، همبستگی، صداقت، شفافیت، مسئولیت اجتماعی و مراقبت از دیگران. تفاوت مهمی که تعاونی با سایر واحدهای اقتصادی دارد این است که نه یک واحد صرفاً اقتصادی است و نه یک سازمان کاملاً اجتماعی. این یک نهاد اقتصادی و اجتماعی ترکیبی است که به دنبال بهبود موقعیت اقتصادی، اجتماعی و همچنین فرهنگی اعضای خود است.

۱,۱,۳. مطالعه تعاونی‌های کشاورزی در یونان

تعاونی‌ها از لحاظ تاریخی عامل اصلی بخش اقتصاد اجتماعی در یونان بوده‌اند. آنها عمدتاً محصولات یا خدمات را در بازار عرضه می‌کنند. برخی از آنها فقط به عنوان تولیدکننده عمل می‌کنند. تعاونی‌های کشاورزی ابزاری برای مداخله در مناطق روستایی هستند و ارتباطات افقی بین سازوکارهای بازار و جمعیت روستایی ایجاد می‌کنند. تعاونی‌ها به عنوان شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی، ابزاری برای انتشار نوآوری‌های فنی و اقتصادی، و همچنین به عنوان کانال‌هایی برای اعمال کنترل اجتماعی بر جمعیت روستایی عمل می‌کنند. اصول اساسی تعاونی شامل همکاری آزاد، برابری و دموکراسی به منزله موقعیت برابر و نیز حقوق و تعهدات برابر اعضا است. اصل محدودیت قدرت سرمایه را نیز می‌توان بسیار مهم دانست که منجر به ارتباط بین حق رأی و معیارهای توزیع سود آن شده است که با معیار مشارکت در سرمایه برای دریافت سود ارتباطی ندارد. علاوه بر این، اصل اساسی حاکم بر تعاونی عدالت به معنای توزیع عادلانه درآمد و تقسیم عادلانه مسئولیت است.

۱,۱,۴. مشکلات در عملکرد تعاونی‌های کشاورزی

در عصر ما مشکلات زیادی در عملکرد تعاونی‌های کشاورزی وجود دارد که اهم آن عبارت است از:

- ایجاد مشوق برای اعضاء با هدف سرمایه‌گذاری قابل توجه در فعالیت این تعاونی‌ها
- فقدان آموزش مشارکتی در همه سطوح و نداشتن توانایی تکمیل تحولات جهانی در تئوری و عمل
- فقدان سیاست دولتی برای توسعه بدون مانع ابتکارات تجاری تعاونی
- فقدان فرهنگ تعاون در چارچوب اقتصاد بازار
- حزب‌گرایی و دخالت دولت در امور داخلی تعاونی‌ها

۱,۱,۵. مدیریت تعاونی‌های کشاورزی

مدیریت یک تعاونی سخت و دشوار تلقی می‌شود. این واقعیت مانند سایر شرکت‌ها تنها به منابع مدیریت و فعالیت‌های تجاری مربوط نمی‌شود، بلکه به فرآیند برخورد با مشکلات ناشی از ویژگی‌های متمایز تعاونی نیز مربوط می‌شود. از آنجایی که اعضای آن هم بنیان‌گذار و هم مشتری هستند، ممکن است روابط و مشکلات خاصی در رابطه با اعضای هیئت‌مدیره و نقش و مسئولیت‌های مدیران آنها ایجاد شود.

مدیریت تعاونی‌ها با مدیریت اداری شرکت‌های سرمایه تفاوت قابل توجهی دارد. مهم‌ترین تفاوت تعاونی و سازمان اداری سرمایه‌داری بر اساس نتیجه موردنظر است. در شرکت‌های سرمایه، سرمایه شرکت به عنوان ارزش برتر در نظر گرفته می‌شود و هدف مدیریت خدمت به آن است. هدف اصلی مدیریت کسب حداکثر سود ممکن با کمترین فداکاری در این امر است. تمام اختیارات و همه حقوق اساساً توسط متصدیان سرمایه به نفع ایشان اعمال می‌شود. در واقع، آنها اغلب توسط گروه‌های بسیار کوچکی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند که اعضای آن اکثریت سهام را در اختیار دارند. به همین دلیل است که در این مورد سرمایه بالاتر از هر فرد است.

شرکت‌های تعاونی اولویت را به تأمین نیازهای اعضای خود و همچنین جامعه گسترده‌تر می‌دهند و نه سود. آنها یک اداره مستقل دارند و از این طریق به طور مستقل در مورد نحوه عملکرد خود تصمیم می‌گیرند. اصول و اهداف تعاونی به وضوح رویکرد مدیریتی متفاوتی را نسبت به کسانی که در اداره تعاونی دخیل هستند ارائه می‌دهد؛ بنابراین، مدیر خوب یک تعاونی باید اصول زیر را ارزیابی کند:

- چارچوب تصمیم‌گیری در کسب‌وکاری که مشتریان در آن عضو نیز هستند
- جهت‌گیری تعاونی در ارائه خدمات
- رفتار برابر مالکان (اعضا) - مشتریان
- شیوه‌های مدیریت و کنترل کسب‌وکار

به طور خاص مهم‌ترین ویژگی‌های شرکت‌های تعاونی‌های کشاورزی در کسب موفقیت عبارت‌اند از:

- مدیریت تعاونی‌ها توسط کارکنان مجرب، آموزش دیده و حرفه‌ای تحت نظارت و کنترل اتحادیه‌های منتخب دموکراتیک.
- تعاونی‌ها باید خودکفا شوند، سرمایه و رشد و سایر منابع درآمد را جمع‌آوری کنند تا از دخالت‌ها و کنترل‌های خارجی آزاد شوند.
- تعاونی‌ها برای سازماندهی ساختارهای تولیدی به منظور ایجاد ارزش افزوده در محصولات تولیدی نیاز به استفاده از فناوری پیشرفته به نفع خود دارند.
- تعاونی‌ها متعهد به فرآیند آموزشی برای اعضای خود برای استفاده آسان‌تر و سازنده‌تر اعضا در ساختارهای تعاونی هستند.

۱,۱,۶. اهمیت مدل تعاونی مدرن

سازمان‌های جمعی کشاورزی پتانسیل این را دارند که یک مدل کسب‌وکار روستایی قابل اعتماد باشند. در مطالعات اخیر علل اصلی شکست تعاونی‌ها به شرح زیر ارائه شده است:

- فقدان مکانیسم‌های کنترلی
- آموزش و پرورش ناکافی
- عدم هوشیاری تعاونی
- حزب‌گرایی

• مداخله و نظارت دولت

نتیجه فروپاشی تعاونی‌ها قطع ارتباط بسیار زیاد تولیدات کشاورزی با بازار بین‌المللی بود. زیرا این فروپاشی تمرکز عرضه محصول را در تعاونی‌های تجاری بزرگ تضعیف کرده است. باید با برنامه‌ریزی برای بازسازی، روی آوردن به اقدامات جمعی رقابتی و طرح‌های تعاونی جدید، به یک مدل جدید برای ترویج شرکت‌های تعاونی روی بیاوریم. الگوی جدیدی که باید بر تعاونی به‌عنوان یک نیاز عملیاتی و به‌عنوان ابزاری برای پاسخگویی به چالش‌های تولید اولیه و در نهایت اقتصاد اجتماعی تمرکز کند.

۱,۲. سازمان تعاون و ویژگی‌های آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی (۱۹۹۵ تا ۲۰۲۰)

Cooperative Organization and Its Characteristics in Economic and Social Development (1995 to 2020)^۱

۲

مقاله حاضر به این سؤال می‌پردازد که: «آیا مدیریت تعاونی‌ها این شایستگی را برای اعضای تعاونی فراهم می‌کنند که بر موانعی که مانع از توسعه اجتماعی و اقتصادی آنها می‌شود، غلبه کنند؟» برای پاسخ به این پرسش از طریق دسترسی به داده‌های مختلف از طریق پایگاه داده Elsevier Scopus برای جمع‌آوری داده‌ها و همچنین از طریق تجزیه و تحلیل کتاب‌های مختلف در زمینه تعاونی‌ها نویسندگان به پاسخ این پرسش مبادرت ورزیده‌اند.

۱,۲,۱. مزیت تعاونی‌ها در مقابله با بحران‌های اقتصادی

برخی نویسندگان سهم مسئولیت اجتماعی فعال (PSR) را برای اصلاح اثرات منفی در سطح اقتصادی و اجتماعی سیستم شرکت‌ها شناسایی کردند. مطالعه آنها بر روی اسپانیا متمرکز بود و ساختار رقابتی و موفقیت سازمان‌ها را بر اساس اصول تعاونی مورد تحقیق قرار دادند. به عقیده نویسندگان، سه عامل ممکن است در این زمینه مؤثر واقع شود: (الف) رشد و شکوفایی اقتصادی. (ب) انسجام و برابری اجتماعی؛ و (ج) یکپارچگی و حفاظت از محیط زیست.^۳

علی‌رغم انواع مختلف بحران‌هایی که می‌تواند بر توسعه سازمان‌ها تأثیر بگذارد، نویسندگان به این نتیجه رسیدند که PSR می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی در ایجاد مزیت رقابتی و حمایت از موفقیت سازمانی تعاونی‌ها عمل کند، زیرا این سیستمی است که از اصول تعاونی پیروی می‌کند و انسجام موجود را بین اعضای تعاونی حفظ می‌کند. آنها استدلال می‌کنند:

سازمان‌های تعاونی به‌عنوان سازمان‌های اجتماعی باید منابع مالی و قابلیت‌های خود را در نمایش استراتژی اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند و شهرت خود در این زمینه را افزایش دهند؛ بنابراین آنها به دلیل PSR بالاتر،

^۱. Sustainability ۲۰۲۲, ۱۴, ۸۴۷۰. <https://doi.org/10.3390/su14148470>

^۲. Walter Perpétuo Ribas, Bruno Pedroso, Leandro Martinez Vargas, Claudia Tania Picinin and Miguel Archanjo de Freitas Júnior

^۳. Amonarriz, C.A.; Landart, C.I.; Cantin, L.N. Cooperatives' proactive social responsibility in crisis time: How to behave? *REVESCO Rev. Estud. Coop.* ۲۰۱۷, 123, ۷-۳۶

از موقعیت استراتژیک بهتری برخوردارند. پایه‌های رفتار مسئولیت‌پذیر اجتماعی شرکت‌های تعاونی ریشه در اصول خاص تعاونی‌ها دارد. با توجه به این اصول، انتظار می‌رود تعاونی‌ها نسبت به اعضای خود و جامعه به‌طور کلی مسئولیت‌پذیرتر بوده و در عین حال از نظر اقتصادی مقرون به صرفه‌تر باشند.

شایان توجه است که بیان شود بر اساس مطالعه نویسندگان در طول دوره بحران (۲۰۱۲-۲۰۰۸)، تعاونی‌ها برخلاف سایر شرکت‌هایی که از این جنبه دچار بحران شدند، سطوح اشتغال پایدار را حفظ کردند. از نظر توسعه اقتصادی، قابل توجه است که در حالی که سایر شرکت‌ها راکد یا زیان‌ده بودند، یکی از هر سه تعاونی مورد تجزیه و تحلیل، سرمایه‌گذاری‌های خود را در طول دوره بحران حفظ کرد، در حالی که ۱۵ درصد از ۳۰۰۰ تعاونی مورد بررسی، نوآوری‌های متمرکز بر جنبه‌های مدیریتی و/یا تجاری را در عمل نشان دادند.

۱،۲،۲. مدیریت تعاونی و توسعه اقتصادی

فلسفه تعاونی جایگزینی برای سرمایه‌داری و اثرات آن شناخته می‌شود. مدیریت تعاونی‌ها اساساً مبتنی بر پیگیری منافع مشترک اعضای تعاونی و همچنین بر ایجاد مشارکت جمعی است. تعاونی‌ها با معرفی شیوه‌های جدید مدیریتی موجب کاهش نابرابری‌های اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی و تقویت روند توسعه پایدار می‌شوند.

از میان مسیرهای متعددی که مدیریت تعاونی ممکن است طی کند، باید گفت الزامی است که اعضا (اعضای تعاونی و مدیریت) در انجام امور بازرگانی مشارکت داشته باشند و با این کار، مشکلاتی که به وجود می‌آیند را به شیوه‌ای مولد و خلاقانه حل کنند. مدیریت تعاونی‌ها متضمن پذیرش ارزش‌های زیر است: کمک متقابل، مسئولیت، دموکراسی، برابری و همبستگی، علاوه بر ارزش‌های اخلاقی صداقت، شفافیت، مسئولیت اجتماعی و توجه به دیگران.

در این جایگاه مشاهده می‌شود که هرگاه تداخلی صورت می‌گیرد که می‌تواند بر دنیای کسب‌وکار تأثیر بگذارد، تعاونی‌ها نه تنها به عامل اقتصادی، بلکه به انسجامی که باید مبتنی بر اصول تعاونی باشد توجه دارند تا بر مشکلات در سطح اقتصادی غلبه کنند.

موفقیت تعاونی‌ها که مطابق نظر برخی نویسندگان مبتنی بر سه رکن است: ظرفیت اقتصادی، ظرفیت سازمانی و هدف برای تغییر وضعیت موجود. نویسندگان تأکید می‌کنند که این ارکان مبنای مشترکی را فراهم می‌کنند که در خدمت انواع مختلف تعاونی‌ها است. ماهیت تعاونی‌ها متضمن رفتار مسئولیت‌پذیر اجتماعی است. این واقعیت احساس مسئولیت و تعهد برای حفظ هماهنگی شیوه مدیریت در این شرکت‌ها را آسان‌تر می‌نماید.

در مطالعه صورت‌گرفته در خصوص تجزیه و تحلیل عملکرد مقایسه‌ای بین تعاونی‌ها و شرکت‌های تجاری نویسندگان به این نتیجه رسیدند که در بسیاری از موارد تعاونی‌ها در موضوع فعالیت بهتر عمل می‌کنند، زیرا عملکرد اقتصادی آنها با "رفاه اجتماعی" اعضای تعاونی همراه است.^۱

^۱Altman, M. Cooperative organizations as an engine of equitable rural economic development. *J. Co-Oper. Organ. Manag.* ۲۰۱۵, 3, ۱۴-۲۳.

در مطالعه صورت گرفته در مناطق روستایی آفریقای جنوبی نشان داده شد که تعاونی‌ها چارچوب‌هایی را برای پر کردن خلأهای حقوقی و نواقص بازار در روستاهای آفریقا ایجاد می‌کنند. آنها استدلال می‌کنند که تعاونی‌ها قادر به براندازی الگوهای تجاری فعلی و همچنین کمک به دسترسی پایدار به بازار برای کشاورزان خرده‌پا هستند.^۱ در مقاله‌ای مشابه نویسندگان ارزیابی می‌کنند که تعاونی‌ها در جوامع فقیر قاره آفریقا چگونه با مشکلات ذاتی مناطق محروم برخورد می‌کنند. آنها تأکید می‌کنند که توانایی اعضای تعاونی در مواجهه با مشکلات، تسهیل در سازگاری با تغییرات با توجه به شرایط و مقاومت آنها در برابر فشار شرایط نامطلوب با مدیریت سیستماتیک و منسجم در اداره و عملکرد تعاونی به دست می‌آید.^۲

۱,۲,۲,۱. مشکلات تعاونی‌ها در حوزه مدیریت اقتصادی

مدیریت تعاونی‌ها باید تعادلی میان نیازهای اقتصادی و اجتماعی یک جامعه را حفظ کند. به این ترتیب، تعاونی می‌تواند همه اعضا را به شیوه‌ای عادلانه و دموکراتیک کنار یکدیگر جمع نماید. تا زمانی که اصول اساسی اتخاذ شده توسط مدیریت تعاونی‌ها رعایت شود، این مشارکت می‌تواند محقق شود. در مطالعه‌ای که توسط برخی نویسندگان در خصوص چالش‌ها و فرصت‌های کنونی تعاونی به منظور توسعه موفقیت‌آمیز در اقتصاد جهانی مورد بررسی قرار گرفته است، نویسندگان به سه زمینه کلیدی اشاره داشتند: (الف) ادامه حیات تعاونی‌ها بر اساس نقاط قوت و ضعف‌های احتمالی آنها در شرایط جهانی سازی کنونی. (ب) نقش این سازمان‌ها در ارتقای توسعه محلی و ثبات جوامع محلی و (ج) تنش‌ها و پتانسیل‌هایی که بین‌المللی شدن برای تعاونی‌ها به همراه دارد.^۳

با توجه به این چالش‌ها و با توجه به مطالعات انجام شده، می‌توان دریافت که ادغام دانش در بین اعضای تعاونی برای مدیریت تعاونی به عنوان رکن اساسی تلقی شود. این واقعیت توسط برخی نویسندگان ارائه شده است که این یکپارچگی را از طریق جنبه‌های هیجانی در مطالعات انجام شده در اکوادور ارزیابی می‌کنند. آنها آن را "تعهد سازمانی عاطفی" می‌نامند که توسط یک مقیاس اندازه‌گیری بر اساس مدل تک‌بعدی پیشنهاد شده توسط مایکل پورتر ایجاد شده است. با پیروی از تئوری‌های مدیریت پورتر، آنها یک استراتژی آموزش منابع انسانی ارائه می‌دهند که امکان آگاهی کامل از نیازهای مردم را فراهم می‌کند، زیرا هدف تعاونی‌ها پیگیری فعالیت‌های مرتبط با مردم و نیازهای آنها است. با این پیش‌فرض، تعاونی‌ها باید دموکراتیک و فعالانه عمل کنند.^۴

^۱ Mangnus, E.; Schoonhoven-Speijer, M. Navigating dynamic contexts: African cooperatives as institutional bricoleurs. *Int. J. Agric. Sustain.* ۲۰۲۰, 18, ۹۹-۱۱۲.

^۲ .Van Oorschot, K.; Hoog, J.; Van Der Steen, M.; Van Twist, M. The three pillars of the co-operative. *J. Co-Oper. Organ. Manag.* ۲۰۱۳, 1, ۶۴-۶۹.

^۳ .Bretos, I.; Marcuello, C. Revisiting globalization challenges and opportunities in the development of cooperatives. *Ann. Public Coop. Econ.* ۲۰۱۷, 88, ۴۷-۷۳.

^۴ .Hidalgo-Fernández, A.; Mero, N.M.; Alcivar, M.I.L.; Cruz, F.G.S. Analysis of organizational commitment in cooperatives in Ecuador. *J. Manag. Dev.* ۲۰۲۰, 39, ۳۹۱-۴۰۶.

برخلاف سایر سازمان‌ها، سیستم عملیاتی تعاونی‌ها نیازمند مدیریتی است که به دنبال غلبه بر موانع ذاتی اداره یک سازمان است، بدون اینکه بتواند روی کمک‌های خارجی مانند دولت حساب کند. از این رو تعاونی‌ها در مقایسه با سایر سازمان‌ها با محدودیت‌هایی مواجه هستند. نمونه‌هایی از این محدودیت‌ها عبارت‌اند از تحمیل تعاونی منطقه‌ای به بازارهای جهانی. نمونه‌ای دیگر از محدودیت الزامات قانونی موجود در اساسنامه تعاونی‌ها است. مانند محدودیت‌های مربوط به اعضای حقوقی تعاونی در مقایسه با شرکت‌های سهامی یا شیوه افزایش سرمایه در مقایسه با شرکت‌های سهامی. همچنین این محدودیت‌ها شامل فرآیند دموکراتیک تصمیم‌گیری اعضا است که موجب می‌شود روند برخی تصمیم‌گیری‌ها کند شود که با سیستم سازمانی که نیازمند تصمیمات سریع در بازار رقابتی است مطابقت ندارد.

۱،۲،۲،۲. مشکلات تعاونی‌ها در حوزه انگیزشی

تحقیقی توسط برخی نویسندگان به مشکلات انگیزشی که تعاونی‌ها با آن مواجه هستند اشاره می‌کند که به شرح زیر است: مشکلات انگیزشی مربوط به سرمایه‌گذاری در تعاونی‌ها و مشکلات انگیزشی مربوط به تصمیم‌گیری. نویسندگان دریافتند که این مشکلات انگیزشی با توجه به درجه هماهنگی اعضای تشکیل‌دهنده تعاونی مشکل‌ساز می‌شوند. این درجه به این عوامل بستگی دارد: میزان سهم مالی اعضا؛ تفاوت اعضا در تحقق اهداف تعاونی و سطح مشارکت اعضا. نویسنده نتیجه می‌گیرد که یک تعاونی سنتی با توجه به ویژگی همبستگی و برابری که در اصول آن وجود دارد، به‌سختی با این مشکلات مواجه خواهد شد. پیشینه مطالعات نشان می‌دهد که مشکلات حاکمیتی که تعاونی‌ها با آن مواجه هستند با مشارکت در توسعه محصول، تولید و تجارت حل می‌شوند و با تمرکز بر تعاونی‌های توزیع محصولات کشاورزی، نتیجه مدیریت را زمانی مثبت ارزیابی می‌کند که راه‌حل‌های سازمانی دقیق‌تر و نوآورانه‌تر باشند.

۲. شرکت‌های تعاونی و توانمندسازی جوامع

یکی از ابعاد تشکیل تعاونی‌ها توانمندسازی جوامع و بهبود اوضاع اجتماعی در سطح ملی و یا محلی می‌باشد. این بعد از شرکت‌های تعاونی تا آنجا حائز اهمیت گشته که گاه در مقالات و نوشته‌های علمی عبارت شرکت‌های اقتصادی - اجتماعی بجای عبارت تعاونی بکار برده می‌شود. این بعد اجتماعی تعاونی‌ها جنبه‌های گوناگونی دارد از حیث فراهم کردن مشاغل موردنیاز و اشتغال‌زایی یا آگاهی‌های اجتماعی و یا حفظ ارزش‌های محلی و یا حتی برقراری صلح می‌تواند بررسی شود. اما اینکه چرا میان تعاونی‌ها و توسعه جامعه همبستگی وجود دارد باید به ریشه آن بپردازیم؛ از آنجایی که سرمایه‌داری نقش تعیین‌کننده‌ای در دنیای تجارت داشته است، نارضایتی فزاینده‌ای در بین مردم نیز وجود داشته است. آنها به دنبال راه‌های جایگزین برای سازماندهی زندگی خود در درون نظام سرمایه‌داری بر اساس فعالیت‌های مرتبط خود بوده‌اند. آنها با کمک متقابل می‌توانند نیازهای اساسی خود را برآورده کنند و همچنین آزادی کامل در تولید و کار داشته باشند. این

سناریو در بحث‌های پس از انقلاب صنعتی، به‌وفور یافت می‌شود.^۱،^۲ تأثیر صنعتی شدن بر طبقه کارگر که در معرض رفتار و توزیع نابرابر سود قرار داشت و نیروی کار آنها مورد استثمار قرار و مورد بدرفتاری طبقه بورژوا قرار می‌گرفت، طبقه بورژوا که بر نقض حقوق بشر کارگران اصرار داشت و در نتیجه نمی‌گذاشت که آنها نه از نظر اقتصادی و نه از نظر اجتماعی مردمی آزاد و مستقل باشند. در برابر این، جنبش‌هایی برای رفتاری انسانی‌تر و برابرتر به وجود آمد. آنها علیه نظام سرمایه‌داری و تغییرات ساختاری در نیروی کار که همراه با آن بود مبارزه کردند.^۳ به عنوان مثال، کارگرانی که چنین تغییراتی را نپذیرفتند، شروع به جستجوی جایگزین کردند که در مدلی سازمانی به نام «تعاونی» به اوج خود رسید. امروزه این مدل شکل سازمان‌هایی را به خود می‌گیرد که به افراد اجازه می‌دهد برای برآوردن نیازهای مشترک خود گرد هم آیند. برای مثال تعاونی‌ها در جوامع فقیر آفریقا با مشکلات ذاتی مناطق محروم برخورد می‌کنند و در آن توانایی اعضای تعاونی در مواجهه با مشکلات، سازگاری با تغییرات با توجه به شرایط و مقاومت آنها در برابر فشار شرایط نامطلوب با مدیریت سیستماتیک و منسجم در اداره و عملکرد تعاونی به دست می‌آید و نتیجه آن توسعه آن جامعه محلی است^۴ یا به عنوان نمونه‌ای دیگر که نشان دهد تعاونی‌ها روز به روز در حال گسترده شدن هستند می‌توان اذعان داشت که امروزه میلیون‌ها نفر در سراسر جهان عضو تعاونی‌ها هستند. در کنیا ۲۰ درصد از جمعیت عضو تعاونی هستند، در حالی که در آرژانتین بیش از ۲۹ درصد، در نروژ ۳۳ درصد، در کانادا و ایالات متحده این سهم ۴۰ درصد است. سهم تعاونی‌ها در فقرزدایی را می‌توان از این واقعیت سنجید که تاکنون ۱۰۰ میلیون عنوان شغلی پایدار به وجود آورده‌اند و در برخی کشورها و مناطق جزو بزرگ‌ترین کارفرمایان به شمار می‌آید، مانند کلمبیا که در آن تعاونی بهداشت ملی بزرگ‌ترین کارفرما در سطح ملی است.^۵

به مرور شاهد پیشرفت فزاینده تعاونی‌ها هستیم به گونه‌ای که امروزه به سختی بتوان کشوری را یافت که تعاونی‌ها در پیشبرد اهداف اقتصادی و اجتماعی آن سهمی نداشته باشد. به عقیده یکی از صاحب نظران در این عرصه^۶ تعاونی‌ها از زمان ایجادشان اصول خود را حفظ کرده‌اند، بنابراین یک جنبه اساسی در واقعیت اقتصادی و اجتماعی دنیای مدرن باقی مانده‌اند. علیرغم تغییرات و واقعیت‌های جدید اقتصادی، تعاونی‌ها از نظر توسعه پایدار مثبت هستند و همچنین مسئولیت تصمیماتی را که می‌گیرند بر عهده می‌گیرند. او نتیجه می‌گیرد که تعاونی‌ها ظرفیت پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و

^۱ Antonialli, L.M.; Souk, G.G. Princípios cooperativistas e modelo de gestão: Um estudo sobre conflitos de interesses entre grupos de produtores rurais. In Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural; Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo: São Paulo, Brazil, ۲۰۰۵; Volume ۴۳, pp. ۱-۱۹

^۲ Schneider, J.O. Democracia, Participação e Autonomia Cooperativa, ۲nd ed.; Unisinos: São Leopoldo, Brazil, ۱۹۹۹.

^۳ Saucedo, D.; Nicolazzi Júnior, N.F. O trabalho na história—um longo processo de transformações. In Os Caminhos do Cooperativismo; Gedel, J.A.P., Ed.; UFPR: Curitiba, Brazil, ۲۰۰۱; pp. ۵۷-۵۹.

^۴ Van Oorschot, K.; Hoog, J.; Van Der Steen, M.; Van Twist, M. The three pillars of the co-operative. J. Co-Oper. Organ. Manag. ۲۰۱۳, ۱, ۶۴-۶۹.

^۵ Promoting Peace Through Tourism: Role of co-operatives / This paper was presented by Mr. Verma at the IIPT-WTO Conference on Tourism, Thailand

^۶ Liliana-Aurora Constantinescu

اقتصادی جمعیت در مناطقی را دارند که در آن فعالیت می کنند و برای توسعه بیشتر منطقه تلاش می کنند.^۱ تمامی این موارد که خود زمینه و مقدمه ای برای تحقق توسعه پایدار است از نگاه محققین و نویسندگان مغفول نمانده و مقالاتی در این زمینه نوشته شده است که به بررسی موردی آنها در دو کشور هند و مالزی به عنوان کشورهای در حال توسعه که پیشرفت تعاونی ها در آنها چشمگیر بوده می پردازیم تا ببینیم در این سیر رشد چه میزان به توسعه جامعه توجه شده است.

۲/۱. ترویج صلح از طریق گردشگری: نقش شرکت های تعاونی

۲ Promoting Peace Through Tourism: Role of co-operatives^۲

در این نوشته که بررسی موردی کشور هند است به بحث در خصوص مسائل زیر پرداخته شده است.

۲،۱،۱. ارتباط میان گردشگری و توسعه جامعه

در سال های اخیر هند به عنوان یک قدرت بزرگ جهانی ظاهر شده است. اصلاحات اقتصادی هند، آن را پر جنب و جوش تر و پویاتر از قبل نموده است. فضای مساعد برای سرمایه گذاری خارجی ایجاد شده و دموکراسی هند علی رغم تضادهایش به کشور ثبات سیاسی بخشیده که بدون شک برنامه های توسعه کشور را تقویت کرده است. با این حال، همچنان، هند با مشکلاتی چون فقر و بیکاری دست و پنجه نرم می کند و به تبع آن صلح پایداری در کشور وجود ندارد چرا که تخریب محیط زیست، نابرابری های اجتماعی، شورش و غیره همچنان مردم این کشور را آزار می دهد. راهبردهای تدوین شده برای مقابله با این مشکلات برنامه کاملی را ارائه نکرده است و چه بسا که در این راهبردهای تدوین شده گردشگری به عنوان یک استراتژی مؤثر برای ارتقای صلح و توسعه جامعه، علی رغم اینکه بخش گردشگری در سال های اخیر در دنیا برجستگی داشته، مورد بحث قرار نگرفته است.

امروزه گردشگری به عنوان ابزاری کارآمد برای رشد اقتصادی و وسیله ای برای رفع فقر، مهار افزایش نرخ بیکاری، گشودن زمینه های جدید فعالیت های اجتماعی و ارتقای بخش های تحت ظلم جامعه پیش بینی می شود. فرصت های جدیدی برای حفظ محیط زیست، جامعه محلی روستایی، حیات وحش و سلامت و پزشکی از جمله مواردی است که توسط گردشگری به وجود می آید. با افزایش تعداد گردشگران خارجی که هر ساله به هند می آیند و گردشگری داخلی محبوبیت پیدا می کند، بخش های دولتی و خصوصی فعالانه در ترویج گردشگری در این کشور مشارکت دارند؛ علاوه بر گردشگری داخلی، ابعاد بین المللی و منطقه ای گردشگری نیز به رسمیت شناخته شده است. برای مثال، گردشگری هایی که منجر به ایجاد پیوند مردمی بین هند و پاکستان می شود، اهمیت زیادی دارند. در نتیجه، گردشگری در نرم کردن روابط هند و پاکستان که منجر به صلح و در نتیجه توسعه جوامع می شود، نقش بسزایی داشته است.

در زمانی که صنعت گردشگری در هند شتاب گرفته، شرایط برای رواج گسترده مفهوم "صلح از طریق گردشگری" از طریق حمایت قوی و اقدام عملی آماده خودنمایی است. گردشگری به عنوان راهبردی برای ارتقای صلح از طریق حل

^۱ Constantinescu, L.A. Cooperative Spirit in the XXI Century European Cooperative Culture. Procedia Econ. Financ. ۲۰۱۰، ۲۷، ۱۹۹-۲۰۳

^۲ This paper was presented by Mr. Verma at the IIPT-WTO Conference on Tourism, Thailand

^۳ . Sanjay kumar verma

مشکلات مربوط به فقر، بیکاری و... در صورتی می‌تواند موفق باشد که پیوندهای مؤثری بین «صنعت گردشگری» و «صلح» ایجاد شود و براین اساس برنامه‌ها و ابتکارات عملیاتی مناسبی اندیشیده شود. ابتکارات جامعه‌محور مبتنی بر مشارکت مردم در هند در حل مشکلات اجتماعی - اقتصادی مردم کاملاً مؤثر بوده است. آنها همچنین در ایجاد همکاری‌های قوی بر اساس تلاش مردم موفق بوده‌اند که منجر به ایجاد فضایی صلح‌آمیز و صمیمانه شده است. در واقع، جریان‌های زیرین صلح‌آمیز دموکراسی هند در کار سرمایه‌گذاری‌های مبتنی بر جامعه مشهود است. محدودیت‌های متمرکز برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاران را وادار کرده است تا اعتقادات خود را به چنین سرمایه‌گذاری‌های مبتنی بر مردم نزدیک کند. این مقاله استدلال می‌کند که اگر استراتژی‌های گردشگری در جهت مشارکت دادن سازمان‌های مبتنی بر جامعه (شرکت‌های تعاونی) باشد، می‌تواند صلح را به شیوه‌ای واقعی ترویج کند.

۲،۱،۲. شرکت‌های تعاونی و صلح پایدار

در این مقاله مفهوم تعاون در سه کلمه زندگی، اندیشیدن و کار کردن خلاصه می‌شود تا نشان دهد مفهوم تعاون در هند چیزی متفاوت از سایر جهان نیست و معنا و مفهوم تعاون اصل ثابتی در کل دنیاست و در نتیجه اهداف ایجاد آن نیز یک چیز است، توسعه و رفاه اقتصادی و اجتماعی. در تعاون مردم با هم کار می‌کنند تا یاد بگیرد که در جامعه ما به طور مسالمت‌آمیز و هماهنگ زندگی کند. تعاونی یک انجمن مستقل از افراد است که داوطلبانه برای برآوردن نیازها و خواسته‌های مشترک، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود که از طریق یک شرکت مشترک و دارای مالکیت مشترک متحد شده‌اند و این شرکت نیز تحت کنترل دموکراتیک مردم است. تعاونی‌ها مبتنی بر ارزش‌های خودیاری، مسئولیت‌پذیری، دموکراسی، برابری و همبستگی هستند. اعضای تعاونی به ارزش‌های اخلاقی چون صداقت، صراحت، مسئولیت اجتماعی و مراقبت از دیگران اعتقاد دارند.

در عصری که ارزش‌ها رو به افول است، اگر ارزش‌ها به خوبی تبلیغ و به جامعه منتقل نشود، صلح می‌تواند گریزان بماند. بدون شک در این سناریو شرکت‌های تعاونی نقش مهمی در ایجاد صلح دارند. تعاونی‌ها در این زمینه نسبت به سایر سازمان‌ها و انجمن‌ها و شرکت‌ها مزیت استراتژیک دارند. اصول و ارزش‌های تعاونی‌ها بهترین راهنما برای ایجاد جهانی پایدار و صلح‌آمیز است. هدف آنها حفاظت از حقوق بشر و توانمند ساختن اعضا برای اعمال دموکراسی و برخورداری از آزادی عمل است. تعاونی‌ها سازمان‌هایی هستند که ریشه‌های اجتماعی قوی دارند. آنها برای توسعه پایدار جوامع از طریق تأکید بر ارزش‌ها تلاش می‌کنند که فضایی صلح‌آمیز در جامعه ایجاد شود.

در سراسر جهان، جنبش شرکت‌های تعاونی با کمک به رفع و یا کاهش فقر، حفظ محیط زیست، ایجاد اشتغال و غنی‌سازی استانداردهای اجتماعی مردم، به صلح کمک کرده است. جهت‌گیری این جنبش با ایجاد یک جامعه مبتنی بر برابری که از طریق آن احتمال درگیری و خشونت به حداقل می‌رسد، نقش مهمی در بررسی تمایلات سرمایه‌داری در جامعه ایفا کرده است. در هند نیز مفهوم تعاونی معجزه کرده است چرا که از سال ۱۹۰۴، جنبش‌های تعاونی گام‌های سریعی در تمام زمینه‌های فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی برداشت. امروزه بیش از ۵ میلیون شرکت تعاونی با ۲۳۰ میلیون عضو در کشور هند وجود دارد.

برای مثال پرداخت ۴۶.۱۵ درصد از اعتبارات کشاورزی و ۳۶.۲۲ درصد از کل کودهای کشاورزی کشور هند را دو شرکت تعاونی بزرگ^۱ توزیع می‌کنند و یا به عنوان مثالی دیگر تعاونی‌های حوزه لبنیات در هند با شبکه قوی و گسترده خود در حوزه‌های عملیاتی خود سرآمد بوده‌اند. آنها انقلاب و جهش تولید شیر را در کشور به راه انداخته که هند را به بزرگ‌ترین تولیدکننده شیر در جهان تبدیل کرده است و یا تعاونی‌های مسکن در هند نه تنها اصلاحات اقتصادی را درو کرده‌اند، بلکه از طریق ترویج هماهنگی اجتماعی و زندگی اجتماعی به ارتقای صلح نیز کمک کرده‌اند. همچنین تعاونی‌ها در هند نقش پیش‌گامی در نجات فقرا از چنگال وام‌دهندگان با ارائه اعتبار با نرخ سود معقول ایفا کرده‌اند تا بتوانند از طریق زنجیره طولانی تعاونی‌های اعتباری که در سطوح مختلف ایجاد شده‌اند، فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز کنند. علاوه بر این، شرکت‌های تعاونی فقرا را متقاعد کرده‌اند که آنها نهادهایی برای رفاه آنها هستند، نه استثمار. در سال‌های اخیر گروه‌های خودیاری مبتنی بر اصول تعاونی به صورت قارچ‌گونه رشد کرده‌اند که با فراهم کردن راه‌های درآمدزایی، فقرای روستایی را بسیج کرده‌اند.

در هند تعاونی‌ها نقش مهمی در ایجاد اشتغال داشته‌اند. حدود ۱۵.۴۷ میلیون نفر در بخش تعاونی شاغل هستند و تعداد افراد خود اشتغال در تعاونی‌ها بیش از ۱۴.۳۹ میلیون نفر است. تعاونی‌ها در بخش اجتماعی نیز قدرت خود را نشان داده‌اند. به عنوان مثال، تعاونی‌های شکر در ماهاراشترا^۲ در زمینه آموزش و بهداشت مطرح شده‌اند.

۲،۱،۳. شرکت‌های تعاونی و گردشگری

با توجه به سهم تعاونی‌ها در صلح و جهت‌گیری صلح‌آمیز شرکت‌های تعاونی، طبیعی است که تعاونی‌ها موقعیت خوبی برای تقویت و رونق گردشگری داشته باشند. گردشگری پیام صلح را منتشر می‌کند. اگر گردشگری به دستور کار کلیدی همه ملت‌ها تبدیل شود، نظم جهانی صلح‌آمیز به وجود خواهد آمد. نهادهایی مانند تعاونی‌ها در صورت مشارکت در گردشگری می‌توانند نقش مهمی در ایجاد صلح ایفا کنند. در هند تغییر سیاست گردشگری به سمت ترویج شکل غیرمتمرکز گردشگری که در آن مشارکت همه اقشار جامعه وجود دارد به وضوح قابل مشاهده است. اگرچه نمونه‌های تعاونی‌های درگیر در گردشگری ناچیز است، تعاونی‌های هندی پتانسیل بالایی برای ظهور به عنوان بازیگر پیشرو در زمینه گردشگری دارند.

برای نمونه یک شرکت تعاونی^۳ متشکل از ۵۵ عضو، عمدتاً در زمینه فروش بلیط و گردشگری خارجی فعالیت دارد که علاوه بر کسب‌وکار و حمایت از شرکت‌های تعاونی دیگر در این حوزه، خدمات حرفه‌ای آن منجر به افزایش تجارت با سازمان‌های غیر تعاونی شده است به گونه‌ای که می‌توان اذعان کرد که این شرکت در صورت حمایت کامل از سوی سازمان‌های تعاونی ملی و بین‌المللی، فرصت‌های رشد فوق‌العاده‌ای در زمینه‌های بسته‌های گردشگری بین‌المللی، حمل‌ونقل، گردشگری روستایی و غیره دارد.

دولت گردشگری روستایی را به عنوان یکی از حوزه‌های مهم این صنعت معرفی کرده است. نقطه قوت گردشگری روستایی در روستاها است و تعاونی‌ها در هند ۱۰۰ درصد روستاها را زیر نظر دارند. به همین دلیلی تعداد زیادی از

^۱ IFFCO / KRIBHCO

^۲ Maharashtra

^۳ COOPTOUR

گردشگران خارجی در گردشگری‌های روستایی مشارکت بالایی دارند؛ زیرا می‌خواهند در امور فرهنگی، سبک زندگی سنتی و غیره مشارکت کنند. وابستگی‌های فرهنگی تعاونی‌ها نه تنها گردشگران خارجی را با فرهنگ غنی منطقه آشنا می‌کند، بلکه می‌تواند اشتیاق آنها را برای مشارکت و تجربه فرهنگ محلی افزایش دهند. تعاونی‌ها می‌توانند نقش بزرگی در تقویت پیوندهای میراث فرهنگی بین‌المللی ایفا کنند و به گردشگران این احساس را بدهند که بخشی از فرهنگ تعاونی هستند که بر پایه صلح بنا شده است. شرکت‌های تعاونی گردشگری برای راهنمایی، حفاظت، نگهداری از صنایع دستی محلی و... می‌تواند باعث ایجاد اشتغال و رفع فقر مردم محلی شود. در هند شرکت‌های تعاونی کشاورزی نقطه قوت سیستم تعاونی در مناطق روستایی هستند. آنها می‌توانند به طور مستقیم گردشگری روستایی را ترویج دهند. سهم آنها در فقرزدایی همراه با تأکید بر گردشگری روستایی به عنوان یک امر بالقوه در راستای توسعه می‌تواند در ارتقای صلح مهم باشد.

شرکت‌های تعاونی و سازمان‌های غیردولتی بهترین آژانس‌ها برای ترویج گردشگری روستایی هستند. برای مثال اوتارانچال^۱ یک ایالت توریستی برتر در هند است. دولت در تدوین استراتژی‌های گردشگری مؤثر برای ترویج گردشگری در این ایالت نقش دارد. مقامات اوتارانچال سیستم گردشگری مبتنی بر جامعه را راه‌اندازی کرده‌اند که در آن تعداد معینی از روستاها برای جذب گردشگران خارجی مشخص شده است. توسعه سازگار با محیط زیست و توسعه گردشگری یک حوزه قانونی مشخص از سیاست‌های گردشگری در اوتارانچال است که در آن شرکت‌های تعاونی تشکیل می‌شوند تا گردشگری بدون آسیب رساندن به محیط زیست رونق یابد. همچنین این رونق گردشگری منجر به سرمایه‌گذاری‌های خوداشتغالی نیز در اوتارانچال شده است که رشد آن قابل توجه می‌باشد. در این زمینه (گردشگری اوتارانچال) دو تعاونی بزرگ^۲ به توسعه زیرساخت‌های لازم برای جذب گردشگر خارجی می‌پردازند.

عدم وجود زیرساخت‌های مناسب بزرگ‌ترین مانع در توسعه گردشگری است. تعاونی‌ها که در سال‌های اخیر پایگاه‌های مستحکمی در مناطق روستایی داشته‌اند، ابتکاراتی را برای ارتقای توسعه زیرساخت‌ها انجام داده‌اند. به عنوان مثال، تعاونی‌های لبنی در گجرات^۳ در راستای مسئولیت‌های اجتماعی و توسعه جامعه هدف خود جاده‌ها و مدارس را ایجاد کرده‌اند. زمینه‌هایی که تعاونی‌ها در آنها از نظر زیرساخت قوی هستند را می‌توان برای تدوین استراتژی‌های گردشگری مؤثر توسعه داد. همچنین دولت هند مایل است از تعاونی‌هایی که می‌خواهند در زمینه گردشگری با کمک آنها در توسعه زیرساخت‌ها بیایند حمایت کند.

۲،۱،۴. تنوع بخشی به گردشگری از طریق ایجاد شرکت‌های تعاونی مختلف

بررسی شرکت‌های تعاونی در زمان‌های اخیر نشان می‌دهد که تعاونی‌ها نسبت به تنوع در حوزه‌های جدید مانند گردشگری حساسیت و آگاهی دارند. زندگی قبیله‌ای هند از نظر سنت فرهنگی اجتماعی بسیار غنی است. زندگی قبیله‌ای و محصولات قبیله‌ای می‌تواند به عنوان مناطق قانونی در گردشگری ظاهر شوند. فدراسیون توسعه بازاریابی تعاونی قبیله‌ای هند که به نوعی همان سازمان سطح ملی تعاونی‌های قبیله‌ای در این کشور است قبلاً مناطق خاصی را برای ترویج گردشگری

^۱ Uttaranchal

^۲ UNDP / PCO

^۳ Gujarat

شناسایی کرده و این سازمان بر توسعه همه‌جانبه بخش عشایری در تمامی ابعاد تأکید دارد و در این راستا گردشگری این مناطق جزء مهمی محسوب می‌شود. برای مثال یک شرکت تعاونی در هند^۱ در حال برنامه‌ریزی برای راه‌اندازی فروشگاه-های بین‌المللی در فرودگاه‌های این کشور است تا تمام محصولات سنتی و قومی قبیله‌ای هند برای گردشگران خارجی به نمایش گذاشته شود. شرکت‌های تعاونی برندهای قدرتمندی را توسعه داده‌اند که به وضوح نشان می‌دهد که می‌توان از اصول و ارزش‌های تعاونی برای کسب‌وکار مؤثر استفاده کرد. به عنوان مثال "آمول"، نام تجاری فدراسیون بازاریابی شیر تعاونی گجرات، نامی آشنا در هند است که به معنای انقلاب شیر است که محصولات این تعاونی پیام صلح را منتشر می‌کنند.

انجمن تعاونی صیادان شیلات در کلکته^۲ یک شرکت تعاونی موفق در حوزه گردشگری است که با موفقیت از فاضلاب برای تولید ماهی استفاده کرده است. این انجمن دارای ۱۰۰ ماهیگیر است و حدود ۳۰۰ خانواده ماهیگیر وابسته به این انجمن هستند. پیدایش این تعاونی را می‌توان زمانی دنبال کرد که ماهیگیران روستای آنتا مجبور شدند به دلیل خشک شدن رودخانه دامودر برای یافتن شغل به زمین‌های بایر نزدیک بارانداز کلکته مهاجرت کنند. این انجمن هم‌اکنون به این موارد دست می‌زند:

- بهبود کیفیت فاضلاب
- استفاده از فاضلاب برای تولید ماهی، بازاریابی ماهی و غیره
- اعطای تسهیلات اعتباری به صیادان شاغل در مرغداری، پرورش خوک، صنایع لبنی و خانگی

این تعاونی در حال حاضر به دنبال توسعه یک پارک طبیعی است که اکنون به عنوان یک نقطه توریستی مهم در شهر است. پارک دارای امکانات قایقرانی است و اکوسیستمی ایجاد شده که پرندگان زیادی را به خود جذب می‌کند. باغ‌وحش این پارک یکی دیگر از جاذبه‌های دیدنی این نقطه توریستی است. مثال این تعاونی نشان می‌دهد که تعاونی‌های مرتبط با حفظ محیط‌زیست می‌توانند با تنوع بخشیدن به فعالیت‌های خود به فعالیت‌های گردشگری پردازند. تجاری‌سازی گردشگری ممکن است منجر به غفلت از اکولوژی شود، زیرا ملاحظات اقتصادی برای توسعه یک سایت توریستی ممکن است منجر به بی‌توجهی به جنبه‌های اجتماعی مانند محیط‌زیست شود. در این سناریو تشکیل یک تعاونی برای ترویج اکو گردشگری می‌تواند بسیار موفق باشد.

۲,۲. جنبش‌های تعاونی در مالزی: مسئله حکومت

Cooperative Movements in Malaysia: The Issue of Governance^۳

در این نوشته که بررسی موردی کشور مالزی است به بحث در خصوص مسائل زیر پرداخته شده است.

^۱ Tribes

^۲ Medially Fishermen (MFCS)

^۳ World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Economics and Management Engineering Vol:۷, No:۶, ۲۰۱۳

^۴ . Intan Waheedah Othman, Maslinawati Mohamad, Azizah Abdullah

۲،۲،۱. شرکت‌های تعاونی در کشور مالزی

دولت مالزی انتظار دارد که شرکت‌های تعاونی پس از بخش‌های دولتی و خصوصی به سومین موتور مهم تحقق رشد اقتصادی کشور تبدیل شوند و به دنبال آن توسعه کشور را در تمامی زمینه‌ها از جمله فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را دهند. دولت از اعتماد و تعهد بالایی نسبت به تعاونی‌ها برخوردار است و این مسئله از طریق کمک‌های مالی و معنوی در بسیاری از طرح‌های عمرانی نمایان است. در سال ۲۰۰۲، سیاست تعاون ملی (NCP)^۱، باهدف توسعه مجدد و منظم نمودن تعاونی‌ها راه‌اندازی شد. توسعه NCP نشان‌دهنده شناخت دولت از نقش جنبش تعاونی در توسعه اجتماعی - اقتصادی کشور مالزی است.

تشکیل شرکت‌های تعاونی به منظور تحقق اهداف اجتماعی - اقتصادی، متضمن ارائه خدمات و احیای اقتصادی جامعه است. همان‌طور که توسط اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) تعریف شده است، تعاونی «انجمن مستقلی از افراد است که داوطلبانه برای برآوردن نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشترک خود از طریق شرکتی با مالکیت مشترک و تحت کنترل دموکراتیک گرد هم آمده‌اند». تعاونی‌ها با داشتن منابع ادغام شده و رویکردهای جمعی برای حمایت اجتماعی به افراد ضعیف جامعه در راستای کاهش خطرات آسیب‌پذیری و رهایی از فقر کمک می‌کنند. در ۹۰ سال گذشته، تعاونی‌ها در مالزی به طور مستمر و ثابت رشد داشته‌اند و به همین دلیل رشد تعاونی‌ها در مالزی چشمگیر به نظر می‌رسد هرچند که پیشرفت و رشد آنها از رشد کسب‌وکارهای خصوصی عقب‌تر است. همین قیاس در داخل تعاونی‌ها بدین‌گونه است که به‌طور کلی، رشد نابرابر تعاونی‌ها را در مالزی شاهد هستیم چرا که در این کشور تعاونی‌ها در نواحی شهری با سرعت بیشتری در حال توسعه هستند در حالی که تعاونی‌های روستایی برای بقا و پیشرفت و کنار آمدن با فضای بسیار رقابتی تلاش زیادی می‌کنند.

۲،۲،۲. شرکت‌های تعاونی و توسعه اجتماعی - اقتصادی مالزی

یکی از دلایل اصلی ظهور سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی - اجتماعی علی‌الخصوص شرکت‌های تعاونی، ایجاد تغییرات و رویه مناسب در دولت و بازار است. منظور از این تغییرات مواردی از قبیل رویکردهای دولت به جهت تأمین رفاه برای مردم یا ایجاد تغییر در بازار با رقابت سالم و یا کارآمد بودن و رفع نیازهای مصرف‌کنندگان است. اساس تأسیس تعاونی‌ها تمایل به ایجاد این رویه‌ها و اصلاح ناکامی‌های دولت بوده و عمدتاً با تأکید بر بهبود نیازهای یک نوع خاص از اعضا متمرکز است. تلاش‌ها برای معرفی تعاونی‌ها در مالزی (در آن زمان ایالات فدرال مالایی) از اوایل سال ۱۹۰۷ آغاز شد. در ابتدا در مالزی، تعاونی‌ها توسط استعمارگران بریتانیا برای مبارزه با مشکلات مزمن کسری هزینه و بدهی روستایی در میان حقوق‌بگیران محلی آغاز شد. پس از مراحل اولیه توسعه تعاونی، شکل جدیدتری از شرکت‌های تعاونی پدیدار شد که در آن تمرکز بر موضوعاتی بود که جامعه هدف آن بزرگ‌تر و مشارکت طبقات مختلف نمایان‌تر بود. به عنوان مثال، در سال ۱۹۸۶، اقداماتی توسط دولت مالزی برای گروه‌بندی فارغ‌التحصیلان بیکار و ادغام آنها با یکدیگر با عنوان تعاونی - های کارگری انجام شد. منابع و مهارت‌ها ادغام شدند تا این فارغ‌التحصیلان بتوانند برای منافع مشترک، در درجه اول همکار و در درجه دوم مالک بخشی از سرمایه در این تعاونی تجاری شوند. هدف از پیدایش چنین تعاونی‌هایی در مالزی

^۱ National Co-operative Policy

صرفاً به منظور تأمین کالاهای مصرفی ضروری (برخلاف تعاونی‌های رایج) نبود؛ بلکه اهداف بالاتری چون رفع مشکلات مهاجرت روستائیان و معیشت آنان و بیکاری بود و این در راستای هدف بلندمدت NCP تبدیل تعاونی‌ها به محرکی قدرتمند در جهت ریشه‌کنی فقر و ایجاد رفاه، مطابق با چشم‌انداز توسعه ملی مالزی تا سال ۲۰۲۰ است. هنگامی که نخست‌وزیر مالزی، داتوک سری نجیب^۱ در سال ۲۰۰۹ به قدرت رسید، اقدامات گسترده‌ای ارائه شد که منجر به ایجاد یک الگوی کاملاً جدید در توسعه اجتماعی - اقتصادی این کشور شد. از جمله، این اقدامات شامل برنامه تحول دولت^۲ برای مقابله با سیستم‌های ناکارآمد عمومی، برنامه تحول اقتصادی^۳ برای احیای رشد بخش خصوصی و مدل اقتصادی جدید^۴ جهت رشد اقتصادی کشور است. به این ترتیب، هدف شرکت‌های تعاونی صرفاً ارتقاء سطح زندگی اعضای تعاونی نیست، بلکه تحقق برنامه توسعه ملی نیز می‌باشد. از نظر فردی ممکن است تعاونی کوچک به نظر برسد، اما قدرت جمعی تعاونی‌ها بسیار چشمگیر است. برای دوره ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۱، میانگین افزایش تعداد تعاونی‌ها ۱۳.۱۴ درصد در سال، عضویت‌ها ۳.۸ درصد در سال، کل دارایی‌ها ۲۰.۰۸ درصد در سال، افزایش سرمایه ۷.۵۶ درصد در سال و بازده ۴۲.۵ درصد در سال افزایش داشته است که این نشان‌دهنده قدرت تعاونی‌ها در برنامه توسعه ملی می‌باشد.

۲،۲،۳. حکمرانی بر خط‌مشی شرکت‌های تعاونی به جهت توسعه ملی

منظور از حکمرانی را می‌توان کنترل و تنظیم موقعیت‌ها یا مکانیسم‌های یک سیستم، گروه یا سازمان خاص نام دانست. مرجع حاکمیت شرکتی مجموعه‌ای از قوانین، استانداردها و رویه‌هاست که برای تضمین مدیریت خوب و مسئولانه شرکتی و غلبه بر ضعف‌های کنترل شرکتی در نظر گرفته شده است. صرف نظر از تاریخچه طولانی آن، اصطلاح حاکمیت اکنون به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد و معمولاً شامل روابط بین هیئت‌مدیره و مدیران می‌شود، به ویژه بر رفتار صحیح و اعمال کنترل توسط هیئت‌مدیره شرکت. در چارچوب سازمان تعاونی، حکمرانی به دلیل هدف آن که حفظ یکپارچگی یک سازمان در تحقق هدفی است که برای آن تأسیس شده، از اهمیت بالایی برخوردار است. اصطلاح «حکومت تعاونی» که بخش حیاتی هدف تعاونی است، حفظ هویت تعاونی است. این هدف شامل ارائه مؤثر محصولات و خدمات مورد نیاز اعضای تعاونی در چارچوب تشکیل جامعه مشترک خود خواهد بود. حصول اطمینان از اینکه فرآیند حکمرانی تعاونی از این هدف پشتیبانی می‌کند، حتماً باید یک شیوه حکمرانی خوب ایجاد گردد. اگر هدف خود مبهم باشد، دستیابی به حکمرانی خوب نیز بسیار دشوارتر خواهد بود. در مقام مقایسه، علی‌رغم این واقعیت که تعاونی‌ها در محیط تجاری مشابه شرکت‌های دولتی فعالیت می‌کنند و با هم رقابت می‌کنند، بحث کمی در مورد اصطلاح حاکمیت تعاونی صورت گرفته است.

قانون تعاونی که از قبل از استقلال مالزی بر شرکت‌های تعاونی حاکم بوده است، قانون تعاون ۱۹۴۸ بود. این قانون بازنگری شد و مشخص شد که ابزاری برای اهداف قانون اساسی و کنترل و مدیریت تعاونی‌ها نیست. از این رو، با قانون تعاونی ۱۹۹۳ که قوانین مختلف حاکم بر همه تعاونی‌ها در مالزی را متحد و یکپارچه می‌کند، جایگزین شد. هدف این

^۱ Datuk Seri Najib

^۲ GTP

^۳ ETP

^۴ NEM

اقدام ایجاد یک جنبش خودتنظیمی و متکی به خود از طریق اعمال شفافیت و پاسخگویی در مدیریت آن بود. آیین نامه تعاون ۱۹۹۵ برای تقویت بیشتر این قانون وضع شد. هر دو قانون تعاون ۱۹۹۳ و مقررات تعاونی ۱۹۹۵^۱ ویژگی های اصلی ترویج شیوه های مدیریت خوب، افزایش توانمندی اعضا، تشویق ایجاد شرکت های تابعه و توانمندسازی تعاونی ها برای کنار گذاشتن بخشی از سود به نفع و بهبود جامعه را القا می کنند.

آژانسی به نام اتحادیه شرکت های تعاونی مالزی^۲ به منظور نظارت و تنظیم تعاونی ها تأسیس شد. با راه اندازی این آژانس، آخرین قانون تعاون ۲۰۰۷^۳ با هدف ترویج ارزش های تعاونی مباحثی چون اعتماد، شفافیت و صداقت در توسعه جامعه تعاونی را مطرح نمود. از جمله اصلاحات انجام شده برای بهبود کارایی تعاونی ها این بود که هرگونه انتصاب مجدد هیئت مدیره تعاونی و کمیته حسابرسی داخلی توسط خود MCC تأیید می شود. علاوه بر این، هرگونه مشاهدات MCC که تأثیر مالی بر صورت های مالی حسابرسی شده دارد، باید بر این اساس تعدیل شود تا تعاونی ها نتوانند وضعیت مالی واقعی خود را پنهان کنند.

به غیر از تنظیم قوانین برای تعاونی ها، دستورالعمل های متعددی توسط MCC منتشر شد تا مدیریت و اداره تعاونی ها تقویت شود. از جمله دستورالعمل های اخیر صادر شده در سال ۲۰۱۰ عبارت اند از: دستورالعمل های مربوط به حسابداری کمک های بلاعوض.^۴ دستورالعمل جمع آوری پس انداز، سپرده ها یا وام های دریافتی خاص.^۵ رهنمودهای مربوط به طرح سرمایه گذاری ویژه.^۶ دستورالعمل انجام فعالیت های بانکی تعاونی.^۷ دستورالعمل تأسیس تعاونی ها^۸ و دستورالعمل اخلاقی نامزدهای عضو هیئت مدیره تعاونی^۹. با اجرای این دستورالعمل ها و مقررات، می توان کارایی حاکمیت تعاونی را بهبود بخشید تا در این بین سیاست مدیران تعاونی ها در راستای توسعه ملی و حفظ منافع اعضا باشد.

۲، ۲، ۴. مسائل و چالش های پیشروی شرکت های تعاونی در جهت دستیابی به توسعه ملی و راه حل و راهکارهای

موجود

شرکت های تعاونی در مالزی در معرض چالش ها و مشکلاتی قرار دارند و باید توسط خود تعاونی ها همراه با دولت حل شود. NCP این واقعیت را تصدیق کرده است که نه تنها تعاونی ها از نظر اندازه کوچک هستند، بلکه با سرمایه اندکی نیز تأمین مالی می شوند. به دست آوردن سرمایه کافی برای تأمین مالی فعالیت های تعاونی ها بسیار دشوار است، بنابراین تعاونی ها صرفاً به منابع سرمایه متعارف، یعنی حق عضویت، سرمایه سهام و سود انباشته متکی هستند. اشخاصی که بودجه

^۱ قانون تعاون ۱۹۹۳ با ۱۹۹۵ اصلاح شد (قانون ۹۲۸)، سپس دوباره با قوانین ۱۹۹۶ و ۲۰۰۱ و ۲۰۰۷ اصلاح شد.

^۲ MCC

^۳ Act A1297

^۴ GP8

^۵ GP9

^۶ GP10

^۷ GP11

^۸ GP12

^۹ GP13

کافی دارند از آن در راستای اهداف توسعه ملی استفاده نمی کنند و آن را به سایر مؤسسات و شرکت های مالی غیر تعاونی هدایت می کنند. مشکلات زمانی تشدید می شوند که اعضای تعاونی نیز بی تفاوت نسبت به تعاونی خود باشند. در درازمدت چنین پدیده های مطمئناً عملکرد تعاونی ها را به خطر می اندازد و در نتیجه بر بخش های مختلف تعاونی تأثیر بسیار منفی می گذارد.

حاکمیت و قوانین ناظر بر شرکت های تعاونی نقش مهمی در تلفیق عملکرد مدیران با منافع اعضا دارند. هیئت مدیره مسئولیت نظارت بر عملکرد مدیریت، تدوین برنامه های استراتژیک بلندمدت، ارزیابی پیشنهادات مدیریت و درک کلیه تعهدات مدیریتی در مورد اقدامات مالی و استراتژیک را بر عهده دارند. مدیران هیئت مدیره به منظور اجرای مؤثر وظایف خود، باید از سواد اولیه در امور مالی و درک استراتژی تجاری برخوردار باشند و به دنبال آن بدیهی است که استخدام اعضای مناسب و واجد شرایط هیئت مدیره دشوارتر می شود.

تعداد زیادی از تعاونی ها هنوز توسط هیئت ها به صورت داوطلبانه مدیریت و کنترل می شوند، نه به صورت تمام وقت توسط متخصصان. با وجود این، کوتاهی هیئت مدیره در تفکیک مدیران و سیاست گذاران باعث شده است که هیئت مدیره تمرکز خود را از دست داده و برنامه ریزی استراتژیک تعاونی را در اولویت آخر قرار دهد. چنین ضعف هایی باعث شده است که اعضای هیئت مدیره تعاونی از موقعیت برتر خود نهایت استفاده را ببرند. برخی حتی در فعالیت های سرمایه گذاری غیرقانونی مداخله می کنند که مشخصه آن طرحی مبهم است. فقدان اصول و ارزش های تعاونی اصیل باعث شده است که افراد بی وجدان و غیرمسئول در جامعه تعاونی دور هم جمع شوند و با جمع آوری سرمایه ها و سپرده ها به نفع شخصی خود سود ببرند و در نهایت شرکت تعاونی نه تنها در راستای توسعه ملی پیش نمی رود؛ بلکه تأثیر مخرب بر توسعه جامعه خواهد داشت.

اغلب اتفاق می افتد که اعضای هیئت مدیره شرکت تعاونی نتوانستند تعامل متقابل بین هیئت مدیره و مدیریت را مدیریت کنند. اعضای هیئت مدیره در مورد مسائل استراتژیک مسئول هستند و نه کارهای عملیاتی شرکت. با این وجود، ترسیم مرز بین موضوعات استراتژیک و عملیاتی خود بسیار دشوار است و زیر تجارت داخلی و تعاون و مصرف گرایی مالزی این گونه اذعان نمود که: اعضای هیئت مدیره مستعد انتخاب در مجمع عمومی بر اساس محبوبیت هستند تا صداقت و تخصص. همچنین کمیته حسابرسی داخلی مسئولیت نظارت و بررسی عملکرد روزانه تعاونی را انجام نمی دهد و هرگونه مغایرت یا نقص سیستم تعاونی را که به آن برخورد می کند گزارش نمی کند. مطالعات انجام شده نشان می دهد که مسائل اساسی پرونده های تخلف عمدتاً به دلیل عدم نظارت مناسب و عدم حفظ مکانیسم های خوب پاسخگویی است. در رابطه با این موضوع، قانون انجمن های تعاونی سال ۱۹۹۳، برای اطمینان از کنترل بهتر، برای هر تعاونی کمیته حسابرسی داخلی^۱ که از بین اعضای خود منصوب می شود، الزامی شده است. با این حال، برخی مشکلات مربوط به خود کمیته حسابرسی داخلی تعاونی ها وجود دارد. بر اساس مطالعات انجام شده از ۴۷۳ عضو IAC که پاسخ داده اند (میزان پاسخ ۶۴.۲٪)، یافته ها نشان داد که تنها ۵۳.۳٪ از اعضای IAC دانش خوبی از کارکردهای خود دارند. علائم متعددی ممکن است نشان دهنده شکست حاکمیتی در تعاونی ها باشد. از جمله تفویض نامناسب اختیارات، عدم نظارت بر عملیات شرکت، بی توجهی به داریی ها، جابه جایی اندک اعضای هیئت مدیره، عدم پرسیدن «سؤالات صحیح»، انزوای اعضای هیئت مدیره از کارکنان و

^۱ IAC

برنامه‌ها، کنترل‌های داخلی ضعیف و عدم رعایت تعادل در شیوه‌ها و رویه‌ها. تمامی این موارد در درجه اول تأثیر منفی بر توسعه جامعه تعاونی و در درجه دوم تأثیر منفی بر توسعه ملی دارد.

نخست‌وزیر مالزی تأکید کرد که تعاونی‌ها باید سیستم حکمرانی خوب و کارآمدی را اجرا کنند، مشابه آنچه که توسط دولت بر شرکت‌های دولتی اجرا شد. در پاسخ به این اظهار نظر به مسائل برجسته حکمرانی در شرکت‌های تعاونی، MCC به تلاش خود برای تقویت بیشتر حاکمیت تعاونی به منظور تبدیل تعاونی‌ها به سمت تعالی ادامه می‌دهد و آنها را قادر می‌سازد تا سهم قابل توجهی در توسعه کشور داشته باشند. این در سال ۲۰۱۰ مشهود است، جایی که نشان دهنده دوره ای است که MCC اجرای GP۳ را آغاز کرد: دستورالعمل برای انتصاب مجدد اعضای هیئت مدیره تعاونی‌ها. این یک دستورالعمل در مورد فرآیند تأیید برای انتصاب مجدد اعضا در هیئت مدیره است. همانطور که در دستورالعمل ذکر شده است، تنها کسانی به عنوان سرپرست تعاونی منصوب می‌شوند که دارای صداقت و اعتبار و تخصص باشند. این یکی از راه‌های حصول اطمینان از اداره تعاونی‌ها و دستیابی به اهداف توسعه ملی است. علاوه بر تلاش برای القای نظارت و کنترل بهتر، قانون انجمن‌های تعاونی (۱۹۹۳) تصریح کرده است که هر تعاونی باید IAC خود را داشته باشد. IAC باید شامل حداقل سه و حداکثر شش عضو باشد که از بین اعضای تعاونی منصوب می‌شوند. IAC موظف است حساب را در فواصل زمانی منظم، حداقل هر سه ماه یک بار، بررسی کند (به طور متناوب، توسط شخص ذیصلاح دیگر). این امر به منظور حصول اطمینان از اینکه تعاونی‌ها بر اساس هدف تأسیس آن، مقررات آیین نامه‌ها و مصوبات مصوب در مجمع عمومی اداره می‌شوند. IAC همچنین موظف است هر گونه اختلافی را که در مدیریت تعاونی رخ می‌دهد در مجمع عمومی سالانه ارائه دهد. طبق قانون ۲۰۰۷^۱، به MCC این اختیار داده شد تا هر گونه انتصاب یا انتصاب مجدد از IAC یا هیئت مدیره تعاونی را تأیید کند. بررسی MCC برای اطمینان از اینکه تنها اعضای مناسب، قابل اعتماد و مسئول در هیئت مدیره منصوب می‌شوند تا از حکمرانی مؤثر اطمینان حاصل شود، ضروری است.

علاوه بر این، قانون جدید ۲۰۰۷ تصریح می‌کند که هر تعاونی یا مدیران آن که از هر یک از مفاد این قانون پیروی نکنند، با مبلغ معینی جریمه می‌شود. جریمه کلیه اعضای تعاونی که مرتکب تخلف می‌شوند اعم از عضو هیئت مدیره، مدیرعامل و حتی کارکنان نیز در این قانون پیش‌بینی شده است. اعمال مجازات‌های بالا به‌عنوان یک هشدار و بازدارندگی برای افراد ذی‌نفع عمل می‌کند و نشان می‌دهد که دولت واقعاً در مبارزه با حکمرانی ضعیف و سهل‌انگاری نسبت به رعایت قانون تعاون جدی است. در پرتو پرونده‌های تقلب گسترده و فروپاشی شرکت‌های تجاری امروزه این جدیت در قانون‌گذاری ضروری به نظر می‌رسد. دولت به دومین سیاست تعاون ملی ادامه می‌دهد که مسیر توسعه تعاونی را بدون به خطر انداختن ارزش‌ها و فلسفه‌های تعاونی یعنی شفافیت، امانت و صداقت ترسیم می‌کند. این شامل تنظیم پنج محور استراتژیک و استراتژی‌های اجرایی است. از جمله توسعه سرمایه انسانی، مشارکت در بخش اقتصادی با ارزش، ارتقای ظرفیت و توان کسب‌وکار، تقویت اعتماد عمومی و افزایش اثربخشی نظارت و اجرا. نظارت و حکمرانی یکی از حوزه‌های کلیدی دستیابی به این نتایج است که می‌توان موفقیت اجرای NCP را ارزیابی کرد. با این کار، تلفیق بهترین شیوه‌ها و ارزش‌های تجاری

^۱ بخش دوم و سوم قانون A۱۲۹۷

و همچنین رعایت قوانین تعاونی مشاهده می‌شود. استراتژی نظارت مؤثر از طریق بهبود مدیریت کارآمد تعاونی‌ها، بهبود بهره‌وری و پاسخگویی به نیازهای عمومی و محیط در حال تغییر اندازه‌گیری می‌شود. آخرین گزارش وزارت تجارت داخلی و تعاون و مصرف‌گرایی در سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد که ۹۰ درصد صورت‌های مالی سالانه تعاونی‌ها حسابرسی شده و ۹۰ درصد کل تعاونی‌ها مجمع عمومی سالانه تشکیل می‌دهند که این نشان‌دهنده قرارگیری شرکت‌های تعاونی در ریل توسعه ملی می‌باشد و در راستای توسعه ملی بدیهی است که رشد جامعه از منظر سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را به دنبال خواهد داشت.

نتیجه‌گیری

تعاونی‌ها با ترکیب مسئولیت اجتماعی و ارزش‌های جامعه مدنی با یک رویکرد آزاد در سازماندهی، جز لاینفک مدل توسعه اقتصادی و اجتماعی هستند و با همکاری دولت‌ها و سایر ذی‌نفعان نقش مهمی در ایجاد توسعه پایدار و ارتقا جوامع ایفا می‌کنند. آن‌ها می‌توانند به عنوان شرکت‌های تجاری و عوامل اصلی توسعه وارد عمل شوند و به ایجاد مشاغل جدید، ترویج کارآفرینی، تقویت رشد اقتصادی و کمک به تولید ناخالص داخلی مشارکت کنند و یا همچنین با فراهم کردن وسایل کار برای روستائیان و توزیع ثروت در راستای تحقق عدالت و ارتقای سطح زندگی و در نتیجه نیل به توسعه پایدار را در جوامع بزرگ و کوچک را به دنبال داشته باشند. تعاونی‌ها می‌توانند در برنامه‌های توسعه عمومی ملاحظات انسانی و بشری را از نظر دور ندارند و به این ترتیب از برخی اثرات زیان‌بخش توسعه اقتصادی جلوگیری کنند. همچنین در کشورهای در حال توسعه، تعاونی‌ها محل سوداگری نبوده؛ بلکه محلی برای توسعه و پیشرفت کشور است؛ آنها می‌توانند زمینه مناسبی برای فعالیت دموکراتیک مردم در توزیع عادلانه‌تر ثروت و تعیین مناسبات این کشورها با کشورهای توسعه‌یافته در راستای توسعه پایدار و ارتقا جوامع داشته باشند و آنچه که مقالات روز دنیا در عرصه تعاونی‌ها به دنبال آن هستند نیز همین موضوع است.

یکی از اثرات تعاونی‌ها در راستای توسعه پایدار را می‌توان در بخش کشاورزی جستجو کرد. کشاورزان که عمده آنان در مناطق روستایی یافت می‌شوند برای بقا در دنیای تجارت تمایل بیشتری به تعاونی و ایجاد شرکت‌های تعاونی داشته‌اند چرا که تعاونی‌ها به دنبال افزایش درآمد اعضای خود و کاهش هزینه‌های تولید از طریق گردآوری منابع مشترک اعضا و همچنین کاهش هزینه‌های مبادلاتی می‌باشد و به همین دلیل تعاونی‌های کشاورزی تا حد زیادی اشتغال و درآمد اعضای خود را تضمین می‌کنند و به عملکرد مؤثر رقابت در بازار به نفع خود کمک می‌کنند و در نهایت توسعه پایدار مناطق روستایی و ارتقا جوامع محلی را به دنبال خواهد داشت.

همچنین از دیگر اثرات تعاونی‌ها در توسعه پایدار را باید در معنا و فلسفه و ساختار و اصول تعاونی‌ها جستجو نمود چرا که اساساً فلسفه تعاونی جایگزینی آن با نظام سرمایه‌داری و اثرات آن می‌باشد و بر اساس همین فلسفه رویکرد مدیریتی تعاونی‌ها اساساً مبتنی بر پیگیری منافع مشترک اعضای تعاونی و همچنین بر ایجاد مشارکت جمعی است. تعاونی‌ها با معرفی شیوه‌های جدید مدیریتی موجب کاهش نابرابری‌های اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی و تقویت روند توسعه پایدار می‌شوند؛ در واقع پایه‌های رفتار مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تعاونی ریشه در اصول خاص تعاونی‌ها دارد. همین موضوع است که باعث شده در طول بحران‌های اقتصادی، تعاونی‌ها کمترین ضرر را متحمل شوند. با توجه به این اصول،

انتظار می‌رود تعاونی‌ها نسبت به اعضای خود و جامعه به طور کلی مسئولیت‌پذیرتر بوده و همین به تنهایی یک اصل حائز اهمیت در توسعه پایدار می‌باشد.

بررسی مقالات اخیر نشان می‌دهد که شرکت‌های تعاونی نسبت به تنوع در حوزه‌های جدید مانند گردشگری نیز حساسیت و آگاهی دارند و در همین راستا تعاونی‌ها به صنعت گردشگری نیز ورود کرده‌اند چرا که امروزه گردشگری به عنوان ابزاری کارآمد برای رشد اقتصادی و وسیله‌ای برای رفع فقر، مهار افزایش نرخ بیکاری، گشودن زمینه‌های جدید فعالیت‌های اجتماعی و ارتقای بخش‌های تحت ظلم جامعه پیش‌بینی می‌شود. فرصت‌های جدیدی برای حفظ محیط زیست، جامعه محلی روستایی، حیات وحش و سلامت و پزشکی از جمله مواردی است که توسط گردشگری به وجود می‌آید. نتایج حاصل شده از گردشگری همان است که تعاونی‌ها به دنبال آن هستند؛ لذا آنها با فراهم کردن زیرساخت‌ها علی‌الخصوص در مناطق محلی و روستایی و افزایش ظرفیت‌های موجود به رونق گردشگری کمک می‌کنند تا منجر به ارتقا و توسعه جامعه شوند.

و در نهایت باید به این موضوع پرداخت که درست است که تعاونی‌ها می‌توانند در توسعه پایدار و ارتقا جوامع نقش بسزایی ایفا کنند؛ اما نباید فراموش کرد که این امر محقق نمی‌شود مگر با قانون‌گذاری و مدیریت مناسب در شرکت‌ها؛ حاکمیت و قوانین ناظر بر شرکت‌های تعاونی نقش مهمی در تلفیق عملکرد مدیران با منافع اعضا دارند و عدم وجود قوانین و حاکمیت مناسب می‌تواند اثر عکس داشته باشد و تعاونی‌ها را در مسیری خلاف توسعه پایدار قرار دهد و نقش مخربی بر جوامع علی‌الخصوص در کشورهای در حال توسعه داشته باشد.

منابع:

1. Amonarriz, C.A.; Landart, C.I.; Cantin, L.N. (۲۰۱۷) Cooperatives' proactive social responsibility in crisis time: How to behave? *REVESCO Rev. Estud. Coop.* 123, ۷-۳۶.
2. Antonialli, L.M.; Souk, G.G. (۲۰۰۵) Princípios cooperativistas e modelo de gestão: Um estudo sobre conflitos de interesses entre grupos de produtores rurais. In Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural; Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo: Volume ۴۳, ۱-۱۹
- 3.
4. Altman, M. (۲۰۱۵) Cooperative organizations as an engine of equitable rural economic development. *J. Co-Oper. Organ. Manag*, 3, ۱۴-۲۳.
5. Bretos, I.; Marcuello, C. (۲۰۱۷) Revisiting globalization challenges and opportunities in the development of cooperatives. *Ann. Public Coop. Econ.* 88, ۴۷-۷۳.

۶. Hidalgo-Fernández, A.; Mero, N.M.; Alcivar, M.I.L.; Cruz, F.G.S. (۲۰۲۰) Analysis of organizational commitment in cooperatives in Ecuador. *J. Manag. Dev.* 39, ۳۹۱-۴۰۶
۷. Intan Waheedah Othman, Maslinawati Mohamad, Azizah Abdullah. (۲۰۱۳) **Cooperative Movements in Malaysia: The Issue of Governance**, World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Economics and Management Engineering Vol:۷, No:۶, ۲۰۱۳.
۸. Mangnus, E.; Schoonhoven-Speijer, M. (۲۰۲۰) Navigating dynamic contexts: African cooperatives as institutional bricoleurs. *Int. J. Agric. Sustain.* 18, ۹۹-۱۱۲.
۹. Saucedo, D.; Nicolazzi Júnior, N.F. (۲۰۰۱) O trabalho na história—um longo processo de transformações. In *Os Caminhos do Cooperativismo*; Gedel, J.A.P., Ed.; UFPR: Curitiba, Brazil, ۲۰۰۱; ۵۷-۵۹.
۱۰. Stavros Kalogiannidis (۲۰۲۰), Economic Cooperative Models: Agricultural Cooperatives in Greece and the Need to Modernize their Operation for the Sustainable Development of Local Societies, *The International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
۱۱. Sanjay kumar verma. (۲۰۱۱) This paper was presented by Mr. Verma at the IIPT-WTO Conference on Tourism at Pattaaya, Thailand. <https://www.icaap.coop/allarticles>.
۱۲. Schneider, J.O. *Democracia, (۱۹۹۹), Participação e Autonomia Cooperativa*, ۲nd ed.; Unisinos: São Leopoldo, Brazil,
۱۳. Van Oorschot, K.; Hoog, J.; Van Der Steen, M.; Van Twist, M. (۲۰۱۳) The three pillars of the co-operative. *J. Co-Oper. Organ. Manag.* 1, ۶۴-۶۹.
۱۴. Walter Perpétuo Ribas, Bruno Pedroso, Leandro Martinez Vargas, Claudia Tania Picinin and Miguel Archanjo de Freitas Júnior (۲۰۲۲), Cooperative Organization and Its Characteristics in Economic and Social Development (۱۹۹۵ to ۲۰۲۰), *Sustainability* ۱۴(۱۴).

بررسی رویکرد تأمین مالی جمعی برای توسعه سرمایه‌گذاری در بخش تعاون

مصیب کرمی^۱

چکیده

بخش تعاون به دلیل ارزش‌های بنیادین خود در خصوص توزیع عادلانه ثروت و تصمیم‌گیری جمعی اعضا مورد توجه سیاست‌گذاران کشور است. در حال حاضر سهم بخش تعاون از اقتصاد ایران کمتر از ده درصد است و لازمه توسعه آن تا سطح مطلوب افزایش نرخ سرمایه‌گذاری مستقیم در شرکت‌های تعاونی است. تأمین مالی جمعی، یکی از روش‌های تأمین مالی با تکیه بر سرمایه‌های خرد مردمی است که به عنوان راه کاری مؤثر در جهت توسعه بخش می‌باشد. با توجه به ماهیت بخش تعاون که بر اساس مشارکت گروهی بنا نهاده شده است، این روش می‌تواند، شیوه موفق‌تری جهت تأمین سرمایه مورد نیاز کارآفرینان تعاونی باشد. هدف از این تحقیق بررسی راهکارهای استفاده از مدل تأمین مالی جمعی در سرمایه‌گذاری بخش تعاون می‌باشد که به صورت بررسی میدانی انجام پذیرفته است. در بخش نتیجه‌گیری، راهکارهای عملی جهت بهره‌مندی از روش مذکور در توسعه سرمایه‌گذاری در بخش تعاون ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: تأمین مالی جمعی، بخش تعاون، سرمایه‌گذاری

^۱ . دکتری رشته مدیریت، مدیر بین الملل بانک توسعه تعاون، پست الکترونیکی: mosayeb.karami@ut.ac.ir

مقدمه:

تأمین مالی جمعی گونه‌ای از جمع‌سپاری در حوزه تأمین مالی کسب‌وکارها و ایده‌های نوآورانه است که فضای مشارکت برای عموم مردم به نحوی فراهم می‌گردد تا آنها از وضعیت معمول و سنتی خود به‌عنوان یک مصرف‌کننده صرف فراتر رفته و با مشارکت در تأمین سرمایه، ولو به مقدار اندک، در راستای تولید و ترویج خدمت یا محصولی که خرد جمعی آن را تأیید کرده است، نقشی اثربخش ایفا کنند. همان گونه که در تعریف مشخص است این نوع از تأمین مالی به اصول و ارزش‌های بنیادین تعاون بسیار نزدیک است و می‌تواند الگوی مناسبی برای سرمایه‌گذاری در بخش تعاون باشد. این نوع تأمین مالی از طریق سامانه‌های واسطه اینترنتی تحت عنوان سکوهای تأمین مالی صورت می‌گیرد. استفاده از اینترنت و ظهور سکوهای آنلاین، کسب‌وکارها را متحول کرده و به کارآفرینان و محصولات نوآورانه جدید آنها امکان می‌دهد از جایگزین‌های مالی جدیدی مانند تأمین مالی جمعی بهره‌مند گردند (Martínez, et al, ۲۰۱۸). این سکوها به‌عنوان پل ارتباطی میان حامیان و سرمایه‌پذیران از چند سال پیش در ایران نیز فعالیت خود را آغاز نموده‌اند. در حال حاضر تأمین مالی جمعی تحت نظارت فرابورس ایران و در ۱۸ سکوی^۱ دارای گواهینامه تأمین مالی جمعی فعال در کشور صورت می‌گیرد. تأمین مالی جمعی طی چهار چارچوب مجزا که در ادامه آمده است مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اهدا: این پروژه اغلب در پروژه‌های غیرانتفاعی یا بشردوستانه کاربرد دارد و مشارکت‌کنندگان هیچ‌گونه انتظاری در قبال حمایت مالی انجام شده ندارند. این شیوه هیچ تفاوتی با آیین گلریزان و خیرات در فرهنگ ایران ندارد. این مدل بیشتر در خیریه‌ها کاربرد دارد و نمی‌تواند در تأمین مالی تعاونی‌ها اثربخش باشد.

قرض (تسهیلات): در این حالت از تأمین مالی جمعی وام یا قرض توسط انبوهی از مردم تأمین می‌شود. در این روش اعطای وام در دو شکل بلندمدت و کوتاه‌مدت صورت می‌گیرد و قرض‌دهنده (مشارکت‌کننده) وجه خود (مبلغی بیش از آن) را در زمان معینی پس خواهد گرفت. این مدل مورد تأیید بانک مرکزی ج.ا.ا. بوده و در حال حاضر انجام نمی‌شود. پاداش: در این روش تأمین‌کننده در قبال وجهی که پرداخت کرده از نوعی پاداش برخوردار می‌شود. گاهی این پاداش کاملاً معنوی هست یا امکاناتی از قبیل مثلاً یک دعوت به مراسم رونمایی از محصول یا امکان پیش‌خرید محصول است. مشارکت: کاربرد این روش در تأمین بودجه موردنیاز برای تحقق یک ایده، راه‌اندازی یک پروژه و یا کسب‌وکار می‌باشد و در مقابل مشارکت‌کننده انتظار دارد تا درصدی از درآمد پروژه به وی تعلق گیرد. این مدل پرکاربردترین روش در حال حاضر است و بیشتر به‌صورت مشارکت در منافع صورت می‌پذیرد.

در ایران، استفاده از روش تأمین مالی جمعی در حال رشد و توسعه است و با افزایش نیاز به سرمایه برای پروژه‌های کوچک و متوسط، این روش به‌عنوان یک مکمل جذاب و کارآمد برای سرمایه‌گذاران و کارآفرینان به‌ویژه فعالان بخش تعاون در کنار روش‌هایی چون تسهیلات بانکی به نظر می‌رسد. تجربیات بین‌المللی موفق نیز در این خصوص وجود دارد. این تجربیات می‌تواند الگویی برای زنجیره‌های تأمین و تعاونی‌های تأمین نیاز اعضا در کشور باشد تا در قالب ساختار شرکت تعاونی و مدل مشارکت تأمین مالی جمعی بتوان سرمایه‌گذاری جدید ایجاد نمود. روش‌های جدید تأمین مالی؛ مانند تأمین مالی جمعی هزینه‌های دسترسی به اطلاعات را کاهش می‌دهد و ارتباط بین کارآفرینان و سرمایه‌گذاران را

^۱ <https://www.ifb.ir/Finstars/AllCrowdFundingAgents.aspx>

تسهیل می‌کند. با این وجود، به نظر می‌رسد نهادهای بانکی همچنان منابع اصلی جذب سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی پروژه‌های تجاری هستند (Meoli & Vismara, ۲۰۲۱). این مقاله با بررسی چرایی رویکرد موصوف و جهت بررسی روش تأمین مالی جمعی در بخش تعاون تنظیم گردیده است. ابتدا پیشینه تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد و در ادامه با روش مطالعه موردی در طرح‌های تأمین مالی شده در بانک توسعه تعاون به ارائه پیشنهادها کاربردی می‌پردازد.

پیشینه تحقیق:

پیش‌بینی می‌گردد، ظهور و توسعه مدل‌های تأمین مالی جمعی رقابت جدی در مقابل تأمین مالی از بانک‌ها را فراهم نماید. به‌عنوان مثال، مدل‌های مبتنی بر وام و مشارکت، به کارآفرینان امکان دسترسی به وام‌هایی از مشتریان خود (و دیگران) را می‌دهد که اغلب ارزان‌تر از آنچه بانک‌ها مایل به ارائه آن هستند (Junge & Bech, ۲۰۱۹) است. از سوی دیگر، وام‌دهندگانی که انگیزه کمی برای حفظ پس‌انداز خود در حساب سرمایه‌گذاری در سطح بهره‌ناچیز دارند، به طور فزاینده‌ای انگیزه پیدا می‌کنند تا به دنبال جایگزین‌هایی مانند این مدل‌های مبتنی بر وام بگردند. در زمینه گسترش و به‌کارگیری روش تأمین مالی جمعی و به‌خصوص در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط که نزدیک‌ترین مدل کسب‌وکار به تعاون نیز است، مطالعات درخور توجهی انجام شده است. نیلسن (۲۰۱۹) مقاله‌ای با عنوان تأمین مالی جمعی به‌عنوان یک جنبش تعاونی در دانمارک ارائه نموده است. در مطالعه بحث می‌نماید، چگونه ظهور پلتفرم‌هایی مانند **Coop Crowd funding** می‌تواند به ورود سرمایه‌های جمعی با استفاده از ریشه‌های جنبش تعاونی به جریان تولید در دانمارک کمک کند. تأمین مالی جمعی در دانمارک منبع سرمایه خوبی برای کارآفرینان است و عموماً به دلیل عدم آگاهی کارآفرینان و شهروندان با چالش مواجه می‌شود. این عدم آگاهی علاوه بر این منجر به عدم اعتماد به این شکل جدید تأمین مالی می‌شود. با این حال، در دانمارک سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر پاداش جافتاده است. این روش در بخش مواد غذایی، نشان‌دهنده بازگشت به‌نوعی جنبش تعاونی است. همچنین کنل (۲۰۲۳) استفاده تعاونی دامداران منطقه خلیج سانفرانسیسکو از سرمایه‌گذاری جمعی برای ایجاد کشتارگاه را تشریح می‌نماید. کای و پالزین (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای به ارتباط بین تأمین مالی جمعی و سرمایه اجتماعی که از ویژگی‌های تعاون است، پرداخته‌اند. آنها یک بررسی جامع از چگونگی توسعه سرمایه اجتماعی از طریق فعالیت‌های تأمین مالی جمعی و اینکه چگونه سرمایه اجتماعی بر پویایی کمپین تأمین مالی جمعی تأثیر می‌گذارد می‌پردازند. در نتیجه تحقیق بر تأثیر سرمایه‌های اجتماعی در جذب سرمایه در مراحل اولیه، فرآیند کلی، و نیز پس از کمپین تأکید گردیده است.

ترویس و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله‌ای به چگونه **SME**ها می‌توانند از پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی برای بین‌المللی شدن استفاده کنند، رسیده‌اند. این مطالعه با تکیه بر دیدگاه مبتنی بر منابع و دیدگاه مبتنی بر دانش، به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند از سرمایه‌گذاری جمعی برای بین‌المللی شدن، استفاده کنند. این مطالعه نشان می‌دهد که مدل‌های تأمین مالی جمعی به **SME**ها در دستیابی به منابع مالی موردنیاز کمک می‌کنند و در عین حال، ارزش افزوده قابل توجهی را برای بین‌المللی شدن آنها ارائه می‌کنند. مایی و ام دی (۲۰۲۳) به بررسی راه‌حل مسکن تعاونی اسلامی برای استفاده در چین پرداخته‌اند. هدف این مطالعه ارائه یک راه‌حل جدید برای مقرون‌به‌صرفه بودن

مسکن با ترکیب مفهوم مالی اسلامی مشارکت با یک مدل تعاونی و تأمین مالی جمعی است. در این مطالعه با کارشناسان تأمین مالی و کسب و کار املاک مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته صورت گرفته است. در نتیجه این تحقیق مصاحبه‌شوندگان با ایده اصلی مدل موافق بودند؛ اما نسبت به عدم وجود فرهنگ جامعه و اعتماد در چین ابراز نگرانی کردند که می‌تواند تهدیدی جدی برای دوام مدل باشد. بوکل و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی ادبیات سیستماتیک تأمین مالی جمعی و توسعه پایدار پرداخته است. این مقاله به طور سیستماتیک ادبیات را در تقاطع سرمایه‌گذاری جمعی و پایداری بررسی می‌کند. در این مطالعه پیشنهاد گردیده است که پروژه‌های تأمین مالی جمعی بیشتر در پروژه‌هایی که با مسائل زیست‌محیطی سروکار دارند، متمرکز شود. مارکو و پالوس (۲۰۲۳) به بررسی پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی پرداخته‌اند. آنها معتقدند به دلیل بحران مالی ناشی از همه‌گیری COVID-۱۹، کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک در دسترسی به انواع متعارف تأمین مالی با مشکلات متعددی روبرو بوده‌اند و پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی به عنوان یک ابزار جایگزین برای تأمین مالی آنلاین محبوبیت پیدا کرده‌اند. عبدالدایم و ادولایمی (۲۰۲۳) به بررسی تأمین مالی کارآفرینی و تأمین مالی جمعی در خاورمیانه پرداخته‌اند. هدف این مطالعه تجزیه و تحلیل تأمین مالی جمعی به عنوان ابزار جدید مالی کارآفرینی و پیش‌بینی موفقیت پروژه‌های تأمین مالی در منطقه خاورمیانه است. این مطالعه در هفت کشور خاورمیانه یعنی ترکیه، مصر، عراق، عربستان سعودی، بحرین، کویت و امارات متحده عربی انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که تأمین مالی جمعی به طور مثبت بر موفقیت جمع‌آوری سرمایه تأثیر می‌گذارد و پلتفرم‌ها یک ابزار مؤثر برای تأمین مالی کارآفرینان در خاورمیانه هستند. با بررسی و توجه در مطالعات بین‌المللی اهمیت تأمین مالی جمعی در کنار سایر روش‌های تأمین مالی روشن است؛ لذا در ادامه با استفاده از روش تحقیق مناسب به مطالعه این روش می‌پردازیم.

متدولوژی و مراحل انجام تحقیق:

طرح تحقیق حاضر بر اساس یک مطالعه موردی چندگانه با هدف بررسی روش‌های استفاده تعاونی‌ها از تأمین مالی جمعی در مقابل اخذ تسهیلات بانکی برای سرمایه‌گذاری در بخش تعاون، است. از آنجایی که این مطالعه یک پدیده جدید را مورد بررسی قرار می‌دهد و با هدف دستیابی به درک عمیق از آن انجام شده، یک تحقیق کیفی و توصیفی می‌باشد. مطالعه موردی یک روش پژوهش علمی است که به صورت باز، ژرف و جزئی‌نگر به مطالعه یک مورد خاص می‌پردازد. در این روش پژوهشگر به انتخاب یک مورد پرداخته و آن را از جنبه‌های مختلف بررسی می‌کند. در این تحقیق ۲۵ طرح که از تأمین مالی جمعی و با تضمین بانک توسعه تعاون استفاده نموده‌اند مورد مطالعه و مصاحبه قرار گرفته‌اند تا به سؤالات ذیل پاسخ داده شود.

۱- معیارهای مقایسه تطبیقی روش تأمین مالی جمعی و تسهیلات بانکی به عنوان دو روش تأمین مالی پروژه‌های بخش تعاون کدامند؟

۲- تأمین مالی جمعی می‌تواند جایگزینی برای روش‌های سنتی مانند تسهیلات بانکی باشد؟

یافته‌ها:

تحقیق جاری را بایستی به عنوان تلاشی در جهت بررسی استفاده از روش تأمین مالی جمعی برای توسعه سرمایه‌گذاری در بخش تعاون تلقی کرد. فعالان بخش تعاون از روش‌های مختلف به سرمایه‌گذاری در بخش مبادرت می‌ورزند و متداول‌ترین روش اخذ تسهیلات بانکی است. به دلیل رواج و گستردگی تسهیلات بانکی و نرخ‌های بهره انگیزشی به نسبت سایر شاخص‌های اقتصادی روش‌های دیگر تأمین مالی کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع، تنوع در ابزارهای تأمین مالی می‌تواند اثرات مهمی بر گذار از بحران‌های مالی احتمالی داشته باشد و بایستی بیشتر بررسی گردد. از این رو با مصاحبه با فعالان بخش تعاون چرایی استفاده از روش‌های متنوع بررسی گردیده است. طی بررسی و کدینگ مصاحبه‌های صورت‌گرفته موارد ذیل به عنوان معیارهای انتخاب روش تأمین مالی استخراج گردیده است:

۱- قیمت تمام شده سرمایه‌گذاری (پیش‌بینی نرخ بهره مشارکت در سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان):

در حال حاضر بیشتر استفاده از روش تأمین مالی جمعی در قالب مشارکت در منافع بوده است که طی آن شرکت تأمین مالی از بازار سرمایه انجام می‌دهد و در موعد مقرر و با نرخ پیش‌بینی شده این اوراق تسویه می‌گردد. قیمت تمام شده این تأمین مالی تا ۳۳ درصد می‌رسد؛ لذا با توجه به اینکه تسهیلات با نرخ دستوری تا سقف ۲۳ درصد است و گاهی تسهیلات تکلیفی با نرخ‌های پایین‌تر در دسترس کارآفرینان می‌باشد، ترجیح فعالان بخش تعاون در اخذ تسهیلات از بانک‌ها می‌باشد.

۲- مدت زمان جذب سرمایه موردنیاز:

اخذ تسهیلات بانکی معمولاً به‌ویژه برای طرح‌های ایجاد زمان بر است و به طور میانگین با استناد به نظرات مصاحبه‌شوندگان بالغ بر هشت ماه است. در این شاخص تأمین مالی جمعی سریع‌تر و با میانگین دوماهه دارای مزیت بالاتری است.

۳- سهولت جذب سرمایه (تشکیل پرونده، ارائه وثیقه و سایر موارد بروکراسی)

مطابق با دستورالعمل‌های تأمین مالی جمعی از کارآفرینان وثیقه بازپرداخت اخذ می‌گردد؛ لذا در این خصوص تفاوت معناداری با اخذ تسهیلات وجود ندارد.

۴- استفاده از مزیت سرمایه اجتماعی در موفقیت آتی کسب‌وکار

یکی از کارکردهای ویژه تأمین مالی جمعی بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی، گروه حامیان و بازاریابی از این طریق است. این مزیت در تأمین مالی بانکی وجود ندارد.

۵- سقف امکان تأمین سرمایه

سقف تأمین مالی جمعی توسط فرابورس تعیین می‌گردد که در حال حاضر ۲۵۰ میلیارد است. این سقف در تأمین مالی بانکی متناسب با کفایت سرمایه و ذی‌نفع واحد در بانک‌ها تعیین می‌گردد. از این رو تأمین مالی پروژه‌های کوچک می‌تواند از طریق سکوه‌های تأمین مالی انجام گردد.

موارد و یافته‌های فوق، در جدول ۱ جمع‌بندی گردیده است.

جدول ۱: جمع‌بندی یافته‌های تحقیق

تسهیلات بانکی	تأمین مالی جمعی	
۱۶ تا ۲۵ درصد	۲۶ تا ۳۳ درصد	قیمت تمام شده سرمایه‌گذاری
میانگین ۸ ماه	میانگین ۲ ماه	مدت‌زمان جذب سرمایه موردنیاز
اخذ وثیقه، رسوب سپرده و ضامنین معتبر	اخذ ضمانت‌نامه از کارآفرین	سهولت جذب سرمایه
بدون مزیت	ایجاد شبکه مشتریان بالقوه	استفاده از مزیت سرمایه اجتماعی
متناسب با ذی‌نفع واحد در بانک	۲۵۰ میلیارد ریال	سقف تأمین مالی

نتیجه‌گیری:

در این تحقیق به بررسی مدل‌های تأمین مالی جمعی و مقایسه آن با تأمین مالی از بانک‌ها برای کسب‌وکار تعاونی پرداخته شده است. با شرایط کنونی کشور و کمبود شدید نقدینگی در بانک‌ها، محیط حاکم بر کسب‌وکار در کشور نیازمند استفاده از ابزارهای نوین جهت سرمایه‌گذاری است. در این نوشتار ابتدا برخی از مقالات بین‌المللی بررسی گردید و مشاهده شد الگوهای موفق استفاده از تأمین مالی مردم‌نهاد و جمعی در بخش تعاون وجود دارد. سپس با مصاحبه و اخذ نظر فعالان بخش به مقایسه دو روش پرداخته شده است. علی‌رغم اینکه در جمع‌بندی به نظر می‌رسد همچنان سهم عمده تأمین مالی و رغبت فعالان اقتصادی به تأمین مالی از طریق بانک‌ها باشد؛ ولی روش‌های نوین می‌تواند بخشی از نیاز بازار را مرتفع نماید.

همچنین تفاوت عمده دیگر در استفاده از سرمایه اجتماعی و خرد جمعی در تأمین مالی جمعی است که به اصول تعاون بسیار نزدیک است؛ لذا پیشنهاد می‌گردد بازیگران بخش تعاون با نگاهی ویژه تأمین مالی از این روش را تسهیل نمایند تا بهره‌گیری از این ابزار در بخش تعاون فرهنگ گردد.

منابع:

۱. Abdeldayem, M., & Aldulaimi, S. (۲۰۲۳). Entrepreneurial finance and crowdfunding in the Middle East. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(۴), ۹۲۷-۹۴۴.
۲. Böckel, A., Hörisch, J., & Tenner, I. (۲۰۲۱). A systematic literature review of crowdfunding and sustainability: highlighting what really matters. *Management review quarterly*, 71, ۴۳۳-۴۵۳.

۳. Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. (۲۰۲۱). Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, ۱۲۰۴۱۲.
۴. Connell, C. J. (۲۰۲۳). San Francisco Bay Area Ranchers Cooperative Uses Crowdfunding to Build Slaughter Plant. *Ranch and Rural Living*, 104(۴), ۲۴-۲۵.
۵. Ma, Y., & Md Taib, F. (۲۰۲۳). An Islamic co-operative housing solution for China's housing affordability issues. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(۳), ۴۸۹-۵۱۳.
۶. Martinez-Climent, C., Zorio-Grima, A., & Ribeiro-Soriano, D. (۲۰۱۸). Financial return crowdfunding: Literature review and bibliometric analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۴(3), 527-553.
۷. Meoli, M., & Vismara, S. (۲۰۲۱). Information manipulation in equity crowdfunding markets. *Journal of Corporate Finance*, ۶۷, ۱۰۱۸۶۶. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101866>
۸. Mora-Cruz, A., & Palos-Sanchez, P. R. (۲۰۲۳). Crowdfunding platforms: a systematic literature review and a bibliometric analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱-۳۲.
۹. Nielsen, K. R. (۲۰۱۹). Crowdfunding as a Cooperative Movement: The Present and Future of Crowdfunding in Denmark.
۱۰. Troise, C., Battisti, E., Christofi, M., van Vulpen, N. J., & Tarba, S. (۲۰۲۳). How can SMEs use crowdfunding platforms to internationalize? The role of equity and reward crowdfunding. *Management International Review*, 63(۱), ۱۱۷-۱۵۹.

عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی (مدیران میانی) و رتبه‌بندی فازی در شرکت‌های تعاونی (مورد مطالعه: گروه تعاونی پیشگامان)

محمد کاظم کشورشاهی^۱

چکیده

نیروی انسانی به عنوان تنها عنصر ذی‌شعور و هماهنگ‌کننده سایر عوامل تولید، نقش اصلی را در بین عوامل تولید دارد. بدون افراد کارآمد، دستیابی به اهداف یک سازمان غیرممکن است. اما توجه به ساختار مالکیت شرکت در ساختارسازی بخش سرمایه انسانی به‌ویژه در بخش تعاون نیز بسیار مؤثر است. در این پژوهش سعی بر آن است عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری در شرکت‌های تعاونی مورد بررسی، احصا و رتبه‌بندی گردد. این عوامل در شش گروه (عوامل مدیریتی، اجتماعی - روانی، فردی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی) طبقه‌بندی شده‌اند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی محسوب می‌شود. پس از بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل بهبود بهره‌وری در شرکت‌های تعاونی و به‌صورت خاص در گروه تعاونی پیشگامان، در راستای بهبود بهره‌وری نیروی انسانی ارائه گردید.
واژگان کلیدی: منابع انسانی، شرکت تعاونی، بهره‌وری، تکنیک تصمیم‌گیری فازی

^۱ . دانشجوی دکتری مدیریت فناوری گرایش نوآوری، مدیر تشکیلات، روش‌ها و منابع انسانی اتحادیه تخصصی پیشگامان. ایمیل: Shahi4424@gmail.com

مقدمه

منابع انسانی و یا بهتر بیان شود سرمایه انسانی اعم از کارکنان و مدیران، با ارزش ترین سرمایه های هر سازمانی محسوب می شوند و یکی از مهم ترین مأموریت های هر سازمانی می بایست دادن فرصت مناسب برای رشد و افزایش بهره وری آنان باشد. امروزه در اهمیت نقش منابع انسانی در بقا و ماندگاری سازمان ها، توفیق و افزایش سهم بازار آنها تردیدی وجود ندارد و روشن است که ترقی و تعالی کشورها نه در ابزار و سخت افزار، بلکه سرمایه انسانی آنهاست (کشورشاهی، ۱۳۹۸).

نکته این است که آیا صرف حضور منابع انسانی کارآمد و توانمند کردن آنها تا چه حد می تواند در افزایش کارایی و عملکرد سازمان ها مؤثر باشد و این که این تأثیرگذاری تا چه حد به وجود عوامل دیگری نیز بستگی دارد که در مجموع در ماندگاری و موفقیت سازمان ها نقش ایفا می کنند. بررسی ها به این نکته اشاره دارند که مدیریت نیز نقش مهم و برجسته ای در کارایی سازمان ها دارد. (همان منبع)

صاحب نظران بهره وری معتقدند که بهره وری نیروی انسانی عامل اصلی شکل دهنده بهره وری کل عوامل در سازمان است. تا کنون تحقیقات متعددی در زمینه بهره وری نیروی انسانی انجام شده است. باین وجود در این زمینه گزینه های زیادی حتی در کشورهای توسعه یافته برای تحقیق وجود دارد.

عامل نیروی انسانی به عنوان یکی از عوامل تولید کالاها و خدمات که تنها عنصر ذی شعور آن نیز محسوب می گردد به عنوان هماهنگ کننده سایر عوامل تولید، نقش اصلی را در جمع کلیه عوامل تولید دارد؛ از این رو می توان به سادگی بیان نمود، بدون افراد کارآمد، دستیابی به اهداف یک سازمان غیرممکن است. عامل اساسی در اعمال مدیریت عبارت اند از انسان و نظام های عملیاتی سازمان. از آنجاکه نظام های عملیاتی توسط انسان ها به اجرا درمی آیند، بنابراین می توان به درستی ادعا نمود که مهم ترین سرمایه سازمان همانا نیروی انسانی آن است. توجه به نیروی انسانی در سازمان ها طی سال های اخیر بخش عظیمی از زمان و سرمایه سازمان های پیشرو را به خود اختصاص داده است.

یکی از مهم ترین صنایعی که می تواند نقش مهمی را در درآمدزایی، اشتغال و رفاه جامعه در کشور ایفا کند، صنایع فناوری اطلاعات و ارتباطات است؛ لذا بهبود بهره وری نیروی انسانی در این بخش می تواند تأثیر شگرفی بر شکوفایی اقتصاد و جامعه داشته باشد. گروه تعاونی پیشگامان و شرکت های زیر مجموعه آن به عنوان فعالین این صنعت و فعال در حوزه های زیر ساختی کشور است که به نوبه خود نقش مهمی را در توسعه اقتصادی کشور ایفا می کند؛ لذا مسئله اصلی در این تحقیق این است که چگونه می توان با شناسایی عوامل بهبود بهره وری نیروی انسانی، نسبت به ارتقای بهره وری نیروی انسانی در این مجموعه اقدام نمود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در طول زمان همواره کوشش ها و تلاش های اقتصادی انسان در جهت دستیابی به بالاترین میزان نتیجه دلخواه از حداقل منابع و امکانات بوده است. به عبارتی انسان همواره در فکر و اندیشه مفید و مثمر از منابع و توانایی های خود بوده است. این تمایل و اشتیاق جوهره بهره وری را تشکیل می دهد که دستاورد آن را می توان تمام دستاوردهای انسان تلقی کرد.

بنابراین بهره‌وری نه تنها مقوله جدیدی نیست، بلکه همچون درخت پر شاخ و برگ می ماند که در تمام ابعاد زندگی انسان حضوری چشمگیر و تعیین کننده دارد. در واقع پیش فرض پذیرفته شده تمام فعالیت‌ها و اقدامات انسانی، بهره‌وری است. به علت وجود شرایط پیچیده و متلاطم، افزایش بی‌رویه جمعیت، و رقابت شدید در عرصه تجارت، این امر بیش از هر زمان دیگری مورد توجه قرار گرفته است. در این بین بهره‌وری در مباحث مدیریت و سازمان همواره از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است، به گونه‌ای که در یک جمله می توان گفت تمام فنون، رویه‌ها و شیوه‌های ارائه شده در جهت کمک به دستیابی و حفظ بهره‌وری در سازمان است (طاهری، ۱۳۷۸)

طی دهه‌های اخیر توجه روزافزون به چگونگی افزایش رقابت‌پذیری و سوددهی از طریق بهبود بهره‌وری، به بحث برانگیزترین موضوع در سازمان‌ها تبدیل شده است. بسیاری از محققان اذعان دارند، علی‌رغم این حقیقت که بهره‌وری یکی از حیاتی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر فعالیت‌های کسب و کار و رقابت‌پذیری شناخته شده است، مهم‌ترین اولویت سازمان‌ها نیست و آنهایی که بر فرایندهای تولید تأثیر دارند، آن را به دست فراموشی سپرده‌اند (Sing ET AL. ۲۰۰۰). مشکل اساسی برای یافتن اثربخش‌ترین راهکار بهبود بهره‌وری، عدم وجود دانش کافی در این زمینه و فهم دقیق و مشترک از مفهوم بهره‌وری است. به گونه‌ای که تعداد بسیار زیادی از افرادی که این مفهوم را بکار می‌برند، و حتی کسانی که هم‌روزه درباره بهبود بهره‌وری، کارایی و اثربخشی سازمان خود تصمیم‌گیری می‌کنند، معنای دقیق آن را نمی‌دانند و اغلب از آن به جای مفاهیم دیگری همچون عملکرد، سوددهی، کارایی و اثربخشی استفاده می‌کنند. تانژن^۱ معتقد است این امر موجب نادیده گرفته شدن بهره‌وری و یا حتی انجام اقداماتی بر خلاف آن می‌شود (Tangen, ۲۰۰۲).

تعریف و تاریخچه بهره‌وری

واژه بهره‌وری اولین بار به وسیله کنه^۲ در سال ۱۷۶۶ در یک مجله کشاورزی استفاده شد. از آن زمان تا کنون، از این لغت تعاریف و تعبیر گوناگونی در سطوح مختلف به‌ویژه در سیستم‌های اقتصادی ارائه شده است. بهبود بهره‌وری برای هر سازمان انتفاعی از اهمیت خاصی برخوردار است، به طوری که بهره‌وری بیانگر تبدیل مؤثر و کارای منابع به محصولات قابل فروش (عرضه به بازار) و در نتیجه سودآوری سازمان می‌باشد. از این رو تلاش‌های زیادی در جهت درک مفهوم بهره‌وری توسط محققان متعددی صورت گرفته است و نتیجه آن تعاریف متعددی از بهره‌وری است. برومن^۳ معتقد است بسیاری از تعاریف بهره‌وری تشابهات ذاتی با یکدیگر دارند، به این معنا که به نظر می‌رسد محتوای اصلی تمامی آنها مشابه است (Enshassi et al. ۲۰۰۷).

به‌طور کلی تعاریف مختلفی که تا کنون از واژه بهره‌وری ارائه شده است را می‌توان در دو گروه عمده قرار داد. تعاریف لغوی و تعاریف ریاضی. هدف تعاریف لغوی بهره‌وری، توضیح مفهوم آن است. به عبارت دیگر مفهوم بهره‌وری با بهره‌گیری از لغات دیگری همچون کارایی، اثربخشی، و کیفیت تشریح می‌گردد. تعاریف لغوی مفید هستند، چرا که می‌توانند معیاری را برای ایجاد دیدگاهی مشترک از اهداف سازمان به وجود آورند. آنها همچنین می‌توانند برای تعیین و توضیح اهداف راهبردی سازمان مورد استفاده قرار گیرند (Broman, ۲۰۰۴).

^۱ Tngen

^۲ Quesnay

^۳ Broman

هدف از ارائه تعاریف ریاضی، سنجش عملکرد و بهبود بهره‌وری (و نه توضیح آن) است. مسلماً تعاریف ریاضی، تمامی ویژگی‌های مفهوم بهره‌وری را در بر نمی‌گیرند چرا که به هنگام تبدیل تعریف لغوی به رابطه ریاضی تنها بخشی از معنای واقعی بهره‌وری و نه همه آن نشان داده می‌شود. به همین دلیل اختلاف نظرهایی در این زمینه وجود دارد. برومن بیان می‌کند برای آنکه بتوان ویژگی‌های یک تعریف ریاضی را ارزیابی کرد، بایستی مشخص باشد که این رابطه ریاضی با استفاده از کدام یک از تعاریف مفهومی به دست آمده است (Enshassi et al. ۲۰۰۷).

واژه بهره‌وری امروزه یکی از رایج‌ترین لغات به شمار می‌رود و در کمتر بحثی است که کاربرد نداشته باشد. همان گونه که بیان شد، نخستین بار لغت بهره‌وری در مقاله‌ای توسط فردی به نام کنه در سال ۱۷۶۶ میلادی ظاهر شد. بیش از یک قرن بعد، در سال ۱۸۸۳ لیتره^۱ بهره‌وری را قدرت و توان تولید کردن تعریف کرد (ابطحی، ۱۳۷۵). در اوایل قرن بیستم برای اولین بار به رابطه بین نهاده و ستاده در تعریف بهره‌وری اشاره شد. بدین ترتیب که در سال ۱۹۰۰ فردی به نام ارلی^۲ بهره‌وری را ارتباط بین بازده و وسایل بکار رفته برای تولید این بازده تعریف کرد (توفیق، ۱۳۷۱). در سال ۱۹۵۰ سازمان همکاری اقتصادی اروپا^۳ بهره‌وری را خارج قسمت بازده به یکی از عوامل تولید تعریف کرد. فابریکانت^۴ در سال ۱۹۶۲ بهره‌وری را نسبت خروجی به ورودی می‌داند. کندریک و کریمر^۵ در سال ۱۹۶۵ تعاریف تخصصی و عملکردی از بهره‌وری جزئی، بهره‌وری عوامل کلی، و بهره‌وری کل را ارائه دادند. سیگل^۶ در سال ۱۹۷۶ بهره‌وری را خانواده‌ای از نسبت‌های خروجی‌ها به ورودی‌ها تعریف کرد. سومانت^۷ در سال ۱۹۷۹ بهره‌وری کل را نسبت خروجی قابل لمس به ورودی قابل لمس می‌داند. ایسترفیلد^۸ بیان داشت که بهره‌وری عبارت است از نسبت بازده سیستم تولیدی به مقداری که از یک یا چند عامل تولید به کار گرفته شده است. اشتاینر^۹ بهره‌وری را معیار عملکرد و یا قدرت و توان موجود در تولید کالا یا خدمت معین، تعریف می‌کند (زارع، ۱۳۸۵).

سازمان بین‌المللی کار^{۱۰} ILO با عنایت به چهار عامل اصلی تولید، بهره‌وری را نسبت ستاده به یکی از عوامل تولید (زمین، سرمایه، نیروی کار و مدیریت) تعریف می‌کند (طاهری، ۱۳۸۷).

آژانس بهره‌وری اروپا^{۱۱} بهره‌وری را در درجه اول یک دیدگاه فکری می‌داند که همواره سعی دارد آنچه را که در حال حاضر موجود است، بهبود بخشد و سپس بهره‌وری را مستلزم آن می‌داند که به طور پیوسته تلاش‌هایی در راه انطباق

^۱ Litte

^۲ Early

^۳ Organization for European Economic Cooperation

^۴ Fabricant

^۵ Kendrick & Creamer

^۶ Segjel

^۷ Sumanth

^۸ Eeaster Field

^۹ Steiner

^{۱۰} Inernational Labiur Organization

^{۱۱} EPA

فعالیت‌های اقتصادی با شرایطی که دائماً در حال تغییر است و نیز تلاش‌هایی به منظور به کارگیری نظریه‌ها و شیوه‌های جدید، انجام پذیرد. در واقع بهره‌وری را ایمان راسخ به پیشرفت انسان‌ها بیان می‌کند (طاهری، ۱۳۸۷).

چو^۱ در سال ۱۹۸۸ بهره‌وری را تعداد خروجی تقسیم بر تعداد ورودی تعریف کرد. فیشر^۲ در سال ۱۹۹۰ بهره‌وری را کل درآمد تقسیم بر (هزینه + سود هدف)، و اسپن و همکاران در سال ۱۹۹۱ بهره‌وری را ارزش افزوده تقسیم بر ورودی عوامل تولید تعریف کردند. مرکز بهره‌وری ژاپن^۳ در سال ۱۹۹۱ بیان داشت که بهره‌وری عبارت است از آنچه انسان می‌تواند با مواد خام، سرمایه و فناوری به دست آورد. بهره‌وری اساساً یک رفتار فردی است.

هیل^۴ در سال ۱۹۹۳ بهره‌وری را نسبت محصولات تولید شده به محصولاتی که نیاز به تولید آنها وجود دارد، مطرح می‌کند. وی همچنین بیان داشت که بهره‌وری رابطه میان خروجی‌هایی همچون محصولات و خدمات تولید شده، با ورودی‌هایی همچون نیروی کار، مواد خام و دیگر منابع است. ثورو^۵ در سال ۱۹۹۳ بهره‌وری را نسبت خروجی به هر ساعت کار تعریف، و بیان داشت که بهره‌وری عاملی ضروری و بلندمدت است که سطح زندگی همه کشورها را معین می‌کند. کاس و لويس^۶ در سال ۱۹۹۳ بهره‌وری را کیفیت یا چگونگی ثمردهی، تولید، و ایجاد نتایج چشمگیر تعریف کردند.

برنولاک^۷ در سال ۱۹۹۷ بیان داشت که بهره‌وری به معنای این است که چه مقدار و به چه خوبی، از منابع مورد استفاده تولید می‌کنیم. اگر محصولات بیشتر یا بهتری از منابع ثابت تولید کنیم، بهره‌وری را افزایش داده‌ایم. همچنین بهره‌وری را افزایش داده‌ایم اگر همان محصولات را با منابع کمتری تولید کنیم. منظور از "منابع"، تمامی منابع انسانی و فیزیکی است (Tangen, ۲۰۰۲).

کاپلان و کوپر^۸ در سال ۱۹۹۸ مطرح کردند که بهره‌وری مقایسه ورودی‌های ملموس با خروجی‌های ملموس یک واحد تولیدی است. جکسون و پیترسون^۹ در سال ۱۹۹۹ بهره‌وری را کارایی + اثربخشی تعریف کردند. موزنگ و رولستاندر^{۱۰} در سال ۲۰۰۱ بیان داشتند که بهره‌وری توانایی برآوردن نیازهای بازار به کالاها یا خدمات با مصرف حداقل منابع کل است (Tangen, ۲۰۰۲).

بنابراین با توجه به تعاریف ذکر شده می‌توان گفت که هدف از بهره‌وری عبارت است از: استفاده بهینه از منابع اعم از نیروی انسانی، مدیریت، سرمایه و زمین به طریق علمی و در پی آن کاهش هزینه‌ها^۱ گسترش بازارها، افزایش کیفیت، بهبود معیارهای زندگی، افزایش اشتغال دانش فنی، و تکنولوژی (طاهری، ۱۳۸۷).

در جدول ۱ به طور خلاصه تعاریف ارائه شده از بهره‌وری آورده شده است:

^۱ Chew

^۲ Fisher

^۳ Japan Productivity Centre

^۴ Hill

^۵ Thurow

^۶ Koss and Lewis

^۷ Bernolak

^۸ Kaplan and Cooper

^۹ Jackson and Petersson

^{۱۰} Moseng and Rolstadas

جدول شماره ۱: تعاریفی از بهره‌وری

ارائه‌دهنده	تعریف
کنه، ۱۷۶۶	ظهور واژه بهره‌وری برای نخستین بار.
لیتر، ۱۸۸۳	بهره‌وری = توانایی تولید.
ارلی، ۱۹۰۰	ارتباط بین بازده و وسایل به کاررفته برای این مقدار بازده.
سازمان همکاری اقتصادی اروپایی ۱۹۵۰	خارج قسمت بازده به یکی از عوامل تولید.
دیویس ۱۹۵۵	تغییراتی که در میزان محصول بر اثر منابع به کاررفته ایجاد می‌شود.
فابریکت ۱۹۶۲	نسبت بین بازده و نهاد.
کندریک و کریمر ۱۹۶۵	ارائه تعریف موضعی و وظیفه‌ای برای بهره‌وری.
سیگل ۱۹۷۶	مجموعه نسبت‌های بازده و نهاد.
سومانث ۱۹۷۹	نسبت خروجی‌های ملموس به ورودی‌های ملموس.
مرکز بهره‌وری ژاپن ۱۹۹۱	بهره‌وری عبارت است از آنچه انسان می‌تواند با مواد خام، سرمایه و فناوری بدست آورد. اساساً یک رفتار فردی است. نگرشی است که باید به طور مستمر خود و آنچه پیرامون ما قرار دارد را بهبود بخشیم.
چو، ۱۹۸۸	بهره‌وری = تعداد خروجی تقسیم بر تعداد ورودی.
فیشر، ۱۹۹۰	بهره‌وری = کل درآمد تقسیم بر (هزینه + سود هدف).
آسین و همکاران، ۱۹۹۱	بهره‌وری = ارزش افزوده تقسیم بر ورودی عوامل تولید.
هیل، ۱۹۹۳	بهره‌وری نسبت محصولات تولید شده به محصولاتی است که نیاز به تولید آنها وجود دارد. بهره‌وری رابطه میان خروجی‌هایی همچون محصولات و خدمات تولید شده، با ورودی‌هایی همچون نیروی کار، مواد خام و دیگر منابع است.
ثور، ۱۹۹۳	بهره‌وری (نسبت خروجی به هر ساعت کار) عاملی ضروری و بلند مدت است که سطح زندگی همه کشورها را معین می‌کند.
کاس و لوپس، ۱۹۹۳	بهره‌وری = کیفیت یا چگونگی نمردهی، تولید، ایجاد نتایج چشمگیر یا تولید انبوه است.
برنولاک ۱۹۹۷	بهره‌وری به معنای اینست که چه مقدار و چقدر خوب از منابع مورد استفاده، تولید می‌کنیم.
کاپلان و کوپر، ۱۹۹۸	بهره‌وری مقایسه ورودی‌های ملموس با خروجی‌های ملموس یک واحد تولیدی است.
جکسون و پیترسون، ۱۹۹۹	بهره‌وری = کارایی + اثربخشی = زمان لازم برای ایجاد ارزش افزوده تقسیم بر کل زمان تولید.
موزنگ و رولستاندر، ۲۰۰۱	بهره‌وری توانایی برآوردن نیازهای بازار به کالاها یا خدمات با مصرف حداقل منابع کل است.

همان گونه که مشاهده می‌شود معنای بهره‌وری در گذر تاریخ بسیار تغییر یافته و از توجه به افزایش تولید به سوی افزایش مزیت‌های رقابت‌پذیری سوق یافته است. موهانتی^۱ ضمن مقایسه دیدگاه‌های قدیمی و نوین، اظهار می‌دارد: دیدگاه‌های قدیمی بیشتر به نتایج نهایی یعنی سود بیشتر تأکید دارند، در صورتی که دیدگاه‌های نوین با تأکید بر کیفیت، بهبود فرایندها و ورودی‌ها، عامل اصلی توسعه را کارکنان یا پرسنل سازمان می‌دانند (جمالی، ۱۳۷۷).

به‌طور کلی تعاریف نوین دارای دو ویژگی مهم می‌باشند. اول اینکه، بهره‌وری رابطه بسیار نزدیکی با نحوه استفاده و موجود بودن منابع دارد، به این معنا که در امر بهره‌وری در صورتی که از منابع درست استفاده نشوند یا اگر کمبودی در هر یک از منابع وجود داشته باشد، کاهش می‌یابد. دوم، بهره‌وری به شدت با ایجاد ارزش ارتباط دارد. بنابراین بهره‌وری بیشتر هنگامی حاصل می‌شود که فعالیت‌ها و منابع در یک فرایند تولیدی به ارزش کالاهای تولید شده بیافزایند. نکته بسیار مهم آن است که ممکن است ارزش محصولات تولید شده افزایش یابد اما محصولات تولید شده^۲ نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتریان را برآورده نسازند. در این صورت حتی ایجاد ارزش افزوده نیز بهره‌وری پایدار را تضمین نخواهد کرد و بهره‌وری پس از مدت کوتاهی کاهش خواهد یافت. به همین دلیل، به اعتقاد برینیلوفسون و هیت^۲ تعریف درست از بهره‌وری «ارزش ایجاد شده برای مشتری است» (Brynjolfsson, ۱۹۹۸).

^۱ Mohanty

^۲ Brynjolfsson, E.&Hitt, L.M

ارتقای بهره‌وری زمانی حاصل می‌گردد که سازمان‌ها بتوانند اهداف استراتژیک خود را به نتایج عملی که همان محصولات و خدمات می‌باشند تبدیل نمایند که برای اکثر سازمان‌ها کاری بسیار چالشی می‌باشد. جهت دستیابی به اهداف، سازمان‌ها می‌بایستی بین انتظارات کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت توازن ایجاد نمایند و همچنین باید بتوانند هماهنگی بین تفکر استراتژیک و برنامه‌های عملیاتی را نیز برقرار سازند (جمالی، ۱۳۷۷).

بهره‌وری نیروی انسانی

بهره‌وری نیروی انسانی عمومی‌ترین نسبت در اندازه‌گیری بهره‌وری است. شاید به این دلیل که اندازه‌گیری آن آسان‌تر از بهره‌وری دیگر عوامل از جمله بهره‌وری سرمایه است. افزایش بهره‌وری نیروی انسانی سبب کاهش در هزینه واحد ستاده می‌گردد.

در محاسبه بهره‌وری نیروی انسانی بایستی به اختلاف در مهارت‌های نیروی انسانی توجه نمود و نسبت وزنی نفر ساعت هر کدام را با توجه به نرخ دستمزدها در سال پایه و برای بررسی تغییرات نیروی انسانی در سال مقایسه، ورودی بین دو سال را در نظر گرفت. بهره‌وری نیروی انسانی به عنوان شاخص ارزیابی فنی - اقتصادی و فعالیت پرسنل یک مؤسسه در مقایسه با مؤسسات مشابه بکار می‌رود (احمدی، ۱۳۸۱)

عامل انسان به‌عنوان مهم‌ترین و مؤثرترین عوامل تولید می‌باشد، زیرا چنانچه انسان‌ها نتوانند از ابزار و تجهیزات پیشرفته و تکنولوژی استفاده نمایند، عملاً پیشرفت تکنولوژی فاقد کارایی لازم خواهد بود. بهره‌گیری از تکنولوژی پیشرفته در کشورهای درحال توسعه یا توسعه‌نیافته در حد انتظار نیست زیرا عوامل انسانی فاقد دانش کافی برای بهره‌گیری مطلوب از قسمت سخت‌افزاری می‌باشند. نگرشی به ساختار تولیدی کشورهای پیشرفته به ما می‌آموزد که بازدهی چشمگیر نیروی انسانی عامل اصلی رشد و توسعه آنها بوده است و از این رو سرمایه‌گذاری‌های کلانی را برای ارتقای دانش و فرهنگ نیروی انسانی کشور انجام داده‌اند که طبیعتاً در مقابل، بازده بالایی از آنها حاصل گردیده است (سکاکي، ۱۳۷۶).

در رابطه با مفهوم بهره‌وری تعاریف گوناگونی مطرح شده است. اما وجه مشترک تمامی تعاریف در این است که آنچه موجبات ارتقای بهره‌وری را فراهم می‌کند، اصولاً ماشین و روش و ابزار نیست، بلکه انسان است. زیرا تمامی تلاش‌ها به‌منظور دستیابی به مطلوبیت‌هایی است که نیازهای مادی و معنوی او را برآورده می‌سازد و ارتقای بهره‌وری هم برای زیستن و هم در راستای اهداف معنوی نقشی اساسی دارد. پدیده بهره‌وری، به‌عنوان یک طرز فکر و یک نظام هماهنگ، موجب تحولاتی در مدیریت شده است. این تغییر و تحول، در واقع گذر از مدیریت علمی سنتی بر مبنای اقدامات خشک و مکانیکی به مدیریت پویا و نوین بر پایه اصالت و تعالی انسان تعبیر می‌شود. بنابراین، مدیریت بهره‌وری حرکتی است انسانی که با ابزارهای لازم نظیر ماشین، سرمایه و مواد اولیه ترکیب می‌شود تا نتیجه تعیین شده به دست آید.

عوامل مؤثر بهره‌وری نیروی انسانی

محققان متعددی تا کنون به بررسی عوامل مؤثر بر بهره‌وری پرداخته‌اند. علی‌رغم این حجم بررسی‌ها، محققان به یک توافق کلی در مجموعه‌ای از عوامل مؤثر بر بهره‌وری یا به عبارتی یک دسته‌بندی کلی نرسیده‌اند تا کنون چندین دیدگاه در ارتباط با دسته‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری پذیرفته شده‌اند. در گزارش سازمان ملل در سال ۱۹۹۵ و در یک دسته‌بندی ساده، عوامل مؤثر بر بهره‌وری به عوامل سازمانی و عوامل اجرایی تقسیم‌بندی شدند. عوامل سازمانی، عناصر فیزیکی کار، شرایط استخدام، جزئیات طراحی و غیره را دربر می‌گیرد و عوامل اجرایی نیز روابط محیط کاری و اثربخشی در سازماندهی و مدیریت شغل را شامل می‌شوند (Enshassi et al. ۲۰۰۷).

هریمن و همکاران^۱ عوامل مؤثر بر بهره‌وری را در دو دسته عوامل فنی و اداری دسته‌بندی کردند. عوامل فنی بیشتر موارد مرتبط با طراحی و عوامل اداری نیز موارد مرتبط با مدیریت و ساختاردهی پروژه‌ها را در بر می‌گیرند. عوامل فنی به زیر معیارهایی از جمله عوامل مرتبط با طراحی، عوامل مرتبط با مواد اولیه و عوامل مرتبط با محل پروژه تقسیم می‌شود. عوامل اداری نیز زیر معیارهایی از جمله روش‌ها، عوامل رویه‌ای، عوامل مرتبط با تجهیزات و عوامل اجتماعی را در بر می‌گیرد (Herbsman, ۱۹۹۰).

هیزر و رندر^۲ عوامل مؤثر بر بهره‌وری را به دو دسته تقسیم‌بندی کردند که عبارت‌اند از: عوامل مرتبط با ویژگی‌های نیروی کار، عوامل مرتبط با شرایط کاری پروژه‌ها (Heizer, ۱۹۹۰).

الومالایی و همکاران^۳ بیان داشتند که عوامل مؤثر بر بهره‌وری به ندرت ثابت هستند، به طوری که از یک کشور به کشور دیگر، از یک پروژه به پروژه دیگر و حتی درون یک پروژه این عوامل ثابت نیستند. آنها عوامل مؤثر بر بهره‌وری را در صنایع ساختمانی به دو دسته عوامل داخلی و خارجی طبقه‌بندی کردند. عوامل خارجی نشان دهنده عواملی است که خارج از کنترل مدیریت سازمان می‌باشد و عوامل داخلی برگرفته از درون سازمان هستند. عوامل خارجی شامل: ماهیت صنعت، دانش و آگاهی مشتری، و همچنین میزان توسعه اقتصادی می‌باشد. عوامل داخلی نیز شامل: مدیریت، تکنولوژی، نیروی کار، و اتحادیه‌های کارگری می‌باشد (Olomolaiye et al. ۱۹۹۸).

ناکایاما معتقد است عوامل مؤثر بر بهره‌وری دو نوع است:

الف) عوامل کوتاه‌مدت

ب) عوامل بلندمدت

تغییرات کوتاه‌مدت در بهره‌وری غالباً به میزان انگیزه پرسنل جهت کار و بهبود روش‌ها، سیستم‌های موجود، گردش کار، و نوسانات تجاری بستگی دارد. عوامل بلندمدت نیز عبارت‌اند از: تولید و بهبود محصولات جدید، یافتن کانال‌های جدید بازاریابی، عقلانی کردن ساخت اقتصادی

سازمان بین‌المللی کار عوامل مؤثر بر بهره‌وری را به سه دیدگاه دسته‌بندی نمود:

- عوامل کلی از قبیل آب‌وهوا، توزیع جغرافیایی مواد خام و غیره

^۱ Herbsman & Ellis

^۲ Heizer & Render

^۳ Olomolaiye, P. Jayawardane, A. & Hamis

• عوامل تشکیلاتی و فنی از قبیل کیفیت مواد خام، جابه‌جایی و حمل، استقرار کارخانه، فرسایش و از بین رفتن ماشین‌آلات و ابزارها و غیره.

• عوامل انسانی از قبیل روابط مدیریت و کارکنان، شرایط اجتماعی و روانی کار، و فعالیت‌های اتحادیه کارگری و غیره (زارع، ۱۳۸۰).

برخی از اقتصاددانان، عوامل مؤثر بر بهره‌وری را به سه دسته تقسیم‌بندی می‌کنند که عبارت‌اند از:

• تغییرات فناوری

• قابلیت نیروی کار که به توانایی‌های خاص نیروی کار محدود می‌شود.

• میزان سرمایه به‌ازای واحد نیروی کار (زارع، ۱۳۸۰).

علی‌رغم تحقیقات فراوان در زمینه بهره‌وری، همچنان بهره‌وری نیروی انسانی در بسیاری از کشورها بسیار پایین می‌باشد (Sing et al.)

شناسایی و ارزیابی موانع بهبود بهره‌وری نیروی انسانی یک موضوع ضروری است که پیش روی مدیران قرار دارد. البته باید توجه داشت که این موانع در کشورهای توسعه یافته، و در حال توسعه متفاوت می‌باشند.

محققان تا کنون موانع بسیاری در بهبود بهره‌وری نیروی انسانی شناسایی کرده‌اند. کمبود مواد اولیه، طراحی نامناسب کار، ضعف در سرپرستی، نبود تجهیزات و ابزارهای کاری مناسب، غیبت، ارتباطات ضعیف، چیدمان نامناسب، تأخیر در بازرسی، و دوباره‌کاری به عنوان مهم‌ترین موانع بهبود بهره‌وری نیروی انسانی در صنایع ساختمانی و عمرانی در تایلند شناخته شدند.

الومالایی و همکاران در سال ۱۹۹۸ بهره‌وری نیروی انسانی را در پروژه‌های ساختمانی نیجریه مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش، استفاده از روش‌های زمان‌سنجی در پروژه‌های ساختمانی را ضروری می‌دانند. آنها بیان داشتند که این فنون نه تنها در شرکت‌های بزرگ بلکه همچنین در شرکت‌های کوچک نیز باید بکار گرفته شود. نتیجه به‌کارگیری چنین فنونی افزایش خروجی بدون هیچ‌گونه تلاش فیزیکی است. (Olomolaiye et al. ۱۹۹۸)

لیم و همکاران در سال ۲۰۱۴ موانع بهبود بهره‌وری نیروی انسانی در سنگاپور را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش صورت گرفته، مهم‌ترین موانع بهبود بهره‌وری را به شرح زیر بیان داشت (Lim, ۲۰۱۴):
نرخ بالای نقل و انتقالات نیروی انسانی، غیبت، مشکلات ارتباطی با نیروی انسانی خارجی.

الومالایی و همکاران در سال ۲۰۱۶ موانع بهبود بهره‌وری نیروی انسانی در صنایع ساختمانی را در اندونزی را مورد مطالعه قرار دادند. یافته‌های آنها نشان داد که نیروی انسانی در این کشور ۷۵٪ از وقت کاری خود را به طور مفید صرف می‌کنند. آنها ۵ مانع بهره‌وری را کمبود مواد اولیه، دوباره‌کاری، غیبت، کمبود تجهیزات، کمبود ابزار برشمردند (Olomolaiye et al. ۲۰۱۶).

الجوهانی پیشنهادهایی به شرح زیر جهت بهبود بهره‌وری نیروی انسانی مطرح کرد که عبارت‌اند از (Aljuhani, ۲۰۰۶):

۱. بررسی دقیق زمان‌های غیر بهره‌ور^۱، و شناسایی دلایل و انجام اقدامات لازم جهت کاهش آن.

۲. ایجاد تعهد برای بهبود بهره‌وری.

^۱ Non-Productive Times

۳. به کارگیری فنون مناسب جهت سنجش عملکرد افراد، و بهره‌گیری از متخصصان در این زمینه.

۴. آموزش و آگاه‌سازی نیروی انسانی از مزایای بهبود بهره‌وری.

۵. آموزش مدیران جهت کنترل مناسب نیروی انسانی.

آنها همچنین بیان داشتند که مدیران باید ارزش بهبود بهره‌وری را دریابند و نسبت به بهبود بهره‌وری و کنترل زمان‌های غیر بهره‌ور متعهدتر شوند.

ذاکری و همکاران کمبود مواد اولیه، شرایط نامناسب آب‌وهوا، نبود ابزار و تجهیزات مناسب، طراحی نامناسب کار، تأخیر در انجام بازرسی، غیبت، نبود وسایل ایمنی، برنامه کاری نامناسب، دوباره‌کاری‌ها و عدم امنیت شغلی را از جمله مشکلات برجسته در بهره‌وری نیروی انسانی در صنایع ساختمانی دانستند (Zakeri et al. ۱۹۹۶).

موتوانی و همکاران از طریق انجام یک مطالعه در آمریکا موانع مهم در بهره‌وری نیروی انسانی را شرایط نامناسب محیط کار، پیامدهای بد انجام کار، طراحی نامناسب کار، و نبود ابزار و مواد مناسب مطرح‌کردن (Motwani et al. ۱۹۹۵). انشاسی و همکاران کمبود مواد و بی‌تجربگی نیروی انسانی را به عنوان مهم‌ترین موانع و مشکلات بهره‌وری نیروی انسانی در صنایع ساختمانی در فلسطین معرفی نمودند (Enshassi et al. ۲۰۰۵).

عبدالقادر و همکاران ۵۰ مانع ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی را در صنایع عمرانی شناسایی کردند و سپس به رتبه‌بندی آنها پرداختند. آنها کمبود مواد اولیه در محل کار را به عنوان مهم‌ترین مشکل شناسایی کردند. از جمله مشکلات مهم دیگر که در رتبه‌های بعدی قرار داشتند نیز عدم پرداخت به موقع دستمزد، تغییر در سفارشات، ضعف مدیران در سازماندهی امور، تأخیر در ورود مواد به بازار، و کمبود نیروی کار داخلی و خارجی بودند (Abdul et al. ۲۰۰۵).

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی و توسعه‌ای بنیادی است، به این دلیل که یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل آن می‌تواند برای حل مسائل اجرایی و عملیاتی مورداستفاده قرار گیرد و مدل در مجموعه گروه تعاونی پیشگامان قابلیت توسعه دارد. به عبارتی دیگر نتایج این نوع پژوهش‌ها به سمت دانش عملی هدایت می‌شود و لذا در این پژوهش به عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی (مدیران میانی) و رتبه‌بندی فازی موردمطالعه: گروه تعاونی پیشگامان خواهد پرداخت. همچنین پژوهش حاضر از نظر روش، از نوع توصیفی تحلیلی و از نظر روش گردآوری اطلاعات میدانی و پیمایشی می‌باشد.

جامعه آماری شامل گروهی از افراد است که یک یا چند صفت مشترک دارند که این صفات، موردنظر محقق است (بست، ۱۳۷۴). نمونه آماری عبارت است از تعدادی از افراد جامعه که صفات آنها با صفات جامعه آماری مشابهت داشته، معرف جامعه بوده و از تجانس و هماهنگی با افراد جامعه برخوردار باشند. گاهی اوقات محقق بر اساس تجربه شخصی یا تجارب تکراری و مشابه دیگران، یک گروه اجتماعی را معرف جامعه‌ای که به آن تعلق دارند، می‌یابد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۲).

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خبرگان آشنا با حوزه بهره‌وری و منابع انسانی شرکت‌ها می‌باشند که تعداد آنها ۱۹ نفر می‌باشد؛ لذا در این تحقیق از روش سرشماری استفاده شده است.

همان طور که در شکل و جدول ادامه نشان می دهد، تقریباً ۹۵ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۵ درصد، زن می باشند.

جدول شماره ۲ - جدول فراوانی جنسیت

پاسخ دهندگان		سطوح
درصد	تعداد	
۹۵	۱۸	مرد
۵	۱	زن
۱۰۰	۱۹	کل

تجزیه و تحلیل داده ها

این بخش به تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده اختصاص دارد. برای پاسخ به سؤالات مطرحه تحقیق، با بهره گیری از تکنیک دلفی فازی و تکنیک های تصمیم گیری در سه بخش، صورت خواهد پذیرفت.

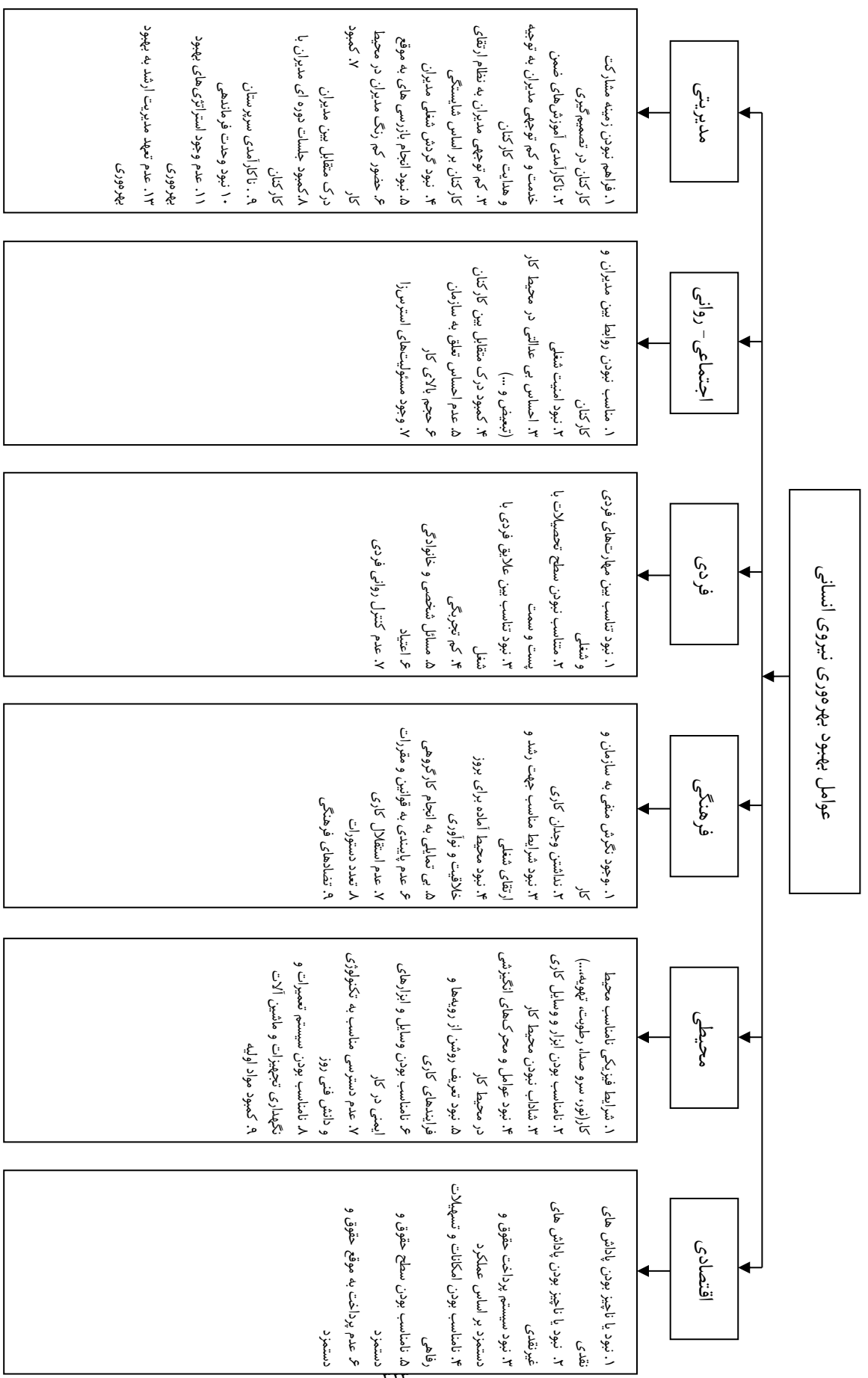
۱. عوامل بهبود بهره وری نیروی انسانی در «گروه تعاونی پیشگامان» کدامند؟

۲. وزن عوامل بهبود بهره وری نیروی انسانی در «گروه تعاونی پیشگامان» به چه صورت است؟

۳. اولویت بندی شرکت ها بر اساس تکنیک تصمیم گیری فازی چگونه است؟

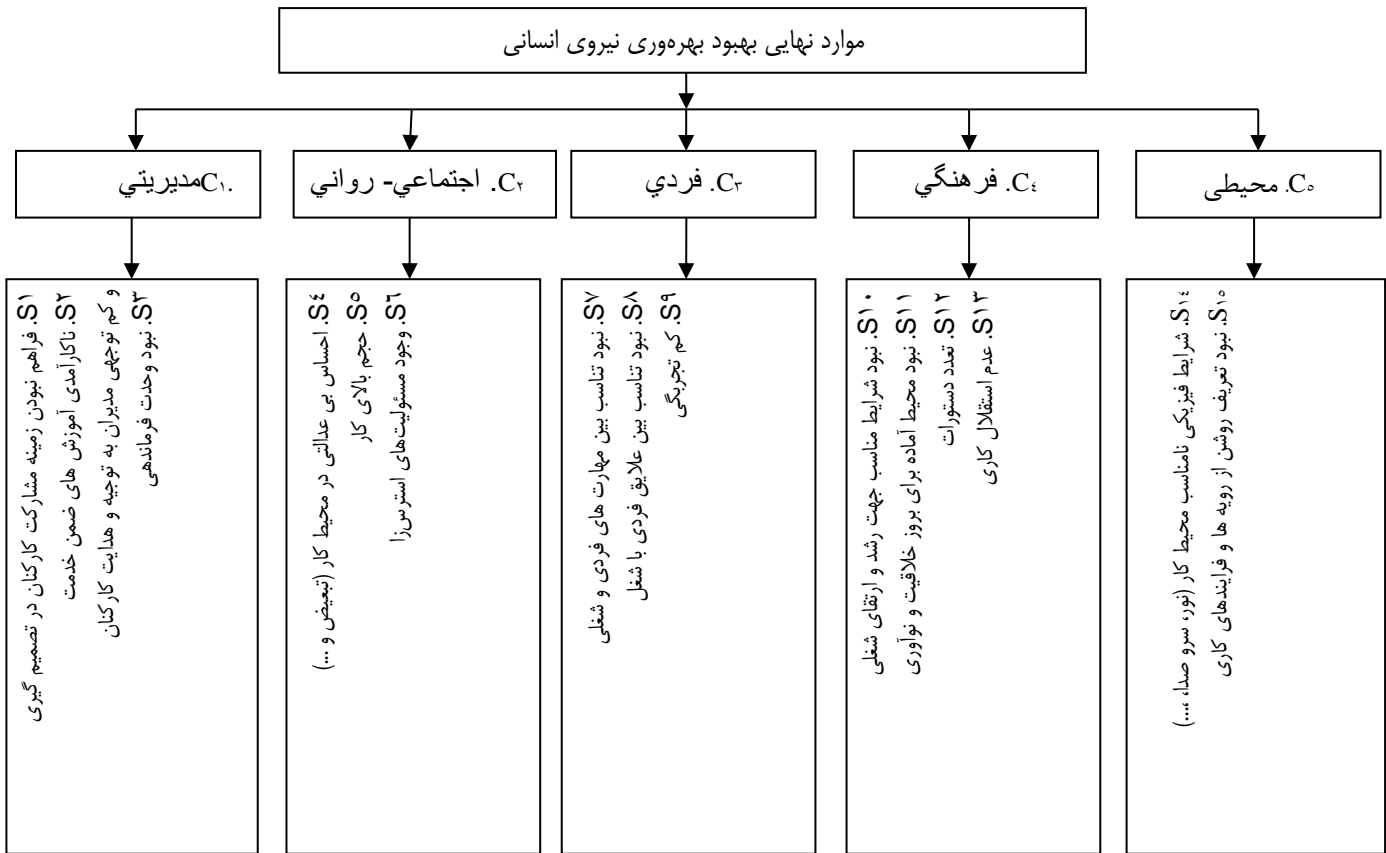
در این پژوهش، به منظور جمع آوری داده های مورد نیاز، بعد از شناسایی عوامل مؤثر بر بهره وری از صاحب نظران و بررسی ادبیات نظری و مقالات مختلف در این حوزه مواردی استخراج که در پرسش نامه زیر قرار گرفت و درخواست شده که به این پرسش نامه پاسخ دهند. این پرسش نامه که با روش دلفی فازی بررسی می گردد پس از رفت و برگشت و انتخاب ۱۵ معیار به عنوان معیارهای اصلی به موارد انتخابی وزن داده می شود. کارشناسان سپس به معیارهای اصلی انتخابی وزن داده می شود و با روش دیمتل فازی معیارها وزن دهی انجام می پذیرد. سپس با تکنیک تاپسیس فازی ۸ شرکت برتر موجود در گروه تعاونی پیشگامان رتبه بندی می شوند. پاسخ های پرسش نامه اولویت بندی و وزن دهی، طیف ۷ تایی (چینگ ۲۰۰۶) انتخاب و طراحی شده است.

در این پژوهش بر پایه مطالعات کتابخانه ای و دریافت نظرات کارشناسان ۱۵ عامل بهبود بهره وری نیروی انسانی شناسایی گردید. این عوامل در شش گروه (عوامل مدیریتی، اجتماعی - روانی، فردی، فرهنگی، محیطی، و اقتصادی) قرار داده شد.



شکل ۳: ساختار سلسله مراتبی معیار بهبود بهره‌وری نیروی انسانی

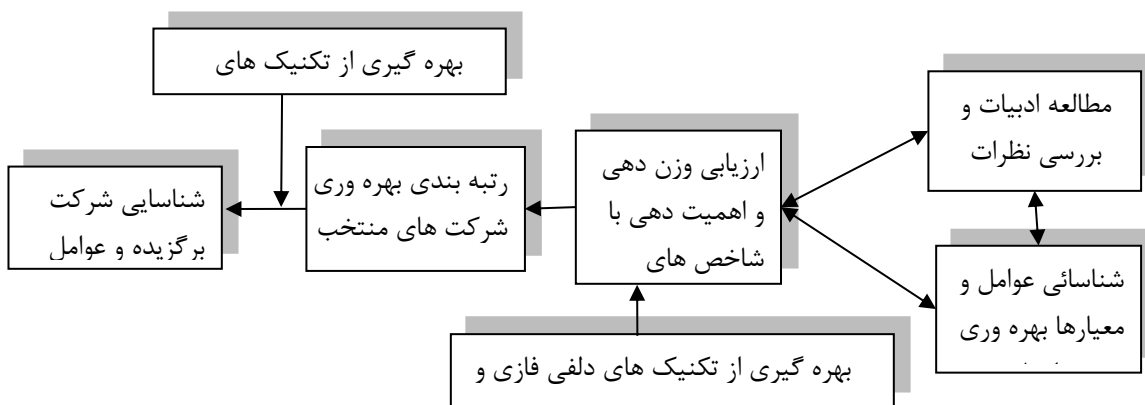
شکل ۳: معیار نهایی (خروجی دلفی فازی) بهبود بهره‌وری نیروی انسانی



لازم به ذکر است موارد بالا در پرسش‌نامه سعی شده است به صورت مثبت سؤال گردد.

در این بخش به روش تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده پرداخته خواهد شد. ابتدا با به‌کارگیری تکنیک دلفی فازی، مهم‌ترین ویژگی‌ها و معیارهای عوامل بهره‌وری بررسی شناسایی می‌گردد. در مرحله بعد با استفاده از تکنیک دیمتل فازی ویژگی‌ها وزن‌دهی می‌شوند. سپس از طریق تکنیک تاپسیس فازی شرکت‌ها رتبه‌بندی می‌شوند. چارچوب انجام پژوهش و نحوه استفاده از نظر خبرگان در این پژوهش به شرح شکل زیر است.

شکل ۴: الگوریتم انجام پژوهش



نتایج حاصل از این پژوهش به مدیران و کارشناسان گروه تعاونی پیشگامان در شناسایی شاخص‌های مؤثر در بهره‌وری نیروی انسانی کمک خواهد کرد. همچنین با توجه به تجزیه و تحلیل‌های انجام شده می‌توان شرکت‌ها را از طریق معیارهای به‌دست‌آمده رتبه‌بندی نمود و زمینه‌های مفید را جهت بهبود شناسایی کرد.

از طرفی با توجه به اینکه در این پژوهش قصد با پاسخ‌دادن سؤالات زیر بوده است در این بخش این موارد تشریح و پیشنهادات بیان می‌گردد:

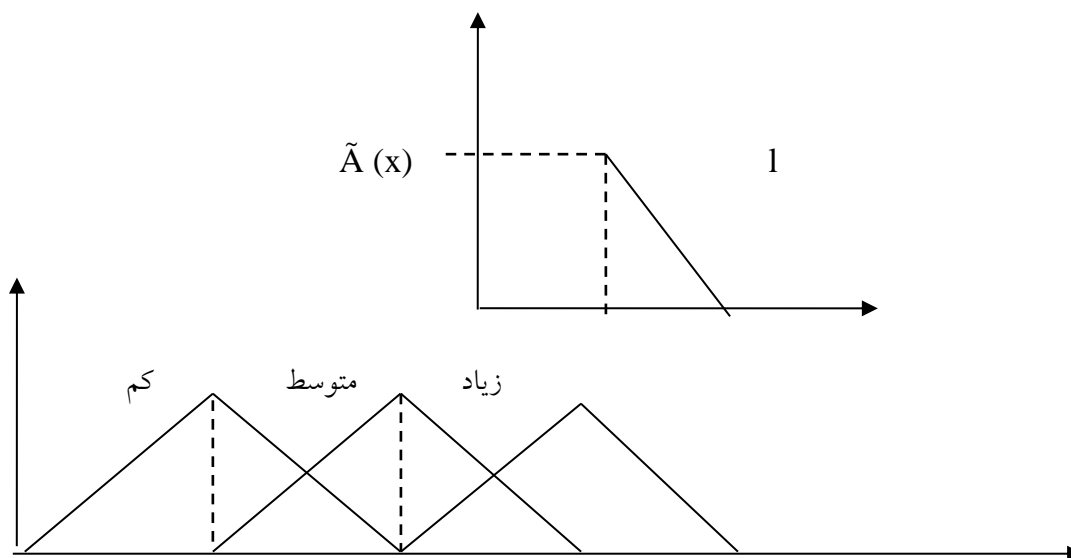
معیارها و زیر معیارهای مربوط به بهره‌وری مدیران میانی در گروه تعاونی پیشگامان بر اساس تکنیک دلفی فازی کدامند و گروه‌بندی آنها کدام است؟

معیارها و زیر معیارهای مؤثر بر بهره‌وری مدیران میانی در گروه تعاونی پیشگامان به ترتیب وزن بر اساس تکنیک دیمتل فازی کدام است؟

۸ شرکت بزرگ گروه بر اساس این معیارها به ترتیب اولویت بر اساس تکنیک تصمیم‌گیری تاپسیس فازی کدام است؟ لذا برای شروع پس از بررسی ادبیات و مقالات مختلف در این زمینه موارد به شرح زیر استخراج شد. این در شش گروه زیر دسته‌بندی و سپس با تکنیک دلفی فازی مورد تصویب نهایی صورت پذیرفت.

گام اول:

از آنجا که خبرگان دارای خصوصیات متفاوت هستند؛ بنابراین از ذهنیت‌های متفاوتی نیز برخوردارند و اگر به گزینه‌ها بر اساس ذهنیت‌های متفاوت پاسخ داده شود، تجزیه و تحلیل متغیرها فاقد ارزش می‌باشد. ولی با تعریف دامنه متغیرهای کیفی، خبرگان با ذهنیت یکسان به سؤال‌ها پاسخ خواهند داد؛ لذا متغیرهای کیفی به صورت اعداد فازی مثلثی، مطابق ادامه تعریف شده‌اند.



شکل ۵. اعداد مثلثی فازی و سطح از متغیرهای زبانشناسی

گام دوم: داده‌های پرسش‌نامه با استفاده از اعداد فازی گام قبل، وارد اکسل گردید و نتایج حاصل از آن بررسی شده است. گام سوم: بر اساس نتایج به دست آمده از مرحله قبل میانگین نظر هر فرد خبره محاسبه شده است (آذر، فرجی ۱۳۸۷). با توجه به گزینه‌های پیشنهادی و تعریف متغیرهای زبانی، پرسش‌نامه مربوط به فاز اول و دوم دلفی فازی طراحی و در میان اعضای نمونه توزیع گردید. در این مرحله از خبرگان خواسته شده است که میزان تأثیرگذار بودن هر یک از مؤلفه‌ها بر بهره‌وری منابع انسانی را به صورت گزینه‌های کم، زیاد، متوسط انتخاب نماید. در این فاز از مطالعه نتایج حاکی از آن بوده که بیش از ۸۰ درصد اعضای نمونه معتقد بر تأثیرگذاری زیاد اکثر مؤلفه‌ها بر بهره‌وری بوده‌اند.

در مرحله اول ۵۰ شاخص و در نهایت ۱۵ شاخص در حوزه‌های مدیریتی، اجتماعی - روانی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی و فردی شناسایی گردید با توجه به اینکه در نهایت اختلاف میانگین تمامی معیارها از ۱۵ کمتر است و لذا اجماع خوبی حاصل شده است و جدول مشخص شده عمده‌ترین شاخص‌ها (۱۵ شاخص) معرفی گردیده است. (سعی شده شاخص‌ها مثبت باشند)

پس از انتخاب ۱۵ شاخص موارد به خبرگان ارسال شد و در نهایت با توجه به اینکه بر اساس نتایج حاصل اختلاف میانگین‌ها کمتر ۱۰۵ به دست آید مطابق با جدول زیر ۱۵ شاخص از ۶ حوزه کلی بهره‌وری منابع انسانی انتخاب شدند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اجماع خوبی بین نظر خبرگان وجود دارد. در جدول زیر شاخص‌های انتخابی به همراه میانگین فازی و دیفازی کردن (اولویت) هر کدام مشخص شده است.

جدول ۳: میانگین فازی در دلفی فازی و شاخص‌های انتخابی

زیر شاخص	میانگین فازی در روش دلفی فازی (به ترتیب)		دیفازی
تجربه مناسب	۰.۵	۰.۷۵	۰.۷۵
تناسب بین علایق فردی با شغل	۰.۲۵	۰.۷۳۰	۰.۶۹۵
شرایط مناسب برای ارتقای شغلی	۰.۲۵	۰.۷۳۰	۰.۶۹۵
استقلال کاری	۰.۲۵	۰.۷۱۱	۰.۶۸۲
زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری	۰.۲۵	۰.۶۷۳	۰.۶۵۷
شرایط مناسب فیزیکی محیط کار	۰.۲۵	۰.۶۷۳	۰.۶۵۷
تعریف روشن از رویه‌های کاری	۰.۲۵	۰.۶۵۵	۰.۶۴۵
محیط مناسب برای بروز خلاقیت	۰.۲۵	۰.۶۵۵	۰.۶۴۵
تعدد دستورات	۰.۲۵	۰.۶۳۸	۰.۶۳۳
حجم بالای کار	۰	۰.۶۱۴	۰.۵۷۶
وجود مسئولیت‌های استرس‌زا	۰	۰.۵۸۱	۰.۵۵۴
کارآمدی آموزش‌های ضمن خدمت و تمایل به آن و توجه مدیران به توجیه کارکنان	۰	۰.۵۷۰	۰.۵۴۷
وحدت فرماندهی	۰	۰.۵۴۰	۰.۵۲۷
احساس عدالت در محیط کار	۰	۰.۵۴۰	۰.۵۲۷
تناسب بین مهارت فردی و نیازهای شغل	۰	۰.۵۴۰	۰.۵۲۷

جدول شماره ۴: خروجی دلفی فازی

معیار	معیار فرعی
مدیریتی	۱. زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم گیری
	۲. کارآمدی آموزش های ضمن خدمت و تمایل به آن و توجه مدیران به توجیه کارکنان
	۳. وحدت فرماندهی
اجتماعی-روانی	۴. احساس عدالت در محیط کار
	۵. حجم بالای کار
	۶. وجود مسئولیت های استرسزا
فردی	۷. تناسب بین مهارت فردی و نیازهای شغل
	۸. تناسب بین علایق فردی با شغل
	۹. تجربه مناسب
فرهنگی	۱۰. شرایط مناسب برای ارتقای شغلی
	۱۱. محیط مناسب برای بروز خلاقیت
	۱۲. تعدد دستورات
	۱۳. عدم استقلال کاری
محیطی	۱۴. شرایط مناسب فیزیکی محیط کار
	۱۵. تعریف روشن از رویه های کاری

لازم به ذکر است خبرگان و مدیران به این موارد توجه نمایند این معیارها بر اساس دلفی فازی به ترتیب می باشند. اهمیت شاخص ها نیز بر اساس جدول زیر مشخص شده است که بایستی در بهره وری منابع انسانی به این موضوعات توجه گردد.

دیمتل که از انواع روش های تصمیم گیری بر پایه مقایسات زوجی می باشد، با بهره مندی از قضاوت خبرگان در استخراج عوامل یک سیستم و ساختاردهی سیستماتیک به آنها توسط به کارگیری اصول تئوری گراف ها، ساختار سلسله مراتبی از عوامل موجود در سیستم، همراه با روابط تأثیر گذاری و تأثیر پذیری متقابل عناصر مذکور به دست می دهد، به گونه ای که شدت اثر روابط مذکور و اهمیت آنها را به صورت امتیازی عددی معین می کند.

در این تحقیق به منظور شناسایی معیارهای بهره وری نیروی انسانی از ۱۵ معیار استفاده شده است که اسامی آنها در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۵: اسامی معیارها

عنوان	علامت اختصاری
۱. زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم گیری	C _۱
۲. کارآمدی آموزش های ضمن خدمت و تمایل به آن و توجه مدیران به توجیه کارکنان	C _۲
۳. وحدت فرماندهی	C _۳
۴. احساس عدالت در محیط کار	C _۴
۵. حجم بالای کار	C _۵

C _۶	۶. وجود مسئولیت‌های استرس‌زا
C _۷	۷. تناسب بین مهارت فردی و نیازهای شغل
C _۸	۸. تناسب بین علایق فردی با شغل
C _۹	۹. تجربه مناسب
C _{۱۰}	۱۰. شرایط مناسب برای ارتقای شغلی
C _{۱۱}	۱۱. محیط مناسب برای بروز خلاقیت
C _{۱۲}	۱۲. تعدد دستورات
C _{۱۳}	۱۳. عدم استقلال کاری
C _{۱۴}	۱۴. شرایط مناسب فیزیکی محیط کار
C _{۱۵}	۱۵. تعریف روشن از رویه‌های کاری

همچنین به منظور مقایسه معیارها با یکدیگر از ۵ تعداد عبارت کلامی استفاده شده است که نام این عبارات و مقادیر فازی معادلشان در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۶: عبارات کلامی به کار رفته در تحقیق و مقادیر معادلشان

عبارت کلامی	مقدار فازی
بدون تاثیر	(۱.۰۰, ۱.۰۰, ۱.۰۰)
تاثیر خیلی کم	(۲.۰۰, ۳.۰۰, ۴.۰۰)
تاثیر کم	(۴.۰۰, ۵.۰۰, ۶.۰۰)
تاثیر زیاد	(۶.۰۰, ۷.۰۰, ۸.۰۰)
تاثیر خیلی زیاد	(۸.۰۰, ۹.۰۰, ۹.۰۰)

برای بررسی معیارها از نظر ۱۹ خبره استفاده شده، در این ماتریس‌ها، $\tilde{x}_{ij} = (l_{ij}, m_{ij}, u_{ij})$ اعداد فازی مثلثی می‌باشند و $\tilde{x}_{ii} = (i = 1, 2, 3, \dots, n)$ به صورت عدد فازی $(0, 0, 0)$ در نظر گرفته می‌شوند. برای در نظر گرفتن نظر همه خبرگان طبق رابطه ۱ از آن‌ها میانگین حسابی گرفته می‌شود.

$$\tilde{z} = \frac{\tilde{x}^1 \oplus \tilde{x}^2 \oplus \tilde{x}^3 \oplus \dots \oplus \tilde{x}^p}{p} \quad \text{رابطه (۱)}$$

در این رابطه p تعداد خبرگان و $\tilde{x}^1, \tilde{x}^2, \tilde{x}^3, \dots, \tilde{x}^p$ به ترتیب ماتریس مقایسه زوجی خبره ۱، خبره ۲ و خبره p می‌باشد و \tilde{z} عدد فازی مثلثی به صورت $\tilde{z}_{ij} = (l'_{ij}, m'_{ij}, u'_{ij})$ است. برای نرمالیزه کردن ماتریس به دست آمده از رابطه‌های ۲ و ۳ استفاده می‌شود.

$$= \left(\frac{l'_{ij}}{r}, \frac{m'_{ij}}{r}, \frac{u'_{ij}}{r} \right) = \tilde{H}_{ij} = \frac{\tilde{z}_{ij}}{r} \quad \text{رابطه (۲)}$$

$$(l''_{ij}, m''_{ij}, u''_{ij})$$

که r از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$r = \quad \text{رابطه (۳)}$$

$$\max_{1 \leq i \leq n} (\sum_{j=1}^n u_{ij})$$

جدول زیر ماتریس نرمالیزه شده را نشان می‌دهد.

جدول ۷: ماتریس نرمالیزه شده

سهمین سهمین	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	C ₈	C ₉	C ₁₀	C ₁₁	C ₁₂	C ₁₃	C ₁₄	C ₁₅	
C ₁	07,0.08,0.09)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)03,0.03,0.04)00,0.00,0.00)	07,0.08,0.09)03,0.03,0.04)07,0.08,0.09)00,0.00,0.00)07,0.08,0.09)03,0.03,0.04)03,0.03,0.04)	07,0.08,0.09)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)00,0.00,0.00)07,0.08,0.09)03,0.03,0.04)06,0.07,0.08)	03,0.03,0.04)03,0.03,0.04)07,0.08,0.09)00,0.00,0.00)03,0.03,0.04)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)	03,0.03,0.04)07,0.08,0.09)07,0.08,0.09)00,0.00,0.00)07,0.08,0.09)03,0.03,0.04)06,0.07,0.08)	07,0.08,0.09)06,0.07,0.08)00,0.00,0.00)07,0.08,0.09)04,0.05,0.06)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)	07,0.08,0.09)04,0.05,0.06)00,0.00,0.00)04,0.05,0.06)07,0.08,0.09)07,0.08,0.09)03,0.03,0.04)	03,0.03,0.04)00,0.00,0.00)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)03,0.03,0.04)04,0.05,0.06)	00,0.00,0.00)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)03,0.03,0.04)07,0.08,0.09)04,0.05,0.06)	04,0.05,0.06)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)	04,0.05,0.06)07,0.08,0.09)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)	04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)	04,0.05,0.06)07,0.08,0.09)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)02,0.02,0.02)	04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)	04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)03,0.03,0.04)02,0.02,0.02)	04,0.05,0.06)03,0.03,0.04)06,0.07,0.08)04,0.05,0.06)06,0.07,0.08)07,0.08,0.09)07,0.08,0.09)

بعد از محاسبه ماتریس های فوق، ماتریس روابط کل فازی با توجه به رابطه های ۴ تا ۷ به دست می آید.

رابطه (۴) $T =$

$$\lim_{k \rightarrow +\infty} (\tilde{H}^1 \oplus \tilde{H}^2 \oplus \dots \oplus \tilde{H}^k)$$

که هر درایه آن عدد فازی به صورت $\tilde{t}_{ij} = (l_{ij}^t, m_{ij}^t, u_{ij}^t)$ است و به صورت زیر محاسبه می شود:

$$[l_{ij}^t] = \text{رابطه (۵)}$$

$$H_l \times (I - H_l)^{-1}$$

$$[m_{ij}^t] = H_m \times (I - H_m)^{-1} \text{ رابطه (۶)}$$

$$[u_{ij}^t] = H_u \times (I - H_u)^{-1} \text{ رابطه (۷)}$$

در این رابطه‌ها I ماتریس یکه و H_l ، H_m و H_u هر کدام ماتریس $n \times n$ هستند که درلیه‌های آن را به ترتیب عدد پایین، عدد میانی و عدد بالایی اعداد فازی مثلثی ماتریس H تشکیل می‌دهد.

گام بعدی به دست آوردن مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس \tilde{T} است. مجموع سطرها و ستون‌ها با توجه به رابطه‌های ۸ و ۹ به دست می‌آوریم.

$$\tilde{D} = (\tilde{D}_i)_{n \times 1} = \text{رابطه (۸)}$$

$$[\sum_{j=1}^n \tilde{T}_{ij}]_{n \times 1}$$

$$\tilde{R} = (\tilde{R}_i)_{1 \times n} = \text{رابطه (۹)}$$

$$[\sum_{i=1}^n \tilde{T}_{ij}]_{1 \times n}$$

که \tilde{D} و \tilde{R} به ترتیب ماتریس $n \times 1$ و $1 \times n$ هستند.

مرحله بعدی میزان اهمیت شاخص‌ها $(\tilde{D}_i + \tilde{R}_i)$ و رابطه بین معیارها $(\tilde{D}_i - \tilde{R}_i)$ مشخص می‌گردد. اگر

$\tilde{D}_i - \tilde{R}_i > 0$ باشد معیار مربوطه اثرگذار و اگر $\tilde{D}_i - \tilde{R}_i < 0$ باشد معیار مربوطه اثرپذیر است. جدول ۷،

$\tilde{D}_i + \tilde{R}_i$ و $\tilde{D}_i - \tilde{R}_i$ را نشان می‌دهد.

جدول ۸: اهمیت و تأثیرگذاری معیارها (اعداد فازی)

معیار	$\tilde{D}_i + \tilde{R}_i$	$\tilde{D}_i - \tilde{R}_i$
معیار ۱	(۳,۵۹,۷,۰۷,۱۶,۶۱)	(-۷,۴۷,-۰,۷۰,۵,۵۵)
معیار ۲	(۳,۷۰,۷,۲۹,۱۷,۰۱)	(-۶,۷۴,-۰,۰۹,۶,۵۸)
معیار ۳	(۴,۲۰,۸,۱۰,۱۸,۵۹)	(-۷,۳۰,-۰,۱۴,۷,۰۸)
معیار ۴	(۳,۴۸,۶,۹۵,۱۶,۳۲)	(-۴,۶۱,۱,۴۶,۸,۲۳)
معیار ۵	(۴,۶۰,۸,۷۶,۱۹,۴۵)	(-۸,۶۸,-۱,۱۳,۶,۱۷)
معیار ۶	(۴,۲۷,۸,۲۴,۱۹,۰۸)	(-۷,۸۴,-۰,۳۷,۶,۹۶)
معیار ۷	(۴,۲۴,۸,۱۸,۱۸,۸۸)	(-۷,۰۱,۰,۲۰,۷,۶۳)
معیار ۸	(۳,۷۴,۷,۳۸,۱۷,۴۰)	(-۶,۸۰,۰,۰۹,۶,۸۶)
معیار ۹	(۳,۸۱,۷,۴۹,۱۷,۵۴)	(-۶,۲۷,۰,۵۶,۷,۴۵)
معیار ۱۰	(۳,۶۰,۷,۱۴,۱۷,۰۳)	(-۶,۶۸,۰,۰۸,۶,۷۶)
معیار ۱۱	(۳,۶۶,۷,۲۴,۱۷,۲۸)	(-۶,۶۰,۰,۱۶,۷,۰۲)
معیار ۱۲	(۳,۴۹,۶,۹۴,۱۶,۶۷)	(-۶,۱۵,۰,۳۳,۷,۰۳)
معیار ۱۳	(۴,۰۴,۷,۸۷,۱۸,۴۵)	(-۷,۷۳,-۰,۴۳,۶,۶۸)
معیار ۱۴	(۳,۰۷,۶,۲۲,۱۵,۱۵)	(-۵,۷۹,۰,۲۲,۶,۲۸)
معیار ۱۵	(۴,۰۴,۷,۸۶,۱۸,۲۳)	(-۷,۴۲,-۰,۲۴,۶,۷۸)

در گام بعدی اعداد فازی $\tilde{D}_i + \tilde{R}_i$ و $\tilde{D}_i - \tilde{R}_i$ به دست آمده از مرحله قبلی را طبق رابطه ۱۰ دیفازی می‌کنیم.

$$B = \frac{(a_1 + a_3 + 2 \times a_2)}{4} \quad \text{رابطه (۱۰)}$$

B دیفازی شده عدد $\tilde{A} = (a_1, a_2, a_3)$ است.

نتایج حاصل از ارزیابی گزینه‌ها براساس معیارها طبق اعداد فازی و عبارات جدول فوق، در جدول زیر نشان داده شده است. اعداد مندرج در این جدول میانگین فازی نظرات خبرگان می‌باشد. وزن هریک از معیارها نیز براساس نظرسنجی از خبرگان بدست آمده است.

در ادامه به یافته‌های مراحل تکنیک Topsis فازی جهت اولویت‌بندی گزینه‌های مورد مطالعه پرداخته می‌شود.

گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری ارزیابی گزینه‌ها: این ماتریس در جدول بالا نشان داده شده است.

گام دوم: بی مقیاس نمودن ماتریس تصمیم‌گیری: در این گام بایستی ماتریس تصمیم‌گیری فازی ارزیابی گزینه‌ها را به یک ماتریس بی‌مقیاس فازی (\tilde{R}) تبدیل نمائیم. برای به دست آوردن ماتریس، کافی است از یکی از روابط زیر استفاده می‌شود:

$$\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad j = 1, 2, \dots, n \quad \text{رابطه ۱۱}$$

m: تعداد گزینه‌ها n: تعداد معیارها

اگر اعداد فازی به صورت (a, b, c) باشند، \tilde{R} که ماتریس بی‌مقیاس (نرمالیزه شده) است بدین صورت به دست می‌آید: اگر معیار مثبت باشد:

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j^*}, \frac{b_{ij}}{c_j^*}, \frac{c_{ij}}{c_j^*} \right)$$

رابطه ۱۲:

در این رابطه c_j^* ماکزیمم مقدار c در معیار j در بین تمام گزینه‌هاست. رابطه شماره (۳) این موضوع را بیان می‌کند:

$$c_j^* = \max_i c_{ij}$$

رابطه ۱۳

اگر معیار منفی باشد:

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j^\circ}{c_{ij}}, \frac{a_j^\circ}{b_{ij}}, \frac{a_j^\circ}{a_{ij}} \right)$$

رابطه ۱۴:

در این رابطه a_j° مینیمم مقدار a در معیار j در بین تمام گزینه‌هاست. رابطه شماره (۱۵) این موضوع را بیان می‌کند:

$$a_j^\circ = \min_i a_{ij}$$

رابطه ۱۵:

نتایج حاصل از بی مقیاس سازی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۹: ماتریس بی مقیاس فازی

A ^۱	A ^۲	A ^۳	A ^۴	A ^۵	A ^۶	A ^۷	A ^۸
C ^۱	۴۴,۰۰۰,۶۹۱,۰۰۸۳	۴۴,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۴۲,۰۰۰,۷۷۹,۰۰۸۹	۵۶,۰۰۰,۶۲۵,۰۰۷۹	۴۵,۰۰۰,۴۰۴,۰۰۵۷	۴۵,۰۰۰,۳۶۸	۴۵,۰۰۰,۲۵۰,۰۰۷۹
C ^۲	۱۹,۰۰۰,۷۲۳,۰۰۸۷	۱۹,۰۰۰,۸۸۵,۰۰۹۸	(۰,۸۰,۰۰۹۰,۸۰)	۱۵,۰۰۰,۵۱۲,۰۰۷۳	۱۵,۰۰۰,۵۸۵,۰۰۷۸	۱۵,۰۰۰,۴۲۳,۰۰۶۰	۱۵,۰۰۰,۵۸۵,۰۰۷۸
C ^۳	(۰,۸۵,۰۰۹۵,۰۱)	۱۶,۰۰۰,۸۸۶,۰۰۹۵	۴۳,۰۰۰,۸۴۳,۰۰۹۲	۵۷,۰۰۰,۶۹۳,۰۰۸۲	۵۷,۰۰۰,۵۴۳,۰۰۷۲	۴۹,۰۰۰,۵۶۴,۰۰۷۰	۴۹,۰۰۰,۶۶۴,۰۰۷۰
C ^۴	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۹۱۲,۰۰۹۸	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۹,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۹,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۹,۰۰۰,۵۹۴,۰۰۷۹	۱۹,۰۰۰,۵۹۴,۰۰۷۹
C ^۵	۱۸,۳۱۰,۰۰۹۳۴,۰۱	۱۸,۳۱۰,۰۰۹۱۲,۰۰۹۸	۱۸,۳۱۰,۰۰۵۵۹,۰۰۷۵	۲۸,۰۰۰,۸۴۶,۰۰۹۴	۲۸,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۲۸,۰۰۰,۳۶۸	۲۸,۰۰۰,۲۵۰,۰۰۷۹
C ^۶	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	(۰,۸۰,۰۰۹۰,۸۰)	۲۰,۷۴۶,۰۰۸۹۲	۲۸,۰۰۰,۷۹۲,۰۰۹۲	۲۸,۰۰۰,۵۸۵,۰۰۷۸	۲۸,۰۰۰,۲۶۲,۰۰۳۸	۲۸,۰۰۰,۲۶۲,۰۰۳۸
C ^۷	۱۷,۷۳۰,۰۰۹۳۴,۰۱	۴۴,۰۰۰,۶۹۱,۰۰۸۳	۴۴,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۴۲,۰۰۰,۸۴۶,۰۰۹۴	۴۲,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۴۲,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵	۴۲,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵
C ^۸	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۳۴,۰۰۸۹	۱۹,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۵۹۴,۰۰۷۹	۱۸,۰۰۰,۵۹۴,۰۰۷۹	۱۸,۰۰۰,۵۹۴,۰۰۷۹
C ^۹	۱۸,۳۱۰,۰۰۹۳۴,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۹۱۲,۰۰۹۸	۱۸,۳۱۰,۰۰۷۳۵,۰۰۸۶	۲۸,۰۰۰,۸۴۶,۰۰۹۴	۲۸,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۲۸,۰۰۰,۴۷۱,۰۰۶۶	۲۸,۰۰۰,۴۷۱,۰۰۶۶
C ^{۱۰}	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۳۴,۰۰۸۹	۱۹,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱
C ^{۱۱}	۱۸,۳۱۰,۰۰۹۳۴,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۹۱۲,۰۰۹۸	۱۸,۳۱۰,۰۰۷۱۳,۰۰۸۵	۲۸,۰۰۰,۷۷۹,۰۰۸۹	۲۸,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵	۲۸,۰۰۰,۳۶۸	۲۸,۰۰۰,۲۵۰,۰۰۷۹
C ^{۱۲}	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۳۴,۰۰۸۹	۱۹,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱
C ^{۱۳}	۱۸,۳۱۰,۰۰۹۳۴,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۹۱۲,۰۰۹۸	۱۸,۳۱۰,۰۰۷۱۳,۰۰۸۵	۲۸,۰۰۰,۸۴۶,۰۰۹۴	۲۸,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۲۸,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵	۲۸,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵
C ^{۱۴}	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۳۴,۰۰۸۹	۱۹,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۸,۰۰۰,۷۵۸,۰۰۹۰	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۸۹۸,۰۱
C ^{۱۵}	۱۸,۳۱۰,۰۰۹۳۴,۰۱	۱۷,۷۳۰,۰۰۹۱۲,۰۰۹۸	۱۸,۳۱۰,۰۰۷۱۳,۰۰۸۹	۲۸,۰۰۰,۸۴۶,۰۰۹۴	۲۸,۰۰۰,۷۱۳,۰۰۸۵	۲۸,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵	۲۸,۰۰۰,۵۵۹,۰۰۷۵

گام سوم: ایجاد ماتریس بی مقیاس وزین فازی (\tilde{V})

$$j = 1, 2, \dots, n \quad i = 1, 2, \dots, m \quad \tilde{V} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n}$$

رابطه ۱۶ :

$$\tilde{v}_{ij} = \tilde{r}_{ij} \otimes \tilde{w}_j$$

رابطه ۱۷ :

در این رابطه \tilde{r}_{ij} ماتریس بی مقیاس به دست آمده از گام دوم است و \tilde{w}_j هم وزن فازی معیار j ام می باشد.

گام چهارم: مشخص نمودن ایده آل مثبت فازی $(FPIS, A^+)$ و ایده آل منفی فازی $(FPIS, A^-)$ ، برای معیارها.

$$A^+ = (v_1^*, v_2^*, \dots, v_n^*)$$

رابطه ۱۸ :

$$A^- = (v_1^-, v_2^-, \dots, v_n^-)$$

رابطه ۱۹ :

در این نرم افزار از مقدار ایده آل مثبت فازی و ایده آل منفی فازی معرفی شده توسط چن برای تمام معیارها استفاده می شود. این مقادیر عبارتند از:

$$v_j^* = (1, 1, 1)$$

رابطه ۲۰ :

$$v_j^- = (0, 0, 0)$$

رابطه ۲۱ :

گام پنجم: محاسبه مجموع فواصل هر یک از گزینه ها از ایده آل مثبت فازی و ایده آل منفی فازی:

در صورتی که A و B دو عدد فازی به شرح زیر باشند، آنگاه فاصله بین این دو عدد فازی بواسطه رابطه (۲۲) به دست می آید:

$$\tilde{A} = (a_1, a_2, a_3)$$

$$\tilde{B} = (b_1, b_2, b_3)$$

$$D(\tilde{A}, \tilde{B}) = \sqrt{\frac{1}{3}[(a_2 - a_1)^2 + (b_2 - b_1)^2 + (c_2 - c_1)^2]}$$

رابطه ۲۲ :

با توجه به توضیحات فوق در مورد نحوه محاسبه فاصله بین دو عدد فازی، فاصله ی هر یک از مؤلفه ها را از ایده آل مثبت و ایده آل منفی به دست می آید:

$$d_i^* = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij} - \tilde{v}_{ij}^*)$$

رابطه ۲۳:

$$i = 1, 2, \dots, m$$

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij} - \tilde{v}_{ij}^-)$$

رابطه ۲۴ :

$$i = 1, 2, \dots, m$$

گام ششم: محاسبه نزدیکی نسبی گزینه i از راه حل ایده آل. این نزدیکی نسبی را به صورت زیر تعریف می شود:

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^* + d_i^-}$$

رابطه ۲۵ :

$$i = 1, 2, \dots, m$$

گام هفتم: رتبه بندی گزینه ها: بر اساس ترتیب نزولی می توان گزینه های موجود از مسأله را رتبه بندی نمود. هر گزینه ای که CC بزرگتری داشته باشد بهتر است. نتایج در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۱۰: رتبه بندی گزینه ها

رتبه	فاصله تا ایده آل منفی	فاصله تا ایده آل مثبت	CC	گزینه ها
۱	۱۱۸.۲۵۴	۱۰۳.۳۵۶	۱.۸۷۴۰۱۷	A۱
۲	۱۱۱.۸۶۲	۹۷.۰۲۳	۱.۸۶۷۳۴۵	A۴
۳	۱۰۰.۶۲۶	۸۵.۸۰۴	۱.۸۵۲۷۰۲	A۲
۴	۹۸.۴۵۸	۸۳.۷۳	۱.۸۵۰۴۱۳	A۸
۵	۹۷.۹۶۱	۸۳.۲۳۸	۱.۸۴۹۷۰۵	A۵
۶	۹۷.۵۰۶	۸۲.۷۸۳	۱.۸۴۹۰۰۴	A۳
۷	۸۳.۹۱۹	۶۹.۴۱۴	۱.۸۲۷۱۵۵	A۶
۸	۶۲.۸۱۷	۴۸.۷۷۷	۱.۷۷۶۴۹۴	A۷

نتایج حاصل از رتبه بندی گزینه ها با تکنیک Topsis فازی حاکی از این است که گزینه پیشگامان توسعه ارتباطات از اولویت برتری نسبت به سایر گزینه ها برخوردار است.

جدول شماره ۱۱: میزان اهمیت و وزن معیارها

معیار	اهمیت و وزن
۱. زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم گیری	۸.۵۹
۲. کارآمدی آموزش های ضمن خدمت و تمایل به آن و توجه مدیران به توجیه کارکنان	۸.۸۲
۳. وحدت فرماندهی	۹.۷۵
۴. احساس عدالت در محیط کار	۸.۴۲
۵. حجم بالایی کار	۱۰.۳۹
۶. وجود مسئولیت های استرس زا	۹.۹۶
۷. تناسب بین مهارت فردی و نیازهای شغل	۹.۸۷
۸. تناسب بین علایق فردی با شغل	۸.۹۸
۹. تجربه مناسب	۹.۰۹
۱۰. شرایط مناسب برای ارتقای شغلی	۸.۷۳
۱۱. محیط مناسب برای بروز خلاقیت	۸.۸۶
۱۲. تعدد دستورات	۸.۵۱
۱۳. عدم استقلال کاری	۹.۵۶
۱۴. شرایط مناسب فیزیکی محیط کار	۷.۶۷
۱۵. تعریف روشن از رویه های کاری	۹.۵۰

همانطور که اشاره شد، بر اساس محاسبات، رتبه بندی توسط تکنیک تاپسیس فازی رتبه بندی شدند و شرکت های برتر شناسایی شدند.

جدول شماره ۱۲: خروجی رتبه بندی شرکت (به ترتیب)

ردیف	گزینه ها به ترتیب
۱	پیشگامان توسعه ارتباطات
۲	پیشگامان کویر و اتحادیه
۳	مجموعه شرکت های پیشگامان کار و سرمایه هوشمند
۴	پیشگامان بندر خشک
۵	پرواز
۶	پیشگامان کویر آسیا
۷	پیشگامان عصر ارتباطات
۸	پیشگامان صنعت سبز

جمع بندی و پیشنهادها

هدف از انجام پژوهش حاضر، ارائه یک الگوی مفهومی در زمینه بهره‌وری منابع انسانی که به وسیله آن بتوان عوامل بهبود بهره‌وری مدیران میانی در تعاونی‌ها و به صورت مورد مطالعه یکی از شرکت تعاونی‌های بزرگ کشور (گروه تعاونی پیشگامان) را بررسی و ارائه نمود. همچنین ارائه یک مرور ادبیاتی مناسب از ادبیات حوزه سرمایه انسانی و بهره‌وری منابع انسانی تا بتواند جهت نظم‌دهی به مطالعات آتی در زمینه منابع انسانی راهگشا باشد. در این راستا شناسایی و وزن‌دهی عوامل بهبود بهره‌وری مدیران میانی در گروه تعاونی پیشگامان تا بتواند جهت کمک به تصمیمات منابع انسانی راهگشا باشد. در ادامه نیز رتبه‌بندی ۸ شرکت بزرگ گروه با بهره‌گیری از این عوامل با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری فازی انجام شده است.

- با توجه به اینکه در حال حاضر معیارها و نحوه رتبه بندی مشخص شد پیشنهاد می‌شود با این مدل پیشنهادی جهت ارزیابی مابقی شرکت‌ها استفاده گردد.
- بر اساس نتایج به دست آمده از این تحقیق مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی کار جدول ۵-۲ بوده که چهار معیار دارای بالاترین وزن عبارت‌اند از وحدت فرماندهی، حجم بالای کار، وجود مسئولیت‌های استرس‌زا، تناسب بین مهارت فردی و نیازهای شغل به عنوان معیارهای فرعی.
- این عوامل به صورت کلی می‌توان گفت عوامل فردی و اجتماعی روانی در اولویت بالاتری نسبت به سایر عوامل قرار دارند. در نتیجه، اعتقاد بر این است که نتایج این پایان‌نامه می‌تواند با تمرکز و اقدام بر مهم‌ترین عوامل در دستیابی به بهره‌وری نیروی کار بالا کمک کند.
- البته مطابق موارد بالا وزن‌ها تقریباً در رنج هم‌دیگر قرار دارند؛ اما می‌توان به مدیران وزن‌ها را برای

تصمیم‌سازی در شرایط مساوی را پیشنهاد داد.

- شناسایی دلایل و بررسی عواملی که در شرکت‌ها باعث پایین آمدن رتبه آنها شد و بررسی راه‌حل برای ارتقا آن
- پس از بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل بهبود بهره‌وری در این گروه، راهکارهایی به شرح زیر در راستای بهبود بهره‌وری نیروی انسانی ارائه گردید. لازم به ذکر است پیشنهادها بر اساس معیارهای شناسایی شده می‌باشد.
- ۱- دلیل اهمیت معیارها پیشنهاد می‌گردد از طریق یک برنامه کوتاه‌مدت بهتر است ابتدا به نهایی کردن و تصویب شاخص‌های بهره‌وری پرداخته شود. سپس در ارزیابی شرکت‌ها از این روش بهره گرفته شود.
- ۲. توجیه و اطلاع‌رسانی‌ها شاخص‌ها به سرپرستان و مدیران شرکت‌ها انجام شود.
- ۳. سیستمی برای دریافت مشاوره از کارشناسان و خبرگان دیده شود. در نتیجه این کار می‌توان راهکارهای افزایش و همکاری در تحقق بهره‌وری نیروی انسانی را نیز از طریق مدیریت دانش مستند نمود.
- ۴. ارائه تعاریف دقیق و شفاف از رویه‌های کاری، به منظور بهبود شفافیت و جلوگیری از هرگونه انحراف احتمالی.
- ۵. دعوت مستمر از کارکنان به منظور مشارکت هر چه بیشتر در تصمیم‌گیری، و ارائه بازخورد به آنها.
- ۶. تلاش به منظور ایجاد وحدت فرماندهی، به طوری که هر فرد در سازمان تنها از یک مسئول دستور دریافت نماید.
- ۷. حذف هرگونه تبعیض و بی‌عدالتی در گروه تعاونی پیشگامان، به گونه‌ای که تمامی افراد اعم از مدیران و سایر افراد در سازمان از احترام و منزلت یکسان برخوردار باشند.
- ۸. فراهم ساختن محیطی مناسب به منظور ارائه ایده‌های نوآورانه و خلاقیت افراد در سازمان، به گونه‌ای که تمامی افراد سازمان از فرصت یکسانی در این زمینه برخوردار باشند و بدون هیچ‌گونه محدودیتی خلاقیت‌های خود را بروز دهند.
- ۹. حذف عوامل استرس‌زا در سازمان و ایجاد جوی آرام برای تمامی کارکنان به گونه‌ای که افراد بدون هیچ استرسی به فعالیت‌های خود بپردازند.
- ۱۰. تعیین دقیق مسیرهای ارتقای شغلی در سازمان، به طوری که شرح دقیق و مفصل آن در اختیار کارکنان قرار گیرد و البته ایجاد شفافیت در این زمینه.
- ۱۱. تلاش مدیران و مسئولین سازمان به منظور حذف و کاستن از دستورات پی‌درپی، و به خصوص در مواردی که باعث ایجاد شبهه و تناقض می‌گردد.
- ۱۲. بررسی دقیق نیازهای آموزشی سازمان، و بهره‌گیری از مؤسسات تخصصی و باسابقه در زمینه آموزش کارکنان.
- ۱۳. نظرسنجی از کارکنان پس از دوره‌های آموزشی به منظور درک میزان مطلوبیت دوره‌ها.
- ۱۴. سنجش عملکرد کارکنان قبل و بعد از دوره‌های آموزشی، به منظور درک میزان تأثیرگذاری این دوره‌ها.
- ۱۵. به کارگیری افراد در سمت‌های تخصصی، به گونه‌ای که مهارت‌های افراد با نیازهای شغل منطبق باشد.
- ۱۶. دادن آزادی عمل به کارکنان در حیطه تخصصی کار، البته با توجه به ضوابط و شرایط قوانین مکتوب سازمان.
- ۱۷. در نظر گرفتن روحیات و علایق فردی افراد به هنگام واگذاری مسئولیت‌ها.
- ۱۸. توجیه و هدایت مداوم کارکنان در ارتباط با کار و وظایف مربوطه.
- ۱۹. تلاش و صرف هزینه به منظور بهبود محیط فیزیکی کار
- ۲۰. بررسی زمینه‌های توسعه منابع انسانی

منابع:

- شهنام طاهری (۱۳۷۸). بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها. تهران. نشر هستان.
- جمالی، غلامرضا؛ عباس‌زاده، محمدعلی؛ ابراهیمی، مهران (۱۳۸۸). به‌کارگیری مدل‌سازی ساختاری تفسیری در تحلیل معیارهای انتخاب استراتژی رقابتی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک.
- زارع، مریم (۱۳۸۰). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی در شرکت برق منطقه‌ای یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد کرمان.
- کشورشاهی، محمدکاظم رساله دکتری حرفه ای رشته مدیریت کسب و کار؛ عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی (مدیران میانی) و رتبه‌بندی فازی مورد مطالعه: گروه تعاونی پیشگامان استاد راهنما قربانی، وحید، موسسه آموزش

عالی ماهان، ۱۳۹۷

- Abdul Kadir, M. R. Lee, W. P. Jaafar, M. S. Sapuan, S. M. and Ali, A.A. (۲۰۰۵). "Factors Affecting Construction Labour Productivity for Malaysian Residential Projects." *Structural Survey*, Vol. ۲۳, No. ۱, pp. ۴۲-۵۴.
- Enshassi, A. Mohamed, S. Mustafa, Z.A. and Mayer, P. E. (۲۰۰۷). "Factors Affecting the Labour Productivity in Building Projects in the Gaza STRIP." *Journal of Civil Engineering and Management*, Vol. ۸, No ۴, pp. ۲۴۵-۲۵۴.
- Broman, M. (۲۰۰۴). "Assessing Productivity in Assembly Systems." Licentiate thesis, Department of Production Engineering, The Royal Institute of Technology, Stockholm.
- Aljuhani, M.S. (۲۰۰۲). "Labour's Utilization and Labour's Productivity of a Gold Mine in Saudi Arabia." *Journal of The South African Institute of Mining and Metallurgy*, Vol. ۱۰۲, No. ۵, pp. ۳۰۷-۳۰۹.
- Sing, H. Motwani, J. and Kumar, A. (۲۰۰۰). "A Review and Analysis of the State-of-the-Art Research on Productivity Measurement." *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 1۰۰, No. ۵, pp. ۲۳۴-۴۱.
- Stainer, A. (۱۹۹۵). "Productivity Management: the Japanese Experience." *Management Decision*, Vol. ۳۳ No. ۸, pp. ۴-۱۲.
- Tangen, S. (۲۰۰۲). "Understanding the Concept of Productivity." Proceeding of the ۷th Asian-Pacific *Industrial Engineering and Management systems Conference*, Taipei.
- Tangen, S. (۲۰۰۵). "Demystifying Productivity and Performance." *International Journal of productivity and performance*, Vol. ۵۴, No. ۱, pp. ۳۴-۴۶.
- Sing, H. Motwani, J. and Kumar, A. (۲۰۰۰). "A Review and Analysis of the State-of-the-Art Research on Productivity Measurement." *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 1۰۰, No. ۵, pp. ۲۳۴-۴۱.

- Brynjolfsson, E. and Hitt, L.M. (۱۹۹۸). "Beyond the Productivity Paradox." *Communications of the ACM*, Vol. ۴۱, No. ۸, pp. ۴۹-۵۵.
- Lim, E. C. Alum, J. (۱۹۹۵). "Construction Productivity: Issues Encountered by Contractors in Singapore." *International Journal of Project Management*, Vol. ۱۳, No. ۱, p. ۵۱-۵۸

نقش تعاونی بانوان در مناطق روستایی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs)

تهمینه دانیالی^۱

فاطمه مسروری بازگانی^۲

اهداف توسعه پایدار فراخوانی برای همه کشورها جهت ارتقای رفاه و درعین حال حفاظت از کره زمین است. پایان دادن به فقر باید همراه با استراتژی‌هایی باشد که رشد اقتصادی ایجاد می‌کند و به طیف وسیعی از نیازهای اجتماعی از جمله آموزش، بهداشت، حمایت اجتماعی، فرصت‌های شغلی و عدالت جنسیتی رسیدگی کند. شرکت‌های تعاونی به‌عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در توسعه عدالت جنسیتی با افزایش عضویت و ایجاد فرصت‌های مشارکت اقتصادی برای زنان در بسیاری از مناطق جهان به توانمندسازی زنان و کاهش فقر در روستاها کمک کرده است. این پژوهش به روش کتابخانه‌ای و توصیفی به مطالعه الگوهای استفاده شده در شرکت‌های تعاونی زنان در مناطق روستایی در داخل خارج از کشور و نقش آنان در دستیابی به اهداف توسعه پایدار می‌پردازد. یافته‌های مطالعه نشان داد که «مشارکت کامل و مؤثر بانوان» در فعالیت‌های اقتصادی در قالب تعاونی‌ها محقق می‌گردد. تعاونی‌ها مشارکت را افزایش داده و سرمایه اجتماعی را در میان افراد فقیر در مناطق روستایی تقویت کرده است؛ در نتیجه توسعه بیشتر تعاونی‌ها از نظر کیفی و کمی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار ضروری است.

واژگان کلیدی: بخش تعاون، تعاونی بانوان، مشارکت اقتصادی، توانمندسازی، توسعه پایدار

^۱ . عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهر ری، ایمیل: t.daniali@yahoo.com

^۲ . کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. ایمیل: masroori.fama@gmail.com

مقدمه

اهداف توسعه پایدار یا اهداف جهانی، مجموعه‌ای از ۱۷ هدف جهانی به هم پیوسته است که به منظور ارائه طرحی برای دستیابی به آینده بهتر و پایدارتر برای همه، طراحی شده‌اند. اهداف توسعه پایدار (sustainable development goals) که به عنوان اهداف جهانی نیز شناخته می‌شوند، در سال ۲۰۱۵ توسط سازمان ملل متحد به عنوان یک فراخوان جهانی جهت اقدام برای پایان دادن به فقر، حفاظت از کره زمین، عدالت جنسیتی و... تضمین اینکه تا سال ۲۰۳۰ همه مردم از صلح و رفاه برخوردار خواهند بود، تصویب شد.

تحقق پیشرفت و توسعه کشورها مستلزم بهره‌گیری از استعداد و توان و حضور چشمگیر مردم و مشارکت آنها در مراحل توسعه است؛ به طوری که توسعه و مشارکت را اموری درهم تنیده دانسته‌اند و فرآیند توسعه را وقتی با ثبات و موفقیت همراه می‌دانند که با افزایش مشارکت مردم توأم باشد (مقنی‌زاده، ۱۳۸۰: ۱۴۲). تجربه تاریخی فرآیند توسعه در کشورهای توسعه‌یافته و پیشرفته، این امر را روشن ساخته که توسعه روستایی یک ضرورت بنیادی برای توسعه ملی است و می‌بایست در اولویت برنامه‌های توسعه‌ای قرار گیرد (شکوری، ۱۳۸۰: ۲۶).

تعاونی‌های روستایی به عنوان مهم‌ترین شکل در روستاها، از سابقه طولانی و پیشینه‌ای غنی و ارزنده در زمینه یاریگری و کارگروهی نهادینه در فرهنگ‌ها و تمدن‌های گوناگون برخوردارند و همواره به عنوان نهادهای پشتیبان و حامی توسعه روستایی و واحدهای تولید و بهره‌برداری بخش کشاورزی محسوب می‌شوند. ارتباط تنگاتنگ بین روستا و فعالیت کشاورزی و به عبارتی دیگر، نقش مهم نواحی روستایی در تولید محصولات کشاورزی از ضرورت‌های توجه به توسعه روستایی می‌باشد. بسیاری از صاحب‌نظران مسائل اقتصادی - اجتماعی کشور بر این باورند که شرکت‌های تعاونی روستایی به رغم برخی نارسایی‌های موجود، با سابقه طولانی، اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها قلمداد می‌شوند و می‌توانند با اتکا بر توانایی‌های مادی و معنوی خود که ناشی از روحیه تعاون و همکاری است، همگام با سیاست‌های توسعه در بهبود کیفیت زندگی، کار، تولید و ارتقای سطح درآمد روستاییان و وضعیت اجتماعی اعضای خود مؤثر باشند. (دارچینی، ۱۳۹۱)

از طرف دیگر اقتصاد هر جامعه‌محور اساسی آن جامعه را تشکیل می‌دهد. چرخ اقتصاد آنگاه می‌تواند دارای توان و حرکتی متعادل و هماهنگ باشد که از سوی تمام مردم هدایت شود بدین جهت در این گستره، اهمیت حضور زنان به عنوان نیمی از افراد جامعه نمایان می‌شود و چنین به نظر می‌رسد که اگر حضور زنان کم‌رنگ باشد، موقعیت اقتصادی جامعه متزلزل شود (برمان،^۱: ۱۹۷۴: ۹).

برطبق گزارش سایت سازمان ملل در سال ۲۰۱۹، قبل از همه‌گیری کوئید، زنان در جهان ۳۹.۴ درصد از کل اشتغال را تشکیل می‌دادند. در سال ۲۰۲۰، زنان تقریباً سهم ۴۵ درصدی را تصاحب کردند. سهم زنان در پست‌های مدیریتی در سراسر جهان

^۱ Berman

از ۲۷.۲ به ۲۸.۳ درصد از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ افزایش یافته است، اما از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۰ بدون تغییر باقی مانده است. (سازمان ملل، ۲۰۱۹)

از اوایل دهه ۱۹۷۰ به بعد با تأکید کارشناسان بر توسعه یکپارچه روستایی و به دنبال آن نقش مشارکت روستائیان و به ویژه زنان روستائی در روند توسعه، نحوه و دامنه فعالیت زنان در امور روستائی و به طور اخص فعالیت های کشاورزی به گونه ای مشهود مورد توجه قرار گرفته است، تا جایی که در حال حاضر این مقوله برای سازمان ها و برنامه ریزان امور توسعه از اولویت خاصی برخوردار است. زنان ۴۰ درصد از نیروی کار در بخش کشاورزی را تشکیل می دهند و ۵۰٪ درصد از فعالیت های مربوط به تولیدات کشاورزی به وسیله آنها انجام می شود؛ در ضمن در تمام مراحل پرورش دام نقش بسزایی داشته و ۷۵ درصد از تولیدات صنایع دستی کشور نیز در دست آنان است (آجیلی و دانایی ۱۳۸۴، ۵۴). یکی از شاخص های توسعه اقتصادی - اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه ایفای نقش آنها در ساختارهای اقتصادی است. شواهد موجود نشان می دهد، زنان به ویژه در مناطق روستایی نقش عمده ای را در تولید محصولات گوناگون زراعی و دامی بر عهده دارند، به گونه ای که بدون کمک و مشارکت آنان به عنوان نیروی کار در مزارع رسیدن به توسعه کشاورزی امری ناممکن می باشد. اما با این حال به دلیل نوع جنسیتشان قادر به ورود تمامی عرصه های مشارکتی نیستند و رسیدگی به حقوق آنها در چند ساله اخیر تنها در حد حرف باقی مانده و هیچ گونه بازتاب مؤثری در جامعه روستایی نداشته است؛ لذا در بحث مشارکت جویی موفق، جنس به عنوان متغیری مؤثر به حساب می آید (علوی تبار، ۱۳۷۹: ۴۵) از آنجایی که تعاونی ها سازمان یافته ترین نهاد روستایی محسوب میشوند و گردانندگان اصلی آن به عنوان نهادی خودجوش و مستقل از بخش دولتی، مردم ساکن در روستا هستند و بی هیچ شبهه نیمی از این جمعیت ساکن را زنان تشکیل می دهند، لذا بررسی میزان و ابعاد مشارکت فعال زنان در تعاونی های روستایی از لحاظ تدوین سیاست های توسعه روستایی و نقش این تعاونی ها در پیشبرد اهداف این سیاست ها حائز اهمیت خواهد بود. مدارک بررسی نقش شرکت های تعاونی روستایی زنان در وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضا نشان می دهند که در اکثر کشورها زنان روستایی را که از لحاظ اقتصادی محروم اند، می توان با حمایت و ترغیب نمود تا گروه هایی را پدید آورند و هدایت کنند که به موجب آن درآمد خانواده و یا کارایی فعالیت سنتی زنان افزایش یابد و به حمایت متقابل اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی جامعه و تعاونی منجر شود. نمونه هایی از سازمان های خدمات رسانی برای زنان روستایی وجود دارند که مقرون موفقیت بوده اند. همچنین هر گاه سازمان های زنان و حتی سازمان های مشترک مردان و زنان به خوبی انتظام پذیرد و در جهت رفع نیازهای محلی جریان یابد، خواهد توانست به برنامه ریزان و سیاست گذاران جامعه دسترسی پیدا کند. علاوه بر این، تجربه و آموزش و اعتمادی که در نتیجه عضویت در تعاونی و اداره گروه های محلی به دست می آید، اولین قدم برای وصول سیاست گذاری جامعه محسوب می شود (لمینک ۱۳۷۵: ۳۲). باید بپذیریم که در نظر گرفتن نقش و جایگاه زنان روستایی در برنامه های توسعه فرهنگی و اجتماعی - اقتصادی نه تنها ضروری است، بلکه در روند توسعه امری حیاتی به نظر می آید (ماونگ^۱، ۱۹۹۵: ۶۶). در این مقاله سعی

^۱ Maung

بر آن شده که بررسی شود چگونه اهداف توسعه پایدار توسط تعاونی‌ها محقق می‌گردد و در این بین نقش زنان چه در تعاونی‌های بانوان و چه در توسعه روستایی که از مصادیق تحقق اهداف توسعه پایدار می‌باشد چگونه است.

مبانی نظری

مراجعه به ادبیات موجود، ما را با تعاریف بسیاری از توسعه پایدار مواجه می‌سازد. هر یک از این تعاریف، بر جهتی از توسعه پایدار تأکید بیشتری کرده است؛ البته وجود دیدگاه‌های متفاوت در این زمینه نیز سبب شده است برخی از تعاریف با هم مغایر باشند؛ برای مثال از دیدگاه اقتصادمحوری، اکولوژیست‌های بسیار متعصب با سیاست‌های توسعه که بر اساس استفاده پایدار از مواهب طبیعی باشد مخالف‌اند. از دید آن‌ها فقط راهبردی که با حداقل توسعه همراه باشد، از لحاظ اخلاقی قابل حمایت است. برخلاف آن‌ها در دیدگاه فن محوری، سایر تحلیلگران معتقدند که مفهوم پایداری سهم اندکی در نظریه و خط‌مشی اقتصاد فعلی ایفا می‌کند. از دیدگاه جهانی، حفظ راهبرد رشد پایدار در درازمدت فقط به صرف هزینه کافی بستگی دارد.

متداول‌ترین تعریف از پایداری، تعریفی است که کمیسیون جهانی محیط‌زیست و توسعه (WCED) ارائه داده است. (فراهانی فرد، ۱۳۸۴)

توسعه‌ای که نیازمندی‌های نسل حاضر را بدون لطمه‌زدن به توانایی نسل‌های آتی در تأمین نیازهای خود برآورده می‌کند (WCED, ۱۹۸۷: ۴۳ p).

کمیته توسعه پایدار سازمان ملل نیز تعریف خود را این‌گونه ارائه می‌دهد: افزایش پایدار در تولید و مصرف کالاها و خدماتی که به نیازهای اولیه مربوط بوده، کیفیت زندگی را ارتقاء می‌دهند. این کار باید همزمان با کاهش بهره‌برداری از منابع طبیعی و مواد سمی و پراکندن زباله‌ها و آلاینده‌ها در چرخه زندگی باشد تا نیازهای نسل‌های آینده را دچار مخاطره نسازد. در برخی از تعاریف، بر حقوق نسل‌های بعد به قدری توجه شده که گفته‌اند: هر نسل باید منابع آب و هوا و خاک را خالص و بدون آلودگی، همانند زمانی که این منابع بر روی کره زمین بوده‌اند حفظ کرده، برای نسل بعد باقی‌گذارد (منبع اسناد یونسکو، به نقل از پرمن، ۱۳۸۲: ص ۱۰۸). سولو این تعریف را برای پایداری به صورت تعهد جهت حفظ منافع جهانی تعریفی روان ولی غیرممکن می‌داند؛ به همین جهت برخی تعریف پیشین را تعدیل کرده، و پایداری را حفظ فرصت‌ها برای نسل آینده دانسته‌اند (همان).

برخی از تعاریف نیز بر چگونگی استفاده از منابع طبیعی اشاره کرده، و بر حفظ ذخایر آن منابع یا درآمد پایدار آنان تأکید ورزیده‌اند (همان: ص ۱۰۶).

بعضی از اقتصاددانان محیط زیست نیز پایداری را بیشتر از جنبه‌های زیست‌محیطی نگریسته، و در تعریف پایداری گفته‌اند: وضعیت پایدار، وضعیتی است که حداقل شرایط برای ثبات اکوسیستم‌ها و توانایی مقابله اکوسیستم با شوک‌ها را در طول زمان فراهم کند (همان: ص ۱۱۶).

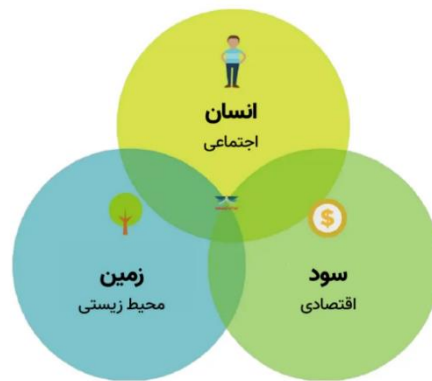
اهداف توسعه پایدار یا اهداف جهانی، مجموعه‌ای از ۱۷ هدف جهانی به هم پیوسته است که به منظور ارائه طرحی برای دستیابی به آینده بهتر و پایدارتر برای همه، طراحی شده‌اند. اهداف توسعه پایدار^۱ که به عنوان اهداف جهانی نیز شناخته می‌شوند، در سال ۲۰۱۵ توسط سازمان ملل متحد به عنوان یک فراخوان جهانی جهت اقدام برای پایان دادن به فقر، حفاظت از کره زمین و تضمین اینکه تا سال ۲۰۳۰ همه مردم از صلح و رفاه برخوردار خواهند بود، تصویب شد.

رشد اقتصادی پایدار از نظر زیست‌محیطی نام دیگری برای مفهوم توسعه پایدار است. هدف آن دستیابی به هماهنگی بین پایداری محیطی، پایداری اقتصادی و پایداری سیاسی-اجتماعی است. توسعه پایدار همیشه ما را تشویق می‌کند تا با تغییر تدریجی شیوه‌های توسعه و استفاده از فناوری‌ها، منابع خود را حفظ و ارتقا دهیم. همه کشورها باید نیازهای اساسی خود از قبیل اشتغال، غذا، انرژی، آب و بهداشت را تأمین کنند. همه حق داشتن یک محیط سالم، ایمن و پاک را دارند. با کاهش آلودگی، فقر و بیکاری می‌توان به راحتی به این امر دست یافت. اهداف جهانی مانند اهداف توسعه پایدار یا SDG ها، جامعه جهانی را برای دستیابی به آنها بسیج می‌کنند، زیرا بازه زمانی مشخصی برای این اهداف تعریف شده است. این اهداف موجب همکاری سهام‌داران کشورهای مختلف شده و نوآوری و به اشتراک‌گذاری تخصص‌ها و شیوه‌های جدید را ارتقاء می‌بخشند. نمونه‌ای از تأثیرات این همکاری‌ها و بسیج کردن منابع جهانی، دستاوردهایی در حوزه بهداشت است: کاهش مرگ و میر کودکان و دسترسی همگانی به بهداشت. اهداف توسعه پایدار رویکردی بلند مدت برای رسیدگی به چالش‌های جهانی ارائه می‌کند. چالش‌هایی که پیش روی بسیاری از کشورهای جهان است و برای حل آنها نیاز به همکاری مشترک است. به علت تغییرات سریع در دولت‌ها و سیاست‌هایشان، اکثر برنامه‌های دولتی عمر نسبتاً کوتاهی دارند (۴-۵ سال). داشتن اهداف و برنامه‌های بلند مدت که توسط ۱۹۳ کشور توافق شده است، تداوم تلاش برای این اهداف را بیشتر می‌کند و باعث تقویت تعهد در قبال انجام آنها خواهد شد.

اهداف توسعه پایدار نه تنها به رفاه مردم، توسعه اقتصادی کشورها و محیط زیست بهتر اشاره دارد بلکه ابزارهای مورد نیاز برای رسیدن به آنها و چگونگی ایجاد این تغییرات را نیز ارائه می‌دهد. این اهداف به علل ریشه‌ای فقر و نابرابری می‌پردازد. مشکلاتی از قبیل ضعف حاکمیت قانون، فساد، سنت‌گرایی و هنجارهایی که باعث تبعیض می‌شوند.

ارکان سه‌گانه بخش مهمی از پایه‌های توسعه پایدار است. این اصطلاح اولین بار توسط جان ال‌کینگتون، مؤسس یک شرکت مشاوره پایداری استفاده شد. شرکت‌ها باید ۳ رکن مهم را در کسب‌وکار خود در نظر بگیرند - و تنها، به فکر سود و زیان خود نباشند. این بدان معناست که سازمان‌ها باید میزان مسئولیت اجتماعی عملیات در سراسر زنجیره ارزش خود و همچنین تأثیرات زیست‌محیطی اقدامات خود را بر روی کره زمین اندازه‌گیری کنند.

^۱ Sustainable Development Goals(SDG)



شکل ۱: ارکان سه گانه و توسعه پایدار
The ۳Ps (Profit, Planet, and People) of Sustainability
(منبع: SDGs)

اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار

اهداف توسعه پایدار به شرح ذیل می باشد.

- ۱- ریشه کن کردن فقر: به همه اشکالش در همه جا پایان دهیم
- ۲- ریشه کن کردن گرسنگی: گرسنگی را در جهان به صفر برسانیم.
- ۳- سلامتی و تندرستی: تضمین زندگی سالم و ارتقای رفاه برای همه در تمام سنین
- ۴- آموزش با کیفیت: فراهم کردن شرایط آموزش با کیفیت در همه جای دنیا
- ۵- عدالت جنسیتی: دستیابی به برابری جنسیتی و توانمندسازی همه زنان و دختران*
- ۶- آب تمیز و سیستم تخلیه فاضلاب: اطمینان از دسترسی به آب و سرویس بهداشتی برای همه
- ۷- انرژی مقرون به صرفه و پاک: اطمینان از دسترسی به انرژی مقرون به صرفه، قابل اتکا، پایدار و مدرن
- ۸- کار شایسته و رشد اقتصادی: ترویج رشد اقتصادی فراگیر و پایدار، اشتغال و کار شایسته برای همه
- ۹- صنعت، نوآوری و زیرساخت: ایجاد زیرساخت های انعطاف پذیر، ترویج صنعتی شدن پایدار و تقویت نوآوری
- ۱۰- کاهش نابرابری: کاهش نابرابری در داخل و بین کشورها
- ۱۱- شهرها و جوامع پایدار: شهرهای فراگیر، ایمن، انعطاف پذیر و پایدار
- ۱۲- مصرف و تولید مسئولانه: پیروی از الگوهای مصرف و تولید پایدار
- ۱۳- اقدام برای جلوگیری از تغییرات آب و هوایی: اقدام فوری برای مبارزه با تغییرات آب و هوایی و اثرات آن
- ۱۴- زندگی زیر آب: حفاظت و استفاده پایدار از اقیانوس ها، دریاها و منابع دریایی
- ۱۵- زندگی در خشکی: مدیریت پایدار جنگل ها، مبارزه با بیابان زایی، توقف و معکوس کردن تخریب زمین، توقف از بین رفتن تنوع زیستی
- ۱۶- صلح، عدالت و نهادهای قوی: ترویج جوامع عادلانه، صلح آمیز و فراگیر
- ۱۷- مشارکت برای رسیدن به اهداف: احیای مشارکت جهانی برای توسعه پایدار

ارزش‌ها و اصول تعاونی: برای پایداری تدوین شده است؛ چه چیزی مدل تعاونی را برای توسعه پایدار مناسب می‌کند؟ اولین رابطه روشن ریشه اصلی تعریف ارائه شده توسط اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA)^۱ است که تعریف می‌کند: تعاونی به‌عنوان انجمن مستقلی از افراد که داوطلبانه برای برآورده کردن هدف مشترک خود متحد می‌شوند.

نیازها و اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از طریق مشارکت و تحت کنترل دموکراتیک بین اعضا می‌باشد. مجموعه متنوعی از نیازها که فراتر از تولید، سود یا بازده سهام‌داران است؛ بلکه طیف وسیع نیازها را شامل می‌شود و اذعان می‌نماید که مردم برای دستیابی داوطلبانه به رفاه، به چیزی بیش از اقتصادی ساده نیاز دارند.

رسیدن به اهداف به‌شدت به ارزش مشارکتی، همبستگی و پیوند دارد.

علاوه بر این، دو ویژگی دیگر تعاونی که مناسب توسعه پایدار است عبارت‌اند از: طول عمر تعاونی (ماندگاری) و موضوع همکاری در تعاونی‌ها.










در بحران اقتصادی تعاونی‌ها ثابت کرده‌اند که بر اساس نیازهای اعضا در درازمدت عمل می‌کنند و این‌طور نیستند که مانند شرکت‌های تحت مالکیت سرمایه‌گذاری فشار بیاورند تا به منطق توسعه‌طلبی، اثرات خارجی اقتصادی یا ارزش سهام‌داران عمل نمایند. علاوه بر این، همکاری بین تعاونی‌ها یک اصل تعاونی دیگری است که جنبش تعاونی را به‌طور منحصربه‌فردی برای حل مشکلات مرتبط با پایداری مناسب می‌کند.

هنگامی که همکاری، شکل تجارت تعاونی را به خود می‌گیرد، رویکرد ارزش‌محور و مردم‌محور تعاونی‌ها این شانس را افزایش می‌دهد که زنجیره ارزش به نفع هر دو طرف خواهد بود. با حمایت از رشد جنبش تعاون می‌تواند به ارزش‌های برابری، صداقت، صراحت، مسئولیت اجتماعی و مراقبت از دیگران کمک کند و تعاون نقش مهمی در بحث در مورد اجرای اهداف توسعه پایدار (SDG) دارد.

جدول ۱: ارتباط بین تعاون و اهداف توسعه پایدار (منبع: ماکسوم و دیو (۲۰۱۹) بر اساس گزارش ICA (۲۰۱۸)).

SDG	Type of cooperative	Some key contributions
1 No poverty	All Credit Insurance Social	<ul style="list-style-type: none"> 10% of world employment Micro-credit to the poor Micro-insurance to the poor Employment for disadvantaged people
2 Zero hunger and food security	Agricultural Fishery	<ul style="list-style-type: none"> Estimated 32% of food products market share; providing food security; enhancing diversified agricultural production Providing quality foodstuff at lower prices
3 Good health and wellbeing	Consumer Health	<ul style="list-style-type: none"> Health services including HIV/AIDS to over 100 million patients
4 Quality education and lifelong learning	All Student Worker / social Credit	<ul style="list-style-type: none"> Education as one of founding principles Providing practical training on how to run a cooperative for children and teenagers Imparting education (in particular through around 2700 cooperatives) Providing educational micro-lending and financial education
5 Gender equality	Consumers All Worker / producers'	<ul style="list-style-type: none"> Providing consumer education High ratio of women's inclusion in membership and elected positions as shown in several studies Important cooperative networks are exclusively dedicated to women
6 Clean water and sanitation	Water	<ul style="list-style-type: none"> Safe water filtration and distribution
7 Affordable and clean energy	Energy	<ul style="list-style-type: none"> Energy channelled to rural and remote areas; generation of renewable energy
8 Decent work and economic growth (including sustainable tourism)	All Social Worker / social Producers' / freelancers	<ul style="list-style-type: none"> 10% of world employment; decent, stable and resilient work; market access; more value in hands of members Providing employment to disadvantaged people Sustainable tourism, cultural heritage Providing shared services and social protection
9 Industry, innovation and infrastructure	Worker / social Agricultural (agro-industries) New types (multi-stakeholder, community, platform etc.) Water, energy &	<ul style="list-style-type: none"> Virtually all industrial activities, maintaining enterprises in their communities Innovating in new business forms and democratizing online platforms Promoting energy, water and internet

^۱ International Co-operative Alliance(ICA)

	10 Reduced inequalities	All	<ul style="list-style-type: none"> Redistribution of surplus to members, reinvesting in communities, lower wage gap than average Financial inclusion
	11 Sustainable cities and communities	Housing	<ul style="list-style-type: none"> Upgrading slums and providing affordable housing for a significant part of the population in a number of countries, either through ownership or rental
		All	<ul style="list-style-type: none"> Resilience to disaster and contribution to after-disaster measures
	12 Responsible consumption and production	Agricultural Consumer New food coops	<ul style="list-style-type: none"> Networks between agricultural and consumer cooperatives increasingly promote responsible consumption, including organic food, food chain and fair trade products, limiting food waste, promoting circular economy
	SDG	Type of cooperative	Some key contributions
	13 Climate action,	Worker / social	<ul style="list-style-type: none"> Green jobs, protecting natural spaces, dealing with waste recycling
	14 Life below water and	Fishery	
	15 Life on land	Agricultural	
	16 Peace, justice and strong institutions	All	<ul style="list-style-type: none"> Key role after several armed conflicts, participation in reconciliation processes Increasing involvement in welcoming refugees and addressing their plights
		Social / worker	
	17 partnerships	All	<ul style="list-style-type: none"> International development cooperation developing within the cooperative movement and with other actors, including South to South cooperation

با تکیه بر پیوندهای برجسته قبلی بین تعاونی‌ها و توسعه پایدار اهداف، و هم‌پوشانی بین هویت تعاونی، ارزش‌ها و اصول و اهداف توسعه پایدار، بخش بعدی به اقدامات انجام شده توسط سازمان‌های تعاونی می‌پردازد (ماکسوم و دیو، ۲۰۱۹). در هدف پنجم از اهداف توسعه پایدار، موضوع برابری جنسیتی ذکر شده است. همانطور که مشخص است؛ علی‌رغم تعهدات در بسیاری از قراردادهای و معاهدات بین‌المللی به اصل عدالت جنسیتی، زنان در سراسر جهان همچنان با ظلم و تبعیض در بهداشت، آموزش، نمایندگی سیاسی، بازار کار و غیره مواجه‌اند که این مشکل پیامدهای منفی برای توسعه به همراه دارد. این بخش به دنبال پایان دادن به همه اشکال تبعیض علیه زنان است. تبعیض علیه زنان در همه جا، یک هدف بسیار مهم است. تعاونی‌ها می‌توانند کمکی ملموس داشته باشند. برابری جنسیتی از طریق تضمین مشارکت کامل و مؤثر زنان و فرصت‌های برابر و همچنین حقوق برابر برای منابع اقتصادی، از طریق ساختارهای دموکراتیک و برابری مشارکتی آنها محقق می‌گردد. چنین پیاده سازی را می‌توان در اروگوئه یافت، جایی که فدراسیون تعاونی‌های مسکن اروگوئه (FUCVAM)^۱ برنده جایزه جهانی زیستگاه از ساختمان و مسکن اجتماعی شد.

این تعاونی بیش از ۲۲۰۰۰ خانواده (۲٪ از خانوارها) را نمایندگی می‌کند. از زمان شروع آن، نقش برابر زن و مرد را با تأکید مجدد بر مفهوم برابری جنسیتی و حفظ همه حقوق و تکالیف یکسانی دارند. در تعاونی‌های اخیراً تأسیس شده، نقش زنان در حال بازگشت است و انتخاب مناصب بر اساس استعداد است. (ریدگوی،^۲ ۲۰۱۱)

مثال دیگر FEDECOVERA^۳ است، یک اتحادیه تعاونی مستقر در گواتمالا است. فعالیت آنها شامل همکاری با کشاورزان برای بهبود کیفیت و افزایش تولید، تأمین بودجه و آموزش برای پشتیبانی فنی است. طبق آمار سال ۲۰۱۶، این اتحادیه تعاونی

^۱ The Uruguayan Federation of Mutual Aid Housing Cooperatives(FUCVAM)

^۲ Ridgeway

^۳ the Federation of Cooperatives of the Verapaces (FEDECOVERA)

۴۳ تعاونی عضو و ۳۳ گروه سازمان یافته شامل بیش از ۲۵۰۰۰ تولیدکننده کوچک دارد. ۷۵ درصد از فعالیت‌های نهالستان توسط بانوان انجام می‌شود.

علاوه بر این، این اتحادیه مشارکت زنان در مدیریت سطح بالای سازمان‌های تعاونی، توسعه مهارت‌ها آنان را تشویق می‌کند. (فایکوام، ۲۰۱۷)

فدراسیون تعاونی نیجریه (CFN)^۲ در منطقه آفریقا، نیز متعهد شده است که هدف پنجم از اهداف توسعه پایدار با انجام جلسات و مشاوره‌های تعاملی با هر دو بخش فدرال و ایالتی نقش زیادی در تسهیل مشارکت زنان در تعاونی‌ها دارند. یکی از نمایندگان این فدراسیون تعاونی، چگونگی تحقق این امر را تعامل با رهبران زن ایالت‌ها و احزاب سیاسی و مشارکت زنان در انجمن‌های تعاونی می‌دانند.

همچنین در منطقه آفریقا انجمن‌های تعاونی کشاورزی و بازاریابی (AMCOS)^۳ وجود دارند؛ AMCOS یک انجمن کوچک تعاونی محلی است که خرید محلی منابع کشاورزی را فراهم می‌کند و به کشاورز کمک می‌کند تا محصولات خود را بازاریابی کند.

شبکه‌های محلی قدرتمند توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی برای زنان در ملاوی، سرمایه‌گذاری‌های گروهی، از مزایای پیوستن به این انجمن است. هدف این انجمن، ارائه خدمات برای خرده‌مالکانی است که قادر به دسترسی به بازارهای بین‌المللی نیستند. در این انجمن مسیری برای برابری جنسیتی، از طریق تضمین مشارکت اقتصادی و اجتماعی بیشتر برای زنان می‌باشد. (بوابو^۴ و همکاران، ۲۰۱۹)

یکی دیگر از نمونه‌های کلیدی تعاونی‌های محلی که به برابری جنسیتی کمک می‌کنند؛ تعاونی زنان در مراکش (Ajddigue)^۵ است. زنانی که عضو این تعاونی هستند روغن آرگان را تولید، بسته‌بندی و می‌فروشند.

این تعاونی در شبکه‌ای متشکل از ۳۰ تعاونی است و ۱۰۰ زن در آن فعالیت می‌نماید که تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی مثبتی دارد؛ تمرکز بر توانمندسازی زنان و کاهش جنگل‌زدایی، این مشارکت اقتصادی، مخالف نقش‌های سنتی جنسیتی بوده است، زیرا زنان در مراکش با محدودیت‌هایی برای کار در بیرون خانه مواجه بودند. بخشی از منافع و میراث ملی و بین‌المللی بالا، نه تنها برای منحصربه‌فرد و ارزشمند است؛ بلکه به دلیل اهمیت اجتماعی و اقتصادی آن و ظهور تعاونی‌های زنان به‌عنوان فرصت و نمونه‌ای برای رهایی، استقلال و توسعه زنان روستایی می‌باشد.

Ajddigue گواهینامه تجارت منصفانه و تولید ارگانیک را به دست آورده است. در سال ۲۰۱۶ زنان ۱۶ تن، روغن آرگان تولید کردند (۱۵۶۰۰۰ یورو) گردش مالی داشته است. سود بین آنها اعضا تقسیم می‌شود (هیکس^۶، ۲۰۱۶) با در نظر گرفتن منابع برابر، زنان می‌توانند سهم بیشتری داشته باشند. سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو) تخمین می‌زند که اگر کشاورزان زن (۴۳ درصد نیروی کار کشاورزی در کشورهای در حال توسعه) به اندازه مردان به منابع دسترسی داشته باشند،

^۱ Fucvam

^۲ Cooperative Federation of Nigeria

^۳ Agricultural Marketing Cooperative Society

^۴ Bwabo

^۵ Ajddigue women's argan co-operative

^۶ Hicks

تولید کشاورزی در ۳۴ کشور در حال توسعه به طور متوسط تا ۴ درصد افزایش می‌یابد. این امر می‌تواند تعداد افراد کم تغذیه را در این کشورها تا ۱۷ درصد کاهش دهد که به معنی کاهش ۱۵۰ میلیون نفری گرسنه است.^۱

مفاهیم و مبانی نظری در دهه، ۱۹۷۰ مسائل مربوط به شرکت همه‌جانبه زنان در فرایند برنامه‌های توسعه ملی به تدریج وارد دستور کار سازمان‌های توسعه ملی و بین‌المللی شد. اما از سال ۱۹۸۱ انتشار مقالات و کتاب‌های مربوط به زنان در امور توسعه به سرعت افزایش یافت. با وجود این فعالیت‌ها، کوشش‌های موجود در برنامه‌های توسعه هنوز هم نتوانسته توان موجود و بالقوه زنان را در فرایند توسعه تشخیص دهد و اثر این برنامه‌ها را بر زنان مشخص سازد (تورس، ۱۳۷۶).

دیدگاه‌های گوناگونی در ارتباط با زنان و توسعه وجود دارد از قبیل دیدگاه رفاه، نگرش زنان در توسعه دیدگاه جنسیت و توسعه، زنان و توسعه، دیدگاه مبتنی بر کارایی، نگرش مبتنی بر توانمندسازی، جنسیت و محیط و ... هدف از نگرش زنان در توسعه، درگیرکردن زنان در توسعه اقتصادی از طریق اجرای طرح‌های درآمدزا برای زنان است (واندانا، ۱۹۸۹: ۴۳). در بررسی روند تاریخی توسعه، گرایش‌ها به سمت توجه به ابعاد انسانی توسعه در پی شکست راهبرد صنعتی شدن شتابان شهری، برنامه‌ریزان توسعه را بر آن داشت تا در تفکرات خویش تجدید نظر کرده و بهره‌گیری کافی و متناسب از منابع انسانی، به‌ویژه زنان که نیمی از جمعیت را تشکیل می‌دهند را از عمده‌ترین اهداف راهبرد توسعه در نظر بگیرند (خانی، ۱۳۷۲: ۱۳۴).

بنابراین از سال ۱۹۷۰ توجهات جهانی و پروژه‌های تحقیقاتی به سمت زنان جلب گردید و جزوات عمومی برای آگاهی بخشیدن به نحوه تأثیرگذاری برنامه‌های توسعه بر زندگی زنان تدوین شده و در این راستا آژانس‌های ملی و بین‌المللی بحث در رابطه با دخالت دادن زنان در کنترل و جهت‌گیری اهداف توسعه را آغاز کردند (مومسن، ۱۹۹۱: ۵). این تأکید حداقل در سطح محلی قابل طرح بوده است. بدین ترتیب محققان و سیاست‌گذاران به درک متفاوتی نسبت به مردان، زنان در انواع مختلف تولیدات کشاورزی و صنعتی رسیدند (مجله علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال سوم، شماره چهارم، (پیاپی ۱۱) زمستان ۱۳۹۲)

با توجه به آنچه که گفته شد، مشارکت زنان در جریان توسعه یک امر ضروری می‌باشد که با روش‌های مختلف باید نسبت به این امر مبادرت نمود. یکی از این ظرفیت‌ها، تشکل مردمی با حمایت نهادهای دولتی است. تشکلاتی که بتوانند زمینه مشارکت زنان را در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی گرد هم آورد. شرکت تعاونی زنان روستایی نمونه‌ای از این تشکلات هستند. بسط و توسعه فعالیت‌های مولد و پویا، یکی از اهداف مهم تعاونی‌ها است. زیرا تعاونی‌ها با سرمایه‌گذاری موجب ایجاد فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی خاصی می‌شوند. می‌توان ابراز داشت که شرکت‌ها و موسسه‌های مشارکتی (تعاونی‌ها) معمولاً درآمد خود را متناسب با ارزش منابعی که اعضاء شرکت با تشریک‌مساعی به دست آورده‌اند، تقسیم می‌کنند. منابع و درآمد خالص میان کلیه اعضاء شرکت به صورت عادلانه تخصیص یافته و هیچ عضوی از تعاونی درآمدش بالاتر از بقیه اعضاء نیست (استوکسد، ۲۰۰۲: ۵۵).

گروهی معتقدند که فعالیت در تعاونی‌ها بستر لازم را برای به ثمر رسانیدن رشد شخصیتی و ارتقاء توانمندی‌های ذهنی و فکری اعضاء مهیا نموده و موجب مشارکت فعال آنان در فعالیت‌های گروهی می‌گردد (کرایسی، ۲۰۰۰: ۲۲۷).

^۱ unwomen.org

^۲ Vandana

با این وجود بسیاری از رویکردهایی که در باره توسعه تعاونی‌ها و به‌ویژه تعاونی‌های روستایی مطرح می‌شود، ساده‌انگارانه، سطحی و بدون مبنای فلسفی عمیق است. به عبارت دیگر بسیاری از خط‌مشی‌هایی که در باره تعاونی‌ها مطرح می‌گردد، فاقد پایه نظری و چارچوب فلسفی مشخص است و لذا شایسته نیست که بدون تحلیل عمیق به ارزیابی و چگونگی روند تکامل تعاونی‌ها پرداخت (آپتوپ^۱، ۲۰۰۰: ۶۵۱)

حال می‌دانیم توسعه‌ای که تعاونی‌ها به دنبال آن هستند، توسعه پایدار است. توسعه پایدار فرآیندی است که نه تنها رشد اقتصادی را به همراه دارد، بلکه سبب تجدید حیات محیط زیست به جای تخریب آن می‌گردد و به جای در حاشیه قرار دادن مردم، به آنان قدرت و اختیار می‌دهد، اولویت را به فقرا داده و حق انتخاب را برای آنها فراهم آورده و امکان مشارکت در تصمیماتی که بر زندگی آنان تأثیر می‌گذارد را تقویت می‌کند. توسعه‌ای که طرفدار مردم، طبیعت، اشتغال و زنان است (استوپ، ۱۹۷۵: ۵).

تعاونی‌ها و از جمله تعاونی‌های زنان روستایی در موارد مختلفی از جمله؛ اهداف چندگانه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی، ابزار مناسب جهت همکاری و مشارکت مردم، آسیب کمتر به محیط، ایجاد فضای مناسب جهت سرمایه‌گذاری، کاهش نابرابری، تقویت گروه‌های حاشیه‌ای و دموکراسی اقتصادی، ارتباط قوی با جوامع محلی و... تأثیرگذار هستند. بدین ترتیب شرکت‌های تعاونی و از جمله تعاونی‌های زنان، در صورت مدیریت مطلوب، قادر است تا ضمن تأمین منافع اعضا، بستری مناسب جهت توسعه پایدار فراهم آورد. از آنجاکه تعاونی‌های روستایی بیشتر ارتباط را با محیط پیرامون خود برقرار می‌کنند، تشکیل تعاونی‌های روستایی زنان نیز می‌تواند به تحقق توسعه پایدار روستایی مساعدت نماید (گرتلر، ۲۰۰۱: ۶).

لذا ضرورت آن می‌رود که اثرات اقتصادی و اجتماعی که شرکت‌های تعاونی زنان روستایی مشخص، و بررسی گردد. چرا که مسلماً ایجاد این شرکت‌های، با توجه به اهداف اولیه، نتایجی را به همراه دارد و بدین روش برای این یافتن نتایج، به بررسی و تحقیق در این زمینه است.

پیشینه تحقیق

استفاده از نتایج به دست آمده از پژوهش‌های گذشته در مورد شرکت‌های تعاونی، محقق را در رسیدن به اهداف تحقیق یاری می‌نماید. در این راستا خلاصه‌ای از پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام گرفته ذکر می‌شود.

پیشینه خارجی

فائو^۲ (۱۹۹۵) در گزارشی در زمینه زنان و توسعه روستایی در خاور نزدیک " به بررسی و نقد برنامه‌ها و سیاست‌های رسمی در خصوص زنان و توسعه روستایی در محدوده مورد بررسی پرداخته است. این گزارش بر نقش زیر ساخت‌ها و ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی بر میزان مشارکت زنان روستایی تأکید دارد.

^۱ Apthotp

^۲ Fao

ماکسوم و دیو^۱ (۲۰۱۹). در مقاله تعاونی‌ها و اهداف توسعه پایدار: نقش تشکلهای تعاونی در تسهیل اجرای SDG در سطح جهانی، ملی و سطوح محلی، استدلال می‌کند که سازمان‌های تعاونی، به‌عنوان کسب‌وکارهای مبتنی بر ارزش و اصول، نقشی رو به رشد در تسهیل اجرای SDG حال و آینده در سطوح جهانی، ملی و محلی دارند.

استوکد^۲ (۲۰۰۲) در تحقیقی بیان داشته، مشارکت زنان در جریان توسعه یک امر ضروری است و وجود تشکلاتی چون تعاونی می‌توان زمینه مشارکت زنان را در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی فراهم ساخت و شرکت تعاونی زنان روستایی نمونه‌ای از این تشکلات هستند.

استوپ^۳ (۱۹۷۵). در مقاله‌ای با عنوان "توسعه همکاری و مشارکت اجتماعی"، این چنین بیان داشته است: می‌دانیم توسعه‌ای که تعاونی‌ها به دنبال آن هستند، توسعه پایدار است. توسعه پایدار فرآیندی است که نه تنها رشد اقتصادی را به همراه دارد، بلکه سبب تجدید حیات محیط زیست به جای تخریب آن می‌گردد و به جای در حاشیه قرار دادن مردم، به آنان قدرت و اختیار می‌دهد، اولویت را به فقرا داده و حق انتخاب را برای آنها فراهم آورده و امکان مشارکت در تصمیماتی که بر زندگی آنان تأثیر می‌گذارد را تقویت می‌کند. توسعه‌ای که طرفدار مردم، طبیعت، اشتغال و زنان است.

گرتلر^۴ (۲۰۰۱) در مقاله "تعاونی‌ها و توسعه پایدار"، تعاونی‌ها و بالانحص تعاونی زنان روستایی را در تحقق توسعه پایدار روستایی مساعدت می‌داند.

مومسن^۵ (۱۹۹۱) بر توجهات جهانی و پروژه‌های تحقیقاتی که به سمت زنان جلب شده است اشاره نموده تأکید داشته است که آژانس‌های ملی و بین‌المللی بحث در رابطه با دخالت دادن زنان در کنترل و جهت‌گیری اهداف توسعه را آغاز کردند.

آزاهاری^۶ (۲۰۰۸) در مقاله با عنوان نقش زنان در توسعه کشاورزی کشور اندونزی اشاره نمود که نویسنده بر عدم دسترسی زنان به سرمایه‌های تولیدی تأکید کرده و آن را به‌عنوان مانع مشارکت زنان روستایی این کشور در فرایند توسعه قلمداد می‌کند. دامیسا و یوهانا^۷ (۲۰۰۷) تحقیقی در مورد زنان روستایی کشور نیجریه اشاره کرده است که ویژگی‌های اجتماعی - اقتصادی زنان را در میزان مشارکت آنان در امور روستا بسیار مؤثر می‌داند.

^۱ Moxom

^۲ Stovkstd

^۳ Styoppw

^۴ Gertler

^۵ Momsen

^۶ Azahari

^۷ Damisa & Yohamma

پیشینه داخلی

زهرا فرخی راستابی و همکاران (۱۳۸۲)، در مقاله خود با عنوان "توانمندسازی زنان برای مشارکت در توسعه" به بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان پرداخته‌اند که یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عواملی همچون افزایش سطح تحصیلات، دسترسی به منابع مالی، بهبود وضع سلامت، برخورداری از حق مالکیت قانونی، رفع تبعیض از بازار کار و حذف باورهای سنتی عوامل مؤثری در توانمندسازی زنان هستند.

نکوئی نائینی و برقی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان نقش شرکتهای تعاونی تولید روستایی در توسعه پایدار کشاورزی به این نتیجه رسیدند که تعاونی بر بهبود ویژگیهای اجتماعی مورد مطالعه شامل برگزاری کلاس های آموزشی ترویجی برای اعضا، دسترسی به اطلاعات و سطح اطلاعات در بین اعضا مؤثر بوده‌اند. همچنین یافته مبنی بر افزایش درآمد، اخذ اعتبارات، تسطیح زمینهای زراعی، کاربرد آبیاری نوین و عملکرد محصولات، نقش شرکتهای تعاونی تولید روستایی در توسعه پایدار را تایید نمودند.

در بررسی دیگری طباطبایی یحیی - آبادی و حسینیان (۱۳۸۴)، در مقاله خود با عنوان "توانمندسازی زنان سرپرست خانوار از طریق مشاوره گروهی، آگاه‌سازی و کارآفرینی در شهر تهران" بیان می‌کنند که برنامه مشاوره گروهی بر عزت‌نفس زنان سرپرست خانوار تأثیر دارد.

بشردوست (۱۳۷۳) پژوهشی با عنوان "بررسی میزان مشارکت زنان روستایی شالیکار و نقش آموزش‌های ترویجی در تولید برنج در استان گیلان را مورد بررسی و تجلیل قرارداد. در این تحقیق، نتایج نشان می‌دهد هرچه وضعیت اقتصادی خانوار فرد بهتر باشد، میزان مشارکت او کمتر می‌شود. همچنین میزان مشارکت افراد آموزش‌دیده و آموزش ندیده یکسان می‌باشد.

توبک (۱۳۷۵) "پژوهشی با عنوان " بررسی رابطه بین عزت نفس و مشارکت زنان در تعاونی‌های زنان روستایی استان سمنان، شهرستان شاهرود روستای مجن را مورد بررسی و تجلیل قرارداد " در این تحقیق نگارنده به بررسی علل و عوامل مؤثر و تأثیرگذار عضویت در تعاونی‌های زنان روستایی فراغت و تحصیلات بالاتری نسبت به زنان غیرعضو برخوردار می‌باشند.

پورطرق، محمد (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر مشارکت زنان روستایی در فعالیتی امور دام و ضایع روستایی استان هرمزگان عضویت زنان در تعاونی‌ها از میزان عزت‌نفس، تفاهم زناشویی، مشارکت زنان روستایی در فعالیت‌های امور دام و صنایع روستایی استان هرمزگان را مورد بررسی قرارداد " در این تحقیق سعی بر آن دارد تا عوامل تأثیرگذار بر مشارکت زنان روستایی استان هرمزگان در فعالیت‌های امور دام و صنایع روستایی را مورد بررسی قرار دهد. نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق حاکی از آن است که مشارکت فعالیت‌های امور دام با متغیرهایی تعداد درآمد مستقل زنان و نیاز مالی آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

یوسفی (۱۳۸۴)، در مطالعه انجام گرفته در روستای لج استان آذربایجان غربی، که درباره نقش زنان در چغندرکاری و گوجه فرنگی انجام گرفت، این نتایج به دست آمدند: زنان ۳۸ درصد از نیروی کار را در چغندرکاری تشکیل می دادند. یعنی فعالیت های مربوط به وجین، تنک، جمع آوری و سرزنی محصول که با دست انجام می گیرند را زنان بر عهده داشتند. همچنین در فعالیت هایی نظیر زهکشی، وجین و تنک، برداشت و بسته بندی محصول و تا حدودی فعالیت های مربوط به سم پاشی و کودپاشی در محصول گوجه فرنگی که به طور دستی انجام می شوند، با کمک زنان انجام می گرفتند که در این زمینه ها زنان ۴۱ درصد نیروی کار را تشکیل می دادند.

فال سلیمان به نقل از کرایبی (۲۰۰۰) معتقد بود که فعالیت در تعاونی ها بستر لازم برای رشد شخصیتی و ارتقاء توانمندی های ذهنی و فکری اعضا مهیا می نماید و موجب مشارکت فعال آنان در فعالیت های گروهی می گردد.

صفری شالی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی به این نتیجه دست یافته است که پایگاه اجتماعی - اقتصادی زنان از جمله مهم ترین متغیرهای کلیدی است که می تواند بر میزان مشارکت آنان تأثیر داشته باشد.

عنابستانی و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی رابطه ویژگی های فردی زنان و مشارکت آنان در فرایند توسعه روستایی دهستان در آب شهرستان مشهد به این نتیجه رسیدند که بین سن زنان و درآمد ماهیانه آنان با انواع مشارکت رابطه معناداری وجود دارد. میرک زاده و همکاران (۱۳۸۹) در واکاوی موانع مشارکت زنان روستایی در برنامه های آموزشی و ترویجی معتقدند که مهم ترین موانع مشارکت زنان روستایی بعد فرهنگی دارد. آداب و رسوم و اعتقادات سنتی حاکم بر منطقه روستایی، اشتغال زنان به فعالیت های سخت، تربیت فرزندان، بی سواد یا کم سواد زنان، عدم رضایت همسر برای حضور در برنامه های آموزشی - ترویجی و تمسخر و ایراد اهالی از مهم ترین عوامل مورد شناسایی در این مطالعه بود.

بوذرجمهری و نایب زاده (۱۳۸۸). در ارزشیابی طرح تسهیل گران زن روستایی در ایجاد ارتباط دوسویه و افزایش مشارکت زنان روستایی در عرصه های مختلف توسعه روستایی، معتقدند که این طرح موفق نبوده؛ اما در افزایش روحیه تسهیل گران زن و حضور بیشتر آنان در برنامه های توسعه روستایی موفق بوده است.

غلامعلی زاده و رضایی مقدم (۱۳۸۸) در مطالعه چالش های عمده مشارکت زنان روستایی در تعاونی ها، عواملی همچون فرهنگ سنتی مردسالاری، حجم زیاد فعالیت زنان در داخل خارج از منزل، مشکلات اعتباری و تأمین بودجه، کم بودن حضور زنان در بنگاه های اقتصادی، عدم دسترسی مناسب به متخصصان باتجربه و به اجبار استفاده از نیروهای کم تجربه، به عنوان مهم ترین موانع مشارکت زنان در تعاونی ها معرفی می شوند.

روش تحقیق:

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و بر مبنای ماهیت و روش از نوع تحقیقات توصیفی - روش تحقیق تحلیلی است. برای جمع آوری اطلاعات از دو روش اسنادی مبتنی بر مطالعات کتابخانه ای و روش میدانی مبتنی بر ابزار مصاحبه استفاده شده است.

نتیجه گیری و پیشنهادها:

از دیدگاه اقتصادی، توانمندسازی زنان به منظور گسترش کنترل آنان بر کل فرایندهای اقتصادی است هر چه زنان توانمندتر شوند، بر میزان نقش آنان در توسعه روستایی و اقتصاد خانوار به طبع در اقتصاد کشور افزوده خواهد شد و زنان می توانند در آینده نقش مؤثرتری در کنار مردان، در توسعه روستایی ایفا کنند.

نتایج حاکی از آن است شرکت های تعاونی روستایی، اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها قلمداد می شوند و می توانند با اتکا بر توانایی های مادی و معنوی خود که ناشی از روحیه تعاون و همکاری است، همگام با سیاست های توسعه در بهبود کیفیت زندگی، کار، تولید و ارتقای سطح درآمد روستاییان و وضعیت اجتماعی اعضای خود مؤثر باشند.

طبق مطالعات صورت پذیرفته؛ مشارکت هایی که تعاونی ها به اهداف توسعه پایدار می کنند، با یک چارچوب تحلیل سه جانبه و تمرکز بر اهداف توسعه پایدار با بیشترین ارتباط برای تعاونی ها، یعنی برابری جنسیتی، کار شایسته، تولید و مصرف پایدار، پایان دادن به گرسنگی و ریشه کنی فقر می باشد.

در رابطه باهدف ایجاد صلح و عدالت که در ردیف شانزدهم اهداف توسعه پایدار قرار دارد صلح، عدالت و نهادهای قوی که نشان می دهد چگونه تعاونی ها می تواند به عنوان منبع اعتماد عمل کند و بین گروه ها ارتباط ایجاد کنند.

از طرفی، هدف هفدهم از اهداف توسعه پایدار قدرت مشارکت را مورد بحث قرار می دهد. از طریق همکاری تعاونی ها که یکی از اصول اساسی آنهاست؛ مشارکت قوی بین تعاونی و درون آن وجود داشته و سازمان ها می توانند در بهبود نقش نوظهور جنبش تعاونی به عنوان یک بازیگر اصلی در اجرای SDG آنرا در سطح جهانی و منطقه ای اجرا نمایند.

علاوه بر این، تعاونی ها به عنوان بازیگرانی برای تحقق پایداری، به ویژه برای تقویت توسعه به نفع جوامع محلی ایفای نقش می کنند. ویژگی های خاص مدل تعاونی از جمله ارزش های دموکراسی و همبستگی و نیز اصول همکاری بین تعاونی ها و نگرانی برای جامعه است. اصول تعاونی به شیوه ای دموکراتیک و مشارکتی طراحی شده است.

تحقیقات نشان داده است که تعاونی ها در شرایط بحران اقتصادی تعاونی ها انعطاف پذیرتر هستند و عملکرد بهتری در شرایط مالی و اقتصادی دارند.

از طرفی در خصوص جایگاه زنان در توسعه روستایی باید بیان داشت که زنان روستایی عوامل کلیدی توسعه هستند. آنها نقش کاتالیزوری را برای دستیابی به تغییرات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی تحول آفرین مورد نیاز برای توسعه پایدار ایفا می کنند. اما دسترسی محدود به اعتبار، مراقبت های بهداشتی و آموزش از جمله چالش های بسیاری است که آنها با آن مواجه هستند. بحران های غذایی و اقتصادی جهانی و تغییرات آب و هوایی این موارد را تشدید می کنند. با توجه به حضور گسترده زنان در نیروی کار کشاورزی در سراسر جهان، توانمندسازی آنها نه تنها برای رفاه افراد، خانواده ها و جوامع روستایی، بلکه برای بهره وری کلی اقتصادی ضروری است.

بین بسیاری از بازیگران توسعه پایدار در جهان، اتفاق نظر گسترده ای وجود دارد، از جمله سازمان ملل متحد، بین الملل، سازمان کار، و اتحادیه بین المللی تعاون که شرکت تعاونی، نوع سازمانی است که به بهترین وجه جهت کاهش فقر و محرومیت است؛ زیرا این مدل فرصت هایی برای اعضای خود و توانمندسازی همه اعضا فراهم می کند.

در رابطه با عدالت جنسیتی، تعاونی‌ها با افزایش عضویت زنان و ایجاد فرصت‌ها برای زنان در اقتصادها و جوامع محلی در بسیاری از مناطق جهان آنها از دسترسی به حمایت می‌کنند.

پیشنهادات:

- شناخت دقیق و عمیق وضعیت زندگی زنان روستایی
- ارائه آموزش باکیفیت به زنان که مطابق با معیشت جدید و تطبیق فناوری با نیازهای روز.
- ایجاد تشکل‌های تعاونی نوع جدید بانوان و کمک به ارتقای سطح کمی و کیفی تعاونی‌های موجود
- تسهیل در تملک، دسترسی یا کنترل بهتر و بیشتر زنان روستایی استان بر منابع و عوامل اقتصادی تولید، همچون آب، زمین، ابزار، اعتبارات بانکی و...
- اشاعه یک باور جمعی و واقعی مبنی بر پذیرش قابلیت‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی زنان روستایی به عنوان بخشی از سرمایه‌های انسانی جامعه، هم از سوی مردم، هم از سوی مسئولین و برنامه‌ریزان از طریق رسانه‌های گروهی
- تدوین طرح‌ها و برنامه‌های توسعه روستایی بر اساس نیازها و اولویت‌های زنان روستایی و تشویق آنان به مشارکت در این طرح‌ها
- رفع موانع قانونی و وضع قوانین حمایتی از زنان برای جلب مشارکت آنان در فرایند توسعه
- تغییر دیدگاه دولت در نحوه مشارکت زنان روستایی در نهادها مدنی در سطح روستاها
- خرید تولیدات زنان روستایی توسط دولت و ایجاد شرایط فروش محصولات باکیفیت تعاونی زنان روستایی و حذف واسطه‌ها (جهت بهره‌مندی بیشتر زنان از فعالیت اقتصادی خود)
- پرداخت تسهیلات کم‌بهره به زنان تولیدکننده روستایی

فهرست منابع:

منابع داخلی

۱. اسماعیلی، آیت اله؛ قادری ارائی، سید محمدصادق. (۱۳۹۹). بررسی برابری یا عدالت جنسیتی، از دیدگاه اسلام و سند (۲۰۳۰). نشریه فقه، حقوق و علوم جزا، دوره ۵، شماره ۱۶، صص ۱۴-۲۷.
۲. آجیلی، عبدالعظیم و دانایی، میترا. (۱۳۸۴). مروری بر تنگناهای مشارکتی در تعاونی‌های زنان روستایی ایران. ماهنامه علمی-اجتماعی، اقتصادی جهاد، شماره ۲۵، صص.
۳. بوذرجمهری، خدیجه و نایب زاده. فریده، ارزشیابی طرح تسهیلات زن روستایی در ایجاد ارتباط دوسویه و افزایش مشارکت زنان روستایی در عرصه‌های مختلف توسعه روستایی، فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۷ شماره ۳، ۱.
۴. بیرو، آلن. (۱۳۷۵). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه باقر ساروخانی، تهران: سازمان انتشارات کیهان.
۵. پرمن راجرز، یوما و مک گیل، ری جیمز، اقتصاد محیط زیست و منابع طبیعی، حمیدرضا ارباب، تهران، نشر نی، اول، ۱۳۸۲ش.

۶. پورطرق، محمد. (۱۳۸۰). عوامل مؤثر بر مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای امور دام و صنایع روستایی استان هرمزگان. رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
۷. توبک، مریم. (۱۳۷۵). بررسی رابطه بین عزت نفس و مشارکت زنان در تعاونیهای زنان روستایی استان سمنان، شهرستان شاهرود؛ روستای مجن، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۸. تورس، اماریلیس (۱۳۷۵)؛ جنسیت و توسعه، ترجمه جواد یوسفیان، انتشارات بانو، تهران.
۹. خانی، فضیله. (۱۳۷۲)، زنان در کانون توسعه جهان سوم، دومین کنفرانس ملی زن و توسعه، دانشگاه الزهرا. تهران.
۱۰. دارچینی، ملاح. (۱۳۹۱). نقش تعاونیهای روستایی در توسعه پایدار مناطق روستایی استان گیلان، فصلنامه تعاون و روستا، پیاپی ۱۰ (بهار ۱۳۹۱) - صص ۶۹-۹۸.
۱۱. رئیسی، اسلام؛ بزی، خدا رحم. (۱۳۹۱). ارزیابی جایگاه و نقش زنان در فرآیند توسعه روستایی و کشاورزی ایران. همایش ملی توسعه روستایی.
۱۲. شر دوست، رسول. (۱۳۷۳). بررسی میزان مشارکت زنان روستایی شالیکار و نقش آن آموزشهای ترویجی در تولید برنج در استان گیلان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۳. شکوری، علی. (۱۳۷۰). پژوهشی در توسعه و نابرابری در مناطق روستایی. پژوهشهای جغرافیایی، شماره، ۴۱ صص.
۱۴. صفری شالی. رضا، عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی، مجله زن در توسعه سیاست، شماره ۲.
۱۵. طباطبایی یحیی آبادی، شهناز و سیمین حسینیان (۱۳۸۴)؛ توانمندسازی زنان سرپرست خانواده از طریق مشاوره گروهی، آگاه سازی و کارآفرینی، فصلنامه خانواده پژوهی، شماره ۴. صص ۳۶۰-۳۶۸.
۱۶. علوی تبار، علیرضا. (۱۳۷۹). مشارکت در اداره امور شهرها، جلد اول، نشر سازمان شهرداریهای کشور. تهران.
۱۷. عنابستانی. علی اکبر، جوان. جعفر، احمد زاده. سحر، بررسی رابطه ویژگیهای فردی زنان و مشارکت آنان در فرآیند توسعه روستایی، فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره ۲۱. ۱.
۱۸. غلامعلی زاده، ثمیه و رضایی مقدم، کورش. (۱۳۸۸). چالشهای عمده مشارکت زنان روستایی در تعاونیها، نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۲۵.
۱۹. فال سلیمان، محمود و همکاران، (۱۳۹۲). بررسی نقش شرکت های تعاونی روستایی زنان در وضعیت اقتصادی و اجتماعی اعضاء (مطالعه موردی شرکت های تعاونی خوسف و خراشاد در استان خراسان جنوبی)، مجله علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، سال سوم، شماره چهارم، (پیاپی ۱۱)، زمستان ۱۳۹۲.
۲۰. فراهانی فرد، سعید. (۱۳۸۴). توسعه پایدار بر محور عدالت. مجله اقتصاد اسلامی، سال پنجم، شماره ۱۹.
۲۱. فرخی راستابی، زهرا بهجت یزد خواستی و محمود کتابی (۱۳۸۴)، پیش شرطها و موانع توانمندسازی زنان: مطالعه موردی زنان شهر اصفهان، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)، جلد نوزدهم شماره ۲. صص ۱-۲۰.

۲۲. لمینگ، چیران. (۱۳۷۵). مشارکت‌های زنان در تعاونی‌های روستایی، ترجمه: پروین معروفی، نشر دبانو، تهران.
۲۳. مقنی زاده، محمدحسن. (۱۳۸۰). سازمان‌های غیردولتی نهادی برای سازماندهی مشارکت در جامعه مدنی، مجموعه مقالات نقش و جایگاه سازمان‌های غیردولتی در عرصه فعالیت‌های ملی و بین‌المللی، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور، تهران.
۲۴. موحد، حمید، لشکرآرا، فرهاد، کرکه آبادی، نیره. (۱۳۸۵). تحلیل جنسیتی و زنان روستایی. مجله علمی، اجتماعی، اقتصادی جهاد ترویج، کشاورزی و توسعه روستایی، سال ۲۶، شماره ۲۷۳.
۲۵. میرک زاده. علی اصغر، علی آبادی. وحید و شمس. علی، واکاوی موانع مشارکت زنان روستایی در برنامه‌های آموزشی و ترویجی، فصل نامه روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره ۱۲.
۲۶. نکوئی نائینی، سید علی؛ برقی، حمید. (۱۳۹۴). نقش شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در توسعه پایدار کشاورزی (مطالعه موردی شرکت تعاونی تولید روستایی ارگ رودشت اصفهان).
- یوسفی، شیدا. (۱۳۸۴). نقش زنان روستایی در تولید محصولات زراعی چغندر قند و گوجه فرنگی. مجله جهاد روستا، سال ۲۵، شماره ۴۴.

منابع خارجی

۱. Apthotp.R.(۲۰۰۲). Policy Evaluation and Meta-Evaluation: The Case of Rural Cooperatives, pp ۶۵۱-۶۶۸.
۲. Azahari, D.H.(۲۰۰۸). Indonesian rural women: The role in agricultural development” .Analysis.
۳. Berman, m.(۱۹۷۴). *Sex discrimination in Geography: The case of Ellen Churchill Semple, Professional Geography*, Vol ۲۶. Pp ۸-۱۱.
۴. Damisa, M.A. and yohamma, M.(۲۰۰۷), “Role of rural women in farm management decision making process” World Journal of Agricultural Sciences.
۵. Fao, (۱۹۹۵). *Asysn thesis Report of the Near East Region-Women, Agriulture and Rural Development*, Rome.
۶. Fucvam (۲۰۱۷) *Guía contra la violencia sobre la mujer, (Guide against Violence against Women)*.
۷. Gertler, M.(۲۰۰۱). *Rural Co-operatives and Sustainable Development*, Center for the study of co-operatives Uneversity of Saskkatchewan, USA.
۸. Hicks, C. (۲۰۱۶) ‘Free, local and special’: argan oil co-ops booming in Morocco’ The Guardian, Trade & Development, ۷ June ۲۰۱۶, Accessed ۸ January ۲۰۱۸.



۹. ICA (۲۰۱۵), *Guidance Notes to the Co-operative Principles*.
۱۰. ICA (۲۰۱۸) Cooperatives for ۲۰۳۰: Cooperative initiatives to achieve a more sustainable future for all, Online Brochure, p. ۱۱.
۱۱. ICA (۲۰۱۸), Cooperatives for ۲۰۳۰: *Cooperative initiatives to achieve a more sustainable future for all*, ICA Brochure, October ۲۰۱۸.
۱۲. M. Bwabo, A. Mchopa and H. Huka.(۲۰۱۹). *Agricultural Productivity, Co-Operatives and Organisational Innovations: A Case of Selected Coffee Production Communities in Mbinga District Tanzania*.
۱۳. Maung, I. M. (۱۹۹۵), "Female Labor participation in Myanmar." *Sign*, Vol. ۲۸, No. ۳, pp. ۴۵۵- ۴۸۰.
۱۴. Momsen, Janet.(۱۹۹۱). *Women and Development in the third world*, Routledge, pp ۱-۸.
۱۵. Moxom, Jeffrey. Dave, Mohit.(۲۰۱۹).” *Cooperatives and the Sustainable Development Goals: The role of cooperative organisations in facilitating SDG implementation at global, national and local levels*.
۱۶. Ridgeway, C. (۲۰۱۱). *Framed by Gender: How Gender Inequality Persists in the Modern World*. Oxford University Press.
۱۷. Stovkstd, G.(۲۰۰۲). *Cooperative Income Allocation in Multiput , Multu-input Setting, Oregon State University, Corvallis or USA*, Norwegin Agricultural Economics Research Institute ,Norway, pp ۵۳-۶۷.
۱۸. Styoppw.C.(۱۹۷۵). *Cooperation Development and Problem of Social Participation in Light of Recent*, Uneversity of bologhatialy *Journal of Rural Cooperation*. Vol ۱۲, pp ۱-۹.
۱۹. Vandana, Shiva(۱۹۸۹). *staving alive: women ecology and development*, Zed Books Ltd press, London.

سایت‌ها

۱. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/gender-equality/۲۰۱۹>
۲. <https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/rural-women-day/۲۰۱۳>
- ۳- <https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/rural-women-day/۲۰۱۳/FAO/estimates>.
- <https://www.ica.coop/en/cooperatives/facts-and-figures>
- ۴- www.wedo.org.

تأثیر رهبری زنان و نقش اعتماد به آنان بر رفتار نوآوران کارکنان

مجتبی محلاتی^۱

مینا همتی^۲

چکیده

در دنیای کسب و کار امروز، نوآوری به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت شناخته شده است. برای دستیابی به نوآوری، لازم است کارکنان با رفتار نوآورانه خود، به رشد و توسعه سازمان کمک کنند. یکی از عوامل مهم در تشویق کارکنان به رفتار نوآورانه، نقش رهبری است. در این مقاله، تأثیر رهبری زنان و نقش اعتماد به آنان بر رفتار نوآورانه کارکنان مورد بررسی قرار می‌گیرد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق در زمره تحقیقات توصیفی پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنانی که مدیران سطح بالاتر آنها خانم در سازمان تأمین اجتماعی منطقه ۲ شهر تهران است. بر اساس نرم افزار جی پاور می‌باشد. تحلیل آماری نیز با استفاده از نرم افزار *SPSS* و تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار *PLS4* انجام شده است. بر اساس تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از مطالعات گذشته، نتایج نشان می‌دهد که رهبری زنان می‌تواند به عنوان یک عامل اساسی در تشویق رفتار نوآورانه کارکنان عمل کند. همچنین، اعتماد به رهبری زنان نیز باعث افزایش رفتار نوآورانه کارکنان می‌شود. برای تحقق این هدف، رهبران سازمان‌ها باید با بهره‌گیری از سبک‌های رهبری مختلف، اعتماد کارکنان را به دست آوردن و آنان را به رفتار نوآورانه تشویق کنند، به ویژه در مواردی که رهبران زن در سازمان حضور دارند.

واژه‌های کلیدی: رهبری، رهبری زنان، حکمرانی، رفتار نوآورانه، اعتماد، مدیریت

^۱ . نایب رئیس اتاق تعاون فارس، ایمیل: Taavon.r@gmail.com

^۲ . رئیس کمیسیون بانوان اتاق تعاون فارس، ایمیل: yongs37@yahoo.com

مقدمه

امروزه نقش زنان در تمامی کشورهای جهان موضوع مهمی است که بسیاری از سیاستمداران آن را مهم می‌دانند و سازمان‌های بین‌المللی به نقش آن در کشورهای مختلف توجه ویژه‌ای دارند؛ بنابراین موضوع زنان و به‌ویژه مشارکت آنها در تصمیم‌گیری‌ها بسیار حائز اهمیت است. (فیروزیان و همکاران، ۱۳۹۹) همچنین مدیریت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات پژوهشی در تحقیقات سازمانی است (ساحنی و سین‌ها^۱، ۲۰۱۸). پژوهش‌های پیشین تمرکزش را روی سبک‌های مدیریت، نظریه‌ها مدیریت و نتایج قرار داده است، با این وجود پژوهش‌های پیشین چشمان خود را روی مدیریت زنان بسته است (میر^۲، ۲۰۱۷). هیچ مباحث شفافی در مورد نتایج رفتاری ممتاز کارکنان (اعتماد و رفتار نوآورانه) تحت مدیریت زنان وجود ندارد (خلیلی^۳ و همکاران، ۲۰۱۶، ویلیام و تیدنز^۴، ۲۰۱۶، یاماریو^۵ و همکاران، ۲۰۱۷). مرور پژوهش‌های پیشین نشان داده است که تحقیقات روی کارایی مدیریت زنان، یافته‌های چندگانه‌ای در شرایط مختلف از جمله در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه نشان می‌دهد (کایسر و والاس^۶، ۲۰۱۶، ویلیامز و تایدن، ۲۰۱۶). بنا به گفته ویلیامز و تایدن (۲۰۱۶)، قرار گرفتن زنان در جایگاه مدیریت برای بعضی‌ها مطلوب به نظر نمی‌رسد. فراتحلیل‌های صورت گرفته توسط ویلیامز و تایدن (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که افراد زیردست، مدیریت زنان را تا حدی منفی‌تر از مدیریت هم‌تایان مردشان می‌دانند. اما تحقیقات دیگری نیز وجود دارد که به اثبات برتری و کارایی تطبیقی بیشتر مدیریت زنان پرداخته است (خلیلی و همکاران، ۲۰۱۶، ورما^۷، ۲۰۱۸) با توجه به تفاوت‌های جنسیتی، بحث در زمینه سبک‌های مدیریت زنان و مردان در حوزه رهبری سازمان متفاوت است. مدیریت مردان دارای چندین سبک شامل سبک رهبری خدمتگزار تا سبک خودکامگی است، درعین حال پژوهش‌های پیشین نشان داده است که زنان دارای سبک مدیریتی خاصی تحت عنوان سبک مدیریت تحولی گرا هستند. زنان طبیعتاً حساس‌تر، عاطفی‌تر و متواضع‌تر هستند که این امتیاز را برایشان ایجاد می‌کند که قابل‌اعتمادتر باشند. تحقیقات صورت‌گرفته توسط دانشکده کسب‌وکار جان موسلون (JMSB) نشان می‌دهد که سبک مدیریت تحول متناسب با مدیران زن است. دلیل این است که زنان دارای توانایی ایجاد انگیزه، ارتباط و اعتمادسازی در میان افراد تحت امرشان هستند (بیلال و همکاران، ۲۰۲۱). چندین بررسی نشان داده است که زنان می‌توانند به ایجاد روابط باکیفیتی با کارکنانشان پردازند، به‌صورتی که کارکنان رفتارهای نوآورانه‌ای را بدون هیچ ترسی از خود نشان می‌دهند (خلیلی و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین پژوهش‌ها نشان داده است که زنان دارای هوش عاطفی بالاتری هستند که در روند موفقیت مدیر، به‌ویژه در سازمان‌های خلاق و نوآور حائز اهمیت است (میر، ۲۰۱۷). پژوهش گسترده‌ای که توسط زنگر و فالکمن (۲۰۱۲) روی ۷۲۸۰ مدیر انجام شد، نتایج جالبی را نشان داد به صورتی که زنان در مقایسه با مردان از لحاظ کارایی کلی مدیریت در تمام سطوح، امتیاز بالاتری به دست آوردند. در بررسی

^۱ Sahni, S., & Sinha^۲ Mayer^۳ Khalili^۴ Williams & Tiedens^۵ Yammarino^۶ Kaiser, R. B., & Wallace^۷ Verma

دیگر، زنان در ۱۵ زمینه از ۱۶ زمینه امتیاز بالاتری از مردان به دست آوردند که برای مدیریت موفق مهم به نظر می‌رسد. بنا به گفته ایگلی و همکارانش (۲۰۰۳)، کارکنان دارای رفتار نوآورانه‌تری تحت مدیریت زنان نسبت به مدیریت مردان از خود نشان می‌دهند. اگرچه ارتباط مدیریت زنان با بازدهی کارکنان در سطح گسترده‌ای مورد بررسی قرار گرفته است، اما مدل‌ها و بررسی‌های تجربی نسبتاً کمی وجود دارد تا به ارزیابی نقش مدیریت زنان برای تهیج حس اعتماد و ارتباط کارکنان بپردازد که منجر به رفتار نوآورانه در کارکنان می‌شود (گیرادوسکین^۱، ۲۰۱۵). به‌رحال پژوهش روی جنسیت و سبک‌های مدیریت نشان داده است که زنانی که نسبت به افراد زیردستانشان احساسی‌تر، مهربان‌تر، و دوستانه‌تر هستند، به‌عنوان مدیران تحول‌گرا بهتری در مقایسه با مردان هستند (ایمن و همکاران، ۲۰۰۹) به گفته گرو و مونت‌گومری (۱۹۹۹)، مدیران زن علاقه بیشتری به تبدیل منافع شخصی افراد به اهداف سازمانی از طریق تحریک احساس عزت‌نفس و مشارکت بیشتر هستند. مشخص شده است که مدیران تحول‌گرا دارای ارتباط بهتری با زیردستانشان هستند (ایمن^۲ و همکاران، ۲۰۰۹)، آن‌ها را از اهداف سازمان آگاه نموده، و باعث بالارفتن اعتماد طرفداران می‌شوند که این موارد منجر به عملکرد سازمانی بهتر می‌شود (بیلال و همکاران، ۲۰۲۱) بنابراین اعتقاد داریم که مدیران زن دارای توانایی بیشتری برای ارتباط با زیردستانشان و افزایش اعتماد طرفدارانشان هستند که این روند در ترغیب رفتار خلاقانه کارکنان بسیار مهم است، همچنین بیمه سلامت کشور یکی از مهم‌ترین اصول سیاستی مورد تأکید مقام معظم رهبری در سیاست‌های کلی، برنامه ششم توسعه و یکی از اهداف اصلی سازمان بیمه سلامت ایران است که یکی از بزرگ‌ترین تغییرات سیستمی در نظام رفاه اجتماعی کشور نیز می‌باشد. آنچه ما در واقعیت تجربه می‌کنیم این است که زنان بسیار کمی در پست‌های مدیریتی در سازمان بیمه سلامت وجود دارند و حتی تعداد کمتری از آنها اعتماد به نفس لازم برای اعمال این توانایی‌ها را دارند. بسیاری بر این باورند که این وضعیت به این دلیل است که مردان بر سازمان بیمه سلامت تسلط دارند و به توانایی‌های زنان از جمله زنان در نقش‌های مدیریتی اعتقاد ندارند. در کشورهایی مانند ایران که زنان اجازه تحصیل در دانشگاه‌ها را ندارند، این باور عمومی وجود دارد که این امر نتیجه سقف شیشه‌ای است که مانع از توانایی و موفقیت زنان می‌شود. در واقعیت شاهد این هستیم که در عرصه‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری وضعیتی نامناسب وجود دارد. بسیاری معتقدند که جو حاکم بر سازمان‌ها و اعتقاد نداشتن مدیران و کارکنان مرد و حتی زنان شاغل به توانایی‌های مدیریتی زنان باعث ایجاد شرایط موجود شده است. این باورهای عمومی در حالی در سطح جامعه وجود دارد که شاهد افزایش نسبی زنان تحصیل‌کرده دانشگاهی در کشور هستیم. از این رو، هدف اصلی این پژوهش، به بررسی این موضوع از طریق تحقیق در مورد تأثیر مدیریت تحول‌گرا زنان بر اعتماد کارکنان منجر به رفتار نوآورانه کارکنان می‌شود بپردازیم.

ادبیات نظری

اعتماد به رهبری سازمانی

در مورد واژه رهبری اتفاق نظر وجود ندارد؛ اما همه تعاریف در عناصری مشترک بوده یا به نحوی بر متغیرهای مشترکی تأکید می‌نمایند. یکی از وجوه اشتراک تمامی تعاریف، عبارت «نفوذ اجتماعی» است. براین اساس می‌توان رهبری را فرایند

^۱ Girdauskienė

^۲ Ayman

نفوذ اجتماعی دانست که در آن رهبر به دنبال مشارکت داوطلبانه زیردستان به منظور دستیابی به اهداف سازمانی یا غیرسازمانی است (افجه و حمزه پور؛ ۱۳۹۴). رهبران از یک نقش حیاتی در کسب اعتماد پیروان برخوردارند (لی و همکاران^۱، ۲۰۱۵). پژوهش‌های اولیه دو پایه اصلی را در روابط اعتماد بین رهبر - پیرو شناسایی کردند. اولین پایه، صلاحیت و توانایی رهبر است. پایه دوم، شخصیت رهبر است که به دو سازه مجزا تقسیم می‌شود: خیرخواهی رهبر نسبت به زیردستان و دوم، یکپارچگی وی و یا سازگاری بین حرف و عمل و اصول اخلاقی رهبر است (بلیج^۲، ۲۰۱۷). به طور کلی، دو دیدگاهی که بر اساس آن اعتماد میان فردی بین رهبر- پیرو از طریق آنها شکل می‌گیرد عبارت‌اند از:

- ۱- دیدگاه مبتنی بر ویژگی‌های رهبر که بر ادراک ویژگی رهبر و اینکه چگونه بر حس یک پیرو از آسیب‌پذیری در یک رابطه سلسله‌مراتبی تأثیر می‌گذارد، تمرکز دارد. ۲- دیدگاه مبتنی بر رابطه که بر ماهیت رابطه رهبر - پیرو تمرکز دارد و اینکه پیروان رابطه با رهبرانشان را و رای قرارداد اقتصادی معیار می‌بینند و بر مبنای اعتماد، حس نیت و ادراک تعلق متقابل، اجرا می‌کنند (سیرل و همکاران^۳، ۲۰۱۸).

سبک رهبری و اعتماد به رهبری سازمانی

به اعتقاد اندیشمندان علاقه‌مند به حوزه اعتماد سازمانی، سبک رهبری به واسطه ایفای بیشترین نقش در ایجاد و افزایش اعتماد در روابط رهبر - پیرو، مفهوم کلیدی در مقوله رهبری است. در واقع عملکرد یک رهبر در فرایند رهبری، در بهترین شکل، در سبک رهبری وی ظهور می‌یابد. سبک رهبری می‌تواند به عنوان الگوی رفتاری نسبتاً دائم برای تأثیرگذاری در زیردستان با هدف دستیابی به اهداف تعیین شده تعریف شود. برخی نیز سبک رهبری را علاوه بر الگوهای ثابت رفتاری، به عنوان ویژگی‌ها یا خصایص ثابت رهبر نیز تعریف می‌کنند (یانگ پینگ زی و همکاران^۴، ۲۰۱۸). یک رهبر سبک مربوط به خود را در هر موقعیت سرپرستی به همراه دارد و مطابق با این سبک، تمام کارهایی را که در درون سازمان انجام می‌دهد، القا می‌کند. همچنین رهبر سبک موردنظر خود را به عنوان صفحه‌ای در نظر می‌گیرد که از طریق آن فعالیت‌های سازمانی را مشاهده نموده و براین اساس اقدام می‌کند؛ بنابراین سبک رهبری هم اثرگذار است و هم تحت تأثیر شیوه نگاه رهبران از افراد، وظایف و سازمان قرار می‌گیرد. سبک‌های رهبری بسیاری وجود دارد که با انواع مختلف کسب‌وکار و انواع سازمان‌ها متناسب است. زیردستان به طرق مختلف یاد می‌گیرند و برانگیخته می‌شوند؛ بنابراین رهبران مؤثر باید بدانند کدام سبک‌ها در هر موقعیت و سازمانی بهتر کار می‌کنند (تانگ، ۲۰۱۹). دانشمندان اذعان دارند که سبک رهبری به عنوان الگوی رفتاری برجسته یک رهبر، در محیط‌های کار تیمی باعث ارتقا اعتماد بین اعضا و اعتماد اعضای تیم به رهبر خواهد شد. در واقع اولین قدم به سوی ایجاد یک رابطه متقابل مبتنی بر اعتماد در درون سازمان، رفتار رهبری است.

^۱ Li et al.

^۲ Bligh

^۳ Searle et al.

^۴ Yongping Xiea et al.

رفتار نوآورانه

نوآوری، فرایندی پیوسته است که طبق تعریف سازمان همکاری پیاده‌سازی یا کمیسیون اروپا، عبارت است از «توسعه اقتصاد و بهبود یک محصول، کالا، ایده و یا روش جدید بازاریابی، یا یک روش سازمانی جدید در امور تجاری، محیط کاری و روابط خارج سازمانی». این تعریف، به‌خوبی دامنه وسیع نوآوری و موارد تحت پوشش را نشان می‌دهد. به عقیده رایکوو^۱ (۲۰۱۴) رفتار نوآورانه کارکنان برای بقاء و رقابت‌پذیری سازمان‌ها، امری ضروری است. رفتار نوآورانه کارکنان یک رفتار انگیزشی فردی است؛ لذا می‌توان انتظار داشت که جو سازمانی تأثیر زیادی بر آن داشته باشد. به‌عبارت‌دیگر جو سازمانی یکی از عوامل انگیزشی اصلی در تعیین رفتارهای مختلف کارکنان (اعم از رفتار نوآورانه) است. در این رابطه کروین و دیگران (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که جو سازمانی یک فاکتور انگیزشی مهم است که می‌تواند بر بروز یا عدم بروز برخی رفتارهای خاص از سوی کارکنان تأثیرگذار باشد. مطالعات نشان می‌دهد هنگامی که کارکنان یک سازمان احساس کنند جو سازمانی مثبتی در محل کار آنها وجود ندارد، در این صورت امکان بروز رفتارهای مثبتی چون رفتارهای نوآورانه در آنها کاهش می‌یابد.

نوآوری و رهبری تحول‌آفرین

یکی از عواملی که نوآوری را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد رهبری است. رهبران نقش حیاتی را در توانمندسازی و حمایت نوآوری ایفا می‌کنند. رهبری تحول‌گرا، یکی از انواع رهبری است که در آن رهبران، زیردستان خود را فراتر از علاقه‌مندی‌های زودگذر از طریق نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، تحریک ذهنی و ملاحظات فردی حرکت می‌دهند (زارعی و حیدری، ۱۳۹۸). رهبری تحول‌آفرین به معنی ایجاد تغییرات مستمر از طریق نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، تحریک ذهنی و ملاحظات فردی است (هتلند و همکاران^۲، ۲۰۱۸). رهبری تحول‌آفرین به رهبری که با ویژگی‌های خود بر پیروان تأثیر می‌گذارد، تا از منافع شخصی خود فراتر رفته و منافع سازمانی را در نظر بگیرند اطلاق می‌شود. رهبران تحول‌گرا بر موفقیت، خودشکوفایی و رفاه پیروان تأثیر می‌گذارند. در بعد نفوذ آرمانی، رفتار پیروان تا حدودی تحت‌تأثیر شخصیت کاریزماتیک رهبر شده و وی را قابل‌اعتماد و الگوی خود قرار می‌دهند به‌طوری که پیروان تشویق می‌شوند تا خود را جزئی از سازمانشان بدانند. بعد انگیزش الهام‌بخش به توصیف یک رهبر از تجسم آینده مطلوب کارکنان در داخل سازمان یا در شغلشان و چگونگی دستیابی به این آینده یا چشم‌انداز، اشاره دارد. ایجاد کیفیت بالا یا استانداردهایی برای تدوین ارتقای رده سازمانی پیروان و نمایش جاه‌طلبانه نسبت به آینده یا چشم‌اندازی مطمئن از آینده برای ایجاد انگیزه در کارکنان، مثال‌هایی از انگیزش الهام‌بخش است. بعد ترغیب ذهنی به یک رهبر روشنفکر اشاره دارد که جو نوآورانه و یا مکانیزم‌های تشویقی برای تحریک خلاقیت و ابتکار کارمندان ایجاد کرده و در انجام کارها خلاقیت و نوآوری دارد (سم لیو و هوانگ^۳، ۲۰۲۰).

^۱ Raykov

^۲ Hetland et al.

^۳ Sam Liu & Yung-Chuan Huan

رهبری تحول‌آفرین

رهبری تحول‌آفرین، یک سبک رهبری رابطه‌ای است که در آن پیروان به رهبر اعتماد دارند و به وی احترام می‌گذارند و انگیزه بیشتری برای انجام کارها بیش از آنچه که به طور رسمی از آنها انتظار می‌رود، برای دستیابی به اهداف سازمانی دارند. رهبری تحول‌آفرین محیطی مناسب برای کارکنانی فراهم می‌کند که می‌خواهند رفتار کاری ابتکاری داشته باشند (افسر و عمرانی^۱، ۲۰۲۰). رهبری تحول‌آفرین همچنین به‌عنوان فرآیند گسترش علایق و نیازهای پیروان، افزایش روحیه و انگیزه آنها و اطمینان از درک و پایداری سیستماتیک آنها به اهدافشان تعریف می‌شود (کاسیموگلو و عماری^۲، ۲۰۲۰). رهبری تحول‌آفرین منافع متقابل کارمندان را افزایش می‌دهد و پیروان را به سمت چشم‌انداز مشترک سوق می‌دهد (ژی^۳، ۲۰۱۹). رهبران تحول‌آفرین دارای کاریزما هستند و قادرند ارزش‌ها و خصوصیات پیروان خود را تغییر دهند. در واقع، رهبری تحول‌آفرین به سبکی از رهبری اشاره دارد که کارمندان را تحریک می‌کند تا با تغییر روحیه، آرمان‌ها، علایق و ارزش‌های خود، فراتر از منافع شخصی گام بردارند و منافع گروه را بر منافع شخصی ترجیح دهند. همچنین این سبک رهبری، کارکنان را به اتخاذ روش‌های ابتکاری برای مقابله با شرایط پیچیده کار تشویق می‌کند (یانگ و همکاران^۴، ۲۰۲۰).

توان مدیریتی زنان و نقش اعتماد به آنان بر رفتار نوآورانه کارکنان

رهبری زنان می‌تواند تأثیر بسزایی در رفتار نوآورانه کارکنان داشته باشد. تحقیقات نشان داده است که زنان در رهبری، عموماً تمرکز بیشتری بر روی همکاری، توجه به جزئیات، ارائه فرصت‌های برابر به کارکنان، تقویت تیم‌های کاری و تشویق به شفافیت و انعطاف‌پذیری دارند. این ویژگی‌های رهبری، به طور مستقیم با رفتار نوآورانه کارکنان در ارتباط هستند. علاوه بر این، اعتماد به زنان به‌عنوان رهبران نیز می‌تواند تأثیر مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان داشته باشد. اعتماد به زنان به‌عنوان رهبران می‌تواند باعث شود که کارکنان احساس کنند که شرکت به‌نوعی به اندازه کافی باز و انعطاف‌پذیر است که به زنان اجازه دهد برای رسیدن به پست‌های رهبری از طریق رشد حرفه‌ای پیشرفت کنند. این اعتماد به زنان به‌عنوان رهبران، باعث می‌شود که کارکنان، به طور خودکار به فکر ایده‌های نوین و ارائه راه‌حل‌های جدید برای چالش‌های سازمانی باشند. به‌طور کلی، رهبری زنان و اعتماد به آنان می‌تواند با عدم تمرکز بر جنسیت، باعث رشد و توسعه نوآوری در سازمان شود (سم‌لیو و هوانگ، ۲۰۲۰). مطالعات نشان می‌دهد که رهبری زنان، باعث ایجاد یک محیط کاری فراهم می‌شود که به کارکنان اجازه می‌دهد تا احساس امنیت، انگیزش و رضایت شغلی بیشتری داشته باشند. این محیط کاری، با توجه به اهمیت ارتباطات، تعاملات و هماهنگی در سازمان، می‌تواند افراد را به سمت نوآوری و ارائه راه‌حل‌های جدید برای چالش‌های سازمانی سوق دهد. علاوه بر این، رهبری زنان می‌تواند به عنوان نمونه‌ای از تنوع و اختلافات در سازمان، از اهمیت خاصی برخوردار باشد. تنوع و اختلافات در سازمان، باعث می‌شود که افراد با توجه به تجربیات و دیدگاه‌های مختلف، به چالش‌های سازمانی با دیدگاه‌های متفاوت نگاه کنند و به نوآوری تشویق شوند. به‌طور کلی، رهبری زنان می‌تواند به عنوان یک عامل مهم در تشویق رفتار نوآورانه کارکنان و توسعه نوآوری در سازمان، بسیار مؤثر باشد. به همین دلیل، توسعه

^۱ Afsar & Umrani

^۲ Kasımoğlu & Ammari

^۳ Xie

^۴ Yang et al.

رهبری زنان و ایجاد محیطی که به آنان اجازه می‌دهد که نقش خود را به عنوان رهبران، به بهترین شکل ایفا کنند، می‌تواند به عنوان یک راه‌حل مؤثر برای توسعه نوآوری در سازمان‌ها محسوب شود. (یانگ پینگ زی و همکاران، ۲۰۱۸). تحقیقات نشان می‌دهد که رهبری زنان و اعتماد به آنان می‌تواند بر رفتار نوآورانه کارکنان تأثیرگذار باشد. در حالی که مطالعات اخیر نشان می‌دهند که زنان در موقعیت‌های رهبری می‌توانند به عنوان نمونه‌هایی از رهبران نوآور و مؤثر شناخته شوند، اما همچنین نشان می‌دهند که زنان به دلیل تبعیض و تمایل به کم‌کاری، در موقعیت‌های رهبری کمتری نسبت به مردان قرار دارند. به علاوه، مطالعات نشان می‌دهند که اعتماد به زنان به عنوان رهبران نوآور می‌تواند اثرات مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان داشته باشد. اعتماد به زنان به عنوان رهبران نوآور می‌تواند به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار نوآورانه کارکنان تأثیر بگذارد. به طور مستقیم، اعتماد به زنان به عنوان رهبران نوآور می‌تواند به کارکنان اجازه دهد که با خیال راحت ایده‌های خود را ارائه کنند و در ایجاد نوآوری در سازمان شرکت کنند. به طور غیرمستقیم، اعتماد به زنان به عنوان رهبران نوآور می‌تواند باعث شود کارکنان از محیط کار خود رضایت بیشتری داشته باشند و بیشتر به نوآوری اقدام کنند. در نتیجه، اعتماد به زنان به عنوان رهبران نوآور می‌تواند بهبود پذیرش و اجرای ایده‌های نوآورانه در سازمان را به همراه داشته باشد.

پیشینه پژوهش

پیشینه‌های داخلی

(نظری، ۱۴۰۰) به بررسی رهبری زنان: رویکردی به سوی شکستن سقف شیشه‌ای پرداختند که زنان یکی از سرمایه‌های باارزش هر کشور به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه هستند. در حقیقت مشارکت جدی زنان کلید رشد و ترقی این کشورها محسوب می‌شود. شکاف جنسیتی به تدریج در چند دهه گذشته کاهش داشته است؛ اما نابرابری‌های قابل توجهی به‌خصوص در امر رهبری زنان همچنان وجود دارد. درک ما از رهبران زن به‌ویژه اینکه چگونه آن‌ها رهبر می‌شوند به دلیل کمبود فعالیت‌های انتقادی بر رهبری زنان، عدم برابری دائمی برای زنان در محل کار و انگیزه شخصی برای کمک به پیشرفت زنان و کمبود تحقیقات تجربی محدود گردیده است. از آنجایی که بررسی انتقادی به‌منظور درک بهتر از هدایت رهبری، چگونگی درک یادگیری رهبری و چگونگی توسعه رهبران زن هدف‌مند و مهم است؛ ما قصد داریم بحث رهبری زنان را از دیدگاه کلیشه‌ای به‌طرف دیدگاهی ظریف‌تر و دقیق‌تر از اینکه چگونه زنان رهبری می‌کنند؛ سوق دهیم. یافته‌ها نشان می‌دهد شرایط فرهنگی حاکم بر جامعه همچنان علائمی را در سطح جامعه به نمایش می‌گذارد که مانع ارزش‌گذاری واقعی فعالیت زنان در جامعه می‌شود. نتایج پژوهش‌های متعدد نشان می‌دهد، با وجود تمامی تلاش‌هایی که در سرتاسر دنیا بر کسب شرایط مساوی و رفع نابرابری‌های اجتماعی میان مردان و زنان صورت گرفته؛ ولی مشکلات زنان در اموری مانند نابرابری، خشونت و... همچنان ادامه دارد.

(نجارزاده و همکاران، ۱۳۹۹) به بررسی ارائه مدل سبک رهبری زنان در پست‌های مدیریتی بخش عمومی با تأکید بر نقش فرهنگ ملی پرداختند که نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مدل سبک رهبری زنان، سبک رهبری مادرانه است که عواملی مانند زمینه‌های فرهنگی، بسترهای حمایتی، موانع ارتباطی و ساختاری در آن تأثیرگذار است و در نهایت به پیامدهای اجتماعی و سازمانی متعددی منجر می‌شود. نتیجه‌گیری: در جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که رهبران زن به دلیل نقش‌هایی همچون مادر،

زن و دختر دارای هویت اجتماعی می‌شوند که این هویت روی تعریف آنها از خود و محیط اجتماعی که با دیگران در ارتباط هستند، تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین زنان در مدیریت کردن و رهبری سازمان‌ها از این ویژگی که هم فرهنگ مردسالار آن را ستایش می‌کند و هم به رسمیت شناخته‌ترین ویژگی زنانه طی تاریخ است، استفاده کنند.

(حسن پور و همکاران، ۱۳۹۸) به بررسی اثر سبک رهبری بر اعتماد در روابط رهبر-پیرو پرداختند که یکی از مولفه‌های اساسی و مهم در روابط متقابل بین رهبر و پیرو، اعتماد به سبک رهبری مافوق است؛ لذا هدف پژوهش حاضر، تعیین اولویت اثر هر یک از سبک‌های رهبری بر اعتماد به رهبر و بررسی پیامدهای حاصل از نقش میانجی اعتماد از طریق فراتحلیل پژوهش‌های موجود در این زمینه است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از منظر ماهیت داده‌ها کمی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۵۷ مقاله معتبر داخلی و خارجی بوده که ۷۶ مورد آن با استفاده از روش قضاوتی وارد فراتحلیل شد و برای تحلیل آنها از نرم‌افزار CMA^۲ استفاده گردید. نتایج تحلیل نشان داد که از بین ۱۱ سبک رهبری شناسایی شده و اثرگذار بر اعتماد به رهبر، بیشترین اندازه اثر مربوط به: رهبری توانمندساز (۰/۸۸۹)، رهبری تطبیقی (۰/۸۳۵)، رهبری اصیل (۰/۷۸۰) و رهبری اخلاقی (۰/۷۰۴) بود. رهبری تحول‌آفرین (۰/۶۷۳)، خدمتگزار (۰/۶۲۲)، مشارکتی (۰/۶۱۳)، توزیع‌شده (۰/۴۸۰)، کاریزماتیک (۰/۴۳۰)، پدرسالارانه (۰/۲۹۰) و تبادی - عمل‌گرا (۰/۲۳۴) در اولویت بعدی قرار دارند. همچنین نتایج فراتحلیل نشان داد که اعتماد به رهبر، به واسطه ایفای نقش میانجی خود در رابطه با سبک رهبری، از اهمیت برخوردار است و از بین ۲۳ متغیر تأثیرپذیر از اعتماد به رهبر، بیشترین اندازه اثر مربوط به: ادراک اثربخشی رهبر (۰/۷۰۱)، تعهد عاطفی سازمانی (۰/۶۵۴)، احساس پتانسیل بالای تیمی (۰/۶۲۶)، پذیرش و ظرفیت تغییر سازمانی (۰/۵۲۶) و بهزیستی روان‌شناختی (۰/۵۰۵) بود.

(غلام‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴) به بررسی تأثیر سبک رهبری بر باورهای سقف شیشه‌ای زنان پرداختند که زنان یکی از سرمایه‌های باارزش هر کشور به‌خصوص در کشورهای درحال توسعه هستند. در حقیقت مشارکت جدی زنان کلید رشد و ترقی این کشورها محسوب می‌شود. شکاف جنسیتی به تدریج در چند دهه گذشته کاهش داشته است؛ اما نابرابری‌های قابل توجهی به‌خصوص در امر رهبری زنان همچنان وجود دارد. درک ما از رهبران زن به‌ویژه اینکه چگونه آنها رهبر می‌شوند به دلیل کمبود فعالیت‌های انتقادی بر رهبری زنان، عدم برابری دائمی برای زنان در محل کار و انگیزه شخصی برای کمک به پیشرفت زنان و کمبود تحقیقات تجربی محدود گردیده است. از آنجایی که بررسی انتقادی به‌منظور درک بهتر از هدایت رهبری، چگونگی درک یادگیری رهبری و چگونگی توسعه رهبران زن هدف‌مند و مهم است؛ ما قصد داریم بحث رهبری زنان را از دیدگاه کلیشه‌ای به‌طرف دیدگاهی ظریف‌تر و دقیق‌تر از اینکه چگونه زنان رهبری می‌کنند؛ سوق دهیم. یافته‌ها نشان می‌دهد شرایط فرهنگی حاکم بر جامعه همچنان علل را در سطح جامعه به نمایش می‌گذارد که مانع ارزش‌گذاری واقعی فعالیت زنان در جامعه می‌شود. نتایج پژوهش‌های متعدد نشان می‌دهد، با وجود تمامی تلاش‌هایی که در سرتاسر دنیا بر کسب شرایط مساوی و رفع نابرابری‌های اجتماعی میان مردان و زنان صورت گرفته؛ ولی مشکلات زنان در اموری مانند نابرابری، خشونت و... همچنان ادامه دارد.

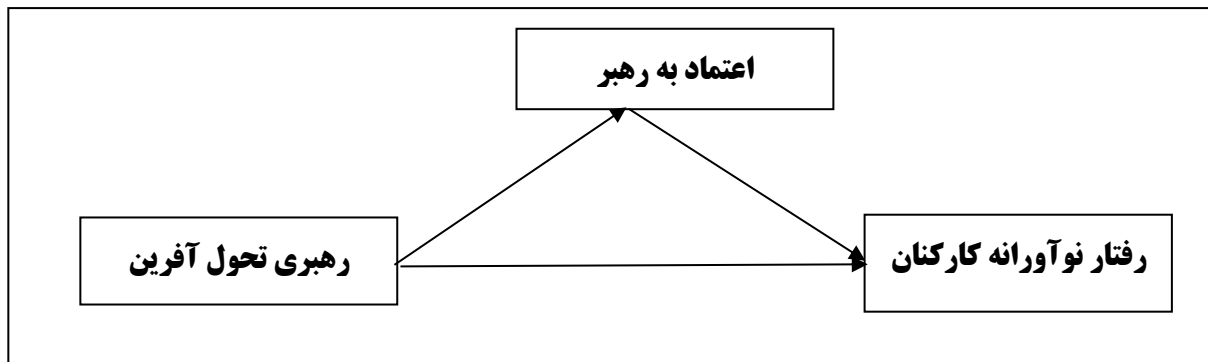
پیشینه‌های خارجی

(سرور و همکاران، ۲۰۲۲) به بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر عملکرد نوآوران رهبران زن در دانشگاه‌های پاکستان پرداختند که رهبری نقش به‌سزایی در عملکرد افراد و سازمان‌ها دارد. این مقاله با هدف (الف) کشف سبک رهبری اعمال شده توسط زنان و (ب) کشف رابطه بین سبک رهبری و عملکرد نوآوران رهبران زن است. چند تن از رهبران زن، از جمله اعضای هیئت‌علمی، رؤسای بخش‌ها، رؤسای، هماهنگ‌کننده‌ها، و مدیران، از دانشگاه‌های دولتی و خصوصی پنجاب (ایالت پاکستان)، در این مطالعه شرکت داشتند. تحقیقات نشان داد که اکثر رهبران زن سبک رهبری مبادله‌ای را در دانشگاه‌های خود اعمال می‌کنند. این مطالعه همچنین رابطه مثبت متوسطی را بین هر دو سبک رهبری یعنی تعاملی و تحول‌آفرین و عملکرد نوآوران کشف کرد.

(عرفان الله و همکاران، ۲۰۲۲) به بررسی نقش رهبری اخلاقی در بهبود رفتار عملکرد نوآوران کارکنان است. به طور خاص، این تحقیق چارچوبی را در مورد مکانیسم میانجی سرمایه اجتماعی در رابطه بین رهبری اخلاقی و عملکرد نوآوران کارکنان ایجاد و آزمایش کرد. مطالعه حاضر مفروضات یادگیری اجتماعی و نظریه‌های تبادل اجتماعی را ادغام کرد که فرض می‌کند رهبری تأثیر مستقیمی بر رفتار کارکنان دارد، عمدتاً از طریق الگوسازی و چشم‌انداز متقابل. نتایج نشان داد که رهبری اخلاقی نقش مهمی در تقویت عملکرد نوآوران کارکنان دارد. مطالعه حاضر همچنین نشان داد که سرمایه اجتماعی نقش واسطه‌ای بین رهبری اخلاقی و رابطه عملکرد نوآوران کارکنان ایفا می‌کند. مطالعه حاضر به ادبیات رهبری و نوآوری کمک کرد و بینشی در بررسی رابطه عملکرد نوآوران رهبری اخلاقی کارکنان از طریق مکانیسم واسطه‌ای سرمایه اجتماعی ارائه کرد. مطالعه حاضر همچنین نشان داد که سرمایه اجتماعی نقش واسطه‌ای بین رهبری اخلاقی و رابطه عملکرد نوآوران کارکنان ایفا می‌کند. مطالعه حاضر به ادبیات رهبری و نوآوری کمک کرد و بینشی در بررسی رابطه عملکرد نوآوران رهبری اخلاقی کارکنان از طریق مکانیسم واسطه‌ای سرمایه اجتماعی ارائه کرد. مطالعه حاضر همچنین نشان داد که سرمایه اجتماعی نقش واسطه‌ای بین رهبری اخلاقی و رابطه عملکرد نوآوران کارکنان ایفا می‌کند. مطالعه حاضر به ادبیات رهبری و نوآوری کمک کرد و بینشی در بررسی رابطه عملکرد نوآوران رهبری اخلاقی کارکنان از طریق مکانیسم واسطه‌ای سرمایه اجتماعی ارائه کرد.

(بیلال و همکاران، ۲۰۲۱) به بررسی تأثیر رهبری تحول‌آفرین زنان بر رفتار نوآوران کارکنان با نقش میانجی اعتماد به رهبر و اعتماد به مدیر پرداختند که نتایج نشان می‌دهد که مدیریت تحول‌گرا زنان باعث ایجاد اعتماد، ارتباط و رفتار نوآوران کارکنان می‌شود. به علاوه نتایج به تأیید این موضوع می‌پردازد که اعتماد و ارتباط کارکنان با مدیرانشان باعث میانجی‌گری رابطه بین مدیریت زنان و رفتار نوآوران کارکنان می‌شود.

(احمد تیپو و همکاران، ۲۰۱۵) بررسی رابطه رهبری تحول‌آفرین با فرهنگ سازمانی و تمایل به نوآوری پرداختند که همچنین نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی رابط بین رهبری تحول‌آفرین و تمایل به نوآوری است. علاوه بر این، ANOVA تفاوت‌های شناسایی شده در رتبه‌بندی رهبری تحول‌آفرین در سطح تحصیلات کارکنان و اندازه شرکت را تجزیه و تحلیل می‌کند. همچنین، تحلیل‌های همبستگی هیچ رابطه‌ای بین رتبه‌بندی کارکنان از رهبری تحول‌آفرین و سن و دوره تصدی سازمانی کارکنان پیدا نکرد. مفاهیم برای عمل و جهت‌گیری برای تحقیقات آینده مورد بحث قرار می‌گیرد.



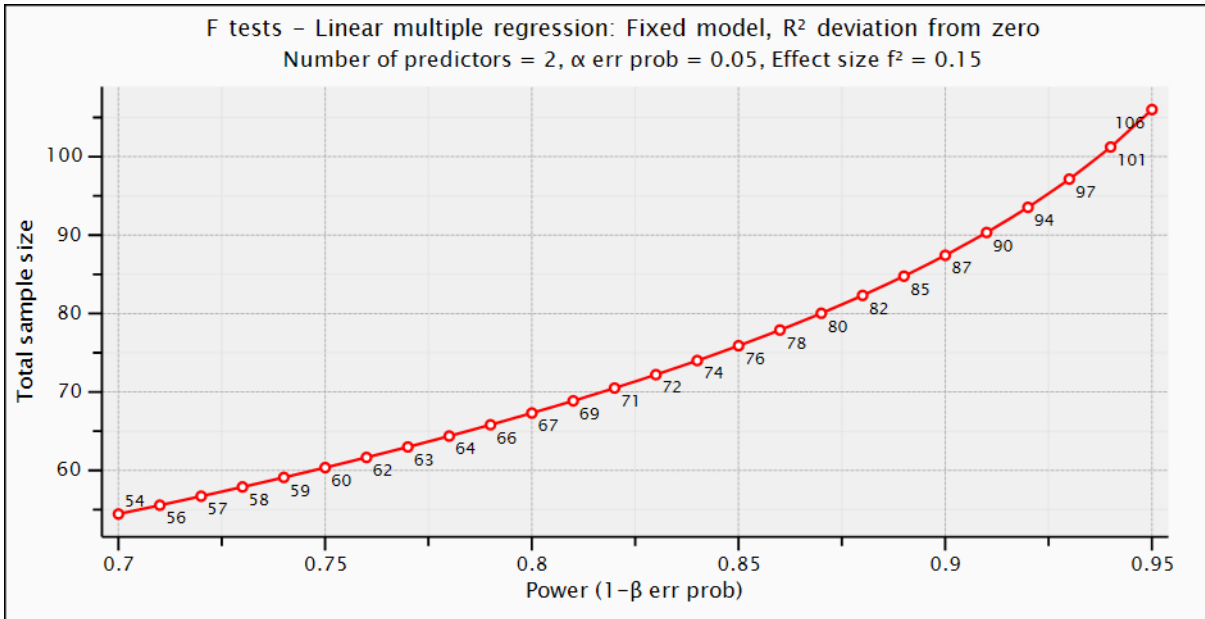
فرضیات تحقیق

۱. رهبری تحول آفرین زنان بر اعتماد به رهبر تأثیر معنی داری دارد.
۲. رهبری تحول آفرین زنان بر رفتار نوآوران کارکنان تأثیر معنی داری دارد.
۳. رهبری اعتماد به رهبر بر رفتار نوآوران کارکنان تأثیر معنی داری دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش پیش رو از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی و همبستگی و مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری بر اساس حداقل مربعات جزئی است که با نرم افزار SmartPLS انجام شده است. علت انتخاب روش و نرم افزار مذکور این است که این نوع مدل یابی، در شرایطی که تعداد نمونه ها و گویه ها محدود و توزیع متغیرها شاید غیرنرمال باشد، به منزله روش قدرتمندی مطرح می شود (عاقلی و همکاران، ۱۳۹۸). جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شامل کلیه کارکنانی که مدیران سطح بالاتر آنها خانم در سازمان تأمین اجتماعی منطقه ۲ شهر تهران است. بر اساس نرم افزار جی پاور، با مدنظر قرارداد حداکثر متغیر مستقل اثرگذار و درصد خطای ۰/۰۵، توان آزمون ۰/۹۵ و اندازه اثر ۰/۱۵ مقدار ۱۰۷ نمونه توسط نرم افزار به عنوان حداقل حجم نمونه برای انجام پژوهش در نظر گرفته شد (نمودار ۳-۱). نمونه گیری در این پژوهش به نمونه ها به روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب می شوند. پرسش نامه در قالب مقیاس لیکرت طراحی شده است. اعتبار ابزار با روش روایی محتوا از نوع ظاهری (از جانب استادان و سایر خبرگان در دسترس) و پایایی ابزار نیز از طریق آلفای کرونباخ بررسی شده است. به این صورت که پس از مطالعه مقدماتی (پایلوت) در نمونه ۲۰ نفری و بازگشت پرسش نامه ها، داده های جمع آوری شده به نرم افزار Spss وارد و مشخص شد که پرسش نامه ها پایایی قابل قبولی دارند، زیرا پس از محاسبه آلفای کرونباخ مقدار عددی این ضریب برای پرسش نامه استاندارد در حالت کلی بیشتر از ۰/۷ به دست آمد. توزیع سؤالات پرسش نامه و ضریب آلفای کرونباخ آن ها در جدول ۱ ارائه شده است.

نمودار ۳-۱: نمودار حجم اندازه نمونه بر اساس توان آزمون



جدول ۱.۱ ارتباط میان متغیرها و سؤالات پرسش نامه

منبع	مقدار آلفای کرونباخ	سنجدها	متغیر
نیلولا و همکاران (۲۰۱۷)	۰/۸۷۹	۱۰-۱	رهبری تحول آفرین زنان
آدامز (۲۰۰۸)	۰/۸۲۶	۲۰-۱	اعتماد به رهبر
دی یونگ (۲۰۰۷)	۰/۸۹۳	۶-۱	رفتار نوآورانه کارکنان

برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌های تحقیق و به منظور بررسی تأثیر هم‌زمان چند متغیر مستقل بر متغیر وابسته از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس (PLS) استفاده شده است. به دلیل کم بودن حجم نمونه آماری و به روز بودن نرم‌افزار و پیچیده بودن مدل (تعداد زیاد سازه‌ها) از نرم‌افزار SmartPLS استفاده شده است (آجرلو، رشیدی، عاقلی و وظیفه خواه، ۱۳۹۷).

یافته‌های پژوهش

برازش مدل اندازه‌گیری

در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری در Smart Pls برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. (عاقلی، کریمی و رشیدی، ۱۳۹۸)

بر طبق نظر فورنل و لارکر (۱۹۸۱) پایایی در روش PLS با استفاده از ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR¹) سنجیده می‌شود. بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص می‌کند. هرچه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند. همچنین اگر بار عاملی یک شاخص منفی باشد، نشان‌دهنده

¹ Composite Reliability

تأثیر منفی آن در تبیین سازه مربوطه می باشد. به بیان دیگر سؤال مربوط به آن شاخص به صورت معکوس طراحی شده است. (عاقلی، نیک منش و هاشم نیا، ۱۳۹۹).

جدول (۲): پایایی ترکیبی، کرونباخ و روایی همگرا و مقادیر مشترک

متغیر	گویه‌ها	بار عاملی اولیه	مقدار آماره‌های	آزمون پایایی آلفای کرونباخ	rho-A	ضریب پایایی ترکیبی (CR)؛	میانگین واریانس استخراجی (ave)	R Square
رهبری تحول آفرین زنان	q۰۱	۰.۹۱۱	۷۴.۹۸	۰.۹۶۷	۰.۹۶۷	۰.۹۷۱	۰.۷۷۱	
	q۰۲	۰.۹۱۱	۷۰.۱۴۵					
	q۰۳	۰.۹۱۰	۸۰.۹۶۶					
	q۰۴	۰.۸۸۸	۵۲.۴۷۱					
	q۰۵	۰.۸۷۶	۳۹.۲۶۶					
	q۰۶	۰.۸۷۸	۴۸.۰۴۲					
	q۰۷	۰.۸۵۶	۳۸.۲۶۷					
	q۰۸	۰.۸۳۶	۳۷.۴۴۶					
	q۰۹	۰.۸۴۲	۳۶.۰۶۹					
	q۱۰	۰.۸۷۰	۴۱.۶۷۲					
اعتماد به رهبری سازمانی	q۱۱	۰.۸۳۸	۴۲.۰۰۸	۰.۹۷۴	۰.۹۷۴	۰.۹۷۶	۰.۶۷۸	۰.۸۳۹
	q۱۲	۰.۸۲۵	۳۲.۲۶۴					
	q۱۳	۰.۸۱۷	۲۷.۳۰۲					
	q۱۴	۰.۸۱۹	۲۶.۹۶۲					
	q۱۵	۰.۸۱۷	۳۵.۱۷۰					
	q۱۶	۰.۷۹۵	۲۸.۲۰۶					
	q۱۷	۰.۷۹۰	۲۸.۲۹۶					
	q۱۸	۰.۸۲۰	۲۵.۰۰۹					
	q۱۹	۰.۸۰۳	۳۲.۱۵۳					
	q۲۰	۰.۷۸۸	۲۴.۲۳۲					
	q۲۱	۰.۸۳۴	۳۸.۷۲۸					
	q۲۲	۰.۸۳۸	۳۴.۳۴۱					
	q۲۳	۰.۸۲۸	۳۲.۷۰۷					
	q۲۴	۰.۸۰۲	۳۲.۶۲۵					
	q۲۵	۰.۸۳۹	۳۹.۸۶۷					
	q۲۶	۰.۸۲۸	۳۲.۶۴۱					
	q۲۷	۰.۸۴۹	۴۳.۴۲۳					
q۲۸	۰.۸۷۴	۵۳.۳۳۵						
q۲۹	۰.۸۴۰	۳۶.۱۹۳						
q۳۰	۰.۸۳۸	۴۵.۶۱۰						
رفتار نوآورانه کارکنان	q۳۱	۰.۸۷۲	۵۲.۲۷۹	۰.۹۲۰	۰.۹۲۱	۰.۹۴۱	۰.۷۶۰	۰.۸۵۲
	q۳۳	۰.۸۹۳	۶۴.۲۰۹					
	q۳۴	۰.۹۰۷	۶۶.۴۲۱					
	q۳۵	۰.۹۰۳	۲۹.۶۵۵					
	q۳۶	۰.۷۷۸	۷۰.۱۴۵					

ملاک مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۷ می باشد. پژوهش حاضر همان گونه که از جدول شماره ۲ مشخص است،

تمامی ضرایب نشان از مناسب بودن این معیار دارد. کلیه بارهای عاملی بالای ۰.۷ می‌باشند و در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند که این مطلب نشان‌دهنده آن است که شاخص‌ها (متغیرهای نشانگر)، متغیرهای مفهومی را به خوبی تبیین می‌کند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بررسی‌ها نشان می‌دهد مقدار ضریب آلفای کرونیباخ و پایایی ترکیبی و $\rho-A$ همه سازه‌ها بیشتر از حداقل قابل قبول یعنی ۷ / است؛ لذا سازه‌های این مطالعه به‌گونه‌ای مطلوب دارای پایایی است. همچنین بررسی معیار AVE (میانگین واریانس استخراج‌شده) و پایایی اشتراکی نشان می‌دهد که تمامی سازه دارای مقدار بالاتر از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۵ می‌باشند، لذا سازه‌های این مطالعه به‌گونه‌ای مطلوب دارای روایی همگرا می‌باشند. با توجه به نتایج جدول چون تمامی شاخص‌ها دارای مقادیر میانگین واریانس استخراج‌شده بالاتر از ۰.۵ هستند، روایی همگرا در سطح تمامی شاخص‌ها برقرار است. (نیک‌رفتار، حسینی، عاقلی و مسلمی، ۱۳۹۹).

برازش مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برای بررسی برازش مدل کلی تنها کافی است یک معیار به نام GOF سنجیده شود. (نیک منش، رضازاده و عاقلی، ۱۳۹۹)

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2}$$

میزان Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی که در جدول ۲ آمده است، به دست می‌آید.

لذا مقدار معیار GOF برابر است با:

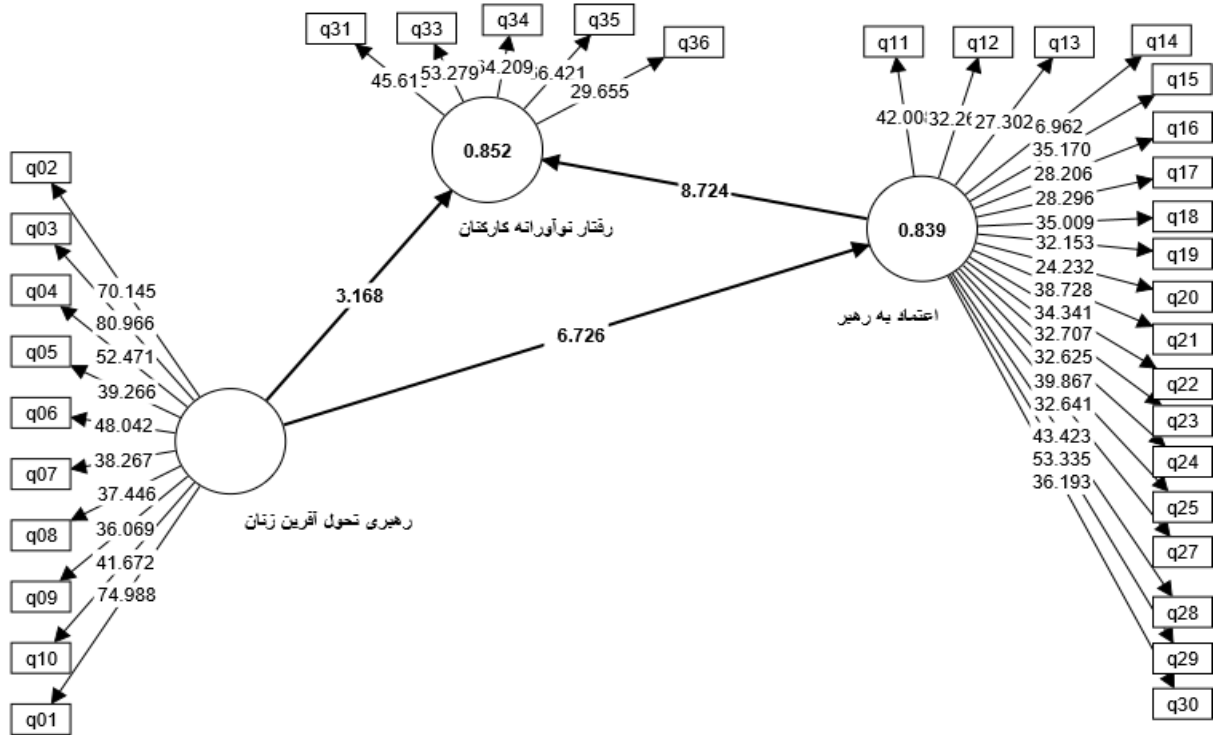
با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (وتزل و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۷۷-۱۹۵)، حصول مقدار ۰/۷۸۱ برای این معیار نشان از برازش قوی مدل کلی تحقیق برخوردار می‌باشد.

جدول (۳): ماتریس سنجش روایی واگرا

	اعتماد به رهبر	رفتار نوآورانه کارکنان	رهبری تحول‌آفرین زنان
اعتماد به رهبر	۰.۸۲۴		
رفتار نوآورانه کارکنان	۰.۴۱۸	۰.۸۷۲	
رهبری تحول‌آفرین زنان	۰.۳۱۶	۰.۴۸۲	۰.۸۷۸

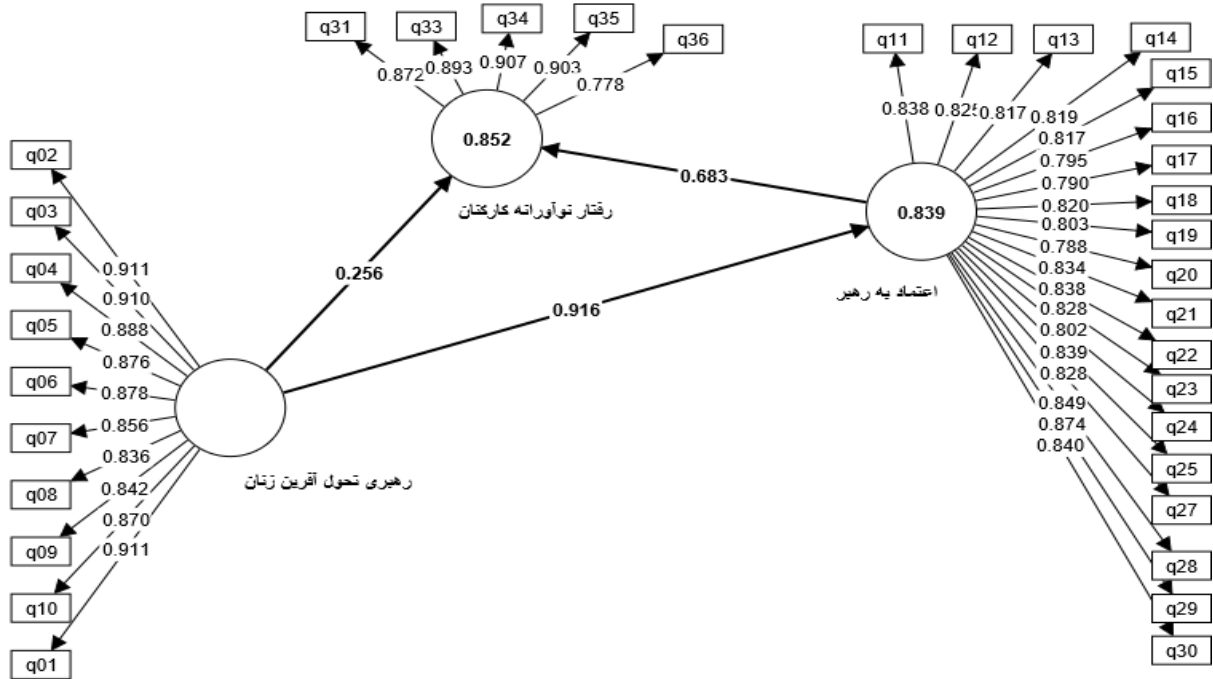
بر اساس مطالب عنوان شده و نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار Smart PLS در جداول فوق نشان‌دهنده این است که مدل‌های اندازه‌گیری از روایی (همگرا و واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونیباخ) مناسب برخوردار می‌باشد.

برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب T به این صورت است که این ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن آن‌ها را تأیید نمود. (ترکاشوند، رضوی و عاقلی، ۱۳۹۷)



شکل (۲): آمارهای

شکل ۲ مشخص نموده است که تمامی مسیرهای بین متغیرهای مدل مورد تأیید قرار گرفته و معنادار می‌باشند. دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر متغیرهای برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود و در صورتی که در یک مدل، یک سازه درون‌زا توسط تنها یک یا دو سازه برون‌زا تحت تأثیر قرار گیرد، مقدار R^2 از ۰/۳۳ به بالا نشان از قوت رابطه بین آن سازه و سازه درون‌زاست (ترکاشوند، رضوی و عاقلی، ۱۳۹۷)



شکل (۳): مدل در حالت ضرایب استاندارد بار عاملی

معیار مذکور درون دواير مربوط به مدل ساختاری پژوهش نشان داده می‌شوند و برای ساختاری این پژوهش با توجه به اینکه دو متغیر مکنون درون‌زا موجود می‌باشد طبیعی است که عدد درون دو دایره دیگر برابر صفر می‌باشد. شکل فوق مشخص نموده است که در این پژوهش هر دو معیار بالاتر از ۰.۶۷ (ملاک مقادیر قوی) می‌باشند، لذا مدل ساختاری از منظر این معیار نیز دارای برازش مناسبی می‌باشد. (ترکاشوند، رضوی و عاقلی، ۱۳۹۷)

جدول (۴): ضرایب رگرسیون و آماره آزمون تی

فرضیه	ضریب مسیر	آماره‌های	نتیجه آزمون
۱ رهبری تحول آفرین زنان ← اعتماد به رهبر	۶/۷۲۶	۰/۹۱۶	تأیید فرضیه
۲ رهبری تحول آفرین زنان ← رفتار نوآورانه کارکنان	۳/۱۶۸	۰/۲۵۶	تأیید فرضیه
۳ اعتماد به رهبر ← رفتار نوآورانه کارکنان	۸/۷۲۴	۰/۶۸۳	تأیید فرضیه

بحث و نتیجه گیری

از ۱۸۹ نفری که به پرسش‌نامه پاسخ دادند ۱۴۳ نفر زن بودند که بیشترین فراوانی سنی آنها بین ۳۱ تا ۴۰ سال بود که مجموع آنها ۸۰ نفر بودند. اکثر افرادی که مورد آزمون قرار گرفتند مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر داشتند بنابراین می‌توان گفت کسانی که مورد ارزیابی قرار گرفتند نیروهای عمدتاً جوان با تحصیلات آکادمیک هستند. تحقیقات نشان می‌دهد که رهبری زنان می‌تواند تأثیر مثبت بر رفتار نوآورانه کارکنان داشته باشد. در این بحث، به بررسی تأثیر رهبری زنان و نقش اعتماد به رهبری شان بر رفتار نوآورانه کارکنان پرداخته شده است.

یکی از عوامل مهم در تأثیر رهبری زنان بر رفتار نوآوران کارکنان، خصوصیات شخصیتی زنان است. زنان معمولاً توجه بیشتری به ارتباطات دارند و مهارت‌های ارتباطی بالاتری نسبت به مردان دارند. به علاوه، زنان به دلیل نوعی تفکر مفصل و دقیق، می‌توانند بهتر از مردان برای پیش بردن ایده‌های نوآوران در محیط کار باشند.

یکی دیگر از عوامل مهم در تأثیر رهبری زنان بر رفتار نوآوران کارکنان، نقش اعتماد به رهبری شان است. اعتماد به رهبری زنان می‌تواند باعث شود که کارکنان بهترین ایده‌های خود را برای پیشرفت سازمان ارائه دهند. به علاوه، این باعث می‌شود که کارکنان از قدرت تصمیم‌گیری خود استفاده کنند و بهترین تصمیمات را برای پیشرفت سازمان بگیرند.

در واقع، رهبری زنان به دلیل خصوصیتی که دارند، می‌تواند محیطی را برای پذیرش ایده‌های جدید و نوآوران فراهم کند. به علاوه، زنان به دلیل نوعی تفکر مفصل و دقیق، می‌توانند بهتر از مردان برای پیش بردن ایده‌های نوآوران در محیط کار باشند. نقطه دوم در این بحث، نقش اعتماد به رهبری زنان در رفتار نوآوران کارکنان است. تحقیقات نشان می‌دهد که اعتماد به رهبری زنان می‌تواند موجب افزایش رفتار نوآوران کارکنان شود. در واقع، اعتماد به رهبری زنان باعث می‌شود که کارکنان بهترین ایده‌های خود را برای پیشرفت سازمان ارائه دهند. به علاوه، اعتماد به رهبری زنان باعث می‌شود که کارکنان از قدرت تصمیم‌گیری خود استفاده کنند و بهترین تصمیمات را برای پیشرفت سازمان بگیرند. با توجه به مطالب گفته شده، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که رهبری زنان و اعتماد به رهبری شان می‌تواند موجب افزایش رفتار نوآوران کارکنان شود. بنابراین، برای پیشرفت سازمان، باید به رهبری زنان و ایجاد اعتماد به رهبری شان توجه بیشتری شود. نتیجه‌گیری این بحث این است که رهبری زنان و نقش اعتماد به رهبری شان می‌تواند موجب افزایش رفتار نوآوران کارکنان شود. این امر می‌تواند بهبود روابط کاری و بهبود عملکرد سازمان را به همراه داشته باشد. برای افزایش تأثیر رهبری زنان بر رفتار نوآوران کارکنان، باید به خصوصیات شخصیتی زنان و توانایی‌های آن‌ها در ایجاد ارتباطات و پشتیبانی از ایده‌های نوآوران توجه شود. همچنین، باید به ایجاد فضایی پشتیبانی برای کارکنان و توسعه مهارت‌های رهبری زنان نیز توجه کنیم. در نهایت، ترکیب جنسیتی مناسب در سطح رهبری نیز می‌تواند به بهبود فرهنگ سازمانی و افزایش رفتار نوآوران کارکنان کمک کند. به طور کلی، تأثیر رهبری زنان و نقش اعتماد به رهبری شان بر رفتار نوآوران کارکنان موضوعی مهم است که باید در سازمان‌ها به آن توجه شود و از ظرفیت‌های زنان در رهبری بهره‌مند شد.

پیشنهادات کاربردی:

با توجه به گفته‌هایی که در بحث قبلی ارائه شد، پیشنهادات کاربردی زیر برای افزایش رفتار نوآوران کارکنان با تأکید بر رهبری زنان و اعتماد به رهبری شان ارائه می‌شود:

۱. ایجاد یک فضای مطمئن و پذیرای ایده‌های نوآوران: رهبری زنان به دلیل خصوصیتی که دارند، می‌توانند فضایی مطمئن و پذیرای ایده‌های نوآوران را در سازمان ایجاد کنند. بنابراین، برای افزایش رفتار نوآوران کارکنان، بهتر است که رهبران زنان از این قابلیت خود استفاده کنند و فضایی مناسب برای پذیرش ایده‌های نوآوران فراهم کنند.

۲. ایجاد یک فضای پشتیبانی برای کارکنان: اعتماد به رهبری زنان باعث می‌شود که کارکنان بهترین ایده‌های خود را برای پیشرفت سازمان ارائه دهند. برای ایجاد اعتماد به رهبری زنان، باید یک فضای پشتیبانی برای کارکنان ایجاد شود. این فضا می‌تواند شامل مشاوره، آموزش و مربیگری باشد.

۳. توسعه مهارت‌های رهبری: رهبری زنان می‌تواند موجب افزایش رفتار نوآورانه کارکنان شود. برای افزایش این تأثیر، رهبران زنان باید مهارت‌های رهبری خود را توسعه دهند. این مهارت‌ها شامل مهارت‌های ارتباطی، تفکر استراتژیک، حل مسئله و تصمیم‌گیری هستند.

۴. افزایش توجه به ترکیب جنسیتی در سطح رهبری: برای افزایش تأثیر رهبری زنان بر رفتار نوآورانه کارکنان، باید به ترکیب جنسیتی در سطح رهبری توجه بیشتری شود. ترکیب جنسیتی متنوع در سطح رهبری می‌تواند موجب بهبود فرهنگ سازمانی و افزایش رفتار نوآورانه کارکنان شود.

به‌طور خلاصه، رهبری زنان و اعتماد به رهبری شان می‌تواند موجب افزایش رفتار نوآورانه کارکنان شود. برای افزایش تأثیر رهبری زنان، باید به ایجاد فضای مطمئن و پشتیبانی برای کارکنان، توسعه مهارت‌های رهبری و افزایش توجه به ترکیب جنسیتی در سطح رهبری توجه کرد. این پیشنهادات کاربردی می‌توانند بهبود فرهنگ سازمانی و افزایش رفتار نوآورانه کارکنان کمک کنند و برای پیشرفت سازمان بسیار حائز اهمیت هستند.

منابع

- غلامزاده، داریوش؛ حق‌شناس کاشانی، فریده؛ محمدخانی، فاطمه (۱۳۹۴). تأثیر سبک رهبری بر باورهای سقف شیشه‌ای زنان. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان* ۱۳(۳). ۱۹۷-۲۷۵.
- نظری، لیلا. (۱۴۰۰). رهبری زنان: رویکردی به سوی شکستن سقف شیشه‌ای. *فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه*. ۱۲(۴۷). ۳۳-۴۴.
- حسن‌پور، اکبر، وکیلی، یوسف، جعفری نیا، سعید، خرم، اسماعیل. (۱۳۹۹). اثر سبک رهبری بر اعتماد در روابط رهبر- پیرو. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*. ۲۹(۹۸). ۱۷۲-۱۳۹.
- نجاززاده آرانی، سمیرا، و نرگسیان، عباس، و امیری، مجتبی، و سفیری، خدیجه. (۱۳۹۹). ارائه مدل سبک رهبری زنان در پست‌های مدیریتی بخش عمومی با تأکید بر نقش فرهنگ ملی. *مدیریت دولتی*, ۱۲(۱), ۱۱۷-۱۴۱.
- <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=۵۳۰۱۸۳>
- افجه، سیدعلی اکبر؛ حمزه پور، مهدی (۱۳۹۴). رهیافتی جامع از نظریه رهبری کوانتومی و کاربردهای آن در سازمان، دو فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، دوره هشتم، شماره ۲، صص ۱۶۱-۲۰۴.
- Ayman, R., Korabik, K., & Morris, S. (۲۰۰۹). Is transformational leadership always perceived as effective? Male subordinates' devaluation of female transformational leaders. *Journal of Applied Social Psychology*, 39, ۸۵۲-۸۷۹.
- Girdauskienė, L. (۲۰۱۵). The profile of an effective female leadership in multicultural context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210(۲), ۱۱-۲۰.
- Kaiser, R. B., & Wallace, W. T. (۲۰۱۶). Gender bias and substantive differences in ratings of leadership behavior: Toward a new narrative. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68, ۷۲-۹۸.
- Khalili, K., Ashkan, B., & Ashkan, K. (۲۰۱۶). Linking transformational leadership, creativity, innovation, and innovation-supportive climate. *Management Decision*, 54(۹), ۲۲۷۷-۲۲۹۳.
- Mayer, C. (۲۰۱۷). Emotional intelligence in South African women leaders in higher education. *Journal of Industrial Psychology*, 43(۱), ۱۴۰۵.



- Sahni, S., & Sinha, C. (۲۰۱۸). Effect of fairness on employee outcome: An LMX perspective on Indian Banks. *Global Business Review*, 21(۳), ۱-۱۴.
- Verma, S. (۲۰۱۸). Examining the new dimensions of career advancement of women employees. *Global Business Review*, 21(۲), ۱-۱۳.
- Williams, M. J., & Tiedens, L. Z. (۲۰۱۶). The subtle suspension of backlash: A meta-analysis of penalties for women's implicit and explicit dominance behavior. *Psychological Bulletin*, ۱۴۲, ۱۶۵-۱۹۷.
- Yammarino, F. J., Dubinsky, A. J., Comer, L. B., & Jolson, M. A. (۲۰۱۷). Women and transformational and contingent reward leadership: A multiple-levels-of-analysis perspective. *Academy of Management Journal*, 40(۱), ۴۵-۶۸.
- Bligh, Michelle C. (۲۰۱۷). Leadership and Trust, In: Leadership Today, Springer International Publishing, ۲۱-۴۳.
- Li, H. Sajjad & N. Wang, Q. & Muhammad Ali, A. & Khaqan, Z. Amina, S. (۲۰۱۹). Influence of Transformational Leadership on Employees' Innovative Work Behavior in Sustainable Organizations: Test of Mediation and Moderation Processes. *Sustainability*, ۱۱(۶): ۱۵۹۴.
- Searle, R. H. Nienaber, A.M. I. & Sitkin, S. B. (۲۰۱۸). Implications for future directions in trust research. In R. H. Searle, A.M. I. Nienaber, & S. B. Sitkin (Eds.), *The Routledge companion to trust*, ۵۳۶-۵۴۱.
- Sam liu, C.H., & Huang, Y. H., (۲۰۲۰). The influence of transformational leadership on subordinate creative behavior development process. *tourism management perspectives* ۳۶(۴۱۵).
- Hetland, J., & Hetland, H & Bakker, A, B., & Demerouti, E, (۲۰۱۸). Daily Transformational leadership and employee job crafting: The role of promotion focus. *European Management Journal*. ۱-۱۱.
- Afsar, B., & Umrani, W. A. (۲۰۲۰). Does thriving and trust in the leader explain the link between transformational leadership and innovative work behaviour? A cross-sectional survey. *Journal of Research in Nursing*, ۲۵(۱), ۳۷-۵۱.
- Kasımoğlu, M., & Ammari, D. (۲۰۲۰). Transformational leadership and employee creativity across cultures. *Journal of Management Development*.
- Xie, L. (۲۰۱۹). Leadership and organizational learning culture: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*.
- Yang, C., Chen, Y., Zhao, X. R., & Hua, N. (۲۰۲۰). Transformational leadership, proactive personality and service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kim, Soyeon & Shin, Mannsoo. (۲۰۱۷). The effectiveness of transformational leadership on empowerment: the roles of gender and gender dyads ", *Cross Cultural & Strategic Management*, Vol. ۲۴ Iss ۲.
- Liang, Tsang-Lang; Chang, Hsueh-Feng; Ko, Ming-Hsiang & Lin, ChihWei. (۲۰۱۷). Transformational leadership and employee voices in the hospitality industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. ۲۹, Iss ۱, pp. ۳۷۴ - ۳۹۲.
- Rowley, C., Kang, H.R. and Lim, H.J. (۲۰۱۶). "Female manager career success: the importance of individual and organizational factors in South Korea", *Asia Pacific Journal of Human Resources*, Vol. ۵۴, No. ۱, pp. ۹۸-۱۲۲.

واکاوی ظرفیت‌های اشتغال در توسعه گردشگری و اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی در

ایران

مهناز رنجبار^۱

تهمینه دانیالی^۲

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان صادرات نامرئی خدمات و محصولات، به‌عنوان صنعت شماره یک در جهان شناخته می‌شود. این صنعت در زمره قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در حال رشد دنیاست. به علاوه توسعه اکوتوریسم یکی از شاخه‌های گردشگری محسوب می‌شود که با توسعه جوامع محلی مرتبط می‌باشد و اصل در توسعه اکوتوریسم جلب مشارکت بومیان در فعالیت‌های گردشگری می‌باشد؛ لذا توسعه این صنعت در مقاصد گردشگری موجب اشتغال جمع کثیری از جوانان می‌شود. جوان بودن جمعیت ایران و اضافه شدن سالیانه جمع کثیری از جوانان فارغ‌التحصیل به نیروی کار، لزوم ایجاد فرصت‌های اشتغال مولد را برای مبارزه با بیکاری و جلوگیری از فسادهای اجتماعی و اقتصادی ضروری می‌سازد. هدف این مقاله واکاوی ظرفیت‌های اشتغال با توسعه گردشگری و اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی در ایران می‌باشد. روش تحقیق نیز بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و از دیدگاه طبقه‌بندی بر مبنای هدف از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان داد که رواج این صنعت در شهرها می‌تواند علاوه بر ایجاد اشتغال، درآمدزایی فراوانی را نیز به همراه داشته باشد. همچنین سرمایه‌گذاری در بخش توریسم علاوه بر ارتقای سطح اشتغال، سرمایه‌گذاری مطمئنی است که می‌توان به بازگشت آن امیدوار بود. کشورهای اروپایی در حالی که ما با فروش نفت درآمد کسب می‌کنیم در زمینه سرمایه‌گذاری صنعت توریسم به همان اندازه درآمد کسب می‌کنند. در نهایت در کلیه شهرهای ایران، زمینه‌های تاریخی و طبیعی زیادی وجود دارد لکن برای توسعه گردشگری نیاز به راهنمایی دارد. تعاونی‌های گردشگری می‌توانند با فعالیت خود این امر را تحقق بخشند. در نتیجه، امید است بتوان با ارائه راهکارهای مناسب، در خصوص حل معضل بیکاری در شهرها، گام برداشته و از طریق تشکیل تعاونی‌های گردشگری و اکوتوریستی موجب رشد و گسترش هر چه بیشتر شهرهای ایران باشیم.

واژگان کلیدی: واکاوی ظرفیت‌های اشتغال، تعاونی‌های گردشگری، ایران، اکوتوریسم

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، ایمیل: ranjbar.m@pnu.ac.ir

^۲ استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی ایران، واحد یادگار امام (ره) شهرری، ایمیل: t.daniali@yahoo.com

۱- مقدمه

پدیده گردشگری و اکوتوریسم بدون تردید از گذشته‌های بسیار دور با زندگی بشری توأم بوده و در طول حیات و تکامل خود از قرون گذشته تا عصر حاضر به پدیده مردمی، اجتماعی و اقتصادی مهمی تبدیل شده است و توسعه آن در جوامع مختلف علی‌رغم تفاوت‌های عمده در اشکال گوناگون، کمک بسزایی در تکوین تمدن بشری داشته است. توریسم در جهان امروز به عنوان گردش و تفریح صرف تلقی نمی‌شود بلکه توریسم یک صنعت و وسیله‌ای برای حضور و نفوذ در اقتصاد جهانی به شمار می‌رود. گردشگری و توریسم از دیرباز با زندگی بشر توأم بوده و مردمی شده است. توریسم به عنوان یک صنعت و حرفه تلقی شده و وجود گردشگران خود باعث انتقال تفکرات جدید است. حضور گردشگران گردشگری و اکوتوریست‌ها نه تنها باعث درآمد بلکه وسیله انتقال تفکرات جدید و ایجاد ارتباطات و فراهم آوردن شرایط معاملات تجاری نیز هست. ورود توریسم و اکوتوریست به یک شهر، نشانه ثبات و امنیت آن شهر است. بر طبق اعلام W.T.O با ورود هر شش توریست و اکوتوریست برای یک نفر شغل ایجاد می‌شود و این در حالی است که تمامی خدماتی که به توریست ارائه می‌شود بیش از ۵۰٪ سود دارد. (روزنامه ی خراسان . ۱۳۸۰). توسعه گردشگری و اکوتوریسم در هر جامعه منوط به وجود آثار تاریخی، فرهنگی و تنوع اقلیمی توأم با امنیت می‌باشد. در سایه ی تحقق این امور، گردشگری و اکوتوریسم راهی برای ایجاد اشتغال و ارتقای سطح درآمد سرانه و تولید ناخالص ملی است. توریسم و اکوتوریسم می‌تواند محرکی برای رشد اقتصادی و اجتماعی باشد. صنعتی منحصر به فرد که قابلیت جذب سرمایه و مهارت را دارد (توانمندی‌های همدان. ۱۳۸۰). طبق آمار و ارقام، فرصت‌های شغلی ایجاد شده در کشور در ابتدای سال ۱۴۰۰ از مرز ۳۲ میلیون فرصت شغلی گذشت و برای رسیدن به این میزان اشتغال لازم است که سالانه حدود ۹۰۰ هزار شغل در کشور ایجاد شود. طبق آمار سازمان جهانی جهان گردی، تعداد مشاغل ایجاد شده به ازاء ورود هر اکوتوریست ۱/۵ برابر تعداد مشاغل ایجاد شده به ازاء ورود یک توریست می‌باشد. از سوی دیگر با ارتباط مستقیمی که میان اشتغال، بهره مندی از درآمد گردشگری و کاهش فقر وجود دارد می‌توان اکوتوریسم را ابزار فقرزدایی دانست. صنعت گردشگری بزرگ‌ترین صنعت جهانی با ۳/۶ میلیارد دلار گردش مالی می‌باشد. این صنعت که ۱۱ درصد اشتغال جهانی را تولید می‌کند و ۲۰۰ میلیون شاغل دارد (که معادل یک نفر از هر ۱۲ نفر شاغل است) سالیانه در حدود ۷۰۰ میلیون نفر را در سطح بین‌المللی جابجا می‌کند که پیش‌بینی می‌شود این رقم تا سال ۲۰۲۰ به دو برابر افزایش یابد. از سال ۱۹۹۰ ورود جهانگردان خارجی به کشورهای در حال توسعه به طور متوسط ۹/۵ درصد افزایش یافته است که این رقم در مورد ورود جهانگرد خارجی در سطح جهانی ۴/۶ درصد در سال است. بنابراین صنعت جهان‌گردی سهم به سزایی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه دارد و دومین منبع اصلی تأمین ارز خارجی (بعد از نفت)، ایجاد فرصت‌های شغلی و تحصیل منابع مالی لازم برای حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی در بسیاری از این کشورها به شمار می‌رود.

تعاونی‌های منابع طبیعی نیز به عنوان پدیده ای نوین در توسعه صنعت گردشگری و اکوتوریسم می‌توانند نقش مهمی را در تحقق و به فعل درآوردن امکانات و پتانسیل‌های بالقوه گردشگری ایفا نمایند. این تعاونی‌ها با اهدافی همچون فراهم نمودن امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل، جلوگیری از تمرکز و انباشته شدن ثروت در دست افراد خاص، جلوگیری از کارفرمای مطلق شدن دولت، ادغام مدیریت و سرمایه و نظایر آن‌ها امروزه به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم و مؤثر در توسعه صنعت گردشگری و اکوتوریسم در کشور محسوب می‌گردند. از طرفی تعاونی‌های گردشگری و

اکوتوریسم در سنجش با فعالیت در سایر بخش‌ها اعم از اقتصادی و فرهنگی به جهات بسیاری از نرخ رشد موثر و به مراتب بالاتری برخوردارند. بعلاوه روشهای ایجاد اشتغال از طریق تعاونی‌های گردشگری و اکوتوریسم که از دیگر راه‌های جذب گردشگری است صورت می‌گیرد (شمشاد، ملک محمدی و همکاران ۱۳۸۸). هدف در این مقاله واکاوی ظرفیت‌های اشتغال با توسعه گردشگری و اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی در ایران می‌باشد. به‌علاوه براساس روش تحقیق که مطالعات کتابخانه‌ای می‌باشد به پرسش‌ها و پاسخ آنها در بخش‌های بعدی پرداخته خواهد شد بنابراین در این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی هستیم که میزان توسعه اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی چقدر است؟

۲- ادبیات تحقیق

در ادامه به بررسی نتایج تحقیقات در خصوص موضوع تحقیق در جهان پرداخته خواهد شد.

طبق مطالعه موردی Kelly در سال ۱۹۸۹ که در جنگل ملی در ایالت متحده با مشارکت جنگل‌داران و اتحادیه‌های توریسم و ۲۰ تعاونی انجام شد، نتایج این تحقیق نشان داد که هیچ‌گونه ارتباطی بین اتحادیه‌های توریسم و جنگل‌داری وجود ندارد. این تحقیق نشان داد که اغلب پاسخ‌دهندگان علاقه‌مند به مشارکت در ارتباطات تعاونی بودند؛ اما حتی از سایر سازمان‌ها آگاهی نداشتند. تعاونی EU غنا با هدف کاهش فقر و ارتقاء کیفیت زندگی تشکیل شد که بر مشارکت مردم در حفاظت منابع طبیعی تأکید دارد. جاده‌سازی استراتژی مهمی برای کاهش فقر، دسترسی به بازارها و تسهیلات اجتماعی (مدارس، کلینیک و بیمارستان) است. تعاونی EU اقدام به جاده‌سازی در غنا نمود و باعث افزایش مسافرت به مناطق محلی و اشتغال‌زایی برای مردم محلی شد. هم‌چنین این تعاونی با ایجاد سرویس‌های بهداشتی در جذب گردشگران تأثیر به‌سزایی داشته است. تأسیس باشگاه‌های حیات‌وحش در منطقه و آموزش دانش‌آموزان به‌منظور افزایش آگاهی محیطی و آموزش درباره گیاهان و حیوانات با شعار "کاشت درخت، ذخیره زندگی فردا" از اقدامات دیگر این تعاونی می‌باشد.

باشگاه H-۴، ۱۲۵۰۰۰ عضو جوان دارد که برای توسعه اکوتوریسم اقدام به ارائه برنامه‌های آموزشی می‌نماید، از جمله پروژه‌های مربوط به موضوعات حیات‌وحش، آموزش حفظ آب‌وخاک، برنامه‌های آموزشی برای تربیت راهنما با تأکید بر مهارت‌های زندگی و چالش در صحرا، چادر زدن در شب، قایقرانی، صخره‌نوردی و غارنوردی، آموزش ماهیگیری و ورزشی در دریاچه‌ها توسط اتحادیه ماهی‌گیران، آموزش شکار و تیراندازی با کمک اتحادیه تیراندازی و ماهیگیری و برگزاری مسابقات ورزشی.

جنگل‌های ویرجینیا در تولید غذا، تنوع حیات‌وحش و توریسم نقش زیادی دارند. ترویج تعاونی ویرجینیا از سال ۱۹۲۵ با کمک متخصصان و نمایندگان ترویج به ارائه برنامه‌های آموزشی منابع طبیعی به شکل مؤثرتر و با دامنه گسترده‌تر اقدام نموده است. دانش تحقیق - محور می‌تواند به عنوان یک راهکار نجات‌بخش در این عرصه عمل نماید. ویرجینیا ۱۵/۴ میلیون ایکر زمین جنگلی تجاری دارد که ۷۷٪ آن در دست بخش خصوصی می‌باشد. صنایع جنگل تقریباً ۹/۸ میلیارد دلار به اقتصاد ایالت کمک می‌کند و برای بیش از ۲۲۸/۳۷۰ نفر شغل ایجاد نموده است.

در آمریکا تعاونی‌های منابع طبیعی به‌منظور گسترش فرصت‌های تفریحات صحرایی با ادارات منابع طبیعی ارتباط دارند. افزایش مشارکت بین ادارات منابع طبیعی و سایر نمایندگان دولتی و محلی می‌تواند با مدیریت منابع و پرورش فرصت‌ها به پیوند تسهیلات سیستم‌های دولتی، منطقه‌ای و محلی کمک نماید. برنامه‌ریزی برای این تفریحات باید منطبق با نیازهای مردم محلی، فرصت‌های موجود در محل و ایجاد تعهد در افراد محلی و نمایندگان دولتی در محل باشد. مشارکت مردم محلی در

مدیریت برنامه‌های اکوتوریسم، کمک‌های مشاوره‌ای فنی و تعاون میان نمایندگان مسئول برای تأمین نهاده‌ها، بالا بردن آگاهی‌های مردم درباره ارزش توریسم، تنوع زیستی و حیات‌وحش و نقش آن در تولید درآمد برای به عهده گرفتن مسئولیت راهنمایی مردم و ارائه فرصت‌هایی برای تقویت ظرفیت مدیریتی کارمندان و مردم محلی برای مشارکت در مدیریت باعث توسعه گردشگری و اکوتوریسم در منطقه می‌شود.

در آمریکا جنگل‌داران می‌توانند در تقسیم اطلاعات، تجهیزات و کارها با هم مشارکت نمایند. هماهنگی در فعالیت‌های مدیریت زمین مانند برداشت چوب، جاده‌سازی، آتش‌سوزی، حفظ سپرها، ایجاد مناظر و چشم‌اندازهای زیبا، ایجاد دالان حیات‌وحش برای کوچ و پناه دادن به آن‌ها و تأمین نیازهای جایگاه طبیعی حیات‌وحش، از جمله همکاری‌های میان جنگل‌داران است.

بر اساس پاسخ ۹۳ کشور به پرسش‌نامه UNWTO درباره توسعه گردشگری و اکوتوریسم، تهیه انتشارات و تشکیل سمینارهای بین‌المللی، حمایت بخش خصوصی، آموزش تورگردان‌ها، برگزاری کارگاه برای افراد محلی، مشارکت دولت‌ها با سازمان‌های بین‌المللی، سایر دولت‌های ملی و نمایندگان توسعه گردشگری و اکوتوریسم و تشکیل تعاونی به منظور ارائه نظرات فنی، انجام سرمایه‌گذاری‌های کوچک در گردشگری و اکوتوریسم و ارائه خدمات تسهیل در دسترسی به بازار، طبقه‌بندی کردن نوع اکوتوریست‌ها، درگیری اجتماعات محلی و به‌ویژه فقرا در برنامه‌ریزی، مدیریت، بازاریابی و تقسیم منافع اقتصادی برای رسیدن به توسعه اجتماعی - اقتصادی پایدار از اقدامات لازم در توسعه گردشگری و اکوتوریسم است در استرالیا تعاون به عنوان الزامی برای توسعه مشارکت و سرمایه‌گذاری، توزیع تولیدات ارائه شده گردشگری و اکوتوریسم، بازاریابی و فروش در صحنه بین‌الملل، آموزش راهنما و اداره کننده کالا می‌باشد.

در چارچوب سال بین‌المللی اکوتوریسم ملل متحد، ۲۰۰۲، کمیسیون توریسم کانادا در کبک کانادا در ۲۲-۱۹ می ۲۰۰۲ و تحت حمایت برنامه محیطی ملل متحد (UNEP) و سازمان توریسم جهانی (WTO) با شرکت هزاران نفر از ۱۳۲ کشور از بخش‌های دولتی، خصوصی و غیر دولتی برگزار شد که تهیه حمایت فنی، مالی، آموزشی، مشارکت و همکاری با سازمان‌های دولتی و خصوصی، همکاری با موسسات تحقیقاتی، توسعه ظرفیت انسانی، فیزیکی، مالی و اجتماعی و رشد دسترسی به اطلاعات فنی، تقویت، پرورش و تشویق توانایی اجتماعات برای حفظ و کاربرد مهارت‌های سنتی مخصوصا هنرها و صنایع خانگی، محصولات کشاورزی، تهیه خانه‌های سنتی و تزیین شده با مناظر طبیعی محلی، متعهد شدن اجتماعات محلی و بومی، بخش خصوصی، NGOs، اطمینان از درگیری، مشارکت و همکاری لازم همه موسسات دولتی مربوطه در سطح ملی، ایالتی و محلی در تصمیم‌گیری‌ها و تأمین بودجه، ایجاد ساز و کارهای نظارتی، اجاره زمین‌های دولتی برای توریسم با هدف ارتقاء منافع اجتماعی، اقتصادی و محیطی برای اجتماع مربوطه، مشارکت با سازمان‌های دولتی و غیر دولتی مربوط به منابع طبیعی، افزایش کاربرد کالاها و تولیدات محلی، همکاری فعالانه با رهبران بومی و مردم محلی و توزیع منصفانه منافع مالی ناشی از درآمد اکوتوریسم، به عنوان راهکارهایی برای توسعه اکوتوریسم به دولت‌ها، بخش خصوصی، سازمان‌های غیر دولتی، اتحادیه‌های مردم محور، مؤسسات دانشگاهی و تحقیقاتی، سازمان‌های نیمه دولتی، مؤسسات مالی بین‌المللی، نمایندگی‌های توسعه‌محور و اجتماعات بومی و محلی ارائه شد. کمبود اطلاعات معتبر و موثق درباره تعداد گردشگران و اکوتوریست‌ها و مکان‌ها از مشکلات بخش اکوتوریسم در مالزی است. برگزاری کارگاه، سمینار و نمایشگاه عمومی در زمینه اکوتوریسم باعث توسعه آن می‌شود. طبق تحقیقات Marris, G & Schipani, S (۲۰۰۷) مشارکت مردم محلی در

مدیریت برنامه‌های گردشگری و اکوتوریسم باعث توسعه گردشگری و اکوتوریسم می‌شود. این توسعه نیاز به کمک‌های مشاوره ای فنی و تعاون میان نمایندگان مسئول برای تامین نهاده‌ها و نیروهای گوناگون دارد. طبق گزارش نهایی کنفرانس بین‌المللی اکوتوریسم در کانادا ارتباطات بین سازمانی باعث توسعه اکوتوریسم می‌شود (شمشاد و همکاران، ۱۳۸۸).

۳- یافته‌ها

۳-۱ اشکال اشتغال اکوتوریسمی

اصولاً اشتغال در صنعت اکوتوریسم دارای اشکال مختلفی است که عبارتند از:

- الف. اشتغال مستقیم: مانند اشتغال در هتل‌ها، رستوران‌ها و حمل‌ونقل بررسی میزان توسعه اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی و عوامل
- ب. اشتغال غیرمستقیم: این بخش عرضه کنندگان کالا را در بر می‌گیرد که این کالاها شامل تولیدات کشاورزی، شیلات و صنایع دستی می‌باشد.
- ج. اشتغال القایی: شامل کسانی است که از درآمد افرادی که بطور مستقیم و غیرمستقیم در این صنعت فعالیت می‌کنند پشتیبانی میکنند..
- د. اشتغال در بخش ساختمان: شامل کسانی است که در بخش احداث تاسیسات و زیرساخت‌های توریسم فعالیت می‌کنند (شمشاد و همکاران ۱۳۸۸).
- در ذیل به‌عنوان نمونه به قوانین برنامه‌های توسعه چهارم در راستای توریسم و گردشگری اشاره خواهد شد.

۳-۲ گردشگری در قوانین برنامه‌های توسعه (برنامه چهارم)

در قانون برنامه چهارم توسعه، نقش و وظیفه سازمان‌ها کاملاً مشخص شده است. در مواد زیر ابتدا به ایجاد اشتغال و توسعه صنعت گردشگری پرداخته شده است.

الف) ماده ۱۰۲- فصل هشتم، ارتقای امنیت انسانی و عدالت اجتماعی

دولت موظف است، برنامه توسعه بخش تعاونی را با رویکرد استفاده مؤثر از قابلیت‌های بخش تعاونی در استقرار عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه درآمدها، تأمین منابع لازم برای سرمایه‌گذاری‌ها، از طریق تجمیع سرمایه‌های کوچک، اجرای بند «۲» اصل ۴۳ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، افزایش قدرت رقابتی و توانمندسازی بنگاه‌های اقتصادی متوسط و کوچک، کاهش تصدی‌های دولتی، گسترش مالکیت و توسعه مشارکت عامه مردم در فعالیت‌های اقتصادی مشتمل بر محورهای ذیل تهیه گردد: توانمندسازی جوانان، زنان، فارغ‌التحصیلان و سایر افراد جویای کار، در راستای برقراری تعاملات اجتماعی لازم جهت شکل‌گیری فعالیت واحدهای تعاونی.

ب) ماده ۱۰۴- فصل نهم، توسعه فرهنگی

دولت مکلف است به‌منظور رونق اقتصاد فرهنگ، افزایش اشتغال، بهبود کیفیت کالا و خدمات و... اقدام‌های ذیل را به عمل آورد:

بند د: تصویب و ابلاغ استانداردهای بهره‌مندی مناطق مختلف کشور، از فضاها فرهنگی، هنری، ورزشی و گردشگری و توزیع و تأمین اعتبارات ملی و استانی فصول برنامه‌های ذی‌ربط... (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور (۱۳۸۴)).

ج) ماده ۱۱۴- فصل نهم، توسعه فرهنگی

بند و: به منظور جلب مشارکت بخش خصوصی و تعاونی، سازمان‌های میراث فرهنگی و گردشگری مجاز است نسبت به صدور مجوز تأمین و فعالیت موزه‌های خصوصی و تخصصی و مؤسسات مشاوره و کارشناسی مرتبط با موضوع فعالیت‌های میراث فرهنگی و... کارگاه‌های مرمت آثار فرهنگی، مؤسسات کارشناسی اموال فرهنگی - تاریخی - کارگاه‌های هنرهای سنتی و سایر مؤسسات خصوصی (تعاونی) مرتبط با میراث فرهنگی اقدام نماید.

بند ی: به منظور حفظ آثار و فرهنگ سنتی قومی ایلی ملی و ایجاد جاذبه برای توسعه صنعت گردشگری در کشور، دولت مکلف است نسبت به ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ ایلی در شهرستان‌ها و استان‌های کشور از قبیل دهکده توریستی، مراکز، اطراق‌های تفرجگاهی ایلی، موزه و نمایشگاه اقدام نموده و با پیش‌بینی اعتبارات و تسهیلات لازم در قانون بودجه سالانه اقدام نماید. مشارکت بخش دولتی و خصوصی و واگذاری زمین امکانات اعطایی تسهیلات به بخش خصوصی برای اجرای این گونه پروژه‌ها بلامانع است (مستعانی، ۱۳۷۶).

۴-۲ اهمیت کارآفرینی در صنعت توریسم

توسعه در صورتی محقق می‌شود که از کلیه منابع تولیدی و اقتصادی استفاده بهینه را نمود و در بخش اقتصاد خدماتی نباید مسأله توریسم را از نظر دور داشت. یکی از آثار مهم و مفید پیشرفت صنعت گردشگری، ایجاد فعالیت و استفاده از نیروی انسانی متخصص است. گردشگری به عنوان یک بخش اقتصادی فعال می‌تواند از نیروی کار، بیشتر از سایر عوامل بهره برده و بدین سبب موجب ارتقا سطح اشتغال و در نتیجه حل مشکل بیکاری را فراهم آورد. تجربه ثابت نموده که سرمایه‌گذاری در این بخش به مراتب مطمئن‌تر و از ریسک کمتری برخوردار است و همچنین سریع‌تر از سایر سرمایه‌گذاری‌ها به نتیجه می‌رسد. مناطقی که استعدادهای بالقوه جذب توریست را دارند، نباید از منافع زودرس این صنعت غافل باشند بلکه باید هر چه زودتر موجبات توسعه و ترقی این صنعت را در سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی خویش فراهم آورند. در شرایطی که کشورهای عضو اوپک از محل صادرات نفت ۱۳۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۲ کسب درآمد داشته‌اند کشورهای اروپایی در همان سال از محل جذب توریست ۱۴۲ میلیارد دلار درآمد داشته‌اند. جذب گردشگر می‌تواند موجب عمران و آبادانی، شکوفایی، رشد و توسعه و تعامل فرهنگی شده و به مثابه پایه‌ای سنگین برای کسب درآمد مردم تبدیل گردد. سوق دادن خیل عظیم بیکاران به این سمت، علاوه بر زمینه ایجاد چندین فرصت شغلی به صورت غیرمتمرکز و شکوفایی و رونق اقتصادی، عامل مهمی در کاهش بیکاری خواهد بود که تشکیل تعاونی‌های گردشگری راهی مناسب برای تحقق این امر است (سلیم، ۱۳۷۷).

۵-۱۲ ایجاد اشتغال از طریق تعاونی‌های گردشگری

گردشگری صنعتی، کار طلب و اشتغال‌زا می‌باشد. این صنعت افراد را با مهارت‌های گوناگون به کار گرفته و یکی از طرق مؤثر برای غلبه بر مشکل بیکاری است و منافع ایجاد اشتغال ناشی از این صنعت متعدد است. صنعت گردشگری یکی از منابع مهم ایجاد اشتغال محسوب می‌شود. علی‌رغم ویژگی‌های بالقوه موجود در شهرهای ایران اعم از آب و هوا، وجود اماکن دیدنی تاریخی و مذهبی، زمینه‌های اکوتوریسم و غیره متأسفانه در راستای ایجاد اشتغال و درآمد، اقدامی اساسی صورت نگرفته است. تعاونی‌های سیاحتی و گردشگری با برنامه‌ریزی مناسب و اقدامات اساسی می‌توانند زمینه ورود و حضور گردشگران را به شهرستان‌ها فراهم آورند. با توسعه گردشگری می‌توان سالانه مشتاقان بسیاری را برای دیدار از طبیعت زیبا،

پذیرا بود. اکوتوریسم، نشانه‌ای از صنعت عظیم گردشگری است که هدف گردشگر، لذت بردن از طبیعت می‌باشد با بررسی جغرافیای طبیعی مناطق و وجود نقاط و اماکن دیدنی فراوان، خود عاملی جهت توسعه اکوتوریسم می‌باشد، به شرطی که تبلیغات مناسب جهت معرفی دیدنی‌های شهرها از قبل صورت پذیرد. از مزایای اکوتوریسم می‌توان اشاره نمود که توریست طبیعت‌گرد احتیاج به هتل چند ستاره ندارد و صرفاً دامان طبیعت را انتخاب می‌نماید. بر اساس بررسی‌های انجام‌یافته در آمریکای شمالی طبیعت‌گردان در هر سفر خود معادل ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ دلار هزینه می‌کنند (توانمندی‌های خراسان . ۱۳۸۰).

۶-۲ مشکلات موجود بر سر راه توسعه گردشگری

۱- از شروط مهم رشد و توسعه گردشگری، رسیدن به یک وفاق ملی در بین همه نهادهای مرتبط و هم رأی است. تعداد مراکز تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در بخش توریست و موازی‌کاری در بعضی بخش‌ها توسط سازمان‌ها از مشکلات اساسی است.

۲- عدم وجود هتل و مراکز اقامتی مناسب (در صورت استقبال وجود یک هتل جوابگو نخواهد بود)

۳- ناشناخته ماندن زمینه‌های جذب گردشگر

۴- عدم وجود انگیزه در بین جوانان و فارغ‌التحصیلان برای انجام فعالیت اقتصادی

۵- عدم دسترسی به خط آهن (خط آهنی که در سال ۸۴ افتتاح گردیده مختص قطارهای باری است)

۶- عدم معرفی جاذبه‌های گردشگری در مقیاس ملی و بین‌المللی

۷- عدم وجود فرودگاه

۸- عدم وجود راه‌ها و خطوط ارتباطی استاندارد

۹- عدم استقبال بخش‌های دولتی و خصوصی در سرمایه‌گذاری خدمات توریستی به دلایل مختلف

۱۰- عدم حمایت بخش دولتی از فعالیت‌های توسعه توریست و گردشگری

۱۱- عدم برنامه‌ریزی یا خلاء هرگونه طرح جامع توسعه توریست در منطقه

۱۲- عدم به‌کارگیری نیروهای مجرب و مطلع در بخش خدمات‌رسانی در گردشگری

۳- نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب ذکر شده و با توجه به اهمیت ایجاد اشتغال در کشور به‌ویژه برای افراد محلی، کاهش فقر، جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهر و رسیدن به اهداف توسعه پایدار، انجام این تحقیق برای بررسی راهکارهای توسعه گردشگری و اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی ضرورت داشت تا با شناخت مؤلفه‌های توسعه گردشگری و اکوتوریسم تأثیرگذار، در جهت توسعه این صنعت، ایجاد کار و رفع معضل بیکاری در کشور گام مؤثری برداشته شود.

نظر به وجود جاذبه‌های متعددی در شهرهای ایران و اهمیت آن در اقتصاد و ارتباط با نقش تعاون در ایجاد اشتغال می‌بایست با برنامه‌ریزی مدرن در خصوص توسعه صنعت گردشگری تلاش نمود. با در نظر گرفتن تعداد میلیونی گردشگر سالیانه شهرهای ایران، می‌توان ضمن اتخاذ تدابیری بخشی از این سیل عظیم را به سمت شهرهای ایران سوق داد.

با تقسیم جاذبه‌های گردشگری شهرها به ۳ بخش تاریخی، مذهبی - فرهنگی و طبیعی می‌توان این جاذبه‌ها را به طور موقت یا درازمدت با شرایطی خاص به تعاونی‌های گردشگری واگذار نمود. تا از این طریق هم موجبات ارتقا این مراکز را فراهم آورد، و امکان جذب هر چه بیشتر گردشگران را ایجاد نمود و هم سبب ایجاد اشتغال و کسب درآمد برای خیل عظیم جوانان تحصیل کرده را فراهم نمود.

یکی از عوامل مهم موقعیت برنامه‌های توسعه و اصلاً هر برنامه اقتصادی دیگر به میزان مشارکت عملی و عمومی مردم وابسته است، تعاونی‌ها به بهترین صورت می‌توانند زمینه‌ساز و تأمین‌کننده چنین مشارکتی باشند.

نظر به معضل بیکاری در مناطق مختلف، ایجاد زمینه حداکثر استفاده از امکانات موجود به شیوه تعاونی، می‌تواند به عنوان یک راه حل مد نظر قرار گیرد (رستم نژاد، ۱۳۸۴)؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که ساختار سازمانی برای شروع همکاری سازمان‌ها با هم دیگر برای ارتقاء برنامه کاری عمومی توسعه یابد. برای این منظور نیاز به آموزش درباره منافع تعاون و طراحی برنامه‌های آموزشی برای تسهیل تعاون بین سازمانی و آموزش توریسم موردنیاز می‌باشد. توسعه پیوندهای میان سازمانی کل صنعت توریسم و اکوتوریسم را قوی‌تر خواهد کرد

۳-۱-۱-۳ پیشنهادات

جهت توسعه صنعت گردشگری و اکوتوریسم در شهرها به شیوه تعاونی موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

توسعه و گسترش مشارکت‌های مردمی در فعالیت‌های گردشگری با هدف کاهش تصدی‌گری

ترغیب مردم به گسترش سرمایه‌گذاری‌ها در بخش گردشگری و کمک به عمران و آبادی هر چه بیشتر مناطق

کمک به تأسیس موزه حیات‌وحش طبیعی و موزه آثار باستانی

گسترش برنامه‌های آموزشی و فرهنگی از جانب مؤسسات و سازمان‌های ذی‌ربط

ایجاد شرکت‌های تعاونی جهت ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران:

از جمله تورهای شهرستان - تأسیس مکان‌های اقامتی - تأسیس رستوران‌های سنتی با ارائه انواع غذاهای سنتی شهرستان‌ها

- تأسیس غرفه صنایع دستی و سوغات شهرستان‌ها - تهیه کاتالوگ و بروشورهایی با محتوای معرفی اماکن سیاحتی و دیدنی

با حضور جوانان و فارغ‌التحصیلان علاقه‌مند در شهرستان‌ها.

موزش مدون و رسمی علاقه‌مندان فعالیت در این بخش

افزایش سهم مشارکت مردم در مدیریت شهری

ایجاد زمینه مشارکت و همیاری متقاضیان با مسئولان و مدیران شهر و شورای شهرستان‌ها به جهت انجام خدمات بهینه‌سازی

و زیباسازی شهرستان و ارتقای رفاه عمومی شهری

استفاده از افراد مجرب و متخصص به جهت ماهیت تخصصی بودن فعالیت گردشگری و ارتقای مهارت و دانش آنان.

در تعاونی‌ها اقدام به افزایش درآمد اعضا از طریق توسعه گردشگری، برقراری ارتباط بیشتر با اتحادیه‌های توریسمی، ایجاد تمهیدات لازم در خصوص استفاده از منابع طبیعی برای جذب گردشگر و توسعه اکوتوریسم و اقدام به اشتغال‌زایی از طریق منابع طبیعی نمایند. در تعاونی‌ها اقدام به افزایش درآمد اعضا از طریق توسعه گردشگری نمایند. تعاونی‌ها ارتباط بیشتری با اتحادیه‌های توریسمی برقرار نمایند. برای استفاده از منابع طبیعی برای جذب گردشگر و توسعه اکوتوریسم

تمهیدات لازم اندیشیده شود. تعاونی‌ها برای توسعه اکوتوریسم اقدام به اشتغال‌زایی از طریق منابع طبیعی نمایند.

۴- منابع

۱. سلیم، غلامرضا، اصول مدیریت تعاونی‌ها، انتشارات دانشگاه پیام‌نور، تهران ۱۳۷۷.
۲. مستعانی، محمدحسین، قوانین و مقررات تعاونی ج ۲، وزارت تعاون، تهران ۱۳۷۶.
۳. رستم نژاد، غلامحسین، (۱۳۸۴). اولین گام برای توسعه بخش تعاون، نشریه تعاون شماره ۱۶۷
۴. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور (۱۳۸۴) قانون برنامه چهارم توسعه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران) ۱۳۸۸-۱۳۸۴
۵. روزنامه خراسان، (۱۳۸۰) مقاله گردشگری، محور توسعه در استان اصفهان، روزنامه خراسان، خرداد ۸۰
۶. مجموعه مقالات همایش بررسی و معرفی توانمندی‌های استان خراسان برای ایجاد اشتغال و تولید از طریق تشکلهای تعاونی ۱۳۸۰
۷. مجموعه سخنرانی‌ها و مقالات همایش بررسی و معرفی توانمندی‌های استان همدان برای ایجاد اشتغال و تولید از طریق تشکلهای تعاونی، ۱۳۸۰.
۸. شمشاد. معصومه، ملک محمدی. ایرج، حسینی نیا. غلام حسین، میردامادی. سید مهدی، (۱۳۸۸)، بررسی میزان توسعه اکوتوریسم در تعاونی‌های منابع طبیعی و عوامل موثر بر آن در استان گلستان، فصلنامه انسان و محیط زیست، شماره ۸، دوره ۷، شماره ۳ (۱۰-پیاپی ۲۱)، مهر ۱۳۸۸، صفحه ۷۵-۶۷.

بررسی عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان زنجان)

جواد معصومی^۱

چکیده

تولید صنایع دستی به عنوان شغل دوم در جوامع روستایی نقش قابل توجهی در افزایش درآمد روستاییان، کاهش بیکاری، تولید ملی و صادرات کشور داشته است. با توجه به چالش‌های موجود اگر توسعه صنایع دستی در روستا با مشارکت همه‌جانبه روستاییان در قالب شرکت‌های تعاونی مردمی باشد به نحوی کارآمدتر می‌تواند پاسخگوی عقب‌ماندگی تعاون در مناطق روستایی باشد. چرا که تعاونی‌ها از جمله منابع بالقوه‌ای هستند که با تقویت و تجدید ساختار و سازمان‌دهی آنها، می‌توان در راستای توسعه همه‌جانبه قدم برداشت؛ بنابراین فراهم‌ساختن بستر رشد و توسعه تعاون در روستا، کمک شایانی به توسعه صنایع دستی خواهد کرد؛ لذا شناسایی نقش عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی از اهمیت بالایی برخوردار است. هدف این تحقیق بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی در مناطق روستایی بوده است. جامعه آماری این تحقیق تولیدکنندگان صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان بودند که با روش تحقیق کمی و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده نمونه موردنظر از سطح روستاهای شهرستان مذکور انتخاب گردید. حجم نمونه بر اساس جدول بارتلت و همکاران و فرمول کوکران برابر با ۲۰۰ نفر تعیین گردید. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسش‌نامه بود. روایی ظاهری و محتوایی ابزار تحقیق با استفاده از نظر متخصصان موضوعی مورد تأیید قرار گرفت. به منظور بررسی پایایی ابزار موردنظر، پیش‌آزمون انجام گردید و مقدار ضریب آلفای کرونباخ آن برای متغیرهای تحقیق، بالای ۷۰ درصد به دست آمد که نتایج ضرایب حاصل، حاکی از پایایی مناسب ابزار بود. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل فردی مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی همچون خودکارآمدی، فرصت‌شناسی، اعتماد به نفس، انگیزه و آینده‌نگری رابطه مثبت داشته و عامل مهارت‌های رایانه‌ای رابطه منفی با تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی دارند. همچنین نتایج نشان داد که در میان عوامل محیطی مؤثر بر تشکیل و توسعه تعاونی‌های صنایع دستی، عوامل اقتصادی و اجتماعی رابطه مثبت و عامل سازمانی رابطه منفی با گرایش با تشکیل و توسعه تعاونی‌های صنایع دستی داشته‌اند.

واژگان کلیدی: صنایع دستی، تعاون، تعاونی صنایع دستی، مناطق روستایی

^۱ کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی، دانشگاه تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. ایمیل: masoomij@gmail.com

۱- مقدمه

افزایش جمعیت و به دنبال آن افزایش نرخ بیکاری از جمله چالش‌هایی است که گریبان‌گیر کشورهای در حال توسعه شده است، به نحوی که در چند دهه اخیر برنامه‌ها توسعه کشور، مبتنی بر رفع مشکل بیکاری تنظیم می‌شود. اشتغال از ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی برخوردار بوده است که از سویی سبب توسعه خدمات و در نتیجه افزایش درآمد شده و از سویی دیگر از بروز بیکاری و سایر معضلات اجتماعی ناشی از آن جلوگیری می‌کند. بخصوص در روستاها که حدود ۳۰ درصد جمعیت کشور را تشکیل داده‌اند. به علت محدودیت توسعه فعالیت‌های کشاورزی، بسیاری از افراد بیکار به شهرها هجوم آورده‌اند که از طرفی سبب افزایش جمعیت در شهرها و حاشیه‌نشینی شده و از طرف دیگر با افزایش بیکاری در شهرها، افراد به مشاغل کاذب و برخی انحرافات اجتماعی روی می‌آورند. بر همین اساس موضوع اشتغال از اولویت‌های اصلی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌ها، در امر توسعه روستایی می‌باشد (ابراهیم‌پور و صمدی، ۱۳۹۴: ۳۸). با توجه به آمار و اطلاعات به دست آمده، در حال حاضر بیش از ۱۵۰ کشور جهان در زمینه مشاغل خانگی فعالیت می‌کنند. چرا که این نوع مشاغل به علت مزیت‌های فراوانی که دارند، به سرعت توسعه یافته و سهم به‌سزایی در کاهش بیکاری و توسعه اقتصادی و اجتماعی این کشورها داشته‌اند. اما در کشور ما در مقایسه با آمارهای جهانی به علت قرار گرفتن این کسب‌وکارها در بخش غیررسمی اقتصاد، گرایش چندانی به این نوع مشاغل دیده نشده است (تقی بیگی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۸۵). بخصوص تولید صنایع دستی که ریشه در تمدن کشور دارد و جزء مشاغل خانگی محسوب می‌گردد با توجه به ضعف ساختارهای تشکیلاتی و حمایتی و عرضه سنتی محصول، کاهش یافته است. در حالی که تولید صنایع دستی در افزایش صادرات غیرنفتی کشور، می‌تواند نقش قابل توجهی داشته باشد. یکی از راه‌های تقویت این مشاغل و تسهیل دسترسی شاغلان در این بخش به عوامل تولید و افزایش درآمد و توسعه پایه‌های اقتصادی و اجتماعی آنان، ایجاد تشکلهایی مانند تعاونی می‌باشد (میرباقری، ۱۳۹۴: ۶). با توجه به اینکه نیروی کار و مواد اولیه مورد نیاز صنایع دستی، در داخل کشور و مناطق روستایی فراهم می‌باشد، افزایش تولید محصولات صنایع دستی تأثیر مثبت بر افزایش تولید ناخالص ملی خواهد داشت. از طرفی توسعه صنایع دستی می‌تواند اقتصاد کشور را از صادرات نفتی خارج کرده و صادرات غیرنفتی را سبب شود. چرا که صدور مواد خام و کالاهای نیمه‌ساخته و کامل صنایع دستی با ایجاد درآمدهای ارزی در صادرات، سبب توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها شده است. از طرف دیگر با توجه به معضل بیکاری در کشورهای در حال توسعه و افزایش مهاجرت روستا - شهری در بین جوانان روستایی، توسعه صنایع دستی به علت عدم نیاز به سرمایه‌گذاری بالا و دسترسی آسان به منابع، می‌تواند به عنوان شغل ثابت و پایدار برای جوانان روستایی و به خصوص زنان به علت قابلیت اشتغال در منزل تلقی شده و سبب افزایش درآمد و کاهش مهاجرت شود. در این میان تأکید دولت و سازمان‌ها برای افزایش تولید و توسعه محصولات صنایع دستی، ایجاد تشکلهایی نظیر تعاونی‌ها بوده است تا سبب تجمع سرمایه‌های اندک صنعتگران برای تولید و سهولت بازاریابی محصولات برای فروش شده و علاوه بر افزایش اشتغال و درآمد، از طریق صادرات صنایع دستی توسعه اقتصادی کشور را سبب شود؛ بنابراین توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی از لحاظ توزیع عادلانه درآمد، استفاده بهینه از منابع، کاهش بیکاری، جلوگیری از مهاجرت و شکوفایی استعداد و خلاقیت‌های روستاییان بسیار حائز اهمیت می‌باشد. این تحقیق علاوه بر در نظر گرفتن کلیه ابعاد عوامل فردی (دموگرافیک، روان‌شناختی و حرفه‌ای)، عوامل محیطی را نیز به صورت جامع مورد بررسی قرار داده است تا مؤثرترین عوامل را برای تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی شناسایی کرده و در جهت ایجاد تعاونی‌های صنایع دستی راهگشا باشد. نتایج

تحقیق حاضر می‌تواند ضمن بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی، به سازمان‌های متولی و کارشناسان و برنامه‌ریزان در جهت بهبود وضعیت صنعتگران صنایع دستی کمک نماید.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- اهمیت تعاونی‌های صنایع دستی

در بخش اقتصاد تعاونی اهداف دولت‌ها افزایش تولید و درآمد ملی، رسیدن به اشتغال و کاهش نرخ بیکاری، ثبات قیمت‌ها و کاهش تورم و توسعه صادرات و افزایش درآمدهای ارزی برای برقراری عدالت اقتصادی در جامعه است. بیشتر کشورهای در حال توسعه استراتژی‌هایی را برای افزایش درآمد ملی اتخاذ نموده‌اند؛ اما به علت رشد بی‌رویه جمعیت، بیکاری، کم‌کاری، نقصان تشکیل سرمایه داخلی و عدم وجود منابع مالی کافی بر اجرای برنامه‌ها و غیره طبق برنامه و استراتژی خود پیش نرفتند. به همین دلیل با توجه به سهولت گسترش صنایع کوچک و دستی به تقویت توسعه و گسترش این صنایع در برنامه توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه اصرار ورزیدند (Nazemi, 2016, 500). مهم‌ترین دستاوردهای اقتصادی و اجتماعی انسان‌ها حاصل مشارکت بوده است که در این میان تعاونی‌ها سازمان‌هایی می‌باشند که به دلیل تأکید بیشتر بر جنبه‌های انسانی از اهمیت بالاتری برخوردارند و سبب تسهیل فعالیت تولیدکنندگان می‌شوند (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی: ۱۳۹۹). شرکت‌های تعاونی به دلیل تجمیع امکانات، منابع و سرمایه‌های اندک و به همراه آن توسعه مدیریت، نقش به‌سزایی در توانمند نمودن مردم به خصوص مردم روستایی در زمینه تولید و بازاریابی صنایع دستی و اشتغال‌زایی دارند. همچنین این شرکت‌ها به علت انعطاف‌پذیری جغرافیایی و اجرای برنامه‌های عدم تمرکز، فعالیت‌های صنعتی را تسهیل می‌نمایند. برنامه‌ریزی و تمرکز دولت بر کاهش وابستگی به صادرات نفتی، سبب توجه فراوان دولت به شرکت‌های تعاونی شده است (Miller, 2011: 2). توسعه‌ای که تعاونی‌ها به دنبال آن می‌باشند توسعه پایدار است. تعاونی‌ها به عنوان سازمان‌های مشارکتی عدالت و برابری را تشویق می‌کنند و به عنوان بنگاه اقتصادی برای اعضا خدمات بازرگانی فراهم می‌کنند. تعاونی‌های صنایع دستی از جمله تعاونی‌هایی هستند که می‌توانند ابزارهایی فراهم آورند که به کمک آنها افراد بیشتری می‌توانند ایجاد اشتغال مولد، غلبه بر فقر و نیل به یکپارچگی اجتماعی را به دست آورند. در واقع تعاونی‌های صنایع دستی جزو سازمان‌هایی می‌باشند که درآمد و سرمایه جمعیت فقیر نواحی روستایی را ارتقا می‌بخشند و موجب می‌شوند تا درآمد روستاییان افزایش پیدا کند و حصول به توسعه پایدار تسهیل گردد.

۲-۲- عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی‌های صنایع دستی

عوامل مؤثر بر تشکیل و توسعه تعاونی‌های صنایع دستی در قالب عوامل فردی (دموگرافیک، روان‌شناختی و حرفه‌ای) و محیطی (اقتصادی، اجتماعی، سازمانی، زیرساختی و ترویجی) می‌باشد که در قالب جدول شماره (۱) آورده شده است.

۲-۲-۱- عوامل فردی

بر مبنای نتایج پژوهش‌های انجام شده، ویژگی‌های فردی را می‌توان از مؤثرترین عوامل در فرآیند توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی دانست. توسعه با کالاهای مادی آغاز نمی‌شود؛ بلکه فراهم نمودن منابع اصلی توسط انسان و ذهن او سبب توسعه می‌شود. بر اساس بررسی‌های کینگوندو (2002: 255) و مک کلند (190: 961) ویژگی‌های شخصیتی افراد را می‌توان در قالب سه متغیر اصلی شامل متغیرهای دموگرافیک، روان‌شناختی و حرفه‌ای تقسیم نمود.

۲-۲-۱-۱- بخش دموگرافیک

سن، جنس، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل و تعداد افراد خانوار از جمله ویژگی‌های دموگرافیک به شمار می‌روند (Kiggundo, ۲۰۰۲, ۵۲۶).

۲-۲-۱-۲- بخش روان‌شناختی

یکی از ابعاد ویژگی‌های فردی مربوط به بعد روان‌شناختی می‌باشد که در این بین مسعود نیا (۱۳۸۱:۸۹) در ارزیابی رویکردهای شخصیتی و تأثیر آن بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک متغیرهای روان‌شناختی را از قبیل آینده‌نگری، فرصت‌شناسی، خودکارآمدی، اعتماد به نفس، خلاقیت، انگیزه و ریسک‌پذیری معرفی کرده است.

۲-۲-۱-۳- بخش حرفه‌ای

راه‌اندازی و توسعه یک کسب‌وکار کوچک علاوه بر عوامل روان‌شناختی، نیازمند پژوهش و برنامه‌ریزی در کسب درآمد، سودآوری و گسترش تولیدات خود از طریق برخورداری از مهارت‌های مدیریتی می‌باشد. علاوه بر مهارت‌های مدیریتی، آشنایی با تکنولوژی و مهارت‌های رایانه‌ای نیز کمک بسیاری به دسترسی افراد به اطلاعات و عوامل و ابزار تولید می‌کند که سبب تولید شده و در بهبود کیفیت زندگی نقش بسیاری داشته است (Akilandeewari and Pitchai, ۲۰۱۶:۱۲). همچنین حسینی نیا و همکاران (۱۳۹۳:۵۵۵) در بین عوامل حرفه‌ای علاوه بر داشتن هدف و مهارت‌های مدیریتی، توان قدرت چانه‌زنی را نیز از عوامل حرفه‌ای مؤثر در تولید صنایع دستی بیان نموده است.

۲-۲-۲- عوامل محیطی

۲-۲-۲-۱- بخش اقتصادی

با توجه به اینکه یکی از مشکلات و مسائل اساسی توسعه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، کمبود سرمایه بوده است. بنابراین تشکیل تعاونی در مناطق روستایی، بهترین راه تجمیع امکانات مالی اندک افراد قشر متوسط جامعه می‌باشد. عامل پس‌انداز و انباشت سرمایه منجر به تشکیل سرمایه و سرمایه‌گذاری می‌شود. سرمایه‌گذاری خود بقای تولید است. به این ترتیب شرکت‌های تعاونی با داشتن سرمایه پایین‌تر سبب توسعه اشتغال خرد در مناطق روستایی شده و افزایش درآمد و در نتیجه کاهش بیکاری و مهاجرت را در پی خواهد داشت (James and Issac, ۲۰۰۵:۵).

۲-۲-۲-۲- بخش اجتماعی

انسان‌ها با فطرت اجتماعی بودن خلق شده‌اند و زندگی آنها بر پایه اجتماعی بنا شده است. این ضرورت مشوق آنها شده است تا مشکلات و نارسایی‌های روزمره خود را با تشریک مساعی و تعاون مرتفع ساخته و در راه رسیدن به اهداف و زندگی سالم اجتماعی، گام‌های مؤثرتری بردارند (Amini and Ramezani, ۲۰۰۸: ۸۳). شرکت‌های تعاونی سازمان‌های رسمی هستند که با مشارکت عده‌ای از افراد به صورت داوطلبانه و بر اساس وجود اعتماد بین آنها برای تحقق نیازها و دستیابی به اهداف مشترک تأسیس و اداره می‌شوند. این مؤسسات یکی از وسیع‌ترین شبکه‌های اقتصادی و اجتماعی در اکثر کشورهای جهان هستند که بستر مناسبی را برای مشارکت و دخالت مردم در اموری که در زندگی‌شان تأثیر دارد، فراهم کرده است.

۲-۲-۳- بخش سازمانی

راهاندازی و توسعه هر کسب و کاری نمی تواند بدون در نظر گرفتن نقش سازمان ها و نهادهای گوناگون انجام شود، چرا که هر گونه فعالیتی به نوعی به سازمان دهی و تشکیلات در سطوح مختلف ملی و محلی نیاز دارد که دولت، سازمان ها و ارگان های ذی ربط آن، از جمله این نهادها هستند (Lordkipanidze, ۲۰۰۲:۳۰). همچنین فراهم آوردن منابع و امکانات و شرایط لازم در جهت تجاری سازی ایده ها و محصولات تولیدکنندگان به عنوان مهم ترین حمایت های سازمانی شناخته شده است، به این دلیل که تولیدکنندگان محصولات صنایع دستی در صورت تشویق های متنوع دولت برای تولید و فروش محصولات، ایده های خود را عملی می کنند (Puji et al., ۲۰۱۵:۱۱۷).

۲-۲-۴- بخش زیرساختی

زیرساخت عبارت است از امکانات، سامانه ها و بناهایی که به یک هر یا کشور خدمت رسانی می کنند این واژه در زمینه های گوناگون معانی متفاوت می دهد و ممکن است اشاره به زیرساخت نرم یا زیر ساخت سخت باشد. سرمایه گذاری در زیر بنای اقتصادی و بالاخص در حوزه تعاون نخستین شرط توسعه و رشد اقتصادی است و امکان سرمایه گذاری های پسین بخش خصوصی را فراهم می کند. در حوزه تعاون در کنار عوامل فردی، اقتصادی عوامل زیرساختی که شامل فراهم نمودن امکانات و شرایط فیزیکی، علمی و فناوری بوده است، به عنوان تکمیل کننده زنجیره ارتباطی و حمایتی مناسب بین تبدیل ایده های تولیدکنندگان به واقعیت های اقتصادی قابل عرضه در بازار می باشند (Abduh et al., ۲۰۰۷:۷۴). همچنین در صورت حمایت های زیرساختی دولت، تولیدکنندگان می توانند در قالب تعاونی با هم مشارکت کنند تا در فرآیندهای تولید، بازاریابی و فروش مشکلی نداشته و به توسعه در تولیدات صنایع دستی برسند. از طرفی مشارکت در تشکیل های تعاونی، تسهیل کننده حمایت های زیرساختی از طرف دولت می باشد (ریزه وند و پوراشرف، ۱۳۹۴:۳)

جدول شماره (۱): عوامل موثر بر تشکیل و توسعه تعاونی های صنایع دستی

عامل	متغیر اصلی	متغیر مستقل
فردی	دموگرافیک	سن
		جنس
		وضعیت تاهل
		بعد خانوار
	روانشناختی	آینده نگری
		میزان فرصت شناسی
		خودکارآمدی
		اعتماد به نفس
		خلاقیت
		انگیزه
	حرفه ای	ریسک پذیری
		مهارت های مدیریتی
		مهارت های رایانه ای
میزان آشنایی با اصول و مبانی تعاونی		
اقتصادی	توان قدرت چانه زنی	
	شغل اصلی و فرعی	

میزان درآمد		محیطی	
میزان مالکیت			
سرمایه شخصی			
میزان دسترسی به منابع مالی و موسسات			
دسترسی به منابع تولیدی			
اقتصاد مقیاس			
تبلیغات و بازاریابی			
هزینه تهیه مواد اولیه			
مشارکت اجتماعی			اجتماعی
ارتباطات اجتماعی			
سیاست های تشویقی و ترغیبی دولت	سازمانی		
شناسنامه دار نمودن محصولات تولیدی کارگاه ها (برند و آرم)			
معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق			
نظارت و برنامه ریزی توسط دولت			
حمایت های مالی			
یارانه های مورد نیاز برای صادرات محصول			
بیمه شغلی و قانون بازنشستگی			
حمایت دولت جهت شرکت در نمایشگاه ها			
موانع قانونی			
بوروکراسی اداری، اطلاع رسانی و حمایت های مشاوره ای			
ایجاد بازارهای محلی برای فروش محصولات	زیر ساختی		
تبلیغات و بازاریابی رسانه ای			
حمایت جهت ایجاد مراکز بهداشتی			
برگزاری کلاس های آموزشی			
زیرساخت های حمل و نقل			
زیرساخت های فناوری و تجارت الکترونیک			
دسترسی به امکانات و خدمات فنی و تخصصی			
منابع اطلاعاتی/رسانه ای		ترویجی	

منبع: یافته های تحقیق

۲-۴- پیشینه تحقیق:

۲-۴-۱- مطالعات داخلی در ایران

گل محمدی و همکاران (۱۳۹۴:۲۵) در پژوهشی با عنوان توسعه اشتغال خانگی راهکاری مناسب در توانمندسازی زنان روستایی شهرستان زابل، موانع توسعه مشاغل خانگی را به ترتیب موانع و مشکلات جنسیتی، موانع مربوط به فروش تولیدات و محصولات با قیمت مناسب و موانع و مشکلات دیگر در ثبت شرکت ها و فعالیت تولیدی و اخذ وام اشاره کرده اند.

صباغی و رجائی (۱۳۹۵:۸) در بررسی عوامل موثر بر موفقیت تعاونیهای تولید روستایی شهرستان ابهر به این نتیجه رسیدند که میان عواملی نظیر آگاهی از اصول شکل گیری تعاونی، رضایت مندی اعضا، میزان مشارکت اعضا و بهره مندی آنان از آموزش و مشارکت افراد در قالب تعاونی، رابطه ی مثبت و معنی داری وجود دارد.

حیدری ساریان (۱۵۱: ۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی در مناطق روستایی را شامل چهار مؤلفه؛ بهبود مدیریت داخلی، توانمندی‌های مشارکتی و انگیزشی، بهبود توانمندی‌های اقتصادی و بهبود آموزش و نظارت بیان کردند.

کلانتری و لوایی آدریانی (۴۳- ۴۲: ۱۳۹۵) در مطالعه‌ای تحت عنوان شناسایی و تبیین چالش‌های پیش روی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در ایران با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی، نشان دادند که از عوامل مؤثر در توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی، عوامل اقتصادی، اجتماعی و سازمانی می‌باشند که توجه بیشتر به عوامل اقتصادی و سرمایه محوری و کم‌توجهی به سرمایه اجتماعی و منابع انسانی و همچنین کمبود دانش و تجربه کاری، سبب کاهش انگیزه به عنوان موانع فردی و در نتیجه کاهش مشارکت افراد در توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی شده است.

۲-۴-۲- مطالعات خارجی

پارتیک و همکاران (۲۰۱۶: ۱۲۱) در تحقیقی با عنوان تعاونی‌ها به عنوان تسهیل‌گر برای پایداری محلی یک آنالیز کیفی از فرآیند توسعه مشارکتی به سوی یک تشکل، نشان دادند که عواملی مانند؛ افزایش تولیدات و خدمات تسهیل‌بازاریابی و در نتیجه افزایش خلاقیت و نوآوری، سبب افزایش مشارکت و کارآفرینی افراد در قالب تعاونی و پایداری آنان در شغل خود می‌شوند.

گالگو بونو و چائوس- آویلا (۲۰۱۶: ۴۹۱) در تحقیقی تحت عنوان نوآوری نظام‌های تعاونی و تغییرات ساختاری، چنین نتیجه‌گیری نمودند که در زمینه عوامل داخلی و خارجی، تسهیل قوانین دست و پاگیر و میزان بازاریابی، مهم‌ترین عامل برای افزایش نوآوری و مشارکت افراد در قالب تعاونی و سپس توسعه آنها می‌باشد.

آلتمن (۲۰۱۵: ۲۱) در مطالعه‌ای تحت عنوان سازمان‌های تعاونی به عنوان موتور توسعه اقتصادی عادلانه روستایی، عوامل داخلی نظیر؛ مهارت‌های بازاریابی و قدرت چانه‌زنی روستاییان، میزان بازدهی و کیفیت تولیدات و خدمات و افزایش درآمد را در افزایش رقابت تشکل‌ها در بازارهای محلی و ملی و توسعه اقتصادی روستاها معنی‌دار ارزیابی نموده است.

پوزا و همکاران (۲۰۱۶: ۲۹) در مطالعه‌ای تحت عنوان فردگرایی در مقابل مشارکت جمعی نقش دوگانه‌ای از تعاونی‌ها، نشان دادند که عواملی نظیر؛ توجه به منافع همه اعضا، میزان مشارکت و مسئولیت‌پذیری، میزان رضایت اعضا و میزان آموزش برای ارتقاء ویژگی‌های شخصیتی، سبب افزایش انگیزه افراد برای ایجاد مشاغل و در نتیجه مشارکت آنها در قالب تشکل‌های تعاونی می‌شود.

۳- روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ نوع پژوهش کمی بوده و از نظر هدف، جزء تحقیقات کاربردی به شمار می‌رود. مطالعه تحلیلی - توصیفی حاضر با روش پیمایش انجام شده است. بخش نظری بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای و با مراجعه به پایگاه‌های اینترنتی معتبر جمع‌آوری شده است. در این بخش پرسش‌نامه اولیه، مبتنی بر چهارچوب مفهومی طراحی گردیده است و پس از بررسی روایی پرسش‌نامه بر اساس نظر اساتید و پایایی بر اساس پیش‌آزمون، پرسش‌نامه نهایی طراحی و اقدام به جمع‌آوری داده‌های

میدانی از روستاییان به شیوه مصاحبه حضوری شده است. در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS ۲۰ و AMOS ۲۰ به کار رفته است.

۳-۱- متغیرهای پژوهش

متغیرهای این مطالعه در قالب متغیرهای مستقل و وابسته قابل بررسی می‌باشند که در ادامه به شرح هر یک پرداخته شده است: متغیر وابسته: در این پژوهش توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی، متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. متغیرهای مستقل: متغیرهای مستقل این تحقیق در قالب عوامل فردی و محیطی مورد مطالعه قرار گرفته است.

۳-۲- فرضیات تحقیق

۱- فرضیه مرتبط با عوامل فردی: بین ویژگی‌های فردی (بخش دموگرافیک، حرفه‌ای و روان‌شناختی) با گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در مناطق روستایی شهرستان زنجان رابطه وجود دارد.
۲- فرضیه مرتبط با عوامل محیطی: میان عوامل اقتصادی (درآمد کل خانوار)، عوامل اجتماعی (مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و عضویت در تشکله‌ها)، عوامل سازمانی (نظارت و برنامه‌ریزی توسط دولت، حمایت مالی، بوروکراسی اداری)، عوامل زیرساختی (زیرساخت حمل و نقل، زیرساخت فناوری و ارتباطی) عوامل ترویجی (شرکت در دوره‌های آموزشی) و گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در مناطق روستایی شهرستان زنجان رابطه وجود دارد.

۳-۳- جامعه آماری تحقیق

جامعه آماری این تحقیق شامل روستاییان شاغل در مشاغل صنایع دستی در شهرستان زنجان می‌باشد. شهرستان زنجان به عنوان مرکز استان با جمعیتی برابر ۵۲۱۳۰۲ نفر می‌باشد که ۴۳۳۴۷۵ نفر در شهر و ۸۷۸۲۶ نفر در روستا ساکن می‌باشند (آمارنامه ۱۳۹۵).

۳-۴- روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه

انتخاب نمونه‌ها بر اساس روش نمونه‌گیری طبقه‌ای در چند مرحله صورت گرفت. ابتدا از استان زنجان، شهرستان زنجان به عنوان خوشه اول انتخاب شد. خوشه بعدی مربوط به بخش‌های شهرستان زنجان بود که از سه بخش دو بخش انتخاب شد و از این دو بخش، چهار دهستان و از هر دهستان با انتساب متناسب براساس جمعیت دهستان، چند روستا به صورت تصادفی به شرح جدول شماره (۲) به عنوان خوشه‌های نهایی انتخاب گردیدند.

جدول شماره (۲): توزیع نمونه اختصاص یافته در شهرستان زنجان

شهرستان	بخش	دهستان	روستاهای منتخب	فاصله روستا تا شهر (کیلومتر)
زنجان	مرکزی	زنجانرود بالا	چپر	۱۵
			مجینه	۲۰
			والارود	۹
			یامچی	۲۵
	مرکزی	معجزات	سقل طولی	۳۰
			گوجه قیای مرکزی	۱۸
			باروت آغاجی	۲۵
			پنبه جوق	۳
	مرکزی	بناب	پایین کوه	۲
			دو اسب	۲
زنجانرود	زنجان رود پایین	کزبر	۲۸	
		باغلوچه آقا	۲۰	

منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه در سطح جامعه روستایی به روش تصادفی نمونه مورد نظر انتخاب و حجم نمونه بر اساس جدول بارتلت و همکاران و فرمول کوکران برابر با ۲۰۰ نفر تعیین گردید.

جدول شماره (۳) توزیع و پراکندگی نمونه آماری در مناطق روستایی شهرستان زنجان

تعداد نمونه	جمعیت کل دهستان	جمعیت دهستان		دهستان	بخش
		مرد	زن		
۷۹	۷۰۴۸	۶۵۲۴	۱۳۵۷۲	زنجانرود بالا	مرکزی
۶۲	۷۹۳۹	۵۲۵۶	۱۰۱۹۵	معجزات	
۲۴	۶۸۴۳	۷۳۰۳	۱۴۱۴۶	بناب	
۳۵	۸۳۴۸	۴۲۳۱	۴۱۱۷	زنجانرود پایین	زنجان رود

منبع: یافته های تحقیق

۳-۵- روش های گردآوری داده ها

در پژوهش حاضر از سه روش برای گردآوری اطلاعات استفاده شد:

الف) مطالعات اسنادی و کتابخانه ای

ب) جستجو از طریق منابع الکترونیکی

ج) مطالعه میدانی (تکمیل پرسش نامه)

۳-۶- روایی و پایایی تحقیق

در این پژوهش جهت انطباق ظاهری و تعیین دامنه محتوایی پرسش نامه از روش روایی ظاهری و محتوایی استفاده گردید. برای سنجش اعتبار ظاهری و محتوایی، پرسش نامه در اختیار اساتید و صاحب نظران قرار گرفت و پس از بررسی نهایی اصلاحات لازم انجام گردید. به منظور بررسی پایایی ابزار اندازه گیری برای بخش های مختلف پرسش نامه از آزمون آلفای کرونباخ در مرحله پیش آزمون استفاده گردید. نتایج در جدول شماره (۴) درج گردیده است. طبق جدول همه بخش های پرسش نامه از پایایی لازم برخوردار بودند.

جدول شماره (۴) مقادیر ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از عوامل و متغیرهای مورد مطالعه

مؤلفه ها	تعداد گویه ها	ضریب آلفا پیش آزمون	ضریب آلفا بر اساس داده نهایی
آینده نگری	۵	٪۷۱	٪۷۵
فرصت شناسی	۶	٪۷۳	٪۸۳
خودکارآمدی	۷	٪۸۶	٪۸۷
اعتماد به نفس	۶	٪۹۰	٪۹۲
خلاقیت	۶	٪۶۹	٪۷۰
انگیزه	۶	٪۷۶	٪۷۷
ریسک پذیری	۶	٪۹۵	٪۹۷
مهارت های مدیریتی	۷	٪۷۸	٪۸۸
قدرت چانه زنی	۵	٪۸۲	٪۸۴
آشنایی با اصول تعاون	۸	٪۹۹	٪۹۹
اقتصادی	۸	٪۷۱	٪۷۸
اعتماد اجتماعی	۸	٪۹۰	٪۹۰
مشارکت اجتماعی	۶	٪۵۸	٪۶۹
ارتباط اجتماعی	۴	٪۷۳	٪۸۶

سازمانی	۵۱۴	%۸۴	%۸۸
زیرساختی	۶	%۷۵	%۷۸
توسعه تعاونی صنایع دستی	۱۷	%۸۸	%۹۱

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج جدول، سازه‌های تحقیق از روایی تشخیصی مناسبی برخوردار است و بین متغیرهای تحقیق به ویژه متغیرهای مستقل، همپوشانی وجود نداشته و نشانگرهای هر سازه هر کدام به طور مستقل موضوعات جداگانه را ارزیابی می‌کنند.

۴- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در تحقیق حاضر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای آماری SPSS و AMOS استفاده شد. نتایج حاصل از این دو بخش در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ارائه گردید.

در این تحقیق با استفاده از شاخص‌های آماری از قبیل: فراوانی، میانگین و انحراف معیار به توصیف شرایط و عوامل فردی و اجتماعی و محیطی پرداخته شده است. همچنین در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی ارتباط میان عوامل و تعیین سهم هر یک از آنان از تکنیک تحلیل مسیر برای مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) و آزمون T تست مستقل و آزمون یو من وایت نی استفاده شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده آمار تحلیلی به دو صورت آمار توصیفی و استنباطی انجام گردید. در بخش توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری همانند؛ فراوانی، میانگین و انحراف معیار به توصیف وضعیت متغیرها پرداخته می‌شود. بخش توصیفی شامل سه بخش می‌باشد، بخش اول مربوط به ویژگی‌ها و عوامل فردی شامل زیربخش‌های دموگرافیک، روان‌شناختی و حرفه‌ای بوده و بخش دوم مربوط به عوامل محیطی شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سازمانی، زیرساختی و ترویجی و بخش سوم مربوط به مولفه‌های توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی می‌باشد. مولفه‌های عوامل فردی شامل عوامل دموگرافیک، عوامل حرفه‌ای و عوامل روان‌شناختی می‌باشد.

جدول شماره (۵) اولویت‌بندی گویه‌های مرتبط با سطح آشنایی با اصول تعاونی پاسخگویان

اولویت	گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار
۱	می‌دانم که همه اعضا در تعاونی‌ها دست به دست هم داده و آن را اداره می‌کنند	۳/۳۱	۱/۷۳
۲	می‌دانم که تعاونی‌ها سازمان‌هایی هستند که همه اعضا تشکیل دهنده آن به دنبال اهداف مشترک می‌باشند	۳/۲۳	۱/۷۱
۳	مطلع هستم که در صورت بروز مشکل، همه با مشارکت و همکاری هم آن را برطرف می‌کنند	۳/۱۵	۱/۷۴
۴	می‌دانم شکل‌گیری تعاون بیشتر نیازمند روحیه مشارکت‌پذیری می‌باشد تا سرمایه	۳/۱۰	۱/۷۲
۵	من اطلاع دارم از اینکه تعاونی سازمانی می‌باشد که همه اعضا در سود و زیان آن شریک هستند	۳/۰۷	۱/۷۰
۶	اطلاع دارم که تعاونی سازمانی می‌باشد که همه افراد به صورت داوطلبانه در اداره آن مشارکت می‌کنند و به همین دلیل می‌تواند سریع‌تر به موفقیت برسد	۳/۰۱	۱/۶۹
۷	من از اینکه تعاونی‌ها را حتی با سرمایه اندک می‌توان ایجاد نمود مطلع هستم	۲/۹۸	۱/۶۹
۸	من در مورد تأثیر تعاونی در برطرف نمودن نیازهای خود خبر دارم.	۲/۹۲	۱/۷۲

مقیاس: بر اساس طیف لیکرت (به هیچ وجه = ۱ تا خیلی زیاد = ۶)

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج جدول شماره (۵) در رابطه با سطح بندی میزان آشنایی پاسخگویان با اصول تعاونی، ۴۴/۵ درصد پاسخگویان در سطح پایین تری از آشنایی با اصول تعاونی قرار دارند. از طرفی تنها ۲۷/۵ و ۲۸ درصد به ترتیب در سطح متوسط و بالاتری از آشنایی با اصول تعاونی قرار دارند.

مؤلفه های عوامل محیطی شامل عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سازمانی (حمایت های سازمانی)، عوامل زیر ساختی (حمایت های زیرساختی) و عوامل ترویجی می باشد

جدول شماره ۶ اولویت بندی گویه های مرتبط با میزان گرایش پاسخگویان به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی

اولویت	گویه ها	میانگین	انحراف معیار
۱	اگر در قالب تعاونی با تولیدکنندگان دیگر مشارکت کنم می توانم از راهنمایی های دیگران استفاده کنم	۴/۳۴	۰/۸۸
۲	اگر در قالب تعاونی با تولیدکنندگان دیگر مشارکت کنم می توانم محصولاتم را به موقع تولید و عرضه نمایم.	۴/۳۳	۰/۸۸
۳	اگر در قالب تعاونی با تولیدکنندگان دیگر مشارکت کنم از لحاظ بازاریابی مشکل نخواهم داشت	۴/۲۸	۰/۹۹
۴	اگر در قالب تعاونی با تولیدکنندگان دیگر مشارکت کنم می توان به ابزار مورد نیازم به راحتی دسترسی داشته باشم	۴/۲۵	۰/۹۵
۵	من حاضرم برای توسعه فعالیت خود در قالب تعاونی با دیگران مشارکت کنم	۴/۲۱	۱/۰۰
۶	اگر در قالب تعاونی با دیگران مشارکت کنم نیاز به سرمایه گذاری کمتری دارم	۴/۱۹	۰/۹۹
۷	برای توسعه فعالیت خود حاضرم تجارب خود را در اختیار افراد دیگر جهت تشکیل تعاونی قرار دهم	۴/۱۲	۱/۰۶
۸	برای توسعه فعالیت خود حاضر ابزار فنی خود را در اختیار افراد دیگر جهت تشکیل تعاونی قرار دهم	۴/۰۶	۱/۰۳
۹	برای توسعه فعالیت خود حاضرم سرمایه خود را در اختیار افراد دیگر جهت تشکیل تعاونی قرار دهم	۴/۰۰	۱/۰۱
۱۰	من می توانم برای توسعه فعالیت خود از تولیدکنندگان صنایع دستی کمک بگیرم	۳/۹۳	۰/۸۵
۱۱	من می توانم شغل خود را در آینده توسعه دهم	۳/۶۵	۱/۱۱
۱۲	من می توانم در آینده محصولات جدیدتری از صنایع دستی را تولید کنم	۳/۵۷	۱/۱۱
۱۳	تولید صنایع دستی را به دیگران توصیه می کنم؛ چون از شغلم رضایت دارم	۳/۵۵	۰/۹۷
۱۴	احساس می کنم که شغل من پتانسیل بالایی برای تنوع و توسعه دارد	۳/۴۷	۱/۰۷
۱۵	راهنمایی تولیدکنندگان دیگر در راه اندازی شغلم نقش بسیاری داشته اند.	۳/۳۷	۱/۲۰
۱۶	من قادرم در آینده با گسترش شغل خود سبب اشتغال زایی شوم	۳/۱۹	۱/۰۳
۱۷	من از شغل خود درآمد کافی را به دست می آورم و راضی هستم.	۲/۴۹	۱/۱۷
	میانگین کل	۳/۸۲	۰/۶۵

منبع: یافته های تحقیق

برای تجزیه و تحلیل داده ها و بررسی ارتباط میان عوامل مستقل و وابسته و تعیین سهم هر یک از آنان از تکنیک های مدل یابی معادلات ساختاری به نام تحلیل مسیر استفاده شده است. در این مرحله بر اساس مدل مسیر ساختاری به بررسی روابط علی بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش پرداخته می شود. در ادامه بر اساس میانگین مجموع نمرات برای متغیرهای مختلف در قالب مدل مسیر ساختاری روابط متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. به منظور بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به توسعه تعاونی های صنایع دستی در شهرستان زنجان از مدل مسیر ساختاری از نرم افزار AMOS استفاده گردید و از آزمون های مقایسه ای تی تست مستقل و من وایت نی بهره گرفته شد. عوامل مؤثر در قالب دو دسته عوامل فردی (شامل عوامل دموگرافیک، روان شناختی و حرفه ای) و عوامل محیطی (شامل محیط اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی و ترویجی) مورد بررسی قرار گرفتند.

۵-۱- عوامل فردی

نتایج حاصل از بررسی نقش عوامل فردی با بهره‌گیری از روش برآورد حداکثر بزرگ‌نمایی نشان می‌دهد که این عوامل تعیین‌کننده ۲۷٪ از تغییرات گرایش به تعاونی‌های صنایع دستی در میان پاسخگویان می‌باشد. اثر عوامل فردی مانند خودکارآمدی، فرصت‌شناسی، انگیزه، آینده‌نگری بر گرایش به تعاونی‌های صنایع دستی در میان پاسخگویان مثبت بوده است. نتایج همچنین نشان داد که اثر مهارت رایانه‌ای به عنوان یکی از مهارت‌های حرفه‌ای فردی پاسخگویان منفی و معنی‌دار بوده است. نتایج نشان داد اثر عوامل فردی مانند سن، بعد خانوار، سطح ریسک‌پذیری، خلاقیت، مهارت مدیریتی، قدرت چانه‌زنی و آشنایی با اصول و مبانی تعاون بر گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در میان پاسخگویان معنی‌دار نبوده است.

جدول شماره ۷) ضرایب رگرسیونی عوامل فردی مؤثر بر گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در میان روستاییان شهرستان زنجان

متغیر	مقدار غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
سن	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۶	-۰/۰۰۹	۰/۱۳۱	۰/۸۹۶
بعد خانوار	۰/۰۳۳	۰/۰۴۳	-۰/۰۴۷	۰/۷۵	۰/۴۵۳
خودکارآمدی	۰/۱۶۹	۰/۰۶۸	۰/۲۰۸	۲/۴۸۵	۰/۰۱۳
فرصت‌شناسی	۰/۰۹۹	۰/۰۴۶	-۰/۱۶۵	۲/۱۳۵	۰/۰۳۳
ریسک‌پذیری	۰/۰۲۳	۰/۰۴۶	-۰/۰۴۴	۰/۶۳۵	۰/۵۲۵
اعتماد به نفس	۰/۱۳۶	۰/۰۳۶	۰/۱۸۵	۲/۶۹۰	۰/۰۰۷
خلاقیت	۰/۰۲۹	۰/۰۵۱	-۰/۰۳۰	۰/۴۷۰	۰/۶۳۸
مهارت مدیریتی	-۰/۱۰۳	۰/۰۶۲	-۰/۱۰۳	-۱/۱۴۳	۰/۲۵۳
انگیزه	۰/۱۹۸	۰/۰۹۰	-۰/۲۰۰	۲/۳۵۰	۰/۰۱۹
قدرت چانه‌نی	-۰/۰۲۴	۰/۰۸۴	-۰/۰۳۱	-۰/۴۱۴	۰/۶۷۹
آینده‌نگری	۰/۲۰۷	۰/۰۵۸	۰/۲۶۲	۲/۱۶۳	۰/۰۳۱
آشنایی با اصول و مبانی تعاون	-۰/۰۲۳	۰/۰۹۶	-۰/۰۵۹	-۰/۸۳۱	۰/۴۰۶
مهارت رایانه‌ای	-۰/۱۵۸	۰/۰۲۸	-۰/۲۲۱	-۳/۰۷۴	۰/۰۰۲

منبع: یافته‌های تحقیق

۵-۲- مقایسه گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی بر اساس عوامل فردی

به منظور مقایسه سطح گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی بر اساس ویژگی‌های دموگرافیک مانند جنسیت، وضعیت تأهل و سطح تحصیلات از آزمون‌های مقایسه‌ای تی تست مستقل و من و وایت نی استفاده گردید. نتایج آزمون مقایسه سطح گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی بر اساس جنسیت و استفاده از تی تست مستقل نشان داد که تفاوت معنی‌داری میان پاسخگویان زن و مرد در این رابطه وجود ندارد ($t = -1/518$)؛ سطح معنی‌داری = ۰/۱۳۱

جدول شماره ۷ ضرایب رگرسیونی عوامل فردی مؤثر بر گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در میان روستاییان شهرستان زنجان

متغیر	مقدار غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
عوامل اقتصادی	۰/۲۱۷	۰/۰۶۹	۰/۲۰۵	۲/۱۵۵	۰/۰۰۲
درآمد سالانه خانوار	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۹۳	۱/۴۳۶	۰/۱۵۱
اعتماد اجتماعی	۰/۱۲۴	۰/۰۴۵	۰/۱۸۳	۲/۷۳۳	۰/۰۰۶
مشارکت اجتماعی	۰/۱۵۹	۰/۰۵۳	۰/۲۰۳	۲/۹۹۲	۰/۰۰۳
ارتباط اجتماعی	۰/۱۳۵	۰/۰۵۵	۰/۱۶۲	۲/۴۶۳	۰/۰۱۴
عوامل سازمانی	-۰/۱۶۶	۰/۰۶۹	-۰/۱۵۹	-۲/۴۱۷	۰/۰۱۶
عوامل زیرساختی	۰/۰۳۴	۰/۰۵۹	۰/۰۳۶	۰/۵۷۴	۰/۵۶۶

منبع: یافته‌های تحقیق

۵-۳- مقایسه گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی بر اساس عوامل محیطی

نتایج آزمون مقایسه سطح گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی بر اساس عضویت یا عدم عضویت در تشکل‌ها با استفاده از آزمون تی تست مستقل نشان داد که تفاوت معنی‌داری میان پاسخگویان در این رابطه وجود ندارد ($t = 0/70$)؛ سطح معنی‌داری = $0/485$). همچنین نتایج آزمون مقایسه سطح گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی بر اساس شرکت یا عدم شرکت در دوره‌های آموزشی - ترویجی با استفاده از آزمون من وایت نی نشان داد که تفاوت معنی‌داری میان پاسخگویان بر اساس شرکت یا عدم شرکت در دوره‌های آموزشی ($Z = 1/642$ ، سطح معنی‌داری = $0/101$) در گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی وجود ندارد.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یکی از معضلات جوامع در حال توسعه به خصوص در مناطق روستایی، معضل بیکاری می‌باشد که به علت افزایش بیکاری و نیاز به اشتغال و در نتیجه مهاجرت، نیاز به مشاغل غیرکشاورزی بیشتر احساس می‌شود. یکی از راه‌حل‌های رفع این معضل، افزایش تنوع‌بخشی بهینه به فعالیت‌های اقتصادی در جوامع روستایی می‌باشد که سبب افزایش اشتغال، تولید و درآمد ملی شده و افزایش صادرات و درآمدهای ارزی و در نهایت برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی را در پی خواهد داشت (امانیان بیدختی و صادقی نیا، ۱۳۹۴: ۱۰۲). در این بین تولید صنایع دستی به عنوان شغل دوم در جوامع روستایی (پس از کشاورزی) نقش قابل توجهی در افزایش درآمد روستاییان داشته است. صنایع دستی، یک صنعت مستقل و بومی می‌باشد که به عنوان یکی از مؤثرترین و برجسته‌ترین هنرهای کاربردی در کشور مورد توجه بوده است؛ لذا یکی از سه کشور برتر جهان در تولید صنایع دستی می‌باشد. محصولات تولیدی در این زمینه، علاوه بر ریشه‌های عمیق و پایدار در فرهنگ غنی کشور، از لحاظ نیاز به سرمایه‌گذاری پایین و سود بالا، به توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی کمک کرده و نقش قابل توجهی در افزایش تولیدات ملی و صادرات کشور دارند (Omid, 2015, 6). یکی از راه‌های توسعه اشتغال و افزایش مشارکت صاحبان مشاغل ساماندهی آنان در قالب شرکت‌های تعاونی می‌باشد. چرا که از جمله منابع بالقوه‌ای هستند که با تقویت ساختار صنایع دستی و سازمان‌دهی آن، می‌توان در راستای توسعه تعاونی‌ها موفق شد. تعاونی‌ها با استفاده از ظرفیت و امکانات موجود، نقش فراوانی در رشد و توسعه اقتصاد کشور دارند، به طوری که سبب افزایش مشارکت روستاییان، توانمندسازی و خودباوری آنان شده و تأمین نیازهای مشترک افراد و کاهش فشارهای مالی و غیره را میسر می‌سازند. در صورتی که مشارکت و همکاری این افراد در قالب تعاونی‌ها، علاوه بر بهبود وضعیت آموزشی، مهارتی و اقتصادی و اجتماعی آنان، تبدیل صادرات چمدانی به صادرات حرفه‌ای و افزایش توریسم در کشور را سبب می‌شوند؛ لذا فراهم ساختن بستری برای رشد و توسعه این تعاونی‌ها کمک شایانی به توسعه این صنعت و در نتیجه توسعه صادرات غیرنفتی خواهد کرد.

پیشنهادات

۱- با توجه به آزمون و تأیید فرضیات این تحقیق، توصیه می‌شود که دولت و سازمان‌ها آموزش و مشاوره‌های لازم را در جهت حمایت‌های خود در زمینه‌های مالی، یارانه‌های صادرات، تبلیغات و بازاریابی محصولات و انجام امور مربوط به ثبت شرکت‌های تعاونی و غیره را از طریق رسانه‌ها، در دسترس تولیدکنندگان قرار دهند تا آنان به علت ناآگاهی از این حمایت‌ها،

مخالف توسعه شغل خود نباشند و با توجه به اهمیت عوامل سازمانی، پیشنهاد می‌شود که تعداد بازارچه‌های محلی برای فروش محصولات صنایع دستی افزایش یابد. چرا که تولیدکنندگان به علت وجود بازار با نیازها و سلیق مصرف‌کنندگان آشنا شده و انگیزه لازم را برای تولید محصولات خود به دست می‌آورند.

۲- پیشنهاد می‌گردد که زیرساخت‌های فناوری و اینترنت در تمام روستاها مورد توجه دولت قرار گیرد. چرا که دسترسی تولیدکنندگان حرفه‌ای به اینترنت سبب افزایش یادگیری و اطلاع‌رسانی آنان از تولیدات روز بازار خواهد شد. به تشویق تولیدکنندگان در مشارکت و عضویت در تعاونی‌ها پرداخته شود تا انگیزه کافی برای مشارکت در قالب تعاونی داشته باشند و یارانه‌هایی را برای صادرات محصولات تعاونی‌های صنایع دستی در نظر بگیرند تا در کل فعالیت‌های مشارکتی افراد در روستا و بخش تعاونی افزایش یابد. معاونت امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از طریق رسانه‌ها و دوره‌های آموزشی، آموزش‌های لازم را در جهت استفاده از تکنولوژی و فناوری اطلاعات در اختیار شرکت‌های تعاونی قرار دهد تا آنان با تولید محصولات به روز و تبلیغات و بازاریابی اینترنتی آشنا شده و در تولید محصولات خود به کار ببرند.

منابع و مأخذ:

- ۱- ابراهیم پور، ح. و صمدی، ع. ۱۳۹۴. بررسی تاثیر عوامل پایدارسازی در توانمند سازی مجریان طرح های مشاغل خانگی. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه. (۱۸۵): ۵۲-۳۸
- ۲- امانیان بیدختی، پ و صادقی نیا، س. ۱۳۹۴. نقش تعاونی‌های روستایی در میزان درآمد زایی و افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی؛ مطالعه موردی: تعاونی‌های فرش دستباف استان خراسان رضوی). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی. ۱۱۳: (۳): ۱۰۱-۱۱۳
- ۳- تقی بیگی، م، آگهی، ح و میرک زاده، ع.ا. ۱۳۹۳. بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام آباد غرب. پژوهش های روستایی. ۵(۲): ۳۱۰-۲۸۳
- ۴- صباغی، ح. و رجائی، ی. ۱۳۹۵. بررسی عوامل موثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی (مطالعه موردی، تعاونیهای تولید روستایی شهرستان ابهر). دومین کنگره سراسری "در مسیر توسعه علوم کشاورزی و منابع طبیعی": گرگان.
- ۵- کارشناسان دفتر آمار و اطلاعات راهبردی و دبیرخانه مشاغل خانگی. ۱۳۹۴. نقش مشاغل خانگی در توسعه و پایداری اشتغال؛ مستخرج از طرح "اعتبارسنجی و آسیب شناسی طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی" ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه. (۱۸۵): ۷۹-۶۳
- ۶- کلانتری، خ و لوایی آدریانی، ر. ۱۳۹۵. شناسایی و تبیین چالش‌های پیش روی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در ایران با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی. تعاون و کشاورزی. (۱۷): ۵۱-۳۱
- ۷- گل محمدی، ف.، خسروی راد، م. و بخشی جهرمی، ا. ۱۳۹۴. توسعه اشتغال خانگی راهکاری مناسب در توانمندسازی زنان روستایی (بررسی موردی: نقش طرح‌های آموزشی ترویجی شهرستان زابل). دومین همایش ملی چالش‌ها و راهکارهای توسعه. دانشگاه آزاد اسلامی، کهنوج
- ۸- مرکز آمار ایران. طرح آمارگیری نیروی کار، دفتر جمعیت، نیروی کار و سرشماری، ۱۳۹۵، قابل دسترس در:

۹- میرباقری، آ. ۱۳۹۴. بررسی پتانسیل‌های شکل‌گیری تعاونی زنان روستایی در منطقه چهل چشمه شهرستان دیواندره استان کردستان. سومین همایش ملی انجمن‌های علمی - دانشجویی رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی: دانشگاه تهران.

۱۰- وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۹). مرکز آمار و اطلاعات راهبردی. قابل دسترس در: www.amarkar.ir

۱۱- وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۹). لیست رشته‌های صنایع دستی توسط کارشناسان سازمان صنایع دستی ایران. قابل دسترس در: www.ichto.ir

۱۲- یعقوب فرانی، الف. و جلیلیان، س. ۱۳۹۴. اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اسلام آباد غرب. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۴(۲): ۹۳-۱۱۳

۱۳- سعیدی، ح. و حیدری، ف. ۱۳۹۲. تعاونی‌های کسب و کار خانگی در استان همدان (چالش‌ها و راهکارها). توسعه کارآفرینی. ۶(۱): ۸۷-۱۰۴

۱۴- Altman, M. ۲۰۱۵. Cooperative Organizations as an Engine of Equitable Rural Economic Development. *Journal of Co-operative Organization and Management*. ۳: ۱۴-۲۳

۱۵- Bartlett, J.E., Kotrlik, J.W., and Higgins, C.C. ۲۰۰۱. "Organizational Research

Determining Appropriate sample Size in Survey Research". *Information Technology Learning, and Performance Journal*. ۱۹(۱), ۴۳-۵۰ (Spring).

۱۶- Gallego- Bono, J.R. and Chaves- Avila, R. ۲۰۱۶. Innovation Cooperative Systems and Structure Change: An Evolutionary Analysis of Anecoop and Mondragon cases. *Journal of Business Research*. ۶۹: ۴۹۰۷-۴۹۱۱

۱۷- Nazemi, A., and Naderi Mahdie, K. ۲۰۱۶. The Role of Small Businesses on Employment and Economic Potential of Rural Households. *The Caspian Sea Journal*. ۱۰(۱): ۵۱۰-۵۱۴

۱۸- Omid, M. ۲۰۱۵. Barriers and Factors of Slowdown in Export of Handicrafts in Iran. *WALIA journal*. ۳۱(S۳): ۶-۱۰

۱۹- Puji, R., Priyono, S. and Astuti, E.S. ۲۰۱۵. Environmental Effect in Business Performance Industries Craft Bag and Suitcase in the Sidoarjo District. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. ۵(۱): ۱۱۱-۱۱۸

۲۰- Purtik, H., Zimmerling, E. and Welp, I.M. ۲۰۱۶. Cooperative as catalysts for sustainable neighborhoods _ a qualitative analysis of the participatory development process toward a ۲۰۰۰-watt Society. *Journal of Cleaner Production*. ۱۳۴: ۱۱۲-۱۲۳

۲۱- Puusaa, N., Hokkilaa, K. And Varis, A. ۲۰۱۶. Individuality vs. Communitality A new Dual Role of Co- perative, "Journal of Co-operative Organization and Management". ۴: ۲۲-۳۰

امکان‌سنجی تشکیل تعاونی‌های زنان در مناطق روستایی ایران

(مطالعه موردی: روستای جوقین شهرستان ایجرود)

جواد معصومی^۱

چکیده

مطابق اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بخش تعاونی در کنار بخش‌های خصوصی و دولتی به عنوان یکی از بخش‌های سه‌گانه اقتصاد ایران تعیین شده است. در آموزه‌های اسلامی همواره بر توزیع عادلانه درآمد و ایجاد عدالت اجتماعی تأکید شده است. شکل‌گیری تعاونی زنان یکی از راهکارهای مناسب جهت حمایت و مشارکت زنان در اقتصاد نواحی روستایی می‌باشد. تعاونی زنان به عنوان محیط اجتماعی زمینه‌ای را فراهم می‌سازد تا زنان بیرون از خانه و در متن جامعه به مشارکت در امور اقتصادی بپردازند و حتی در سطوح عالی در متن تصمیم‌گیری‌های جامعه قرار گیرند و به نوعی باعث توانمند شدن اعضای خود در ابعاد مختلف نظیر اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و روانی شود. گسترش فعالیت تعاونی‌ها و عضوگیری آنها از میان زنان این سؤال را ایجاد می‌کند که آیا امکان ایجاد چنین تشکلی‌هایی در نواحی روستایی وجود دارد؟ هدف تحقیق حاضر امکان‌سنجی شکل‌گیری تعاونی زنان در روستای جوقین شهرستان ایجرود می‌باشد. روستای جوقین با دارا بودن ۱۱۹۷ زن واقع در سنین فعالیت و با درصد بیکاری ۸۹ درصد برای گروه زنان، تشکیل تعاونی زنان را ضروری می‌کند. روش‌شناسی تحقیق حاضر به صورت تلفیقی (کیفی و کمی) است. جامعه آماری تحقیق در قسمت کمی زنان روستای دیزج آباد و در قسمت کیفی زنان شرکت‌کننده در کلاس‌های آموزشی کسب‌وکار می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی شامل مصاحبه و در بخش کمی پرسش‌نامه می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات هم از آمار استنباطی در بخش کمی و در بخش کیفی از نظریه گرنند تئوری استفاده شده است. نتایج بخش کیفی نشان می‌دهد، در مرحله روش کیفی ۱۸ مفهوم اولیه از مصاحبه‌ها در چالش‌های تشکیل تعاونی‌های زنان به دست آمد که در ۴ مقوله طبقه‌بندی شد. یافته‌های کمی نیز نشان می‌دهد در شاخص‌های بعد اجتماعی - فرهنگی وضعیت جهت شکل‌گیری تعاونی زنان مطلوب است؛ اما در بعد اقتصادی وضعیت مطلوب نمی‌باشد.

واژگان کلیدی: توسعه روستایی، مشارکت زنان، تعاونی زنان، اقتصاد روستایی

۱- مقدمه

بدون شک امروزه موضوعی که اذهان بسیاری از اندیشمندان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را به خود درگیر کرده، ارتقای وضعیت و شرایط زنان به‌ویژه زنان روستایی، در همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... است. مطالعه مسائل زنان یکی از مسائل اصلی جامعه‌شناسان و پژوهشگران حوزه‌های مختلف زنان و دیگر اندیشمندان است. نادیده گرفتن مسائل زنان به معنی اتلاف انرژی و توانایی‌های بخش عظیمی از جامعه است و حضور نداشتن یا حضور کم‌رنگ زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی امکان به نتیجه رسیدن بسیاری از طرح‌های اجتماعی و اقتصادی را ناقص و بی‌نتیجه کند. تعاونی بهترین ساز و کار مشارکت مردمی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود که توانایی ایجاد اشتغال و معیشت پایدار برای اقشار آسیب‌پذیر و کم‌درآمد روستایی را دارد.

تعاونی‌ها می‌توانند منشأ کارآفرینی و توسعه آن باشند و با افزایش اشتغال‌زایی و بهبود وضعیت اقتصادی خود گام مؤثری در راستای توسعه روستاها بردارند (Yaghoubi, & et al, ۱۳۸۹).

تعاونی‌ها به‌عنوان یکی از اشکال سازمان‌های مردمی، دارای قابلیت‌های فراوانی جهت ایفای نقش در حمایت اقتصادی جوامع می‌باشد و اهمیت ویژه آنها در به‌کارگیری امکانات بالقوه کسب‌وکار، حمایت از کارآفرینی، تولید ثروت و تأمین خدمات اجتماعی و رفاهی به عنوان مکمل کارآفرینی در کشاورزی بیان می‌گردد. تعاونی‌ها با مشارکت اعضای خود می‌توانند نقش مهمی در امر کاهش فقر، ایجاد خوداشتغالی و افزایش اشتغال‌زایی و کارآفرینی در کشاورزی ایفا نمایند (Moslemi, ۱۳۹۲). از دیگر ویژگی‌های مطلوب این تشکل‌ها ارتقای سطح دانش و مهارت اعضا، تقویت روحیه گروهی، تأمین نیازهای معیشتی و حرفه‌ای روستاییان، شناخت فناوری‌های جدید، به روز شدن دانش اعضا، بالابردن بهره‌وری و کارایی، فراهم کردن امکانات و مواد اولیه تولید و در نهایت اشتغال‌زایی و افزایش تولید می‌باشند (Chellapan, ۲۰۰۰). یکی از انواع این تعاونی‌ها تعاونی زنان روستایی است. تعاونی زنان به شرکت تعاونی‌هایی اطلاق می‌شود که حداقل ۵۰ درصد اعضای آن را زنان تشکیل دهند. این تعاونی‌ها می‌توانند نقش مهمی در تقویت بهره‌مندی زنان از حقوق خود و همچنین مشارکت در فرایند توسعه بازی کنند (Ghana, ۲۰۱۱). همچنین تعاونی‌های زنان به توسعه پیوندهای اجتماعی کمک می‌کنند؛ پیوندهایی که به طور کلی برای کشاورزان و به طور ویژه برای زنان روستایی که اغلب احساس جدا ماندن از بقیه جامعه را دارند، بسیار مهم است (IFAP, ۲۰۱۰). با گسترش روزافزون تعاونی‌ها و نقش اساسی آنها در برقراری عدالت اجتماعی و توانمندسازی اجتماعی و نیز بهبود وضعیت اقتصادی، نگاه ارزیابان به فعالیت تعاونی‌ها و اثربخشی آنها در تحقق اهداف، از ضروریات است (MollaHoseini, & Mohammadi, ۱۳۸۹). بررسی وضعیت زنان روستایی بر اساس آمار سرشماری سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که در نقاط روستایی ۱۰ میلیون و ۵۹۳ هزار و ۳۰۳ نفر را زنان روستایی تشکیل می‌دهند. میانگین سنی زنان روستایی در سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۰/۵ است که نسبت به سال ۱۳۹۰ افزایش داشته که می‌تواند نمودی از پیری جمعیت زنان روستایی باشد. جمعیت زنان شاغل روستایی یک میلیون و دویست هزار نفر و زنان روستایی با اشتغال ناقص نزدیک به شصت هزار نفر است. همچنین میزان بیکاری زنان روستایی در کل کشور برابر با ۱۰/۳ درصد در برابر مردان روستایی با میزان بیکاری ۵/۸ درصد است؛ بنابراین پدیده پیرشدن جمعیت زنان روستایی از یکسو، افزایش مجرد زنان روستایی و میزان بیکاری رو به افزایش در نواحی روستایی همگی می‌توانند مسئله زنان روستایی و اهمیت اشتغال آنها را نشان دهند تا

راهکاری برای مقابله با پدیده‌ای باشد که امروزه با عنوان زنانه شدن فقر از آن یاد می‌شود و می‌تواند به مثابه مسئله‌ی اجتماعی، هدف و حوزه اثر تعاونی‌ها قلمداد شود. همچنین شرکت‌های تعاونی زنان از جمله تشکل‌های مردمی به حساب می‌آیند. این تعاونی‌ها شرایط سهل و آسان برای زنان ایجاد می‌کنند و حتی زنان محروم با سرمایه‌های اندک خویش می‌توانند به این تعاونی‌ها بپیوندند و وارد عرصه جامعه شوند و از استعداد و توانمندی‌های خویش برای رشد و توسعه خود و جامعه بهره‌برداری کنند. حضور زنان در تعاونی‌ها و راهاندازی تشکل‌های زنان، می‌تواند توانمندی آنان را در زمینه‌های مختلف ارتقاء دهد.

ضرورت انجام تحقیق

در روستای جوقین زنان تشکیل‌دهنده نزدیک به نیمی از جامعه روستایی هستند که علاوه بر وظایف سنگین همسری و مادری به فعالیت‌های کشاورزی، صنایع دستی و سایر امور روستایی می‌پردازند. یکی از بهترین راه‌ها برای به ثمر رساندن تلاش‌های زنان روستایی و توانمندسازی آنان ایجاد شرکت‌های تعاونی زنان روستایی است. یکی از راه‌هایی که توسط آن می‌توان علاوه بر تسهیل دسترسی زنان به عوامل تولید و افزایش درآمد، مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های جمعی مربوط به توسعه را تسهیل نمود، فراهم آوردن امکان ایجاد تشکل‌های تعاونی خاص زنان با مدیریت خود آنان می‌باشد که امکان تقویت کارآفرینی در جامعه و تقویت همبستگی را نیز فراهم می‌کند.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعاونی‌ها در مناطق روستایی می‌تواند در قالب‌ها و ساختارهای متنوعی به حل مسئله اجتماعی بپردازد. با توجه به اهمیت ویژه اشتغال زنان در قالب شرکت‌های تعاونی، اجرای پژوهش امکان‌سنجی تشکیل تعاونی‌های زنان در زمینه‌های مختلف از ضرورت و اهمیت بسیار بالایی برخوردار است که این پژوهش باهدف شناسایی زمینه‌های ایجاد شرکت‌های تعاونی خاص زنان و با پیشنهاد آنان انجام می‌شود. توجه به تعاونی‌های روستایی می‌تواند نقش بسیار مؤثری در اقتصاد هر روستا و پیرو آن توسعه اقتصاد روستا در کشور داشته باشد. برپایی چنین تشکل‌هایی در دنیای امروز جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد جهانی دارد. عوامل مؤثر بر تشکیل تعاونی‌های روستایی جدا از عوامل مؤثر بر مشارکت اقتصادی و اجتماعی روستاییان نیستند. عوامل مؤثر بر مشارکت نیز از عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزه در افراد برای تمایل به انجام کارهای گروهی و هدف‌مند اجتماعی - اقتصادی تأثیر می‌پذیرند. گسترش فعالیت تعاونی‌ها و عضوگیری آنها از میان زنان این سؤال را ایجاد می‌کند که چه زمینه‌هایی جهت تشکیل تعاونی زنان وجود دارد؟ در این راستا مسئله اساسی شناخت و امکان‌سنجی تشکیل تعاونی‌های زنان نواحی روستایی جهت بهره‌برداری از پتانسیل‌های این تعاونی‌ها برای تحقق اهداف توسعه پایدار روستا می‌باشد. در تحقیق حاضر با رویکرد کیفی به امکان‌سنجی تشکیل تعاونی زنان پرداخته خواهد شد. روستای جوقین در ۴۳ کیلومتری جنوب غربی استان زنجان و ۷ کیلومتری شهرستان ایجرود واقع شده است. در این روستا ۴۹ درصد از جمعیت واقع در سن فعالیت که تعداد آن‌ها برابر با ۱۲۰۴ می‌باشد را زنان تشکیل می‌دهند، این جمعیت واقع در سن بیکاری دارای ۹۳ درصد بیکاری می‌باشند. با توجه به این نکته که نقش تعاونی‌های زنان در این روستا می‌تواند کارکردهای متنوعی داشته باشد و علاوه بر کارکردهای اصلی به ارتقای سایر شاخص‌های توسعه منتهی گردد. سؤالات تحقیق به صورت ذیل ارائه می‌شود:

۱- مهم‌ترین زمینه‌های تشکیل تعاونی زنان در روستای جوقین کدام مؤلفه‌ها می‌باشد؟

۲- مهم‌ترین موانع تشکیل تعاونی زنان چیست؟

۲-۱- تعاونی زنان روستایی

تحقق پیشرفت و توسعه کشورها مستلزم بهره‌گیری از استعداد و توان و حضور چشمگیر مردم و مشارکت آنها در مراحل توسعه است؛ به طوری که توسعه و مشارکت را اموری درهم تنیده دانسته‌اند و فرایند توسعه را وقتی با ثبات و موفقیت همراه می‌دانند که با افزایش مشارکت مردم توأم باشد (مقنی‌زاده، ۱۳۸۰). از طرف دیگر اقتصاد هر جامعه‌محور اساسی آن جامعه را تشکیل می‌دهد. چرخ اقتصاد آنگاه می‌تواند دارای توان و حرکتی متعادل و هماهنگ باشد که از سوی تمام مردم هدایت شود بدین جهت در این گستره، اهمیت حضور زنان به عنوان نیمی از افراد جامعه نمایان می‌شود و چنین به نظر می‌رسد که اگر حضور زنان کم‌رنگ شود، موقعیت اقتصادی جامعه متزلزل می‌شود (برمان، ۱۹۷۴). از آنجایی که تعاونی‌ها سازمان‌یافته‌ترین نهاد روستایی محسوب می‌شوند و گردانندگان اصلی آن به‌عنوان نهادی خودجوش و مستقل از بخش دولتی، مردم ساکن در روستا هستند و بی‌هیچ شبهه‌ای نیمی از این جمعیت ساکن را زنان تشکیل می‌دهند، لذا بررسی میزان و ابعاد مشارکت فعال زنان در تعاونی‌های روستایی از لحاظ تدوین سیاست‌های توسعه روستایی و نقش این تعاونی‌ها در پیشبرد اهداف این سیاست‌ها حائز اهمیت خواهد بود. در اکثر کشورهای زنان روستایی که از لحاظ اقتصادی محرومند، می‌توان با حمایت و تشویق برانگیختن تا گروه‌هایی را پدید آورد و هدایت کنند که به موجب آن درآمد خانواده و یا کار آیی فعالیت سنتی زنان افزایش یابد و به حمایت متقابل اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی جامعه و تعاونی منجر شود. هر گاه سازمان‌های زنان و حتی سازمان‌های مشترک مردان و زنان به خوبی انتظام پذیرد و در جهت رفع نیازهای محلی جریان یابد، خواهد توانست به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران جامعه دسترسی پیدا کند. علاوه بر تجربه و آموزش و اعتمادی که در نتیجه عضویت در تعاونی و اداره گروه‌های محلی به دست می‌آید، اولین قدم برای وصول سیاست‌گذاری جامعه محسوب می‌شود (لمینک، ۱۳۷۵). تعاونی‌ها و از جمله تعاونی زنان روستایی در موارد مختلفی از جمله؛ اهداف چندگانه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی ابزار مناسب جهت همکاری و مشارکت مردم، آسیب کمتر به محیط، ایجاد فضای مناسب جهت سرمایه‌گذاری، کاهش نابرابری، تقویت گروه‌های حاشیه‌ای و دموکراسی اقتصادی، ارتباط قوی با جوامع محلی و... تأثیرگذار هستند. بدین ترتیب شرکت‌های تعاونی و از جمله تعاونی‌های زنان، در صورت مدیریت مطلوب، قادر است تا ضمن تأمین منافع اعضا، بستر مناسبی جهت توسعه پایدار فراهم آورد. از آنجا که تعاونی‌های روستایی بیشتر ارتباط خود را با محیط پیرامون خود برقرار می‌کنند، تشکیل تعاونی روستایی زنان نیز می‌تواند به تحقق توسعه پایدار روستایی مساعدت نماید (گرتلر، ۲۰۰۱).

۲-۲- پیشینه پژوهش

زمانی و جان‌نثاری (۱۳۸۸) نشان دادند عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌ها در توسعه کارآفرینی عبارتند از: جنبه‌های اجتماعی و انسانی؛ مالی و اقتصادی؛ سیاست‌های سرمایه‌گذاری؛ اصول و شیوه اداره تعاونی‌ها؛ سیاست‌ها و محیط. سامیان و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی شهرستان همدان نتیجه گرفتند عوامل اقتصادی، فردی، مدیریتی فنی و اجتماعی بیشترین تأثیر را در موفقیت تعاونی‌های روستایی داشته‌اند. صدیقی و درویش نیا (۱۳۸۱) در بررسی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان مازندران دریافتند بین میزان موفقیت تعاونی‌ها با رضایت‌مندی، مشارکت اعضا و کیفیت فعالیت‌های ترویجی رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد. محبوبی و مقصدلو (۱۳۹۳) به بررسی عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر موفقیت تعاونی زنان روستای فدک شهرستان سرخنکلای استان گلستان پرداخته‌اند. نتایج تحلیل

همبستگی نشان داد بین موفقیت تعاونی و متغیرهای مربوط به اجرای اصول تعاونی توسط مدیرعامل و هیئت مدیره، ویژگی‌های مدیرعامل و هیئت مدیره تعاونی و ویژگی‌های کارکنان تعاونی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان "تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی بر کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم شهرستان پاکدشت)" عنوان نمودند ماهیت کسب و کار ایجادشده در تعاونی مطالعه شده علاوه برآنکه به حل مسئله اجتماع محلی معطوف است از رویکردی خیرخواهانه در مواجهه با زنان روستایی تحت پوشش برخوردار است. زوجو و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند تشکیل تعاونی با بسیج منابع محدود، در اختیار قراردادن اعتبارات، دانش و فناوری مناسب به اعضاء در زمینه روش‌های جدید تولید و بازاریابی می‌تواند زنان را به کارآفرینانی موفق مبدل کند. یافته‌های رومی و پاروت (۲۰۰۸) در رابطه با موانع توسعه و پیشرفت زنان کارآفرین در پاکستان نشان داد که عدم دسترسی به سرمایه، زمین، محل کسب و کار، فناوری اطلاعات، آموزش، نگرش‌های ذاتی جامعه مردسالار، عدم تشویق زنان توسط اعضاء خانوار و کمبود سرمایه‌های اجتماعی، مهم‌ترین موانع پیش روی زنان در توسعه کارآفرینی است. واکوفاریس و همکاران (۲۰۰۷) نشان دادند مشکلات بین فردی، عدم درک اعضا از نقش‌های جدید خود به عنوان زنان شاغل و مشارکت اندک زنان، از مسائل مهم در زمینه عدم توفیق شرکت‌های تعاونی زنان در رسیدن به اهداف خود در یونان است.

۳- روش‌شناسی پژوهش

۳-۱- روش پژوهش

ماهیت کلی پژوهش حاضر آمیخته بوده و از رویکرد تفسیری در آن استفاده شده است. در همین راستا پژوهش حاضر با آمیخته‌ای از دو رویکرد کمی و کیفی، گروه‌های بحث متمرکز در بخش کیفی و تحلیل عاملی و آزمون‌های استنباطی در بخش کمی انجام پذیرفته است.

۳-۲- مشارکت و جمع‌آوری داده‌ها

جهت گردآوری داده‌های کیفی از راهبرد تحقیقی گروه‌های بحث متمرکز در دو مرحله بهره گرفته شد. راهبرد گروه کانونی جهت فهم دیدگاه‌ها و نگرش‌های درونی مصاحبه‌شوندگان درباره یک موضوع مشخص کاربرد دارد. در این روش فهم دقیق مفاهیم گفته شده از طرف نمونه‌ها مدنظر قرار می‌گیرد. در تحقیق حاضر و در مرحله اول با تکیه بر چهارچوب مفهومی با طرح سؤالات نیمه ساختاریافته، امکان‌سنجی تشکیل تعاونی زنان شناسایی گردید. در مرحله دوم به منظور تعیین روایی این چارچوب، ابعاد و شاخص‌های مستخرج از گروه کانونی اول، توسط گروه کانونی دیگری - متشکل از خبرگان و اساتید مرتبط با تعاون مورد بحث عمیق‌تری قرار گرفت و ضمن تحلیل محتوای کیفی مباحثات گروه اول، ابعاد ذکر شده در چارچوب مفهومی تبیین گردید و در این خلال شاخص‌های جدیدی نیز آشکار و موارد قبلی اضافه شد. در مجموع پرسش‌نامه‌ای متشکل از تمامی ابعاد و شاخص‌ها استخراج شد. در نهایت به منظور تعمیم‌سازی داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های گروه کانونی، به جامعه‌ای وسیع‌تر رجوع شده و از رویکرد کمی استفاده گردید.

۳-۳- گردآوری داده‌ها

جهت گردآوری داده‌های کمی از ارسال پرسش‌نامه محقق ساخته که از مرحله فوق مستخرج گردید بهره گرفته شد. جهت طراحی پرسش‌نامه از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده گردیده است. به منظور تأمین روایی درونی داده‌های کیفی ابتدا بر این

موضوع اکتفا شد که حداقل دو تا سه نفر از مشارکت کنندگان در هر گروه کانونی در مورد آنچه تفسیر می کردند، توافق داشتند. سپس برای افزایش قابلیت اعتماد و روایی درونی از کنش متقابل سه گانه سازی نظری - که عبارت است از ارزیابی داده ها از دیدگاه های مختلف استفاده شد. برای پایایی کیفی ابتدا بر اشباع نظری تاکید شد؛ بدین صورت که در گروه کانونی اول بین نفر چهارم تا ششم اشباع نظری وجود داشت. علاوه بر این در پارادایم کلی نگرانه - استقرایی، روایی کامل، پایایی کامل را نیز در بر می گیرد (Danaei Fard & Mozafari, ۲۰۰۸). جهت سنجش روایی کمی، از دو روش روایی محتوایی و روایی سازه استفاده شد. از آنجا که روایی محتوایی توسط افرادی متخصص در موضوع تعیین می شود، ابتدا جهت تحلیل محتوای مصاحبه کانونی اول، از خبرگان و اساتید در گروه کانونی دوم خواسته شد تا مباحثات مطروحه گروه اول را تحلیل نمایند. روایی سازه نیز بعد از استخراج ابعاد و شاخص ها و طراحی پرسشنامه از اعتبار عاملی که صورتی از اعتبار سازه است به دست آمد و شرایط کفایت چارچوب مفهومی از نظر بار عاملی شاخص های مشاهده شده معین شد.

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی - تحلیلی می باشد. روش و ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر شامل کتابخانه ای و میدانی می باشد. در روش کتابخانه ای با فیش برداری از منابع مکتوب (کتاب ها، مقالات، گزارش ها و آمارنامه ها) استفاده از نقشه های توپوگرافی منطقه و با استفاده از منابع موجود در سازمان ها، اطلاعات مورد نیاز استخراج و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در روش میدانی تحقیق حاضر شامل پرسش نامه (طیفی و بسته) و مصاحبه آزاد (منظم و کارت دار) با افراد خبره و آگاهان محلی، یکی دیگر از روش های جمع آوری اطلاعات می باشد. در روش دیگر این تحقیق که پرسش نامه می باشد جهت جمع آوری اطلاعات یک پرسش نامه طراحی شده است که شامل ویژگی های فردی و همچنین سنجش وضعیت امکان سنجی شکل گیری تعاونی زنان در دو بعد اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی می باشد. سؤالات پرسش نامه به صورت طیف لیکرت طرح شده است. جهت تعیین ضریب اعتبار پرسش نامه های تحقیق حاضر، پس از تکمیل روایی پرسش نامه ها داده ها وارد نرم افزار SPSS شد و با استفاده از روش آلفا کرونباخ اعتبار پرسش نامه ۷۸٪ به دست آمد که نشان دهنده پایایی پرسش نامه است. در روش مشاهده که شامل مجموعه عملیاتی است که طی آن ها مدل تحلیلی (متشکل از مفاهیم) با واقعیت های عینی بازبینی شده و با داده های قابل مشاهده مقابله داده می شود؛ بنابراین در این مرحله اطلاعات زیادی گردآوری می شود. در تحقیق حاضر جهت بررسی تغییرات حاصله از روش مشاهده علنی استفاده شده است. همچنین از مصاحبه عمیق که مصاحبه نیمه ساختارمند نیز نامیده می شود استفاده شده است. مصاحبه از افراد تا زمانی ادامه داشت که پاسخ های نفر آخر با نفر اول یکی می شد و هنگامی که پژوهشگر در پاسخ به سؤالات به اشباع تئوریک می رسید مصاحبه را پایان می داد و با مشاهده و قدم زدن در روستا بخش از صحت اطلاعات را تأیید و مجدد نقاط قوت و ضعف فعالیت خود را بررسی می کرد.

۳-۴- متغیرهای تحقیق

در تحقیق حاضر امکان سنجی شکل گیری تعاونی زنان و عوامل مؤثر بر آن به عنوان متغیر مستقل و شکل گیری تعاونی زنان به عنوان متغیر وابسته است.

۳-۵- شاخص های تحقیق

به منظور تجزیه و تحلیل و بررسی امکان‌سنجی شکل‌گیری تعاونی‌ها در روستای جوقین و تأثیر آن بر متغیرهای مورد بررسی به تدوین شاخص‌ها پرداخته شد. این شاخص‌ها شامل بررسی ویژگی‌های فردی، اقتصادی و اجتماعی زنان و بررسی امکان‌سنجی شکل‌گیری تعاونی زنان در ابعاد اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی می‌باشد.

۳-۶- جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه آماری در مرحله اول در رویکرد کیفی، زنان شرکت‌کننده در کلاس‌های آموزشی تشکیل تعاونی‌های زنان به تعداد ۲۸ زن در روستای جوقین شهرستان ایجرود و ۱۵ نفر از کارشناسان اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان زنجان می‌باشند. در قسمت کمی جامعه آماری تحقیق، زنان بالای ۱۸ تا ۶۰ سال در روستای جوقین می‌باشند. تعداد این زنان بر اساس آمار خانه بهداشت برابر با ۱۲۱۴ زن می‌باشد. تعداد نمونه لازم جهت تکمیل پرسش‌نامه با استفاده از فرمول کوکران ۲۹۲ زن در روستای جوقین محاسبه شد.

۳-۷- روش نمونه‌گیری

در این پژوهش به منظور انتخاب جامعه نمونه از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی گلوله‌برفی کاملاً به صورت هدف‌مند تا رسیدن به اشباع تئوریک صورت گرفته است. در تحقیق حاضر از روش سیستماتیک استفاده شد. در روش سیستماتیک در روستاهایی که سرپرستان خانوار به ردیف و یا شماره ذکر شده بودند (به ترتیبی که در خانه بهداشت موجود بود) همان شماره به عنوان کد قلمداد شده و از روش سیستماتیک استفاده گردید.

۳-۸- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش کمی: این شیوه که به روش تجزیه و تحلیل آماری نیز شهرت دارد. در مورد داده‌های کمی کاربرد دارد. تحقیق حاضر جهت تحلیل کمی داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. آمار توصیفی شامل ابزارها و روش‌هایی برای توصیف مجموعه‌ای از مشاهدات است. در تحقیق حاضر از روش‌های آماری توصیفی جدول توزیع فراوانی، نمایش گرایش به مرکز و اندازه‌هایی پراکندگی در نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. در تحلیل آمار استنباطی نتایج حاصل از مطالعه گروه کوچکی به نام چگونگی به گروه بزرگ‌تری به نام جامعه تعمیم داده شود. در این قسمت روش‌های آماری تی دو نمونه‌ای، کروسکال والیس، آزمون T تک نمونه و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

روش کیفی: روش تجزیه و تحلیل کیفی با بهره‌گیری از مدل تئوری بنیانی می‌باشد. داده‌هایی که از طریق مشاهده و مصاحبه گردآوری شده بود. در این مرحله از تحقیق به تحلیل آنها پرداخته شد. در این مرحله از تحقیق داده‌ها گردآوری شده در سه مرحله کدگذاری شد. سه شکل از کدگذاری عبارت‌اند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. این کدگذاری‌ها اشکال تجزیه و تحلیل هستند.

۴- یافته‌های تحقیق

در بخش یافته‌ها تحلیل اطلاعات در دو قسمت کمی و کیفی انجام شد. در بخش کیفی با توجه به مصاحبه انجام شده مهم‌ترین چالش‌های تشکیل تعاونی زنان در مقوله‌های مورد نظر شناسایی خواهد شد. در قسمت کمی نیز به بررسی عوامل مؤثر در شکل‌گیری تعاونی زنان و همچنین امکان‌سنجی شکل‌گیری تعاونی زنان پرداخته می‌شود.

۴-۱- یافته‌های کیفی

داده‌های جمع‌آوری شده از طریق تحلیل محتوایی مورد واکاوی قرار گرفتند. در این قسمت داده‌ها طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی طبقه‌بندی گردیدند در کدگذاری باز با به‌کارگیری سیستم کدگذاری باز، خط‌به‌خط داده‌ها تحلیل، فرایندهای آن مشخص و به هر جمله به صورت جداگانه یک کد داده شد. در تحقیق حاضر برای انجام کدگذاری باز، جملات اصلی استخراج و به هر کدام کدهایی با علامت داده شد. در کدگذاری باز به هر یک از مشکلات مطرح شده از سوی نمونه‌ها یک کد داده شد و تمامی داده‌ها کدگذاری گردیدند. در کدگذاری محوری که با کمک نرم‌افزار اطلس. تی انجام شد کدهای حاصل تحلیل و آن دسته از کدها که موضوع مشترک داشته در قالب مفاهیم جدید گروه‌بندی شدند. در این مرحله ۱۸ مفهوم اولیه از مصاحبه‌ها در چالش‌های تشکیل تعاونی‌های زنان به دست آمد. در کدگذاری انتخابی که شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضمون‌های بالقوه و مرتب کردن تمام داده‌های کدگذاری شده در قالب مضامین مشخص شده است.

۴-۲- یافته‌های کمی

یافته‌های کمی تحقیق در دو قسمت آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. در قسمت توصیفی ویژگی‌های توصیفی پرسش‌نامه و در قسمت استنباطی به تحلیل وضعیت امکان‌سنجی شکل‌گیری تعاونی زنان پرداخته شده است. یافته‌های توصیفی شامل بررسی ویژگی‌های فردی (سن، وضعیت تأهل، تعداد اعضای خانوار، مدت اقامت در روستا، تحصیلات، جنس سرپرست خانوار، شغل، تعداد افراد خانوار با تحصیلات دانشگاهی، تعداد افراد شاغل در خانوار، تعداد فرزندان) و وضعیت امکان‌سنجی در ابعاد اقتصادی و اجتماعی می‌باشد.

جدول شماره (۱): یافته‌های توصیفی مربوط به آزمون تی تک نمونه‌ای در بعد اجتماعی - فرهنگی

شاخص	N	Mean	Std. Deviation
اکثر مردم روستا قابل اعتمادند	۲۹۲	۳.۲۲۲۶	۱.۰۱۶۲۴
مردم روستا نسبت به یکدیگر اعتماد کامل دارند	۲۹۲	۳.۲۵۶۸	۱.۱۲۴۱۴
بسیاری از پروژه‌های عمرانی روستا با مشارکت خود اهالی انجام شده است	۲۹۲	۲.۱۶۴۴	۱.۰۵۵۳۶
مردم روستا به افراد غریبه وارد شده به روستا که قصد اقامت دائم دارند، اعتماد کامل دارند	۲۹۲	۱.۹۵۲۱	۰.۹۹۳۶۷
وضعیت اعتبار در روستا پایین می‌باشد	۲۹۲	۱.۷۳۹۷	۰.۷۸۲۵۸
فعالیت امور خیریه در روستا بالا می‌باشد	۲۹۲	۳.۵۸۵۶	۱.۲۵۲۹۸
برای حل مسائل و مشکلات، گردهمایی و جلسات زیادی در روستا برگزار می‌شود	۲۹۲	۱.۷۷۴۰	۰.۹۶۱۶۰
اغلب مردم وظایف اجتماعی خود مانند (مساعدت به اهالی و رعایت حال همسایگان) را به صورت دلسوزانه انجام می‌دهند.	۲۹۲	۳.۳۶۶۴	۱.۵۱۲۵۹
همسران در روستا موافق فعالیت زنان در قالب تعاونی می‌باشند	۲۹۲	۳.۴۳۸۴	۱.۳۹۴۵۰
تاکنون مشارکت بسیار فعالی در زمینه کمک‌های مالی - فکری و مشورتی روستای خود داشته‌ام.	۲۹۲	۳.۵۰۶۸	۱.۳۲۲۵۳
در روستا روابط بین همسایگان صمیمانه و دوستانه است.	۲۹۲	۲.۵۳۴۲	۱.۴۹۷۶۰
تعامل و رفت‌وآمد با دوستان و همسایگان در روستا زیاد می‌باشد	۲۹۲	۱.۸۸۰۱	۱.۲۱۱۰۷
اغلب مردم وظایف اجتماعی خود را به صورت داوطلبانه انجام می‌دهند	۲۹۲	۱.۸۰۱۴	۱.۱۱۹۱۵
اعتماد به نفس زنان جهت شروع کسب‌وکار جدید بالا می‌باشد	۲۹۲	۱.۸۹۳۸	۱.۱۳۳۲۴
برگزاری دوره‌های آموزشی به اندازه کافی وجود دارد	۲۹۲	۱.۷۵۳۴	۱.۰۳۵۸۶
مهارت‌های لازم برای شروع کسب‌وکار جدید در زنان روستا وجود دارد	۲۹۲	۲.۳۲۱۹	۱.۱۹۵۲۷
زنان دارای تحصیلات مناسب برای تشکیل تعاونی‌ها، وجود دارند	۲۹۲	۲.۶۷۸۱	۱.۱۲۴۱۵

دوره‌های آموزشی کافی و مناسب در ارتباط با تشکیل تعاونی در روستا انجام شده است	۲۹۲	۲.۳۴۹۳	۱.۲۲۱۷۵
انتقال تجارب شخصی روستائیان در زمینه کسب و کار وجود دارد	۲۹۲	۱.۴۹۳۲	۶۶۵۷۷
آمادگی جهت پذیرش دیدگاه‌های مروجان وجود دارد	۲۹۲	۳.۱۸۸۴	۱.۱۷۰۴۳
میزان مسئولیت‌پذیری در بین زنان روستایی بالا می‌باشد	۲۹۲	۲.۶۴۷۳	۱.۲۹۰۵۵
دهیار و شورای اسلامی روستا فعالیت‌های مناسبی در حوزه افزایش مشارکت زنان انجام می‌دهند	۲۹۲	۲.۷۴۳۲	۱.۲۴۵۹۴

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۲): یافته‌های استنباطی آزمون تی تک نمونه ای

One – Sample Test							
شاخص	Test Value = ۳					Confidence %۹۵ Interval of the Difference	
	t	df	Sig.(۲ - tailed)	Mean Difference			
					Lower	Upper	
اکثر مردم روستا قابل اعتمادند	۳.۷۴۳	۲۹۱۲۲۲۶۰	.۱۰۵۶	.۳۳۹۷	
مردم روستا نسبت به یکدیگر اعتماد کامل دارند.	۳.۹۰۴	۲۹۱۲۵۶۸۵	.۱۲۷۴	.۳۸۶۳	
اکثر پروژه‌های عمرانی روستا با مشارکت خود اهالی انجام شده است	-۱۳.۵۳۰	۲۹۱	...	-۱.۸۳۵۶۲	-۰.۹۵۷۲	-۰.۷۱۴۱	
مردم روستا به افراد غریبه وارد شده به روستا که قصد اقامت دائم دارند اعتماد کامل دارند	-۱۸.۰۲۱	۲۹۱	...	-۱.۰۴۷۹۵	-۱.۱۶۲۴	-۰.۹۳۳۵	
وضعیت اعتیاد در روستا پائین می‌باشد.	-۲۷.۵۱۹	۲۹۱	...	-۱.۲۶۰۲۷	-۱.۳۵۰۴	-۱.۱۷۰۱	
فعالیت امور خیریه در روستا بالا می‌باشد	۷.۹۸۷	۲۹۱۵۸۵۶۲	.۴۴۱۳	.۷۲۹۹	
برای حل مسائل و مشکلات گردهمایی و جلسات زیادی در روستا برگزار می‌شود	-۲۱.۷۸۷	۲۹۱	...	-۱.۲۲۶۰۳	-۱.۳۳۶۸	-۱.۱۱۵۳	
اغلب مردم وظایف اجتماعی خود مانند مساعدت به اهالی در موقع نیاز و رعایت حال همسایگان را به صورت دلسوزانه انجام می‌دهند	۴.۱۴۰	۲۹۱۳۶۶۴۴	.۱۹۲۲	-.۵۴۰۷	
همسران در روستا موافق فعالیت زنان در قالب تعاونی می‌باشند	۵.۳۷۲	۲۹۱۴۳۸۳۶	.۲۷۷۷	.۵۹۹۰	
تاکنون مشارکت بسیار فعالی در زمینه کمک‌های مالی – فکری و مشورتی روستای خود داشته ام.	۶.۵۴۹	۲۹۱۵۰۶۸۵	.۳۵۴۵	.۶۵۹۲	
در روستا روابط بین همسایگان صمیمانه و دوستانه است	-۵.۳۱۴	۲۹۱	...	-۰.۴۶۵۷۵	-۰.۶۳۸۲	-۰.۲۹۳۳	
تعامل و رفت و آمد با دوستان و همسایگان در روستا زیاد می‌باشد.	-۱۵.۸۰۱	۲۹۱	...	-۱.۱۱۹۸۶	-۱.۲۵۹۴	-۰.۹۸۰۴	
اغلب مردم وظایف اجتماعی خود را به صورت داوطلبانه خود انجام می‌دهند.	-۱۸.۳۰۱	۲۹۱	...	-۱.۱۹۸۶۳	-۱.۳۲۷۵	-۱.۰۶۹۷	
اعتماد به نفس زنان جهت شروع کسب و کار جدید بالا می‌باشد.	-۱۶.۶۸۰	۲۹۱	...	-۱.۱۰۶۱۶	-۱.۲۳۶۷	-۰.۹۷۵۶	
برگزاری دوره های آموزشی به اندازه کافی وجود دارد.	-۲۰.۵۶۴	۲۹۱	...	-۱.۲۴۶۵۸	-۱.۳۶۵۹	-۱.۱۲۷۳	
مهارت های لازم برای شوع کسب و کار جدید در زنان روستا وجود دارد.	-۹.۶۹۴	۲۹۱	...	-۰.۶۷۸۰۸	-.۸۱۵۷	-.۵۴۰۴	
زنان دارای تحصیلات مناسب برای تشکیل تعاونی ها وجود دارد	-۴.۸۹۳	۲۹۱	...	-.۳۲۱۹۲	-.۴۵۱۵	-.۱۹۲۴	
دوره های آموزشی کافی و مناسب در ارتباط با تشکیل تعاونی در روستا انجام شده است.	-۹.۱۰۱	۲۹۱	...	-.۶۵۰۶۸	-.۷۹۱۴	-.۵۱۰۰	
انتقال تجارب شخصی روستائیان در زمینه کسب و کار وجود دارد.	-۳۸.۶۷۶	۲۹۱	...	-۱.۵۰۶۸۵	-۱.۵۸۳۸	-۱.۴۳۰۲	
آمادگی جهت پذیرش دیدگاه های مروجان وجود دارد.	۲.۷۵۰	۲۹۱۱۸۸۳۶	.۰۵۳۵	-.۳۳۳۲	
میزان مسئولیت پذیری در بین زنان روستایی بالا می‌باشد.	-۴.۶۷۱	۲۹۱	...	-.۳۵۲۷۴	-.۵۰۱۴	-.۲۰۴۱	
دهیار و شورای اسلامی روستا فعالیت های مناسبی در حوزه افزایش مشارکت زنان انجام می‌دهند.	-۳.۵۲۳	۲۹۱	...	-.۲۵۶۸۵	-.۴۰۰۴	-.۱۱۳۳	

منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۳- بعد اقتصادی

جهت بررسی و شناخت وضعیت مطلوبیت امکان‌سنجی شاخص‌های اقتصادی جهت استقرار تعاونی زنان از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است.

جدول شماره (۳): یافته‌های توصیفی مربوط به آزمون تی تک نمونه‌ای در بعد اقتصادی

شاخص	N	Mean	Std. Deviation
تضمین خرید محصولات تولیدی زنان در سطح روستا وجود دارد	۲۹۲	۲.۳۷۶۷	۱.۴۳۸۹۸
تخصیص وام کم بهره به زنان توسط بانک‌ها انجام می‌شود	۲۹۲	۱.۲۴۳۲	۴۲۹۷۲
زنان دارای سرمایه مالی کافی برای شروع فعالیت‌ها می‌باشند.	۲۹۲	۱.۵۴۷۹	۶۳۲۲۶
زنان روستا دارای ایده‌های مناسب برای شروع کسب و کار می‌باشند.	۲۹۲	۱.۵۴۱۱	۵۶۳۸۲
فقر مانعی برای تشکیل تعاونی نمی‌باشد.	۲۹۲	۲.۸۸۷۰	۱.۰۸۲۹۴
بانک‌ها خدمات مالی مناسب جهت شروع کسب و کار گروهی را در اختیار روستائیان قرار می‌دهند.	۲۹۲	۲.۳۰۱۴	۱.۱۵۳۹۳
بازاریابی مناسب برای فروش محصولات تولیدی توسط زنان در روستا فراهم می‌شود	۲۹۲	۱.۴۴۸۶	۶۲۶۵۳
تولیدات انجام شده توسط زنان دارای کیفیت مناسب برای عرضه به بازار می‌باشد	۲۹۲	۳.۰۷۵۳	۱.۵۳۵۷۶
پذیرش احتمالی شکست کسب و کار تعاونی در بین زنان روستا وجود دارد.	۲۹۲	۲.۲۱۵۸	۱.۰۳۱۱۴
انجام فعالیت اقتصادی و تولیدی در بین زنان در سن نوجوانی و جوانی وجود دارد.	۲۹۲	۲.۱۷۴۷	۹۴۹۰۳
زنان روستایی با فناوری‌های جدید جهت شروع کسب و کار آشنایی کامل دارند.	۲۹۲	۲.۲۸۰۱	۱.۴۳۹۲۷
آشنایی با نیازهای جدید بازار در بین زنان وجود دارد	۲۹۲	۱.۲۳۹۷	۴۲۷۶۵
انگیزه جهت پیشرفت شغلی در بین زنان روستا وجود دارد	۲۹۲	۳.۲۰۸۹	۱.۲۴۶۶۵
امید برای موفقیت تعاونی کسب و کار در بین زنان بالا می‌باشد	۲۹۲	۲.۲۶۷۱	۷۶۲۹
در صورت شروع تعاونی کسب و کار سودآوری آن تضمین شده است.	۲۹۲	۳.۱۰۲۷	۹۹۶۴۲

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۴): یافته‌های استنباطی مربوط به آزمون تی تک نمونه‌ای در بعد اقتصادی

شاخص	One – Sample Test					
	Test Value=۳					Confidence %۹۵ Interval of the Difference
	t	df	Sig. (۲- taile d)	Mean Differ ence	Lower	
تضمین خرید محصولات تولیدی زنان در سطح روستا وجود دارد	-۷.۴۰۲	۲۹۱	.۰۰۰	-۶۲۳۲۹	-۷۸۹۰	-۴۵۷۶
تخصیص وام کم بهره به زنان توسط بانک‌ها انجام می‌شود	-۶۹.۸۶۲	۲۹۱	.۰۰۰	-۱.۷۵۶۸۵	.۱۸۰۶۳	-۱.۷۰۷۴
زنان دارای سرمایه مالی کافی برای شروع فعالیت‌ها می‌باشند.	-۳۹.۲۴۴	۲۹۱	.۰۰۰	-۱.۴۵۲۰۵	-۱.۵۲۴۹	-۱.۳۷۹۲
زنان روستا دارای ایده‌های مناسب برای شروع کسب و کار می‌باشند.	-۴۴.۲۱۶	۲۹۱	.۰۰۰	-۱.۴۵۸۹۰	-۱.۵۲۳۸	-۱.۳۹۴۰
فقر مانعی برای تشکیل تعاونی نمی‌باشد.	-۱.۷۸۳	۲۹۱	.۰۷۶	-۱.۱۳۰۱	-۲.۳۷۷	.۰۱۱۷
بانک‌ها خدمات مالی مناسب جهت شروع کسب و کار گروهی را در اختیار روستائیان قرار می‌دهند.	-۱۰.۳۴۶	۲۹۱	.۰۰۰	-۶۹۸۶۳	-۸۳۱۵	-۵۶۵۷
بازاریابی مناسب برای فروش محصولات تولیدی توسط زنان در روستا فراهم می‌باشد.	-۴۲.۳۱۲	۲۹۱	.۰۰۰	-۱.۵۵۱۳۷	-۱.۶۲۳۵	-۱.۴۷۹۲

تولیدات انجام شده توسط زنان دارای کیفیت مناسب برای عرضه به بازار می باشد	۸۳۸	۲۹۱	۰.۴۰۳	۰.۷۵۳۴	-۰.۱۰۱۵	۰.۲۵۲۲
پذیرش احتمالی شکست کسب و کار تعاونی در بین زنان روستا وجود دارد.	-۱۲.۹۹۶	۲۹۱	۰.۰۰۰	-۰.۷۸۴۲۵	-۰.۹۰۳۰	-۰.۶۶۵۵
انجام فعالیت اقتصادی و تولیدی در بین زنان در سن نوجوانی و جوانی وجود دارد.	-۱۴.۸۶۱	۲۹۱	۰.۰۰۰	-۰.۸۲۵۳۴	-۰.۹۳۴۶	-۰.۷۱۶۰
زنان روستایی با فناوری‌های جدید جهت شروع کسب و کار آشنایی کافی دارند.	-۷.۳۵۹	۲۹۱	۰.۰۰۰	-۰.۶۱۹۸۶	-۰.۷۸۵۶	-۰.۴۵۴۱
آشنایی با نیازهای جدید بازار در بین زنان وجود دارد.	-۷۰.۳۳۷	۲۹۱	۰.۰۰۰	-۱.۷۶۰۲۷	-۱.۸۰۹۵	-۱.۷۱۱۰
انگیزه جهت پیشرفت شغلی در بین زنان روستا وجود دارد.	۲.۸۶۳	۲۹۱	۰.۰۰۴	۰.۲۰۸۹۰	۰.۰۶۵۳	۰.۳۵۲۵
امید برای موفقیت تعاونی کسب و کار در بین زنان بالا می باشد.	-۱۷.۷۳۱	۲۹۱	۰.۰۰۰	-۰.۷۳۲۸۸	-۰.۸۱۴۲	-۰.۶۵۱۵
در صورت شروع تعاونی کسب و کار سودآوری آن تضمین شده است.	۱.۷۶۲	۲۹۱	۰.۰۷۹	۰.۱۰۲۷۴	-۰.۱۲۰	۰.۲۱۷۵

منبع: یافته های تحقیق

جدول شماره (۵): نتایج مربوط به آزمون فریدمن برای شاخص‌های بعد اجتماعی - فرهنگی

RANKS	
شاخص	Mean Rank
اکثر مردم روستا قابل اعتمادند.	۱۵.۳۰
مردم روستا نسبت به یکدیگر اعتماد کامل دارند	۱۵.۰۹
بسیاری از پروژ ه‌های عمرانی روستا با مشارکت خود اهالی انجام شده است	۱۰.۱۴
مردم روستا به افراد غریبه ی وارد شده به روستا که قصد اقامت دائم دارند اعتماد کامل دارند.	۹.۱۳
وضعیت اعتیاد در روستا پایین می باشد	۸.۰۵
فعالیت امور خیریه در روستا بالا می باشد.	۱۶.۱۹
برای حل مسائل و مشکلات گردهمایی و جلسات زیادی در روستا برگزار می شود.	۸.۱۴
اغلب مردم وظایف اجتماعی خود مانند مساعدت به اهالی در مواقع نیاز و رعایت حال همسایگان را انجام می دهند	۱۴.۹۹
همسران در روستا موافق فعالیت زنان در قالب تعاونی می باشند.	۱۵.۳۷
تاکنون مشارکت بسیار فعالی در زمینه کمکهای مالی _ فکری و مشورتی روستای خود داشته ام.	۱۶.۰۵
در روستا روابط بین همسایگان صمیمانه و دوستانه است.	۱۱.۴۲
تعامل و رفت و آمد با دوستان و همسایگان در روستا زیاد می باشد.	۸.۴۱
اغلب مردم وظایف اجتماعی خود را به صورت داوطلبانه خود انجام می دهند	۸.۰۵
اعتماد به نفس زنان جهت شروع کسب و کار جدید بالا می باشد.	۸.۴۶
برگزاری دوره های آموزشی به اندازه کافی وجود دارد.	۷.۹۱
مهارت های لازم برای شروع کسب و کار جدید در زنان روستا وجود دارد.	۱۰.۶۳
زنان دارای تحصیلات مناسب برای تشکیل تعاونی ها وجود دارد.	۱۲.۷۶
دوره های آموزشی کافی و مناسب در ارتباط با تشکیل تعاونی در روستا وجود دارد.	۱۰.۷۹
انتقال تجارب شخصی روستائیان در زمینه کسب و کار وجود دارد	۶.۷۱
آمادگی جهت پذیرش دیدگاه های مروجان وجود دارد	۱۴.۷۰
میزان مسئولیت پذیری در بین زنان روستایی بالا می باشد.	۱۲.۱۸
دهیار و شورای اسلامی روستا فعالیت های مناسبی در حوزه افزایش مشارکت زنان انجام می دهند.	۱۲.۵۳
N	۲۹۲
Chi_ Square	۱۵۵۸.۹۱۱
df	۲۱
Asymp.sig.	۰.۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۶): نتایج آزمون فریدمن در خصوص شاخص‌های اقتصادی پژوهش

RANKS	
شاخص	Mean Rank
تضمین خرید محصولات تولیدی زنان در سطح روستا وجود دارد.	۷.۹۲
تخصیص وام کم بهره به زنان توسط بانک‌ها انجام می‌شود	۴.۵۶
زنان دارای سرمایه مالی کافی برای شروع فعالیت‌ها می‌باشند.	۵.۹۹
زنان روستا دارای ایده‌های مناسب برای شروع کسب و کار می‌باشند.	۵.۹۸
فقر مانعی برای تشکیل تعاونی نمی‌باشد	۱.۷۳
بانک‌ها خدمات مالی مناسب جهت شروع کسب و کار گروهی را در اختیار روستائیان قرار می‌دهند.	۸.۳۹
بازاریابی مناسب برای فروش محصولات تولیدی توسط زنان در روستا فراهم می‌باشد.	۵.۶۴
تولیدات انجام شده توسط زنان دارای کیفیت مناسب برای عرضه به بازار می‌باشد.	۱۰.۲۵
پذیرش احتمالی شکست کسب و کار تعاونی در بین زنان روستا وجود دارد	۸.۴۷
انجام فعالیت اقتصادی و تولیدی در بین زنان در سن نوجوانی و جوانی وجود دارد	۸.۲۷
زنان روستایی با فناوری‌های جدید جهت شروع کسب و کار آشنایی کافی دارند.	۸.۰۶
آشنایی با نیازهای جدید بازار در بین زنان وجود دارد	۴.۵۸
انگیزه جهت پیشرفت شغلی در بین زنان روستا وجود دارد.	۱۱.۲۸
امید برای موفقیت تعاونی کسب و کار در بین زنان بالا می‌باشد	۸.۷۴
در صورت شروع تعاونی کسب و کار سود آوری آن تضمین شده است.	۱۱.۱۶
N	۳۹۲
Chi_Square	۱۱۹۸.۷۷۰
df	۱۴
Asymp.sig.	۰.۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۴- تحلیل عوامل مؤثر در شکل‌گیری تعاونی‌های زنان

به منظور تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تعاونی‌های زنان از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده شده است. در همین راستا به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص تحلیل در شکل‌گیری تعاونی‌های زنان، از آزمون بارتلت و شاخص kmo بهره گرفته شد. معنی داری آزمون بارتلت و با عدد ۱۷۵۶.۳۵ در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب $KMO(۰/۷۶۴)$ حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است.

جدول شماره (۷): آزمون بارتلت و KMO و سطح معناداری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معنی
شکل‌گیری تعاونی‌های زنان	۰/۷۶۴	۱۷۵۶.۳۵	۰.۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه تحقیق متغیرهای مورد بررسی توسط آزمون‌های تحلیل عاملی؛ عامل سازی گردیده است. بدین صورت که متغیرهای بارگذاری شده در هر عامل که بالای ۰.۵ هستند یک عامل را تشکیل می دهند و متغیرهایی که امکان تجمع با اینها را ندارند عامل دیگری را تشکیل می دهند. نتیجه حاصل از تقلیل ۲۵ متغیر ۵ عامل بوده است که در جدول ذیل آورده شده است:

جدول شماره (۸): عامل بندی متغیرهای مورد مطالعه

نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
بازاریابی	۱۷.۶۵۴	۳۴.۲۳۱	۳۴.۲۳۱
اعتماد اجتماعی	۱۲.۳۴۱	۲۴.۵۷۸	۵۸.۸۹۹
انسجام اجتماعی	۸.۴۹۱	۱۲.۱۴۷	۷۱.۰۴۶
اعتبارات	۴.۵۷۴	۶.۴۷۸	۷۷.۵۲۴
ویژگی های فردی	۳.۵۶۱	۵.۳۴۷	۸۲.۸۷۱
آموزش	۳.۱۴۷	۴.۷۴	۸۷.۶۱۱
جمع	۴۶.۲۶۱	۸۷.۶۱۱	-

منبع، یافته های تحقیق

۴-۵- امکان‌سنجی شکل‌گیری مشاغل زنان به صورت تعاونی

در ادامه تحقیق به بررسی و شناسایی اولویت‌های اشتغال برای شکل‌گیری تعاونی‌های زنان پرداخته شده است، اولویت‌های اشتغال برای تعاونی‌های زنان با توجه به مصاحبه‌های انجام شده و همچنین پاسخ‌های داده شده در پرس‌شنامه به دست آمده است. بر همین اساس نتایج نشان می‌دهد، مهم‌ترین اولویت برای شکل‌گیری اشتغال زنان به ترتیب قالی‌بافی، خیاطی، فرآوری محصولات باغی و فرآوری محصولات لبنی و گلیم بافی و کاشت سبزی و سبزیجات می‌باشد.

جدول شماره (۹): اولویت‌های اشتغال برای تعاونی‌های زنان روستایی

اولویت	عنوان شغل
اول	قالی بافی
دوم	خیاطی
سوم	فرآوری محصولات باغی
چهارم	فرآوری محصولات لبنی
پنجم	گلیم بافی
ششم	کاشت سبزیجات
هفتم	پرورش ماکیان
هشتم	کاموا بافی
نهم	پرورش گل‌های خانگی
دهم	سقز چینی وبسته بندی آن
یازدهم	پرورش گاو و گوسفند
دوازدهم	مبلمان و مصنوعات چوبی



با توجه به شناسایی مهم‌ترین اولویت‌های تشکیل تعاونی در ادامه تحقیق به بررسی مهم‌ترین نیازهای آموزشی پرداخته شده است:

جدول شماره (۱۰): مهم‌ترین نیازهای آموزشی

نیازهای آموزشی	عنوان شغل
بازاریابی و فروش	قالیبافی
گره زدن	
تهیه مواد اولیه	
انتخاب نقشه	
خواندن نقشه	
انجام چله کشی	
طراحی مدل لباس از نظر فرم و مدل	
ارتباط با مشتری	
مهارت دوخت	
برش	
اندازه گیری	
تعمیر لباس	
پرو	
تعمیر لوازم خیاطی	فرآوری محصولات باغی
بسته بندی محصول	
کنترل علف های هرز	
برداشت محصول	
بازاریابی و فروش	
روش های فرآوری محصولات باغی	
انتخاب محصول	
خشک کردن محصول	فرآوری محصولات لبنی
بازاریابی و فروش	
خنک سازی	
ذخیره سازی	
جداسازی	
پاستوریزاسیون	
هموژنیزه کردن	
تهیه مواد اولیه	گلیم بافی
چله کشی گلیم	
چوب تسمه	
شناخت انواع طرح	
بازاریابی و فروش	
تعمیر	
روش های کاشت	
جلوگیری از آفت	
ابزارهای مورد نیاز جهت کاشت	
انواع سبزیجات	
بازاریابی و فروش	
خشک کردن	
ویژگی های مکان	پرورش ماکیان

ساخت لانه	
مراقبت	
انواع بیماری ها	
بهداشت	
بازاریابی	

منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۶- تحلیل رابطه بین ویژگی‌های فردی و تمایل به عضویت در تعاون جهت بررسی رابطه بین ویژگی‌های فردی و تمایل به عضویت تعاونی زنان روستایی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهد، بین شاخص‌های سن، تحصیلات، تحصیلات همسر و تجربه شروع کسب و کار و تمایل به عضویت در تعاونی‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره (۱۱): مهم‌ترین نیازهای آموزشی زنان روستایی

معناداری	همبستگی	شاخص
۰/۰۰۰	-۰/۵۱۴	سن
۰/۰۰۰	-۰/۳۷۴	تحصیلات
۰/۰۰۱	-۰/۴۱۴	تحصیلات همسر
۰/۰۰۰	-۰/۶۴۱	تجربه شروع کسب و کار
۰/۰۸۷	-۰/۱۴۷	تعداد اعضای خانوار
۰/۰۹۷	-۰/۱۲۱	تعداد افراد شاغل



۵- بحث و نتیجه گیری

۵-۱- جمع بندی بر اساس سوالات تحقیق

با توجه به آزمون های انجام شده و تحلیل های انجام گرفته، ابتدا به بررسی سوالات مطرح شده این تحقیق پرداخته می شود:
سؤال اول

مهم ترین زمینه های تشکیل تعاونی زنان در روستای جوقین کدام مؤلفه ها می باشد؟

جهت آزمون سؤال اول تحقیق به بررسی و تحلیل زمینه های تشکیل تعاونی زنان در روستای جوقین با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای پرداخته شده است، بر همین مبنا نتایج به دست آمده از این آزمون نشان می دهد شاخص های اکثر مردم روستا قابل اعتمادند، مردم روستا نسبت به یکدیگر اعتماد کامل دارند، فعالیت امور خیریه در روستا بالا می باشد، اغلب مردم وظایف اجتماعی خود مانند (مساعادت به اهالی در مواقع نیاز و رعایت حال همسایگان) را به صورت دلسوزانه انجام می دهند، همسران در روستا موافق فعالیت زنان در قالب تعاونی می باشند، تاکنون مشارکت بسیار فعالی در زمینه کمک های مالی - فکری و مشورتی روستای خود داشته و آمادگی جهت پذیرش دیدگاه های مروجان وجود دارد وضعیت شاخص ها مطلوب می باشد.

نتایج پژوهش نشان می دهد که شاخص های سرمایه اجتماعی از قبیل اعتماد، مشارکت، انسجام و شبکه های محلی در ایجاد فرصت های شغلی غیرکشاورزی دارای زمینه های مناسبی می باشند؛ اما در ارتباط با شاخص های بعد اقتصادی وضعیت مناسب نمی باشد.

سؤال دوم

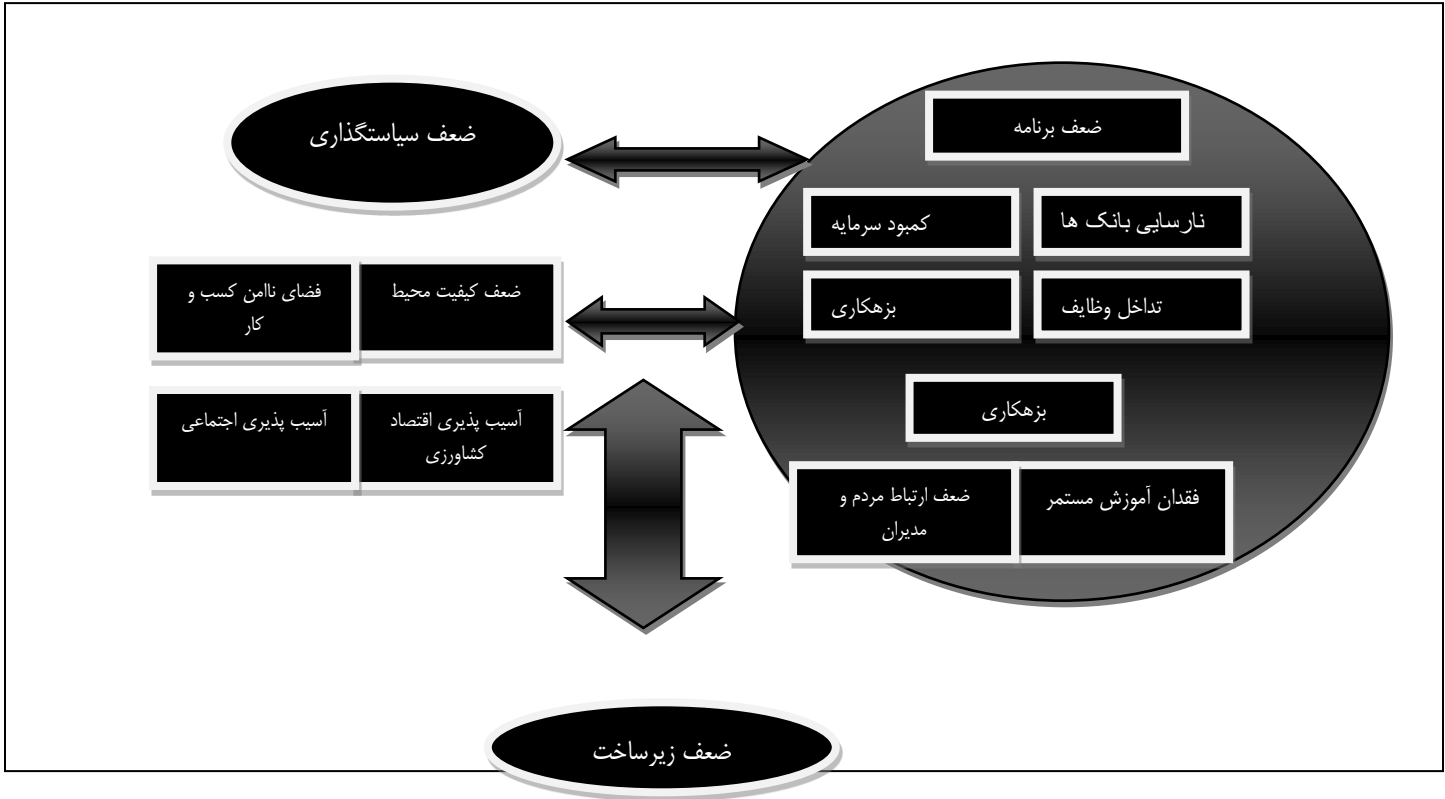
مهم ترین موانع تشکیل تعاونی زنان کدام ابعاد می باشد؟

در تحقیق حاضر، به منظور تحلیل عوامل مؤثر بر شکل گیری تعاونی های زنان از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده گردیده است. در همین راستا به منظور تشخیص مناسب بودن داده های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص تحلیل در شکل گیری تعاونی های زنان، از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. معنی داری آزمون بارتلت و با عدد 1756.35 در سطح اطمینان 99% و مقدار مناسب $KMO (0.764)$ حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است. مقدار ویژه این عامل 17.654 می باشد که قادر است 34.321% درصد واریانس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل 5 متغیر بارگذاری شده بود. از میان 5 متغیر مورد بررسی در این عامل متغیر تضمین خرید محصولات تولیدی زنان در سطح روستا به عنوان عامل مؤثر بر شکل گیری تعاونی زنان شناخته شد

۵-۲- نتیجه گیری

فعالیت تعاونی روستایی به ویژه برای قشرهای آسیب پذیر از جمله زنان سبب اشتغال زایی و ایجاد درآمد می شود و با توجه به محدودیت منابع آب و خاک روستاها می تواند به عنوان یکی از مهم ترین راهکارهای توسعه اقتصادی - اجتماعی جوامع روستایی مطرح شود و از آنجا که روستاهای ایران دارای منابع مختلف و فراوانی هستند، توسعه تعاونی زنان در ایران امری اجتناب ناپذیر است. در این میان چالش هایی وجود دارد که مانع از تشکیل تعاونی زنان در روستای جوقین می شود.

های تحقیق شکل شماره (۱): مدل مفهومی چالش



منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه تحقیق و با توجه به شناسایی چالش‌ها به ارائه راهکارهای مناسب جهت رفع این چالش‌ها پرداخته می‌شود:

جدول شماره (۱۲): راهکارهای رفع چالش‌های تشکیل تعاونی‌ها

چالش‌ها	راهکار
ضعف قانون‌گذاری	لازمه موفقیت در این زمینه تحولات پایه‌ای در فرایند کلی برنامه‌های توسعه ملی است، موضوعی که به عزم راسخ مسئولان و برنامه‌ریزان در سطوح کلان مدیریت کشور نیاز دارد.
ضعف برنامه‌ریزی	با توجه به مقیاس‌ها و سطوح برنامه‌ریزی توسعه تعاونی‌ها زنان لازم است برنامه‌ریزی آن نیز در سه سطح شامل برنامه‌های ملی (کلان)، منطقه‌ای و محلی مورد توجه قرار گیرد. در سطح ملی تدوین سیاست‌های کلان توسعه تعاونی‌ها زنان با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی وظیفه برنامه‌ریزی ملی است. بنابراین ارتباط مناسب بین برنامه‌ها و طرح‌های ملی و منطقه‌ای و محلی در زمینه توسعه تعاونی‌ها زنان روستایی - با رویکرد برنامه‌ریزی از پایین به بالا و مشارکتی ضروری است. بنابراین توجه هر چه بیشتر برنامه‌ریزان و مدیران توسعه ملی در سطوح مختلف ملی و منطقه‌ای را در برنامه‌های آینده می‌طلبید.

<p>اعطای وام با نرخ سود کم، حمایت دولتی مانند بخشودگی مالیاتی و قوانین تشویقی و حمایت از تعاونی زنان لازمه حرکت به سمت توسعه پایدار بوده و دولت با طراحی و استقرار ساز و کارهای حمایتی جدی از طرح های سرمایه گذاری با افق بلندمدت به دور از نگاه های خاص قومی و جغرافیایی، آگاهی دادن، اطمینان و آرامش خاطر می تواند بخش عظیمی از سرمایه را وارد روستا کند که این امر بازخوردهای متفاوت و مثبتی را به همراه خود خواهد داشت که هم برای روستا و روستاییان سودده بوده و هم در سطح کلان سبب کاهش مهاجرت های روستا- شهری می گردد.</p>	عدم سرمایه گذاری
	عدم حمایت های مالی
<p>مدیریت اصولی سکونتگاه های روستایی بر پایه خرد جمعی و مشارکت واقعی همه ذی نفعان، در راستای توسعه پایدار از اهمیت به سزایی برخوردار است؛ از این رو مدیریت تعاونی زنان باید فرایند علمی و عملی در جهت اهداف توسعه اقتصاد پایدار روستایی باشد.</p>	ضعف مدیریت محلی
<p>با توجه به ماهیت بین بخشی و چندبخشی برنامه ریزی تعاونی زنان، نیازمند تقسیم کار و هماهنگی مناسب میان همه ی سطوح برنامه ریزی و نگرش یکپارچه و جامع می باشد. ضرورت دارد کمبودها و ضعف ها با همکاری سازمان ها و ارگان های ذیربط برطرف گردد.</p>	عدم نظارت
	عدم هماهنگی دستگاه های اجرایی
	وجود سازمان های موازی
	امکانات
<p>برگزاری کلاس های آموزشی کارآفرینی و بازاریابی در حوزه تعاونی زنان و ارائه گواهینامه معتبر به ساکنان روستا تا بدین وسیله ساکنان بومی و غیربومی روستا از فضای اقتصادی و کلی حاکم بر کسب و کار شناخت پیدا کنند و تا با آگاهی کسب و کار جدیدی در حوزه ی تعاونی زنان شروع نمایند.</p>	ناامنی فضای کسب و کار
	عدم ریسک پذیری
	ضعف توانمندی های فردی
	ضعف دانش فنی
<p>پیشنهاد می گردد سازمان های مربوطه کلاس های آموزشی مداوم در روستاها برگزار نماید و در زمینه صنایع دستی منسوخ شده با بهره گیری از افراد ماهر در روستا به احیای صنایع دستی در روستا اقدام نمایند.</p>	عدم آگاهی - آموزش
	مشارکت
<p>جهت تقویت و انسجام جامعه ی میزبان گروه ها و تشکل های مردم نهاد باید شکل گیرد. نتایج پژوهش نشان می دهد که روستاهایی که بیشتر از منافع تعاونی زنان بهره مند شده اند گرایش و دید مناسب تری نسبت به توسعه تعاونی زنان در منطقه دارند.</p>	

منبع: یافته های تحقیق

منابع و ماخذ:

- ۱- زمانی، م. و جان نثاری، ا. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها (مطالعه تطبیقی در هشت کشور). تعاون، شماره ۲۰۰-۲۰۱، ۱۰۸-۱۲۴
- ۲- ذباحتیان، م. (۱۳۹۰). بررسی مسائل و مشکلات تعاونی‌های زنان و ارائه راههای راهبردی، معاونت امور تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- ۳- سامیان، م.، اسدی، م. و نصیری، م. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی: مطالعه موردی: تعاونی‌های روستایی شهرستان همدان. مجموعه مقالات همایش ملی توسعه روستایی، ۱۴ و ۱۵ شهریور ۱۳۹۱. دانشگاه گیلان.
- ۴- سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (۱۳۸۴). سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، تهران.
- ۵- سازمان مرکزی تعاون روستایی (۱۳۸۰)، اساسنامه شرکت‌های تعاونی روستایی؛ سازمان مرکزی تعاون روستایی.
- ۶- صدیقی، ح. و درویشی نیا، ع.ا. (۱۳۸۱). بررسی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان مازندران. علوم کشاورزی ایران، ۳۳(۲)، ۳۱۳-۳۲۳.
- ۷- علیپور، ح. (۱۳۹۰)، جایگاه تعاونیها در صنایع دستی و موفقیت کارآفرینان. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دانشگاه تهران، ۱۲۳-۱۲۴
- ۸- فیروزآبادی، ا.، ایمانی جاجرمی، ح.، دباغی، ح. (۱۳۹۷). تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم - شهرستان پاکدشت). زن در توسعه و سیاست. دوره ۱۶، شماره ۱، ۱۴۹-۱۷۳
- ۹- قنبری، م.، ابراهیم زاده، ع.، قاسمی، ب. (۱۳۷۹)، نهضت تعاون در ایران، انتشارات بایگان
- ۱۰- لمینگ، چی ران (۱۳۷۵). مشارکت‌های زنان در تعاونی‌های روستایی، ترجمه: پروین معروفی، نشر دبانو، تهران.
- ۱۱- محبوبی، م. مقصدلو، س. (۱۳۹۳). عوامل درون‌سازی مؤثر بر موفقیت تعاونی زنان روستایی (مطالعه موردی: تعاونی فدک در استان گلستان). تعاون، شماره ۹، ۶۱-۶۱
- ۱۲- مقنی زاده، محمدحسن (۱۳۸۰). سازمان‌های غیردولتی نهادی برای سازماندهی مشارکت در جامعه مدنی، مجموعه مقالات نقش و جایگاه سازمان‌های غیردولتی در عرصه فعالیت‌های ملی و بین‌المللی، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور، تهران.
- ۱۳- ملاحسینی، ع. محمدی، م. (۱۳۸۹). رابطه بین توان مدیران و عملکرد تعاونی‌های مصرف شهر کرمان، تعاون، دوره ۲۱، شماره ۱۲۵-۱۴۱
- ۱۴- یعقوبی، ج. رجایی، ی. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان. تعاون. دوره ۲۱، شماره ۳، ۱۱۱-۱۲۵



۱۵- وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۹)، کارنامه پژوهشی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در سال ۱۳۹۹. معاونت تعاون.

۱۶ - Berman, m.(۱۹۷۴). Sex discrimination in Geography: The case of Ellen Churchill Semple, Professional Geography, Vol ۲۶, pp ۸-۱۱

۱۷- Harper, D.(۲۰۱۰). The Critical Factors for the Success of Cooperatives and Other Groups. Washington DC, Vol, ۵۲, pp. ۲۲۳-۲۴۰

۱۸- ICA. ۲۰۱۸. Co Cooperative and the Sustainable Development Goals. International Cooperative Alliance.

۱۹- Gretler, M.(۲۰۰۱). Rural Co-operatives and Sustainable Development, Center for the Study of Co-operatives University of Saskatchewan, USA.

۲۰- Kelsey, K.D. ۲۰۰۸. Do workshops work for building evaluation capacity among cooperative extension service faculty?. Journal of Extension. ۶(۴۶).

۲۱- Parahina, V. N., Boris, O.A., Bezrukova, T.L. and Shanin, I. I. ۲۰۱۴. State Support for Creation and Development of Socially- Oriented Innovative Enterprises. Asian Social Science. ۱۰(۲۳): ۲۱۵-۲۲۲

تحلیل و تبیین نقش شرکت‌های تعاونی گردشگری روستایی در توسعه پایدار و متوازن

حمیدرضا ترابی^۱

چکیده

گردشگری و تفرج در ذات خود از جمله فعالیت‌هایی است که کمترین وابستگی را به تکنولوژی‌های آلاینده دارد. توسعه خدمات گردشگری اصالت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌نماید، از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالت‌ها و نیز در به وجود آوردن توازن بهینه بین منابع و طرز استفاده مناسب از آنها بهره می‌جوید و هم‌زمان از مزایای اقتصادی آموشده‌های مربوطه برخوردار می‌شود. فرایند توسعه پایدار روستایی به عوامل و شرایط مختلفی بستگی دارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، توسعه تعاونی‌هاست که می‌تواند همگام با سیاست‌های دولت در بهبود شرایط کار، زندگی، تولید، ارائه خدمات، ارتقاء سطح درآمد و وضعیت اجتماعی مردم روستا نقش مؤثری ایفا کند. امروزه در همه کشورها تعاونی‌های گردشگری به عنوان نهادهای غیردولتی نقش خود را در توسعه این خدمات ایفا می‌کنند و توانسته‌اند در همه زمینه‌های گردشگری از جمله تبلیغات، پذیرش و اسکان، موفق عمل کنند. تعاونی‌های گردشگری مکانیزمی مؤثر و کارا جهت توسعه صنعت گردشگری هستند که علاوه بر بهبود وضع اقتصادی منطقه، امکان حفاظت از منابع طبیعی و محیط‌زیست را فراهم می‌کنند. با ایجاد تعاونی‌های گردشگری روستایی، می‌توان علاوه بر ایجاد اشتغال برای روستاییان به مهاجرت معکوس و توسعه روستا کمک کرد. حضور گردشگران در روستاها علاوه بر ایجاد تعاملات فرهنگی، بستر مناسبی را برای ارتقای وضعیت بهداشت روستاها و نیز حفظ ارزش‌ها و سنن فراهم می‌کند، که این خود کمک شایانی به دولت در راستای خروج از مباحث تصدی‌گری خواهد کرد. موهبت است

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، توسعه پایدار، مدیریت روستایی، تعاونی گردشگری

^۱ . کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی. ایمیل: ht_2021@yahoo.com



مقدمه

توسعه روستایی در چند دهه گذشته به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کشورهای در حال توسعه، به‌ویژه ایران تبدیل شده است، تا جایی که در بسیاری از این کشورها، توسعه روستایی به مثابه راهبردی با اهمیت برای تأمین نیازهای اساسی و توزیع بهینه منافع ناشی از توسعه ملی تلقی شده است.

توسعه پایدار روستایی عبارت است از فرآیند کمک به روستاییان از طریق اولویت‌بندی نیازهایشان، فعال کردن آن‌ها و سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد زیرساخت‌ها و ارائه خدمات اجتماعی، برقراری عدالت و برابری با در نظر گرفتن ظرفیت‌های محلی و رفتارهایی که تضمین‌کننده سلامتی و امنیت روستاییان باشد. به طور کلی تعاونی‌های فعالیتی است که هم از جنبه مادی و هم از جنبه معنوی پیامدهای مثبتی را به همراه دارد و گسترش تعاونی‌ها نقش عمده‌ای در توسعه پایدار هر جامعه‌ای ایفا می‌کند. در جامعه روستایی چنین توسعه‌ای جز از طریق ایجاد تعادل اقتصادی و اجتماعی برای همه اقشار مردم و احترام به حقوق آن‌ها و مشارکتشان بر پایه بازگشت و اتکاء منطقی بر منابع فراموش شده محیطی امکان‌پذیر نیست. برای رسیدن به چنین سطحی از توسعه در روستا، عوامل متعددی نقش دارند که یکی از مهم‌ترین این عوامل، تعاونی‌های روستایی هستند. تعاونی وسیله‌ای است برای افزایش و توزیع مجدد فرصت‌های مشارکت در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و همیاری در توسعه و بهره‌مندی از آثار آن، به‌ویژه آنکه مشارکت مردمی در برنامه‌ریزی‌های گوناگون برای توسعه روستایی، امری اجتناب‌ناپذیر است. مشارکت فعال و خودجوش روستاییان نیز مستلزم آگاهی یافتن آنان از ره‌آورد طرح‌های توسعه است که تنها با آموزش عملی می‌شود. توسعه تعاونی‌ها در روستاها به بهره‌گیری از همین سنت‌های اصیل و پایدار فرهنگی بستگی دارد. البته افزون بر آن باید از تکنولوژی پیشرفته برای افزایش سطح مشارکت استفاده کرد. در این صورت، به سنت‌های اجتماعی روستاییان احترام گذاشته شده و نیروی آزاد شده روستاییان نیز در تولید مفید به کار گرفته شود. جریان گردشگری روستایی را می‌توان زمینه‌اطلاقی به گردشگرانی دانست که برای گذران اوقات فراغت خود در یک روستا یا در نزدیکی آن اقامت کرده و ضمن استراحت و تجدید قوا، نسبت به وضع زندگی و شرایط محلی آن کسب آگاهی نمایند. (سازمان جهانی جهانگردی: ۱۳۷۹، ۴۷). در این بین شرایط طبیعی، مورفولوژیکی، اقلیمی همراه با ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محیط روستا اشکال گوناگون و متنوعی از روستا را به وجود می‌آورند که هر کدام به لحاظ فیزیکی، تیپ معماری، نوع مسکن، الگوی سکونت، نوع معیشت، آداب و رسوم و سنت‌ها از یکدیگر متمایز می‌شوند. این وجه تمایز و وجوه مختلف روستا خود خالق جاذبه‌هایی است که گردشگران روستایی را به بازدید این مناطق علاقه‌مند و آنها را هرازگاهی به مسافرت به این مناطق وا می‌دارد. (رضوانی: ۱۳۷۴، ۱۰۵) به طور کلی گردشگری روستایی را می‌توان از دو دیدگاه مختلف مورد توجه قرار داد. از یک سو محیط‌های روستایی و پیرامون آن این فرصت را مهیا می‌کنند تا گردشگران فارغ از هیاهوی شهری و سیطره تکنولوژی در بطن سنتی روستا زمانی را به فراغت بگذرانند و از دیگر سو در کنار آن، اقتصاد روستایی وابسته به زمین می‌تواند راه‌های تنفسی دیگری را تجربه کند. گردشگری پسامدرن، با توجه به ویژگی‌هایی چون: انعطاف‌پذیری، تنوع‌طلبی و کثرت‌گرایی و به سبب تغییراتی در سطوح مختلف تقاضا، مقصد و بازار، روند رو به تزاید خود را می‌پیماید و با توجه به پیش‌بینی‌ها، در آینده نزدیک به عنوان جریان غالب گردشگری محسوب می‌شود. (پاپلی یزدی: ۱۳۸۲، ۳۸). گذار از وضعیت مدرنیته به پسامدرن سبب شده است که گردشگری

با دوری از جنبه‌های کلاسیک خود زمینه‌های شکل‌گیری جریان گردشگری کیفیتی را در اقتصاد پسا صنعتی و پیرامون آن مهیا کند. روندی که توانست زمینه‌های تعامل فرهنگی را همراه با کاهش اثرات سوء زیست محیطی بین جامعه میزبان و میهمان و محل گردشگری را فراهم نماید. در این میان گردشگری روستایی نیز به عنوان یک گردشگری کیفی به سبب عواملی چند از قبیل: خستگی از محیط پرتلاطم شهری و شهرنشینی همراه با علاقه‌مندی به میراث فرهنگی، نگرانی‌های زیست محیطی و شیوه سالم زندگی، امتناع از فرهنگ مصرف‌گرایی و... شکل گرفته و توسعه یافته است. در حال حاضر گردشگری روستایی به عنوان یکی از گونه‌های گردشگری که می‌تواند در حمایت از سیاست کشاورزی و حفاظت از محیط زیست مؤثر باشد، ایفای نقش می‌کند. توسعه گردشگری روستایی باید در قالبی شکل بگیرد که بتواند هماهنگی لازم را در سطح منطقه با دیگر ابعاد توسعه پیدا کرده و جزئی از اجزا و مکانیسم‌های ارتقاء دهنده سطح کیفیت زیست آن محسوب گردد. این موضوع وقتی امکان‌پذیر خواهد بود که نگرش به صنعت گردشگری در قالب برنامه‌ریزی منطقه‌ای، که به‌عنوان چارچوبی قابل قبول در امر توسعه عمل می‌کند و رهیافت‌هایی چون عدم تمرکز برنامه‌ریزی و اجرا و تشکیل شرکت‌های تعاونی با مشارکت مردم محلی ارائه می‌کند، در نظر گرفته شود. در این راستاست که گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان یکی از زمینه‌های توسعه منطقه‌ای عمل نموده و افزایش سطح درآمد و فرصت‌های شغلی جدید و توسعه پایدار را امکان‌پذیر نماید. جهت تعریف دقیق توسعه روستایی ما باید نخست خود روستا را بر اساس ویژگی‌های آن تعریف کنیم. قبلاً روستا را تنها بر اساس محل سکونت و تعداد جمعیت آن تعریف می‌کردند که این تعریف ناقص بود؛ زیرا در آن به ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق روستایی توجهی نمی‌شد. اما بر اساس نگاه نو، روستا واحدی تولیدی، فرهنگی و تاریخی است که آن را از سکونتگاه صرف خارج می‌کند و این خود موجب می‌شود که در ابعاد یادشده، روستاهای ما پذیرای سرمایه‌گذاری باشند. از جمله عواملی که می‌تواند در بهبود وضعیت معیشت مردم روستایی اثرگذار باشد، تعاونی‌ها هستند که از طریق ایجاد انگیزه و ترغیب روستاییان به مشارکت در فعالیت‌های تعاونی، موجب توانمندسازی آنان شده و با آشنا کردن آنان با مزایای تعاونی، از فواید آن که هم جنبه مادی و هم جنبه معنوی دارد، بهره‌مند شوند. امروزه در تمام دنیا تعاونی‌های گردشگری به عنوان نهادهای غیردولتی نقش خود را در توسعه گردشگری ایفا می‌کنند و توانسته‌اند در همه زمینه‌های گردشگری از جمله تبلیغات، پذیرش و اسکان، موفق عمل کنند. تعاونی‌های گردشگری با توجه به مشارکت اقتصادی افراد و تجمع سرمایه‌های کوچک، مکانیزمی مؤثر و کارا در جهت توسعه صنعت گردشگری است که علاوه بر بهبود وضع اقتصادی منطقه، امکان حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست را فراهم می‌کند. اصل مسلم آن است که در دنیا بنگاه‌های کوچک و متوسط، موتور محرک اقتصادی و ابزارهای توسعه به شمار می‌روند. آگاه کردن مردم از مزایای گردشگری و شناساندن جاذبه‌های گردشگری به مردم و جهانیان، ایجاد بازارهای گردشگری خاص، تهیه و تدوین قوانین و مقررات شفاف و روشن در زمینه گردشگری، ایجاد تشکل‌های گردشگری با همکاری و مشارکت مردم و علاقه‌مندان تحت نظارت دولت، ایجاد زمینه‌های جلب گردشگران، ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای ارائه خدمات مطلوب و مورد انتظار به گردشگران، ارائه اطلاعات صحیح، مناسب و به‌موقع به گردشگران، زیباسازی جاذبه‌های گردشگری، ایجاد اقامتگاه‌های مناسب ویژه گردشگران، ایجاد تعاونی‌های گردشگری؛ آموزش افراد شاغل در این صنعت به صورت تخصصی و توسعه گردشگری و هتلداری در بخش تعاون می‌تواند در توسعه تعاونی‌های توزیعی، خدماتی و تولیدی مانند صنایع دستی و فرش دستبافت، حمل‌ونقل، صنایع غذایی، تعاونی‌های کشاورزی، خدمات



زیست محیطی و خدمات بهداشتی و درمانی در کنار آنها می توان فرصت های شغلی زیادی در کشور ایجاد کند. از آنجا که در مجموع، ساختار طبیعی - انسانی سیمای سرزمین در ایران و جایگاه منطقه کویری آن دارای تنوع منحصر بفرد و ویژه می باشد عموماً از زندگی اجتماعی دارای جلوه ای خاص است، به همان اندازه اشکال مختلف توریسم به خصوص اکوتوریسم و تفرج از قابلیت توسعه بالایی برخوردار می باشد. (پژوهش های جغرافیایی: ۱۳۷۹، ۲۲) در صورتی که صنعت گردشگری در کشور رونق یابد، درآمدهای اقتصادی کشور بدون در نظر گرفتن درآمدهای نفتی رشد کرده و اشتغال در تمام نقاط کشور توسعه می یابد و باعث عدم تمرکز ثروت که یکی از اصول تعاون است شکل خواهد گرفت.

روش تحقیق:

روش مطالعه این پژوهش، بر اساس اهمیت آن در توسعه و توانمندسازی تعاونی ها و همچنین تأثیر مثبت آن بر اقتصاد کشور، روش توصیفی تحلیل محتوا خواهد بود.

فرضیه:

به نظر می رسد تعاونی های گردشگری که با مشارکت افراد ساکن در روستا و موثرین تشکیل گردد از یک سو موجب توسعه گردشگری، افزایش درآمد و ایجاد فرصت های شغلی می گردد و از سویی دیگر با برنامه ریزی دقیق به توسعه پایدار منطقه منجر می گردد.

بیان مساله:

گردشگری روستایی به عنوان یکی از گونه های گردشگری در برگیرنده کمیت و کیفیت مختلف گردشگری در محیط روستاست. در محدوده محلی و منطقه ای آثاری چون ایجاد درآمد برای کشاورزان و دیگر خانوارهای ساکن روستا، کاهش مهاجرت به بیرون در نتیجه تدارک فرصت های شغلی در نواحی روستایی، انتقال اندیشه ها از شهری به نواحی روستایی، آشنایی مردم شهر با تجربه زندگی روستایی و بالاخره موجبات تدارک برخی از زیربنای های اقتصادی را در سطح منطقه در بردارد. (اپرمان: ۱۹۹۶، ۸۹) گردشگران روستایی برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات، پول پرداخت می کنند. پولها در فعالیتهای محلی جریان یافته و موجب تحریک مناطق روستایی در برآوردن هرچه بهتر و بیشتر نیازهای بازدید کنندگان می شود که خود میتواند به تشکیل تعاونی ها منجمله تعاونی های توسعه و عمران و بالتبع اثرات مثبت اقتصادی و کند شدن روند تخلیه سکونتگاه های روستایی در نتیجه مهاجرت جمعیت روستایی منتهی گردد. علاوه بر آن گردشگری روستایی می تواند زمینه ایجاد اشتغال پاره وقت و فصلی، ایجاد زیربنای گردشگری مانند شبکه های ارتباطی، آب و برق و نظایر اینها، که برای فعالیت گردشگری لازم و ضروری است را مهیا کند. این موضوع به توسعه سکونتگاه های روستایی منجر شده و مسلماً روستاییان منطقه نیز از این منابع بهره برداری خواهند کرد (شارپلی: ۱۳۸۰، ۴۱) از این رو می توان گردشگری روستایی را به عنوان راهبردی برای توسعه و جزئی از اجزای توسعه همه جانبه روستا به حساب آورد. بنابراین تعاونی های گردشگری روستایی به عنوان راهبردی برای توسعه از نظر اقتصادی است و در حال حاضر با توجه به کاهش سود فعالیتهای کشاورزی و آلودگی های زیست محیطی می تواند جایگزین مناسبی برای آن باشد. بر این اساس دلیل اصلی توجه به توسعه تعاونی های گردشگری روستایی غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت های جدید شغلی

و تحولات اجتماعی در جامعه روستایی است. به طور کلی گردشگری روستایی می تواند در زمینه توسعه روستایی کارکردهای زیر را شامل شود:

- ۱- گردشگری روستایی همانند هر فعالیتی صادراتی دیگر درآمدها و اشتغالزا است.
- ۲- گردشگری روستایی زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی را به وجود می‌آورد و به عنوان اهرمی برای ایجاد تعداد زیادی از فعالیت‌های اقتصادی عمل می‌کند.
- ۳- گردشگری روستایی در نواحی روستایی پدیده‌های طبیعی را که دارای ارزش اقتصادی نیستند، مورد بهره‌برداری قرار می‌دهد.
- ۴- گردشگری روستایی تقاضا برای صنایع دستی، هنرهای سنتی و فعالیت‌هایی که نیاز به نیروی کار بیشتری را دارند را ارتقاء می‌دهد.

فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری در راستای توسعه تعاونی‌های گردشگری روستایی

با یک نگرش سیستماتیک فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری از شش مرحله اصلی که مکمل یکدیگر می‌باشند، تشکیل شده است:

- ۱- آمار پردازی منابع (عرضه) گردشگری.
- ۲- تعیین دقیق احتیاجات و مطالبات (تقاضا) تفریحی استفاده‌کنندگان.
- ۳- تعیین دقیق ابعاد عرضه و تقاضای تفریحی در دراز مدت.
- ۴- ایجاد و تولید گزینه در برنامه تفریحی.
- ۵- ایجاد و تولید برنامه‌ها و طرح‌های تفریحی.
- ۶- ایجاد طرح‌ها و برنامه‌ها و نیز سازماندهی و مدیریت و ترمیم و مراقبت.

سه مرحله نخستین برنامه‌ریزی تفریحی، در حیطه مسئولیت‌های اساسی نظام برنامه‌ریزی جای دارد. اما سه مرحله آخر تحت رهبری و مدیریت برنامه‌ریزان، درحالی که مردم تعیین‌کننده اصلی قلمداد می‌شوند، بوده و به عنوان حاصل کار هماهنگ گروهی که از مردم - برنامه‌ریزان مراجع تصمیم‌گیری متشکل شده، به وجود می‌آید و در عمل، با ایجاد این هماهنگی به طور عاقلانه و عقلایی، شناسایی آماج، توسعه گزینه‌ها و انتخاب مناسب‌ترین گزینه می‌تواند با موفقیت به هدف موردنظر برنامه‌ریزی گردشگری دست یابد. (پژوهش‌های جغرافیایی: ۱۳۷۹، ۲۵) تعاونی‌های گردشگری روستایی برای رسیدن به اهداف موردنظر خود به پایداری و حفاظت محیط روستا، احیا و ثبات اقتصادی جوامع روستایی و توسعه تجارت گردشگری در مقیاس کوچک به عنوان یک شیوه عمل، وابسته است. تحقق این راهبردها زمانی امکان‌پذیر است که یک نگرش منطقه‌ای در تجمیع فعالیت‌های گردشگری روستایی وجود داشته باشد تا با شناسایی مناطق مستعد و منطبق بر آن گونه‌های مختلف گردشگری روستایی، راهکارهای لازم در تبیین منطقه‌ای توسعه گردشگری اتخاذ شود. در این بین منطقه‌بندی گردشگری روستایی می‌تواند با توجه به شاخص‌های مناسب از جمله جاذبه‌های گردشگری مناسب روستایی و پیرامون آن، راه‌های ارتباطی و سهولت دسترسی، ظرفیت پذیری گردشگر در واحد سطح، تأسیسات زیربنایی اقتصادی، امکانات سکونتگاهی، پتانسیل‌های فرهنگی و تمایل ساکنان روستا در جذب گردشگر، پیامدهای



گردشگری در اشتغال، سطوح درآمد و افزایش سطح رفاه اعضای تعاونی و بالاخره دستیابی به یک گردشگری پایدار صورت گیرد. در این راستا می توان منطقه بندی گردشگری را یک منطقه جغرافیایی که شامل تعداد زیادی از عوامل اصلی و حیاتی برای توسعه هستند، در نظر گرفت که در آن جاذبه های بی نظیری که می تواند تعداد مناسبی از بازدیدکنندگان غیرمحلی را جذب کند، وجود دارد. به طور کلی دسته بندی جاذبه های گردشگری روستایی در چارچوب منطقه ای موجب جذب گردشگران بیشتری به منطقه شده و آنها را به اقامت طولانی تر ترغیب می کند. همچنین تجمع جاذبه ها به کاهش هزینه های لازم برای ایجاد زیرساخت های مناسب در منطقه می انجامد که برای زمینه سازی تشکیل تعاونی های گردشگری روستایی بستر مناسبی را فراهم می آورد. این روند موجب شده تا در کشورهای صنعتی و پیشرفته، صنعت کشاورزی، دیگر به عنوان صنعت اصلی روستا محسوب نشده و متعاقب آن در نواحی روستایی به طور فزاینده ای به سوی تبدیل به محلی جهت تفریح گرایش پیدا کنند. بنابراین سعی دولت بر این بوده است تا از عرضه کنندگان جریان گردشگری روستایی در جاهای مختلف برقرار سازند. (بونی فیس: ۱۳۸۰، ۵۵) این عمل با تشویق و حمایت فراوان دولت از تعاونی ها و تشکل های تشکیل شده در روستا میسر می گردد که نه تنها به اقتصاد محلی و اعضای تعاونی کمک می نماید بلکه به بهبود وضعیت خانوارهای کشاورز نیز منجر می گردد. گردشگری روستایی برای آنکه بتواند به تعادلی پایدار میان جوامع محلی، حفظ محیط زیست همراه با ارتقاء سطح کیفیت زندگی و تجربه گردشگری دست یافته و فعالیت های گردشگری پایدار را شکل دهد به یک سیستم مدیریتی قوی نیازمند است. مدیریتی که می تواند در زمینه بهره دهی گردشگری در نواحی روستایی در انطباق با یک نگرش سیستمی، که در آن پویایی در چارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر توسعه پایدار مد نظر است، شکل گیرد. چنین مدیریتی می تواند پیوندهای منطقه ای را افزایش داده و توسعه دانش و مهارت های کارکنان را در این بخش بهبود بخشد. همچنین می تواند همکاری بین بخشها را برای انجام امور و وظایف وابسته به هم موجب شود (داس ویل: ۱۳۷۸، ۲۶۷). بر اساس این مدیریت روستایی هنگامی که بتواند محصول گردشگری را در نواحی روستایی به عنوان سازه های اجتماعی مورد توجه قرار داده (هال: ۱۳۷۸، ۸۰) و پیامد های ناشی از صنعت گردشگری را در تغییر ارزشها و ساختارهای روستایی بشناسد، می تواند در فرآیندی از تعیین اهداف، بررسی ها، تجزیه و تحلیل ها، پیشنهادها، اجرا و اداره، موجبات دستیابی به توسعه گردشگری روستایی پایدار را امکان پذیر نماید. از این رو مدیریت روستایی باید در مورد اهداف عمومی و اولویت ها، همراه با برنامه و راهکارهای تنظیم شده برای منطقه، آگاهی کامل داشته باشد. علاوه بر آن بایستی مهارت لازم و کافی را برای حل مشکلات در وضعیت تعارض آمیز نیز داشته باشد تا توانایی سرعت بخشیدن به پروژه های گردشگری روستایی را کسب نماید. (الیوت: ۱۳۷۹، ۱۸۲) مدیریت گردشگری به طور کلی با موارد متعددی مرتبط است که از آن جمله می توان به روند تغییرات بازار و محصول، حفظ و ارتقاء امکانات و خدمات مربوط، افزایش مستمر منافع اجتماعی و جغرافیایی گردشگری و حل مسائل به هنگام بروز آنها اشاره کرد. (سقای: ۱۳۸۱، ۱۹) که در این بین آموزش مدیران تعاونی و انتخاب مدیران متخصص و با تجربه در این زمینه بسیار موثر می باشد. بنابراین مشخص می شود که نظارت باید به عنوان یکی از بخش های مهم مدیریت روستایی در زمینه گردشگری مطرح باشد، تا بتواند پیشرفت کار را در مورد اقدامات اجرایی را پیوسته مورد نظارت دقیق قرار دهد. همچنین مطالعه دقیق ویژگی گردشگری و گردشگران را به منظور حصول اطمینان از تحقق اهداف تعیین شده در خصوص بازار، تعیین میزان رضایتمندی گردشگران و نیز آثار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری را به طور اعم و در طرح های اجرایی به منظور خاص در برگیرد. (سازمان جهانی

جهانگردی: ۱۳۷۹، ۱۱۷) این خود هنگامی امکان‌پذیر است که مدیریت گردشگری در نواحی روستایی، گردشگری روستایی را به عنوان سیستمی از برکنشهای درون متنی به حساب آورد و کلیت اقتصاد گردشگری را به عنوان سیستمی از عرضه و تقاضا، مدنظر قرار دهد. در این راستا و در چارچوب نگرش سیستمی به گردشگری در نواحی روستایی، مدیریت روستایی می‌تواند از طریق سازمان‌ها، فرایندها و شبکه‌های مختلف، امور مربوط به گردشگری را در چارچوب جهت‌گیری تقاضا و عرضه، دسترسی و ارتباط و هماهنگی و کنترل منابع مورد نیاز، تدارک ببیند. در حالی که در آن سوی مسئولیت برای تدارک زیربنای تقاضای گردشگری، مدیریت روستایی نیازمند حمایت از جامعه روستایی، محیط زیست آن و پشتیبانی از توسعه اقتصادی محلی و ملی است. (الیوت: ۱۳۷۹، ۲۵۰) برنامه‌ریزی منطقه‌ای با راهبرد گسترش گردشگری روستایی، کوششی برای رسیدن به بهترین الگوی فضایی در جهت توسعه است که دستیابی به اهدافی را توجه به یک سیستم کلی از توسعه ملی مد نظر قرار دارد. (جوسان، ۱۹۹۶، ۵۲۰) در این میان آنچه که می‌تواند به عنوان الگوی عملی مورد تأمل قرار گرفته و تحقق اهداف برنامه‌ریزی را تسهیل و تضمین نماید، توجه به ماهیت رویکردهایی است که باید مورد توجه قرار گیرد که به طور خلاصه به آنها اشاره می‌کنیم.

رویکرد اقتصادی

راهکارهای اقتصادی در زمینه توسعه وابسته به آن است که مقاصد گردشگری روستایی به عنوان مکانی برای یک تجارت کوچک نگریده شود (فلیشر: ۲۰۰۰، ۱۰۱۰) که در الگوی فضایی گردشگری در محیط روستایی منطقه موزائیک‌وار کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. این نگرش کمک می‌کند که در یک سیستم منطقه‌ای، هر مقصد گردشگری به عنوان یک زیربخش برنامه‌ریزی منطقه‌ای به حساب آید تا از این طریق بتواند تخصیص‌های عمودی را در زمینه توسعه گردشگری به فعالیت‌های افقی تبدیل نماید. (زیاری: ۱۳۷۸، ۱۰۴) در برنامه‌ریزی منطقه‌ای در زمینه گردشگری روستایی با راهبردهای اقتصادی، بررسی توانهای محیطی و ارزشیابی‌های اجتماعی منطقه در برآورد عرضه به عنوان محصول گردشگری مطرح است که میتواند شناخت منابع طبیعی، وضعیت ویژگی‌های فرهنگی، تاریخ نواحی روستایی و گونه‌های گردشگری که بر این پایه، قابلیت عرضه دارند، را در بر می‌گیرد. همچنین برآورد تراکم و ظرفیت‌پذیری در نواحی روستایی، زیربنای اقتصادی در بخش‌های مختلف، توان‌سنجی اقتصاد روستایی در زمینه کشاورزی و دیگر بخشهای اقتصادی، قابلیت عرضه دیگر محصولات مورد نیاز گردشگران، بررسی و برآورد امکانات و گونه‌های مختلف سکونتگاهی در نواحی روستایی و مراکز جمعیتی منطقه از جمله مواردی هستند که در برنامه‌ریزی‌های گردشگری با راهبردهای اقتصادی باید مورد توجه قرار گیرند. عرضه محصول گردشگری روستایی در یک منطقه با تقاضای گردشگری ارتباط مستقیم داشته و تقاضا نیز به ارزش کالا، خدمات و تسهیلات همراه با جهت‌گیری تقاضا در بازاریابی گردشگری وابسته است. جهت تقاضای گردشگری روستایی متغیر بوده و نسبت به هر یک از سطوح گردشگران داخلی و خارجی ارتباطی معکوس دارد. (قره‌نژاد: ۱۳۷۴، ۷۴) برآورد تقاضا برای گردشگری روستایی را می‌توان از جمع نقش درآمدها و محاسبه آن، هزینه‌های مسافرت و اقامت در هر مکان گردشگری محاسبه نمود علاوه بر آن در برآورد تقاضا، شیوه بازاریابی و شناسایی بازارها نیز باید مورد توجه قرار گیرند. در توسعه، گردشگری روستایی به عنوان یک بخش ارزشمند و رشد‌یابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح بوده و دارای خطرات و هزینه‌های کمتری در زمینه سرمایه‌گذاری با توجه به در دسترس بودن منابع و پایین بودن قیمت‌ها در مقایسه با



دیگر پروژه‌های گردشگری می‌باشد. گردشگری روستایی می‌تواند موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال، پویایی تجارت و صنایع، گسترش فرصت‌هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت‌های چندگانه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد پویای منطقه‌ای را سبب شود. (شارپلی: ۱۳۸۰، ۸۸)

رویکرد اجتماعی-فرهنگی

پذیرش گردشگران در یک روستا از نظر اجتماعی و فرهنگی، نحوه کنش‌پذیری و پویایی فرهنگ جوامع محلی در قالب احیاء آداب و رسوم و سنت‌ها شکل می‌گیرد. همچنین بازدید گردشگران از این جوامع به یک تجربه گردشگری منتهی می‌شود. نوع و نحوه برخورد جامعه میزبان با جامعه میهمان را در نواحی روستایی، می‌توان از سه دیدگاه مورد توجه قرار داد. دیدگاه نخست شیوه برخورد بین گردشگر-میزبان را به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد که ارزشیابی آن بستگی به نگرش محقق به مسیر صحیح توسعه منطقه خواهد داشت. دومین دیدگاه، دیدگاه کارکردی عناصر مختلف جامعه روستایی است که ممکن است تغییری را به عنوان نتیجه مستقیم گردشگری، نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت، تجربه کند. سومین دیدگاه عمدتاً جنبه‌های تغییر فرهنگی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ گردشگران در بازنگری مهارت‌ها و رسوم سنتی مانند صنایع دستی است. هرچند تشخیص این دیدگاه‌ها از نظر اجتماعی به علت هم‌پوشی باهم عملاً مشکل است. (لی: ۱۳۷۸، ۸۷) ولی آنچه در این مین ارتباطی مستقیم با شیوه‌های بررسی این دیدگاه‌ها دارد، به تغییراتی وابسته است که در عرصه فعالیت‌های گردشگری و گونه‌های مختلف آن رخ داده است. در این ارتباط تضاد فرهنگی ناشی از تمایز((من)) و ((دیگری)) در عرصه گردشگری مدرن، در وضعیت پسامدرن به صورت رهیافتی از تایید فرهنگ‌های دیگر منتهی شده است. از این رو فرهنگ‌های دیگر می‌توانند به عنوان سیستم‌های پایدار ارزشها، عقاید و مصنوعات که سازمان اجتماعی و فعالیت‌های منطقی را تأیید می‌کنند، در چارچوب گردشگری روستایی قابل شناخت و تبادل باشند. با وجود این نمی‌توان پیامدهای گردشگری را در عرصه اجتماعی-فرهنگی نادیده گرفت، ولی می‌توان در کاهش پیامدهای منفی آن در فرآیندهای توسعه روستایی کوشید. در این راستا می‌توان راهکارهایی همچون کنترل جمعیت در نواحی روستایی، حفاظت و نگهداری از سرویس‌های خدمات عمومی، رونق‌بخشی به صنایع محلی، احیاء هویت فرهنگی و آداب و رسوم محلی، افزایش فرصت‌های برابر برای ارتباط و مبادله اجتماعی را مورد توجه و تأمل قرار داد. به طور کلی توسعه گردشگری هر چند موجب جهش‌های اجتماعی مشابه با جهش‌های ناشی از صنعتی شدن جوامع بومی می‌گردد ولی گردشگری بر خلاف صنعت می‌تواند هنرهای مردمی، سنت‌ها و عادات کهن را از نو زنده کرده و نسبت به حفظ میراث فرهنگی و طبیعی نیز ایجاد انگیزه و علاقه نماید. (طیب: ۱۳۷۹، ۲۱۶) در این زمینه ذکر این نکته ضروری است که در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی، شناخت محصولات سنتی و روش‌های تولید، زبان و گویش‌های محلی، مکان‌های تاریخی و مناظر طبیعی و به طور کلی نشانه‌های فرهنگی که به عنوان هسته‌های نژادی در ضمیر ناخودآگاه جامعه روستایی حک شده است نمی‌تواند در چالش عقلانیت ابزاری مدرنیته جوابگوی توسعه گردشگری روستایی باشد.

رویکرد زیست محیطی

ملاحظات زیست محیطی در ابعاد انسانی و طبیعی در برنامه ریزی گردشگری اهمیت زیادی دارد. زایش مفهوم گردشگری پایدار خود وابسته به این موضوع می باشد. پایداری منابع که به صورت برآورد نیازهای اجتماعی امروزی بدون نابودی منابع برای برآورد نیازهای اجتماعت آینده تعریف شده است خود در زمینه گردشگری می تواند در برگیرنده حفاظت از منابع گردشگری در چارچوب جاذبه ها و محیط پیرامون برای تداوم جریان گردشگری و رسیدن به سطحی از توسعه پایدار قلمداد گردد. در این میان توسعه پایدار گردشگری به خصوص گردشگری روستایی را در یک برنامه ریزی منطقه ای می توان با در نظر گرفتن ارتباطی که بین سه جزء محیط زیست گردشگری - گردشگران - مقصد و جامعه میزبان - وجود دارد، مورد توجه قرار داد. این ارتباط می تواند پیچیده، پویا و سازنده یا مخرب باشد. گردشگری روستایی از یک سو می تواند اشتغالزایی و ایجاد درآمد را در اقتصاد محلی احیا و در تقویت فرهنگ محلی سهم و در حفظ محیط زیست با بازسازی آن نقش مهمی را بازی کند. از دیگر سو گردشگری قادر است اقتصاد ملی را از جلوه بیاندازد و کیفیت زندگی و محیط زیست جوامع محلی را پایین بیاورد. بنابراین هدف گردشگری روستایی پایدار در درازمدت در راستای تحقق اهداف خود ضمن حفظ منابع طبیعی و محیط زیست انسانی ایجاد اعتدال موزون بین سه جزء تشکیل دهنده گردشگری روستایی خواهد بود. (شارپلی: ۱۳۸۰، ۱۲۱) بنابراین لازم است در سیاست های توسعه منطقه ای، ساختار و ترکیب تمامی تصمیم گیری های نهایی در زمینه گردشگری روستایی در فرایند توسعه پایدار مورد ارزشیابی قرار گیرند. در این راستا با توجه به ظرفیت پذیری منطقه برای توسعه گردشگری روستایی پایدار، اهمیت بنیادی دارد، چرا که این مفهوم به استفاده حداکثر از هر مکان بدون گذاشتن اثرات منفی بر منابع، کاهش خشنودی بازدیدکنندگان و بر جای گذاشتن آثار سوء بر جامعه، اقتصاد و فرهنگ محل اشاره دارد. ظرفیت پذیری مبین مرزی است که فراتر از آن دیگر گردشگری پایدار مفهومی نخواهد داشت. بنابراین تعیین آستانه ظرفیت پذیری در سیاست های برنامه ریزی موکدا باید مورد توجه قرار گیرد (سینایی: ۱۳۷۵، ۱۳۶) در راستای گردشگری پایدار روستایی برای توسعه می توان به راهکارهای زیر اشاره نمود:

- ۱- فراهم آوردن عوامل زیربنایی و خدماتی کافی برای بسترسازی و برآوردن نیازهای فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی منطقه.
- ۲- واگذاری طرح های مطابق با نظرات جوامع محلی
- ۳- تهیه طرح هایی برای کنترل اثرات سوء زیست محیطی حاصل از حضور گردشگران در منطقه.
- ۴- تعیین ظرفیت، برد و حجم جمعیت گردشگرانی که می توانند به طور پایدار بدون هرگونه تأثیر منفی از عوامل زیربنایی و منابع استفاده کنند.
- ۵- ارتقاء سطح توانمندی مردم محلی و تعاونی ها برای نظارت پیوسته و اجرای قوانین و مقررات مربوط به آلودگی ها.
- ۶- به حداقل رساندن مسائل و مشکلات دسترسی از طریق طرح ریزی جامع و یکپارچه برای کاهش تراکم ترافیک و آلودگی.
- ۷- به خدمت گرفتن نیروی انسانی و افزایش مستمر دانش و آگاهی آنها و مدیران تعاونی به منظور دستیابی به مهارت و توانمندی آنها جهت اصلاح پیامدها و تأمین امکانات نظارت پیوسته بر حفظ محیط زیست.



تحلیل و پیشنهادات

موقعیت توسعه یک مفهوم نظری خیلی پیچیده می‌باشد و بررسی مناسب آن مشتمل بر آگاهی بهتری در باره تداوم توسعه یافتگی همراه با توجه جامع از رفاه انسانی به عنوان هدف توسعه مطرح می‌گردد. توسعه به‌عنوان افزایشی سریع در مجموع سرمایه و درآمد سرانه که در طی دوره قابل‌توجهی ابقاء شده و بر روی بیشترین قسمت‌های یک جامعه همراه با تغییرات دموگرافیکی، اقتصادی و تکنولوژیکی بوده، قابل‌توجه است و در توسعه پایدار تأکید بر آن است که منابع یک ناحیه یا یک کشور تا چه حد و میزانی تحت استفاده کامل و کارآمد قرار گرفته‌اند. در مواقعی که اکثر برنامه‌ریزی‌ها و حتی طرح‌ریزی‌ها بازتابی از آراء و نظریات مراجع تصمیم‌گیری مرکزی و محلی باشد و به طور محدود و نسبی با مشارکت مردم و همچنین با مطالعات و بررسی‌های حرفه‌ای برنامه‌ریزان هماهنگ نباشد و از طرف دیگر، اگر از تلفیق مناسبی با گرایش‌های فرهنگی - ملی و جنبه‌های اشتغال‌زایی و نیازها و توان‌های اقتصادی مردم جامعه برخوردار نگردد، کمبودها و کاستی‌ها بیشتر نمایان شده و در نتیجه، نیازها و درخواست‌های مردم - چه استفاده‌کنندگان و چه سرویس‌دهندگان - آن‌طور که شایسته است برطرف نخواهد شد و چه بسا که جامعه دچار سردرگمی و گنگی و بی‌هدفی شود چرا که اغلب نارسایی‌ها ریشه در عرصه اجتماعی و سیاسی و حتی روزمره داشته و عقل و منطق حکم می‌کند که به جای پرداختن به شکل و ظاهر قضایا، محتوا و باطن آنها هدف و آماج قرار گیرد و برای رفع مشکلات نیز باید راهکارهای راهبردی و مردم‌سالارانه و جامعه‌پسندانه و هماهنگ با آنها ارائه گردد. همچنان که وظایف اصلی و اساسی مراجع تصمیم‌گیری، بیشتر نظارت، کنترل، بسط و توسعه زیرساخت‌های اساسی اقتصادی - اجتماعی و هموار نمودن موانع مربوطه در راه توسعه امکانات و ابزار آن است که همانا توسعه اجتماعی - فرهنگی - سیاسی جامعه می‌باشد. در واقع عرصه اجرایی بیشتر می‌بایست که تحت‌الشعاع و منبعث از فعالیت‌ها و نیازهای مختلف جامعه و نیازهای اقشار مختلف جامعه باشد که می‌تواند در قالب تشکل‌های مردمی و شرکت‌های تعاونی تبلور یابد. در هر حال این مردم هستند که با توجه به منابع طبیعی موجود در روستا و یا در قلمرو زندگی‌شان، جهت رفع نیازهای خود، آن منابع را تحت سازماندهی و مدیریت قرار می‌دهند. در صورت اجرای صحیح گردشگری روستایی با محوریت تعاونی‌ها دستاوردهای ذیل مورد انتظار می‌باشد: ایجاد اشتغال پایدار و رونق کسب و کار، کاهش شکاف توسعه اقتصادی و تعادل بخشی روستایی - شهری، تقویت اقتصاد محلی صادرات محور در پیوند با اقتصاد منطقه‌ای در روستاها، افزایش مشارکت اقتصادی روستاها، توانمندسازی اقتصادی روستاییان و ظرفیت‌سازی مشارکت تحصیلکردگان محلی در طرح‌های توسعه اقتصادی، تنوع‌بخشی به اقتصاد و معیشت روستاییان، سهم‌بری عادلانه و پایدار از منابع زیستی مطابق با اهداف اقتصاد مقاومتی در زمینه عدالت بین‌نسلی و درون نسلی، سهم‌بری عادلانه عوامل در زنجیره ارزش فعالیت‌های اقتصادی روستاها، افزایش سطح درآمد و ارتقاء سطح بهره‌وری در روستاها، تثبیت جمعیت روستایی و ایجاد انگیزه برای بازگشت مهاجران روستایی. استفاده از ظرفیت روستاهای گردشگری با تجمیع سرمایه‌های اندک و افزایش زیرساخت‌های مناسب و ایجاد فضاهای محلی و بومی از جمله اقداماتی است که تعاونی‌های گردشگری با همکاری دهیاری‌ها می‌توانند در روستاهای گردشگری انجام دهند. تعاونی‌های گردشگری قادرند تمام مراحل این صنعت را از تبلیغات، پذیرش و راهنمایی، اسکان گردشگر، تامین وسیله حمل‌ونقل، تهیه صنایع دستی و سایر موارد مرتبط انجام دهند، همچنین در این حوزه تعاونی‌های متعدد جدید شکل خواهد گرفت و هر کدام

از تعاونی‌ها بخشی از امور مرتبط با این صنعت را به انجام می‌رسانند. توسعه گردشگری و هتلداری در بخش تعاون می‌تواند در توسعه تعاونی‌های توزیعی، خدماتی و تولیدی مانند صنایع دستی و فرش دستبافت، حمل و نقل، صنایع غذایی، تعاونی‌های کشاورزی، خدمات زیست‌محیطی و خدمات بهداشتی و درمانی مؤثر باشد. در صورتی که صنعت گردشگری در کشور رونق یابد، درآمد‌های اقتصادی کشور بدون در نظر گرفتن درآمد‌های نفتی رشد کرده و اشتغال در تمام نقاط کشور توسعه می‌یابد و باعث عدم تمرکز ثروت که یکی از اصول تعاون است شکل خواهد گرفت.

منابع و مآخذ

- ۱- الویت، جمیز، (۱۳۷۹) مدیریت توریسم، ترجمه مهدی جمشیدیان، انتشارات مانی، اول.
- ۲- بونی فیس، پرسیلا، (۱۳۸۰) مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه محمود عبدا.. زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، اول.
- ۳- پاپلی یزدی، محمد حسین، (۱۳۸۰) گردشگری تبار شناسی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۸.
- ۴- پژوهش‌های جغرافیایی، (۱۳۷۹) برنامه توریستی بر اساس اصول اکولوژیکی، انتشارات دانشگاه تهران، شماره سی و دوم.
- ۵- حسین زاده دلیر، کریم، (۱۳۸۰) برنامه ریزی ناحیه‌ای، انتشارات سمت، اول.
- ۶- داس ویل، راجر، (۱۳۷۸) مدیریت جهانگردی، ترجمه محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، اول.
- ۷- رضوانی، علی اصغر (۱۳۷۴) جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات پیام نور، دوم.
- ۸- زیاری، کرامت ا.. (۱۳۷۹) اصول و روش‌های برنامه ریزی منطقه‌ای، انتشارات دانشگاه یزد، اول.
- ۹- سازمان جهانی جهانگردی، (۱۳۷۹) برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، ترجمه بهرام رنجبریان و محمد زاهدی، انتشارات دانشگاه اصفهان، اول.
- ۱۰- سقایی، مهدی (۱۳۸۱) شهرهای ساحلی و گردشگری دریایی، مجله شهرداری‌ها، شماره ۱۳۸.
- ۱۱- سینایی، وحید (۱۳۷۵) توسعه پایدار و گردشگری (۱۳۷۵) مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۹۵.
- ۱۲- شارپلی، ریچارد، جولیا (۱۳۸۰) گردشگری روستایی، ترجمه رحمت ا.. منشی زاده و فاطمه نصیری، انتشارات منشی، اول.
- ۱۳- طیب، علی (۱۳۷۹) جایگاه ملاحظات فرهنگی در برنامه‌ریزی علمی برای توسعه گردشگری، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۵۷.
- ۱۴- قره نژاد، حسن (۱۳۷۴) اقتصاد و سیاست‌گذاری توریسم، انتشارات مانی، اول.
- ۱۵- لی، جان (۱۳۷۸) گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، اول.
- ۱۶- مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی ویژه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای (۱۳۸۳) نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، شماره دوم.
- ۱۷- محلاتی، صلاح‌دین (۱۳۸۰) درآمدی بر گردشگری، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.



۱۸- منشی زاده، رحمت ا.. (۱۳۸۴) اندر مقوله گردشگری، انتشارات منشی.

۱۹- هال کالین و جان ام، جنکنیز (۱۳۸۰) سیاست گذاری جهانگردی، ترجمه محمود اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش های فرهنگی.

۲۰- Berry. sue: Sustainable Tourism; Tourism Management, vol. ۱۸, No. ۷, ۱۱۹۷;

۲۱- Fleisher. Aliza: Support For Rural Tourism; Annals of Tourism Research, Vol; ۲۷, No. ۴, ۲۰۰۰;

۲۲- Sharpley. Richard: Rural Tourism and The Challenge of Tourism Diversification, Tourism Management, Vol. ۲۳, ۲۰۰۲,

نقش تعاونی‌ها در حفاظت از محیط زیست

(مطالعه موردی: تعاونی‌های روستایی استان چهارمحال و بختیاری)

سارا ظهرابی^۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش تعاونی‌ها در حفاظت از محیط‌زیست در تعاونی‌های روستایی استان چهارمحال و بختیاری می‌باشد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر کلیه کارشناسان، متخصصان و اساتید دانشگاهی مرتبط با موضوع پژوهش در استان چهارمحال و بختیاری به تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۱۰۸ نفر محاسبه شد و به شیوه تصادفی در دسترس مدنظر قرار گرفت. ابزار پژوهش مشتمل بر دو پرسش‌نامه تعاونی روستایی و حفاظت از محیط‌زیست (انرژی، منابع و خدمات محیط و سلامت محیط) بوده که روایی آن به شیوه صوری و محتوایی و پایایی آن بر اساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۴ / ۰ مورد تأیید قرار گرفته است. داده‌های گردآوری شده بر اساس تحلیل مسیر معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحلیل مسیر معادلات ساختاری نشان داد که به‌طور کلی تعاونی‌ها بر حفاظت از محیط زیست با ضریب مسیر ۰,۲۳ و مقدار T ۳/۴۷، تعاونی‌ها بر انرژی با ضریب مسیر ۰,۲۲ و مقدار T ۱۳/۷۹، تعاونی‌ها بر منابع و خدمات محیط با ضریب مسیر ۰,۳۳ و مقدار T ۴/۴۷، تعاونی‌ها بر سلامت محیط پایدار با ضریب مسیر ۰,۱۸ و مقدار T ۸/۳۴، تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: تعاونی‌ها، حفاظت از محیط‌زیست، تعاونی‌های روستایی، استان چهارمحال و بختیاری.

^۱ مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های روستایی شهرستانهای شهرکرد، بن و سامان، ایمیل: sara.zohrabi@gmail.com



مقدمه

در دهه‌های اخیر، توسعه صنعت و توسعه شهرها، افزایش جمعیت انسانی، تغییرات اقلیمی و وقوع خشک‌سالی‌های مداوم و بلندمدت، صدمات جبران‌ناپذیری بر محیط زیست بشری وارد کرده است. بدین سبب، اتخاذ تدابیری در سطح ملی و بین‌المللی به عنوان یکی از اقدامات مهم، در دستور کار بسیاری از کشورها قرار گرفته است (رحیمی، ۱۳۹۸: ۱). یکی از ساز و کارهای عمده و تعیین کننده در جهت تحقق این مهم، شناسایی و نقش دهی به سازمان های غیردولتی و به کار بردن دانش محلی در کنار دانش رسمی و علمی در زمینه حل مسایل زیست محیطی و حفاظت از محیط زیست است (زایری و خسروی پور، ۱۳۹۷).

ارتباط محیط زیست و سرمایه اجتماعی از جمله موضوعات جدیدی است که مورد توجه محققان زیست محیطی قرار گرفته است. پژوهشگران معتقدند که سطوح سرمایه اجتماعی بر رفتارهای زیست محیطی و حفاظت از محیط زیست تأثیر به سزایی دارد و رفتارهای زیست محیطی افراد و تمایل آنها به حفظ محیط زیست به شخصیت، وضعیت و ظرفیت های اجتماعی در جامعه بستگی دارد (آزادخانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱). انسان، در برابر اجتماع مسئول است که باعث کنترل بر رفتارهای خویش شده و توسعه پایدار همه جانبه را به همراه خواهد داشت. یکی از ابعاد مهم در توسعه پایدار حفظ محیط زیست است که مسئولیت در قبال آن باعث کاهش اثرات وارده بر آن و انجام رفتارهای درست خواهد شد. مسئله حفظ محیط زیست برای نسل های آینده، یکی از مباحث اساسی در دنیای امروز است. وضعیت بغرنج بسیاری از فعالیت های انسانی تبعاتی مانند انقراض گونه های طبیعی، مقاوم شدن آفات و بیماری های گیاهی، آلودگی های محیط زیست، فرسایش خاک، شوری زمین ها و هزاران نگرانی عمده را به دنبال داشته و در نهایت چیزی از منابع را برای آیندگان باقی نخواهد گذاشت (رستمی و صالحی، ۱۳۹۸). امروزه مسئله حفاظت از محیط زیست با هدف توسعه پایدار و تداوم حیات بشری بسیار حائز اهمیت شده است و در ردیف مسائل مهم جهانی قرار گرفته است. یکی از راه حل های حفاظت از محیط زیست، آموزش نحوه حفاظت و حمایت از محیط زیست شناخته شده است. سازمان های مردم نهاد بخش مهمی از بدنه سازمان حفاظت محیط زیست در امر آموزش محیط زیست و جلب مشارکت های مردمی هستند (نگهداری و اکرمی، ۱۴۰۱). سازمان های مردم نهاد زیست محیطی از مراکزی هستند که می توانند مشارکت های مردمی را در حفاظت از محیط زیست جهت دهی و هدایت کرده، با متمرکز نمودن تلاش های فردی و جمعی، بازدهی ها را افزایش دهند (دامغانی و همکاران، ۱۳۹۷). از جمله فعالیت های این سازمان ها آموزش عمومی در خصوص جلوگیری از تخریب محیط زیست و برنامه های جامع در خصوص مشارکت مردم در امر جلوگیری از تخریب از محیط زیست است. در سال های اخیر این سازمان ها با حملات نهادهای ذی ربط به عنوان ارکان مهمی در امر محیط زیست تبدیل شده اند. به همین جهت دامنه فعالیت های این سازمان ها رو به روز افزایش پیدا کرده تا جایی که امکان اقامه دعوا برای این سازمان ها در حیطه محیط زیست در محاکم قضایی فراهم گشته و در دعاوی مربوط به محیط زیست می توانند طرف دعوا قرار بگیرند (ایزدی، ۱۴۰۰: ۶). اهمیت آگاه سازی عمومی و تاثیر حضور سازمان های مردم نهاد در حفاظت از محیط زیست می تواند به صورت مستقیم یا غیر مستقیم محیط زیست را از خطرهای گوناگون در امان نگاه دارد (کربلایی امینی، ۱۳۹۷).

پژوهش‌ها (چانگ و هوانگ^۱، ۲۰۱۸، ژو^۲ و همکاران، ۲۰۱۸ و سینگه^۳ و همکاران، ۲۰۲۰) نشان داده‌اند که شرکت‌ها (از جمله شرکت‌های تعاونی) از طریق انجام مسئولیت اجتماعی خویش می‌توانند به بهبود عملکرد اقتصادی، ذخایر مالی، گسترش بین‌المللی، وفاداری مشتری و ارائه‌ی فناوری‌های سبز دست یابند. بنابراین روستاها به عنوان بستر تولیدات کشاورزی نیازمند توجه بیشتری در عرصه زیست‌محیطی هستند. بنابراین دنیای امروز چاره‌ای جز اندیشیدن به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در قبال محیط زیست به خصوص در عرصه روستا ندارد. تشکل‌های روستایی بستر مناسبی برای به ظهور رسانیدن، تکامل و پرورش مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. تعاونی‌های روستایی با انجام وظایف گوناگون می‌توانند از پیش‌تازان و بسترسازان این مقوله حیاتی برای آینده توسعه روستایی باشند (رستمی و صالحی، ۱۳۹۸).

در شرایط کنونی وضعیت محیط زیست ایران در جایگاه مناسبی نبوده و این امر در سطح روستاها نیز از وضعیت خوبی برخوردار نمی‌باشد و در سطح روستاهای استان چهارمحال و بختیاری با توجه به وجود تعداد روستاهای زیاد، هر گونه بحرانی در وضعیت زیست‌محیطی تبعات بسیار ناگواری را در پی خواهد داشت و بنابراین لازم است که اقدامات آموزشی و حمایتی مناسبی در این زمینه در روستاها فراهم شود که تعاونی‌ها با توجه در ارتباط بودن با مردم و داشتن نیروی انسانی متناسب می‌توانند در این زمینه نقش ایفا نمایند. بر این اساس مهم‌ترین مساله پژوهش حاضر این است که آیا تعاونی‌ها در حفاظت از محیط زیست روستاهای استان چهارمحال و بختیاری تاثیر دارند؟

در زمینه پیشینه پژوهش باید بیان داشت که فقیه حبیبی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به بررسی جامعه‌شناختی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در توسعه حق بر محیط زیست اقدام کرده است که یافته‌ها بیانگر آن است که بهره‌مندی از ظرفیت‌های سازمان‌های غیردولتی برای ارائه دیدگاه مستقل در جهت ایجاد اعتماد و کمک به اعمال تغییرات رفتاری، فرهنگی، زیست‌محیطی در جوامع بسیار مهم است. از سوی دیگر، دین اسلام به عنوان مکتبی جامع مسائل مربوط به انسان و محیط زیست را مورد توجه قرار داده و بر تعادل بهره‌برداری از محیط زیست تاکید کرده است؛ نه اینکه تقریظ و تعدی کند. اسلام معتقد است که طبیعت در اختیار انسان است تا به نحوی شایسته و در راستای اهداف و رفع نیازهای جوامع بشری از آن استفاده شود. هدایت و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی رابطه فعالیت‌های انجمن‌های مردم‌نهاد در گرایش دانش‌آموزان به طبیعت و احترام به محیط زیست (مطالعه موردی: شهرهای بانه و مریوان) اقدام کرده‌اند که نتایج حاکی از آن است که متغیری که از سایر متغیرها در بین پاسخگویان از میانگین بالاتری برخوردار بود، متغیر فعالیت انجمن‌های زیست‌محیطی مردم‌نهاد بود. همچنین نتایج نشان داد که ارتباط میان عملکرد و فعالیت‌های انجمن‌های زیست‌محیطی مردم‌نهاد و دانش‌آموزان رابطه‌ای مثبت و مستقیم در جامعه مورد بحث بوده است. محمدی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی وضعیت آموزش محیط زیست در سازمان‌های مردم‌نهاد محیط زیستی ایران پرداخته‌اند که نتایج نشان داد که فرضیه احتمالاً وضع آموزش محیط زیست سمن‌ها نمی‌تواند تمامی آموزش‌های مورد نیاز شهروندان جهت حفاظت از محیط زیست را برطرف کند، با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ به اثبات رسید. وضع موجود کیفیت آموزش محیط

^۱ Chuang and Huang

^۲ Xu

^۳ Singh



زیستی ارابه شده توسط سمن‌ها، با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ نیاز به بازنگری دارد. شناسایی و تعیین شاخص‌های ارزیابی، موجب ارتقاء کیفیت آموزش محیط زیستی سمن‌ها خواهد شد. میکوشش و نوکنده (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی نقش سازمان‌های مردم نهاد در حفظ محیط زیست (مطالعه موردی استان مازندران) اقدام نموده اند که نتایج حاصله نشان داده که متغیرهای احساس مسئولیت، اخلاق اجتماعی، آموزش و ارزش‌های سنتی دینی، سازمان‌های غیردولتی منسجمی که اعضای آن را نخبگان محیط زیست تشکیل می‌دهند بر صیانت محیط زیست تاثیر دارند. در یک نتیجه‌گیری کلی پیش بینی می‌شود اخلاق زیست محیطی، بسیج همگانی و آموزش توسط ان جی او ها استان مازندران می‌تواند در حفظ محیط زیست تاثیر بگذارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر کلیه کارشناسان، متخصصان و اساتید دانشگاهی مرتبط با موضوع پژوهش در استان چهارمحال و بختیاری به تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۱۰۸ نفر محاسبه شد و به شیوه تصادفی در دسترس مدنظر قرار گرفت. ابزار پژوهش مشتمل بر دو پرسش‌نامه تعاونی روستایی و حفاظت از محیط زیست (انرژی، منابع و خدمات محیط و سلامت محیط) بوده که روایی آن به شیوه صوری و محتوایی و پایایی آن بر اساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۴ مورد تأیید قرار گرفته است. داده‌های گردآوری شده بر اساس تحلیل مسیر معادلات ساختاری در نرم افزار PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها

ابتدا در این قسمت با استفاده از میانگین و انحراف معیار هر یک از متغیرها به بررسی میزان پاسخگویی و جواب‌دهی به هر یک از متغیرها اقدام شده است.

جدول ۱- میانگین و انحراف از متغیرهای تحقیق

عوامل	میانگین	انحراف از معیار
حفاظت از محیط زیست	۳.۱۴	۰.۸۸۶
انرژی	۳.۰۸	۰.۹۲۵
منابع و خدمات محیط	۳.۲۴	۰.۶۸۹
سلامت محیط	۲.۹۸	۰.۹۷۵
تعاونیها	۳.۱۶	۰.۸۶۵

بر اساس جدول فوق مشاهده می‌گردد که متغیر منابع و خدمات محیط دارای بیشترین میانگین و متغیر زیست محیطی دارای کمترین میانگین می‌باشد.

ارزیابی مدل ساختاری

روایی همگرا (میانگین واریانس استخراج شده)

معیار فورنل و لارکر^۱ برای این روایی بیشتر شدن میانگین واریانس‌های استخراج شده (AVE)^۲ از ۰/۵ است. به این معنی که یک متغیر مکنون می‌تواند به طور میانگین بیش از نیمی از پراکندگی معرف‌هایش را تبیین کند. همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود مقدار AVE برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین می‌توان گفت که روایی همگرای مدل‌های اندازه‌گیری مطلوب می‌باشد.

جدول ۲- مقادیر معیار میانگین واریانس استخراج شده مربوط به هر یک از متغیرها

میانگین واریانس استخراج شده	میانگین واریانس استخراج شده
۰.۵۹۴۲۵۶	حفاظت از محیط زیست
۰.۶۷۲۷۲۵	انرژی
۰.۵۶۳۶۴۸	منابع و خدمات محیط
۰.۶۳۲۵۴۱	سلامت محیط
۰.۵۳۴۹۶۱	تعاونیها

پایایی مرکب

در این تحقیق جهت تعیین پایایی^۳ پرسش‌نامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ^۴ و ضریب پایایی مرکب^۵) استفاده شده است. ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این تحقیق، از حداقل مقدار (۰/۰۷) بیشتر است. پایایی مرکب بر خلاف آلفای کرونباخ که به طور ضمنی فرض می‌کند هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی^۶ حقیقی هر سازه است؛ و بنابراین معیار

۱. Larcker

۲. Average Variance Extracted(AVE)

۳. Reliability

۴. Coefficient of Cronbach's alpha

۵. Coefficient of Composite Reliability

۶. Loadings factors



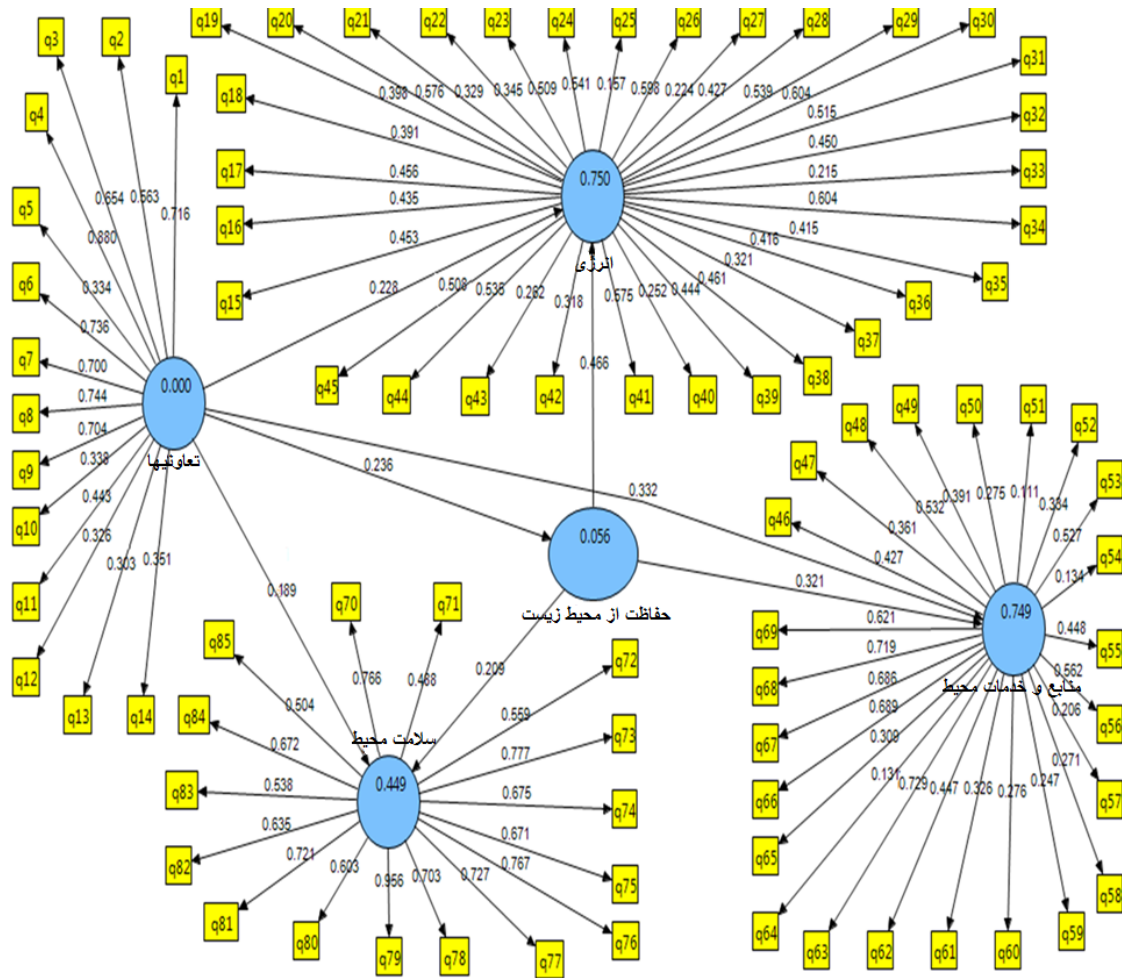
بهتری را برای پایایی ارائه می‌دهد. پایایی مرکب باید مقداری بیش از ۰/۰۷ را به دست آورد تا بیانگر ثبات درونی سازه باشد. در جدول ۳ نتایج پایایی ابزار سنجش به طور کامل آورده شده است.

جدول ۳- مقادیر پایایی مرکب و آلفای کرونباخ مربوط به هر یک از متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب
حفاظت از محیط زیست	۰.۸۴۱۴۸۶	۰.۸۶۵۹۲۹
انرژی	۰.۷۹۱۶۶۹	۰.۷۴۷۵۵۴
منابع و خدمات محیط	۰.۹۲۰۹۸۸	۰.۹۳۰۶۴۲
سلامت محیط	۰.۷۷۴۵۶۳	۰.۷۱۵۶۹۸
تعاونیها	۰.۸۱۸۴۳۴	۰.۸۵۲۱۷۶

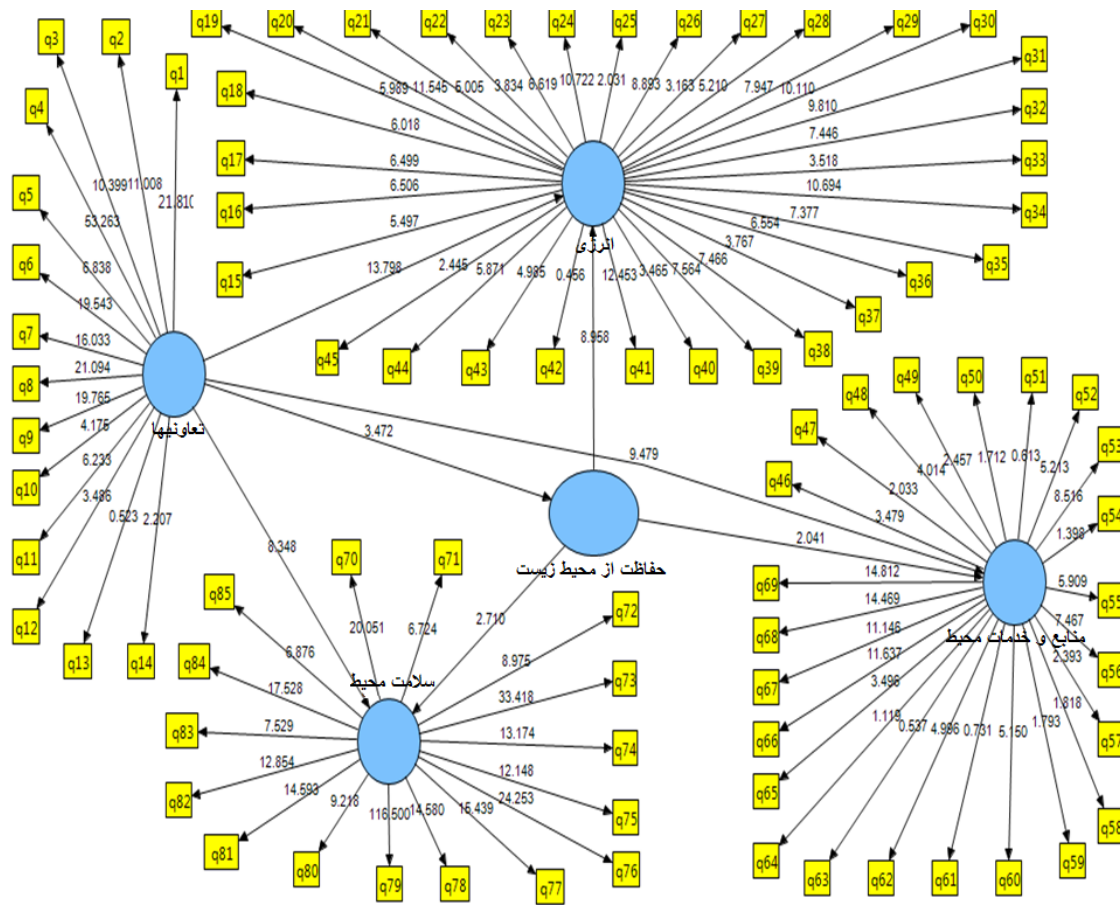
یافته‌های پژوهش با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری (SMART-PLS)

به منظور محاسبه ضرایب مسیر، واریانس تبیین شده متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل، بار عاملی متغیرهای مشاهده شده و اثر غیرمستقیم و اثر کل متغیرها بر یکدیگر از آزمون PLS Algorithm استفاده شد. بر این اساس می‌توان گفت که تعاونی‌ها بر حفاظت از محیط زیست با ضریب مسیر ۰.۲۳ و مقدار T ۳.۴۷، تعاونی‌ها بر انرژی با ضریب مسیر ۰.۲۲ و مقدار T ۱۳.۷۹، تعاونی‌ها بر منابع و خدمات محیط با ضریب مسیر ۰.۳۳ و مقدار T ۴.۴۷، تعاونی‌ها بر سلامت محیط پایدار با ضریب مسیر ۰.۱۸ و مقدار T ۸.۳۴ تاثیر دارد.



شکل ۱- ضرایب مسیر به همراه واریانس تبیین شده

برای بررسی معناداری ضرایب مسیر و بارهای عاملی از آزمون Bootstrapping استفاده شد. در این آزمون اعداد روی مسیر و نیز خطوط مربوط به بارهای عاملی مقادیر t مربوط به این آزمون هستند و همانند آزمون t تفسیر میشوند؛ یعنی اگر تعداد نمونه بیشتر از ۱۲۰ نفر باشد مقادیر بیشتر از ± 1.96 در سطح 0.05 معنی دار هستند.



شکل ۲-نمرات t مسیر

همانطور که مشاهده میشود تمامی نمرات بالاتر از ۱.۹۶ بوده و بنابراین معنی داری آماری ضرایب مسیر در مدل تحلیل مسیر تأیید می شود.

جدول ۴-نتایج مدل ساختاری فرضیات اصلی و فرعی تحقیق

نتیجه بررسی	β	α	$Z \alpha/2$	T	مسیر فرضیه		تعاونیها
تایید	۰.۲۳	-/۰.۰۵	۱/۹۶	۳.۴۷	حفاظت از محیط زیست	<---	تعاونیها
تایید	۰.۲۲	-/۰.۰۵	۱/۹۶	۱۳.۷۹	انرژی	<---	تعاونیها
تایید	۰.۳۳	-/۰.۰۵	۱/۹۶	۹.۴۷	منابع و خدمات محیط	<---	تعاونیها
تایید	۰.۱۸	-/۰.۰۵	۱/۹۶	۸.۳۴	سلامت محیط	<---	تعاونیها

نتیجه گیری

بر اساس آنچه مورد بررسی قرار گرفت می توان بیان داشت که به طور کلی مدل تدوین شده نقش تعاونی ها در حفاظت از محیط زیست از برآزش مناسبی برخوردار بوده است به گونه ای که تعاونی ها بر حفاظت از محیط زیست با ضریب مسیر ۰.۲۳ و مقدار $T = ۳.۴۷$ ، تعاونی ها بر انرژی با ضریب مسیر ۰.۲۲ و مقدار $T = ۱۳.۷۹$ ، تعاونی ها بر منابع و خدمات محیط با ضریب مسیر ۰.۳۳ و مقدار $T = ۴.۴۷$ ، تعاونی ها بر سلامت محیط پایدار با ضریب مسیر ۰.۱۸ و مقدار $T = ۸.۳۴$ تأثیر دارد.

بنابراین می توان گفت که یکی از مشکلات و دغدغه های بشر امروزی مواجهه با مشکلات حاد زیست محیطی است رفع این معضل نیازمند مشارکت همگانی است. نهادینه کردن مشارکت های مردمی، مبارزه با فقر، حفظ محیط زیست و کاهش تصدی گری دولت از کارکردهای مهم تعاونی های مردم نهاد هستند که با استفاده از خرد جمعی، آموزش و تبیین اهمیت محیط زیست در جامعه باعث حفظ آن می شوند. حفظ محیط زیست امروزه ضرورتی است که تمامی بازیگران جهانی را دل مشغول خود کرده است. تسخیر طبیعت از سوی انسان مدرن، مضرات جبران ناپذیری را به آن وارد کرده است. لذا، بازیگران غیردولتی نیز رسالت حفاظت از محیط زیست را برای خود تعریف کرده اند. سازمان های مردم نهاد از طریق آگاه سازی عمومی، جلب مشارکت های مردمی، کارایی و بهره وری دستگاه های اجرایی را در توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست ارتقاء داده اند و می توانند نقش مهمی در راستای دوستی با طبیعت ایفاء کنند.

نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر با نتایج تحقیق هدایت و همکاران (۱۴۰۰) که در پژوهشی به بررسی رابطه فعالیت های انجمن های مردم نهاد در گرایش دانش آموزان به طبیعت و احترام به محیط زیست (مطالعه موردی: شهرهای بانه و مریوان) اقدام کرده اند، همسو بوده که نتایج حاکی از آن است که متغیری که از سایر متغیرها در بین پاسخگویان از میانگین بالاتری برخوردار بود، متغیر فعالیت انجمن های زیست محیطی مردم نهاد بود. همچنین نتایج نشان داد که ارتباط میان عملکرد و فعالیت های انجمن های زیست محیطی مردم نهاد و دانش آموزان رابطه ای مثبت و مستقیم در جامعه مورد بحث بوده است. همچنین با نتایج تحقیق محمدی و همکاران (۱۳۹۹) که در مقاله ای به بررسی وضعیت آموزش محیط زیست در سازمان های مردم نهاد محیط زیستی ایران پرداخته اند، همسو بوده که نتایج نشان داد که فرضیه احتمالاً وضع آموزش محیط زیست سمن ها نمی تواند تمامی آموزش های مورد نیاز شهروندان جهت حفاظت از محیط زیست را برطرف کند، با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ به اثبات رسید. وضع موجود کیفیت آموزش محیط زیستی ارایه شده توسط سمن ها، با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ نیاز به بازنگری دارد. شناسایی و تعیین شاخص های ارزیابی، موجب ارتقاء کیفیت آموزش محیط زیستی سمن ها خواهد شد.

با توجه به نتایج به دست آمده می توان پیشنهادات ذیل را مطرح نمود:

- ارائه آموزش های مدون و علمی به اعضای تعاونی های روستایی در زمینه حفاظت از محیط زیست و بهره گیری از مشاوره افراد علمی و متخصص در این زمینه؛
- ارائه مشوق های مختلف به افراد مختلف در زمینه های حفاظت از محیط زیست در سطح استان؛



- اجرای طرح‌های مردم‌نهادی تعاونی در حفظ محیط زیست همچون درخت‌کاری، نهال‌کاری، جلوگیری از تخریب مراتع و ...
- بهره‌گیری از تجربه‌های موفق داخلی و خارجی در زمینه حفاظت از محیط زیست و به بحث گذاشتن آن در تعاونی‌ها

منابع

۱. آزادخان، پاکزاد، حسین زاده، جعفر، کرمی، فرحناز. (۱۳۹۹). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در حفاظت محیط زیست شهر ایلام. علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۲۲(۹)، ۱-۱۶.
۲. ایزدی، مریم، ۱۴۰۰، مقایسه نقش سازمان محیط زیست و سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن) در حراست و پاسداری از محیط زیست و مطالبه‌گری حقوق مربوطه، ششمین کنگره بین‌المللی توسعه کشاورزی و محیط زیست با تاکید بر برنامه توسعه ملل، تهران.
۳. دامغانی، مریم و عبدلی، غلامرضا و بهمن پور، هومن، ۱۳۹۷، جستاری پیرامون نقش و جایگاه سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) در حقوق بین‌الملل محیط زیست، اولین کنفرانس ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم زیست محیطی و مدیریتی، مشهد.
۴. رحیمی، پوریا، ۱۳۹۸، نقش سازمان‌های مردم‌نهاد و جوامع محلی در حفاظت از محیط زیست، اولین کنفرانس چالش‌های زیست‌محیطی با تأکید بر پسماندهای پلاستیکی، تهران.
۵. رستمی، کمال و صالحی، لاله، ۱۳۹۸، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های تعاونی روستایی نسبت به محیط زیست؛ تسریع‌کننده اساسی توسعه پایدار روستایی، چهارمین کنگره بین‌المللی توسعه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری ایران، تبریز.
۶. رستمی، کمال، صالحی، لاله. (۱۴۰۰). ارتقاء سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان کامیاران در قبال محیط زیست. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۰(۳۷)، ۲۲۹-۲۵۲.
۷. زایری، هاجر و خسروی پور، بهمن، ۱۳۹۷، نقش سازمان‌های مردم‌نهاد و جوامع محلی در حفاظت از محیط زیست، همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش‌ها و راهکارها، بروجرد.
۸. فقیه حبیبی، علی، ۱۴۰۱، بررسی جامعه‌شناختی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در توسعه حق بر محیط زیست، فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی، دوره: ۱۳، شماره: ۲.

۹. کربلایی امینی، منا، ۱۳۹۷، تأثیر وجود سازمان‌های مردم‌نهاد در حفظ محیط زیست، کنفرانس بین‌المللی جامعه و محیط زیست، تهران.

۱۰. محمدی، ندا و بابایی، فرزام و محمدی، علی و حیات غیب، داوود، ۱۳۹۹، بررسی وضعیت آموزش محیط زیست در سازمان‌های مردم‌نهاد محیط زیستی ایران، فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره: ۲۲، شماره: ۱.

۱۱. میرکوشش، امیر هوشنگ و نوکنده، بهادر، ۱۳۹۵، نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در حفظ محیط زیست (مطالعه موردی استان مازندران)، سومین همایش ملی انرژی، محیط زیست، کشاورزی و توسعه پایدار، سنندج.

۱۲. نگهداری، سمیه و اکرمی، مجید، ۱۴۰۱، نقش سازمان‌های مردم‌نهاد و شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ محافظت از محیط زیست، هشتمین همایش علمی پژوهشی توسعه و ترویج علوم کشاورزی و منابع طبیعی ایران، تهران.

۱۳. هدایت، عثمان و بیننده، مسعود و فیضی، اسرین، ۱۴۰۰، بررسی رابطه فعالیت‌های انجمن‌های مردم‌نهاد در گرایش دانش‌آموزان به طبیعت و احترام به محیط زیست (مطالعه موردی: شهرهای بانه و مریوان)، فصلنامه پژوهش در آموزش مطالعات اجتماعی، دوره: ۳، شماره: ۳.

۱۴. Chuang, S. P., & Huang, S. J. (۲۰۱۸). The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: The mediation of green information technology capital. *Journal of Business Ethics*, ۱۵۰(۴), ۹۹۱-۱۰۰۹.
۱۵. Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., & Graziano, D. (۲۰۲۰). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, ۱۵۰, ۱۱۹-۷۶۲.
۱۶. Xu, X., Zeng, S., & Chen, H. (۲۰۱۸). Signaling good by doing good: How does environmental corporate social responsibility affect international expansion? *Business Strategy and the Environment*, ۲۷(۷), ۹۴۶-۹۵۹.



درس آموخته‌هایی از اتحادیه تعاونی‌های زنان سوا (SEWA) در هندوستان بعد از ۵۰ سال

زهره عالی پورا^۱

چکیده

اتحادیه تعاونی‌های سوا (SEWA) اولین بار در قالب یک اتحادیه کارگری متشکل از چندین شرکت تعاونی کارگران نساجی در سال ۱۹۷۲ م پدید آمد. همچنین فدراسیون تعاونی‌های زنان (SEWA) که در سال ۱۹۹۲ م تأسیس و در سال ۱۹۹۶ م به «اتحادیه ملی تعاونی هند» پیوست در ابتدای تشکیل، شامل ۱۰۰ شرکت تعاونی زنان با نود هزار نفر عضو بود. این اتحادیه در حال حاضر بیش از ۱.۸ میلیون عضو دارد و به یک نیروی ملی و بین‌المللی در رسیدگی به مسائل زنان کارگر کم‌بضاعت تبدیل شده است. شرکت‌های تعاونی زیر مجموعه این اتحادیه را می‌توان در زمره تعاونی‌های توزیعی، به صورت خوداشتغالی و با حفظ شرایط کسب‌وکارهای خانگی توصیف کرد. SEWA در حال حاضر دارای بانک و بیمه متشکل از سهام‌داران خود اشتغال است. مأموریت این اتحادیه، توانمندسازی همه‌جانبه زنان فاقد شغل و خوداشتغالی در ساختار تعاونی بود. این اتحادیه با اختیار گذاشتن ابزار کار و ایجاد ارتباط مستقیم بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و در عین حال حذف واسطه‌ها خدمات خود را به زنان ارائه می‌کند.

واژگان کلیدی: سوا (SEWA)، تعاونی زنان، تعاونی، اتحادیه تعاونی خود اشتغال، سرمایه اجتماعی، توسعه

^۱. کارشناس اقتصاد و مدیریت: Aalipour1344@gmail.com

مقدمه:

هر جامعه‌ای برای دستیابی به نیازهای مشترک و گذار از منافع فردی نیاز به طی مراحل رشد و تکامل فکری دارد. انسان‌ها زمانی دست به فعالیت‌های مشترک می‌زنند که به درجه‌ای از رشد و آگاهی رسیده باشند در آن صورت می‌توان با عبور از خواسته‌های فردی به اهداف بالاتری دست یافت. اهدافی که دستیابی به آن، حضور فعال و مداوم افراد در یک سازمان را می‌طلبد.

تعاونی، سازمانی است متشکل از افرادی که به طور داوطلبانه برای رفع نیازهای مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود به صورت یک شرکت به طور مشترک و دموکراتیک کنترل می‌شود. تعاونی‌ها بر اساس ارزش‌های کمک به خود، خود مسئولیت پذیری، دموکراسی، برابری، عدالت و همبستگی بنا شده‌است.

خود اشتغال‌ها تمایل به کار مستقل و فردی و در برخی شرایط از طریق یک گروه کامل برای خود فعالیت می‌کنند. شرکت‌های تعاونی تأمین‌نیاز تولیدکنندگان، در زمره تعاونی‌های توزیعی را می‌توان نوعی از تشکل برای ساماندهی فعالیت‌های خود اشتغالی دانست. اگرچه تعاونی‌های توزیعی با هدف اولیه ایجاد فرصت شغلی و نظم دهی امور مشترک فعالیت‌های پراکنده اعضا شکل می‌گیرد ولی بررسی‌ها نشان می‌دهد که در صورتی که در قالب اهداف حرفه‌ای و شخصی صاحبان و در مقیاس بزرگ‌تر با تأثیرگذاری بر سهام‌داران در قالب کسب و کارهای خانگی هم فعالیت کنند، می‌توانند بر روی تولید ناخالص ملی تأثیر بگذارد.

در حال حاضر بیش از ۱۵۰ کشور جهان در زمینه مشاغل خانگی فعالیت می‌کنند و اجزای متشکله بسیاری از تولیداتی که به بازار عرضه می‌شود در محیط خانه‌ها صورت می‌گیرد. به طوری که کشور تایوان با شعار هر خانه، کارخانه و هر کارخانه، خانه است، جهش اقتصادی خود را از کسب و کار خانگی آغاز کرد و ۸۰ درصد فعالیت‌های اقتصادی این کشور به صورت مستقیم و غیرمستقیم، با این مشاغل در ارتباط است. بررسی نیروی کار در ایالات متحده آمریکا نشان می‌دهد در این کشور ۴۳ میلیون نفر به شکل پاره‌وقت و ۱۲ میلیون نفر به طور تمام وقت در خانه فعالیت اقتصادی می‌کنند که در مجموع ۲۰ درصد از شاغلان آمریکا را به خود اختصاص داده‌اند. کشور سوئیس که برترین تولیدکننده ساعت در جهان است، بخش عمده فعالیت خود را در زمینه یادشده از طریق کارگاه‌های خانگی انجام می‌دهد و تولیدکنندگان معروف ساعت وابسته به کارگاه‌های خانگی و کوچک هستند. ایتالیا نیز از جمله کشورهای است که در زمینه مشاغل خرد در خانه یا کارگاه‌های کوچک گام‌های مثبتی برداشته است و با اجرای سیاست‌های حمایتی از صنایع کوچک و خانگی سهم ارزنده خود را در تولید، افزایش داده است.

نقطه مشترک همه تجربیات فوق که دارای تأثیرات مستقیم برای ایجاد فرصت‌های شغلی و تولید ناخالص ملی دارد، نوع سازماندهی آنها است. این مطالعه موردی به اتحادیه تعاونی‌های خود اشتغالی SEWA در هندوستان که بیش از پنجاه سال از تشکیل اولین تعاونی‌ها و اتحادیه و همچنین بیش از سی سال از تشکیل فدراسیون تعاونی سوا می‌گذرد، همچنین تأثیرات اتحادیه بر نگهداشت و فعالیت شرکت‌های زیر مجموعه می‌پردازد.

کشور هندوستان به عنوان بزرگ‌ترین فعال جنبش تعاونی در جهان با ترکیب تعاونی و خود اشتغالی به تجربه موفق دست یافته که می‌تواند درس آموخته‌هایی برای سایر کشورها به همراه داشته باشد. رشد جمعیت و استقرار بخش قابل توجهی از آن در بخش روستایی و همچنین ملاحظات مربوط به مشخصات زنان از نظر سواد، آگاهی‌های عمومی

و آموزش‌های مهارتی - مانند بسیاری از کشورها - زنان را در ایالت گجرات بر آن داشت که در ابتدا برای دفاع از حقوق از دسته رفته کارگران نساجی نسبت به تشکیل تعاونی اقدام نمایند. در ادامه بر اساس «خود اشتغالی» برای ایجاد فرصت شغلی و با تشکیل اتحادیه به سوی تغییر وضعیت موجود اقدام شد. نهایتاً نیز با توسعه بخش‌های حمایتی مانند ایجاد «بانک مختص زنان خود اشتغال، بیمه، مسکن، مهدکودک» و ... مسیر پیشرفت ادامه یافت. سوا (SEWA) یکی از انواع اتحادیه‌های تعاونی است که خود را متعهد به توسعه همه جانبه زنان خود اشتغال از طریق تعاونی می‌داند. هدف اصلی این اتحادیه دستیابی زنان به اشتغال و خود اتکایی است. این اتحادیه متشکل از گروهی کارشناس برای حمایت از تعاونی‌ها / جمعیت‌های زنان است که با استفاده از شیوه‌های مختلف سعی در ارتقاء و تنوع بخشیدن به مهارت‌های اعضا خود دارد. گروه‌های مختلف زنان در حوزه‌های کشاورزی و فعالیت‌های وابسته، صنعتگران، اعتبار و خدمات، خدمات تأمین اجتماعی و تجارت از خدمات این اتحادیه بهره‌مند می‌شوند.

کارگاه ملی تقویت تعاونی‌های زنان از طریق ظرفیت‌سازی در سال ۲۰۱۹ با همکاری فدراسیون تعاونی زنان گجرات SEWA، اتحادیه تعاونی بین‌المللی آسیا و اقیانوسیه (ICA_AP)، فدراسیون ملی انجمن زنان خود اشتغال SEWA Baharat و سازمان بین‌المللی کار (ILO) با هدف توسعه تعاونی‌های زنان در دهلی نو تشکیل شد. در این اجلاس بر اساس تحقیقات انجام شده، تأثیر مثبت تعاون‌ها بر توانمندسازی زنان به طور قاطع اعلام شد. تعاونی‌ها، زنان را با کمک به تشکیل گروه‌هایی با قدرت مذاکره قوی‌تر، تقویت رفاه اقتصادی و بهبود امنیت اقتصادی خود و خانواده‌هایشان توانمند می‌کنند. مهم‌تر از همه، استقلال اقتصادی که زنان به دست می‌آورند به آنها در ایجاد سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. همچنین در این نشست موارد زیر اعلام شد که شبکه‌سازی میان زنان برای مشارکت در توسعه کسب و کار و بررسی احتمالات برای انعقاد قراردادهای تجاری برای تهیه و فروش محصولات و خدمات آنها، یک نیاز مهم است. آموزش و مهارت‌آموزی یکی دیگر از پیش‌نیازهای مهم برای دوام تعاونی آنهاست. در حال حاضر کشور (هند) برای ایجاد فرصت شغلی از طریق سرمایه‌گذاری با مشکلاتی روبرو است. مسئله امنیت کار، آینده کار و نحوه رسمی کردن نیروی کار و شرکت‌های غیر رسمی موضوعات مهم و مرتبطی هستند. از این جهت تعاونی‌ها و سایر اشکال سازمان‌های همبستگی، در این زمینه اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند. باید توجه داشته باشیم که موفقیت تعاونی‌های زنان مانند هر نهاد دیگری به عوامل مختلفی بستگی دارد. در محیط کسب و کار فعلی، مرتبط بودن و رقابتی بودن امری کلیدی است. دسترسی و دانش فن آوری‌های مدرن و پیوندهای بازار به تضمین پایداری تعاونی‌های زنان کمک زیادی می‌کند. آموزش و مهارت‌آموزی یکی دیگر از پیش‌نیازهای مهم است. علاوه بر آن تعاونی‌های زنان به حمایت سیاستی و قوانین و مقررات مرتبط نیاز دارند. (National Women's cooperative Workshop. ۲۰۱۹)

در این بررسی از روش اسنادی و و کتابخانه‌ای شامل بهره‌گیری از اینترنت، مقالات و آخرین گزارشات منتشر شده و تجربه مشاهده حضوری نویسنده (۲۸ سال قبل) استفاده شده است.

ادبیات و مبانی نظری تحقیق:

بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بخش تعاونی دومین رکن نظام اقتصادی کشور است. آنچه که از بخش‌های مختلف در یک نظام اقتصادی مورد انتظار است فعالیت در زمینه حدود تعیین شده اقتصادی است. اگر چه بخش تعاونی در مجموعه قوانین و مقررات از جایگاه و حمایت‌های ویژه‌ای برخوردار است، لیکن میزان فعالیت فعلی آن با وضعیت مطلوب و مورد انتظار فاصله بسیار دارد.

زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت فعال در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه سهم بسزایی در اقتصاد کشور دارا می‌باشند. روند توسعه اقتصادی عامل افزایش سطح اشتغال زنان می‌باشد، بدین ترتیب در صورت مشاهده روند بطئی یا متوقف گشته در کشوری مانند ایران لزوم شناسایی علل آن امری ضروری است. بنابراین بخش تعاونی در کشورمان باید بطور مدام در حال بازمهندسی، بررسی استراتژیها و ملاحظه تجربه سایر کشورها باشد.

خود اشتغالی؛ به‌عنوان یکی از انواع مشاغلی که می‌تواند در قالب تعاونی فعالیت کند، به مفهوم کار برای بنیان‌گذار کسب و کار و یا پیمانکارانی که به مشاغل دیگر خدمت ارائه می‌دهند، معرفی شده است. این شیوه به‌عنوان یک استراتژی که می‌تواند در پاسخ به بحران بیکاری در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه اتخاذ شود دارای اهمیت است. سازمان بین‌المللی کار^۱ ILO در سال ۲۰۱۸ پیش‌بینی کرده بود، ۷۶/۴ درصد از نیروی کار در کشورهای در حال توسعه به صورت خود اشتغال باشند. نکته مهم این است که خود اشتغالی در رده «اشتغال آسیب پذیر» و به احتمال زیاد در ذیل مشاغل غیررسمی قرار می‌گیرد که در نتیجه توجه به ملاحظات آن بسیار اساسی است.

بر اساس آمار سازمان همکاری اقتصادی و توسعه اروپا (OECD، ۲۰۲۱)^۲ نرخ خود اشتغالی برخی کشورها به شرح زیر است:

Self – employment (%)			
کشور	نرخ	کشور	نرخ
کلمبیا	۵۳.۱	اسپانیا	۱۵.۸
برزیل	۳۳.۳	پرتغال	۱۵.۵
مکزیک	۳۱.۸	سوئیس	۱۵.۳
یونان	۳۱.۸	فنلاند	۱۴.۶
ترکیه	۳۰.۲	ایرلند	۱۴.۱
کاستاریکا	۲۶.۶	بلژیک	۱۴.۱
کره جنوبی	۲۴.۶	اسلوونی	۱۴
شیلی	۲۳	لتونی	۱۳
ایتالیا	۲۱.۸	مجارستان	۱۲.۵
لهستان	۱۹.۷	اتریش	۱۱.۹
نیوزلند	۱۹.۷	لیتوانی	۱۱.۶
جمهوری چک	۱۵.۹	سوئد	۱۰.۶
هلند	۱۵.۸	لوکزامبورگ	۱۰.۲
فرانسه	۱۲/۶	کانادا	۷.۷
ژاپن	۹.۸	روسیه	۶.۸

^۱ International Labour Organization.

^۲ Organization for Economic Co-operation and Development(OECD).

۶.۳	ایالات متحده	۹.۵	استرالیا
۴.۷	نروژ	۸.۸	آلمان
		۸.۸	دانمارک

تعاونی‌های خود اشتغالی در تطبیق با قوانین و مقررات داخلی کشورمان را می‌توانیم مشمول بند ۳ ماده ۲ قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (۱۳۸۹) بدانیم. در این بند شاغلین کسب و کار در قالب «انجام و فعالیت به صورت تعاونی، اتحادیه و یا مشارکت با بنگاه‌های بالادستی تأمین‌کننده مواد اولیه و عرضه محصول آنان در بازار، ترجیحاً به صورت کسب و کار خوشه‌ای» معرفی شده‌اند.

تعاون: به معنی «انجمن مستقلی از افراد است که داوطلبانه برای برآوردن نیازها و خواسته‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشترک خود از طریق شرکتی با مالکیت مشترک و تحت کنترل دموکراتیک متحد شده‌اند»، در دو قرن اخیر در چارچوب ساختار رسمی مرسوم شده تأثیرات مهمی در زندگی اجتماعی و اقتصادی انسان‌ها برجای گذاشته است. طریقه‌ای برای زندگی و فلسفه‌ای برای حیات که مجموعه‌ای از پوشش‌ها و شیوه‌های رفتاری شامل مجموعه‌ای از اصول و مبانی برای راهنمایی زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها است. بر اساس گزارش مانیتور جهانی تعاون (۲۰۲۰) تعاونی‌ها برای ۲۸۰ میلیون نفر در سراسر جهان، به عبارتی ۱۰ درصد از جمعیت شاغل جهان، شغل یا فرصت‌های کاری فراهم می‌کنند. بر اساس قانون بخش تعاونی جمهوری اسلامی ایران (مصوبه ۱۳۷۰ و اصلاحات بعدی) شرکت‌های تعاونی دارای شخصیت حقوقی مستقل بوده که از عضویت اشخاص حقیقی یا حقوقی غیر دولتی تشکیل می‌شود. علاوه بر آن تعاونی‌های توزیعی عبارتند از تعاونی‌هایی که نیاز مشاغل تولیدی و یا مصرف‌کنندگان عضو خود را در چارچوب مصالح عمومی و به‌منظور کاهش هزینه‌های تولید و قیمت تأمین می‌نمایند. علاوه بر آن از مشخصه‌های مهم تعاونی‌ها ایجاد «سرمایه اجتماعی» است.

(فوکویاما) سرمایه اجتماعی را توانایی افراد برای همکاری و تعاون با هم برای اهداف عمومی درگروه‌ها و سازمان‌ها تعریف می‌کند. به تعبیر (پاتنام) نیز همکاری و تعاون داوطلبانه در جایی که ذخیره و انباشت اساسی از سرمایه اجتماعی در قالب قواعد مبادله و شبکه‌های تعهد مدنی وجود داشته باشد به آسانی صورت می‌گیرد. در واقع این مفهوم، سرمایه اجتماعی به پیوندها میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره داد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. (ابراهیمی سالاری و همکاران)

بنابراین می‌توان گفت در بعد اجتماعی موضوع سرمایه اجتماعی موجد تعاونی‌های خود اشتغالی و یا تأمین نیاز، می‌تواند موتور پیشرفت و پاسخگویی به بحران‌هایی باشد که در شرایط فردی به سختی می‌توان قادر به رفع آن بود. ولی این تنها بخشی از ملاحظات انتخاب این نوع تعاونی‌ها است.

تنها ۵۰/۸ درصد از تعاونی‌ها بیش از پنج سال از تأسیس به حیات خود ادامه می‌دهند. این نشان می‌دهد که علاوه بر ابعاد اجتماعی، در تعاونی‌ها ویژگی‌های دیگری که می‌تواند منتهی به شکست و یا رشد بالا از جمله در تعاونی‌های خدمات شود حائز اهمیت است. علاوه بر ملاحظات فوق در مورد شکل قانونی تعاونی، متغیرهای درونی و بیرونی

هستند که میتواند درنگهداشت، کارکرد تعاونی‌ها و رشد آن خصوصاً زنان تأثیر بگذارد. عمده‌ترین ویژگی‌های لازم برای دستیابی به رشد بالا و تکنیک‌ها و سیاست‌های مدیریتی که تفاوت این نوع تعاونی‌ها را نشان می‌دهد شامل نوآوری، بین‌المللی شدن، شکل قانونی تعاونی، بازاریابی، کیفیت و بهره‌وری، منابع انسانی و آموزش، مدیریت استراتژیک و تصمیمات سرمایه‌گذاری است. (Amat O.Perramon J, ۲۰۱۱)

در کشورمان این نوع مشاغل (خود اشتغالی) بر اساس ماده ۱۸۸ قانون کار جمهوری اسلامی ایران مشمول مقررات قانون کار نخواهند بود و همان‌طور که گفته شد، به نظر می‌رسد تنها قانونی که سنخیتی با این نوع فعالیت دارد، قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (۱۳۸۹) باشد که لازم است عملکرد آن مورد بررسی قرار گیرد.

«ماده ۱۷- وزارت تعاون موظف است با تشکیل تعاونی‌های استانی، شهرستانی، شهری و روستایی زمینه ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی را فراهم کرده و گزارش آن را جهت طرح در ستاد، به دبیرخانه اعلام نماید.»

تعاونی‌های زنان قبل و بعد از انقلاب اسلامی تا سال ۱۳۷۲ دارای فعالیت بسیار کم‌رنگی بوده‌اند. تعاونی‌های فعال زیر مجموعه وزارت تعاون - که بیش از ۵۰ درصد اعضا آن را زنان تشکیل می‌داده به کمتر از ۲۰۰ تعاونی با حدود ده هزار نفر اعضا و همین حدود شاغل به صورت تولیدی فعالیت می‌کردند. در همین مقطع برنامه‌ریزی برای تشکیل و توسعه تعاونی‌ها روستایی زنان زیر مجموعه وزارت جهاد کشاورزی نیز آغاز شد.

بر اساس گزارش اتاق تعاون ایران، تا دی ماه ۱۳۹۵ تعداد ۹۵۷۹۵ شرکت و اتحادیه تعاونی فعال در بخش‌های مختلف اقتصادی در کشور به ثبت رسیدند که حدود ۱۰۴۷۷ هزار تعاونی فعال (حدود ۱۱ درصد) سهم زنان است. (رادان، ۱۳۹۹) اگر چه گفته می‌شود از این تعداد شاید بیشتر از ۱۰۰۰۰ تعاونی فعال نباشند. (دانیالی ۱۳۹۹) همچنین گفته شده در حوزه شرکت‌های تعاونی روستایی که از سال ۷۲ رسماً فعالیت خود را شروع نموده‌اند در حال حاضر ۳۰۹ تعاونی زنان روستایی با بیش از شصت هزار نفر عضو مجوز فعالیت دریافت نموده‌اند. (سازمان تعاون روستایی، ۱۴۰۰)

به طور مستقل مطالعه‌ای که بر روی شرکت‌های تعاونی خود اشتغالی انجام شده باشد مشاهده نشده است ولی در برخی مطالعات دلایل و چالش‌های تشکیل و فعالیت تعاونی‌های زنان به شرح زیر اعلام شده است:

طی پژوهشی عوامل روان‌شناختی، محیط توان‌مندساز، توانایی‌های مدیریتی و ارتباطی و توانمندی‌های بازاریابی و بازاریابی فرآورده‌ها را عمده‌ترین سازه‌های موفقیت تعاونی‌ها دانسته که دولت باید مداخلات خود را در این چهار محور برنامه‌ریزی کند. طی پژوهش‌های دیگری عدم وجود عناصر سرمایه اجتماعی، ماشوره و توسعه ارتباطات، سابقه کاری، ویژگی‌های مدیریتی، سطح سواد و میزان سرمایه از جمله چالش‌های تعاونی‌های زنان اعلام شده است. (شعبانعلی فمی و همکاران، ۱۳۸۵)

در پژوهش دیگری مقررات دست و پاگیر اداری مانع مشارکت زنان در فعالیت‌های تعاونی است. محدودیت اعطای تسهیلات و ضعف دانش و مهارت متناسب از دیگر موانع مشارکت زنان خانه دار در حوزه تعاونی برشمرده شده است. در این تحقیق مطالعه و شناخت دقیق‌تر مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی خرده نظام‌های جامعه برای تدوین برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی مناسب و تصویب قوانین حمایتی و کارآمد ضروری به نظر می‌رسد. (رادان، ۱۳۹۹)

در مطالعه‌ای با موضوع «بررسی وضعیت اشتغال تعاونی محور زنان در بافت فرسوده شهر رشت» پس از تأیید امکان اجرای ایده اشتغال زنان در قالب تعاونی در حوزه خوارک پیشنهاد ورود سرمایه گذاری دولتی و ایجاد زمینه‌های خودگردان نمودن تعاونی‌ها با تدوین برنامه‌های اقتصادی منظم و حمایت‌های مالی مناسب دولت را ارائه نموده است (عباسخواه و همکاران ۱۴۰۰).

طی مطالعه‌ای به «بررسی مشکلات تعاونی‌های خود اشتغالی بانوان» در کشور پرداخته شده و مشکلات این نوع تعاونی‌ها عدم آشنایی با مراکز تهیه و توزیع مواد اولیه و تجهیزات و تهیه این اقلام از واسطه‌ها، عدم آشنایی تعاونی‌ها با وظایف اتاق تعاون، فقدان شرکت خدمات تعاون و اتحادیه تعاونی‌ها، کمبود سرمایه و نقدینگی، پایین بودن سطح تحصیلات مدیران، عدم تخصص کارکنان و مدیران در وظایف محوله و تولید و عدم آشنایی با شیوه‌های بازاریابی و فروش دانسته است. (مهران فر، ۱۳۷۹)

تحقیقی با موضوع «زمینه‌یابی تشکیل تعاونی‌های زنان و بررسی مشکلات حضور زنان در تعاونی‌ها» انجام شده که در آن از دید زنان، مقررات دست و پاگیر و بوروکراسی اداری را به عنوان مانع مشارکت آنان در فعالیت‌های تعاونی دانسته شده است. در این زمینه راهبردهایی مانند تشکیل اتحادیه و تسهیلات مالی و اعتباری از منابع بخش تعاونی توصیه شده است. (منفرد، ۱۳۹۵)

همانطور که ملاحظه می‌شود طیف وسیعی از متغیرهای درونی - مربوط به توانمندی اعضا و ساختار و عملکرد تعاونی - تا متغیرهای بیرونی - موضوع بوروکراسی‌های اداری، محیط قانونی و... از جمله موانع رشد تعاونی‌ها در کشور معرفی شده اند. در تحقیقات داخلی هیچ پژوهشی مربوط به اتحادیه تعاونی‌های زنان ملاحظه نشده است.

بحث:

در سال ۱۹۹۶، فدراسیون به عضویت اتحادیه ملی تعاونی‌های هند (NCUI) درآمد. در همان سال این اتحادیه ۱۵۰ هزار نفر عضو داشت. (عالی پور، ۱۳۷۵) در حال حاضر ۱/۸ میلیون نفر عضو در ۱۸ ایالت دارد. اعضای این اتحادیه شامل کارگران یدی مانند کارگران کشاورزی، کشاورزان، کارگران ساختمانی، ارائه دهندگان خدمات مانند نظافتچی‌ها و کارگران خانگی از جمله پوشاک، فروشندگان خیابانی و تولید کنندگان کوچک صنعتگر هستند. برای بررسی دقیق عامل‌های موفقیت و درس آموزی از آن بررسی اینکه کدامیک از ابعاد اجتماعی، اقتصادی، تشکیلاتی و یا ابعاد بیرونی توانسته فعالیت ۵۰ ساله این نهاد (SEWA) را با موفقیت همراه کند، ضروری است.

تعاونی‌های تحت پوشش این نهاد، برخی در مناطق روستایی و برخی دیگر در مناطق شهری فعالیت می‌کنند. بر اساس بررسی‌ها، فعالیت‌های فدراسیون تعاونی عبارت است از:

- سازمان‌دهی زنان در تعاونی‌های خود و کمک به آنها در ثبت نام.
- کمک به برگزاری اولین مجمع عمومی و انتخاب هیأت مدیره.
- ظرفیت‌سازی از طریق برنامه‌های آموزشی اصول تعاونی، نقش‌ها و مسئولیت‌ها، حسابداری.
- راهنمایی و توسعه طرح‌های تجاری و کمک به راه انداز کسب و کار.
- بازاریابی محصولات ساخته شده.

- پیوند تعاونی‌های عضو با یکدیگر برای فرصت‌های معیشتی و حمایت اجتماعی از طریق دسترسی اعضا به بیمه، بازنشستگی، مراقبت‌های بهداشتی، مراقبت از کودکان و مسکن.
 - انجام اقدامات سیاستی برای ارتقای تعاونی‌های زنان از طریق کارگاه‌های آزمایشی با سیاست‌گذاران و رهبران زن در تعاونی‌ها. (ILO.۲۰۱۸)
- ماندگاری و طول زمان فعالیت و نقش بی نظیر اتحادیه تعاونی زنان در راهبری و هدایت و حمایت از شرکت‌های تعاونی باعث شد که مطالعه این کارکرد به صورت ویژه مورد بررسی قرار گرفته و نقش‌های مختلف آن به سایر کشورها توصیه شود.
- در مطالعه‌ای که بر روی شرکت‌های تعاونی زنان زیر مجموعه SEWA توسط سازمان بین‌المللی کار در سال ۲۰۱۸ تحت عنوان «توسعه همکاری میان کارگران زن در اقتصاد غیررسمی: راه SEWA» انجام گرفته بعد از مطالعه موردی ۱۲ تعاونی تحت حمایت SEWA از سال ۱۹۸۰ نتایج زیر به دست آمده است :
- از دستاوردهای کلید ، رسمی کردن طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی توسط زنان در اقتصاد غیر رسمی از طریق تعاونی‌ها بوده است. SEWA اولین سازمانی بوده که بسیاری از فعالیت‌ها مانند مراقبت‌های بهداشتی، مراقبت از کودکان و بیمه را وارد جنبش تعاونی کرد.
 - یک دستاورد بزرگ، استراتژی دو گانه اتحادیه و تعاونی است. این استراتژی همبستگی و خواهر-خواندگی را بین همه کارگران اقتصادی غیررسمی بدون توجه به تجارت خاصی که در آن مشغول هستند تضمین می‌کند. در حالی که تعاونی یک نهاد عملیاتی و اقتصادی است، اتحادیه، پایگاه ایدئولوژیکی مشترکی است که کارگران اقتصاد غیر رسمی را به هم پیوند می‌دهد.
 - نقش اتحادیه در مقابله با بحران تعاونی‌ها بسیار ویژه است. به عنوان مثال زمانی که یک پرونده حقوقی علیه یکی از تعاونی‌های زیر مجموعه تشکیل شده، اتحادیه به نمایندگی از تعاونی پرونده را در دست گرفت.
 - رویکرد یکپارچه منحصر به فرد SEWA در قبال اعضا شامل ۱- اشتغال ۲- درآمد ۳- غذای مغذی ۴- مراقبت‌های بهداشتی ۵- مسکن ۶- دارایی ۷- آموزش و پرورش ۸- مراقبت از کودک ۹- قدرت سازمان‌یافته ۱۰- رهبری و ۱۱- اعتماد به نفس است.
 - بیش از ۸۰ درصد تعاونی‌های تحت پوشش به پایداری مالی و سازمانی دست یافته‌اند.
 - یکی دیگر از دستاوردهای قابل توجه، تشکیل تعاونی‌هایی است که توسط زنان بی‌بضاعت با مهارت-های سواد و شمارش محدود اداره می‌شود . مسئولان اداره ثبت تعاونی‌های نمی توانستند بفهمند که کارگران زن از اقتصاد غیررسمی چگونه می‌توانند تعاونی‌های خود را تشکیل و مدیریت کنند و همچنین نمی‌توانستند انواع فعالیت‌هایی را که در تعاونی‌ها سازماندهی می‌شود، را بپذیرند. SEWA نشان داد که نه تنها چنین تعاونی‌هایی می‌توانند تشکیل شوند، بلکه می‌توانند با موفقیت توسط این اعضا اداره شوند. بسیاری از اعضای تعاونی نه تنها در تعاونی‌های خود رهبر شدند، بلکه در اداره کسب و کار خود

- نیز مدیر شدند. مدیران اکثر تعاونی‌ها زنانی هستند که خود کارگر بوده‌اند و با مهارت، استعداد و هوش خود با حمایت ظرفیت‌سازی SEWA به سمت‌های فعلی خود نقل مکان کرده‌اند.
- افزایش سطح آگاهی، دانش و رهبری در بین اعضا از دستاوردهای مهم تعاونی‌ها بوده است. یک نتیجه مهم تشکیل تعاونی، رشد مالکیت و کنترل زنان بر دارایی‌ها، هم در سطح فردی و هم در سطح جمعی، در جامعه‌ای بوده که این امر عادی نبوده است. تعدادی از زنانی که در این تعاونی‌ها رشد کردند بعدها به سمت‌هایی در نهادهای مدنی و سیاسی دست یافتند.
 - تعاونی‌ها با ایجاد صرفه‌جویی در مقیاس و با ایجاد قدرت مذاکره از طریق صدای جمعی، به اعضا کمک می‌کنند تا به طرح‌های دولتی دسترسی پیدا کنند.
 - به عنوان یک تعاونی، اعضا می‌توانند به کار خود دیده شوند و می‌توانند در بازار رقابت کنند. به طور منظم درآمد کسب می‌کنند، شروع به پس‌انداز می‌کنند و در صورت نیاز وام می‌گیرند، بنابراین به سیستم مالی رسمی می‌پیوندند.
 - تعاونی‌ها حکمرانی غیر متمرکز و دموکراتیک را ترویج می‌کنند و می‌توانند مدارسی برای دموکراسی در نظر گرفته شوند. در کشوری مانند هند که تنها ۷۰ سال پیش مستقل شد و تا همین اواخر، اکثر مردم تجربیات دست‌اولی از اجرای دموکراسی نداشتند، سهم تعاونی‌ها در تعمیق درک مردم از دموکراسی قابل توجه است.
 - آموزش اعضاء تعاونی‌ها در مورد ارزش‌های تعاونی و هم در مورد مشاغل خاص آنها برای موفقیت تعاونی‌ها بسیار مهم است. آموزش مداوم اعضاء و مهارت‌سازی در تجارتي که تعاونی در آن مشغول است به همان اندازه مهم است.
 - البته چالش‌ها در این میان از بین نرفته است. بسیاری از چالش‌ها به عوامل محیط خارجی مربوط می‌شود که به برخی از آنها اشاره می‌شود:
 - مقاومت مقامات در اداره ثبت تعاونی یک از چالش‌هایی است که با آن مواجه بودند. آنها ماهیت اجتماعی فعالیت‌هایی را که SEWA تحت این تعاونی ترویج می‌کرد، مانند مراقبت‌های بهداشتی و مراقبت از کودکان را درک نکردند. به عنوان مثال، زمانی که تعاونی بهداشت یا تعاونی مهد کودک تشکیل شده، اداره تعاون از SEWA پرسید «چه محصولی را می‌فروشید»؟
 - مشکلات اداری نیز در ابتدا خود را نشان داد ولی به مرور زمان جایگاه خود را پیدا کرد. به عنوان مثال ثبت با واژه «زنان» و یا تفسیر آیین‌نامه بر خلاف منافع این نوع تعاونی‌ها.
 - حتی اگر یک استراتژی مهم برای تولید مشترک و دموکراتیک کالا و خدمات، به ویژه در میان افراد کم بضاعت در اقتصادهای غیر رسمی شهری و روستایی باشند SEWA اشاره می‌کند که تعاونی‌ها در هند ممکن است به عنوان بخشی از «اقتصاد جدید» در نظر گرفته نشوند. در حالی که بیشتر سیاست‌های

اقتصادی به طور کلی از رشد و گسترش شرکت‌های خصوصی حمایت می‌کنند و مانعی برای آن وجود ندارد ولی محیط نظارتی برای تشکیل و گسترش شرکت‌های تعاونی سخت‌تر است. به عنوان مثال سرمایه مورد نیاز برای شرکت‌های بیمه و بیمه‌گرهای خرد حدود ۱۵ میلیون دلار است که تعاونی به این حجم سرمایه دسترسی ندارد، علاوه بر آن این مقدار سرمایه برای تعاونی‌هایی که به کارگرانی خدمات می‌دهد که می‌توانند حق بیمه ۱۲۰۰-۵۰ دلار در سال پرداخت کنند، مورد نیاز نیست. در نتیجه تطبیق ابعاد بنگاه مورد نیاز با سطح درخواست برای تعاونی‌ها بسیار با اهمیت است.

- تعاونی‌های SEWA از هر گونه وابستگی سیاسی اجتناب کرده‌اند. علاوه بر آن این تعاونی‌ها از شیوه‌های غیر اخلاقی فعالیت‌های اقتصادی که باعث اخلاقی در رقابت است و همچنین فساد اداری مانند رشوه به مقامات که تصمیم می‌گیرند، قرارداد را به چه کسی بدهند رنج می‌برند.
 - یک چالش مهم برای تعاونی‌ها دسترسی محدود به منابع مالی است. این چالش ممکن است درونی به نظر برسد، اما نتیجه عوامل محیطی نامناسب مانند عدم حمایت از تعاونی‌ها است.
 - چالشی که برخی از تعاونی‌ها در سال‌های اخیر با آن مواجه بوده‌اند، افزایش مقیاس عملیات و توسعه است. این تا حدی به خاطر ظرفیت‌های مدیریتی محدود رهبران فعلی است که عملیات بزرگتر را دشوار می‌دانند.
 - همچنین در این گزارش توصیه شده است سیاست و چارچوب قانونی باید برای ایجاد و رشد تعاونی‌ها مساعدتر شود. کارگزاران دولت در بخش‌های تعاونی باید بدانند که تعاونی‌ها سازمان‌هایی هستند که متعلق به اعضا است و باید اجازه فعالیت بدون دخالت دولت را داشته باشند. الزاماتی مانند حضور نماینده دولت در هیأت مدیره تعاونی و یا تایید حسابرسان مالی تعاونی توسط دولت باید اصلاح شود. در واقع به دلیل مداخله فزاینده دولت در تعاونی‌ها بود که باعث می‌شد اعضا احساس کنند کنترلی بر تعاونی‌ها خود ندارند. (ILO, ۲۰۱۸)^۱
 - ایجاد ارتباط بین اتحادیه تعاونی‌های اعتبار و بانک SEWA. بانک از اتحادیه خواست که برای خدمات مالی مناسب نسبت به تشکیل تعاونی‌های کوچک اعتباری اقدام نماید. (SEWA Workshop Report, ۲۰۲۲)
- همانطور که ملاحظه می‌شود بسیاری از خصوصیات و چالش‌های شرکت‌های تعاونی و اتحادیه تعاونی SEWA با مطالعات مربوط به شرکت‌های تعاونی زنان در کشور مشترک و یا دارای شباهت‌های زیادی است. در این شرایط سوال این است که وجه تمایز SEWA با استراتژی‌های فعلی توسعه تعاونی‌های زنان در کشور چیست؟

برخی ویژگی‌های منحصر به فرد SEWA:

بر اساس گزارش ILO، SEWA یک استراتژی دو گانه را دنبال کرده است: این اتحادیه تعاونی در حالی که زنان کم‌بضاعت را در اقتصاد غیررسمی به عنوان یک اتحادیه ملی سازماندهی می‌کند، همچنین شرکت‌های تعاونی تحت مالکیت زنان را برای توانمندسازی توسعه داده است. این تعاونی‌ها ضمن ایجاد فرصت شغلی و درآمدزایی طیف وسیعی از خدمات از جمله خدمات مالی، بیمه، تأمین اجتماعی و آموزش‌های تجاری را ارائه می‌دهند. به عبارتی

^۱ International Labor Organization.

حضور یک اتحادیه بالاسری برای پشتیبانی جدی و ملموس را باید وجه ممیزه SEWA و رمز دوام پنجاهساله آن دانست. علاوه بر آن تمرکز بیشتر بر بازاریابی، نظارت شرکتی، کنترل و تصمیم‌گیری، محیط قانونی، فناوری ارتباطی، تقویت حمایت در ابعاد اجتماعی شرکت‌های زیر مجموعه مانند بیمه، تأمین اجتماعی، مهد کودک، مسکن و تشکیل بانک ویژه را باید از مهم‌ترین دستاوردهای SEWA دانست. اگر چه دست اندرکاران SEWA معتقدند که با همه تجربیات کسب شده کماکن اینک زنان به میدان بیایند و تعاونی تشکیل دهند آسان نیست. ولی بر این اعتقاد استوار هستند که وقتی زنان در خط مقدم باشند، توسعه کلی اتفاق می‌افتد. یکی از اقدامات مؤثر در رفع مشکلات مربوط به تعاونی‌ها نشست‌های متعدد سراسری نمایندگان اعضاء تعاونی‌ها برای طرح مشکلات و دستیابی به راه‌حلی برای رفع آن به طور مستمر است. آخرین نشست گزارش شده در این زمینه کارگاهی با حضور ۱۰۰ نفر از زنان عضو تعاونی‌ها از ۱۸ ایالت هند در سال ۲۰۲۲ برای تدوین «برنامه ملی از طریق تعاونی‌ها» در دهلی بوده که با موضوع سهولت انجام کسب و کار، دسترسی به خدمات مالی، ظرفیت‌سازی برای بهبود حکمرانی و گنجاندن خدمات دیجیتال تشکیل شد. (Workshop. ۲۰۲۲)

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

- مقایسه تجربه SEWA با تاریخچه تعاونی‌های زنان در ایران، تفاوت را در استفاده از استراتژی دو گانه تشکیل تعاونی‌ها و اتحادیه مربوطه در کنار یکدیگر را نشان می‌دهد. بررسی اطلاعات غیر رسمی از تاریخچه این امر در کشور نشان می‌دهد موضوع اتحادیه تعاونی‌های زنان به دلایل متعدد در دستور برنامه ریزی نبوده و یا مورد حمایت قرار نگرفته است. با نگاهی به ساختار تشکیل تعاونی‌های زنان خصوصاً از نوع خود اشتغالی صرف نظر از اینکه تفکیک و آمار مشخصی هم در دست نیست ضعف وجود اتحادیه‌های خاص زنان کاملاً نمایان می‌کند. از طرف دیگر با نگاهی به حضور زنان در سایر اتحادیه‌ها و ترکیب اعضای اتاق تعاون استانی و مرکز، مجدداً نشان می‌دهد خیلی ملاحظه ویژه‌ای در این زمینه وجود نداشته است.
- تعاونی‌های خود اشتغالی در پاسخ به بحران بیکاری به عنوان یک استراتژی مهم در تجربه جنبش جهانی تعاون باید به صورت ویژه در برنامه‌ریزی‌ها مورد ملاحظه قرار گیرد.
- مهم‌ترین اصل در برنامه‌ریزی کشور وجود آمار دقیق، شفاف و متقن است. عدم وجود آمار دقیق از فعالیت‌های تعاونی‌های زنان، تصویر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مشخصی را در این زمینه به دست نمی‌دهد.
- بر خلاف تجربه SEWA (که پیشرفت عمدتاً بر پایه استفاده از توانمندی‌های درونی بوده است) توصیه‌های تحقیقات انجام شده در حوزه تعاونی‌های زنان نوعاً مبتنی بر افزایش نقش دولت در ارائه خدمات به تعاونی است. البته تحقیقات در حوزه مجموعه تعاونی‌ها نیز از این وابستگی و مطالبه رنج می‌برد.

- استراتژی سایر کشورها در حمایت از تعاونی‌ها، بعد از تشکیل و تحقق اصول اصلی از جمله انتخاب آزاد و داوطلبانه، وجود انگیزه کافی برای راه‌اندازی تعاونی است. در صورتیکه به نظر می‌رسد، در تشکیل تعاونی‌ها که تعاونی‌های زنان را نمی‌توان از آن مستثنی کرد، انگیزه ثانویه مانند اخذ تسهیلات در تشکیل تعاونی خصوصاً در بخش‌های تولید نقش پررنگی دارد.
- به نظر می‌رسد اتاق تعاون ایران در حال تدوین «سند ملی تعاون و زیست اجتماعی، اقتصادی زنان» است. توصیه می‌شود مشاوران تدوین و استراتژی‌ها توسعه این سند قبل از درخواست حمایت از دولت و موکول نمودن توسعه بخش به این امر، تدوین را مبتنی بر استفاده از تجربیات تعاونی‌هایی نماید که در طی سال‌های گذشته فعال بوده و مسیرهای پرچالشی را طی نموده اند.

در حال حاضر کشور برای ایجاد فرصت شغلی از طریق سرمایه‌گذاری با مشکلاتی روبرو است. مسئله امنیت کار، آینده کار و نحوه رسمی کردن نیروی کار غیررسمی موضوعات مهم و مرتبطی هستند. از این جهت تعاونی‌ها و سایر اشکال سازمان‌های همبستگی در این زمینه اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند. باید توجه داشته باشیم که موفقیت تعاونی‌های زنان مانند هر نهاد دیگری به عوامل مختلفی بستگی دارد. در محیط کسب و کار فعلی، مرتبط بودن و رقابتی بودن امری کلیدی است. ایجاد و توسعه اتحادیه‌های زنان، دسترسی و دانش فن‌آوری‌های مدرن و پیوندهای بازار به تضمین پایداری تعاونی‌های زنان کمک زیادی می‌کند. شبکه‌سازی میان زنان برای مشارکت در توسعه کسب و کار و بررسی احتمالات برای انعقاد توافق‌نامه‌های تجاری برای تهیه و فروش محصولات مربوطه یکی از نیازهای مهم روز است. آموزش و مهارت آموزی یکی دیگر از پیش نیازهای مهم است. علاوه بر آن تعاونی‌های زنان به حمایت سیاستی و قوانین و مقررات مرتبط نیاز دارند.

« این شعار برای روح حاکم بر تنظیم نسخه سوم از دستورالعمل قانون تعاون (راهنما) استفاده می‌شود. تعاونی‌ها نوع خاصی از بنگاه‌های خصوصی هستند و نه آنها (بخش خصوصی) و نه تعاونی‌ها - در پذیرش گسترده این کلمه - دوی همه بدی‌های این دنیا نیستند. این روحیه به هیچ وجه جدید نیست و اکنون جهانی است.» (ILO.۲۰۱۲)

فهرست منابع:

- ابراهیمی سالاری. تقی، حسن نژاد. حسین، تیموری. علی، "بررسی جایگاه سرمایه اجتماعی در اقتصاد اسلامی"، دانشگاه فردوسی مشهد.
- رادان. فاطمه (۱۳۹۹)، "تحلیل عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر در گرایش زنان خانه دار به امور تعاون"، [نشریه تعاون و کشاورزی، \(۹\)، ۱۳۹۹.](#)

- شعبانعلی فمی. حسین و همکاران ، ۱۳۸۵، "شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی زنان در ایران"، نشریه مطالعات زنان (۴) ۸۹-۱۰۹.
- عالی پور. زهره (۱۳۷۵)، "اتحادیه خوداشتغالی زنان سوا در کشور هندوستان"، ماهنامه تعاون (۵۶).
- عباسخواه. رقیه، آقائی زاده. اسماعیل، حسام. مهدی، "بررسی وضعیت اشتغال تعاونی محور زنان سالکن در بافت فرسوده شهر رشت با تأکید بر شهر خلاق خوراک"، فصلنامه شهر پایداره، دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰، ۱۲۵-۱۴۵.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
- قانون ساماندهی کسب و کارهای خانگی.
- قانون کار جمهوری اسلامی ایران.
- منفرد.نوذر(۱۳۹۵) "زمینه یابی تشکیل تعاونی‌های زنان و بررسی مشکلات حضور در تعاونی‌ها (مورد مطالعه: استان بوشهر)"، نشریه کارآفرینی در کشاورزی.
- مهران فر. صفر(۱۳۷۹)، "بررسی مشکلات تعاونی‌های خود اشتغالی بانوان"، فصلنامه علوم اجتماعی.
- مصاحبه دانیالی مشاور امور زنان اتاق تعاون (۱۳۹۹)،
<https://www.pishkhan.com/news/۱۸۰۸۶۴>
- مصاحبه معاون توسعه تعاونی های سازمان مرکزی تعاون روستایی (۱۴۰۰)،
<https://www.tahlilbazaar.com>
- Amat .O, Perramon.J ۲۰۱۱, High-Growth Cooperatives : Financial Profile and Key Factors for Competitiveness.
- ILO (۲۰۱۸), "Advancing cooperation among women workers in the informal economy; The SEWA way". International Labor office- Geneva.
- ILO(۲۰۱۲), "Guidelines For Cooperative Legislation:", International Labour Organization.
- Self-Employed Women's Association (SEWA), https://www.wiego.org/sites/default/files/resources/files/fact_sheet_cooperative_sewa.pdf.
- Self- Employment rate ,OECD, <https://data.oecd.org/emp/self-employment-rate.htm>.
- SEWA ."National Women's cooperative Workshop"(۲۰۱۹), Ahmedabad. Gujarat.(۲۰۱۹).
- SEWA COOPERATIVE FEDERATION. <https://www.sewafederation.org> .
- SEWA, Workshop Report ,(۲۰۲۲) "Strengthening Solidarity, Enabling Women's Cooperatives & Collective Enterprises to Thrive", ۱۳-۱۴ December ۲۰۲۲ NCUI, Delhi WORKSHOP REPORT.

نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران

The First Cooperative Economy Congress in Iran



اتاق تعاون ایران



نخستین همایش اقتصاد تعاونی ایران
The First Cooperative Economy
Congress in Iran



جمهوری اسلامی ایران
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی



کانون تشکلات
ایران اسلامی



دانشگاه تهران



دانشگاه تربیت مدرس



دانشگاه علامه طباطبائی



مجلس شورای اسلامی
مرکز پژوهش‌ها