

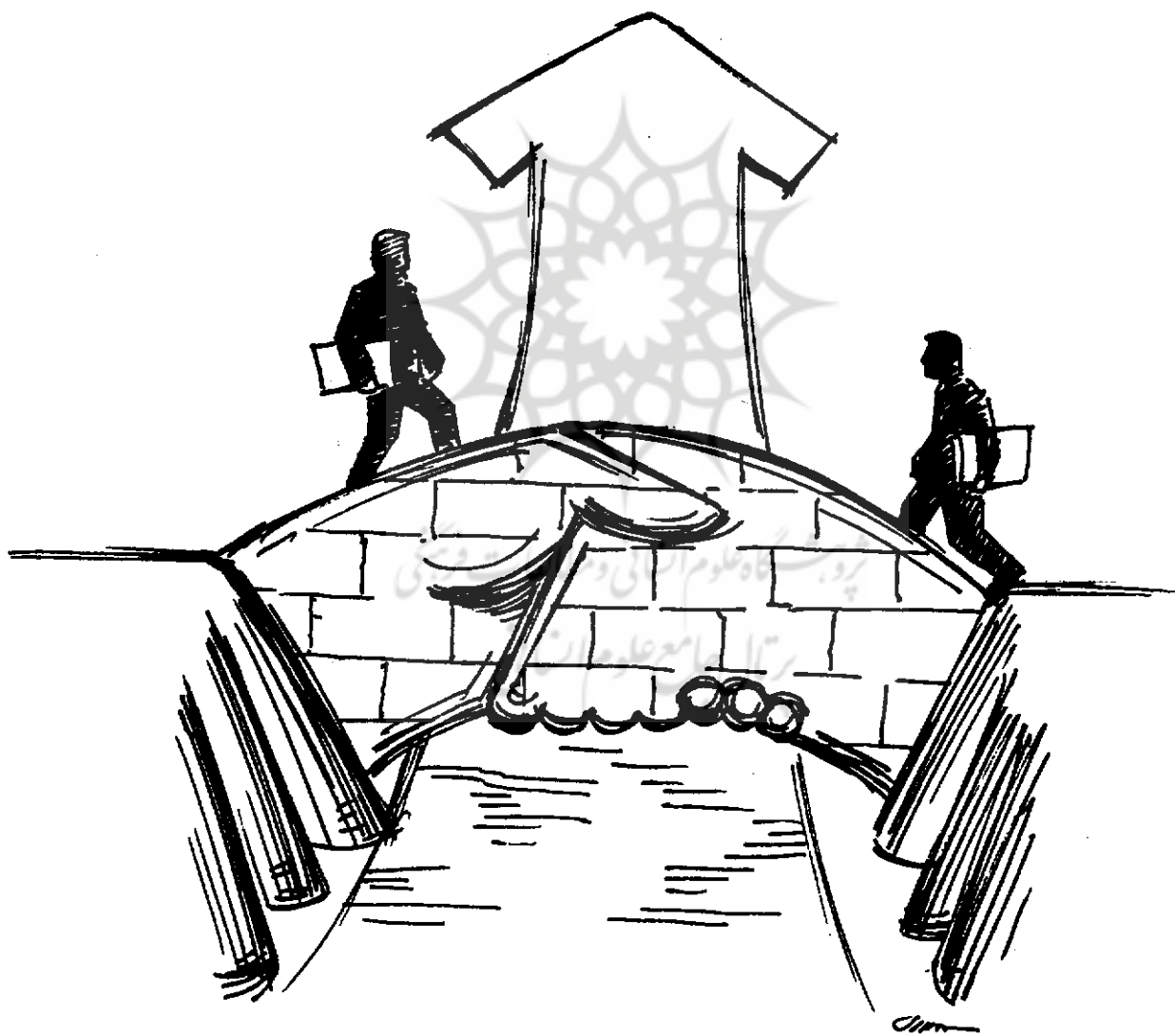
فرهنگ تعاون و نقش آن در فرآیند

توسعه - ۵

شکل‌گیری همزیستی‌های منطقه‌ای و

تحول نظام تعاون

دکتر میرهادی زاده



۱. طرح مسأله و سابقه

بررسی حاضر ادامه مطالب مناسبات ارزشی است که در شماره چهارم ماهنامه نگرش اصولی به یکی از عمده‌ترین مسائل روز کشور و جهان، یعنی ضرورت افزایش قدرت خرید گروه‌های کم درآمد و تأمین عدالت اجتماعی و اقتصادی داشته و مسائل تعاون از دیدگاه‌های نیروی انسانی، توسعه صنعتی و اقتصاد خانواده در کلیات بررسی گردید.

توسعه همزیستی‌های درون و برون مرزی، در طی نیم قرن اخیر، واقعیت عمده دیگری است که از یک سو در ارتباط با اتحادیه بین‌المللی تعاون و زیرمجموعه آن است و از دیگر سو، همزیستی‌های فراملیتی شرکت‌های بزرگ غیرتعاونی را در قالب تشکلهای اقتصادی - سیاسی منطقه‌ای مطرح ساخته است که آخرین رویداد آن در قطعنامه کنفرانس هشتم سران اسلامی در تهران، اعلام گردیده و آن ضرورت تشکیل بازار مشترک اسلامی بوده است.

همگرایی‌های معروف پنجاه ساله اخیر عبارتند از: سازمان توسعه تجارت جهانی (۱۹۴۴) بازار مشترک اروپائی (۱۹۵۷) و تحول تفکر تعاونی از سال ۱۹۴۶ میلادی به قدمت ۱۰۰ ساله تا به امروز. انواع نهادهای غیرتعاونی در عرصه اقتصاد سیاسی، با هدف ایجاد هماهنگی

در سیاستهای مالی و اقتصادی پدید آمدند که هم اینک به پیشرفتهای بزرگی در بازاریابی مشترک دست یافته‌اند. اتحادیه تعاون جهانی نیز به منظور تقویت تعاونیهای مصرف، مسکن، اشتغال، کشاورزی، تسهیلات و امور مالی و اقتصادی به اعطای کمکهای فنی در ۵ قاره جهان - البته با گرایش به تقویت تعاونیهای نقاط کم برخوردار پرداخته است. اتحادیه همچنین، صاحب‌نظر در زمینه توسعه تعاونی‌های مشترک بین قاره‌ای، توسعه جهانی بیمه تعاونی و بانکداری تعاونی است و پیش‌بینی نموده است که زنجیره تعاونیهای خرده‌فروشی و گروه‌های چند ملیتی تعاونیهای تولید، جزو ارزشهای تعاون قرار گیرد.

۲. چگونگی انتقال به آینده

توسعه تفکر بازاریابیهای مشترک وسیله تشکلهای صنعتی و تجاری غرب / شرق بعد از جنگ جهانی تا به امروز نمودار پدید آمدن ناهنجاریهای بین‌المللی از قبیل بروز بی‌نظمی‌هایی در سرمایه‌گذاریهای یک جانبه، افزایش سریع تولیدات صنعتی، بهم ریختن توازن مالی شرکت‌های بزرگ و مهم‌تر از همه وجود موانع و سدهای گمرکی در جریان تجارت جهانی بوده است که ارزیابی سیاستهای کاربردی بسیاری را برای تنظیم شتاب سرمایه‌گذاری

تولیدی و جدا کردن امور مدیریت تولید از توزیع مطرح ساخت، شکل‌گیری مشارکتهای گسترده ملی، منطقه‌ای و بین قاره‌ای، در جهت یکپارچگی توزیع، هماهنگ با تخصیص هزینه برای تحقیقات را ایجاب می‌نمود.

علاهدف یکپارچگیها، آن نبوده که در روابط بین همه کشورها مشارکتهای عام به شکل‌گیری نوعی نظام تعاونی کمک بکنند، بلکه توجه و علاقه بدین امر بوده است که فرهنگ مصرف‌گرایی و الگوهای مصرفی کشورهای صنعتی شده را با ایجاد مؤسسات تبلیغاتی نیرومند به خارج از مرزهای کشور انتقال دهند و نیز ممالک حاشیه و قدرت‌های متمرکز سیاسی را تحت مضیقه‌ها و فشارهای سیاسی به تبعیت وادارند که تا حدود بسیار نیز توفیق یافتند.

با این همه، اتحادیه جهانی تعاون که خود زاده همین آشفتگیهای اقتصادی و نیرنگهای اقتصادی سیاسی است، حرکت‌های تازه‌ای را برای کاهش ناهنجاری‌ها آغاز و با حفظ آرمانها و اصول اولیه تعاون بر روش‌ها و برنامه‌هایی برای انتقال به آینده اعلام کرده این که اصول تعاون را در جهت کمک به صلح و امنیت بین‌المللی، برقراری تسهیلات لازم برای توسعه و ارتقاء ارزشهای تعاونی جهت افزایش توان اقتصادی و اجتماعی مردم در شرکتها و اتحادیه‌های

تعاونی، حمایت نماید.

رئیس اتحادیه بین‌المللی تعاون، در سی‌امین کنفرانس اتحادیه به سال ۱۹۹۲ (کنفرانس منعقد در کشور ژاپن) می‌گوید: «... جهان، همچنان از نظر اقتصادی تقسیم می‌شود و این تقسیم، سرچشمه منازعات (تنشها و چالشها) و جنگهای آینده است... ما از رشد موانع اقتصادی وحشت داریم... تعاونیها می‌باید اعضاء خود را تأمین و به آنها ثابت نمایند که تعاون بهترین شرایط را پیشنهاد می‌کنند... رشد اقتصادی باید در رابطه با رشد ذهنیت ما رشد آگاهی و رشد شعور ما باشد... به همین دلیل است که ما بحث ارزشهای اولیه تعاون را در دستور کار بلندمدت خود قرار داده‌ایم... با توسعه شرکتهای ملی و بین‌المللی که دسترسی بیشتری به منابع مالی جهت ادغام و کسب اطلاعات جدید دارند، تعاونیها موجود است خود را در خطر می‌بینند... من تشکیل تعاونیهای چند ملیتی را پیش‌بینی می‌کنم، تعاونیهایی چون زنجیره تعاونیهای خرده‌فروشی و نیز گروه‌های چند ملیتی تعاونیهای تولید... مسئولیت آینده تعاونیها در درجه اول متوجه اعضاء اتحادیه است...» رئیس اتحادیه پس از بر شمردن اهمیت آخرین کنفرانس اتحادیه در طول ۹۷ سال گذشته، اضافه می‌کند: «جهان امروز بیش از هر زمان دیگری به راه‌حل‌های تعاونی نیاز دارد.»

۳. مدیریت اقتصادی و کارآیی در همزیستی‌ها (راه کارها)

یکی از جمله برداشتهای نظری رئیس اتحادیه بین‌المللی تعاون «رشد موانع اقتصادی» ناشی از همزیستی شرکتها و اتحادیه‌های فراملیتی در بلوک‌بندیهای منطقه‌ای است که عملاً کارآیی مؤسسات خصوصی را به

زیان مؤسسات تعاونی می‌افزاید. تردیدی نیست که کارآیی مؤسسات خصوصی ناشی از تراکم سرمایه برای تولید ثروت و تحصیل درآمد از طریق تقسیم‌بندی بازارهای سودآور جهانی، خاصه بازارهای پرجمعیت قاره‌ها می‌باشد و سیله اصلی کسب درآمدها شرکتهای بزرگ توزیع کالا وابسته به بازرگانی فراملیتی بوده‌اند که عمدتاً در شکل حقوقی تضامین به انواع خدمات تأمین و توزیع کالا می‌پردازند، بی‌آنکه از حمایت‌های دولتی مانند مؤسسات تعاونی برخوردار شده باشند و از این نظر مقایسه و ارزیابی کارآیی بخش‌های خصوصی در تعاونی به دو گونه مطرح می‌شود: در مورد مؤسسات خصوصی تجارتی نظر به اینکه کار

رشد اقتصادی باید در رابطه با رشد ذهنیت ما رشد آگاهی و رشد شعور ما باشد

و سرمایه و روشهای تولید در با صرفه‌ترین حالت‌ها به کار گرفته می‌شوند، از اینرو فعالیت‌ها به سرمایه‌طلب برای تولید انبوه ثروت پیش می‌افتد و کارآیی اقتصادی را در دوره‌ای که منابع تولید به قیمت متعادل به دست می‌آید، می‌افزاید لذا عملکرد دوره‌های اقتصادی مشروط به تغییرات عوامل فیزیکی و مادی است. اما در مورد مؤسسات تعاونی هر چند که تأمین منابع مالی و ارتقا درآمد سرمایه‌گذارانها در تعهدات اعضاء تعاونی است، تنها ارزیابی کارآیی امور تجارتی نمی‌تواند مؤثر در ارزیابی نهایی آن باشد، لذا در این ارزیابی می‌باید ملاحظات اجتماعی و سیاسی از قبیل مبادله آزاد اندیشه‌ها و تفکر جمعی و نفس‌مشارکت در امور اجتماعی - اقتصادی، لحاظ شود و امتیازات خاص تعاونیها که قانوناً برای

فعالیت‌های مردمی در نظر گرفته می‌شود و به سهم خود موجب تعهدات ضمنی برای دولت‌ها می‌باشد، جمع‌بندی کرد. با اینهمه چون بهره‌گیری سازمانهای توزیع تعاونی از روشهای پیشنهادی مؤسسات بازرگانی خصوصی، ضرورتی برای همزیستی و کارآیی شرکتهای پیشرفته تعاونی شمرده می‌شود، لذا بجاست به گوشه‌های از این روشها با استفاده از تصمیمات کنفرانس بازرگانی ۱۹۶۷ اشاره گردد.

* نماینده دانمارک در گزارش خود اظهار نظر می‌کند که: «از اتحاد عمده‌فروشیها و خرده‌فروشیهای آزاد، تعاونی‌های بزرگ و مجهز و شبکه‌های زنجیره‌ای آنها در سراسر دانمارک به وجود آمده و موجب شده است که بازار داخلی یکپارچه شود و واحدهای صنعتی کشور کالاهای خود را مستقیماً به شرکتهای تعاونی و مراکز منظم عمده‌فروشی بفروشند.» این تحول به سهم خود سبب کوتاه شدن فاصله تولید و مصرف شده و قدرت رقابتی شرکتهای تعاونی مصرف را افزوده است.» طبق این تجربه، حذف واسطه‌ها و جانشینی تعاونی به نفع صنایع مصرف‌کنندگان به شمار آمده است.

* نماینده ژاپن در گزارش خود نظر می‌دهد که: دولت ژاپن یک طرح بزرگ ملی برای ایجاد فروشگاههای بزرگ به صورت شرکت سهامی به مورد اجرا گذاشته و این قدم (روش) موجب کاستن از هزینه‌های بسته‌بندی و پخش محصولات صنعتی شده است.

* نماینده بریتانیا با اشاره به افزایش منظم تقاضای مصرف‌کنندگان و هماهنگ نبودن آن با افزایش درآمد واقعی مصرف‌کنندگان نتیجه می‌گیرد که با توجه به بهبود و توسعه روشهای خرده‌فروشی (توسعه سوپرمارکتها) و

بهبود کیفی (بازده) عملیات توزیع، هزینه‌های تولید و توزیع کاسته می‌شود و زمینه افزایش مصرف فراهم می‌آید.

* نمایندگان فرانسه، بلژیک، ایتالیا

به ضرورت تحول در شیوه‌های فروشندگی پرداخته و نظر می‌دهند که باید روشهای انبارداری و حمل و نقل را متحول کرده و از این راه به کاستن از فشار افزایش قیمت‌ها پرداخت. همچنین روشهای یاد شده را می‌توان از راه همکاریهای گروهی، ادغام وظایف پراکنده و کم بازده عملی نمود.

به طوری که ملاحظه می‌شود، دو مسأله وابسته «توزیع و مصرف» در سالهای دورتر گذشته همواره به صورت دو مسأله محوری اقتصاد جهانی مطرح شده است و همبسته کردن آن علاوه بر عملیات بازرگانی بخش خصوصی، عملیات بازرگانی بخش گسترده تعاون - خاصه تعاونیهای مصرف‌کنندگان را در بر داشته است و برای تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان محصولات تولیدی کشور ما همزیستیهای تعاونی و جایگاه آن در استراتژی بلندمدت توسعه کشور، ابهامی ندارد ولی فهم این واقعیت که چه شرایطی در قلمرو مدیریتها به نفع ما و یا احتمالاً به ضرر کشور ما خواهد بود کمی دشوار بوده و بس مهمتر اینکه بدانیم عمده‌ترین محدودیت‌هایمان چیست، چه روشها و چگونه طرحهایی باید برگزیده و اجرا کنیم که مانند کشورهای پیشرفته صنعتی به ریاضت کشیدن‌های ناخواسته، خاصه در عرصه مصرف‌کنندگان نقطه پایان بگذاریم.

بی‌تردید، در بخش توزیع درآمدها به ویژه اقتصاد خانوارها، دو مسأله عمده دیده می‌شود: یکی شکاف درآمدی خانوارهای شهری و روستایی، که می‌باید تلاشهای تازه‌ای

برای هم سطح کردن درآمدها صورت گیرد و دیگری، تعمیم نیافتن روشهای اعتباری خرید برای مصرف‌کنندگان و تأمین نیازهای غیر خوراکی اکثریت مصرف‌کنندگان است در پایین‌تر

گروههای درآمدی جای دارند از علل عمده این گونه مسائل، به باور این نگارنده جدا از مسائل ساختاری اقتصاد، پذیرفتن مسئولیت تأمین رفاه مصرف‌کنندگان از طرف دولتها بوده است و برای شبکه پخش تعاونی و یا سنتی توزیع هم که عمدتاً زیر نظارت برای انجام تعهدات عام و خاص دستگاههای دولتی بوده‌اند این فرصت فراهم نیامده است که طرحهای سرمایه‌گذاری مؤثر در زمینه‌های رفاهی مصرف‌کنندگان، جز در عرصه‌های سودآور را به عهده داشته باشند.

۴. شرایط هدایت عملیات بازرگانی در جهت همزیستی‌ها

نقطه عطف این شرایط، دانش و مدیریت بازرگانی در عرصه‌های پیشرفته همزیستی است. مدیریت در این راستا مدیریتی است آگاه از شرایط رشد اقتصادی که دارای صلاحیت کافی در شناسائی گره‌ها و تنگناها، قدرت تصمیم‌گیری برای طرح‌ریزی، هدایت و پیشبرد طرح‌ها باشد از این دیدگاه، همزیستی‌های تعاونی از هر نظر ارتباط مستقیم با درجه رشد اقتصادی دارد. علانم رشد اقتصادی از دیدگاه مدیران شرکت‌های بزرگ خصوصی رشد بنیان‌های فنی، رهائی از وابستگی به سیاستهای ارشادی دولت، آشنائی تولیدکنندگان به مسائل مصرف‌کننده، آشنائی بازرگانان به مشکلات حقوقی رقابت در سطح جهان، وجود و تنوع فعالیت‌های تولیدی (خصوصی مستقل و پراکنده) در صنایع سنگین و مواد غذایی صادراتی

و وارداتی است. به باور این مدیریت‌ها وجود این زمینه‌ها از مشخصه‌های اصلی همزیستی است و به همین سبب ظهور تمایلات همزیستی چند منظوره در دو بعد وسیع (ادغام کامل - تجمع

افقی خرده‌فروشی‌ها) قابل بحث خواهد بود. با این وصف، از دیدگاه مدیریت‌های تعاونی شرایط دیگری در همزیستی‌های درون مرزی و برون مرزی وجود دارد، و خواستار آنگونه از توسعه یافتگی است که موانع رشد اقتصادی، به حداقل رسیده و زمینه برای عملیات پیشرفته‌تر بازاریابی مشترک فراهم شده باشد و این مسأله‌ای است که دلیل کل اتحادیه بین‌المللی تعاون هم در سخنان خود بدان اشاره‌ای در شکل نموده است. چرا که امروزه اینگونه همزیستی‌ها به عکس تصورات دنیای صنعتی در شرایط محدودتر بودن امکانات، با رعایت مزیت‌های نسبی کشورها، تحقق می‌یابد تا خود عاملی برای پر کردن شکاف درآمدی توده‌های مردم شود و توسعه تعاون شرایط مطلوب این همزیستی‌ها را فراهم می‌کند.

قدر مسلم آنکه، چه در شرایط حداکثر توسعه یافتگی و چه در شرایط کمتر پیشرفته، تکنیک‌های یکسانی همواره برای همزیستی‌های یاد شده وجود داشته و از ابزار مشابهی استفاده به عمل آمده است که دو وجه ممتاز آن مرسوم به ادغام عمودی و تجمع در سطوح خرده‌فروشی و عمده‌فروشی است. این دو شکل از همکاریها به منظور ایجاد یکپارچگی در منابع و وسایل و برنامه‌ریزی واحد، در شرکت‌های خصوصی (دو یا چندین شرکت) با هدف مشترک و به مدت طولانی در عرصه تولید و فروش ظاهر شده است و برای شرکت‌ها و اتحادیه‌های تعاونی نیز مصداق یافته

است. در شکل عمودی از یکپارچگی دو یا چندین شرکت، سازمان واحدی به وجود می‌آید و لذا برخی از واحدها حذف می‌شوند و یا واحدهای تازه‌ای بدان جمع افزوده می‌شود. به این ترتیب

منافعی که به طور انفرادی قابل تحصیل نبوده با فعالیت دسته‌جمعی مقدور می‌شود. در این شکل از یکپارچگیها، مالکیت ابزار و وسایل همه شرکاء تقویم و در اختیار مدیریت واحد قرار می‌گیرد و شکل پیشرفته‌تر آنکه مدیریت و مالکیت تفکیک می‌شوند و یکی از مدیران امور تولید و تحقیقات را به عهده می‌گیرد و دیگری امور پخش و فروش و خدمات را و از مهارت‌های مدیران برحسب درجه تخصص در این دو بخش از سطوح بالاتر به سطوح پایین‌تر (عمودی) استفاده می‌شود.

در شکل افقی^۳ و یا ترکیب افقی، وظایف و مسئولیت‌های هر یک از شرکاء، ممان است که قبل از یکپارچگی وجود داشته ولی به وسایل و امکانات هر یک از شرکاء حق امتیازی می‌دهند که در حکم اجرت‌المثل و کرایه است. همچنین حق مالکیت قابل واگذاری نبوده ولی با اجازه‌نامه و علامت مشترک بازرگانی کالاها تولید و فروخته می‌شوند.

منظور از پروانه (اجازه‌نامه)، صدور حق لیسانس است و در سالهای گذشته بسیاری از شرکتهای تولیدی ما خاصه داروسازیه‌ها از این حق لیسانس در ایران برخوردار شده‌اند و کالاها و یا داروهای همگن با کارخانه‌های اروپائی و امریکائی را تولید و توزیع کرده‌اند.

امروزه شکلهای مختلف ترکیب افقی در تعاونیهای تولید صنعتی و کشاورزی به وجود آمده است و تشکیل بازارهای مشترک منطقه‌ای نوعی از این همزیستی است. موفقیت در تشکیل بازار مشترک منوط به امنیت که تسهیلات و منابع مالی و

انسانی شرکتهای همیار و همکار، کمک به تنوع و تکامل تولید و بازاریابی مشترک بنماید، چه در این صورت بازاریابی مشترک نیروی محرکه و استوار رقابت را فراهم ساخت. اهمیت

در مورد مؤسسات خصوصی تجارتي نظریه اینست که کار و سرمایه و روشهای تسولید در بنا صرفه‌ترین حالت‌ها به کار گرفته می‌شوند، از اینرو فعالیت‌ها به سرمایه‌طلب برای تولید اتبوه ثروت پیش می‌افتد و کارآیی اقتصادی را در دوره‌ای که منابع تولید به قیمت متعادل به دست می‌آید، می‌افزاید لذا عملکرد دوره‌های اقتصادی مشروط به تغییرات عوامل فیزیکی و مادی است. اما در مورد مؤسسات تعاونی هر چند که تأمین منابع مالی و ارتقا درآمد سرمایه‌گذارها در تعهدات اعضاء تعاونی است

موضوع از این نظر است که همیاری‌های جمعی چه به قصد خرید مواد اولیه و چه به قصد فروش محصولات تولیدی، می‌باید از هرگونه تقلب و تزویر، احتکار و سودجویی برکنار باشد و در این مورد بازرسیها و ارزیابی‌های بهنگام، «اصل اول» همکاری است.

شکلهای مختلف ترکیب افقی مشتمل بر اتحادیه‌های تعاونی چند منظوره که از همبسته کردن فعالیت‌های تولیدی، فروش و مصرف تشکیل می‌شود و یا اتحادیه‌های تعاونی تک منظوره

است که از ترکیب تولیدکنندگان و یا ترکیب فروشندگان پدید می‌آید و همچنین اتحادیه‌های تعاونی مصرف‌کنندگان رشته‌های صنعتی و تعاونی‌های کوچک خرده‌فروشی نیز در ترکیب افقی جای دارند.^۴

۵. توجیه نقش اقتصادی همگراییها

این توجیه به عنوان نتیجه‌گیری از مبحث وحدت و همگرایی اقتصادی، به مطالعه‌ای حاضر اضافه می‌شود که مجموعه بررسی بر این پیش فرض استوار است که در ساختار همگراییها وحدت و همکاری در مقیاس بزرگ پدید می‌آید و نیروهای ضعیف و قوی به اسلوب‌های هماهنگی می‌گریند که منافع و مصالح اجتماعی تقویت و پدید می‌آید. در مسیرهای ممکن متحول گردد. یا به واقع، علم و مهارت و اطلاعات روز به نحو صحیح و منظم میان گروه‌ها مبادله گشته، نقاط ضعف‌ها اصلاح شوند و در نهایت، مردم به عنوان مصرف‌کننده محصولات این همیاری‌ها، از اقتصاد رفاه بهره‌گیرند و شرکتها توان رقابت به دست آورند، بی‌آنکه مشارکتها در تعارض با مشورت آزاد باشند.

همگراییها امکان می‌دهد که علم و مهارتها در جهات زیر به کار گرفته شوند:

الف: یکپارچگی بازار داخلی و رشد روابط بازرگانی خارجی با تشکیل همایش‌های تخصصی منطقه‌ای.

ب: پیدایش مراکز منظم پخش و فروش به جانشینی واحدهای مشابه و پراکنده و صرفه‌جویی در هزینه‌ها به مقیاس بزرگ خاصه از نظر شیوه‌های تبلیغاتی.

پ: عسریان شدن معایب فروشگاههای زنجیره‌ای غیرتعاونی در صورت یکپارچه شدن شرکت‌های

«انشاء الله مبارک باشد بر همه مستضعفین جهان
و بر ملت ایران و بر شما کارگران متعهد اسلامی
روز کارگر، مبارک باشد بر ملت ایران که چنین
جوانان متعهدی در کارگاه‌ها مشغول فعالیت
هستند».

امام خمینی

«بزرگداشت روز کارگر، این ستون فقرات استقلال
کشور و این اسطوره سرنوشت ساز ورهائی بخش از
وابستگی‌ها و پیوستگی‌ها، وظیفه‌ای است ملی و اسلامی
و همگانی. طبقه شریف کارگر در این مدت کوتاه و
خصوصاً بعد از تجاوز عمال اجانب به خاک میهن عزیز
ثابت کرد که قادر است با خواست خداوند متعال کشور
عزیز خود را با کوشش شبانه‌روزی از وابستگی نجات
دهد...»

(۶۰/۲/۱۰)

«عطر عرق بدن کارگران مثل قطره خون شهدا
است».

«هر دو بلوک غرب و شرق، کارگر را ابزار قدرت و
منافع خودشان کرده‌اند».

(۶۱/۲/۱۲)

یکدیگرند. مؤسسات ضعیف‌تر عمدتاً
برای افزایش کارآیی، وحدت عملیات را
با شرکت‌های قوی‌تر می‌پذیرند. در نظام
تعاون از اینگونه ترکیب‌ها فراوان
صورت گرفته و می‌گیرد، چرا که
عملیات اقتصادی شرکت‌های تعاونی،
تحت نظارت اتحادیه‌های تعاونی،
خطرهای سرمایه‌گذاری را در شرایط
رقابت به صفر می‌رسانند. در ادغام
افقی مالکیت‌ها ادغام نمی‌شوند.

۴. برای شناخت وسیع‌تر انواع
ادغام به فرهنگ‌های اقتصادی و
مدیریت مراجعه شود. از مزایای
ترکیب‌های افقی، یکپارچه شدن اراضی،
کارخانه‌ها و منابع ثروت ملی و در
نتیجه یکپارچه شدن بازار ملی است و
ماهیت همکاری به نفع توسعه
دموکراسی شناخته شده است.

تعاون، بهمن ۱۳۷۲ (نشریه وزارت
تعاون شماره ۲۹ ص ۱۲)
۲. ادغام یا انضمام عمودی
مؤسسات. *VERTICAL*
INTEGRATION در انضمام عمودی
مدیریت‌های تولید و فروش از مرحله
تبدیل مواد اولیه تا تکمیل و توزیع
محصولات به صورت متمرکز اداره
می‌شوند. در این شکل از انضمام،
واحدهای عملیاتی تحت مالکیت و
مدیریت واحد، مراحل تولید تا
بازاریابی را نظارت می‌نمایند که به
مدیریت متمرکز نیز معروف است.

۳. ادغام و یا ترکیب افقی مؤسسات
HORIZONTAL INTEGRATION
انضمام تعدادی مؤسسات را می‌گویند
که محصولات و خدمات آنها رقیب

تعاونی تولید و مصرف در شکل
اتحادیه‌های تعاونی چند منظوره.
ت: سپرده شدن نیازهای تحقیقاتی
و برنامه‌ریزی به دانشگاه‌ها از جمله در
امور آموزش و ترویج، برنامه‌نویسی
رایانه‌ای و سازماندهی و مدیریت.
ث: هدایت منطقی کمک‌های مالی
دولت از نظر حمایت از
مصرف‌کنندگان.
ج: کاهش تدریجی وظایف تنظیم
بازار دولت و انتقال وظایف آن به
سیستم یکپارچه.

۶ منابع و پی‌نوشته

۱. مارکوس، لارس - رئیس اتحادیه
بین‌المللی تعاون - سی‌امین کنگره
تعاون، ۱۷ اکتبر ۱۹۹۲، ماهنامه