

بازرگانی داخلی

جایگاه بخش تعاون در سیستم توزیع کالا*

۱- مقدمه

متعددی ضرورت وجود چنین کنترل‌هایی را بر سیستم توزیع کشور توجیه می‌کرده است. وجود جنگ تحمیلی، افزایش روزافزون تقاضا برای انواع مختلف کالاها در مقابل رشد نامناسب و یا حتی منفی عرضه و... از جمله این دلایل محسوب می‌شوند.

در سیستم توزیع کنترل شده، دولتها از طریق وضع قوانین، مقررات و ضوابط اقدام به مداخله در جریان آزاد توزیع کالاها کرده و مطابق اهداف خود جریان توزیع را بدست می‌گیرند، لیکن انجام چنین نظارت و

سیستم توزیع را می‌توان از زیر-سیستم‌های سیستم اقتصادی کشور دانست که پیچیدگی‌های فراوانی دارد. تعاونی‌ها را می‌توان به عنوان یکی از عوامل (عناصر) قابل توجه این سیستم در نظر گرفت که شناخت جایگاه آن در توزیع تا حدود زیادی بستگی به شناخت سیستم توزیع کشور بطور کلی دارد. سیستم توزیع کشوری سالهای گذشته (اغلب سالها) یک سیستم توزیع کنترل شده و یا نظارتی بوده است. دلایل

* در زمان نگارش این مقاله هنوز وزارت تعاون به وجود نیامده بود و اضافه نمودن آن در جای جانی از متن در زمان بعد و صرفاً به منظور هماهنگی بیشتر بعمل آمده است.

ورود وسیع تعاونیها در سیستم توزیع کالا بویژه در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی از جمله ابزارهای مؤثری بود که توانست اهداف نظارتی و کنترلی دولت بر توزیع راتا حدود بسیار زیادی تأمین نموده و جریان توزیع کالاها را بهبود بخشد.

توزیع کالا به عنوان یکی از وظایف اصلی این بخش، لازم است تا نقش و جایگاه ویژه ای در توزیع کالا را عهده دار باشند و زمینه های لازم برای رشد و حرکت آنها در این بخش از فعالیتهای اقتصادی فراهم آید. اگرچه در گذشته رشد شرکتهای تعاونی در توزیع کالا تا حدود قابل ملاحظه ای به شرایط ویژه جنگی کشور مربوط می شد، لیکن در حقیقت این نقش نباید به شرایط و اوضاع خاص اقتصادی کشور محدود شود، بلکه بایستی در کلیه زمانها و شرایط محفوظ و مورد نظر باشد.

همانگونه که تولید کالاها و خدمات نقش و اهمیت اساسی در رشد اقتصادی ایفا می کنند، نحوه توزیع نیز تأثیر قابل ملاحظه ای در توسعه اقتصادی - که از اهداف عمده دولتها می باشد - دارد، به طوری که اگر رشد تولیدات افزوده شده، لیکن سیستم توزیع کالاها نتواند بدرستی و به عدالت این امر را به انجام رساند، اهداف توسعه اقتصادی دستخوش تزلزل می شود. تعاونیها بدلیل خصوصیات منحصر به فردی که دارند می توانند با فعالیت گسترده و صحیح در امر توزیع کالاها، اهداف توسعه اقتصادی بویژه

کنترلی بر توزیع که عوامل آن در سراسر کشور و به اشکال مختلف فعالیت می کنند امری مشکل و در مواردی حتی غیرممکن بوده است، لذا نمی توان نسبت به موفقیت آمیز بودن کنترل سیستم توزیع چندان مطمئن بود. در عین حال استفاده از برخی ابزارها و مکانیسم ها در توزیع شاید بیش از بسیاری از مقررات و ضوابط بتواند مؤثر باشد. ورود وسیع تعاونیها در سیستم توزیع کالا بویژه در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی از جمله ابزارهای مؤثری بود که توانست اهداف نظارتی دولت بر سیستم توزیع راتا حدود بسیار زیادی تأمین نموده و جریان توزیع کالاها را بهبود بخشد و از این لحاظ نقش و جایگاه آنها در توزیع به میزان قابل توجهی افزایش یافت. در این مقاله به اجمال به بررسی انواع تعاونیها و رابطه آنها با توزیع کالا در کشور خواهیم پرداخت.

۲ - انواع تعاونیها و رابطه آنها با توزیع کالا در کشور

شرکتهای تعاونی و اصولاً بخش تعاون به دلیل ویژگیهایی که دارند و تأکید صریح قانون اساسی کشور در اصل ۴۴ مبتنی بر

حال حاضر تنها تعداد مشخصی از تعاونیها بطور مستقیم و اساسی با عمل توزیع ارتباط دارند. برای فهم بهتر آنکه کدامیک از انواع شرکتهای تعاونی با کدامیک از انواع فعالیتهای ارتباط می‌یابند نمودار شماره ۱ ارائه گردیده است. چنانچه ملاحظه می‌شود، در اکثر رشته فعالیتهای اقتصادی کشور شرکتهای تعاونی فعالیت می‌کنند و تعداد قابل توجهی از آنها مستقیماً با امر بازرگانی و توزیع مرتبط هستند. تعاونیهای مرز نشینان،

در زمینه‌های رفاهی و اجتماعی را قوت بخشیده و زمینه را برای توزیع عادلانه امکانات جامعه در میان اقشار مختلف فراهم آورند.

علیرغم آنکه تعاونیها در سطوح گوناگون فعالیتهای اقتصادی وجود دارند، لیکن فعالیت توزیع فعالیتی محدود، تعریف شده و معین است، از این رو در این بحث تنها آن دسته از شرکتهای تعاونی که در ارتباط با این امر فعالیت می‌نمایند مورد توجه می‌باشند. در

نمودار شماره (۱): بخشهای مختلف اقتصادی و تعاونیهای که در آنها فعالیت می‌کنند.



تعاونیهای مصرف (تعاونیهای مصرف محلی، تعاونیهای مصرف کارمندی، تعاونیهای مصرف کارگری، تعاونیهای مصرف عشایری، و...)، تعاونیهای تهیه و توزیع و تعاونیهای مشاغل آزاد و... از جمله مهمترین تعاونیهایی هستند که در بخش توزیع کالاها و خدمات فعالیت می‌کنند.

ارتباط با توزیع کالا به مصرف‌کنندگان نهائی می‌باشد، می‌پردازیم.

۳- شرکتهای تعاونی روستائی و توزیع کالا:

شرکتهای تعاونی روستائی از قدیمیترین تعاونیهای کشور محسوب می‌شوند و در حال

اهداف توسعه اقتصادی کشور تا حدود زیادی به‌نحوه توزیع کالاها و خدمات بستگی دارد.

لازم به توضیح است که اغلب تعاونیها به گونه‌ای با امر توزیع مرتبط می‌باشند، لیکن هرگونه توزیعی مورد توجه این مقاله نیست. در اینجا عمدتاً توزیع کالاهاى نهایی بین مصرف‌کنندگان مطرح است زیرا چنانچه می‌دانیم بسیاری از تعاونیها یکی از وظایفی که در ارتباط با اعضایشان انجام می‌دهند، تهیه و توزیع کالاهاى مورد نیاز آنها می‌باشد. بدین ترتیب تعاونیهای تولیدی نیز مواد اولیه لازم برای تولید را تهیه کرده و در اختیار اعضا خویش قرار می‌دهند. اما در اینجا این قسمت از توزیع مستقیماً با بحث فعلی ارتباط ندارد، بنابراین تنها در موارد لزوم به آن اشاراتی خواهیم داشت. بدین ترتیب در ادامه این مقاله به بررسی ارتباط شرکتهای تعاونی روستائی، شرکتهای تعاونی عشایری، شرکتهای تعاونی تهیه و توزیع، شرکتهای تعاونی مصرف (انواع مختلف) و شرکتهای تعاونی مرز نشینان که فعالیت اصلی آنها در

حاضر نیز سهم عمده‌ای از فعالیتهای تعاونی کشور را در کلیه زمینه‌ها به خود اختصاص داده‌اند، سابقه تعاونیهای روستائی به شکل امروزی به سال ۱۳۱۴ مربوط می‌شود. تا سال ۱۳۲۰ مجموعاً سه شرکت تعاونی روستائی در کشور وجود داشت که جمعاً ۱۰۵۰ نفر از کشاورزان را به عضویت خویش درآورده بودند، تعداد این تعاونیها بیست سال بعد یعنی در سال ۱۳۴۰ به ۹۶۰ شرکت تعاونی افزایش یافت. شرکتهای تعاونی به خرید کالاهاى مازاد بر مصرف کشاورزان، فروش کالاهاى مصرفی مورد نیاز روستائیان و همچنین توزیع نهاده‌های تولیدی در میان اعضا می‌پرداختند.^۱ شرکتهای تعاونی روستائی در دهه پنجاه با رکود نسبی مواجه شدند، لیکن پس از پیروزی انقلاب اسلامی مورد توجه مسئولین قرار گرفتند، بطوریکه تعداد آنها تا پایان سال ۱۳۶۷ به ۳۱۱۷ شرکت رسید و در

حدود ۴۱۶۴ هزار کشاورز را به عضویت خود درآوردند.^۱ تعاونیهای روستائی از طریق نهادهای گوناگونی نظیر اتحادیه های شرکتهای تعاونی استانی، اتحادیه مرکزی شرکتهای تعاونی روستائی، سازمان مرکزی تعاون روستائی و مآلاً وزارت تعاون - که اخیراً ایجاد شده است - با یکدیگر هماهنگ می شوند.

بر اساس اساسنامه، «خرید، تهیه و توزیع مواد مورد احتیاج و مصرف تخصصی و خانوادگی یا حرفه ای اعضا» از جمله وظایف مهم شرکتهای تعاونی روستائی محسوب می شود.^۲ بدین ترتیب ملاحظه می شود که قسمت عمده ای از وظایف این شرکتهای به مساله توزیع ارتباط می یابد. وضعیت شرکتهای تعاونی روستائی به لحاظ تعداد شرکتهای، تعداد اعضا و میزان سرمایه و تغییرات آن در جدول شماره (۱) آورده شده است.

توزیع تعداد تعاونیهای روستائی در استانهای مختلف کشور تابع عوامل مختلف

اقتصادی، اجتماعی و جغرافیائی است. تعداد این شرکتهای در استانهای با وسعت و جمعیت زیاد معمولاً بیشتر است و سرمایه شرکتهای تعاونی روستائی استانهای پررونق به لحاظ کشاورزی از دیگر استانها بالا تر است.

شرکتهای تعاونی روستائی امر توزیع کالاها در بین اعضا خود را از طریق فروشگاههای مصرفی که به همین منظور تأسیس کرده اند به انجام می رسانند. در صورتیکه بر اساس تعداد اعضا شرکتهای تعاونی مصرف، تعداد جمعیت تحت پوشش امور توزیعی این شرکتهای را بدست آوریم، ملاحظه می شود که بیش از ۹۰ درصد جمعیت روستائی کشور تحت پوشش فعالیت توزیعی شرکتهای تعاونی روستائی قرار دارند. بر اساس جدیدترین اطلاعات، دهات حوزه عمل شرکتهای تعاونی روستائی در پایان ششماه اول سال ۱۳۶۸ بالغ بر ۵۷۳۰۶ روستا بوده که دربرگیرنده بیش از ۹۴ درصد از روستاهای کشور است.^۳

(۱): ر. ک: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، جایگاه تعاون در بازرگانی خارجی کشور.

علی عسگری و حمیدرضا اشرف زاده (تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۶۸)

(۱): در اوایل دهه ۱۳۵۰ سیر ادغام تعاونیهای روستائی تشویق و تسریع شد بطوری که تعداد آنها از ۸۲۹۸ شرکت در سال ۱۳۴۹ به ۲۸۸۶ شرکت در سال ۱۳۵۵ کاهش یافت. برای اطلاع بیشتر ر. ک. به همان.

(۲): قانون شرکتهای تعاونی و اصلاحیه آن.

(۳): وزارت کشاورزی، بررسیهای آماری کشاورزی، نشریه شماره ۵ (تهران: اداره کل آمار و اطلاعات کشاورزی، ۱۳۶۸)، ص ۴۶.

جدول شماره (۱): مشخصات شرکتهای تعاونی روستائی کشور طی سالهای ۱۳۶۷ - ۱۳۵۵

| سال | تعداد شرکت | تعداد اعضا (هزار نفر) | میان سرمایه (میلیون ریال) | درصد رشد نسبت به سال قبل | | |
|------------------|------------|-----------------------|---------------------------|--------------------------|------|--------|
| | | | | تعداد | اعضا | سرمایه |
| ۱۳۵۵ | ۲۸۸۶ | ۲۸۶۸ | ۶۹۶۲ | - | - | - |
| ۱۳۶۰ | ۳۰۲۸ | ۳۳۶۴ | ۱۱۵۶۶ | - | - | - |
| ۱۳۶۱ | ۳۰۵۷ | ۳۵۴۳ | ۱۴۹۱۹ | ۰/۹۵ | ۵/۳۲ | ۲۸/۹۸ |
| ۱۳۶۲ | ۳۰۷۹ | ۳۷۲۷ | ۲۰۰۷۱ | ۰/۷۱ | ۵۱۷۵ | ۳۴/۵ |
| ۱۳۶۳ | ۳۱۰۴ | ۳۹۲۵ | ۲۵۹۰۰ | -/۸۱ | ۴/۸ | ۲۹/۰ |
| ۱۳۶۴ | ۳۱۰۷ | ۴۰۶۳ | ۳۱۴۰۳ | -/۱۰ | ۳/۵ | ۲۱/۲ |
| ۱۳۶۵ | ۳۱۰۹ | ۴۰۶۳ | ۳۸۲۹۳ | -/۰۶ | -/۰۲ | ۲۱/۹ |
| ۱۳۶۶ | ۳۱۱۸ | ۴۰۹۷ | ۴۷۹۶۱ | -/۳ | ۰/۸ | ۲۵/۲ |
| ۱۳۶۷ | ۳۱۱۷ | ۴۱۶۴ | ۵۶۷۶۷ | -/۰۳ | ۱/۶ | ۱۸/۲ |
| رشد متوسط سالانه | -/۶۴ | ۳/۱۵ | ۱۹/۱ | - | - | - |

مأخذ: (۱): مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور، ۱۳۶۷ (تهران: مرکز آمار ایران، ۱۳۶۸).

(۲): سازمان مرکزی تعاون کشور، آمار شرکتهای تعاونی (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور،

شماره های مختلف)

جدول شماره (۲): آمار وضعیت تعداد فروشگاههای مصرف و مواد سوختی وابسته به شرکتهای

تعاونی روستائی

| سال | ۱۳۵۶ | ۱۳۵۷ | ۱۳۵۸ | ۱۳۵۹ | ۱۳۶۰ | ۱۳۶۱ |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| تعداد فروشگاههای مصرف | ۶۶۱۵ | ۶۸۲۶ | ۶۸۹۳ | ۷۳۱۶ | ۸۲۲۹ | ۹۱۳۶ |
| تعداد فروشگاههای مواد سوختی | ۶۲۳۶ | ۶۲۹۴ | ۶۵۳۵ | ۷۰۷۲ | ۷۴۶۸ | ۸۰۹۵ |
| سال | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۳ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۵ | ۱۳۶۶ | |
| تعداد فروشگاههای مصرف | ۱۰۰۲۴ | ۱۰۷۲۰ | ۱۱۰۲۲ | ۱۱۳۱۲ | ۱۱۲۷۱ | |
| تعداد فروشگاههای مواد سوختی | ۸۷۴۳ | ۹۳۱۵ | ۹۸۵۰ | ۱۰۲۰۶ | ۱۰۳۲۷ | |

مأخذ: سازمان مرکزی تعاون روستائی، اداره کل برنامه و بودجه، دفتر آمار

وضعیت تعداد فروشگاههای مصرف شرکتهای تعاونی روستائی که انجام امر توزیع کالاها در بین اعضاء را برعهده دارند در جدول شماره (۲) آورده شده است. چنانچه ملاحظه می شود تعداد این فروشگاهها از ۶۶۱۵ عدد در سال ۱۳۵۶ به ۱۱۲۷۱ فروشگاه در سال ۱۳۶۶ افزایش یافته است. توجه دولت به تعاونیهای روستائی بویژه در توزیع کالاهای سهمیه ای دلیل عمده افزایش تعداد آنها می باشد، در عین حال توضیح این نکته لازم است که این فروشگاهها بدلیل مشکلات زیاد قادر به تأمین کلیه نیازهای مصرفی اعضاء نبوده اند. چنانچه ملاحظه می شود علاوه بر توزیع کالاهای مصرفی مواد سوختی مورد نیاز روستائیان نیز از طریق فروشگاههایی که به همین منظور احداث شده اند توزیع می گردد.

۴- توزیع کالاهای مصرفی توسط شرکتهای تعاونی روستائی.

قسمت عمده ای از فعالیت توزیعی شرکتهای تعاونی روستائی در سالهای گذشته متوجه توزیع کالاهای مصرفی بوده است. توزیع کالاهایی نظیر قند و شکر، گندم خوراکی، انواع برنج، روغن نباتی، پیاز، آرد، خرما، حبوبات، سیب زمینی، پودر رختشویی، وسایل نفت سوز، انواع صابون، کفش، پارچه و سایر کالاها در رأس کالاهای توزیع شده توسط شرکتهای تعاونی روستائی قرار داشته اند. وظیفه

شرکتهای مذکور در توزیع همچنانکه ملاحظه می شود عمدتاً متوجه توزیع کالاهای ضروری و همچنین سهمیه بندی شده بوده است. مقدار و ارزش کالاهای توزیع شده طی سالهای گذشته مرتباً روبه افزایش بوده است. طی سالهای ۱۳۵۶ تا ۱۳۶۶ که اطلاعات آن در دسترس است ارزش مجموع کالاهای توزیع شده توسط شرکتهای تعاونی روستائی سالانه بیش از ۲۸ درصد افزایش یافته است. البته این رشد تا حدود زیادی همانطور که قبلاً نیز ذکر شد- بدلیل توزیع کالاهای سهمیه بندی شده بوده است که با افزایش جمعیت لاجرم می باید ارزش آنها نیز افزایش یابد. در جدول شماره (۳) انواع عمده کالاهای توزیع شده توسط شرکتهای تعاونی روستائی در سالهای مختلف (۱۳۵۶ تا ۱۳۶۶) ارائه شده است. چنانچه ملاحظه می شود ارزش کالاهای مصرفی توزیع شده در فاصله سالهای مذکور بیش از ۱۱ برابر گردیده است، یعنی سالیانه بطور متوسط ۲۸/۷ درصد رشد داشته است که در این میان بالاترین ارقام رشد متعلق به کالاهای سهمیه بندی شده می باشد. کالاهای مذکور در بین تعاونیهای روستائی استانهای مختلف کشور توزیع گردیده و سپس در اختیار اعضاء قرار داده شده است. بررسی سهم استانها از توزیع حاکی از آن است که طی سالهای ۱۳۶۵ و ۱۳۶۶ این امرچندان عادلانه نبوده است.

جدول شماره (۳): مقدار و ارزش کالاهای مصرفی توزیع شده توسط فروشگاههای مصرف شرکتهای

تعاونی روستایی سراسر کشوری سالهای ۱۳۵۶ - ۱۳۶۶

| انواع کالاها | مقدار | ۱۳۵۶ | ۱۳۵۷ | ۱۳۵۸ | ۱۳۵۹ | ۱۳۶۰ |
|-------------------------|---------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| قند و شکر | به کیلو | ۴۲۴۶۳۷۰۲ | ۹۷۷۲۴۴۲ | ۶۲۷۲۲۵۸۲ | ۱۱۱۰۹۳۹۸ | ۲۸۴۳۱۵۷۲۲ |
| کندم خوراکی | " | ۴۰۰۶۴۱۲ | ۵۷۶۹۶۸۲ | ۱۱۵۵۶۵۱ | ۱۹۹۹۷۹۷ | ۱۹۰۰۴۵۲۴ |
| انواع برنج | " | ۷۱۸۸۵۴۷۷ | ۳۱۲۲۹۱۹۲ | ۶۹۸۷۹۶۶۴ | ۷۸۷۸۸۹۰۸ | ۱۴۰۸۰۷۶۳۷ |
| روغن نباتی | " | ۱۶۱۲۲۶۸۲ | ۱۵۷۷۶۲۰۲ | ۲۰۱۲۲۸۸۴ | ۵۴۰۸۳۹۵۱ | ۱۱۷۷۸۷۶۶۷۵ |
| پنباز | " | ۳۱۶۳۲۲۴ | ۴۶۷۷۶۷ | ۵۴۱۶۲ | ۲۷۳۱۷۱ | ۳۶۸۴۲ |
| آرد | " | ۴۶۲۸۹۵۵۹ | ۳۸۸۷۶۰۲۳ | ۱۸۶۶۰۲۳۸ | ۲۱۷۴۱۴۲۰ | ۳۰۸۰۷۷۵۹ |
| خرما | " | ۶۱۶۸۱۱ | ۵۵۵۸۹۱ | ۳۲۰۱۱۶ | ۱۶۶۲۰۲۴ | ۶۲۲۴۷۲۷۸ |
| حبوبات | " | ۲۷۲۱۰۰۴ | ۲۸۸۱۹۴۱ | ۲۰۷۰۴۹۴ | ۱۹۵۳۶۹۹ | ۴۵۹۶۲۱۳ |
| سیب زمینی | " | ۶۰۸۱۹ | ۸۴۷۹۷ | ۱۵۱۶۲۰ | ۴۵۶۱۹ | ۷۵۸۲۵ |
| پودر رخنشویی | " | ۳۷۱۹۷۹۴ | ۲۸۵۷۵۸۴ | ۱۹۵۶۵۷۲ | ۶۷۴۲۵۳۲۴ | ۳۲۰۲۸۰۲۳ |
| وسایل نفت سوز | دستگاه | ۱۷۶۳۹۸ | ۱۰۹۰۳۲ | ۱۴۰۶۱۵ | ۱۵۵۹۲۴ | ۱۸۴۰۸۱ |
| انواع صابون | قالب | ۷۵۶۵۹۴۳ | ۶۳۲۵۴۴۹ | ۵۶۸۶۷۷۰ | ۴۴۷۷۸۷۷ | ۶۷۲۴۳۷۸۱ |
| کفش | جفت | ۱۱۳۹۴۴۶ | ۱۶۳۹۰۴ | ۷۰۴۲۴ | ۳۳۲۳۸۸ | ۱۹۱۵۳۵ |
| پارچه | متر | ۷۰۶۳۹۰ | ۵۱۴۵۵۴ | ۴۴۴۲۶۲ | ۱۷۶۷۳۷۶ | ۲۳۵۲۷۳۰ |
| سایر کالاهای | به ریال | ۲۷۳۲۷۱۴۳۵۲ | ۲۲۲۲۵۸۱۵۰ | ۳۳۲۴۷۰۷۶۷ | ۶۳۵۷۲۸۱۷۶۹ | ۱۴۶۷۰۲۰۳۴۶۳ |
| جمع کل بهای کالاهای فوق | " | ۹۳۸۶۰۱۵۶۷۵ | ۶۵۵۸۴۲۰۰۴۶ | ۱۲۴۷۳۳۷۶۲۰۳ | ۱۹۸۹۱۷۲۰۵۶۳ | ۳۴۴۰۵۶۸۴۹۹۴ |

| انواع کالاها | مقدار | ۱۳۶۱ | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۳ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۵ |
|--------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| سند و شکر | به کیلو | ۳۰۰۳۰۸۴۸۶ | ۳۲۹۳۷۸۸۶۳ | ۳۳۸۲۲۴۳۸ | ۳۲۲۳۱۰۶۰۰ | ۲۹۸۱۹۴۹۱۴ |
| کندم خوراکی | " | ۲۴۳۰۷۲۰۱ | ۸۰۷۰۷۴۱ | ۱۰۲۳۷۵۰۱ | ۱۰۸۷۲۰۰۰ | ۲۱۵۹۹۶۰۰۰ |
| انواع برنج | " | ۳۷۱۴۴۹۷۳ | ۱۷۶۴۹۱۱۶۸ | ۱۹۸۹۴۵۴۰۲ | ۱۱۶۲۷۰۵۱۷ | ۱۰۶۲۲۰۸۹۳ |
| روغن نباتی | " | ۱۰۸۵۷۲۵۱۶ | ۱۱۱۳۵۵۰۹۴ | ۱۱۳۴۲۷۶۴۰ | ۱۱۱۸۷۹۵۵۶ | ۹۷۷۱۲۱۶۵ |
| پنباز | " | ۳۰۰۴۰۱۷۵ | ۲۰۱۳۸۵۱ | ۱۲۲۱۲۷۶ | ۲۳۳۰۰۰ | ۱۳۰۳۰۰۰ |

| ۱۳۶۵ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۳ | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۱ | مقدار | انواع کالاهای |
|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------|-------------------------|
| ۶۷۹۶۶۰۰۰ | ۶۵۴۷۵۰۰۰ | ۷۵۸۷۲۲۷۹ | ۶۵۶۰۹۱۲۸ | ۲۲۲۷۹۲۹۲ | " | آرد |
| ۲۲۲۳۵۵۹ | ۱۱۶۹۵۱۷ | ۱۱۳۰۳۹۲ | ۲۲۲۰۳۸۹ | ۱۵۹۲۸۲۲ | " | خرما |
| ۲۲۲۳۱۵۸ | ۲۰۹۰۸۲۳ | ۱۷۵۲۳۲۲ | ۶۲۰۹۳۷۸ | ۹۱۹۲۳۵۲ | " | حبوبات |
| ۲۲۲۰۰۰ | ۲۷۷۲۰۰۰ | ۷۶۸۶۵۲۱ | ۷۲۲۹۵۲۰ | ۱۲۸۸۵۲۱ | " | سیب زمینی |
| ۲۸۸۶۶۰۸۷ | ۲۶۹۷۸۶۸۲ | ۲۸۰۲۹۱۵۳ | ۲۷۹۸۲۳۶۲ | ۲۸۲۰۲۰۸۱ | " | پودر رختشویی |
| ۴۰۸۲۰۳ | ۶۳۱۷۸۸ | ۱۰۲۲۶۳۸ | ۲۶۸۹۱۳ | ۲۳۶۹۱۶ | دستگاه | وسایل نفت سوز |
| ۶۸۲۹۲۲۷۱ | ۵۵۷۲۲۷۷۰ | ۱۰۶۲۰۰۲۷۸ | ۱۱۰۷۶۳۳۳۳ | ۱۲۰۵۲۳۲۶۱ | مالی | انواع مایون |
| ۹۳۵۵۹ | ۲۷۹۲۳۲۰۰ | ۲۵۳۱۵۲ | ۹۵۵۲۹۹ | ۹۲۵۲۲۰ | جفت | نفت |
| ۷۲۲۳۲۰۹ | ۸۹۷۲۹۲۳ | ۲۳۹۱۱۷۷۱ | ۲۳۸۰۹۰۱۸ | ۵۹۱۶۲۰۹ | سر | بارجه |
| ... | ... | ۵۹۲۳۲۳۲۳۲۳۲ | ۳۷۶۰۱۶۷۰۲۹۷ | ۲۵۲۹۸۱۶۰۱۸۰ | مدریال | سایر کالاهای |
| ۸۸۲۶۲۶۲۹۵۶۸ | ۹۵۱۸۱۲۳۵۵۹۸ | ۱۲۲۲۱۲۰۹۳۳۲۲ | ۹۶۲۲۶۰۱۱۱۷۲۲ | ۶۰۵۸۰۶۷۵۲۶۲ | " | جمع کل بهای کالاهای فرو |

| رشد دوره | رشد متوسط سالانه | ۱۳۶۶ | مقدار | انواع کالاهای |
|----------|------------------|-----------|--------|---------------|
| ۷۴۱ | ۲۳/۷ | ۳۵۷۲۰۶۹۷۳ | بمکینو | قدرشکر |
| ۶۰۰ | ۲۱/۵ | ۲۸۰۰۰۰۰۰ | " | کسدم خوراکی |
| ۸۱/۵ | ۶/۱ | ۱۳۰۴۶۷۲۱۵ | " | انواع برنج |
| ۵۷۰ | ۲۰/۹ | ۱۰۷۹۹۵۷۹۰ | " | روغن نباتی |
| -۵۸/۸ | -۹/۲ | + | " | پیار |
| ۸۱/۵ | ۶/۱ | ۸۴۰۰۰۰۰۰ | " | آرد |
| ۳۵/۷ | ۳/۱ | ۸۳۶۹۰۰ | " | خرما |
| -۲۲/۹ | -۲/۶ | ۲۰۹۶۶۴۳ | " | حبوبات |
| ۶۳۰ | ۲۲ | ۱۰۰۰۰۰۰ | " | سیب زمینی |
| ۱۱۹۱ | ۲۹/۱ | ۲۸۰۴۰۱۶۲ | " | پودر رختشویی |
| -۱/۶ | -۰/۳ | ۱۷۳۵۵۳ | دستگاه | وسایل نفت سوز |

| انواع کالاهای | مقدار | ۱۳۶۶ | رشد متوسط سالانه | رشد دوره |
|-------------------------|---------|-------------|------------------|----------|
| انواع صابون | قالب | ۲۳۹۵۲۲۶۸ | ۲۵/۶ | ۸۷۷/۰ |
| کفش | جفت | ۵۳۵۰۰۰ | ۱۶/۷ | ۳۷۰ |
| پارچه | متر | ۶۴۰۸۷۰۲ | ۲۴/۷ | ۸۰۸ |
| سایر کالاهای | به ریال | ۰۰۰ | ۰۰۰ | ۰۰۰ |
| جمع کل بهای کالاهای فوق | " | ۱۱۶۷۷۴۳۳۴۰۹ | ۲۸/۷ | ۱۱۴۴ |

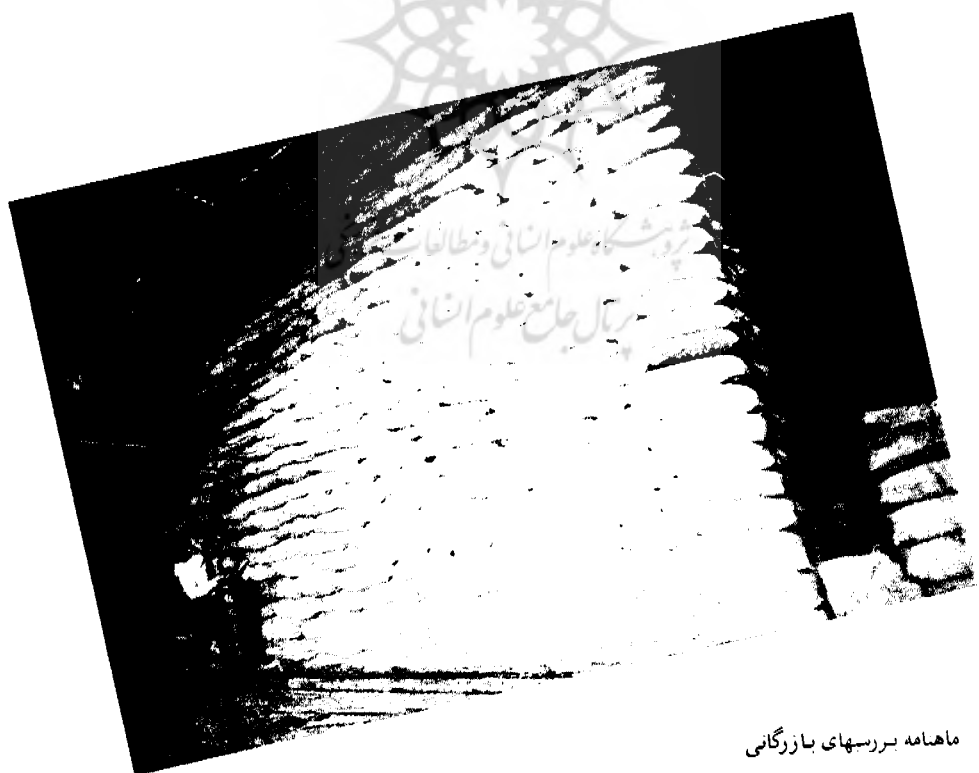
مآخذ:

- (۱): وزارت برنامه و بودجه، عملکرد بخش بازرگانی طی سال ۱۳۶۶ (تهران: وزارت برنامه و بودجه، بی تا).
- (۲): مرکز آمار ایران، سالنامه آماری سال ۱۳۶۶ (تهران: مرکز آمار ایران، ۱۳۶۷).
- (۳): وزارت برنامه و بودجه، گزارش اقتصادی سال ۱۳۶۵ (تهران: وزارت برنامه و بودجه، ۱۳۶۶).

بر اساس ارقام ارائه شده در جدول شماره ۳، در سال ۱۳۵۶ شرکتهای تعاونی روستائی ۹۳۸۶ میلیون ریال کالا در میان اعضای روستایی خود توزیع نموده اند که ارزش سرانه کالاهای مصرفی توزیع شده در میان اعضا در این سال ۳۱۴۵ ریال بوده است. چنانچه این رقم را با کل هزینه های مصرفی خانوار روستائی مقایسه نمائیم، ملاحظه می شود که تعاونیها تنها ۱/۵ درصد از کل هزینه های مصرفی اعضا را تأمین نموده اند. در این سال هزینه کالاهای مصرفی خانوارهای روستائی بطور متوسط ۲۰۷۲۰۰ ریال بوده است. سهم تعاونیها از هزینه خانوارهای روستائی در سال ۱۳۵۷

کاهش یافته و به ۰/۹ درصد می رسد. این رقم با بهبود اوضاع پس از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۸ به ۱/۴ درصد افزایش می یابد و این روند تا سال ۱۳۶۳ همچنان رو به بهبود می رود، در این سال تعاونیهای روستائی توانسته اند نزدیک به ۴/۷ درصد از هزینه های خانوارهای روستائی را تأمین نمایند. از سال ۱۳۶۴ مجدداً این سهم کاهش می یابد. البته لازم به ذکر است که روند رو به رشد هزینه های مصرفی خانوارها در شرایطی که امکانات و سرمایه تعاونیهای روستائی متناسب با آن رشد نیافته است، اجازه تأمین درصد بیشتری از هزینه مصرفی خانوارها را به تعاونیها نداده

جایگاه بخش تعاون در سیستم توزیع کالا ۱۵



است. ولی شایسته است سهم تعاونیها در تأمین هزینه‌های مصرفی خانوارهای اعضاء بیش از رقم فعلی باشد و باید تعاونیها در جهت تحقق این هدف گام بردارند.

۵- شرکتهای تعاونی عشایری و توزیع کالا

عشایر از جمله گروههای جمعیتی کشور محسوب می‌گردند که سهم مهمی از کالاهای مورد نیاز خود را توسط تعاونیهای عشایری تأمین می‌کنند. براساس سرشماریهای سال ۱۳۶۶ تعداد جمعیت عشایری کشور ۱۸۰۲۲۳ نفر بوده است که در ۱۱۵۲۰۹۹ خانوار متمرکز بوده‌اند و تعاونیهای عشایری می‌توانند بدین ترتیب نقش قابل توجهی در

در سراسر کشور مشغول فعالیت می‌باشند که تقریباً کلیه خانوارهای عشایری را به عضویت خود درآورده‌اند. از جمله اهداف اولیه و اساسی شرکتهای تعاونی عشایری تأمین و توزیع احتیاجات اولیه عشایر بوده است.^۱ با تأسیس این شرکتهای مشکلات دولت در توزیع کالاهای بویژه کالاهای سهمیه‌بندی شده در بین این گروه از جمعیت کاهش یافت.

بطور کلی در ۱۹ استان کشور جمعیت عشایری وجود دارند که بالاترین تعداد شرکتهای تعاونی در استان کهگیلویه و بویراحمد فعالیت می‌نمایند. شرکتهای تعاونی عشایری نیز همانند شرکتهای تعاونی روستائی توسط اتحادیه‌های تعاونی استانی و

در اکثر رشته فعالیتهای اقتصادی کشور، شرکتهای تعاونی فعالیت می‌کنند. بیش از ۹۰ درصد جمعیت روستائی کشور تحت پوشش فعالیتهای توزیعی شرکتهای تعاونی روستائی قرار دارند.

مرکزی تدارک و هماهنگ می‌گردند. اتحادیه‌های عشایری استانی تحت نظارت اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری که در تهران مستقر است فعالیت می‌نمایند و از وظایف عمده آنها تهیه و توزیع عادلانه کالاهای اساسی و نیازهای تولیدی و مصرفی عشایر می‌باشد.

جهت توزیع کالاهای مورد نیاز این قشر از جمعیت کشور ایفا نمایند.

تعاونیهای عشایری در سال ۱۳۵۷ به منظور تأمین کالا و خدمات مورد نیاز عشایر کشور شکل گرفتند و بتدریج بر تعداد آنها افزوده شد. بر اساس اطلاعات موجود هم - اکنون بیش از ۲۵۷ شرکت تعاونی عشایری

(۱): سازمان امور عشایر ایران، عشایر و دولت جمهوری اسلامی ایران (تهران: اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری، بی تا)، ص ۴۳.

سرمایه شرکتهای تعاونی عشایری در مقایسه با سایر شرکتهای تعاونی رقم قابل توجهی نیست. مجموع سرمایه اولیه تعاونیهای عشایری کل کشور معادل ۵۷۰۲۲۹/۶ هزار ریال می باشد که علیرغم افزایش های بعدی که یافته است هنوز رقم قابل ملاحظه ای نمی باشد و برای تأمین نیازهای اولیه عشایر کفایت نمی کند.

مکانیسم توزیع کالا توسط شرکتهای تعاونی عشایری بدین ترتیب است که اتحادیه مرکزی، کالاهای مختلف اعم از کالاهای اساسی، سهمیه بندی و... را تهیه کرده و به تناسب تعداد اعضاء اتحادیه های استانی در اختیار آن اتحادیه ها قرار می دهد و اتحادیه های مذکور نیز کالاهای دریافت شده را در بین تعاونیهای مربوطه توزیع می نمایند، تعاونیها نیز مطابق ضوابط کالاهای سهمیه تعاونی را در بین اعضاء توزیع می نمایند. انجام این کارها از طریق فروشگاههایی که به همین منظور به صورت های ثابت و سیار فعالیت می کنند، صورت می پذیرد.

فروشگاههای ثابت در فصل ییلاق در منطقه ییلاقی و در فصل قشلاق در منطقه قشلاقی مستقر می شوند، اما فروشندگان سیار در مناطق دور از فروشگاه ثابت به میان عشایر رفته و نیازهای آنها را برآورده می سازند و بار اصلی این فروشگاههای سیار بر دوش

(۱): سازمان امور عشایری، پیشین، ص ۴۴.

فروشندگان سیار می باشد که عمدتاً اعضاء هیأت مدیره ها و فروشندگان عشایر می باشند.^۱

همانند سایر شرکتهای تعاونی کشور که در توزیع فعالیت می کنند، شرکتهای تعاونی عشایری نیز متأسفانه فعالیت خود را صرفاً در جهت توزیع کالاهای سهمیه بندی شده و کوپنی محدود ساخته و کمتر توجهی به سایر نیازها داشته اند و اساساً در صورتی که سرمایه خود را در جهت توزیع کالاهای مذکور اختصاص دهند، امکان فعالیت در سایر زمینه ها برایشان محدود می شود.

در جدول شماره (۴) میزان خرید و فروش اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری ایران از بدو تأسیس تا پایان سال ۱۳۶۶ آورده شده است. از جزئیات کالاهای توزیع شده توسط تعاونیهای عشایری اطلاعات دقیقی در دست نیست، البته ارقام کالاهای تهیه شده توسط اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری رقم عمده و اساسی کالاهای توزیع شده توسط تعاونیها را نیز تشکیل می دهد.

بر اساس این ارقام متوسط ارزش کالاهای توزیع شده به یک خانوار عشایری در سال ۱۳۶۶ برابر ۳۴۰۴۸ ریال می باشد که از هزینه های مصرفی یک خانوار عشایر بسیار پائینتر است و رقم قابل توجهی خصوصاً در شرایط فعلی اقتصاد کشور محسوب نمی شود و لازم است تعاونیهای عشایری در این راستا تلاش بیشتری مینول دارند.

جدول شماره (۴): میزان خرید و فروش اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری ایران از بدو تأسیس

ارقام به: میلیون ریال

تا سال ۱۳۶۶

| سال | ۱۳۶۱ | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۵ | ۱۳۶۶ |
|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| خرید | ۶۹۴/۷ | ۱۷۲۲/۵ | ۲۱۶۴/۷ | ۲۰۷۶/۵ | ۲۶۸۳/۴ | ۶۸۳۹/۹ |
| فروش | ۷۰۹/۳ | ۱۷۶۱/۱ | ۲۱۷۹/۶ | ۲۱۰۱/۷ | ۲۷۲۲/۶ | ۶۲۳۰/۸ |

مأخذ: سازمان امور عشایری ایران، عشایر و دولت جمهوری اسلامی ایران (تهران: اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری، بی تا).

تعداد فروشگاههای مصرف شرکتهای تعاونی روستائی از ۶۶۱۵ در ۱۳۵۶ به ۱۱۲۷۱ فروشگاه در سال ۱۳۶۶ افزایش یافته است.

در کشور به سالهای دهه ۱۳۳۰ - ۱۳۲۰ بر- می‌گردد. در فاصله سالهای مذکور بدلیل وجود جنگ جهانی دوم و مشکلات ناشی از آن برای کشور ضرورت وجود چنین تشکیلاتی محسوس بود و در این فاصله قریب به نوزده شرکت تعاونی در کشور تشکیل گردید. از این تعداد حدود شش شرکت متعلق به کارمندان دولت و بقیه از نوع تعاونی مصرف کارگری بوده است. از کل تعاونیهای مذکور نیز ۷ شرکت در تهران و بقیه در سایر شهرها بوده‌اند.^۱ در سالهای مذکور تعاونیهای مصرف نقش مهمی در توزیع کالا داشتند، لیکن پس از اتمام

۶- شرکتهای تعاونی مصرف و رابطه آنها با توزیع کالا:

فعالیتهای شرکتهای تعاونی مصرف عمدتاً در ارتباط با توزیع کالا می‌باشد و در طول سالهای گذشته بویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی نقش و جایگاه مهمی در توزیع کالا در سطح کشور بر عهده داشته‌اند. تعاونیهای مصرف پس از شرکتهای تعاونی روستائی از جمله مهمترین و در عین حال گسترده‌ترین تعاونیهای موجود کشور می‌باشند.

۶-۱ سابقه فعالیت شرکتهای تعاونی مصرف: سابقه فعالیت شرکتهای تعاونی مصرف

(۱): موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. بررسی جایگاه تعاون در بازرگانی خارجی کشور. علی‌عسگری و حمیدرضا اشرف‌زاده (تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۶۸)

ص ۱۱۱.

جنگ تعدادی از آنها از میان رفته‌اند. توصیه قانون کار به تشکیل تعاونیهای مصرف که در سال ۱۳۲۸ تصویب شده، از جمله دلایل تصویب قانونی تشکیل تعاونیهای مصرف بوده است. در سال ۱۳۳۱ تسهیلاتی نیز برای تأسیس اینگونه تعاونیها در نظر گرفته شده بود، با این حال رشد این قبیل تعاونیها تا قبل از پیروزی انقلاب اسلامی بسیار محدود بود. لیکن پس از پیروزی انقلاب اسلامی زمینه‌های رشد تعاونیها بدلائل مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوجود آمد و از آن پس به سرعت بر تعداد آنها افزوده شد و تعاونیهای جدیدی نیز شکل گرفتند، بطوریکه تعداد این تعاونیها از ۱۷۶۳ شرکت در سال ۱۳۵۵ به ۵۵۹۰ شرکت در سال ۱۳۶۷ رسید. ویژگیهای خاص مکانیسم توزیع در این دوره که عمدتاً تحت تأثیر مشکلات ناشی از کمبود عرضه کالا به دلایل گوناگون بود، موجب شد تا دولت از تعاونیها در سطح گسترده‌ای برای حل مشکلات توزیع استفاده کند.

۶-۲- تعریف و وظایف شرکتهای تعاونی مصرف: تعریف شرکتهای تعاونی مصرف را از وظایفی که انجام داده و اهدافی را که دنبال می‌کنند می‌توان دریافت. بر اساس

ماده ۵ اساسنامه شرکتهای تعاونی مصرف، «موضوع و حدود عملیات شرکت عبارت است از خرید انواع کالاهای مصرفی به منظور تأمین نیازمندیهای اعضای شرکت از طریق فروش به آنها»^۱ و برای این منظور شرکت می‌تواند به عملیات و اقداماتی نظیر تأسیس فروشگاه، ایجاد انبار و سردخانه، اجاره یا خرید زمین برای تأسیسات، انجام خدمات توزیعی و سرمایه‌گذاری در مؤسسات تولیدی مبادرت ورزد. شرکت می‌تواند تحت ضوابطی به غیراعضاء نیز کالا بفروشد. در این تعاونیها، کالاها به صورت نقد فروخته می‌شود مگر آنکه کالاها از نوع بادوام باشد، شرکت می‌تواند عضو اتحادیه تعاونیهای مصرف شود. سرمایه شرکت تعاونی مصرف نامحدود بوده و از طریق فروش سهام به اعضا تأمین می‌شود. این شرکتها دارای سه رکن اساسی: مجمع عمومی، هیأت مدیره و بازرسان می‌باشند. بطور کلی حوزه فعالیت شرکتهای تعاونی مصرف نقاط شهری می‌باشد.^۲ به هر صورت چنانچه از وظایف شرکت ملاحظه می‌شود این نوع شرکت در ارتباط کامل با توزیع کالا می‌باشد.

در جدول شماره (۵) تصویری کلی از وضعیت شرکتهای تعاونی مصرف از سال

(۱) سازمان مرکزی تعاون کشور، اساسنامه شرکتهای تعاونی مصرف (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، بی تا).

(۲): بعضی از تعاونیهای مصرف کارگری در روستاها فروشگاه دارند، از جمله تعاونیهای مصرف تعاونی که در روستاها هستند.

جدول شماره (۵) : وضعیت آماری شرکتهای تعاونی مصرف

| سال | تعداد شرکت | تعداد اعضا (هزار نفر) | میزان سرمایه (میلیون ریال) | درصد شرکتهای تعاونی مصرف به کل شرکتهای تعاونی | درصد اعضای تعاونیهای مشترک به کل اعضای تعاونیهای | درصد سرمایه تعاونیهای به کل سرمایه |
|------|------------|--------------------------|-------------------------------|--|---|--|
| ۱۳۵۵ | ۱۷۶۲ | ۸۵۴ | ۴۱۴۴ | - | - | - |
| ۱۳۶۰ | ۲۴۳۴ | ۱۶۵۲ | ۴۵۱۳ | ۲۵/۴ | ۳۲/۱ | ۱۳/۲ |
| ۱۳۶۱ | ۳۴۸۱ | ۲۱۰۴ | ۷۱۴۵ | ۲۸/۱ | ۳۲/۱ | ۱۳/۵ |
| ۱۳۶۲ | ۲۲۴۵ | ۲۶۷۹ | ۱۲۳۳۸ | ۲۸/۸ | ۳۵/۷ | ۱۵/۵ |
| ۱۳۶۳ | ۲۷۹۹ | ۲۹۹۵ | ۱۱۲۰۸ | ۲۹/۶ | ۳۶/۷ | ۱۰/۲ |
| ۱۳۶۴ | ۵۱۹۱ | ۳۶۲۳ | ۱۵۹۳۶ | ۲۹/۸ | ۴۰/۳ | ۱۲/۴ |
| ۱۳۶۵ | ۵۳۵۰ | ۳۹۲۵ | ۱۸۴۹۷ | ۲۹/۸ | ۳۹/۲ | ۷/۴ |
| ۱۳۶۶ | ۵۵۲۶ | ۴۴۴۴ | ۲۰۸۰۶ | ۳۰/۰ | ۴۴/۳ | ۱۲/۳ |
| ۱۳۶۷ | ۵۵۹۰ | ۴۹۵۳ | ۳۰۳۷۲ | ۲۹/۰ | ۴۶/۱ | ۱۵/۸ |

مأخذ آمارها: سازمان مرکزی تعاون کشور، آمار ماهیانه تعاونیها، سالهای مختلف (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، سالهای مختلف)

ارزش کالاهای مصرفی توزیع شده توسط شرکتهای تعاونی روستائی از سال ۱۳۵۶ تا ۱۳۶۶ بیش از ۱۱ برابر گردیده است.

۱۳۵۵ تا ۱۳۶۷ ارائه شده است. چنانچه ملاحظه می شود طی سالهای مورد بحث تعاونیهای مصرف از هر نظر دارای رشد قابل ملاحظه ای بوده اند. تعداد این شرکتهای طی دوره مذکور سالانه بطور متوسط ۱۰/۱ درصد افزایش، تعداد اعضا بطور متوسط ۱۵/۸ درصد و میزان سرمایه آنها سالانه ۱۸/۱ درصد رشد داشته است. درصد تعداد شرکتهای تعاونی مصرف به کل

شرکتهای تعاونی همواره بیش از ۲۵ درصد بوده و طی سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز دارای رشد صعودی بوده است. درصد اعضا این تعاونیها به کل اعضا تعاونیها نیز همواره بیش از ۳۲ درصد بوده است، ولی چنانچه مشاهده می شود سهم سرمایه تعاونیهای مصرف از سرمایه کل تعاونیها نسبت به تعداد شرکت و تعداد اعضا کمتر بوده و در حال نوسان بوده است.

جایگاه بخش تعاون در سیستم توزیع کالا ۲۱

ضرورت پوشش دادن کلیه مصرف کنندگان — نقاط شهری کشور فعالیت می کنند عبارتند از:
 ولو با مقدار کمی سهم از سرمایه دلیل اصلی
 این مساله می باشد. به هر صورت ارقام مذکور
 ۱- شرکتهای تعاونی مصرف شهری
 کارگری
 بیانگر رشد قابل ملاحظه تعاونیها و به تبع —
 ۲- شرکتهای تعاونی مصرف شهری
 غیرکارگری
 آنها سهم آنها در توزیع کالا می باشد.
 ۳- ۶- انواع شرکتهای تعاونی مصرف:
 شرکتهای تعاونی مصرف دارای انواع
 مختلفی هستند. مبنای تقسیم بندی، محل و
 نوع فعالیت اعضا شرکتهاست. البته عناوین
 مختلف به معنای وظایف و فعالیتهای
 مختلف نمی باشد. مهمترین انواع شرکتهای
 تعاونی مصرف که در حال حاضر در سطح

— شرکتهای تعاونی
 مصرف کارمندی
 — شرکتهای تعاونی
 مصرف محلی

تفاوت عمده ای که بین تعاونیهای
 فوق وجود دارد جنبه تشکیلاتی و نهاد
 نظارت کننده بر آنها می باشد. شرکتهای

جدول شماره (۶): وضعیت شرکتهای تعاونی مصرف طی سالهای ۱۳۶۷ - ۱۳۵۵ تعداد

اعضاء: هزار نفر میزان سرمایه: میلیون ریال.

| سال | تعاونیهای مصرف کارگری | | | تعاونیهای مصرف غیر کارگری | | |
|------|-----------------------|------------|--------------|---------------------------|------------|--------------|
| | تعداد شرکت | تعداد اعضا | میزان سرمایه | تعداد شرکت | تعداد اعضا | میزان سرمایه |
| ۱۳۵۵ | ۶۲۰ | ۲۲۲ | ۲۰۵ | ۲۶۲ | ۲۸۲ | ۸۸۵ |
| ۱۳۶۰ | ۱۱۷۱ | ۲۶۸ | ۵۹۰ | ۱۲۶۲ | ۱۱۸۲ | ۳۹۲۲ |
| ۱۳۶۱ | ۱۵۹۸ | ۲۹۲ | ۹۲۵ | ۱۸۸۲ | ۱۸۱۱ | ۶۲۱۹ |
| ۱۳۶۲ | ۱۹۹۸ | ۳۲۶ | ۱۲۵۹ | ۲۲۲۷ | ۲۲۲۲ | ۸۲۷۴ |
| ۱۳۶۳ | ۲۲۶۸ | ۳۶۶ | ۱۵۰۸ | ۲۵۲۲ | ۲۶۲۹ | ۹۷۰۱ |
| ۱۳۶۴ | ۲۲۲۰ | ۳۷۹ | ۱۶۰۰ | ۲۸۵۱ | ۲۲۲۲ | ۱۲۲۲۶ |
| ۱۳۶۵ | ۲۲۰۷ | ۳۸۷ | ۱۶۹۰ | ۲۹۲۲ | ۲۵۲۸ | ۱۶۸۰۸ |
| ۱۳۶۶ | ۲۲۸۲ | ۳۹۹ | ۱۸۰۶ | ۳۰۲۲ | ۲۰۴۵ | ۱۹۰۰۰ |
| ۱۳۶۷ | ۲۴۸۹ | ۹۷۷ | ۸۵۵۷ | ۳۱۰۱ | ۳۹۷۶ | ۲۱۸۱۷ |

مأخذ: سازمان مرکزی تعاون کشور، آمار وضعیت شرکتهای تعاونی مصرف (تهران: سازمان مرکزی
 تعاون کشور، سالهای مختلف)

تعاونی مصرف کارگری معمولاً توسط کارگران شاغل در کارخانه‌ها و کارگاهها تأسیس و تشکیل می‌گردد، در حالی‌که شرکتهای تعاونی مصرف کارمندی توسط کارمندان نهادهای و ادارات تشکیل می‌شود. تعاونیهای مصرف محلی که پس از پیروزی انقلاب اسلامی بوجود آمدند در محلات مختلف شهرها فعالیت کرده و اعضای آنها عمدتاً خانواده‌های موجود در سطح محله مورد فعالیت شرکت می‌باشند. در جدول شماره (۶) وضعیت کلی این شرکتها ارائه شده است.

شده است.^۱

بر اساس ارقام سرشماری سال ۱۳۵۵، در این سال ۳۲۶۵۵۲۴ خانوار در سطح شهرهای کشور ساکن بوده‌اند که با توجه به تعداد اعضای شرکتهای تعاونی مصرف، ملاحظه می‌شود که در حدود ۲۶/۱ درصد خانوارها تحت پوشش تعاونیهای مصرف بوده‌اند. در سال ۱۳۶۵ تعداد خانوارهای مناطق شهری به ۵۵۲۸۵۴۲ می‌رسد که ضمن مقایسه این رقم با تعداد اعضای شرکتهای تعاونی مصرف، ملاحظه می‌شود که در این سال ۷۱/۰ درصد از خانوارهای

قسمت عمده‌ای از فعالیت توزیعی شرکتهای تعاونی روستائی در سال گذشته متوجه توزیع کالاهای مصرفی بوده است.

مناطق شهری تحت پوشش شرکتهای تعاونی مصرف قرار داشته‌اند.

۶-۵- نحوه توزیع کالا توسط شرکتهای تعاونی مصرف: نحوه توزیع کالا توسط شرکتهای تعاونی مصرف تابع ضوابط و مقرراتی است که از جانب هیأت مدیره و نهادهای نظارتی شرکتهای تعاونی وضع می‌گردد، اگرچه مدیران نیز بنا بر نحوه مدیریت خود می‌توانند بر چگونگی اجرای بهتر این ضوابط تأثیرگذار باشند. از آنجا که تعاونیهای مصرف در سالهای گذشته بصورت توزیع کننده عمده کالاهای کوپنی و

۶-۴- جمعیت تحت پوشش شرکتهای تعاونی مصرف: یکی از ملاحظات مهمی که می‌تواند اهمیت شرکتهای تعاونی مصرف را در توزیع کالا بیان کند حجم جمعیت تحت پوشش آنها می‌باشد، تعداد مذکور در حقیقت رقم بالقوه‌ای است که می‌توانند از خدمات توزیعی شرکتها بهره‌مند شوند. با توجه به این فروض منطقی که هر عضو شرکت تعاونی سرپرست یک خانوار محسوب بوده و بعد خانوار در نقاط شهری ۵ نفر است، جمعیت تحت پوشش شرکتهای تعاونی مصرف در جدول شماره (۷) محاسبه

(۱): توضیح اینکه، فرض شده هر خانوار فقط در یک شرکت تعاونی عضویت دارد.

از جمله اهداف اولیه و اساسی شرکتهای تعاونی عشایری تأمین و توزیع
احتیاجات اولیه عشایر بوده است.

جدول شماره (۷): جمعیت تحت پوشش شرکتهای تعاونی مصرف شهری طی سالهای ۱۳۶۷ -

۱۳۵۵

| سال | تعداد اعضاء شرکتهای تعاونی | تعداد جمعیت تحت پوشش |
|------|-------------------------------|-------------------------|
| ۱۳۵۵ | ۸۵۲۰۰۰ | ۴۲۷۰۰۰۰ |
| ۱۳۶۰ | ۱۶۵۱۶۳۳ | ۸۲۵۸۱۶۵ |
| ۱۳۶۱ | ۲۱۰۲۰۹۳ | ۱۰۵۲۰۲۶۵ |
| ۱۳۶۲ | ۲۶۷۹۳۶۸ | ۱۳۳۹۶۸۴۰ |
| ۱۳۶۳ | ۲۹۹۲۹۶۲ | ۱۴۹۷۲۸۲۰ |
| ۱۳۶۴ | ۳۶۲۳۵۶۸ | ۱۸۱۱۷۸۲۰ |
| ۱۳۶۵ | ۳۹۲۵۲۶۶ | ۱۹۶۲۷۳۳۰ |
| ۱۳۶۶ | ۴۴۲۳۹۲۸ | ۲۲۲۱۹۶۲۰ |
| ۱۳۶۷ | ۳۹۵۳۲۳۸ | ۲۲۷۶۷۱۹۰ |

مأخذ: جدول شماره (۶)

سهامیه بندی در آمده اند، لذا لازم می آمد که بنا به محدودیتهای موجود ضوابطی را برای توزیع کالاهای سهامیه بندی شده در نظر گرفته تا بر اساس آن بتوانند رضایت کلیه اعضاء را جلب نمایند و در ضمن هدف دولت مبنی بر توزیع عادلانه کالاهای را نیز تأمین کنند. بدین منظور مسئولین نهادهای مربوطه از جمله سازمان مرکزی تعاون کشور کوشیدند تا ضوابط هماهنگ و مشترکی را برای کلیه تعاونیها به منظور توزیع عادلانه کالاهای تهیه نمایند.

کالاهای تهیه نمایند. بر اساس ضوابط مذکور کالاهای مختلف تقسیم بندی شده و طبقه بندی می گردند و نحوه درخواست اعضای شرکت تعاونی و توزیع کالا بین آنان دقیقاً مشخص گردیده است، پس از بررسی نیاز اعضاء به کالاهای خواسته شده، این کالاهای بصورت قرعه کشی در میان آنها توزیع می شوند. تعداد افراد تحت تکفل، وضعیت درآمدی و سابقه عضویت در تعاونیها از جمله

متوسط ارزش کالاهای توزیع شده به یک خانوار عشایری در سال ۱۳۶۶ برابر ۳۴۰۴۸ ریال بوده که از هزینه‌های مصرفی یک خانوار عشایری بسیار بیشتر است.

جدول شماره (۸): ارزش کالاهای خریداری و توزیع شده توسط اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف کشوری سالهای ۶۶-۱۳۵۷

ارقام به: میلیون ریال

| سال | خرید کالا | توزیع کالا |
|------|-----------|------------|
| ۱۳۵۷ | ۱۱۹۴/۹ | ۱۲۶۶/۰ |
| ۱۳۵۸ | ۲۷۸۲/۴ | ۲۸۱۳/۰ |
| ۱۳۵۹ | ۵۹۰۵/۰ | ۵۹۴۴/۴ |
| ۱۳۶۰ | ۹۸۹۸/۶ | ۱۰۱۶۰/۹ |
| ۱۳۶۱ | ۹۱۹۶/۴ | ۹۳۱۱/۸ |
| ۱۳۶۲ | ۱۵۶۳۰/۵ | ۱۵۷۸۷/۱ |
| ۱۳۶۳ | ۱۹۳۵۲/۲ | ۱۹۷۲۷/۷ |
| ۱۳۶۴ | ۱۸۶۴۸/۴ | ۱۸۹۷۸/۹ |
| ۱۳۶۵ | ۱۸۱۶۷/۰ | ۱۸۶۳۸/۹ |
| ۱۳۶۶ | ۳۹۵۸۳/۷ | ۳۸۲۱۰/۲ |

مأخذ: سازمان مرکزی تعاون کشور، نشریه تعاون، شماره ۹، ص ۳۳.

شرکتهای تعاونی دارای اتحادیه‌های منطقه‌ای و مرکزی هستند، اتحادیه‌ها بویژه در سالهای اخیر نقش بسیار مهمی را در توزیع کالا و تسهیل این امر توسط شرکتهای تعاونی داشته‌اند. اتحادیه‌ها بعنوان واسطه بین دولت، تولیدکنندگان و تعاونیها عمل

عواملی بوده‌اند که در توزیع کالا بین اعضاء در نظر گرفته شده‌اند.

۷- اتحادیه‌های شرکتهای تعاونی مصرف:

تعاونیهای مصرف نیز همانند سایر

نحوه توزیع کالا توسط شرکتهای تعاونی تابع ضوابط و مقرراتی است که از جانب هیأت مدیره و نهادهای نظارتی وضع می‌گردند.

مرکزی بوجود می‌آید. اتحادیه‌های تعاونی مصرف کشور، اتحادیه تعاونی مصرف کارگران کشور (امکان)، اتحادیه تعاونی مصرف محلی و... از جمله اینگونه اتحادیه‌ها می‌باشند. در جدول شماره (۸) بعنوان نمونه قسمتی از عملیات توزیعی کالا توسط اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف کشور آورده شده است.

می‌نمایند، آنها کالاهای تولید شده را از دولت (اگر کالا مشمول مقررات توزیع دولتی باشد) براساس سهمیه تعیین شده دریافت و در غیر اینصورت از تولیدکنندگان در بین تعاونیهای عضو خود توزیع می‌نمایند. اتحادیه تعاونی‌های مصرف از عضویت شرکتهای تعاونی مصرف تشکیل می‌گردد، معمولاً تعاونیهای مصرف یک استان تشکیل اتحادیه داده و از تجمع آنها یک اتحادیه

