



«تعاون و سیر آن در کشورهای جهان»

تعریف شرکت‌های تعاونی جدید

انعکاس سطح ایثارگونه تعاون، نهضت تعاونی جدید و شرکت‌های تعاونی حاصل از آن است که با تلاش افراد انسان دوستی بوجود آمده که علیه بی‌عدالتی‌های جامعه صنعتی بپاخواستند. افرادی چون «رابرت اون» و «ویلیام کینگ» از انگلستان و «سن سیمون» و «چارلز فوریه» از فرانسه و افراد دیگری که در واکنش به نابسامانیهای نظام صنعتی، نهضت تعاونی را بوجود آوردند و سرانجام با تشکیل شرکت تعاونی «پیشتران عدالتخواه راجدایل» نهضت تعاون خود را بعنوان نوعی مکتب اجتماعی - اقتصادی با اصول و روشهای مشخص اعلام نمود و پس از آن در تمام جهان گسترش قابل ملاحظه‌ای یافت.

از نمونه‌های چنین تعاونیهائی میتوان از «ایگوادورهای» قبایل افریقائی و یا «اهیدوهای» قبایل ازتک^۱ در مکزیک نام برد. که در تمامی این نهادها قاعده تساوی در روابط اجتماعی و قاعده نسبی در روابط

معنی تعاون و تعریف آن

در میان پدیده‌های گوناگون اجتماعی، «تعاون» یکی از موارد جالب توجه آنها می‌باشد که ممکن است مورد بررسی هر محقق علوم اجتماعی قرار گیرد. این واژه در مفهوم لغوی خود «همکاری، کمک، معاضدت و اشتراک مساعی در رفع نیازمندیهای زندگی»^۱ را معنا میدهد. و در مفهوم اجتماعی خود در بردارنده نوعی رابطه متقابل بین فرد با فرد، فرد با گروه، و گروه با گروه است که حاصل آن استفاده از دستاوردهای فعالیت‌های گروهی برای ارضا نیازهاست. بنابراین پدیده تعاون عمدتاً در سوی مخالف با فلسفه فردگرایی و لیبرالیسم قرار می‌گیرد که در آن هر فرد انسانی فقط در تعقیب منافع شخصی خود است. با این مفهوم میتوان هرگونه همکاری اجتماعی با اشکال گوناگون را تعاون نامید.

اقتصادی بخوبی رعایت می‌شده است. از چنین نمونه‌های تعاونی در اغلب جوامع و با درجات مختلف میتوان مثالهای متعدد آورد بدون اینکه هیچ‌گونه ارتباط یا تقلیدی در میان باشد مجمع تعاونی واقع در اندونزی (بنجارها) و دهکده‌های خودگردان امریکای لاتین از این جمله‌اند^۱.

در تمامی این اشکال تعاون، شبکه پیچیده‌ای از روابط متقابل و همیاری اجتماعی و همچنین مناسبات اجتماعی خاص قابل مشاهده بود بطوریکه هسته‌های پیشرفته اصول (شرکت) تعاونی جدید را در هر کدام می‌توان یافت که بر شرایط و مناسبات اجتماعی و اقتصادی خاص هر جامعه منطبق شده بودند.

این نهادهای بومی و اصیل بعداً با گسترش نظام صنعتی از بین رفته و بالاخره جای آن را تعاونی جدیدی که براساس اصول راجدایل بنا شده است گرفت. هر چند نهضت تعاونی جدید به تمامی جهان گسترش یافت و در همه قشرها (اعم از سرمایه‌داری، سوسیالیستی و کشورهای جهان سوم) رایج گردید لیکن اصول آن در ارتباط با شرایط خاص سیاسی، اقتصادی و

اجتماعی حاکم بر هر جامعه نیز تفاوت‌هایی یافت. اما علی‌رغم این تفاوت‌ها می‌توان شکل و مقصد و یا مقاصد کلی یک شرکت تعاونی را بصورت زیر بیان کرد:

۱- اعضاء حداقل به دلیل یک هدف و یک منفعت مشترک که معمولاً ناشی از وضعیت اقتصادی آنهاست با یکدیگر متحد میشوند چرا که از طریق شرکت تعاونی بهتر می‌توانند هدف و یا اهداف راتعقیب و بدان دست یابند.

۲- اهداف گروه تعاونی، که از اهداف فردی اعضاء آن ریشه می‌گیرد معمولاً از طریق کار مشترک اعضاء که بهبودی مداوم وضعیت اقتصادی آنان را در نظر دارد، حاصل می‌شود.

۳- کالاها یا خدمات (منافع) بوسیله شرکت تعاونی که اعضاء گروه تعاونی مالک آن هستند تولید می‌شود.

۴- کالاها یا خدمات (منافع) شرکت تعاونی مستقیماً در اختیار اعضاء (بعنوان مشتری یا شاغلین در مورد تعاونیهای تولیدی) قرار می‌گیرد. بنابراین اعضاء بطور همزمان هم مالک هم مشتری (شاغل) شرکت تعاونی هستند^۲

۱] (۱) برای اطلاع بیشتر رجوع کنید به:

سازمان مرکزی تعاون کشور، تاریخ تعاون (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، اردیبهشت ۱۳۴۹)، ص ۵.

(۱) برای اطلاع بیشتر رجوع کنید به:

پل هریسون، فردای جهان سوم، ترجمه محمود طلوع (تهران: شرکت صادراتی سازمان صنایع ملی، ۱۳۶۶)، ص ص ۲۵-۲۹.

در نظر گرفتن تبعیضات نژادی، اختلاف رنگ یا معتقدات مذهبی.

۲- هر کس یک رای: هر عضو فقط دارای یک رای می باشد به عبارت دیگر امور شرکت بر اساس دموکراسی، برابری فرصت ها برای هر کس اداره میشود.

۳- پرداخت بهره معین به سرمایه: در حدود ۶ درصد به سرمایه اعضاء بهره پرداخت میشود.

۴- توزیع مازاد به تناسب معامله با تعاونی: مازاد درآمد شرکت بر پایه خرید کالا یا استفاده از خدمات مابین اعضاء تقسیم می شود

۵- معامله نقدی: کلیه معاملات اعضاء با شرکت باید بصورت نقدی انجام گیرد.

۶- فروش کالا (خدمات) به قیمت واقعی (قیمت تمام شده)

۷- بیطرفی مطلق در امور سیاسی و مذهبی.

۸- پیش بینی مبالغی از سود سالانه شرکت برای امور تعلیماتی.

۹- محدود بودن تعداد سهام اعضاء البته این اصول نیز ممکن است مورد قبول همه قرار نگیرد. سازمانها و نهادهای مختلفی در سطح جهان هر کدام تنها رعایت یک یا معدودی از این اصول را برای تشکیل

عناصر مذکور را می توان در تمامی انواع تعاونی یافت ولی بهر حال جلوه و ابعاد گوناگون تعاونی ارائه تعریف کامل از آن را دشوار ساخته است.

در تمامی کشورهایی که تعاونی در آنها رواج یافته و قوانین مربوط به آن به تصویب رسیده است تعاریف فراوانی ارائه شده است، در هر یک از این تعاریف ها اختلافاتی بنظر می رسد که بیشتر به اشکالات صرف و نحوه زبان مربوط می باشد، ولی در مورد خواص و مشخصات اساسی که مشترکاً به تمام اشکال تعاونی تعلق داشته باشد و آنها را از شرکتهای سرمایه داری مشخص و متمایز سازد، توافق کامل حاصل است^۱.

چارچوب اصلی تعریف شرکت تعاونی را اصول اساسی آن که عمدتاً همان اصول راجدایل است تشکیل میدهد. در زیر اصول راجدایل را که بیشتر در مورد آنها توافق حاصل است آورده و سپس تعریفی از شرکت تعاونی ارائه خواهد گشت.

اصول راجدایل و تعریف شرکت تعاونی:
این اصول عبارتند از:

۱- آزاد بودن عضویت برای همه بدون

(2): Mandana Fazel Sarjui, *Farm Cooperation in Agricultural Development of Iran* (Illinois University, M.S. Thesis, 1980), p.24.

(۱) سازمان مرکزی تعاون کشور، نگاهی به نهضت تعاون (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، آذرماه

۱۳۴۸)، ص ۱۶۰.

یک شرکت تعاونی واقعی کافی می‌شمرند. انجمن بین‌المللی تعاون رعایت اصول آزاد بودن عضویت، کنترل دموکراتیک (هر فرد یک رای)، توزیع سود به تناسب حجم معامله و پرداخت بهره معین به سرمایه‌را دلیل وجود یک تعاون واقعی می‌شمارد^۱.

سازمان ملل متحد در تعریف شرکت تعاونی همان اصول ذکر شده در بالا را ملاک قرار داده و تعریف زیر را ارائه داده است.

«شرکت تعاونی دستگاهی است که قانوناً دارای شخصیت حقوقی بوده و هدف از تشکیل آن پیروی از یک هدف مشترک برای کلیه اعضا است. یعنی دستگاهی است که در آن بیشتر به اعضا و خدمات آنان توجه می‌شود تا به سرمایه آنان، درهای آن بر روی همه افرادی که بخواهند از مزایای آن بهره‌مند شوند باز است. بوسیله خود اعضا و مبتنی بر اصول دموکراتیک اداره می‌شود. سرمایه آن با توجه به قوانین مربوطه تقریباً بطور یکسان از جانب اعضا تأمین می‌گردد و هر نوع سود حاصله از فعالیت‌های شرکت بطور عادلانه بین اعضا تقسیم می‌شود. متناسب با هدف اقتصادی تعیین شده برای آن، شرکت تعاونی توجه خاصی به ارتقاء سطح معلومات عمومی و فنی اعضا

مذول می‌دارد^۲.

تعاون در کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری

تعاون در انگلستان:

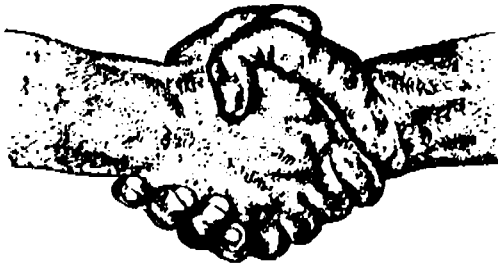
همانطور که گفته شد نهضت تعاون با پیشتازی افرادی همچون رابرت اون، چارلز فوریه، سن سیمون و غیره بوجود آمد. در این میان رابرت اون را که رهبر نهضت تعاونی انگلیس بود بنام پدر نهضت تعاونی می‌شناسند. از نهضتی که اون در انگلستان پایه‌گذاری کرد سرانجام شرکت تعاونی راجدایل بوجود آمد که اصول این شرکت بعد از آن بعنوان راهنمای عمل تمامی شرکت‌های تعاونی در سراسر جهان قرار گرفت و باصطلاح ظهور این شرکت نقطه تثبیت نهضت تعاونی در قالب اصول مدون شد.

راجدایل شهری است واقع در لانکاشایر انگلستان که در سال ۱۸۴۱ نمونه بارز بیعدالتی‌های اجتماعی در آنجا دیده می‌شد. نساجان این شهر برای ترمیم و بهبود وضع خود تصمیم گرفتند تا یک مغازه تعاونی تشکیل دهند. این مغازه در بدو امر بصورتی محقر و با ۲۸ عضو شروع بکار کرد و در مدتی بیش از یکسال (۱۸۴۴) فقط توانست

(۱) سازمان مرکزی تعاون کشور، شرکتهای تعاونی وضع فعلی و آینده آنها، دو جلد (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور ۱۳۴۸)، جلد اول صص ۱۵۱-۱۵۲.

(۲) غنی قوسی، نهضت تعاون در کشورهای در حال رشد (تهران: وزارت تعاون و امور روستاها، مهرماه ۱۳۵۵) صص ۱۸.

شرکت تعاونی دستگامی است که در آن بیشتر به اعضا و خدمت آنان توجه می‌شود تا به سرمایه آنان.



تضمین می‌نماید. اعضای اولیه را چدایل بیشتر طالب آموزش بودند، تشکیل شخصیت انسانی برای آنها مهمتر از تجارت بود و بیشتر درگیر فعالیت‌های آموزشی و تربیتی بودند. جایگاه پیشتازان را چدایل در تاریخ تعاونی و اعتبار آنان بیشتر بسبب فعالیت‌های ایشان در پی ریزی تعاونی جدید مربوط بود تا اصولی که پی ریزی کردند. آنها در توسعه تعاونی خارج از جامعه خود بسیار فعال بودند. بسیاری از شرکت‌های خرده‌فروشی با الهام و راهنمایی آنان بوجود آمدند. قوانین نمونه برای راهنمایی انجمن‌های تعاونی را آنها استخراج و منتشر کردند. پیشتاز ایجاد تعاونی‌های عمده‌فروشی بودند و بالاخره رهبران بزرگ نهضت تعاون از میان آنان برخاستند.^۳

سرمایه‌ای به اندازه ۲۸ لیره (در حدود ۱۴۰ دلار) جمع‌آوری کند اما در اواخر سال ۱۸۴۵ تعداد اعضای شرکت ۷۴ و میزان سرمایه به نهصد دلار (بیش از ۶ برابر) و حجم معاملات به ۳۵۰۰ دلار رسید.^۱ در سال ۱۸۶۰ (۱۶ سال بعد) تعداد اعضا ۳۴۵۰ نفر و سرمایه آن ۱۸۸۵۵۰ دلار شد.^۲ رشد شتابان این شرکت و دیگر شرکت‌های تعاونی نمایانگر اقبال عظیمی بود که مردم به این شرکت‌ها نشان میدادند. موفقیت این تعاونی را اغلب به دلیل اصل «سود بر اساس خرید» میدانند. هر چند این اصل بدون شک مهم است اما تنها دلیل موفقیت آن نیست. هدف نهایی شرکت تعاونی سود نیست بلکه درک و فهم ایده‌آلهای اجتماعی است که صداقت را بیشتر می‌کند و تبعیث از اصول شرکت را

(۱) سازمان مرکزی تعاون کشور، تاریخ تعاون (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور ۱۳۳۹) صص

۱۲-۱۳.

(۲) همان صص ۱۳.

در انگلستان سازماندهی نهضت تعاونی از پائین به بالاست. در قاعده هرم سازمانی، افراد عضو شرکتهای تعاونی قرار دارند (در انگلستان عمده شرکتهای تعاونی خرده فروشی هستند). اعضاء به هیچ وجه تابع شرکت نیستند بلکه شرکتهای هستند که تابع اعضاء می باشند، برای حفظ منافع آنان بوجود آمده اند و در مقابل آنها مسئول هستند. هنگامی که شرکتهای تعاونی به شرکتهای فدرال می پیوندند عین همین رابطه بین آنها وجود دارد. شرکت های فدرال برای خدمت به اهداف شرکتهای تعاونی بوجود آمده اند و در مقابل آنها مسئولند اما شرکتهای تعاونی اختیارات خود را به آنها واگذار نمی کنند و همچنان مستقل باقی می مانند.

سازمانهای اصلی تعاونی عبارتند از: تعاونی عمده فروشی انگلستان (CWS)، شرکت تعاونی عمده فروشی اسکاتلند (SCWS)، فدراسیون تعاونیهای تولیدی (CPF)، مطبوعات تعاونی، حزب تعاونی و اتحادیه تعاونی.

اتحادیه تعاونی، معرف کل نهضت تعاونی است و از ترکیب بخشهای مختلف بوجود آمده که هشت بخش آن مرتبط با بریتانیا و یک بخش مربوط به ایرلند است. هر بخش دارای یک هیئت است که

شرکت های مربوط به آن بخش آنها را انتخاب و در امور نهضت تعاونی که بهمان بخش مربوط می شود دخالت می کنند. کمیته اجرائی مرکزی اتحادیه تعاونی، شامل دو نماینده از هر هیئت (ایرلند یک نفر) و نمایندگان از «CWS» و «SCWS» « CPF » و مطبوعات تعاونی و حزب تعاونی است که تعداد نمایندگان هیئت ها مجموعاً هفده نفر و نمایندگان سازمانهای مذکور ده نفر می شود. کمیته اجرائی مرکزی، مسئول اداره امور اتحادیه تعاون و تعیین سیاستهای تعاونی در کنگره تعاونی است. این کمیته وظایف خود را از طریق سه زیر کمیته موسوم به: کمیته امور عمومی، کمیته پارلمانی و کمیته مشاوره تجاری انجام می دهد. هر بخش در کمیته عمومی — که عمده ترین کمیته است — نماینده دارد. سازمانهای ملی — به استثناء حزب تعاونی — بهمین ترتیب نماینده ای در کمیته عمومی دارند. در مورد سایر سازمانهای اتحادیه تعاونی، الگوی مشابهی وجود دارد. با این ساخت سازهانی هر هیئت و یاسازمان ملی بخوبی از عملکرد اتحادیه تعاونی آگاه بوده و قادر است نظرات خود را اعلام نماید و در اداره نهضت دخالت کند. کنگره تعاونیها هر ساله با گردهمائی تمامی شرکت های عضو اتحادیه تعاونی منعقد میشود. کار اصلی کنگره بررسی گزارش

تمام فعالیتهای اتحادیه تعاونی در طول سال است. مسائل اتحادیه‌های تعاونی، شرکتهای خرده‌فروشی، سازمانهای ملی و حتی مسائل بین‌المللی ارائه و به بحث گذاشته میشود که البته راه حل اجرایی و مؤثر صرفاً به خود اتحادیه تعاونی محدود می‌گردد^۱.

تحول نهضت تعاونی در انگلستان

وقتی شرکت تعاونی راجدایل (در سال ۱۸۴۴) فعالیت خود را آغاز کرد فقط ۲۸ نفر عضو و ۲۸ لیره (۱۴۰ دلار) سرمایه بیشتر در اختیار نداشت. اما در سال ۱۹۳۴، نزدیک به ۴۵۰۰۰ نفر در این شرکت با سرمایه ۲۸۰۰۰۰۰ دلار عضویت داشتند^۲.

آوازه این شرکت تعاونی در همان زمان از مرز راجدایل گذشت و نهضت تعاونی به نواحی مجاور آن گسترش پیدا کرد و سرعت بر تعداد تعاونیهائی که در انگلستان و اروپا سرگرم فعالیت بودند افزوده گشت. این روند افزایش تا پایان قرن نوزدهم و اوائل قرن بیستم همچنان ادامه داشت. نهضت تعاونی مصرف انگلستان در قرن بیستم رشدی مداوم اما نه چندان چشمگیر نشان داد. از سال ۱۹۳۸ تا اواسط دهه

۱۹۶۰ حجم مبادلات تعاونیها از ۲۶۳ میلیون لیره به بیش از یک میلیارد لیره، سرمایه (چه بصورت سهم و چه بصورت استقراض) از ۱۸۳ میلیون لیره به بیش از ۲۷۰ میلیون لیره و میزان ذخائر آنها از ۱۵ میلیون لیره به بیش از ۴۵ میلیون لیره افزایش یافت^۳.

سهم فروشگاههای تعاونی در کل حجم خرده‌فروشی از ۱۱ درصد در سال ۱۹۶۱ به ۹ درصد در سال ۱۹۶۶ کاهش یافت که کمتر از کاهش در نسبت فروشگاههای تعاونی به کل فروشگاهها بوده است. اما بین سالهای ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۰ حجم فروش این فروشگاهها اندکی افزایش یافت. کل فروش شرکتهای تعاونی خرده‌فروشی در سال ۱۹۷۰ به بیش از ۱۱۰۰ میلیون لیره رسید که برابر با ۷/۵ درصد از کل فروش تمامی خرده‌فروشیها در این سال است^۴. درصد فوق نسبت به سال ۱۹۶۱، نشان دهنده ۳۲ درصد کاهش است. این کاهش نسبت به سال ۱۹۶۶ برابر ۱۶/۶ درصد بود.

در سال ۱۹۷۵ کل فروش شرکتهای تعاونی خرده‌فروشی به بیش از ۲ هزار میلیون لیره بالغ گردید که ۷ درصد از کل حجم خرده‌فروشی را شامل می‌گردید که مجدداً نسبت به سال ۱۹۷۰ کاهشی جزئی نشان

(1): *Ibid.* pp. 449 - 450.

(۲) سازمان مرکزی تعاون کشور، تاریخ تعاون ص ۱۴.

(3): Encyclopaedia Britannica Inc *Op.cit* P. 449.

(4): Central Office of Information, *Britain 1972* (London: Central Office of Information, 1972) p. 382.

می‌داد^۱. به این ترتیب اگر چه حجم فروش تعاونیها ظرف پانزده سال افزایش یافته است لیکن سهم آنها در کل میزان فروش، کاهش نشان می‌داد.

در سال ۱۹۸۶ کل فروش تعاونیهای خرده‌فروشی از ۵۰۴۸ میلیون لیره تجاوز کرده است.^۲ این میزان، بیش از ۲/۵ برابر حجم فروش سال ۱۹۷۵ است و نسبت به سال ۱۹۷۰ افزایش چشمگیری برابر با ۳۵۸ درصد نشان می‌دهد. اما این ارقام تنها زمانی برای نهضت تعاون دلگرم‌کننده خواهد بود

درصد از کل فروشهای تعاونی را در اختیار دارند روش دیگری را معرفی کرده‌اند. این شرکت‌ها سهامی را ارائه می‌دهند که میتوان آنها را نقداً بفروش رساند، با کالاهای دیگر معاوضه نمود و یا اینکه به بستانکار «حساب مشارکت» واریز کرد. این سهام با قیمت‌های متفاوت صادر می‌گردند.^۳ طی این مدت تعداد شرکتها، تعداد اعضا و اندازه این شرکت‌ها نیز دستخوش تغییر و تحول شدند. بیشترین رشد عضویت در این شرکتها مربوط به بخش‌های مرکزی و

در شرکت تعاونی اعضا به هیچ وجه تابع شرکت نیستند بلکه شرکتها هستند که تابع اعضا می‌باشند.

که نسبت فروش تعاونیهای خرده‌فروشی به کل حجم خرده‌فروشی کاهش نیافته باشد. در گذشته مازاد تجاری این شرکتها بعد از کسر ذخائر قانونی و مخارج لازم برای فعالیتهای معمولی شرکت - برحسب میزان خرید اعضا - تقسیم میشده است. پاره‌ای از شرکتها روش دیگری برای تقسیم در پیش گرفته‌اند و آن کاهش قیمت برخی کالاها بخصوص مواد غذایی است. اخیراً تعداد زیادی از شرکتها تعاونی که ۸۰

جنوبی انگلستان است در حالی که نواحی شمال و اسکاتلند در حجم فروش و سرمایه سرانه، رشد سریعتری داشته‌اند. تا قبل از سال ۱۹۱۴ نهضت تعاونی در شهرهای بزرگ گسترش چندانی نداشت ولی از سال ۱۹۲۰ به بعد در شهرهای بزرگ نیز شروع به رشد کرد و تعداد اعضا آنها از ۲۷۰ هزار نفر در سال ۱۹۲۰ به ۱/۸ میلیون نفر در اواسط دهه ۱۹۶۰ رسید.^۴ در سال ۱۹۷۰ بزرگترین شرکت تعاونی خرده‌فروشی (شرکت تعاونی

(1): Central Office of Information, *Britain 1977* (London: Central Office of Information, 1977) p. 245.

(2): Central Office of Information, *Britain 1988* (London: Central Office of Information, 1988) p. 265.

(3): *Britain 1972*. P. 382.

(4): Encyclopaedia Britannica Inc *OP.cit*, p. 449.

لندن) ۱/۱۵ میلیون نفر عضو (و حجم فروشی برابر با ۹۰ میلیون لیره) داشته است.^۱

بین سالهای ۱۸۷۵ تا ۱۹۵۰ تعداد اعضای شرکت‌های تعاونی خرده‌فروشی هر ۲۵ سال یکبار دو برابر شده و در اواسط دهه ۱۹۶۰ به ۱۳ میلیون نفر رسیده است.^۲ در سال ۱۹۸۴ تنها ۱۰۰ شرکت تعاونی خرده‌فروشی بیش از ۸ میلیون نفر عضو داشته و افزون بر ۵۲۰۰ نوع کالای مختلف را بفروش رسانده‌اند.^۳ این ارقام با آمارهای مربوط به سال ۱۹۴۱ قابل مقایسه‌اند در این سال تعداد شرکت‌های تعاونی مصرف در انگلستان، ۱۰۷۰ و تعداد اعضا وابسته به ۹,۷۳۰,۰۰۰ نفر رسید.^۴ به این ترتیب تعداد اعضا ۱۰۰ شرکت در سال ۱۹۸۴ حدود ۸۰ درصد از اعضا بیش از هزار شرکت در سال ۱۹۴۶ را شامل می‌گردیده است. در توجیه این پدیده نباید ادغام شرکت‌ها در یکدیگر و تغییر اندازه آنها را از نظر دور داشت.

در حالی که در سال ۱۹۵۸ تعداد ۱۰۱۵

شرکت تعاونی وجود داشت، تا پایان سال ۱۹۷۰ این رقم به ۴۰۰ شرکت (کمتر از نصف) کاهش یافت. (تعداد این شرکت‌ها بدلیل ادغام در یکدیگر کاهش یافته است)^۵. در پایان سال ۱۹۷۵، تعداد شرکت‌های تعاونی به رقم ۲۲۷ میرسد. اینبار هم ادغام، تعداد این شرکت‌ها را با سرعت کاهش داده است.^۶ ادغام، تعداد شرکت‌ها را از ۱۴۵۵ شرکت در سال ۱۹۰۳ به ۷۰۰ شرکت در اواسط دهه، ۶۰ تقلیل داده بود. اندازه شرکت‌های تعاونی نیز بدلیل ادغام‌های پیاپی گسترش یافت و با خود مسائل مدیریت، کنترل دموکراتیک و مهمتر از همه حفظ علاقه و فضیلت اعضا در سطحی قابل قبول را بدنبال آورد.^۷

طی دو دهه ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ تعاونیها، روشهای جدید خرده‌فروشی (مانند فروشگاههای سلف‌سرویس، سوپرمارکت‌ها و فروشگاههای سیار) را ایجاد و توسعه دادند. در سال ۱۹۵۰، ۹۰ درصد از فروشگاههای سلف‌سرویس تعاونی بودند. اما در اواسط دهه ۱۹۶۰ این رقم به

(1): *Britain 1972* p. 382.

(2): Encyclopaedia Britannica Inc *Op.cit*, P. 4 49.

(3): *Britain 1988* p. 265.

(۴) برناردلورن، تعاونیهای مصرف کنندگان ورژیمهای تعاونی. ترجمه فتح‌الله بهاری (تهران: موسسه آموزش و تحقیقات تعاونی، ۱۳۴۸)، ص ۹۸.

(5): *Britain 1972* p. 382.

(6): *Britain 1977* p. 245.

(8): Encyclopaedia Britannica Inc *Op.cit*, p. 449.

در سال ۱۹۸۶ کل فروش تعاونیهای خردهفروشی در انگلستان از ۵۰۴۸ میلیون لیره تجاوز کرده است که این میزان بیش از ۲/۵ برابر حجم فروش سال ۱۹۷۵ است.

سال، فروشگاههای سیار تعاونی موفقتر از فروشگاههای معمولی بودهاند چرا که هم سهم نسبتاً قابل ملاحظه‌ای در کل فروش داشته‌اند و هم به موازات رشد تعدادشان، سهم فروش آنها نیز ثابت مانده است. در مورد فروشگاههای معمولی این سهم کمتر بوده و در طول دوره کاهش یافته است.

از تعداد ۸۱۸ فروشگاه بزرگ در سال ۱۹۷۱ که فروشی معادل ۹۵۰ میلیون لیره داشتند حدود ۲۳۳ فروشگاه با فروشی نزدیک به ۱۶۰ میلیون لیره بصورت تعاونی اداره میشده است.^۴ تعداد این فروشگاهها در سال ۱۹۶۶، حدود ۷۶۰ واحد بوده است که فروشی نزدیک به ۶۵۳ میلیون لیره، داشته‌اند. از این تعداد ۲۳۸ فروشگاه بافروشی نزدیک به ۱۱۸ میلیون لیره، تعاونی بوده‌اند.^۵ از ۵۸۸ فروشگاه اضافه شده در طول این شش سال تنها ۵ فروشگاه تعاونی بوده است. نرخ رشد فروش فروشگاههای بزرگ تعاونی نیز کمتر از نرخ رشد فروش کل فروشگاههای بزرگ بوده است.

۳۳ درصد کاهش یافت. در همین زمان بیش از نیمی از فروشگاههای سیار، تعاونی بودند.^۱

در سال ۱۹۶۱ حدود ۱۱۷۰۰ فروشگاه سیار با فروشی معادل ۹۳ میلیون لیره وجود داشت. نزدیک به $\frac{1}{4}$ از این میزان مربوط به ناحیه اسکاتلند - که تراکم جمعیتی کمتر از انگلیس دارد - بود که یک دهم از کل حجم فروش را تشکیل می‌داد. شرکت‌های تعاونی حدود ۳۹ درصد از کل فروش را از طریق فروشگاههای سیار مواد غذایی در اختیار داشتند. در حالی که این رقم در مورد فروشگاههای معمولی مواد غذایی تنها ۱۶ درصد بوده است.^۲ در سال ۱۹۷۱ تعداد فروشگاههای سیاره ۳۱۷۹۰ واحد رسید که فروشی معادل ۱۴۷ میلیون لیره داشتند که ۳۹ درصد از این میزان در اختیار فروشگاههای تعاونی بوده است. در فروشگاههای معمولی مواد غذایی این رقم به ۱۲ درصد در سال مذکور میرسد.^۳ چنین بنظر می‌آید که در طی این یازده

(1): Encyclopaedia Britannica Inc *OP.cit*, p. 449.

(2): *Britan 1972*. P. 384.

(3): *Britain 1977* p. 246

(4): *Ibid*, p. 245.

(5): *Britain 1972* p. 382.

« CWS » از ۲۰۵ میلیون لیره در سال ۱۹۴۶ به ۴۹۱ میلیون لیره در اواسط دهه ۱۹۶۰ رسید.^۳ حجم فروش این شرکت در سال ۱۹۷۰ به ۵۳۵ میلیون لیره بالغ گردیده است.^۴ این رقم در سال ۱۹۷۵ به ۱۱۰۰ میلیون لیره رسید که بیش از دو برابر افزایش نشان میدهد.^۵ در سال ۱۹۸۷ حجم فروش آن به ۲۳۷۵ میلیون لیره رسیده است.^۶ به این ترتیب در طول یک دوره هجده ساله به بیش از چهار برابر افزایش یافته و رشدی معادل ۳۴۳/۹ درصد را نشان میدهد.

میزان سپرده‌های پس انداز در بخش بانکداری این شرکت از ۱/۲۳ میلیارد لیره در سال ۱۹۴۶ به بیش از ۱۰ میلیارد لیره در اواسط دهه ۱۹۶۰ رسید.^۷ شرکت تعاونی عمده‌فروشی اسکاتلند (SCWS) در سال ۱۸۶۸ تاسیس و در سال ۱۸۷۸ وارد فعالیتهای تولیدی شد. همانند « CWS » این شرکت نیز کارخانجات و مزارع متعددی در اختیار دارد. این شرکت با تشکیل یک شعبه خاص برای تامین مخارج کفن و دفن به اعضا کمک کرده و هزینه متوسط کفن و دفن را بشکل چشمگیری کاهش داده

تحولاتی که شرکتهای تعاونی مصرف خرده‌فروشی را تحت تأثیر قرار داد به نحو مشابهی بر تعاونیهای عمده‌فروشی نیز اثر گذاشت. «شرکت تعاونی عمده‌فروشی (CWS) و شرکت تعاونی عمده‌فروشی اسکاتلند (SCWS) دو شرکت تعاونی عمده‌فروشی بزرگ هستند که احتیاجات شرکتهای تعاونی خرده‌فروشی را برآورده میکنند. عضویت در این دو شرکت مخصوص سازمانهای تعاونی ثبت شده است.^۱ (CWS) در سال ۱۸۷۸ داخل در فعالیت‌های تولیدی شد، به این ترتیب که یک کارخانه بیسکویت‌سازی افتتاح کرد.^۲ این شرکت بعد از تعدادی از صنایع ملی شده، بزرگترین موسسه تجاری انگلستان است که تا اواخر دهه ۱۹۶۰، بیش از ۲۰۰ کارخانه و مزرعه، ۵۰ هزار کارگر و کارمند و انبارهای متعدد در اغلب نقاط جهان در اختیار داشته است. در همین زمان وسعت مزارع متعلق به این شرکت به ۱۳۷۶۰ هکتار میرسیده است. حجم فعالیتهای تجارتي

(1): Ibid, p. 381.

(۲): سازمان مرکزی تعاون کشور، تاریخ تعاون، ص ۱۶.

(3): Encyclopaedia Britannica Inc, *Op.cit*, p. 449

(4): Britain 1972, p. 381.

(5): Britain 1977, p. 243.

(6): Britain 1988, p. 264.

(7): Encyclopaedia Britannica Inc, *Op.cit*. P. 449.

حجم فعالیت‌های تجاری این شرکت از رقم ۴۴ میلیون لیره در سال ۱۹۴۶ به ۹۰ میلیون لیره در اواسط دهه ۱۹۶۰ افزایش یافته و در همین دوره حجم سپرده‌های پس انداز بخش بانکداری این شرکت از ۱۰۲ میلیون لیره به ۵۰۰ میلیون لیره بالغ گردیده است.^۲

آشکار می‌سازد. یک جریان بدنبال صرفه‌جویی در هزینه‌های مصرفی است و دیگری بدنبال کسب درآمدهای بالاتر زراعی از طریق افزایش بازده و تثبیت بازاریا صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید است.^۴ و این هر دو، هدف تعاونیهای مصرف‌کنندگان و تعاونیهای کشاورزی است. این دو جریان

تعاونیهای کشاورزی و روستائی در امریکا از اهمیت بسیار بیشتری نسبت به انگلستان برخوردارند.

نهضت تعاون در ایالات متحده امریکا:

نهضت تعاونی ایالات متحده امریکارا از لحاظ اهمیت و گسترش نوع تعاونیها میتوان از نهضت تعاون انگلیس متمایز دانست. از مطالعه خصوصیات نهضت تعاونی امریکا میتوان فهمید که تعاونیهای کشاورزی و روستائی در امریکا از اهمیت بسیار بیشتری نسبت به انگلستان برخوردارند. برخلاف آنچه که در اکثر کشورهای اروپائی اتفاق افتاد کشاورزان امریکائی بمراتب بیش از سکنه شهرها ب فکر تأسیس شرکتهای تعاونی افتادند.^۳

مطالعه تاریخ تعاون در ایالات متحده وجود دو جریان عمده در نهضت تعاونی را

در مناطق روستائی قویتر از مناطق شهری هستند. طرفداران جریان اول با تأکید بر خدمات مصرفی در هواداری از فلسفه تعاون بسیار پرشورترند ولی تعاونیهای کشاورزی بر اهداف تجاری تأکید بیشتری دارند. این اهداف عبارت از قیمت بالاتر محصولات کشاورزی در بازار، صرفه‌جویی در خریدهای تعاونی و پرداخت بهره به سرمایه هستند.

همانند انگلیس در امریکا نیز تعداد شرکتهای تعاونی کاهش و اندازه آنها گسترش یافته است. در میدان رقابت شدید پاره‌ای از این شرکتهای تعطیل و پاره‌ای دیگر درهم ادغام شده‌اند. تعدادی از اتحادیه‌های محلی، شعبه‌ای از سازمانهای ملی (نظیر

(۱): سازمان مرکزی تعاون کشور، تاریخ تعاون ص ۱۶.

(۲): Encyclopaedia Britannica Inc, *Op.cit*, p. 449.

(۳) سازمان مرکزی تعاون کشور، شرکتهای تعاونی مصرف در ایالات متحده امریکا (تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، ۱۳۴۹) ص ۳۳.

(۴): Encyclopaedia Britannica Inc, *Op.cit*, p. 450.

«سیستم اعتبار زراعی» و «اداره برق منطقه‌ای»

(Rural Electrification Administration)

میباشند و اعضاء بسیاری از اتحادیه‌های فدرالی و اتحادیه‌های منطقه‌ای در چندین ایالت کشور پراکنده‌اند. در جوامع اسکاندیناویائی امریکا پشتیبانی از تعاونی‌ها و وفاداری به آنها بشدت رواج دارد. احتمالاً این امر دلیل اصلی تمرکز غالب سازمانهای تعاونی و اعضاء آنها در نواحی میان غرب و جنوب پنج دریاچه بزرگ شمال است که در آنجا جماعت کثیری از اسکاندیناویاها ساکنند و همین افراد از تشکیل و گسترش تعاونیهای اولیه در امریکا بشدت حمایت می‌کردند. در ایالت کالیفرنیا حجم تجارت بیشتر جانشین پدیده فوق شده است. تعاونیهای کالیفرنیا که در آغاز به پردازش، بسته‌بندی و بازاریابی محصولات کشاورزی اشتغال داشتند در اوائل قرن بیستم سازماندهی شدند و به دلیل استانداردهای بالای مربوط به کیفیت و مرغوبیت محصول، استقبال از علائم تجاری آنها و تلاشهای مصرانه آنها جهت ایجاد بازارهای دائمی، جایگاه خاصی بدست آورده‌اند.

با رشد فروشگاههای زنجیره‌ای خواربار و دارو، «تعاونیهای خرید عمده (Wholesale Buying Cooperatives)» گسترش قابل ملاحظه‌ای یافته‌اند. مالکین و مشتریان این تعاونیها سوپرمارکتها و مغازه‌های خواربارفروشی شخصی هستند که

درصد کسب قدرت رقابت بیشتر با فروشگاههای زنجیره‌ای و صرفه‌جویی ناشی از خریدهای بزرگ میباشند.

در قیاس با سایر کشورها دولت فدرال آمریکا به حمایت و تشویق از تعاونیها اقدام کرده است. در کل، تعاونیهای زراعی نسبت به دیگران کمکهای بیشتری دریافت کرده‌اند. طبق قانون بازاریابی تعاون (مصوب سال ۱۹۲۶) اداره‌ای در وزارت کشاورزی امریکا برای ارائه خدمات به تعاونیهای تولیدی کشاورزی دائر شده است. تعاونیهایی که تمام درآمد خالص خود را سالانه میان مشتریان (اعضاء) خود تقسیم می‌کنند و مواد قانون درآمد‌های داخلی (مربوط به برابری اعضاء، نرخ بازگشت سرمایه، انباشت ذخائر و دفترداری) را رعایت می‌کنند ممکن است برگ معافیت از مالیات بر درآمد فدرال را دریافت دارند. چون تعاونیها درآمد خالص خود را میان اعضاء تقسیم می‌کنند بنابراین هرگونه مالیات بر درآمد آنها مالیات بر درآمد اعضاء تعاونی خواهد بود. سایر انواع تعاونیهای مالیات بر درآمد فدرال را میپردازند و همگی مشمول انواع مالیاتهای دیگر میباشند.

دولت فدرال امریکا رشد دو گروه عمده از تعاونیها را از طریق وام تسهیل کرده است: گروه اول، «تعاونیهای برق منطقه‌ای» که می‌توانند از «اداره برق منطقه‌ای» وام دریافت دارند. گروه دوم، «بانک زمین» (Land Bank)؛ «اتحادیه‌های اعتبار تسسول»

(Production Credit Association) که مستقیماً وجوه لازم را از بانک‌های تشکیل دهنده «مدیریت اعتبارات زراعی» (Farm Credit Administration) دریافت می‌دارند. «اداره اعتبارات زراعی» شامل: «بانکهای فدرال زمین» (Federal Land Bank)، «بانک‌های اعتبار واسطه» (Intermediate Credit Bank) و «بانک برای تعاونیها» (Bank for Cooperatives) میباشد که مستقیماً به تعاونیهای زراعی وام میدهد. در سال ۱۹۶۸، ۱۲ میلیارد دلار منابع اعتباری - سیستم اعتبار زراعی - کلاً در تملک مزرعه‌داران بوده است. تعداد ۱۰۰۰ تعاونی برق منطقه‌ای در ۴۵ ایالت نقش عظیمی در برق‌رسانی به بیش از ۹۰ درصد از تمامی مزارع آمریکا را داشته‌اند. چندین سازمان ملی در خدمت تعاونیهای ایالات متحده می‌باشند. «انستیتو امریکائی تعاون» در واشینگتن تحقیقات و آموزش تعاونی را بهبود بخشیده و به عنوان منبعی برای تبادل اطلاعات تعاونی عمل می‌کند. «مجمع تعاونی» (Co - Operative League) امریکا در شیکاگو، آژانس آموزشی و فرهنگی و سخنگوی اصول تعاونی است. شورای ملی تعاونیهای کشاورزی در واشینگتن تعاونیها

را به کنگره و واحدهای اجرایی معرفی می‌کند و هماهنگ کننده نظرات تعاونیها در مسائل سیاست ملی است. شوراهاى دولتی تعاونی نقش مشابهی را در چارچوب وظایف خود ایفا می‌کنند.

نهیضت تعاون در سوئد:

«جنبش تعاون سوئد» اساساً بر حاکمیت مصرف کننده و توزیع عادلانه منفعت استوار است. هدف اصلی این تعاونیها فراهم ساختن موجبات دسترسی مصرف کننده به منابع تولید است و این شیوه تنها وسیله عملی در راه تحقق حاکمیت مصرف کننده است^۱. تمام تلاش این نهیضت بر این است تا شرایط مطلوبتر و بهتری را در قیمتها و کیفیت تولیدات و خدمات عمومی که مورد نیاز مصرف کنندگان است بوجود آورد و بحق باید گفت در این مهم کاملاً موفق بوده است. سابقه مبارزه نهیضت تعاون سوئد با کارتل‌ها و تراستها و موفقیت‌هایی که در کاهش قیمت محصولات مختلف و بهبود کیفیت آنها بدست آورده بخش تعاون سوئد را به بزرگترین و منظم‌ترین سازمانهای تولیدی و بازرگانی و قویترین جنبش تعاونی در جهان مبدل ساخته است. «از اوائل قرن حاضر تا کنون اتحادیه تعاون سوئد در پیکارهای متوالی با کارتل‌ها

(۱) ژرژ لاسر، تعاونیها در برابر کارتلها و تراستها (تهران: وزارت تعاون و امور روستاها، ۱۳۵۰/۳/۱۲)،

همانند انگلیس در امریکا نیز تعداد شرکت‌های تعاونی کاهش و اندازه آنها گسترش یافته است.

از مصرف‌کننده است^۲». در وهله دوم در اختیار داشتن پشتوانه قوی تولیدی است. در زمان جنگ دوم جهانی (تقریباً ۲۰ سال بعد از افتتاح اولین کارخانه روغن نباتی) ۹۰ درصد از مصرف مردم سوئد را کارخانه‌های وابسته به تعاونیها تولید می‌کردند... در همین زمان که کمبود مواد اولیه روغن نباتی رخ نموده بود دولت سوئد کوشش بسیاری در راه توسعه کشت این مواد بسود تعاونی‌ها معمول داشت^۳.

در اختیار داشتن سهم بالائی از ظرفیت تولیدی باعث شده است تا تعاونی سوئد، شرایط عرضه کالاهای مورد نیاز را در راستای منافع مصرف‌کنندگان سامان بخشد بعلاوه وجود خود شرکت تعاونی باعث میشود تا در بخش تقاضا نیز مصرف‌کنندگان از قدرت مانور زیادی برخوردار شوند. هنگامی که بخش عظیمی از تقاضا از بازارهای انحصاری تولیدکنندگان منحرف و متوجه بازارهای تعاونی گردد انحصارگران مجبور به کاهش شدید در قیمت‌های خود و صرفنظر کردن از منافع حاصل از تولید در شرایط انحصاری خواهند شد. بدین ترتیب نهضت تعاون سوئد باعث شده است تا رقابت بین قطب‌های اقتصادی (بخصوص

و تراست‌ها و تولیدکنندگان انحصارگر روغن نباتی، کائوچو و کفشهای لاستیکی و صنایع لاستیک اتوموبیل، لامپ الکتریکی و بسیاری از کالاهای دیگر درگیر و از همگی پیروزمند بیرون آمد». حاصل مبارزات اتحادیه تعاون منجر به کاهش‌های شدید در قیمت محصولات تولیدی و بهبود کیفیت آنها بود. «در سالهای ۱۹۲۱-۲۲ (که نخستین کارخانه عظیم روغن نباتی متعلق به اتحادیه تعاون آغاز بکار کرد) قیمت روغن نباتی ۵۹/۲ درصد، در سالهای ۱۹۲۶-۲۷ نرخ کفشهای لاستیکی ۵۹/۸ درصد، در سال ۱۹۳۱ نرخ لامپ‌های الکتریک ۳۷ درصد، در سال ۱۹۴۸ نرخ پودر شستشو ۲۲ درصد و در سال ۱۹۴۶ نرخ بیمه حریق ۲۰ درصد تنزل کرده است. همچنین طی سالهای ۱۹۲۳-۲۴، اتحادیه توانست از تفاوت نرخ گندم و آرد به میزان ۴۶/۷ درصد کم کند^۱».

تمام موفقیت نهضت تعاون سوئد در وهله اول ناشی از اصل حاکمیت مصرف‌کننده و پیروی از روش تعاون دوجانبه (بخش تعاونی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان) میباشد. منظور و هدف تعاون سوئد از نظرگاه قیمتها و نحوه تولید یکی است و آن حمایت

(۲) همان، ص ۸۸.

(۱) همان، ص ۶۹.

(۳) همان، ص ۲۰.

مصرف کنندگان و تولید کنندگان) در شرایط کاملاً مساعدتر و با قدرتی نسبتاً برابر جریان یابد و بدین ترتیب سوئد از یکی از پیشرفته‌ترین سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی جهان برخوردار شود.

تذکر این نکته لازم است که این دستاوردهای پربار حاصل ضدیت و دشمنی نهضت تعاون با اقتصاد آزاد و سرمایه‌داران خصوصی نبوده است. هنگامی که کارخانه دوم تولید روغن نباتی اتحادیه تعاونی سوئد آغاز بکار کرد یکی از دشواریهای آن این بود که بعلت قدرت بالای تولید کارخانه جدید تنها ۱۱ درصد از محصول آن جذب تعاونیها میشد. بنابراین اصول تعاون باید تولید کارخانه‌های وابسته با مصرف تعاونیها متناسب باشد ولی عملاً رعایت این اصل در

جنبش تعاون سوئد اساساً بر حاکمیت مصرف‌کننده و توزیع عادلانه منفعت استوار است.

کارخانه‌های اتحادیه تعاون ممکن نبود زیرا در معرض رقابتهای شدید اقتصادی قرار داشت. از اینرو کنگره تعاونی سوئد در سال ۱۹۳۴ در این زمینه به بحث و گفتگو پرداخت. «آیا بدون همکاری سرمایه‌داران خصوصی، رعایت اصول تعاون ممکن است یا خیر؟». کنگره بدین نتیجه رسید که بدون همکاری کارخانه‌های خصوصی و سازمانهای فروش و مصرف با تعاونیها، تحقق اهداف تعاون دشوار است و اجرای

(۱) همان

اصول تعاونی نتایج درخشانی نخواهد داشت^۱».

در سال ۱۹۷۸ اتحادیه تعاون سوئد ۲۰۴ شرکت خرده‌فروشی تعاونی با ۱۸۴۲۹۵۵ عضو، ۱۸۹۳ فروشگاه مواد غذایی و رستوران، ۲۲۱ سوپرمارکت، ۳۱ فروشگاه بزرگ، ۱۷ «ابر فروشگاه» «Hyperstore» ۶ نمایشگاه مبل، ۱۲۵ کارخانه، ۱۱۹ «Variety Store» در اختیار داشت که جمع کل فروش آن بالغ بر ۱۶۷۳۲ میلیون کرون شد^۲». در سال ۱۹۷۶ جمعیت سوئد ۸،۲۳۶،۱۷۹ نفر بوده است. اگر با توجه به رشد کم، جمعیت سوئد در سال ۱۹۷۸ را نیز برابر همین رقم فرض کنیم بیش از ۲۲/۳ درصد از مردم سوئد تحت پوشش فعالیت‌های اتحادیه تعاون قرار داشته‌اند. در

حالیکه در آغاز سال ۱۹۶۰ تنها ۱۴ درصد از مردم این کشور تحت پوشش فعالیت تعاونیها بوده‌اند^۳.

این رقم در سال ۱۹۸۲ به ۲۳/۵ درصد رسیده است. در این سال اتحادیه تعاون ۱۰۵ فروشگاه خرده‌فروشی تعاونی با ۱،۹۰۰،۰۰۰ عضو بعلاوه ۱۶۷۷ فروشگاه مواد غذایی و رستوران، ۲۴۹ سوپرمارکت، ۳۴ فروشگاه بزرگ ۲۸ ابرفروشگاه، ۲۰ فروشگاه تخصصی، ۱۰۰ کارخانه، ۱۱۸ «Variety Store» ۷۵ آژانس مسافرتی

در اختیار داشته و تعداد شاغلین آن برابر با

۷۲۳۸۵ نفر بوده است. کل فروش در این سال به ۲۰۵۰۰ میلیون کرون رسیده است.^۱ در اینجا نیز همان پدیده‌ای را که در غالب کشورهای پیشرفته تاکنون گزارش شده است می‌بینیم، کاهش تعداد شرکت‌ها در سال ۱۹۸۲ به تقریباً نصف میزان سال ۱۹۷۸ (از ۲۰۴ به ۱۰۵ شرکت) و افزایش اعضاء (در حدود ۳ درصد). فروشگاه مواد غذایی و

سالانه‌ای برابر ۵/۲ درصد را نشان می‌دهد. این رقم بسیار بیش از رشد متوسط سالانه عضویت (۰/۷۶ درصد) می‌باشد. تذکر این نکته مهم ضروری است که ارائه این مقاله، به معنای پذیرش مبانی، اصول و ارزش‌های مطروحه مربوط به تعاون نبوده و صرفاً جهت آشنایی خوانندگان محترم در قالب منابع و مآخذ در دسترس، فراهم

تمام موفقیت نهضت تعاون سوئد در وهله اول ناشی از اصل حاکمیت مصرف‌کننده و پیروی از روش تعاون دوجانبه می‌باشد.

گرفته است. لازم است براساس اصول ارزشهای مقدس نظام جمهوری اسلامی ایران و ویژگیهای خاص کشورمان من جمیع الجهات، قوانین و مقررات و تشکیلات متناسب برای شرکت‌های تعاونی و فعالیت‌های مربوطه در ایران طراحی و به مورد اجرا گذارده شود.

رستوران نیز در این مدت از ۱۸۹۳ واحد به ۱۶۷۷ واحد کاهش یافته است. اما این نکته جالب است که در قبال این کاهش تعداد سوپرمارکت‌ها، فروشگاههای بزرگ و ابرفروشگاهها افزایش یافته است. طی این مدت حجم فروش اتحادیه نیز ۲۲/۵ درصد افزایش داشته است که بطور متوسط رشد



(2): Europa Publication Limited, *The Europa Yearbook 1978*, 2 vols. (England: Europa Publication Limited. 1978) Vol.1. p. 1173.

(3): Encyclopaedia Britannica Inc., *Op.cit*, p. 454.

(1): Europa Publication Limited, *The Europa Yearbook 1978*, 2 vols. (England: Europa Publication Limited. 1982) vol. 1. p. 1142.

فهرست منابع مآخذ

الف: فارسی

- ۱ - سازمان مرکزی تعاون کشور، تاریخ تعاون تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، اردیبهشت ۱۳۴۹.
- ۲ - سازمان مرکزی تعاون کشور، شرکت های تعاونی مصرف در ایالات متحده امریکا: تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، ۱۳۴۹.
- ۳ - سازمان مرکزی تعاون کشور، شرکت های تعاونی وضع فعلی و آینده آنها، دو جلد، تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، ۱۳۴۸.
- ۴ - سازمان مرکزی تعاون کشور، نگاهی به نهضت تعاونی تهران: سازمان مرکزی تعاون کشور، آذرماه ۱۳۴۸.
- ۵ - قوسی، غنی، نهضت تعاون در کشورهای در حال رشد، تهران: وزارت تعاون و امور روستاها، مهرماه ۱۳۵۵.
- ۶ - لاسر، ژرژ، تعاونیها در برابر کارتلها و تراستها: تهران: وزارت تعاون و امور روستاها، ۱۳۵۰/۳/۱۲.
- ۷ - لاورن، برنارد، تعاونیهای مصرف کنندگان و رژیمهای تعاونی، ترجمه فتح الله براری، تهران: مؤسسه آموزش و تحقیقات تعاونی ۱۳۴۸.
- ۸ - هریسون، پل، فردای جهان سوم، ترجمه محمود طلوع، تهران: شرکت صادراتی سازمان صنایع ملی ۱۳۶۶.

ب: منابع لاتین

- (9): Central Office of Information, *Britain 1972*. London: Central Office of Information, 1972.
- (10): Central Office of Information, *Britain 1977*. London: Central Office of Information, 1977.
- (11): Central Office of Information, *Britain 1988*. London: Central Office of Information, 1988.
- (12): Encyclopaedia Britannica, *The New Encyclopaedia Britannica*. Chicago: Helen Hemingway Benton, 1974.
- (13): Fazel Sarjui, Mandana, *Farm Cooperation in Agricultural Development of Iran*. Illinois, University, M.S. Thesis, 1980.