

لایحه فقرزدایی و بخش تعاون

از: مریم طبرستانی

نسبت واحدهای عمده فروشی به خرده فروشی در بخش خصوصی ۱ به ۲۵ بوده که این نسبت در تعاونیهای مصرف ۱ به ۱۰۴ می باشد. بر این اساس هر ۲۵ خرده فروشی در بخش خصوصی باید هزینه، مالیات و سود یک عمده فروشی را تامین نماید در حالی که در بخش تعاونی این نسبت ۱۰۴ است.

بر این اساس انجام سرمایه گذاریهای تولیدی و عمرانی تقاضا برای انواع کالاها و خدمات را افزایش داده و از آنجایی که توان تولیدی کشور آنقدر نیست که بتواند جوابگوی تقاضای جدید ایجاد شده باشد بناچار عدم تعادل میان عرضه و تقاضا پدیدار شده و به پیدایش فشارهای تورمی و افزایش قیمتها منتهی می گردد.

در کشور ما فشارهای ناشی از سرمایه گذاریهای عمرانی با فشارهای اقتصادی ناشی از بازسازی خرابیهای

یکی از مشکلاتی که طی مراحل توسعه کشورها به چشم می خورد، بروز شرایط تورمی و در نتیجه فشار بر طبقات کم درآمد و اقشار حقوق بگیر جامعه می باشد. این حالت تا حد زیادی ناشی از انجام سرمایه گذاریهای تولیدی و عمرانی در محیطی است که تولیدات صنعتی و کشاورزی داخلی پاسخگوی تقاضای موجود نبوده و همچنین امکانات ارزی برای واردات کالاهای مورد نیاز از خارج، معمولاً محدود و فاقد انعطاف لازم هستند.

تعاون قابل دستیابی است. لایحه فقرزدایی در کشور جمهوری اسلامی ایران برای رسیدن به اهداف در نظر گرفته شده در قانون فقرزدایی، حمایت‌هایی را برای مشمولین لایحه مذکور عنوان نموده که مهمترین آنها را می‌توان بصورت زیر نام برد:

- ۱- ایجاد فرصت شغلی برای سرپرستان یا یکی از اعضای خانوارهای نیازمند
- ۲- کاهش مشکل مسکن خانوارهای نیازمند
- ۳- تامین نیازهای اساسی تغذیه‌ای خانوارهای نیازمند
- ۴- آموزش رایگان برای اشتغال و ارائه تسهیلات مربوط به زمینه‌های اشتغال

بخش تعاون یکی از سه بخش (دولتی، تعاونی و خصوصی) نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران را تشکیل می‌دهد و می‌تواند نقش عمده‌ای را در تحقق اهداف فوق‌الذکر ایفا نماید.

۱- ایجاد فرصت‌های شغلی

ایجاد شرکت‌های تعاونی تولیدی در مناطق شهری و روستایی و همچنین ایجاد تعاونیهایی که می‌توانند در کنار فعالیتهای کشاورزی یک منبع درآمد و اشتغال در مواقع بیکاری کشاورز (فصول زمستان و پساییز) محسوب گردند، از مهمترین ابزارهایی است که می‌توان به منظور افزایش سطح اشتغال در کشور بکار گرفت. با توجه به عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی (به دلیل پایین‌تر بودن سود حاصله نسبت به سایر فعالیتها) از یک سو و عدم توانایی کشاورزان در ایجاد فرصت‌های شغلی به دلیل عدم دسترسی به سرمایه کافی از سوی دیگر، مطلوبترین راه حل برای افزایش اشتغال در مناطق روستایی استفاده از تشکلهای تعاونی و امکانات بخش تعاون می‌باشد.

فعالیت‌هایی نظیر دامپروری، مرغداری، زنبورداری، قالی بافی و سایر انواع صنایع دستی از جمله مهمترین فعالیتهایی است که می‌تواند در کنار فعالیتهای زراعی، فرصت‌های شغلی مناسبی را برای خانواده کشاورزان و خودکشاورزان (در فصول بیکاری) فراهم نموده و نقش موثری در افزایش درآمد سالیانه آنها داشته باشد. باتوجه به اینکه شروع هر یک از این فعالیتها نیاز به سرمایه اولیه دارد که هر کشاورز لزوماً به تنهایی قادر به تامین آن نیست لذا گردآوری سرمایه‌های اندک کشاورزان در قالب تشکلهای تعاونی و ارائه اعتبارات ارزان قیمت (که در بند «ز» انواع حمایت‌های لایحه فقرزدایی نیز در نظر گرفته شده) از طریق بخش تعاون می‌تواند

کار، بازدهی سرمایه و...، صاحبان سرمایه، ترجیح می‌دهند به جای سرمایه‌گذاری در امر تولید به مشاغل واسطه‌گری روی آورند که این امر عملاً اتکاء به سرمایه‌های بخش خصوصی در جهت اشتغالزایی را محدود می‌سازد که اطلاعات چند ساله اخیر به خوبی بیانگر این واقعیت می‌باشد. کل سرمایه‌گذاری ناخالص سال ۱۳۷۱ بخش خصوصی شامل سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات و ساختمان برابر با ۸۶۳۷/۷ میلیارد ریال بوده است. با توجه به اینکه حدود ۶۰ درصد از کل سرمایه‌گذاری کشور طی این سال جهت جبران استهلاک بوده، می‌توان گفت که خالص سرمایه‌گذاری بخش خصوصی نیز حدود نیمی از مبلغ مذکور (یعنی تقریباً

وزارت تعاون به منظور فراهم نمودن زمینه اشتغال بکار افرادی که فاقد مهارت خاصی می‌باشند طرح «آموزش، تعاون، اشتغال» را به مرحله اجرا در آورده است. هدف از اجرای این طرح ارائه آموزشهای کاربردی و تخصصی برای افراد بیکار جامعه و اشتغال بکار آنها از طریق تشکیل شرکتهای تعاونی می‌باشد.

حدود ۴۳۱۸/۸ میلیارد ریال) بوده است. از آنجایی که نقدینگی کشور در سال ۱۳۷۱ بالغ بر ۳۵۸۶۶ میلیارد ریال بوده است این امر بخوبی عدم تمایل سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را به امر سرمایه‌گذاری در مشاغل مولد نشان می‌دهد.

ب- سرمایه‌گذارانی که به کارهای تولیدی می‌پردازند به دلایل مختلف (که در این مقوله مجال بررسی آنها نیست) فعالیتهای «سرمایه‌پر» را بر فعالیتهای «کاربر» ترجیح می‌دهند که این امر نیز اشتغالزایی شرکتهای خصوصی را کاهش می‌دهد.

ج- دستمزد پرداختی این شرکتهای به کارگران معمولاً در سطح حداقل حقوق و دستمزد تعیین شده توسط قوانین کار می‌باشد که متناسب با هزینه‌های آنها نبوده و نمی‌تواند کلیه نیازهای کارگران و خانواده آنها را فراهم سازد.

روش مناسبی برای راه‌اندازی چنین فعالیتهایی در سطح روستاها باشد. در مناطق شهری نیز ایجاد انواع شرکتهای تعاونی تولیدی که عمدتاً از نوع صنایع «کاربر» می‌باشند، مناسبترین راه حل جهت اشتغال بکار افراد بیکار می‌باشد. باید توجه داشت که گرچه ایجاد شرکتهای تولیدی خصوصی نیز می‌تواند راه‌حلی جهت ایجاد فرصت‌های شغلی برای بیکاران باشد اما چند عامل وجود دارد که شرکتهای تعاونی تولیدی را از شرکتهای خصوصی متمایز می‌سازد:

الف- با توجه به موقعیت اقتصادی کنونی کشور، تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در امور تولیدی کمتر از تمایل آنها به امر واسطه‌گری می‌باشد. به عبارت دیگر با توجه به ریسک حاصل از فعالیتهای تولیدی، قوانین و مقررات مربوط به نیروی

با توجه به نکات فوق الذکر جهت اشتغال بکار افراد بیکار، ایجاد درآمد و رفع محرومیت از آنها، ایجاد شرکتهای تعاونی تولیدی می‌تواند ثمربخش باشد.

د - اطلاعات سال ۷۲ حاکی از آنست که برای اشتغال به کار هر نفر در کارگاههای خصوصی ۹۱۳/۱ میلیون ریال سرمایه بکار گرفته شده در حالی که اطلاعات تعاونیهای تشکیل شده طی شش ماهه اول سال ۷۵ نشان می‌دهد که به ازای اشتغال بکار هر نفر ۲۵/۲ میلیون ریال سرمایه بکار گرفته شده که با توجه به محدودیت‌های سرمایه در کشور نشان دهنده اشتغالزایی بیشتر در تعاونیها می‌باشد.

۲ - کاهش مشکل مسکن خانوارهای نیازمند

نرخ بالای رشد جمعیت طی چند سال اول پس از انقلاب و افزایش مهاجرت به شهرها از یک سو و مشکلات و کمبودهای ناشی از جنگ تحمیلی از سوی دیگر موجب عدم تعادل شدید در عرضه و تقاضای مسکن و در نتیجه افزایش شدید قیمت مسکن و هزینه اجاره گردید. از طرف دیگر با توجه به بازدهی سرمایه در بازار و بخصوص در امور واسطه‌گری و مشکلات و موانع موجود در امر ساخت و ساز مسکن، تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری عمده در این بخش زیاد نیست. علاوه بر اینها، آن قشر از بخش خصوصی نیز که در این زمینه فعالیت دارد تولیدات خود را در قیمتی ارئه می‌نماید که حداقل سوددهی معادل بازدهی سرمایه در بازار را داشته باشد که این امر افزایش قیمت مسکن را بدنبال دارد. این در حالی است که بخش دولتی نیز به دلایل مختلف (که در اینجا مجال بحث ندارد) توان و امکانات کافی رابرای سرمایه‌گذاری جهت ساخت مسکن بطور انبوه ندارد.

بنابراین در شرایط فعلی بخش تعاون می‌تواند بعنوان بازوی نیرومند (و عادلانه) نظام برای تامین مسکن اقشار مختلف جامعه و بخصوص محرومین مورد استفاده قرار گیرد. از آنجایی که این بخش بر جمع‌آوری و انباشت سرمایه‌های اندک اعضاء امکانات مدیریتی و نظارتی اعضاء هدف نبوده کسب سود استوار است می‌تواند راه‌گشای حل مشکل مسکن باشد.

۳ - تامین نیازهای اساسی تغذیه‌ای خانوارهای نیازمند.

شرکت تعاونی مصرف از دیگر امکاناتی است که می‌توان در راستای اهداف فقرزدایی از کشور مورد استفاده قرار داد. مراحل مختلف فعالیت‌های بازرگانی از اقدام به تولید کالا تا مصرف آن، زنجیره‌ای را تشکیل می‌دهد که «توزیع کالا» یکی از حلقه‌های مهم این زنجیره محسوب می‌گردد که در هر جامعه‌ای این مهم برعهده نظام توزیع می‌باشد. نظام توزیع از طریق «بازار» رابطه بین تولید کننده و مصرف کننده را برقرار می‌کند بطوری که تولیدکنندگان تولید خود را به این بازار و مصرف کنندگان نیز نیازهای مصرفی خود را از آن تامین می‌کنند. نظام توزیع برحسب نوع فعالیت اقتصادی، دارای مراحل مختلفی است که از محل تولید شروع و تا فروش کالا توسط خرده فروشان به مصرف کننده، ادامه دارد.

فعالیت توزیع بعلت سودآوری آن همواره مورد توجه بخش خصوصی بوده است اما با توجه به اهمیت مسئله توزیع، بخصوص در مورد کالاهای اساسی، دولت‌ها نیز بمنظور حمایت از مصرف کنندگان وارد این فعالیت شده و یا بطور ارشادی در آن دخالت می‌نمایند. از طرف دیگر مصرف کنندگان نیز برای حمایت خود در مقابل سودجویی واسطه‌گران اقدام به تشکیل واحدهای تعاونی می‌نمایند. لذا

معمولاً در جوامع مختلف هر سه بخش در کنار هم در امر توزیع کالا دست دارند. در نظام توزیع و گردش کالا در کشور ما نیز، سه تشکیلات مهم تعاونی، خصوصی و دولتی نقش داشته و هر کدام در جایگاه خود اهمیت خاصی برخوردارند.

شبکه توزیع خصوصی که طی سالیان متمادی توزیع کالا را در کشور بعهده داشته در دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی فعالیت می‌نماید. بر طبق آمار، نرخ رشد این شبکه در فاصله سالهای ۷۰-۱۳۵۵ در دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی بترتیب برابر با ۴۱/۱ و ۱۲۱/۹ درصد بوده است.

افزایش تعداد عمده‌فروشی‌ها و خرده‌فروشی‌ها در این شبکه باعث کاهش حجم فروش هر یک از آنها گردیده لذا برای تامین هزینه فعالیت، هر یک مجبور به افزایش صوری قیمت گردیده‌اند. از طرف دیگر افزایش واسطه‌ها در شبکه توزیع به شکل تجار بزرگ، عمده‌فروش، واسطه، دلال و خرده‌فروش - که با هدف کسب سود وارد شده‌اند - و افزایش درصدی به قیمت کالا توسط هر یک از آنها، موجب افزایش قیمت نهایی کالا شده است.

فعالیت‌های بخش دولتی در بازرگانی داخلی، طی سالهای قبل از انقلاب به صورت سیاستگزاری، تعیین خط مشی، مداخله برای تعدیل قیمت‌ها و کمک به بهبود توزیع کالا بود لذا دولت نقش ارشادی را در این زمینه بازی می‌کرد و در برخی موارد نظیر غلات، قند، شکر و گوشت مستقیماً اقدام به واردات می‌نمود. پس از انقلاب، کاهش صدور نفت، تحریم اقتصادی و جنگ تحمیلی منجر به افزایش سریع قیمت‌ها و تورم گردید در نتیجه دولت برای حمایت از اقشار کم درآمد، به منظور تثبیت قیمت کالا و توزیع عادلانه آن مجبور به دخالت در توزیع کالا گردید و در دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی فعالیت خود را

تعاونیه‌های تامین نیاز مصرف کنندگان شامل انواع شرکتهای تعاونی مصرف و شرکتهای تعاونی تهیه و توزیع کالا نیز اجناس مورد نیاز اعضاء خود را بدون واسطه از تولیدکنندگان یا اتحادیه‌های تعاونی مصرف خریداری می‌نمایند. این تعاونیها تعداد حلقه‌های واسطه در امر توزیع کالا را کاهش داده و سود اندکی را برای خود در نظر می‌گیرند لذا علی‌رغم تعداد اندک آنها نسبت به مراکز دیگر خرید و فروش کالا، در حال حاضر شبکه توزیع نسبتاً مطلوبی در کشور محسوب می‌گردند.

تعاونیه‌های تامین نیاز تولید کنندگان و تعاونیه‌های تامین نیاز مصرف کنندگان می‌باشد. شرکتهای تعاونی تامین نیاز تولید کنندگان به کار تامین و توزیع مواد اولیه و وسایل مورد نیاز صنایع و حرفه‌های تولیدی اشتغال دارند. شرکتهای فوق صاحبان حرف را در تهیه مواد مورد نیازشان به قیمت مناسب از طریق حذف سودهای انحصاری و احتکاری و واسطه‌ها و بدست گرفتن فعالیت‌های توزیعی، یاری می‌دهند.

تعاونیه‌های تامین نیاز مصرف کنندگان شامل انواع شرکتهای تعاونی مصرف و شرکتهای تعاونی تهیه و توزیع کالا نیز اجناس مورد نیاز اعضاء خود را بدون واسطه از تولیدکنندگان یا اتحادیه‌های تعاونی مصرف خریداری می‌نمایند. این تعاونیها تعداد حلقه‌های واسطه در امر توزیع کالا را کاهش داده و سود اندکی را برای خود در نظر می‌گیرند لذا علی‌رغم تعداد اندک آنها نسبت به مراکز دیگر خرید و فروش کالا، در حال حاضر شبکه توزیع نسبتاً مطلوبی در کشور محسوب می‌گردند.

شبکه تعاونی روستائی نیز در زمینه خرید مازاد محصولات کشاورزی و همچنین توزیع کالاهای مصرفی مورد نیاز روستائیان جایگاه ویژه‌ای داشته است. این تعاونیها مازاد محصولاتی از قبیل جو، گندم، پنبه(وش) و حبوبات را به نرخ تضمین شده از روستائیان خریداری کرده و به دولت تحویل می‌دهند.

اتحادیه‌های تعاونی نقش عمده فروشی کالا را در شبکه توزیع تعاونی بعهده دارند. این اتحادیه‌ها، کالاهای خریداری شده را تا



اسلامی در روستاها بطور گسترده ایجاد گردیده بود. اما در سطح شهرها تعدادشان محدود بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی و تعیین جایگاه تعاون در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و بخصوص با شروع جنگ تحمیلی، اهمیت آن بیش از پیش برای مردم محرز گردید. تجربه چند سال اخیر نشان داد که شبکه توزیع تعاونی باکوتاه کردن دست واسطه‌ها، کالا را مستقیماً از تولید به مصرف هدایت می‌نماید. آمار تعداد شرکتهای تعاونی مصرف و اتحادیه‌های آنها نشان دهنده رشد سریع این نوع تعاونیها طی دوره پس از انقلاب اسلامی می‌باشد. شبکه توزیع تعاونی کشور متشکل از شرکتهای تعاونی مصرف، شرکتهای تعاونی توزیع و اتحادیه‌های آنها می‌باشد که در دو بخش شهری و روستائی فعالیت می‌کنند.

شبکه تعاونی شهری توزیع کالا، شامل

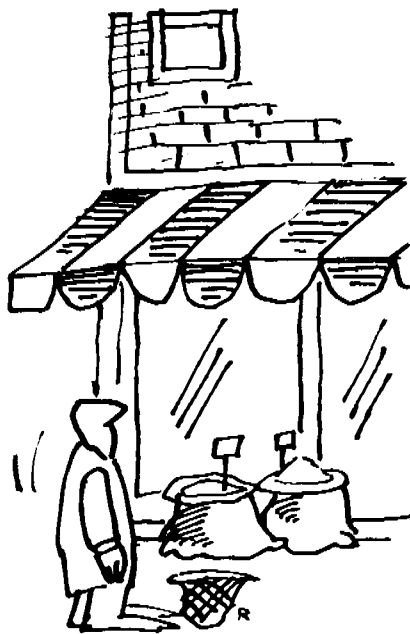
آغاز نمود. به عبارت دیگر در این دوره دولت بجای سیاستگذاری و ایفای نقش سیاستگذاری در امر توزیع، نقش اجرایی بخود گرفت و با قراردادن سهمیه برای برخی از کالاهای اساسی، این کالاها را از طریق کوپن در اختیار مردم قرار داد و از طرف دیگر برای حمایت از مصرف کننده و تولید کننده یارانه هائی نیز برای برخی کالا پرداخت نمود. با توجه به یارانه‌های پرداختی دولت بابت تفاوت قیمت خرید و فروش کالا، دخالت دولت در امر بازرگانی داخلی مستلزم صرف هزینه‌های زیادی است که بر بودجه عمومی دولت تحمیل می‌شود.

تعاونیها جزء سوم شبکه توزیع را تشکیل می‌دهند که در کشور ما سابقه طولانی داشته و به منظور رفع نیاز مشترک و حفظ قدرت خرید اعضاء تشکیل گردیده‌اند. این شبکه تا قبل از انقلاب

روشهای مناسب جهت کاهش هزینه ضروریترین نیازهای اقشار محروم جامعه محسوب می‌گردد.

۴- آموزش رایگان برای اشتغال و ارائه تسهیلات مربوط به زمینه‌های اشتغال وزارت تعاون به منظور فراهم نمودن زمینه اشتغال بکار افرادی که فاقد مهارت خاصی می‌باشند طرح «آموزش، تعاون، اشتغال» را به مرحله اجرا در آورده است. هدف از اجرای این طرح ارائه آموزشهای کاربردی و تخصصی برای افراد بیکار جامعه و اشتغال بکار آنها از طریق تشکیل شرکتهای تعاونی می‌باشد. با توجه به اینکه آموزشهای ارائه شده بصورت رایگان می‌باشد، این طرح از بدو اجراء باموفقیت زیادی همراه بوده زیرا فقدان سرمایه و مهارت از مهمترین عوامل مبتلا به افراد بیکار می‌باشد. این طرح با ارائه آموزشهای کاربردی، امکان فعالیت در حرفه دلخواه افراد بیکار را برای آنها فراهم نموده و با جمع‌آوری سرمایه اندک آنهاو تکمیل این سرمایه با اعتبارات دولتی، سرمایه مورد نیاز برای اشتغال بکار بیکاران آموزش دیده را تامین می‌نماید. در این راستا طی سال ۱۳۷۵ بیش از ۱۸۹ دوره تدریس در رشته‌های اصول فن قالببافی، صنایع دستی، اصول فن خیاطی، اصول بافندگی و سایر رشته‌های صنایع دستی برگزار گردیده است.

بنظر می‌رسد در رابطه با این بند از لایحه فقرزدایی نیز بخش تعاون می‌تواند با متنوع ساختن آموزشهای تخصصی نقش مهمی را ایفا نماید که البته این امر مستلزم حمایتهای مالی و تجهیز امکانات مورد نیاز این بخش از سوی دولت می‌باشد تا بتواند آموزشهای لازم را در سطح گسترده و باحجم مورد نیاز کشور ارائه نماید.



نسبت ۱۰۴ است. نسبت واحدهای خرده فروشی موجود در بخش خصوصی به خانوارهای شهری ۱ به ۱۰ می‌باشد در حالی که نسبت تعاونیها به خانوارهای تحت پوشش بطور متوسط ۱ به ۷۵۴ است. به عبارت دیگر هر ۱۰ خانوار شهری در ازای خرید از خرده‌فروشان بخش خصوصی می‌بایست هزینه، مالیات و سود یک واحد خرده فروشی را تامین نمایند در صورتی که این نسبت برای خریداران از شرکتهای تعاونی ۷۵۴ خانوار برای هر شرکت می‌باشد. مضافاً اینکه هزینه و سود در شرکتهای تعاونی بسیار نازکتر از بخش خصوصی بوده و اساساً قابل قیاس نیست. عوامل فوق امکان پایین‌تر بودن سطح قیمت‌ها در شرکتهای تعاونی را نسبت به خرده فروشیهای بخش خصوصی فراهم نموده است. تحقیقات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که قیمت اقلام عرضه شده در شرکتهای تعاونی مصرف بطور متوسط بین ۴ تا ۲۸ درصد پایین‌تر از قیمت کالاهای مشابه در فروشگاهها و خرده فروشی‌های سطح شهر می‌باشد. بنابراین بطور خلاصه می‌توان گفت که تاسیس شرکتهای تعاونی مصرف یکی از

زمان فروش در انبار نگهداری می‌کنند و با جلوگیری از جابجا شدن غیرضروری، هزینه حمل و نقل و ضایعات محصول تقلیل می‌یابد. باتوجه به مشخص بودن محل عرضه کالا، خرده فروشی‌ها که همان شرکتهای تعاونی می‌باشند بدون صرف وقت و با کمترین هزینه، کالا را از اتحادیه خریداری می‌نمایند. به علت عدم وجود عامل سودجوئی در فعالیت اتحادیه‌ها، کالاها با کمترین هزینه بسته بندی گردیده و با حداقل تبلیغات به دست مصرف کننده می‌رسد.

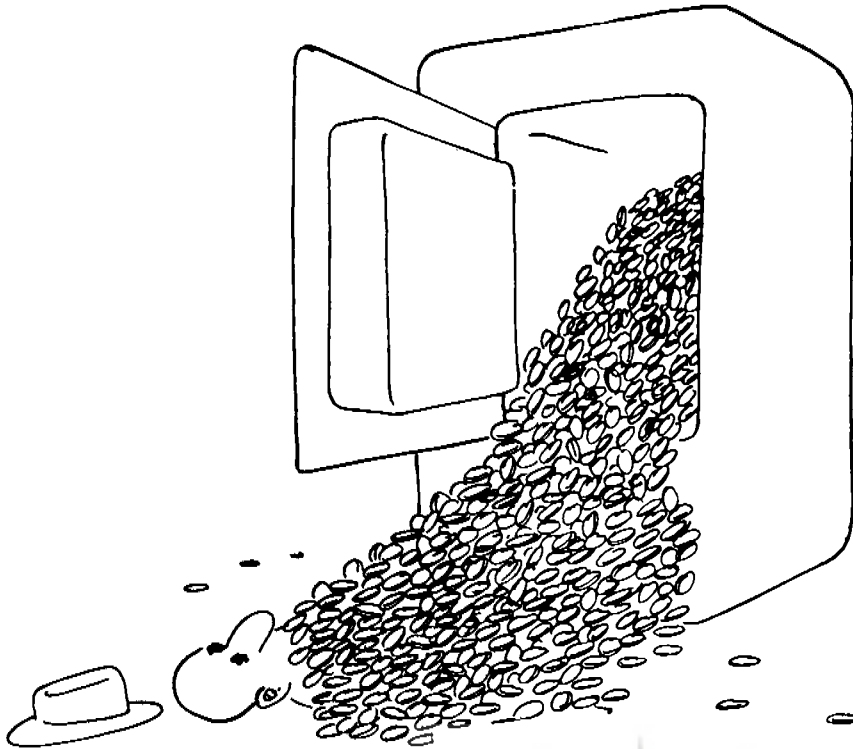
از مهمترین ویژگیهای تعاونیهای مصرف می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:
الف - قیمت: در شرکتهای تعاونی معمولاً قیمت بر اساس هزینه تمام شده تعیین می‌گردد زیرا هدف کسب سود مطرح نیست.

ب - محدودیت سود: هدف شرکتهای تعاونی مصرف، ایجاد بازار مصرفی یکپارچه و وسیعی است که حاکم بر جریان تولید تا مصرف باشد نه کسب سود به همین جهت این شرکتهای از حداقل مقدار سود برخوردارند.

ج - رقابت: در اقتصاد تعاونی از شرایط ایجاد رقابت تنها به منظور استقرار قیمت عادلانه استفاده می‌شود.

د - مراحل توزیع: برخلاف بخش خصوصی که به علت وجود سودجوئی، یک شبکه توزیع از تعداد زیادی واسطه تشکیل می‌گردد در بخش تعاونی، کالا پس از مراحل محدودی بدست مصرف کننده می‌رسد.

نسبت واحدهای عمده فروشی به خرده‌فروشی در بخش خصوصی ۱ به ۲۵ بوده که این نسبت در تعاونیهای مصرف ۱ به ۱۰۴ می‌باشد. بر این اساس هر ۲۵ خرده فروشی در بخش خصوصی باید هزینه، مالیات و سود یک عمده فروشی را تامین نماید در حالی که در بخش تعاونی این



اکنون که دولت با فراغ بال بیشتری در جهت حمایت جدی از اقشار محروم جامعه (یکی از اهداف اولیه انقلاب اسلامی بوده برآمده، یکی از مهمترین مسائلی که مطرح می‌گردد «انتخاب» ابزار و یا اهرمهایی است که دولت باید برای رسیدن به این هدف مهم بکار گیرد. در حقیقت نوع ابزار و یا روشی که در جهت رسیدن به هدف رفع فقر و محرومیت از جامعه بکار گرفته می‌شود، تاثیر غیرقابل انکاری بر موفقیت و یا عدم موفقیت در دستیابی به هدف مذکور دارد. برای رفع محرومیت از جامعه روشهای متفاوتی وجود دارد که دو روش از بقیه روشها بارزتر می‌باشند:

۱- روش پرداخت یارانه بر روی کالاهای اساسی.

۲- یاری نمودن اقشار محروم در جهت ایجاد یک منبع مستقل تأمین درآمد قابل اتکاء.

اصولاً روش پرداخت یارانه، با توجه به نظریه‌های اقتصادی، یک سیاست کوتاه مدت است در حالی که متأسفانه در برخی از کشورهای در حال توسعه طی مدت مدیدی مورد استفاده قرار گرفته است.

استفاده از این روش فشارهای زیادی را بر دولت و بودجه کشور تحمیل نموده و امکان سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی و در نتیجه فراهم نمودن زمینه مناسب برای رشد و توسعه کشور را به شدت کاهش داده و روند رشد و توسعه را کند می‌سازد. ضمن اینکه در این روش کلیه مصرف‌کنندگان اعم از محروم و غیر محروم، از یارانه پرداختی منتفع گردیده و معمولاً هدف اصلی را که توجه به اقشار محروم جامعه می‌باشد برآورد نمی‌سازد. بنابراین بنظر نمی‌رسد که این روش یک شیوه منطقی برای دستیابی به هدف رفع محرومیت بخصوص در بلند مدت باشد.

در روش دوم مبنای کار بر این است که

زیربنایی، می‌تواند ضمن محو فقر و محرومیت در جامعه روند شکوفایی و توسعه کشور را سرعت بخشد. در این رابطه با توجه به آنچه قبلاً ذکر شد بخش تعاون می‌تواند بعنوان یک اهرم مهم نقش اساسی ایفا نماید که این امر مستلزم توجه بیشتر به این بخش از طریق ترویج فرهنگ تعاون و همچنین برنامه ریزی لازم جهت سوق دادن امکانات بطرف بخش تعاونی می‌باشد.

منابع و مأخذ:

- ۱- مرکز آمار ایران، سالنامه آماری سال ۱۳۷۲، تهران ۱۳۷۴.
- ۲- حمیدرضا اشرف زاده، علی عسگری، نرسنگ ابوالحسنی، «بررسی نقش تعاونیها در توزیع کالا»، مؤسسه مطالعاتی و پژوهشهای بازرگانی، اردیبهشت ۱۳۷۰.
- ۳- وزارت تعاون، معاونت امور تعاونیها، گزارش وضعیت تعاونی‌های سراسر کشور از ابتدا تا ۷۵/۹/۳۰، دفتر امور اقتصادی و برنامه ریزی، بهمن ماه ۱۳۷۵.
- ۴- مجلس شورای اسلامی، لایحه فقرزدایی در کشور جمهوری اسلامی ایران، تهران ۱۳۷۵.

برای آن دسته از محرومانی که قدرت کارکردن دارند ولی بنا به دلایل مختلفی بیکارند (و عمده‌ترین علت فقر و محرومیت آنها نیز همین بیکاری و یا بیکاری پنهان است) کار فراهم نموده و نهایتاً برای افراد محرومی که توان انجام کار ندارند از طریق بیمه‌های تأمین اجتماعی و سایر سازمانهای مشابه، پوشش حمایتی لازم را فراهم نمود. همچنین برای دسته سوم یعنی افرادی که تشاغلند اما از حقوق و دستمزد کافی متناسب با هزینه‌های روزمره برخوردار نیستند نیز می‌توان با فراهم نمودن امکاناتی نظیر کمک در تأمین مسکن و یا ارائه کالاهای و خدمات مورد نیاز آنها با حداقل سود، تا اندازه زیادی تعادل نسبی در هزینه و درآمد آنها ایجاد نمود.

اتخاذ این روش نه تنها برای دولت هزینه زیادی در بر ندارد (نسبت به روش اول) بلکه در بلند مدت موجب کاهش بیکاری و افزایش تولید گردیده و در کنار مجال دادن به دولت در استفاده از بودجه کشور به منظور انجام سرمایه‌گذاری‌های