

بررسی راهکارهای فرهنگی توسعه بخش تعاون

رضا وفایی یگانه*

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۲/۲۳

تاریخ تأیید مقاله: ۹۲/۱۱/۲۶

چکیده

این مطالعه به بررسی راهکارهای فرهنگی ارتقای بخش تعاونی می‌پردازد و در آن از روش تحلیلی و توصیفی استفاده شده است. برای این منظور نخست ارزش‌ها و اصول تعاونی و اهداف بخش تعاونی مورد بررسی قرار گرفتند و سپس مهم‌ترین راهکارهای فرهنگی توسعه آن عنوان شد. بر اساس نتایج این مطالعه، اصلاح قوانین جهت عدم دخالت دولت در حوزه مدیریتی تعاونی‌ها، ایجاد انگیزه برای ورود نخبگان به این بخش، ارائه آموزش‌های لازم برای معرفی توانمندی‌های بخش تعاون، فعال شدن نهادهای فرهنگی برای ترویج و توسعه بخش تعاونی، پایبندی اعضا به اصول تعاونی، برپایی نمایشگاه‌هایی در زمینه دستاوردهای تعاونی‌ها، معرفی تعاونی‌های برتر و استفاده از تجربیات بین‌المللی، مهم‌ترین عوامل فرهنگی برای توسعه بخش تعاونی است.

واژگان کلیدی: تعاونی، فرهنگ، اقتصاد.

۱. مقدمه

بخش تعاون با داشتن جنبه اختیاری و با تأکید بر گسترش دانش، تشویق به بحث و انتقاد، اعتمادسازی، برقراری مساوات، نظارت و ایجاد حداکثر اطمینان، شیوه‌ای است که می‌تواند در روند توسعه به برقراری عدالت اجتماعی و کاهش میزان محرومیت، به ویژه در طبقات فقیر جامعه منجر شود. لذا تعاون و توسعه آن را می‌توان دارای جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشورها و توسعه آنها دانست. با این حال، در عمل، توسعه کمی و کیفی شرکتهای تعاونی با موانع و معضلاتی مواجه بوده است. (قنبری و همکاران، ۱۳۷۹: ۸۹)

بررسی تاریخ زندگی انسان، حاکی از وجود گرایش فطری به همکاری و تعاون برای رفع نیازهای اساسی و تأمین زندگی سالم اجتماعی است. در واقع؛ تعاون به مفهوم همکاری و همیاری، بخشی از فرهنگ ملت‌هاست. برای گسترش فرهنگ تعاون در سطوح مختلف جامعه، راهکارهای متعدد و متنوع آموزشی و ترویجی پیشنهاد شده است. اما برای نفوذ ریشه‌های فرهنگ تعاون در ساختار اجتماعی هر جامعه، شرکتهای تعاونی با عملکرد مبتنی بر اصول و ضوابط فلسفه تعاون، بهترین کانون و منبع خواهند بود. در هر صورت، زمانی که هدف، ارتقای فرهنگ تعاون باشد، باید به راهکارهایی اندیشید که بتوانند اندیشه، مکتب یا نهضت را به عنوان یک ارزش در فرهنگ ملی نهادینه کنند.

در شرایط کنونی که توجه صاحب‌نظران، دولتمردان و جامعه‌شناسان به دولت کوچک‌تر است، اقتصاد تعاونی به دلایل مردمی بودن و دارا بودن نظام نظارتی قوی مردمی و هرم قدرت از پایین به بالا، در مفهومی دقیق‌تر و گسترده‌تر می‌تواند جایگاه ویژه‌ای در این رویکرد داشته باشد و به همراه بخش خصوصی، با تأکید بر ابعاد اقتصادی-اجتماعی اهداف خود، در توسعه اجتماعی نقشی اساسی داشته باشد.

امروزه اکثر جامعه‌شناسان و اقتصاددانان، وجود نابرابری‌های فزاینده اقتصادی-اجتماعی را در جوامع، ناشی از نبود مشارکت کافی مردم در فرایند رشد و توسعه اقتصادی می‌دانند. این در حالی است که اگر مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از منابع، از طریق دخالت آنها در برنامه‌ریزی، سازماندهی و اجرای طرحهای توسعه بیشتر شود، این نابرابری‌ها کاهش خواهد یافت. تشکل‌های تعاونی به منزله نهادهای مردمی، عامل تشویق مشارکت مردم و دخالت آنان در فعالیتهای اقتصادی-اجتماعی است. (موحدی نائینی، ۱۳۸۴)

یکی از دلایل اصلی نهادینه نشدن تشکل‌های تعاونی در سطح جامعه، بی‌توجهی



به فرهنگ‌سازی در این زمینه و نوع نگرش عمومی نسبت به تعاون و تعاونی‌هاست. به دیگر سخن؛ عدم اشاعه فرهنگ تعاون از یک سو و نگرش صرف اقتصادی به تشکل‌های تعاونی از سوی دیگر، از مشکلات اصلی تعاونی‌ها در استقرار جایگاه اصلی خود هستند. تا زمانی که بستر برای فرهنگ‌سازی و ایجاد باورهای تعاونی واقعی و موجبات تغییر در نگرش‌های مردم به تعاون فراهم نباشد، استقبال از ایجاد تشکل‌های تعاونی و مشارکت در این امر کمتر خواهد بود.

مقاله حاضر ضمن بررسی اصول و ارزش‌های تعاونی، مهم‌ترین موانع فرهنگی رشد تعاونی‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد.

۲. تعریف تعاونی

تعاونی‌ها، اجتماع مستقل اشخاصی است که به منظور تأمین نیازها و هدف‌های مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود، از راه اداره و نظارت دموکراتیک مؤسسه‌ای با مالکیت مشاع، با همدیگر به صورت اختیاری توافق کرده‌اند.

۳. ارزش‌ها و اصول تعاونی

اصول و ارزش‌های تعاونی، رهنمودهایی است که طبق آن، تعاونی‌ها تحقق ارزش‌ها را عملی می‌سازند که بر اساس بازنگری اتحادیه بین‌المللی تعاون (۱۹۹۵) به قرارذیل می‌باشند:

الف) ارزش‌ها

تعاونی‌ها بر اساس ارزش‌های خودیاری، خودمسئولیتی، دموکراسی، عدالت، انصاف و همبستگی بنا می‌شوند و در عرف بنیانگذاران آن، اعضای تعاونی رفتاری منطبق با ارزش‌های شرافت، گشاده‌رویی، مسئولیت اجتماعی و کمک به دیگران دارند.

ب) اصول

اصول تعاونی، دستورالعمل‌هایی است که قصد دارند ارزش‌های مزبور را به منصفه عمل درآورند.

اصل اول؛ عضویت اختیاری و آزاد

تعاونی‌ها سازمان‌هایی اختیاری هستند و عضویت در آنها برای تمام افرادی که

بتوانند از خدمات آنها استفاده کنند و مسئولیت‌های ناشی از عضویت را بپذیرند، بدون تبعیضات جنسی، اجتماعی، نژادی، سیاسی یا مذهبی؛ آزاد است.

اصل دوم: کنترل دموکراتیک توسط اعضا

تعاونی‌ها سازمان‌هایی دموکراتیک هستند و توسط اعضای خود که فعالانه در سیاستگذاری و اتخاذ تصمیمات مشارکت می‌کنند، کنترل می‌شوند. مردان و زنانی که به عنوان نمایندگان منتخب خدمت می‌کنند، در مقابل اعضا مسئولند. در تعاونی‌های سطح اولیه (شرکتهای تعاونی)، اعضا از حق رأی مساوی برخوردارند (یک عضو، یک رأی) و همچنین، تعاونی‌ها در سطوح دیگر به شکلی دموکراتیک سازمان می‌یابند.

اصل سوم: مشارکت اقتصادی اعضا

اعضا به طور منصفانه و با کنترل دموکراتیک، سرمایه تعاونی خود را تأمین می‌کنند. آنها معمولاً متناسب با سرمایه پرداخت شده خود، که یکی از شرایط عضویت می‌باشد، سود محدودی در صورت وجود دریافت می‌دارند. اعضا؛ مازاد درآمد را برای تأمین هر یک از مقاصد زیر اختصاص می‌دهند: توسعه تعاونی خود (حتی‌المقدور از طریق تخصیص ذخایری که حداقل قسمتی از آن غیرقابل تقسیم می‌باشد)، برخورداری اعضا به نسبت معاملات هر یک از آنها با تعاونی و حمایت از سایر فعالیت‌هایی که به تصویب اعضا رسیده است.

اصل چهارم: خودگردانی و عدم وابستگی

تعاونی‌ها سازمان‌هایی خودگردان و خودپار هستند که توسط اعضا کنترل می‌شوند. اگر آنها با سایر سازمان‌ها از جمله دستگاه‌های دولتی موافقت‌نامه‌ای امضا کنند یا از منابع دیگر، سرمایه تأمین نمایند، این کار را آزاد و به شرطی انجام می‌دهند که متضمن کنترل دموکراتیک توسط اعضا و حافظ خودگردانی تعاونی باشد.

اصل پنجم: آموزش، کارورزی و اطلاع‌رسانی

تعاونی‌ها برای اعضا، نمایندگان منتخب، مدیران و کارکنان خود، آموزش و کارورزی فراهم می‌آورند؛ به طوری که آنها بتوانند به نحو مؤثر به پیشرفت تعاونی خود کمک نمایند. آنها عموم مردم به خصوص افراد جوان و رهبران افکار عمومی را نسبت به ماهیت و فواید تعاونی مطلع می‌سازند.



اصل ششم؛ همکاری بین تعاونی‌ها

تعاونی‌ها از طریق همکاری با یکدیگر در سازمان‌های محلی، ملی، منطقه و بین‌المللی، به اعضای خود به مؤثرترین طریق خدمت کرده و نهضت تعاونی را تقویت می‌کنند.

اصل هفتم؛ توجه به جامعه

تعاونی‌ها با تصویب سیاست‌ها توسط اعضا برای توسعه پایدار جوامع خود فعالیت می‌کنند. (طالب، ۱۳۷۶: ۱۰۸)

۴. اهداف بخش تعاونی

بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است و بخش تعاونی، شامل شرکت‌ها و مؤسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود. بر این اساس و با توجه به ظرفیت‌های بخش تعاونی، در ماده ۱ قانون بخش تعاون، مصوب سال ۱۳۷۰، اهداف ذیل برای بخش تعاونی در نظر گرفته شده است:

- ایجاد و تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل.
- قرار دادن وسایل کار در اختیار کسانی که قادر به کارند، ولی وسایل کار ندارند.
- پیشگیری از تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص جهت تحقق عدالت اجتماعی.

- جلوگیری از کارفرمای مطلق شدن دولت.
- قرار گرفتن مدیریت سرمایه و منافع حاصله در اختیار نیروی کار و تشویق بهره‌برداری مستقیم از حاصل کار خود.
- پیشگیری از انحصار، احتکار، تورم و اضرار به غیر.
- توسعه و تحکیم مشارکت و تعاون عمومی بین همه مردم.

۵. نظام اقتصاد تعاونی

از دید اقتصاد تعاونی؛ سرمایه عقیم نیست، بلکه در تولید نقش دارد. این نظام به دنبال ترفیع جایگاه انسان و تنزل جایگاه سرمایه است. اندیشه‌وران اقتصاد تعاونی، باور دارند که سرمایه باید در خدمت انسان باشد. متناسب با این نوع نگاه، انسان و نیروی کار باید مالک منابع تولیدی و محصول تولیدی، مدیر فرایند تولیدی، متناسب با توان و



تخصص خود بهره‌مند از دستمزد ثابت و متناسب با میزان سهم مالکیت منابع تولیدی، از سهم سود بهره‌مند شود. سرمایه نیز به تناسب نقش خود، از درآمد مناسبی بهره می‌برد. برای تحقق و تثبیت چنین جایگاهی برای انسان در برابر سرمایه و سرمایه‌داری، باید از سرمایه عظیم اجتماعی که در قالب اتحاد و رفتار انسانی تبلور می‌یابد و اقتصاد تعاونی را سامان می‌دهد، استفاده کرد. تبیین ویژگی‌های این اقتصاد با عنصرهای هشت‌گانه ذیل، ویژگی‌ها و امتیازهای اقتصاد تعاونی را روشن می‌کند:

• هدف فعالان اقتصادی، رفع نیازهای خود و دگرخواهی، توسعه مالکیت و ترفیع شأن انسان است؛

• مالکیت در اقتصاد تعاونی، مشاعی و محدود است. در صورتی که سرمایه برخی از آنها نسبت به دیگران بیشتر باشد، این امر برای آنها حق مدیریت بیشتری پدید نمی‌آورد؛

• جایگاه سرمایه تنزل یافته و میزان آن هیچ نقشی در مدیریت ندارد، اما جایگاه انسان ترفیع می‌یابد و در مدیریت نقش اساسی دارد؛

• تعاون، اصل رفتاری حاکم بر اقتصاد تعاونی است و رقابت به شکل داروینستی آن، هیچ جایگاهی در آن ندارد؛ البته، رقابت مسئولانه بلامانع است؛

• در اقتصاد تعاونی، انحصار شکل نمی‌گیرد؛ چون این اقتصاد در هنگام اجرا و عمل، تابع اصولی است که پیگیری آن اصول، همراه با ضمانت اجرایی و قانونی است که مانع وقوع انحصار می‌شود؛

• فعالان اقتصاد تعاونی، ضمن بهره‌مندی از حق آزادی، در برابر دیگران مسئولیت‌های اقتصادی و اجتماعی دارند؛

• فعالان اقتصاد تعاونی، قیمت تولیدات را با رعایت مسئولیت‌های خود و نیز با مراعات ارزش‌های اخلاقی، به سازوکار عرضه و تقاضای بازار وامی‌گذارند؛

• استقلال و عدم وابستگی حتی به دولت؛ این امر باعث خلاقیت و ابتکار همه نیروهای کار می‌شود و به معنای واقعی اقتصاد به دست مردم سپرده می‌شود.

برای تحقق اقتصاد تعاونی با ویژگی‌های پیش‌گفته، باید اصولی تأسیس و در فعالیت‌های اقتصادی مراعات شود. این اصول در ادامه بیان می‌شوند:

اصول اجرایی نظام اقتصاد تعاونی: از آنجا که اقتصاد تعاونی برای ترفیع جایگاه انسان در برابر اقتصاد سرمایه‌داری است، باید اصول بین‌المللی مورد اشاره، در فعالیت‌های

اقتصادی رعایت شود تا این جایگاه محقق و در فرایند اقتصادی محفوظ بماند.

۶. فرهنگ و اقتصاد تعاونی

دعوت جامعه به تعاون و تعاون‌گرایی، در واقع؛ رویارو کردن مردم با نوعی تغییر است. برای قبولاندن این تغییر باید از راهکارهای مؤثر «فرهنگ‌سازی» و «تقویت فرهنگ تعاونی» استفاده کرد. تقویت فرهنگ تعاون نیز هنگامی از سوی گروه‌های هدف با استقبال روبه‌رو می‌شود که در عرصه فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی، مزایای مهمی برای آنان به همراه داشته باشد. بر این اساس، زمانی که شرکت‌های تعاونی جایگاه برجسته و ارزشمند در مناسبات اقتصادی-اجتماعی داشته باشند، می‌توانند به صورت الگوی بی‌بدیل در نظر مردم جلوه‌گر شوند. (عباسی، ۱۳۷۷: ۱۴)

موانع و مشکلات عدیده‌ای در جریان فرهنگ‌سازی در زمینه تعاون وجود دارد که یکی از آنها، موانع سیاسی و به عبارتی؛ وجود سازمان‌هایی است که قدرت را در جامعه توزیع می‌کنند. مانع عمده دیگر، مشکلات اقتصادی و معیشتی مردم است. سومین مانع، موانع فرهنگی از جمله باورهای فرهنگی، مانند تقدیر و مشیت‌گرایی و قبول فاصله قدرت است. عوامل فرهنگی می‌توانند منجر به تحریک‌پذیری شوند. چهارمین مانع مربوط به نظام برنامه‌ریزی است. این امر با ساختار اقتصادی و سیاسی هر کشور مرتبط است. (سعیدی و گیوریان، ۱۳۷۹: ۳۱)

برای رفع هر یک از موانع پیش‌گفته، استفاده از راهکارهای عام و کلان و همچنین راهکارهای اختصاصی و ویژه ضروری است. برای مثال، در مورد مسائل فرهنگی تعاون راهکارهای متعددی وجود دارد که یکی از آنها تبلیغات رسانه‌ای است. رسانه‌های جمعی به خصوص رسانه‌های تصویری و دیداری، سینما و تلویزیون می‌توانند در نقش عوامل اصلی و مؤثر در زمینه فرهنگ‌سازی و تقویت فرهنگ عمل کنند و ابزاری مناسب برای بسترسازی روحیه تعاون باشند. (برادری، ۱۳۸۰: ۶۳)

از آنجا که نهاد آموزشی (رسمی و غیر رسمی) مهم‌ترین رکن برنامه‌ریزی و کلیدی‌ترین عنصر فرهنگی در توسعه است و جامعه‌شناسان مکتب کارکردگرایی معتقدند آموزش نقش تداوم بخشیدن به جامعه را بر عهده دارد و امید بقای جامعه را افزایش می‌دهد، این عامل نیز نقش مؤثری در ارتقای فرهنگ تعاون دارد (یزدانی، ۱۳۷۵: ۳۹). دو نوع آموزش می‌تواند در تعاونی‌ها مطرح باشد؛ آموزش تعاون



عمومی برای اعضای که بنا به ضرورت‌های اقتصادی و اجتماعی به سوی تعاونی‌ها کشیده شده‌اند. در این صورت، آموزشها در بر گیرنده موضوعاتی چون: فلسفه و حقوق تعاونی، قوانین و مقررات تعاونی‌ها، اصول تعاون و ترویج تعاون است. دسته دوم، آموزشهای تخصصی در زمینه مسؤلیت‌ها و وظایف مدیران، کارکنان و اعضا در برنامه‌ریزی‌های آموزشی است که برای افراد فعال در تشکیل تعاونی‌ها در نظر گرفته شده است. (عابدینی، ۱۳۸۴: ۶۴)

کارایی و کارآمدی شرکتهای تعاونی، عامل مؤثر دیگری در گسترش فرهنگ تعاون است که سبب حل مشکلات فراروی عملکرد شرکتهای تعاونی و جلوگیری از غیر فعال شدن تعاونی‌های موجود می‌شود و علاوه بر آن، بر سهم فعالیت شرکتهای تعاونی در مجموعه اقتصاد کشور خواهد افزود. (صالحی، ۱۳۸۲: ۱۷)

عامل دیگر در این باره، ترویج تعاون است که برای توسعه تعاونی‌ها از اصل مشارکت تشویق و برانگیختن مردم جهت پیوستن به تعاونی‌ها یاری می‌گیرد. ترویج تعاون و فرهنگ توسعه در تعاونی‌ها نقش مؤثری ایفا می‌کند. (همان: ۱۸)

مشارکت موجب شناخت بهتر مردم و افزایش آگاهی آنها از تعاونی‌ها می‌شود. لذا در گسترش و ساختار شرکتهای تعاونی بر ارزشهایی چون: خودیاری، دموکراسی، برابری، عدالت و همبستگی تأکید شده است. اعضای تعاونی به ارزش‌های اخلاقی نظیر صداقت، آزاداندیشی، مسئولیت‌پذیری و احترام رأی پایبند می‌باشند.



۷. موانع فرهنگی موجود در راه توسعه تعاونی‌ها

مهم‌ترین موانع عبارتند از:

الف) عدم توجه کافی به موضوع آموزش در تعاونی‌ها

با توجه به اینکه آموزش در بخش تعاونی از اصول اساسی است و سرمایه‌های انسانی، مهم‌ترین سرمایه در بخش تعاونی به حساب می‌آیند، از این رو لازم است برنامه‌ریزی دقیقی برای ساماندهی این موضوع در بخش تعاونی صورت گیرد. البته در ماده ۲۵ قانون بخش تعاون، مصوب ۱۳۷۰، به این موضوع اشاره شده، اما فرایند اجرای آن چندان مطلوب نبوده است. از این رو، لازم است که تشکیلات بخش تعاون، خود متولی توسعه آموزش در بخش تعاون و تقویت سرمایه‌های انسانی شوند.

ب) دخالت دولت در فرایند مدیریتی تعاونی‌ها

تأکید زیاد بر حمایت‌های مالی در گذشته جهت تشکیل تعاونی، موجب توجیه دخالت بیش از حد دولت بر فرایند مدیریتی تعاونی‌ها شده بود. دخالت‌های ایجاد شده از طرق مختلف از جمله صدور مجوز و نظارت بر فرایند انتخاب تعاونی‌ها و... نمود پیدا کرده است. دخالت‌های مذکور موجب بالا رفتن هزینه مبادله در فعالیت تعاونی‌ها شده، انگیزه فعالان اقتصادی در این بخش را کاهش داده است. گفتنی است که بر اساس ماده ۹ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، دولت موظف به اعمال نقش حاکمیتی در قالب امور سیاست‌گذاری و نظارت بر اجرای قوانین موضوعه و پرهیز از مداخله در امور اجرایی و مدیریتی تعاونی‌هاست.

ج) دولتی تصور کردن تعاونی‌ها

تأکید بیش از حد بر ارائه مشوق‌های مالی برای تشکیل تعاونی، تصور نادرست دولتی فرض کردن تعاونی‌ها را در جامعه القا کرده و باعث شده است که کمتر برای عموم مردم، ظرفیت‌های اصلی بخش تعاونی کاملاً مشخص باشد.

د) داشتن نگرش صرف اقتصادی به شرکتهای تعاونی

توسعه بخش تعاونی با تقویت سرمایه‌های اجتماعی در جامعه، موجب تقویت همبستگی در بین مردم، تقویت نودوستی، توسعه مشارکت مردم در جامعه و... می‌شود و دامنه اثرات آن صرفاً اقتصادی نیست. از این رو، داشتن نگاه صرف اقتصادی به بخش تعاونی موجب نادیده گرفتن پتانسیل‌های این بخش در جریان توسعه جامعه می‌شود.

ه) عدم امکان مطلوب استفاده از نخبگان در مدیریت بخش تعاونی

در قانون بخش تعاونی، محدودیت‌هایی همانند محدودیت دوره زمانی برای استفاده از نخبگان در مشاغل مدیریتی، باعث شده است که انگیزه لازم برای نخبگان جهت فعالیت در این بخش وجود نداشته باشد. لذا نخبگان ترجیح می‌دهند در بخش خصوصی به فعالیت ادامه دهند.

و) عدم استفاده از نهادهای فرهنگی برای ترویج فرهنگ تعاونی

نهادهای فرهنگی همانند صدا و سیما، وزارت آموزش و پرورش، وزارت آموزش عالی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ظرفیت‌های زیادی برای ترویج فرهنگ تعاونی دارند. اما تا امروز در قوانین بخش تعاونی از این ظرفیت‌ها استفاده مطلوب نشده است. از این



رو، برنامه‌ریزی‌های مختلفی نظیر برگزاری دوره‌های آموزشی، تدوین برنامه‌های درسی با موضوع تعاونی و همکاری با مدارس و دانشگاه‌ها، تدوین و تهیه برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی از تعاونی‌ها، تهیه کتابچه و بروشورهای گوناگون از تعاونی‌ها و مسائل آنها و برگزاری نمایشگاه‌هایی در زمینه دستاوردهای تعاونی‌ها، میزان آگاهی و شناخت مردم را از تعاونی‌ها افزایش داد.

ز) عدم باور واقعی به نقش آفرینی بخش تعاون

بر اساس مفاد سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، سهم بخش تعاونی در اقتصاد باید به ۲۵ درصد برسد و دولت موظف به توانمندسازی این بخش جهت رسیدن به سهم ۲۵ درصدی است. اما اجرای قوانین تا به امروز جدیت لازم را در مسیر توسعه این بخش نداشته است.

ح) عدم پایبندی اعضای تعاونی به اصول تعاونی

تجربه جهانی تعاونی‌های موفق نشان داده است که تعاونی‌های موفق، تعاونی‌هایی بودند که پایبند به اصول جهانی تعاونی بودند. با رعایت کامل این اصول است که سرمایه‌های انسانی جایگاه ویژه خود را یافته و نظارت مستمر و مشارکت فعال اعضای تعاونی انجام می‌گیرد و زمینه‌های آگاهی‌دهی و اطلاع‌رسانی به اعضا ایجاد می‌شود. عدم آموزش‌های لازم باعث شده که اعضا، شناخت کافی از اصول تشکیل تعاونی نداشته، فعالیت آنها در این بخش بر اساس این اصول انجام نگیرد.



۸. نتیجه‌گیری

همان‌طور که بیان شد، تعاونی‌ها اجتماع مستقلی از اشخاصی‌اند که به منظور تأمین نیازها و هدف‌های مشترک، از راه اداره و نظارت دموکراتیک مؤسسه‌ای با مالکیت مشاع، با همدیگر به صورت اختیاری فعالیت می‌کنند.

تعاونی‌ها بر اساس ارزش‌های خودیاری، خودمسئولیتی، دموکراسی، عدالت، انصاف و همبستگی بنا می‌شوند و در عرف بنیانگذاران آن، اعضای تعاونی رفتاری منطبق با ارزش‌های شرافت، گشاده‌رویی، مسئولیت اجتماعی و کمک به دیگران دارند.

تعاونی‌ها بر اساس اصولی شکل می‌گیرند که موفقیت آنها منوط به رعایت آنهاست؛ از جمله: عضویت اختیاری و آزاد، کنترل دموکراتیک توسط اعضا، مشارکت اقتصادی



اعضا، خودگردانی و عدم وابستگی، آموزش، کارورزی و اطلاع‌رسانی، همکاری بین تعاونی‌ها و توجه به جامعه.

در نظام جمهوری اسلامی ایران تعاونی‌ها بر اساس اصل قانون اساسی و برای تحقق اهدافی همانند ایجاد اشتغال، جلوگیری از انحصار، جلوگیری از تورّم، تقویت و توسعه فرهنگ تعاون و تحقق عدالت اجتماعی شکل گرفته‌اند.

مهم‌ترین موانع فرهنگی موجود بر سر راه توسعه تعاونی‌ها عبارتند از: عدم توجه کافی به موضوع آموزش در تعاونی‌ها، دخالت دولت در فرایند مدیریتی تعاونی‌ها، دولتی‌سازی تصور کردن تعاونی‌ها، داشتن نگرش صرفاً اقتصادی به شرکت‌های تعاون، عدم امکان استفاده مطلوب از نخبگان در مدیریت بخش تعاونی، عدم استفاده از نهادهای فرهنگی جهت ترویج فرهنگ تعاونی، عدم پایبندی اعضای تعاونی به اصول تعاونی و عدم اعتقاد واقعی به نقش‌آفرینی بخش تعاونی در عرصه اقتصاد.

از این رو، اصلاح قوانین به منظور عدم دخالت دولت در حوزه مدیریتی تعاونی‌ها، ایجاد انگیزه برای ورود نخبگان به این بخش، ارائه آموزش‌های لازم برای معرفی توانمندی‌های بخش تعاون، فعال شدن نهادهای فرهنگی جهت ترویج و توسعه بخش تعاونی، پایبندی اعضا به اصول تعاونی، برپایی نمایشگاه‌هایی در زمینه دستاوردهای تعاونی‌ها، معرفی تعاونی‌های برتر و استفاده از تجربیات بین‌المللی، مهم‌ترین عوامل فرهنگی برای توسعه بخش تعاونی است.

منابع

- برادری، مهرزاد (۱۳۸۰). «مشارکت زنان و مردان در شرکتهای تعاونی مصرف؛ داستانی موفق از مشارکت زنان و مردان در تعاونی‌های مصرف سریلانکا». *ماهنامه تعاون*، دوره جدید، ش ۱۲۱.
- سعیدی، سهیل و حسن، گیوریان (۱۳۷۹). «اجرای عملی مشارکت». *ماهنامه تعاون*، ش ۱۰۸.
- صالحی، نصرت‌الله (۱۳۸۲). «راهکارهای گسترش فرهنگ تعاون». *ماهنامه تعاون*، ش ۱۴۷-۱۴۶.
- طالب، مهدی (۱۳۷۶). *اصول و اندیشه‌های تعاونی*. تهران: دانشگاه تهران.
- عابدینی، علی انصار (۱۳۸۴). «بررسی جایگاه آموزش تعاونی در توسعه منابع انسانی تعاونی‌ها». *مجموعه مقالات کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه*، ج ۲. دانشگاه یزد و وزارت تعاون.
- عباسی، محمدرضا (۱۳۷۹). «فرایند اشاعه تعاون و فرهنگ آن». *ماهنامه تعاون*، ش ۹۶.
- قنبری، محمود و همکاران (۱۳۷۹). *نهیض تعاونی در ایران*. تهران: پایگان.
- کوهی، کمال (۱۳۸۸). «راهکارهای ارتقای فرهنگ تعاون، مطالعه موردی استان آذربایجان». *اقتصاد*

تعاونی، ش ۲۰۳-۲۰۲.

- موحدی نائینی، سید عبدالحمید (۱۳۸۴). «ترویج تعاون و جلب مشارکت مردمی». مجموعه مقالات کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه، ج ۲. دانشگاه یزد و وزارت تعاون.
- یزدانی، عنایت‌الله (۱۳۷۵). «راهبردهای گسترش فرهنگ تأمین اجتماعی در جامعه». ماهنامه تعاون، ش ۵۹.



سال هشتم - شماره ۷۸
زمستان ۱۳۹۲

۱۴۶



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی