

عنوان طرح:

**تبیین و تدوین راهبردهای مؤثر بر مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه
در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران با رویکرد کارآفرینی اجتماعی**

مجری طرح:

پژوهشکده مطالعات و سیاست‌گذاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

مدیر علمی و اجرایی طرح:

دکتر بهروز روستاخیز؛ عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی



تبیین و تدوین راهبردهای مؤثر بر مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه
در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران با رویکرد کارآفرینی اجتماعی

کارفرما: اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران

مجری: پژوهشکده مطالعات و سیاست‌گذاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

مدیر علمی و اجرایی: دکتر بهروز روستاخیز

همکاران: سمیه کاظمی و عبدالطیف کاروانی

ناظر علمی: دکتر سید احمد قاسمی

قرارداد شماره ۴۵۱۴۵/۳۰/۰۲

مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۲۵

چکیده:

تعاونی‌ها، نهادهایی اقتصادی-اجتماعی هستند که به‌منظور ایجاد تأثیرات اجتماعی بر پایه اعتماد مردم به‌عنوان سرمایه‌ای اجتماعی شکل گرفته‌اند. گرچه شکل‌های سنتی تعاون در ایران نیز از دیرباز وجود داشته است، شکل‌گیری تعاونی‌ها از سال ۱۳۰۳ به‌طور قانونی مورد توجه قرار گرفت و در سیری که در قوانین مصوب پیش و پس از انقلاب اسلامی طی کرد، به‌عنوان بخش سوم اقتصاد، در کنار بخش خصوصی و دولتی مطرح شد و تا اندازه‌ای اهمیت یافت که در اغلب اسناد توسعه‌ای کشور، بر ضرورت ارتقاء سهم بخش تعاون در اقتصاد کشور دست‌کم به میزان ۲۵ درصد تأکید شد. قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نیز با اهداف تمرکززدایی، فقرزدایی، بهره‌گیری از مشارکت مردمی و ظرفیت‌های محلی و جلوگیری از رانت، در سال ۱۳۸۹ وارد فاز اجرایی شد. سهم استان تهران از ۱۲۲ تعاونی توسعه و عمران شهرستانی تأسیس‌شده تا سال ۱۴۰۰ تنها یک تعاونی بوده است؛ حال آن‌که با توجه به رشد چشمگیر جمعیت شهرستان‌های تابعه استان تهران در دهه‌های اخیر، تأسیس و فعالیت مؤثر این تعاونی‌ها می‌تواند گامی مؤثر در جهت هدایت ظرفیت‌های انسانی و محلی این استان به‌سمت توسعه پایدار باشد. با توجه به هدف‌گذاری اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران برای این پژوهش و در جهت دستیابی به راهبردهایی برای بهبود مشارکت در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در این استان و کمک به توفیق آن‌ها در تشکیل و تثبیت خاصه با رویکرد کارآفرینی اجتماعی، پژوهش کیفی حاضر با گردآوری داده‌ها از طریق استفاده از مکتوبات، اسناد و داده‌های تجربی موجود یا قابل دسترس و مرتبط، و نیز استفاده از داده‌های شفاهی مستقیم و غیرمستقیم حاصل از گفته‌های ذی‌نفعان و ذی‌مدخلان در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و نیز خبرگان و صاحب‌نظران، و استفاده از داده‌های موجود در منابع خبری و شبکه‌های مجازی، با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون، فرایند زیر را در جهت دستیابی به راهبردهای پیشنهادی پیمود: بررسی تجربیات جهانی در حوزه تعاون و تبیین سیر تحول تعاون در کشورمان؛ مرور ادبیات تجربی پژوهش در داخل و خارج از کشور؛ تأمل بر مفاهیم و رویکردهای نظری بصیرت‌بخش و احصاء مجموعه‌ای از مؤلفه‌های مشترک تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها شامل مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی، حقوقی-سیاسی، سازمانی-مدیریتی، روان‌شناختی، و اقتصادی؛ احصاء وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی کشور و تهران به‌منظور دستیابی به ظرفیت‌ها و فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی آن‌ها و عوامل مؤثر بر موفقیت تنها تعاونی توسعه و عمران شهرستانی استان تهران؛ ارائه راهبردهای پیشنهادی تا حد امکان، عملیاتی و مصداقی مبتنی بر مباحث فوق به‌منظور تقویت عوامل توفیق و رفع موانع موفقیت. در نهایت، راهبردها در پنج گروه زیر پیشنهاد شدند: (یک) راهبردهای فرهنگی-اجتماعی شامل (۱) آموزش و یادگیری مستمر و جمعی؛ (۲) نهادینه‌سازی مشارکت اجتماعی از کودکی؛ (۳) نیازسنجی و ظرفیت‌سنجی فرهنگی-اجتماعی؛ (۴) آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی مخاطب‌محور. (دو) راهبردهای حقوقی-سیاسی شامل (۱) ابهام‌زدایی از قوانین؛ (۲) به‌حد‌اقل‌رساندن وابستگی تعاونی‌ها به سیستم دولتی و به‌ویژه دولت مرکزی؛ (۳) حمایت و آسیب‌سنجی و نظارت بر عملکرد چند تعاونی به‌عنوان پایلوت. (سه) راهبردهای سازمانی-مدیریتی شامل (۱) استفاده از مدیران با تجربه و دانش در حوزه تعاون؛ (۲) بهره‌گیری از مدیران دارای حسن شهرت در منطقه؛ (۳) به‌کارگیری مدیران با انگیزه و آگاه به نیازها و ظرفیت‌های منطقه؛ (۴) شفافیت عملکرد مدیران و حمایت آن‌ها از خلاقیت و نوآوری؛ (۵) مدیریت مشارکتی، شبکه‌سازی و تصمیم‌گیری دموکراتیک. (چهار) راهبردهای روان‌شناختی شامل (۱) حسن شهرت نظام مدیریتی تعاونی؛ (۲) تعامل نزدیک نظام مدیریتی تعاونی با مردم؛ (۳) ویژگی‌های شخصیتی اعتمادساز نظام مدیریتی تعاونی؛ (۴) موفقیت پروژه‌های تعریف‌شده و فعالیت‌های اجراء‌شده توسط تعاونی. (پنج) راهبردهای اقتصادی شامل (۱) اتکاء بر مشارکت مردمی؛ (۲) سرمایه‌گذاری در پروژه‌های تولیدی؛ (۳) بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری سهام‌داران غیرعضو.

واژگان کلیدی: مشارکت مردمی؛ بنیادهای توسعه؛ کارآفرینی اجتماعی؛ تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی؛ استان تهران.

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات پژوهش	۱
۱.۱. مقدمه و بیان مسئله	۲
۲.۱. اهمیت، ضرورت و اهداف پژوهش	۵
۳.۱. پیشینه موضوع	۸
۱.۳.۱. تعاونی‌ها در اروپا و امریکا	۸
۲.۳.۱. تعاونی‌ها در آفریقا	۱۰
۳.۳.۱. تعاونی‌ها در آسیا و اقیانوسیه	۱۱
۴.۳.۱. تعاونی‌ها در ایران	۱۳
۴.۱. روش‌شناسی	۲۱
۱.۴.۱. جامعه مورد مطالعه و شیوه نمونه‌گیری	۲۱
۲.۴.۱. شیوه گردآوری داده‌ها	۲۲
۳.۴.۱. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها	۲۸
۴.۴.۱. شیوه‌های اعتباریابی	۲۹
۵.۱. جمع‌بندی	۳۰
فصل دوم: ادبیات پژوهش	۳۳
۱.۲. مقدمه	۳۴
۲.۲. مروری بر ادبیات تجربی پژوهش	۳۵
۱.۲.۲. ادبیات داخلی	۳۷
۲.۲.۲. ادبیات خارجی	۴۵
۳.۲. مفاهیم و رویکردهای نظری بصیرت‌بخش	۵۵
۱.۳.۲. تعاونی	۵۵
۲.۳.۲. بنیادهای توسعه	۶۴
۳.۳.۲. توسعه اجتماعی	۶۸
۴.۳.۲. مشارکت اجتماعی	۷۱
۵.۳.۲. کارآفرینی اجتماعی	۷۸
۴.۲. جمع‌بندی	۸۴

فصل سوم: یافته‌های پژوهش ۸۹

۱،۳. مقدمه.....	۹۰
۲،۳. وضعیت موجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در کشور.....	۹۰
۱،۲،۳. تجربیاتی از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در کشور.....	۹۳
۳،۳. وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران.....	۱۰۵
۱،۳،۳. نیم‌رخ تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر.....	۱۰۹
۴،۳. ظرفیت‌ها و فرصت‌های تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی.....	۱۱۲
۱،۴،۳. ظرفیت‌ها و فرصت‌های قانونی تسهیل‌گر.....	۱۱۳
۲،۴،۳. نیل به انتفاع عمومی در چهارچوب ظرفیت‌ها و فرصت‌های اقتصادی.....	۱۱۶
۳،۴،۳. شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها.....	۱۲۱
۵،۳. عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی.....	۱۲۲
۱،۵،۳. کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر احصاء و استفاده از ظرفیت‌های محلی.....	۱۲۳
۲،۵،۳. توسل به مدیریت تاب‌آور.....	۱۲۴
۳،۵،۳. تبلیغات کارآمد.....	۱۲۵
۶،۳. چالش‌ها و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی.....	۱۲۶
۱،۶،۳. رویه‌های قانونی دست‌وپاگیر و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها.....	۱۲۷
۲،۶،۳. تعامل نامطلوب و عدم حمایت بایسته ساختارهای دولتی از تعاونی‌ها.....	۱۳۰
۳،۶،۳. دشواری در تأمین مالی فعالیت‌ها.....	۱۳۳
۴،۶،۳. نهادینه‌شدن بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها.....	۱۳۵
۷،۳. راهکارها و پیشنهادها.....	۱۳۷
۱،۷،۳. تیم‌سازی قوی و تمسک به اعضای توانمند و با تجربه و با ویژگی‌های شخصیتی اعتمادساز.....	۱۳۷
۲،۷،۳. ضرورت استفاده از دانش متخصصان و اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری.....	۱۴۰
۳،۷،۳. آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی منطبق با وضعیت تعاونی‌ها.....	۱۴۲

فصل چهارم: بحث و نتیجه‌گیری ۱۴۵

۱،۴. مقدمه.....	۱۴۶
۲،۴. ظرفیت‌ها و فرصت‌های پیش روی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران.....	۱۴۷
۳،۴. عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی.....	۱۴۹
۴،۴. چالش‌ها و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی.....	۱۵۲

- ۵,۴. راهبردهای جلب مشارکت مردمی در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران ۱۵۵.
- ۱,۵,۴. راهبردهای فرهنگی - اجتماعی ۱۵۵.
- ۲,۵,۴. راهبردهای حقوقی - سیاسی ۱۵۷.
- ۳,۵,۴. راهبردهای سازمانی - مدیریتی ۱۵۹.
- ۴,۵,۴. راهبردهای روان‌شناختی ۱۶۰.
- ۵,۵,۴. راهبردهای اقتصادی ۱۶۲.
- ۶,۴. محدودیت‌های پژوهش ۱۶۵.
- ۷,۴. پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده ۱۶۵.
- منابع ۱۶۷.

فصل اول

کلیات پژوهش

۱.۱. مقدمه و بیان مسئله

سرمایه‌داری بازارمحور با انگیزهٔ بیشینه‌سازی سود مادی بر مبنای گسترش حیطهٔ عمل بخش خصوصی، در طی دهه‌های گذشته توانسته است به‌طرز شگفت‌انگیزی در مقام گفتمان غالب قرار گیرد. از دستاوردهای این امر برای جامعهٔ بشری، افزایش تولید کالاها و ارائهٔ خدمات و گسترش فناوری‌های نو بوده است. اما همین گفتمان و نظام‌های اقتصادی برآمده از آن، نابرابری‌های اجتماعی را نیز فزونی بخشیده و مخاطراتی را از جمله برای محیط‌زیست موجب شده است. در برابر دولت‌ها با داعیهٔ عدم‌مداخله‌گری و تسهیل شرایط فعالیت اقتصادی آزاد، عمدتاً دچار نوعی بی‌عملی سیاسی شده‌اند که در برابر منافع عمومی، کوتاه می‌آید. بنابراین، شهروندان جوامع امروزی به‌طرز فزاینده‌ای در معرض ترکیبی مخرب از نیروهای اقتصادی بیشینه‌ساز و دولت‌های بی‌عمل قرار گرفته‌اند؛ تجربهٔ عمومی و ادراک جمعی حاصل از محدودیت‌ها و محرومیت‌های ناشی از وضعیت فوق، در مواردی توانسته است آحاد جامعه را به‌عنوان کنشگران اجتماعی در برابر بازار و دولت، متحد سازد؛ به‌عنوان یک نیروی سوم که شاید بتوان آیندهٔ بشر را وابسته به چگونگی عمل آن دانست (Guttmann, 2020: 34). تعاونی‌ها، بنگاه‌های اجتماعی و نظایر آن‌ها را می‌توان نهادهای اقتصادی-اجتماعی برآمده از چنین تفکری دانست. آن‌چنان‌که از ویژگی‌های نهادهای این‌چنینی، محدودیت‌هایی است که در توزیع سود حاصل از فعالیت‌های اقتصادی‌شان وجود دارد؛ به‌نحوی که افراد هدایت‌کنندهٔ سازمان مربوطه، نمی‌توانند سود حاصله را تصاحب کنند (Mittone & Ploner, 2015: 511). در حقیقت، هدف این سازمان‌ها فقط سودآوری برای صاحبان و سهام‌دارانشان نیست، بلکه ایجاد تأثیر اجتماعی از اهداف مهم آن‌هاست و نقشی حیاتی در اقتصاد اجتماعی دارند. مدیریت این نهادها، باز و دموکراتیک و بر مبنای عدالت اجتماعی است و همهٔ کارمندان، مصرف‌کنندگان و سایر ذی‌نفعان، در مدیریت آن مشارکت دارند. سود این سازمان‌ها نیز برای دستیابی به اهداف اجتماعی‌شان مجدداً در آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌شود (European Commission, 2011).^۱

اگرچه گفتمان قدرت در طی این سال‌ها همواره به نفع نهادهای بازار آزاد -همچون شرکت‌های خصوصی- بوده است، اما اتکاء ویژهٔ این نهادها بر سرمایه‌های اقتصادی‌شان، اغلب آن‌ها را در موقعیتی مخاطره‌آمیز قرار داده است؛ چنان‌که با افزایش تعداد رقبا یا شکل‌گیری بحران‌های اقتصادی گاه‌به‌گاه، این نهادها نیز با مشکلات جدی روبه‌رو شده‌اند. در برابر، به‌دلیل اتکاء تام نهادهای برآمده از نیروی سوم -همچون شرکت‌های تعاونی که تحت‌عنوان بخش سوم اقتصاد هم تعریف می‌شوند- بر سرمایه‌های اجتماعی‌شان، می‌بینیم که این‌ها ثبات و واکنش‌پذیری بیش‌تری نشان می‌دهند. به عبارت دیگر، نهادهای اخیرالذکر به‌دلیل وابستگی اندک به حمایت بازارهای مالی از یک‌سو و اجتماعی‌شدن سرمایه‌شان از سوی دیگر، نه تنها فشارهای کمتری متحمل می‌شوند که برعکس، با تقویت اعتماد و مشارکت جمعی، در جهت بازتولید خود حرکت می‌کنند. بنابراین، این ادعا که شاید بتوان آیندهٔ بشر را وابسته به چگونگی عمل این نیروی سوم دانست، ادعایی گزافه نیست؛ چه حرکت در این چهارچوب، می‌تواند با بهبود سرمایه‌های اجتماعی، شرایط انسجام و پایداری را نیز برای

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/b78685>.

اجتماعات انسانی - و در سطح کلان، جامعه جهانی - پدید آورد (Sabatini et al, 2013). ظرفیت‌های گران‌سنگی که در تعاونی‌ها و بنگاه‌های اجتماعی نهفته است، بسیاری از دولت‌ها و جوامع مدرن را بر آن داشته تا جهت فائق‌آمدن بر بسیاری از مسائل و مشکلاتشان، از این نهادها بهره‌گیرند؛ برای مثال، طبق گزارش اتحادیه بین‌المللی تعاون^۱ (۲۰۱۷)، در حدود ۱۰ درصد از جمعیت جهان در قالب تعاونی‌ها مشغول به کار هستند.^۲

موضوع حضور مؤثر تعاونی‌ها در سپهر اقتصادی و اجتماعی جامعه، در کشورمان ایران نیز موضوعی همواره مطرح بوده است؛ به‌ویژه آن‌که می‌توان سنت‌ها و گونه‌هایی دیرپا از این تشکلات را در ایران مورد ردیابی و شناسایی قرار داد (ر.ک به: فرهادی، ۱۳۷۳ و ۱۳۸۸). اهمیت این موضوع به اندازه‌ای است که در اغلب اسناد توسعه‌ای کشور، بر ضرورت ارتقاء سهم بخش تعاون در اقتصاد کشور دست‌کم به میزان ۲۵ درصد تأکید گردیده است (ن.ک به: قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم قانون اساسی، ۱۳۸۷^۳؛ سند توسعه بخش تعاون، ۱۳۹۲^۴). باری، نگاه به وضعیت بخش تعاونی در ایران نشان می‌دهد که علی‌رغم وجود پیشینه طولانی همکاری‌های تعاون‌بنیاد خاصه در اجتماعات سنتی کشور و نیز علی‌رغم رشد کمی تعاونی‌های رسمی در دهه‌های اخیر، این همکاری‌ها در واقعیت و پس از گسترش شتابان شهرنشینی در ایران رو به افول گذاشته‌اند. به یک تعبیر، در طی این سال‌ها لایه‌های بسیار نازکی از تعاونی - در حد توزیع کالا- به شهروندان نشان داده شده است (دبیری، ۱۳۹۹)^۵؛ حال آن‌که تعاونی‌ها می‌توانند و می‌بایست نقش بسیار پررنگ‌تری در حوزه‌های متنوع اقتصادی و اجتماعی با هدف درگیر ساختن و مشارکت واقعی آحاد جامعه ایفاء نمایند.

براساس گزارش‌ها و آمار موجود، حدود ۶۹ هزار تعاونی با ۵۷ میلیون نفر عضو و ۱ میلیون و ۳۷۰ هزار نفر شاغل در ایران وجود دارد که البته از این جمعیت، چیزی در حدود ۴۸ میلیون و ۱۶۸ هزار نفر را اعضای تعاونی‌های سهام‌عدالت یعنی تعاونی‌های رسته واسطه‌گری مالی تشکیل می‌دهند و اگر اعضای تعاونی‌های مصرف و مسکن را هم کسر کنیم، شاهد هستیم که در حوزه‌های تولیدی و خدماتی و صنعتی و معدنی، تنها کم‌تر از ۲/۵ میلیون نفر عضو وجود دارد (حسنوند و همکاران، ۱۴۰۰: ۵)؛ بدیهی است که جملگی این اعضاء، مشارکت فعالانه‌ای در امور تعاونی‌های مربوطه ندارند.

نظر به آن‌چه آمد، دغدغه جلب مشارکت مردمی و فراگیر در چهارچوب شکل‌گیری تعاونی‌های سازمان‌مند، دغدغه‌ای همواره گشوده در برابر سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان و متولیان این حوزه بوده است. این دغدغه به‌ویژه با توجه به تحولات بنیادین اجتماعات روستایی و عشایری ایران از یک‌سو، و نظام شهری آسیب‌زده کشور از سوی دیگر، بسیار جدی‌تر می‌نماید. به‌طور مشخص، با عنایت به مسائلی همچون شهری‌شدن شتابان و شکل‌گیری شهرهای اقماری - که درواقع بیشتر نقش

1. International Cooperative Alliance

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ica.coop/en/media/news/co-ops-employ-10-global-employed-population>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260>

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.icccoop.ir/DesktopModules/Documents/showfile.aspx?id=510&a=10>

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://coop.mcls.gov.ir/Forms/Public/Doc.aspx?id=6>

جذب سرریز جمعیت کلان‌شهرها را ایفاء می‌کنند-، در کنار مسائل تبعی‌ای همچون بیکاری فزاینده و فقر گسترده به‌موازات افزایش شکاف‌های طبقاتی و فربه‌گی بیش از پیش صاحبان ثروت و مکت، ایران امروز شاید بیش از هر زمان دیگر به حضور پُر قدرت نیروی سومی نیاز دارد که از دل ظرفیت‌های مردمی برآمده باشد. در چنین شرایطی و با توجه به آن‌که دولت جمهوری اسلامی -دست‌کم در یک سطح ایدئولوژیک و گفتمانی- خود را ماحصل جوشش‌های انقلابی آحاد جامعه خاصه مستضعفان و اقشار فرودست می‌داند؛ در طی دهه‌ها و سال‌های گذشته، ابتکارات تسهیل‌گرانه متعددی را نیز در این زمینه طرح و پیگیری نموده است. یکی از این ابتکارات -که موضوع بحث و بررسی در پژوهش حاضر می‌باشد-، تأسیس «شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی» است که پس از ابلاغ قانون مصوب مجلس شورای اسلامی توسط مقام وقت ریاست جمهوری در تاریخ ۱۳۸۹/۱۱/۱۱، به منظور تسریع در رشد و توسعه شهرستان‌ها، هدایت منابع مردمی به بخش‌های تولیدی، بسترسازی برای ورود به بخش‌های تعاونی و خصوصی به فعالیت‌های اقتصادی و... شکل گرفتند. به گفته معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، تا اواخر بهار سال ۱۳۹۹، ۱۰۳ شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستانی در کشور فعالیت خود را آغاز نموده‌اند (کبیری، ۱۳۹۹)^۱.

هم‌اینک پس از یک دهه که از ابلاغ قانون فوق می‌گذرد، البته زمان مناسبی هم برای ارزیابی وضعیت موجود تعاونی‌های مذکور به‌ویژه از حیث جلب میزان مشارکت مردمی و سایر نهادهای توسعه‌ای، و هم به‌لحاظ ترسیم چشم‌اندازهایی جهت بهبود این امر خاصه با توجه به اهداف متعالی این تعاونی‌ها می‌باشد؛ هدفی که پژوهش پیشنهادی حاضر در سطح شهرستان‌های استان تهران به دنبال آن است. بررسی این موضوع در استان تهران، به‌ویژه از این رو اهمیت می‌یابد که استان مذکور به علت موقعیت ویژه آن و محل استقرار پایتخت کشور، استانی به‌شدت مهاجر پذیر بوده و علی‌الخصوص در طی دهه‌های اخیر شاهد رشد چشمگیر جمعیت شهرستان‌های تابعه آن بوده‌ایم؛ رشدی که در صورت عدم بهره‌گیری بهینه و عدم سوق‌دهی آن در جهت توسعه پایدار این شهرستان‌ها، در آینده استان تهران را با چالش‌هایی جدی مواجه خواهد ساخت؛ کمااینکه هم‌اکنون نیز با برخی از این چالش‌ها رو به رو هستیم. مبتنی بر آن‌چه آمد و به‌طور مشخص، پژوهش حاضر دل‌مشغول پرسش‌های ذیل بوده است:

- در ارتباط با موضوع مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران یا نهادهای مشابه، چه تفاوت‌هایی در دانستنی‌ها و تجربیات در ایران و جهان وجود دارد؟

- وضعیت موجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران از حیث میزان مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در حوزه‌های مختلفی همچون سرمایه‌گذاری و مدیریت مشارکتی چگونه بوده و چه مسائل، مشکلات و چالش‌هایی در این زمینه وجود دارد؟

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.isna.ir/news/99032012157>.

۲. البته بر اساس اطلاعات منتشرشده در گروه واتساپ «توسعه و عمران ایران اسلامی»، این تعداد تا تاریخ ۱۱ اسفند ۱۴۰۰ به ۱۲۲ تعاونی رسیده است.

- ملهم از رویکرد کارآفرینی اجتماعی، چه راهبردها، اقدامات سیاستی و عملیات اجرایی برای بهبود مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران می‌توان ارائه داد؟

۲.۱. اهمیت، ضرورت و اهداف پژوهش

زیست اجتماعی همواره توأم با پیچیدگی‌ها و نیز، مسائل و مشکلات عدیده‌ای بوده است. لزوماً نمی‌توان ادعا کرد که جوامع امروزی و مدرن نسبت به اجتماعات باستانی و سنتی پیچیدگی‌های بیشتری دارند؛ لکن تردیدی نیست که با تحول جوامع، مسائل آن‌ها نیز تحول می‌یابد و همین امر، لزوم بازاندیشی در راه‌حل‌ها را نیز پیش می‌نهد. باری، ممکن است با این واقعیت مواجه گردیم که گذشتگان ما بسیار هم‌دلاانه‌تر و با سطح بالاتری از همبستگی، توانسته‌اند از مسائل و مشکلات خود عبور نمایند؛ حتی گاه ممکن است با جلوه‌هایی روبه‌رو شویم که تجلی سطوح درخشانی از همکاری‌های تعاون‌بنیاد را نشان می‌دهد؛ همکاری‌هایی که در زمان و مکان خود، نتایج راه‌گشا و ثمربخشی را نیز برای مردمان موجب گردیده است. این موضوع در ارتباط با اجتماعات بومی و سنتی ایران، به‌وضوح قابل مشاهده است. در همین راستا، شاهد ارائه نمونه‌های متعددی به‌ویژه از سوی پژوهشگران مردم‌شناس بوده‌ایم؛ از تعاونی‌ها زراعی کهن موسوم به «بنه» گرفته (ن.ک به: صفی‌نژاد، ۱۳۶۸) تا همکاری‌های مرسوم همچون «واره» (ن.ک به: فرهادی، ۱۳۸۴). بی‌تردید، جملگی این سنت‌ها جدای از عواید مادی ثمربخش‌شان، مؤید سرمایه اجتماعی قابل توجهی در اجتماعات مربوطه بوده‌اند. سرمایه اجتماعی در معنای عام آن، ناظر به وجود شبکه‌های پیوند و تعاملات سازنده‌ای است که بر پایه ارزش‌هایی همچون صداقت، وظیفه‌شناسی، تعهدپذیری، و شاید مهم‌تر از همه، «اعتماد» شکل گرفته و تداوم می‌یابد (Fukuyama, 2001: 7). در حقیقت مشارکت‌جویی در همکاری‌های تعاون‌بنیاد، نتیجه سرمایه‌های اجتماعی و اعتمادی است که بین اعضای یک اجتماع برقرار می‌باشد؛ اما در عین حال، خود نیز این سرمایه و اعتماد اجتماعی را تقویت می‌کند. این ادعا با توجه به فضایی که همکاری‌های مذکور برای مشارکت‌کنندگان خلق می‌کنند، ادعایی دور از ذهن نیست.

نظر به آن‌چه در سطور فوق ترسیم شد، تلاش برای گسترش سنت تعاون و تسری آن به جوامع امروزی -ولو در صورت‌های روزآمدشده-، تلاشی مداوم بوده است. در ایران سده معاصر نیز، این دل‌مشغولی را می‌توان مورد ملاحظه قرار داد. آن‌چنان‌که در متن قانون تجارت مصوب مجلس شورای ملی در ۱۳ اردیبهشت ماه ۱۳۱۱، شاهد تعریف شرکت‌های تعاونی و بیان اهداف آن‌ها هستیم؛ پس از آن نیز تا به امروز، مادامی که بحث از «توسعه» است، تأکید بر ارتقاء سهم بخش تعاون در اقتصاد ملی هم تأکیدی دائمی است. این موضوع البته پس از پیروزی انقلاب اسلامی، صرفاً به‌مثابه یک امر اقتصادی تلقی نمی‌شود و جمهوری اسلامی بنا بر ماهیت خود، گسترش تعاونی‌ها و بهبود وضعیت این بخش را یک الزام ایدئولوژیک می‌داند. این هدف درواقع مبتنی بر دکترین این نظام با محوریت تحقق «عدالت اجتماعی» و بسط آن است؛ که البته به‌طور مکرر در گفتار رهبران انقلاب اسلامی تجلی یافته و در متون قانونی نیز تصریح گردیده است (ن.ک به: سبحانی و همکاران، ۱۳۹۹). لکن این تأکیدات در شرایطی صورت می‌گیرد که جامعه ایرانی به‌لحاظ شاخص‌های توسعه اجتماعی، فراز و فرودهای

بسیاری را تجربه کرده و هم‌اینک نیز در برخی موارد، با وضعیت ویژه‌ای روبه‌رو است. برای مثال و بر اساس تازه‌ترین آمار اعلام‌شده، بررسی نرخ بیکاری جوانان ۲۴-۱۵ ساله حاکی از آن است که ۲۳/۷ درصد از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند. نرخ بیکاری در گروه سنی ۳۵-۱۸ ساله، ۱۶/۷ درصد است و البته مهم‌تر از همه، سهم جمعیت بیکاران فارغ‌التحصیل در سطوح آموزش عالی از کل بیکاران، ۳۸/۹ درصد می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹)^۱. همچنین بر پایه برخی از گزارش‌ها، امروز دست‌کم یک‌سوم خانوارهای ایرانی در زیر خط فقر قرار دارند؛ بر همین اساس، نرخ فزاینده تورم در سال‌های اخیر موجب گردیده است تا خط فقر سرانه در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال قبل، به‌طور متوسط ۳۸ درصد رشد کند (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۴۰۰)^۲. وضع اقتصادی نامناسب و نابرابری‌های اجتماعی، به تبع پیامدهایی همچون حاشیه‌نشینی و افزایش شهرهای اقماری را نیز موجب گردیده است؛ شهرهایی که اغلب در پائین‌ترین سطح توسعه‌یافتگی قرار دارند. مسئول دبیرخانه ستاد بازآفرینی شهری وزارت راه و شهرسازی در سال ۱۳۹۶ اذعان داشته است که «۱۹ میلیون نفر خارج از محدوده‌های شهری و در سکونت‌گاه‌های غیررسمی زندگی می‌کنند» (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۶)^۳؛ آماري که احتمالاً هم‌اینک در سال ۱۴۰۰ بسیار بیشتر بوده و البته باید توجه داشت که وضعیت زیست حاشیه‌ای در کلان‌شهرها و استان‌هایی همچون تهران به‌مراتب بدتر است. جملگی این مسائل، البته چالش‌هایی را نیز در زمینه ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، و نیز سرمایه اجتماعی در کشور به وجود آورده است؛ به‌نحوی که شهروندان جامعه، امروز سطوح بیشتری از بی‌اعتمادی را بروز داده و به‌زعم بسیاری از کارشناسان، در مجموع با کاهش و فرسایش سرمایه اجتماعی در ایران رو به رو هستیم.

باری، مجموع مسائل فوق سبب گردیده است تا اهمیت توجه به موضوع جلب مشارکت اجتماعی خاصه در پی گسترش فعالیت‌های تعاون‌بنیاد، بیش از پیش آشکار گردد. در حقیقت، اهمیت این موضوع توأماً ناظر به وجوه اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌هاست. به‌نحوی که تقویت این بخش، نخست تقویت یک سنت ارزش‌آفرین است و پیش از هر چیز، در راستای «تداوم فرهنگی» قرار می‌گیرد؛ در ثانی، یک امر «تعالی‌بخش» است و شکوفایی استعدادهای انسانی را تسهیل می‌سازد؛ همچنین به تحقق «عدالت اجتماعی» و بسط آن کمک می‌کند که خود در پی تعدیل نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی، «اعتماد» و «سرمایه اجتماعی» را هم ترمیم خواهد بخشید.

علاوه‌بر آن‌چه آمد، با توجه به این‌که یکی از اهداف مهم تعاونی‌ها ایجاد اشتغال فراگیر و پایدار است، تعاونی‌ها را می‌توان و می‌بایست به‌مثابه گونه‌ای از نهادهای کارآفرینانه در نظر گرفت. لکن چون مبنای این چهارچوب بیشینه‌سازی سود شخصی نیست، بیش‌تر با نوعی «کارآفرینی اجتماعی» مواجه هستیم؛ یعنی تحقق اشتغال بر پایه شکوفایی ظرفیت‌های اجتماعی. از این منظر، دولت‌ها بیشتر در مقام «تسهیل‌گر» عمل نموده و برخلاف برخی از گونه‌های اشتغال رسمی که در

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/j29441>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/w46761>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://tn.ai/1479848>.

دولت سازوکار می‌یابد، در این جا باید به دنبال تحقق کارآفرینی بیشتر به صورت یک امر خودجوش و رویشی باشیم. بر این اساس، تعاونی‌ها می‌باید با شبکه‌سازی و گردآوری مسئولانۀ اعضاء در کنار یکدیگر، این بستر را فراهم آورند که افراد به طرز فعالانه‌ای به ارزیابی فرصت‌ها و چالش‌های محیط خود پرداخته و با ریسک‌پذیری، دست به مجموعه‌ای از اقدامات کارآفرینانه بزنند. از همین روست که جلب مشارکت اجتماعی در بخش تعاون، می‌تواند سهم بسزایی در مرتفع‌ساختن یکی از مهم‌ترین دل‌مشغولی‌های ایران معاصر - یعنی مسئلۀ اشتغال - ایفاء نماید و افق‌های توسعه‌ای روشن‌تری را نیز در پیش رو بگشاید.

پژوهش حاضر را نیز بنابراین می‌توان قطعه‌ای از پروژه بزرگ‌تری دانست که دل‌مشغول «مسئلۀ توسعه» است؛ لکن توسعه را بیش از تحقق رشد اقتصادی، یک امر اجتماعی می‌داند که از رهگذر مشارکت جمعی برآمده از اعتماد و سرمایه‌های اجتماعی، باید در نهایت به بهبود زندگی فردی و اجتماعی شهروندان بیانجامد؛ یعنی با فراهم کردن شرایط شکوفایی استعداد‌های انسانی در بالفعل‌ساختن ظرفیت‌های محیط زندگی‌شان، برای آن‌ها احترام و عزت‌نفس به ارمغان آورد؛ همچنین آن‌ها را در رفع فقر و محرومیت‌های مادی‌شان توانمند سازد.

ضرورت این پژوهش در ارتباط با «تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی» در استان تهران هم با توجه به موقعیت ویژه این استان، کاملاً آشکار است. چه آن‌که به دلیل قرارگیری پایتخت سیاسی کشور در استان تهران و تمرکز فرصت‌ها و امکانات در آن، در طی دهه‌های اخیر شاهد نوعی تورم و انفجار جمعیتی در این منطقه بوده‌ایم. بخشی از این جمعیت در شهرها و شهرستان‌هایی ساکن شده‌اند که بیش‌تر به توابع «تهران بزرگ» می‌مانند؛ مناطقی که علی‌رغم ظرفیت‌های طبیعی و انسانی، اما به لحاظ شاخص‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی در وضعیت چندان مطلوبی به سر نمی‌برند. براین اساس، غایت تشکیل تعاونی‌های مذکور در شهرستان‌های استان تهران، تسریع در رشد و توسعه این شهرستان‌ها بر پایه هدایت منابع مردمی به بخش‌های تولیدی، کارآفرینی و... بوده است؛ امری که به نظر می‌رسد چندان محقق نگردیده و البته بخشی از این عدم‌توفیق ناشی از عدم مشارکت مردمی شایسته است.

مبتنی بر آنچه آمد، هدف اصلی پژوهش پژوهش حاضر عبارت بوده است از تبیین و تدوین راهبردهای مؤثر بر مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران با رویکرد کارآفرینی اجتماعی. همچنین، در جریان پژوهش تلاش گردیده تا اهداف ضمنی ذیل هم محقق شود:

- بررسی ادبیات موضوع و تجربیات موجود در ایران و جهان پیرامون جلب مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران یا نهادهای مشابه با رویکرد کارآفرینی اجتماعی به منظور دستیابی به تفاوت‌ها در این تجربیات؛
- احصاء وضعیت موجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های تهران از حیث میزان مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در حوزه‌های مختلفی چون سرمایه‌گذاری و مدیریت مشارکتی در آن‌ها؛

- مسئله‌یابی و آسیب‌شناسی وضعیت مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران؛
- ترسیم چشم‌انداز و تعیین مجموعه‌ای از راهبردها، اقدامات سیاستی و عملیات اجرایی برای بهبود مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران با رویکرد کارآفرینی اجتماعی.

۳.۱. پیشینه موضوع

می‌توان گفت قدمت تعاونی در جهان، به اندازه تاریخ زندگی جمعی بشر است. آن‌چنان‌که اشاره گردید، در ایران نیز می‌توان پیشینه‌ای طولانی را در این زمینه برجسته ساخت. اما تعاونی‌های مدرن برای نخستین بار در اروپا شکل گرفت و سپس به تمام جهان و از جمله ایران، راه یافت. بنابراین، بسیاری از کشورهای جهان، از جمله ایران، در قوانین و چهارچوب‌بندی تعاونی‌های خود از کشورهای غربی الگو گرفتند. با توجه به این موضوع، در این قسمت ابتدا بر تاریخچه شکل‌گیری تعاونی در جهان مروری خواهیم داشت؛ پس از آن، تاریخچه تعاونی و قوانین وضع شده درباره شرکت‌های تعاونی در ایران خواهد آمد و در جدولی، سیر تاریخی نهضت تعاونی مدرن در ایران ارائه خواهد شد.

۱.۳.۱. تعاونی‌ها در اروپا و آمریکا

تعاونی یکی از اشکال حقوقی مشارکت با قدمتی هزاران ساله و گستره‌ای در سرتاسر جهان است که بر جنبه‌های انسانی مشارکت تأکید زیادی دارد (امینی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۸۵-۲۸۶). نمی‌توان تاریخ دقیقی برای تأسیس اولین تعاونی ذکر کرد (Shaffer, 1999: 40)؛ ولی می‌توان گفت تعاونی‌ها در زمان و مکان‌هایی شکل گرفته‌اند که افراد و خانواده‌ها احساس کرده‌اند که به تنهایی نمی‌توانند از پس هزینه‌های ارتقای سطح زندگی خود برآیند (Gonzales & Phillips, 2013: 1). از ابتدایی‌ترین اشکال تعاونی، می‌توان به تعاونی‌های صنفی اشاره کرد که در این گونه، هر تعاونی ویژه یک صنف است؛ برای مثال، تعاونی‌های پیشه‌وران در روم در ۴۵۰ سال قبل از میلاد (اخترمحقی، ۱۳۸۶: ۲۷) و اتحادیه‌های صنفی صنعتگران دستی در قرن سیزده میلادی از این نوع بود. در دوره صنعتی، این شکل از تعاونی‌ها در جامعه کارگری و بازرگانان و سایر مشاغل نیز گسترش یافت (Gonzales & Phillips, 2013: 1).

در میان کشورهای جهان، فرانسه، بریتانیا و آمریکا از پیش‌گامان و موفق‌ترین کشورها در گسترش تعاونی‌ها بودند. اولین تعاونی تولیدکنندگان جهان در دهه ۱۷۵۰ در فرانسه شکل گرفت که تعاونی تولیدکنندگان پنیر بود. در همین دهه، اولین تعاونی در انگلستان و نیز تعاونی بنجامین فرانکلین^۱ در فیلادلفیای آمریکا برای بیمه آتش‌سوزی ایجاد شدند

1. Benjamin Franklin

(Shaffer, 1999:1). اکنون مدل‌های سازمانی تعاونی در کشور فرانسه، به صورت سرمایه‌گذاری سهامی است؛ بدین معنی که به افراد غیرعضو اجازه می‌دهد از طریق سهام مشارکتی، گواهی و اوراق قرضه، در تعاونی، سرمایه‌گذاری کنند. استفاده از شیوه‌هایی مثل تشکیل واحدهای سرمایه‌گذاری و ساختارهای عضو-سرمایه‌گذار در این کشور بیش از سایر شیوه‌ها رواج دارد. روش‌های تأمین مالی این شرکت‌ها عمدتاً استفاده از سرمایه‌های اعضا و نیز عایدات توزیع نشده و سود انباشته است. سایر روش‌هایی که بدین منظور استفاده می‌کنند، بهره‌گیری از واحدهای سرمایه‌گذاری، استفاده از منابع مالی سرمایه‌گذاران خارجی در اشکال بدهی‌های فرعی و گواهی‌های سرمایه‌گذاری و استقراض از بانک‌هاست (وب‌گاه پایگاه خبری اتاق تعاون ایران، ۱۳۹۷)^۱. در سال ۱۷۶۸ و در آلمان هم طرح تعاونی‌های اعتبار روستایی مطرح گردید که طبق آن، اشراف زمین‌دار می‌توانستند زمین‌های خود را به عنوان رهن به اتحادیه بسپارند و وام دریافت کنند. دو الگوی دیگر تعاونی‌های اعتباری در آلمان قرن نوزدهم شکل گرفت: یکی الگوی رالف آیزن^۲ که بر اساس سرمایه اسمی کشاورزان فقیر کار می‌کرد و دیگری الگوی شولتز لیچ^۳ که مبتنی بر سرمایه‌های واقعی بود (اخترمحقی، ۱۳۸۶: ۳۲ و ۳۴).

در آمریکا در اوایل دهه ۱۸۰۰ ابتدا تعاونی‌های کارگری با ترکیبی از کارفرمایان و کارگران روزمزد از دل اصناف تشکیل شد. پس از چندی، این دو گروه از هم جدا شدند و سازمان‌هایی به شکل اتحادیه‌های امروزی تأسیس کردند. در دوران اعتصاب کارگران روزمزد، تعاونی‌ها بودند که برای تأمین مایحتاج زندگی از آن‌ها حمایت می‌کردند. در دهه ۱۸۳۰ این تعاونی‌ها با رسالت اجتماعی مبارزه با بی‌عدالتی و فقر و تضعیف قدرت طبقه کارگر که در اثر نظام سرمایه‌داری در حال ظهور ایجاد شده بود، به حیات خود ادامه دادند. در این زمان، تشکیل اولین سازمان ملی کار در آمریکا، یعنی «اتحادیه معاملات ملی»^۴ موجب ارتقای تعاونی‌های کارگری شد (Curl, 2010: 15). روند تأسیس تعاونی‌ها در کشورهای مختلف ادامه یافت (برای آشنایی با تاریخچه دقیق‌تر و نظام‌مند تعاونی‌ها در جهان ن.ک به: Shaffer, 1999) تا اینکه نهضت‌هایی در جهان شکل گرفت که در آن‌ها اصول کنونی تعاونی به کارگرفته شد و تأثیر بیشتری بر درک ارزشمندی تعاونی‌ها و گسترش آن‌ها در جهان گذاردند؛ از نهضت‌های برآمده از انواع تفکرات سوسیالیستی گرفته تا نهضت‌های مبتنی بر لیبرالیسم.

باری، همیشه هم تعاونی‌ها موفق و رو به گسترش نبودند؛ برای مثال، تعاونی‌های کارگری رشد یافته در اروپا و آمریکای دهه ۱۸۸۰، نتوانستند در رکود اقتصادی دهه ۱۸۹۰ دوام بیاورند و تعاونی‌های مسکن موفق نیویورک در دهه ۱۹۳۰ ورشکست شدند. یکی از دلایل ورشکستگی این تعاونی‌ها می‌تواند فقر اعضا در دوره‌های رکود باشد. برعکس، دلیل موفقیت سایر تعاونی‌ها در چنین بحران‌هایی، ممکن است دوراندیشی اعضا در پس‌انداز سود سهام خود برای موقعیت‌های بحرانی باشد.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://iccnews.ir/?p=20561>.

2. F. W. Ralfffeisen

3. Franz Hermann Schulze-Delitzsch

4. the National Trades' Union (NTU)

البته موفقیت یا شکست تعاونی‌ها به تناسب نوع آن‌ها با الزامات موقعیت‌های بحرانی نیز بستگی دارد؛ برای مثال، بیکاری گسترده در اوایل قرن بیستم نیز موجب گسترش تعاونی‌های کارگری برای اشتغال‌زایی شد (Jackall & Levin, 2021: 37).

به هر روی، آنچه روشن است این‌که اکنون تعاونی‌ها بخشی جدایی‌ناپذیر از سیستم اقتصادی بسیاری از کشورهای اروپایی و آمریکایی هستند و در سایر نقاط جهان از جمله آفریقا، آسیا و اقیانوسیه نیز به تدریج، اهمیت خود را نشان دادند.

۲.۳.۱. تعاونی‌ها در آفریقا

در آفریقا نیز مانند سایر نقاط جهان، شکل‌های سنتی شبه‌تعاونی از دیرباز وجود داشته است. اولین اثر وجود تعاون در جهان را می‌توان در سازمان‌های پیشه‌وران و کارگران صنایع دستی در مصر ۳۰۰ سال پیش از میلاد یافت (اختر محقی، ۱۳۸۶: ۲۷). این دوره را اُکم^۱ و استانتون^۲ (2016: 18) دوره پیشاستعماری می‌خوانند. به عقیده آن‌ها این دوره مبتنی بر ایدئولوژی خودیاری بود. گرچه این نوع همکاری‌ها در تعریف کنونی تعاونی نمی‌گنجد، لکن اصول و ارزش‌های مشابهی داشت. این تعاونی‌ها حتی در دوره استعمار نیز به حیات خود ادامه دادند.

در حقیقت در دوران استعمار بود که دولت‌های اروپایی، تعاونی‌ها را ابزاری برای توسعه اقتصادی معرفی کردند (Birchall, 1997: 131)؛ ولی در واقع، آن‌ها را به عنوان ابزاری برای حفظ تسلط بر مستعمراتشان به کار بردند. به‌ویژه، شکل‌گیری تعاونی‌ها در آفریقا از اصول نژادپرستی تبعیت می‌کرد. کارآفرینان استعمارگر در قالب تعاونی‌ها بودجه خود را از حق عضویت اعضای تعاونی و سودشان را از فروش محصولاتی کسب می‌کردند که کشاورزان فقیر تولید کرده بودند (Maslennikov, 1983: 9 & 15). فعالیت تعاونی‌ها در این دوره بر تولید محصولات قابل فروش و صادرات، مثل قهوه و چای متمرکز بود و تعاونی‌ها سازمان‌هایی بودند با سیستم اداره از بالا به پایین و با هدف برآوردن اهداف استعماری، نه برای برآوردن منافع جمعی اعضا (Okem & Stanton, 2016: 19).

اثرات وابستگی‌های دوره استعماری، در دوره‌های بعد نیز باقی ماند (Maslennikov, 1983: 32)؛ آن‌چنان‌که در دوره موسوم به دوره توده‌گرایی-ملی‌گرایی بود، تعاونی‌ها ابزاری برای بهبود انسجام اجتماعی و توسعه اقتصادی سریع دانسته شد. بنا بر این ایدئولوژی، تعاونی‌ها در دوره پساستعماری «امتداد دولت» تلقی می‌شدند. بدین ترتیب، می‌توان گفت تعاونی‌های این دوره در ادامه تعاونی‌های دوره استعمار بودند و در ساختار و نحوه اداره آن‌ها تغییری ایجاد نشد. دولت‌ها و نهادهای دولتی در توسعه تعاونی‌ها در این دوره مشارکت زیادی داشتند و هدف تعاونی‌ها به جای تأمین منافع اعضا، «دستیابی به چشم‌انداز دولت‌ها درباره تعاونی‌ها» بود (Diraditsile, 2018: 28 ; Okem & Stanton, 2016: 20).

1. Okem

2. Stanton

تعاونی‌های دوران پساستعماری، در تأمین بودجه، اداره، بازاریابی و آموزش به دولت متکی بودند. علاوه بر این، اعضا بر این تعاونی‌ها به صورت دموکراتیک کنترل نداشتند و بوروکراسی‌های سخت‌گیرانه بر اداره آن‌ها حاکم بود (Ibid, 2016: 21). البته با وجود تمام مضرات تعاونی‌های استعماری، این تعاونی‌ها فوایدی نیز برای مستعمرات داشتند؛ از جمله اینکه ارتباطات کالایی-پولی را در این کشورها ارتقاء دادند و با ایجاد بورژوازی ملی در پیشرفت نیروهای تولیدی مؤثر بودند. علاوه بر این، ظهور تعاونی‌های بازاریابی و اعتباری که جمعیت زیادی از بومیان را پوشش می‌داد، گسترش روابط اعتباری را سرعت بخشید و موقعیت را برای بازاریابی تولیدات زمین‌های اجاره‌ای فردی نیز مهیا کرد (Maslennikov, 1983: 16).

در نهایت، باید به وضعیت تعاونی‌ها در سیستم اقتصاد آزاد آفریقا اشاره داشت. این دوره دوره تعدیل و اجبار تعاونی‌ها برای آزادشدن بود (Birchall, 1997:131). در این دوره، استقلال تعاونی‌ها از دولت از راه‌های موفقیت آن‌ها و راهی برای پایبندی به ارزش‌ها و اصول تعاونی‌ها تشخیص داده شد. این دوره، به نوعی دوره بازگشت به ارزش‌ها و ایدئولوژی خودیاری حاکم بر دوره پیشاستعماری نیز بود (Okem & Stanton, 2016: 21). آن‌چنان‌که در مصر، جمال عبدالناصر، بر لزوم قرارگیری نظام اقتصادی مصر بر پایه تعاونی برای ایجاد عدالت اجتماعی تأکید کرد (میوه‌چی، ۱۳۸۱: ۳۰). شرکت‌های تعاونی چندمنظوره در این کشور به عنوان اقدامی تأثیرگذار در جهت توسعه اقتصادی تأسیس شد؛ چون علاوه بر تأثیرات اقتصادی، در زندگی اجتماعی مردم هم نفوذ می‌کند و به عنوان نهادی آموزشی برای تأثیر بر تفکر مردم و همگام‌سازی آن با توسعه اقتصادی نیز از آن می‌توان بهره برد (سلیم، ۱۳۸۴: ۷۳).

بر پایه این سیاست‌های نئولیبرال، همچنین کنترل قیمت‌ها از دولت گرفته شد و با بازسازی اساسی خدمات عمومی، بوروکراسی متورم دولتی تا حدی کاهش یافت. این اقدامات، رغبت مردم به مشارکت در تعاونی‌ها و نیز خلاقیت تعاونی‌ها برای روبه‌روشدن با اوضاع جدید اقتصادی را افزایش داد. البته با وجود همه این تأثیرات مثبت، به دلیل وابستگی قبلی تعاونی‌ها به دولت و آماده‌نبودن برای وضعیت جدید، برخی از آن‌ها نتوانستند عملکرد مطلوبی داشته باشند. در حقیقت، شکست و در نتیجه حذف تعاونی‌های وابسته به دولت، گونه‌ای پاک‌سازی اقتصادی بود و موجب ظهور مدل‌های جدیدی از تعاونی‌های نهادی شد که حمایت‌های بازاری از تعاونی‌های محلی در کشورهایی چون اتیوپی و کنیا را فراهم کرد (Okem & Stanton, 2016: 21-23).

۳.۳.۱. تعاونی‌ها در آسیا و اقیانوسیه

در مرور تاریخ نهضت تعاونی در آسیا و اقیانوسیه نیز سه دوره پیشاستعماری، استعمار و پساستعماری قابل شناسایی است. تعاونی در این دوره را اغلب در قالب مشارکت‌های مردمی برای تولید محصولات کشاورزی می‌توان دید؛ برای مثال در سال ۲۰۵۰ قبل از میلاد و بر اساس دستور حمورابی سلطان بابل، آماده‌سازی مزارع برای کشت و نیز جمع‌آوری محصول به صورت تعاونی و با همکاری تمامی کشاورزان انجام شد. سابقه تعاونی‌های اعتباری نیز به کشوری آسیایی، یعنی چین، می‌رسد و آثار آن مربوط به ۲۰۰ سال قبل از میلاد است. سهام مساوی، حق مساوی و سود مساوی قانون حاکم بر این

سازمان‌های تعاونی بود (اخترمحقق، ۱۳۸۶: ۲۷). با این همه، تعاونی‌های مدرن در این قاره نیز مانند آفریقا، یا توسط استعمارگران ایجاد شد یا توسط رهبران محلی از غرب برگشته (Altman et al., 2020: 2 & 36)؛ برای مثال، در هندوستان تحت استعمار، تعاونی‌های اعتباری تسهیل‌کننده رابطه بازرگانی-باخواری گسترش یافت (Maslennikov, 1983: 13). تلاش برای ایجاد اولین تعاونی‌های مدرن در استرالیا نیز در دهه ۱۸۳۰ و براساس الگوهای غربی صورت گرفت (Birchall, 1997: 163). البته باید اشاره داشت که در بسیاری از کشورهای آسیایی، از جمله لبنان، عراق، ایران، اندونزی و فیلیپین، تا پس از جنگ جهانی دوم، تعاونی مدرن به معنای واقعی، وجود نداشت و در برخی کشورها مانند مالزی، نپال و یمن جنوبی نیز ماهیت حقیقی تعاونی، پس از این جنگ شکل گرفت (Maslennikov, 1983: 15).

علی‌ای‌حال، با وجود تمام مضرات دوره استعمار برای جوامع مستعمره، به چند دلیل استعمار توانست این جوامع را برای شکل‌دهی به تعاونی‌های مستقل، تجهیز کند: اول آن‌که در کشورهایی مثل هند و اوگاندا گسترش روابط کالایی-پولی را سرعت بخشید؛ دوم این‌که تلاش استعمارگران برای خارج کردن هرچه بیشتر مواد خام از کشورهای مستعمره خود از طریق تعاونی‌ها، موجب افزایش مشارکت بومیان در تولید شد؛ سوم این‌که شکل‌گیری تعاونی‌ها به شکلی مبتنی بر قانون در دوره استعماری، امکان دسترسی به مشارکت قانونمند را به روشنفکران کشورهای مستعمره نشان داد و آن‌ها از همین امکان برای ترغیب مردم برای مشارکت و وحدت در جهت استقلال از استعمارگران استفاده کردند (Ibid, 1983: 17).

باری، پس از دوران امپریالیسم استعماری و هم‌زمان با تشکیل دولت در کشورهایی که تازه استقلال یافته بودند، تعداد تعاونی‌ها در این کشورها به سرعت فزونی گرفت و تأثیرات خود را بر فرایندهای اقتصادی و اجتماعی این کشورها نشان داد. آن‌چنان‌که در هندوستان، پس از پیروزی به رهبری مهاتما گاندی بر استعمار انگلستان، نخست‌وزیر جواهر لعل نهرو، سعادت ملت را در گرو نهضت تعاونی خواند. سپس تعاونی‌ها برای هماهنگ‌سازی تمایلات جمعی با خواست‌های فردی شکل گرفت. در جهت نیل به این مقصود، آن‌ها به تجدید بنای سیستم اجتماعی از پایین با توسعه نهضت تعاونی در روستاها و هم‌زمان، اجرای برنامه‌های توسعه از بالا اقدام کردند (میوه‌چی، ۱۳۸۱: ۲۹). در کره جنوبی نیز، در شهر کوچکی به نام ونجو^۱ و پس از سیل ویرانگر سال ۱۹۷۲، کمک‌های دریافت‌شده از کشورهای خارجی به‌جای توزیع مستقیم بین فقرا به مصرف ایجاد تعاونی‌های چندمنظوره رسید تا از طریق خودیاری، زندگی آنان را بهبود بخشد. این شرکت یک واحد ترکیبی مصرف‌کننده/تولیدکننده و پزشکی بود (Kurimoto, 2020: 14). در حقیقت، چنان‌که ملاحظه می‌شود، بسیاری از کشورهای آسیایی تأثیرات منفی استعمار را بر نهضت تعاونی خود به حداقل رسانده و از نهضت تعاونی در حل مشکلات اجتماعی خود بیشترین بهره را برده‌اند.

۴,۳,۱. تعاونی‌ها در ایران

تاریخ تعاون در ایران را می‌توان به دو دوره اصلی تقسیم کرد: دوره غیررسمی و دوره رسمی. در حقیقت همان‌طور که در صفحات گذشته اشاره گردید، سنت تعاون در ایران پیشینه‌ای طولانی دارد؛ این سنت بیش‌تر ناظر به مشارکت و همیاری مردم در امور زراعی و دامی، عمران روستایی و... بوده است. لکن از آن‌جا که تمرکز پژوهش حاضر بر گونه رسمی تعاونی‌ها است، در ذیل نیز سعی گردیده است تصویری کلی از روند تأسیس و تکوین این نهادها در پیش و پس از انقلاب اسلامی ارائه شود.

• سیر تاریخی نهضت تعاونی در ایران پیش از انقلاب اسلامی

تاریخ توجه قانونی به موضوع تعاونی در ایران به سال ۱۳۰۳ ه. ش. و در اشاره‌ای به شرکت‌های تعاونی در قانون تجارت برمی‌گردد (مجلس شورای ملی، ۱۳۰۳ و ۱۳۰۴).^۱ این قانون شبیه قوانین تجارت کشورهای غربی، به‌ویژه فرانسه بود (سلیم، ۱۳۸۴: ۹۷). اولین شرکت‌های تعاونی روستایی به سبک جدید در سال ۱۳۱۴ و در روستای داورآباد گرمسار بر مبنای قانون تجارت مصوب سال ۱۳۱۱ تأسیس شد (انصاری و دیگران، ۱۳۹۴: ۷۴؛ حسینی، ۱۳۷۹: ۲۱). در این قانون فقط دو نوع شرکت تعاونی، یعنی تعاونی تولید و مصرف، شناسایی شده است (مجلس شورای ملی، ۱۳۱۱).^۲ در سال ۱۳۱۶ هم در قانون عمران، مقرر شد هزینه‌های عمران دهستان‌ها با تعاون مالکین دهات تأمین شود (مجلس شورای ملی، ۱۳۱۶).^۳

با بحران اقتصادی ناشی از جنگ جهانی دوم، انگیزه شکل‌گیری تعاونی‌ها، به‌ویژه تعاونی‌های مصرف افزایش یافت؛ ولی اغلب اقدامات انجام‌شده در این زمینه، ناموفق بود (سلیم، ۱۳۸۴: ۱۰۱). بعد از شهریور ۱۳۲۰ هیئت‌هایی از بعضی از کشورها، به‌ویژه آمریکا، وارد ایران شدند تا کمک‌های فنی و اقتصادی و اجتماعی به دولت ایران ارائه دهند. از اقدامات این هیئت‌ها، تأسیس تعاونی‌ها و مؤسسات اقتصادی-اجتماعی بود (سهیلی، ۱۳۹۹: ۲۳). در این دوره کمیسیون تعاونی با حضور کارشناسان مؤسسات ذکرشده تشکیل شد تا درباره برنامه‌های تعاونی کشور تصمیم‌گیری کنند (معرفتی، ۱۳۹۹).^۴

در سال ۱۳۲۰ رضاخان، وزیر کشور وقت را مأمور کرد «در رأس هیئتی برای تعلیم مأموران و آشناساختن مردم به مفهوم قوانین تعاونی، به شهرها و روستاهای دور و نزدیک سفر کرده و حس مسئولیت جمعی مردم، به‌ویژه طبقات

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91011>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/92349>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/93320>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.donya-e-eqtasad.com/fa/tiny/news-3689381>.

تولیدکننده، را برانگیزد» (سلیم، ۱۳۸۴: ۱۰۰). تعاونی‌های شهری نیز در همان سال‌ها برای توزیع ارزاق عمومی تأسیس شد. در فاصله سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۰، هفت تعاونی در تهران و مابقی در سایر شهرها ایجاد شد. البته بسیاری از تعاونی‌ها پس از پایان جنگ جهانی و بهبود اوضاع کشور، از بین رفتند. هرچند ضعف مدیریت و کم‌دانشی اعضا هم در این نابودی بی‌تأثیر نبود.

باری، نهضت گسترش تعاونی‌ها در ایران هم‌چنان ادامه یافت. به همین منظور، در قانون «اجازه اجرای مقررات گزارش کمیسیون برنامه مجلس شورای ملی»، مصوب سال ۱۳۲۷ه.ش، مبلغی برای مشارکت در سرمایه‌های سهامی به بانک کشاورزی اختصاص داده شد و «شرکت‌های تعاونی از پرداخت حق‌الثبت و تمبر و سهام و مالیات بر درآمد برای مدت پنج سال معاف گردیدند» (مجلس شورای ملی، ۱۳۲۷)^۱. علاوه بر این، در قانون «اجازه اجرای گزارش کمیسیون پیشه و هنر و بازرگانی مربوط به کارگران و کارفرمایان»، مصوب سال ۱۳۲۸ه.ش تشکیل صندوق تعاون و بیمه کارگران و شرکت‌های تعاونی مصرف کارکنان در کارگاه‌ها و کارخانه‌های سراسر کشور توصیه و به حق نظارت دولت بر فعالیت شرکت‌های تعاون کارمایی اشاره شد (مجلس شورای ملی، ۱۳۲۷)^۲. قانون «مالیات املاک مزروعی و مالیات بر درآمد» مصوب سال ۱۳۲۸ نیز «شرکت‌های تعاونی تولید که در دهستان‌ها برای تولید محصولات کشاورزی یا بهبود آن‌ها» تشکیل می‌شد را از پرداخت مالیات معاف اعلام کرد (مجلس شورای ملی، ۱۳۲۸)^۳.

در تاریخ خردادماه ۱۳۳۴ هم کارمندان نیروهای انتظامی دولت موظف شدند تعاونی مصرف تأسیس کنند و بانک کشاورزی، ملزم به تأسیس و حمایت از تعاونی‌های کشاورزی شد (سلیم، ۱۳۸۴: ۱۰۱-۱۰۲). در همین سال، لایحه تأسیس بنگاه خالصات تصویب شد که موظف بود به «تأسیس شرکت‌های تعاونی مصرف و تولید و اعتبار و ماشین‌های کشاورزی» (مجلس شورای ملی، ۱۳۳۴)^۴. در قانون برنامه هفت‌ساله دوم نیز مبلغی برای کمک به شرکت‌های تعاونی تولید و صندوق‌های روستایی اختصاص یافت (مجلس شورای ملی، ۱۳۳۴)^۵.

در سال ۱۳۳۹ نیز بنا بر قانون اصلاحات ارضی، کشاورزان برای دریافت زمین، ملزم به عضویت در شرکت تعاونی روستایی شدند (مجلس شورای ملی، ۱۳۳۹)^۶. پس از اصلاحات ارضی، تعاونی‌های روستایی، صنعتی و تاحدودی صنایع‌دستی، با بنیه مالی و آموزشی ضعیف تشکیل شد (شاهرخ‌راد، ۱۳۹۴: ۱۴). به همین دلیل، تعداد شرکت‌های تعاونی

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94047>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94053>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94059>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94762>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94414>.

۶. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94816>.

فرونی گرفت که بعداً تعدادی از آن‌ها با هم ادغام شدند (حسینی، ۱۳۷۹: ۲۰). در این زمان، بیش‌تر مأموران دولت بودند که سرپرستی و اداره این تعاونی‌ها را بر عهده داشتند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۱-۲).^۱

پس از این و «در دهه ۱۳۴۰ به‌تدریج، تعاونی‌های مسکن و اعتبار در بین کارگران و کارمندان رواج یافت» (شاهرخ‌راد، ۱۳۹۴: ۱۴). در سال ۱۳۴۲ «سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران» با هدف «تأمین موجبات پیشرفت و توسعه و تقویت تعاون در روستاها» و با برنامه‌های مختلف آموزشی و ترویجی و کمک‌های اعتباری تأسیس شد (مجلس شورای ملی، ۱۳۴۶).^۲ «افراد این سازمان، کارمند دولت نبودند؛ ولی بعد از انقلاب، با فشارهایی که وارد کردند، همه کارمند رسمی دولت شدند. بانک کشاورزی تبدیل به بانک تعاون کشاورزی شد و قرار بود که تعاونی‌ها و اتحادیه‌ها به‌تدریج، سهام‌دار این بانک شده و بعداً این بانک به آن‌ها واگذار شود» (معاونت پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۳).^۳ چون این اقدامات در بهبود وضعیت کشاورزان و جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها موفق نبود، شرکت‌های سهامی زراعی تشکیل شد که نوعی مزرعه اشتراکی بود. سپس تعاونی‌های تولید روستایی، با مدیریت کاملاً دولتی، ایجاد شد؛ ولی باز هم به‌دلیل بی‌توجهی به نقش مشارکت کشاورزان، هیچ‌یک از مشکلات پیشین حل نشد (معاونت پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۳).^۴

در این سال‌ها تعداد تعاونی‌های روستایی به‌قدری زیاد گردید که ۸۱ درصد کل تعاونی‌های کشور را تشکیل می‌دادند؛ بنابراین در سال ۱۳۴۲ سازمان تعاونی روستایی تأسیس شد (حسینی، ۱۳۷۹: ۲۰). اغلب تعاونی‌های مصرف بر اثر سوءمدیریت و کم‌دانشی یا سوءاستفاده مدیران روبه افول گذاشتند؛ ولی برخی بر اثر حمایت دولت، تشویق مقامات و توجه اعضا توسعه یافتند، از جمله تعاونی مصرف ارتش. این تعاونی با نام «سپه» هنوز هم از قوی‌ترین تعاونی‌های مصرف و عضو اتحادیه بین‌المللی تعاون در لندن است (سلیم، ۱۳۸۴: ۱۰۲-۱۰۴). در ۲۳ اردیبهشت ۱۳۴۶ «سازمان مرکزی تعاون کشور» ایجاد شد تا اصول تعاون را در سراسر کشور تفهیم کند و تعمیم دهد و زیر نظر نخست‌وزیر، قوانین و امکانات لازم را برای تعاونی‌ها فراهم سازد. «اولین اقدام این سازمان مطالعه و تحقیق تطبیقی در قوانین تعاونی سایر کشورهای جهان و تنظیم قانون جامعی برای شرکت‌های تعاونی بود» (وب‌گاه وزارت تعاون، بی‌تا).^۵ سه سال بعد، در ۲۳ اسفند ۱۳۴۹ وزارتخانه «تعاون و امور روستاها» تأسیس و اهداف آن بدین شرح اعلام شد: «توسعه امور تعاونی کشور و بسط مفاهیم آن، آشنایی مردم با اصول و قواعد و تعلیمات تعاونی، فراهم‌نمودن تدریجی موجبات همکاری افراد و تجمع و تمرکز سرمایه‌های کوچک و توسعه منابع اعتباری و بسط سازمان‌های تعاونی کشور» (مجلس شورای ملی، ۱۳۴۹).

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/728328>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96176>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/728328>

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/728328>

۵. قابل دسترسی به آدرس https://markazi.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2009/10/2510_orig.pdf

در نهایت، در ۱۶ خرداد ۱۳۵۰ و در نتیجه پژوهش تطبیقی در قوانین تعاونی جهان، قانون شرکت‌های تعاونی تصویب و برای مدت پنج سال اجرا شد. در این قانون انواع شرکت‌های تعاونی در سه رشته طبقه‌بندی شده است: (۱) کشاورزی؛ «شامل تعاونی‌های کشاورزی و روستایی»؛ (۲) مصرف: «شامل تعاونی‌های مصرف‌کنندگان، مسکن، اعتبار و آموزشگاه‌ها»؛ (۳) کار و پیشه: شامل تعاونی‌های کار، حرف و صنایع دستی، صنایع کوچک، تهیه و توزیع، مشاغل آزاد و صیادان (مجلس شورای ملی، ۱۳۵۰).^۱

• سیر تاریخی نهضت تعاونی در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، شرکت‌های تعاونی قبل از انقلاب، از جمله شرکت‌های سهامی زراعی و تعاونی‌های تولید روستایی، بنا بر خواست اعضایشان، منحل شدند؛ ولی دولت لازم دانست تحت عنوان تعاونی‌های تولید و توزیع، به اشتغال جوانان کمک کند. شهید دکتر بهشتی در سخنرانی خود در سال ۱۳۵۹، لزوم اعطای امکانات دولتی به اقتصاد تعاونی را تأیید کرد؛ مشروط بر اینکه دخالت دولت موجب سلب آزادی‌های سیاسی و اجتماعی تعاونی‌ها نشود (معاونت پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۴).^۲ در اوایل دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به‌ویژه، در دوران جنگ تحمیلی، تعاونی‌های شهری، از جمله تعاونی‌های مصرف محلی، نیز در کنار تعاونی‌های روستایی توسعه پیدا کردند تا هم محلی برای عرضه اقلام کوپنی باشند و هم در مبارزه با قاچاق و احتکار کالا و تورم یاری‌رسان دولت باشند؛ ولی فعالیت اغلب آن‌ها در حد توزیع، باقی ماند (شاهرخ‌راد، ۱۳۹۴: ۱۵). در این دوران در اصل چهل و چهارم قانون اساسی، بخش تعاونی، پس از بخش دولتی دومین بخش اقتصاد رسمی کشور معرفی شد و پس از آن بخش خصوصی قرار گرفت (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۵۸).^۳

در این بازه تعدادی از جوانان و جویندگان کار نیز در تعاونی‌های تولید، مشغول به کار شدند (شاهرخ‌راد، ۱۳۹۴: ۱۴). علاوه بر این، سازمانی به نام «مرکز گسترش عمران استانداری» تأسیس شد تا برای رفع بیکاری، اقداماتی انجام دهد. این تعاونی‌ها موظف بودند افراد جویای کار را از محل اعتبارات تبصره ۳ قانون بودجه سال ۶۴ کشور و بدون ضمانت اجرایی مؤثر برای اخذ تسهیلات با نرخ سود بسیار نازل به بانک‌ها معرفی کنند. با این اقدام، بسیاری از شرکت‌ها تسهیلاتی برای تولید انبوه از تعاونی‌ها دریافت کردند؛ در حالی که در عمل، تولید انبوهی در کار نبود. اقدامات این‌چنینی موجب شد تعاونی‌ها به ابزاری برای رسیدن به اهداف مقطعی تنزل پیدا کنند (دبیری، ۱۳۹۹: ۴). در سال ۱۳۶۶ قانونی مصوب شد با عنوان «قانون مالیات‌های مستقیم» که در آن تعاونی‌ها مشمول معافیت‌های مالیاتی شدند (قانون مالیات‌های مستقیم،

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96613>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/728328>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/133617>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://coop.mcls.gov.ir/Forms/Public/Doc.aspx?id=60>.

۱۳۶۶).^۱ قوانین و تسهیلات این‌چنینی گرچه با هدف کمک به تأسیس و بهبود وضعیت تعاونی‌ها تصویب و اجرا شد، بنا بر اذعان محمدجعفر کبیری، معاون امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، موجب تأسیس تعاونی‌هایی صوری، صرفاً با هدف استفاده از این تسهیلات، شده است (به نقل از وب‌گاه خبرگزاری خبرآنلاین، ۱۳۹۹)^۲ و حتی طبق گفته احمد توکلی، رئیس وقت مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، در سال ۱۳۹۰، ۱۱۰ شرکت غیرقانونی با عنوان شرکت تعاونی ثبت شده بودند (به نقل از وب‌گاه پایگاه تخصصی اتاق تعاون ایران، ۱۳۹۰).^۳

در مجموع، از سال ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۰ با مشارکت مردم و با استفاده از منابع بانکی و قانون تعاون قبلی، «هریک از دستگاه‌های اجرایی و گروه‌های اجتماعی، بدون برنامه مشخص نسبت به ایجاد تعاونی‌های تولیدی و توزیعی، اقدام‌هایی به عمل آوردند» (معاونت پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۴)^۴ و به همین علت، تعداد تعاونی‌ها روبه‌فزونی گذاشت. در این دوره سازمان‌های مختلفی متولی امر تعاون در کشور بودند: «تعاونی‌های کشاورزی تحت پوشش سازمان مرکزی تعاون روستایی، تعاونی‌های کارگری تحت پوشش وزارت کار و امور اجتماعی، تعاونی‌های تولید و عمرانی تحت پوشش وزارت کشور و تعاونی‌های معدنی تحت پوشش وزارت معادن و فلزات». این تعدد متولیان از مشکلات بخش تعاون به‌شمار می‌رفت (حسینی، ۱۳۷۹: ۲۱).

در سال ۱۳۷۰، قانون جدید تعاون تصویب و سپس وزارت تعاون، تأسیس شد (شاهرخ‌راد، ۱۳۹۴: ۱۵). این قانون در سال ۱۳۶۲ به مجلس تقدیم شده بود؛ اما تا سال ۱۳۷۰ تحت بررسی بود (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۶: ۳۱).^۵ بر اساس فصل پنجم این قانون، تعاونی‌ها به دو دسته کلی تعاونی‌های تولید و توزیع تقسیم می‌شوند: «تعاونی‌های تولید شامل تعاونی‌هایی است که در امور مربوط به کشاورزی، دامداری، دامپروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری و روستایی و عشایری و نظایر این‌ها فعالیت می‌نمایند» (مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۰ الف)^۶؛ و «تعاونی‌های توزیع عبارت‌اند از تعاونی‌هایی که نیاز مشاغل تولیدی و یا مصرف‌کنندگان عضو خود را در چهارچوب مصالح عمومی و به‌منظور کاهش هزینه‌ها و قیمت‌ها تأمین می‌نمایند» (همان، ۱۳۷۰ الف). با وجود اینکه این دو اقدام تا حدودی موجب فنون‌مندی‌های اداری و مالی شد (معاونت پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۴)،^۷ کمی پس از تأسیس وزارتخانه تعاون، «قانون مستثنی‌شدن سازمان مرکزی تعاون روستایی از شمول بخش

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91488>.

۲. قابل دسترسی به آدرس khabaronline.ir/news/1433862.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.icccoop.ir/news-1731/13900605/2032>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96613>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/730058>.

۶. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91933>.

۷. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96613>.

تعاون» به تصویب رسید (مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۰ ب)^۱. باری، باز هم تعاونی‌ها تحت یک قانون و به صورت یکپارچه در نیامدند و هر تعاونی تابع مقررات خاص خود شد (معاونت پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۴: ۲(۴).

در ۵ مرداد ۱۳۸۴ سند ملی بخش تعاون با استناد به قانون برنامه چهارم توسعه و بعد از ابلاغ سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی، توسط هیئت وزیران به تصویب رسید (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۶: ۳۵)^۲. در سال ۱۳۸۵ برای اختصاص بخشی از سهام دولتی به افراد کم‌درآمد جامعه، ابتدا در هر استان و سپس در هر شهرستان، یک شرکت تعاونی «سهام عدالت» تشکیل شد. هیئت مؤسس این تعاونی‌ها را دولت و از میان افراد تحصیل کرده، رزمندگان فاقد شغل یا تحصیل‌کردگان مراکز حمایتی تعیین کرد (فارس من، ۱۳۹۹)^۳. گرچه طبق قانون تجارت، مردم باید در فرایند اداره این تعاونی‌ها از طریق شرکت در انتخابات مشارکت کنند، پس از انتخاب هیئت‌مدیره، انتخاباتی برای مشارکت مردم برگزار نشده است (خبرگزاری شبستان، ۱۴۰۰)^۴.

قانون تأسیس شرکت‌های توسعه و عمران شهرستانی که موضوع این پژوهش است هم پس از تصویب در مجلس شورای اسلامی در ۲۸ آذر ۱۳۸۹، در تاریخ ۱۵ دی ۱۳۸۹ در شورای نگهبان تأیید شد و در ۲۵ آبان ماه، برای اجرا ابلاغ شد. این شرکت‌ها «به منظور تسریع در رشد و توسعه شهرستان‌ها، هدایت منابع مردمی به بخش‌های تولیدی، بسترسازی برای ورود بخش‌های تعاونی و خصوصی به فعالیت‌های اقتصادی و انجام طرح‌هایی که به دلیل افزونه‌زا (رانت‌زا) بودن آن، امکان واگذاری به بخش خصوصی وجود ندارد» تأسیس شدند. از دلایل تأسیس این تعاونی‌ها، شکست تعاونی‌هایی عنوان شده است که چه از لحاظ اندک بودن سرمایه و چه از نظر تشکیلات و قدرت رقابت در بازار، تعاونی‌هایی کوچک به شمار می‌رفتند (اسماعیلی، ۱۳۹۹)^۵. از اهداف دیگر این تعاونی‌ها «سازماندهی مشارکت مردم در رشد و توسعه اقتصاد شهرستان است» (ایسنا، ۱۳۹۷)^۶. تعاونی‌های مذکور، هماهنگ‌کننده و مادر تلقی می‌شوند (نعمانی، ۱۳۹۶)^۷ و سایر تعاونی‌های شهرستان

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91965>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96613>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/730058>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <http://fna.ir/f319z5>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <http://shabestan.ir/detail/News/1047975>.

۶. قابل دسترسی به آدرس <https://moroor.org>.

۷. قابل دسترسی به آدرس <https://www.isna.ir/amp/markazi-94724>.

۸. قابل دسترسی به آدرس www.irna.ir/news/82713729.

را زیر پوشش دارند؛ بنابراین، در حوزه‌های مختلف، فعالیت می‌کنند؛ برای مثال، در جهت ساماندهی و حمایت از تعاونی‌های اشتغال روستایی، برای ایجاد اشتغال در روستاها وارد عمل می‌شوند (ایسنا، ۱۳۹۷).^۱

در مجموع، سیر تاریخی تعاونی‌ها در ایران که در جدول ۱،۱ به‌طور خلاصه قابل مشاهده است، نیز نشان می‌دهد که گرچه در دوره‌های مختلف، تعاونی‌ها با هدف جذب مشارکت مردم برای رفع مشکلات جامعه، تأسیس شده‌اند، در عمل، کمابیش دخالت دولت در تشکیل و اداره آن‌ها بارز بوده است. همین دخالت دولت‌ها موجب شده است که در جذب مشارکت مردمی موفقیت چشمگیری به دست نیاورند. تعدد متولیان و قوانین تصویب‌شده نیز از موانع پیشرفت رضایت‌بخش نهضت تعاونی در ایران بوده است. افزون بر این، با وجود تنوع موضوعی تعاونی‌های جهان، بسیاری از تعاونی‌های تأسیس‌شده در ایران، به‌ویژه در دوره‌های اولیه تشکیل تعاونی، محدود به تعاونی‌های مصرف بوده‌اند و در حوزه تولید نیز بیشتر متمرکز بر تولیدات کشاورزی و روستایی بوده‌اند تا سایر تولیدات و در نتیجه، اشتغال‌زایی اغلب این تعاونی‌ها معطوف به همین گونه‌ها از فعالیت‌های تولیدی بوده است. البته در سال‌های اخیر، در اهداف و چشم‌انداز تعاونی‌های مختلف و بنگاه‌های توسعه تأسیس‌شده، کارآفرینی نیز به چشم می‌خورد که بررسی توفیق یا ناموفق بودن تمامی آن‌ها در این امر، مجال گسترده می‌طلبد. به همین دلیل، این پژوهش تنها موفقیت یا عدم موفقیت تعاونی‌های «توسعه و عمران شهرستانی» را در جلب مشارکت مردم و بنگاه‌های توسعه با تمرکز بر بهره‌گیری از کارآفرینی اجتماعی تحلیل می‌کند.

جدول ۱،۱. سیر تاریخی نهضت تعاونی در ایران

تاریخ	رخداد
۱۳۰۳	اشاره به تعاونی در قانون تجارت.
۱۳۱۱	اشاره به تعاونی در قانون تجارت.
۱۳۱۴	تأسیس اولین شرکت تعاونی روستایی به سبک جدید.
۱۳۱۶	- محول کردن هزینه‌های عمران روستایی به تعاون مالکان؛ - اعزام عده‌ای برای کسب دانش تعاونی به کشورهای غربی.
۱۳۲۰	- ورود هیئت‌های خارجی به ایران و تأسیس تعاونی توسط آن‌ها؛ - تشکیل کمیسیونی متشکل از هیئت‌های خارجی برای تصمیم‌گیری درباره تعاونی‌های ایران؛ - اعزام هیئتی به روستاها برای آموزش تعاون به روستاییان به‌دستور وزارت کشور وقت؛ - تأسیس تعاونی‌های شهری برای توزیع ارزاق عمومی.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.isna.ir/amp/markazi-94724>.

تاریخ	رخداد
۱۳۲۷	- اختصاص مبلغی برای مشارکت در سرمایه‌های سهامی به بانک کشاورزی در قانون «اجازه اجرای مقررات گزارش کمیسیون برنامه مجلس شورای ملی»؛ - معافیت شرکت‌های تعاونی از پرداخت حق‌الثبت و تمبر و مالیات بردرآمد برای مدت پنج سال براساس قانون فوق؛ - تصمیم بر تشکیل شرکت‌های تعاونی روستایی در مراکز روستاها.
۱۳۲۸	- توصیه به تشکیل صندوق تعاون و بیمه کارگران و شرکت‌های تعاونی مصرف کارکنان در کارگاه‌ها و کارخانه‌ها در قانون «اجازه اجرای گزارش کمیسیون پیشه و هنر و بازرگانی مربوط به کارگران و کارفرمایان»؛ - اشاره به حق نظارت دولت بر فعالیت شرکت‌های تعاون کارمایی؛ - معافیت شرکت‌های تعاونی تولید تشکیل شده در دهستان‌ها برای تولید محصولات کشاورزی یا بهبود آن‌ها براساس قانون «مالیات املاک مزروعی و مالیات بر درآمد».
۱۳۳۱	- قراردادی وظیفه تأسیس شرکت‌های تعاونی تولید یا مصرف یا مشارکت در اساسنامه بانک «عمران و تعاون روستایی»؛ - تمدید معافیت شرکت‌های تعاونی از پرداخت حق‌الثبت و تمبر و سهام و مالیات بر درآمد.
۱۳۳۲	- جداسدن امور تعاونی‌ها از قانون تجارت با تصویب لایحه قانونی اولین قانون تعاونی ایران، ملهم از قوانین دیگر کشورها؛ - تشکیل شورای عالی تعاون به‌عنوان عالی‌ترین مرجع تصمیم‌گیری درباره تعاونی‌ها و گسترش نهضت تعاون ایران.
۱۳۳۴	- تصویب اولین قانون تعاون ایران با اصلاحاتی اندک در قانون مصوب سال ۱۳۳۲. - الزام کارمندان نیروهای انتظامی دولت به تأسیس تعاونی مصرف؛ - الزام بانک کشاورزی به تأسیس و حمایت از تعاونی‌های کشاورزی؛ - تصویب لایحه تأسیس بنگاه خالص‌جات برای ایجاد شرکت‌های تعاونی مصرف و تولید و اعتبار و ماشین‌های کشاورزی؛ - اختصاص مبلغی برای کمک به شرکت‌های تعاونی تولید و صندوق‌های روستایی در قانون برنامه هفت‌ساله دوم.
۱۳۳۹	- الزام کشاورزان به عضویت در شرکت تعاونی روستایی برای دریافت زمین، بنا بر قانون اصلاحات ارضی؛ - تشکیل تعاونی‌های روستایی، صنعتی و تاحدودی صنایع‌دستی؛
۱۳۴۲	- تأسیس سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران.
۱۳۴۶	- تأسیس سازمان مرکزی تعاون کشور.
۱۳۴۹	- تأسیس وزارت‌خانه تعاون و امور روستاها.
۱۳۵۰	- تصویب قانون شرکت‌های تعاونی براساس پژوهش در قوانین سایر کشورها و دستور اجرای آن برای پنج سال.
۱۳۵۸	- معرفی تعاونی به‌عنوان دومین بخش اقتصاد رسمی کشور در اصل چهل‌وچهارم قانون اساسی
۱۳۶۲	- تقدیم قانون جدید تعاون به مجلس شورای اسلامی
۱۳۷۰	- تصویب قانون جدید تعاون تقدیم شده به مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۶۲؛ - تصویب قانون مستثنی‌شدن سازمان مرکزی تعاون روستایی از شمول قانون بخش تعاون اقتصاد جمهوری اسلامی ایران.

تاریخ	رخداد
۱۳۷۳	- تقسیم تعاونی‌ها به دو گروه مردمی و دولتی در قانون برنامه پنج‌ساله دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.
۱۳۷۷	- اصلاح قانون بخش تعاون مصوب در سال ۱۳۷۰.
۱۳۸۴	- تصویب سند ملی بخش تعاون در هیئت دولت.
۱۳۸۵	- تأسیس تعاونی‌های سهام عدالت.
۱۳۸۹	- تصویب قانون تأسیس شرکت‌های توسعه و عمران شهرستانی.

(تهیه و تنظیم: نگارندگان)

۴.۱. روش‌شناسی

پژوهش پیش رو به‌لحاظ روش‌شناسی، یک پژوهش کیفی «توصیفی-تحلیلی» است. در بین روش‌های خاصی که در این چهارچوب قرار می‌گیرند، به‌طور مشخص می‌توان مطالعه حاضر را یک نوع «مطالعه موردی» دانست. این روش از روش‌های پُرکاربرد در مطالعات کیفی است (Rashid et al, 2019 ; Yazan, 2015 ; Baskarda, 2014 ; Yin, 2002). بر پایه این روش، امکان مطالعه عمیق یک مورد، موضوع یا پدیده خاص فراهم می‌گردد. بنابراین، پژوهشگران در چهارچوب این روش، یک «مورد» را انتخاب و آن را از جنبه‌های مختلف بررسی می‌کنند. این «مورد» می‌تواند یک «واحد» یا «سیستم» با حدود مشخص و متشکل از مؤلفه‌های متعدد و مرتبط به هم باشد. در همین چهارچوب، می‌توان تأملاتی را بر «فرایند»ها و «روند»های طی‌شده آن سیستم حول مسئله‌ای مشخص و البته با نگاهی آینده‌نگرانه شکل داد (سرمدی و همکاران، ۱۳۷۶: ۸۹). آن‌چنانکه در پژوهش حاضر نیز، این «مورد» شامل «تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران» بوده و پژوهشگران آن را به‌لحاظ چگونگی جلب مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه با تأکید بر مقوله کارآفرینی اجتماعی، مورد کندوکاو قرار داده‌اند.

۱.۴.۱. جامعه مورد مطالعه و شیوه نمونه‌گیری

جامعه مورد مطالعه این پژوهش کیفی، جدای از تمامی مکتوبات، اسناد و داده‌های تجربی موجود یا قابل دسترس و مرتبط، همچنین شامل ذی‌نفعان و ذی‌مدخلان در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و نیز خبرگان و صاحب‌نظران این حوزه بوده است که مشخصات آن‌ها در جدول ۳،۱ قابل مشاهده است.

شیوه نمونه‌گیری نیز با توجه به ماهیت این پژوهش، تدریجی، نظری و هدفمند بوده است. در این شیوه، تصمیمات اتخاذشده در خصوص نمونه‌گیری، در خلال خود فرایند تحقیق ظاهر می‌شوند. معیار قضاوت در این زمینه که چه وقت نمونه‌گیری به پایان می‌رسد، «اشباع نظری» مقولات و مضامین به‌دست آمده است. در این حالت، داده‌ها یا نمونه‌های

اضافی دیگر کمکی به تکمیل و مشخص کردن یک مقوله یا مضمون نمی کنند و نمونه ها از آن پس، مشابه به نظر می رسند (ذکایی، ۱۳۸۱: ۵۹).

۲.۴.۱. شیوه گردآوری داده ها

نگاه ما در پژوهش کیفی یک نگاه عملگرایانه است؛ بر اساس چنین نگاهی، محقق دست و پا بسته یک یا چند روش خاص نیست. بدون شک، روش ها و تکنیک های روش شناختی در خدمت پژوهش و پژوهشگر برای دستیابی به اهداف تعریف شده، قرار دارند؛ بر این اساس، محقق باید تمام گزینه های خود را در بررسی مسائل تحقیقش به کار گیرد. بنابراین و به طور مشخص، در پژوهش حاضر گام های ذیل و گاه به موازات یکدیگر طی شده است:

یک) جستجو، گردآوری و آرشیوسازی اسناد قانونی و گزارش های رسمی مرتبط، که بخشی از آن ها در جدول ۱،۱ آمده و تعداد دیگری از آن ها در جدول ۲،۱ قابل مشاهده است.

جدول ۲،۱. جدول بخشی از اسناد مرتبط با تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی

عنوان سند	تاریخ سند	منبع
ابلاغ سیاست های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی	۱۳۸۴/۰۳/۰۱	https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=165
طرح تأسیس شرکت های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی	۱۳۸۷/۰۷/۰۷	https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/720627
قانون اجرای سیاست های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی	۱۳۸۷/۱۱/۰۸	https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260
اظهار نظر کارشناسی درباره «طرح تأسیس شرکت های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی»	۱۳۸۸/۰۶/۱۴	https://rc.majlis.ir/fa/report/show/816922
قانون تأسیس شرکت های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی	۱۳۹۸/۰۹/۲۸	https://yun.ir/0td19b
ابلاغ قانون تأسیس شرکت های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی	۱۳۸۹/۱۰/۲۵	file:///C:/Users/skaze/Downloads/L-229-71618.pdf
اساسنامه نمونه تأسیس تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	۱۳۹۱/۰۵/۲۹	https://rc.majlis.ir/fa/law/show/822981
سند توسعه بخش تعاون	۱۳۹۲/۰۲/۰۸	https://www.icccoop.ir/DesktopModules/Document/showfile.aspx?id=510&a=1
اساسنامه تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر	۱۳۹۴/۰۵/۱۸	http://ttoe.ir/home/AboutUs

عنوان سند	تاریخ سند	منبع
طرح تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و یا استانی	۱۳۹۹/۰۶/۱۳	https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/1624818
طرح اصلاح ماده ۵ قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	۱۳۹۹/۰۹/۰۵	https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/1634570
اصلاحیه اساسنامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	۱۳۹۹/۱۰/۲۰	https://shenasname.ir/refah/7829-119525
قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور	۱۳۹۹/۱۲/۲۷	https://b2n.ir/n85978

(تهیه و تنظیم: نگارندگان)

دو) جستجو، گردآوری و آرشیوسازی گزارش‌های خبری و رسانه‌ای مرتبط که به دلیل حجم بالای اطلاعات مربوط به آن‌ها، مشخصات‌شان در فهرست منابع پایانی خواهد آمد و از ذکر مجدد آن‌ها در این قسمت خودداری می‌شود.

سه) گردآوری و آرشیوسازی کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها و گزارش‌های پژوهشی مرتبط که بخشی از آن‌ها در فصل دوم مرور شده‌اند. علاوه بر این، مشخصات تمامی منابع استفاده‌شده، در فهرست منابع خواهد آمد.

چهار) شناسایی و برقراری ارتباط با اعضای فعال و مطلع تعاونی‌ها؛ مسئولان مربوطه؛ و نیز خبرگان و صاحب‌نظران مرتبط که مشخصات آن‌ها در جدول ۳،۱ قابل مشاهده است.

پنج) انجام گفت‌وگوهای موردی و مصاحبه‌های انفرادی با چهره‌هایی که مشخصات آن‌ها نیز در جدول ۳،۱ آمده است. شش) استفاده از داده‌های شفاهی غیرمستقیم، شامل فایل تصویری وینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، و وینارهای یلدای تعاون با موضوعات تعاون و کارآفرینی؛ تعاون و تأمین مالی خرد جمعی؛ و تعاون و بهره‌وری. شایان ذکر است در وینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، جمعی از مدیران بلندپایه، کارشناسان و نیز مسئولین تعاونی‌های توسعه و عمران کشوری به اظهار نظر پرداختند. در وینارهای یلدای تعاون نیز گروهی از نخبگان و متخصصان حوزه تعاون درباره مسائل تعاونی‌ها به طور کلی، گفت‌وگو کردند. مشخصات این افراد نیز در جدول ۳،۱ قابل مشاهده است.

هفت) استفاده از مطالب موجود در کانال‌های اطلاع‌رسانی مجازی تعاونی‌ها شامل تلگرام، واتس‌اپ، بله، ایتا، اینستاگرام و وب‌گاه‌ها، پلتفرم «تعاون مارکت» و گروه واتس‌اپی «توسعه و عمران ایران اسلامی» که در آن مجموعه‌ای از مسئولین تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی کشور برای حل مشکلات خود با یکدیگر تبادل نظر می‌کنند.

جدول ۳،۱. مشخصات منابع داده‌های شفاهی

تاریخ ارائه داده شفاهی	نحوه دستیابی به داده شفاهی	مشخصات منابع داده شفاهی					
		اهم سوابق شغلی	رشته تحصیلی	میزان تحصیلات	سمت	نام و نام خانوادگی	ردیف
۲۵ آذر ۱۳۹۹	گفت‌وگو در وبینار بلدای تعاون - شب سوم: تعاون و بهره‌وری	معلم	ریاضی	-	مدیرعامل شرکت فرهنگی آموزشی راه رشد	آناهیتا اصلاح‌پذیر	۱
۲۳ آبان ۱۴۰۰	گفت‌وگوی تلفنی	مشاور فضای سبز شهرداری تهران؛ مشاور فضای سبز و خدمات عمومی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری؛ مشاور تعاونی شهید باهنر ریاست‌جمهوری؛ مشاور اقتصادی فرمانداری‌های شمیرانات، فیروزکوه و پاکدشت؛ عضو هیئت‌مؤسس تعاونی توسعه و عمران شمیرانات	مهندسی کشاورزی	کارشناسی؛ دوره آزاد ام‌بی‌ای	مشاور اقتصادی فرماندار پاکدشت	کامران اقتصادنیا	۲
مرداد ۱۳۹۹	اظهاری نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	نماینده مجلس شورای اسلامی؛ عضو ناظر مجلس در کمیته هماهنگی اشتغال استان‌ها	-	دکترای تخصصی	سخن‌گوی کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی	مجید انصاری	۳
۱۸ آبان ۱۴۰۰	گفت‌وگوی تلفنی	تألیف کتب و مقالات، و تدریس در موضوعات مختلف مرتبط با اقتصاد و تعاون	اقتصاد کشاورزی	دکترای تخصصی	دانشیار دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی تهران؛ نایب‌رئیس هیئت‌مدیره شرکت تعاونی خدمات ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون	حمید آماده	۴
۱۸ آبان ۱۴۰۰	گفت‌وگوی تلفنی	مدیرکل دفتر تعاونی‌های توزیعی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ مشاور ویژه در امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ رئیس هیئت‌مدیره شرکت تعاونی ضمانت و سرمایه‌گذاری تعاون	-	کارشناسی	رئیس هیئت‌مدیره شرکت تعاونی ضمانت و سرمایه‌گذاری تعاون	احمد بیگدلی شاملو	۵

۶	مهدی حسین نژاد	مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون	دکترای تخصصی	کارآفرینی - گرایش کسب و کار	نایب رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون	گفت و گو در وبینار یلدای تعاون - شب چهارم - تعاون و تأمین مالی خرد جمعی	۲۶ آذر ۱۳۹۹
۷	غلامحسین حسینی نیا	رئیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران	دکترای تخصصی	ترویج و آموزش کشاورزی	عضو شورای نخبگان تعاون؛ نماینده تام الاختیار وزیر تعاون کار و رفاه اجتماعی در سومین همایش ملی دفاتر پیشخوان خدمات دولت و بخش عمومی غیردولتی؛ عضو شورای راهبری همایش بین المللی مزیت های نسبی تعاونی ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ و...	اظهاری نظر در وبینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۸	مسلم خانی	مدیر کل تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	دکترای تخصصی	-	استاد دانشگاه؛ مشاور کسب و کار و کارآفرینی؛ دبیرکل دفتر توسعه کارآفرینی سازمان بهزیستی	گفت و گو در وبینار یلدای تعاون - شب اول: تعاون و کارآفرینی	۲۳ آذر ۱۳۹۹
۹	حمیده دباغی	استادیار گروه مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی دانشگاه تهران	دکترای تخصصی	مطالعات توسعه اجتماعی	استادیار گروه مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی دانشگاه تهران	گفت و گو تلفنی	۱۶ بهمن ۱۴۰۰
۱۰	حمداله رستمی شهر بابکی	عضو سابق کمیته مرکزی شورای عالی نخبگان تعاون؛ مدیرعامل و عضو مجمع عمومی شرکت تعاونی ضمانت و سرمایه گذاری تعاون	دکترای تخصصی	تعاون	مدیرکل دفتر آموزش، ترویج و تحقیقات تعاونی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ دبیر خانه تعاونگران ایران	گفت و گو تلفنی	۲۶ بهمن ۱۴۰۰
۱۱	امیرحسین رضایی نژاد	مدیرعامل شرکت تعاونی باشگاه مشتریان پیشگامان؛ نایب رئیس هیئت مدیره شتاب دهنده پیشگامان	دکترا	کسب و کار	بنیان گذاری استارت آپ های مختلفی چون گام پلاس، سفر گام، بنیان گذار استارت آپ بازرگام	گفت و گو در وبینار یلدای تعاون - شب اول: تعاون و کارآفرینی	۲۳ آذر ۱۳۹۹

۱۲	محمدرضا رضایی نژاد	مدیرعامل گروه تعاونی پیشگامان	دکترای تخصصی	-	رئیس هیئت مدیره گروه تعاونی پیشگامان	گفت و گو در وبینار یلدای تعاون - شب چهارم: تعاون و تأمین مالی خرد جمعی	۲۶ آذر ۱۳۹۹
۱۳	رحیم سرهنگی	مدیرکل دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	دکترای تخصصی	مدیریت	سخنران در هفته جهانی کارآفرینی؛ رئیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران	گفت و گو در وبینار یلدای تعاون - شب اول: تعاون و کارآفرینی	۲۳ آذر ۱۳۹۹
۱۴	امید شنعه	مدیرعامل بنیاد توسعه کارآفرینی و تعاون استان تهران	کارشناسی	-	عضو هیئت مؤسس تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران؛ دبیر بنیاد توسعه کارآفرینی و تعاون استان تهران	گفت و گوی تلفنی	۱۶ آبان ۱۴۰۰
۱۵	علی حسین شهریور	بنیان‌گذار و دبیرکل خانه تعاونگران ایران	دکترای تخصصی	حقوق	مدیر کل دفتر تعاونی‌های خدماتی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ مشاور معاونت طرح و برنامه وزارت تعاون؛ معاون مدیرکل دفتر تشکیل و توسعه تعاونی‌های وزارت تعاون؛ معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی اداره کل تعاون استان تهران؛ معاون امور تعاونی‌های اداره کل تعاون استان تهران و...	اظهارنظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۱۶	علیرضا صالح	رئیس وقت سازمان خصوصی‌سازی	دکترای تخصصی	علوم اقتصادی	عضو هیئت عامل و معاون برنامه‌ریزی، توسعه منابع و امور پشتیبانی سازمان خصوصی‌سازی؛ کارشناس معاونت اقتصادی وزارت امور اقتصاد و دارایی؛ مسئول دبیرخانه هیئت امناء صندوق توسعه ملی؛ و...	اظهارنظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۱۷	مجتبی صفایی	معاون تعاونی توسعه و عمران شهرستان گلپایگان	دکترای تخصصی	-	مدیرعامل شرکت تعاونی توسعه عمران شهرستان گلپایگان	اظهارنظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۱۸	سید ضیاءالدین ضیایی	مدیرعامل تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم	-	-	-	اظهارنظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹

۱۹	محمد طهرانی	عضو هیئت علمی دانشگاه خاتم، مدیر توسعه کسب و کار ققنوس	دکترای تخصصی	-	-	گفت و گو در وینار یلدای تعاون - شب چهارم: تعاون و تأمین مالی خرد جمعی	۲۶ آذر ۱۳۹۹
۲۰	ماشاءالله عظیمی	عضو هیئت رئیسه و دبیر اتاق تعاون ایران	دکترای تخصصی	مدیریت مالی	عضو شورای عالی بورس	اظهار نظر در وینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۲۱	سیدباقر فتاحی	رئیس هیئت مدیره بانک توسعه تعاون	-	-	عضو هیئت مدیره بانک توسعه تعاون	اظهار نظر در وینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۲۲	داود قلیچی	مدیر تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود	کارشناسی ارشد	کارآفرینی	-	اظهار نظر در وینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۲۳	کبری کاظمی	مسئول دفتر تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر	دیپلم	علوم انسانی	-	گفت و گوی تلفنی	۲۸ بهمن ۱۴۰۰
۲۴	محمدجعفر کبیری	معاون وقت امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	دکترای تخصصی	اقتصاد	رئیس اندیشکده تعاون	اظهار نظر در وینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۲۵	سیدحمید کلانتری	رئیس انجمن بهره‌وری ایران	دکترای تخصصی	-	معاون اسبق امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ معاون وزیر جهاد کشاورزی	گفت و گو در وینار یلدای تعاون - شب سوم: تعاون و بهره‌وری	۲۵ آذر ۱۳۹۹
۲۶	سیدمحمد رضا میرتاج‌الدینی	عضو هیئت رئیسه کمیسیون برنامه و بودجه مجلس	دکترای تخصصی	مدیریت استراتژیک	عضو کمیسیون تلفیق بودجه مجلس؛ مسئول امور پارلمانی سازمان صداوسیما؛ مشاور رئیس صداوسیما	اظهار نظر در وینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۲۷	علیرضا ناطقی	مدیر کل دفتر تعاونی های خدماتی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	دکترای تخصصی	-	-	اظهار نظر در وینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی	مرداد ۱۳۹۹
۲۸	سیدمرتضی نبوی	مدیرعامل تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر	کاردانی	روان شناسی	فعالیت در سازمان نظامی	گفت و گوی تلفنی	۳ آبان ۱۴۰۰

۲۹	عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه‌شونده	عضو هیئت‌مدیره تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر	کارشناسی	IT	-	گفت‌وگوی تلفنی	۱ اسفند ۱۴۰۰
۳۰	عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه‌شونده	عضو فعال تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر	کارشناسی	عمران	-	گفت‌وگوی تلفنی	۲۱ بهمن ۱۴۰۰

۳.۴.۱. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، از شیوه‌های کدگذاری و تکنیک‌هایی همچون تحلیل محتوای کیفی و تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل مضمون یا تماتیک عبارت از تحلیل مبتنی بر استقراء تحلیلی می‌باشد که در آن محقق از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون داده‌ای و برون داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیلی دست می‌یابد. در تعریفی دیگر، این نوع تحلیل عبارت است از عمل کدگذاری و تحلیل داده‌ها با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند. این نوع تحلیل در وهله اول، به دنبال الگویابی در داده‌هاست. زمانی که الگویی از داده‌ها به دست آمد، باید حمایت موضوعی از آن صورت گیرد. به عبارتی، تم‌ها از داده‌ها نشأت می‌گیرند (محمدپور، ۱۳۸۸: ۱۳۷-۱۳۶).

همان‌طور که در جدول زیر آمده است فرایند کامل تحلیل مضمون داده‌های این پژوهش در سه مرحله انجام شده است: الف) تجزیه و توصیف متن؛ ب) تشریح و تفسیر متن؛ ج) ادغام و یکپارچه‌کردن مجدد متن. شایان ذکر است که همه این مراحل با تفسیر و تحلیل همراه است اما در هر مرحله از تحلیل، به سطح بالاتری از انتزاع دست یافته‌ایم.

جدول ۴.۱. مراحل تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش مبتنی بر تکنیک تحلیل مضمون

مراحل	گام‌ها	اقدامات
تجزیه و توصیف متن	آشنا شدن با متن	مکتوب کردن داده‌ها مطالعه اولیه و مجدد داده‌ها نوشتن ایده‌های اولیه
	ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری	پیشنهاد چهارچوب کدگذاری و تهیه قالب مضامین تفکیک متن به بخش‌های کوچک‌تر کدگذاری اولیه داده‌ها
	جست‌وجو و شناخت مضامین	تطبیق کدها با قالب مضامین استخراج مضامین از بخش‌های کدگذاری‌شده متن
تشریح و تفسیر متن	ترسیم شبکه مضامین	بررسی و کنترل همخوانی مضامین با کدهای مستخرج مرتب کردن مضامین انتخاب مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر

مراحل	گام‌ها	اقدامات
		ترسیم نقشه‌های مضامین اصلاح و تأیید شبکه‌های مضامین
	تحلیل شبکه مضامین	توصیف و نام‌گذاری مضامین توصیف و توضیح شبکه مضامین
ترکیب و ادغام متن	تدوین گزارش	تلخیص شبکه مضامین و بیان مختصر و صریح آن استخراج نمونه‌های جالب داده‌ها مرتبط کردن نتایج تحلیل با سؤالات پژوهش نوشتن گزارش علمی و تخصصی از تحلیل‌ها

(تهیه و تنظیم: نگارندگان)

۴.۴.۱. شیوه‌های اعتباریابی

منظور از «اعتبار»^۱ در پژوهش‌های کیفی، بیشتر نوعی «قابلیت اعتماد»^۲ (لینکلن و گوبا، ۱۹۸۵) یا «اطمینان‌پذیری»^۳ (ایزور، ۱۹۹۱) است که به واسطه معیارهای متعددی قابل بررسی می‌باشد (کرسول، ۲۰۰۷: ۲۲۳-۲۰۰). بر این اساس، در پژوهش حاضر و در راستای دستیابی به یافته‌ها و تحلیل‌های معتبر، راهبردهای متنوعی مد نظر قرار گرفته است. نخست آن‌که سعی شده تا بهترین رهیافت روش‌شناختی برای مطالعه انتخاب شود؛ نظر به اهداف پژوهش که تأمل بر وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی را در کلیت‌شان ایجاب نموده و پژوهشگران را ناگزیر از مطالعه رویه‌های موجود و طی‌شده در این خصوص می‌داشته است، بنابراین «مطالعه موردی» به‌عنوان بهترین روش تشخیص داده شده است. از سوی دیگر و با توجه به عدم وجود پیشینه مطالعاتی قابل اتکاء در این حوزه، ضرورت اتخاذ نوعی استراتژی اکتشافی به‌منظور پاسخ‌گویی به برخی از سؤالات پژوهش آشکار بوده است؛ در این راستا، بهره‌گیری از تکنیک‌های مطالعه کیفی در این پژوهش را می‌توان یک انتخاب آگاهانه و هدفمند تلقی کرد. با این وجود، گروه پژوهش تلاش نموده به‌منظور ارائه تحلیل‌های معتبر، همچنین از تکنیک «مثلث‌بندی»^۴ یا «چندبُعدی‌سازی» در گردآوری داده‌ها بهره گیرد. در همین راستا و آن‌چنان‌که در صفحات پیشین اشاره گردید، داده‌ها و یا به تعبیر مناسب‌تر «منابع داده‌ای» مختلفی مورد استفاده قرار گرفته است؛ از اسناد و مدارک مکتوب گرفته تا انواع داده‌های شفاهی و... در نهایت، تکنیک «مرور یا بازخورد همتایان»^۵ و نیز بهره‌گیری از نظرات انتقادی برخی «ممیزان خارجی»^۶ که در واقع نوعی کنترل بیرونی بر فرایند پژوهش است، تکنیک‌های مورد استفاده در جهت افزایش اطمینان‌پذیری تحلیل‌ها بوده‌اند. بنابراین و در وهله اول، یافته‌ها و تحلیل‌ها در بین اعضای تیم پژوهشی

1. Validity
2. Trustworthiness
3. Credibility
4. Triangulation
5. Peer Review or Debriefing
6. External Audits

به بحث گذاشته، جرح و تعدیل شده‌اند؛ و در مجالی دیگر و حسب مورد، با بهره‌گیری از نظرات انتقادی برخی از همکاران دانشگاهی خارج از تیم پژوهشی، مورد بازاندیشی احتمالی قرار گرفته‌اند. باری، همان‌طور که در فصل پایانی نیز اشاره شده است، پیشنهاد می‌گردد که مؤلفه‌ها و نیز مدل نهایی به‌دست آمده در این پژوهش، در قالب یک پژوهش کمی دیگر نیز مورد ارزیابی، وزن‌بخشی و اولویت‌دهی قرار گیرند؛ امری که به دلیل محدودیت‌های زمانی و مالی، در این مجال امکان‌پذیر نبود.

۵.۱. جمع‌بندی

تعاونی‌ها به موجب ماهیت و اهداف پایه‌ای خود، از زمینه‌های توسعه پایدار جوامع و نیز شکوفایی استعدادهای انسانی و محیطی می‌باشند. در این بین، ابتکارات مختلف، منجر به شکل‌گیری و تلاش برای گسترش گونه‌های متنوعی از تعاونی در طول سال‌ها و در مکان‌های متفاوت گردیده است. در هر صورت، اما جلب مشارکت اجتماعی و تحقق عملی این امر، از دل مشغولی‌های مداوم تشکلهای این‌چنینی بوده است. باری، علی‌رغم فرصت‌هایی که در این زمینه وجود داشته، چالش‌هایی نیز همواره در پیش رو بوده‌اند. تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به‌عنوان یکی از گونه‌های نوپای تعاونی در ایران هم از این قاعده مستثنی نیستند. این مسئله‌ای است که پژوهش حاضر بر مبنای آن شکل گرفته است؛ این‌که چرا این تعاونی‌ها علی‌رغم ظرفیت‌های مشارکت‌برانگیز و توسعه‌آفرین، هنوز نتوانسته‌اند توفیق زیادی کسب نمایند؟ و بنابراین، راهبردهای تحقق چنین امری کدام‌ها هستند؟

گروه پژوهش برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های فوق، مسیری را طی نموده که در جدول ذیل بازآمده است؛ البته آشکار است که جریان پژوهش نه یک جریان خطی که در مواردی، رفت و برگشتی و دورانی بوده است.

جدول ۵.۱. سیر انجام پژوهش

ردیف	عنوان مرحله	شرح فعالیت‌ها
۱	آماده‌سازی	تشکیل تیم پژوهشی، تدوین طرح‌نامه و تصویب آن؛ تدقیق و تعمق پیرامون مفاهیم، تعاریف، پیشینه تجربی و ادبیات نظری پژوهش؛ تعمیق چارچوب روش‌شناختی و تدقیق در جامعه آماری و نمونه پژوهش؛ طراحی شیوه‌نامه‌هایی برای گردآوری داده‌های پژوهش از جمله انجام مصاحبه؛ تهیه گزارش آغازین.
۲	گردآوری داده‌ها	گردآوری و طبقه‌بندی اسناد، گزارش‌ها و دیگر داده‌های تجربی موجود؛ شناسایی افراد و گروه‌های مرتبط، و جمع‌آوری نقطه‌نظرات آن‌ها؛ انجام گفت‌وگو، و مصاحبه‌های موردی.

ردیف	عنوان مرحله	شرح فعالیت‌ها
۳	تجزیه و تحلیل یافته‌ها	پیاده‌سازی و دسته‌بندی داده‌های گردآوری شده؛ کدگذاری و تحلیل داده‌های متنی؛ نگارش تحلیل‌های تفسیری.
۴	تایپ و تکثیر گزارش نهایی و ارائه آن	تهیه متن گزارش نهایی و ارائه آن به کارفرما جهت ارزیابی.

(تهیه و تنظیم: نگارندگان)

نتیجه عبور از مراحل فوق و انجام فعالیت‌های اشاره شده، گزارشی است که در پیش رو قرار دارد و در چهار فصل تنظیم شده است. فصل نخست که که اکنون از نظر گذشت، ملحوظ به مباحث مقدماتی و تشریح کلیات پژوهش می‌باشد. در فصل دوم نیز در ابتدا به مرور پیشینه تجربی بحث و ادبیات نظری موجود در این حوزه پرداخته و سپس بر این مبنا، چهارچوب نظری پژوهش را ترسیم نموده‌ایم؛ به عنوان راهنمای پژوهشگران در گردآوری و تحلیل یافته‌های پژوهش، و مهم‌تر از همه، تدوین راهبردهای مربوطه. فصل سوم پژوهش هم به ارائه یافته‌ها و فصل چهارم، ضمن بحث و نتیجه‌گیری، به ارائه مفصل راهبردهایی اختصاص دارد که می‌تواند در جلب مشارکت مردمی در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران مؤثر واقع شود.

فصل دوم

ادبیات پژوهش

مشارکت شالوده هر نوع همکاری است و بر پایه اعتماد اجتماعی شکل می گیرد. فواید مشارکت و همکاری در رفع نیازهای جمعی، ایده ایجاد تعاونی های غیررسمی و سپس رسمی را شکل داد. بنابراین، تعاونی ها نهادهایی مشارکتی هستند که با ساختاری دموکراتیک و اعتمادبرانگیز، مشارکت مردم را در تأمین نیازهای خود آنان برمی انگیزند. این مشارکت سرمایه اصلی تعاونی هاست و از مؤلفه های اصلی سرمایه اجتماعی و در نتیجه، راهگشای توسعه پایدار است. به همین علت، تعاونی ها در سراسر جهان، از جمله ایران، افزایش سرمایه اجتماعی از طریق جلب مشارکت اجتماعی را از اهداف خود قرار داده اند. البته تعاونی ها متناسب با شرایط در حال تغییر اجتماعات انسانی، نو به نو تغییر یافته و اشکال جدیدی از آن ها بروز نموده است. طراحی و تصویب قانون تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی نیز نشان از همین موضوع دارد. تأسیس این تعاونی ها می تواند انسجام بخشی و وحدت در اداره فعالیت های تعاونی هایی اقماری با حوزه های فعالیتی متنوع را در پی داشته باشد که هریک برای رفع نیازی از جامعه روستایی یا شهری ایجاد شده اند.

چون پوشش جغرافیایی تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی، گستره شهرها و روستاهای تابعه شهرستان است، با مسائل اجتماعی بیشتری روبه رو هستند و به همین دلیل، به مشارکت اجتماعی بیشتر و راهکارهای نوآورانه تری برای پاسخ گویی به این مسائل نیاز دارند. ارائه راهکارهای نوآورانه برای حل مسائل اجتماعی از مشخصه های کارآفرینان اجتماعی است. بنابراین، اتخاذ رویکردهای کارآفرینی اجتماعی در تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی می تواند آن ها را به اهداف خود نزدیک سازد و با جلب اعتماد مردم، آنان را به مشارکت ترغیب کند.

حوزه جغرافیایی و موضوعی متنوع تحت پوشش تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی، ظرفیت جذب سرمایه های اجتماعی، فرهنگی، طبیعی و اقتصادی متنوع تر و غنی تری نیز برای این تعاونی ها ایجاد کرده است. جذب و ارتقای این سرمایه های متنوع و تبدیل آن ها به سرمایه های اقتصادی برای خود مردم، نیز با خلاقیت و تلاش مستمر کارآفرینان اجتماعی تسهیل می شود. گرچه خلق سرمایه اقتصادی از سرمایه اجتماعی با بهره گیری از رویکرد کارآفرینی اجتماعی می تواند استقلال مالی تعاونی را موجب شود، جلب مشارکت بنیادهای توسعه نیز از این حیث اهمیت دارد که آن ها می توانند در نقش واسطه های جلب مشارکت، مخصوصاً مشارکت اقتصادی، عمل کنند. اما با توجه به حوزه جغرافیایی متنوع تحت پوشش تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی، روش های جلب مشارکت در آن ها نیز باید زمینه مند و حساب شده انتخاب شود.

باری، نظر به آن که از دست رفتن فرصت ها و هرگونه شکستی برای تعاونی موجب کاهش اعتماد به آن و در پی آن کاهش تمایل مردم به مشارکت و در نتیجه، کاهش سرمایه اجتماعی تعاونی می شود، استفاده از تجربیات تعاونی هایی که توانسته اند توفیقاتی حاصل کنند، می تواند راهگشا و مانع از دست رفتن این سرمایه اجتماعی باشد. به همین منظور در این فصل، ابتدا در قسمت «مروری بر ادبیات تجربی پژوهش»، بر اساس پژوهش های انجام شده داخلی و خارجی، عوامل پیش برنده

و بازدارنده توفیق تعاونی‌ها در جلب مشارکت بررسی شده است. سپس در قسمت «مفاهیم و رویکردهای نظری بصیرت‌بخش»، ذیل مفهوم تعاونی، انواع تعاونی و اصول، ارزش‌ها و اهداف تعاونی تشریح خواهد شد که بنا بر ادبیات تجربی، پایبندی به آن‌ها برای توفیق تعاونی‌ها ضروری است. از آنجا که بنیادهای توسعه نقش واسطه بین تعاونی و مردم یا نهادهای مشارکتی را دارند، ماهیت و اهداف این بنیادها نیز در این فصل معرفی می‌شود. در ادامه، مفهوم کلیدی مشارکت اجتماعی و عامل مهم شکل‌گیری آن، اعتماد اجتماعی، تشریح خواهد شد. علاوه بر این، چنان‌که گفته شد مشارکت از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است و سرمایه اجتماعی سرمایه اصلی تعاونی است. به همین سبب، ابعاد و مؤلفه‌های شکل‌دهنده به سرمایه اجتماعی نیز در ادامه تبیین خواهد شد. در نهایت، در جمع‌بندی در قالب مدل‌هایی، مؤلفه‌های تأثیرگذار بر جلب مشارکت اجتماعی با بهره‌گیری از رویکرد کارآفرینی اجتماعی، ارائه خواهد شد تا مسیر ادامه پژوهش را روشن سازد.

۲.۲. مروری بر ادبیات تجربی پژوهش

با توجه به کاربرد متصور برای ادبیات تجربی پژوهش، در این قسمت، مجموعه‌ای از پژوهش‌های مرتبط با حوزه پژوهش حاضر بررسی خواهند شد تا ضمن آگاهی از وضعیت پژوهشی این حوزه و دریافت خلاءهای موجود، جایگاه و ضرورت انجام این پژوهش آشکار شود. همچنین، نتایج این بررسی در سایر قسمت‌ها و فصول پژوهش، از جمله در تدوین راهبردها و بازشناسی و آسیب‌شناسی روندها به کار گرفته خواهد شد و در جهت تکمیل و اصلاح نتایج حاصل از ادبیات تجربی موجود گام برداشته خواهد شد. مبنای انتخاب پژوهش‌ها در این قسمت، میزان ارتباط موضوعی بوده و هرچند اطلاع از وضعیت پژوهشی در این حوزه در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است، اولویت در انتخاب پژوهش‌ها در یک سطح، ارتباط با کلیدواژه‌های مشارکت، تعاونی و کارآفرینی اجتماعی و در سطح خردتر، ترکیب این کلیدواژه‌ها با استان تهران و در سطح جزئی‌تر با تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی بوده است.

با توجه به محدودیت‌های این قالب نوشتاری، تنها بخشی از منابع بسیار موجود و بررسی‌شده در این حوزه، ذکر می‌شود. از میان پژوهش‌های متعدد فارسی نیز فقط تعدادی از منابع که از نظر میدان و یا موضوع، ارتباط بیشتری با پژوهش حاضر دارند، به صورت تفصیلی بیان می‌شوند و مطالب مرتبط سایر پژوهش‌ها به صورت خلاصه آورده می‌شود. با توجه به اینکه در پژوهش‌های انگلیسی، منابعی با میدان پژوهشی مشترک و هم‌زمان، موضوع پژوهشی مشابه با این پژوهش یافت نشد، منابعی مدنظر قرار گرفته است که ارتباط موضوعی بیشتری با طرح پژوهشی حاضر دارند. منابع بررسی‌شده بر اساس ارتباط موضوعی پژوهش‌ها با یکدیگر آورده شده است. چنان‌که بیان شد، از داده‌های خام و تحلیلی بسیاری از این منابع در فصول آتی، بر حسب ضرورت استفاده خواهد شد.

در جدول شماره ۱،۲ مشخصات کلی پژوهش‌هایی که به عنوان ادبیات تجربی پژوهش حاضر مرور گردیده، بازآمده است. بر این اساس و مبتنی بر نکاتی که در سطور فوق گفته شد، در این قسمت تنها به ۴۱ منبع مرتبط‌تر پرداخته شده است. از میان این منابع، ۱۴/۶ درصد مربوط به دو تا سه سال اخیر بوده‌اند و بیشترین تعداد، یعنی حدود ۷۰/۷۳ درصد

در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ هـ.ش. و ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ م. انجام شده‌اند. با توجه به اینکه در جست‌وجو برای منابع، سال انتشار پژوهش‌ها در اولویت قرار نداشته است، می‌توان گفت در دهه اخیر به موضوع جلب مشارکت و کارآفرینی اجتماعی در تعاونی‌ها توجه بیشتری شده است.

جدول ۱،۲. ویژگی‌های عمومی پژوهش‌های مرور شده

متغیر	سال	درصد	فراوانی
پوشش زمانی	پس از سال ۱۳۹۸ شمسی یا ۲۰۲۰ میلادی	۱۴/۶	۶
	در بازه سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ شمسی یا ۲۰۱۰ الی ۲۰۲۰ میلادی	۷۰/۷۳	۲۹
	در بازه سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۹ شمسی یا ۲۰۰۰ الی ۲۰۱۰ میلادی	۱۲/۱۹	۵
	پیش از سال ۱۳۷۹ شمسی یا ۲۰۰۰ میلادی	۲/۴۳	۱
روش تحقیق	کمی	۵۸/۵۳	۲۴
	کیفی	۳۱/۷۰	۱۳
	ترکیبی	۹/۷۵	۴
جامعه آماری	ملی	۲۱/۹۵	۸
	بین‌المللی	۲۱/۹۵	۸
	استانی / شهرستانی	۴۶/۳۴	۱۹
	محله یا ناحیه شهری - روستایی	۱۴/۶۳	۶

(تنظیم: نگارندگان)

بررسی جامعه مورد مطالعه پژوهش‌های مرور شده، حاکی از توجه بیشتر به بررسی موضوع پژوهش در حوزه استانی و شهرستانی است. از این نظر، پژوهش حاضر با این پژوهش‌ها هم‌راستاست. همچنین، چنان که از اطلاعات جدول فوق برمی‌آید، روش ۵۸/۵۳ درصد از پژوهش‌ها کمی بوده است. ما در قسمت پایانی این بخش، به بازشناسی جایگاه پژوهش حاضر در بین ادبیات موجود، بازخواهیم گشت.

۱،۲،۲. ادبیات داخلی

در بررسی کلیدواژه‌های اصلی پژوهش با حداکثر محدودیت گستره شمول، تنها یک پژوهش با موضوعی بسیار نزدیک به پژوهش حاضر درباره تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی یافت شد که با عنوان «مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه‌ای

در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در سمنان» انجام شده است. این مقاله هدف خود را «تبیین و تدوین راهبردهای موثر بر مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه‌ای در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی با رویکرد کارآفرینی اجتماعی» عنوان کرده است. این پژوهش از چند نظر با پژوهش حاضر تفاوت دارد: اول اینکه میدان پژوهش حاضر، تهران و میدان این پژوهش، سمنان است؛ دوم اینکه رویکرد روش‌شناختی اصلی در پژوهش حاضر، کیفی است؛ در حالی که این پژوهش با رویکرد کمی انجام یافته است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که ابعاد بنیاد توسعه تعاونی‌های توسعه، شامل ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی و نیز ابعاد مشارکت مردمی، شامل احساس تعلق اجتماعی، همبستگی و تعاملات اجتماعی، رضایت شهروندان از زندگی، جنسیت و تحصیلات، بر متغیر وابسته، یعنی عملکرد شرکت‌های توسعه و عمران شهرستانی با رویکرد کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار است. در نتیجه و با توجه به نقش ابعاد ذکر شده و زیرمجموعه‌هایشان در رونق و بهبود عملکرد کسب‌وکار، نویسندگان پیشنهاد می‌کنند این ابعاد برای توسعه و تبیین عملکرد شرکت‌های توسعه و عمران شهرستانی استفاده شوند (وکیل‌الرعا و همکاران، ۱۳۹۹).

از پژوهش‌های دیگری که به‌نحوی با پژوهش حاضر ارتباط می‌یابند، می‌توان به پژوهشی از فیروزآبادی و همکاران او (۱۳۹۷) اشاره نمود. آن‌ها از میان ابعاد مشارکت مردمی، بر تعاونی‌ای تمرکز کرده‌اند که بعد جنسیت در آن اهمیت دارد. پژوهشگران با استفاده از روش گراندتئوری، این موضوع را در تعاونی زنان روستای «ارم‌بویه» از توابع شهرستان «پاکدشت» استان تهران بررسی کرده‌اند که آیا فراهم کردن ساختار و بستر مناسب برای ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی و پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماع محلی با استفاده از تعاونی‌های روستایی امکان‌پذیر است؟ نتیجه حاصل شده وجود این امکان را مشروط بر این می‌کند که تعاونی‌ها بر ایجاد کسب‌وکارهایی تمرکز کنند که حل مسئله اجتماعی را هدف قرار دهد. زنان به این دلایل در این تعاونی در قالب کارآفرینی، مشارکت کرده‌اند: اعتماد و حس عاطفی به کارآفرین به دلیل بومی بودن و سابقه خانوادگی او و نیز امکان نگهداری از فرزندان برای زنان صاحب فرزندان خردسال، به دلیل پاره‌وقت بودن و انعطاف‌پذیر بودن زمان فعالیت در مشاغل ایجاد شده. طبق مدل پارادایمی این مقاله، «کارآفرینی اجتماعی در تعاونی روستایی ناشی از زمینه‌های خاص، شرایط علی، مداخله‌ای و تعاملات و استراتژی‌ها و در آخر، خروجی و دستاوردها» است. شرط علی آن کارآفرین و ویژگی‌های شخصی و شخصیتی و مدیریتی اوست. شرایط مداخله‌ای، عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و قانونی است که در تعیین کیفی بستر کارآفرینی مؤثرند. زمینه‌های بازدارنده در فعالیت اعضای این تعاونی، «مقاومت‌های اجتماعی و فرهنگی»، «عدم حمایت‌های دولتی»، «ضعف قوانین بیمه در پوشش اعضا»، «آموزش‌ها و مداخلات ناکارآمد دولتی» و نیز «مشکلات اقتصادی و ناپایداری درآمدی تعاونی» است. دلیل این تأثیرات، وابستگی تعاونی به سیاست‌های کلان کشاورزی و اشباع شدن فعالیت‌های رایج اقتصادی در اجتماع است. تعاملات و استراتژی‌های به‌کاررفته، راهبردهای به‌کارگرفته شده در جهت افزایش کارآفرینی تعاونی و بدین شرح است: توجه به کارآمدی و کارایی نیروی انسانی، «به‌کارگیری شیوه‌های عرضه خلاقانه و کم‌هزینه‌تر»، به‌کارگیری راهبردهای آموزشی و استفاده از استراتژی‌های تولیدی (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶۹-۱۷۰).

از دیگر نمونه‌های تعاونی کارآفرین موفق در استان تهران، شرکت تعاونی روستایی «شباهنگ» شهریار است. هم‌پور (۱۳۹۳) کارآفرینی شرکتی را در این تعاونی با استفاده از روش موردکاوی، بررسی می‌کند تا الگویی تجربی از شرکت‌های تعاونی روستایی کارآفرین ارائه دهد. بر اساس نتایج پژوهش، اولویت‌بندی مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی بدین ترتیب بوده است: «حمایت مدیریت ارشد»، اختیارات و آزادی عمل اعضا، «سیستم پاداش»، «زمان در دسترس»، مرزهای شغلی، موانع و ساختار شرکت. از میان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی در این تعاونی، «ارائه خدمات و محصولات جدید نسبت به سایر تعاونی‌ها»، «معرفی مناسب شرکت در سطح منطقه و کشور با شرکت در جشنواره‌ها و مجامع مختلف»، به ترتیب بالاترین اولویت‌ها و «حمایت بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری» پایین‌ترین اولویت بوده است. علاوه بر این، مدیر کارآفرین در کارکنان تعهد، انگیزه و اعتماد به نفس ایجاد می‌کند و به افراد باتجربه نقش و آزادی عملی بیشتری در اداره تعاونی می‌دهد. افزایش آگاهی افراد با آموزش نیز موجب افزایش نوآوری و مدیریت بهتر زمان در دسترس می‌شود. علاوه بر این، حس تعلق اعضا به تعاونی موجب افزایش حمایت و اعطای آزادی عمل از سوی مدیر به اعضا می‌شود. با توجه به نتایج حاصل شده، خلاصه پیشنهادات نویسندگان بدین شرح است: جلب اعتماد عمومی از طریق پایبندی مدیران به تعهدات متقابل، ارائه محصولات و خدمات جدید، نیازسنجی مستمر و گسترش فعالیت‌های شرکت با در نظر گرفتن قابلیت‌های بالقوه منطقه؛ شفافیت در امور مالی و بودجه‌ریزی مناسب؛ رعایت قوانین؛ فراهم‌سازی فضای تعامل؛ بهره‌گیری از مشاوران کارآفرینی؛ تعهد مدیر ارشد تعاونی به کارآفرینی و حمایت از آن؛ استخدام کارکنان خلاق و ریسک‌پذیر؛ به حداقل رساندن موانع دیوان‌سالاری؛ برگزاری دوره‌های آموزشی مقدماتی و ضمن خدمت با موضوع کارآفرینی؛ شناسایی و معرفی الگوهای موفق داخلی و خارجی تعاونی‌های کارآفرین از طریق رسانه‌های مختلف و بازدیدهای حضوری.

راهکارهای عملیاتی مناسب برای ایجاد و توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی در مقاله دیگری با عنوان «توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها» ذکر شده است. این مقاله به روش توصیفی و با مطالعه منابع اسنادی موجود، ابتدا ویژگی‌های شرکت‌های تعاونی سنتی و کارآفرین را با یکدیگر مقایسه می‌کند و سپس راهکارهای توسعه کارآفرینی در سطوح مختلف تعاونی‌ها را بیان می‌کند. بر اساس این پژوهش، ویژگی‌های تعاونی‌های کارآفرین بدین شرح است: داشتن فرهنگ سازمانی انعطاف‌پذیر مبتنی بر کارآفرینی؛ داشتن مدیر کارآفرین که فرهنگ نوآوری و ریسک‌پذیری را در سازمان ارتقا می‌دهد؛ استفاده از سیستم تشویق و پاداش مادی و غیرمادی متناسب با استراتژی سازمان که بر مبنای سطح نوآوری و ریسک‌پذیری اعضا به آن‌ها تعلق می‌گیرد، نه بر اساس افزایش سود شرکت. راهکارهای پیشنهادی نویسندگان برای ایجاد و توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تعاونی شامل این موارد است: «برنامه‌ریزی برای اصلاح ساختار نهادی شرکت‌های تعاونی»، «فرهنگ‌سازی در شرکت‌های تعاونی در راستای توسعه کارآفرینی»، «آشناسازی اعضا و ارکان تعاونی‌ها با مقوله کارآفرینی در تعاونی»، «تقویت ویژگی‌های کارآفرینی در اعضای شرکت‌های تعاونی» (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

بررسی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران و توفیق این تعاونی‌ها در این کار، از اهداف پژوهش کمی دیگری است که آمدی و حسینی‌نیا (۱۳۸۷) آن را انجام داده‌اند. نتایج آزمون متغیرهای این پژوهش

نشان می‌دهد که بین تمامی متغیرهایی که در پی می‌آید، با ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های ذکرشده رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد: متغیرهای «میزان شرکت در دوره‌های آموزشی، ارائه خدمات، رضایت از شرکت تعاونی، کار گروهی، ویژگی‌های کارآفرینانه اعضا» و نیز «متغیرهای اطلاع‌رسانی، آگاهی اعضا از بخش تعاونی، حمایت مالی و اعتباری»، ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی تعاونی‌های کشاورزی، «شیوه رهبری مدیران تعاونی‌ها، مشارکت و بازاریابی». متغیرهای دارای بیشترین تأثیر مثبت بر ترویج کارآفرینی در این تعاونی‌ها، بدین ترتیب است: «وجود ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضا»، «میزان شرکت در دوره‌های آموزشی»، «رضایت از فعالیت‌های انجام گرفته در تعاونی»، انجام فعالیت‌های گروهی در تعاونی، «ارائه خدمات در تعاونی» و «وجود عوامل اقتصادی در تعاونی». با توجه به نتایج پژوهش، نویسندگان این پیشنهادات را مطرح می‌کنند: برگزاری کارگاه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی در تعاونی‌ها و آموزش و تشویق اعضا به کار گروهی، تقویت عواملی که موجب رضایت اعضا از تعاونی می‌شوند، مانند «ایجاد اشتغال، ارائه خدمات حمل‌ونقل، اطلاع‌رسانی مناسب از طریق نشریات ترویجی»، ارائه بیشتر و بهتر خدمات مؤثر در ترویج کارآفرینی مانند «اعطای وام، تأمین ماشین‌آلات کشاورزی، خدمات آموزشی و ترویجی»، تقویت عوامل اقتصادی مؤثر در ترویج کارآفرینی مانند «دسترسی به اعتبارات، معرفی بازارهای مناسب و افزایش تولید محصولات کشاورزان» (آمدی و حسینی‌نیا، ۱۳۸۷: ۷۹-۸۱).

مشابه پیشنهادات مطرح‌شده در پژوهش‌های فوق در جهت توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی را در منابع دیگر نیز می‌توان مشاهده کرد؛ برای مثال، حمایت از طرح‌های نوآورانه کوچک و ایده‌های جدید اعضا (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ فیروزآبادی و نصرالهی وسطی، ۱۳۹۳؛ رستمی فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ یعقوبی و نجفلو، ۱۳۹۶؛ حاتمی‌کیا و همکاران، ۱۳۹۷)، تقویت روحیه کارآفرینی از طریق تشویق اعضای کارآفرین (رستمی فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ نوری و همکاران، ۱۳۹۹)، «تشکیل گروه‌ها و واحدهای ویژه نوآوری و خلاقیت» و انعطاف‌پذیری در مدیریت تعاونی‌ها (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱)، فرهنگ‌سازی در حوزه کارآفرینی (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ فیروزآبادی و نصرالهی وسطی، ۱۳۹۳)، اصلاح ساختار نهادی شرکت‌های تعاونی (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ یعقوبی و نجفلو، ۱۳۹۶)، علاوه بر این، استفاده از فنون بازاریابی، به‌ویژه بازاریابی کارآفرینانه و ایجاد برند کارآفرینانه (عباسی و همکاران، ۱۳۹۶؛ نوری و همکاران، ۱۳۹۹) نیز توصیه شده است.

آموزش نیز یکی از راهبردهای مؤثر در ترویج فرهنگ کارآفرینی و جلب مشارکت و توفیق تعاونی‌هاست که به‌طور مشترک، در اغلب پژوهش‌های بررسی‌شده به چشم می‌خورد. در این پژوهش‌ها افزایش توانمندی اعضا از طریق ارائه آموزش‌های مختلف از جمله آموزش‌های نظری مرتبط با اصول کارآفرینی و آموزش‌های عملی گوناگون، مثل نحوه استفاده از اینترنت و رایانه، سرمایه‌گذاری، بازاریابی، گسترش بازار، آموزش پرسنل توصیه شده است (سعدی، ۱۳۸۶؛ کوهی، ۱۳۸۶؛ دنیائی و همکاران، ۱۳۸۹؛ توسلی و همکاران، ۱۳۹۱؛ فیروزآبادی و نصرالهی وسطی، ۱۳۹۳؛ میردامادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ حسینی و مهدی‌زاده، ۱۳۹۴؛ رستمی فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ عطری برزنجه و همکاران، ۱۳۹۶؛ امدادی و همکاران، ۱۳۹۷؛ حاتمی‌کیا و همکاران، ۱۳۹۷؛ نوری و همکاران، ۱۳۹۹).

هاشمی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی کمی، به‌طور ویژه بر عامل فوق‌ترکز کرده و اثرگذاری خدمات آموزشی ترویج در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران و البرز را بررسی کرده‌اند. بر اساس این پژوهش، رتبه‌بندی زمینه‌های آگاهی مدیران تعاونی‌های بررسی‌شده دربارهٔ بخش تعاون، بدین‌ترتیب است: مدیریت تعاونی‌ها، چگونگی ادارهٔ تعاونی‌ها به‌مثابهٔ بنگاه اقتصادی، فرصت‌های بازار و فنون بازاریابی و بازاریابی، اولویت‌ها و برتری‌های بخش تعاون، اصول تعاونی‌ها، مراحل تشکیل تعاونی‌ها، چگونگی تهیهٔ طرح‌های کسب‌وکار اقتصادی، سازوکارهای تأمین منابع مالی طرح‌های اقتصادی، قوانین و مقررات فعالیت در بخش تعاون، انواع تعاونی‌ها، هدف‌های شرکت‌های تعاونی، برنامه‌های شرکت‌های تعاونی، مفاهیم و اصول کارآفرینی در تعاونی‌ها. رتبه‌بندی میزان مشارکت اعضا در تعاونی‌ها نیز بدین‌ترتیب بوده است: تصمیم‌گیری‌های مربوط به امور تعاونی، شرکت در نشست‌های مجمع عمومی، انتخاب هیئت‌مدیره، ادارهٔ امور تعاونی‌ها، کلاس‌های آموزشی و بازدیدهای فنی. علاوه بر این، بین متغیر میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی ترویج کشاورزی با متغیرهای آگاهی دربارهٔ بخش تعاون، انگیزهٔ عضویت در تعاونی‌های کشاورزی و میزان تحصیلات اعضا رابطهٔ مثبت و معنی‌داری وجود داشته است. در نهایت، نویسندگان پیشنهاداتی بدین شرح مطرح می‌کنند: حضور کارشناسان ترویج در تعاونی برای ارائهٔ آموزش‌های مبتنی بر نیازسنجی، افزایش تعداد کارگاه‌های آموزشی و ترغیب اعضا به شرکت در آن‌ها که خود به افزایش مشارکت اعضا منتج می‌شود، افزایش آموزش‌های با موضوع فلسفهٔ تعاونی، افزایش آگاهی مدیران دربارهٔ اهمیت هدف و کارکردهای تعاونی‌ها در برقراری عدالت اجتماعی، افزایش مشارکت اعضا در ادارهٔ تعاونی و کلاس‌های آموزشی و بازدیدهای فنی، در اولویت قراردادن نوآوری و خلاقیت توسط مدیران، منوط‌کردن مجوز ثبت تعاونی به گذراندن دوره‌های آموزشی و ترویجی (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۴).

نویسندگان پژوهش فوق، در پژوهش پیمایشی دیگری با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر میزان شناخت و آگاهی مدیران نسبت به بخش تعاون؛ مطالعه موردی تعاونی‌های کشاورزی استان تهران»، علاوه بر نتایج فوق، اولویت‌بندی استفادهٔ مدیران از منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی را بدین‌ترتیب یافته‌اند: همکاران؛ تعاونی‌های دیگر؛ دوستان و آشنایان؛ بولتن و نشریهٔ خبری؛ مجلات و نشریات؛ روزنامه؛ خانواده؛ معرفی تعاونی‌های برتر؛ برنامه‌های رادیویی؛ دانشگاه؛ نهادهای مذهبی؛ مدرسه. نویسندگان معتقدند به‌دلیل اولویت اعتماد به سایر تعاونگران و افراد مورد اعتماد، شناخت ناصحیح از بخش تعاون ممکن است به‌سرعت گسترش یابد. اولویت‌بندی ویژگی‌های کارآفرینی مدیران بر اساس این پژوهش، بدین‌ترتیب بوده است: مسئولیت‌پذیری؛ تعهد؛ واقع‌بینی؛ شناسایی سود در موقعیت‌های مختلف؛ دارا بودن انگیزهٔ بالا برای رسیدن به هدف؛ خوداتکایی؛ حس همکاری؛ پرکاری؛ آینده‌نگری و دوراندیشی؛ ریسک‌پذیری؛ اعتماد به دیگران؛ تحمل شکست؛ و اراده برای فعالیت مجدد؛ خلاقیت و نوآوری. علاوه بر این، متغیرهای تأثیرگذار بر میزان آگاهی مدیران دربارهٔ بخش تعاون بدین‌ترتیب بوده است: میزان استفاده از منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی؛ ویژگی‌های اجتماعی؛ میزان استفاده از فعالیت‌های آموزشی و ترویجی؛ میزان کارآمدی مدیران تعاونی‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی. پیشنهادت جدید مطرح‌شده در این مقاله، تعدیل سطح توقعات مؤسسان و اعضا و آگاه‌سازی اعضا از حقوق و تکالیف خود از طریق مشاورهٔ پیش از تشکیل تعاونی و نیز معرفی بخش تعاون در مجامع عمومی برای جذب افراد اجتماعی‌تر است (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۱).

هاشمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش کمی دیگری بر عوامل مؤثر بر انگیزه فعالیت مدیران در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران تمرکز کرده‌اند. نتایجی که علاوه بر نتایج پژوهش‌های پیشین آنان به دست آمده است، حاکی از تأثیر منفی تجربه فعالیت پیشین در مدیران بر انگیزه فعالیت آن‌ها در تعاونی است. در میان اولویت‌های انگیزه فعالیت مدیران در تعاونی، انگیزه «ایجاد اشتغال برای دیگران» در رتبه ششم، «علاقه به فعالیت گروهی»، «کمک به جامعه» و «اجرای یک ایده نو» که از مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شوند، در اولویت‌های هشتم تا دهم قرار داشته‌اند. علاوه بر این، گرچه انگیزه‌های مادی در جذب مدیران مؤثر بوده است، پس از عضویت، نقشی در افزایش انگیزه آنان نداشته است. میزان بهره‌مندی از خدمات آموزشی و ترویجی و ویژگی‌های کارآفرینی و اجتماعی مدیران و نیز سطح تحصیلات آنان در انگیزه ایشان تأثیر مثبت داشته است.

از سوی دیگر، بر اساس پژوهش امینی و صفری شالی (۱۳۸۱) سطح تخصص هیئت‌مدیره تعاونی بر میزان آموزش ارائه‌شده از سوی آنان در تعاونی نیز اثر مستقیم دارد. این پژوهش که تأثیر آموزش بر موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغ‌داران استان تهران را با روش پیمایشی بررسی می‌کند، به ارتباط مستقیم بین آموزش‌های مرتبط با شغل یا مسئولیت اعضا با موفقیت تعاونی نیز پی می‌برد. از سوی دیگر، نتایج این مقاله نشان می‌دهد که بین میزان سرمایه‌گذاری اعضا در ابتدای عضویت، با آموزش، رابطه‌ای وجود نداشته، بلکه استفاده از یارانه‌ها و خدمات دولتی در این موضوع مؤثر بوده است؛ با وجود این، ارائه آموزش بیشتر، موجب ارتقای مشارکت اعضا در افزایش سرمایه آنان در تعاونی شده است. علاوه بر این، شرکت‌هایی که به آموزش توجه بیشتری داشته‌اند، در جذب اعضا نیز موفق‌تر بوده‌اند. بنا بر این نتایج، نویسندگان این پیشنهاد را مطرح کرده‌اند: نیازسنجی آموزشی و سپس طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی متناسب، ارائه آموزش‌هایی درباره اصول و فلسفه تعاون و نیز «آموزش‌های تخصصی مدیریت سازمانی، متناسب با مسئولیت‌های اعضای مجمع و هیئت مدیره شورا و شرکت هماهنگی تشکیلات مرغ‌داران» در سطوح مختلف شهرستانی، استانی و کشوری.

بر اساس پژوهش امینی و رضانی (۱۳۸۵) کیفیت‌های آموزشی ارائه‌شده یکی از عوامل موفقیت تعاونی‌های مرغ‌داران گوشتی استان تهران است. این پژوهش به روش کمی و با هدف کلی ارزیابی تأثیر عوامل درون‌سازمانی، یعنی نیروی انسانی و مدیریتی و نیز عوامل برون‌سازمانی، یعنی سازمان‌های دولتی و غیردولتی، در موفقیت «شرکت‌های تعاونی کشاورزی مرغ‌داران استان تهران» انجام شده است. متغیرهای مؤثر بر میزان موفقیت این تعاونی‌ها بدین ترتیب است: عملکرد اتحادیه تعاونی‌ها؛ مهارت‌های فنی مدیران؛ سابقه عضویت در شرکت تعاونی؛ میزان مشارکت در امور تعاونی؛ میزان انتفاع اعضا از تعاونی؛ کیفیت آموزش‌های ارائه‌شده؛ شناخت اعضا، تعداد دوره‌های آموزشی و مهارت‌های انسانی مدیران. همچنین نتایج این پژوهش نشان‌دهنده ارتباط معنی‌دار، مستقیم و نسبتاً قوی، بین متغیرهای شناخت اعضا، میزان مشارکت آن‌ها در امور تعاونی و مهارت فنی مدیران با میزان موفقیت تعاونی‌هاست. نویسندگان کاهش دخالت دولت در امور تعاونی‌ها را از عوامل افزایش تمایل مردم به مشارکت در تعاونی‌ها عنوان می‌کنند و مشارکت‌دادن واقعی و نه نمادین مردم در سیاست‌گذاری‌ها را راه‌حل رفع مشکلات اساسی کشور می‌دانند. همچنین پیروی تعاونی‌ها از اصول

تعاون را برای افزایش مشارکت اعضا، اتخاذ سیاست‌ها و راهبردهای درازمدت، از جمله آموزش‌های تخصصی و عمومی، را برای افزایش کیفیت نیروی انسانی، افزایش مهارت مدیران و آموزش شیوه‌های مدیریت مشارکتی به آنان را برای افزایش مشارکت اعضا و در نتیجه، موفقیت تعاونی پیشنهاد می‌کند (امینی و رضانی، ۱۳۸۵).

منابع به دست آمده دربارهٔ تعاونی‌های غیر از کشاورزی، بسیار اندک است. از این میان می‌توان به مقالهٔ «عوامل مؤثر بر ارتقای مشارکت اعضا در اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مصرف» اشاره کرد که هدف آن «ارائهٔ راهکارهایی جهت مشارکت اعضا در اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مصرف با توجه به وضعیت موجود تعاونی‌های مصرف در کشور، تجارب متخصصان بخش تعاون و تجارب سایر کشورهاست». این مقاله با روش پیمایشی، تأثیر متغیرهای سطح آگاهی و شناخت اعضا از مسائل تعاونی، سازمان‌دهی اعضا در گروه‌های کوچک، سازمان‌دهی گروه‌های تخصصی در تعاونی‌ها، جنسیت، تحصیلات و شغل اعضا بر وضعیت مشارکت اعضا در اتحادیه و تعاونی‌های مصرف را در تعاونی‌های مصرف شش استان منتخب وزارت تعاون در سال ۱۳۸۸، یعنی تهران، یزد، گیلان، اردبیل، همدان و بوشهر را ارزیابی می‌کند. در بررسی سه معیار «مشارکت اعضا در مجمع عمومی»، «انتقال دیدگاه‌ها به تعاونی» و «مشارکت اقتصادی»، مشخص شده است که مشارکت در مجامع عمومی تعاونی به دلیل اصلی اطلاع‌رسانی نامطلوب، کم است؛ اکثر اعضا و اغلب از طریق ارتباط با هیئت‌مدیره و مدیرعامل، دیدگاه‌های خود را به تعاونی منتقل می‌کنند؛ بیشتر اعضا سرمایه خود در تعاونی را افزایش داده‌اند؛ ولی معمولاً کالاهای ضروری خود را از تعاونی نمی‌خرند. پیشنهادات نویسندگان برای ارتقای مشارکت اعضا بدین شرح است: تشویق زنان به مشارکت بیشتر؛ اعطای تسهیلات مالی با بازپرداخت بلندمدت؛ ارتقای دانش و آگاهی و شناخت اعضا و مدیران تعاونی‌ها؛ ایجاد نظام اطلاعات و ارتباطات بازاریابی و تشکیل بانک اطلاعاتی؛ انتقال دیدگاه اعضا به مسئولان تعاونی؛ تبادل نظر و تعامل اعضا برای بهبود کار گروهی؛ بهبود معماری فضای داخلی و بیرونی فروشگاه‌ها؛ سنجش و ارتقای رضایت اعضا؛ گسترش شبکه توزیع؛ عرضه محصولات متنوع؛ و راه‌اندازی سایت اینترنتی برای تسهیل ارتباط اعضا با مسئولان تعاونی (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۱-۱۵۲).

از میان عوامل مؤثر بر مشارکت اعضا در تعاونی‌ها، انصاری و همکاران (۱۳۹۴) در پیمایشی بر «عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت اعضای تعاونی‌های تولیدی استان تهران» تمرکز کرده‌اند. این پژوهش میزان مشارکت اعضا را در دو بُعد ذهنی و عینی بررسی می‌کند. «روحیهٔ مشارکتی، احساس تأثیرگذاری، آمادگی و علاقه‌مندی فرد به مشارکت»، در بُعد ذهنی قرار می‌گیرد و بُعد عینی به میزان مشارکت عملی و مشاهده‌شدنی فرد مربوط است. نتایج این پژوهش حاکی از میزان مشارکت پایین در این تعاونی‌هاست و نشان می‌دهد که «میزان مشارکت اعضا در تعاونی‌ها به ترتیب از متغیرهای سرمایه اجتماعی، باورهای مشترک، پایگاه اجتماعی، سود دریافتی از تعاونی، آگاهی از اصول تعاونی و میزان استقلال تعاونی از دولت تأثیر مثبت و معنی‌دار می‌پذیرد» (انصاری و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۵). این پژوهش این نتیجه کلی را در پی دارد که عوامل اجتماعی بر میزان مشارکت اعضا و در نتیجه، موفقیت تعاونی‌ها تأثیر مثبت زیادی دارد. نویسندگان برای افزایش سرمایه اجتماعی پیشنهاد می‌کنند به سرمایه‌ها و ظرفیت‌های اجتماع محلی توجه شود و به جای تصدی‌گری و

مداخله دولت، حمایت‌های علمی، نرم‌افزاری و مالی از تعاونی‌ها صورت گیرد. همچنین با توجه به اینکه باورهای مشترک تعاونی، ریشه در اعتقاد به اصول تعاون دارد، آموزش این اصول، به‌ویژه اصول تعاونی‌های مدرن، توصیه می‌شود. تقسیم عادلانه سود بین اعضا نیز از پیشنهادات دیگر نویسندگان است.

اما گریفیتس (۱۳۸۶) با توجه به دو بُعد اقتصادی و سیاسی تعاونی‌ها، عوامل ایجاد انگیزه مشارکت در اعضا را هم‌گرایی این دو بُعد عنوان می‌کند. علاوه بر این، نویسنده معتقد است ایجاد زمینه برای سازگاری بیشتر اعضا و تقویت حس همکاری و مشارکت، باید از ابتدای تأسیس تعاونی، مدنظر باشد تا امکان ارتقای ظرفیت برای تغییر نقش‌ها فراهم باشد. افزون بر این، مبتنی‌بودن شیوه اداره تعاونی‌ها بر ضوابط و ارزش‌های تعاونی، استفاده از شیوه مدیریتی‌ای را موجب می‌شود که امکان هم‌سویی ارزش‌های درونی تعاونی را فراهم می‌نماید. به‌علاوه، افزایش پویایی اعضا با آموزش‌های لازم و مستمر برنامه‌ریزی‌شده موجب افزایش نظارت انتقادی و آگاهانه آن‌ها بر اقدامات مدیران می‌شود. علاوه بر این عوامل، توجه به سه عنصر اساسی اطلاعات، آموزش و مشاوره برای تداوم کارایی اعضا به‌منظور ایجاد ایدئال‌هایی چون «حس تعلق»، «حس موفقیت» و «حس کنترل و قابلیت جلب رضایت اشخاص» از عوامل ضروری موفقیت تعاونی‌ها هستند. گریفیتس برای افزایش پویایی اعضا راهکارهای زیر را پیشنهاد می‌کند: (۱) کاهش قدرت و اختیارات مدیران، طی فرایندی مستمر؛ (۲) فراهم کردن امکان بسط اطلاعات؛ (۳) استمرار تلاش‌ها برای برقراری روابط مناسب بین اعضا و مدیران.

دارابی (۱۳۹۷) نیز مانند گریفیتس معتقد است پایبندی به اصول و ارزش‌های تعاونی، همچون «بهبود کیفیت زندگی، کمک به دیگران، مسئولیت‌پذیری، مشارکت اقتصادی و توجه به جامعه» عامل موفقیت تعاونی‌هاست. او در کتاب «راز موفقیت کسب‌وکارهای تعاونی در جهان: تعاونی‌ها و توسعه پایدار»، پس از معرفی تعدادی از تعاونی‌های موفق، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، انطباق اصول و ارزش‌های حاکم بر این تعاونی‌ها با معیارهای اتحادیه بین‌المللی تعاون را تحلیل می‌کند. این معیارها شامل «مسئولیت‌پذیری، مشارکت، بهبود کیفیت، استقلال، برابری، آموزش حرفه‌ای، توجه به جامعه و دموکراسی» است. به‌علاوه او انطباق ویژگی‌های منحصربه‌فرد و رفتارهای کارآفرینانه این تعاونی‌ها با شاخص‌های تعاونی‌های کارآفرینی، «شامل توانمندسازی محرومان، کارآموزی و آموزش، حمایت از تنوع روستایی، جلوگیری از مهاجرت روستایی، ایجاد شغل، ایجاد بازارهای جدید، توجه به محیط زیست و افزایش بنگاه‌های تجاری عضو» را تحلیل و با تعاونی‌های ایران مقایسه می‌کند. سپس با بهره‌گیری از تحلیل‌های آماری از شاخص‌های استخراج‌شده، الگوی رفتاری کارآفرینی در تعاونی‌های موفق و پایدار را طراحی می‌کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد عامل اصلی شکل‌گیری تمامی تعاونی‌های بررسی‌شده، نیاز مشترکی است که رفع آن مشارکت جمعی می‌طلبد. پایبندی به اصول و ارزش‌های تعاونی در تعاونی‌های موفق موجب رفتار کارآفرینانه و گسترش کارآفرینی اجتماعی شده است. در بین شاخص‌های رفتار کارآفرینانه، تعاونی‌های موفق، بیش از همه به توانمندسازی گروه‌های محروم جامعه، کارآموزی و ایجاد شغل توجه داشته‌اند که در تعاونی‌های ایران، نمود چندانی ندارد. نویسنده این نتایج را این‌گونه تحلیل می‌کند که پایبندی به ارزش‌ها و اصول تعاونی، سبب توجه به ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی و خلق ثروت مبتنی بر ارزش و در نتیجه، کارآفرینی اجتماعی می‌شود. خلق ارزش‌های

اجتماعی، همبستگی اعضای تعاونی در جهت دستیابی به عدالت اجتماعی را به همراه دارد که خود موجب اعتماد اجتماعی به تعاونی‌ها می‌شود. در نتیجه باور اجتماعی به این گفتمان، تلاش برای ترویج آن و در نتیجه، ثبات و پایداری و موفقیت تعاونی افزایش می‌یابد. بنابراین، کارآفرینی اجتماعی در تعاونی‌ها افزایش مشارکت و نیز افزایش خریداران را در پی دارد که نتیجه آن بلوغ اقتصادی تعاونی است. با توجه به این نتایج، نویسنده «ضرورت گفتمان‌سازی جدید منطبق بر اصول و ارزش‌های واقعی تعاون را متذکر می‌شود و توجه بیشتر به فلسفه وجودی تعاونی‌ها در کشور، به‌منظور بازآفرینی تعاونی‌ها منطبق بر اشتغال مولد و توسعه پایدار» را ضروری می‌داند (دارابی، ۱۳۹۷: ۲۳۶).

در پایان، باید به پژوهشی از حسینی‌نیا و همکاران او (۱۳۹۸) اشاره داشت که تمامی ابعاد سیاسی، فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی را در اکوسیستم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور مؤثر می‌دانند. پژوهش آن‌ها که به روش کمی انجام شده است، در مدلی سلسله‌مراتبی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور را شامل ابعاد سیاسی، فرهنگی-اجتماعی، مالی، بازار، حمایتی و آموزشی-مهارتی معرفی می‌کند که نتایج یافته‌ها تأثیرگذاری آن‌ها در اکوسیستم کارآفرینی را به ترتیب ذکر شده اثبات می‌کند. اولویت‌بندی زیرمعیارهای ابعاد نخست، بدین ترتیب است: در بُعد سیاسی، حمایت صریح از کارآفرینی تعاون‌محور در اسناد بالادستی کشور؛ در نظر گرفتن کارآفرینی تعاون‌محور به‌عنوان ضرورت در کشور؛ حمایت مالی، مشوق‌های قانونی و امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاونی؛ مشروعیت اجتماعی کارآفرینان تعاون‌محور؛ رهبری مستحکم در قانون‌گذاری کارآفرینی تعاون‌محور. در بُعد فرهنگی-اجتماعی، کاهش ریسک مالی در سرمایه‌گذاران محلی؛ کاهش پذیرش ریسک و نوآوری توسط دولت در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور؛ فرهنگ‌سازی توسعه کسب‌وکار کوچک تعاون‌محور در روستا؛ تحمل ریسک اشتباه، شکست؛ تشویق و رسانه‌ای شدن موفقیت‌های کارآفرینان روستایی (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۵۲). با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در بُعد سیاسی، این پیشنهادات مطرح می‌شود: سیاست‌گذاری در همه سطوح با بهره‌گیری از تجربیات کشورهای موفق در این حوزه؛ تشکیل گروه‌های کانونی متشکل از ذی‌نفعان، در تدوین و اعتبارسنجی سیاست‌ها و برنامه‌ها در یک زیست‌بوم؛ و تعیین یک دستگاه متولی برای هماهنگ‌سازی تلاش‌ها، بهبود نظام کارآفرینی و پایش مستمر آن. درباره بُعد فرهنگی-اجتماعی، نویسندگان این پیشنهادات را مطرح می‌کنند: افزایش اطمینان و کاهش نگرانی در مؤسسان کسب‌وکارهای خرد تعاون‌محور از طریق حمایت‌های مختلف؛ نهادینه‌سازی و فرهنگ‌سازی با استفاده از وسایل ارتباط جمعی؛ ایجاد و تقویت اعتماد به نفس برای شروع کسب‌وکارهای جدید و تشویق مؤسسان این کسب‌وکارها. در بُعد اقتصادی توسعه فعالیت‌های تعاونی‌ها هم «تدوین راهبردهای اساسی، سیاست‌گذاری‌های بلندمدت و تعاملات هدفمند بین‌بخشی» توصیه شده است (همان: ۳۵۶-۳۵۷).

۲.۲.۲. ادبیات خارجی

در بررسی منابع انگلیسی، با وجود اینکه به شباهت‌هایی درباره عوامل تأثیرگذار بر جلب مشارکت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها برخوردیم، تنوع تعاونی‌های بررسی شده بیش از منابع فارسی به نظر می‌رسید. در این منابع، بر اهمیت کارآفرینی

و انگیزه‌های نوع‌دوستانه بیشتر از منابع فارسی تأکید می‌شود. برای نمونه، کلمپ و آل‌حمیس^۱ (۲۰۱۰) در مقاله خود تمایز کارآفرینی تجاری، مدنی و کارآفرینی تعاونی از یکدیگر را مشخص می‌کنند و معتقدند تفاوت کارآفرینی تعاونی با مدنی در این است که در کارآفرینی تعاونی، «مسئولیت‌پذیری در برابر جامعه تابع اولویت‌های تعیین‌شده توسط عضویت آن‌ها و الزامات استراتژیک مشاغل آن‌هاست». شرکت‌های تعاونی ممکن است کارآفرین مدنی هم باشند؛ اگر با جامعه خود رابطه محکمی داشته باشند. در مدل عملی ارائه‌شده در این مقاله برای ارزیابی اثربخشی کارآفرینی اجتماعی، این ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی ارزیابی می‌شود: «برای ایجاد و حفظ ارزش اجتماعی (نه فقط ارزش خصوصی) مأموریت دارند؛ فرصت‌های جدید را تشخیص می‌دهند و در جهت مأموریت فوق، سرسختانه تلاش می‌کنند؛» «در یک فرایند نوآوری، سازگاری و یادگیری مداوم شرکت می‌کنند؛» «جسورانه و بدون اینکه با منابع موجود محدود شوند، عمل می‌کنند؛ و احساس مسئولیت‌پذیری بیشتری درباره مشتریان‌شان و نتایج ایجادشده از خود نشان می‌دهند» (Clamp & Alhamis, 2010: 157). سپس، نویسندگان، ساختار و مدل کارآفرینی در گروه تعاونی‌های موندرآگون^۲ را با روش کیفی تحلیل می‌کنند. بر این اساس، «سه عنصر تعیین‌کننده در مدل کارآفرینی موندرآگون وجود دارد: شرایط اقتصادی-اجتماعی و فرهنگ باسک‌ها در منطقه باسک؛ ساختار حاکمیت دموکراتیک با مالکیت و کنترل کارگران؛ نهادهای حمایتی توسعه‌یافته توسط شرکت تعاونی موندرآگون» (Ibid: 159). بر اساس این پژوهش، استفاده از این مدل در شرکت «توسعه مالکیت تعاونی» در سیلورسیتی^۴ نیو مکزیکو^۵ با موفقیت همراه نبوده است. چالش‌های این شرکت عمدتاً شامل «دسترسی به سرمایه، دانش فنی و انتظارات جامعه بشردوستان از یک شرکت نوپا برای تأثیر قابل‌توجه بر بیکاری» بوده است. بنابراین، پیچیدگی‌های مدل موندرآگون، کاربرد آن را برای همه شرکت‌ها دشوار می‌سازد. از دلایل عدم‌توفیق شرکت مکزیکو بررسی‌شده، تفاوت‌های فرهنگی-اجتماعی دو جامعه و نیز اختلافات شرکت مکزیکو با شرکت‌های دیگر بوده که موجب بی‌اعتمادی اعضای تعاونی شده است.

«شرایط چهارچوب کارآفرینی» در کارآفرینی تعاونی، در مقاله «کارآفرینی تعاونی در پورتو ریکو»^۶ بر اساس مدل مفهومی «دیده‌بان کارآفرینی جهانی» و با روش کمی بررسی می‌شود. این چهارچوب شامل نه شرط است: امور مالی کارآفرینی؛ سیاست دولت؛ برنامه کارآفرینی دولت؛ آموزش کارآفرینی؛ انتقال تحقیق و توسعه؛ زیرساخت تجاری و قانونی؛ مقررات ورود؛ زیرساخت‌های فیزیکی؛ و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی. نویسندگان شرایط افزوده‌ای نیز بر نه شرط پیشین افزوده و تحلیل می‌کنند: فرصت‌هایی برای استارت‌آپ؛ مهارت و توانایی برای شروع استارت‌آپ؛ تصویر اجتماعی کارآفرین؛ انگیزه و قدردانی از کارآفرینان؛ حقوق مالکیت معنوی؛ حمایت از زنان برای استارت‌آپ؛ توجه به رشد بالا؛ پشتیبانی و تشویق برای

-
1. Clamp & Alhamis
 2. Mondragon co-operatives
 3. Basque
 4. Silver City
 5. New Mexico
 6. Puerto Rico

رشد بالای مشاغل؛ علاقه به نوآوری: ارزیابی نوآوری از دیدگاه کشورها؛ علاقه به نوآوری: ارزیابی نوآوری از دیدگاه مصرف‌کنندگان؛ رفاه: کفایت مقررات و محیط کار برای تسهیل تعادل کار-زندگی؛ رفاه کارآفرینان: درک اینکه آیا کارآفرینان نسبت به سایر مردم از زندگی شخصی و حرفه‌ای خود رضایت بیشتری دارند؟ (Aponte & Álvarez, 2017: 393-394). نتیجه حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که در پورتو ریکو، «اغلب شرایط چهارچوب کارآفرینی موجود، فعالیت کارآفرینی را تقویت نمی‌کند». در میان شرایط ذکرشده، فقط دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، تأثیر مثبت معنی‌داری بر کارآفرینی تعاونی در پورتو ریکو داشته است. پایین‌ترین میزان تأثیر از نظر کارآفرینی تجاری، در «سیاست دولت»، «تحصیلات و آموزش در سطوح ابتدایی و متوسطه» و «حمایت مالی» بوده است. از نظر کارآفرینی تعاونی در «انتقال تحقیق و توسعه»، «تحصیلات و آموزش در سطوح ابتدایی و متوسطه» و «حمایت مالی» پایین‌ترین میزان تأثیر وجود داشته است. علاوه بر این، «علاقه به نوآوری از دیدگاه مصرف‌کنندگان»، «حمایت زنان از استارت‌آپ» و «حقوق مالکیت معنوی» در ترویج کارآفرینی در این کشور تأثیر مثبت داشته‌اند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، نویسندگان بر لزوم ایجاد تعاونی‌های جدید در مدارس دولتی و تحقیق درباره سازمان‌های مالی مرتبط تأکید می‌کنند. همچنین معتقدند باید خدمات مشاوره‌ای و پشتیبانی‌های تکنیکی از کمیسیون توسعه تعاونی دریافت کنند.

مقاله «از کارآفرینی جمعی تا کارآفرینی تعاونی در تعاونی‌های جدید کانادا» از روش‌های نظریه زمینه‌ای، روش ترکیبی و تکنیک مثلث‌سازی استفاده می‌کند و با تحلیل ابعاد مختلف بهره‌گیری از کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های نسل جدید کانادا نشان می‌دهد که «انگیزه‌ها»^۱، «فرایندها»^۲ و «نتایج»^۳ حاصل از تعاونی‌های جدید کانادا چگونه تغییرات اجتماعی را منعکس می‌کنند. نویسندگان علاوه بر سه زیرمضمون فوق، سه مفهوم راهنمای اصلی را برای روشن کردن کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های جدید کانادا به کار می‌گیرند: «توسعه ساختاری و ایدئولوژیک»^۴ در بنیان‌گذاری تعاونی، «کارآفرینی توزیع‌شده»^۵ برای بسیج منابع و «چندصدایی»^۶ برای تصمیم‌گیری دموکراتیک و یادگیری جمعی (Vieta et al., 2016: 14)؛ در نهایت، نقش تمامی این عوامل تأیید می‌شود. گردآمدن افرادی با پس‌زمینه‌های شخصی و حرفه‌ای، تجربیات، مهارت‌ها و علایق متنوع، تنوع دیدگاه و چندصدایی ایجاد می‌کند. چندصدایی، توانایی تعاونی‌ها را برای بهره‌مندی از کارآفرینی توزیع‌شده افزایش می‌دهد و بدین طریق، بسیج منابع برای تعاونی‌ها را تسهیل می‌کند. چندصدایی می‌تواند فرهنگ تعاون و یادگیری جمعی را نیز ارتقا دهد.

-
1. Motivations
 2. Processes
 3. Outcomes
 4. Framing and Ideological development
 5. Distributed entrepreneurship
 6. Multivocality

در پژوهشی دیگر، تأثیر نگرش کارآفرینی مدیر تعاونی‌ها و انگیزه اعضا در افزایش مشارکت اعضا در تعاونی‌های فعال در استان سوماترای شمالی^۱ اندونزی در پژوهش کمی‌ارنیتا و آلرزی^۲ (۲۰۱۴) بررسی شده است. این پژوهش تأثیر دو متغیر گرایش کارآفرینی مدیران و انگیزه اعضا را بر مشارکت در تعاونی تحلیل می‌کند. برای متغیرهای گفته‌شده این زیرمتغیرها را در نظر می‌گیرد: برای گرایش کارآفرینی مدیران، زیرمتغیرهای «اولویت‌های دانش»، «ریسک‌پذیری»، «نوآوری»، «نگرش به وظیفه»، «قدر وقت را دانستن»، «انگیزه پیشرفت»، «مسئولیت‌پذیری»، «احساس نیاز به پیشرفت»؛ برای انگیزه اعضا، «احساس نیاز به قدرت»، «احساس نیاز به پیشرفت»، «احساس نیاز به وابستگی»؛ برای مشارکت اعضا، مشارکت آن‌ها در «تصمیم‌گیری»، «دادن سرمایه»، «سود بردن»، «نظارت بر مشارکت». بر اساس این پژوهش، گرایش کارآفرینی مدیر و انگیزه اعضا، مشارکت اعضا را تا حد زیادی افزایش دادند. همچنین عوامل سبب‌ساز مشارکت اعضا بدین شرح است: زیاد شرکت‌دادن اعضا در فرایندهای تصمیم‌گیری در تعاونی و منافع حاصل از مزایای اعضا مانند استفاده از اعتبار و کسب برخی سودهای مشترک. زمانی که فردی در جامعه‌ای مشارکت می‌کند باید افکار، عواطف و احساسات خود را نیز مشارکت دهد. نویسندگان معتقدند واردکردن گرایش و انگیزه کارآفرینی در آموزش‌های تعاونی، در توفیق مدیران در مدیریت و تلاش‌های اعضا در شرکت تعاونی اهمیت زیادی دارد. برای تداوم رشد و پایداری تعاونی‌ها در آینده این آموزش‌ها باید تداوم داشته باشد (Ernita & Al Rozi, 2014).

در پژوهشی دیگر علاقه اعضا به مشارکت در حاکمیت تعاونی، به‌ویژه تمایل آن‌ها برای انتخاب‌شدن برای یکی از جایگاه‌های حاکمیتی و ارتباط آن با شبکه اجتماعی کشاورز-اعضا در تعاونی‌های صنایع کشاورزی در سوئد طی بیست سال بررسی شده است. در این پژوهش هم انگیزه‌های اعضای منتخب و هم کسانی که خواستار کسب این جایگاه‌ها هستند، با تمرکز بر تأثیر تغییرات شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بر این روابط تحلیل می‌شود. نویسندگان به وجود روابط قوی بین تمایل اعضا برای انتخاب به‌عنوان نماینده در تعاونی‌ها و شبکه‌های اجتماعی پی می‌برند. نویسندگان درمی‌یابند که تغییرات اساسی در تعاونی‌ها و جامعه کشاورزان، رابطه مثبت بین شبکه‌های اجتماعی کشاورزان و تمایل آن‌ها به مشارکت در حاکمیت تعاونی را تغییر نمی‌دهد. این پژوهش نشان می‌دهد که تمایل اعضا برای به‌دست‌آوردن یک موقعیت حکمرانی، به‌طور مثبت با تجربه حمایت دیگران مرتبط است. این یافته‌ها این دیدگاه را تقویت می‌کنند که تعاونی‌ها هم‌زمان، واحدهای اجتماعی و اقتصادی هستند. این پژوهش بر خلاف سایر تحقیقات که بر وجه اقتصادی تعاونی‌ها تمرکز دارد، نشان‌دهنده تأثیر عوامل اجتماعی بر نهادهای حاکم بر تعاونی‌هاست و بر لزوم محبوبیت نمایندگان منتخب در میان اعضا همراه با عمل در جهت منافع بلندمدت اعضا و ارتقاء منافع اعضا تأکید می‌کند. نویسندگان معتقدند اطلاع‌رسانی و آموزش مستقیم به هیئت‌مدیره و مدیران تازه‌انتخاب‌شده و همچنین نمایندگان کمیته معرفی، می‌تواند موفقیت تعاونی و نیز تمایل اعضا برای مشارکت در حاکمیت تعاونی را افزایش دهد (Morfi et al., 2021).

1. North Sumatera
2. Ernita & Al Rozi

دِپدري^۱ (۲۰۱۵) هم معتقد است نوسازی و نوآوری در آموزش، تمایز بین برنامه اولیه (برای داوطلبان جدید) و آموزش مداوم برای کسانی که در حال حاضر حضور دارند، می‌تواند هدف مهم تعاونی باشد، هم برای جذب جوانان و هم افزایش صلاحیت همکاران پیشین تعاونی. دلیل این دیدگاه آنان این است که در بررسی دوازده تعاونی مصرف‌کننده در اروپا دریافته‌اند که برای جوانان تحصیل کرده، انگیزه‌های نوع دوستی، غالب و آن‌ها فقط به دلیل علاقه به پیشرفت، یادگیری برای افزایش مهارت‌های شخصی و فرصت‌های شغلی آینده داوطلب می‌شدند. آن‌ها در گزارشی پژوهشی درباره انگیزه‌های مشارکت داوطلبانه در این تعاونی‌ها و روش‌های ارتقای آن که با روش ترکیبی انجام داده‌اند، دریافته‌اند که مهم‌ترین انگیزه‌های اعضا برای داوطلب شدن در تعاونی‌ها به ترتیب، به اشتراک گذاری ارزش تعاونی، تمایل به انجام کاری برای سرزمین خود و امکان انجام کاری برای نیازمندان، جنبه‌های مبتنی بر روابط، یعنی امکان تعامل با دیگران و ایجاد دوستی‌های جدید، مشارکت فعال در تصمیم‌گیری‌ها و احساس عزت نفس از داوطلبی است.

بر خلاف نتایج پژوهش فوق، به نظر می‌رسد در جامعه نمونه‌ای که باتزیوس^۲ و همکارانش (۲۰۲۱) بررسی کرده‌اند، انگیزه‌های اقتصادی اهمیت بیشتری دارد که ممکن است به ماهیت تعاونی بررسی شده مربوط باشد. باتزیوس و همکارانش مهم‌ترین موانع و انگیزه‌های مشارکت تولیدکنندگان یونانی در تعاونی‌های بازاریابی در روستاهایی در استان ایماتیا^۳ در شمال یونان را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که مشوق‌های تولیدکنندگان یونانی به مشارکت در این تعاونی‌ها این موارد است: امنیت معاملات مالی و امکان توزیع مستقیم محصولات از طریق این تعاونی‌ها؛ منافع حاصل از سرمایه‌گذاری‌های جمعی در سرمایه ثابت؛ و نسبت قیمت به کیفیت. نویسندگان دریافتند که افزایش قدرت چانه‌زنی و کاهش هزینه تولید از نظر تأثیرگذاری بر انگیزه مشارکت تولیدکنندگان، در اولویت نیست؛ ولی سطح تحصیلات تولیدکنندگان تأثیرگذار است. مهم‌ترین بازدارندگان مشارکت در تعاونی‌ها از نظر تولیدکنندگان، ناتوانی مجمع عمومی در تصمیم‌گیری‌های جمعی و نیز قیمت‌های رضایت‌بخش‌تری است که تولیدکنندگان از ارائه آن توسط عمده‌فروشان یا بازرگانان اطمینان دارند. نویسندگان معتقدند این دلایل نشان‌دهنده فقدان روحیه تعاون و نیز نبود تحصیلات کافی برای آگاهی از علت وجود تعاونی‌های بازاریابی در بازار است. بنابراین، سیاست‌گذاران باید برای تغییر این نگرش‌ها سرمایه‌گذاری کنند. همچنین بر اساس نتایج این پژوهش، تولیدکنندگان فقیرتری که از مشارکت در فعالیت‌های جمعی اجتناب می‌کنند، هزینه‌های معامله خود را در تأمین تجهیزات میوه و سبزیجات افزایش می‌دهند.

آندهانی^۴ (۲۰۱۷)، در پژوهش کیفی خود علاوه بر عوامل فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی، محرک‌ها و محدودیت‌های مبتنی بر ویژگی‌های کشاورزان جوان را که بر مشارکت آنان در تعاونی‌های لبنیات اندونزی و کنیا اثر می‌گذارند، کشف می‌کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که محرک‌های اصلی برای مشارکت کشاورزان جوان، تأثیرپذیری از کشاورزان

1. Depedri

2. Batzios

3. Imathia

4. Andhani

موفق، کمبود شغل در مناطق شهری که باعث می‌شود کشاورزان جوان به بخش لبنیات بازگردند، درآمد و دریافت نقدی بیشتر است. نویسندگان بازدارنده‌های اصلی کشاورزان از مشارکت را این عوامل یافته است: سن؛ نداشتن ذوق و شوق؛ سطح تحصیلات پایین و نداشتن دانش و مهارت پایه‌ای در زمینه تولید محصولات لبنی و مدیریت تعاونی‌ها؛ سیستم سلسله‌مراتبی قوی در تعاونی‌های محصولات لبنی؛ تصویر منفی از تولید محصولات لبنی و تعاونی‌ها؛ فقدان ارتباط بین کشاورزان پیر و جوان؛ و دسترسی نداشتن به زمین و نیز زمان پرداخت در بازه زمانی طولانی مدت. نویسندگان معتقد است این وضعیت می‌تواند توسط تعاونی‌ها بدین نحو بهبود یابد: با پذیرش نقش فعال در مشارکت جوانان با ارائه منافع اقتصادی بهتر؛ ایجاد ارتباطات مؤثر بین کشاورزان جوان و مسن؛ و با ارائه آموزش و کارگاه‌های آموزشی درباره تولید محصولات لبنی و مدیریت تعاونی و همچنین توسعه پژوهش‌ها توسط پژوهشگران، دانشجویان و سیاستگذاران درباره تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت تولیدکنندگان جوان محصولات لبنی در تعاونی لبنیات.

چون تحلیل داده‌ها در پژوهش ماسلوا^۱ و همکاران (۲۰۲۱) نیز حاکی از کاهش مداوم تعداد مشارکت‌کنندگان در تعاونی، به‌ویژه جوانان است، پیشنهاداتی برای افزایش مشارکت ارائه می‌دهند. این مقاله علاوه بر مرور ادبیات موجود درباره توسعه ارزش‌های تعاونی، بر اساس نظرسنجی از سهام‌داران یک تعاونی مصرف‌کننده در روسیه، ساختار سهام‌داری و منافع سهام‌داران را در این شرکت بررسی می‌کند. نویسندگان دو نوع منفعت اقتصادی و اجتماعی برای سهام‌داران قائلند. منافع اجتماعی شامل «تأمین نیازهای کارگران»، «حمایت اجتماعی»، «تحصیل»، «نیازهای فرهنگی» و «مشارکت در مدیریت اقتصاد تعاونی» است. بر اساس این پژوهش، ویژگی‌های سنی و جنسیتی، سطح تحصیلات و تعداد اعضای خانواده بر انگیزه عضویت در جامعه مصرف‌کننده اثرگذار است. نتایج این پژوهش انجام‌شده با روش ترکیبی، نشان می‌دهد که بسیاری از سهام‌داران، جوانان هستند و بسیاری صاحبان مزارع شخصی. بنابراین، نویسندگان استفاده از روش‌های مختلف تبلیغی جذاب برای جوانان و نیز شناسایی درخواست‌های صاحبان مزارع شخصی را برای افزایش مشارکت، پیشنهاد می‌کنند. علاوه بر این، بررسی‌ها بیانگر بی‌اطلاعی اغلب سهام‌داران از حقوق خود است که لزوم آگاهی‌بخشی به آنان در این باره را نشان می‌دهد. بدین منظور، تهیه دفترچه سهام، یا حساب کاربری اینترنتی برای سهام‌داران که از طریق آن بتوانند فعالیت‌های سهام‌داری خود را تجزیه و تحلیل کنند، پیشنهاد می‌شود. همچنین ایجاد تمایز در میزان مشارکت و سهام برای گروه‌های مختلف سهام‌داران، از جمله سهام‌داران مصرف‌کننده، سهام‌داران با مشارکت مالی و سهام‌داران با مشارکت کارگری، توصیه می‌شود. علاوه بر این، ایجاد تنوع در محصولات و برندهای توزیع‌شده و اقداماتی چون صدور «کارت مشتری» برای سهام‌داران می‌تواند انگیزه عضویت را افزایش دهد.

مقاله «ظهور تعاونی‌ها و آینده بخش شرکت‌های اجتماعی در بوتسوانا»^۲ هم چالش‌ها و محدودیت‌های نهضت تعاونی در بوتسوانا را با استفاده از روش کیفی تشریح می‌کند. از عوامل مشکلات این نهضت، به این موارد اشاره شده است: کم‌تعهدی

1. Maslova
2. Botswana

اعضا؛ اختلاس؛ سوءمدیریت و فقدان مهارت‌های مدیریتی؛ قانونی که وابستگی تعاونی‌ها به دولت را افزایش می‌دهد؛ ضعف در آموزش کارکنان؛ نداشتن مدیریت مشارکتی؛ ضعف در بازاریابی. بنابراین، نویسندگان پیشنهاد می‌دهد که تعاونی‌ها در بوتسوانا مجدداً طراحی شوند و دولت به دنبال راهکارهای خلاقانه‌ای برای تعامل با ذی‌نفعان در این زمینه باشد تا بتوانند برنامه‌های مداخله‌ای مؤثرتری برای مقابله با فقر طراحی کنند. بدین منظور، ضمن پیشنهاد افزایش فعالیت شرکت‌های اجتماعی، پیشنهاد می‌دهد زمینه‌های زیر در نظر گرفته شود: «افزایش مشاوره، همکاری و مشارکت؛ ایجاد ساختارهای نهادی برای اجرای مؤثر؛ راهبری و رایزنی؛ فراهم آوردن دانش و مهارت‌های مربوط به کارآفرینی؛ ترویج اخلاق کاری تاب‌آوری؛ تعهد به دستیابی به نتایج از طریق روش‌های نظارت و ارزیابی برای اجرای مؤثر برنامه‌ها». علاوه بر این، آشناسازی جوانان با مسائل جامعه و آموزش کارآفرینی اجتماعی به آنان را راه مؤثری برای اصلاح وضعیت موجود معرفی می‌کند. در مجموع، برای توسعه شرکت‌های اجتماعی در بوتسوانا اتخاذ رویکردی یکپارچه در اصلاح محیط فرهنگی، نهادی و قانونی را لازم می‌داند. برای سرعت‌بخشیدن به این رشد، نیز جذب سرمایه‌ها، استعدادها و خدمات خارجی را پیشنهاد می‌دهد (Diraditsile, 2018).

در نهایت، باید به یک پژوهش قدیمی‌تر از بیرچال^۱ (۱۹۹۹) اشاره داشت. او در پژوهش خود با مرور ادبیات مربوط به مشارکت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، نیاز به بازگشت به نظریه‌های روان‌شناختی اجتماعی بنیادین را برای ایجاد نظریه‌ای مفید، ضروری تشخیص می‌دهد. او معتقد است راه‌حل ساده‌ای برای ارتقاء سطح مشارکت در تعاونی‌ها نمی‌توان ارائه داد. او در پی ارائه مدلی نظری درباره راه‌های بهبود مشارکت در تعاونی‌ها برای استفاده در تعاونی‌های مسکن در انگلیس است. بنابراین، او بر اساس دیدگاه سوروکین^۲، پنج متغیر مستقل اصلی را بر جلب مشارکت اعضا در تعاونی‌ها مؤثر می‌داند: (۱) مدت زمان؛ سابقه کار تعاونی موجب جلب اعتماد و در نتیجه، مشارکت می‌شود. (۲) گستردگی سازمان و گستره جغرافیایی تحت پوشش آن که مهم‌ترین عامل تمایزبخش است و اثر معکوس بر مشارکت دارد؛ چون گستردگی سازمان از طرفی با محدودیت‌های سرزمینی مردم در تناقض است و از طرفی مشارکت‌های دموکراتیک را محدود می‌کند. البته او معتقد است با استفاده از روش‌های رسانه‌ای و نیز منطقه‌ای کردن ساختارهای دموکراتیک می‌توان در شرکت‌های بزرگ نیز مشارکت را افزایش داد. (۳) کفایت^۳: به معنی توفیقات قبلی شرکت و اثرگذاری آن بر زندگی مردم که بر جلب مشارکت اثر مستقیم دارد. (۴) شوروشوق^۴: بر جلب مشارکت اثر مستقیم دارد؛ چون رابطه عاطفی اعضا با هم تعهد آن‌ها به یکدیگر و تمایلشان برای بهبود اقتصاد و محیط زندگی‌شان را افزایش می‌دهد. (۵) خلوص^۵: احساس تعهد به مشارکت همان خلوص است و با مشارکت ارتباط مستقیم دارد. با آموزش رسمی و غیررسمی درباره ارزش‌ها و اصول تعاونی می‌توان این احساس تعهد را تقویت کرد.

1. Birchall

2. Sorokin, P.A

3. Adequacy

4. Intensity

5. Purity

در مجموع، علی‌رغم پژوهش‌های داخلی و خارجی بسیار زیادی که در ارتباط با کلیدواژه‌های اصلی پژوهش حاضر وجود دارد؛ در بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در دسترس، منابع پژوهشی اندکی به دست آمد که به‌صراحت، به موضوع جلب مشارکت با استفاده از کارآفرینی، و به‌طور ویژه، کارآفرینی اجتماعی، اشاره کرده باشند. تعدادی از منابع به‌دست‌آمده به موضوع موانع و راهبردهای جلب مشارکت در تعاونی‌ها پرداخته‌اند و تعدادی از آن‌ها در جهت دستیابی به راهبردهای توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها انجام یافته‌اند.

نکته قابل‌تأمل دیگر این‌که به‌ویژه در منابع داخلی، تمرکز اغلب پژوهش‌ها بر تعاونی‌های حوزه کشاورزی و تولیدات دامی و کم‌توجهی به سایر تعاونی‌ها و به‌خصوص، تعاونی‌های چندمنظوره، مثل تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، است. با وجود این، از نتایج پژوهش‌های متمرکز بر تعاونی‌های تک‌منظوره نیز می‌توان برای ارائه راهبردها برای موفقیت تعاونی‌های اقماری تحت‌نظر تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استفاده کرد؛ هرچند ماهیت چندمنظوره این تعاونی‌ها و اهداف آن‌ها باید در ارائه راهبردها در نظر گرفته شود.

افزون بر نکات فوق و همان‌طور که در ذیل جدول ۱،۲ نیز اشاره شد، عمده پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه از روش‌های تحقیق کمی بهره برده‌اند. این نسبت نشان می‌دهد که خلاء نسبی در استفاده از روش پژوهش کیفی و خلاء جدی در استفاده از روش ترکیبی وجود دارد. استفاده از دو روش کیفی و کمی در روش پژوهش ترکیبی، می‌تواند راهکار بهتری برای جبران کاستی‌های هر روش در این حوزه باشد. با وجود این، محدودیت‌های زمانی و موقعیتی، سبب شده روش کیفی برای این پژوهش در اولویت قرار گیرد؛ اما از نتایج پژوهش‌های کمی انجام‌شده توسط سایر پژوهشگران نیز به‌عنوان مکمل، استفاده خواهد شد.

در نهایت، در نتیجه مرور ادبیات تجربی، مجموعه عوامل مؤثر بر جلب مشارکت با استفاده از کارآفرینی اجتماعی در قالب جدول ۲،۲ ارائه می‌شود. در مجموع، از میان مهم‌ترین عوامل و مؤلفه‌های روان‌شناختی تأثیرگذار بر جلب مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها با رویکرد کارآفرینی اجتماعی می‌توان به این موارد اشاره کرد: نوآوری؛ تعلق اجتماعی؛ احساس رضایت؛ اعتماد اجتماعی؛ نظام مناسب تشویق و پاداش؛ تعهد؛ مسئولیت‌پذیری و ریسک‌پذیری. از میان عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی اجتماعی، این موارد اهمیت بیشتری داشته‌اند: آموزش مستمر؛ تحصیلات؛ تعامل اجتماعی؛ فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی. از میان مؤلفه‌های مهم اقتصادی هم: اشتغال‌زایی؛ کاهش هزینه‌ها؛ بهبود توزیع؛ و بازاریابی، بیشترین اهمیت را داشته‌اند. کاهش دخالت دولت در امور تعاونی‌ها، اعطای مشوق‌های قانونی و مالیاتی، ایجاد زیرساخت‌های قانونی؛ و داشتن سیاست‌ها و برنامه‌های کارآفرینانه، خلاصه‌ای از مؤلفه‌های مهم حقوقی-سیاسی است. از مؤلفه‌های سازمانی-مدیریتی، می‌توان به این موارد اشاره کرد: مدیریت کارآفرینانه؛ مدیریت و اداره مشارکتی؛ انعطاف‌پذیری در مدیریت؛ حمایت‌های مدیریت؛ استفاده بهینه از فرصت‌ها و مهارت و دانش مدیران.

در قسمت ادبیات نظری، عوامل و مؤلفه‌های اثرگذار دیگر ارائه خواهد شد.

جدول ۲،۲. جمع‌بندی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر جلب مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها با رویکرد کارآفرینی اجتماعی
از منظر پژوهش‌های مرور شده

عوامل و مؤلفه‌های روان‌شناختی	عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی	عوامل و مؤلفه‌های اقتصادی	عوامل و مؤلفه‌های حقوقی - سیاسی	عوامل و مؤلفه‌های سازمانی - مدیریتی
احساس تعلق اجتماعی؛ رضایت از زندگی (وکیل‌الرعا و همکاران، ۱۳۹۹). اعتماد و حس عاطفی به کارآفرین به دلیل بومی‌بودن و سابقه خانوادگی او؛ ویژگی‌های شخصی و شخصیتی کارآفرین (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷). احساس تعلق اعضا به تعاونی؛ وجود نظام مناسب پاداش‌دهی؛ ایجاد حس تعهد، انگیزه و اعتماد به نفس در اعضا به‌ویژه توسط مدیر کارآفرین (هماپور، ۱۳۹۳). ارتقاء فرهنگ نوآوری و ریسک‌پذیری توسط مدیر؛ سیستم تشویق و پاداش مادی و غیرمادی بر مبنای سطح نوآوری و ریسک‌پذیری اعضا (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۳). میزان رضایت از شرکت تعاونی؛ ویژگی‌های کارآفرینانه اعضا (آمدی و حسینی‌نیا، ۱۳۸۷). تشویق اعضای کارآفرین (فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ نوری و همکاران، ۱۳۹۹). انگیزه عضویت (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۴).	هم‌بستگی؛ تعاملات اجتماعی؛ تحصیلات (وکیل‌الرعا و همکاران، ۱۳۹۹). مقاومت‌های اجتماعی و فرهنگی (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷). میزان شرکت در دوره‌های آموزشی؛ کار گروهی؛ اطلاع‌رسانی، آگاهی اعضا از بخش تعاونی؛ ویژگی‌های اجتماعی تعاونی؛ مشارکت (آمدی و حسینی‌نیا، ۱۳۸۷). آگاهی‌بخشی (هماپور، ۱۳۹۳) و فرهنگ‌سازی در حوزه کارآفرینی (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳). برخوردار از پشتوانه انسانی، عوامل فرهنگی، دانش ناکافی اعضا (نوری و همکاران، ۱۳۹۹). کمک به جامعه؛ میزان بهره‌مندی مدیران از خدمات آموزشی و ترویجی؛ ویژگی‌های اجتماعی مدیران؛ سطح تحصیلات مدیران (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۳). آموزش‌های مرتبط با شغل یا مسئولیت اعضا؛ میزان مشارکت در امور تعاونی؛ کیفیت آموزش‌های ارائه‌شده؛ شناخت اعضا؛ تعداد دوره‌های آموزشی و مهارت‌های انسانی مدیران (امینی و رضانی، ۱۳۸۵).	تأسیس بانک‌های تعاون کارآمد و ارائه تسهیلات از طریق آن‌ها (کوهی، ۱۳۸۶)؛ همچون اعطای وام‌های کم‌بهره و نیز اصلاح زیرساخت‌های مالی (دنایی و همکاران، ۱۳۸۹؛ امدادی و همکاران، ۱۳۹۷). ارائه خدمات و محصولات جدید نسبت به سایر تعاونی‌ها؛ بازاریابی مناسب (هماپور، ۱۳۹۳). میزان ارائه خدمات؛ حمایت مالی و اعتباری از تعاونی؛ ویژگی‌های اقتصادی تعاونی؛ بازاریابی (آمدی و حسینی‌نیا، ۱۳۸۷). استفاده از فنون بازاریابی، به‌ویژه بازاریابی کارآفرینانه؛ ایجاد برند کارآفرینانه؛ کسب منافع اقتصادی؛ برخوردار از پشتوانه مالی؛ توسعه بازارهای جدید؛ معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی؛ حمایت مالی ناکافی؛ تحریم‌ها؛ نوسانات بازار (نوری و همکاران، ۱۳۹۹). شناسایی سود در موقعیت‌های مختلف (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۱) و به‌طور کلی، میزان سود دریافتی از تعاونی (انصاری و همکاران، ۱۳۹۳) و میزان انتفاع اعضا از آن (امینی و رضانی، ۱۳۸۵).	معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی (کوهی، ۱۳۸۶؛ دنایی و همکاران، ۱۳۸۹؛ رستمی فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ امدادی و همکاران، ۱۳۹۷). عدم حمایت‌های دولتی؛ ضعف قوانین بیمه در پوشش اعضا؛ آموزش‌ها و مداخلات ناکارآمد دولتی؛ مشکلات اقتصادی و ناپایداری درآمدی تعاونی (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷). میزان همکاری و مشارکت نهادها با تعاونی (نوری و همکاران، ۱۳۹۹). کاهش دخالت دولت در امور تعاونی‌ها (امینی و رضانی، ۱۳۸۵) و تحقق استقلال تعاونی از دولت (انصاری و همکاران، ۱۳۹۳). حمایت صریح از کارآفرینی تعاون‌محور در اسناد بالادستی کشور؛ ضروری دانستن کارآفرینی تعاون‌محور برای کشور؛ اعطای مشوق‌های قانونی؛ مشروعیت بخشی به کارآفرینان تعاون‌محور؛ رهبری مستحکم در قانون‌گذاری کارآفرینی تعاون‌محور؛ کاهش پذیرش ریسک و نوآوری توسط دولت در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸).	شیوه رهبری مدیران تعاونی (آمدی و حسینی‌نیا، ۱۳۸۷). دانش مدیران درباره مدیریت تعاونی‌ها به‌مثابه یک بنگاه اقتصادی، فرصت‌های بازار و فنون بازاریابی، اولویت‌ها و برتری‌های بخش تعاون، اصول و انواع تعاونی‌ها، چگونگی تهیه طرح‌های کسب‌وکار اقتصادی، سازوکارهای تأمین منابع مالی، قوانین و مقررات فعالیت در بخش تعاون، هدف‌ها و برنامه‌های شرکت‌های تعاونی؛ مشارکت اعضا در حوزه‌های مختلف فعالیت تعاونی (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۴). پاره‌وقت‌بودن و انعطاف‌پذیربودن زمان فعالیت در مشاغل ایجادشده؛ ویژگی‌های مدیریتی کارآفرین (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷). حمایت مدیریت ارشد؛ ایجاد زمان فراغت برای اعضا؛ دادن اختیارات و آزادی عمل به اعضا توسط مدیر؛ مدیریت بهتر زمان در دسترس برای اعضا (هماپور، ۱۳۹۳). داشتن فرهنگ سازمانی انعطاف‌پذیر مبتنی بر کارآفرینی؛ داشتن مدیر کارآفرین (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۳). استقلال (دارابی، ۱۳۹۷).

عوامل و مؤلفه‌های روان‌شناختی	عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی	عوامل و مؤلفه‌های اقتصادی	عوامل و مؤلفه‌های حقوقی - سیاسی	عوامل و مؤلفه‌های سازمانی - مدیریتی
مسئولیت‌پذیری مدیران؛ تعهد مدیران؛ واقع‌بینی مدیران؛ انگیزه بالای مدیران برای رسیدن به هدف؛ خوداتکایی مدیران؛ حس همکاری مدیران؛ آینده‌نگری و دوراندیشی مدیران؛ ریسک‌پذیری مدیران؛ اعتماد مدیران به دیگران؛ داشتن تحمل شکست و داشتن اراده برای فعالیت مجدد؛ وجود خلاقیت و نوآوری در مدیران (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۱).	اطلاع‌رسانی نامطلوب (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی؛ باورهای مشترک؛ پایگاه اجتماعی؛ آگاهی از اصول تعاونی (انصاری و همکاران، ۱۳۹۳). آموزش‌های لازم و مستمر؛ اطلاعات، آموزش و مشاوره گریفتیس (۱۳۸۶). مشارکت؛ بهبود کیفیت؛ برابری؛ آموزش حرفه‌ای؛ توجه به جامعه؛ دموکراسی؛ توانمندسازی محرومان؛ کارآموزی و آموزش؛ حمایت از تنوع روستایی؛ جلوگیری از مهاجرت روستایی؛ توجه به محیط زیست (دارابی، ۱۳۹۷). فرهنگ‌سازی توسعه کسب‌وکار کوچک تعاون‌محور در روستا؛ تشویق و رسانه‌ای‌شدن موفقیت‌های کارآفرینان روستایی (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸).	ایجاد شغل؛ ایجاد بازارهای جدید؛ افزایش بنگاه‌های تجاری عضو (دارابی، ۱۳۹۷). حمایت مالی دولتی؛ امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاونی؛ کاهش ریسک مالی در سرمایه‌گذاران محلی (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸). امور مالی کارآفرینی؛ زیرساخت تجاری (Aponte & Á lvarez, 2017) مشارکت اعضا در سرمایه و سودها؛ خرید از فروشگاه‌های تعاونی؛ دسترسی به وام در تعاونی (Ernita & Al Rozi, 2014). فرصت‌های شغلی آینده (Depedri, 2015). امکان توزیع مستقیم محصولات؛ کاهش هزینه تولید (Batzios et al., 2021). کمبود شغل در مناطق شهری؛ دسترسی به زمین؛ زمان پرداخت (Andhani, 2017). تأمین نیازهای کارگران (Maslova et al., 2021). امنیت معاملات مالی؛ منافع حاصل از سرمایه‌گذاری‌های جمعی در سرمایه ثابت؛ نسبت قیمت به کیفیت؛ اطمینان از	برنامه کارآفرینی دولت؛ سیاست دولت؛ انتقال تحقیق و توسعه؛ زیرساخت قانونی؛ مقررات ورود؛ حقوق مالکیت معنوی؛ ارزیابی نوآوری از دیدگاه کشورها؛ کفایت مقررات و محیط کار برای تسهیل تعادل کار-زندگی (Aponte & Á lvarez, 2017). قوانین متضمن کاهش وابستگی تعاونی‌ها به دولت (Diraditsile, 2018). تعاونی (یعقوبی و نجفلو، ۱۳۹۶). حمایت‌های مدیریتی؛ زمینه‌های کاری متنوع (نوری و همکاران، ۱۳۹۹). تجربه فعالیت پیشین در مدیران (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۳). عملکرد اتحادیه تعاونی‌ها؛ مهارت‌های فنی مدیران؛ سابقه عضویت در شرکت تعاونی (امینی و رضانی، ۱۳۸۵). تشخیص فرصت‌های جدید (Clamp & Alhamis, 2010). بهبود زیرساخت‌های فیزیکی؛ و ایجاد فرصت‌هایی برای تشکیل استارت‌آپها (Aponte & Á lvarez, 2017).	حمایت از طرح‌های نوآورانه کوچک و ایده‌های جدید اعضا؛ تشکیل گروه‌ها و واحدهای ویژه نوآوری و خلاقیت؛ انعطاف‌پذیری در مدیریت تعاونی؛ اصلاح ساختار نهادی شرکت‌های تعاونی (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱). حمایت از طرح‌های نوآورانه کوچک و ایده‌های جدید اعضا (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ یعقوبی و نجفلو، ۱۳۸۶؛ حاتمی‌کیا و همکاران، ۱۳۹۷). اصلاح ساختار نهادی شرکت‌های تعاونی (یعقوبی و نجفلو، ۱۳۹۶). حمایت‌های مدیریتی؛ زمینه‌های کاری متنوع (نوری و همکاران، ۱۳۹۹). تجربه فعالیت پیشین در مدیران (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۳). عملکرد اتحادیه تعاونی‌ها؛ مهارت‌های فنی مدیران؛ سابقه عضویت در شرکت تعاونی (امینی و رضانی، ۱۳۸۵). تشخیص فرصت‌های جدید (Clamp & Alhamis, 2010). بهبود زیرساخت‌های فیزیکی؛ و ایجاد فرصت‌هایی برای تشکیل استارت‌آپها (Aponte & Á lvarez, 2017).

عوامل و مؤلفه‌های روان‌شناختی	عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی	عوامل و مؤلفه‌های اقتصادی	عوامل و مؤلفه‌های حقوقی - سیاسی	عوامل و مؤلفه‌های سازمانی - مدیریتی
تلاش سرسختانه؛ احساس نیاز به قدرت و پیشرفت؛ احساس نیاز به وجود دیگران؛ حس مسئولیت‌پذیری در عین ریسک‌پذیری (Ernita & Al, 2014). انگیزه‌های نوع‌دوستی و پیشرفت؛ علاقه به یادگیری و افزایش مهارت‌های شخصی؛ وطن‌دوستی؛ علاقه به امور خیر؛ احساس عزت‌نفس (Depedri, 2015). روحیه تعاون (Batzios et al., 2021). تأثیرپذیری از کشاورزان موفق؛ ذوق‌وشوق؛ تصور عمومی (Andhani, 2017). تعهد (Diraditsile, 2018). اعتماد مبتنی بر مدت سابقه کار تعاونی؛ اعتماد بر اساس توفیقات قبلی شرکت و رضایت از آن؛ رابطه عاطفی اعضا؛ تعهد (Birchall, 1999).	ارزیابی نوآوری از دیدگاه مصرف‌کنندگان Aponte & Álvarez, (2017). اولویت‌های دانش مدیران؛ توجه به اهمیت اطلاعات؛ وارد کردن گرایش و انگیزه کارآفرینی در آموزش‌های تعاونی؛ تداوم در آموزش (Ernita & Al Rozi, 2014). تجربه حمایت دیگران (Morfi et al., 2021). به‌اشتراک‌گذاری ارزش تعاونی؛ امکان تعامل با دیگران و ایجاد دوستی‌های جدید (Depedri, 2015). سطح تحصیلات تولیدکنندگان؛ ناآگاهی درباره وجود تعاونی‌ها (Batzios et al., 2021). سطح تحصیلات اعضا؛ دانش و مهارت پایه‌ای در زمینه تولید و مدیریت؛ ارتباط بین کشاورزان پیر و جوان (Andhani, 2017). حمایت اجتماعی؛ تحصیل؛ نیازهای فرهنگی (Maslova et al., 2021). سطح تحصیلات؛ تعداد اعضای خانواده (Maslova et al., 2021).	قیمت‌های رضایت‌بخش‌تر ارائه‌شده توسط تولیدکنندگان نسبت به عمده‌فروشان یا بازرگانان (Batzios et al., 2021). اختلاس؛ ضعف در بازاریابی (Diraditsile, 2018).	استفاده از کارآفرینی توزیع‌شده؛ توسعه ساختاری و ایدئولوژیک؛ «چندصدایی» برای تصمیم‌گیری دموکراتیک (Vieta et al., 2016). قدر وقت را دانستن؛ مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری و نظارت بر مشارکت (Ernita & Al Rozi, 2014). مشارکت فعال اعضا در تصمیم‌گیری‌ها (Depedri, 2015). ناتوانی مجمع عمومی در تصمیم‌گیری‌های جمعی (Batzios et al., 2021). کاهش سیستم سلسله‌مراتبی (Andhani, 2017). مشارکت اعضا در مدیریت اقتصاد تعاونی (Maslova et al., 2021). سوء مدیریت و فقدان مهارت‌های مدیریتی؛ نداشتن مدیریت مشارکتی (Diraditsile, 2018). گسترده‌گی سازمان و گستره جغرافیایی تحت پوشش (Birchall, 1999). آموزش کارکنان (Diraditsile, 2018).	استفاده از کارآفرینی توزیع‌شده؛ توسعه ساختاری و ایدئولوژیک؛ «چندصدایی» برای تصمیم‌گیری دموکراتیک (Vieta et al., 2016). قدر وقت را دانستن؛ مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری و نظارت بر مشارکت (Ernita & Al Rozi, 2014). مشارکت فعال اعضا در تصمیم‌گیری‌ها (Depedri, 2015). ناتوانی مجمع عمومی در تصمیم‌گیری‌های جمعی (Batzios et al., 2021). کاهش سیستم سلسله‌مراتبی (Andhani, 2017). مشارکت اعضا در مدیریت اقتصاد تعاونی (Maslova et al., 2021). سوء مدیریت و فقدان مهارت‌های مدیریتی؛ نداشتن مدیریت مشارکتی (Diraditsile, 2018). گسترده‌گی سازمان و گستره جغرافیایی تحت پوشش (Birchall, 1999). آموزش کارکنان (Diraditsile, 2018).

(تنظیم: نگارندگان)

۳،۲. مفاهیم و رویکردهای نظری بصیرت‌بخش

بی‌تردید درک درست از مفاهیمی همچون توسعه خاصه توسعه برآمده از مشارکت آحاد جامعه - که بیش از ملاحظات اقتصادی، دغدغه‌ها و اهداف اجتماعی را مد نظر دارد-، می‌تواند سهم بسزایی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های مربوطه داشته باشد. بر همین اساس، لزوم تدقیق در مفاهیمی همچون تعاونی، بنیادهای توسعه‌ای و البته خود مفهوم مشارکت اجتماعی، آشکار به نظر می‌رسد.

۱،۳،۲. تعاونی

در مطالعه تعاریف متعدد ارائه‌شده دربارهٔ تعاونی، به ارتباط آن با بنگاه‌های اجتماعی^۱ پی می‌بریم. در برخی منابع، مانند وب‌گاه اتحادیهٔ اروپا، تعاونی‌های اجتماعی از اشکال فعالیت بنگاه‌های اجتماعی معرفی شده^۲ و بنگاه‌های اجتماعی شامل سازمان‌های غیرانتفاعی خصوصی از جمله بنگاه‌های اقتصادی، تعاونی‌ها، انجمن‌ها، بنیادها، مؤسسات خیریه، سازمان‌های داوطلبانه و... دانسته شده‌اند؛ البته بنگاه‌های اجتماعی، هم از شرکت‌های غیرانتفاعی و هم از شرکت‌های انتفاعی کلاسیک متمایزند؛ چون تولید و بازتوزیع سودآوری در بنگاه‌های اجتماعی برای اهداف اجتماعی و شرکا انجام می‌شود (Hojnik, 2017; European Commission^۳, 2020: 6). مفهوم «بنگاه اجتماعی» در سال ۱۹۹۰ و در قلب «بخش سوم»^۴ ایجاد شد. منظور از «بخش سوم»، سازمان‌های غیردولتی است که بر خلاف سازمان‌های خصوصی یا غیردولتی دیگر، بیش از اینکه به سود و اهداف سازمانی خود بیندیشند، اهداف خود را در راستای توسعه و بهبود وضعیت جامعه قرار داده‌اند (عنبری، ۱۳۸۵: ۱۹۱). یکی از تفاوت‌های اساسی بنگاه‌های اجتماعی با سایر سازمان‌های «بخش سوم»، در میزان بیشتر کارآفرینی اجتماعی این بنگاه‌هاست (Evers & Schulze-Böing, 2001: 133). ما به این مفهوم در بخش‌های آتی بازخواهیم گشت. باری، مدیریت این بنگاه‌ها نیز باز و دموکراتیک و بر مبنای عدالت اجتماعی است و همهٔ کارمندان، مصرف‌کنندگان و سایر ذی‌نفعان، در مدیریت آن مشارکت دارند. سود این شرکت‌ها هم برای دستیابی به اهداف اجتماعی‌شان مجدداً در آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌شود (European Commission, 2011). بنابراین این بنگاه‌ها را می‌توان شرکت‌هایی تلقی کرد که علاوه بر «ارزش اقتصادی»، «ارزش اجتماعی» هم خلق می‌کنند (Doh, 2020: 2, 3 & 4). علاوه بر این، این بنگاه‌های اقتصادی- اجتماعی که تعاونی در زمرهٔ آن‌ها قرار می‌گیرد، با ایجاد آگاهی از تأثیر و اهمیت اعضا در نظام محلی، به اعضای خود حس امنیت و تعلق اجتماعی و اعتمادبه‌نفس می‌دهند که نشانگر منافع روان‌شناختی تعاونی‌هاست (Sanyang & Huang, 2008: 675).

1. Social enterprises

۲. قابل دسترسی به آدرس https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:EN:PDF>.

4. The third sector

اتحادیه بین‌المللی تعاونی هم‌سو با تعریف بنگاه اجتماعی، تعاونی را نیز انجمنی خودمختار معرفی کرده است. در این تعریف، تعاونی، شش ارزش و هفت اصل دارد. شش ارزش پایه‌ای تعاونی‌ها «خودپاری، خودمسئولیتی، دموکراسی، مساوات، عدالت و همبستگی» است (International Cooperative Alliance, 2018)^۱. اصول تعاونی هم شامل موارد زیر است: (۱) داوطلبانه‌بودن و آزادبودن عضویت؛ (۲) کنترل دموکراتیک توسط اعضا؛ (۳) مشارکت اقتصادی اعضا؛ (۴) استقلال و خودکفایی؛ (۵) آموزش و پرورش و آگاه‌سازی؛ (۶) همکاری بین تعاونی‌ها؛ (۷) توجه به جامعه (Ibid)^۲. در بخش مرور ادبیات تجربی پژوهش ملاحظه شد که پابندی به ارزش‌ها و اصول ذکرشده، عامل موفقیت تعاونی‌هاست.

تعاونی‌ها صرف‌نظر از الزام به تبعیت از این اصول و در نتیجه، شباهت در نوع ساختار و قوانین کلی، بسته به دوره زمانی، جغرافیای سرزمینی، سیستم طبقاتی، بخش‌بندی‌ها و روابط اقتصادی و اجتماعی و نیز رویکردهای فکری، تنوع زیادی یافته‌اند (Merrett & Walzer, 2004: 25). با وجود این، چنان‌که در جدول ۳،۲ ملاحظه می‌شود، تعاونی‌ها را بر اساس تنوع فعالیت به دو گروه تک‌منظوره^۳ و چندمنظوره^۴ تقسیم می‌کنند که تعاونی‌های تک‌منظوره تنها در یک نوع فعالیت و دیگری بر اساس نیازهای اعضا در فعالیت‌های متنوعی مشارکت دارد (Abebe, 2018: 9).

از سوی دیگر، تعاونی‌ها را بر اساس نوع مالکیت، به‌طور کلی به دو نوع تقسیم می‌کنند: اول، «تعاونی‌های کارگری»^۵ یا «کارگر-مالک»^۶ هستند که بر این مبنا عمل می‌کنند که کارگران یا کارمندان تعاونی، خودشان مالک آن نیز هستند و بر مبنای «هر عضو، یک رأی» در کنترل آن نیز مشارکت دارند. نوع دوم، «تعاونی‌های مشتری-مالک»^۷ یا «تعاونی‌های کاربر»^۸ هستند که در آن‌ها اعضا از خدمات اقتصادی تعاونی استفاده می‌کنند؛ ولی لزوماً در آن کار نمی‌کنند. انواع تعاونی مشتری-مالک، تعاونی‌های مالی، کشاورزی، مسکن، تعاونی‌های مصرف‌کنندگان و «مؤسسات تجاری تعاونی» را شامل می‌شود (Philip, 2003). از نظر ماهیت اعضا-مالکان، تعاونی‌ها را به شش گروه اصلی تقسیم می‌کنند: تعاونی‌های مصرف‌کنندگان، کارگری، تولیدکنندگان، تعاونی‌های خرید/خدمات، مسکن، تعاونی‌های با سهام‌دار ترکیبی^۹.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>.

3. Single-purpose

4. Multi-Purpose

5. Worker co-ops

6. Worker-owned co-ops

7. Client-owned co-ops

8. User co-ops

9. Multi-stakeholder cooperatives

از سوی دیگر، تعاونی‌ها با توجه به مدل سازمانی‌شان که با نحوه تأمین سرمایه مالی‌شان نیز مرتبط است، بدین ترتیب، تنوع می‌یابند: (۱) مدل سنتی تعاونی^۱: در این مدل که مبتنی بر هر عضو، یک حق رأی است، تأمین مالی از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم اعضا، افزایش سرمایه با استفاده از مازاد برگشتی اعضا و دریافت وام از نهادهای مالی است. در این تعاونی‌ها فقط اعضا حق مالکیت دارند و این حق، قابل انتقال و افزایش و بازخريد نیست. (۲) تعاونی سرمایه‌گذاری نسبی^۲: در این مدل نیز سرمایه فقط از طریق اعضا و متناسب با میزان حمایتی که می‌خواهند از تعاونی داشته باشند، تأمین می‌شود. حق مالکیت، منحصر به اعضاست و قابل ارزیابی و انتقال و بازخريد نیست. (۳) تعاونی‌های عضو-سرمایه‌گذار^۳: در این تعاونی‌ها سود اعضا به نسبت سهامشان بین آن‌ها توزیع می‌شود. (۴) تعاونی‌های نسل جدید^۴: «حقوق مالکیت در این تعاونی‌ها در قالب حقوق کاربران پشتیبان، قابل معامله و انتقال به اعضا-کاربران فعلی تعاونی است» (Chaddad & Cook, 2002: 5)^۵. سرمایه‌گذاری اعضا در این تعاونی‌ها، نه با حق مالکیت، بلکه با حق واگذاری مرتبط است. در این تعاونی‌ها که بیشتر در بخش کشاورزی مشغول‌اند، اعضا باید طی دوره‌ای خاص، میزان معینی از محصولاتشان را در اختیار تعاونی قرار دهند و تعاونی لازم است برای آن بازاریابی کند. «عضویت در این تعاونی‌ها آزاد نیست و حق واگذاری نیز تنها به تولیدکنندگان واجد شرایط با تأیید هیئت‌مدیره قابل انتقال است» (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۶). (۵) تعاونی‌های ائتلافی^۶: در این تعاونی‌ها سرمایه از طریق ائتلاف تعاونی با واحدهای مستقل دارای سرمایه در حال افزایش، ایجاد می‌شود. «حق مالکیت در این تعاونی‌ها با تشکیل شخصیت حقوقی مستقل و مجزایی که تمام یا بخشی از آن به تعاونی تعلق دارد، به سرمایه‌گذاران اعطا می‌شود». بنابراین، منابع مالی سرمایه‌گذاران خارجی از طریق این ائتلاف‌ها به تعاونی وارد می‌شود، نه به‌طور مستقیم (Chaddad & Cook, 2003: 7)^۷. (۶) تعاونی‌های سهامی-سرمایه‌گذار^۸: علاوه بر اعضا، سرمایه‌گذاران غیرعضو نیز حق مالکیت دارند. گروه‌های مختلف سهام با حقوق متفاوت در این مدل وجود دارند (Ibid, ۷). تعاونی تبدیل‌شده به شرکت سرمایه‌محور^۹: این تعاونی‌ها در گونه‌ای فرایند تجدید ساختار، حق عضویتشان را به حق مالکیت سهام عادی نامحدود در چهارچوب ساختار یک شرکت تجاری تبدیل کرده‌اند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۷).

به‌طور کلی، تعاونی با سه استراتژی ممکن است تأمین مالی شود: (۱) سنتی: از طریق بانک و سایر نهادهای مالی، سهام اعضا، سرمایه سهام تخصیص‌نیافته، ذخایر، استقراض از نهادهای وام‌دهنده تخصصی و بدهی فرعی؛ (۲) حمایتی: از طریق برنامه سرمایه‌پایه، اوراق ظرفیت، طرح‌های اجباری مشارکت در سهام، ذخیره مازاد برگشتی، انتشار سهام جایزه و رای سود،

- 1 . Traditional Co-operatives
- 2 . Proportional Investment Co-operative
- 3 . Member Investor Co-operatives
- 4 . New Generation Co-operatives

۵. قابل دسترسی به آدرس

. https://www.researchgate.net/publication/23519101_An_Ownership_Rights_Typology_Of_Cooperative_Model
6 . Cooperatives with capital seeking entities

۷. قابل دسترسی به آدرس <https://ageconsearch.umn.edu/record/31799> .

- 8 . Investor-share cooperative
- 9 . Investor-oriented Firm (IOF)

صندوق بازنشستگی اعضا، واحدهای مشارکتی، ذخیره سرمایه بر حسب واحد، ذخایر سرمایه چرخشی و وام‌های چرخشی؛
 ۳) مستقیم: در قالب خرید سهام عادی یا ممتاز، صدور گواهی عضویت یا سایر گواهی‌های سرمایه‌گذاری، بازار مستثنا،
 سند تعهد، اوراق قرضه محلی، طرح سهام کارکنان و دریافت وثیقه از اعضا (همان: ۷۹-۸۲).

علاوه بر اینکه روش تأمین مالی تعاونی‌ها با هم متفاوت است، روش تأمین مالی آن‌ها در طول زمان ممکن است تغییر کند و ممکن است از چند ابزار نیز استفاده کنند. در پژوهش حسینی و همکاران مشاهده می‌شود که سیستم تأمین مالی سنتی هنوز هم در اروپا، آمریکا، کانادا و استرالیا کاربردی بیش از سایر روش‌ها دارد. در ایران نیز هنوز روش سنتی بیشتر استفاده می‌شود؛ ولی چون نسبت به روش مورد استفاده در کشورهای ذکر شده، انعطاف‌پذیری کمتری دارد، نتوانسته است موفقیت چشمگیری به دست آورد. از میان روش‌های تأمین مالی سنتی، در ایران روش بدهی فرعی تأثیر چندانی ندارد. از میان روش‌های تأمین مالی حمایتی، روش ذخیره سرمایه در واحد و از میان روش‌های مستقیم، روش دریافت وثیقه از اعضا در ایران مؤثر نیست (همان: ۹۵-۹۶).

جدول ۳،۲. انواع کلی تعاونی بر اساس معیارهای جهانی

معیار دسته‌بندی	نوع تعاونی	توضیحات
تنوع فعالیت	تک‌منظوره	تنها در یک نوع فعالیت مشارکت دارند.
	چندمنظوره	در فعالیت‌های متنوعی مشارکت دارند.
نوع مالکیت	تعاونی‌های کارگری یا کارگر-مالک	مالکان تعاونی، کارگران یا کارمندان آن نیز هستند و در کنترل آن هم مشارکت دارند.
	تعاونی‌های کاربر یا مشتری-مالک	مالکان تعاونی لزوماً در آن کار نمی‌کنند.
ماهیت اعضا-مالکان	مصرف‌کنندگان	
	کارگری	
	تولیدکنندگان	
	خرید/خدمات	برای کاهش هزینه‌های صاحبان مشاغل مستقل و بیشتر، سازمان‌ها تأسیس می‌شود.
	مسکن	

از ذی‌نفعانی با گرایش‌های فعالیتی متنوع تشکیل شده است.	با سهام‌دار ترکیبی	
سهام آن غیرقابل انتقال، ترقی و بازخرید است و سرمایه به اعضا برمی‌گردد.	سنتی	مدل‌های سازمانی مبتنی بر حق مالکیت شرکت
سهام آن غیرقابل انتقال و ترقی، ولی قابل بازخرید است و سرمایه متناسب با میزان حمایت به اعضا برمی‌گردد.	سرمایه‌گذاری نسبی	
سهام آن غیرقابل انتقال، ولی قابل ترقی و بازخرید است و سرمایه به اعضا برحسب میزان حمایت و به سرمایه‌گذاران بر حسب میزان سرمایه برمی‌گردد.	عضو-سرمایه‌گذار	
سهام آن قابل انتقال و ترقی، ولی غیرقابل بازخرید است و سرمایه آن به اعضا و سرمایه‌گذاران خارجی برمی‌گردد.	نسل جدید	
قابلیت انتقال، ترقی و بازخرید سهام آن و نیز مرجع بازگشت سرمایه متغیر است.	ائتلافی	
سهام آن قابل انتقال، ترقی و بازخرید است و سرمایه آن به اعضا و سرمایه‌گذاران خارجی برمی‌گردد.	سهامی-سرمایه‌گذار	
سهام آن قابل انتقال، ترقی و بازخرید است و مرجع سرمایه در آن سرمایه‌گذاران هستند.	تبدیل‌شده به شرکت سرمایه‌محور	
روش‌های تأمین مالی آن از طریق بانک و سایر نهادهای مالی، سهام اعضا، سرمایه سهام تخصیص نیافته، ذخایر، استقراض از نهادهای وام‌دهنده و بدهی فرعی است.	سنتی	استراتژی تأمین مالی
روش‌های تأمین مالی آن از طریق برنامه سرمایه‌پایه، اوراق ظرفیت، طرح‌های اجباری مشارکت در سهام، ذخیره مازاد برگشتی، انتشار سهام جایزه و رای سود، صندوق بازنشستگی اعضا، واحدهای مشارکتی، ذخیره سرمایه بر حسب واحد، ذخایر سرمایه چرخشی و وام‌های چرخشی است.	حمایتی	

روش‌های تأمین مالی آن در قالب خرید سهام عادی یا ممتاز، صدور گواهی عضویت یا سایر گواهی‌های سرمایه‌گذاری، بازار مستثنا، سند تعهد، اوراق قرضه محلی، طرح سهام کارکنان و دریافت وثیقه از اعضا است.	مستقیم	
---	--------	--

(تنظیم: نگارندگان)

در ایران نیز در حال حاضر، تعاونی‌های متنوعی وجود دارد که چنان‌که در جدول ۴،۲ ملاحظه می‌شود، از نظر نوع عضویت به دو گروه تعاونی‌های عام و خاص تقسیم می‌شوند. عضویت در تعاونی‌های عام برای همه آزاد است و حداقل تعداد اعضای آن‌ها پانصد و حداکثر آن بر اساس نوع تعاونی و بنا به تشخیص وزارت تعاون است. پس از ابلاغ سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی، نوعی شرکت تعاونی جدید نیز با عنوان تعاونی‌های «فراگیر ملی» در قوانین مطرح شدند. این شرکت‌ها «نوعی تعاونی متعارف یا سهامی عام است» (نظری علی‌آباد و حکیم‌جوادی، ۱۳۸۸: ۱۲) که «برای فقرزدایی از سه دهک پایین درآمدی» تشکیل می‌شود (خامنه‌ای، ۱۳۸۴)².

از نظر نوع فعالیت، تعاونی‌های ایران به دو نوع تولیدی و توزیعی تقسیم می‌شوند. از نظر نوع هدف، انواع تعاونی بدین شرح است: ۱) تعاونی‌های با هدف «اشتغال‌زایی برای اعضای خود» که می‌توان آن‌ها را معادل تعاونی‌های کارگر-مالک جهانی تلقی کرد؛ ۲) تعاونی‌های با هدف «تأمین نیاز و ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط»، برای نمونه تعاونی‌های صنفی؛ ۳) تعاونی‌های با هدف «تأمین نیازهای رفاهی اعضا»، برای مثال تعاونی‌های مصرف که می‌توان آن‌ها در زمره تعاونی‌های کاربر-مالک جهانی به‌شمار آورد. بر اساس طبقه‌بندی دفتر آمار و اطلاعات وزارت تعاون تا سال ۱۳۸۶ ه.ش.، تعاونی‌های ایران در سیزده گرایش فعالیت می‌کردند: کشاورزی، صنعتی، معدنی، عمرانی، خدماتی، مسکن، فرش دستباف، تأمین‌کننده نیاز تولیدکنندگان، تأمین‌کننده نیاز مصرف‌کنندگان، اعتبار، حمل‌ونقل، مصرف آموزشی، چندمنظوره (خورشیدی تطف و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۰)³. در این بین و بنا بر اساس نامه شرکت‌های «توسعه و عمران شهرستانی»، این شرکت‌ها از نوع متعارف و چندمنظوره هستند (هیئت وزیران، ۱۳۹۱)⁴.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/739022>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=165>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/730058>.

۴. قابل دسترسی به آدرس https://www.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2014/01/35547_orig.pdf.

جدول ۴,۲. انواع تعاونی در ایران

معیار دسته‌بندی	نوع تعاونی	توضیحات
نوع عضویت	عام	عضویت در آن‌ها برای همه آزاد است و تعاونی‌های فراگیر ملی را نیز در بر می‌گیرد.
	خاص	عضویت در آن‌ها فقط برای گروه‌هایی خاص است.
نوع فعالیت	تولیدی	در امور تولیدی در حوزه‌هایی مانند کشاورزی، دامداری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت و معدن، عمران شهری و روستایی و عشایری فعالیت می‌کنند.
	توزیعی	نیاز مشاغل تولیدی یا مصرف‌کنندگان عضو خود را به‌منظور کاهش قیمت‌ها و هزینه‌ها فراهم می‌کنند.
نوع هدف	اشتغال‌زایی برای اعضای خود	تعاونی‌های کاریابی و کارآفرینی از این نوعند.
	تأمین نیاز و ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط	عمدتاً به فعالیت توزیعی و خدمات به اعضای خود که صاحبان مشاغل و بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند، می‌پردازند.
	تأمین نیازهای رفاهی اعضا	اغلب در رشته‌های بازرگانی، ساخت‌وساز و فعالیت‌های اعتباری مشغول هستند.
گرایش فعالیت	کشاورزی	
	صنعتی	
	معدنی	
	عمرانی	
	فرش دستباف	شامل تعاونی‌های تولید و تأمین نیاز تولیدکنندگان فرش دستباف است.
	خدمات	شامل تعاونی‌های اشتغال‌زایی خدماتی و تأمین نیاز مشاغل خدماتی است.
	تأمین نیاز تولیدکنندگان	شامل تولیدکنندگان رشته‌های مختلف اعم از کشاورزی، صنعتی، صنوف تولیدی و خدمات فنی می‌شود.
	تأمین نیاز مصرف‌کنندگان	شامل تعاونی‌های مصرف کارمندی، کارگری، محلی، آزاد، مرزنشینان و صنوف توزیعی می‌شود.

معیار دسته‌بندی	نوع تعاونی	توضیحات
	حمل و نقل	شامل تعاونی‌های اشتغال‌زایی حمل و نقل و تعاونی‌های تأمین نیاز خودروداران می‌شود.
	مسکن	شامل تعاونی‌های مسکن کارگری، کارمندی و آزاد می‌شود.
	اعتبار	شامل تعاونی‌های مالی و اعتباری کارگری، کارمندی و آزاد می‌شود.
	مصرف آموزشی	
	چندمنظوره	

(تنظیم: نگارندگان؛ برگرفته از خورشیدی تطف و همکاران، ۱۳۸۶)

در مجموع، با توجه به تعاریف ارائه شده از بنگاه اجتماعی و تعاونی، می‌توان ویژگی‌های تعاونی را مطابق با جدول ۵،۲ خلاصه کرد. تعاونی‌ها سرمایه اجتماعی را برای نیل به اهداف اقتصادی، روان‌شناختی و اجتماعی به کار می‌گیرند. به طور خلاصه، سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن، یعنی اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی، لازمه ایجاد و اداره بنگاه‌های اجتماعی و از جمله تعاونی‌ها و توسعه اجتماعی از اهداف و نتایج آن است. در ادامه به این مفاهیم خواهیم پرداخت. اما پیش از پرداختن به این مفاهیم، بنیادهای توسعه که می‌توانند به ویژه در تأمین مشارکت اقتصادی به تعاونی‌ها کمک کنند، معرفی می‌شوند.

جدول ۵،۲. ویژگی‌های تعاونی

اهداف تعاونی			اصول تعاونی	ارزش‌های پایه‌ای تعاونی	ویژگی‌های سازمانی
اهداف اجتماعی	اهداف اقتصادی	اهداف روان‌شناختی	کنترل دموکراتیک توسط اعضا	خودپاری	غیرانتفاعی
ایجاد حس امنیت	توسعه اقتصادی	توسعه اجتماعی	داوطلبانه بودن و آزاد بودن عضویت	خودمسئولیتی	خصوصی
		عدالت اجتماعی			
تعلق اجتماعی	سودآوری اقتصادی برای اهداف اجتماعی	مشارکت اجتماعی	مشارکت اقتصادی اعضا	دموکراسی	معمولاً محلی
		خلق ارزش‌های اجتماعی			
		بهبود کیفیت زندگی (نیاز مشترک اعضا)			

ایجاد حس اعتماد به نفس		کمک به دیگران	استقلال و خودکفایی	مساوات	استفاده از سرمایه اجتماعی
			آموزش و پرورش و آگاه سازی	عدالت	نوآوری
			همکاری بین تعاونی ها	همبستگی	کارآفرینی اجتماعی
			توجه به جامعه		

(تنظیم: نگارندگان)

۲.۳.۲. بنیادهای توسعه

بنیادها نیز در کنار تعاونی، در زمره سازمان های غیرانتفاعی خصوصی ای هستند که زیرمجموعه بنگاه های اجتماعی قرار می گیرند (European Commission, 2011)^۱. در فرهنگ لغت، بنیاد، مؤسسه ای معرفی شده است که برای اهداف خاصی چون اهداف خیریه و تحصیلی، کمک های مالی جمع آوری و اهدا می کند (Longman^۲ and Cambridge Dictionaries^۳, 2021). اما بنیادها ظرفیت و توانایی نوآوری، اعمال قدرت و نفوذی فراتر از قدرت مالی شان دارند. آنها «محور پیشبرد نوآوری در بخش های غیرانتفاعی» هستند و «پتانسیل بالایی برای تأثیر بر اکوسیستم نوآوری سازمان های غیرانتفاعی دارند» (Jaskyte et al., 2018: 1&3).

بنیادها می توانند با استفاده از این روش ها، ارزش اجتماعی ایجاد کنند: شناسایی بهترین سازمان ها برای تأمین بودجه؛ آموزش و جذب سایر سرمایه گذاران از طریق آموزش مبانی انتخاب درست مؤسسات دریافت کننده کمک هزینه؛ «بهبود عملکرد دریافت کنندگان کمک هزینه»؛ «پیشبرد وضعیت دانش و عمل» (Porter and Kramer, 1999: 123-125)؛ حمایت از ایده های کارآفرینان اجتماعی و فرهنگی؛ «به کار بردن کارآفرینی اجتماعی در پیش بینی و نشان دادن مشکلاتی که سازمان های دیگر از جمله سازمان های دولتی، تجاری یا غیرانتفاعی توان نشان دادن آنها یا علاقه به نشان دادنش را ندارند»؛ «ایجاد سازمان های پایدار برای رفع نیازهای برطرف نشده»؛ سرمایه گذاری ریسک پذیر (Jaskyte et al., 2018: 3)؛ و حمایت از نوآوری (Pearson, 2007). در این بین، آنها به روش های مختلف از نوآوری حمایت می کنند: «تأمین بودجه مراحل مختلف فرآیند نوآوری مانند آزمایش، پالایش و بازاریابی»؛ شبکه سازی با متخصصان و سازمان های نوآور دارای منافع مشابه؛ «دعوت افراد، گروه ها و سازمان هایی که قادر به تغییر و عمل در بخش ها، مناطق و جوامع هستند به مشارکت»؛ «کمک به

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:EN:PDF>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ldoceonline.com/dictionary/foundation>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/foundation>.

سازمان‌ها برای توسعه مهارت‌های برنامه‌ریزی و مدیریت مورد نیاز در طول فرآیند نوآوری؛ «انعطاف‌پذیری در استفاده از وجوه مالی؛ «ایجاد فرهنگ نوآوری مستمر» (Ibid).

با وجود اشتراکات بنیادها در هدف ارزش‌آفرینی اجتماعی، انواع مختلفی از بنیادها وجود دارد. در این بین، گونه‌نظهور بنیادهای مذکور که موضوع بحث است، «بنیادهای توسعه جامعه»^۱ هستند. مؤسسان بنیادهای توسعه جامعه، گروهی چندوجهی از جامعه محلی‌اند و منابع مختلفی برای تأمین بودجه دارند، مثل بنیادهای خصوصی، بخش‌های عمومی و خصوصی، انجمن‌ها و افراد. توسعه جامعه و به‌ویژه حل مسائل مربوط به فقر، هدف اصلی این بنیادهاست. بدین‌منظور، آن‌ها به‌دنبال جذب بودجه‌های بلندمدت‌اند تا موقوفات دائمی ایجاد کنند و از این طریق، ظرفیت‌های عملیاتی و مالی سازمان‌های غیردولتی محلی و سازمان‌های مبتنی بر جامعه را افزایش دهند. این سازمان‌ها پنج کارکرد دارند: (۱) «ظرفیت‌سازی برای سازمان‌های توسعه جامعه مدنی»؛ (۲) «جمع‌آوری دارایی‌ها و منابع»؛ (۳) ایجاد انگیزه برای مشارکت؛ (۴) «ترویج مشارکت بخش خصوصی و حمایت از آن»؛ (۵) میانجی‌گری گفت‌وگوی سیاست عمومی (Malombe, 2000).^۲

در مجموع، بررسی ارزش‌ها، اهداف و چشم‌انداز مؤسساتی که عنوان «بنیاد توسعه» را دارند، در ایران و سایر کشورها، نشان می‌دهد که اغلب آن‌ها مؤسساتی مردم‌نهاد و غیرانتفاعی‌اند؛ ولی مؤسسات خصوصی نیز در بین آن‌ها وجود دارد. این مؤسسات با هدف توانمندسازی، توسعه کسب‌وکار و کارآفرینی، به آموزش، مشاوره، سرمایه‌گذاری و فرهنگ‌سازی می‌پردازند (نک: DEVEX, nd^۴؛ ESCR-Net, nd^۵؛ بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان، بی‌تا^۶؛ بنیاد توسعه مدیریت امید فدائی‌منش، بی‌تا^۷؛ بنیاد تعاون و توسعه کارآفرینی زنان ایران، بی‌تا^۸؛ ویکی‌روستا، بی‌تا^۹؛ بنیاد توسعه دانشگاه علم و فرهنگ، بی‌تا^{۱۰}).

1. Community development foundations

۲. برای اطلاع از انواع بنیادها همچنین ن.ک به:

؛ <https://www.cof.org/content/foundation-basics> ؛ <https://www.optimy.com/blog/10-types-of-foundations> ؛ <https://rsp.uni.edu/sites/default/files/Handouts-Foundations.pdf> ؛ <https://www.thebalancesmb.com/the-history-and-types-of-foundations-2502444> ؛ <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-charitable-foundations> ؛ <https://learning.candid.org/resources/knowledge-base/what-is-a-foundation> .

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.devex.com/organizations/america-s-development-foundation-adf-37999>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.escr-net.org/member/sustainable-development-foundation-sdf>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://foundationed.ir/about>.

۶. قابل دسترسی به آدرس <http://www.fadaeimanesh.com/page/about>.

۷. قابل دسترسی به آدرس https://t.me/s/bonyad_tavon_zanan?before=429.

۸. قابل دسترسی به آدرس <http://wikiroosta.ir/>.

۹. قابل دسترسی به آدرس <http://www.bdf.ir/our-services/hardwood-flooring>.

بنیاد توسعه فرهنگی و توانمندسازی سپهر، بی تا^۱؛ بنیاد ملی توسعه فناوری، بی تا^۲، بنیاد توسعه و عمران موقوفات استان تهران، ۱۳۹۴^۳؛ بنیاد توسعه فردا، ۱۳۹۷^۴. البته بررسی ویژگی‌هایی چون مؤسسان و حوزه جغرافیایی تحت پوشش بنیادهای فوق، رویکرد واحدی را نشان نمی‌دهد تا بر مبنای آن، بنیادهای توسعه را در زمره یکی از انواع جهانی‌ای که پیش از این ذکر شد، بتوان جای داد.

در ایران علاوه بر بنیادهای توسعه مردم‌نهاد، بخش خصوصی و دولت نیز مؤسساتی با عنوان بنیاد توسعه با اهدافی نسبتاً مشابه با بنیادهای توسعه مردم‌نهاد تأسیس کرده‌اند. توسعه کارآفرینی به‌ویژه در مناطق کم‌برخوردار، از مهم‌ترین اولویت‌ها برای جملگی این بنیادها است. در همین راستا و برای نمونه، می‌توان به بنیاد «توسعه کارآفرینی استان تهران» اشاره داشت. هدف این بنیاد که زیر نظر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اداره می‌شود، کمک به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با استفاده از سرمایه‌های اندک مردمی و از طریق بسترسازی برای توسعه بخش تعاون در اقتصاد کشور و ایجاد اشتغال است (بنیاد توسعه کارآفرینی استان تهران، بی تا). به‌طور کلی، فعالیت «بنیادهای توسعه کارآفرینی و تعاون استان‌ها» در حوزه‌های آموزش، کارآفرینی، اشتغال‌زایی، تهیه بانک‌های اطلاعاتی، جذب مشارکت بنگاه‌های اقتصادی موجود، مردم و نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی است که شامل مشارکت‌های مالی منقول و غیرمنقول، انسانی، پژوهشی، تبلیغی و خبری و... می‌شود؛ چنان‌که در اهداف این بنیادها هم «بهینه‌سازی و بهره‌برداری صحیح از مزیت‌های نسبی سرمایه‌های انسانی، معنوی و مادی» ذکر شده است (وب‌گاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان اصفهان، ۱۴۰۰)^۵.

جدول ۶،۲. ویژگی‌های بنیادهای توسعه

اهداف بنیادهای توسعه				روش‌های خلق ارزش اجتماعی	ویژگی‌های سازمانی
اهداف فرهنگی	اهداف سیاسی	اهداف اقتصادی	اهداف اجتماعی		
فرهنگ‌سازی	میانجیگری گفت‌وگوی سیاست عمومی	توسعه اقتصادی	توسعه اجتماعی و بوم‌آورد	شناسایی بهترین سازمان‌ها برای تأمین بودجه	معمولاً غیردولتی
توسعه فرهنگی			ظرفیت‌سازی برای سازمان‌های توسعه جامعه مدنی	آموزش و جذب سایر سرمایه‌گذاران	معمولاً غیرانتفاعی
آموزش					

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://sepehrngo.com>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/r70868>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <http://tomot.ir/Contents/Content.aspx?mid=4&lang=1>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <http://farda.ir>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://isfahan.mcls.gov.ir/fa/filepool/6402/>.

تهیه بانک‌های اطلاعاتی			اهداف خیریه		مشاوره‌های مالی و کسب‌وکار	خصوصی
			عدالت اجتماعی			
		سرمایه‌گذاری در پروژه‌های تولیدی، فرهنگی، اجتماعی، عمرانی و رفاهی	کارآفرینی اجتماعی			
			خلق ارزش‌های اجتماعی			
		اشتغال‌زایی و توسعه کسب‌وکار	ایجاد انگیزه برای مشارکت بخش خصوصی سایر منابع تأمین مالی		حمایت از ایده‌های کارآفرینان اجتماعی و فرهنگی	نوآوری و کارآفرینی اجتماعی
			بسترسازی برای توسعه بخش تعاون در اقتصاد کشور			
			کاهش هزینه‌های بنگاه‌های اقتصادی با انتقال دانش فنی و یا حقوق مالکیت معنوی از اشخاص داخلی و یا خارجی به بنگاه‌ها با قیمت مناسب			
حمایت برای تحصیل		تجاری‌سازی طرح‌های پژوهشی، فناورانه و ایده‌های آموزشی	تسهیل نوآوری		به‌کاربردن کارآفرینی اجتماعی در پیش‌بینی و نشان دادن مشکلات اجتماعی	

				ایجاد سازمان‌های پایدار برای رفع نیازهای برطرف‌نشده
				سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر
				حمایت از نوآوری

(تنظیم: نگارندگان)

چنان‌که در جدول ۶،۲ نیز مشاهده می‌شود، در مجموع، تمامی بنیادهای ذکرشده فارغ از اینکه دولتی، مردم‌نهاد یا خصوصی تحت حمایت دولت باشند، هم اهداف ترویجی و هم توانمندسازی و بسترسازی دارند. این بنیادها با شباهت‌هایی که با تعاونی‌ها دارند، می‌توانند عامل جلب مشارکت برای تعاونی‌ها و تسهیل‌کننده فعالیت آن‌ها باشند؛ اما آنچه در پژوهش پیش رو اهمیت دارد این است که از چه میزان از ظرفیت بالقوه این بنیادها در جهت جلب مشارکت مردمی، به‌ویژه در حوزه کارآفرینی اجتماعی و در همکاری با تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، بهره گرفته شده است و چگونه می‌توان این همکاری را ارتقا داد؟ بهره‌گیری از ظرفیت این بنیادها در کارآفرینی اجتماعی دستیابی به هدف توسعه اجتماعی را محقق می‌کند.

۳،۳،۲. توسعه اجتماعی

توسعه اجتماعی نیز اگرچه از جمله مفاهیم بحث‌برانگیز بوده و یک تعریف واحد را در باب آن شاهد نیستیم، لکن عمدتاً در پی نارضایتی از مدل توسعه متمرکز بر رشد اقتصادی و برای جلب‌توجه به تأثیر عوامل اجتماعی در تحقق رفاه برای مردم مطرح شد (Kaseke, 2001). در این زمینه البته می‌توان دو دیدگاه اصلی را برجسته نمود: دیدگاه رفاه‌گرا و دیدگاه مارکسیستی (کلانتری، ۱۳۷۷: ۲۰۹). رفاه‌گرایی چون میدگلی^۱ (1995: 12 & 25) هدف توسعه اجتماعی را بهبود سطح زندگی افراد جامعه با ارائه چشم‌اندازی کلان از رفاه اجتماعی می‌داند و توسعه اجتماعی و اقتصادی را ملازم یکدیگر معرفی می‌کنند. مطابق با تعریف رفاه‌گرایان، توسعه اجتماعی روش ایجاد فرصت مشارکت مردمی برای توسعه جامعه و رفع مشکل فقر است. این تعریف با اهداف مطرح‌شده برای توسعه اجتماعی در اجلاس جهانی توسعه در کپنهاک در سال ۱۹۹۵ نیز هم‌خوانی دارد، یعنی «از بین‌بردن فقر؛ ترویج اشتغال کامل و مولد؛ و تقویت مشارکت اجتماعی» (United Nations, 1995)^۲. در آن سوی دیگر نیز دیدگاه مارکسیستی قرار دارد که تأکید آن بر ارزش‌های مبتنی بر برابری اجتماعی است؛ برای مثال،

1. Midgley

۲. قابل دسترسی به آدرس

. https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_CONF.166_9_Declaration.pdf

دونگ کیم^۱ توسعه اجتماعی را درجه‌ای از ساختار اجتماعی تعریف می‌کند که به اکثریت محروم جامعه فرصت و یاری می‌دهد تا سهم خود از منابع ملی را مطالبه کنند. کاسکه (۲۰۰۱) نیز هسته اصلی توسعه اجتماعی را تحقق عدالت و برابری اجتماعی می‌داند.

از منظری دیگر، می‌توان تعاریف ارائه‌شده از توسعه اجتماعی را در دو دسته تعاریف خاص و عام طبقه‌بندی کرد. تعاریف خاص، هریک بر جنبه‌ای از توسعه اجتماعی تمرکز و از سایر جنبه‌ها چشم‌پوشی کرده‌اند. در این تعاریف خاص، ازجمله بر این جنبه‌ها تأکید شده است: (۱) شاخص‌های مختلف اجتماعی مانند اعتماد، ادغام و انسجام اجتماعی که زیرمجموعه سرمایه اجتماعی هستند؛ (۲) عوامل و پیامدهای زیست‌محیطی؛ (۳) ایجاد زمینه‌هایی باثبات برای توسعه، از طریق توجه به آزادی‌های فردی و اجتماعی، ایجاد امنیت و رفع تبعیض‌ها؛ (۴) شاخص‌های اقتصادی توسعه؛ (۵) مطالبه پاسخ از صاحبان قدرت؛ (۶) تأمین نیازهای فردی و اجتماعی؛ (۷) مشارکت مردم در برنامه‌ریزی، تأمین منابع، اجرا و ارزیابی طرح‌های توسعه‌ای (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶۳). در تعاریف عام نیز، توسعه اجتماعی یک کل است با زیرمجموعه‌های مختلفی مثل سازمان‌دهی اجتماعی، برنامه‌ریزی و طراحی اجتماعی، استراتژی سیاسی، توسعه اقتصادی، همبستگی، عدالت و امنیت اجتماعی، کیفیت زندگی و... (کلانتری، ۱۳۷۷: ۲۱۳-۲۱۱؛ آزادارمکی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۸؛ فاضلی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶۴). در پژوهش حاضر، توسعه اجتماعی مبتنی بر دیدگاه این گروه در نظر گرفته شده است.

چنان‌که ملاحظه می‌شود، در تمامی تعاریف فوق، بسیاری از شاخص‌ها و اهداف توسعه اجتماعی با اهداف و ارزش‌های تعاونی هم‌سویی دارد. در همین‌راستا، در سال ۲۰۰۲ مجمع عمومی سازمان ملل متحد از دولت‌ها خواست که از تعاونی‌ها برای اهداف توسعه اجتماعی کشورشان، به‌ویژه برای مبارزه با فقر، بیکاری و برای ارتقای سطح اجتماعی، بهره ببرند و همکاری بین دولت و نهضت تعاونی را عامل توسعه تعاونی‌ها دانست (Curl, 2010: 12). البته منظور از این همکاری، تسهیل فعالیت تعاونی‌هاست، نه دخالت یا تسلط دولت بر تعاونی‌ها. شاخص‌های متعددی برای توسعه اجتماعی توسط سازمان‌های مختلف بین‌المللی و ملی و در پژوهش‌های مختلف ارائه شده است؛ اما شاخص‌های هم‌راستا با اهداف و ارزش‌های تعاونی را می‌توان به تفکیک شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، روان‌شناختی، سیاسی و فرهنگی در این موارد خلاصه کرد:

الف) شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی: (۱) سرمایه اجتماعی؛ (۲) همبستگی، انسجام و یکپارچگی اجتماعی؛ (۳) عدالت اجتماعی؛ (۴) مشارکت اجتماعی؛ (۵) امنیت و احساس امنیت اجتماعی؛ (۶) بهبود کیفیت زندگی؛ (۷) آموزش؛ (۸) فعالیت مدنی (کلانتری، ۱۳۷۷؛ لشکری، ۱۳۸۷؛ فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۲؛ بابایی‌فرد، ۱۳۸۹: ۳۲؛ آزادارمکی و همکاران، ۱۳۹۱؛ ازکیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱؛ دهشیری، ۱۳۹۳؛ قوتی سفیدسنگی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۴؛ Stiglitz, 2002: 172).

1: United Nations, 1995; Legatum Institute, 2012^۱; Center for sustainable systems, 2013^۲; Tate, 2016^۳; (International Institute of Social Studies^۴, nd).

(ب) شاخص‌های اقتصادی: (۱) توسعه زیرساخت‌های اقتصادی؛ (۲) اشتغال و کارآفرینی؛ (۳) بهبود وضعیت درآمد (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۷؛ فاضلی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶۴ به نقل از جونز و پند، ۱۳۸۷؛ قوتی سفیدسنگی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۴؛ United Nations, 1995: 1؛ United Nations^۵, 2002: 7؛ Legatum Institute, 2012).

(ج) شاخص‌های روان‌شناختی: (۱) اعتماد اجتماعی؛ (۲) مسئولیت‌پذیری؛ (۳) افزایش عزت‌نفس؛ (۴) احساس امنیت؛ (۵) نوآوری و خلاقیت (لشکری، ۱۳۸۷؛ ازکیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱؛ دهشیری، ۱۳۹۳؛ Stiglitz, 2002؛ International Institute of Social Studies, nd).

(ج) شاخص‌های سیاسی: (۱) دموکراسی؛ (۲) حکمرانی خوب (بابایی‌فرد، ۱۳۸۹: ۳۲؛ United Nations, 1995: 1؛ Legatum Institute, 2012).

اما مفاهیم دیگری مشابه با «توسعه اجتماعی» وجود دارد با عنوان «توسعه جامعه» یا «توسعه اجتماع»^۶، «توسعه مبتنی بر جامعه»^۷ و «توسعه اجتماع‌محور» یا «جامعه‌محور»^۸ که لزوم بهره‌گیری از ظرفیت تعاونی‌ها در فرایند توسعه اجتماعی را آشکارتر می‌سازد. هسته اصلی استراتژی‌های «توسعه جامعه»، تجمع ظرفیت‌ها و دارایی‌های اعضای محلی همراه با بهره‌گیری از فرصت‌های خارجی، در جهت بهبود رفاه اقتصادی-اجتماعی است. توسعه بنگاه‌های اجتماعی از استراتژی‌های مقدماتی توسعه جامعه معرفی شده است؛ بنابراین، تعاونی‌ها وسیله‌ای برای تحقق توسعه جامعه تلقی می‌شود (Zeuli & Radel, 2005: 49). از مفهوم «توسعه جامعه» نیز مانند «توسعه اجتماعی»، تعاریف متنوعی ارائه شده است. برخی آن را فرایند کمک به جامعه برای افزایش تاب‌آوری اقتصادی، اجتماعی و زیست-محیطی می‌دانند؛ عده‌ای آن را «تلاش مشترک مردم محلی برای کنترل سرنوشت اقتصادی-اجتماعی جامعه خودشان» تعریف می‌کنند؛ در منابع دیگر، فرایند تلاش اعضای جامعه برای دستیابی به اهدافی تعریف شده است که خودشان بر اساس اشتراکات‌شان تعیین کرده‌اند. این تعاریف

۱. قابل دسترسی به آدرس https://www.prosperity.com/download_file/view_inline/2837

۲. قابل دسترسی به آدرس https://css.umich.edu/sites/default/files/css_doc/CSS08-15.pdf

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://slideplayer.com/slide/8447193>

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.iss.nl/en/engagement-impact/hosted-iss/indices-social-development>

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://www.un.org/esa/socdev/documents/ifsd/Final%20Report.pdf>

1. Community development

7. Community-based development

8. Community- driven development

در دو نکته اشتراک دارند: فرایندی بودن «توسعه جامعه» و نقش مشارکت اعضای جامعه برای رفع نیازها و نیل به اهداف مشترکشان (Ibid: 48- 49).

«توسعه جامعه» از این نظر با «توسعه اجتماعی» متفاوت است که «توسعه اجتماعی» بر تأثیر سطح سیاسی و مداخلاتی، کلان‌تر از مداخلات مورد توجه در «توسعه جامعه» تأکید دارد. بنابراین، «توسعه اجتماعی»، مشارکت و مداخله فعال دولت را می‌طلبد؛ در حالی که توسعه جامعه، از جوامع محلی این توقع وجود دارد که حتی بدون مداخله دولت مرکزی بتوانند تغییراتی در خود ایجاد کنند (Kaseke, 2001). می‌توان گفت «توسعه جامعه» گامی در جهت «توسعه اجتماعی» است. از سوی دیگر، توسعه «اجتماع محور» و «مبتنی بر جامعه» دو مفهوم بسیار نزدیک به هم و به «توسعه جامعه» هستند؛ تا جایی که در برخی منابع، این سه را به جای یکدیگر به کار می‌برند. توسعه «مبتنی بر جامعه» تمامی پروژه‌هایی که ذی‌نفعان، در طراحی و مدیریت آن‌ها مشارکت دارند را دربرمی‌گیرد و توسعه «جامعه-محور» پروژه‌های «مبتنی بر جامعه» ای هستند که در آن‌ها «جوامع بر تصمیمات کلیدی پروژه، از جمله مدیریت سرمایه‌گذاری منابع مالی، کنترل مستقیم دارند» (Mansuri & Rao, 2004: 2). گفتمان توسعه جامعه محور یا مردمی، گفتمانی است از پایین به بالا، متوازن، نهادی و مبتنی بر مشارکت مردم (نفیسی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۲۴). بر اساس این گفتمان، سرمایه اجتماعی تقویت می‌شود تا تشکلهای مردمی را توانمند کند و آن‌ها را در محور توسعه قرار دهد (همان، ۱۳۹۹: ۳۱۹).

در مجموع، چنان که زئولی و رادل^۱ (2005: 43) عنوان می‌کنند، تعاونی‌ها با تجميع منابع خرد محلی و به‌کارگیری آن‌ها در ساختاری جامعه‌گرا، ابزارهای مهمی برای توسعه جامعه هستند. به عبارت دیگر، تعاونی‌ها با جلب و ارتقای مشارکت اجتماعی، توسعه «جامعه‌محور» و به این واسطه، توسعه «مبتنی بر جامعه» و سپس توسعه «جامعه» را محقق می‌کنند. تحقق این سه نوع توسعه، دستیابی به توسعه اجتماعی را تسهیل می‌کند.

۴.۳.۲. مشارکت اجتماعی

مشارکت اجتماعی به معنای مشارکت افراد در فعالیتهای اجتماعی و در حوزه‌های مختلف -از جمله بهداشت روانی، اقتصاد و سیاست-، مفهومی چندبعدی و مبهم است (Ang, 2020:1). چندبُعدی بودن مفهوم مشارکت، موجب تنوع نظریات درباره عوامل اثرگذار بر آن نیز شده است. طبق پژوهش افضلیان سلامی و همکاران (۱۳۹۷: ۱۹-۱۵)، نظریات متعدد درباره مشارکت و عوامل مؤثر بر آن را می‌توان در سه گروه قرار داد:

۱) نظریات متمرکز بر عوامل درونی مؤثر بر مشارکت: این نظریات، مشارکت را گونه‌ای کنش اجتماعی به‌شمار می‌آورند که افراد در آن به شکلی عقلانی و بر اساس قاعده منفعت و در نظر گرفتن مزیت، عمل می‌کنند. به‌طور خلاصه، این نظریات بر

1. Zeuli & Radel

عوامل فردی و الگوهای ذهنی و شخصیتی مؤثر بر مشارکت اجتماعی تمرکز دارند. برای نمونه، می‌توان در این حوزه به دیدگاه راجرز اشاره داشت که معتقد است انگیزه‌ها، ارزش‌ها و وجه‌نظرهای خرده‌فرهنگ دهقانی، مانع نوآوری و پذیرش تغییرات در این جوامع می‌شوند. این عوامل از نظر او بدین‌قرار است: عدم‌اعتماد متقابل در روابط شخصی، فقدان نوآوری، تقدیرگرایی، پایین‌بودن سطح آرزوها، ناتوانی در چشم‌پوشی از منافع آنی به‌خاطر منافع آتی، دیدگاه زمانی محدود، فقدان همدلی، خانواده‌گرایی، وابستگی به دولت و محلی‌گرایی (موسوی، ۱۳۸۵: ۳۰۶-۳۰۵). این در حالی است که چنان‌که در بخش مرور ادبیات تجربی ملاحظه شد، نوآوری، ریسک‌پذیری، آینده‌نگری و دوراندیشی، اشتیاق برای موفقیت و احساس نیاز به پیشرفت و کاهش دخالت دولت در امور تعاونی‌ها از عوامل سبب‌ساز مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها از طریق کارآفرینی عنوان شده است (ن.ک به: جدول ۲،۲).

۲) نظریات متمرکز بر عوامل برونی مؤثر بر مشارکت: این گروه به تأثیر عوامل فرافردی بر مشارکت، توجه دارند. برای نمونه، دیدگاه امیل دورکیم (2010) مبتنی بر تأثیر انسجام اجتماعی بر مشارکت، در این زمره است. از این منظر، مشارکت اجتماعی را می‌توان بخشی از مفهوم گسترده‌تر «هم‌بستگی اجتماعی» تلقی کرد (Kilander & Kilander, 1987: 2) و ناظر به چگونگی ریشه‌دواندن فرد در جامعه است (Ang, 2020: 3). دیدگاه اینگلههارت^۱ دربارهٔ تأثیر تحصیلات، اطلاعات سیاسی، تغییر هنجارهای حاکم بر مشارکت زنان و اعتماد، بر مشارکت (دهقان و غفاری، ۱۳۸۴: ۷۳) و نیز دیدگاه پاتنام دربارهٔ تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت (افضلیان سلامی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶) را نیز می‌توان در این گروه قرار داد. چنان‌که در جدول ۲،۲ ملاحظه می‌شود، بر اغلب این عوامل، در بین عوامل فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تأثیرگذار بر مشارکت و کارآفرینی اجتماعی در تعاونی‌ها تأکید شده است. عوامل آموزش و یادگیری که دکر^۲ آن را مطرح می‌کند، سن و جنس که لیپست^۳ آن‌ها را بر مشارکت مؤثر می‌داند و توسعه اقتصادی و اجتماعی که هانتینگتون^۴ و نلسون^۵ بیان می‌کنند، نیز در بین عوامل فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تأثیرگذار بر مشارکت و کارآفرینی اجتماعی در تعاونی‌ها وجود دارند (فرهمنند و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲).

۳) نظریاتی که به تأثیر هر دو گروه عوامل فردی و فرافردی بر مشارکت، اعتقاد دارند: برای مثال، کلی^۶ و برن لینگر^۷ هم جهت‌گیری فردگرایانه و هم جمع‌گرایانه را بر مشارکت مؤثر می‌دانند (دهقان و غفاری، ۱۳۸۴: ۷۳). لرنر^۸ تحرک ذهنی،

-
1. Inglehart
 2. Daker
 3. Lipset
 2. Huntington
 5. Nelson
 4. Kelly
 5. Bren Linger
 6. Lerner

شهرنشینی، سواد و رسانه (افضلیان سلامی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸) و گائوتری^۱ حالات ذهنی و روانی، اراده سیاسی دولت و نهادهای اجتماعی (ساروخانی و امیرپناهی، ۱۳۸۵: ۴۵) را عامل اثرگذار بر مشارکت معرفی می‌کنند.

آن‌چنان‌که در بخش مرور ادبیات تجربی نیز قابل ملاحظه است، در جلب مشارکت در تعاونی‌ها، به‌ویژه از طریق کارآفرینی اجتماعی، توجه به هر دو گروه عوامل فردی و فرافردی ضروری است. ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی و عوامل اثرگذار بر آن نیز از هر دو گروه مؤلفه‌های فردی و فرافردی هستند. در دسته‌بندی ابعاد مشارکت اجتماعی به مشارکت ذهنی و عینی نیز دو بُعد فردی و فرافردی از هم متمایز شده‌اند؛ ولی در کنار هم، مشارکت اجتماعی مطلوب را نشان می‌دهند. مشارکت ذهنی، تمایل به مشارکت و نوع پنداشت درباره مشارکت است که حاصل اعتماد و سایر عوامل زمینه‌ساز است. مشارکت عینی به شرکت کردن در فعالیت‌های مشارکتی در قالب عضویت، تصمیم‌گیری، نظارت و اجرا گفته می‌شود و پیوند عینی بین افراد است (موسوی، ۱۳۸۵: ۷۷؛ فرهمند و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۶-۱۷). در تعاونی‌های موفق، مشارکت در همه ابعاد آن حاکم است؛ برای مثال، در تعاونی‌های موفق موندراگون برای تقویت مدیریت مشارکتی دو «ارگان اجتماعی» علاوه بر مجمع عمومی و شورای اداری ایجاد شده است با عناوین «شورای مدیریت» و «شورای اجتماعی». شورای مدیریت از مدیر و سرپرستان بخش‌های مختلف تشکیل شده است و شورای اجتماعی از افرادی تشکیل شده که توسط بخش کاری یا سازمانشان انتخاب می‌شوند و علاوه بر اینکه مسئولیتشان به اتحادیه بسیار شبیه است، به مدیران و شورای اداری مشاوره می‌دهند (Lucas, 1994: 190 & 193). به دلیل اهمیت مدیریت مشارکتی، حتی در انگلستان توسط صندوق تعاونی نیوانگلند^۲ و مؤسسه توسعه تعاون^۳ برنامه حمایتی و آموزشی‌ای با عنوان «طرح مدیریت مشارکتی»^۴ ایجاد شده است تا ضمن حمایت مالی، کارکنان و مدیران مشاغل کوچک آسیب‌دیده از کرونا در ماساچوست^۵ را درباره نحوه استفاده از مدیریت مشارکتی برای بهبود وضعیتشان آموزش دهد (Cooperative Development Institute, 2021).^۶ این در حالی است که بر اساس برخی از منابع، مدیریت مشارکتی در تعاونی‌های ایران در حد متوسط است (نک: پورسعید و لارتنی، ۱۳۹۵: ۴). مدیریت مشارکتی از راهکارهای افزایش بهره‌وری در شرکت‌هاست (مسعودی و شفیعی، ۱۳۸۶: ۱۰۱). ممکن است یکی از دلایل عدم توفیق شرکت‌های تعاونی در بهبود شاخص‌های بهره‌وری خود طبق آمار وزارت تعاون، ضعف در مدیریت مشارکتی باشد. بر اساس آمار اعلام‌شده این وزارتخانه در سال ۱۳۹۸، شاخص‌های بهره‌وری نیروی کار در شرکت‌های تعاونی معدنی در سال ۱۳۹۶، ۶۶۱ میلیون ریال توسط هر شاغل بوده است، در حالی که برای معادن خصوصی ۱۰۵۶ و برای معادن عمومی ۴۳۸۴ میلیون ریال بوده است. این شاخص در سال ۱۳۹۷ در بخش تعاون، ۱۷۰ میلیون ریال کاهش داشته است. بهره‌وری تولید برای معادن بخش تعاون، در سال ۱۳۹۷، ۰,۷۷ و برای بخش عمومی، ۰,۷۶ درصد بوده است

7. Gaotri

2 The Cooperative Fund of New England (CFNE)

3 . the Cooperative Development Institute (CDI)

4 . the Participatory Management Initiative

5 . Massachusetts

۶. قابل دسترسی به آدرس <https://cdi.coop/pmi-press-release>.

(وب‌گاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۸)^۱. در هر صورت، چنان‌که در دسته‌بندی ابعاد مشارکت اجتماعی ملاحظه می‌شود «اعتماد»، عنصری کلیدی در مشارکت و در نتیجه، مدیریت مشارکتی و در نهایت، بهره‌وری است.

اعتماد اجتماعی «اعتقاد به درستکاری، صداقت و ایمان مردم» و در مجموع، اعتقاد مثبت و بدون پیش‌داوری دربارهٔ دیگرانی است که آن‌ها را نمی‌شناسیم و بر اساس تجربهٔ شخصی و رابطهٔ قبلی با آن‌ها نیست که به ایشان اعتماد داریم (Javed et al., 2021: 6; Thomsen & Rafiqi, 2020: 3). اعتماد، هزینهٔ معاملات را کاهش می‌دهد، فضای اجتماعی مبتنی بر مشارکت را حفظ و رفتار جمعی و همکاری را تسهیل می‌کند و سبب ارزشمندی منافع و علایق جمعی نزد افراد می‌شود (Putnam et al, 1993: 171 & 172; Zmerli & Newton, 2008: 706). از سوی دیگر، افزایش همکاری نیز، اعتماد را افزایش می‌دهد (Putnam et al, 1993: 171).

به باور فوکویاما احتمالاً مردم به کسانی که بیشتر با آن‌ها در تعامل‌اند، اعتماد بیشتری دارند (Driedger & Peters, 1977: 159). این افراد با هم فاصلهٔ اجتماعی کمتری دارند. به عبارت دیگر، اعتماد با افزایش فاصلهٔ اجتماعی کاهش می‌یابد (Binzel & Fehr, 2009: 3; Etang Ndip et al., 2009: 1; Min, 2020: 2). فاصلهٔ اجتماعی می‌تواند بازتاب آشنایی بین افراد باشد؛ برای مثال دوستان و خانواده فاصلهٔ اجتماعی کمتری با هم، نسبت به غریبه‌ها دارند؛ بنابراین، فاصلهٔ اجتماعی، متمایزکنندهٔ خودی‌ها از بیگانه‌هاست. افرادی که فاصلهٔ اجتماعی بیشتری از هم دارند، تمایل کمتری به مشارکت در ارتباطات مؤثر دارند (Yang, 2019). هنجارهای اجتماعی نقشی تعیین‌کننده در ایجاد فاصلهٔ اجتماعی دارد (Joyce, 2015: 4406).

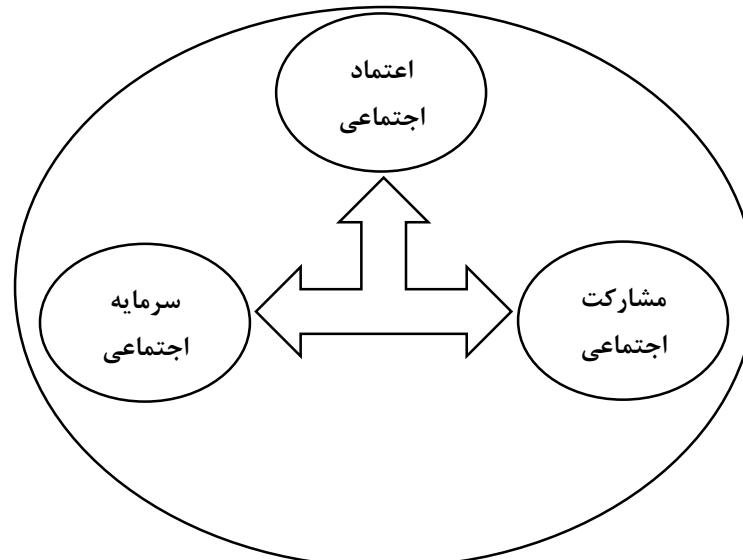
محدودهٔ افرادی که هنجارهای همکارانه در آن‌ها اثر دارد، «شعاع اعتماد»^۲ خوانده می‌شود. اگر سرمایهٔ اجتماعی گروه، عوامل بیرونی مثبتی ایجاد کند، شعاع اعتماد می‌تواند به بیرون از گروه گسترش یابد؛ ولی اگر سازمانی هنجارهای همکارانه را فقط در بین اعضای خود تقویت کند، شعاع اعتماد آن کوچک‌تر می‌شود (Fukuyama, 1995a). کارکرد درست و انعطاف‌پذیری سیستم اقتصادی، به‌ویژه در بحران‌ها به اعتماد و نهادهایی وابسته است که اعتماد و هنجارهای رابطهٔ متقابل را گسترش می‌دهند (Sabatini et al., 2014: 7 & 17). یکی از وجوه تمایز تعاونی‌ها از سایر مؤسسات اقتصادی همین تأثیرگذاری آن‌ها بر ارزش‌ها و اعتقادات کارکنان است که ناشی از ساختار دموکراتیک و اجتماعی آن‌هاست (Sabatini et al., 2014, 7). اینگلههارت (1990: 23) معتقد است مشخصه‌های نهادهای دموکراتیک، ویژگی‌های فرهنگی پایداری چون «اعتماد متقابل» و «رضایت از زندگی» است و این دو، علاوه بر «حمایت از دگرگونی انقلابی» شاخص‌های فرهنگ مدنی هستند که با تداوم نهادهای دموکراتیک پیوند دارند. چون اعتماد اجتماعی، مشارکت و فعالیت‌های جمعی را تسهیل می‌کند، نقش موثری در توسعهٔ اقتصادی و سازمانی (Durante, 2009: 2) و نیز توسعهٔ اجتماعی ایفا می‌کند. یکی از موانع

۱. قابل دسترسی به آدرس https://www.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2020/01/359290_orig.pdf.

اعتماد به نهادهای واسط و مدنی و شبکه روابط اجتماعی، بی‌اعتمادی شهروندان به سطوح کلان اجتماعی است (موسوی، ۱۳۸۵: ۸۹-۸۸).

اعتماد شهروندان به سطوح کلان اجتماعی یکی از حوزه‌های اعتماد است که اعتماد نهادی خوانده می‌شود که اغلب بازتاب میزان اعتماد به کارکنان نهادهاست (دوگان، ۱۳۷۴: ۱۰؛ علی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۶). اما جامعه‌شناسان دست‌کم، دو نوع اعتماد دیگر را نیز معرفی می‌کنند: الف) «اعتماد بین‌شخصی» که مبتنی است بر روابط مستقیم و بین‌فردی و مشخصه آن هم‌زیستی مستقیم بین طرفین و نمونه آن تعامل با اعضای خانواده و دوستان است. ب) «اعتماد تعمیم‌یافته» که اعتماد به افراد خارج از گروه قوم و قبیله و لازمه همکاری و مشارکت با انبوه شهروندان در دوران مدرن است (همان).

مقوله اعتماد در تمامی صورت‌های آن، برای مشارکت در همکاری‌های تعاون‌محور -و به‌طور کلی، تعاونی‌ها- امری ضروری است. هر دوی این مقولات (اعتماد و مشارکت اجتماعی)، در عین حال که از میزان سرمایه اجتماعی اعضای جامعه متأثر هستند، خود نیز از مؤلفه‌های شکل‌دهنده چنین سرمایه‌ای می‌باشند. چنان که در شکل ۱،۲ مشاهده می‌شود، ارتقای اعتماد اجتماعی، ارتقای سرمایه اجتماعی و در پی آن مشارکت اجتماعی را سبب می‌شود. مشارکت اجتماعی، مشارکت در تعاونی‌ها را در پی دارد که خود، اعتماد اجتماعی را ارتقا می‌دهد و این چرخه ادامه می‌یابد. در ادامه، چیرستی و چگونگی ارتقای سرمایه اجتماعی تشریح خواهد شد.



شکل ۱،۲. چرخه عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها

• سرمایه اجتماعی

در تعاریف مختلف ارائه‌شده درباره سرمایه اجتماعی، بر اهمیت «مشارکت در شبکه‌ها، رابطه متقابل، اعتماد، هنجارهای اجتماعی، اشتراکات و کنش‌ورزی» برای دستیابی به اهداف ارزشمند اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی گروه تأکید شده است

(Onyx & Bullen, 2000: 8-9). در تعریف رابرت پاتنام^۱، سرمایه اجتماعی ناظر به ویژگی‌هایی نظیر «شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای منافع متقابل تسهیل می‌کند» (Putnam et al, 1993: 167). بنا بر نظر او، سرمایه اجتماعی کالایی عمومی است (Ibid: 170) و سه شاخص دارد: آگاهی؛ مشارکت؛ و نهادهای مدنی (موسوی، ۱۳۸۵: ۶۹). شبکه‌های مشارکت مدنی که در نظر پاتنام از اشکال ضروری سرمایه اجتماعی است، هرچه متراکم‌تر باشد، هزینه‌های بالقوه عهدشکنی را افزایش می‌دهد، هنجارهای معامله متقابل را تقویت و جریان اطلاعات را تسهیل می‌کند. از سویی، اعتماد از موجبات و نیز نتایج شبکه‌های مشارکت مدنی و هنجارهای معامله متقابل است. اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و از سوی دیگر، افزایش همکاری، اعتماد را افزایش می‌دهد (Putnam et al, 1993: 167-170).

اعتماد، ضمن کاهش بها و تسهیل معاملات، اعتبار در سرمایه‌گذاری‌های فردی را افزایش می‌دهد و انگیزه لازم را برای نوآوری و سرمایه‌گذاری، و نیز همکاری با افراد غریبه ایجاد می‌کند (Rothstein & Stolle, 2008; Mewes et al., 2021: 1; Meador & O'Brien, 2019: 871; Sabatini et al., 2014: 6; Coleman, 1988: s117). بر اساس این دیدگاه‌ها می‌توان گفت موفقیت تعاونی‌ها به‌عنوان نهادهای همکاری‌جویانه در گرو مهارت‌ها و اعتماد اجتماعی است و متقابلاً مهارت‌ها و اعتماد اجتماعی نیز با فعالیت تعاونی‌ها، ارتقاء می‌یابد و نتیجه حاصل‌شده سرمایه اجتماعی را ارتقاء می‌دهد.

یکی دیگر از چشم‌اندازهای کلان‌نگر در باب سرمایه اجتماعی، دیدگاه فوکویاما است (باقری زنوز و علمی، ۱۳۸۸: ۱۳۱). او سرمایه اجتماعی را «توانایی افراد برای همکاری مشترک برای اهداف مشترک در گروه‌ها و سازمان‌ها» تعریف می‌کند (Fukuyama, 1995 b: 10). به باور فوکویاما، «سرمایه اجتماعی متعلق به گروه‌هاست، نه افراد» (باقری زنوز و علمی، ۱۳۸۸: ۱۳۱). او تأکید می‌کند که صرف مشارکت در ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، موجب تولید سرمایه اجتماعی نمی‌شود؛ چون ممکن است این ارزش‌ها منفی باشند (نوابخش و فدوی، ۱۳۸۷: ۲۸). در دیدگاه او تنها هنجارهایی سرمایه اجتماعی را می‌سازند که «موجب همکاری گروهی شوند و با ارزش‌های سنتی نظیر صداقت، پایبندی به تعهدات، وظیفه‌شناسی و رابطه متقابل مرتبط باشند» (Fukuyama, 2001: 7). فوکویاما این هنجارهای سازنده سرمایه اجتماعی را هنجارهای مولد می‌خواند که همکاری میان اعضا را افزایش می‌دهد (نوابخش و فدوی، ۱۳۸۷: ۲۹-۲۸).

فوکویاما اعتماد، شبکه‌ها، جوامع مدنی و امثال آن را نتیجه سرمایه اجتماعی و نه عناصر تشکیل‌دهنده آن می‌داند (Fukuyama, 2001: 7)؛ در حالی که کلمن پیوند و اعتماد را دو جزء اصلی تشکیل‌دهنده سرمایه اجتماعی معرفی می‌کند. پیوند از نظر کلمن «ارتباطات و بستگی‌های فرد با افراد، گروه‌ها و درگیری در شبکه‌های مختلف اجتماعی» و اعتماد، «نشان‌دهنده هنجارهای کنش در روابط اجتماعی است» (انصاری و دیگران، ۱۳۹۴: ۷۷). او معتقد است سرمایه اجتماعی

1. Robert Putnam

2. trustworthiness

از سازمان‌های اجتماعی‌ای تشکیل شده است که کنش‌های خاص کنشگران فردی یا جمعی درون خود را تسهیل می‌کنند (Coleman, 1988: S98). بنا بر دیدگاه کُلمن چهار عامل موجب ایجاد و گسترش سرمایه اجتماعی می‌شود: کمک؛ ایدئولوژی؛ اطلاعات؛ و هنجارها (نوابخش و فدوی، ۱۳۸۷: ۳۰). او پنج شاخص نیز برای سرمایه اجتماعی مطرح می‌کند: تعهدات ایجادشده؛ دسترسی اطلاعاتی؛ استقرار در مکان هنجارهای جمعی؛ کسب اقتدار؛ و کسب هویت سازمانی (موسوی، ۱۳۸۵: ۷۰).

سرمایه اجتماعی غیر از سطح کلانی که ذکر شد و در آن منافع جمعی بر اساس روابط افقی مبتنی بر اعتماد بین نهادهای مختلف جامعه ایجاد می‌شود، در دو سطح گروهی یا میانه و سطح خرد نیز می‌تواند بررسی شود (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۶). از جمله دیدگاه‌هایی که می‌تواند در این سطوح مبنای تحلیل باشد، دیدگاه پیر بورديو جامعه‌شناس شهیر فرانسوی است. او معتقد است سرمایه اجتماعی مجموع منافع بالفعل یا بالقوه‌ای است که اعضای یک گروه دارای شناخت متقابل، به صورتی جمعی، مالک آن هستند. این سرمایه برای اعضای گروه اعتبارآفرینی می‌کند. بنابراین، اندازه شبکه‌های ارتباطی‌ای که یک عامل^۱ می‌تواند فعالانه مهیا کند و نیز حجم سرمایه اقتصادی، نمادین و فرهنگی که در این شبکه مالک آن است، تعیین‌کننده میزان سرمایه اجتماعی او می‌باشد (Bourdieu, 2018: 21).

تا بدین جا چنان‌که ولنتینو^۲ (2004: 10) بیان می‌کند، سرمایه اجتماعی برای تعاونی‌ها همان نقشی را ایفا می‌کند که سرمایه فیزیکی یا اقتصادی برای شرکت‌های دیگر و سرمایه انسانی برای افراد؛ بدین معنی که سرمایه اجتماعی نیز می‌تواند مؤلد باشد و با تسهیل اعمال هماهنگ، کارایی جامعه را در جهت دستیابی به اهدافی ویژه افزایش دهد (Putnam et al., 1993: 167).

در مجموع نیز، جمع‌بندی نظریات مختلف درباره سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها نشان می‌دهد که آن‌ها این سرمایه را در سه سطح بررسی کرده‌اند:

یک) سطح شخصی: در این سطح، منفعت شخصی اعضای شبکه اجتماعی در درون یا بیرون سازمان اهمیت دارد. «منابعی که افراد به‌واسطه ارتباطات شخصی‌شان در انجام مسئولیت‌های خود وارد می‌کنند»، در این سطح قرار می‌گیرد. برخی از شاخصه‌های این سطح از سرمایه اجتماعی را می‌توان این‌گونه برشمرد: تعداد روابط اجتماعی فرد، رویدادهایی که فرد به آن‌ها دعوت می‌شود، درجه مشارکت او در آن رویدادها و فعالیت‌های مختلف سازمان. از فواید این سطح از سرمایه اجتماعی می‌توان به افزایش دانش و قدرت شخصی و نیز پیداکردن یا ارتقای شغلی در درون و بین سازمان‌ها اشاره کرد (Hador, 2017: 350).

1. agent

2. Valentinov

دو) سطح درون‌سازمانی: این سطح مبتنی بر «تعاملات درون و بین گروه‌های رسمی و غیررسمی، از سطح تیم‌های کاری گرفته تا کل سازمان است». این سرمایه بر خلاف سطح شخصی آن، کالایی عمومی تلقی می‌شود و شامل اهداف متقابل، اعتماد، رابطه متقابل، احترام و قدردانی، به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات و هنجارهای مشترک است. منافع این سرمایه اجتماعی هم شخصی و هم سازمانی است. این سطح از سرمایه اجتماعی، ارتباطات باثبات، مؤکد و هم‌یارانه در سازمان و مزیت رقابتی سازمان را افزایش می‌دهد (Ibid, 2017: 350-351).

سه) سرمایه اجتماعی خارجی: این سطح، ناظر به تعاملات بین‌سازمانی است، مثل ارتباطات اعضای هیئت‌مدیره و مدیرعامل با نهادهای خارجی تأثیرگذار بر سازمان، مانند رقبا، سرمایه‌گذاران، مشتریان، تأمین‌کنندگان، مشتریان و... بنابراین، در این سطح، ارتباطات برون‌سازمانی برای جذب سرمایه‌های مالی و انسانی و جلوگیری از پیشامدهای منفی اهمیت زیادی دارند (Ibid, 2017: 351). این سطح از سرمایه اجتماعی برای جامعه نیز نافع است و موجب بهبود عملکرد نهادهای دموکراتیک حکومتی (Putnam, 2000: 380) و نیز حفظ و تداوم اجتماعی می‌شود که نتیجه آن توسعه اقتصادی است (Fukuyama, 1995b).

بهره‌گیری از هر سه سطح فوق‌الذکر در تعاونی‌ها ضروری به نظر می‌رسد. به تعبیری هر تعاونی هم‌زمان، هم گروهی اجتماعی و تشکیل‌شده از افراد را نشان می‌دهد و هم شرکتی است که به همان اعضا به صورت مشترک تعلق دارد و آن‌ها به طور مشترک اداره‌اش می‌کنند (Valentinov, 2004: 5)؛ بنابراین، منافع شخصی و اجتماعی، اعم از سازمان و کل جامعه، در آن اهمیت دارد. از این منظر، می‌توان تعاونی را یک «سازمان سرمایه اجتماعی بنیان» خواند؛ چون بر پایه سرمایه اجتماعی به اشتراک گذاشته شده توسط اعضا شکل می‌گیرد و اداره می‌شود (Ibid). ارزش‌های تعاونی با سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی با میزان مشارکت در تعاونی، ارتباط مستقیم دارند (انصاری و دیگران، ۱۳۹۴؛ Onyeiwu & Jones, 2003). بدین شکل که سرمایه اجتماعی موجب «تسهیل مشارکت اعضا در تعاونی، دریافت و ارائه اطلاعات، عضویت طولانی‌تر، پذیرش مسئولیت، نظارت، تعهد و درگیری بیشتر» در امور تعاونی می‌شود (انصاری و دیگران، ۱۳۹۴: ۷۸-۷۷).

۵.۳.۲. کارآفرینی اجتماعی

یکی دیگر از مفاهیم محوری پژوهش حاضر که راهبردهای نهایی نیز عمدتاً بر مبنای آن تدوین گردیده‌اند، مفهوم «کارآفرینی اجتماعی» است. این مفهوم را جیم براون^۱ و فریر اسپرکلی^۲ بین سال‌های ۱۹۸۱-۱۹۸۴ م. با ادغام مجدد برخی اصول تعاونی در کالج بیچ‌وود^۳ تعریف نموده و بسط دادند. اصول تعاونی که در تعریف و بسط این مفهوم از آن

1. Jim Brown
2. Freer Spreckley
3. Beechwood College

استفاده شد، اصول مربوط به آموزش، جمعی بودن و همکاری مشترک بود که با اصول مربوط به عضویت، کنترل دموکراتیک، مشارکت اقتصادی و خودگردانی تلفیق شدند (Ridley-Duff, 2018: 5).

چهار نهضت در پیشرفت تاریخی کارآفرینی اجتماعی قابل تشخیص است: نهضت اول، در دهه ۱۹۸۰ م. ناظر به ظهور این رشته با تلاش بیل درایتون^۱ در تأسیس مؤسسه آشوکا^۲ و شکل‌گیری انجمن‌های جهانی مرتبط با این حوزه بود. نهضت دوم، که هم‌زمان با نهضت اول بود، دوره مبارزه عمومی خیرین با نابرابری‌های اجتماعی بود؛ ولی کارآفرینان اجتماعی به‌جای راه‌حل‌های سریع و ساده مانند تظاهرات و تشکیل گروه‌های مخالف حکومت‌ها، به معماری اجتماعی و تهیه طرح‌هایی برای تغییر در وضعیت موجود اندیشیدند. در نهضت سوم، در دهه ۱۹۹۰، شرکت‌ها و سازمان‌ها به مسئولیت‌های اجتماعی، پاسخ‌گویی به شهروندان و مصرف‌کنندگان و توجه به تأثیرات اجتماعی و محیطی تصمیم‌ها و سیاست‌گذاری‌هایشان تعهد نشان دادند. نهضت چهارم، هم‌زمان با نهضت سوم و در واکنش به رویکردهای تجاری شکل گرفت. بنیادها، خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی، در این نهضت اثرگذارتر بودند. توجه به آموزش کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌های بزرگ از این دوره آغاز شد (Hartigan, 2004: 1-2).

واژه «اجتماعی» در اصطلاح «کارآفرینی اجتماعی»، نشان‌دهنده این است که این نوع کارآفرینی نتیجه خلاقیت و مشارکت گروهی از شهروندان است. این مشارکت ممکن است مشارکت اقتصادی یا مشارکت در اداره بنگاه اجتماعی مبتنی بر کارآفرینی باشد. علاوه بر این، ماهیت اجتماعی این مفهوم از این هدف برمی‌خیزد که هدف بنگاه‌های اجتماعی، نه بازگشت سرمایه، بلکه ارائه خدمات به جامعه است (Defourny & Nyssens, 2001: 56-57; Schuyler, 1998). تفاوت کارآفرینی اجتماعی با کارآفرینی تجاری در این است که در نوع دوم، تکیه بر مبادلات تجاری و هدف، افزایش سودآوری است؛ در حالی که در کارآفرینی اجتماعی، هدف اصلی رفع نیازهای اجتماعی و بهبود رفاه اجتماعی، به‌صورتی پایدار است (Estrin et al., 2013: 5 ; Perrini, 2006: 15-18). همین هدف آن را هم‌سو با تولید سرمایه اجتماعی می‌سازد.

بنا بر آنچه آمد، کارآفرینی اجتماعی گونه‌ای کارآفرینی جمعی است که در آن ریسک تجارت و سرمایه‌گذاری، با ارزش‌های اجتماعی کنش جمعی ترکیب می‌شود؛ چنان‌که اشاره شد، هدف از کنش جمعی در این کارآفرینی «بهبود اقتصادی و اجتماعی یک محل به‌وسیله برخی تغییرات در هنجارها، ارزش‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای تولید کالاها و خدمات توسط یک شرکت» است (Connell, 1999: 19). از همین رو، کارآفرین اجتماعی، منابع را به مناطقی منتقل می‌کند که بهره‌وری کمتری دارند تا با اشتغال‌زایی برای ساکنان محلی و جذب سایر منابع بازار، مثل کمک‌های بشردوستانه، اقتصاد محلی را تقویت کند. به کارآفرینان اجتماعی محقق‌کننده این هدف، کارآفرینان مدنی نیز می‌گویند (Clamp & Alhamis, 2010: 154).

1. Bill Drayton

5. Ashoka

در مجموع، ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

(۱) شخصیت کارآفرینانه دارند (Henton et al., 1997:152؛ ۲) عوامل به‌حاشیه‌رفتن افراد دچار فقر مالی یا کمبود نفوذ سیاسی را شناسایی می‌کنند؛ (۳) فرصت‌های اقتصادی جدید را می‌شناسند (Ibid, 1997:152؛ ۵) با احساس مسئولیت اجتماعی و با بهره‌گیری از الهام، خلاقیت، شجاعت و مقاومت برای از بین بردن بی‌عدالتی و به‌چالش کشیدن هژمونی موجود، از فرصت‌های جدید اقتصادی استفاده می‌کنند (Martin & Osberg, 2007: 35) و از طرف دیگر، برای اهداف ارزشمند اجتماعی، فرصت‌های جدید اقتصادی ایجاد می‌کنند (Petersen, 2020: 1؛ ۶) برای رسیدن به هدف ارتباط اقتصاد و جامعه از رهبری مشارکتی و کار گروهی بهره می‌برند و در این همکاری‌ها نقش مکمل را ایفا می‌کنند؛ (۷) برای ایجاد توازن جدید و پایدار و ایجاد امنیت اجتماعی و اقتصادی در گروه هدف، تلاش می‌کنند (Henton et al., 1997:152؛ ۳۵ Martin & Osberg, 2007: 35؛ ۷) در جریان فعالیت خود به‌طور مداوم، در حال یادگیری، سازگاری با شرایط جدید و نوآوری هستند تا از بازتولید پیوسته ارزش‌های اجتماعی اطمینان حاصل کنند، نیازهای اجتماعی جدید را برآورده سازند و آماده پاسخ‌گویی به چالش‌های جدید اجتماعی باشند (Diraditsile, 2018: 32؛ 6؛ Hojnik, 2020: 6؛ ۸) به‌جای درمان علائم، مشکلات را به‌طور ریشه‌ای، حل می‌کنند و در پی ایجاد تغییرات سیستمی و اصلاحات پایدارند (Dees, 1998: 4). (۹) جسورانه و بدون اینکه به منابع موجود محدود شوند، منابع جدید را کشف می‌کنند؛ (۱۰) با وجود خطرپذیری زیاد، دوراندیشانه تصمیم می‌گیرند تا در صورت بروز مشکل بتوانند آن را مدیریت کنند؛ (۱۱) شکل‌های جدید سرمایه اجتماعی را به روشی نوآورانه به کار می‌گیرند تا توانمندی‌های افراد محروم را تقویت کنند و آن‌ها را برای پذیرش مسئولیت بیشتر در قبال مسائل زندگی خودشان ترغیب کنند (Diraditsile, 2018: 32).

کارآفرینی اجتماعی البته خود نیز گونه‌های مختلفی دارد؛ یکی از این گونه‌ها، «کارآفرینی اجتماعی تعاونی»^۱ است که «اصول و ارزش‌های تعاونی را ایجاد و از آن‌ها استفاده می‌کند» (Ridley-Duff, 2018:10). مشخصه این نوع، بهره‌گیری از توانایی جمعی و اقدامات مشارکتی داوطلبانه برای ایجاد شبکه‌های سرمایه‌گذاری است. چنین اقداماتی، دموکراسی مستقیم و مالکیت گروهی را در برابر مدیریت دولتی و مالکیت خصوصی برمی‌گزینند. کارآفرینی اجتماعی تعاونی «در ارزش‌های تعاونی، یعنی خودیاری، مسئولیت شخصی، دموکراسی، برابری، تساوی حقوقی و هم‌بستگی، ریشه دارد» و بر فعالیت و مسئولیت و منافع متقابل و کنترل توسط اعضا متکی است (Ibid, 2018:10-11).

داکانای^۲ (2012: 26-29) نیز بر اساس ادبیات نظری موجود، سه مکتب را در تعریف کارآفرینی اجتماعی تشخیص می‌دهد؛ مکاتبی که حرکت بر مبنای هر کدام، دلالت‌های گوناگونی را برای تشکلهای تعاونی دربر خواهد داشت:

1. Cooperative Social Entrepreneurship
2. Dacanay

۱) مکتب نوآوری اجتماعی: این مکتب، کارآفرینی اجتماعی را «تغییرات بزرگ مقیاس، پایدار و سیستمی از طریق معرفی ایده‌ها و روش‌های جدید و تغییر در نگرش» تعریف می‌کند (Kramer, 2005: 6). هواداران این مکتب معتقدند نوآوری در کارآفرینی اجتماعی، پتانسیلی است برای آن دسته از تغییرات عمده اجتماعی که با پرداختن به ریشه‌های اصلی مسئله اجتماعی، کاهش نیازهای اجتماعی خاص و جلوگیری از نتایج نامطلوب ایجاد می‌شود (Dees & Anderson, 2006: 46).

۲) مکتب بنگاه اجتماعی یا درآمدزایی: راه‌حل‌های مبتنی بر بازار را برای مسائل اجتماعی برمی‌گزیند (Ibid:44). در این مکتب، بنگاه، سازمانی است با سرمایه‌گذاری غیرانتفاعی که هدف آن خدمت یا مأموریتی اجتماعی است و تداوم تأمین مالی برای اهداف مذکور از طریق جریان‌های درآمدزایی، فراتر از یارانه‌ها و کمک‌های مالی است. این مکتب روش‌های تجاری را برای بهبود سازمان‌های غیرانتفاعی مؤثر می‌داند (Hoogendoorn et al., 2010: 7).

۳) مکتب اقتصاد اجتماعی: در این مکتب در بنگاه اجتماعی، تولید کالاها یا خدمات با حداقل میزان کار پرداختی انجام می‌شود و هدف صریح آن بهره‌مندسازی جامعه است. مؤسسين این بنگاه‌ها ریسک‌پذیری اقتصادی و خودمختاری قابل‌توجهی دارند. قدرت تصمیم‌گیری در این بنگاه‌ها مشارکتی است و حق تصمیم‌گیری بر اساس مالکیت سرمایه نیست (Defourny, 2001: 19-20). در مکتب اقتصاد اجتماعی، شرکت‌های کارآفرین اجتماعی، نوع خاصی از بنگاه‌های اجتماعی با نام «بنگاه اجتماعی ادغام‌کار»^۱ هستند. این ادغام ممکن است به بحران افزایش بیکاری در اروپا مربوط باشد. بنگاه‌های اجتماعی ادغام‌کار، به‌عنوان مثال، برای گروه‌های اقلیت، افراد معلول و سایر افراد آسیب‌پذیر و کسانی که نمی‌توانند کاری پیدا کنند فرصت شغلی ایجاد می‌کنند (Defourny & Nyssens, 2010; Campi et al., 2006: 32).

در مجموع با توجه به تاریخچه، تعاریف و مکاتب ذکرشده، و نیز هم‌سو با دیدگاه پون^۲ (2011) پنج عامل در ظهور بنگاه‌های اجتماعی و در نتیجه، کارآفرینی اجتماعی و تعاونی تأثیر دارند: ۱) محیط سیاسی^۳: چون شکل‌گیری شرکت‌های کارآفرین اجتماعی همچون تعاونی، مبتنی بر حل مشکلاتی است که دولت نیز درصدد رفع آن‌هاست، لازمه موفقیت این شرکت‌ها این است که دولت، وجود «بخش سوم» را بپذیرد و بخشی از وظایف خود را داوطلبانه یا غیرداوطلبانه به این بخش بسپارد. ۲) محیط قانونی^۴: چون کارآفرینی اجتماعی نیاز به طی روندی طولانی‌مدت برای پالایش و به‌ثمررساندن ایده دارد که مستلزم تکرار و آزمون و خطاست، فضای ایدئال قانونی برای کارآفرینی اجتماعی، فضایی است که تا حد امکان، قانون‌زدایی شده باشد تا قوانین دست‌وپاگیر، مانع فرایند طبیعی تجربه و نوآوری که در کارآفرینی اجتماعی ضروری هستند، نشوند. ۳) محیط اجتماعی^۵: محیط اجتماعی و فرهنگی مناسب برای پرورش کارآفرین اجتماعی موفق، جامعه‌ای است که

1. WISE :work integration social enterprises

2. Poon

3. Political environment

4. Legal environment

5. Social environment

برای مسائل اجتماعی - اقتصادی بر انگیزاننده کارآفرین اجتماعی به فعالیت، اهمیت قائل است. ۴) محیط فرهنگی^۱: محیط فرهنگی پرنشاط و جامعه مدنی فعال، بستر تجربه عمیق، مبارزه و پیشگامی و پالایش را برای سازمان‌دهی بنگاه‌های اجتماعی فراهم می‌کند. علاوه بر این، محیط فرهنگی مناسب، امکان ارتباط با سایر مناطقی که پیش از این بنگاه اجتماعی داشته‌اند را از طریق چون ارتباطات سیاسی، مهاجرت‌های فرهنگی، روابط اقتصادی یا حتی اشتراکات زبانی مهیا می‌کند. این روابط، بهره‌گیری از تجربیات و تخصص بنگاه‌های اجتماعی این کشورها را مقدور می‌سازد. ۵) محیط نهادی^۲: محیط نهادی با پشتیبانی از بنگاه‌های اجتماعی به رشد آن‌ها کمک می‌کند. کارآفرین اجتماعی مانند کارآفرین تجاری به اکوسیستمی نیاز دارد که در آن پشتیبانی نهادی همه‌جانبه، شامل پشتیبانی مالی، تخصصی و پشتیبانی در شبکه‌سازی صورت گیرد.

در نهایت، با مقایسه جدول ۷،۲ و جدول ۵،۲، می‌توان اغلب ارزش‌ها، اصول و اهداف تعاونی را در ویژگی‌های شرکت‌های کارآفرین اجتماعی هم یافت. برای نمونه، می‌توان به این مشترکات اشاره کرد: دموکراسی؛ مساوات و برابری و عدالت اجتماعی؛ هم‌بستگی؛ کنترل دموکراتیک توسط اعضا؛ مشارکت اقتصادی اعضا؛ آموزش و پرورش؛ توجه به جامعه؛ مشارکت اجتماعی؛ خلق ارزش‌های اجتماعی؛ بهبود کیفیت زندگی (نیاز مشترک اعضا)؛ کمک به دیگران؛ و سودآوری اقتصادی برای اهداف اجتماعی. از میان ویژگی‌های سازمانی تعاونی نیز نوآوری، استفاده از سرمایه اجتماعی و غیردولتی بودن با ویژگی‌های شرکت‌های کارآفرین اجتماعی مطابقت دارد. با توجه به اصول، ارزش‌ها و اهداف تعاونی، در میان مکاتب مختلف حوزه کارآفرینی اجتماعی، می‌توان دیدگاه مکاتبی را برای تعاونی‌های کارآفرین، مناسب دانست که فعالیت اقتصادی را نیز لازمه تحقق اهداف اجتماعی کارآفرینی اجتماعی می‌دانند. اتخاذ چنین رویکردی خودکفایی و استقلال و مشارکت اجتماعی تعاونی را افزایش می‌دهد.

جدول ۷،۲. ویژگی‌های شرکت‌های کارآفرین اجتماعی

ویژگی‌های روان‌شناختی	ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی	ویژگی‌های اقتصادی	ویژگی‌های حقوقی - سیاسی	ویژگی‌های سازمانی - مدیریتی
خلاقیت و نوآوری مستمر ریسک‌پذیری در عین حفظ بهره‌وری دوراندیشی و آینده‌نگری فرصت‌شناسی	استفاده از فرایندهای مشارکتی آموزش و یادگیری مستمر یادگیری جمعی جمعی‌بودن و همکاری مشترک مأموریت و هدف اجتماعی دموکراسی	مشارکت اقتصادی ایجاد اقتصاد پایدار اشتغال‌زایی برای ساکنان محلی تقویت اقتصاد محلی با جذب منابع خارجی	تساوی حقوقی	کنترل و مدیریت دموکراتیک خودگردانی مدیریت ریسک اداره مشارکتی رهبری مشارکتی تصمیم‌گیری مشارکتی

6. Cultural environment

7. Institutional environment

ویژگی‌های سازمانی - مدیریتی	ویژگی‌های حقوقی - سیاسی	ویژگی‌های اقتصادی	ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی	ویژگی‌های روان‌شناختی
حق مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها بدون توجه به میزان سهم مالکیت گروهی مدیریت دوراندیشانه و آینده‌نگرانه ایجاد و به‌کارگیری اصول و ارزش‌های تعاونی فعالیت و مسئولیت و منافع متقابل و کنترل توسط اعضا دارای ماهیت چندسهم‌داری چندصدایی		ایجاد عدم تعادل در بازار و برطرف کردن آن شناخت فرصت‌های اقتصادی جدید ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید ایجاد مشاغل جدید ایجاد شبکه‌های سرمایه‌گذاری ایجاد امنیت اقتصادی توزیع سود محدود استفاده از راه‌حل‌های مبتنی بر بازار سرمایه‌گذاری غیرانتفاعی یا انتفاعی برای اهداف اجتماعی اتخاذ روش‌های تجاری برای بهبود سازمان‌های غیرانتفاعی شناسایی و شکار فرصت	برابری پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی ارزش‌افزایی برای جامعه پاسخ‌گویی به شهروندان و مصرف‌کنندگان تعهد به تأثیرات اجتماعی و محیطی تصمیم‌ها و سیاست‌گذاری‌ها ارائه خدمات به جامعه ایجاد تغییرات در هنجارها، ارزش‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای تولید کالاها و خدمات رفع نیازهای اجتماعی و بهبود رفاه اجتماعی، به‌صورتی پایدار تأمین خدمات رفاهی شناسایی مشکلات اجتماعی برآورده‌سازی نیازهای اجتماعی جدید ایجاد ارتباط بین اقتصاد و جامعه ایجاد توازن جدید و پایدار ایجاد امنیت اجتماعی هم‌بستگی اجتماعی بازتولید پیوسته ارزش‌های اجتماعی آمادگی پاسخ‌گویی به چالش‌های جدید اجتماعی تلاش با وجود محدودیت‌ها	جسارت و تهور بدون توجه به محدودیت منابع خودپاری مسئولیت‌پذیری شخصی احساس مسئولیت اجتماعی پایداری و مقاومت استقلال قضاوت‌های متعادل و مناسب فضیلت و شایستگی‌های کارآفرینان داشتن اعضای با شخصیت کارآفرینانه سازگاری با شرایط جدید شجاعت

ویژگی‌های سازمانی - مدیریتی	ویژگی‌های حقوقی - سیاسی	ویژگی‌های اقتصادی	ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی	ویژگی‌های روان‌شناختی
			به‌کارگیری نوآورانه سرمایه اجتماعی ترغیب محرومین به مسئولیت‌پذیری پرداختن به ریشه‌های اصلی یک مسئله اجتماعی و حل ریشه‌ای مشکلات، به جای درمان علائم ایجاد تغییرات سیستمی و اصلاحات پایدار تولید شکلی جدید از سرمایه اجتماعی	

(تنظیم: نگارندگان)

۴.۲. جمع‌بندی

تعاونی‌ها بنگاه‌هایی اجتماعی و غیردولتی هستند که بر پایه مشارکت‌های مردمی فعالیت می‌کنند. مشارکت در تعاونی‌ها در ابعاد مختلف و بسته به نوع تعاونی، از سرمایه‌گذاری و مالکیت، تا مدیریت، تصمیم‌گیری، اداره و خرید و بهره‌گیری از خدمات و کالاهای آن‌ها ممکن و برای استمرار وجود تعاونی ضروری است. انواع مختلفی از تعاونی در ایران و جهان وجود دارد که با وجود پایداری به اصول، اهداف و ارزش‌های بنیادین تعاونی، بر حسب مشکل اجتماعی‌ای که برای حل آن ایجاد شده‌اند، تنوع می‌یابند. در ایران، تعاونی‌های «توسعه و عمران شهرستانی» که از نوع متعارف و چندمنظوره هستند، با هدف هدایت منابع مردمی در شهرستان‌ها برای تولید و حل مشکل تعاونی‌های کوچکی که توان رقابت در بازار را ندارند، ایجاد شده‌اند.

از آنجا که تنها تعاونی‌هایی می‌توانند موفق باشند که به اصول و ارزش‌های ارائه‌شده توسط اتحادیه بین‌المللی تعاون (International Cooperative Alliance, 2018)^۱ پایبند باشند، تعاونی‌های «توسعه و عمران شهرستانی» نیز در صورتی که مبتنی بر این اصول، فعالیت و سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی را به‌منظور دستیابی به اهداف اجتماعی به کار بندند، می‌توانند مشارکت مردمی را به‌سمت رشد و توسعه شهرستان‌ها هدایت کنند. سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>

به کار گرفته شده در تعاونی‌ها با بهره‌گیری از مشارکت اجتماعی، ارزش افزوده اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی تولید می‌کند. این ارزش‌های افزوده در سطح خرد، مجدداً به سرمایه خود تعاونی‌ها می‌افزاید و در سطح کلان، به توسعه اجتماعی می‌انجامد.

مشارکت اجتماعی مفهومی چندبعدی است که در قالب‌های ذهنی و عینی، فردی و فرافردی قرار می‌گیرد. مشارکت در تعاونی، در هر دو قالب، ضروری است. علاوه بر این، به دلیل ابعاد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تعاونی، هم‌گرایی تمامی ابعاد ذکر شده، می‌تواند به افزایش اعتماد و در نتیجه، مشارکت در تعاونی بیانجامد. عوامل متعدد دیگری از عوامل فردی و اجتماعی گرفته تا عوامل روان‌شناختی، اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، سیاسی-حقوقی و سازمانی-مدیریتی در افزایش مشارکت در جامعه و به تبع آن مشارکت در تعاونی‌ها مؤثرند. بر اساس پژوهش‌های انجام شده، از عوامل مهم تأثیرگذار بر جلب مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها می‌توان به این موارد اشاره کرد: مسئولیت‌پذیری؛ ریسک‌پذیری دوراندیشانه؛ احساس رضایت از تعاونی و رفاه شخصی؛ احساس تعلق و دلبستگی به جامعه؛ مدیریت و اداره مشارکتی؛ ایجاد زیرساخت‌های قانونی و سطح تحصیلات اعضای جامعه و اعتماد اجتماعی.

اعتماد اجتماعی از مهم‌ترین عوامل فردی و ذهنی تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی است که خود، تحت تأثیر عوامل متعددی قرار می‌گیرد. از عوامل تعیین‌کننده در اعتماد اجتماعی می‌توان به فاصله اجتماعی اشاره کرد که بر اساس هنجارهای گروه و جامعه برای افراد تعریف می‌شود. فاصله اجتماعی چالشی بزرگ، به‌ویژه در جوامع کنونی شهری است و کارآفرینی اجتماعی با انجام مأموریت‌های اجتماعی خود می‌تواند به کاهش این فاصله کمک کند. اعتماد، سطوح مختلفی از اعتماد بین‌شخصی تا نهادی را در برمی‌گیرد و وجود تمامی سطوح آن در تعاونی ضروری است.

از سوی دیگر، ساختار دموکراتیک تعاونی‌ها می‌تواند آن‌ها را به نهادهایی برای افزایش اعتماد اجتماعی تبدیل کند. بنابراین، در رابطه‌ای دوسویه، از طرفی، اعتماد اجتماعی با افزایش مشارکت اجتماعی می‌تواند به مشارکت در تعاونی بیافزاید و از سوی دیگر، ساختار دموکراتیک تعاونی می‌تواند به افزایش اعتماد اجتماعی در جامعه کمک کند. در تعاونی‌های «توسعه و عمران شهرستانی» که هم تعاونی‌های شهری و هم روستایی را پوشش می‌دهند، توجه به تفاوت میزان فاصله اجتماعی و در نتیجه، اعتماد اجتماعی در روستاها و شهرهای مختلف، برای جلب مشارکت، ضروری است. به عبارت دیگر، روش‌های جلب مشارکت در این مناطق باید متناسب با بستر اجتماعی و فرهنگی منطقه اتخاذ شود. به علاوه، در صورت اتخاذ رویکرد کارآفرینی اجتماعی، توجه به تفاوت نیازهای شهر و روستا برای تعیین نوع و سطح مأموریت اجتماعی، نیز اهمیت زیادی دارد.

افزون بر این، بنا بر نظر برخی از صاحب‌نظران، مشارکت اجتماعی، یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی به‌شمار می‌رود. بنابراین، اعتماد اجتماعی به‌طور غیرمستقیم در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی نقش دارد؛ هرچند اهمیت اعتماد اجتماعی

از نظر کلمن^۱ (1988: s117) به حدی است که قابل اعتماد بودن را شکلی از سرمایه اجتماعی می‌داند. سرمایه اجتماعی در سطوح مختلف خُرد، میانی و کلان و بر پایه دو پیوند ذهنی و عینی شکل می‌گیرد (ن.ک به: فیروزآبادی و ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۵: ۲۰۰-۲۰۱؛ Paxton, 1999: 93). اعتماد از پایه‌های پیوند ذهنی است که مشارکت اجتماعی را به عنوان یکی از نمایندگان آشکار پیوند عینی، تسهیل و تقویت می‌کند. بنابراین، تعاونی‌ها هم سرمایه اجتماعی را برای اهداف اجتماعی خود به کار می‌گیرند و هم خودشان سرمایه اجتماعی تولید می‌کنند. در حقیقت، می‌توان گفت تعاونی‌ها با بهره‌گیری از تسهیل‌کننده‌ای با عنوان «مشارکت اجتماعی»، نقش مُبدل سرمایه‌های اجتماعی به سرمایه‌های اجتماعی جدید و ارتقایافته را دارند. در تکمیل سخن ولنتینو^۲ (2004: 5) که تعاونی‌ها را «سازمان‌های سرمایه اجتماعی-بنیان» می‌خواند، باید گفت تعاونی‌ها سازمان‌هایی «سرمایه اجتماعی-محور» هستند که البته این عنوان، محوریت مشارکت اجتماعی و در پس آن، اعتماد اجتماعی را نیز در تعاونی‌ها متذکر می‌شود.

اما اینکه کارآفرینی اجتماعی چه نقشی در این مجموعه می‌تواند ایفا کند، به اهداف و تعهدات اجتماعی کارآفرینی اجتماعی مربوط است. بنا بر نظر بوردیو^۳ (2018: 24) مبنی بر اینکه تعهدات اجتماعی، سازنده سرمایه اجتماعی است. بر این اساس، می‌توان گفت کارآفرینی اجتماعی که مبتنی بر تعهدات اجتماعی است، نیز سازنده سرمایه اجتماعی برای تعاونی است و بهره‌گیری از کارآفرینی اجتماعی، سرمایه تعاونی را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، فعالیت نوآورانه و با ریسک‌پذیری دوراندیشانه در کارآفرینی اجتماعی، سرمایه اقتصادی منحصربه‌فردی تولید می‌کند. این سرمایه اقتصادی می‌تواند در کنار سرمایه اجتماعی، به تحقق استقلال و خودمختاری که از اصول تعاونی است و خودیاری که از ارزش‌های پایه‌ای تعاونی است، کمک کند و در نتیجه، مسیر موفقیت تعاونی را هموار سازد. از سوی دیگر، کارآفرینی اجتماعی، بر پایه مشارکت و رهبری مشارکتی است؛ به همین دلیل، کارآفرینی اجتماعی با افزایش مشارکت در تعاونی نیز سرمایه اجتماعی تعاونی را افزایش می‌دهد. افزون بر این، کارآفرینی اجتماعی به دلیل هم‌سویی با ساختار مدیریتی ایدئال در تعاونی، توفیق تعاونی را تسهیل می‌کند.

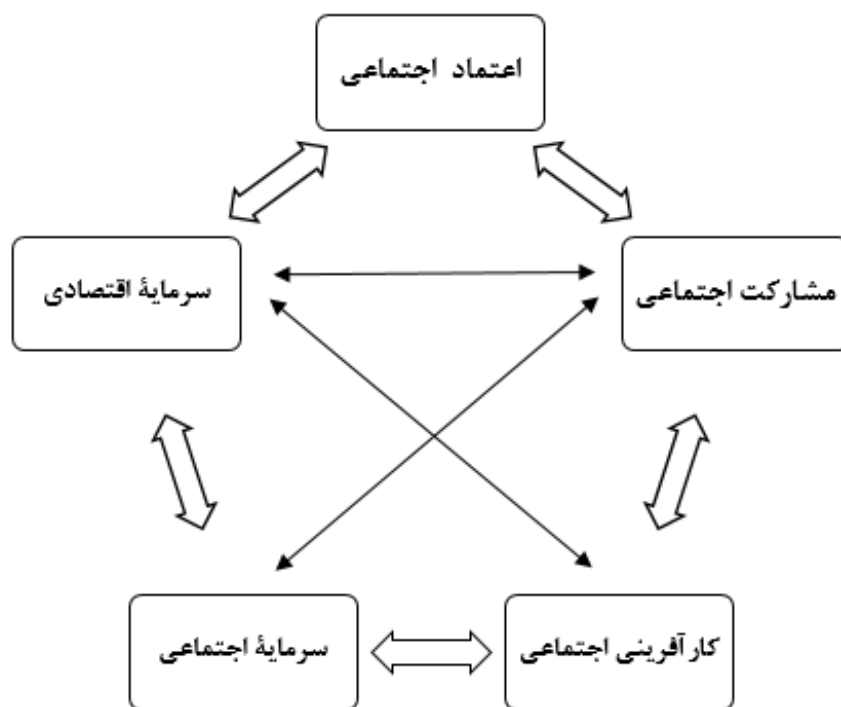
به طور خلاصه، می‌توان گفت اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی را افزایش می‌دهد و به تبع آن سرمایه اجتماعی تعاونی ارتقا می‌یابد. افزایش سرمایه اجتماعی، موجب موفقیت تعاونی می‌شود که مجدداً اعتماد اجتماعی را افزایش می‌دهد و این چرخه ادامه می‌یابد. ورود کارآفرینی اجتماعی به این چرخه، مشارکت اجتماعی را افزایش می‌دهد که حاصل آن، علاوه بر افزایش سرمایه اجتماعی، افزایش سرمایه اقتصادی برای تعاونی است. در نتیجه، چرخه شامل اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی شکل می‌گیرد که بیش از چرخه اعتماد

1 . Coleman

2 . Valentinov

3 . Bourdieu

اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه اجتماعی (ن.ک به: شکل ۱،۲)، استمرار و قوت دارد. فرایند مذکور در شکل ۲،۲ نشان داده شده است.



شکل ۲،۲. چرخه افزایش مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها با بهره‌گیری از کارآفرینی اجتماعی

(تنظیم: نگارندگان)

به‌طور دقیق‌تر، چنان‌که در جدول ۸،۲ و شکل ۳،۲ نیز قابل مشاهده است، بررسی مؤلفه‌های مشترک در میان مفاهیم اصلی پژوهش با توجه به ادبیات نظری و مفهومی و نیز ادبیات تجربی مرور شده، اهمیت مؤلفه‌هایی که در پی می‌آید را برای افزایش مشارکت اجتماعی با استفاده از کارآفرینی اجتماعی در تعاونی‌ها متذکر می‌شود: نوآوری و مسئولیت‌پذیری در بُعد روان‌شناختی؛ آموزش، خلق مستمر ارزش‌های اجتماعی و داشتن اهداف اجتماعی در بُعد فرهنگی-اجتماعی؛ مشارکت اقتصادی برای اهداف اجتماعی در بُعد اقتصادی؛ کاهش دخالت دولت در امور تعاونی‌ها، اعطای مشوق‌های قانونی و مالیاتی، ایجاد زیرساخت‌های قانونی، داشتن سیاست‌ها و برنامه‌های کارآفرینانه در بُعد حقوقی-سیاسی؛ مدیریت کارآفرینانه، مدیریت و اداره مشارکتی، انعطاف‌پذیری در مدیریت، حمایت‌های مدیریت، استفاده بهینه از فرصت‌ها و مهارت و دانش مدیران در بُعد سازمانی-مدیریتی.

جدول ۸.۲. مؤلفه‌های مشترک تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها

عوامل و مؤلفه‌های روان‌شناختی	عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی	عوامل و مؤلفه‌های اقتصادی	عوامل و مؤلفه‌های حقوقی - سیاسی	عوامل و مؤلفه‌های سازمانی - مدیریتی
احساس تعلق	آموزش مستمر	مشارکت اقتصادی برای اهداف اجتماعی	کاهش دخالت دولت در امور تعاونی‌ها	مدیریت کارآفرینانه
اعتماد	آگاهی‌بخشی و فرهنگ‌سازی	اشتغال‌زایی	اعطای مشوق‌های قانونی و مالیاتی	مدیریت و اداره مشارکتی
مسئولیت‌پذیری	خلق مستمر ارزش‌های اجتماعی	کاهش هزینه‌ها	ایجاد زیرساخت‌های قانونی	انعطاف‌پذیری در مدیریت
نوآوری و خلاقیت	تعاملات اجتماعی	بهبود توزیع	داشتن سیاست‌ها و برنامه‌های کارآفرینانه	حمایت‌های مدیریت
ریسک‌پذیری دوراندیشانه	داشتن اهداف اجتماعی	بازاریابی		استفاده بهینه از فرصت‌ها
احساس رضایت از تعاونی و رفاه شخصی				مهارت و دانش مدیران
سیستم تشویق و پاداش مناسب				

(تنظیم: نگارندگان)



شکل ۳،۲. مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی در تعاونی با استفاده از کارآفرینی اجتماعی

(تنظیم: نگارندگان)

فصل سوم

یافته‌های پژوهش

۱,۳. مقدمه

چنان‌که در فصول پیشین ذکر شد، یکی از اهداف تأسیس تعاونی‌ها به‌طور کلی، بهره‌گیری از مشارکت مردمی در ابعاد مختلف اقتصادی و تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌های مختلف در جهت حل مشکلات جامعه است. طرح تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در ایران با همین هدف و با رویکرد نظری حرکت در جهت فقرزدایی، تمرکززدایی و بهره‌گیری از مشارکت مردمی و ظرفیت‌های محلی برای توسعه محلی و نیز جلوگیری از رانت، با در نظر گرفتن امتیازاتی قانونی نسبت به سایر تعاونی‌ها از سوی نمایندگان مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۸۷ به مجلس شورای اسلامی ارائه شد و با وجود این‌که برخی از کارشناسان معتقد بودند تنها با افزودن اصلاحیه‌ای به قوانین موجود، امکان تحقق اهداف فوق وجود داشت و نیاز به موازی‌کاری و ایجاد تعدد در قوانین بخش تعاونی نبود (عطایی، ۱۳۸۸: ۱۸)، در سال ۱۳۸۹ به تصویب رسید و پس از طی فرایند قانونی، اجرای آن از سال ۱۳۹۱ آغاز شد (رستمی، ۱۳۹۷ و ۱۴۰۰).

در اجرای این قانون برای افزایش کمیت این تعاونی‌ها تلاش زیادی صورت گرفت و اخبار تبلیغاتی زیادی در رسانه‌ها از تأسیس این تعاونی‌ها در شهرستان‌های مختلف مخابره شد. درباره تأسیس این تعاونی‌ها در شهرستان‌های استان تهران نیز تبلیغات رسانه‌ای اغراق‌آمیزی صورت گرفت؛ تا حدی که تعاونی توسعه و عمران شهرستانی شهرستان تهران، در صداوسیما به‌عنوان بزرگ‌ترین تعاونی خاورمیانه معرفی شد. با وجود این اخبار امیدبخش، در جریان بررسی‌های انجام‌شده در این پژوهش مشخص شد که با وجود این‌که تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی زیادی در کشور تشکیل شده‌اند، تنها تعداد انگشت‌شماری از آن‌ها به توفیقاتی دست یافته‌اند. وضعیت در استان تهران، بسیار بغرنج‌تر هم هست و تنها یک تعاونی توانسته است به مرحله ثبت برسد و سایر تعاونی‌ها به‌دلیل مشکلاتی از جمله جلب مشارکت حداقلی لازم برای تأسیس تعاونی، هنوز موفق به تأسیس نشده‌اند. تنها تعاونی موجود نیز هنوز پروژه به‌ثمررسیده‌ای ندارد.

با توجه به این موضوع، در این فصل، ابتدا خلاصه‌ای از وضعیت موجود و واقعی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در کشور از حیث موفقیت در تأسیس و فعالیت، ارائه، و تجربیات برخی از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی موفق کشوری بیان خواهد شد. در ادامه با توجه به تمرکز موضوعی پژوهش بر تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران، وضعیت این تعاونی‌ها با توجه به منابع محدود موجود ارائه می‌شود و تنها تعاونی تأسیس‌شده در استان معرفی می‌گردد. در مجموع، رویکرد عمده این فصل، بررسی نقاط قوت و ضعف و چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای این تعاونی‌ها، مسئله‌یابی و آسیب‌شناسی و سپس ارائه پیشنهادها و راهکارها با عطف توجه به الزامات و زمینه‌هاست.

۲,۳. وضعیت موجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در کشور

تشکیل تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی بر اساس قانونی در ۲۸ آذر سال ۱۳۸۹ و با اصلاحاتی اندک در طرح مورد مخالفت مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی تصویب شد. این قانون پس از تأیید شورای نگهبان در ۱۵ دی همان

۱. مصاحبه گروه پژوهش با حمداله رستمی در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۴۰۰.

سال (قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۸۹)^۱، در ۱۱ بهمن ۱۳۹۸ به دستگاه‌های اجرایی ابلاغ شد. سپس بر اساس قانون، هیئت‌وزیران اساسنامه این تعاونی‌ها را در ۲۶ شهریور ۱۳۹۱ تصویب و در ۲۴ آبان همان سال ابلاغ کرد (رستمی، ۱۳۹۷: ۱۸). از اهداف این قانون این بود که رشد و توسعه شهرستان‌ها را از طریق «هدایت منابع مردمی به بخش‌های تولیدی» تسهیل نماید و برای ورود بخش‌های تعاونی و خصوصی به فعالیت‌های اقتصادی بسترسازی کند (قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۸۹).

علاوه بر پافشاری بر تصویب این قانون، با وجود مخالفت کارشناسان، جست‌وجوی منابع اینترنتی نشان می‌دهد که از سال ۱۳۸۹ تاکنون بر تشکیل این تعاونی‌ها در تمامی شهرستان‌ها نیز اصرار زیادی شده است که حاصل آن تأسیس ۱۲۲ تعاونی از این نوع تا ۶ اسفند ۱۴۰۰ و این بدین معنی است که تقریباً یک‌چهارم شهرستان‌های کشور دارای تعاونی توسعه و عمران هستند (گروه واتس‌اپی تعاونی‌های توسعه و عمران ایران اسلامی، ۱۴۰۰). اولین تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در سال ۱۳۹۱ و در خرم‌آباد و سلسله تشکیل شدند. تا سال ۱۳۹۷ این تعاونی‌ها در ۲۷ استان تأسیس شدند که استان فارس با ۱۱ و سپس استان‌های گیلان و اصفهان با ۸ تعاونی بیشترین و استان‌های قم، قزوین و هرمزگان با یک تعاونی، کم‌ترین تعداد تعاونی را داشتند. تا تاریخ مذکور در استان‌های آذربایجان غربی، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد و همدان هیچ تعاونی توسعه و عمران شهرستانی‌ای ثبت نشده بود (رستمی، ۱۳۹۷).

گرچه سرعت تأسیس این تعاونی‌ها در سال‌های اخیر بیشتر شده است (رستمی، ۱۳۹۷: ۱۸)، گزارشات منتشرشده از سال ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۷ توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان می‌دهد با وجود فرصت‌های پیش‌بینی‌شده در قانون، موفقیت مطلوبی از نظر تعداد و فعالیت‌های انجام شده، نداشته‌اند (نک: همدانی، ۱۳۹۴ الف و ب؛ ۱۳۹۵؛ ۱۳۹۶؛ ۱۳۹۷). از مهم‌ترین قوانینی که در آن‌ها به تسهیل فعالیت تعاونی‌ها به‌طور کلی اشاره شده است، می‌توان به «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» اشاره کرد (۱۳۸۶)^۲.

به‌طور خاص نیز قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، امتیازات ویژه‌ای برای این نوع از تعاونی‌ها قائل شده است؛ مانند ترک تشریفات مزایده در واگذاری پروژه‌ها به آن‌ها. علاوه بر این تسهیل قانونی، شرط لزوم داشتن رزومه مرتبط، برای واگذاری پروژه به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نیز وجود ندارد؛ بدین معنی که برخلاف سایر تعاونی‌ها، در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، فقط افرادی که قرار است مدیریت واحدهای مربوط به پروژه‌ها را برعهده بگیرند، حتماً باید از فیلترهای تخصصی رد شوند و لازم نیست که خود شرکت، رزومه خاص و گرایش تخصصی داشته باشد (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). در مجموع، با وجود قوانین حمایتی متعدد، نظر مدیران و متولیان تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، حاکی از بالفعل‌نشدن بسیاری از ظرفیت‌های موجود است.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/790215>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260>.

از مهم‌ترین چالش‌های قانونی این تعاونی‌ها قید لزوم تأییدشدن پروژه‌های قابل واگذاری به این تعاونی‌ها توسط یکی از کمیسیون‌های دولت است که موجب اطاله فرایند اداری اعطای واگذاری‌ها شده است (رستمی، ۱۴۰۰؛^۱ و بینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). برای برطرف‌شدن این مشکل در طرحی پیشنهاد شد، تأیید واگذاری پروژه‌ها به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به «شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان‌ها» محول شود (اصلاح ماده ۵ قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹)^۲ که تا تاریخ ۵ اسفند ۱۴۰۰ هنوز در دستورجلسات صحن علنی مجلس قرار نگرفته است (طرح تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و یا استانی، ۱۴۰۰).^۳ چنان که دفتر پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نیز متذکر شده بود (نک: عطایی، ۱۳۸۸) و مصاحبه‌های انجام‌شده در پژوهش حاضر با اعضای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و کارشناسان نشان می‌دهد، از دیگر اشکالات قانونی در این حوزه عدم شفافیت قوانین مربوطه است که تفاسیر مختلف را موجب گردیده است. از جمله در بند ۵ این قانون، موارد مبهمی وجود دارد؛ برای مثال، در «[...] در مواردی که ترک مزایده به صرفه و صلاح نباشد [...]» (قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۸۹)، گرچه نهادی برای تشخیص «به صرفه و صلاح نبودن» مشخص شده است، معیاری برای تشخیص «صرفه و صلاح» ذکر نشده است.

از حیث سازوکارهای مالی نیز با وجود قوانین حمایتی، همچنان تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی با چالش‌هایی مواجه‌اند. از جمله قوانین حمایتی مالی می‌توان به قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم (نک: قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم قانون اساسی، ۱۳۸۶)، قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور و طرح «تأمین مالی خُرد تضمین‌شده»^۴ اشاره کرد که در صفحات آتی به آن‌ها می‌پردازیم. هدف از تمامی حمایت‌های قانونی فوق، استفاده از مشارکت مردمی در قالب تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در توسعه محلی است (رستمی، ۱۴۰۰)^۵ که در صورت تحقق، در نهایت به توسعه کشور می‌انجامد.

مهم‌ترین راه‌ها بر اساس قوانین مربوطه، دریافت فرصت اجرای پروژه‌های دولتی در واگذاری‌ها، مشارکت در پروژه‌های دولتی، تأسیس شرکت‌های اقماری، حمایت از استارت‌آپ‌ها و مشاغل خانگی است. طبق اساسنامه این تعاونی‌ها، آن‌ها می‌توانند از روش‌های «سرمایه‌گذاری، مالکیت و مدیریت در فعالیت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی» در عمران و آبادانی شهرستان تحت پوشش خود اقدام کنند (اساسنامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۱). بنابراین، مشارکت در پروژه‌ها به اجرا و مدیریت آن‌ها محدود نمی‌شود.

۱. مصاحبه گروه پژوهش با حمداله رستمی در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۴۰۰.

۲. قابل دسترسی به آدرس https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/1634570.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://dotic.ir/news/7840>.

4. Crowdfunding

۵. مصاحبه گروه پژوهش با حمداله رستمی در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۴۰۰.

اساسنامه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به آن‌ها اجازه می‌دهد به «خریدوفروش، اجاره و نظایر آن و تملک اراضی، اموال منقول و غیرمنقول و تأمین نیازمندی‌های خود» نیز اقدام کنند؛ ولی این اقدامات باید برای نیل به اهداف تعاونی باشد (اساسنامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۲). این اهداف، مطابق با قانون تأسیس این تعاونی‌ها، «تسریع در رشد و توسعه شهرستان‌ها، هدایت منابع مردمی به بخش‌های تولیدی، بسترسازی برای ورود بخش‌های تعاونی و خصوصی به فعالیت‌های اقتصادی» است (قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۸۹: ۱)؛ بنابراین، با توجه به این قانون و تعریف مفهوم «تعاونی»، به نظر می‌رسد حتی اجازه «خرید اوراق بهادار برای مدیریت منابع تعاونی» (اساسنامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۲) هم به‌عنوان ابزاری برای تحقق اهداف توسعه‌ای و فعالیت‌های اقتصادی مؤکد در جهت اهداف اجتماعی است؛ نه اینکه تعاونی‌ها به بنگاه اقتصادی تبدیل شوند و فقط به دنبال سود اقتصادی باشند.

بهره‌گیری از روش‌های فوق به ظرفیت شهرستان‌ها و خلاقیت و دانش مدیران تعاونی‌ها وابسته است. در ادامه علاوه بر اینکه به روش‌هایی پرداخته می‌شود که برخی از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی فعال به کار برده‌اند و توانسته‌اند سودآوری، موفقیت‌های نسبی در جلب مشارکت مردمی و کارآفرینی اجتماعی و نیز افتخارات استانی و کشوری داشته باشند، به کاستی‌هایی که در فعالیت تعاونی‌ها وجود دارد، اشاره خواهد شد.

۱.۲.۳. تجربیاتی از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در کشور

در بررسی وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، می‌توان گفت چشمگیرترین اشکال، معرفی این تعاونی‌ها و بازاریابی برای آن‌هاست. بسیاری از تعاونی‌ها وب‌گاه یا صفحه‌ای در فضای مجازی برای معرفی و اطلاع‌رسانی ندارند. هرچند پلتفرم «تعاون‌مارکت» این فرصت را در اختیار تعاونی‌ها گذاشته است، آن‌ها استفاده درخوری از آن نکرده‌اند و میانگین تولید محتوای تعاونی‌های حاضر در این وب‌گاه، صفر است؛ البته علت آن جای بررسی دارد. سایر وب‌گاه‌ها و صفحات مجازی موجود نیز، به جز چند نمونه که در ادامه خواهد آمد، بقیه فعالیت چندانی ندارند. به همین دلیل، درباره اغلب تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، اطلاعات درخور توجهی به دست نیامد؛ حتی برخی از تعاونی‌ها که به‌عنوان تعاونی‌های برتر استانی و ملی انتخاب شده‌اند، مانند تعاونی توسعه و عمران شهرستان رامسر، اطلاعاتی از فعالیت‌های خود و دلیل برگزیده شدنشان ارائه نداده‌اند (وب‌گاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان رامسر، بی‌تا)^۱.

بررسی وضعیت و فعالیت وب‌گاه‌ها و صفحات اینستاگرام و کانال‌های تلگرام موجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی حاکی از این است که اغلب این تعاونی‌ها فعالیت چندانی ندارند و فعالیت برخی از آن‌ها محدود به امور عمرانی کوچک یا بنگاهداری است؛ برای مثال، شرکت تعاونی توسعه و عمران «قاینات» به واردات و فروش کامیون اقدام کرده، چون

۱. قابل دسترسی به آدرس <http://ttor.ir>.

اغلب اعضای آن کامیون‌داران هستند (نک: وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قاینات، ۱۳۹۹)^۱. به نظر می‌رسد این اقدامات، هدر دادن ظرفیت قانونی‌ای است که برای این تعاونی‌ها در نظر گرفته شده است. البته برخی از شرکت‌ها نیز اقدامات مهم‌تری انجام داده‌اند که در ادامه ویژگی‌ها و فعالیت‌های آن‌ها بررسی خواهد شد.

• تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو

شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو در سال ۱۳۹۶ و با سرمایه اولیه حدود ۳ هزار میلیون تومان و هزار نفر عضو تأسیس شد. در سال ۱۳۹۷، سرمایه این شرکت حدوداً سه برابر شده و تعداد اعضا به ۱۴۰۰ نفر افزایش یافته است (وب‌گاه تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷ الف)^۲. فعالیت‌های این شرکت در حوزه‌های مختلف دامداری از جمله گاو‌داری، پرورش گوسفند و بز از نژادهای خاص اصلاح‌شده، پرورش ماهیان زینتی، پرورش «آرتمیا» که غذای آبزیان است، پرورش زالو و نوغان‌داری بوده است (شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷ ب)^۳. نوغان‌داری، صنعت پایین‌دست صنعت دستی چاپ باتیک محسوب می‌شود که شهرستان اسکو مرکز اصلی تولید آن در کشور است و به دلیل واردات بی‌رویه ابریشم آسیب دیده است. در راستای توسعه نوغان‌داری، شرکت، اراضی بایر منطقه را به توتستان تبدیل کرد (نک: وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷ الف) تا مشکل تأمین خوراک کرم ابریشم از طریق فعال‌سازی ظرفیت راکد منطقه حل شود. این بخشی از فعالیت تعاونی در حوزه تکمیل و بومی‌سازی زنجیره ابریشم در شهرستان محل فعالیتش بوده و بخش دیگر مربوط به ایجاد کارگاه ابریشم‌کشی و حمایت از تولید و عرضه چاپ باتیک است (نک: وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۸ الف^۴ و ۱۳۹۷ ج^۵).

پروژه بازارچه صنایع دستی و تولیدات محلی آذربایجان نیز به‌عنوان حلقه دیگری از زنجیره فوق، در جهت حل مشکل بازاریابی و عرضه محصولات اجرا شده است که البته صرفاً محصولات باتیک را عرضه نمی‌کند. طبق گفته جهانبخش فرضی‌زاده، مدیر عامل شرکت توسعه و عمران شهرستان اسکو، این پروژه در سال ۱۳۹۷، با ایجاد فرصت عرضه محصولات، برای ۲۰۰ نفر به‌صورت مستقیم و برای ۳۰۰ نفر به‌صورت غیرمستقیم شغل ایجاد کرد. در این بازارچه برای کمک به خوداشتغالی مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) و سازمان بهزیستی به آنان غرفه رایگان داده می‌شود. مدیرعامل شرکت، دلیل ایجاد این بازار را جلوگیری از خروج سرمایه از منطقه از طریق هفته‌بازار اسکو عنوان کرد که در آن فروشندگانی از خارج شهرستان حضور داشتند. با اجرای این پروژه، بازار هفتگی حذف شد و فرصتی برای بازاریابی و عرضه

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://tto-qaenat.ir/news>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/zb2sy>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/vrlq9>

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/dnusi>

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/h64eh>

محصولات بومی خود منطقه و تأمین مایحتاج مردم از طریق تولیدات بومی فراهم شد (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷الف) تا این تولیدات تقویت شود.

علاوه بر این، شرکت تعاونی مذکور، طرحی با عنوان «راهبری شغلی» را برای ایجاد اشتغال پایدار برای مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) اجرایی کرد. در این طرح، مددجویان به کارآفرینان حرفه‌ای موفق، معرفی می‌شوند تا از صفر تا صد شغل مدنظرشان را تحت راهنمایی آنان بیاموزند. محصولات تولیدشده نیز در این طرح به صورت تضمینی خریداری می‌شود (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۸ب).^۱ این شرکت از صنایع خُرد خانگی از جمله خیاطی، پرورش پرندگان زینتی، تولید ماست و پنیر و نان محلی، تولید زیورآلات نقره و بدلیجات نیز حمایت می‌کند. فعالیت‌های این تعاونی در حوزه کشاورزی، پرورش زعفران و کمپوت خرما بوده که کمپوت خرما را به عراق و روسیه نیز صادر کرده است. ۶۰ درصد از این کمپوت از دوشاب تولیدشده در اسکو و ۴۰ درصد از خرما تولیدشده در مناطق جنوبی کشور تشکیل شده است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷الف؛ وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷ب).

پروژه‌های دیگری که در برنامه این شرکت دیده می‌شود شامل این موارد است: احداث پارکینگ طبقاتی و مجتمع فرهنگی-تفریحی-خدماتی و کمپ‌های گردشگری در دهکده توریستی کندوان؛ احداث شهرک صنایع دستی؛ احداث مجتمع تفریحی و کمپ‌های گردشگری در روستای «آق‌گنبد»؛ پروژه مجتمع تفریحی-گردشگری-ورزشی هشت‌بهشت سهند با همکاری شرکت عمران شهر جدید سهند؛ تبدیل روستای «حیله‌ور» به قطب گردشگری؛ تولید و بسته‌بندی میوه خشک و خشکبار و نوسازی و بهسازی بافت فرسوده باغ‌شهر اسکو. به علاوه این شرکت در حوزه گردشگری، دریاچه‌ای مصنوعی با خواص دریاچه ارومیه ایجاد کرد شامل سه حوضچه شنا برای سرگرمی و دو حوضچه لجن و نمک برای استفاده از خواص درمانی (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷الف؛ وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷ب).

در مجموع می‌توان گفت این شرکت برنامه‌های خود را بر اساس ظرفیت‌های شهرستان حوزه فعالیتش طراحی کرده و از تولید و حمایت مشاغل خُرد تا اشتغال‌آفرینی در سطوح گسترده را در نظر داشته است. در این راستا از کارآفرینی اجتماعی نیز غفلت نکرده است و کوشیده در مراحل مختلف زنجیره تولید تا عرضه محصولات برای مردم محلی و از جمله اقشار آسیب‌پذیر، مفید واقع شود و به ایجاد اشتغال پایدار برای آنان کمک کند. علاوه بر این، این شرکت با شناخت مشکلات موجود در حوزه دامداری منطقه از جمله نژاد نامرغوب و به‌صرفه‌نبودن تولید دام در دامپروری‌های کوچک، با تجمیع دامداری‌ها و استفاده از دانش روز در اصلاح نژاد دام‌ها تلاش کرده بهره‌وری را افزایش دهد و توانسته دامداری‌های راكد را فعال کند (نک: وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷الف).

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/xmivu>.

افزون بر این، از دانش حرفه‌ای در حوزه‌های مختلف صنعتی و کشاورزی و دامداری برای ارتقای محصولات استفاده کرده و انتقال این دانش به مردم را نیز در برنامه‌های خود قرار داده است. نکته مهم دیگر اینکه در این فعالیت‌ها تنها، مرکز شهرستان را در نظر نداشته و ظرفیت‌های سایر نقاط شهرستان را نیز به کار گرفته است. خلاقیتی که این شرکت در تولید کمپوت خرما با ترکیب محصول محلی و محصول مناطق دیگر کشور داشته است، نشان از تأثیر ریسک‌پذیری و در عین حال، فواید بهره‌گیری از روابط در توفیق تعاونی‌ها دارد. علاوه بر این، از بهره‌گیری از فرصت همکاری با سایر شرکت‌ها و سازمان‌ها و نهادها مانند شرکت توسعه و عمران شهر جدید سهند نیز غفلت نکرده است.

ویژگی مهم دیگر این شرکت، فعالیت‌های آن در حوزه معرفی شرکت و فعالیت‌های آن و بازاریابی در داخل و خارج کشور بوده است؛ بدین ترتیب که دیدارهای مکرری برای مسئولین داخلی و خارجی که به شهرستان سفر کرده‌اند از نتایج پروژه‌های خود ترتیب داده است. وب‌گاه نسبتاً فعال این شرکت و استفاده از امکانات شبکه‌های مجازی‌ای چون آپارات را نیز می‌توان از دیگر اقدامات آن در حوزه بازاریابی قلمداد کرد. البته لازم است وب‌گاه شرکت به‌روزتر باشد و اطلاعات دقیق‌تری ارائه دهد؛ برای مثال اطلاعاتی از میزان سرمایه، تعداد اعضا بعد از سال ۱۳۹۷ و وضعیت پروژه‌های در حال اجرا، پس از سال ۱۳۹۷ وجود ندارد تا بتوان درباره موفقیت شرکت در جلب مشارکت مردمی و بهره‌وری اقتصادی اظهارنظر کرد. شایان ذکر است با وجود تمامی این تلاش‌ها، در وب‌گاه شرکت، تنها یک افتخار برگزیده شدن به عنوان تعاونی برتر استان در سال ۱۳۹۸ مشاهده می‌شود (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۸ج)^۱.

• تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم

شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم از شرکت‌های موفق است که علاوه بر این که به گفته ضیاءالدین ضیایی، مدیرعامل آن، در سال ۱۳۹۸ تعاونی برتر استان شده (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹)، در دو سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به عنوان تعاونی برتر ملی انتخاب شده است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۴۰۰الف)^۲. بنا بر گفته ضیایی، این شرکت از سال ۱۳۹۳ با فروش ۶ هزار سهم و با سرمایه اولیه ۳۰۰ میلیون تومان تأسیس شده است. شرکت در سال ۱۳۹۸ تا دو و نیم میلیارد تومان افزایش سرمایه داشته و در سال ۱۳۹۹ حدود ۲۱ هزار سهام آن فروش رفته و ۱۰ هزار نفر عضو حقیقی داشته است (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹؛ وب‌گاه رسمی، ۱۳۹۳)^۳. ترکیب سهام‌داران شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم از اقشار مختلف جامعه از جمله اعضای انجمن صنفی و تشکلهای کارگری، مددجویان و اعضای سازمان بهزیستی، فرهنگیان استان، اعضای سازمان نظام مهندسی، شهرداری قم و... هستند و میزان عضویت زنان در آن ۴۰ درصد است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم،

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/yjmdh>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://ttoqom.ir>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/nt2hc>.

۱۳۹۹ الف)؛ گرچه در ترکیب اعضای هیئت‌مدیره آن نام هیچ زنی دیده نمی‌شود (نک: وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۳۹۹ ب)۲.

در وب‌گاه این شرکت، سه بخش با عناوین «پروژه‌های انجام‌شده»، «در حال انجام» و «در حال مطالعه» وجود دارد. پروژه‌های انجام‌شده این تعاونی شامل این موارد است: انعقاد قرارداد کارگزاری برای انجام پروژه‌های شامل بخش‌های تجاری، تفریحی، اداری و هتل با شهرداری قم؛ انعقاد قرارداد ساماندهی زائرین کشورهای اسلامی با استانداری، فرمانداری، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان قم؛ انعقاد دو تفاهم‌نامه همکاری با نمایندگانی از شهر مسلمان‌نشین «لین‌شیا» در چین برای ایجاد برند حلال؛ کارگزاری بیمه؛ خرید کشتارگاه صنعتی؛ تأسیس شرکت اقماری «طیب‌گوشت پارسا نوین». در قسمت پروژه‌های در حال انجام وب‌گاه، غیر از پروژه اول، درباره اینکه سایر پروژه‌ها در چه مرحله‌ای است، توضیحاتی ارائه شده است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، بی‌تا)۳.

این توضیحات حاکی از این است که قراردادهایی برای اجرای پروژه سامان‌دهی زائرین در چند بخش منعقد شده است: قراردادی با شرکت خدمات زیارتی و گردشگری «جهانتاب آفاق» برای «ساماندهی، عزیمت و اقامت زائرین محترم عراقی و سایر زائرین کشورهای اسلامی به شهر مقدس قم»؛ قراردادی با شرکت حمل‌ونقل بین‌المللی ترابر «بی‌تا» تهران و مذاکره با شرکت‌های حمل‌ونقل برای «ایجاد شعبه در قم و همچنین ایجاد دفتر خدمات گردشگری با گرید «الف»، «ب» و «پ» جهت ارائه خدمات تور و گردشگری و اعزام زائرین» و نیز «ایجاد آژانس و همچنین شعبه و دفتر حمل‌ونقل در شهر مقدس قم برای خطوط اتوبوس بین‌شهری از مبدأ قم به شهرهای دیگر کشور»؛ «ایجاد کیوسک‌های دلیل الزائر پلیس گردشگری»؛ «کاپوتاژ ناوگان‌های اعزامی بین دو کشور ایران و عراق»؛ توجه به توریسم درمانی؛ انجام مذاکرات و برنامه‌ریزی برای ارائه خدمات به دانشجویان خارجی متقاضی تحصیل در قم (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۳۹۹ ج)۴.

طبق اطلاعات مندرج در وب‌گاه، پروژه ایجاد برند حلال در حال انجام مراحل اداری است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۳۹۹ د)۵. کشتارگاه صنعتی قم با فعالیت شرکت اقماری «طیب‌گوشت پارسا نوین» مشغول فعالیت شده و وب‌گاه آن راه‌اندازی گردیده و خدمات فروش اینترنتی نیز ارائه می‌دهد (نک: وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۴۰۰ ب)؛ وب‌گاه شرکت طیب‌گوشت پارسا نوین، ۱۴۰۰). طبق گفته صابری‌مقدم، رئیس هیئت‌مدیره

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/2ze7o>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/lr111>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://ttoqom.ir>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/lcxgx>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/633v6>.

۶. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/3pv51>.

۷. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/t1csl>.

کشتارگاه صنعتی قم، این کشتارگاه برای ۲۰۰ نفر به صورت مستقیم و برای ۱۲۰۰ نفر به صورت غیرمستقیم، شغل ایجاد می کند (وب گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۴۰۰ ب)^۱.

برای تکمیل پروژه فوق، مراحل مطالعاتی پروژه دیگری تحت عنوان «سایت بازار گوشت و خدمات بین راهی» انجام شده است. این سایت در نزدیکی کشتارگاه صنعتی قم خواهد بود و قرار است علاوه بر خدماتی که سایر مجتمع های خدماتی بین راهی ارائه می دهند، محل متمرکزی برای تأمین دام، کشتار و توزیع و عرضه گوشت به صورت گرم و منجمد و آلایش های گوشتی باشد. بدین نحو، ضمن تثبیت جایگاه قم به عنوان قطب تولید گوشت مرکز کشور، فرصت های شغلی زیادی ایجاد می کند (وب گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۳۹۹ و)^۲. افزون بر این پروژه ها، شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، پروژه منطقه نمونه گردشگری «کهک» را نیز در برنامه خود دارد (وب گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم، ۱۳۹۹ ز)^۳.

در مجموع، می توان گفت این شرکت، تعدادی از مشخصه های شرکت های کارآفرین اجتماعی را داراست که از جمله می توان به ریسک پذیری در عین حفظ بهره وری، فرصت شناسی، ارزش افزایی برای جامعه، اشتغال زایی برای ساکنان محلی، شناخت و ایجاد فرصت های اقتصادی جدید و... اشاره کرد؛ هرچند رویکرد آن را بیشتر می توان در قالب مکتب بنگاه اجتماعی دانست. البته اطلاعات چندانی از میزان مشارکت اعضا در اداره و مدیریت تعاونی در دست نیست تا بتوان موفقیت شرکت را در این زمینه بررسی کرد. از مهم ترین عوامل موفقیت این تعاونی می توان به اطلاع رسانی شفاف و مناسب آن، ریسک پذیری مدیران، توجه به ارزش های اجتماعی و نیز فرصت شناسی اشاره کرد.

• تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود

طبق گفته داوود قلیچی، مدیرعامل شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، این شرکت در سال ۱۳۹۴ با سرمایه اولیه ۳۰۰ میلیون تومان و ۲۰۰ نفر سهام دار اولیه تأسیس شده است. تعداد سهام داران شرکت ظرف مدت یک سال به ۳۵۰۰ نفر رسید و در اواخر مرداد ۱۳۹۹ حدود ۴۰۰۰ نفر عضو داشت (وبینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود در سال ۱۳۹۷ به عنوان شرکت سرمایه گذار خطرپذیر پذیرفته شد و ساختمان آن به پارک علم و فناوری سمنان منتقل شد. در همین سال مدیرعامل شرکت، رئیس خانه تعاونگران استان سمنان شد (کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، ۱۳۹۷)^۴. در سال ۱۳۹۹ نیز عنوان تعاونی برتر استان سمنان را کسب کرد.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/3pv51>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/ir7yi>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/lrkjl>.

۴. قابل دسترسی به آدرس https://t.me/to_shahrood.

اعضای هیئت‌مدیره در سال ۱۳۹۸ همه مرد بودند؛ هرچند مدیر بخش گردشگری تعاونی، زن بوده است. طبق گزارش منتشرشده در سال ۱۳۹۸ نیز اکثریت اعضای تعاونی را مردان تشکیل می‌دادند و میزان مشارکت زنان ۲۰ درصد بوده که ۱ درصد از متوسط کشوری کمتر بوده است. میزان مشارکت مردم در این تعاونی نسبت به جمعیت در سال ۱۳۹۸، ۰/۹۱ درصد بوده که از حد نصاب تشکیل تعاونی، ۰/۴۱ درصد و در مقایسه با متوسط کشور، ۰/۱۵ درصد بیشتر بوده است. جذب اعضا در تعاونی با پیگیری مستمر و دیدار چهره‌به‌چهره با مردم صورت گرفته و مسئولین محلی، نقش مهمی ایفا نکرده‌اند؛ همین موضوع موجب شده فرایند تأسیس، بیش از متوسط کشور به طول انجامد (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف)¹.

سرمایه اولیه این تعاونی بسیار پایین‌تر از متوسط کشوری بوده که نشان‌دهنده پایین بودن مشارکت اقتصادی مردم است (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف)². با وجود اینکه وب‌گاه معرفی‌شده برای این شرکت در تاریخ ۸ مهر ۱۴۰۰ غیرفعال بود، فعالیت‌های آن در تلگرام، فیس‌بوک و اینستاگرام نشان از اهمیت تبلیغ و بازاریابی برای مسئولین این شرکت دارد. بررسی صفحه فیس‌بوک این تعاونی نشان می‌دهد که این صفحه پیش از به حد نصاب رسیدن تعداد اعضا ایجاد شده و مسئولین تلاش کرده‌اند با اطلاع‌رسانی درباره ویژگی‌ها و ظرفیت‌های قانونی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و نیز با استفاده از پیام‌های انگیزشی، مردم را به عضویت ترغیب کنند. البته از پس از تأسیس شرکت، این صفحه دیگر فعال نیست (صفحه فیس‌بوک تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، ۱۳۹۳)³.

سطح تحصیلات اکثریت شاغلین دائم در تعاونی در سال ۱۳۹۸، کارشناسی ارشد بوده است (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف). مدیرعامل شرکت، فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد کارآفرینی - مدیریت صنعتی است (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف). او در گذشته رئیس اداره صنایع و معادن شاهرود بوده است (صفحه فیس‌بوک تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، ۱۳۹۳). رئیس هیئت‌مدیره در سال ۱۳۹۸، فارغ‌التحصیل دکتری علوم آزمایشگاهی بوده است. سایر اعضا دو نفر کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، یک نفر کارشناسی ارشد نفت، یک نفر کارشناسی حقوق و دیگری دیپلم داشته‌اند. میانگین سنی اعضای هیئت‌مدیره، میان‌سال بوده و بیش از ۲۰ سال تجربه داشته‌اند (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف). در میان مشاوران و اعضای هیئت مؤسس تعاونی، اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های مختلف، رئیس دانشگاه جامع علمی و کاربردی شاهرود، معاون پژوهشی و فناوری دانشگاه علوم پزشکی شهرستان شاهرود، رئیس اتاق اصناف شاهرود، رئیس اتحادیه الکترونیک شاهرود، اعضای علی‌البدل شورای شهر شاهرود، قائم‌مقام مدیرعامل و رئیس امور مالی شرکتی خصوصی مشاهده می‌شوند (صفحه فیس‌بوک شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، ۱۳۹۳).

۱. قابل دسترسی به آدرس https://skh.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2020/03/382158_orig.pdf.

۲. قابل دسترسی به آدرس https://skh.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2020/03/382158_orig.pdf.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.facebook.com/284114958429150/posts/284128268427819>.

ساختار سازمانی تعاونی دارای ۴ بخش خدمات، کشاورزی، انرژی و گردشگری است (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف). قلیچی، مدیرعامل شرکت، در سال ۱۳۹۵ در مصاحبه‌ای با هفته‌نامه پیشرفت، نحوه کار شرکت را در دو بخش سرمایه‌گذاری و دیگری، مشارکت در احداث و راه‌اندازی پروژه‌ها عنوان کرده است. او نخستین ظرفیت شهرستان را در حوزه گردشگری می‌داند که برای استفاده از آن در مشارکت با دفتر مسافرتی، دفتر گردشگری‌ای تأسیس کرده‌اند. علاوه بر این، در حوزه انرژی، هدف شرکت ایجاد برند شهر خورشیدی است (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف) و با همین هدف، مجوز ۲۰۰ واحد پراکنده تولید برق از نیروگاه‌های خورشیدی خانگی را دریافت کرده است. آن‌ها تا سال ۱۳۹۹، ۴ نیروگاه را راه‌اندازی کردند که پس از آن به دلیل افزایش قیمت تجهیزات وارداتی پروژه با مشکل مواجه شد (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۵الف)؛ و بینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

فعالیت‌های شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود با توجه به موقعیت خاص جغرافیایی و کشاورزی شهرستان انجام شده است. از جمله در حوزه کشاورزی می‌توان به احداث اولین مرکز تولید نشا به صورت تولید مکانیزه و صنعتی در سطح استان اشاره کرد. شرکت برای مقابله با مشکلات ناشی از کم‌آبی، تغییر شیوه کشت را ضروری دانست و با همین هدف، واحد مکانیزه و صنعتی تولید نشا را در منطقه راه‌اندازی کرد (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). در حوزه کشاورزی، برنامه دیگر تعاونی، کشت گیاهان دارویی و انعقاد قرارداد با شرکت‌های وابسته، برای احداث و راه‌اندازی سورتینگ و بسته‌بندی و ... بود (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۵الف) ۲. علاوه بر این، در مشارکت با شهرداری شاهرود، در سال ۱۳۹۵ قرارداد تأمین گل‌های فصلی (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۵ب) ۳ و در سال ۱۳۹۹ قرارداد ۱۵ ساله احداث ۳۰ هکتار گلستان گل محمدی را منعقد کرد (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

شرکت مذکور از سال ۱۳۹۵ اقدام به پیش‌فروش قلمه و نشاء گیاهان دارویی برای ایجاد مشاغل خانگی در این حوزه نمود (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۵ج) ۴. در این راستا بر تولید گل محمدی تمرکز ویژه کرده است و ضمن فروش نهال گل محمدی، خرید محصولات باغبانان را تضمین می‌کند. علاوه بر گل محمدی، نشاء سبزیجات و صیفی‌جات را نیز برای فروش به کشاورزان، تولید می‌کند (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۷) ۵. اخذ مجوز و آغاز طرح تولید پیاز خشک و پودر پیاز در روستای «جیلان» (کانال تلگرام شرکت تعاونی توسعه و عمران

۱. قابل دسترسی به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJjGezhW4/?utm_source=ig_web_copy_link

۲. قابل دسترسی به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJjGezhW4/?utm_source=ig_web_copy_link

۳. قابل دسترسی به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJlM9TBtTN/?utm_source=ig_web_copy_link

۴. قابل دسترسی به آدرس https://www.instagram.com/p/BMN1S97BwIx/?utm_source=ig_web_copy_link

۵. قابل دسترسی به آدرس https://www.instagram.com/p/BiGUiGVlZiY/?utm_source=ig_web_copy_link

شاهرود، ۱۳۹۶)^۱ و نیز اخذ مجوز واحد تولید اسانس، گلاب و عرقیات در منطقه صنعتی «ابرسج» (کانال تلگرام شرکت تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۵ب)^۲ و مشارکت در مراحل نهایی افتتاح واحد تولید قارچ خشک از دیگر اقدامات این شرکت در حوزه کشاورزی بوده است (وبگاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸الف). همچنین مدیرعامل شرکت، در سال ۱۳۹۹ خبر داد که شرکت توسعه و عمران شهرستان شاهرود، واحد بزرگی را در شاهرود برای فراوری محصولات کشاورزی در حال راه اندازی و تجهیز دارد (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

در حوزه صنعت، یکی از مهم‌ترین برنامه‌های شرکت که مجوز آن در سال ۱۳۹۵ گرفته شد، کارخانه تولید کاغذ از سنگ آهک است که علاوه بر جلوگیری از قطع بی‌رویه درختان و صرفه‌جویی در مصرف آب، به دلیل وجود معادن سنگ آهک در منطقه، می‌تواند شهرستان را به قطب تولید کاغذ با فناوری جدید تبدیل کند (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، ۱۳۹۵د)^۳. مدیر شرکت امیدوار بود با راه‌اندازی فاز نخست آن زمینه اشتغال ۶۰ نفر فراهم شود (کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، ۱۳۹۵)^۴. با وجود دریافت مجوز توسط شرکت تعاونی توسعه و عمران شاهرود، خبرها حاکی از تأسیس کارخانه‌ای در شاهرود با همین هدف، با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۸)^۵ و خبری از احداث این کارخانه توسط شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود منتشر نشده است.

از فعالیت‌های دیگر شرکت، مشارکت با شهرداری در مدیریت پارکینگ طبقاتی، انعقاد قرارداد تخفیف برای سهام‌داران با بیمه تعاون، تأسیس شرکتی اقماری با نام «شرکت رهپویان عرصه کار و تلاش قومس» که بازپیرایی فضای سبز شاهرود را در سال ۱۳۹۸ انجام داد، اخذ اولین نمایندگی بخش خصوصی صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون در استان سمنان، مشارکت در اداره فرودگاه شاهرود و اخذ مجوز و راه‌اندازی تاکسی تلفنی بی‌سیم برای فرودگاه و سطح شهر بوده است (صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود، بی‌تا؛ کانال تلگرام شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، ۱۳۹۵ب).

بررسی ویژگی‌های این شرکت نشان می‌دهد، از مشاوره کارشناسانی در زمینه‌های تخصصی فعالیت تعاونی و برنامه‌ریزی اجرای پروژه‌ها بهره می‌برد. علاوه بر این، نظام برنامه‌ریزی کلی، برنامه مصوب سالانه و برنامه‌ریزی برای پروژه‌ها دارد. مشارکت هیئت‌مدیره در تصمیم‌گیری‌ها در سطح مطلوبی است و میزان همکاری و انسجام آنان عالی ارزیابی شده است. تنها یک نفر از اعضای هیئت‌مدیره در تعاونی شاغل است و سایر شاغلین دارای شغل ثابت در تعاونی، از بین اعضا انتخاب شده‌اند. با وجود همکاری ضعیف مقامات سیاسی-اداری و نیروهای مؤثر اجتماعی در زمان تأسیس تعاونی، مدیران شرکت

۱. قابل دسترسی به آدرس https://t.me/to_shahrood.

۲. قابل دسترسی به آدرس https://t.me/to_shahrood.

۳. قابل دسترسی به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJjGezhW4-/?utm_source=ig_web_copy_link.

۴. قابل دسترسی به آدرس https://t.me/to_shahrood.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://www.isna.ir/news/98112115352>.

موفق به جلب نظر و همکاری اغلب مقامات و مسئولین شهرستان شده‌اند. از دیگر نکات برجسته تعاونی، ورود به بخش‌های متنوع اقتصادی محلی است (وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی، ۱۳۹۸ الف). علاوه بر این، این تعاونی برای جلب مشارکت مردم تخفیفات متعددی در حوزه‌های مختلف خدماتی و رفاهی برای سهام‌داران خود از سازمان‌ها دریافت می‌کند (نک: کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود) که می‌تواند مشوقی برای مشارکت مردم باشد.

در مجموع، می‌توان گفت شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود با نیازسنجی و امکان‌سنجی، دست به اقداماتی زده که ضمن استفاده از ظرفیت‌های مناطق مختلف شهری و روستایی شهرستان حوزه فعالیتش، در ازای سرمایه اولیه مورد نیاز کمتر، سودآوری بیشتری داشته باشد. علاوه بر این، از دانش مدیریتی مدیران خود و مشاوره متخصصان در حوزه‌های مختلف فعالیتش بهره برده است و با به‌کارگیری تکنولوژی، محدودیت‌های زیست‌محیطی را نیز به فرصت تبدیل کرده است. بنابراین، این شرکت ارزش‌آفرینی اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی را هم‌زمان با کارآفرینی، مدنظر قرار داده است. یکی از عوامل موفقیت این شرکت، استمرار در آگاهی‌بخشی به مردم و اقدامات تبلیغی و بازاریابی، اعم از استفاده از فضای مجازی، دیدار حضوری با مردم، ارائه تخفیفات و جلسات مکرر با مسئولین شهرستانی، استانی و کشوری است که خود موجب مطرح‌شدن این تعاونی در خبرگزاری‌ها شده است. علاوه بر این، نظم در برقراری جلسات هیئت‌مدیره و مجمع عمومی و اطلاع‌رسانی به‌موقع درباره جلسات و ارائه گزارش‌های مکرر درباره فعالیت‌های در دست‌اجرا از نکات مثبت فعالیت این شرکت است؛ هرچند اطلاعات دقیقی از تأثیر این فعالیت‌ها در جلب مشارکت مردمی در ابعاد مختلف، در دست نیست.

• تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود

درباره تعاونی توسعه و عمران بروجرد، به‌جز اطلاعات ارائه‌شده در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، اطلاعات بیشتری حاصل نشد. تا تاریخ ۹ مهر ۱۴۰۰ نه در جست‌وجوی نام خود شرکت، نه آدرس اینترنتی اعلام‌شده در وبینار و نه شرکت اقماری آن، «آروشا اروند»، و نه هیچ‌یک از طرح‌های اعلام‌شده در وبینار، اطلاعات درخور استفاده‌ای به دست نیامد؛ اما به‌دلیل دستاوردهای اعلام‌شده تعاونی مزبور در وبینار که از طریق شرکت اقماری «آروشا اروند»، حاصل شده است، در ادامه مشخصات و فعالیت‌های این شرکت خواهد آمد. این مشخصات بر اساس گفته گُردی، مدیرعامل شرکت اقماری ذکرشده و عضو هیئت‌مدیره شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد ذکر خواهد شد.

شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد در سال ۱۳۹۳ تأسیس شد و تعداد اعضای آن در سال ۱۳۹۹، ۲ هزار نفر بودند که با توجه به فعالیت‌های اثرگذار شرکت در سطح شهرستان، همچنان مردم به عضویت و سهام‌داری تشویق می‌شوند و تعداد اعضا رو به افزایش است. این شرکت بدون اتکا به منابع دولتی، با استفاده از منابع انسانی مجرب در حوزه تعاون، در هیئت‌مدیره و با بهره‌گیری از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های شهرستان حوزه فعالیتش توانسته است به توفیقاتی دست یابد. از افتخارات شرکت توسعه و عمران شهرستان بروجرد، برگزیده‌شدن نماینده آن به‌عنوان حامی و خیر نمونه بوده است. از

شرکت‌های اقماری تعاونی توسعه و عمران بروجرد، «مؤسسه داوری راه راستین آزاد» است که برای رسیدگی به دعاوی شرکت‌های تعاونی تأسیس شده است و از طریق ارائه خدمات مشاوره حقوقی به سایر تعاونی‌ها درآمدزایی می‌کند.

دیگر شرکت اقماری تعاونی توسعه و عمران بروجرد، چنان‌که پیش از این آمد، شرکت بازرگانی «آروشا اروند»، با نمایندگی‌هایی در تهران و آبادان و کشورهای مختلف است که از سال ۱۳۹۷، مسئولیت امور بازرگانی داخلی و خارجی تعاونی را برعهده گرفته است. این شرکت اقماری، بازرگانی داخلی کلیه محصولات تولیدی سهام‌داران تعاونی را در اولویت اول و سپس بازرگانی محصولات سایر شهروندان را در اولویت بعدی در ابعاد بازرگانی داخلی و خارجی انجام می‌دهد. به دلیل اینکه شهرستان بروجرد ۵۰ هزار هکتار باغ میوه و صیفی دارد، شرکت در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ سهام‌داران باغدار را شناسایی کرده و پس از انعقاد قراردادی سه‌جانبه بین باغ‌داران، به‌عنوان تولیدکننده، شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد، به‌عنوان سرمایه‌گذار و شرکت «آروشا اروند»، به‌عنوان بازاریاب و صادرکننده، از این ظرفیت برای صادرات میوه به کشورهای خلیج فارس و حوزه CIS، روسیه استفاده کرده است.

این شرکت اقماری در بخش دیگری از فعالیت‌های خود، سه استارت‌آپ طراحی کرده است:

(۱) بازار تهاتر تعاونگران ایران با نام «آروشا» که گردی، پیش‌بینی کرد به‌زودی رونمایی شود. در این بازار تمامی محصولات بخش صنعت، معدن، کشاورزی، بازرگانی، خدمات، گردشگری و عمرانی به‌صورت تهاتر، از تولیدکنندگان کشور به مصرف‌کنندگان عرضه خواهد شد. تنها لازمه حضور تولیدکنندگان در این بازار، سپردن ضمانت‌نامه‌ای است که از طرف صندوق ضمانت تعاون یا صندوق شرکت تعاونی ضمانت و سرمایه‌گذاری تعاون، با مدیریت حمدالله رستمی شهرباکی، ارائه می‌شود. به این شکل، نیازی به نقدینگی سرمایه‌درگرددش در این قسمت نخواهد بود؛ چون کارخانه‌ها مواد اولیه خود را به‌صورت تهاتری تهیه می‌کنند و نزد شرکت «آروشا اروند» ضمانت می‌کنند که محصول‌شان را به بازار این شرکت تهاتری ارائه دهند. بازار تهاتر ذکرشده، برای آن‌ها بازاریابی و مشتریان داخلی و خارجی را شناسایی می‌کند.

شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد، سرمایه‌درگرددش را برای بازگشایی کارگاه‌های نیمه‌تعطیل، با اولویت سهام‌داران، به کار گرفت و در همین کارگاه‌ها برای افراد بیکار سهام‌دار، شغل ایجاد کرد. شرکت مذکور این اقدام را از مشاغل خانگی آغاز کرد. آن‌ها فرش‌بافان روستایی شهرستان را که به‌صورت غیرمتمرکز فعالیت می‌کردند، شناسایی نمودند، مواد اولیه، دارقالی و سایر موادی که نیاز داشتند در اختیار آنها قرار دادند و قراردادی پنج ساله با این کارگاه‌های خانگی منعقد کردند، مبنی بر اینکه با نسبت سود توافقی، بازرگانی محصولاتشان بر عهده این شرکت باشد. از کارگاه‌های دیگری که این شرکت، فعال‌سازی کرد، کارگاه رشته‌بری بود که با برند «تیام طلایی» محصولات آن در معرض فروش قرار گرفت.

(۲) استارت‌آپ بازار گل ایران به نام «بازار ارغوان‌گل» که گردی از تمام شرکت‌های توسعه و عمران دعوت کرد به‌عنوان بازاری شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد در آن، به‌عنوان تأمین‌کننده یا مصرف‌کننده گل، همکاری کنند.

۳) استارت‌آپ «تاک» که مربوط به صادرات میوه و صیفی‌ای است. تمام میوه و صیفی‌ای که در کل کشور در فصول مختلف قابل تأمین باشد، این شرکت آن‌ها را طبقه‌بندی، بسته‌بندی و به کشورهای متقاضی ارسال می‌کند.

برنامه دیگر این تعاونی، تأسیس اتحادیه تعاونی‌های منابع طبیعی استان لرستان و تأسیس صندوق حمایت و ضمانت سرمایه‌گذاری و توسعه منابع طبیعی استان لرستان است با هدف درآمدزایی از منابع طبیعی. بدین‌منظور ۲۰ هکتار از اراضی ملی منابع طبیعی، برای این اهداف در حال واگذاری به تعاونی توسعه و عمران بروجرد است: یک کشت گیاهان دارویی؛ دو احداث باغ در سطوح شیب‌دار؛ سه کشت چوب انواع درختان ارزشمند.

طبق گفته گردی، سرمایه شرکت توسعه و عمران بروجرد، در حدود ۳۰۰ میلیون تومان بوده، که تمام این سرمایه در بخش بازرگانی به کار گرفته نشده است. فعالیت شرکت در بخش بازرگانی، بیشتر به صورت تهاتر بوده است؛ به این ترتیب که کشاورزان محصولاتشان را به صورت تهاتر در اختیار بازار قرار داده‌اند، شرکت تعاونی توسعه و عمران به عنوان سرمایه‌گذار، بخشی را خریداری کرده و بخشی را به صورت ضمانی از کشاورزان می‌گرفتند و شرکت اقماری «آروشا اروند»، صادرکننده این محصولات بوده است. طبق گفته گردی، سود شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد در سال ۱۳۹۸ تا حدودی بین سهام‌داران تقسیم شده است؛ به این نحو که تقریباً به‌ازای هر سهم، حدود یک برابر ارزش سهام هر سهام‌دار، به وی پرداخت شده است. بنا بر سهام افراد مختلف، تقریباً بین ۲۰۰ تا ۲۲۰ هزار و حتی تا دو میلیون تومان، تقسیم سود انجام شده است (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

در مجموع، چنان‌که مدیرعامل شرکت «آروشا اروند» هم متذکر شده است، شرکت تعاونی توسعه و عمران بروجرد نیز مانند سایر شرکت‌های تعاونی موفق که ذکر شد، بر ظرفیت‌های بومی تمرکز کرده است؛ اما این ظرفیت‌ها را با بهره‌گیری از دانش روز و ظرفیت‌های جهانی ارتقا داده و به سودآوری رسانده است. در این راستا، با فعال‌سازی کارگاه‌های خانگی نیمه‌فعال، به کارآفرینی اجتماعی پرداخته و با تأسیس استارت‌آپ‌های مرتبط، ریسک‌پذیری خود را نشان داده است. علاوه بر این، شرکت توسعه و عمران بروجرد شرکت‌های اقماری خود را نیز بر اساس نیازهای حوزه فعالیتش تأسیس کرده است. این شرکت به ایجاد روابط بین تعاونی‌های کشور و شبکه‌سازی کشوری نیز به عنوان یک ظرفیت نگاه کرده است.

در مجموع، بررسی فعالیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نشان می‌دهد اغلب، تعاونی‌های موفق بوده‌اند که به تبلیغ و بازاریابی توجه کرده‌اند و از برقراری تعامل با مسئولین مختلف شهرستانی، استانی و کشوری نیز در این راستا استفاده کرده‌اند. این تعاونی‌ها زمینه فعالیت خود را هدفمند و با توجه به مشکلات و ظرفیت‌های شهرستان محل فعالیت خود انتخاب کرده‌اند. با وجود این، آموزش که یکی از مهم‌ترین مولفه‌های تعاونی‌هاست، در اغلب تعاونی‌ها مغفول مانده است. طبق پژوهش در حال انجام توسط حمید آماده، عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی، سایر کاستی‌های فعالیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی را می‌توان این‌گونه برشمرد: واردنشدن در برنامه‌ریزی محلی؛ بی‌توجهی به برقراری ارتباط با سایر تعاونی‌ها؛ ضعف در شبکه‌سازی با نهادها؛ فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران محلی؛

کاستی در ایجاد نهادهای مکمل از جمله نهادهای تأمین مالی، مثل صندوق‌های تأمین مالی منطقه‌ای، و نهادهای مکمل مشاوره و برنامه‌ریزی اقتصادی که در شناسایی فرصت‌های نو، در زمینه تحلیل‌های اقتصادی و شناخت بازارها به آن‌ها کمک کند (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

۳.۳. وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران

اطلاعات چندانی در منابع مکتوب و تصویری درباره اغلب تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران وجود ندارد و درباره شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستان‌های پیشوا، رباط کریم، شهریار و قدس، هیچ‌گونه اطلاعاتی به دست نیامد. اما بر اساس اعلام اداره کل تعاون استان تهران، به جز تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر، هیچ تعاونی توسعه و عمران شهرستانی دیگری در استان تهران ثبت نشده است.

بر اساس اطلاعات منتشرشده در پایگاه اطلاع‌رسانی تارود دماوند، تعاونی‌ای با عنوان «تعاونی توسعه عمران دماوند» به عنوان تعاونی توسعه عمران شهرستانی در سال ۱۳۹۰ تأسیس شده است (پایگاه خبری تارود دماوند، ۱۳۹۷)^۱. گفته شده است که چون شهرداری‌ها و دهیاری‌ها در پروژه‌های عمرانی شهری و روستایی، این تعاونی را به کار نمی‌گرفتند و نیز به دلیل نداشتن دفتر مرکزی، تا سال ۱۳۹۷ با عدم توفیق مواجه بوده است. به همین دلیل، جلسه‌ای در فرمانداری در تاریخ مذکور برگزار شد تا برای این مسئله چاره‌اندیشی شود (پایگاه خبری تارود دماوند، ۱۳۹۷)^۲. علاوه بر این، در پنجمین نشست شورای هماهنگی امور شهری و روستایی شهرستان دماوند درباره الزام به کارگیری افراد متخصص و ارائه گزارش از روند کار خود و مکلف شدن آن به آغاز فعالیت رسمی تا فروردین سال ۱۳۹۸ صحبت شد (پایگاه خبری تارود دماوند، ۱۳۹۷)^۳. اما پس از آن اطلاعاتی از این تعاونی منتشر نشده است. با وجود همین اطلاعات مختصر، بر اساس اعلام اداره کل تعاون استان تهران و پژوهش انجام‌شده در روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران و وب‌گاه رسمیو این تعاونی موفق به تأسیس نشده است.

در سایر شهرستان‌های استان تهران، به جز شهرستان اسلامشهر، نیز کمابیش وضع به همین ترتیب است. اخبار منتشرشده از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی آن‌ها نشان می‌دهد که تأسیس‌شان در مراحل عضوگیری و برنامه‌ریزی متوقف شده است. اخبار منتشرشده از تعاونی توسعه و عمران شهرستان بهارستان حاکی از آغاز پذیره‌نویسی این تعاونی از ۳ خرداد ۱۳۹۳ (خبرگزاری ایلنا، ۱۳۹۳)^۴ و سپس برگزاری جلسه‌ای برای بررسی راه‌های تسریع در تأسیس این تعاونی در

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://tarood.ir/>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://tarood.ir/>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://tarood.ir/>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ilna.news/fa/tiny/news-191150>.

سال ۱۳۹۵ است. این موضوع نشان می‌دهد که تا سال ۱۳۹۵ هنوز این شرکت تأسیس نشده بوده است (وب‌گاه فرمانداری بهارستان، ۱۳۹۵)^۱. پس از این تاریخ از فعالیت‌های این تعاونی خبری منتشر نشده است.

درباره تعاونی توسعه و عمران شهرستان پردیس فقط خبر آغاز فعالیت رسمی آن از سال ۱۳۹۵ وجود دارد (فرمانداری پردیس، ۱۳۹۵)^۲. درباره شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان پاکدشت نیز تنها، خبری مبنی بر تشکیل جلسه‌ای برای برنامه‌ریزی تشکیل هیئت‌مؤسس شرکت، در شهریور ۱۳۹۶ منتشر شده است (وب‌گاه استانداری تهران، ۱۳۹۶)^۳. بر اساس گفت‌وگو با کامران اقتصادنیا، مشاور اقتصادی فرماندار پاکدشت در ۲۳ آبان ۱۴۰۰، روند تأسیس تعاونی بیش از تشکیل هیئت‌مؤسس پیشرفت نکرده است (اقتصادنیا، ۱۴۰۰)^۴.

تنها اطلاعات درباره تعاونی توسعه و عمران شهرستان فیروزکوه در سال ۱۳۹۷ منتشر شده که در آن حسین عظیمی‌زاده، سرپرست روابط عمومی شهرداری فیروزکوه، خبر داد که مقدمات فراخوان فروش سهام و ثبت قانونی شرکتی با عنوان «شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان فیروزکوه» در حال فراهم‌سازی است. او ترکیب هیئت‌مؤسس این شرکت را فرماندار، شهرداران، مدیران جهاد کشاورزی، تعاون و کار و رفاه، آموزش و پرورش، بخشداران، امام‌جمعه و نماینده اداره کل تعاون اعلام کرد (پایگاه خبری دیمه‌نیوز، ۱۳۹۷)^۵. تنها خبر موجود درباره شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان ری، حاکی از تشکیل جلسه تعیین هیئت‌مؤسس شرکت در سال ۱۳۹۳ به ریاست عباسعلی سعیدیان، معاون برنامه‌ریزی و اداری مالی فرمانداری وقت، و تعیین حداقل تعداد اعضای هیئت‌مؤسس این تعاونی به تعداد ۱۷۰۰ نفر است (پایگاه خبری راگانیوز، ۱۳۹۳)^۶.

درباره تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های قرچک، ملارد و ورامین نیز اخبار چندانی منتشر نشده است. مجتبی بوریور، معاون اداری مالی و برنامه‌ریزی فرمانداری ورامین، در ۸ خرداد ۱۳۹۵ از تصمیم برای تشکیل این شرکت تعاونی در شهرستان ورامین خبر داد و از مسئولان، به‌ویژه مسئولان ادارات کار، تعاون و رفاه اجتماعی و صنعت، معدن و تجارت خواست تا اطلاعات افراد را احصاء کنند تا راهکارهای عملی تشکیل این شرکت تعاونی مشخص شود (ایرنا، ۱۳۹۵)^۷. در حدود همین تاریخ و در ۲۴ خرداد ۱۳۹۵ مسعود مرسلپور، فرماندار وقت شهرستان قرچک، ویژگی‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و شرایط عضویت در آن را توضیح داد و از مردم برای عضویت در آن دعوت کرد (وب‌گاه استانداری

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://baharestan.ostan-th.ir/News/3224>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://pardis.ostan-th.ir/News/1242>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ostan-th.ir/News/47383>.

۴. مصاحبه گروه پژوهش با کامران اقتصادنیا در تاریخ ۲۳ آبان ۱۴۰۰.

۵. قابل دسترسی به آدرس <http://dimehnews.ir/1397/03/>.

۶. قابل دسترسی به آدرس <https://enekaserey.ir/archive/?p=14968>.

۷. قابل دسترسی به آدرس www.irna.ir/news/82091566.

تهران، ۱۳۹۵)^۱. از سوی دیگر، در همین سال و در تاریخ ۱۳ آبان، در شهرستان ملارد، فریبا حسن‌نژاد، رئیس وقت اداره کار، تعاون و رفاه اجتماعی، صدور موافقت برای تأسیس تعاونی «توسعه عمران» ملارد را با ظرفیت دو هزار نفر و اقدام برای پذیره‌نویسی در آن را اعلام کرد (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۵)^۲. اطلاعاتی از تأسیس این تعاونی‌ها به دست نیامد.

گرچه در اخبار، افتتاح تعاونی توسعه و عمران شهرستان شمیران در سال ۱۳۹۷ (وب‌گاه روزنامه همشهری، ۱۳۹۷)^۳ و افتتاح دفتر آن در ۸ دی ۱۳۹۸ اطلاع‌رسانی شده است (خبرگزاری ایرنا، ۱۳۹۸ ب)^۴، بر اساس مصاحبه‌ای که در قالب پژوهش حاضر با اقتصادنیا انجام شد، این تعاونی هنوز تأسیس نشده است؛ اما چون مشخص شده که این تعاونی بر اساس ویژگی خاص آماری شهرستان شمیرانات، تنها به ۳۰۰ عضو نیاز دارد، تأسیس آن تسهیل شده است. این ویژگی خاص آماری بنا بر گفته اقتصادنیا بدین شرح است:

"شمیرانات یک جنبه خاص داشت و آن این بود که، یعنی با همه شهرستان‌ها یک تفاوتی دارد و آن این است که در مرکز آمار، این آمارش دوگانه است؛ یعنی شهرستان خودش مشتمل شده بر چهار شهر تجریش، لواسانات، این شهرهایش. چهار شهر تجریش و لواسانات، و لواسان در واقع، و رودبار قصران که می‌شود دو شهر فشم، اوشان، فشم، میگون و شمشک. بنابراین. اوشان فشم، میگون دو شهر است، لواسان و تجریش هم دو شهر، جمعاً چهار شهر دارد. دو بخش هم دارد که رودبار قصران است و لواسانات. که روستاهای مختلفی هم داخلشان هستند. متأسفانه در مرکز آمار، شهر تجریش که عمده جمعیت، آنجا هستند، در شهر تهران گنجانده شده. [...] یعنی ما به طور استثنایی در شمیرانات [...] یک مشکل آماری داریم. سایتی که در واقع، این نیم درصد جمعیت به آن استناد می‌شود، سایت [...] مرکز آمار ایران است. بنابراین، حالا اختلاف اینجا به وجود می‌آید: ما نیم درصد جمعیت را که می‌خواهیم، اگر جمعیت شهرستان را آنچه واقعی هست، و ۶۰۱ هزار و ۵۰۰ نفر است را اعلام بکنیم، بنابراین، ما ۳ هزار و خرده‌ای نفر آدم می‌خواهیم. اگر نه، یعنی ۳ هزار و خرده‌ای عضو باید جمع بشوند در کنار هم تا [...] این‌ها بتوانند تعاونی را ثبت کنند با آن ۳۰۰ میلیون [تومان]. ولی اگر سایت مرکز آمار را، همین الان که شما الان بروید در سایت مشاهده بفرمایید جمعیت در واقع شهرستان شمیرانات را ۵۰ هزار و ، در واقع ۴۸ هزار و خرده‌ای معرفی کردند که در واقع جمعیت دو بخش است. [...] شهر تجریش، یعنی شهر تجریش از دره فرح‌زاد شروع می‌شود تا به جاده تلو می‌رود؛ این شهر را حذف کرده‌اند و داخل شهر تهران جمعیتش را می‌آورند؛ بنابراین، ما می‌شود جمعیتمان آن وقت ۴۸ هزار و خرده‌ای. این اختلاف باعث شد این تعاونی یک مقداری در حال حاضر، چون ما ابتدائاً این را نمی‌دانستیم رفتیم بر مبنای ۳ هزار نفر ثبت‌نام بکنیم، خب ۳ هزار نفر جمعیت جمع کردن بسیار مشکل بود. در عین حال، چون دوستان نمی‌دانستند که مزایای این تعاونی‌ها چیست، مدام امتناع می‌کردند؛ ولی در رابطه با بحث ۳۰۰ نفر، خب طبیعتاً وقتی می‌شود ۴۸ هزار نفر، حالا بگو ۵۰ هزار نفر، ما ۲۵۰ هزار نفر، می‌شد نیم درصد جمعیت شهرستان. و الان متوجه شدیم بعد از رایزنی‌ها، متوجه شدیم که این درست است؛ یعنی ما باید استناد بکنیم به سایت مرکز آمار؛ [...] ولو اینکه این آمار غلط است. این خیلی استثنایی است! در کل این چهارصد و خرده‌ای شهرستانی که الان در کشور وجود دارد، این شهرستان فقط، چون چسبیده به تهران است، این مشکل را دارد"

(اقتصادنیا، ۱۴۰۰/۰۷/۲۳).

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ostan-th.ir/News/30173>.

۲. قابل دسترسی به آدرس mehrnews.com/xGrxS.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://newspaper.hamshahrionline.ir/id/24171/>.

۴. قابل دسترسی به آدرس www.irna.ir/news/83612960.

بر اساس این گفت‌وگو، در ۲۳ آبان ۱۴۰۰ شرکت در حال گردآوری حداقل سرمایه مالی مورد لزوم برای تأسیس است و هنوز هیئت‌مدیره تعاونی تشکیل نشده است.

با وجود اینکه درباره تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران که قرار بود بزرگ‌ترین تعاونی خاورمیانه باشد (وب‌گاه دالفک، بی‌تا)^۱، اخبار بیشتری منتشر شده است، پیگیری این اخبار، پیشرفت چشمگیری در فعالیت‌های این تعاونی نشان نمی‌دهد. موافقت‌نامه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران برای شرکت تعاونی شهرستان تهران در تاریخ ۲۴ فروردین ۱۳۹۳ صادر شد (پایگاه خبری-تحلیلی کانون، ۱۳۹۳)^۲. گرچه واگذاری سهام این شرکت در تاریخ ۱۲ شهریور همین سال، در مراسم رونمایی از تمبر یادبود نقش تعاونی‌های نسل نوین آغاز شده بود (خبرگزاری مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۳)^۳، با توجه به گفته احمد اسماعیل‌وند، معاون وقت برنامه‌ریزی فرمانداری استان تهران در بهمن ۱۳۹۳، مبنی بر اینکه «این شرکت با حداقل پنج دهم جمعیت شهر تهران سهام‌دار، تشکیل می‌شود» (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۳)^۴ و بنا بر تأیید امید شنعه، از اعضای هیئت‌مؤسس تعاونی، در مصاحبه‌ای که در فرایند این پژوهش با وی انجام شد (۱۴۰۰)^۵، در این تاریخ هنوز شرکت، تأسیس نشده بوده است. این در حالی است که فرماندار تهران در تاریخ ۹ آذر ۱۳۹۳ در نامه‌ای به ادارات از مسئولین خواسته بود پرسنل و مراجعین مردمی را برای عضویت در تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران ترغیب کنند و از همین تاریخ، فرصت دوباره‌ای به مردم تهران برای عضویت و خرید سهام داده شده بود^۶ (خبرگزاری ایلنا، ۱۳۹۳)^۷.

علاوه بر این، امید شنعه، مدیرعامل بنیاد توسعه کارآفرینی و تعاون استان تهران، در ۳۰ دی همین سال سقف پیش‌بینی‌شده برای ثبت‌نام و خرید سهام شرکت توسعه و عمران شهرستان تهران را پنجاه‌هزار نفر اعلام کرده بود و گفته بود تا تاریخ مزبور فقط پذیره‌نویسی پنجاه‌هزار نفر قطعی شده و شش‌هزار نفر دیگر هم در حال انجام کارهای اداری بودند (پایگاه اطلاع‌رسانی عصر مالی، ۱۳۹۳)^۸.

برای واگذاری سهام شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران گفته شده بود ابتدا سهام شرکت در بانک توسعه تعاون عرضه می‌شود تا مردم در این بانک، حسابی مخصوص سرمایه‌گذاری و سود سهام باز کنند و از بانک، سهام بخرند

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.dalfak.com/w/bdgjs/>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <http://kanoonhend.ir/fa/news/173/>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.icana.ir/Fa/News/262080/>.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.isna.ir/news/93111508881>.

۵. مصاحبه گروه پژوهش با امید شنعه در تاریخ ۱۶ آبان ۱۴۰۰.

۶. شایان ذکر است در تاریخ ۹ آذر ۱۳۹۳ وب‌گاه این شرکت به آدرس <http://ttot.ir> برای کسب اطلاعات بیشتر معرفی شد (وب‌گاه مرکز

پهداشت شمال غرب تهران، ۱۳۹۳) که اکنون چنین آدرسی فعال نیست.

۷. قابل دسترسی به آدرس <https://www.ilna.news/fa/tiny/news-229059>.

۸. قابل دسترسی به آدرس <https://asremali.ir/fa/news/1175>.

(پایگاه اطلاع‌رسانی عصر خودرو، ۱۳۹۷)^۱. علاوه بر دو وظیفه قانونی شرکت در قبال «سود» و «کار» اعضای تعاونی، گفته شده بود «خدمات ویژه» هم مجموعه‌ای از «فعالیت‌های خلاقانه» و پردرآمد شرکت برای افزایش سودآوری و کارآفرینی شرکت است. البته شرط تحقق مورد اخیر را قرارگیری اعضای هیئت‌مؤسس در جایگاه هیئت‌مدیره منتخب تعاونی با رأی سهام‌داران شرکت عنوان کرده بودند (پایگاه خبری-تحلیل کانون، ۱۳۹۳)^۲.

امید شنعه در مصاحبه‌ای که در جریان پژوهش حاضر و در تاریخ ۱۶ آبان ۱۴۰۰ با وی انجام شد، اذعان داشت که مهلت موافقت‌نامه شش‌ماهه این تعاونی با اداره کل تعاون استان تهران به پایان رسیده و پیگیری اقدامات برای تأسیس آن به بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری در سال ۱۴۰۰ و گذر از دوران کرونا محول شده و تعاونی هنوز تأسیس نشده است (۱۴۰۰)^۳.

در مجموع، اغلب تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان تهران به اندازه‌ای در جلب مشارکت مردمی ناموفق بوده‌اند که به نظر می‌رسد حتی نتوانسته‌اند حدنصاب لازم برای تأسیس و ثبت شرکت را کسب کنند؛ جست‌وجو در آگهی‌های روزنامه رسمی ایران و وب‌گاه رسمیه این موضوع را تأیید می‌کند. گرچه دستیابی به دلایل این عدم‌توفیق، نیاز به بررسی‌ها و اطلاعات بیشتری دارد، با توجه به اینکه اطلاع‌رسانی درباره این تعاونی‌ها بسیار ضعیف بوده و تنها، تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر وب‌گاه اختصاصی دارد، می‌توان یکی از دلایل را ضعف در تبلیغ و اطلاع‌رسانی قلمداد کرد. اما چنان‌که پیش از این گفته شد به نظر می‌رسد موفق‌ترین تعاونی توسعه و عمران شهرستانی استان تهران، تعاونی مزبور در اسلامشهر باشد که در ادامه توضیحات بیشتری درباره وضعیت و فعالیت‌های این تعاونی ارائه خواهد شد.

۱،۳،۳. نیم‌رخ تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر

تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر در ۳۰ دی ۱۳۹۴ با سرمایه اولیه ۳ میلیارد ریال تأسیس شد (اداره ثبت، ۱۳۹۴)^۴ و تعداد اعضای آن در زمان تأسیس، ۲۵۰۰ نفر بودند (وب‌گاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، بی‌تا)^۵. در سال ۱۴۰۰، طبق گفته یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی، تعداد اعضای آن به ۳۴۰۰ نفر رسیده است. از میان هفت نفر عضو هیئت‌مدیره تعاونی، دو نفر دارای سطح تحصیلات دیپلم، یک نفر فوق دیپلم، سه نفر لیسانس و یک نفر فوق لیسانس است (وب‌گاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، بی‌تا). مدیرعامل تعاونی در سال ۱۴۰۰ دارای تحصیلات

۱. قابل دسترسی به آدرس <http://www.asrekhodro.com/News/137141>.

۲. قابل دسترسی به آدرس yun.ir/vbzt29.

۳. مصاحبه گروه پژوهش با امید شنعه در تاریخ ۱۶ آبان ۱۴۰۰.

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://www.rrk.ir/News/ShowOldNews.aspx?Code=12615283>.

۵. قابل دسترسی به آدرس <http://ttoe.ir/home/AboutUs>.

فوق‌دیپلم، سابقه شغلی نظامی و سابقه فعالیت در حوزه تعاون است (نبوی، ۱۴۰۰)^۱. علاوه بر مدیرعامل و اعضای هیئت‌مدیره، تنها یک کارمند ثابت و با عنوان «مسئول دفتر» در تعاونی اشتغال دارد. تمامی امور اداری و مالی تعاونی و بیشتر مسئولیت اطلاع‌رسانی بر عهده مسئول دفتر است. با وجود این، تعاونی از مشورت چهار مشاور در حوزه‌های عمران، تعاون، امور مالی و امور حقوقی استفاده می‌کند (کاظمی، ۱۴۰۰)^۲. این تعاونی دارای یک شرکت اقماری با عنوان «امیر افلاک» است که در زمینه ساخت‌وساز فعالیت دارد (نبوی، ۱۴۰۰)^۳.

با وجود اینکه یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر اذعان دارد که «با صداقت، به عملکرد تعاونی خودمان نمره خوبی نمی‌دهم»^۴، این تعاونی در سال ۱۳۹۹ به‌عنوان یکی از شانزده تعاونی برتر استان در آن سال معرفی شد (آل داوود، ۱۳۹۹)^۵. با توجه به گفت‌وگو با مسئولین تعاونی، مهم‌ترین عامل موفقیت آن در تأمین تعداد و سرمایه اولیه قانونی لازم برای تأسیس تعاونی، همکاری سازمان‌هایی چون فرمانداری و آموزش و پرورش و شهرداری و خرید سهام تعاونی از طریق این سازمان‌ها برای کارکنانشان بوده است. اما بیش از این، آنچه نشان‌دهنده موفقیت این تعاونی است، جلب مشارکت مردم در پروژه‌های متعدد در دست اقدام آن است که به دلیل بلندمدت بودن و عدم همکاری لازم از سوی بدنه اجرایی دولت هنوز هیچ‌یک به سرانجام نرسیده است. بنا بر گفته یکی از اعضای هیئت‌مدیره، این پروژه‌ها «با توجه به ظرفیت‌های اعتباری اعضای تعاونی یا اعضای هیئت‌مدیره تعاونی، با استقبال زیادی مواجه بود و هیچ نیازی برای تبلیغات محیطی و تبلیغات رسانه‌ای و تبلیغات» نداشته‌اند (۱۴۰۰)^۶. در نتیجه، وی مهم‌ترین عامل جلب مشارکت مردم را اعتماد آنان به هیئت‌مدیره می‌داند.

گرچه این تعاونی، کانال‌های اطلاع‌رسانی متعددی دارد، بنا بر گفته عضو مذکور هیئت‌مدیره، عمده اطلاع‌رسانی برای جلب مشارکت‌ها از طریق خود مردم و به عبارت دیگر از طریق «تبلیغات دهان‌به‌دهان» انجام شده است. شایان ذکر است تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، تنها تعاونی توسعه و عمران شهرستانی استان تهران است که سایت اطلاع‌رسانی دارد. افزون بر این، اطلاع‌رسانی به اعضا از طریق کانال‌های مختلفی که در ایتا، بله، تلگرام و واتس‌آپ ایجاد شده است، انجام می‌شود. به علاوه، برای اطمینان از آگاهی اعضا از رویدادهای مهمی چون مجامع عمومی تعاونی، این اطلاعات نیز از طریق سامانه پیامکی تعاونی به آن‌ها داده می‌شود (کاظمی، ۱۴۰۰)^۷.

۱. مصاحبه گروه پژوهش با سیدمرتضی نبوی در تاریخ ۳ آبان ۱۴۰۰.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با کبری کاظمی در تاریخ ۲۸ بهمن ۱۴۰۰.

۳. مصاحبه گروه پژوهش با سیدمرتضی نبوی در تاریخ ۳ آبان ۱۴۰۰.

۴. به دلیل اینکه برخی از مصاحبه‌شوندگان تقاضا داشتند هویتشان مخفی بماند، برای رعایت اخلاق علمی در برخی موارد، نام و سمت مصاحبه‌شوندگان ذکر نمی‌شود.

۵. قابل دسترسی به آدرس www.irna.ir/news/84033232.

۶. مصاحبه گروه پژوهش با یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر در تاریخ ۱ اسفند ۱۴۰۰.

۷. مصاحبه گروه پژوهش با کبری کاظمی در تاریخ ۲۸ بهمن ۱۴۰۰.

چنان‌که پیش از این بیان شد، تعاونی، طرح‌ها و پروژه‌های متعددی در دست اقدام دارد که با استقبال و مشارکت مردم روبه‌رو بوده‌اند؛ اما به‌دلیل مشکلاتی که در مسیر اخذ مجوزهای قانونی دارند، هنوز به سرانجام نرسیده‌اند. از جمله این پروژه‌ها پروژه‌ای است با عنوان «شهر کفش». طبق گفته نبوی، مدیرعامل وقت تعاونی، پروژه «شهر کفش» به‌علت فعالیت ۷۵۰ واحد تولیدی کفش در شهرستان اسلامشهر و بر اساس همکاری اتحادیه کفاشان و برای ساماندهی این صنف و ایجاد قطب کفش ورزشی کشور طراحی شده است. به این منظور، زمینی بایر و غیرقابل کشت خریداری شده و هنوز در تلاش برای اخذ مجوزهای قانونی آن هستند. نبوی پیش‌بینی کرده بود اجرای این پروژه پنج‌هزار فرصت شغلی مستقیم و ده‌هزار شغل غیرمستقیم ایجاد کند (عشقی‌صابر، ۱۳۹۹)^۱. بر اساس گفت‌وگو با مسئولین تعاونی، این پروژه هم از نظر حمایت از تولید داخلی و هم از نظر پیشگیری از خطرات احتمالی فعالیت واحدهای تولیدی در مناطق خطرسازی چون پارکینگ ساختمان‌ها و کوچه‌های غیرقابل دسترس برای خدمات آتش‌نشانی، اهمیت زیادی دارد. علاوه بر این، مدیرعامل تعاونی معتقد است با توجه به قرارگیری زمین شهر کفش در کنار ایستگاه راه‌آهن آپرین، به‌عنوان یک مرکز صادراتی، که قرار است در آینده به‌عنوان بندر خشک اسلامشهر و کشور فعالیت کند، می‌تواند در آینده تولید و صادرات این کفش‌ها اهمیت زیادی داشته باشد و از نظر ملی نیز پروژه‌ای ارزشمند محسوب شود (نبوی، ۱۴۰۰)^۲.

این پروژه مهم‌ترین پروژه در دست اقدام تعاونی است و با استقبال و مشارکت گسترده مردم مواجه شده است. مجوزهای لازم برای شروع پروژه اخذ شده، ولی در حال حاضر به‌دلیل عدم صدور مجوز از سوی سازمان جهاد کشاورزی معلق مانده است. مسئولین تعاونی در تلاش‌اند از طریق اثبات اینکه این پروژه قصد کارآفرینی دارد و یکی از طرح‌های زیربنایی استان تهران می‌تواند قلمداد شود، موافقت هیئت‌دولت را جلب کنند (نبوی^۳ و کاظمی^۴، ۱۴۰۰).

یکی دیگر از طرح‌های تعاونی، با نام پروژه علی‌آباد یا «زیتون» شناخته می‌شود. این پروژه مربوط به خرید زمین‌های روستای علی‌آباد تپانچه و واگذاری به اعضای تعاونی است. این پروژه نیز در مراحل اخذ مجوزهای قانونی با مشکلاتی مواجه بوده است، ولی از نظر تقاضای مردم به حدی بوده که برای تعیین اولویت واگذاری زمین‌ها به متقاضیان، ناچار به قرعه‌کشی شده‌اند. تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر چندین طرح دیگر خدماتی، فرهنگی، فروشگاهی کشت و صنعت، زیست‌محیطی و... نیز در دست اقدام دارد (عشقی‌صابر، ۱۳۹۹)^۵ که بر اساس گفته مسئولین تعاونی در مراحل اخذ مجوزهای قانونی هستند و به دلیل عدم حمایت‌های بدنه اجرایی دولت، اقدامات لازم با کندی پیش می‌رود.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.javann.ir/004HvJ>.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با سیدمرتضی نبوی در تاریخ ۳ آبان ۱۴۰۰.

۳. مصاحبه گروه پژوهش با سیدمرتضی نبوی در تاریخ ۳ آبان ۱۴۰۰.

۴. مصاحبه گروه پژوهش با کبری کاظمی در تاریخ ۲۸ بهمن ۱۴۰۰.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://www.javann.ir/004HvJ>.

از جمله این پروژه‌ها که در وب‌گاه تعاونی هم معرفی شده است، پروژه «ربیع» است که در ارتباط با زمین‌های کشاورزی منطقه است. این پروژه در ۱۳ فروردین ۱۴۰۰ برای ثبت‌نام متقاضیان معرفی شده است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، ۱۴۰۰)^۱. طبق گفته مدیر تعاونی، خرید زمین و فضا سازی‌های لازم برای آن انجام شده است و طرح‌هایی برای اجرا در قالب آن پیشنهاد شده است که مهم‌ترین آن‌ها تولید قارچ و بسته‌بندی مواد غذایی است (نبوی، ۱۴۰۰). از دیگر طرح‌های در دست اقدام تعاونی، تبدیل خونه‌های کشتارگاه‌ها به کود، شب‌بازارها و ایجاد فضاهای فرهنگی و تفریحی است. علاوه بر طرح‌های توسعه‌ای و عمرانی، تعاونی در تهیه ارزاق برای نیازمندان مشارکت داشته و نیز برای کمک به معیشت مردم، اقدام به توزیع برنج و لاستیک با نرخ دولتی کرده است (کاظمی، ۱۴۰۰)^۲.

طبق اخبار وب‌گاه تعاونی، انجام اقدامات لازم برای واریز علی‌الحساب اولین سود سهام‌داران این شرکت هم در ۱۷ دی ۱۳۹۹، پس از گذشت حدود پنج سال از تأسیس آن، در حال انجام بوده است (وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، ۱۳۹۹)^۳. مهم‌ترین منابع درآمدی تعاونی ارزش افزوده‌ای است که به امتیازات شهر کفش تعلق گرفته است. شرکت در پروژه‌های عمرانی ساخت‌وساز در بافت فرسوده و نیز انجام برخی طرح‌های خدماتی، دیگر منابع درآمدی تعاونی هستند.

در مجموع، تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر با وجود موفقیت نسبی در میان سایر تعاونی‌های در شرف تأسیس استان تهران که علت اصلی آن فعالیت‌های پیگیرانه هیئت‌مدیره و مدیرعامل تعاونی و اعتماد مردم به آن‌ها بوده است، به دلیل موانع اجرایی در بدنه دولت و نیز زودبازده نبودن پروژه‌های تعریف‌شده، هنوز نتوانسته است پروژه انجام‌شده‌ای را به ثبت برساند. در نتیجه، طبق گفته یکی از اعضای هیئت‌مدیره، همین موضوع ممکن است موجب بی‌اعتمادی مردم و بالا رفتن ریسک پروژه‌های بعدی در این تعاونی شود.

۴.۳. ظرفیت‌ها و فرصت‌های تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی

حسب آن‌چه آمد و نیز براساس تحلیل داده‌های مکتوب و شفاهی گردآوری‌شده در این پژوهش، در ادامه تلاش گردیده است تا به صورت نظام‌مندتری به ظرفیت‌ها و فرصت‌های تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، عوامل توفیق این تعاونی‌ها در تحقق مشارکت و کارآفرینی اجتماعی، و در نهایت، چالش‌ها و موانع دستیابی به چنین توفیقاتی پرداخته شود. با توجه به آن‌که تدوین راهبردهای پیشنهادی در این خصوص، هدف اصلی پژوهش حاضر بوده است، طرح این موارد به صورت متمرکز و به تفصیل در فصل آتی انجام خواهد شد. باری، از مهم‌ترین ظرفیت‌ها و فرصت‌های این تعاونی‌ها می‌توان به

۱. قابل دسترسی به آدرس <http://ttoo.ir/News/BlogDetails/10007>.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با مسئول دفتر تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر در تاریخ ۲۸ بهمن ۱۴۰۰.

۳. قابل دسترسی به آدرس <http://ttoo.ir/News/BlogDetails/10008>.

«فرصت‌های قانونی موجود در واگذاری پروژه‌ها»، «امکان نیل به انتفاع عمومی در چهارچوب فعالیت‌های اقتصادی» و بنابراین، «شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها» اشاره نمود. این موارد در ادامه و به تفصیل، مورد بحث قرار خواهند گرفت.

۱,۴,۳. ظرفیت‌ها و فرصت‌های قانونی تسهیل‌گر

حسب تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر، شبکه مفهومی «ظرفیت‌ها و فرصت‌های قانونی تسهیل‌گر ویژه فعالیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی»، دست‌کم مؤید پنج مضمون سازمان‌دهنده است و در صورت تحقق عملی آن‌ها، فعالیت تعاونی‌ها و در نتیجه کسب اعتماد و مشارکت مردمی تحقق می‌یابد. فرایند بر ساخت این شبکه مفهومی مبتنی بر تحلیل اسناد و داده‌های شفاهی پژوهش، در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱,۳. شبکه مفهومی ظرفیت‌های قانونی تسهیل‌گر ویژه فعالیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
ظرفیت‌ها و فرصت‌های قانونی تسهیل‌گر قابل استفاده برای فعالیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی	ترک تشریفات مزایده در واگذاری پروژه‌ها
	برداشته شدن شرط داشتن رزومه مرتبط برای دریافت پروژه‌ها
	امکان همکاری با شرکت‌های دارای رتبه یک به عنوان شرکت اقماری
	امکان سرمایه‌گذاری مشارکتی با نهادهای دولتی محلی یا مرکزی برای اجرای پروژه‌ها
	اختصاص بودجه‌هایی برای حمایت از شرکت‌های خصوصی و تعاونی فعال در توسعه مناطق کمتر توسعه یافته

در قوانین کشور، توجه زیادی به تسهیل فعالیت تعاونی‌ها به طور کلی شده است که از مهم‌ترین آن‌ها «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» است (۱۳۸۶)^۱. در راستای اجرایی کردن این قانون، سند توسعه بخش تعاون در سال ۱۳۹۲ تصویب شد^۲؛ البته طبق گفته بهمن عبداللهی، رئیس اتاق تعاون ایران در مرداد ۱۴۰۰، این سند نه تنها تا تاریخ مذکور اجرایی نشده، بلکه حتی «آیین‌نامه‌های اجرایی آن هم تهیه نشده است» (به نقل از وب‌گاه خبرگزاری فارس، ۱۴۰۰)^۳. در قوانین بودجه کل کشور هم هر ساله به بخش تعاون، کمابیش توجه می‌شود. به طور خاص

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260>.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.icccoop.ir/DesktopModules/Documents/showfile.aspx?id=510&a=1>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <http://fna.ir/356e0>.

نیز قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، امتیازات ویژه‌ای برای این نوع از تعاونی‌ها قائل شده است، مانند ترک تشریفات مزایده در واگذاری پروژه‌ها به این تعاونی‌ها. با وجود این، بنا بر گفته فعالان این حوزه، از جمله داوود قلیچی (۱۳۹۹)^۱، مدیرعامل شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود، به دلایلی که در ادامه خواهد آمد، امکان بهره‌گیری از این ظرفیت‌های قانونی تاکنون وجود نداشته است.

علاوه بر این تسهیل قانونی، شرط لزوم داشتن رزومه مرتبط، برای واگذاری پروژه به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نیز وجود ندارد؛ بدین معنی که برخلاف سایر تعاونی‌ها، در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی فقط افرادی که قرار است مدیریت واحدهای مربوط به پروژه‌ها را برعهده بگیرند، حتماً باید از فیلترهای تخصصی رد شوند و لازم نیست که خود شرکت، رزومه خاص و گرایش تخصصی داشته باشد (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

از ظرفیت‌های دیگری که بر اساس گفته علی‌حسین شهریور، دبیر کل خانه تعاونگران ایران، از سال ۱۳۹۲ به‌طور ویژه با موضوع تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی توسط خانه تعاونگران پیگیری شده است، طرحی است با عنوان «طرح مشارکت عمومی-تعاونی برای توسعه کشور از طریق تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی» که به‌صورت عملیاتی به دولت ارائه شده است. این موضوع در ادامه در سال ۱۳۹۴ به‌صورتی ویژه در قالب پنج درخواست مکتوب به محمدباقر نوبخت، رئیس وقت سازمان مدیریت برنامه‌ریزی کشور، به‌صورت عملی پیشنهاد داده شده، ولی توفیقی به دست نیاورده است.

طبق توضیح شهریور، این طرح‌ها سرمایه‌گذاری‌هایی هستند که در آن‌ها یکی از نهادهای دولتی محلی یا مرکزی، به‌صورت استانی یا ملی، با مشارکت یک یا چند نهاد غیردولتی، اعم از بخش خصوصی یا بخش تعاونی، فعالیت‌های تأمین مالی، ساخت و بهره‌برداری پروژه‌ها را بر عهده می‌گیرند و درآمدهای ناشی از راه‌اندازی پروژه بر مبنای نحوه مشارکت طرفین و توافقاتی که صورت می‌گیرد، بین این دو مجموعه تقسیم می‌شود (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). البته لایحه‌ای با عنوان مشارکت عمومی-خصوصی در هیئت دولت مطرح و در سال ۱۳۹۷ به مجلس تقدیم شده است (نک: پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی، ۱۳۹۷ الف)^۲؛ اما در ۲۹ شهریور ۱۴۰۰، کمال علی‌پور خنکداری، نایب‌رئیس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی، سخن از بررسی طرح مشارکت عمومی و خصوصی در کمیسیون عمران مجلس می‌گوید (پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی، ۱۴۰۰)^۳.

البته سازمان برنامه و بودجه نیز پرتالی با عنوان «پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی» طراحی کرده است و فعالیت‌هایی چون ارائه «برنامه مشارکت عمومی و خصوصی دولت در سال ۱۴۰۰» (پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی،

۱. اظهار نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/uup7d>.

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/x7xn2>.

۱۳۹۹) و مطالب آموزشی داشته است (پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی، بی تا)^۲. جالب اینجاست که در سال ۱۳۹۷ فایل ارائه شده، «پروژه های توسعه مشارکت بخش عمومی با بخش خصوصی و تعاونی در سال ۱۳۹۸» نام دارد و در آن مشارکت بخش تعاون واجد اهمیت شمرده شده است (پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی، ۱۳۹۷ ب)^۳؛ در حالی که در فایل مشابه با عنوان «برنامه مشارکت عمومی و خصوصی دولت در سال ۱۴۰۰» به بخش تعاون بی توجهی شده است.

یکی دیگر از ظرفیت های موجود را در وظیفه محول شده به وزارت جهاد کشاورزی در سند توسعه بخش تعاون می توان یافت. در این سند، وزارت خانه مذکور موظف شده است «با هماهنگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ترتیبی اتخاذ نماید تا حداقل (۵۱) درصد اراضی قابل احیا و بهره برداری کشاورزی، در اختیار تشکلهای تعاونی قرار گیرد و حمایت های لازم از قبیل ایجاد زیربناها و پرداخت کمک های بلاعوض را به عمل آورد» (سند توسعه بخش تعاون، ۱۳۹۲)^۴. البته این اجازه در «دستورالعمل ضوابط واگذاری اراضی منابع ملی و دولتی برای طرح های کشاورزی تولیدی و غیر کشاورزی» نیز داده شده است (۱۳۸۵)^۵. از اینکه تعاونی ها تا چه حد از ظرفیت این قوانین بهره مند شده اند، اطلاعات دقیقی در دست نیست؛ هر چند با توجه به گفته مسئولین تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر درباره مشکل اخذ مجوز از وزارت جهاد کشاورزی برای بهره برداری از زمین مورد نظر برای پروژه شهر کفش (کاظمی، ۱۴۰۰)^۶، این طور استنباط می شود که اجرایی شدن این قانون با مشکلاتی روبه روست، به نظر می رسد تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو برای ایجاد توتستان در زمین های بایر منطقه، از همین ظرفیت استفاده کرده باشد (وب گاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو، ۱۳۹۷ الف)^۷. با توجه به اینکه در اغلب روستاهای کشور، شرایط تولید محصولات کشاورزی وجود دارد، تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی می توانند از این قانون برای توسعه اشتغال در بخش کشاورزی و افزایش بهره وری شرکت های خود استفاده کنند.

همچنین طبق گفته ذی نفعان و ذی مدخلان این حوزه، تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی می توانند شرکت های با رتبه یک را به عنوان شرکت اقماری خود معرفی کنند و بدین وسیله امتیاز لازم برای اخذ پروژه ها را کسب کنند:

"اگر یک پروژه ای نیاز به گرید داشت، یعنی بعضی پروژه های عمرانی این طور تعریف می شوند که نیاز به گرید داشته باشند، یعنی شرکت هایی باشند که گرید مهندسی داشته باشند، تخصصی باشند، می تواند زیرمجموعه های چندین شرکت هایی تعریف بشوند"

(عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه شونده، ۱۴۰۰/۱۱/۲۱)

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://ppp.mporg.ir/FileSystem/View/File.aspx?FileId=f4e2bd36-c43a-4a65-8767-c6ad25c5b3af>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://ppp.mporg.ir/Portal/View/Page.aspx?PageId=81ac00ae-dbd0-4740-a99a-3e10d4cafc9a>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.mporg.ir/FileSystem/View/File.aspx?FileId=88782592-23d6-4b0f-9628-626c8733516f>

۴. شایان ذکر است در این سند، نامی از تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی برده نشده است.

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/12>

۶. مصاحبه گروه پژوهش با کبری کاظمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸

۷. قابل دسترسی به آدرس <https://zaya.io/zb2sy>

علاوه بر این امتیازات اختصاصی برای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، این شرکت‌ها به دلیل ماهیت خود می‌توانند از فرصت‌های قانونی عمومی دیگر نیز استفاده بیشتری ببرند؛ از آن جمله قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کشور است که در آن، این موارد قید شده است:

(۱) تعیین بودجه‌ای برای ایجاد طرح‌های زیربنایی با اولویت مناطق کمترتوسعه‌یافته مندرج در قانون بودجه، به پیمانکاران و مشاوران تعاونی و سایر نهادهای غیردولتی (قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور، ۱۳۹۹: ۲۰)؛

(۲) فراهم‌سازی بستر مشارکت حداقل پنجاه و یک درصدی (۵۱٪) بخش‌های خصوصی و تعاونی در طرح‌های توسعه‌ای و زیربنایی سازمان‌های توسعه‌ای بخش صنعت و معدن و بخش برق و منابع آب با اولویت مناطق محروم و کمترتوسعه‌یافته براساس مزیت‌های منطقه‌ای و با تکیه بر جهت‌گیری‌های آمایش. تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی می‌توانند به‌طور ویژه از این قانون استفاده کنند (قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور، ۱۳۹۹: ۲۹).

در مجموع با وجود قوانین حمایتی متعدد، نظر مدیران و متولیان تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، حاکی از بالفعل‌نشدن بسیاری از ظرفیت‌های موجود است که در بخش دیگری به آن خواهیم پرداخت.

۲.۴.۳. نیل به انتفاع عمومی در چهارچوب ظرفیت‌ها و فرصت‌های اقتصادی

تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به دلیل فرصت‌های قانونی پیش‌بینی شده برای آن‌ها، امکان انجام مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و چه‌بسا کارآفرینانه را دارند که در مجموع، می‌تواند انتفاع عمومی برای شهروندان را ممکن سازد. برای نمونه، یکی از راه‌هایی که بسیاری از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، به‌ویژه به دلیل تسهیلات قانونی مبتنی بر ماده ۵ قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، تمایل دارند از آن استفاده کنند، در اختیار گرفتن پروژه‌های دولتی و خصوصی است. تعاون‌گران و متولیان بخش تعاون، به‌ویژه درباره لزوم و توجیه قانونی و اقتصادی واگذاری پروژه‌های نیمه‌تمام دولتی به این تعاونی‌ها اتفاق نظر دارند؛ هرچند در عمل، واگذاری‌های چندانی صورت نگرفته است. برای مثال، مدیرعامل تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر اذعان می‌دارد:

"عمدتاً ما دچار مشکل هستیم در گرفتن پروژه‌ها با بخش خصوصی، همیشه تعاونی‌ها دچار یک مظلومیتی در این قضایا هستند دیگر. به‌صورت کاغذی حمایت می‌شود؛ اما متأسفانه به‌صورت عملی این قضیه انجام نمی‌شود"
(نبوی، ۱۴۰۰/۸/۳).

طبق گفته مهدی حسین‌نژاد، مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون، صندوق ضمانت بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ مطالعاتی برای بررسی توجیه اقتصادی واگذاری طرح‌های نیمه‌تمام دولت به تعاونی‌ها انجام داد. نتیجه پیلوت پروژه‌های پنج استان نشان داد از بین ۲۷ هزار پروژه ضمیمه قانون بودجه سال ۱۳۹۷، حدود ۵ درصد این پروژه‌ها از نظر تعدادی و حدود ۲۵ درصد آن‌ها از نظر ریالی دارای توجیه اقتصادی بوده‌اند؛ یعنی در صورت سپردن کار به تعاونی‌های

بزرگ‌مقیاس، هم می‌توانند به تعهدات خود عمل کنند و هم سودآوری داشته باشند؛ برای نمونه، می‌توان به پروژه‌های ساخت ورزشگاه‌ها و بیمارستان‌ها اشاره کرد. به این طریق، سهام‌هایی که در بورس قابل فروش نیست، قابل معامله و انبوه‌کردن سرمایه و تبدیل به پروژه‌ای اقتصادی و سودآورند و در نتیجه، هم به توسعه تعاون و هم اقتصاد کمک می‌شود (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). بنا بر اذعان ماشاءالله عظیمی، دبیر کل اتاق تعاون ایران، چون این پروژه‌های نیمه‌تمام، بازده آنی و بالا ندارند، بخش خصوصی تمایلی به انجام آن‌ها ندارد؛ اما تعاونی‌ها که از تجمیع سرمایه‌های مردم برای اجرای پروژه‌ها استفاده می‌کنند، قابلیت و تمایل دارند و حدود ۷۰ هزار پروژه به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی واگذار شده است (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

تعاونی‌ها در ماکدسازی دارایی‌های راکد دولتی نیز می‌توانند مشارکت داشته باشند. ماکدسازی که از سال ۱۳۹۴ زمزمه‌های آن شروع شده، در خرداد سال ۱۳۹۹ آیین‌نامه آن و در شهریور همان سال، اصلاحات آن تصویب شد. طبق گفته علیرضا صالح، رئیس سازمان خصوصی‌سازی در سال ۱۳۹۹، فرهاد دژپسند، وزیر وقت امور اقتصادی و دارایی، در پی واگذاری طرح ماکدسازی به بخش خصوصی بوده است (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹)؛ هرچند برخی از منابع، معتقدند این کار ممکن است مخاطراتی برای سرمایه‌های اجتماعی مردم در پی داشته باشد (غروی، ۱۳۹۹)^۱. دژپسند، وزیر امور اقتصادی و دارایی وقت، از تصمیم عرضه این دارایی‌ها در بورس سخن گفت (به نقل از وب‌گاه خبرگزاری ایمن، ۱۳۹۸)^۲؛ در حالی که به نظر می‌رسد این ساده‌ترین و دم‌دستی‌ترین راه است و با کارشناسی‌های دقیق‌تر می‌توان با استفاده از روش‌های خلاقانه‌تر و ظرفیت‌های دیگری، چون تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، آن‌ها را در جریان کارآفرینی اجتماعی و آبادانی کشور، به دارایی‌های ماکد تبدیل کرد.

طبق گفته علیرضا صالح، بر اساس قیمت‌های سال ۱۳۹۸، دولت ۷ میلیون میلیارد تومان دارایی راکد دارد که بخشی از آن‌ها شبکه برق، آزادراه‌ها و ... است. این دارایی‌ها قابلیت واگذاری به بخش خصوصی و تعاونی را دارد و طبق قانون، علاوه بر اینکه دولت حق سهام‌داری ندارد، سهم آن می‌تواند در انتهای پروژه و در زمان سوددهی به آن پرداخت شود (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). علاوه بر این، این تعاونی‌ها می‌توانند پرداخت تمام هزینه‌ها و اجرای تمام پروژه را بر عهده بگیرند و پروژه‌ها را به‌صورت شراکت با نهادها و شرکت‌های دولتی و خصوصی یا حتی اشخاص حقیقی انجام دهند (اساس‌نامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۲).

علاوه بر این، طبق اساس‌نامه این تعاونی‌ها، آن‌ها می‌توانند از روش‌های «سرمایه‌گذاری، مالکیت و مدیریت در فعالیت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی» در جهت عمران و آبادانی شهرستان تحت پوشش خود اقدام کنند (اساس‌نامه نمونه تعاونی‌های

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.donya-e-eqtasad.com/fa/tiny/news-3674788>.

۲. قابل دسترسی به آدرس www.imna.ir/news/409619.

توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۱). بنابراین، مشارکت در پروژه‌ها به اجرا و مدیریت آن‌ها محدود نمی‌شود. طبق گفته سیدباقر فتاحی، رئیس هیئت مدیره بانک توسعه تعاون، ظرفیت دیگری در واگذاری‌ها نیز، در بانک‌ها وجود دارد. بانک‌ها بر اساس ماده ۱۶ قانون رفع موانع تولید موظفند که طرح‌ها و پروژه‌هایی که به‌طور ناخواسته به تملیکشان در آمده را واگذار کنند. شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی می‌توانند این پروژه‌ها را در قالب قراردادهای اجاره به شرط تملیک، از بانک‌ها با مدت ۶۰ ماهه بگیرند و فعال کنند (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). تعاونی‌های مذکور می‌توانند در پروژه‌هایی که تشخیص می‌دهند در جهت عمران منطقه است، سرمایه‌گذاری نیز انجام دهند. این سرمایه‌گذاری می‌تواند با تشکیل شرکت‌های اقماری یا ایجاد واحدهای اقتصادی تولیدی، توزیعی و خدماتی متناسب با نیاز و ظرفیت شهرستان تحت پوشش محقق شود (اساس‌نامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۱-۲).

همچنین، اساس‌نامه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به آن‌ها اجازه می‌دهد به «خریدوفروش، اجاره و نظایر آن و تملک اراضی، اموال منقول و غیرمنقول و تأمین نیازمندی‌های خود» نیز اقدام کنند؛ ولی این اقدامات باید برای نیل به اهداف تعاونی باشد (اساس‌نامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۲). این اهداف، مطابق با قانون تأسیس این تعاونی‌ها، «تسریع در رشد و توسعه شهرستان‌ها، هدایت منابع مردمی به بخش‌های تولیدی، بسترسازی برای ورود بخش‌های تعاونی و خصوصی به فعالیت‌های اقتصادی» است (قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۸۹: ۱). این یکی از ظرفیت‌هایی است که مدیرعامل تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر در گفت‌وگو با پژوهشگران، بر استفاده از آن اصرار داشته است:

"اگر بتوانیم این سرمایه‌های مردمی را ببریم در این فضای ساخت‌وساز، حالا با این عزمی هم که در دولت به وجود آمده در بحث مسکن، حتماً در این قضیه وارد می‌شویم که هم مردم از منافعش استفاده بکنند، هم مجموعه تعاونی منتفع بشود"

(نبوی، ۱۴۰۰/۷/۳).

بنابراین، با توجه به این قانون و تعریف مفهوم «تعاونی»، به نظر می‌رسد حتی اجازه «خرید اوراق بهادار برای مدیریت منابع تعاونی» (اساس‌نامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۱: ۲) هم به‌عنوان ابزاری برای تحقق اهداف توسعه‌ای و فعالیت‌های اقتصادی مؤکد در جهت اهداف اجتماعی است؛ نه اینکه تعاونی‌ها به بنگاه اقتصادی تبدیل شوند و فقط به دنبال سود اقتصادی باشند. هرچند مدیران تعاونی‌ها تمایلی به این اقدام ندارند:

"الان شرایط، برای کار تولید خیلی فراهم‌تر است. اگر ما منابعی که مردم می‌دهند بتوانیم در این عرصه‌ها وارد بکنیم، چون یک تجربه بدی هم در حوزه سهام و این جور مسائل داشت، [ریسک دارد]"

(نبوی، ۱۴۰۰/۷/۳).

تحلیل داده‌های شفاهی پژوهش نیز نشان می‌دهد که به زعم عمده صاحب‌نظران و ذی‌مدخلان تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، «توسل به نفع‌رسانی همگانی» می‌تواند و می‌بایست به‌مثابه «استراتژی اصلی» این تعاونی‌ها در نظر آورده شود. برای مثال، یکی از کارشناسان این حوزه اعتقاد دارد:

"رویکردی که به‌لحاظ نظری می‌شود پشت این قانون و این هدف و این برنامه دید، این بود که ما یک نگاه غیرتمرکززا و مشارکت‌دادن جوامع محلی در فرایند توسعه محلی [داشته باشیم]. از چه طریق؟ از طریق تجميع سرمایه‌های خرد، مشارکت‌های محلی، و با ایجاد نهادهای اقتصادی در شهرستان‌ها و روستاها. که نهادهای اقتصادی ایجاد بشود که هم مردم، با سرمایه مردم، با مشارکت مردم، با مدیریت مردم، برای توسعه جوامع محلی، که نهایتاً نفعش برسد به همان مردم جوامع محلی در راستای کاهش فقر"

(رستمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۶).

در مجموع، شبکه مفهومی توسل به نفع‌رسانی همگانی به‌مثابه استراتژی اصلی تعاونی‌ها، دست‌کم مؤید شش مضمون سازمان‌دهنده است و نشان می‌دهد که تعاونی‌ها در صورتی که از استراتژی نفع‌رسانی همگانی استفاده کنند در سریع‌ترین زمان ممکن می‌توانند مشارکت شهروندان را نیز جذب کنند و میزان مشارکت را ارتقاء بخشند. فرایند بر ساخت این شبکه مفهومی مبتنی بر تحلیل داده‌های شفاهی پژوهش، در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۲،۳. شبکه مفهومی توسل به نفع‌رسانی همگانی به‌مثابه استراتژی اصلی تعاونی‌ها و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
توسل به نفع‌رسانی همگانی به‌مثابه استراتژی اصلی تعاونی‌ها	تعاونی‌ها و فعالیت‌های معطوف به حل مسائل اجتماعی
	تعاونی‌ها و اختصاص بخشی از سود فعالیت‌ها به‌منظور منفعت اجتماعی و جمعی
	اشتغال‌زایی و تحریک اجتماع محلی (شهروندان) برای مشارکت بیشتر در تعاونی
	تعاونی‌ها و زدودن چهره فقر از شهرستان‌ها
	فعالیت‌های عمرانی معطوف به نیازهای اولیه شهروندان مانند مسکن
	تجميع و مدیریت سرمایه‌های غیرمالی مردمی در جهت ایجاد منافع اقتصادی برای همه

یکی از مشارکت‌کنندگان پژوهش در همین راستا اعتقاد دارد که بنا بر ظرفیت‌های نهفته در تعاونی‌های مذکور، این انتظار وجود دارد که آن‌ها در حل مسائل اجتماعی و نیازمندی‌های واقعی شهروندان گام بردارند. همین امر موجب خواهد شد که انگیزه مشارکت در بین مردم نیز ارتقاء یابد. آن‌چنان‌که به تعبیر وی:

"به عنوان مثال، تعاونی در جایی که وضعیت برقش خوب نیست، می تواند یک نیروگاه محلی راه اندازی کند. طبیعتاً وقتی نیروگاه تأسیس بشود، یک سری فعالیت های اقتصادی دیگر هم آن جا راه می افتد و این می تواند به مردم [انگیزه مشارکت بدهد]"

(بیگدلی شاملو، ۱۴۰۰/۰۸/۱۸).

همچنین نظر به آن که یکی از عمده ترین مسائل مبتلا به شهرستان ها، معضلات و مشکلات اقتصادی-اجتماعی و خاصه مسئله بیکاری است، این انتظار در بین شهروندان وجود دارد که اگر چنین تعاونی ای در شهرستان آن ها شکل گیرد، بخشی از این مسئله نیز مرتفع گردد (همان، ۱۴۰۰). از همین رو، به زعم برخی از صاحب نظران، تبیین این موضوع برای عموم شهروندان که سرمایه گذاری در تعاونی می تواند منجر به اشتغال زایی برای اقشار محروم باشد، میزان مشارکت مردمی در این خصوص را نیز ارتقاء خواهد بخشید. به بیان یکی از مصاحبه شوندگان:

"قطعاً مردم برای سرمایه گذاری در این بحث ها [امور خیریه و اشتغال زایی برای اقشار محروم جامعه] حتی اگر سودش هم کم باشد، تعامل بیشتری نشان می دهند و مشارکت بیشتری خواهند داشت"

(عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه شونده، ۱۴۰۰/۱۱/۲۱).

در نتیجه، به نظر می رسد حرکت تعاونی ها در راستای نیازمندی های عموم شهروندان و از جمله فعال سازی ظرفیت اشتغال زایی در چهارچوب استراتژی کلان تر «نفع رسانی همگانی»، می تواند سهم بسزایی در جلب مشارکت مردمی ایفاء نماید. آن چنان که حمید آماده عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی اظهار می نماید:

"نکته اساسی به نظر من این است که آن تعاونی، فعال باشد و اثرگذار باشد روی امور شهرستان. مثلاً فرض بفرمایید بتواند پروژه بگیرد، بتواند بیکاری را کم کند، اشتغال را افزایش بدهد، شهرستان را سروسامان بدهد، خدمات جدید ایجاد بکند. اگر این را ببینند، شما مطمئن باشید که مردم مشارکت می کنند"

(آماده، ۱۴۰۰/۰۸/۱۸).

البته باید توجه داشت که به کارگیری نیروی کار محلی باید در عمل اتفاق بیفتد و آن چنان که آماده اشاره می کند نباید همچون پیمانکاران خصوصی که تعهدی در این خصوص ندارند، عمل شود. چه آن که به تعبیر وی:

"حتی در پروژه های عمرانی هم تعاونی های توسعه و عمران می توانند نیروی کار محلی را به کار بگیرند؛ در حالی که اگر این ها به پیمانکاران خصوصی واگذار بشود، احتمال اینکه پیمانکاران خصوصی از نیروی کار خارج از منطقه استفاده بکنند، خیلی زیاد است. خب، مردم وقتی که ببینند، حتی همین بحث به کارگیری خیلی ساده نیروی کار؛ این باعث می شود که استقبالشان افزایش پیدا بکند"

(همان).

۳,۴,۳. شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها

همان‌طور که در بخش‌های قبلی اشاره شد، حسب جایگاهی که برای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در نظر گرفته شده است، آن‌ها گستره عمل قابل‌توجهی در شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها دارند. تحلیل داده‌های گردآوری‌شده در پژوهش حاضر و شبکه‌سازی مفهومی آن‌ها نیز مؤید همین موضوع است. فرایند بر ساخت این شبکه مفهومی، در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۳,۳. شبکه مفهومی شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها	تمرکززدایی و تسری قدرت به تمامی سطوح اجتماع محلی
	بهره‌گیری از ظرفیت حقیقی نهادهای محلی
	تمرکز بر برنامه‌ریزی محلی
	تجمع و مدیریت سرمایه‌های منطقه‌ای
	بهره‌گیری از ظرفیت‌های خرد منطقه‌ای؛ تجمع و مدیریت سرمایه‌های غیرمالی مردمی در جهت ایجاد منافع اقتصادی برای همه
	نیازسنجی و شناخت ظرفیت‌های محلی برای رفع نیاز و ایجاد ارزش افزوده
	شناخت فرهنگ محلی برای اقدامات متناسب

طرح این موضوع در شرایطی صورت می‌گیرد که بنا به گفته برخی از صاحب‌نظران، شهرستان‌های استان تهران سهم قابل‌توجهی در اقتصاد کشور دارند؛ اما به دلیل عدم مدیریت صحیح و سازمان‌مند بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، بازدهی چندان نتیجه‌بخشی را برای عموم شهروندان شاهد نیستیم. بنابراین، تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی می‌توانند با عنایت به موقعیت ویژه استان تهران در سپهر اقتصادی کشور، سهم قابل‌توجهی در تجمع، سازماندهی و مدیریت فعالیت‌های اقتصادی بوم‌آورد شهرستان متبوع خود ایفاء نمایند. کامران اقتصادنیا که خود از اعضای هیئت مؤسس تعاونی توسعه و عمران شمیرانات بوده و جایگاه مشاور اقتصادی چند فرماندار را در کارنامه دارد، در همین خصوص اذعان می‌دارد که:

"پاکدشت، نزدیک به ۲۰ درصد، بالای ۲۰ درصد اقتصاد استان تهران است و اقتصاد تهران - این‌ها آمار است، من از خودم نمی‌گویم - ۲۰ درصد اقتصاد کشور است [...] چهار شهرک بزرگ صنعتی، بزرگ‌ترین شهرک صنعتی کشور، عباس‌آباد، اینجا قرار دارد. ۶ هزار واحد اقتصادی در آن هست. و یعنی باورکردنی نیست! خب، این‌ها چون جسته‌گریخته هستند، و در یک قالب گنجانده نمی‌شوند، هرکدام کار خودشان را می‌کنند [...] یا در شهرستان شمیرانات ما ۶۳ هزار تن تولید گیلاس داریم [...] این یک مثال خیلی ساده است در مورد توانمندی این شرکت، این شرکت تعاونی، خودش، وقتی که در شمیرانات دارد کار می‌کند، به راحتی می‌تواند این ۶۳ هزار تن یا مدیریت

بخشی از این، حالا ما بگیریم ۷۵ درصد این، ۴۰ هزار تنش را بتواند مدیریت بکند، کشاورزها دیگر [...] صرفه اقتصادی برایشان ندارد که این را بردارند ببرند در بازار بفروشند. بنابراین، بخش بزرگی هم اتلاف می‌شود از این قضیه [...] ولی اگر شرکت تعاونی بتواند این موضوع را دست بگیرد، خودش جمع‌آوری می‌کند؛ خودش به فروش می‌رساند؛ آن وقت، همه سود می‌برند"

(اقتصادنیا، ۱۴۰۰/۰۸/۲۳).

این امر مصداقی از برنامه‌ریزی محلی در راستای تجمع و مدیریت سرمایه‌های منطقه‌ای است که می‌تواند برای هر شهرستان منافع همگانی در بر داشته باشد و اساساً یکی از اهداف مطرح‌شده در توجیه تأسیس این شرکت‌ها بوده است (آماده، ۱۳۹۹).^۱

شکوفایی ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌ها در قالب شرکت‌های مورد بحث، البته ابتدا مستلزم توجه و برجسته‌ساختن وجه «مشارکتی-مشورتی» این شرکت‌هاست. از این رو، به زعم مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر، ضرورت یک گفت‌وگو و تصمیم‌گیری جمعی در خصوص فعالیت‌هایی که می‌تواند متناسب با شرایط هر شهرستان شکل گیرد، آشکار است. در این زمینه، گفته می‌شود که تعاونی‌های مذکور می‌توانند و می‌بایست از ظرفیت واقعی سایر نهادهای محلی‌ای که پیش‌تر در شهرستان‌ها شکل گرفته است، نهایت استفاده را ببرند. در همین راستا، حمیده دباغی (۱۴۰۰)^۲ عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی برای نمونه اشاره می‌دارد که نهادهایی مانند «سرای محله» می‌توانند مکان‌هایی به‌منظور گفت‌وگو و تصمیم‌گیری در این خصوص باشند؛ مکان‌هایی که سال‌هاست ایجاد شده اما از کارکرد و هدف اصلی خود یعنی هم‌افزایی جمعی در خصوص حل مسائل اجتماعی به‌واسطه مشارکت عمومی، فاصله گرفته‌اند.

۵.۳. عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی

نگاه به عوامل مؤثر بر توفیق تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در جلب مشارکت مردمی نیز از منظر صاحب‌نظران و ذی‌مدخلان نشان می‌دهد مادامی که «کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر احصاء و استفاده از ظرفیت‌های محلی» دنبال گردد، توفیق در تحقق اهداف پیش‌بینی‌شده هم بیش‌تر ممکن خواهد شد. علاوه بر این و حسب تحلیل داده‌های پژوهش، «توسل به مدیریت تاب‌آور به‌مثابه استراتژی برای نیل به اهداف تعاونی» و «تبلیغات کارآمد» از دیگر عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به نظر می‌رسد.

۱. اظهار نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با حمیده دباغی در تاریخ ۶ بهمن ۱۴۰۰.

۱,۵,۳. کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر احصاء و استفاده از ظرفیت‌های محلی

شبکه مفهومی موفقیت تعاونی‌ها در پرتو کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر احصاء و استفاده از ظرفیت‌های محلی از سه مضمون سازمان‌دهنده شکل گرفته است. این شبکه مفهوم‌پردازی، کارآفرینی اجتماعی را به‌عنوان یکی از استراتژی‌هایی که تعاونی‌ها باید به آن متوسل شوند، آشکار می‌سازد. فرایند بر ساخت این شبکه مفهومی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۴,۳. شبکه مفهومی کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر احصاء و استفاده از ظرفیت‌های محلی و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر احصاء و استفاده از ظرفیت‌های محلی	تلاش برای تحقق کارآفرینی اجتماعی و نه صرفاً کارآفرینی
	تصمیم‌گیری مشارکتی و سرمایه‌گذاری مؤثر
	رقابت با سایر کسب‌وکارها

نخستین و مهم‌ترین نکته‌ای که در این جا وجود دارد، ضرورت اهتمام تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نسبت به تحقق کارآفرینی اجتماعی و نه صرفاً کارآفرینی است. همان‌طور که دباغی (۱۴۰۰) اشاره داشته است، کارآفرینی اجتماعی لاجرم معطوف به نیازهای اجتماع محلی است؛ حال آن‌که چنین دغدغه‌ای لزوماً در هر کارآفرینی دیده نمی‌شود. به تعبیر او:

"کارآفرین فردی است که [...] در راستای منفعت مالی، ابزارش اشتغال‌زایی است. و البته زمانی که اشتغال‌زایی حاصل می‌شود، یک پیامد غیرمستقیمش این است که ممکن است فقر در آن جامعه کم بشود، یا بیکاری کم می‌شود؛ ولی هدف اصلی آن کارآفرین، رفع مسائل اجتماعی نیست"

(دباغی، ۱۴۰۰/۱۱/۰۶).

بنابراین، تأکید می‌گردد که توفیق تعاونی‌ها وابسته به ملاحظه و رفع مسائلی همچون اشتغال در پرتو بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی و محلی شهرستان‌هاست. این موضوع همان‌طور که در بخش‌های قبلی اشاره گردید، نیازمند تصمیم‌گیری مشارکتی و سرمایه‌گذاری‌های مؤثر بوده، همچنین مستلزم پذیرش این امر از سوی تعاون‌گران است که «تعاونی به‌عنوان یک کسب‌وکار باید با کسب‌وکارهای موجود در بازار پیرامونی رقابت کند. لذا با همین رویکرد باید مهارت‌ها و تخصص و توانمندی‌هایشان را ارتقاء دهند تا بتوانند خلاقیت، نوآوری و نگاه کارآفرینانه را به کسب‌وکارشان تزریق کنند» (خانی، ۱۳۹۹).

۲,۵,۳. توسل به مدیریت تاب‌آور

شبکه مفهومی توسل به مدیریت تاب‌آور به‌مثابه استراتژی برای نیل به اهداف تعاونی از شش مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است. این شبکه مفهوم‌پردازی نوع مدیریت تاب‌آور و ویژگی‌های خاص این نوع مدیریت را آشکار ساخته است و نشان می‌دهد که اگر تعاونی‌ها به سمت این نوع مدیریت گرایش پیدا کنند، موجب موفقیت بیشتر آن‌ها می‌شود. فرایند بر ساخت این شبکه مفهومی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۵,۳. شبکه مفهومی توسل به مدیریت تاب‌آور به‌مثابه استراتژی برای نیل به اهداف تعاونی و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
توسل به مدیریت تاب‌آور به‌مثابه استراتژی برای نیل به اهداف تعاونی	توجه توأماً به نیازهای اجتماعی و اقتصادی شهروندان: تولید متناسب با نیازها و آرمان‌های مردم
	تشخیص موجه‌بودن طرح‌ها از نظر فنی و اقتصادی
	شناخت درست نسبت به اعضاء و فرهنگ منطقه
	بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی و اعتماد شهروندان
	توانایی جلب مشارکت اقتصادی اعضاء
	پاسخ‌گویی و تکریم ارباب رجوع

تحلیل داده‌های پژوهش و نیز تجربه تنها تعاونی تأسیس‌شده در استان تهران نشان می‌دهد که بخش زیادی از توفیق این نوع از تعاونی‌ها در دستیابی به اهدافشان، ربط مستقیمی با ویژگی‌ها و توانمندی مدیران آن‌ها دارد. در حقیقت به نظر می‌رسد، هرچه این تعاونی‌ها از شرایط مدیریتی مناسب‌تری برخوردار باشند، در مقابل عوامل بیرونی نیز تاب‌آوری بیشتری دارند. احمد بیگدلی شاملو که از سوابقی همچون مدیرکلی دفتر تعاونی‌های توزیعی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ مشاور ویژه در امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ و ریاست هیئت مدیره شرکت تعاونی ضمانت و سرمایه‌گذاری تعاون برخوردار است، در خصوص ویژگی‌های یک مدیر تاب‌آور و با کفایت برای این تعاونی‌ها می‌گوید:

"[مدیر] هم باید درد اجتماعی مردم را تا حدودی دوا کند و هم درد اقتصادی آن‌ها را. توان مدیریتی هم به این معنی است که بتواند عوامل تولید را کنترل کند. بتواند مشارکت اقتصادی آن‌ها را جلب کند. فعالیت‌هایی را دنبال کند که هم بخشی از نیازهای مردم را مرتفع سازد و هم بتواند بازدهی مناسبی برای آن‌ها داشته باشد. شناخت درستی از مطالبات، خواسته‌ها و اهداف مردم داشته باشد. مشروعیتی داشته باشد که بتواند سرمایه‌های مردم را جمع کند. مدیر توانمند باید از سرمایه اجتماعی برخوردار بوده، آدم مقبولی باشد"

(بیگدلی شاملو، ۱۴۰۰/۰۸/۱۸).

تجربه تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر نشان می‌دهد که در بین برخی از شهروندان، ابهامات و پرسش‌هایی در خصوص فعالیت‌های تعاونی و چگونگی همکاری با آن وجود دارد. در گفت‌وگو با گروه پژوهش اظهار شده است که مدیریت این تعاونی در همین راستا، فرصت‌های مبسوطی را به‌منظور پاسخ‌گویی به دغدغه‌های شهروندان در نظر گرفته است. مسئول دفتر تعاونی اسلامشهر در این خصوص اظهار می‌دارد که:

"هروقت که [ارباب‌رجوع] بیایند، یا حتی تلفنی حرف بزنند، مدیر کاملاً در اختیار ارباب‌رجوع است و هروقت هم که بخواهند می‌توانند بیایند ملاقات حضوری داشته باشند یا حتی تلفنی صحبت کنند. آقای نبوی همیشه اینجا هستند و پاسخ‌گو هستند"

(کاظمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸).

۳,۵,۳. تبلیغات کارآمد

شبکه مفهومی «تبلیغات کارآمد و تسريع موفقیت تعاونی» از هشت مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است. این شبکه مفهوم‌پردازی نشان می‌دهد که تعاونی‌ها باید به کارآمدی ابزارها در تبلیغات توجه کنند و با توجه به بافت و بستر جامعه از همان نوع ابزار در تبلیغات استفاده کنند. فرایند بر ساخت شبکه مفهومی تبلیغات کارآمد و تسريع موفقیت تعاونی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۶,۳. شبکه مفهومی تبلیغات کارآمد و تسريع موفقیت تعاونی و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
تبلیغات کارآمد و تسريع موفقیت تعاونی	تبلیغات و معرفی گستره فعالیت تعاونی
	جلب مشارکت مردمی از بدو تأسیس از طریق تبلیغات
	تبلیغ عملی: نمایش و تأکید بر تأثیرات عینی فعالیت‌های تعاونی
	استفاده از ابزار کارآمد در تبلیغات
	تبلیغات کارآمد و جلب مخاطب
	تبلیغات متناسب با فرهنگ منطقه
	تبلیغات متناسب با مخاطب
	استفاده از تبلیغات فراگیرتر

واقعیت آن است که هنوز بسیاری از شهروندان از وجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی یا وجوه متمایز و گستره فعالیت‌های آن‌ها مطلع نیستند. یا چه بسا فعالیت‌های عدیده‌ای که مدیران تعاونی، پیگیری و انجام آن‌ها را مناسب و ثمربخش تشخیص می‌دهند اما ضرورت‌شان برای شهروندان روشن نیست و در نتیجه، مشارکت بایسته‌ای را نیز ممکن نمی‌سازند. گاه البته اطلاع‌رسانی‌هایی در این خصوص صورت می‌گیرد، اما در بسترها و قالب‌هایی که چندان محل رجوع و توجه شهروندان نیست. بنابراین، نظر به تجربیات موجود در این حوزه، به نظر می‌رسد «تبلیغات کارآمد» می‌تواند از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های مورد بحث باشد. حمید آماده، اقتصاددان، در تشریح ویژگی‌های تبلیغات کارآمد که می‌بایست در دستور کار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی قرار گیرد، می‌گوید:

"گاهی مردم سال‌هاست نیاز به کاری دارند، یعنی انتظارشان از دولت این است که مثلاً آن‌جا یک کارخانه جمع‌آوری شیر راه‌اندازی کند؛ خب باید مزایا و فواید این کار و ارزش افزوده‌ای که ایجاد می‌کند، در جملات ساده و مختصر، و محل‌پسند مثلاً با استفاده از ضرب‌المثل‌های محلی برای مردم گفته بشود. باید جوری تبلیغات کرد که بیش‌ترین جامعه هدف را درگیر کند"

(آماده، ۱۴۰۰/۰۸/۱۸).

بنابراین، آن‌چه مورد انتظار است فراتر از «صرفاً تبلیغ» بوده و اولاً می‌بایست معطوف به کالاها و خدماتی باشد که مورد نیاز و البته مطلوب شهروندان است (بیگدلی شاملو، ۱۴۰۰)^۱؛ در ثانی به طرز جذاب و بر بستر فضاهایی ارائه شود که مردم‌پسند هستند. به تعبیر آماده:

"مثلاً در شهری که مردم روزنامه نمی‌خوانند، درج تبلیغات یا اطلاع‌رسانی در روزنامه فایده‌ای ندارد. یک‌دفعه مثلاً باید آن‌جا جشنواره یا کارناوالی راه انداخت؛ از فضاها و موقعیت‌های عمومی متناسب با رسومات مردم استفاده کرد. مثلاً می‌شود یک مسابقه یا بازی راه انداخت و در آن‌جا تبلیغات خود را هم ارائه داد"

(همان).

البته همان‌طور که توسط بسیاری از صاحب‌نظران اظهار شده است، بهترین تبلیغ برای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، انجام فعالیت‌های ثمربخشی است که عموم شهروندان نتیجه عملی و نفع آن را در زندگی خود احساس کنند.

۶.۳. چالش‌ها و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی

آن‌چنان‌که در بخش‌های قبلی مورد اشاره قرار گرفت، علی‌رغم کوشش‌های صورت‌گرفته، اما در عمل به‌جز یک تعاونی توسعه و عمران شهرستانی، هیچ تعاونی دیگری در استان تهران موفق به تشکیل و تثبیت نشده است. نگاه به تجربه آن یک تعاونی و دیگر تعاونی‌های مشابه در کشور نیز نشان می‌دهد که آن‌ها در تحقق برنامه‌ها و اهداف خود، از جمله در

۱. مصاحبه گروه پژوهش با احمد بیگدلی شاملو در تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۸.

جلب مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه به منظور کارآفرینی اجتماعی چندان موفق نبوده‌اند. بنابراین حسب تحلیل داده‌های گردآوری شده برای پژوهش حاضر، چالش‌ها و موانع متعددی را در این زمینه می‌توان برجسته ساخت که جملگی نیازمند چاره‌جویی هستند. در این بخش سعی می‌شود به اصلی‌ترین موانعی که تعاونی‌های مذکور برای نیل به موفقیت حداکثری با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند، اشاره شود. شایان ذکر است که مطالب این بخش، برگرفته از تحلیل اسناد و منابع مکتوب مرتبط و نیز تحلیل داده‌های شفاهی جمع‌آوری شده توسط گروه پژوهش می‌باشند.

۱.۶.۳. رویه‌های قانونی دست‌وپاگیر و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها

شبکه مفهومی رویه‌های قانونی دست‌وپاگیر و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها از نه مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است. این شبکه مفهوم‌پردازی، وضعیت و شرایط رویه‌های قانونی و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها را نشان می‌دهد که تعاونی‌ها با آن مواجه هستند. فرایند بر ساخت شبکه مفهومی رویه‌های قانونی دست‌وپاگیر و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۷.۳. شبکه مفهومی رویه‌های قانونی دست‌وپاگیر و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
رویه‌های قانونی دست‌وپاگیر و عدم ضمانت اجرایی آن‌ها	وجود سازوکارهای کندکننده در قانون
	خا‌لأ‌ها و خطاهای قانونی
	وجود ابهام و برداشت‌های سلیقه‌ای از قوانین
	عدم نیاز به قوانین جدید در ارتباط با تعاونی‌ها
	عدم اجرای قوانین به دلیل منفعت‌طلبی متولیان
	اشکال قانونی در تعیین زمان و محدوده دخالت دولت
	عدم امکان نظارت دقیق بر اجرای قانون به دلیل عدم وجود شفافیت
	بی توجهی به لزوم به‌روزرسانی قانون
	هم‌بردار نبودن نظام قانون‌گذاری، اجرایی و نظارتی کشور

یکی از چالش‌های مهم قانونی برای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به اذعان اغلب مدیران و صاحب‌نظران این حوزه، برخی از «سازوکارهای کندکننده در قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی» است. برای نمونه، در بخشی از ماده ۵ این قانون آمده است: «دولت و سازمان‌های وابسته می‌توانند فعالیت‌ها، طرح‌ها، زمین‌ها و املاک قابل

واگذاری در بخش‌های تولیدی، توزیعی و خدماتی را در مواردی که برگزاری مزایده به صرفه و صلاح نباشد، با تأیید یکی از کمیسیون‌های دولت، از طریق ترک تشریفات مزایده در اختیار شرکت‌های تعاونی موضوع این قانون قرار دهند» (۱۳۸۹).^۱ گفته می‌شود قید «تأیید یکی از کمیسیون‌های دولت» موجب اطاله فرایند اداری اعطای واگذاری‌ها می‌شد. البته مدیران تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و معاون تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پیشنهاد تغییر این عبارت به «شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان» را به نمایندگان مجلس ارائه دادند. این شورا از سال ۱۳۸۴ «به منظور هماهنگی و تصمیم‌گیری در امور برنامه‌ریزی، توسعه و عمران استان‌ها و نظارت بر آن‌ها و هدایت و تصویب طرح‌ها در چهارچوب برنامه‌ها، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های کلان» ایجاد شده و استاندار، شهردار شهری که مسائل مربوط به آن در شورا مطرح می‌شود، مدیرکل کار و امور اجتماعی استان و مدیرکل تعاون استان از اعضای آن هستند (آیین‌نامه شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان و کارگروه‌های تخصصی، ۱۳۸۴).^۲ طبق پیشنهاد سیدمحمد رضا میرتاج‌الدینی، عضو هیئت‌رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۹۹، مسئولیت تأیید واگذاری پروژه‌ها به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی می‌تواند در قانون، به یکی از کمیسیون‌های موجود شورای مذکور محول گردد یا کمیسیونی بدین منظور ایجاد شود تا این فرایند کاهش بیشتری یابد (وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹). وعده میرتاج‌الدینی درباره پیگیری این مطالبه، پس از تقریباً سه ماه محقق شد و در طرحی تأیید واگذاری پروژه‌ها به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به «شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان‌ها» پیشنهاد شد (اصلاح ماده ۵ قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹)^۳ که به نظر می‌رسد در ۱۱ مهر ۱۴۰۰ و در قالب طرحی دیگر با عنوان «طرح تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و یا استانی» در کمیسیون اجتماعی مجلس تصویب شد (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۴۰۰). در این طرح، که تا تاریخ ۵ اسفند ۱۴۰۰ هنوز در دستور جلسات صحن علنی مجلس قرار نگرفته است، با همان اهداف «طرح تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی»، پیشنهاد شده است «تعاونی‌های توسعه و عمران استانی» نیز تأسیس شوند (طرح تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و یا استانی، ۱۴۰۰).^۴

علاوه بر این، در ماده ۵ این قانون، که پیش از این ذکر شد نارسایی‌های دیگری نیز وجود دارد از جمله اینکه آمده است: «[...] دولت و سازمان‌های وابسته می‌توانند [...]». گفته می‌شود واژه «می‌توانند» واژه‌ای است که معنایی الزام‌آور ندارد، بلکه اختیاردهنده است و به تأیید کارشناسان و ذی‌نفعان این حوزه، همین موضوع موجب شده است دولت و سازمان‌های دولتی، حمایت لازم را در واگذاری پروژه‌ها به تعاونی‌ها نداشته باشند (شنعه، ۱۴۰۰).^۵ به علاوه، چنان که دفتر پژوهش‌های

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/790215>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/124040>

۳. قابل دسترسی به آدرس https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/1634570

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://dotic.ir/news/7840>

۵. مصاحبه گروه پژوهش با امید شنعه در تاریخ ۱۶/۰۸/۱۴۰۰.

مجلس شورای اسلامی نیز متذکر شده بود (نک: عطایی، ۱۳۸۸) و مصاحبه‌های انجام‌شده در پژوهش حاضر با اعضای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و کارشناسان نشان می‌دهد، از دیگر اشکالات قانونی در این حوزه عدم شفافیت قوانین مربوطه است که تفاسیر مختلف را موجب گردیده است. از جمله در همین بند ۵ موارد مبهمی وجود دارد؛ برای مثال، در «[...] در مواردی که ترک مزایده به صرفه و صلاح نباشد...» گرچه نهادی برای تشخیص «به صرفه و صلاح نبودن» مشخص شده است، معیاری برای تشخیص «صرفه و صلاح» ذکر نشده است. افزون بر این، واژه‌های «ترک تشریفات مزایده» نیز مشخص نمی‌کند که به طور دقیق، مقصود، ترک کدام بخش از تشریفات است (نبوی، ۱۴۰۰).^۱

افزون بر این، چنان که حمید آماده (۱۳۹۹)^۲ اظهار می‌دارد، برای «رانت‌زا بودن» که در قانون تأسیس این تعاونی‌ها قید شده است، تعریف مشخص و نهاد معینی وجود ندارد. علاوه بر این، در بند ۳ اساس‌نامه این شرکت‌ها قید شده است: «خرید سهام بنگاه‌های دولتی مستقر در شهرستان حوزه فعالیت که کالاها و خدمات تولید آن‌ها در این شهرستان عرضه می‌شود از طریق مذاکره و مدیریت آن‌ها» (۱۳۹۱).^۳ «عرضه در همان شهرستان» می‌تواند فعالیت این تعاونی‌ها را محدود کند؛ در حالی که بررسی فعالیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی موفق نشان می‌دهد که بعضاً این قانون را به گونه‌ای دیگر تفسیر کرده‌اند و برای مثال، تعاونی توسعه و عمران شهرستان بروجرد دست به صادرات محصولات خود به خارج از کشور زده است. به دلیل ابهامات متعدد مذکور، نظارت بر اجرای قانون نیز با مشکل مواجه می‌شود.

ابهام و نیز تداخل راهبردها در سند توسعه بخش تعاون، مصوب سال ۱۳۹۲ هیئت دولت نیز دیده می‌شود؛ برای مثال، تعیین نکردن عنوان درست برای راهبردها موجب شده «افزایش آگاهی نسبت به ارزش‌ها و منافع تعاون» به جای اینکه در راهبرد «ترویج فرهنگ تعاون» قرار گیرد، در راهبرد «تقویت تعاونی‌ها» جای گیرد (عمادی، ۱۳۹۳).^۴

با توجه به آشکارشدن این اشکالات و نیز تغییر شرایط کشور، این قانون نیاز به به‌روزرسانی دارد؛ برای مثال چنان که رستمی بیان می‌کند، حداقل حدنصاب سرمایه گرچه تأسیس تعاونی‌ها تسهیل می‌شود، اگر تعاونی‌ای با این حدنصاب تشکیل شود و نتواند سرمایه دیگری به دست آورد، از ادامه کار باز می‌ماند:

"قانون، سال ۹۰ گفت حداقل سرمایه، ۳۰۰ میلیون تومان. در آن تاریخ ۳۰۰ میلیون تومان نسبتاً پولی بود. پولی بود، مثلاً پول ۳۰ تا پراید بود؛ اندازه‌اش را بخواهم بگویم. با آن پول می‌شد یک کارگاه کوچکی مثلاً راه بیندازی. بعد توسعه‌اش بدهی. قانون همچنان مانده روی آن ۳۰۰ تومان، اما دیگر الان ۳۰۰ تومان، شما یک پراید می‌توانی بخری.

۱. مصاحبه گروه پژوهش با سید مرتضی نبوی در تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۰۷.

۲. اظهار نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

۳. قابل دسترسی به آدرس https://www.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2014/01/35547_orig.pdf.

۴. قابل دسترسی به آدرس https://coop.mcls.gov.ir/handler/dl_doc.aspx?i=28.

این ۳۰۰ تومان همین که یک شرکت تعاونی تأسیس بشود، چهارتا میز و صندلی بخرد، دوتا کامپیوتر بخرد و یک دفتر کاری رهن کند، تمام می‌شود. حالا می‌خواهد کارآفرینی بکند. ۵۰۰ میلیون تومان پول دارد. از این کمتر که دیگر نمی‌تواند کارآفرینی بکند. [حالا] هیچ بانکی به این وام نمی‌دهد. می‌گویند باید وثیقه بیاوری" (رستمی، ۱۴۰۰ / ۱۱ / ۲۶).

علاوه بر مواردی که ذکر شد، تفاوت گرایشات قوای سیاسی کشور یا به عبارت دیگر، هم‌بردار نبودن نیروهای نظام سیاسی، نیز موجب می‌شود قوانین به‌درستی اجرا نشوند و تعاونی‌ها با مشکلاتی در این زمینه روبه‌رو شوند:

"نظام حاکمیتی ما هم یک نظام اصلاً یک‌دست نیست. نیروها هم‌بردار نیستند. نه دولت با مجلس، نه مجلس با دولت، نه دولت با قوه قضائیه. این‌ها ببینید وقتی نیروها هم‌بردار نباشند، هم‌دیگر را خنثی می‌کنند. یک چیزی به ذهن نماینده‌ها می‌رسد، خب مثل همین قانونی که عرض کردم [قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی]. خب خیلی قانون ایدئالی است از لحاظ نظری. هرکس هم می‌خواند می‌گوید به‌به! چه عالی! اما خب دولت اعتقاد به آن ندارد. چرا ندارد؟ چون دولت می‌خواهد تمرکزگرا باشد" (رستمی، ۱۴۰۰ / ۱۱ / ۲۶).

در مجموع، با توجه به آنچه متخصصان و فعالان حوزه تعاون، اذعان داشته‌اند، قوانین موجود ضعف‌هایی دارند که در عمل، خود را نشان داده و یکی از اقدامات مؤثر برای بهبود وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، اصلاح قوانین، با استفاده از تجربیات عملی در این حوزه باید باشد.

۲,۶,۳. تعامل نامطلوب و عدم حمایت بایسته ساختارهای دولتی از تعاونی‌ها

حسب یافته‌های پژوهش حاضر، موضوعی که هم‌راستا با مقوله فوق‌الذکر و نیز مزید بر آن است، تعامل نامطلوب بدنه اجرایی دولت با تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و عدم حمایت بایسته از آن‌هاست. این شبکه مفهومی از ده مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است. این شبکه وضعیت و شرایطی را آشکار می‌کند که تعاونی‌ها با آن مواجه هستند و عدم حمایت دولت و سازمان‌های سیاسی از تعاونی‌ها و تعامل نامطلوب این سازمان‌های دولتی از تعاونی‌ها را نشان می‌دهد. فرایند بر ساخت شبکه مفهومی مذکور در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۸,۳. شبکه مفهومی تعامل نامطلوب و عدم حمایت بایسته ساختارهای دولتی از تعاونی‌ها و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
تعامل نامطلوب و عدم حمایت بایسته ساختارهای دولتی از تعاونی‌ها	عدم پشتیبانی حقوقی دولت از تعاونی‌ها
	عدم حمایت بدنه دولت به دلیل جلوگیری تعاونی‌ها از رانت
	عدم حمایت بدنه دولت به دلیل برملا شدن کم‌کاری‌های آن‌ها در نیازسنجی توسط تعاونی‌ها

شبکه مفهومی	مضامین سازمان دهنده
تعامل نامطلوب و عدم حمایت بایسته ساختارهای دولتی از تعاونی‌ها	عدم حمایت و چه‌بسا سرکوب از سوی نهادهای قدرتمند
	نگرش سیاسی به تعاونی‌ها
	تنگ‌نظری‌های سیاسی
	عدم حمایت از سوی بدنه دولت برای تبلیغات
	بی‌اعتمادی دولت به توان مدیریتی مردم
	عدم همکاری کارشناسان و مدیران دولتی با یکدیگر
	عملی‌نشدن طرح‌های زودبازده به دلیل سوءتفاهمات سیاسی و چالش‌های شهرستانی

با وجود اینکه برخی از موانع در اجرای قوانین حوزه تعاون و به‌ویژه، تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی ناشی از ضعف‌هایی در تدوین قوانین است، اما طبق گفته برخی از صاحب‌نظران همچون غلامحسین حسینی‌نیا (۱۳۹۹)^۱، ریاست وقت دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، از جمله موجبات نبود امکان بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، نه فقدان قانون و طرح‌های مناسب، بلکه برداشت ناقص از قانون و عدم اراده نسبت به اجرای صحیح آن از سوی بدنه اجرایی دولت است؛ برای نمونه، سازمان خصوصی‌سازی در واگذاری پروژه‌ها به ماده ۲۰ قانون اصل ۴۴ استناد می‌کند و بر همین مبنا واگذاری به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی را در اولویت قرار نمی‌دهد.

قانون فوق، هیئت واگذاری را موظف می‌کند به ترتیب، بر اساس عرضه در بورس، از طریق مزایده عمومی و در نهایت، به روش مذاکره برای واگذاری بنگاه‌ها تصمیم‌گیری کند؛ از این میان، روش مذاکره به تعاونی‌ها مربوط است (نک: قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی، ۱۳۸۶)^۲. بنابراین، در صورتی پروژه‌ها از طریق مذاکره به تعاونی‌ها واگذار می‌شود که واگذاری آن‌ها از طریق بورس و مزایده ممکن نشده باشد. این در حالی است که در قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، اولویت به مذاکره داده شده است و چون این قانون بعد از قانون اصل ۴۴ مصوب شده، اولویت باید با اجرای این قانون باشد؛ ولی هیئت واگذاری با برداشت ناقص خود، با این تعاونی‌ها مانند سایر تعاونی‌ها برخورد می‌کند. حسینی‌نیا (۱۳۹۹)^۳ این امر را ناشی از این می‌داند که اراده اجرای قوانین و پیگیری اجرای آن‌ها در این حوزه وجود ندارد. به دلیل همین موضوع، طبق گفته داوود قلیچی (۱۳۹۹)^۴، مدیرعامل شرکت تعاونی توسعه و

۱. اظهار نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260>.

۳. اظهار نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

۴. اظهار نظر در وبینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

عمران شهرستان شاهرود، سازمان‌ها از پیگیری‌های قضایی سازمان بازرسی کل کشور پس از واگذاری پروژه‌ها به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، خارج از اولویت سه‌گانه ذکر شده در قانون اصل ۴۴، واهمه دارند.

به زعم برخی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، بخش عمده‌ای از این مسائل، ناشی از نوع نگاهی‌ست که به تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی وجود دارد. یک نگاه دستوری، از بالا به پائین، مبتنی بر نگرش‌ها و تنگ‌نظری‌های سیاسی که اگرچه بیش‌تر سوءتفاهم است اما موجبات عدم حمایت و گاه حتی سرکوب این تعاونی از سوی برخی نهادها را فراهم آورده است. آن‌چنانکه به تعبیر یکی از مصاحبه‌شوندگان به‌عنوان عضو هیئت مدیره یکی از تعاونی‌های مورد بحث:

"نگرش‌ها صددرصد سیاسی است. به خاطر همین، تعاونی‌ها آستن یک سری سوءتفاهمات سیاسی هستند [...] همه چیز باهم مهیاست، این کارها باید انجام بشود، نیاز شهرستان هست؛ اما خلاصه، آن تنگ‌بینی‌های صددرصد سیاسی جلوی انجام این کار را می‌گیرد و نمی‌گذارد این کار انجام بشود. متأسفانه [...] به‌خاطر سوءتفاهمات سیاسی و چالش‌های شهرستانی معمولاً تمام طرح‌ها عقیم می‌ماند. آن طرح‌هایی هم که به نتیجه برسد معمولاً صددرصد زودبازده نیستند و توجیه اقتصادی مناسبی نخواهند داشت"

(عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه‌شونده، ۱۴۰۰/۱۲/۰۱).

نکته دیگری که در این خصوص به نظر می‌رسد، ایجاد کُندی و تأخیر در انجام فعالیت‌های این تعاونی‌ها به دلیل فرایندهای اداری طولانی و زمان‌بری‌ست که البته بی‌تأثیر از همان سوءتفاهم‌های مورد اشاره نیستند. چنان‌که یکی از اعضای تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر در تشریح روند پیگیری یکی از فعالیت‌های این تعاونی می‌گوید:

"یک پروژه داریم که مسکونی است؛ مال شش سال پیش است که هنوز هم به سرانجام نرسیده. آن هم دقیقاً به دلیل همین اذیت‌هایی که ما را دارند می‌کنند. یعنی ما همه کارهای پروژه را انجام دادیم، حتی ماده پنجم را؛ ولی مثلاً الان در مسکن و شهرسازی اسلامشهر گیر کرده. دوباره یعنی همان پروسه‌ای که ما قبلاً انجام دادیم و خیلی چیزها را به اثبات رساندیم، الان مثلاً دوباره دست گذاشتند روی این موضوعات که نه، شما مثلاً این کار را اشتباه انجام دادید. باید مثلاً دوباره یک بار دیگر این پروسه را طی کنید. یعنی فقط به‌خاطر اذیت؛ وگرنه، نه زمین مشکلی دارد، نه پروژه مشکلی دارد، و بیشتر حالا نمی‌دانم خصوصت شخصی با هیئت‌مدیره‌مان دارند، این کار را می‌کنند یا دوست ندارند به نتیجه برسد"

(کاظمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸).

از سوی دیگر، نه تنها نوع نگاه به این تعاونی‌ها، بلکه بی‌اعتمادی دولت به توان مردم در اداره امور محلی نیز مانع می‌شود که از نگاه تمرکزگرایی خود عقب‌نشینی کند و اختیار امور را به مردم و نهادهای مردم‌پایه چون تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی بسپارد:

"دولت می خواهد تمرکزگرا باشد. دولت می خواهد همه تصمیمات در سازمان برنامه و بودجه گرفته بشود. حاضر نیست اختیار یا افسار توسعه محلی را بدهد دست مردم. چون دولت هنوز به مردم اعتماد ندارد. می گوید من از مردم بیشتر می فهمم"

(رستمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۶).

در نهایت، نکته دیگری که می توان به آن اشاره کرد این است که در خود بدنه اجرایی نیز همکاری و اعتماد کافی وجود ندارد تا مدیران بلندپایه به کارشناسان اجرایی در شهرستان ها اجازه دهند که مردم را در اداره امور مشارکت دهند:

"وقتی اتحاد نیست بین کارشناسان، بین مدیران دولتی، بنابراین این اختیار را هم به همکارش نمی دهد که آقای رئیس اداره فرض کنیم برق شهرستان، تو نگهداری شبکه های روستایی را نیاز نیست در مناقصه بگذاری و از شهرها بیایند نگهداری کنند. بده همان مردم محلی، خودشان نگهداری کنند. یک تکنسین داشته باشند، کافی است. شما یک تکنسین استخدام نکنید، من نگهداری شبکه روستایی را می دهم به شما. این نیاز نیست فرض کن شرکت آب روستایی را فرض کنید دولت بیاید اداره بکند"

(رستمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۶).

۳.۶.۳. دشواری در تأمین مالی فعالیت ها

حسب یافته های پژوهش حاضر، شبکه مفهومی «دشواری در تأمین مالی فعالیت ها» از هفت مضمون سازمان دهنده تشکیل شده است. این شبکه مفهوم پردازی، چالش های مالی و اعتباری تعاونی ها را آشکار می سازد. فرایند بر ساخت شبکه مفهومی مذکور در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۹.۳. شبکه مفهومی دشواری در تأمین مالی و مضامین سازمان دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان دهنده
دشواری در تأمین مالی	توان مالی پائین اعضا
	کمبود سرمایه مالی در تعاونی ها
	دشواری بسیار زیاد در تأمین منابع مالی
	عدم حمایت و همکاری بانک ها در تأمین منابع مالی
	حیف و میل سرمایه های مالی در گذشته و عدم همکاری مردم
	عوامل بیرونی مانند تحریم ها و شیوع بیماری کرونا
	سیاست های انقباضی بانکی

چنان‌که پیش‌تر اشاره گردید، قوانین مختلفی نهادهای اقتصادی را موظف کرده است از تعاونی‌ها و از جمله تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی حمایت کنند. علاوه بر این، طرح‌هایی به‌منظور حمایت مالی از تعاونی‌های مذکور در نظر گرفته شده است. با این همه، گفت‌وگو با ذی‌نفعان درگیر در ساختار این تعاونی‌ها نشان می‌دهد که آن‌ها «دشواری در تأمین مالی» را همچنان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌ها و موانع توفیق برنامه‌های خود می‌دانند. صاحب‌نظران دلایل مختلفی را در این خصوص ذکر می‌کنند. آن‌چنان‌که به تعبیر یکی از ایشان:

"یکی از مشکلاتی که این تعاونی‌ها دارند، این است که افرادی که به شکل انفرادی می‌آیند عضو این تعاونی‌ها می‌شوند، ممکن است که توان مالی خیلی قوی‌ای نداشته باشند [...] این‌ها انتظار دارند که در این زمینه‌ها دولت بیايد کمکشان بکند و یک نهادی از بیرون بیايد کمکشان بکند"

(آماده، ۱۴۰۰/۰۸/۱۸).

برخی از حمایت‌های دولتی از جمله در چهارچوب بنیادهای توسعه اگرچه به‌منظور فائق آمدن بر این چالش پیش‌بینی شده است، همان‌طور که دباغی (۱۴۰۰) در گفت‌وگو با پژوهشگران اظهار می‌کند، این حمایت‌ها می‌توانند سرمنشأ ایجاد «تعارض منافع» باشند و بنابراین با هدف و ماهیت اصلی تعاونی‌ها در تناقض قرار گیرند. به بیان او:

"وقتی که تعاونی‌ها در عمل، تعاونی‌هایی هستند که فقط روی کاغذ هستند و در عمل، چندان تغییری را ایجاد نمی‌کنند، در این شرایط دو راه وجود دارد: یا اینکه دولت از بالا به این‌ها منابع مالی را تزریق کند و سعی کند که حداقل از لحاظ اسمی دو – سه تایی از این‌ها را نگه دارد و در سطح مدیریتی دخالت‌شان بدهد، یا این‌که بیايد از بنیادهای مداخله‌ای استفاده کند که آن‌ها را حمایت کنند. این‌جا به‌هرحال تعارض منافع وجود دارد؛ تعارض منافع هم باعث می‌شود که هیچ‌وقت آن منفعت جمعی شکل نگیرد"

(دباغی، ۱۴۰۰/۱۱/۰۶).

البته این امکان برای برخی از تعاونی‌ها وجود دارد که برای تأمین مالی برخی از فعالیت‌های خود به بانک‌ها و جهت اخذ وام مراجعه کنند. اما همان‌طور که حسین‌نژاد (۱۳۹۹)^۱ مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون اشاره می‌کند، جدای از دشواری اخذ وام‌های کم‌بهره و به‌صرفه، همچنین نگاه به تجربیات داخلی و جهانی نشان می‌دهد که «این روش خوبی نیست، و نمی‌توان شرکت‌های زیادی را یافت که فقط با اتکاء به وام بخواهند کار کنند».

در ارتباط با سرمایه‌گذاری اعضا نیز چنان‌که اشاره شد، به دلیل توان مالی پایین عموم شهروندان نمی‌توان انتظار سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی از آن‌ها داشت. از سوی دیگر، معدود افرادی که توان یک‌چنین کاری را دارند هم ممکن است

۱. اظهار نظر در وبینار یلدای تعاون – شب چهارم: تعاون و تأمین مالی خرد جمعی

به دلیل تجربیات ناخوشایند پیشین، اعتماد کافی در این خصوص نداشته باشند. آن‌چنان‌که به بیان یکی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر:

"مسئله مهم‌تر از این [نداشتن مهارت مشارکت]، اعتماد است. از بس پول مردم در جریان این چند سال خورده شده، انواع نمی‌دانم بعضی از حتی تعاونی‌ها، یا مؤسسات مالی، پول مردم را گرفتند و حیف و میل کردند، مردم ترسیده شده‌اند پولشان را بگذارند جایی که اختیارش را ممکن است نداشته باشند"

(رستمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۶).

۴,۶,۳. نهاده‌شدن بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها

در نهایت، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها و موانعی که تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی از جمله در استان تهران با آن مواجه بوده و به‌نوعی برآیند تمامی موارد قبلی نیز می‌باشد، «نهاده‌شدن بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها» است. کدگذاری و تحلیل داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که این شبکه مفهومی دست‌کم شامل هفت مضمون سازمان‌دهنده است. این شبکه مفهوم‌پردازی، وضعیت و شرایط بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها و شرایط ظهور این وضعیت را آشکار می‌سازد. فرایند بر ساخت شبکه مذکور در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱۰,۳. شبکه مفهومی نهاده‌شدن بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
نهاده‌شدن بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها	بی‌اعتمادی مردم به عنوان «تعاونی» به دلیل ضعف عملکرد و سابقه بد تعاونی‌های گذشته
	بی‌اعتمادی مردم به واسطه برآورده‌نشدن توقعات اعضاء در تعاونی‌های ضعیف گذشته
	بی‌اعتمادی مردم بر اثر منفعت‌طلبی شخصی اعضای هیئت‌مدیره تعاونی‌های پیشین: از بین رفتن سرمایه اجتماعی
	از دست رفتن اعتماد مردم به هیئت‌مدیره، به علت اجرایی‌نشدن پروژه‌های قبلی بر اثر موانع موجود
	ایجاد جو منفی و بی‌اعتمادی از محیط‌های خارج تعاونی
	بی‌اعتمادی به دلیل دستوری بودن تأسیس تعاونی‌ها
	بی‌اعتمادی به دلیل مداخله دولت در تعیین ساختار مدیریتی تعاونی

مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر که عمدتاً از متخصصان و مدیران مربوطه بوده‌اند، تجارب و دیدگاه‌های مختلفی در زمینه بی‌اعتمادی در جامعه نسبت به تعاونی‌ها داشته‌اند. آن‌ها بر این باورند که این بی‌اعتمادی عمومی نسبت به «تعاونی» در معنای عام کلمه، دامن‌گیر تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نیز شده است. آن‌چنان‌که به تعبیر یکی از ایشان:

"وقتی ما نام تعاونی را می‌آوریم، با توجه به سابقه متأسفانه بد تعاونی در کل کشور، مردم اعتمادشان به تعاونی‌ها کم شده. یعنی اگر شاید دوباره یک بازنگری‌ای بخواهند بکنند، ترجیحاً اگر می‌گذاشتند شرکت توسعه و عمران شهرستان، حالا هر شهرستانی، شهرستان مثلاً شمیرانات، خیلی مردم استقبال بیشتری می‌کردند، تا تعاونی توسعه و عمران شهرستان شمیرانات"

(اقتصادنیا، ۱۴۰۰/۰۸/۲۳).

به باور اقتصادنیا (۱۴۰۰)^۱، این موضوع ناشی از دو آسیب مبتلا به تعاونی‌ها در کشور است. نخست، انفعال تعاونی‌ها و عدم تحقق اهداف پیش‌بینی‌شده و مورد ادعای آن‌ها که در نتیجه، منجر به برآورده‌نشدن توقعات اعضایشان گشته است. دوم، شخصی‌نگری هیئت‌مدیره تعاونی‌ها که منجر به تقلیل آن‌ها در حد یک شرکت خصوصی شده و در چنین شرایطی، جز هیئت‌مدیره، سایر اعضا در عمل نفعی نبرده‌اند.

حمداله رستمی (۱۴۰۰)^۲ مدیرکل اسبق دفتر آموزش، ترویج و تحقیقات تعاونی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، و دبیر خانه تعاونگران ایران نیز در همین خصوص اظهار می‌دارد که:

"خیلی فسادهایی بوده که تعاونی‌ها ایجاد کردند [...] مثل بعضی از تعاونی‌های مسکن؛ زمین را خریدند، بعد رفتند مشکل‌دار بوده، بعد حالا هزار تا برنامه داشتند و در نهایت، این مردم‌اند که، یعنی اعضای تعاونی هستند که در نهایت، ضرر می‌کنند و بدبین می‌شوند. این نگاه در کل جامعه نشر پیدا کرده. و به همین دلیل هم وقتی شما می‌گویید که تعاونی توسعه و عمران، باز هم می‌گویند که حالا خب باز یکی دیگر از تعاونی‌ها آمده‌اند سر ما کلاه بگذارند".

بنابراین، به نظر می‌رسد آن‌چه در عمل روی داده است، فرسایش و ازبین‌رفتن سرمایه اجتماعی حول مفهوم تعاونی است. لذا برخی از کارشناسان پیشنهاد می‌دهند که علی‌رغم ضرورت حفظ ماهیت تعاونی برای شرکت‌های مورد بحث، می‌توان از کاربرد این لفظ در عنوان‌گذاری آن‌ها چشم‌پوشی نمود.

باری، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بازتولید بی‌اعتمادی نسبت به تعاونی‌ها، همچنین تا حدی به دلیل جوسازی‌های خارج از محیط این شرکت‌هاست. این مسئله برای نمونه توسط تمامی دست‌اندرکاران تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر مورد اشاره قرار گرفته است. آن‌چنان‌که کارشناس و مسئول دفتر مدیرعامل این تعاونی ابراز می‌دارد:

"بحث جوسازی دیگر یک پروسه خیلی طولانی‌ای است [...] به هر حال هر مغزی یک فکری دارد دیگر! من یک چیزی می‌گویم؛ نفر دوم یک چیز گنده‌تر می‌گوید؛ نفر سوم یک چیز بیشتری می‌گوید و همین باعث می‌شود که این بدبینی همین‌طور شکل بگیرد و بزرگ و بزرگ‌تر بشود، مثل یک غول و حمله بشود به سمت تعاونی. یعنی

۱. مصاحبه گروه پژوهش با کامران اقتصادنیا در تاریخ ۲۳ آبان ۱۴۰۰.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با حمداله رستمی در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۴۰۰.

می‌گویم من خودم بیشتر احساس می‌کنم این جوسازی‌ها بیشتر از خارج از تعاونی است. یعنی کسی که اینجا در پروژه عضو نیست، کسی که دوست ندارد این پروژه به نتیجه برسد؛ همه این‌ها می‌تواند در آن دخیل باشد" (کاظمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸).

۷,۳. راهکارها و پیشنهادها

نظر به آن که هدف اصلی پژوهش حاضر دستیابی به و ارائه مجموعه‌ای از راهبردهای مؤثر بر مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان‌های استان تهران با رویکرد کارآفرینی اجتماعی بوده است؛ نگارندگان، فصل آتی - به عنوان گفتار پایانی پژوهش - را به طور متمرکز و مبسوط به این منظور اختصاص داده‌اند. راهبردهای ارائه شده در آن جا با نیم‌نگاهی به دانستنی‌های تجربی و نظری مرور شده در فصل دوم و نیز خوانش هدفمند یافته‌های ارائه شده در فصل حاضر، به صورت دسته‌بندی شده‌ای مطرح گردیده‌اند. اما آن چه در این جا و به عنوان پایان بخش فصل سوم ارائه خواهد شد، خطوط کلی و چشم‌اندازهای فراخی هستند که توسط صاحب‌نظران و ذی‌مدخلان تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، به عنوان ضرورت‌های آغازین و پیش‌نیازهای تشکیل و تثبیت تعاونی‌های مذکور اشاره گردیده‌اند. چه، مادامی که این تعاونی‌ها در تشکیل و تثبیت دچار مسئله هستند، سخن از بهبود مشارکت مردمی خاصه به واسطه کارآفرینی اجتماعی، بیش‌تر به هدفی دور و دست‌نیافتنی می‌ماند.

باری، برای برون‌رفت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران، راهکارها و پیشنهادهای متعددی قابل احصاء است. تجمیع این موارد، دست کم مؤید سه شبکه مفهومی است که در ادامه، مورد اشاره قرار خواهند گرفت.

۱,۷,۳. تیم‌سازی قوی و تمسک به اعضای توانمند، با تجربه و با ویژگی‌های شخصیتی اعتمادساز

حسب تحلیل یافته‌های جمع‌آوری شده، شبکه مفهومی «تیم‌سازی قوی و تمسک به اعضای توانمند و با تجربه» دست کم از دوازده مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است. این شبکه مفهوم‌پردازی نشان می‌دهد که اگر تعاونی‌ها از تیم قوی برخوردار باشند، می‌توانند موفقیت بیشتری در تحقق اهداف خود کسب کنند. فرایند برساخت شبکه مذکور، در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱۱,۳. شبکه مفهومی دشواری در تأمین مالی و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
تیم‌سازی قوی و تمسک به اعضای توانمند، با تجربه و با ویژگی‌های شخصیتی اعتمادساز	هیئت‌مدیره و مدیران دل‌سوز و هماهنگ
	مدیران پاک‌دست
	مدیران با سابقه عملی در حوزه تعاونی

شبکه مفهومی	مضامین سازمان دهنده
تیم سازی قوی و تمسک به اعضای توانمند، با تجربه و با ویژگی های شخصیتی اعتماد ساز	هیئت مدیره و مدیران دارای حُسن شهرت در شهرستان
	هیئت مدیره و مدیران آشنا با نیازها، ظرفیت ها و فرهنگ شهرستان
	مدیران توانمند در برقراری ارتباط با نهادهای دولتی
	تعامل نزدیک اعضای هیئت مدیره و مدیران با مردم
	برگزاری جلسات هیئت مدیره و کارشناسی به صورت منظم
	مشارکت حداکثری اعضای هیئت مدیره و دست اندرکاران تعاونی در جلسات
	باور مدیر و هیئت مدیره به لزوم حاکمیت دموکراسی در تصمیم گیری نهایی
	استفاده از مسئول دفتر با روابط عمومی و قدرت روانی بالا
	استفاده از کارمندان ثابت توانمند، ولی با حداقل تعداد برای کاهش هزینه ها و کاستن از بوروکراسی اداری

به زعم خبرگان این حوزه، ویژگی های شخص مدیر تعاونی و در مرحله بعد گروه هیئت مدیره، مشاوران و کارشناسان شرکت، تا حد زیادی تعیین کننده توفیق یا عدم توفیق آن شرکت در دستیابی به اهدافش می باشد. از همین رو تأکید می گردد که خاصه، مدیر تعاونی باید فردی متخصص باشد. حمید آماده (۱۴۰۰)^۱ به عنوان یکی از صاحب نظران این حوزه که جدای از تخصص دانشگاهی همچنین دارای تجربه عملی از حضور در شرکت های تعاونی ست، در تشریح ویژگی های یک مدیر متخصص می گوید که چنین شخصی اولاً دارای دانش کافی در این حوزه است؛ در ثانی، با مردم و نیز مسائل منطقه اعم از فرصت ها و چالش های آن آشناست؛ و در نهایت، در برقراری رابطه خاصه با نهادهای دولتی توانمند است. علاوه بر این، طبق گفته اغلب مشارکت کنندگان، پاکدستی و حُسن شهرت مدیر در منطقه نیز از عوامل جلب مشارکت مردم در تعاونی هاست:

" پاکدستی مدیران هم خیلی مهم است. اگر برای مثال در یک شهری اعضای یک شرکت کوچک خانوادگی پول دار باشند، برای بقیه مردم خیلی مهم نیست؛ اما کسی که نصف سرمایه مردم شهر در دست اوست، اگر بخواهد زندگی خاصی داشته باشد و برای مردم این ابهام به وجود آید که این پول از کجا آمده (مثل نگاهی که مردم به خیلی از مدیران دولتی دارند)، این مسئله به سرمایه اجتماعی او لطمه می زند و در نتیجه، از کارآمدی او کم می کند. یعنی اگر سرمایه اجتماعی مطلوبی نداشته باشد، نمی تواند جلب مشارکت عمومی کند. همان مردمی هم که به او پول داده اند، مدام فشار می آورند که چه شد؟! در واقع اصلاً به وی فرصت مدیریت نمی دهند"

(بیگدلی، ۱۴۰۰/۷/۱۸).

۱. مصاحبه گروه پژوهش با حمید آماده در تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۸.

مسئولان تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر نیز اذعان می‌دارند که یکی از عوامل پیشبرد فعالیت‌های این شرکت، حضور یک تیم متخصص در کنار مدیرعامل و هیئت مدیره تعاونی مذکور تحت‌عنوان «مشاور تعاون»، «مشاور عمرانی»، «مشاور مالی» و «مشاور حقوقی» است. مدیران تعاونی اسلامشهر در نهایت بر ضرورت حضور و مشارکت حداکثری تیم مدیریت تعاونی در تصمیم‌گیری‌ها تأکید داشته و اعتقاد دارند که:

"در اسلامشهر همه با هم‌دیگر معمولاً ارتباط دارند. الان شماره من را شاید ۴۰ - ۵۰ درصد اعضا داشته باشند، یا دیگران را صددرصد داشته باشند. معمولاً تا قبل از اینکه با این پروسه کرونا و کوید ۱۹ بخواهیم درگیر بشویم، ما مفصلاً هر هفته، گاهی دوبار و مرتب یک‌بار در هفته جلسه را برگزار می‌کردیم. معمولاً جلسات با تقریباً ۹۰ درصد، ۸۵ درصد افراد برگزار شدند"

(کریمی، ۱۴۰۰/۱۲/۰۱).

نکته حائز اهمیت دیگر این است که در اختلاف‌نظرهایی که در این جلسات پیش می‌آید، تصمیم‌گیری نهایی بر اساس دموکراسی و رأی اکثریت باشد که بنا بر گفته مسئولین تعاونی، در تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر چنین فضایی حاکم است؛ علاوه بر این، توان مدیریتی مدیرعامل تعاونی در موارد اختلاف‌نظر نیز از نکاتی است که به آن اشاره شده است:

"قدرت ایشان [مدیرعامل تعاونی اسلامشهر] در حل معضلات و اختلاف نظرهایی که پیش می‌آید. قطعاً خب در بحث‌ها مثلاً بین کارشناس‌ها و خود ایشان، مشاورین‌شان یا هیئت‌مدیره یا اینکه یک جایی به مشکلی برمی‌خوریم که اعضا یک سری سؤالات دارند یا مثلاً از یک چیزی ناراضی هستند، در مدیریت کردن این معضلات یا حل این مشکلات، قدرت بالایی دارند"

(عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه‌شونده، ۱۴۰۰/۱۱/۲۱).

علاوه بر این، استفاده از حداقل تعداد لازم کارمندان ثابت، ولی کارمندانی که توانمندی‌های تخصصی و روان‌شناختی بالایی دارند، می‌تواند به کاهش هزینه‌ها و کاستن از فرایند بوروکراسی تعاونی کمک کند. برای مثال، تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر فقط یک کارمند به‌عنوان مسئول دفتر دارد؛ ولی روابط عمومی و نیروی روانی او در جلب مشارکت اعضا مؤثر بوده است:

"مثلاً اعضا به ما می‌گویند که مثلاً چرا به ما سود نمی‌دهید؟ می‌گوییم شرکت الان کمی اوضاعش خوب نیست، نمی‌توانیم مثلاً الان امسال این کار را انجام بدهیم. ان شاءالله سال بعد بتوانیم برایتان جبران کنیم. من معمولاً سعی می‌کنم با آرامش صحبت کنم با همه ارباب رجوع‌ها. یعنی ارباب رجوعی که عصبانی هم حتی باشد، من همیشه با آرامش فرستادمش رفته است. دوست ندارم تنش ایجاد بشود توی تعاونی یا اصلاً بین اعضا"

(کاظمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸).

۲,۷,۳. ضرورت استفاده از دانش متخصصان و اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری

حسب تحلیل یافته‌های پژوهش، شبکه مفهومی «ضرورت استفاده از دانش متخصصان و اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری» در تعاونی‌ها دست‌کم از چهار مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است. این شبکه مفهومی‌پردازی نشان می‌دهد در صورت استفاده از دانش متخصصان و مشورت‌گرفتن از آن‌ها، امکان موفقیت تعاونی‌ها چند برابر می‌شود. بر همین پایه، تأکید می‌گردد که اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری و پرهیز از تقلیل تعاونی به یک بنگاه معاملاتی، آن‌ها را در تحقق اهداف اجتماعی‌شان به توفیقات بیشتری می‌رساند. فرایند بر ساخت شبکه مذکور در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱۲,۳. شبکه مفهومی ضرورت استفاده از دانش متخصصان و اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری و مضامین سازمان‌دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان‌دهنده
ضرورت استفاده از دانش متخصصان و اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری	استفاده از دانش متخصصان و مشورت‌گرفتن از آن‌ها
	تشکیل کارگروه‌های تخصصی با حضور شرکت‌های سرآمد
	عبور از حاکمیت دیدگاه بنگاه‌داری در تعاونی‌ها
	استفاده از تجربیات مدیران سایر تعاونی‌ها با استفاده از شبکه‌سازی

در حقیقت، انتظاری که از تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی می‌رود، ورود آن‌ها به فعالیت‌هایی است که اگرچه در کوتاه‌مدت برای اعضا سود به‌همراه دارد، اما نگاه به آن‌ها تخصصی و ناظر به یک چشم‌انداز بلندمدت است. به این معنی که ظرفیت تعاونی‌ها در حد انجام معاملات اقتصادی بی‌پشتوانه و ناپایدار - که ممکن است به‌طور مقطعی نیز همراه با سود باشد - تنزل نمی‌یابد. با این همه، به زعم برخی از دست‌اندرکاران تعاونی‌های مذکور، آن‌چه امروز در عمل شاهد هستیم، «غلبه دیدگاه بنگاه‌داری» در آن‌هاست. به تعبیر یکی از مشارکت‌کنندگان پژوهش:

"الان کاری زیاد تخصصی انجام نمی‌شود. یعنی غالباً دیدی شبیه به بنگاه معاملات ملکی دارند. یعنی به‌صورت تخصصی چه در بحث اراضی، چه در بحث شهرسازی، یا راه‌سازی، یا بحث‌های ساختمان و این‌ها، خب تخصصی به آن‌ها نگاه نمی‌شود. این یکی از معضلاتی بوده که من در این مدتی که بودم، در تعاونی‌های مختلف دیدم" (عدم ذکر نام به درخواست مصاحبه‌شونده، ۱۴۰۰/۱۱/۲۱).

یکی از الزامات عبور از دیدگاه بنگاه‌داری و نیل به یک نگاه تخصصی، بهره‌گیری از دانش متخصصان و مشورت‌گرفتن از آن‌هاست. این افراد دست‌کم می‌توانند در جایگاه مشاوران تعاونی به‌کار گرفته شوند و در اموری همچون «ظرفیت‌سنجی»، «امکان‌سنجی» و نیز «نگارش طرح‌های توجیهی» برای فعالیت‌ها یا پروژه‌های تعاونی دخالت ورزند. استفاده از دانش تخصصی و مشورت‌پذیری این تعاونی‌ها همچنین می‌تواند فراتر از استخدام مشاوران، انجام پذیرد. برای نمونه، بهره‌گیری از همراهی و کمک دیگر شرکت‌های سرآمد در ارزیابی فرصت‌ها و طراحی فعالیت‌ها یا پروژه‌ها برای تعاونی، یکی از راهکارهای

پیشنهادی در این خصوص است که توسط برخی از صاحب‌نظران مورد اشاره قرار گرفته است. به نظر می‌رسد این یکی از راهکارهای افزایش توان کارآفرینی این تعاونی‌هاست؛ چون حمید آماده (۱۴۰۰) در گفت‌وگو با پژوهشگران اذعان می‌دارد:

"یکی از کارهایی که باید انجام بدهند، افزایش توان کارآفرینی‌شان است. الان یکی از مشکلاتی که این تعاونی‌ها دارند این است که مثلاً فرض بفرمایید، توان و دانششان، در زمینه مثلاً یک ارزیابی اقتصادی، بسیار کم است. حتی مثلاً فرض بفرمایید این‌ها یک طرح اقتصادی نمی‌توانند تهیه کنند. توان علمی‌شان خیلی پایین است. توان فنی‌شان خیلی پایین است. مدیریتشان را عرض می‌کنم."

البته راهکار پیشنهادی وی، قرارگیری نهادی مکمل در کنار این تعاونی‌ها برای اجرای این امر است؛ اما با توجه به گفته خود او مبنی بر بی‌اعتمادی تعاونی‌ها به نهادهای مکمل (همان، ۱۴۰۰)^۱، انتخاب و استخدام مشاوران توسط خود تعاونی‌ها عملی‌تر به نظر می‌رسد.

تجربه موفق تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر نیز حکایت از چنین امری دارد. آن‌چنان‌که یکی از اعضای هیئت مدیره این شرکت می‌گوید:

"یک تعاونی معمولاً در همه فعالیت‌هایش می‌خواهد به بقیه سودی برساند یا رانتی را در شهرستان از بین ببرد و به نحوی تنظیم کند که درست انجام بدهد. اگر همه‌چیز توجیه اولیه داشته باشد، کارگروه‌های تخصصی تشکیل می‌دهیم. معمولاً از شرکت‌ها یا گروه‌هایی که دارای درجه خوبی در آن فعالیت باشند، دعوت می‌کنیم بیایند در پروژه‌مان وارد بشوند و در آماده‌سازی پروژه به ما کمک کنند"

(کریمی، ۱۴۰۰/۱۲/۰۱).

علاوه بر این، بهره‌گیری از تجربیات مدیران سایر تعاونی‌ها در قالب شبکه‌سازی در فضای مجازی نیز راهکار دیگری است که بررسی گروه واتس‌آپی «توسعه و عمران ایران اسلامی» که با حضور مدیران تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و کارشناسان باسابقه‌ای چون حمداله رستمی مشغول فعالیت است، بر تأثیرگذاری آن صحنه می‌گذارد.

در نهایت، نکته‌ای که در بخش قبلی مورد اشاره قرار گرفت و در این‌جا نیز موضوعیت می‌یابد، ناظر به جایگاه و اعتبار مدیران شرکت در بسیج ظرفیت‌ها و متعاقباً سازماندهی فعالیت‌ها یا دریافت پروژه‌ها است. در حقیقت، گفته می‌شود بسیاری از این امور تا حد زیادی وابسته به میزان وجاهت، وثوق و نیز توانمندی‌های مدیریتی مدیران تعاونی‌هاست (برای نمونه ر.ک: وینار تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، ۱۳۹۹).

۱. مصاحبه گروه پژوهش با حمید آماده در تاریخ ۱۸ آبان ۱۴۰۰.

۳،۷،۳. آگاهی بخشی و اطلاع رسانی منطبق با وضعیت تعاونی ها

در پایان، تحلیل یافته های پژوهش در این بخش، مؤید شبکه مفهومی «آگاهی بخشی و اطلاع رسانی منطبق با وضعیت تعاونی ها» می باشد که دست کم شامل هفت مضمون سازمان دهنده است. این شبکه مفهوم پردازی نشان می دهد که میزان آگاهی شهروندان از وضعیت و فعالیت های تعاونی ها در شرایط مطلوبی قرار ندارد و سطح آگاهی آنان بسیار پایین است. بر همین اساس نیاز است که تعاونی ها نیز در این زمینه اقدامات مؤثرتری انجام دهند. فرایند بر ساخت شبکه مذکور در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱۳،۳. شبکه مفهومی آگاهی بخشی و اطلاع رسانی منطبق با وضعیت تعاونی ها و مضامین سازمان دهنده

شبکه مفهومی	مضامین سازمان دهنده
آگاهی بخشی و اطلاع رسانی منطبق با وضعیت تعاونی ها	ناآگاهی شهروندان و حتی عدم اطلاع مسئولان از ظرفیت های تعاونی
	تبلیغات و اطلاع رسانی های ضعیف تاکنون
	تبلیغات آرمان گرایانه درباره تعاونی و افزایش سطح توقع مردم
	ضد تبلیغ ها و جوسازی های منفی علیه تعاونی
	تنوع بخشی به روش های تبلیغات و اطلاع رسانی
	در نظر گرفتن شرایط تمامی طبقات و سطوح جامعه در تبلیغات و اطلاع رسانی
	آموزش مشارکت اجتماعی و تعاون از دوران کودکی

به باور تمامی صاحب نظران و ذی مدخلان تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی، هنوز آحاد جامعه از وجود یک چنین تعاونی و حیطه عمل آن مطلع نیستند. جالب آن که به گفته برخی از ایشان، بسیاری از مسئولان بلند پایه استان و مدیران شهرستان ها نیز «از ظرفیت واقعی شرکت های تعاونی توسعه و عمران اطلاع ندارند» (قلیچی، ۱۳۹۹).^۱

گفته می شود بخشی از این ناآگاهی و عدم اطلاع، ناشی از تبلیغات و اطلاع رسانی های ضعیفی است که تاکنون صورت گرفته است. برای مثال، تصور بر این است که اطلاع رسانی در رسانه های ارتباط جمعی مانند صدا و سیما می تواند به ترغیب شهروندان جهت عضویت و مشارکت در این تعاونی ها کمک کند؛ اما در واقعیت، مادامی که آن ها از ماهیت و ابعاد فعالیت تعاونی های مذکور مطلع نباشند، نمی توان چندان به یک چنین امری امیدوار بود. در همین خصوص، احمد بیگدلی شاملو (۱۴۰۰) در گفت و گو با پژوهشگران اظهار می دارد:

۱. اظهار نظر در وبینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی، شهریور ۱۳۹۹.

"مثلاً به مردم با یک تبلیغ تلویزیونی می‌گویند بیا باید سهام این شرکت را بخرید؛ ولی این‌ها به فراز و فرودهای کار تولید توجه ندارند و آن را درک نمی‌کنند. در نتیجه وقتی [مردم] با این امر آشنایی ندارند، نمی‌توانند همراهان خوبی برای مدیریت شرکت باشند".

بر اساس آن چه گفته شد، عمدتاً این پیشنهاد مطرح می‌شود که تعاونی‌ها نسبت به امر تبلیغات و اطلاع‌رسانی، نگاه هوشمندانه‌تری به خرج دهند. مختصات این هوشمندی، یکی آن‌که با تبلیغات آرمان‌گرایانه سطح توقع مردم را بیش از توان تعاونی بالا نبرند؛ علاوه بر این، شرایط تمامی طبقات و سطوح جامعه به این منظور مورد ملاحظه قرار گیرد؛ و دیگر آن‌که بر این مبنا، نسبت به تنوع‌بخشی به روش‌های تبلیغات و اطلاع‌رسانی اقدام گردد. در این ارتباط، علاوه بر بهره‌گیری از رسانه‌های سنتی مانند رادیو و تلویزیون، روش‌های دیگری همچون «تبلیغات محیطی»، «بازاریابی دهان به دهان»، و به‌ویژه «استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی» توصیه می‌گردد. در همین خصوص، کارشناس تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر معتقد است که آن‌ها به‌واسطه بهره‌گیری از ابزارهای مختلف اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، به موفقیت‌های نسبتاً زیادی در جلب مشارکت اجتماعی دست پیدا کرده‌اند. به تعبیر وی:

"شهروندان و اعضای تعاونی [هم تلفنی تماس می‌گیرند، هم از طریق همین کانال تلگرامی‌مان] اطلاع کسب می‌کنند. ما کانال واتساپ داریم. در ایتا و همین‌طور در بله هم ما این کانال‌ها را داریم و در سایتمان. حتی ما یک سامانه پیامکی داریم که حالا اگر یک اتفاق مهمی که قرار باشد بیفتد و همه اعضا در آن مشارکت داشته باشند، ما با سامانه پیامکی‌مان به آن‌ها پیامک می‌زنیم و اطلاع می‌دهیم. ما به‌علاوه این‌ها سامانه پیامکی هم داریم که اگر کسی این نرم‌افزارها را در گوشی‌اش نداشته باشد، از طریق پیامک با او در ارتباط باشیم"

(کاظمی، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸).

بنابراین، می‌توان گفت شناخت مخاطب هدف و تبلیغات و اطلاع‌رسانی فراگیر مخاطب‌محور می‌تواند تأثیر زیادی در موفقیت تعاونی‌ها در جلب مشارکت مردمی داشته باشد.

علاوه بر تبلیغ، آموزش‌های عملی به کودکان برای نهادینه‌سازی فرهنگ مشارکت و تعاون از نکاتی است که کارشناسان بر آن تأکید دارند:

"ما اگر می‌خواهیم بحث فرهنگی و بحث آموزشی داشته باشیم، باید زحمت بکشید در مدرسه، کتاب آموزشی به‌جای اینکه آن‌جا کار فردی را تبلیغ بکنیم، کار گروهی را تبلیغ بکنیم. وقتی ما در مهدکودکمان یک جعبه مداد رنگی، به ولی دانش‌آموز می‌گوییم یک جعبه مدادرنگی بخر و روی هر کدام از مدادرنگی‌ها اسم بچه‌ها را بنویس، بچه‌ها می‌آید مدرسه، مدادهایش گم نشود، یا اگر گم شد، بتواند پیدا کند، این یعنی همان‌جا یادش می‌دهیم مال بقیه را ولش کن. مال خودت را بچسب. خب، حالا اگر به‌جای آن بگوییم آقا، ما یک جعبه مدادرنگی در کلاس درس‌مان بیشتر نداریم. حالا می‌خواهید نقاشی بکشید، حسن، حسین، تقی، نقی، هر کدام این رنگ‌ها مال شماست. این یک دانه مشکی مال تو، آبی مال تو، زرد مال تو، قرمز مال تو، سبز مال تو، فلان. حالا می‌خواهی نقاشی کنی، شما که مداد مشکی داری، آن یکی، مداد سبز دارد؛ اگر سبز می‌خواهی، باید از او قرض بگیری؛ مشکی‌ات را به او قرض بدهی. از

آن یکی باید آن را بگیری؛ به تنهایی نمی‌توانی کار انجام بدهی. با مشارکت دیگران است که تو می‌توانی کاری انجام بدهی. خب آن‌جا دیگر یادش می‌دهیم کار گروهی را انجام بده"

(شنعه، ۱۴۰۰/۷/۱۶).

در مجموع، در این فصل راهکارهای پیشنهادی برای توفیق تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران و ذی‌مدخلان تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، در قالب سه شبکه مفهومی «تیم‌سازی قوی و تمسک به اعضای توانمند و با تجربه»، «ضرورت استفاده از دانش متخصصان و اجتناب از دیدگاه بنگاه‌داری» و «آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی» قرار می‌گیرد و در فصل آینده با توجه به ادبیات تجربی و نظری پژوهش و یافته‌های این فصل، راهبردهای پیشنهادی نهایی ارائه می‌گردد.

فصل چهارم

بحث و نتیجه گیری

تعاونی‌ها و بنگاه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان بخش سوم، در کنار بخش دولتی و خصوصی، با به‌کارگیری مشارکت همه‌جانبه مردم، در پی تحقق خیر همگانی و عدالت اجتماعی و ایفای نقش در اقتصاد اجتماعی باشند. اتکای این نهادها بر سرمایه اجتماعی موجب شده است در رقابت با بخش خصوصی که تنها بر سرمایه‌های اقتصادی خود متکی هستند، در دوران بحران اقتصادی جهانی ثبات بیشتری داشته باشند و با تقویت اعتماد و مشارکت جمعی در جهت بازتولید خود حرکت کنند. بنابراین، بسیاری از دولت‌ها و جوامع مدرن به بهره‌گیری از این ظرفیت در جهت حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی خود برآمده‌اند.

بررسی اسناد بالادستی در ایران نیز نشان می‌دهد که ارتقاء سهم بخش تعاون در توسعه کشور، همواره به‌عنوان یک دغدغه مطرح بوده است. تحولات بنیادین اجتماعات روستایی و عشایری ایران از یک‌سو، و نظام شهری آسیب‌زده کشور از سوی دیگر، این دغدغه را بسیار جدی‌تر ساخته است. با وجود این، واقعیت آن است که نظام برنامه‌ریزی و اجرایی متمرکز که برای دهه‌های متمادی در کشور حاکمیت داشته است، در عمل معنای مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها برای توسعه محلی را زیر سؤال برده است. در چنین شرایطی، قانون تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در جهت تمرکززدایی، فقرزدایی، بهره‌گیری از مشارکت مردمی و ظرفیت‌های محلی و جلوگیری از رانت، در سال ۱۳۸۹ وارد فاز اجرایی شده است؛ اما هم‌اکنون، در سال ۱۴۰۰ و پس از یک دهه، تنها ۱۲۲ تعاونی توسعه و عمران شهرستانی در کشور تأسیس شده است که سهم استان تهران از این تعداد، فقط یک تعاونی است. حال آن‌که با توجه به رشد چشمگیر جمعیت شهرستان‌های تابعه استان تهران در دهه‌های اخیر، اگر این جمعیت در جهت توسعه پایدار شهرستان‌ها هدایت نشود، چالش‌هایی جدی برای این استان در پی خواهد داشت.

با توجه به آن‌چه آمد، هدف‌گذاری پژوهش حاضر از سوی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران به‌عنوان متولی این حوزه در استان مذکور، دستیابی به مجموعه‌ای از راهبردها در راستای بهبود مشارکت در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در این استان و کمک به توفیق آن‌ها در تشکیل و تثبیت، خاصه با رویکرد کارآفرینی اجتماعی بوده است. گروه پژوهش به این منظور، در ابتدا تجربیات کشورهای مختلف جهان در حوزه تعاون را بررسی و سپس سیری که تعاون در کشورمان پیموده است را تبیین کرد. سپس با مرور ادبیات تجربی پژوهش در داخل و خارج از کشور و نیز تأمل بر مفاهیم و رویکردهای نظری بصیرت‌بخش، مجموعه‌ای از مؤلفه‌های مشترک تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی در تعاونی‌ها را احصاء نمود که عبارت‌اند از: مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی؛ حقوقی-سیاسی؛ سازمانی-مدیریتی؛ روان‌شناختی؛ و اقتصادی.

سپس وضعیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی کشور و تهران احصاء شد تا ظرفیت‌ها و فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی این تعاونی‌ها را دریابیم. همچنین، عوامل مؤثر بر موفقیت و موانعی که تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران با آن روبه‌رو بوده‌اند، بررسی شد تا در نهایت و در انتهای این فصل، به راهبردهای پیشنهادی مبتنی بر

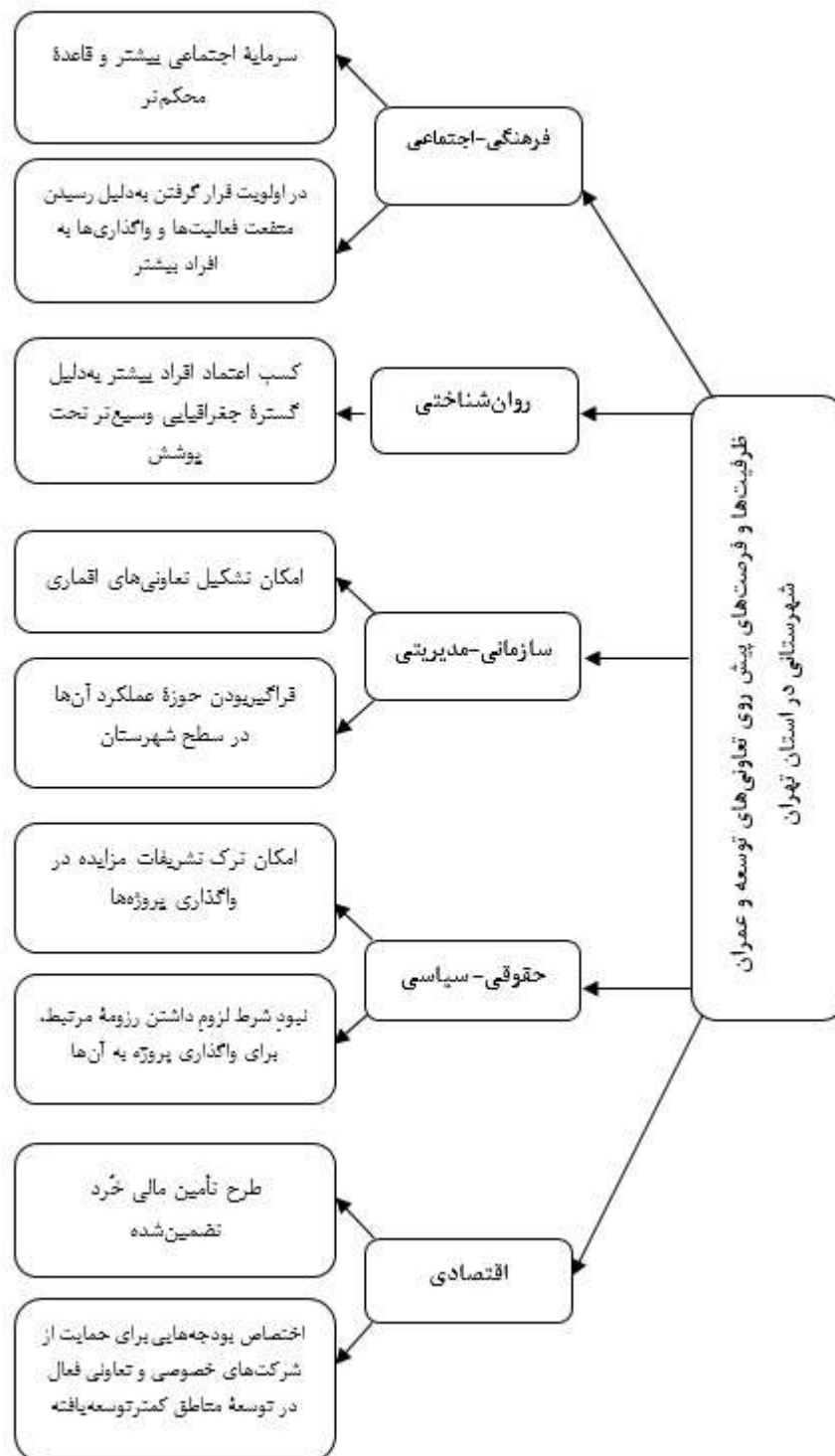
مباحث فوق به منظور تقویت عوامل توفیق و رفع موانع موفقیت، به صورت دسته‌بندی شده و تا حد امکان، عملیاتی و مصداقی دست یابیم. در ادامه جمع‌بندی یافته‌های فوق خواهد آمد.

۲.۴. ظرفیت‌ها و فرصت‌های پیش روی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران

طرح تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی با اهداف تمرکززدایی، بهره‌گیری از مشارکت مردمی و ظرفیت‌های محلی برای توسعه محلی و نیز جلوگیری از رانت به مجلس شورای اسلامی ارائه و تصویب شد. با وجود اشکالات عمده‌ای که در این قانون وجود دارد، امتیازات و ظرفیت‌هایی برای این تعاونی‌ها قائل شده است که در صورت تحقق می‌تواند اهداف آرمانی آن‌ها را دسترس‌پذیر کند. از جمله امتیازات ویژه‌ای که در قانون برای این نوع از تعاونی‌ها ذکر شده و در فصل قبل به طور مفصل مرور گشت، امکان ترک تشریفات مزایده در واگذاری پروژه‌ها به این تعاونی‌ها و نبود شرط لزوم داشتن رزومه مرتبط، برای واگذاری پروژه به آن‌هاست.

همچنین، مجموعه‌ای از فرصت‌های قانونی از حیث حمایت‌های مالی برای این تعاونی‌ها وجود دارد که از آن میان می‌توان به حمایت‌هایی اشاره کرد که در قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور در نظر گرفته شده است. این حمایت‌ها به‌ویژه با اختصاص بودجه‌هایی برای حمایت از شرکت‌های خصوصی و تعاونی فعال در توسعه مناطق کمتر توسعه یافته، می‌تواند در حوزه فعالیت‌های تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی قرار گیرد. اما یکی از مهم‌ترین اقدامات و در حقیقت، ملزومات تسهیل فعالیت تعاونی‌ها، طرحی است با عنوان «تأمین مالی خرد تضمین شده» که در صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون عملیاتی شده و می‌تواند یکی از مهم‌ترین چالش‌های تعاونی‌ها برای کارآفرینی، یعنی ضمانت وام‌های بانکی، را حل کند.

علاوه بر ظرفیت‌های فوق، ظرفیت‌هایی نیز بنا بر ماهیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی وجود دارد که برای نمونه می‌توان به فراگیر بودن حوزه عملکرد آن‌ها در سطح شهرستان اشاره کرد. این موضوع موجب می‌شود بتوانند از ظرفیت‌های متنوع مناطق مختلف روستایی و شهری برای توسعه اجتماعی و محلی بهره ببرند؛ ظرفیت‌هایی اعم از کشاورزی، گردشگری، عمرانی و... در عملکرد تعاونی‌های موفق شهرستانی که نمونه‌هایی از آن‌ها در این پژوهش ذکر شد، استفاده از این ظرفیت‌ها بارز است. یکی از نکات مهم در ساختار این تعاونی‌ها امکان تشکیل تعاونی‌های اقماری است. موضوع فعالیت هریک از این شرکت‌های اقماری می‌تواند یکی از ظرفیت‌های موضوعی شهرستان را پوشش دهد. بنابراین، این تعاونی‌ها می‌توانند شبکه‌ای از تعاونی‌ها را با مدیریتی واحد ایجاد کنند و با شناختی که از نیازها و ظرفیت‌های شهرستان تحت پوشش خود دارند، براساس نیازهای موجود، ظرفیت‌های جدیدی ایجاد کنند. نمونه این نیازسنجی و ایجاد ظرفیت را در اقدام تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر برای ارائه طرح شهر کفش می‌توان مشاهده کرد. حاصل این نیازسنجی و تلاش برای رفع نیاز در گستره وسیع‌تر جغرافیایی نسبت به گستره پوشش سایر تعاونی‌ها، کسب اعتماد افراد بیشتر و در نتیجه، ایجاد سرمایه اجتماعی بیشتر است.



مدل ۱،۴. ظرفیت‌ها و فرصت‌های پیش روی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران

(تنظیم: نگارندگان)

افزون بر این، تعداد بیشتر اعضای تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی موجب شده از سرمایه اجتماعی بیشتر و قاعده محکم‌تری برخوردار باشند و بر همین اساس هم به دلیل اینکه منفعت فعالیت‌ها و واگذاری‌ها به افراد بیشتری می‌رسد، دولت در حمایت‌ها و واگذاری‌ها آن‌ها را در اولویت قرار می‌دهد (بیگدلی شاملو، ۱۴۰۰). ظرفیت‌های فوق در مدل ۱،۴ قابل مشاهده است.

۳،۴. عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی

وضعیت موجود تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران نشان می‌دهد که تنها یک تعاونی تأسیس شده، یعنی تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر، وجود دارد و سایر تعاونی‌ها در مرحله جذب سهام‌دار، متوقف شده‌اند. بنا بر گفته مسئولین این تعاونی، رمز موفقیت آن‌ها در تأسیس، حمایت فرماندار وقت و ابلاغ او برای همکاری سازمان‌ها با تعاونی بوده است. علاوه بر این، مذاکره مسئولین تعاونی با مدیران ادارات، خاصه اداراتی که تعداد قابل توجهی کارمند داشته‌اند، مانند شهرداری و آموزش و پرورش، موجب شده است که این کارمندان، اغلب ناخواسته و در قالب خرید سهام به جای تسهیلات سازمانی از سوی سازمان مربوطه و سایر روش‌های این‌چنینی به اجبار، به عضویت تعاونی دربیایند. هرچند پس از عضویت، حق انصراف داشته‌اند؛ اما طبق گفته مسئول دفتر تعاونی، برخی از آنان پس از آگاهی از مزایای عضویت در تعاونی، مایل به باقی ماندن در عضویت شده‌اند و عده‌ای هم پس از انصراف با مشاهده فعالیت‌ها و مزایای عضویت در تعاونی، اعتماد کرده و مجدداً تقاضای عضویت داده‌اند. بنابراین، می‌توان گفت گرچه بر نحوه عضویت اغلب سهام‌داران تعاونی در ابتدا نمی‌توان نام «مشارکت» گذارد؛ ولی پس از کسب آگاهی کافی از مزایای عضویت، مشارکتی خودخواسته داشته‌اند.

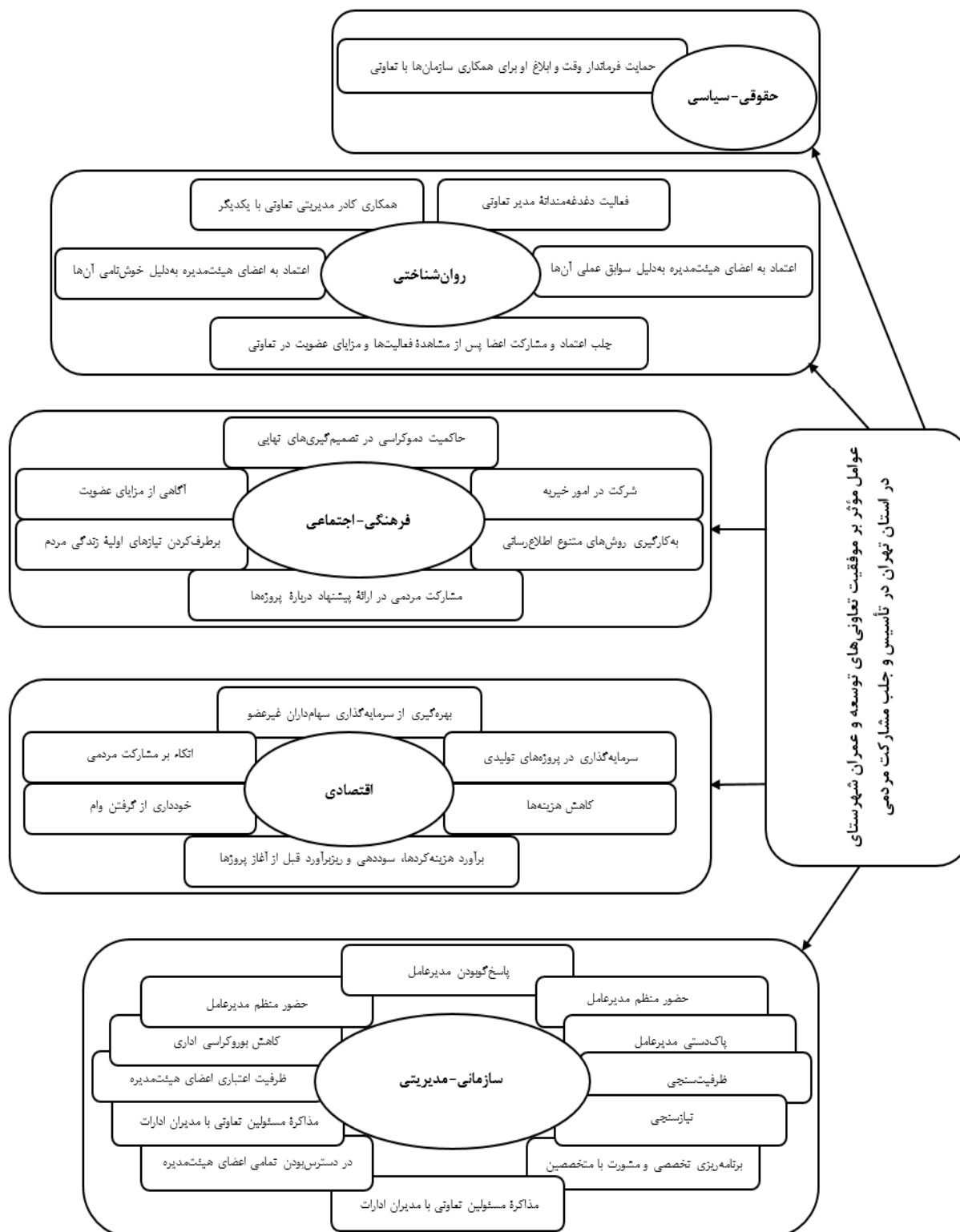
مشارکت مردمی در پروژه‌های تعاونی به حدی است که در برخی از پروژه‌ها، برای تعیین اولویت واگذاری امتیاز به متقاضیان ناچار به قرعه‌کشی می‌شوند. اما یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت این تعاونی در جلب مشارکت مردمی پس از تأسیس، ظرفیت اعتباری اعضای هیئت‌مدیره و اعتمادی بوده است که مردم شهرستان بر اساس خوش‌نامی و سوابق عملی این اعضا به آن‌ها داشته‌اند. اعتمادی که با حضور منظم مدیرعامل و پاسخ‌گوبودن، پاک‌دستی و فعالیت دغدغه‌مندانه او و در دسترس بودن تمامی اعضای هیئت‌مدیره افزایش می‌یابد. علاوه بر این، حسن شهرت مدیرعامل در سازمان‌ها و ادارات مختلف نیز موجب تسریع فعالیت‌ها و نیز عضوگیری از این سازمان‌ها شده است. تشکیل منظم جلسات هیئت‌مدیره علاوه بر تسریع و نظم‌بخشی به امور تعاونی، می‌تواند مردم را به استمرار فعالیت تعاونی دل‌گرم کند. همکاری هیئت‌مدیره با یکدیگر و با مدیر تعاونی و حاکمیت دموکراسی در تصمیم‌گیری‌های نهایی نیز یکی دیگر از دلایل توفیق این تعاونی است.

۱. مصاحبه گروه پژوهش با احمد بیگدلی شاملو در تاریخ ۱۸ آبان ۱۴۰۰.

شرکت در امور خیریه و برطرف کردن نیازهای اولیه زندگی مردم، مانند فروش برنج و لاستیک، گرچه فعالیت توسعه‌ای یا عمرانی محسوب نمی‌شود، توانسته اعتماد مردم به تعاونی را افزایش دهد. این بدین معنی است که تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردار است که ناشی از سیستم اداری مردمی آن است. طبق گفته یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی، دلیل خودداری از جلب مشارکت مجدد هم‌نگرانی از ازبین‌رفتن اعتماد مردم به دلیل عملی‌نشدن پروژه‌های قبلی است که البته عوامل بیرونی، دلیل آن بوده‌اند.

از راه‌های دیگر جلب مشارکت مردمی در این تعاونی، به‌کارگیری روش‌های متنوع اطلاع‌رسانی است؛ به نحوی که افراد مختلف با امکانات مختلف امکان مطلع‌شدن از اخبار تعاونی را داشته باشند. علاوه بر این، تعاونی برای کاهش هزینه‌ها، تنها از یک کارمند استفاده می‌کند. این اقدام، علاوه بر کاهش هزینه‌ها، کاهش بوروکراسی اداری را نیز به همراه دارد. یکی دیگر از مهم‌ترین دلایل موفقیت این تعاونی را می‌توان نیازسنجی، ظرفیت‌سنجی، برنامه‌ریزی تخصصی و مشورت با متخصصین دانست؛ برای مثال در فرایند برنامه‌ریزی‌های عمرانی، امکان‌سنجی پروژه، اسناد مورد نیاز، آسیب‌ها، هزینه‌کردها، سوددهی و ریزبرآورد، زمان‌بندی و گام‌های اجرایی و در مرحله اجرا، بررسی مسائل فنی و محاسباتی با کمک کارشناسان این حوزه انجام می‌شود.

گرچه مشارکت مالی مردم در تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، غالب است، مردم از طریق ارائه پیشنهادات خود، برای مثال، معرفی زمین‌های مناسب برای خرید یا پیشنهاد پروژه‌های اشتغال‌زا مثل تبدیل خونابه به کود نیز در امور تعاونی مشارکت می‌کنند؛ هرچند مشارکت آن‌ها در مجامع، چشمگیر نیست. در مجموع می‌توان گفت مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر جلب مشارکت مردمی و موفقیت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، عوامل مدیریتی بوده است. خلاصه‌ای از عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی در مدل ۴،۲ ارائه می‌گردد.



مدل ۴،۲. عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی

(تنظیم: نگارندگان)

۴,۴. چالش‌ها و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی

یکی از چالش‌هایی که موجب شده اغلب تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران نتوانند در جذب حداقل حدنصاب لازم اعضا و سرمایه برای تأسیس به توفیقی دست یابند، **عدم اعتماد اولیه مردم و ناآگاهی از مزایای تعاونی** است. این بی‌اعتمادی ریشه در **سوءمدیریت‌ها و فساد نهادهای** شده به‌ویژه در دهه اخیر در کشور دارد. عواملی که در پژوهشی درباره چالش‌ها و محدودیت‌های نهضت تعاونی در بوتسوانا نیز مؤثر تشخیص داده شدند (Diraditsile, 2018). راهبردهایی که اغلب تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی و از جمله، تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر برای تأمین حداقل حدنصاب اعضا بدان متوسل شده‌اند، حاکی از این است که مشارکت آگاهانه مردم در حداقل میزان ممکن بوده و تأمین تعداد اعضا و سرمایه لازم برای تأسیس، با اجبار کارمندان ادارات به خرید سهام یا حتی خرید سهام از حقوق آنان بدون اطلاع خود آنان بوده است. از میان روش‌های مختلفی که برای رساندن حدنصاب اعضا وجود دارد، رایج‌ترین روش، همین روش است؛ هرچند روش‌های دیگری چون ایجاد رقابت در تشکلهای صنفی، تبلیغات محیطی و امیدبخشی در سخنرانی‌های افراد سرشناس محلی نیز وجود داشته که مورد آخر به‌دلیل افزایش توقعات مردمی، تعاونی‌ها را با مشکل مواجه کرده است.

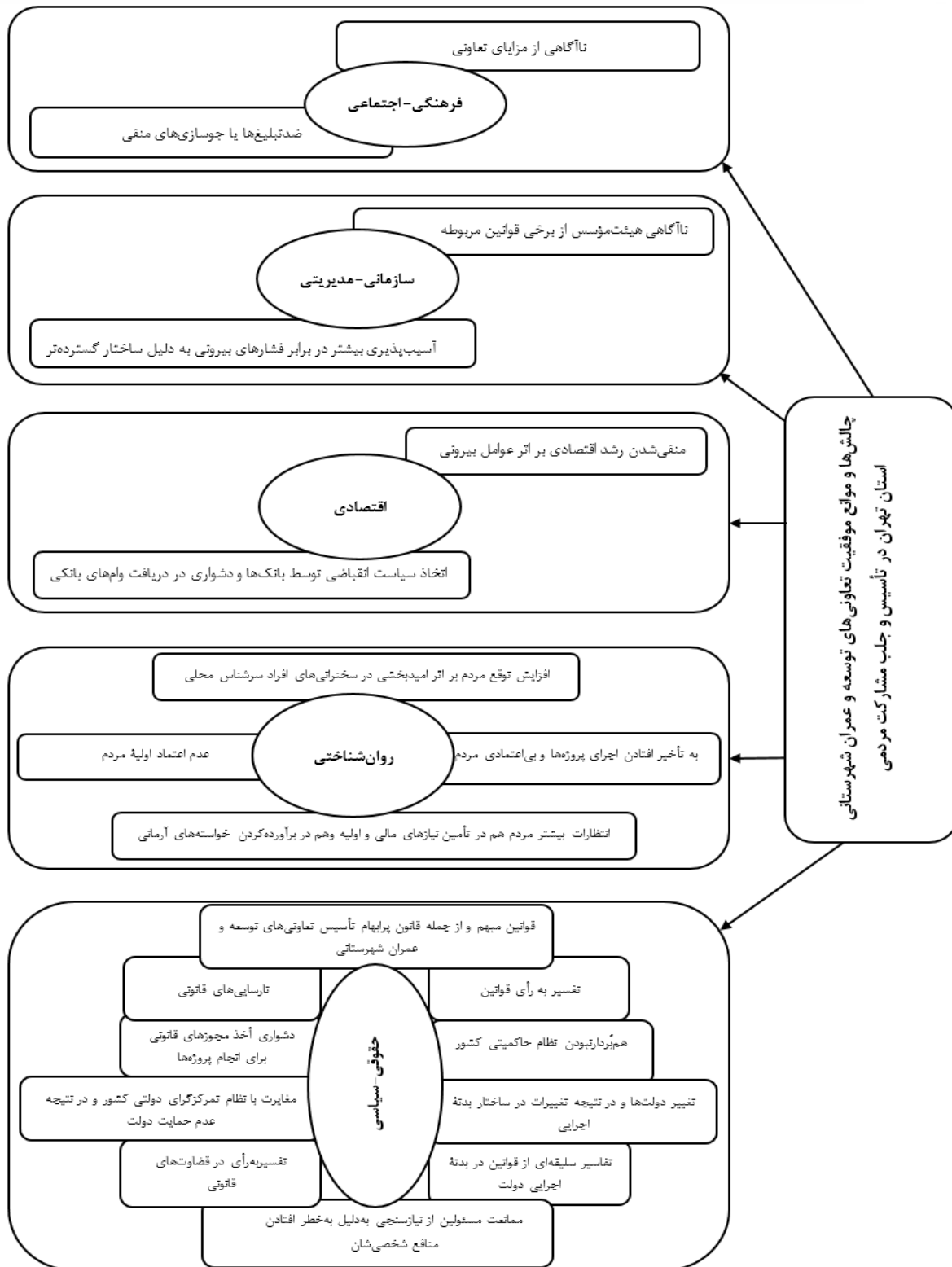
یکی دیگر از چالش‌هایی که به‌ویژه تعاونی توسعه و عمران شمیرانات با آن روبه‌رو بوده است، **ناآگاهی از برخی قوانین**، مثل برگرفتن آمار لازم برای تأسیس بر اساس آمار منتشره در مرکز آمار ایران، بوده است. اما مهم‌ترین چالش پس از تأسیس تعاونی‌ها، **دشواری اخذ مجوزهای قانونی برای انجام پروژه‌ها و تفاسیر سلیقه‌ای از قوانین در بدنه اجرایی دولت** است. همین موضوع موجب به تأخیر افتادن اجرای پروژه‌ها و بی‌اعتمادی مردم شده است. از سوی دیگر، همان‌طور که تبلیغات مؤثر می‌تواند اعتماد و مشارکت مردم را جلب کند، **ضدتبلیغ‌ها** یا به‌عبارتی **جوسازی‌های منفی** می‌توانند بی‌اعتمادی را رواج دهند و منجر به کاهش سرمایه اجتماعی تعاونی شوند؛ چنان‌که درباره پروژه شهر کفش اسلامشهر چنین اتفاقی افتاد؛ ولی با تدبیر مسئولین تعاونی اعتمادسازی مجدد انجام شد.

بنابراین بنا بر اذعان یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر، این تعاونی را نیز با وجود طرح‌های در دست اقدام، به‌ویژه طرحی برجسته که می‌تواند هم به کارآفرینی بینجامد و هم رفع نیاز و جلوگیری از مخاطرات را به‌همراه داشته باشد، نمی‌توان موفق قلمداد کرد. اما به نظر می‌رسد دلایل عدم توفیق آن بیشتر بیرونی است؛ بدین معنی که پروژه‌های تعریف‌شده، با وجود موافقت مسئولین رده‌بالا، در مرحله‌ای از روند دریافت مجوز در بدنه اجرایی متوقف شده‌اند. دلیل این امر به **نارسایی‌های قانونی** باز می‌گردد. **قوانین مبهم و از جمله قانون پرابهام تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی** که حتی ادارات دولتی را ملزم به حمایت از این تعاونی‌ها در واگذاری پروژه‌ها نکرده، بلکه به آنان اختیار داده است، امکان **تفسیر به‌رأی** را ایجاد کرده و همین موضوع، نظارت بر اجرای قوانین را نیز با مشکل مواجه کرده و تفسیر به‌رأی را در قضاوت‌های قانونی نیز وارد کرده است. علاوه بر ابهامات قانونی، به نظر می‌رسد **هم‌بُردار نبودن نظام**

حاکمیتی کشور نیز موجب کندشدن و منحرف‌شدن فرایند اجرای قانون شده است؛ برای مثال، ممکن است دولت قانون مصوب مجلس را برخلاف مصالح حزبی خود بداند و در عمل کردن به آن سستی کند.

علاوه بر این، تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، به‌ویژه اگر از نوع کارآفرین اجتماعی باشند، با نظام تمرکزگرای دولتی کشور مغایرت دارند و این مغایرت، از تمایل دولت به حمایت از تعاونی می‌کاهد. یکی دیگر از چالش‌های پیش روی این تعاونی‌ها تغییر دولت‌هاست که تغییرات در ساختار بدنه اجرایی را در پی دارد. به‌دلیل عدم شفافیت در قانون و امکان تفسیر به‌رأی، ممکن است مسئول جدید تشخیص دهد که فرایند طی شده برای مجوز فعالیت، ناقص یا نادرست است و باید از ابتدا و به‌نحوی دیگر انجام شود. ممانعت مسئولین از نیازسنجی به‌دلیل به‌خطر افتادن منافع شخصی‌شان نیز یکی دیگر از چالش‌های تعاونی‌هاست.

در نهایت آن‌که نباید سایر عوامل بیرونی مانند تحریم‌ها و شیوع کرونا که به‌طور کلی، رشد اقتصادی کشور را منفی کرده است و بر سیاست‌های داخلی کشور تأثیر گذاشته و موجب اتخاذ سیاست انقباضی توسط بانک‌ها و دشواری در دریافت وام‌های بانکی شده است را از نظر دور داشت. از دیگر چالش‌های این تعاونی‌ها این است که به‌دلیل تعداد اعضای بیشتر و حوزه موضوعی و جغرافیایی گسترده‌تر نسبت به سایر تعاونی‌ها، مردم انتظارات بیشتری هم در تأمین نیازهای مالی و اولیه و هم در برآورده کردن خواسته‌های آرمانی خود درباره منطقه سکونت‌شان از این تعاونی‌ها دارند. به‌دلیل همین ساختار گسترده‌تر نسبت به سایر تعاونی‌ها در صورت سوءمدیریت یا مدیریتی که تاب‌آوری لازم را نداشته باشد، در برابر فشارهای بیرونی آسیب‌پذیرتر هستند. جمع‌بندی چالش‌ها و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی در مدل ۳،۴ قابل مشاهده است.



مدل ۳،۴. چالش‌ها و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران در تأسیس و جلب مشارکت مردمی

(تنظیم: نگارندگان)

۵.۴. راهبردهای جلب مشارکت مردمی در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران

با توجه به فرصت‌ها و چالش‌های ذکرشده و عوامل و موانع موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی استان تهران راهبردهای جلب مشارکت در این تعاونی‌ها در پنج دسته فرهنگی-اجتماعی؛ حقوقی-سیاسی؛ سازمانی-مدیریتی، روان‌شناختی؛ و اقتصادی به شرح زیر خلاصه می‌شود. شایان ذکر است به دلیل اینکه عنوان پیشنهادی پژوهش از سوی اداره کل تعاون استان تهران بوده است و تنها یک تعاونی توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران تأسیس شده است، انجام راهبردهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی بدون انجام مقدمات زیربنایی ناممکن است؛ بنابراین، راهبردهای پیشنهادی از کارآفرینی اجتماعی فاصله دارند. علاوه بر این، بر اساس داده‌های پژوهش، بنیادهای توسعه که خود به ظاهر، ساختاری تعاونی دارند، ظرفیت چندانی برای کمک به تأسیس و فعالیت تعاونی‌ها ندارند که جلب مشارکت آن‌ها بتواند کمکی به تعاونی‌ها بکند. به همین دلیل، پیش از ارائه راهبرد برای جلب مشارکت این بنیادها، تجدیدنظر و ترمیم ساختار خود این نهادها ضروری به نظر می‌رسد تا بتوانند نقشی بیش از مشاوره و آموزش‌های محدود در حوزه تعاون داشته باشند.

۱.۵.۴. راهبردهای فرهنگی-اجتماعی

حسب یافته‌های پژوهش حاضر و در مجموع، می‌توان راهبردهای فرهنگی-اجتماعی را در چند راهبرد اصلی خلاصه کرد:

- (۱) آموزش و یادگیری مستمر و جمعی؛
- (۲) نهادینه‌سازی مشارکت اجتماعی از کودکی؛
- (۳) نیازسنجی و ظرفیت‌سنجی فرهنگی-اجتماعی؛
- (۴) آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی مخاطب‌محور.

مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی-اجتماعی که از جمله بر اساس پژوهش گریفیتس (۱۳۸۶) از ویژگی‌های بارز شرکت‌های کارآفرین اجتماعی تلقی می‌شود، آموزش و یادگیری مستمر و جمعی است. آموزش در تعاونی می‌تواند طیفی از آموزش‌های تئوری درباره لزوم تشکیل تعاونی، ضروریات تأسیس تعاونی، آموزش‌هایی درباره اصول تعاون و تأسیس تعاونی، آموزش‌های حقوقی، اقتصادی و مدیریتی و... تا آموزش‌هایی عمیق‌تر درباره باور به تعاون و فلسفه و ضرورت مشارکت اجتماعی را دربرگیرد (انصاری و همکاران، ۱۳۹۶؛ هاشمی و همکاران، ۱۳۹۴؛ امینی و رضانی، ۱۳۸۵؛ امینی و صفری شالی، ۱۳۸۱). در هر صورت، استمرار و به‌روزرسانی این آموزش‌ها از ضروریات آشکار است. شایان ذکر است آموزش حرفه‌ای از معیارهای اتحادیه بین‌المللی تعاون برای تشخیص تعاونی‌های موفق است (دارابی، ۱۳۹۷). این در حالی است که تنها تعاونی توسعه و عمران شهرستانی استان تهران، نه برای اعضا آموزشی ترتیب داده است و نه هیئت‌مدیره و مسئول دفتر تعاونی آموزشی در حوزه تعاون دیده‌اند. در جهت آموزش‌های مستمر، لازم است جلسات آموزشی در محل‌های اجتماع مردم محلی که

معمولاً مساجد و سراهای محله هستند، به صورت رایگان و دوره‌ای برگزار شود. اما پیش‌زمینه برگزاری این جلسات، جذب مردم به حضور در آن‌هاست که بهترین راه حل برای آن، شناسایی معتمدین محلی و قانع کردن آنان و سپس استفاده از نفوذ آنان در میان مردم است.

از علل عدم موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در جلب مشارکت مردمی این است که به طور کلی، ویژگی مشارکت اجتماعی در مردم ایران در سطح پائینی قرار دارد و کارشناسان معتقدند لازمه آن آموزش مشارکت و کار گروهی از کودکی است. آموزش و یادگیری، از عوامل بیرونی مؤثر بر مشارکت است که دیگر نیز بر آن تأکید می‌کند (فرهمند و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲). می‌توان گفت یکی از نمونه‌های موفق آموزش مشارکت کودکان در مسئولیت‌های اجتماعی، طرح همیار پلیس بود که شوق کودکان و خانواده‌ها را هم‌زمان برمی‌انگیخت. آموزش در دوران کودکی بهتر است در قالب تعریف پروژه‌های مشترک برای کودکان باشد که منافع تمامی آنان در به سرانجام رساندن صحیح آن قرار گیرد. در این فرایند، لازم است آموزگار، چگونگی تقسیم کار و منافع نهایی آن را به کودکان آموزش دهد. این پروژه‌های مشارکتی هم‌زمان می‌تواند بخشی از سایر دروس آن‌ها از جمله درس ریاضی و علوم اجتماعی و... باشد. در جریان این آموزش می‌توان خانواده‌ها را درگیر کرد و از این طریق، علاوه بر آموزش کودکان، خانواده‌های آن‌ها را نیز با مفهوم و مزایای مشارکت از طریق کودکان‌شان آشنا کرد. ابتدایی‌ترین شکل تعاونی می‌تواند به همین منظور در بوفه مدارس ترتیب داده شود. علاوه بر این، در این چهارچوب می‌توان پروژه‌های کارآفرینی تعاون محور برای کودکان ترتیب داد که ضمن آموزش مهارت‌های ابتدایی در تولید کاردستی‌های کاربردی، لذت کسب درآمد از طریق مشارکت اجتماعی را احساس کنند.

کارشناسان معتقدند آموزش‌های پس از کودکی، تنها می‌تواند آموزش‌هایی با موضوعاتی چون قوانین تعاون، نحوه تأسیس تعاونی، نحوه برگزاری و شرکت در مجامع عمومی، نحوه انتخاب هیئت‌مدیره و... را دربرگیرد (رستمی، ۱۴۰۰؛ شنه، ۱۴۰۰). گرچه ارائه این آموزش‌ها از ضروریات توفیق تعاونی‌هاست، عملی شدن مشارکت اجتماعی در سطحی دیگر، به نهادینه‌سازی و ایجاد باور به ارزشمندی آن در مردم نیاز دارد. از سوی دیگر، ترغیب مردم به مشارکت اجتماعی زمانی مؤثر است که اثرات عملی آن را ملاحظه کنند. مشارکتی که نتیجه آن سوءاستفاده قدرتمندان و ازدست رفتن اموال مشارکت‌کنندگان باشد، نتیجه‌ای جز افزایش بی‌اعتمادی و ازدست رفتن سرمایه اجتماعی نخواهد داشت. اعتماد اجتماعی در جلب مشارکت مردمی موضوعی بسیار حائز اهمیت است که در قسمت راهبردهای روان‌شناختی به آن بازخواهیم گشت.

از دیگر راهبردهای اجتماعی برای جلب مشارکت مردمی، مشارکت تعاونی‌ها در امور خیریه است؛ می‌توان گفت تأثیر این راهبرد بر اساس قاعده منفعت و در نظر گرفتن مزیت است که در نظریات مرتبط با مشارکت، جزو عوامل درونی مؤثر بر مشارکت تشخیص داده شده است (موسوی، ۱۳۸۵: ۳۰۶-۳۰۵)؛ چون بنا بر اعتقادات مذهبی و الگوهای شخصیتی مردم

۱. مصاحبه گروه پژوهش با حمداله رستمی در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۴۰۰.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با امید شنه در تاریخ ۱۶ آبان ۱۴۰۰.

ایران، مشارکت در امور خیر منفعت و مزیت معنوی دارد و منافع دنیوی و اخروی آن به مشارکت‌کننده بازمی‌گردد. این مشارکت چنان‌که در برخی از تعاونی‌های توسعه و عمران موفق کشوری هم اتفاق افتاده است (نک وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسکو، ۱۳۹۷ الف وب)، اگر از قالب‌هایی چون تهیه ارزاق فراتر رفته و در قالب کارآفرینی اجتماعی و ارائه مهارت‌های شغلی و سپس حمایت در تهیه مواد اولیه و سپس بازاریابی محصولات باشد، یقیناً اثری ماندگارتر و عمیق‌تر در جامعه خواهد گذاشت؛ البته لازمه چنین اقدامی نیازسنجی و توجه به ظرفیت‌ها و فرهنگ منطقه است. بنابراین، در اجرای تمامی پروژه‌ها توسط تعاونی‌ها، به‌ویژه پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی، انجام پژوهش‌های مردم‌شناسی و جامعه‌شناختی از پیش‌زمینه‌های ضروری به نظر می‌رسد؛ موضوعی که در کشورمان بسیار مغفول مانده است.

اما در سطحی خردتر، چنان‌که تجربه تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر نشان می‌دهد در برخی موارد، ناآگاهی مردم از مزایای مشارکت در تعاونی، آن‌ها را از مشارکت باز می‌دارد و تشریح آن نیاز به اطلاع‌رسانی از مسیرهای مختلف مستقیم و غیرمستقیم دارد. در این فرایند آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی لازم است شرایطی چون امکانات و سطح سواد اقشار مختلف جامعه در نظر گرفته شود؛ برای مثال، همه مردم دسترسی به تلفن همراه هوشمند ندارند یا روش استفاده از آن را نمی‌دانند تا بتوان از طریق شبکه‌های مجازی به آن‌ها اطلاع‌رسانی کرد، یا اینکه همه مردم دسترسی به اینترنت ندارند یا روش استفاده از آن را نمی‌دانند. بنابراین، روش‌های دیگری چون استفاده از سامانه پیامکی می‌تواند تأثیرگذارتر باشد.

در حوزه تبلیغات و آگاهی‌بخشی، بهتر است اولین گام را دولت و از طریق تهیه برنامه‌های تلویزیونی درباره مزایای عضویت در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، به‌طور کلی، بردارد و سپس تبلیغات محلی نیز با توجه به فرهنگ محلی طراحی شود. گرچه استفاده از روش‌هایی چون تبلیغات بصری در مناطق کلیدی شهرستان می‌تواند مفید باشد، به نظر می‌رسد روش‌هایی چون اطلاع‌رسانی از طریق تشکلهای صنفی و اتحادیه‌ها، سخنرانی معتمدین محلی، از جمله امام جمعه شهرستان و توصیه افراد مورداعتماد مردم، اثرگذاری بیشتری دارد. برای مثال، جلب مشارکت مردمی در طرح شهر کفش در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر، از طریق اطلاع‌رسانی به مسئولین اتحادیه کیف و کفش شهرستان و از طریق آن‌ها به اعضای اتحادیه بوده است. اما، بر اساس گفت‌وگوهای انجام‌شده با مسئولین تعاونی‌ها، مهم‌ترین عامل در اطلاع‌رسانی، روابط زنجیره‌ای خود مردم است که در علم بازاریابی با عنوان «تبلیغات دهان‌به‌دهان» از آن یاد می‌شود. این موضوع، نشان‌دهنده اهمیت سرمایه اجتماعی در جلب مشارکت مردمی به‌طور کلی، و در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، به‌طور خاص دارد.

۲.۵.۴. راهبردهای حقوقی-سیاسی

حسب یافته‌های پژوهش حاضر و در مجموع، راهبردهای حقوقی-سیاسی را می‌توان در چند عنوان خلاصه کرد:

(۱) ابهام‌زدایی از قوانین؛

۲) اصلاح زیرساخت‌های قانونی؛

۳) مداخله محدود و حمایتی دولت در امور تعاونی‌ها؛

۴) به حداقل رساندن وابستگی تعاونی‌ها به سیستم دولتی و به‌ویژه دولت مرکزی؛

۵) حمایت و آسیب‌سنجی و نظارت بر عملکرد چند تعاونی به‌عنوان پایلوت.

می‌توان گفت مهم‌ترین چالشی که تمامی منابع داده شفاهی به آن اشاره کردند، عدم حمایت دولت و به‌ویژه بدنه اجرایی دولت است. تا زمانی که در قانون، عبارات مبهم و قابل تفسیر سلیقه‌ای اصلاح نشود، بیشتر انرژی مسئولین تعاونی صرف اثبات حقوق خود می‌شود تا اینکه به ایده‌های خلاقانه که لازمه کارآفرینی اجتماعی است، بیندیشند. علاوه بر این، قانون ناقص، ریسک فعالیت‌هایی چون کارآفرینی اجتماعی را افزایش می‌دهد و بدین ترتیب، مسئولین تعاونی به پروژه‌هایی مانند مشارکت در ساخت مسکن رو می‌آورند که از سویی، از سودآوری آن اطمینان بیشتری دارند و از سوی دیگر، به دلیل اینکه با نیاز اولیه مردم سروکار دارد، بیشتر می‌تواند مشارکت مردمی را جلب کند. بنابراین، در بُعد حقوقی مهم‌ترین راهبرد، رفع ابهام از قوانین است. چنان‌که پیش از این گفته شد، بخشی از مشکل تعاونی‌ها در اخذ مجوز، به علت ابهام در قوانین و تفسیر سلیقه‌ای از قوانین توسط بدنه اجرایی دولت است و با رفع ابهام از قوانین به رفع مشکل اخذ مجوزها نیز تا حدودی کمک می‌شود.

راهبرد دیگر، به حداقل رساندن وابستگی تعاونی‌ها به سیستم دولتی و به‌ویژه دولت مرکزی است که یک بُعد آن وابستگی در دریافت مجوزهاست؛ چون این وابستگی موجب افزایش بوروکراسی اداری و طولانی شدن فرایند اخذ مجوز می‌شود. علاوه بر این، در شرایطی که دولت تحت تأثیر عوامل مختلفی چون تحریم و شیوع بیماری کرونا و اختلاس‌های پی‌درپی با مشکلات اقتصادی شدیدی دست‌وپنجه نرم می‌کند، بهتر است اتکای تعاونی‌ها به دولت، روزبه‌روز کمتر شود و بر جلب مشارکت مردمی سرمایه‌گذاری کنند. البته دولت و مقامات محلی نیز باید مداخله خود در تعاونی‌ها را در سطح حمایتی حفظ کنند و برای مثال، در تعیین اعضای هیئت‌مدیره و ساختار تعاونی مداخله نکنند که این امر ثبات مدیریتی تعاونی‌ها را از بین می‌برد؛ چون لازم است تمامی مسئولین محلی را راضی نگه‌دارند.

علاوه بر این، با وجود اینکه برای اجرای این راهبرد، باید پیش از تأسیس ۱۲۲ تعاونی توسعه و عمران شهرستانی در کشور، اقدام می‌شد، با توجه به اینکه در استان تهران هنوز تنها یک تعاونی تأسیس شده وجود دارد، بهتر است بر اساس تجارب موفق جهانی، به جای اقدام برای تأسیس شتاب‌زده تعاونی‌ها و صرفاً افزایش تعداد آن‌ها، از چند نمونه در حال رشد، به عنوان پایلوت، در چند مرحله، حمایت همه‌جانبه و آسیب‌شناسی و رفع آسیب‌ها صورت گیرد تا موجب الگوسازی برای سایر شهرستان‌ها و ترغیب مردم سایر شهرستان‌ها به مشارکت شود. برای مثال، حمایت از تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر، به عنوان تنها تعاونی تأسیس شده، به‌ویژه در پروژه کارآفرینانه شهر کفش و الگو قراردادن آن برای سایر شهرستان‌ها می‌تواند اقدامی تبلیغی قلمداد شود.

۳.۵.۴. راهبردهای سازمانی-مدیریتی

حسب یافته‌های پژوهش حاضر و در مجموع، راهبردهای سازمانی-مدیریتی را می‌توان در این عبارات خلاصه کرد:

- (۱) استفاده از مدیران با تجربه و دانش در حوزه تعاون؛
- (۲) بهره‌گیری از مدیران دارای حسن شهرت در منطقه؛
- (۳) به‌کارگیری مدیران با انگیزه و آگاه به نیازها و ظرفیت‌های منطقه؛
- (۴) شفافیت عملکرد مدیران و حمایت آن‌ها از خلاقیت و نوآوری؛
- (۵) مدیریت مشارکتی، شبکه‌سازی و تصمیم‌گیری دموکراتیک.

با توجه به ادبیات تجربی بررسی‌شده (برای نمونه نک: هاشمی و همکاران، ۱۳۹۳) و راهبردهای شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر می‌توان گفت یکی از راهبردهای سازمانی-مدیریتی، انتخاب مدیری با سوابق تجربی در شرکت‌های تعاونی یا ارتقای سطح دانش او در این زمینه یا دست‌کم، بهره‌گیری از مشاورین امین در این حوزه است. علاوه بر این، حسن شهرت در منطقه و دارا بودن شناخت از مسائل و ظرفیت‌ها و فرهنگ و نیازها و انتظارات مردم منطقه در موفقیت ساختار مدیریتی تعاونی، اعم از مدیر و هیئت‌مدیره، تأثیر بسزایی دارد.

سایر راهبردهای مدیریتی-سازمانی که در ادبیات تجربی پژوهش هم بعضاً به آن‌ها اشاره شده است، می‌توانند بدین قرار باشند: بهره‌گیری از پیشنهادات اعضا برای تعریف پروژه‌های جدید؛ تشکیل کارگروه‌های تخصصی با مشارکت اعضا برای مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و حمایت از طرح‌های نوآورانه اعضا (حاتمی‌کیا و همکاران، ۱۳۹۷؛ فلوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ یعقوبی و نجف‌لو، ۱۳۸۶)، تصمیم‌گیری دموکراتیک مبتنی بر رأی اکثریت درباره پروژه‌ها؛ کوچک کردن ساختار تعاونی؛ پاسخ‌گوبودن مدیران؛ و شفافیت در عملکرد مدیران. انگیزه‌داشتن و باور به اصول تعاون، انعطاف‌پذیری، فعالیت دغدغه‌مندانه، ارتباط مداوم و مستقیم با مردم، حضور منظم در تعاونی و عملکرد شفاف، و گزارش‌های متناوب به اعضا از سایر ویژگی‌های ساختار مدیریتی موفق تعاونی است.

برای مثال، فرایند تصمیم‌گیری در تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر بدین ترتیب است: پیشنهاد طرح از سوی اعضای عادی تعاونی یا اعضای هیئت‌مدیره؛ بررسی کارشناسی برای تعیین امکان‌پذیری، سوددهی، برنامه‌ریزی گام‌به‌گام و...؛ تهیه پیشنهاد کارشناسی؛ تأیید هیئت‌مدیره بر اساس وضعیت تعاونی و پروژه؛ تخمین میزان مشارکت مردم بر اساس شناختی که از آنان دارند؛ و سپس ورود به فاز اجرایی و جذب مشارکت و اخذ مجوزهای قانونی بر اساس اکثریت آرای هیئت‌مدیره. در این فرایند، مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که در موفقیت طرح، تأثیرگذار به نظر می‌رسد، بهره‌گیری از نظر متخصصان و برنامه‌ریزی کارشناسی، تصمیم‌گیری دموکراتیک و تصمیم‌گیری بر اساس شناخت هیئت‌مدیره از مردم و مشارکت‌دادن

مردم در پیشنهاد پروژه‌هاست. در حوزه شفافیت عملکرد، در تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر نیز برای مثال، در جلساتی اسناد فعالیت‌های انجام‌شده در فرایند طرح به مردم ارائه شده تا اعتمادسازی شود.

راهبرد سازمانی دیگر، شبکه‌سازی است. شبکه‌سازی بین کسب‌وکارهای ایجادشده در تعاونی، با بازار فروش اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چون ریسک فعالیت‌های تولیدی را کاهش می‌دهد و علاوه بر این، برای تمامی مردم شهرستان صرفه اقتصادی ایجاد می‌کند. شبکه‌سازی می‌تواند بین تعاونی‌های مختلف موجود در یک شهرستان، شبکه‌سازی بین تعاونی‌های شهرستان‌های مختلف استان و کشور و شبکه‌سازی بین تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی باشد که مورد آخر اتفاق افتاده است. بررسی این شبکه که در گروه واتس‌آپی توسعه و عمران ایران اسلامی، (۱۴۰۰) ایجاد شده است، حاکی از مشارکت جمعی و تبادل تجربیات تعاونگران برای حل مسائل تعاونی‌ها است.

گرچه دولت نیز با ایجاد یا حضور در پلتفرم‌ها و مجموعه‌هایی چون «مِنتا» در تلاش برای شبکه‌سازی است، این پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌سازی خودجوش تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی، با استقبال بیشتری روبه‌رو بوده است. بنا بر گفته برخی از مشارکت‌کنندگان پژوهش، این می‌تواند به دلیل بی‌اعتمادی به نهادهای مکمل باشد. چه آن‌که در مصاحبه با مسئولین تعاونی‌ها، این بی‌اعتمادی و شکایت از عدم حمایت نهادهای تسهیلگر مختلفی چون بنیاد توسعه کارآفرینی و تعاون، خانه تعاونگران ایران، اتاق تعاون و... مشهود است. بنابراین، به نظر می‌رسد انبوه نهادهای مکمل و تسهیلگر نتوانسته‌اند در موفقیت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نقشی داشته باشند. چرایی این موضوع، پژوهشی دیگر می‌طلبد.

۴,۵,۴. راهبردهای روان‌شناختی

حسب یافته‌های پژوهش حاضر و در مجموع، راهبردهای روان‌شناختی را می‌توان ناظر به جلب اعتماد مردم به روش‌های مختلف ذیل دانست:

(۱) حسن شهرت نظام مدیریتی تعاونی؛

(۲) تعامل نزدیک نظام مدیریتی تعاونی با مردم؛

(۳) ویژگی‌های شخصیتی اعتمادساز نظام مدیریتی تعاونی؛

(۴) موفقیت پروژه‌های تعریف‌شده و فعالیت‌های اجراءشده توسط تعاونی.

ظرفیت‌های هر منطقه، سرمایه‌های آن منطقه است و بخشی از این ظرفیت‌ها، سرمایه‌های انسانی است. سرمایه‌هایی که از طریق مردم می‌تواند به تعاونی‌ها منتقل شود، نه تنها سرمایه‌های اقتصادی در خرید سهام، بلکه تخصص‌هایی است که می‌توانند در قالب کارآفرینی اجتماعی، بستری برای خلق سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی خلق کنند. اما اولین گام

برای فعال شدن این سرمایه‌های انسانی و جلب مشارکت مردمی، جلب اعتماد آنان است. سیستم برنامه‌ریزی متمرکز کشور و غلبه نوع نگاه برنامه‌ریزی از بالا به پایین و نیز عدم گفت‌وگو بین تصمیم‌گیرندگان و مردم و سوءاستفاده‌های اقتصادی مدیران، از جمله مدیران تعاونی‌ها، به‌ویژه در دهه اخیر موجب افول اعتماد اجتماعی به‌عنوان سرمایه‌ای اجتماعی در جامعه ایران شده است (دباغی، ۱۴۰۰؛ رستمی ۱۴۰۰). چنان‌که در نظریات مربوط به اعتماد نهادی نیز تأیید می‌شود، یکی از موانع اعتماد به نهادهای واسط و مدنی و شبکه روابط اجتماعی، بی‌اعتمادی شهروندان به سطوح کلان اجتماعی است (موسوی، ۱۳۸۵: ۸۹-۸۸).

بنا بر تحلیل برخی از مشارکت‌کنندگان پژوهش، همین موضوع موجب شده عنوان «تعاونی»، سوءاستفاده‌های اقتصادی را به ذهن مردم متبادر کند و از عضویت در آن گریزان باشند. لذا پیشنهاد می‌دهند که اگر واژه «تعاونی» از عنوان این شرکت‌ها برداشته شود، مردم مانند شرکت‌های خصوصی با این شرکت‌ها تعامل می‌کنند. گرچه صحت این موضوع که آیا چنین راهبردی مؤثر است یا خیر، پژوهشی دیگر می‌طلبد، این موضوع که سوءسابقه تعاونی‌های گذشته موجب سلب اعتماد مردم به شرکت‌های تعاونی شده است، با توجه به نتایج پژوهش‌های پیشین، قابل پذیرش است (برای نمونه نک: Birchall, 1999)؛ به‌ویژه این موضوع که تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی به‌صورت دستوری ایجاد شده‌اند و در تعیین هیئت‌مدیره آن‌ها در مواردی، مسئولین وابسته به دولت نیز دخالت می‌کنند، بی‌اعتمادی و گریز از مشارکت در مردم تشدید می‌شود (آماده، ۱۴۰۰).^۳

اما چه عواملی موجب جلب اعتماد مردم به تعاونی‌ای چون تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر شده که بنا بر گفته یکی از اعضای هیئت‌مدیره آن، میزان مشارکت مردمی در آن را بدون تبلیغ به حد اکثر رسانده است؟ به نظر می‌رسد دو عامل حسن شهرت هیئت‌مدیره و مدیرعامل تعاونی و ارتباط نزدیک آنان با مردم بوده است. این ارتباط به‌حدی بی‌واسطه است که بنا بر گفته یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی، اغلب مردم شهرستان، شماره تلفن اعضای هیئت‌مدیره را دارند. او مردم شهرستان اسلامشهر را مثل خانواده‌ای می‌داند که با یکدیگر و با مسئولین تعاونی در تعامل‌اند. این اعتماد اجتماعی از عوامل موفقیت تعاونی است؛ چنان‌که پژوهش وکیل‌الرعا و همکاران وی (۱۳۹۹) نیز تأیید می‌کند که تعاملات اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های توسعه و عمران شهرستانی با رویکرد کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار است. به باور فوکویاما احتمالاً اعتماد اجتماعی ریشه در تعامل دارد (Driedger & Peters, 1977: 159). بنابراین، یکی از مهم‌ترین راهبردهای روان‌شناختی، انتخاب نظام مدیریتی‌ای است که در تعامل نزدیک و بی‌واسطه با مردم باشند و با آرامش با آن‌ها برخورد

۱. مصاحبه گروه پژوهش با حمیده دباغی در تاریخ ۶ بهمن ۱۴۰۰.

۲. مصاحبه گروه پژوهش با حمداله رستمی در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۴۰۰.

۳. مصاحبه گروه پژوهش با حمید آماده در تاریخ ۱۸ آبان ۱۴۰۰.

کنند. علاوه بر این، در میان مردم، حسن شهرت داشته باشند و از سوی دیگر خودشان شناخت لازم از فرهنگ مردم و حساسیت‌های فرهنگی آنان را داشته باشند.

می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در جلب اعتماد مردم به عنوان سرمایه‌ای اجتماعی، آرامش و اخلاق مدار بودن کارکنان تعاونی است؛ برای مثال، در مورد جوسازی‌ها علیه پروژه شهر کفش، توضیحات شفاف و آرامش بخش نظام مدیریتی و مسئول دفتر تعاونی اسلامشهر، اعتماد مردم را مجدداً جلب کرد. علاوه بر این، ظاهراً آگاهی بخشی توأم با آرامش مسئول دفتر تعاونی، موجب شد اعضای که به دلیل عضویت اجباری، تقاضای عدم عضویت داشتند، خودخواسته عضو تعاونی شوند.

از جمله عوامل اعتمادساز دیگر، مشاهده عملکرد و فعالیت بانگیزه و منظم اعضای نظام مدیریتی تعاونی می‌تواند باشد. ویژگی‌های شخصی و شخصیتی و مدیریتی مدیر از جمله مسئولیت‌پذیری، تعهد مدیران، حس همکاری و تلاش سرسختانه از ویژگی‌های دیگر کارکنان تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر است که می‌توان آن‌ها را از عوامل جلب مشارکت مردمی قلمداد کرد؛ چنان‌که مروری بر ادبیات تجربی پژوهش نیز این تأثیر را در تعاونی‌های کارآفرین موفق تأیید می‌کند (ارنیتا و رزی، ۲۰۱۴؛ هاشمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ هاشمی و همکاران، ۱۳۹۱). به علاوه، چنان‌که امینی و رضانی (۱۳۸۵) نیز در پژوهش خود نتیجه گرفته‌اند، داشتن سوابق در بخش تعاون نیز بر موفقیت تعاونی اثرگذار است؛ یکی از دلایل آن بنا بر گفته مسئولین تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر، این است که این سابقه و حسن شهرت در ادارات و سازمان‌های مختلف، می‌تواند موجب همکاری بیشتر سازمان‌های ذی‌ربط با مدیر تعاونی شود. اجرایی‌شدن وعده‌ها و پروژه‌های تعریف‌شده پیشین نیز می‌تواند از عوامل جلب اعتماد و مشارکت مردمی باشد. موضوعی که بنا بر اذعان یکی از اعضای هیئت‌مدیره تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر، با سنگ‌اندازی‌های مکرر بدنه اجرایی دولت محقق نمی‌شود و در نتیجه سرمایه اجتماعی تعاونی‌ها را از بین می‌برد.

۵.۵.۴. راهبردهای اقتصادی

حسب یافته‌های پژوهش حاضر و و در مجموع، راهبردهای اقتصادی را می‌توان در این عبارات خلاصه کرد:

- (۱) کاهش هزینه‌ها؛
- (۲) اتکاء بر مشارکت مردمی؛
- (۳) سرمایه‌گذاری در پروژه‌های تولیدی؛
- (۴) تکمیل زنجیره تولید و بازاریابی محصولات؛
- (۵) بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری سهام‌داران غیرعضو.

یکی از مهم‌ترین مشکلات تعاونی‌ها تأمین سرمایه است. اولین گزینه‌ای که در این راستا به فکر مدیران تعاونی‌ها می‌رسد، استفاده از وام‌های بانکی است. وام‌هایی که علاوه بر مشکلات متعددی که بر سر راه دریافت آن‌ها وجود دارد، در بازپرداخت هم تعاونی‌ها را با مشکل روبه‌رو می‌کند. این در حالی است که پژوهش همپور (۱۳۹۳) نشان می‌دهد از میان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی در تعاونی موفق روستایی «شباهنگ» شهریار حمایت بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری در پایین‌ترین اولویت بوده است. بنا بر گفته مدیرعامل تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر نیز، این تعاونی تاکنون هیچ وامی دریافت نکرده است. این امر دو علت دارد: یکی اتکا بر مشارکت مردمی که بر پایه سرمایه اجتماعی شکل گرفته است و دیگری سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولیدی. کارآفرینی اجتماعی می‌تواند بهترین گزینه برای بهره‌گیری از سرمایه‌های انسانی و ظرفیت‌های محلی و سرمایه اجتماعی برای ایجاد سرمایه اقتصادی و هم‌زمان، منافع اجتماعی باشد. تجربه تعاونی‌های موفق توسعه و عمران شهرستانی این موضوع را تأیید می‌کند. فعال کردن ظرفیت نیروی انسانی زنان با ایجاد مشاغل مانند تولید محصولات غذایی خانگی، مولدسازی زمین‌های بلااستفاده و پرورش گیاهان دارویی و زینتی، تولید خانگی پارچه‌های دست‌باف و... می‌تواند راهکارهایی باشند که سرمایه‌های خرد مردمی را در جهت توسعه محلی به جریان می‌اندازند. کمک به بازاررسانی محصولات تولیدی و کشاورزی از روش‌هایی است که به دلیل کاهش هزینه‌ها برای مصرف‌کنندگان و ایجاد سهولت عرضه برای تولیدکنندگان، هم می‌تواند به جلب مشارکت کمک کند، هم برای تعاونی ارزش افزوده به‌همراه داشته باشد. از روش‌های دیگر کاهش هزینه، کاهش تعداد کارکنان غیرضروری و به‌جای آن بهره‌گیری از تعداد کارکنان ماهرتر و استفاده از مشاوره کارشناسان متخصص در زمینه‌های مختلف است.

راهبرد دیگر، تعریف دو نوع سهام‌دار عضو و غیرعضو در تعاونی‌هاست. طبق موضوع ماده ۱۰ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، تعاونی‌ها می‌توانند در بدو تأسیس یا در زمان افزایش سرمایه، ۴۹ درصد، سهام‌دار غیرعضو داشته باشند. در بندهایی از اساسنامه تأسیس تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی نیز به موضوع سهام‌دار غیرعضو پرداخته شده است؛ بنابراین منع قانونی برای استفاده از این ظرفیت در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی وجود ندارد. بهره‌گیری از ظرفیت سهام‌داران غیرعضو به‌ویژه در تعاونی‌های کارآفرین می‌تواند راهبرد بسیار مناسبی باشد. تفاوت سهام‌داران عضو با غیرعضو در این است که سهام‌داران غیرعضو حداکثر تا ۳۵ درصد کل آراء حق رأی و تصدی کرسی‌های هیئت‌مدیره را دارند. سهام‌داران غیرعضو افرادی هستند که تمایلی به پذیرش ریسک ندارند و پس از اینکه پروژه مراحل مقدماتی، مانند اخذ مجوز و... را طی کرد و به مرحله آغاز اجرای پروژه رسید، وارد می‌شوند و در تأمین نقدینگی کمک می‌کنند.

با توجه به آنچه ذکر شد، راهبردهای جلب مشارکت مردمی در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در مدل ۴،۴ خلاصه می‌شود:



مدل ۴.۴. راهبردهای جلب مشارکت مردمی در تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران

(تنظیم: نگارندگان)

۶,۴. محدودیت‌های پژوهش

در پایان، لازم به اشاره است که پژوهش حاضر نیز همانند سایر پژوهش‌ها در مسیر خود با محدودیت‌ها و موانعی روبه‌رو بود که بسیاری از آن‌ها قابل رفع نبودند. از مهم‌ترین مسائلی که در جریان پژوهش روی نمود، این بود که مشخص شد تنها یک تعاونی توسعه و عمران شهرستانی در استان تهران وجود دارد که این تعاونی هم هنوز نتوانسته است فعالیت چشمگیری داشته باشد. علاوه بر این، بنیادهای توسعه هم نتوانسته‌اند ساختاری پایدار و قابل اتکا داشته باشند که بتوان به جلب مشارکت آنان امید بست. بنابراین، مشخص شد که موضوع و عنوانی که اداره کل استان تهران پیشنهاد کرده و پژوهشگران این تحقیق در تعیین آن نقش چندانی نداشته‌اند، نیاز به پژوهش‌های زمینه‌ای داشته است. با وجود این، پژوهشگران در حد بضاعت و متناسب با محدودیت‌های زمانی و مالی پژوهش، تلاش کردند این خلاء را نیز پوشش دهند. البته همین خلاء موجب شد که برخی از مصاحبه‌شوندگان همکاری لازم را با پژوهشگران نداشته باشند؛ چون طرح چنین موضوعی را غیرمنطقی می‌دانستند. افزون بر این و با وجود آن که برای تکمیل تحقیق بهتر می‌بود اگر مضمون‌های برگرفته از داده‌های این مطالعه کیفی در چهارچوب یک پژوهش کمی نیز ارزیابی، وزن‌دهی و اعتباربخشی شوند، اما با توجه به محدودیت‌های زمانی و مالی ذکرشده، و با توجه به این که از ابتدا، روش کار «کیفی» تعیین شده بود، چنین امری محقق نشد و پیشنهاد می‌شود که انجام آن به عنوان یک طرح پژوهشی مستقل، در دستور کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران قرار گیرد. به علاوه، محدودیت‌های ناشی از شیوع ویروس کرونا، امکان بسیاری از بازدیدهای میدانی و انجام مصاحبه‌های حضوری و نیز دسترسی به برخی منابع مکتوب و اسناد را از پژوهشگران سلب کرد.

۷,۴. پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

با توجه به نتایج پژوهش و جمع‌بندی ارائه‌شده در این فصل، علاوه بر راهبردهای کاربردی پیشنهادی، انجام پژوهش‌هایی با موضوعات زیر پیشنهاد می‌شود:

- نیازسنجی و ظرفیت‌سنجی شهرستان‌های استان تهران در ابعاد مختلف اعم از فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، جغرافیایی؛
- بررسی وضعیت اعتماد اجتماعی و روش‌های افزایش آن در شهرستان‌های استان تهران؛
- بررسی ساختار و کارکرد بنیادهای توسعه در کشور و لزوم اصلاحات زیربنایی در آن‌ها؛
- بررسی و اقدام پژوهی روش‌های نهادینه‌سازی مشارکت اجتماعی در نظام آموزشی کشور؛
- بررسی الزامات زیرساختی برای بهره‌گیری تعاونی‌ها از کارآفرینی اجتماعی برای جلب مشارکت مردمی.

منابع

- ابراهیمی، عبدالحمید؛ طاعتی، آرام؛ مهدیه، امید؛ و کنعانی، علی (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر ارتقای مشارکت اعضا در اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مصرف». *مجله تعاون و کشاورزی*، ۲۱ (۲): ۱۵۳-۱۲۹.
- اداره ثبت (۱۳۹۴). آگهی تأسیس؛ ثبت‌شده در تاریخ ۱۳۹۴/۱۰/۳۰. قابل دسترسی در وب‌گاه روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران؛ به آدرس <https://www.rrk.ir/News/ShowOldNews.aspx?Code=12615283>.
- ازکیا، مصطفی؛ زنجانی، حبیب‌الله؛ برگمدی، هادی؛ و سیدمیرزایی، سیدمحمد (۱۳۹۳). «بررسی سطح توسعه اجتماعی در شهر تهران». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۶ (۴): ۲۱-۷.
- احدیان، سینا (۱۳۹۹). پرونده ویژه «بورس بازی» / بخش نوزدهم؛ «مپنا» تک فرزند صندوق پروژه در بازار سرمایه / وزیر اقتصاد به وعده بورسی خود عمل نکرد. ۱۹ مهر ۱۳۹۹. کد خبر: ۸۸۱۸۹۹؛ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶؛ به آدرس snn.ir/003hQB.
- اخترمحقق، مهدی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی تعاون. تهران: مهدی اخترمحقق.
- اساس‌نامه نمونه تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی (۱۳۹۱)؛ مصوب ۱۳۹۱/۰۸/۲۴. قابل دسترسی در وب‌گاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ به آدرس https://www.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2014/01/35547_orig.pdf.
- اسماعیلی، وحیده (۱۳۹۹). تعاونی توسعه و عمران شهرستان، ظرفیتی که عملیاتی نشد. پایگاه تحلیل-خبری مرور؛ ۲۷ شهریور ۱۳۹۹. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۱؛ به آدرس <https://zaya.io/5sgqk>.
- اصلاح ماده ۵ قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (۱۳۹۹)؛ اعلام وصول در تاریخ ۱۳۹۹/۰۵/۲۹. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/1634570.
- اعظمی، موسی؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ و موسوی، عفت (۱۳۹۱). «عوامل سازمانی مؤثر بر سطح کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان همدان». *مجله تعاون و کشاورزی*، ۲۳ (۱۰): ۱۰۰-۷۵.
- اعظمی، موسی؛ یعقوبی فراهانی، احمد؛ موسوی، عفت؛ و پیرمرادی، امیرحسین (۱۳۹۳). «توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها». *مجله کارآفرینی در کشاورزی*، ۱ (۱): ۱۸-۱.
- افضلیان سلامی، موسی؛ زمانی‌مقدم، مسعود؛ و صالحی، اسماعیل (۱۳۹۷). «بررسی مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهرستان خواف». *مجله مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان*، ۱۳ (۲): ۴۶-۷.
- امدادی، افروز؛ محبوبی، محمدرضا؛ و عبدالله‌زاده، غلامحسین (۱۳۹۷). «آسیب‌شناسی تعاونی‌های توسعه روستایی در راستای تدوین راهبردهای توسعه کارآفرینی». *مجله کارآفرینی در کشاورزی*، ۵ (۱): ۷۶-۶۱.
- امینی، امیرمظفر؛ و رضانی، مسعود (۱۳۸۵). «ارزیابی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغ‌داران گوشتی استان تهران». *مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۱۴ (۵۵): ۹۸-۶۷.

- امینی، امیرمظفر؛ و صفری شالی، رضا (۱۳۸۱). «ارزیابی تأثیر آموزش در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران». *مجله علوم آب و خاک*، ۶ (۲): ۲۷-۱۷.
- امینی، امیرمظفر؛ همدانی علی‌زینل؛ و رضانی، مسعود (۱۳۸۷). «ارزیابی مهم‌ترین مؤلفه‌های درون سازمانی در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران». *مجله علوم آب و خاک*، ۱۲ (۴۳): ۲۹۵-۲۸۵.
- اینستاگرام شرکت تعاونی توسعه و عمران شمیرانات (۱۳۹۹). تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱؛ به آدرس <https://www.instagram.com/p/CDn6ZuwAMWs>.
- انصاری، حمید؛ جورابلو، مهران؛ پورافکاری، نصرالله؛ و هاشمیان‌فر، سیدعلی (۱۳۹۴). «بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مشارکت اعضای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی و مقایسه آن با تعاونی‌های تولیدی صنعتی در استان تهران». *مجله تعاون و کشاورزی*، ۴ (۱۳): ۷۳-۹۸.
- آزادارمکی، تقی؛ مبارکی، مهدی؛ و شهبازی، زهره (۱۳۹۱). «بررسی و شناسایی شاخص‌های کاربردی توسعه اجتماعی». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۱ (۱): ۳۰-۷.
- آل داوود، سیدجواد (۱۳۹۹). *استاندار تهران: ۷۵ درصد اقتصاد کشور دولتی است*. خبرگزاری ایرنا؛ ۱۹ شهریور ۱۳۹۹. کدخبر: ۸۴۰۳۳۳۳۲؛ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۶؛ به آدرس www.irna.ir/news/84033232.
- آمدی، اقدس؛ و حسینی‌نیا، غلامحسین (۱۳۸۷). «نقش تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی (مطالعه موردی تعاونی‌های کشاورزی تهران)». *مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱ (۴): ۸۱-۷۱.
- آیین‌نامه شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان و کارگروه‌های تخصصی (۱۳۸۴)؛ مصوب ۱۳۸۴/۰۵/۱۰. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/124040>.
- بابایی‌فرد، اسدالله (۱۳۸۹). «توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران». *مجله رفاه اجتماعی*، ۱۰ (۳۷): ۵۶-۷.
- باشگاه خبرنگاران جوان (۱۳۹۳). *فرهادی در جلسه شورای اداری شهرستان تهران خبر داد: تأسیس شرکت توسعه عمران تهران/ آغاز پذیره‌نویسی در بانک توسعه تعاون*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰؛ به آدرس <https://www.yjc.news/00LU13>.
- باقری زنوز، بهارک؛ و علمی، محمود (۱۳۸۸). «سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی؛ نشانه‌های آسیب‌شناختی روابط اجتماعی در ایران». *مجله مطالعات جامعه‌شناختی*، ۲ (۵): ۱۳۸-۱۲۵.
- بنیاد تعاون و توسعه کارآفرینی زنان ایران (بی‌تا). بنیاد تعاون و توسعه کارآفرینی زنان ایران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس https://t.me/s/bonyad_tavon_zanan?before=429.
- بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان، (بی‌تا). بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <https://foundationed.ir/about>.
- بنیاد توسعه مدیریت امید فدائی‌منش (بی‌تا). معرفی گروه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <http://www.fadaeimanesh.com/page/about>.
- بنیاد توسعه دانشگاه علم و فرهنگ (بی‌تا). اساسنامه بنیاد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <http://www.bdf.ir/our-services/hardwood-flooring>.

- بنیاد توسعه فرهنگی و توانمندسازی سپهر (بی‌تا). بنیاد توسعه فرهنگی و توانمندسازی سپهر. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <https://sepehrngo.com>.
- بنیاد توسعه فردا (۱۳۹۷). درباره ما. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <http://farda.ir/fa/>.
- بنیاد ملی توسعه فناوری (بی‌تا). معرفی پروژه‌ها و پلتفرم‌های مورد حمایت بنیاد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <https://nftd.ir/fa/>.
- بنیاد توسعه و عمران موقوفات استان تهران (۱۳۹۴). معرفی بنیاد و موسسه اجرایی ویژه استان تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <http://tomot.ir/Contents/Content.aspx?mid=4&lang=1>.
- پایگاه خبری اقتصاد آنلاین (۱۳۹۶). رتبه‌بندی شرکت‌های تعاونی آغاز شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳؛ به آدرس <https://www.eghtesadonline.com/n/139j>.
- پایگاه خبری-تحلیلی کانون (۱۳۹۳). ویژگی‌های شرکت تعاونی توسعه و عمران تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲؛ به آدرس <http://kanoonhend.ir/fa/news/173>.
- پایگاه اطلاع‌رسانی عصر خودرو (۱۳۹۷). بزرگراه همت تا پایان امسال بهره‌برداری می‌شود. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰؛ به آدرس <http://www.asrekhodro.com/News/137141>.
- پایگاه اطلاع‌رسانی عصر مالی (۱۳۹۳). تمدید مهلت پذیرهنویسی سهام شرکت توسعه و عمران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰؛ به آدرس <https://asremali.ir/fa/news/1175/>.
- پایگاه خبری تارود دماوند (۱۳۹۷). در پنجمین نشست شورای هماهنگی امور شهری و روستایی شهرستان دماوند مطرح شد؛ تقویت شرکت تعاونی توسعه عمران دماوند/ شرکت تعاونی توسعه عمران دماوند از اوایل فرودین ماه ۹۸ فعالیت رسمی خود را آغاز کند/ آرامستان‌های قدیمی و سنتی در مناطق شهری شهرستان دماوند تا پایان سال ۹۷ ساماندهی می‌شوند. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰؛ به آدرس <https://tarood.ir/>.
- پایگاه خبری دیمه‌نیوز (۱۳۹۷). تشکیل شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان فیروزکوه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸؛ به آدرس <http://dimehnews.ir/1397/03/>.
- پایگاه خبری راگانیوز (۱۳۹۳). جلسه تعیین هیات موسس شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان ری تشکیل شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰؛ به آدرس <https://enekaserey.ir/archive/?p=14968>.
- پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی (بی‌تا). پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷؛ به آدرس <https://ppp.mporg.ir/Portal/View/Page.aspx?PageId=81ac00ae-dbd0-4740-a99a-3e10d4c4fc9a>.
- پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی (۱۳۹۷ الف). ارسال لایحه مشارکت عمومی خصوصی به مجلس. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷؛ به آدرس <https://zaya.io/uup7d>.
- پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی (۱۳۹۷ ب). پروژه‌های توسعه مشارکت بخش عمومی با بخش خصوصی و تعاونی در سال ۱۳۹۸. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷؛ به آدرس <https://www.mporg.ir/FileSystem/View/File.aspx?FileId=88782592-23d6-4b0f-9628-626c8733516f>.

- پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی (۱۳۹۹). برنامه مشارکت عمومی و خصوصی دولت در سال ۱۴۰۰. تاریخ دسترسی: <https://ppp.mporg.ir/FileSystem/View/File.aspx?FileId=f4e2bd36-c43a-4a65-8767-c6ad25c5b3af>.
- پرتال ملی مشارکت عمومی-خصوصی (۱۴۰۰). طرح تدوین مشارکت عمومی و خصوصی روی میز کمیسیون عمران مجلس. تاریخ دسترسی: <https://zaya.io/x7xn2>؛ به آدرس ۱۴۰۰/۰۷/۰۷؛ به آدرس <https://www.isna.ir/news/1400021308656>.
- پورسعید، علیرضا؛ و لارتنی، سجاد (۱۳۹۵). «نقش مدیریت مشارکتی در کارآفرینی سازمانی تعاونی های کشاورزی؛ مطالعه موردی: شهرستان ایلام». *مجله راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۳ (۵): ۹-۱.
- ترابی، پونه (۱۴۰۰). سرنوشت جدید در انتظار مال باختگان ETF؛ ۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۰. کد خبر: ۱۴۰۰۲۱۳۰۸۶۵۶؛ تاریخ دسترسی: <https://www.isna.ir/news/1400021308656>؛ به آدرس ۱۴۰۰/۰۷/۱۶؛ به آدرس <https://www.isna.ir/news/1400021308656>.
- توسلی، فاطمه؛ چرمچیان لنگرودی، مهدی؛ و احمدپور، امیر (۱۳۹۱). «بررسی عوامل موثر بر تقویت روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی تولید کشاورزی شهرستان آمل». *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۲۳ (۱۱): ۴۰-۲۱.
- حاتمی کیا، نازنین؛ آرمنند، سمیه؛ و محمدزاده، لطیف (۱۳۹۷). «شناسایی نقش تعاونی های کشاورزی در تقویت روحیه کارآفرینی کشاورزان شهرستان مهاباد». *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۵ (۳): ۹۵-۱۰۸.
- حسنوند، سوسن؛ و همکاران (۱۴۰۰). *ویژگی نامه آماری روز تعاون*. تهران: مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- حسین نژاد، مهدی (۱۳۹۹). وب گاه توسعه و عمران طبقه شانديز (۱۳۹۹). گزارش وینار تخصصی با موضوع: واگذاری ها و ارائه توانمندی های تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۳؛ به آدرس <http://www.ttotsh.ir/post-34>.
- حسینی، بیژن (۱۳۷۹). *موانع و راهکارهای حقوقی تأسیس بانک تعاون (پایان نامه کارشناسی ارشد)*. دانشگاه تهران. قم: مجتمع آموزش عالی قم.
- حسینی، سیدشمس الدین؛ سوری، امیررضا؛ و محمدی، حامد (۱۳۹۱). «بررسی مدل ها و استراتژی های نوین تأمین مالی شرکت های تعاونی در اقتصاد ایران». *مجله پژوهشنامه اقتصادی*، ۱۲ (۴۴): ۹۸-۷۳.
- حسینی، سیدقدرت الله؛ و مهدی زاده، حسین (۱۳۹۴). «بررسی رابطه میان موفقیت تعاونی های تولید کشاورزی شهرستان دهلران با روحیه کارآفرینی و پایداری مدیریتان به اصول تعاون». *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۴ (۱۳): ۱۵۴-۱۳۹.
- حسینی نیا، غلامحسین؛ علی آبادی، وحید؛ و عطایی، پوریا (۱۳۹۸). «طراحی الگوی زیست بوم کارآفرینی در کسب و کارهای روستایی تعاون محور». *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۱۲ (۳): ۳۶۰-۳۴۱.
- خامنه ای، سیدعلی (۱۳۸۴). *ابلاغ سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱؛ به آدرس <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=165>.
- خبرگزاری ایرنا (۱۳۹۵). *شرکت تعاونی توسعه عمران باعث جهش در توسعه کشور می شود*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲؛ به آدرس www.irna.ir/news/82091566.

- خبرگزاری ایرنا (۱۳۹۶). ۸۰ تعاونی توسعه و عمران شهرستانی تا پایان امسال در کشور تشکیل می شود. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس www.irna.ir/news/82713729.
- خبرگزاری ایرنا (۱۳۹۸ الف). دفتر شرکت تعاونی توسعه و عمران شمیرانات افتتاح شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱ به آدرس www.irna.ir/news/83612960.
- خبرگزاری ایرنا (۱۳۹۸ ب). تعاونی توسعه و عمران شمیرانات افتتاح می شود. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱ به آدرس www.irna.ir/news/83328462.
- خبرگزاری ایسنا (۱۳۹۳). معاون برنامه ریزی فرمانداری استان تهران خبر داد: تأسیس شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰ به آدرس <https://www.isna.ir/news/93111508881>.
- خبرگزاری ایسنا (۱۳۹۸). کارخانه تولید کاغذ از سنگ آهک ۱۰۰۰ اشتغال در شاهرود ایجاد می کند. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱ به آدرس <https://www.isna.ir/news/98112115352>.
- خبرگزاری ایسنا (۱۳۹۹). معاون وزیر: تعاونی های توسعه و عمران فعالیت های تولیدی منجر به صادرات را در دستور کار قرار دهند. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس <https://www.isna.ir/amp/markazi-94724>.
- خبرگزاری ایلنا (۱۳۹۳). طی نامه فرماندار تهران صورت گرفت؛ آغاز واگذاری سهام شرکت تعاونی توسعه و عمران تهران به کارمندان. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰ به آدرس <https://www.ilna.news/fa/tiny/news-22905>.
- خبرگزاری ایلنا (۱۳۹۵). پذیرهنویسی از شهروندان در شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان بهارستان ادامه دارد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹ به آدرس <https://www.ilna.news/fa/tiny/news-191150>.
- خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۶). ۱۹ میلیون ایرانی در سکونتگاه های غیر رسمی زندگی می کنند. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس <https://tn.ai/147984>.
- خبرگزاری شبستان (۱۴۰۰). حیدری: دولت به جایگاه قانونی تعاونی سهام عدالت شهرستانی تمکین کند. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۴/۱۱ به آدرس <http://shabestan.ir/detail/News/1047975>.
- خبرگزاری مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۳). با رونمایی از تمبر یادبود نقش تعاونی های نسل نوین صورت گرفت؛ آغاز واگذاری سهام شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰ به آدرس <https://www.icana.ir/Fa/News/262080/>.
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۵). در گفت و گو با مهر مطرح شد؛ موافقت لازم برای تأسیس تعاونی توسعه عمران ملارد صادر شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس mehrnews.com/xGrxS.
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۹). معاون وزیر کار خبر داد: اختصاص خط اعتباری ۲۰۰ میلیارد تومانی به تعاونی های توسعه عمران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹ به آدرس mehrnews.com/xSxKz.
- خورشیدی تطف، ویدا؛ عطایی، امید؛ و سبحانیان، سیدمحمد هادی (۱۳۸۶). آشنایی با تعاون و تعاونی ها (گزارش پژوهشی). تهران: مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی (دفتر مطالعات اقتصادی). تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/730058>.
- دارابی، سعداله (۱۳۹۷). راز موفقیت کسب و کارهای تعاونی در جهان: تعاونی ها و توسعه پایدار. تهران: تعاونگران.

- دبیری، سیده مرجان (۱۳۹۹). *آسیب شناسی تعاون در ایران پس از انقلاب اسلامی* (گزارش پژوهشی). بی جا: وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی (دفتر بیمه های سلامت). <https://coop.mcls.gov.ir/Forms/Public/Doc.aspx?id=60>.
- درگاه خدمات الکترونیک شهرداری فیروزکوه (بی تا). *تشکیل شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان فیروزکوه*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸؛ به آدرس <https://firuzkuh.ir>.
- دستورالعمل ضوابط واگذاری اراضی منابع ملی و دولتی برای طرح های کشاورزی تولیدی و غیر کشاورزی (۱۳۸۵)؛ مصوب ۱۳۸۵/۰۱/۲۱. قابل دسترسی در وب گاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/12>.
- دنیائی، حمید؛ یعقوبی، جعفر؛ و رجایی، یدالله (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی استان زنجان». *مجله تعاون و کشاورزی*، ۲۱ (۳): ۱۱۱-۱۲۵.
- دوگان، ماتیة (۱۳۷۴). «سنجش مفهوم مشروعیت و اعتماد» (مترجم: پرویز پیران). *مجله اطلاعات سیاسی و اقتصادی*، ۹۷-۹۸: ۱۰-۴.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۳). «جایگاه هم افزایی فرهنگی در توسعه اجتماعی کشور». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۶ (۲): ۲۵-۴۴.
- دهقان، علیرضا؛ و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۴). «تبیین مشارکت اجتماعی - فرهنگی دانشجویان دانشگاه های علوم پزشکی شهر تهران». *مجله جامعه شناسی ایران*، ۶ (۱): ۶۷-۹۸.
- ذکایی، سعید (۱۳۸۱). «نظریه و روش در تحقیقات کیفی». *مجله علوم اجتماعی*، (۱۷): ۴۱-۶۹.
- رستمی شهربابکی، حمداله (۱۳۹۷). *مطالعه شرکت های تعاونی توسعه و عمران شهرستان ها* (گزارش طرح پژوهشی). تهران: دفتر آموزش، تحقیقات و ترویج تعاونی ها معاونت امور تعاون وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی.
- رستمی فلوردی، الهه؛ شریف زاده، محمدشریف؛ و عبدالله زاده، غلامحسین (۱۳۹۵). «گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی های کشاورزی». *مجله کارآفرینی در کشاورزی*، ۳ (۲): ۱۱۵-۱۳۱.
- رسولی، سمیه (۱۳۹۹). *مدیرعامل صندوق ضمانت تعاون: سقف ضمانت نامه ها به ۲۱ میلیارد تومان افزایش یافت*. خبرگزاری مهر؛ ۱۵ شهریور ۱۳۹۹. کد خبر: ۵۰۱۵۹۸۲؛ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۲؛ به آدرس mehrnews.com/xSF7Z.
- ساروخانی، باقر؛ و امیرپناهی، محمد (۱۳۸۵). «رابطه ساخت قدرت در خانواده و مشارکت اجتماعی». *مجله زن در توسعه و سیاست*، ۴ (۳): ۶۰-۳۱.
- سایت دماوندی ها (۱۳۹۲). *تعاونی توسعه و عمران شهرستان دماوند تشکیل می شود*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰؛ به آدرس <https://damaavandiha.blog.ir/post/>.
- سبجانی، حسن؛ و همکاران، (۱۳۹۹). «اقتصاد بخش تعاونی؛ دکترین، اهداف و سیاست ها». *مجله مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۴ (۱): ۱۵۸-۱۲۵.
- سرمدی، زهره؛ بازرگان، عباس؛ و حجازی، الهه (۱۳۷۶). *روش های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: آگه.
- سعدی، حشمت الله (۱۳۸۶). «ارزیابی تعاونی های تولید کشاورزی در شهرستان کبودرآهنگ استان همدان». *مجله روستا و توسعه*، ۱۰ (۲): ۱۳۷-۱۵۵.

- سلیم، غلامرضا (۱۳۸۴). *سیر تحول تعاونی در ایران و جهان*. تهران: دانشگاه پیام نور.
- سند توسعه بخش تعاون (۱۳۹۲)؛ مصوب ۱۳۹۱/۱۰/۰۶. قابل دسترسی در وبگاه اتاق تعاون ایران؛ به آدرس <https://www.icccoop.ir/DesktopModules/Documents/showfile.aspx?id=510&a=1>.
- شیوه‌نامه تشویق بخش‌های خصوصی و تعاونی به منظور جلب مشارکت در واگذاری‌ها (۱۳۹۵). مصوب ۱۳۹۵/۱۰/۲۹؛ قابل دسترسی در وبگاه سازمان خصوصی‌سازی؛ به آدرس <https://zaya.io/70yd2>.
- سهیلی، کیومرث (۱۳۹۹). *بررسی عامل مؤثر بر تولید تعاونی‌های تولیدی استان کرمانشاه و راهکارهای جهش تولید آن‌ها* (گزارش طرح پژوهشی). کرمانشاه: اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه.
- شاهرخ‌راد، علی (۱۳۹۴). *شناسایی خدمات بیمه‌ای موردنیاز بخش تعاون*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت). تهران: دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی.
- صفحه فیس‌بوک شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود (۲۲ خرداد ۱۳۹۳). تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس <https://www.facebook.com/284114958429150/posts/284128268427819>.
- صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود [tto_shahrood]. (۸ آبان ۱۳۹۵ الف). *اخذ جواز تأسیس کارخانه کاغذ از سنگ آهک*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJjGezhW4/?utm_source=ig_web_copy_link.
- صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود [tto_shahrood]. (۸ آبان ۱۳۹۵ ج). *ضرورت بهره‌مندی از ظرفیت‌های شاهرود در راه توسعه*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس https://www.instagram.com/p/BMN1S97BwIx/?utm_source=ig_web_copy_link.
- صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود [tto_shahrood]. (۸ آبان ۱۳۹۵ ب). *پیش‌فروش قلمه و نشاء گیاهان دارویی*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJlM9TBtTN/?utm_source=ig_web_copy_link.
- صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود [tto_shahrood]. (۸ آبان ۱۳۹۵ ج). *ضرورت بهره‌مندی از ظرفیت‌های شاهرود در راه توسعه*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس https://www.instagram.com/p/BMN1S97BwIx/?utm_source=ig_web_copy_link.
- صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود [tto_shahrood]. (۸ آبان ۱۳۹۵ د). *انعقاد قرارداد تامین گل‌های فصلی با شهرداری شاهرود*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس https://www.instagram.com/p/BMJlM9TBtTN/?utm_source=ig_web_copy_link.
- صفحه اینستاگرام تعاونی توسعه و عمران شاهرود [tto_shahrood]. (۸ اردیبهشت ۱۳۹۷). *تولید و فروش نشاء گیاهان زراعی*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس https://www.instagram.com/p/BiGUiGVlZiY/?utm_source=ig_web_copy_link.
- صفی‌نژاد، جواد (۱۳۶۸). *بنه؛ نظام‌های زراعتی سنتی ایران*. تهران: امیرکبیر.
- طرح تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و یا استانی (۱۳۹۹ الف). اعلام وصول در تاریخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۳. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس https://rc.majlis.ir/en/legal_draft/show/1624818.
- طرح تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و یا استانی (۱۳۹۹ ب). اعلام وصول در تاریخ ۱۳۹۹/۰۷/۳۰. قابل دسترسی در پایگاه ملی اطلاع‌رسانی قوانین و مقررات کشور؛ به آدرس <https://dotic.ir/news/7840>.

- عباسی، لقمان؛ شریف‌زاده، محمدشریف؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین؛ و محبوبی، محمدرضا (۱۳۹۶). «سازوکار بازاریابی کارآفرینانه در تعاونی‌های کشاورزی: رویکرد ویژه به برندسازی». *مجله کارآفرینی در کشاورزی*، ۴ (۲): ۷۳-۸۶.
- عشقی‌صابر، بهاره (۱۳۹۹). *سیدمرتضی نبوی گفت: شرکت تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر متعلق به مردم است*. خبرگزاری جوان آنلاین؛ ۱۵ مهر ۱۳۹۹. کد خبر: ۱۰۲۲۲۱۳؛ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸؛ به آدرس <https://www.javann.ir/004HvJ>.
- عطایی، امید (۱۳۸۸). *اظهار نظر کارشناسی درباره طرح تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (گزارش)*. تهران: دفتر پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- عطری برزنجه، رحمت‌الله؛ خسروی، ملک‌تاج؛ عیوضی، محمدرحیم؛ و سلطانی، علیرضا (۱۳۹۶). «آسیب‌شناسی سیاستگذاری دولت در بخش تعاون ایران پس از انقلاب اسلامی». *مجله رهیافت/انقلاب اسلامی*، ۱۱ (۳۹): ۱۶۱-۱۸۱.
- علی‌پور، پروین؛ زاهدی، محمدجواد؛ و شیان، ملیحه (۱۳۸۸). «اعتماد و مشارکت». *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۱۰ (۲): ۱۰۹-۱۳۵.
- عمادی، کوروش (۱۳۹۳). *درباره سند توسعه بخش تعاون*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶؛ به آدرس https://coop.mcls.gov.ir/handler/dl_doc.aspx?i=28.
- عنبری، موسی (۱۳۸۵). «دولت، مشارکت و سازمان‌های غیردولتی (NGOS): بررسی جایگاه و کارکردهای بخش سوم در توسعه». *مجله نامه صادق*، ۳۰: ۲۱۲-۱۷۹.
- فارس من (۱۳۹۹). *شاهنامه پردرد کارمندان تعاونی‌های شهرستانی سهام عدالت؛ ۷ سال بدون حقوق و مزایا کار کردیم*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۰؛ به آدرس <http://fna.ir/f319z5>.
- فاضلی، محمد؛ فتاحی، سجاد؛ و زنجان‌رفیعی، سیده‌نسترن (۱۳۹۲). «توسعه اجتماعی، شاخص‌ها و جایگاه ایران در جهان». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۲ (۱): ۱۸۲-۱۵۹.
- فرهادی، مرتضی (۱۳۷۳). *فرهنگ یاریگری در ایران: درآمدی به مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعاون*. تهران: نشر دانشگاهی.
- فرهادی، مرتضی (۱۳۸۴). *واره؛ درآمدی بر مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی*. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- فرهادی، مرتضی (۱۳۸۸). *انسان‌شناسی یاریگری*. تهران: ثالث.
- فرهنگ، مهناز؛ وکیلی قاسم‌آباد، سمیه؛ و پوررجیمیان، الهه (۱۳۹۵). «بررسی مشارکت سیاسی جوانان شهر یزد و عوامل موثر بر آن». *مجله مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۳۳: ۱۳۱-۱۰۷.
- فیروزآبادی، سیداحمد؛ و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۸۵). «سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی اجتماعی در کلان شهر تهران». *مجله رفاه اجتماعی*، ۶ (۲۳): ۲۲۴-۱۹۷.
- فیروزآبادی، سیداحمد؛ حسینی، سیدرسول؛ و قاسمی، روح‌الله (۱۳۸۹). «مطالعه شاخص‌ها و رتبه توسعه اجتماعی در استان‌های کشور و رابطه آن با سرمایه اجتماعی». *مجله رفاه اجتماعی*، ۱۰ (۳۷): ۹۳-۵۷.

- فیروزآبادی، سیداحمد؛ ایمانی جاجرمی، حسین؛ و دباغی، حمیده (۱۳۹۷). «تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی؛ مطالعه موردی: تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم - شهرستان پاکدشت». *مجله زن در توسعه و سیاست*، ۱۶ (۱): ۱۷۳-۱۴۹.
- فیروزآبادی، سیداحمد؛ و نصرالهی وسطی، لیلا (۱۳۹۳). «بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد». *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۵ (۱): ۴۴-۲۵.
- غروی، احمد (۱۳۹۹). *مولدسازی داریی‌های عمومی و چالش‌های آن*. روزنامه دنیای اقتصاد؛ ۳۱ مهر ۱۳۹۹. کدخبر: ۳۶۷۴۷۸۸؛ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۴ به آدرس <https://www.donya-e-eqtesad.com/fa/tiny/news-3674788>.
- قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (۱۳۸۹)؛ مصوب ۱۳۸۹/۰۹/۲۸. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/790215>.
- قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم (۴۴) قانون اساسی (۱۳۸۶)؛ مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۰۸. قابل دسترسی در وب‌گاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260>.
- قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور (۱۳۹۹)؛ مصوب ۱۳۹۹/۱۲/۲۷. قابل دسترسی سامانه جامع نظرات شورای نگهبان؛ به آدرس <http://nazarat.shora-rc.ir/Forms/FileLoad.aspx?id=JY1Jk9VUNm8=&TN=l7tLyhyOobj0SooAFUE3mxNvtpCLep2dxbPdNDk.Z5RA=&NF=bHiIRfspeW0>.
- قانون مالیات‌های مستقیم (۱۳۶۶)؛ مصوب ۱۳۶۶/۱۲/۰۳ قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91488>.
- قوتی سفیدسنگی، علی؛ فراشیانی، حسین؛ و حسنزاده چوکانلو، حسین (۱۳۹۶). «بازتاب توسعه اجتماعی در قوانین برنامه‌های پنجگانه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۴-۱۳۶۸». *مجله توسعه اجتماعی*، ۱۲ (۱): ۱۸۴-۱۵۱.
- کامرانفر، هدی (۱۳۹۸). *گزارش جامع برنامه و عملکرد شش ماه نخست فعالیت‌های اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خوزستان در سال ۱۳۹۸*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸ به آدرس https://khuzestan.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2020/09/427816_orig.pdf.
- کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود (۹ بهمن ۱۳۹۶). *آغاز اجرای پروژه ی احداث واحد فراوری پیاز در روستای جیلان*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸ به آدرس https://t.me/to_shahrood.
- کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود (۱۴ اسفند ۱۳۹۵). *بخشی از گزارش عملکرد شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود در سال ۹۵-۹۴*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸ به آدرس https://t.me/to_shahrood.
- کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود (۵ مهر ۱۳۹۵). *اشتغال‌زایی برای شاهرودی‌ها در زمینه تولید کاغذ*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸ به آدرس https://t.me/to_shahrood.
- کانال تلگرام تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود (۱۰ آبان ۱۳۹۷). *اطلاعیه تغییر نشانی شرکت*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸ به آدرس https://t.me/to_shahrood.

- کبیری، محمد (۱۳۹۹). معاون وزیر کار خبر داد: تشکیل صد و سومین تعاونی توسعه و عمران شهرستانی. قابل دسترسی در خبرگزاری ایسنا؛ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲؛ به آدرس <https://www.isna.ir/news/99032012157>.
- مرکز نوآوری و توسعه تعاون ایران، «منتا» (بی تا). منتا، تسهیلگر نوآوری. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۹؛ به آدرس <http://menta.ir/about>.
- کلانتری، خلیلی (۱۳۷۷). «مفهوم و معیار توسعه اجتماعی». نشریه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ۱۳۱ و ۱۳۲: ۲۰۸-۲۱۳.
- کوهی، کمال (۱۳۸۶). «آسیب شناسی توسعه تعاونی ها». مجله تعاون و کشاورزی، ۱۸۷ و ۱۸۸: ۱۰۶-۹۹.
- گروه واتس اپی توسعه و عمران ایران اسلامی (۱۴۰۰). تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷.
- گریفیتس، دیوید (۱۳۸۶). «آیا همکاری و مشارکت در قالب شکل های تعاونی ضعیف است؟». (مترجم: حبیب عشایری). مجله تعاون و کشاورزی، ۱۸۷: ۱۱۹-۱۱۴.
- لشکری، محمد (۱۳۸۷). «شاخص های کمی و کیفی توسعه اجتماعی». مجله جامعه و اقتصاد، ۵ (۱۷ و ۱۸): ۶۲-۴۹.
- مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۴). رابطه تعاونی ها با دولت: هدایت یا دخالت (برداشت ها و دیدگاه ها) (گزارش پژوهشی). قابل دسترسی به آدرس <http://rc.majlis.ir/fa/report/show/728328>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۰۳ و ۱۳۰۴). قانون تجارت؛ مصوب ۱۳۰۳/۰۱/۱۲ و ۱۳۰۴/۰۳/۱۳. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91011>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۱۱). قانون تجارت؛ مصوب ۱۳۱۱/۰۲/۲۶. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/92349>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۱۶). قانون عمران؛ مصوب ۱۳۱۶/۰۸/۲۵. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/93320>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۲۷). قانون اجازه اجرای مقررات گزارش کمیسیون برنامه مجلس شورای ملی؛ مصوب ۱۳۲۷/۱۱/۲۶. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94047>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۲۸). قانون اجازه اجرای گزارش کمیسیون پیشه و هنر و بازرگانی مربوط به کارگران و کارفرمایان؛ مصوب ۱۳۲۸/۰۳/۱۷. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94053>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۲۸). قانون مالیات اموالک مزروعی و مالیات بر درآمد؛ مصوب ۱۳۲۸/۰۴/۲۹. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94059>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۳۴). قانون برنامه هفت ساله دوم عمرانی کشور؛ مصوب ۱۳۲۸/۰۳/۱۷. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94414>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۳۴). قانون تأسیس بنگاه خالصجات کشور؛ مصوب ۱۳۳۴/۰۴/۲۶. قابل دسترسی در وبگاه مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94762>.

- مجلس شورای ملی (۱۳۳۹). قانون مربوط به اصلاحات اراضی؛ مصوب ۱۳۳۹/۰۲/۲۶. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94816>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۴۶). اساسنامه سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران؛ مصوب ۱۳۴۶/۱۲/۰۹. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96176>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۴۹). قانون تشکیل وزارت تعاون و امور روستاها به‌جای وزارت اصلاحات ارضی و تعاون روستایی؛ مصوب ۱۳۴۹/۱۲/۲۳. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96561>.
- مجلس شورای ملی (۱۳۵۰). قانون شرکت‌های تعاونی؛ مصوب ۱۳۵۰/۰۳/۱۶. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96613>.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۵۸). قانون شرکت‌های تعاونی؛ مصوب ۱۳۵۸/۰۱/۱۰. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/133617>.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۵۸). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران؛ مصوب ۱۳۵۸/۰۹/۱۲. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/133617>.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۰ الف). قانون مستثنی شدن سازمان مرکزی تعاون روستایی از شمول قانون بخش تعاون اقتصاد جمهوری اسلامی ایران؛ مصوب ۱۳۷۰/۰۶/۱۳. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91933>.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۰ ب). قانون مستثنی شدن سازمان مرکزی تعاون روستایی از شمول قانون بخش تعاون اقتصاد جمهوری اسلامی ایران؛ مصوب ۱۳۷۰/۰۷/۲۴. قابل دسترسی در وب‌گاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/91965>.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۶). قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم (۴۴) قانون اساسی؛ مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۰۸. قابل دسترسی در وب‌گاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ به آدرس <https://www.mcls.gov.ir/fa/law/260>.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۸). «تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها». مجله انسان‌شناسی، ۱۰: ۱۶۰-۱۲۷.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۹). چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار سال ۱۳۹۹. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/n91120>.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۶). با نمایندگان مردم در مجلس هشتم ۱۲. آشنایی اجمالی با تعاون و تعاونی‌ها (گزارش پژوهشی). تاریخ دسترسی ۱۴۰۰/۰۶/۱۲؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/730058>.
- مسعودی، عصمت و شفیع، عین‌الله (۱۳۸۶). «آشنایی با مدیریت مشارکتی و نقش آن در بهبود بهره‌وری». مجله مدیریت فرد، ۴ (۱۵): ۹۳-۱۰۱.
- معرفتی، شادی (۱۳۹۹). سنت یاری. دنیای اقتصاد؛ به آدرس <https://www.donya-e-eqtesad.com/fa/tiny/news-3689381>.

- موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵). «مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی». *مجله رفاه اجتماعی*، ۶ (۲۳): ۹۲-۶۷.
- میردامادی، سیدمهدی؛ حکمت، مسعود؛ بنیادی بالاده، تورج؛ و حاکمی‌فر، احمد (۱۳۹۳). «تاثیر ویژگی‌های جامعه‌شناختی بر توسعه کارآفرینی مدیران تعاونی‌های تولید استان قزوین». *مجله راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۱ (۲): ۳۶-۲۰.
- میوه‌چی، مریم (۱۳۸۱). «تعاون در کشورهای در حال توسعه». *مجله تعاون و کشاورزی*، ۱۳۴: ۳۱-۲۸.
- ناطق‌پور، محمدجواد؛ و فیروزآبادی، سیداحمد (۱۳۸۴). «سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در شهر تهران». *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۶ (۴): ۹۱-۵۹.
- نظری علی‌آباد، مریم؛ و حکیم‌جواد، احمد (۱۳۸۸). *تجزیه و تحلیل وجوه تمایز شرکت‌های تعاونی متعارف و سایر انواع تعاونی‌ها (گزارش پژوهشی)*. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (دفتر مطالعات اقتصادی). تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/739022>.
- نفیسی، علیرضا؛ اخوان علوی، سیدحسین؛ و ملکی، علی (۱۳۹۹). «شناخت و طبقه‌بندی ابعاد و نظریات تغییر در مداخلات توسعه اجتماع‌محور مبتنی بر ارتقای سرمایه اجتماعی در ایران». *مجله مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۷ (۳): ۳۴۳-۳۱۹.
- نوابخش، مهرداد؛ و فدوی، جمیله (۱۳۸۷). «بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی و نقش آن در توسعه شهری؛ مطالعه موردی منطقه شهر تهران». *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۲ (۱): ۴۷-۲۵.
- نوری، سعیده؛ روستا، کوروش؛ و نادری، نادر (۱۳۹۹). «مؤلفه‌های توسعه رفتارهای کارآفرینانه تعاونی‌های کشاورزی استان کرمانشاه: کاربرد نظریه بنیانی». *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۶ (۲): ۲۲۱-۲۰۵.
- وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان جنوبی (۱۳۹۸ الف). *روایت موفقیت شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸ به آدرس https://skh.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2020/03/382158_orig.pdf.
- وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان جنوبی (۱۳۹۸ ب). *جلسه ستاد هماهنگی توسعه تعاون شهرستان طبس برگزار شد*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۶ به آدرس <https://skh.mcls.gov.ir/fa/news/157988/>.
- وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان رضوی (۱۳۹۶). *مهندس احمدی در جلسه کارگروه تخصصی اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال شهرستان گناباد شرکت کرد*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸ به آدرس <https://khorasanrazavi.mcls.gov.ir/fa/news/86420/>.
- وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان شمالی (۱۳۹۶). *مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان شمالی: رازوجرگلان تعاون‌شهر کشور می‌شود / تشکیل ستاد ویژه توسعه رازوجرگلان در سطح ملی*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۶ به آدرس <https://nkh.mcls.gov.ir/fa/news/81927/>.
- وب‌گاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمان (۱۳۹۸). *معاون امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی خبر داد: توزیع اقلام، هدیه شب یلدا برای زلزله‌زدگان آذربایجان شرقی*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸ به آدرس <https://kerman.mcls.gov.ir/fa/news/181682/>.

- وبگاه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان هرمزگان (۱۳۹۹). مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان هرمزگان: قشمر "تعاون شهر" استان هرمزگان است. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸؛ به آدرس <https://hormozgan.mcls.gov.ir/fa/news/231590/>.
- وبگاه استانداری تهران (۱۳۹۵). فرماندار قرچک: تشکیل شرکت تعاونی توسعه و عمران قرچک از ضروریات است. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲؛ به آدرس <https://www.ostan-th.ir/News/30173>.
- وبگاه استانداری تهران (۱۳۹۶). تشکیل هیئت موسس شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان پاکدشت. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹؛ به آدرس <https://www.ostan-th.ir/News/47383>.
- وبگاه باشگاه خبرنگاران جوان (۱۴۰۰). انصاری در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان: طرح اصلاح قانون تأسیس شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی و استانی بررسی شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳؛ به آدرس <https://www.yjc.news/00XDQI>.
- وبگاه پایگاه تخصصی اتاق تعاون ایران (۱۳۹۰). در خصوص مشکل تعاونی‌های آزاد؛ توکلی، نادران و سروری از پاسخ‌های وزیر اقتصاد قانع شدند. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۲۶؛ به آدرس <https://www.icccoop.ir/news-1731/13900605/2032>.
- وبگاه پایگاه خبری اتاق تعاون ایران (۱۳۹۷). تعاون در کشور فرانسه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۲۶؛ به آدرس <https://iccnews.ir/?p=20561>.
- وبگاه پایگاه خبری تارود دماوند (۱۳۹۷). ارائه برنامه جامع شرکت توسعه عمران دماوند در فعالیت‌های آتی/عدم بکارگیری شرکت توسعه عمران دماوند توسط شهرداری‌ها و دهیاری‌ها برای پروژه‌های عمرانی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸؛ به آدرس <https://tarood.ir>.
- وبگاه پایگاه خبری فیدوس (۱۳۹۵). رتبه‌بندی تعاونی‌ها؛ مفید یا مخرب؟ ۱۴۰۰/۰۷/۰۹؛ به آدرس <https://zaya.io/icjh1>.
- وبگاه تعاون مارکت (بی‌تا). معرفی اجمالی "تعاون مارکت". تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳؛ به آدرس <http://www.taavonmarket.ir/guide/introduction>.
- وبگاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان رامسر (بی‌تا). خانه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶؛ به آدرس <http://ttor.ir>.
- وبگاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان قاینات (۱۳۹۹). شروع ثبت نام کامیون کشنده. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶؛ به آدرس <https://tto-qaenat.ir/new>.
- وبگاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان رشت (بی‌تا الف). شرکت تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳؛ به آدرس <http://tto-rasht.ir/toseeh/>.
- وبگاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان رشت (بی‌تا ب). گزارش جلسه با ریاست محترم سازمان جهاد کشاورزی استان آقایی دکتر دررجانی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۵؛ به آدرس <https://zaya.io/1saod>.
- وبگاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان رشت (بی‌تا ج). گزارش جلسه با مدیرعامل شرکت برق منطقه ای گیلان. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۵؛ به آدرس <https://zaya.io/vty9m>.
- وبگاه تعاونی توسعه و عمران طرقله شانندیز (۱۳۹۹). شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان شاهرود. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس <http://www.ttotsh.ir/post-26>.

- وب‌گاه تعاونی توسعه و عمران شهرستان قاینات (۱۳۹۹). شروع ثبت نام کامیون کشنده. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶؛ به آدرس <https://tto-qaenat.ir/new>.
- وب‌گاه توسعه و عمران طرقله شانديز (۱۳۹۹). گزارش وینار تخصصی با موضوع: واگذاری‌ها و ارائه توانمندی‌های تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۳؛ به آدرس <http://www.ttotsh.ir/post-34>.
- وب‌گاه جامعه خبر (۱۳۹۷). رتبه‌بندی شرکت‌های تعاونی آغاز شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳؛ به آدرس <https://www.jamehnews.com/?p=109213>.
- وب‌گاه خبرگزاری ایمن (۱۳۹۸). مولدسازی دارایی‌های دولتی کلید می‌خورد/ عرضه اموال در بورس. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۴؛ به آدرس www.imna.ir/news/409619.
- وب‌گاه خبرگزاری ایمن (۱۴۰۰). از سامانه رتبه‌بندی شرکت‌های تعاونی رونمایی شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۴؛ به آدرس www.imna.ir/news/521989/.
- وب‌گاه خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۸). افتتاح اولین طرح «تأمین مالی خرد تضمین شده» برای یک طرح دانش بنیان. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸؛ به آدرس <https://tn.ai/2046779>.
- وب‌گاه خبرگزاری خبرآنلاین (۱۳۹۹). بررسی وضعیت بخش تعاون در کشور در گفت‌وگو با معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ چرا تعاون در اقتصاد ایران همچنان حاشیه‌نشین است؟ تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۲۶؛ به آدرس khabaronline.ir/news/1433862.
- وب‌گاه خبرگزاری فارس (۱۴۰۰). سند توسعه تعاون ۱۰ سال بعد از تصویب به اجرا نرسید. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶؛ به آدرس <http://fna.ir/356e0>.
- وب‌گاه دالفک (بی‌تا). شرکت تعاونی توسعه و عمران تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲؛ به آدرس <https://www.dalfak.com/w/bdgjs/>.
- وب‌گاه دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (۱۳۹۶). محلات به عنوان پایلوت ایجاد مشاغل خانگی معرفی می‌شود. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸؛ به آدرس <https://mkh.mcls.gov.ir/fa/news/84185>.
- وب‌گاه راه پرداخت (۱۳۹۸). صندوق تأمین مالی خرد تضمین شده گرهی از مشکلات تأمین مالی استارت‌آپ‌ها می‌گشاید؟ / معاون تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پاسخ می‌دهد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۲؛ به آدرس <https://way2pay.ir/167424/>.
- وب‌گاه رسميو (۱۳۹۳). شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶؛ به آدرس <https://zaya.io/nt2hc>.
- وب‌گاه روزنامه همشهری (۱۳۹۷). راه‌اندازی شرکت تعاونی شمیرانی‌ها. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱؛ به آدرس <https://newspaper.hamshahrionline.ir/id/24171/>.
- وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو (۱۳۹۷ الف). گزارش عملکرد شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷؛ به آدرس <https://zaya.io/zb2sy>.
- وب‌گاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو (۱۳۹۷ ب). تعاونی در یک نگاه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۵؛ به آدرس <https://zaya.io/vrlq9>.

- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو (۱۳۹۷ج). رونمایی از تکمیل زنجیره ابریشم/اسکو با حضور دکتر منصوری معاون توسعه کارآفرینی/اشتغال وزارت کار و دکتر پزشکیان نایب رئیس مجلس شورای اسلامی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷ به آدرس: <https://zaya.io/h64eh>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو (۱۳۹۸الف). فیلم تکمیل زنجیره تولید ابریشم - نخ کشی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷ به آدرس: <https://zaya.io/dnusi>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو (۱۳۹۸ب). تفاهم نامه فی ما بین کمیته امداد/امام (ره) و شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷ به آدرس: <https://zaya.io/xmivu>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسکو (۱۳۹۸ج). چهاردهمین جشنواره تعاونی های برتر. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷ به آدرس: <https://zaya.io/yjmdh>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر (۱۳۹۹). سود سهام. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس: <http://ttoe.ir/News/BlogDetails/10008>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر (۱۴۰۰). باغچه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس: <http://ttoe.ir/News/BlogDetails/10007>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر (بی.تا). درباره تعاونی توسعه و عمران شهرستان اسلامشهر. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸ به آدرس: <http://ttoe.ir/home/AboutUs>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران اسلامشهر (بی.تا). پروژه غدیر. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸ به آدرس: <http://ttoe.ir/Projects/HomeDetails/2>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (بی.تا). صفحه نخست. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://ttoqom.ir>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۳۹۹الف). سهامداران شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://zaya.io/2ze7o>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۳۹۹ب). اعضای هیئت مدیره شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://zaya.io/lr111>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۳۹۹ج). ساماندهی زائرین عراقی و کشورهای اسلامی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://zaya.io/lcxgx>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۳۹۹د). ایجاد برند حلال. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://zaya.io/633v6>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۳۹۹و). بازارچه گوشت. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://zaya.io/ir7yi>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۳۹۹ز). منطقه گردشگری کهک. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس: <https://zaya.io/lrkjl>.

- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۴۰۰ الف). کسب عنوان تعاونی برتر ملی. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس <https://ttoqom.ir/>.
- وبگاه شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان قم (۱۴۰۰ ب). بهره برداری از کشتارگاه طیب گوشت. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس <https://zaya.io/3pv51>.
- وبگاه شرکت طیب گوشت پارسا نوین (۱۴۰۰). خبرنامه. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ به آدرس <https://zaya.io/t1csl>.
- وبگاه صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون (۱۴۰۰). حمایت صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون از تعاونی های نوپا و نیمه فعال. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۷/۰۵ به آدرس <http://www.cigf.ir/index.aspx?siteid=1&&siteid=1&pageid=443&newsview=1424>.
- وبگاه فرمانداری بهارستان (۱۳۹۵). جلسه هماهنگی تاسیس شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان بهارستان برگزار شد. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹ به آدرس <https://baharestan.ostan-th.ir/News/3224>.
- وبگاه فرمانداری پردیس (۱۳۹۵). آغاز به کار رسمی شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان پردیس. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹ به آدرس <https://pardis.ostan-th.ir/News/1242>.
- وبگاه مرکز بهداشت شمال غرب تهران (۱۳۹۳). اطلاعیه پذیره نویسی شرکت تعاونی توسعه و عمران شهرستان تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰ به آدرس <https://edu.iums.ac.ir/content/12988/>.
- وبگاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان اصفهان (۱۴۰۰). اساسنامه بنیاد توسعه کارآفرینی و تعاون. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲ به آدرس <https://isfahan.mcls.gov.ir/fa/filepool/6402/>.
- وبگاه وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، دفتر آموزش (بی تا). اصول و اندیشه های تعاون. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۴/۱۱ به آدرس https://markazi.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2009/10/2510_orig.pdf.
- وبینار تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی (۱۳۹۹). ۲۹ مرداد ۱۳۹۹. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۶/۱۳ به آدرس <https://zaya.io/azy3d>.
- وکیل الرعایا، یونس؛ غنیان، اسماعیل؛ پوراحتشام، محمد؛ و اسلامی مفیدآبادی، حسین (۱۳۹۹). «مشارکت مردمی و بنیادهای توسعه ای در تعاونی های توسعه و عمران شهرستانی در سمنان»؛ در مجموعه مقالات نخستین همایش ملی رویکردهای نوین مدیریت در مطالعات میان رشته ای. گنبد کاووس: دانشکده علوم انسانی آزادشهر دانشگاه گنبد کاووس.
- ویکی روستا (بی تا). بنیاد توسعه کارآفرینی استان تهران. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱ به آدرس <http://wikiroosta.ir/>.
- هاشمی، فائزه؛ ملک محمدی، ایرج؛ و موحد محمدی، حمید (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر میزان شناخت و آگاهی مدیران نسبت به بخش تعاون؛ مطالعه موردی تعاونی های کشاورزی استان تهران». مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۲ (۴): ۶۷۷-۶۵۵.
- هاشمی، فائزه؛ ملک محمدی، ایرج؛ و موحد محمدی، حمید (۱۳۹۳). «تعیین متغیرهای تاثیرگذار بر انگیزه فعالیت در تعاونی ها: مطالعه موردی مدیران تعاونی های تولید کشاورزی استان تهران». مجله روستا و توسعه، ۱۷ (۱): ۵۵-۷۱.
- هاشمی، فائزه؛ ملک محمدی، ایرج؛ و موحد محمدی، حمید (۱۳۹۴). «اثربخشی خدمات آموزشی ترویج در تعاونی های کشاورزی استان های تهران و البرز». فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۷ (۳۲): ۶۹-۵۶.

- هماپور، فاطمه؛ شریف‌زاده، ابوالقاسم؛ و عبدالله‌زاده، غلامحسین (۱۳۹۳). «بررسی کارآفرینی شرکتی در شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار». فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۳(۹): ۱۵۰-۱۱۳.
- همدانی، رضا (۱۳۹۴ الف). آسیب‌شناسی تعاونی‌های توسعه و عمران شهرستانی (گزارش). تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- همدانی، رضا (۱۳۹۴ ب). گزارش جامع شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (گزارش). تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- همدانی، رضا (۱۳۹۵). گزارش جامع شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (گزارش). تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- همدانی، رضا (۱۳۹۶). گزارش جامع شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (گزارش). تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- همدانی، رضا (۱۳۹۷). گزارش شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی (گزارش). تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- هیئت وزیران (۱۳۹۱). اساسنامه نمونه شرکت‌های تعاونی توسعه و عمران شهرستانی؛ مصوب ۱۳۹۱/۰۸/۲۴. به آدرس https://www.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2014/01/35547_orig.pdf
- هیئت وزیران (۱۳۹۲). سند توسعه بخش تعاون؛ مصوب ۱۳۹۱/۰۲/۰۸. قابل دسترسی در وب‌گاه اتاق تعاون ایران؛ به آدرس <https://www.icccoop.ir/DesktopModules/Documents/showfile.aspx?id=510&a=1>
- یعقوبی، جعفر؛ و نجف‌لو، پریسا (۱۳۹۶). «شناسایی راهکارهای توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی؛ مورد مطالعه: شهرستان ابهر». مجله کارآفرینی در کشاورزی، ۴(۱): ۹۳-۷۵.

- Abebe, T. (2018). *Analysis of the Challenges and Roles of Cooperatives in Agricultural Input-Output Marketing in the Case of Wodera Cooperatives Union*. (Doctoral dissertation of Graduate Studies for Degree of Masters in Business). Debre Berhan/ Ethiopia: The School of Debre Berhan University.
- Altman, M., Jensen, A., Kurimoto, A., Tulus, R., Dongre, Y., & Jang, S. (2020). *Waking the Asian Pacific Co-operative Potential*. USA & UK: Academic Press.
- Andhani, P. R. (2017). *Young Farmers' Participation in Indonesian and Kenyan Dairy Cooperatives*. (MSc Thesis for MSc Management, Economics and Consumer Studies (MME)). Netherland: Wageningen University.
- Ang, S. (2020). *Three Papers on Social Participation Over the Life Course*. the University of Michigan.
- Aponte, M., & Álvarez, M. (2017). "Cooperative Entrepreneurship in Puerto Rico". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32(3): 386-401.
- Baskarda, S. (2014). "Qualitative Case Study Guidelines". *The Qualitative Report*, 19 (24): 1-18.
- Batzios, A., Kontogeorgos, A., Chatzitheodoridis, F., & Sergaki, P. (2021). "What Makes Producers Participate in Marketing Cooperatives? The Northern Greece Case". *Sustainability*, 13(4): 1-15.

- Binzel, C., & Fehr, D. (2009). "How Social Distance Affects Trust and Cooperation: Experimental Evidence from a Slum". *Proc. of ERF 16th Annual Conference*. Egypt: Cairo.
- Birchall, J. (1997). *The International Co-operative Movement*. Manchester University Press.
- Birchall, J. (1999). "What Makes People Participate in Cooperatives? Towards a Theoretical Model". *Journal of Rural Cooperation*, 27(886-2016-64613): 3-15.
- Bourdieu, P. (2018). *The Forms of Capital*. Routledge.
- Cambridge Dictionaries (nd). *Foundation*. Accessed Date: 2021/08/19; available at <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/foundation>.
- Campi, S., Defourny, J., & Grégoire, O. (2006). Work Integration Social Enterprises: Are They Multiple-goal and Multi-stakeholder Organizations? in Nyssens, M. (ed.), *Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*. London, & New York: Routledge.
- Center for Sustainable Systems (2013). *Social Development Indicators*. Accessed date 2021/08/07; available at https://css.umich.edu/sites/default/files/css_doc/CSS08-15.pdf .
- Chaddad, F. R., & Cook, M. L. (2002). *An Ownership Rights Typology of Cooperative Models*; May 14, 2002; Department of Agricultural Economics Working. Paper No. AEWP 2002-06. Accessed Date: 2021/09/19; available at https://www.researchgate.net/publication/23519101_An_Ownership_Rights_Typology_Of_Cooperative_Model .
- Chaddad, F. R., & Cook, M. L. (2003). *The emergence of non-traditional cooperative structures: public and private policy issues*; October 29, 2003; the NCR-194 Research on Cooperatives Annual Meeting. Paper No. 1261-2016-101834. Accessed Date: 2021/09/19; available at <https://ageconsearch.umn.edu/record/31799/> .
- Clamp, C. A., & Alhamis, I. (2010). "Social Entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication. *The Journal of Entrepreneurship*, 19(2): 149-177.
- Coleman, J. S. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94: S95-S120.
- Connell, D. J. (1999). *Collective Entrepreneurship: In Search of Meaning (Unpublished Paper)* . Accessed date: 2021/08/20; available at <http://www.djconnell.ca/articles/CollEntrep.Pdf>.
- Cooperative Development Institute (2021). *Participatory Management Initiative Press Release*. Accessed Date: 2021/09/19; available at <https://cdi.coop/pmi-press-release/>.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and Research design: Choosing among five approaches*. California: Sage Publications.
- Curl, J. (2010). "The Cooperative Movement in Century 21. *Affinities: A Journal of Radical Theory, Culture, and Action*, 4 (1): 12- 29.
- Dacanay, M. L. (2012). *"Social Enterprises and the Poor: Enhancing Social Entrepreneurship and Stakeholder Theory*. (Doctoral dissertation of Organization and Management Studies). Frederiksberg: Copenhagen Business School (CBS).

- Dees, G., & Anderson, B.(۲۰۰۶) . Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought; in Dees, G., & Anderson, B (ed.). *Research on Social Entrepreneurship*: 39-66.
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Accessed date 2020/08/20; available at https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf.
- Defourny, J. (2001). From Third Sector to Social Enterprise. In C. Borzaga and J. Defourny.(Eds), *The Emergence of Social Enterprise*. London/New York: Routledge.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2001). Belgium, Social Enterprises in Community Services. In C. Borzaga and J. Defourny.(Eds), *The Emergence of Social Enterprise*. London/New York: Routledge.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). “Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1): 32-53.
- Depedri, S. (2015). *Coop and Member Participation in the European Year of Volunteering: Reality and Motivation* (Research Report). Italy: European Research Institute on Cooperative and Social Enterprise. http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/1390482847_n24621.pdf.
- DEVEX (nd). America’s Development Foundation (ADF). Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.devex.com/organizations/america-s-development-foundation-adf-37999>.
- Diraditsile, K. (2018). “Emergence of Cooperatives and the Future of the Social Enterprises Sector in Botswana”. *International Journal of Community and Cooperative Studies*, 6(3): 27- 38.
- Doh, S. (2020). “Social Entrepreneurship and Regional Economic Development: The Case of Social Enterprise in South Korea”. *Sustainability*, 12(21): 1-20.
- Driedger, L., & Peters, J. (1977). “Identity and Social Distance: Towards Understanding Simmel's ‘The Stranger’”. *Canadian Review of Sociology/Revue Canadienne de Sociologie*, 14(2): 158-173.
- Durante, R. (2009). “Risk, Cooperation and the Economic Origins of Social Trust: An Empirical Investigation”. Available at SSRN 1576774.
- Durkheim, E. (2010). “*Suicide: A Study in Sociology*. The Free Press.
- Eisner, E. W. (1991). *The Enlightened Eye: Qualitative Inquiry and the Enhancement of Educational Practice*. New York: Macmillan.
- Ernita, F., & Al Rozi, A. (2014). “Factors Affecting the Members Participation on Cooperative in North Sumatera”. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 3(10): 113-117.
- ESCR-Net (nd). *Sustainable Development Foundation (SDF)*. Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.escr-net.org/member/sustainable-development-foundation-sdf>.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013). “Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship Across Nations”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3):479-504.

- Etang Ndip, A., Fielding, D., & Knowles, S. (2009). *Does Trust Extend Beyond the Village? Experimental Trust and Social Distance in Cameroon*. University of Otago Economics Discussion Papers. Accessed date: 2021/08/20; available at: http://nzae.org.nz/wp-content/uploads/2011/08/Does_Trust_Extend_beyond_the_Village_Experimental_Trust_and_Social_Distance_in_Cameroon.pdf.
- European Commission (nd). *Social Enterprises*. Accessed date: 2021/08/20; available at https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en.
- European Commission. (2011). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Youth Opportunities Initiative*. Accessed date 2021/08/19; available at <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/18a10135-43d2-4caa-b8c1-e43f7bf73c75/language-en>.
- European Commission (2017). *Social Enterprises*. Accessed date 2021/04/18; available at https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en.
- Evers, A., & Schulze-Böing, M. (2001). "Social Enterprises and Transitional Employment." *The Emergence of Social Enterprise*, 120-135.
- Fukuyama, F. (1995a). "Social Capital and the Global Economy". *Foreign Affairs*, 74(5): 89- 103.
- Fukuyama, F. (1995b). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (Vol. 99). New York: Free Press.
- Fukuyama, F. (2001). "Social Capital, Civil Society and Development." *Third World Quarterly*, 22 (1): 7- 20.
- Guttman, A. (2020). "Commons and Cooperatives: A New Governance of Collective Action". *Ann Public Econ*, 92 (1): 33-53.
- Hador, B. B. (2017). "Three levels of Organizational Social Capital and Their Connection to Performance". *Journal of Management Development*, 36 (3): 348- 360.
- Hartigan, P. (2004). "The Challenge for Social Entrepreneurship". Schwab Foundation for Social Entrepreneurship Global Summit 2004, Brazil.
- Henton, D., Melville, J., & Walesh, K. (1997). "The Age of the Civic Entrepreneur: Restoring Civil Society and Building Economic Community". *National Civic Review*, 86(2): 149-156.
- Hojnik, B. B. (2020). "Overview of Social Entrepreneurship Development in Slovenia". *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 16(60): 2-5.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., & Thurik, R. (2010). What Do We Know about Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research. *Trento (Italy): the 2nd EMES International Conference on Social Enterprise, July 2009, and Budapest (Hungary): the 23rd RENT Conference, November 2009*. Accessed date: 2021/08/20; available at https://www.researchgate.net/publication/46433899_What_Do_We_Know_About_Social_Entrepreneurship_An_Analysis_of_Empirical_Research.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton university Press.

- International Cooperative Alliance (2018). *What Is a Cooperative?* Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>.
- International Cooperative Alliance (nd). *Cooperative Identity, Values & Principles*. Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>.
- International Institute of Social Studies (nd) . *Indices of Social Development*. Accessed date 2021/08/20; available at <https://www.iss.nl/en/engagement-impact/hosted-iss/indices-social-development>.
- Jackall ,R., & Levin, H. M. (2021). *Worker Cooperatives in America*. University of California Press.
- Jaskyte, K., Amato, O., & Sperber, R. (2018). “Foundations and Innovation in the Nonprofit Sector”. *Nonprofit Management and Leadership*, 29(1): 47-64.
- Javed, S ,Rashidin, M. S., & Jian, W. (2021). “Predictors and Outcome of Customer Satisfaction: Moderating Effect of Social Trust and Corporate Social Responsibility”. *Future Business Journal*, 7(1): 1-18.
- Joyce E. Williams (2015). “Social Distance”. G. Ritzer (ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Malden, & Oxford, & Carlton: Blackwell Publishing.
- Kaseke, E. (2001). “Social Development as a Model of Social Work Practice: The Experience of Zimbabwe”. Accessed date 2021/08/20; Available at <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/123456789/9576/Kaseke>.
- Kilander, K., & Kilander, K. (1987). “Cooperatives for the Promotion of Forestry in Rural Development”. *Unasylva*, 39(3): 147-157.
- Kramer, M. R. (2005). *Measuring Innovation: Evaluation in the Field of Social Entrepreneurship*. Boston, MA: Foundation Strategy Group.
- Kress, A. J. (1941). *Introduction to the Cooperative Movement*. New York & London: Harper & Brothers.
- Kurimoto, A. (2020). Why Asian Pacific Cooperative Models Matter? In Altman, M., & Jensen, A., & Kurimoto, A., & Talus, R. & Dongre, Y., & Jang, S. (ed.), *Waking the Asian Pacific Co-Operative Potential*. London: Elsevier.
- Legatum Institute (2012). *A Unique Global Inquiry into Wealth and Wellbeing, the 2012 Legatum Prosperity Index*. Accessed Date 2021/08/17; available at https://www.prosperity.com/download_file/view_inline/2837.
- Longman online dictionary (nd). *Foundation*. Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.ldoceonline.com/dictionary/foundation>.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. California: Sage Publications.
- Lucas, A. (1994). The Mondragon cooperative group as a case of industrial democracy. in G. Baldacchino, S. Rizzo, & E.L. Zammit (eds.), *Cooperative ways of working: towards a Mediterranean research project*. Msida: Workers' Participation Development Centre.

- Malombe, J. (2000). *Community Development Foundations: Emerging Partnerships*. Washington, DC: World Bank.
- Mansuri, G., & Rao, V. (2004). "Community-based and-driven Development: A Critical Review. *The World Bank Research Observer*, 19(1): 1-31.
- Martin, R.J., Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for a Definition. *Stanford Social Innovation Review*. Leland Stanford Jr. University.
- Maslennikov, V. P. (1983). *The Cooperative Movement in Asia and Africa*. California: Progress Publishers.
- Maslova, E. L., Matveeva, O. Z., Kovshova, M. V., Kolenova, V. A., & Yariz, L. A. (2021). Shareholders of Consumer Cooperation in Russia—Motivation for Participation. In A. V. Bogoviz, A. E. Suglobov, A. N.; in Maloletko, O. V. Kaurova, S. V. Lobova (eds.), *Frontier Information Technology and Systems Research in Cooperative Economics*. Warsaw, Poland: Springe.
- Meador, J. E., & O'Brien, D. (2019). "Placing Rwanda's Agriculture Boom: Trust, Women Empowerment and Policy Impact in Maize Agricultural Cooperatives. *Food Security*, 11(4): 869-880.
- Merrett, C. D., & Walzer, N. (2004). *Cooperatives and local development: Theory and applications for the 21st century*. ME Sharpe.
- Mewes, J., Fairbrother, M., Giordano, G. N., Wu, C., & Wilkes, R. (2021). "Experiences Matter: A longitudinal Study of Individual-level Sources of Declining Social Trust in the United States". *Social Science Research*, 95: 1-14.
- Midgley, J. (1995). *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*. London, & New Delhi, & Thousand Oaks: Sage.
- Min, J. (2020). "Does Social Trust Slow Down or Speed up the Transmission of COVID-19? " *PloS One*, 15(12), e024427: 1-19.
- Mittone, L. & Ploner, M. (2015). "Cooperative Attitudes Among Workers of Social Cooperatives: Evidence from an Artefactual Field Experiment". *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26: 510-530.
- Morfi, C., Nilsson, J., Hakelius ,K., & Karantininis, K. (2021). "Social Networks and Member Participation in Cooperative Governance". *Agribusiness*, 37(2): 264-285.
- Okem, A. E., & Stanton, A. (2016). Contextualising the Cooperative Movement in Africa; in A.E. Okem (ed.), *Theoretical and Empirical Studies on Cooperatives* .Switzerland: Springer.
- Onyeiwu, S., & Jones, R. (2003). "An Institutional Perception of Cooperative Behavior". *The Journal of Socio-Economics*, 32(3):233-244.
- Onyx, J., & Bullen, P. (2000). "Measuring Social Capital in Five Communities". *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1): 23-42.
- Paxton, P. (1999). "Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment". *American Journal of sociology*, 105(1):88-12.

- Pearson, K. A. (2006). *Accelerating Our Impact: Philanthropy, Innovation and Social Change*. JW McConnell Family Foundation.
- Perrini, F. (2006). Social Entrepreneurship Domain: Setting Boundaries .*The New Social Entrepreneurship*; in E. Perrini (ed.), *What Awaits Social Entrepreneurial Ventures*. Uk, & USA: Edward Elgar.
- Petersen, K. E. (2020). “Making Change. Youth Social Entrepreneurship as an Approach to Positive Youth and Community Development (book review)”. *European Journal of Social Work*: 1-2.
- Philip, K. (2003). *Co-operatives in South Africa: Their Role in Job Creation and Poverty Reduction* (Research Report). Johannesburg: The South African Foundation.
- Poon, D. (2011). The Emergence and Development of Social Enterprise Sectors. *Social Impact Research Experience (SIRE)*, 8.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (1999). “Philanthropy's New Agenda: Creating Value”. *Harvard Business Review*, 77: 21-131.
- Putnam ,R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nonetti, R. Y. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Rashid, Y. et al, (2019). “Case Study Method: A Step-by-Step Guide for Business Researchers”. *International Journal of Qualitative Methods*, 18: 1–13
- Reardon, M. (1971). “The Reconciliation of Christianity with Progress: Philippe Buchez”. *The Review of Politics*, 33(4): 512-537.
- Ridley-Duff, R. (2015). *The Case for Fairshares: A New Model for Social Enterprise Development and the Strengthening of the Social and Solidarity Economy*. UK: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Ridley-Duff, R. (2018). “Cooperative Social Entrepreneurship: Reflecting on a Decade of Embedding Cooperative Studies in Social Enterprise Courses”. Paper to the 2018 Co-operative Education Conference, Manchester: Federation House.
- Rothstein, B., & Stolle, D. (2008). “The State and Social Capital: An Institutional Theory of Generalized Trust”. *Comparative Politics*, 40(4): 441-459.
- Sabatini, F., Modena, F., & Tortia, E. (2014). “Do Cooperative Enterprises Create Social Trust?” *Small Business Economics*, 42(3): 621-641.
- Sanyang, S. E & ,Huang, W.-C. (2008). “Green Cooperatives: A Strategic Approach Developing Women’s Entrepreneurship in the Asian and Pacific Region”. *World Journal of Agricultural Sciences*, 4(6): 674-683.

- Schuyler, G. (1998). *Social Entrepreneurship: A Profit as a Means, not as an End*. Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership. Clearing House on Entrepreneurial Education (CELCEE); Accessed Date: 2021/08/20; available at www.celcee.edu/products/digest/dig98-7html.
- Shaffer, J. (1999). *Historical Dictionary of the Cooperative Movement*. Scarecrow Press.
- Stiglitz, J. E. (2002). "Participation and Development: Perspectives from the Comprehensive Development Paradigm". *Review of Development Economics*, 6(2):163-182.
- Tate, Vanessa (2016). *Strategic Directions in Social Development*. Strategic Directions for the World Bank in Social Development Steen Lau Jorgensen Director of. Accessed date: 2021/08/20; available at <https://slideplayer.com/slide/8447193/>.
- Thomsen, J. P. F., & Rafiqi, A. (2020). "Ideological Biases Weaken the Impact of Social Trust on Ethnic Outgroup Threat". *Political Studies*, 68(2): 523-540.
- United Nations (1995). Copenhagen Declaration on Social Development. *World Summit for Social Development*. 1995/03/14. Accessed date: 2021/08/20; available at United Nation Cite; https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_CONF.166_9_Declaration.pdf.
- United Nations (2002). *Financing Global Social Development Symposium* (Report). New York: Department of Economic and Social Affairs, United Nation. Accessed date: 2021/07/08; available at <https://www.un.org/esa/socdev/documents/ifsd/Final%20Report.pdf>.
- University of Northern Iowa (nd). *Types of Foundations*. Accessed date: 2021/08/17; available at <https://rsp.uni.edu/sites/default/files/Handouts-Foundations.pdf>.
- Valentinov, V. L. (2004). "Toward a Social Capital Theory of Cooperative Organisation". *Journal of Cooperative Studies*, 37 (3): 5-20.
- Vieta, M., Tarhan, M., & Duguid, F. (2016). From Collective to Co-operative Entrepreneurship in Canada's New Co-operatives. *Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto*. Accessed date: 2021/08/20; available at https://ccr.ica.coop/sites/ccr.ica.coop/files/attachments/2.2%20Vieta_Tarhan_Duguid.pdf.
- International Cooperative Alliance (2017). Co-ops Employ 10% of the Global Employed Population. Accessed date: 2021/09/04; available at <https://www.ica.coop/en/media/news/co-ops-employ-10-global-employed-population>.
- International Cooperative Alliance (2018). *What Is a Cooperative?* Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>.
- Yang, X. (2019). "How Perceived Social Distance and Trust Influence Reciprocity Expectations and eWOM Sharing Intention in Social Commerce". *Industrial Management & Data Systems*. Accessed date: 2021/08/20; available at <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMDS-04-2018-0139/full/html>.
- Yazan, B. (2015). "Three Approaches to Case Study Methods in Education: Yin, Merriam, and Stake". *The Qualitative Report*, 20 (2): 134-152.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

- Zeuli, K. A., & Radel, J. (2005). "Cooperatives as a Community Development Strategy: Linking Theory and Practice". *Journal of Regional Analysis and Policy*, 35 (1): 43 – 54.
- Zmerli, S.& Newton, K. (2008). "Social Trust and Attitudes Toward Democracy." *Public Opinion Quarterly*, 72 (4): 706–724.