

الله اعلم
الله اعلم
الله اعلم

دانشگاه یزد
دانشکده علوم اجتماعی
گروه جامعه‌شناسی

پایان‌نامه
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
جامعه‌شناسی

عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای تولیدی شهر یزد

استاد راهنما:
دکتر اکبر زارع شاه‌آبادی

استاد مشاور:
دکتر مسعود حاجی‌زاده میمندی

پژوهش و نگارش:
حامد سیارخلج

تیرماه ۱۳۹۳

به نام خدایی که آفرید...

جهان را، انسان را، عقل را، علم را، معرفت را، عشق را...

و به کسانی که عشقان را در وجودم دمید...

تا گاهی بیایم و احوالشان را بپرسم...

تقدیم به:

مقدس ترین و اثره‌ها در لغت نامه دلم...

مادر مهربانم که زندگیم را دیون مهر و عطف آن می دانم...

پدر، مهربانی مشق، برادر و حامی...

برادر و خواهرانم، همراهم همیشگی و پشتوانه‌های زندگیم...

سپاسگذاری

به مصداق «من لم یسکر المخلوق لم یسکر الخالق» بسی شایسته است از استاد فریخته و
فرزانه جناب آقای دکتر اکبر زارع شاه آبادی که با کرامتی چون خورشید، سرزمین دل را
روشنی بخشید و بوستان علم و دانش را بار اهنایی های کارساز، سازنده و بارور ساختند، تقدیر
و تشکر نمایم.

همچنین از استاد صبور و باتقوا، جناب آقای دکتر مسعود حاجی زاده میمندی، که زحمت
مشاوره این پایان نامه را متقبل شدند، تشکر می کنم.

چکیده

تولید، یکی از مهمترین بخش‌های اقتصاد هر کشوری است. هر کشوری که بتواند سطح تولیدات خود را بالا ببرد، در عرصه جهانی موفق به کسب جایگاه بهتری می‌شود. تولید نیروی محرکه اقتصاد هر کشوری است و باعث رشد و شکوفایی و توسعه کشور می‌شود. بخش تعاون به-عنوان یکی از بخش‌های سه‌گانه اقتصاد کشور براساس اصل ۴۴ قانون اساسی است. تعاونیها با اولویت دادن انسان نسبت به سرمایه، بدنبال یک اقتصاد پایدار، انسانی و اجتماعی هستند. هدف کلی پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای تولیدی شهر یزد است. جامعه آماری این تحقیق ۴۳۷ نفر است که تعداد ۱۹۶ نفر از اعضای تعاونیهای تولیدی شهر یزد شامل مدیران عامل، اعضای هیئت‌مدیره و اعضای عادی با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. ابزار جمع-آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق‌ساخته است که از اعتبار و پایایی مناسبی برخوردار بود. نتایج نشان داد که از نظر اعضا و عملکرد، تعاونیهای تولیدی شهر یزد دارای موفقیت بالاتر از متوسط هستند. همچنین ویژگی‌های کارآفرینی اعضا بالاتر از متوسط، آگاهی از اصول تعاون بالاتر از متوسط، سرمایه فرهنگی پایین‌تر از متوسط، مشارکت پایین‌تر از متوسط و آموزش متوسط است. بین جنس، نوع مسئولیت، تحصیلات، ویژگی‌های کارآفرینی، سرمایه فرهنگی، مشارکت و آموزش اعضا با موفقیت تعاونیهای تولیدی رابطه معناداری وجود دارد. اما بین وضعیت تأهل، سن، سابقه عضویت، درآمد، تجربه و آگاهی از اصول تعاون با موفقیت تعاونیهای تولیدی رابطه معناداری وجود ندارد. متغیرهای مستقل در معادله رگرسیون توانستند، ۳۹ درصد از تغییرات متغیر موفقیت تعاونیهای تولیدی را تبیین کنند. بیشترین اثرات بر روی متغیر وابسته به ترتیب متعلق به آموزش، مشارکت، ویژگی‌های کارآفرینی و سرمایه فرهنگی بود.

کلمات کلیدی: تعاونیهای تولیدی، سرمایه فرهنگی، کارآفرینی، مشارکت، موفقیت.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۱-۱-۱-۱	مقدمه
۲-۱	بیان مسئله
۳-۱	ضرورت و اهمیت موضوع
۴-۱	اهداف تحقیق
۱-۴-۱	هدف اصلی
۲-۴-۱	اهداف فرعی
۵-۱	مزایای شکل اقتصادی تعاونی
۶-۱	تاریخچه تشکیل تعاونیها
۷-۱	وضعیت تعاونیهای ایران و جهان
۸-۱	وضعیت تعاونیهای تولیدی شهر یزد
۹-۱	محدودیت‌های تحقیق
۳۵	فصل دوم: مروری بر پیشینه پژوهشی و نظری تحقیق
۳۷	پیشگفتار
۱-۲	پیشینه تجربی موضوع
۱-۱-۲	تحقیقات خارجی
۲-۱-۲	تحقیقات داخلی
۳-۱-۲	نقد تحقیقات خارجی
۴-۱-۲	نقد تحقیقات داخلی
۵-۱-۲	جمع‌بندی تحقیقات انجام‌شده
۲-۲	بررسی نظریات موجود

- ۶۵..... نظریات تعاون ۱-۲-۲
- ۶۵..... هنری سن سیمون ۱-۱-۲-۲
- ۶۶..... فیلیپ بوشه ۲-۱-۲-۲
- ۶۷..... کارل مارکس ۳-۱-۲-۲
- ۶۸..... شارل فوریه ۴-۱-۲-۲
- ۶۹..... لویی بلان ۵-۱-۲-۲
- ۷۰..... نظریات جامعه‌شناسی ۲-۲-۲
- ۷۲..... امیل دورکیم ۱-۲-۲-۲
- ۷۳..... تالکوت پارسونز ۲-۲-۲-۲
- ۷۵..... جورج هومنز ۳-۲-۲-۲
- ۷۹..... پیتر بلاو ۴-۲-۲-۲
- ۸۱..... پیر بوردیو ۵-۲-۲-۲
- ۸۵..... نظریات روانشناسی اجتماعی ۳-۲-۲
- ۸۶..... کورت لوین ۱-۳-۲-۲
- ۸۹..... نظریات اقتصادی و مدیریتی ۴-۲-۲
- ۹۲..... ماکس وبر ۱-۴-۲-۲
- ۹۴..... دیوید مک کله‌لند ۲-۴-۲-۲
- ۹۶..... جوزف شومپیتر ۳-۴-۲-۲
- ۹۸..... چارچوب نظری تحقیق ۳-۲
- ۱۰۱..... مدل نظری تحقیق ۴-۲
- ۱۰۲..... فرضیه‌های تحقیق ۵-۲
- ۱۰۵..... فصل سوّم: روش‌شناسی
- ۱۰۷..... روش تحقیق ۱-۳

۱۰۸	۲-۳- جامعه آماری و حجم نمونه
۱۰۹	۳-۳- واحد تحلیل
۱۱۰	۴-۳- ابزار و روش جمع‌آوری داده‌ها
۱۱۰	۵-۳- تنظیم و اجرای پرسشنامه
۱۱۰	۶-۳- اعتبار و پایایی پرسشنامه
۱۱۲	۷-۳- تعریف نظری و عملیاتی متغیرها
۱۱۲	۳-۷-۱- متغیر وابسته
۱۱۳	۳-۷-۲- متغیرهای مستقل
۱۱۳	۳-۷-۲-۱- عوامل اجتماعی
۱۱۶	۳-۷-۲-۲- سرمایه فرهنگی
۱۱۸	۳-۷-۲-۳- کارآفرینی
۱۲۲	۳-۷-۲-۴- عوامل جمعیت‌شناختی
۱۲۴	۳-۸- فنون تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۲۵	فصل چهارم: داده‌های تحقیق
۱۲۷	۴-۱- داده‌های توصیفی
۱۵۱	۴-۲- داده‌های تبیینی
۱۶۳	فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات
۱۶۵	۵-۱- بحث و نتیجه‌گیری
۱۸۰	۵-۲- پیشنهادات
۱۸۰	۵-۲-۱- پیشنهادات روشی
۱۸۱	۵-۲-۲- پیشنهادات موضوعی
۱۸۱	۵-۲-۳- پیشنهادات اجرایی
۱۸۵	منابع و مأخذ

- الف- منابع فارسی ۱۸۵
- ب- منابع لاتین ۱۹۴
- ج- منابع اینترنتی ۱۹۸
- ضمیمه ۱۹۹
- پرسشنامه ۲۰۰
- تعداد و عنوان تعاونیهای تولیدی واقعی شهر یزد ۲۰۷

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۱- مزایا و نقش تعاونی در اقتصاد و توسعه ملی	۱۷
جدول ۱-۲- تاریخچه شرکت‌های تعاونی در سطح بین‌المللی از سال ۱۹۶۵-۱۹۲۱	۱۸
جدول ۱-۳- تاریخچه شرکت‌های تعاونی در ایران از سال ۱۳۷۰-۱۳۰۳	۱۸
جدول ۱-۴- کشورهای دارای گردش مالی بیش از ۱۰۰ میلیون دلار	۱۹
جدول ۱-۵- وضعیت بخش تعاون در کشورهای مختلف جهان و ایران	۲۱
جدول ۱-۶- وضعیت تعاونیهای تولیدی شهر یزد	۳۲
جدول ۱-۳- نام تعاونیهای تولیدی فعال شهر یزد به همراه سابقه تأسیس، اشتغالزایی و اعضا ۱۰۹	
جدول ۳-۲- ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق	۱۱۱
جدول ۴-۱- توزیع پاسخگویان برحسب جنس	۱۲۷
جدول ۴-۲- توزیع پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل	۱۲۷
جدول ۴-۳- توزیع پاسخگویان برحسب سن	۱۲۸
جدول ۴-۴- توزیع پاسخگویان برحسب میزان تحصیلات	۱۲۸
جدول ۴-۵- توزیع پاسخگویان برحسب تعداد اعضای خانوار	۱۲۹
جدول ۴-۶- توزیع پاسخگویان برحسب وضعیت اشتغال	۱۳۰
جدول ۴-۷- توزیع پاسخگویان برحسب نوع سکونت	۱۳۰
جدول ۴-۸- توزیع پاسخگویان برحسب نوع مسکن	۱۳۰
جدول ۴-۹- توزیع پاسخگویان برحسب سابقه عضویت در تعاونی	۱۳۱
جدول ۴-۱۰- توزیع پاسخگویان برحسب میزان تجربه در تعاونی	۱۳۱
جدول ۴-۱۱- توزیع پاسخگویان برحسب نوع مسئولیت در تعاونی	۱۳۲
جدول ۴-۱۲- توزیع پاسخگویان برحسب میزان درآمد	۱۳۲
جدول ۴-۱۳- توزیع پاسخگویان برحسب حس تعلق	۱۳۳

- جدول ۴-۱۴- توزیع پاسخگویان برحسب بهتر شدن وضع مالی ۱۳۴
- جدول ۴-۱۵- توزیع پاسخگویان برحسب رضایت از تعاونی ۱۳۵
- جدول ۴-۱۶- توزیع پاسخگویان برحسب ریسک‌پذیری متعادل ۱۳۶
- جدول ۴-۱۷- توزیع پاسخگویان برحسب کانون کنترل ۱۳۷
- جدول ۴-۱۸- توزیع پاسخگویان برحسب نیاز به موفقیت ۱۳۸
- جدول ۴-۱۹- توزیع پاسخگویان برحسب سلامت فکری ۱۳۹
- جدول ۴-۲۰- توزیع پاسخگویان برحسب عملگرایی ۱۴۰
- جدول ۴-۲۱- توزیع پاسخگویان برحسب تحمل ابهام ۱۴۱
- جدول ۴-۲۲- توزیع پاسخگویان برحسب رویاپردازی ۱۴۲
- جدول ۴-۲۳- توزیع پاسخگویان برحسب چالش‌طلبی ۱۴۳
- جدول ۴-۲۴- توزیع پاسخگویان برحسب داشتن مهارت یا تخصص معین ۱۴۴
- جدول ۴-۲۵- توزیع پاسخگویان برحسب اقدام به کسب و کار قبلی ۱۴۴
- جدول ۴-۲۶- توزیع پاسخگویان برحسب تمایل به راه‌اندازی کسب و کار ۱۴۴
- جدول ۴-۲۷- توزیع پاسخگویان برحسب آگاهی از اصل تعاون ۱۴۵
- جدول ۴-۲۸- توزیع پاسخگویان برحسب سرمایه فرهنگی تجسّدی ۱۴۶
- جدول ۴-۲۹- توزیع پاسخگویان برحسب سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته ۱۴۷
- جدول ۴-۳۰- توزیع پاسخگویان برحسب سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده ۱۴۸
- جدول ۴-۳۱- توزیع پاسخگویان برحسب مشارکت ۱۴۹
- جدول ۴-۳۲- توزیع پاسخگویان برحسب آموزش ۱۵۰
- جدول ۴-۳۳- توزیع پاسخگویان برحسب برگزاری منظم جلسات آموزشی توسط وزارت تعاون ۱۵۰
- جدول ۴-۳۴- نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای متغیرهای تحقیق ۱۵۱
- جدول ۴-۳۵- نتایج آزمون تفاوت میانگین متغیرهای جنس و وضعیت تأهل با موفقیت تعاونیهای تولیدی ۱۵۳

- جدول ۴-۳۶- نتایج آزمون تفاوت میانگین نوع مسئولیت با موفقیت تعاونیهای تولیدی ۱۵۴
- جدول ۴-۳۷- نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان تجربه با موفقیت تعاونیهای تولیدی ۱۵۴
- جدول ۴-۳۸- نتایج آزمون همبستگی پیرسون متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق (متغیر وابسته):
موفقیت تعاونیهای تولیدی) ۱۵۵
- جدول ۴-۳۹- نتایج آزمون همبستگی بین متغیر ویژگی‌های کارآفرینی با موفقیت تعاونیهای
تولیدی ۱۵۶
- جدول ۴-۴۰- نتایج آزمون همبستگی آگاهی از اصول تعاون با موفقیت تعاونیهای تولیدی ۱۵۷
- جدول ۴-۴۱- نتایج آزمون همبستگی بین متغیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با موفقیت تعاونیهای
تولیدی ۱۵۸
- جدول ۴-۴۲- نتایج آزمون همبستگی مشارکت با موفقیت تعاونیهای تولیدی ۱۵۹
- جدول ۴-۴۳- نتایج آزمون همبستگی آموزش با موفقیت تعاونیهای تولیدی ۱۵۹
- جدول ۴-۴۴- نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره برای سنجش اثر متغیرهای مستقل بر موفقیت
تعاونیهای تولیدی ۱۶۰
- جدول ۴-۴۵- نتایج محاسبه‌ی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل تحقیق بر موفقیت
تعاونیهای تولیدی ۱۶۱

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۲- تبیین مشارکت در تعاونیهای تولیدی در نظریه دورکیم	۷۳
نمودار ۲-۲- تبیین مشارکت در تعاونیهای تولیدی در نظریه بلاو	۸۱
نمودار ۳-۲- تبیین سرمایه فرهنگی در تعاونیهای تولیدی در نظریه بوردیو	۸۵
نمودار ۴-۲- تبیین مشارکت در تعاونیهای تولیدی در نظریه لوین	۸۹
نمودار ۵-۲- مدل علی توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه وبر	۹۴
نمودار ۶-۲- تبیین کارآفرینی در تعاونیهای تولیدی در نظریه مک کله لند	۹۶
نمودار ۷-۲- تبیین کارآفرینی در تعاونیهای تولیدی در نظریه شومپتر	۹۸
نمودار ۸-۲- عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونیهای تولیدی	۱۰۲
نمودار ۱-۴- توزیع پاسخگویان برحسب تعداد اعضای خانوار	۱۲۹
نمودار ۲-۴- تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر روی موفقیت تعاونیهای تولیدی	۱۶۲
نمودار ۱-۵- آسیب شناسی تعاونیهای تولیدی شهر یزد	۱۷۹

فصل اوّل:
كليات تحقيق

تعاون در اصطلاح «یاوری و همراهی متقابل» می‌باشد. این واژه از «عون» به معنی یاری نمودن و در باب تفاعل به معنای به همدیگر کمک کردن و همیاری نمودن آمده است. به عبارت دیگر، کار گروهی، داوطلبانه و نظام‌مند را تعاون می‌گویند. سازوکارهای مورد استفاده در تعاونیها متناسب با اهداف اجتماعی تعاون است. آزادی، نیکوکاری، دموکراسی و مشارکت همگانی اصول و ارزش‌های اساسی هستند که در اداره امور تعاونیها به کار برده می‌شوند.

در دین شریف اسلام تعاونی از دو منظر مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. اول مبانی اخلاقی و اعتقادی رویکرد تعاون است و دوم از نظر فقهی نیز که مجوز فعالیت تعاونیها صادر شده است. همچنین بخش تعاون در قانون‌های مصوب نظام جمهوری اسلامی ایران، به‌ویژه قانون اساسی جایگاه ویژه‌ای دارد. امروزه تقریباً غالب کشورهای جهان با موضوع تعاون مرتبط بوده، در پی گسترش و تقویت این بخش اقتصادی هستند. تعاون یک واژه مقدس است که با عنایت به توجه ویژه قرآن کریم به آن در نگرش اسلامی اهمیت زیادی دارد. مبحث تعاون و همکاری و دیگریاری به‌عنوان اصلی مهم برای بهبود امور، کاهش محدودیت‌ها و مشکلات و ضمانت‌دهنده دوام و بقای انسان‌ها مورد توجه ادیان شریف الهی بوده و همواره به صورت‌های مختلف مورد تأکید قرار گرفته است. خالق مهربان در کتاب آسمانی قرآن مجید موضوع تعاون و همکاری مردم را مطرح کرده و مخلوقات خود را به همکاری در کارهای نیک و حسنه بر مبنای تقوا و عصمت و پرهیز از همکاری در کارهای مشرکانه و گناه‌آلود دعوت نموده است. بر این اساس تعاون با دین مبین اسلام رابطه عمیقی دارد. در دین عزیز اسلام حاکمیت توحیدی در همه عرصه‌های حیات فردی و اجتماعی انسان، والاترین هدف به‌شمار می‌رود که تحقق آن در زندگی اجتماعی به این است که انسان همه را بنده خدا و خود را نیز عضوی از پیکره عظیم آنها دانسته و در صورت تعارض یا تداخل منافع اجتماعی با منافع او، مصالح اجتماعی را بر منافع شخصی و گروهی ترجیح دهد که این اقتضای عقل سالم است. با مطالعه زندگی ائمه اطهار اصول تعاون به شرح زیر در سیره اجتماعی آنان مشاهده می‌شود؛ توجه به مشکلات آحاد جامعه، حمایت از مردم و تعجیل در تأمین

نیازهای آنها، تأمین نیازمندی‌های محرومان جامعه، پرهیز جامعه از غفلت نسبت به یکدیگر، ترویج روحیه مساوات، انفاق به فقرا و محرومان، مقدم داشتن دیگران بر خویشتن، ترویج خدمات پنهان اجتماعی، تأمین امنیت روانی نیازمندان، توجه به نیازهای مالی خواص و رفع مشکلات آنها. اقتصاد تعاونی در قانون اساسی کشور ما جایگاه رفیعی دارد و به لحاظ تأثیر بالای آن در تحقق عدالت اجتماعی و تسریع روند رشد، دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای است که باید مورد توجه دست‌اندرکاران و مدیران کشور قرار گیرد.

در این تحقیق قصد بر این است که تعاونیهای تولیدی شهر یزد مورد بررسی قرار گیرند تا بتوان آنها را در وهله اول آسیب‌شناسی کرد؛ زیرا به‌منظور دادن راهکار برای یک مشکل یا مسئله اجتماعی، شناخت آن مسئله و آسیب‌هایی که متوجه آن است، ضروری به‌نظر می‌رسد. در وهله دوم هدف شناخت میزان موفقیت تعاونیهای تولیدی و عواملی که بر این موفقیت تأثیر می‌گذارند، است. زیرا این تعاونیها می‌توانند الگویی برای تعاونیهای ناموفق و غیرفعال باشند. باید توجه داشت که در تعاونیهای تولیدی فعال هم مشکلاتی اساسی وجود دارد. در آخر سعی خواهد شد تا با یک بررسی دقیق و موشکافانه، تعدادی از مشکلات این تعاونیها مورد بررسی قرار گیرند.

۱-۲- بیان مسئله

همکاری یا تعاون^۱ یکی از کنش‌های متقابل پیوسته^۲ می‌باشد و منظور از آن کنش‌های متقابلی است که در جهت یگانه‌ای صورت می‌گیرد، در مقابل سبقت‌جویی را کوششی شخصی برای وصول هدفی که مورد نظر دیگری نیز هست، دانسته و رقابت را کوششی که شخص برای پس انداختن دیگری از وصول به هدفی که مورد نظر هر دو ی آنان است، می‌دانند (اگ‌برن، ۱۳۵۶: ۱۳۸). شرکت تعاونی، شرکتی است که در آن یک گروه از افراد جامعه با میل و علاقه برای رسیدن به اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، طبق اساسنامه شرکت‌های تعاونی و قوانین مربوط، دور هم جمع شده و به‌صورت عادلانه، با سرمایه‌گذاری مشترک، فعالیت‌های خود را شروع نموده و در سود

^۱ . Cooperation

^۲ . Associative Interaction

و زیان آن نیز سهمیم می‌گردند. این شرکت، بر پایه اصول تعاون و تفاهم متقابل تشکیل شده و انگیزه اعضای آن، صرفاً تجاری نیست و در آن همیاری، حرف اول را می‌زند. قانون بخش تعاونی جمهوری اسلامی ایران، شرکت تعاونی را این‌گونه تعریف می‌کند: ((شرکت تعاونی شرکتی است که از اشخاص حقیقی یا حقوقی که به‌منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی شرکا از طریق خودیاری، کمک متقابل و همکاری آنان و تشویق به پس‌انداز، موافق اصولی که در این قانون روشن شده، تشکیل می‌گردد)) (فروهی و دهگاهی، ۱۳۶۸:۱۱).

تحولات اوایل هزاره سوم میلادی در عرصه اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی موجب شده است تعاونیها با شرایط جدیدی روبه‌رو شوند که بدون سازگاری با آنها نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند. در چنین شرایطی مدیریتی مؤسسات تعاونی باید براساس تفکرات توسعه پایدار، با ایجاد نوآوری و ابتکاراتی جدید در زمینه توسعه فعالیت‌های بازرگانی، تنوع محصولات، جذب مشتری، درآمدزایی، جذب و افزایش درآمدها و تصمیم‌گیری سریع و به‌موقع، شیوه و الگوی مدیریت سنتی خود را به‌سوی مدیریت نوین متحول سازند (کروپ، ۲۰۰۵).

مطالعات تاریخی نشان می‌دهد که ایرانیان نخستین ملتی بوده‌اند که به نظام تعاونی توجه کرده‌اند. تعاونی سنتی که به‌منظور همکاری و همیاری و کاستن از مشکلات زندگی به‌تبع عرف و رسم جاری به‌وجود می‌آمد، نشان از سابقه طولانی حرکت‌های تعاونی در ایران است. تعاونی سنتی واژه از جمله تعاونیهایی است که در تاریخ ایران ریشه دارد و همواره با نام‌های مختلفی در نقاط مختلف ایران وجود داشته است. این نوع تعاونی را می‌توان در شمار تعاونیهایی سنتی‌ای به‌حساب آورد که نشانگر اقبال ایرانیان به این مدل اقتصادی و اجتماعی است. در ایران بخش تعاون به‌عنوان یکی از سه بخش نظام اقتصادی کشور، طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، به فعالیت در بخش‌های مختلف اقتصادی می‌پردازد. براساس اهداف تعیین‌شده برای بخش تعاون در ماده ۱۰۲ قانون برنامه چهارم توسعه، دولت موظف به توسعه بخش تعاون در اقتصاد ملی بر اساس اصل ۴۴ و ۴۳ قانون اساسی است. همچنین بنابر سیاست‌های کلی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری، سهم بخش تعاون در اقتصاد کشور باید به ۲۵ درصد تا آخر برنامه پنج‌ساله پنجم برسد (عباسی،

۸۳:۱۳۸۸). آمار انواع تعاونیها و سهم آنها در اقتصاد کشور جالب توجه است. حدود ۲۲۰۵ تعاونی و اتحادیه خدماتی در کشور با ۳۵۵۵۷ نفر عضو و اشتغالزایی ۳۰۸۷۵ و سرمایه اولیه ۲۴۹ میلیارد ریال در ۱۳ گرایش در سطح کشور به ثبت رسیده است (خبرگزاری امید، ۱۳۹۲). همچنین تعداد تعاونیهای مسکن ۱۸۰ هزار شرکت است. هم‌اکنون ۴۰ میلیون نفر در این تعاونیها عضویت دارند (خبرگزاری کارگر، ۱۳۹۱). آمار تعاونیهای تولید نیز حکایت از آن دارد که از مجموع ۱۷۵ هزار اتحادیه و تعاونی به ثبت رسیده در کشور ۶۶ هزار و ۶۱۶ تشکل تعاونی با فعالیت در ۳۴ گرایش تولیدی، سهمی معادل ۳۸ درصد از کل تعاونیهای کشور را به خود اختصاص داده‌اند. از ۱۰۴۷ اتحادیه ثبت‌شده در کشور ۳۹۷ اتحادیه تعاونی، تولیدی بوده که ۳۸ درصد از کل اتحادیه‌ها را شامل می‌شود. از مجموع ۶۶ هزار و ۶۱۶ اتحادیه و تعاونی تولیدی، ۵۱ درصد و معادل ۳۴ هزار و ۱۲ اتحادیه و تعاونی فعال، ۲۰ درصد و معادل ۱۳ هزار و ۷۰ اتحادیه و تعاونی در دست اجرا و ۲۹ درصد معادل ۱۹ هزار و ۵۳۴ اتحادیه و تعاونی غیرفعال هستند (ایسنا، ۱۳۹۱). این آمارها نشان می‌دهد که بعد از تعاونیهای مسکن، تعاونیهای تولیدی بیشترین تعداد را در کشور دارا می‌باشند. البته تعداد زیاد تعاونیهای مسکن، به دلیل وجود تعاونیهای متعدد و فراوان مسکن مهر است.

براساس دسته‌بندی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تعاونیها از لحاظ نوع فعالیت به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند. شرکت تعاونی تولیدی که شرکتی است که به منظور اشتغال در امور مربوط به کشاورزی، دامداری، دامپروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری، روستایی، عشایری و نظایر اینها فعالیت می‌نماید و مجموعاً یک واحد تولیدی را با اشتغال در آن اداره می‌نمایند و شرکت تعاونی توزیعی که شرکتی است که در امور مربوط به تهیه و توزیع کالا، مسکن، خدمات و سایر نیازمندی‌های اعضا فعالیت می‌نماید. تعاونیهای تولیدی، تعاونیهایی هستند که کار اصلی و مهم این تعاونیها، تولید کالاها و محصولات است. در شرکت‌های تعاونی تولیدی، اعضای شرکت کار می‌کنند و حقوق و دستمزد دریافت می‌نمایند (اختر محقق، ۲۲:۱۳۸۵). در نگاه اول تعاونیها شاید فقط بنگاه‌های تجاری به حساب بیایند که برای کسب سود و ایجاد اشتغال مستقیم، تشکیل شده‌اند، اما واقعیت این است که مناسبات اجتماعی که بین اعضای

تعاونیها جریان دارد، بسیار مهمتر از اهداف اقتصادی آنها است. اما با توجه به تعاریف مختلف تعاونی، می‌شود موفقیت تعاونیها را میزان دستیابی‌شان به اهداف اقتصادی و اجتماعی تعریف کرد. حس تعلق، بهتر شدن وضع مالی اعضا و رضایت اعضا از تعاونی، تعداد اعضا، میزان اشتغال‌زایی، میزان تولید و ارزش سهام را می‌توان ابعاد اجتماعی و اقتصادی موفقیت تعاونیها، علی‌الخصوص تعاونیهای تولیدی دانست.

ویژگی‌های کارآفرینی می‌توانند نقش اساسی در موفقیت تعاونیهای تولیدی داشته باشند. افراد کارآفرین دارای یکسری ویژگی‌های روحی هستند که وجود آنها در مؤسسات تولیدی همانند تعاونیهای تولیدی، می‌تواند بسیار مؤثر باشد. آنها می‌توانند باعث اشتغال‌زایی بیشتر و در نتیجه سود بیشتری در تعاونیهای تولیدی شوند. سرمایه فرهنگی دیگر متغیری است که به‌نظر می‌رسد در موفقیت تعاونیهای تولیدی مؤثر باشد. افرادی که دارای سرمایه فرهنگی بیشتری هستند، ممکن است دارای قدرت تطبیق بیشتری با سازمانی که در آن فعالیت می‌کنند، باشند و وجودشان باعث افزایش شانس موفقیت تعاونیهای تولیدی شود. هر سازمانی بر مبنای اصول خاصی تشکیل و اداره می‌شود. در واقع سازمان‌ها بر طبق این اصول شکل می‌گیرند. اصول اتحادیه بین‌المللی تعاون^۱، به‌منزله‌ی اصول راهنمای تعاونیها عمل می‌کند. رعایت کردن این اصول در بدو تأسیس تعاونیها و پایبند بودن به آنها می‌تواند باعث ارتقای جایگاه آنها شود. آموزش یکی از هفت اصل اساسی اتحادیه بین‌المللی تعاون است. در قوانین تعاون ایران هم چهار درصد از سود خالص تعاونیها باید به وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اختصاص داده شود تا این سازمان جلسات آموزشی را برای تعاونیها برگزار کند. مسلماً کمیت و کیفیت این جلسات و مرتب برگزار شدن آنها، امری مؤثر در پیشرفت تعاونیهای تولیدی به‌حساب می‌آید. عامل دیگری که می‌تواند در موفقیت تعاونیهای تولیدی ذکر کرد، مشارکت است. اصولاً تعاونیها بر پایه تشریک مساعی و اصل سینرژی^۲ (هم‌افزایی) شکل می‌گیرند. حضور افرادی که علاقه‌مند به کار جمعی باشند و از تکروری بپرهیزند،

^۱ . International Cooperation Alliance

^۲ . Synergy

می‌تواند در تعاونیهای تولیدی مؤثر باشد. حضور این افراد می‌تواند روحیه مشارکت را در تعاونیهای تولیدی افزایش دهد و باعث حرکت رو به جلوی آنها شود.

استان یزد و علی‌الخصوص مرکز آن شهر یزد از قدیم به‌عنوان یکی از شهرهای پیشتاز درزمینه کار، فرهنگ کار و تعاون مطرح بوده است. دکتر ربیعی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در جریان آخرین سفرش به استان یزد، این استان را موفق‌ترین استان کشور در بخش تعاون نامید (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۲). همچنین به گفته سرپرست مدیریت تعاون اداره کل تعاون استان یزد باید ضمن آسیب‌شناسی فعالیت‌های تعاونی در این استان، آنها را ارتقاء دهیم و باور کسانی که تعاونی‌ها را کم‌اهمیت تلقی می‌کنند، تغییر دهیم. او ضمن تأکید بر جایگاه تعاونیها در رفع فقر، کاهش نابرابری اجتماعی و بهبود توزیع درآمد، خاطرنشان کرد: تعاونیها در نگاه اقتصاددانان و مجریان، حلال مشکلات بسیار زیادی است و می‌تواند عامل مطمئن اتکای دولت در اقتصاد مقاومتی باشد (اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان یزد، ۱۳۹۳). او اظهار می‌کند که تاکنون پنج هزار و ۵۵۲ شرکت تعاونی در زمینه‌های کشاورزی، صنعتی و خدماتی در ۱۰ شهرستان تابعه استان تشکیل شده که از این تعداد سه هزار و ۲۸ شرکت تعاونی فعال و بقیه غیرفعال است. فرصت‌های شغلی پیش‌بینی شده شرکت‌های تعاونی تشکیل شده را ۴۳ هزار و ۸۸۸ مورد ذکر کرد و گفت: پیش‌بینی ایجاد این تعداد فرصت شغلی مستقیم، نقاط قوت‌بخش تعاون استان را بیان می‌کند. مجموع اعضای شرکت‌های تعاونی فعال و غیرفعال استان یزد چهار میلیون و ۱۳ هزار نفر است که از این تعداد سه میلیون و ۸۱۵ هزار نفر را مرد و بقیه را زنان، ایثارگران و افراد توانخواه تشکیل می‌دهند. استان یزد یک میلیون و ۳۷ هزار نفر جمعیت دارد و به عبارتی هر یزدی در چهار شرکت تعاونی عضویت دارد. از مجموع تعاونی‌های تشکیل شده استان یزد، سه هزار و ۲۸ شرکت تعاونی در ۱۰ شهرستان فعال است که شهرستان یزد با یک هزار و ۵۶۴ شرکت در صدر قرار دارد. تعاونیهای تولیدی استان یک هزار و ۵۹۱ شرکت است (ایرنا، ۱۳۹۳). اما این آمار کمی تردید برانگیز است و جای سؤال دارد. زیرا شهر یزد به‌عنوان مرکز استان، قاعدتاً باید سهمی عمده در این آمار داشته باشد که وجود بخش قابل توجهی از این تعاونیهای تولیدی در شهر یزد