



تبیین مفهومی نظام ترویج تعاون کشور

غلامحسین عبدالله زاده^۱، ابوالقاسم شریف زاده^۲، غلامحسین حسینی نیا^۳ و علی قلی حیدری^۴
^۱استادیار، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، ^۲استادیار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، ^۳مدیر کل، بخش آموزش، ترویج و تحقیقات تعاونی‌ها، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

Abdollahzade1@gmail.com

بخش تعاونی در کنار بخش‌های خصوصی و دولتی، یکی از سه بخش اصلی اقتصاد کشور محسوب می‌شود. این بخش نقش مهمی در کاهش شکاف ساختاری- نهادی و کارکردی- عملکردی بین بخش‌های مذکور و در نتیجه، ظرفیت‌سازی برای توسعه پایدار ملی ایفا می‌کند. با توجه به اهمیت بخش تعاون به عنوان یکی از ارکان اقتصاد کشور، در این مقاله تلاش شده است تا مبانی نظری و مفهومی ترویج تعاون معرفی شود. با وجود گسترده بودن مفهوم، کارکرد (حوزه‌های تحت پوشش) و ساختار ترویج (ماهیت نهادی، تنوع عرضه‌کنندگان، و ساختار تشکیلاتی و غیره)، آن صورت یا شکلی از ترویج که در اقصی نقاط جهان، از جمله در ایران بطور رسمی و نهادمند استقرار یافته است، همانا ترویج کشاورزی است. از اینرو، در این مقاله تلاش شده است تا با رویکردی قیاسی به معرفی ارکان و اصول و مولفه‌های معمول نظام‌های ترویجی و تعمیم آنها به گستره کارکردی تعاون (تعاون به عنوان یک حوزه فعالیت ترویج) پرداخته شود. در این مقاله، مفهوم، فلسفه، اصول، اهداف، کارکرد، مخاطبان، ساختار تشکیلاتی و محیط پیرامونی ترویج تعاون تشریح شده است و رهیافت کارآفرینی گروهی بسان رهیافتی مناسب برای ترویج تعاون معرفی شده است. در پایان نیز با ارائه دو الگوی مفهومی از ساختار و کارکرد ترویج تعاون، سودمندی‌ها و اقداماتی برای استقرار نظام ترویج تعاون مطرح شده است.

کلمات کلیدی: تعاون، ترویج تعاون، نظام ترویج، نظام ترویج تعاون