



مدیریت اتحادیه های تعاونی

و مسائل بلندمدت پس انداز و هزینه سرمایه گذاری

دکتر میرهادی زاده

هدف حفظ قیمت ها در کمترین سطح ممکن می باشد و برای پایداری خدمات خود، به جذب اندوخته های اعضا، متکی می باشند و جهت دست یابی به هدف ها به اقتضای خود اتکائی تعاونی همواره به پشتیبانی پولی و اعتباری اعضا، نیازمندند.

این نکته قابل تاکید است که عملکرد تعاون از نظر سود سهام، حسابها، مالیات ها و رای دقیقاً کنترل میشود. اما عملیات کارتل ها به تسلط بر بازارها و نظارت بر فروش، تنظیم سیاست فروش مشترک و تعیین سهمیه مقداری برای تولید کالاهای انحصاری، تسهیل مبادله اطلاعات فنی، تضمین کیفیت ساخت بر اساس تقسیم بندی بازارها و تمرکز تولید در واحدهای تولیدی مشترک - که بهره وری و ارزش افزوده آنها مورد تأیید کارتل باشد - بستگی دارد. خواننده محترم می تواند، این چند ساز و کار کارتل ها را مجدداً مطالعه و به این پرسش برسد که اگر شرکت های تعاونی مصرف کنندگان و یا اتحادیه های بازرگانی تعاونی مصرف (مثلاً نو اتحادیه امکان و فرهنگیان)

در تاریخ اقتصادی کشورها هم شکلی از بازرگانی وجود داشته و دارد، که موسوم به کارتل است که به قصد حفظ قیمت ها و تعیین مقدار فروش و نفوذ در بازارها تشکیل شده، هدف اتحاد قراردادی آنها و حفظ سطح



قیمت ها در بالاترین میزان ممکن بوده و هست و لذا ماهیت انحصاری داشته و دارند. ولی عملیات تعاونی در هر حال ضد انحصاری با

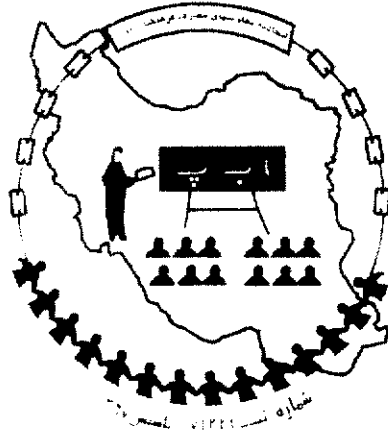
۱- سرمایه تعاونی های مصرف و اهمیت آن در شرایط خصوصی سازی

سرمایه تعاونی بنا به تعریف ماده ۱۶ قانون تعاون ایران، «عبارت از اموال و دارائی هائی است که برای تاسیس شرکت تعاونی یا افزایش سرمایه قبلی، در اختیار آن قرار می گیرد». اهمیت این تعریف در آن است که هرگونه پرداخت های نقدی بابت سهام اعضا، و یا درآمد خالص اضافی تعاونی به مالکیت تعاونی تبدیل می شود و به این ترتیب مشارکت عام صورت می بندد و لذا نمی تواند در ساختار شرکتهای انحصاری تجارتي فعالیت نماید. ظاهراً از این دیدگاه نمی توان شباهت هایی بین عملیات شرکتهای سهامی، شرکت های صد در صد دولتی و بخش تعاونی مشاهده کرد، ولی تعاونی های مصرف (مصرف کنندگان) از روش های بازرگانی استفاده می نمایند و معاملات خود را با حفظ موازین و اصول تعاون با تولید کنندگان، فروشندگان غیر تعاون و مصرف کنندگان انجام میدهند که عمدتاً بدون واسطه یعنی تماس مستقیم است.

هم از شرایط رقابت آزاد - به شرح یاد شده حتی با رعایت قوانین نظام اسلامی ایران - بهره مند شوند چگونه مشکلاتی پیش روی خواهند داشت؟

پاسخ ممکن این است که در کل اقتصاد و بخاطر ادامه حیات اقتصادی، توافق قراردادی برای نظارت بر تولید و فروش منع قانونی ندارد، مثال بارز آن وجود سازمان کشورهای صادرکننده نفت اوپک است و ایران هم در آن عضویت دارد. اما این گونه تفکر با مسائل اقتصادی شرکت های تعاونی مصرف متفاوت است. این تفاوت ناشی از آن است که سازمان اوپک در بخش اقتصاد خارجی ایران است و لذا اختلال در عرضه و تقاضای فرآورده های نفتی می تواند اعتماد به فعالیت های اقتصادی جاری و آینده داخلی را سست نماید و لذا ممکن است محصول داخلی، موجودی انبارها و سطح اشتغال کم بشود و در پی آن اختلال در بازار پولی، یعنی تورم اعتبارات و قیمتها کاهش در سپرده های مدت دار یا پس اندازهای ثابت و جاری بانکها و نظایر آن مشاهده گردد.

در چنین مواردی علاوه بر اجرای سیاست های پولی و مالی وسیله دولت، اتحادیه های تعاونی مصرف، نیز اقدام به تشکیل واحدهای تولیدی متعلق بخود می نمایند که توانائی کافی برای رقابت با موسسات بزرگ بازرگانی داخل و خارج از کشور را بدست آورند. با این عمل، هم سرمایه های تعاونی افزایش می یابد و هم اینکه قیمت یک یا چند محصول تولیدی و اساسی قابلیت رقابت پیدا می کند و یا انحصارهای نو و چند جانبه بازار آزاد شکسته می شود.



بر قیمتها و توزیع اینگونه واردات نظارت کرده و مانع از مداخله دولت گردند.

سیاست های خرید و فروش تعاونی های مصرف کنندگان می تواند بیانگر افکار عمومی مصرف کنندگان در مسائل اقتصادی ملی باشد. اصالت این نمایندگی در قدرت پس انداز، تامین مالی و سرمایه گذاری تولیدی مشترک اتحادیه های نیرومند تعاونی های مصرف میباشد.

۲- عرصه رقابت مالی تعاونیها

نگرش های بسیار متفاوتی در باره تامین مالی و تقبل هزینه های سرمایه گذاری تولیدی وجود دارد. این نگرش ها در تجزیه و تحلیل مسائل توسعه اقتصادی وسیله صاحب نظران توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ما از جهات و جوانب گوناگون بررسی شده است. ولی انتخاب تعدادی از این راه ها و نگرش ها در انطباق با اصول تعاون قابل توجه است. حق این است که ابتدا این نگرش ها و راه حل های تامین مالی را از مواد قانون تعاون کشورمان یکبار و فهرست وار استخراج و یاد آوری نمائیم:

- الف: جذب مشارکت های تعاونی (دولتی و غیر دولتی) طبق عقود شرعی.
- ب: ایجاد موسسه های اعتباری مانند صندوق تعاون و قرض الحسنه.
- پ: جذب کمک های معوض و غیر معوض دولت و نهادهای عمومی.
- ت: استفاده از نصف ذخایر قانونی هر شرکت تعاونی جهت افزایش سرمایه و یا اندوخته احتیاطی شرکتها.
- ث: ایجاد انگیزه برای انتقال منابع اضافی خانوارها مانند موسسات بانکی.

متأسفانه در بخش تعاون، لبه تیز تبلیغ همواره به سمت ارائه عملکردها و تامین مایحتاج و یا زیرسازی های این عملیات با اشاره به مقدار سرمایه به کار رفته، نشانه گیری می شود نه ایجاد انگیزه برای جذب پس

با این همه تمرکز برخی از تولیدات در اتحادیه های تعاونی مصرف مانع از دریافت و مبادله منظم اطلاعات پیشرفته فنی، تضمین کیفیت محصول و تحقیق و مطالعه فراگیر فنی و اقتصادی به صورتی که در کارتل های خرید و یا فروش مشاهده می گردد، نخواهد بود به عبارت دیگر قرارداد همکاری دو اتحادیه قوی تعاونی مصرف کنندگان سبب می شود که از اسلحه و ابزار کارتل های بین المللی برای مبارزه با همان کارتل ها استفاده به عمل آید. حتی برای مبارزه با قدرت بانکها و کاهش فشار نرخ و کارمزد وام بانکی و قطع کمک های اعتباری آنها، اوراق قرضه مابین اعضا، خود منتشر و سرمایه لازم را فراهم آورند و منافع حاصله را بین اعضا، یا مصرف کنندگان خود توزیع کنند. و همچنین به اجرای صحیح و سریع تصمیم های دولت در جلوگیری از سیر صعودی قیمت ها که بخش خصوصی ناتوان از آن باشد، کمک نمایند. چنانکه گاه برای این منظور به واردات انحصاری کالاها یا حیاتی بپردازند و مستقیماً

افزایش میزان خلاقیت سرمایه بستگی به افزایش ظرفیت های تولید و توزیع تعاونی با حفظ ویژگی های ضد انحصاری عملیات و سرمایه گذاری مشترک اتحادیه های تعاونی مصرف دارد

اندازه‌های اضافی خانوارها و یا توجیه تخصصی، فنی و اقتصادی بازار مالی تعاون و اهمیت نقش آن در حوزه های تعاونی واز اینکه تلاش کمتری برای سرمایه گذاری های بلندمدت وزیر بنائی به عمل می آید، در نتیجه عرصه رقابت نظام بانکی برای جذب سرمایه از خانوارها خالی می شود و چون با تشویق و جوایز چشم گیری نیز همراه است، رقابت بانکها زمینه مساعدتری نسبت به بخش تعاون پیدا می کند. لذا تعاون نمی تواند برای جذب قرض الحسنه ها با امتیاز زیاد رقابت کند. این رقابت برای تامین سرمایه خدمات گسترده پشتیبانی ضرورت خواهد داشت. تجربه ای در خصوص تعاونی های مصرف انگلستان نشان می دهد که در این کشور شرکتهای

تعاونی مصرف همواره مشوق خانوارها به صرفه جویی بوده و همانند نظام بانکی در مورد پس اندازهای اعضا، خود عمل کرده اند. بدین مناسبت ارقام «وام سرمایه گذاری» اعضا، سهم بیشتری از سایر منابع تامین سرمایه داشته و حتی در دوره های بحرانی اقتصاد ملی نیز که اکثر صاحبان سهام و پس انداز نیاز به پول داشته اند، اندوخته های سرمایه گذاری شده خود در بخش تعاون را

بازپس نمی گرفتند. زیرا که فرهنگ تعاون هر خانوار عضویت در یک واحد تعاونی به ویژه تعاونی مصرف را رکن اصلی منافع مالی می شمارد. لذا باید توجه داشت که این شیوه تفکر، زنجیره ارتباط دایمی بین درآمد خانوارها و انتقال پس اندازهای کوچک آنان را به بخش تعاون استوار ساخته است. از اینرو تبدیل تعاون به یک توان بزرگ اقتصادی از این منبع سالم مقدور می باشد.

البته این جمله اقتباسی از بیانات آقای وزیر تعاون در گفت و شنودی با خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران است که در شماره ۱۳ مجله فرهنگ و تعاون درج شده است. ایشان به نحو مشروح سه نظریه را در زمینه امکانات مردمی شدن اقتصاد به جای خصوصی سازی، پیشنهاد و ضروری بر شمرده اند که از شرایط اصلی تبدیل تعاون به یک توان بزرگ اقتصادی است:

الف - باید نقش مردم پر رنگ شده و تعاونیهای بزرگ و فراگیر تولیدی و خدماتی فعال در کشور تشکیل شود تا بخشی از پروژه های نیمه تمام دولتی به مردم و تعاونیها واگذار گردد.

ب - حضور و مشارکت مردم در برنامه



باید نقش مردم پر رنگ شده و تعاونیهای بزرگ و فراگیر تولیدی و خدماتی فعال در کشور تشکیل شود تا بخشی از پروژه های نیمه تمام دولتی به مردم و تعاونیها واگذار گردد

حدود ۲۰۰ میلیارد تومان در بخش تعاون سرمایه گذاری شده است که نصف آن سهم آورده تعاونیها و نصف دیگر سهم سرمایه گذاران است. این مطلب از نظر جذب سرمایه گذاری در شرکت های تعاونی به میزان ۵۰ درصد و سهم سایر سرمایه گذاران / ترجیحا نظام بانکی و تبصره های قانون بودجه / جالب بوه و قابل تجزیه و تحلیل بیشتری است به ویژه از این نظر که به طور ضمنی جهت گیری برای افزایش سهم تعاونی ها را تا حدود امکانات (۸۰ تا ۱۰۰ درصد) ضروری می شناسد.

۲- جامع نگری و دفاع از امتیازها

افزایش سهم سرمایه گذاری تعاونی ها و سهم سرانه تعاونگران از یک سورشده نسبت شاغلین در طرحهای تعاونی از سوی دیگر، نیاز به ارزیابی هایی در فرصت های معقول دارد، و اعلام منظم شاخص های بدست آمده جهت آگاهی جامعه لازم است تا دفاع منطقی از این امتیازهای تعاونی شده باشد. بدیهی است که افزایش سرمایه سرانه اعضا، محدودیت خرید اعضا، را از بین می برد و رفع این محدودیت به مفهوم افزایش حجم خرید محصولات مصرفی و مایحتاج ضروری خانوارها از فروشگاههای

تعاونی است و گردش سریع کالاها به ویژه محصولات صنایع تولیدی داخلی نیز به توسعه طرحهای سرمایه گذاری و خدمات پشتیبانی منجر می گردد و سود حاصله مجدداً بین سهامداران شرکتها توزیع می شود. با این همه رسانین سرمایه تعاونی به ۵۰ درصد نیازهای سرمایه ای چنانکه یاد شد، کام بلندی است که در راستای تبدیل تعاون به توانی بزرگ در اقتصاد ملی، برداشته شده و نوید بخش تشکیل تعاونی های فراگیر با

های پولی و اعتباری از طریق سازماندهی تعاونی های اعتبار (به نظر نگارنده موسسات تعاونی سرمایه گذاری) ضروری است. ج - افزایش میزان سپرده گذاری و جذب نقدینگی به صورت حساب های قرض الحسنه و جاری و سرمایه گذاری های کوتاه مدت و بلند مدت باید از اهداف مهم صندوق تعاون باشد. به نظر چنین می آید که هر سه پیشنهاد هم منطبق با وضع مساعد در شرایط جاری است، چرا که به موجب ارقام ایشان، در سال ۱۳۷۷



غالباً در بلند مدت مقدور می‌گردد. مثلاً نیاز به مسکن متناسب با قدرت خرید، تامین می‌شود مقطعی و ضربتی آن نیز ملازمه با طرح و برنامه بلند مدت دارد و حتی تامین مواد غذایی صنعتی، دارو و احتیاجات درمانی و آموزش و پرورش نیز در شمار فهرست بلند نیازها می‌باشد. حال، تقاضا و نیاز برای افراد و خانوارهای فقیری که از قدرت پرداخت بالفعل و بالقوه ضعیف هستند، چه وضعی پیدا می‌کند و برای گروه زیر خط فقر چه باید کرد؟ البته تعاونی‌ها به عنوان یک جامعه مشترک انسانی آرزومند رویارویی با چنین وضعی نیستند ولی عملاً محدودیت تعاونی‌ها در جهت تامین تقاضاهای مصرف کنندگان یعنی گروهی است که قدرت خرید دارند و معاملات نیز در حدود تامین تقاضای این عده و نزدیک به قیمت تمام شده است، لذا مساله فقر زدائی تعاونی‌ها به صورتی که بر برنامه ریزی تعاونی مطرح باشد با ایجاد فرصت‌های شغلی در تاسیسات و کارهای تولیدی وابسته میسر می‌شود. در نتیجه کسانی که زیر خط فقر قرار گرفته باشند از مزایای کوتاه مدت و بلند مدت تعاون بهره می‌گیرند. از این دیدگاه سرمایه‌گذاری‌های بخش تعاون دارای ارزش اجتماعی والاّی است و به این مناسبت نیز نخستین ماده قانون تعاون کشور ایجاد و تامین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل را پیش بینی کرده و توسعه تعاون را خواستار شده است و تعاونی‌ها مکلف به آن می‌باشند.

هر چند که این تفکر در مقابل فعالیت‌های مولد صنعتی و کشاورزی و خدماتی غیر تعاونی

کمرنگ جلوه می‌کند ولی به این واقعیت باید توجه یافت که سازمانهای تجارتي تعاونی خیلی نزدیکتر به تقاضای واقعی مصرف کنندگان عمل نموده و تنوع زیادی هم که در خطوط تولید و توزیع تعاونی پدید می‌آورند، بهتر از سازمانهای غیر تعاونی توزیع در فروش محصولات صنعتی و کشاورزی مدیریت و کارآئی نشان می‌دهند. لذا یکی از موارد عمده انتقال واحد های تولید و خدماتی دولت به اتحادیه های تعاونی می‌تواند از تفسیر نیازها و تعیین اولویت تامین نیازها به وسیله بخش

تعاون برای کل جامعه به دست آید. چنانچه اتحادیه تعاونی مصرف فرهنگیان می‌تواند جذب کننده خدمات چاپ و نشر، لباس دوزی - چرمی و پشمی و پارچه ای - کفش دوزی، چمدان و کیف سازی که مصارف همگانی دارند و به قیمت های متفاوت و مناسب نیز قابل فروش هستند، باشد.

این گونه واحدهای صنعتی عایدی خود را از گردش سریع سرمایه در طول سال به دست می‌آورند، درست به همان آهنگی که نقدینگی و موجودی بانک‌ها عایدی می‌سازند، عمل می‌نمایند و در صورتیکه هیچ یک از واحدهای انتقال دولتی دارای این اوصاف نباشند، با تشکیل شرکت‌های تولیدی - بازرگانی - تعاونی و جذب واحدهای کوچک و منتخب بخش خصوصی به هدف دست یابند.

به نظر می‌رسد که بازدهی کار و سرمایه نیز در چنین حالاتی ضریب بیشتری از سرمایه گذاری در واحدهای صنعتی - بازرگانی بزرگ تر، خواهد داشت و از جهات فنی و نیازهای سرمایه ای، با مشکلات کمتری مواجه خواهند بود. در شرایط خصوصی سازی به سرمایه گذاریهای تعاون در رشته صنایع کوچک با بهره وری بالای نیروی انسانی از مسائل کلیدی است.

خلاصه:

این توضیحات مختصر بیانگر لزوم ارزیابی سمت و سوی سرمایه گذاری و کارآئی آن از نظر تامین تقاضا و در مقاطع زمانی، نوع سرمایه گذاری و راه های جذب نقدینگی اعضا، و به کارگیری آن برای تامین نیازهای اساسی جامعه است که دستاوردهای آن می‌باید برای اطلاع عموم منظمآ انتشار یابد. ■

متأسفانه در بخش تعاون، لبه تیز تبلیغ همواره به سمت ارائه عملکردها و تامین مایحتاج و یا زیرسازی های این عملیات با اشاره به مقدار سرمایه به کار رفته، نشانه گیری می‌شود