

# مدیریت مؤثر جلسات مجمع عمومی شرکتهای تعاونی

مهندس محمدرضا عباسی

## □ مقدمه

یکی از متداولترین نشستها و گردهمانیهای تعاونگران (مدیران، کارکنان و اعضاء) که از هر چندگاه تشکیل می‌شود، جلسات مجمع عمومی است. در این جلسات هیأت مدیره از اعضای شرکت تعاونی دعوت به عمل می‌آورد تا اطلاعاتی درباره امور جاری شرکت تعاونی به اطلاع آنان برساند و نیز در مورد مشکلات، مسایل و برنامه‌های آتی مشترکاً تصمیم‌گیری کنند.

رمز موفقیت جلسات عمومی در مدیریت مؤثر و منطقی و برنامه‌ریزی سنجیده و دقیق آن نهفته است. مسئولین تعاونی باید این جلسات را به دقت برنامه‌ریزی، تدوین و بالاخره برگزار کنند.

جلسات مجمع عمومی شرکتهای تعاونی، فرصتهای ارزشمندی را برای تقویت همکاری، تداوم ارتباط منطقی و برقراری جو صمیمیت و دوستی بین مدیران و اعضاء تعاونی فراهم می‌کند. این جلسات زمینه‌ای مناسب برای بحث و بررسی مسایل و یافتن راه‌حلهای لازم و در نتیجه توسعه و پیشرفت شرکت تعاونی مهیا می‌سازد و به ایجاد جو تصمیم‌گیری مشارکتی و گروهی رونق می‌بخشد.

در جلسات مجمع عمومی، مدیران شرکت تعاونی در زمینه سیاستها، عملکرد و فعالیتهای جاری تعاونی اطلاعات لازم را در اختیار اعضاء قرار می‌دهند و سپس براساس تبادل نظر و بحث و انتقاد آزادانه برای بهبود بخشی فعالیتها و برنامه‌های عمومی تعاونی به نتایج مورد نظر دست می‌یابند. گاهی نیز مدیران تعاونی پیرامون سیاستها، اهداف و فعالیتهای جدیدی که در نظر دارند در آینده آنها را به اجرا گذارند مطالبی مطرح می‌کنند و از اعضاء می‌خواهند با بیان عقاید و نظرات خود در مورد آنها تصمیم‌گیری کنند و راهگشای مدیران تعاونی خود باشند.

یکی از مهمترین دست آوردهای برپایی جلسات عمومی این است که اعضاء احساس خواهند کرد که در فرآیند فعالیتهای تعاونی، مشارکت دارند و احساس بیگانگی و بی‌تفاوتی نسبت به مدیریت مسایل تعاونی را از خود دور خواهند کرد. البته، امر بدیهی آن است که اعضاء تعاونی تا زمانی در جلسات مجمع عمومی علاقمندانه شرکت خواهند کرد که سودمندی شرکت در جلسه برای آنان عیان و محرز باشد، به ویژه اعتقاد و باور داشته باشند که در این جلسات آراء و نظرات آنان از سوی مدیران تعاونی - جلسه - به حساب آورده شود. حال آن که اگر مدیران تعاونی به آراء و نظرات اعضاء اهمیت ندهند یا به تشکیل مجمع عمومی همت نگمارند و به هر آنچه را که فقط خود ترجیح می‌دهند، عمل کنند، یقیناً اعضاء از حضور در جلسات آتی مصرف خواهند شد و نسبت به مسایل، برنامه‌ها و فعالیتهای جاری تعاونی بی‌تفاوت خواهند شد. چیزی که متأسفانه در بسیاری از موارد شاهد آن هستیم و برخلاف اصول اساسی 'تعاون' است.

بنابراین برای موفقیت هر شرکت تعاونی شرط لازم آن است که تمامی اعضاء در تصمیم‌گیریها دخالت مستقیم داشته باشند و این امر میسر نمی‌شود مگر آن که جلسات عمومی براساس دموکراسی و مدیریت مؤثر و برنامه‌ریزی صحیح و منطقی تشکیل شود.

بطور کلی برای برگزاری مؤثر جلسات مجمع عمومی تعاونیها ضروری است از سوی مدیران تعاونیها این جلسات دقیقاً و با الهام از روح تعاون و دموکراسی برنامه‌ریزی شوند و با موفقیت اثربخش اجرا شوند. براین اساس مدیران تعاونی در سه مرحله قبل، هنگام و پایان برگزاری جلسات مجمع عمومی وظایفی دارند که در ذیل به شرح هر یک پرداخته می‌شود:



## □ وظایف مدیران تعاونی

**الف - مرحله قبل از برگزاری جلسه:** مهمترین وظایفی که قبل از برگزاری جلسه باید از سوی مدیران تعاونی به اجرا گذاشته شوند، عبارتند از:

### ۱- تعیین و تدوین هدفها

- هدف یا هدفهای برگزاری هر جلسه میبایست دقیقاً مشخص باشند.

- هدف یا هدفها کاملاً مرتبط با حیطه کار تعاونی باشد. در این صورت برای اعضای تعاونی جذاب بوده و انگیزه آنان را برای شرکت در جلسه تحریک می کند.

- اگر هدف جلسه ارائه گزارش فعالیتها یا عملکرد مالی تعاونی است، میبایست هرگونه اطلاعات مربوط را مدیران تعاونی بسیار ساده، روان و کوتاه تنظیم کنند تا هنگامی که در جلسه، نماینده آنان (معمولاً رئیس هیئت مدیره) این گزارش را به اطلاع اعضای می رساند، موضوع را به راحتی درک کنند و احساس خستگی نکنند. بدیهی است اعضای جلسه عموماً بزرگسالان هستند که از سخنرانیهای طولانی و رسمی سریعاً خسته می شوند.

- هدفهای جلسه باید براساس اهمیت تصمیم گیری فهرست و تنظیم شوند، ترجیحاً میبایست ابتدا گزارش وضع موجود شرکت تعاونی ارائه شود. چون زمان کمتر و بحثهای مختصرتری را به دنبال دارد. سپس هدفها و چشم انداز توسعه فعالیتها برای آینده تعاونی به بحث گذاشته شود.

بعد از تعیین هدفها، باید دستور جلسه (تدوین هدفها) براساس آنها تنظیم و تدوین کرد. دستور جلسه میبایست به صورت جمله های ساده، کوتاه و سلیس و نیز سهل الفهم نوشته شوند تا افراد کم سواد مشکلی برای درک دستور جلسه نداشته باشند. در عین حال، مفاد دستور جلسه باید بسیار دقیق، مشخص و با ذکر جزئیات

تدوین کردند تا اعضای تعاونی قادر شوند موضوع مطروحه را کاملاً درک کنند و از کم و کیف آن مطلع شوند.

### ۲- تعیین محل برگزاری

چنانچه شرکت تعاونی محل مناسبی برای برگزاری داشته باشد، بسیار مطلوب خواهد بود. اما، اگر فاقد چنین محلی باشد ضروری است که مدیران تعاونی میبایست جدأ روی این موضوع دقیق فکر کنند. در هر صورت برای محل برگزاری باید نکات ذیل مورد نظر قرار گیرد:

- محل برگزاری جلسه باید برای همه اعضا شناخته شده باشد تا به راحتی بتوانند به آن دسترسی داشته باشند.

- محل برگزاری باید برای برگزاری جلسه کاملاً مناسب باشد و امکانات لازم را برای تشکیل جلسه داشته باشد و شرایط راحتی را برای اعضا فراهم کند.

- ویژگیهای فیزیکی محل برگزاری با خصوصیات روانی - زیستی بزرگسالان تطابق داشته باشد. (وسایل، روشنایی، تهویه، نظافت، گرمایش، سرمایش، صدایی و...)

- محل برگزاری باید کاملاً تزئین، تمیز و جذاب شود تا محیطی دوست داشتنی برای اعضا فراهم کند. (رنگ آمیزی، نصب پوستر، پیامهای آموزشی و...)

### ۳- تعیین زمان برگزاری

مدیران تعاونی میبایست علاوه بر تعیین زمان برگزاری، با عنایت به شرایط، امکانات و بخصوص حجم دستور جلسه و هدفها (زمان بندی جلسه را براساس زمان لازم برای بحث و بررسی هر هدف تخمین بزنند. برای تعیین تاریخ برگزاری و زمان بندی جلسه باید به نکات ذیل توجه داشت:

- زمان برگزاری باید به گونه ای تعیین شود که برای اکثریت اعضای تعاونی مناسب باشد. (اصولاً زمان تشکیل جلسات

نباید در ایام و مناسبتهای خاص (اعیاد، تعطیلات و...) انتخاب شود. همچنین صبحها که غالب اعضا به کار و فعالیت مشغول هستند، برای تشکیل جلسه مناسب نیست.

- طول مدت برگزاری هر جلسه نباید زیاد طولانی باشد، زمانی بین یک و نیم تا دو و نیم ساعت کافی است. باید توجه داشت که برگزاری یک جلسه کوتاه و با نتایج موثر و مشخص بهتر از برگزاری جلسه ای طولانی ولی با نتایج کم اثر و نامشخص است. - ترجیحاً میبایست تاریخ برگزاری جلسه، زمانی انتخاب شود که اعضای تعاونی تمایل دارند در جلسه حاضر شوند.

### ۴- برنامه ریزی و تدارکات

برای برگزاری مؤثر جلسات مجمع عمومی، مدیران تعاونی میبایست در جنبه های اجرای جلسات نکات ذیل را به نحو مطلوب انجام دهند.

- برای بهتر برگزاری جلسه میبایست از حدود ۱۵ روز قبل، کار تبلیغ را شروع کرد تا کلیه اعضای جلسه از زمان، محل و دستور جلسه مطلع شوند و برای شرکت در جلسه نیز خود را آماده سازند.

- ارسال دعوت نامه ای که اطلاعات لازم در آن درج شده باشد. برای هر یک از اعضا بسیار مناسب است. با این کار نگرش و علاقه اعضا هم به شرکت تعاونی و هم به جلسه و برگزارکنندگان گسترش می یابد.

- امکانات برگزاری بخصوص صدایی، بلندگو، قلم و کاغذ، تخته سیاه و ... تدارک دیده شود.

- وسایل سمعی - بصری، مانند، تلویزیون و ویدئو (برای نمایش فیلم)، اورهد، اپک و... در صورت نیاز تهیه و آماده شود.

- وسایل و مواد پذیرایی از اعضا و میهمانان شرکت کننده در جلسه مهیا شود. (چای، شیرینی، آب، میوه و... و نیز ظروف پذیرایی تهیه شوند).

- بروشور یا جزواتی که حاوی آخرین اطلاعات لازم از وضعیت شرکتهای تعاونی، مطالبی مشروح پیرامون هر یک از مفاد و دستور جلسه و سایر مطالب ضروری که برای اعضاء جذاب و مفید خواهد بود، تهیه و تکثیر شود.

- چنانچه مدیران جلسه تشخیص داده‌اند، به بحثهای کارشناسی در زمینه برخی مفاد دستور جلسه به کارشناس، سخنران و یا میهمانانی نیاز است، باید دعوت‌نامه‌های مناسب را تهیه و برای آنها ارسال کند. ضمناً ضروری است که در دستور جلسه این گونه موارد واضح و روشن بیان شود تا اعضاء از این امر مطلع گردند.

- بهتر است در جوار محل برگزاری جلسه - نمایشگاههایی از محصولات و خدمات شرکت تعاونی تشکیل گردد تا اعضاء تعاونی از آخرین عملیات تولید و خدماتی تعاونی مطلع شوند. در برخی موارد می‌توان نمایشگاهی از آثار هنری، صنعتی و دستی اعضاء (و حتی فرزندان آنان) برای تشویق آنها و اطلاع سایر اعضاء تشکیل داد و به آثار برتر نیز در پایان جلسه جوایزی اهدا نمود.

**ب - هنگام برگزاری جلسه: چگونگی روند پیشرفت مذاکرات و نحوه رهبری مهمترین عامل موفقیت یا شکست یک جلسه است. مدیران تعاونی و نیز رئیس جلسه باید آگاه باشند سرپرستی جلسه‌ای را به عهده دارند که همه افراد آن بزرگسال هستند.**

هر یک از آنان برای خود شخصیت، ارزش و موقعیتی قابل هستند که در صورت احساس کوچکترین خطری به مقابله و دفاع برمی‌خیزند، آنان مصرانه از عقاید خود دفاع می‌کنند و اگرچه زیاد صحبت می‌کنند. اما حوصله شنیدن بحث و صحبت‌های طولانی دیگران را ندارند.

به طور کلی مدیریت هر جلسه مجمع عمومی شرکتهای تعاونی به عهده مدیران تعاونی و نیز رئیس یا مدیر جلسه است (که عموماً توسط اعضاء انتخاب می‌شود) در زیر به برخی از مهمترین وظایف آنها اشاره می‌شود:

### ۱- وظایف مدیران شرکت تعاونی

مدیران تعاونی قبل از هر چیز باید از آمادگی کامل برخوردار باشند. ممکن است علاوه بر مفاد دستور جلسه اعضاء حاضر به طور غیرمنتظره اطلاعاتی در مورد شرکت تعاونی از نان بخواهند. آنها نباید غافلگیر شوند. بلکه باید با آمادگی کامل از عهده پاسخگویی برآیند. این مسأله شامل همه مدیران اعم از رئیس و اعضاء هیئت مدیره، مدیرعامل، بازرسین و مسئولین دیگر تعاونی می‌شود.

برخی وظایف مدیران در هنگام برگزاری جلسه عبارتند از:

- در ابتدای جلسه نماینده مدیران تعاونی (ترجیحاً رئیس هیئت مدیره) باید به تمامی اعضاء حضور یافته در جلسه خوش آمد بگوید.

- بعد از خوش آمدگویی، رئیس هیئت مدیره باید هدف از تشکیل جلسه و نیز دستور جلسه را به اطلاع حاضرین برساند.

- مدیران تعاونی باید طرح و شیوه برگزاری جلسه را از قبل تنظیم کنند و در ابتدای جلسه توسط رئیس هیئت مدیره آن را به اطلاع اعضاء حاضر در جلسه برسانند.

- مدیران تعاونی باید حداکثر تلاش و سعی خود را به کار گیرند تا جلسه در زمان مقرر آغاز شود.

- رئیس هیئت مدیره باید اعضاء جلسه را تشویق کند که از بین اعضاء حاضر در جلسه یک نفر را که تشخیص می‌دهند کاردان و مناسب برای مدیریت جلسه است انتخاب کنند. نکته ضروری آن است که

مدیر یا رئیس جلسه بهتر است از اعضاء تعاونی باشد. زیرا در این صورت اعضاء احساس خشنودی خواهند کرد. آنان رئیس جلسه را از خود خواهند دانست و او را آشنا به مسایل و مشکلات تعاونی می‌دانند. از این رو، انگیزه بیشتری برای مشارکت جدی در جلسه و بحثهای مطروحه خواهند داشت.

### ۲- وظایف رئیس (مدیر) جلسه

رئیس جلسه عامل اساسی موفقیت یا شکست جلسه مجمع عمومی اعضاء یک تعاونی است. زیرا نقش وی بسیار حساس است. او برای مدیریت مطلوب جلسه باید نکات ذیل را به دقت به کار گیرد:

- در ابتدا به اعضاء حاضر در جلسه پیشنهاد کند که در بحثهای مطروحه شرکت فعال داشته باشند تا تصمیم‌گیری و نتایج به دست آمده واقعی بوده و نظر اکثریت اعضاء تعاونی باشد.

- باید به اعضاء حاضر تذکر دهد، مسایل و انتقادات خود را در رابطه با هر یک از مفاد دستور جلسه صرفاً در زمان پیش‌بینی شده و به صورت آزادانه مطرح کنند.

- در هنگام طرح هر یک از مفاد دستور جلسه، اعضاء حاضر را تشویق به بحث و گفتگو کند. باید به آنان گوشزد کند که برای صحبت کردن از قبل وقت بگیرند و نزد وی نام‌نویسی کنند.

- باید کوشش کند صرفاً مفاد دستور جلسه محور بحث و مذاکرات قرار گیرند نه مسایل دیگر.

- رئیس جلسه باید طوری رفتار کند که اعضاء جلسه احساس کنند، وی علاقمند است نظرات و پیشنهادات آنان را بشنود.

وی باید به شیوه‌ای عمل کند که اعضاء حاضر تصور نکنند وی طرفدار بی‌قید و شرط مدیران تعاونی، شخص و یا جریان خاصی است. نقش وی یک هدایتگر، راهنما و ناظر بی‌طرف است.

- رئیس جلسه می‌بایست با زبانی صحبت

- از سخنرانیهای طولانی جلوگیری کند. زیرا اعضای بزرگسال حاضر در جلسه تمایل ندارند به این گونه سخنرانیهای خستهکننده گوش فرا دهند.

- اگر اعضای حاضر به زبان، لهجه و یا گویش محلی و خارجی صحبت می‌کنند، باید کوشش نماید تا از این طریق بحثها و گفتگوها انجام پذیرد. در این صورت اعضا می‌توانند بهتر و سریعتر نظرات خود را بیان کنند.

- باید کوشش کند در فرآیند بحث و مذاکرات رشته کلام در دست چند نفر محدود قرار نگیرد و این افراد بر جلسه مسلط نشوند. در صورت نیاز می‌تواند برای هر یک از زمان محدودی در نظر بگیرد و آنان را از این امر مطلع سازد.

- رئیس جلسه باید این درایت را داشته باشد که در تمام طول جلسه بخصوص زمانی که بحثها مسأله برانگیز می‌شوند، اعضا را به آرامش دعوت کند. او باید متذکر شود جلسه متعلق به همه اعضا و برای آنان تشکیل شده است و هر یک تنها صاحب یک رأی هستند.

- رئیس جلسه باید بداند که وظیفه اصلی او آن است که دستور جلسه را بر اساس زمان‌بندی پیش‌بینی شده، هدایت و رهبری کند تا نتایج موثر و واقعی حاصل شود.

- رئیس جلسه نباید در پیشرفت مباحثات (که خارج از چارچوب دستور جلسه و اصول دموکراسی نیستند) اعمال نظر کند یا تفکر خود را حاکم بر فضای جلسه نماید. - برای طرح مسایل (هر یک از مفاد دستور جلسه) بهتر است به روش زیر عمل کند:  
الف - پرسشهایی برای حل مشکل مطرح کند.

ب - نظرات افرادی را که تجربه کافی در آن زمینه دارد - برای انتخاب راه‌حل - بگیرد.

ج - از درک کامل مسأله توسط اعضا اطمینان حاصل کند. سپس اجازه ورود به بحث را بدهد.



خوب، حساس و باحوصله باشد.

- در صورت لزوم مجاز است از شوخی و مزاح در حد متعارف استفاده کند تا جو جلسه را شاد و مفرح گرداند.

- در جریان مباحثات و تبادل نظرها، دموکراتیک باشد. دموکراسی یکی از اصول تعاون است.

- وی هیچگاه نباید از مسیر عدالت و مساوات خارج شود تا از این بابت برخی از اعضا آزرده خاطر نشوند.

- بحثها و تبادل نظرها را برای نیل به نتیجه‌گیری به طوری مؤثر رهبری و هدایت کند. وی نباید اجازه دهد افراد مسایل حاشیهای و انحرافی را وارد دستور کار جلسه کنند.

- با همه اعضا حاضر در جلسه برخورد مناسب، جذاب و محترمانه داشته باشد.

- همواره نظرات اعضای حاضر در جلسه را محور گفتگو و مباحثه قرار دهد. وی باید از اعمال نظرات خود جداً پرهیز کند.

کند که برای تمامی اعضا کاملاً قابل درک باشد.

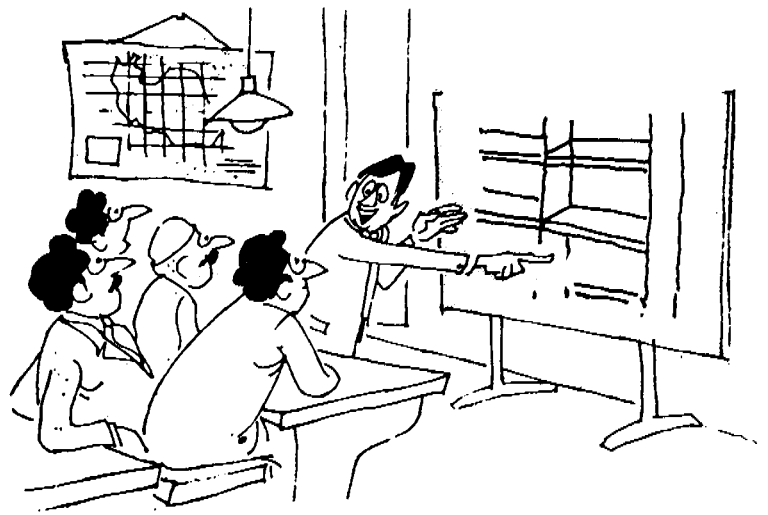
- او باید ترتیبی اتخاذ کند تا هر یک از مفاد دستور جلسه از ابعاد و زوایای گوناگون مورد بحث قرار گیرد.

- ضروری است برای برقراری ارتباط مناسب و چهره به چهره با اعضای حاضر در جلسه، در طول برگزاری جلسه روبروی حاضرین بایستد، وی باید وظیفه خود را ایستاده انجام دهد.

- باید به کلیه نظرات اعم از موافق و مخالف به طور یکسان احترام بگذارد.

- نباید به افراد ساکت و غیرفعال بی‌اعتنایی کند. بلکه باید تلاش کند آنان را به جمع اظهار نظرکنندگان و شرکت‌کنندگان فعال بحثها هدایت کند. در وضعیت مطلوب وی باید از طریق ایجاد انگیزه و استفاده از فنون پرسش‌سازی آنان را تحریک کند تا در جریان بحث وارد شوند.

- در سراسر جلسه همواره یک شنونده



موفق‌ترین شبکه‌های سالم توزیع کشور  
مصوب شوند؟

درست در لحظه‌ای که سعی می‌کنیم تا حد امکان به سوی خصوصی سازی حرکت کنیم و نیازهای اجتماعی و فعالیت‌های اقتصادی خود را از این بخش متوقع شویم، متوجه حضور شرکت‌های تعاونی در این عرصه رقابت می‌شویم. حضوری نه چندان پررنگ، اما هستند و فعالیت می‌کنند.

حال در این شرایط خاص اقتصادی، لازمه فعالیت و گسترش شرکت‌های تعاونی مصرف کارگری، معیارهایی برای بودن و راهکاری را برای ادامه حیات می‌طلبد. برای بودن، حیات داشتن گسترش پیدا کردن و همپای تحولات اقتصادی جامعه پیش آمدن قدرت لازم است و بدون شک این قدرت از میزان سرمایه و چگونگی فعالیت اعضا ناشی می‌شود. قدرت در مقابل فعالیت چشمگیر فروشگاه‌های مختلف دولتی و خصوصی که تغییری شگرف در رفتار خرید مردم پدیده آورده‌اند.

# تعاونیهای مصرف کارگری و قفسه‌های منتظر کالا

گروه گزارش

قسمت سوم

یکی از مسئولان تعاونیهای مصرف؛

○ چون بخش تعاون قدرت اقتصادی ندارد مجبوریم اجناس نه چندان مرغوب بخش خصوصی را خریداری کنیم از سوی دیگر باید این مساله حل شود که تعاونیها اصلاً وظیفه ندارند کسر حقوق کارمندان و کارگران را ترمیم کنند.

آیا شرکت‌های تعاونی مصرف کارگری با داشتن چنان زیرمجموعه عظیمی می‌توانند با استفاده از این رفتار خرید و این میدان رقابت، خود را از سقوط و منحل شدن نجات دهند و به عنوان یک رکن قوی اقتصادی مطرح شوند و یا مهم فقط اسم و تابلویی است که باید باقی بماند؟

آنچه انتظار می‌رود

شاید بهتر باشد سراغ عمده‌ترین مشکل و عامل در گسترش فعالیت و پاسخگویی تعاونیهای مصرف کارگری به مشتریان و اعضای خود برویم و با این پرسش؛ چرا این تعاونیها نیز همچون دیگر تعاونیهای مصرف چندان پاسخگوی نیازهای روزمره سهامداران، اعضا و مشتریان خود نیستند؟ - به دنبال طرح مسئله باشیم.

□ نمای سوم

شرکت تعاونی مصرف کارگری با تحت پوشش قرار دادن یک دهم از جمعیت کشور، علاوه بر سوددهی به اعضای خویش، سالمترین شبکه توزیع در سطح کشور است و می‌تواند در کنار این عملکرد به تولید، اشتغال‌زایی و کاهش تورم کمک کند.

□ نمای اول

پشت صندوق فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای، خریداران با دست‌های پر، ایستاده‌اند. صندوق‌دار اسکناسها را شمارش کرده و متصدی فروش به سرعت قفسه‌های خالی را با اجناس استاندارد و مطلوب، جایگزین می‌کند.

□ نمای دوم

تابلوی آهنی تعاونی مصرف کارگران چندان چنگی به دل نمی‌زند. قفسه‌های تعاونی در شکلی نه چندان جذاب و مشتری پسند، با اجناسی که موردنیاز همه مشتریها نیست، پر شده‌اند.

صندوق‌دار از سر رفع مسئولیت فقط پاسخ می‌دهد؛ تمام شده است، جنس بهتری نداریم، بعداً می‌آوریم، باید قرعه کشی کنیم و...

## در تعاونی‌های مصرف کارگری نیز همچون دیگر تعاونیها، مشکل عمده مفهوم "تعاون" است. آنچه که از تعاونی انتظار می‌رود خریداری اجناسی ارزانتر از قیمت بازار است و این با جمع آوری سرمایه‌های اندک و بهره‌گیری از آن در تعاون مغایر است.

بهتر و ارزان‌تر می‌توان خریداری کرد و از این راه هم مشتری جنس بهتری به دست می‌آورد و هم با سرمایه‌گذاری که انجام داده است می‌تواند انتظار سود سالانه را نیز داشته باشد.

اما در تعاونیهای مصرف کارگری آنچه که برای بیشتر اعضا اصلاً مهم نیست سهامداری آنان در تعاونی است.

"رسولی" مدیرعامل تعاونیهای امکان می‌گوید: حدود سه هزار و ۶۰۰ تعاونی را در سراسر کشور تحت پوشش قرار داده‌ایم که به طور کلی بیش از هشت میلیون نفر تحت پوشش تعاونیهای مصرف کارگری هستند.

وی همچنین با اشاره به قدرت افزایش سرمایه و سهام می‌گوید: اقشار آسیب‌پذیر از این روش می‌توانند هم فعالیت اقتصادی انجام دهند و هم از تعاونی خود بهترین استفاده را ببرند و از سال گذشته تاکنون تعاونیهای مصرف کارگری حدود ۷۰۰ میلیون تومان به اعضای خود سود داده‌اند.

### مشکل سرمایه و نبودن جنس

اعضای تعاونیها و سهامداران از مدیران تعاونیهای کوچک خود توقعاتی مخصوص به خود را دارند. با این وجود "سیداحمد اسماعیلی" یکی از مسئولان تعاونیهای مصرف کارگری می‌گوید: سرمایه تعاونی با توجه به درصد تورم در حد بسیار پایینی است. اما با این سرمایه اندک اعضا از ما متوقع هستند و اصلاً نمی‌خواهند قبول کنند که این تعاونی ما نیست تعاونی خودشان است.

وی پس از کمی سکوت می‌گوید: مدیریت تعاونی "امکان" هم با وجود

مقوله با معضلات خاصی مواجه می‌شویم: یکی از مشکلات حل نشده در فرهنگ تعاون، بحث سرمایه و نقدینگی و توجه اعضا به سهامداری خودشان است. متأسفانه به خاطر شرایط اوایل انقلاب و عملکرد وزارت تعاون، همه از تعاون و تعاونی توقعات خاصی دارند که در هیچ کجای دنیا مرسوم نیست. کسی نمی‌پذیرد سیستم اقتصادی ما از سال ۶۵ تاکنون تغییر کرده است.

وی در ادامه می‌گوید: چون بخش تعاون قدرت اقتصادی ندارد مجبوریم اجناس نه چندان مرغوب بخش خصوصی را خریداری کنیم. از سوی دیگر باید این مساله حل شود که تعاونی‌ها اصلاً وظیفه ندارند کسر حقوق کارمندان و کارگران را ترمیم کنند.

از دیدگاه این مسئول در تعاونیهای مصرف کارگری، مشکل نخست، نبود سرمایه لازم و سخت‌گیری اعضا در افزایش سهام است. با پول بیشتر، جنس

اجناس مورد نیاز و کالاهای اساسی به ندرت در این تعاونیها یافت می‌شود و اگر هم باشد مشمول قانون تغییرناپذیر قرعه کشی می‌شوند.

گاهی بر خلاف انتظار اعضا، اجناس تعاونی از لحاظ قیمت کمتر تفاوتی با بازار نداشته و به ندرت نیز گرانتر از قیمت بازار نیز فروخته می‌شوند! اما این اعضا و دیگر مشتریان فراموش کرده‌اند که لازمه و اساس کار تعاونی در مشارکت و همیاری در جمع آوری و افزایش سرمایه است. طبیعی است که هرچه اعضا سرمایه بیشتری برای تعاونی خود بگذارند به همان نسبت بهره بیشتری نیز می‌برند.

"مسعود محرابی" مدیر بازرگانی و فروش تعاونی کارگری امکان با اشاره به مشکلات حل نشده در بحث تعاونی معتقد به جان‌نفتادن فرهنگ تعاون و تعاونی در بین اعضا است. وی می‌گوید: "تعاون یک بخش از فعالیت‌های اقتصادی است که بدون گسترش زمینه‌های فرهنگی در بسط این



## ○ برای بودن و همپای تحولات اقتصادی جامعه پیش آمدن قدرت لازم است و بدون شک این قدرت از میزان سرمایه و چگونگی فعالیت اعضا ناشی می‌شود.

نگه داری کنیم و به خریداران تحویل ندهیم.

وی در ادامه با ناراحتی می‌گوید: متأسفانه بخش تعاون بخش التماس است. کارگر زحمت کش ما نمی‌داند که همین ۵۰۰ تومان افزایش سرمایه در پایان سال شش میلیون تومان به سرمایه اضافه می‌کند. از سوی دیگر تعاونی مرکزی مجبور است جنس را نقدی خریداری کند و بعد کارگر که باید هماهنگ با درآمدش خرج کند جنس را از ما قسطی می‌خرد.

یکی دیگر از مأموران خرید تعاونی‌ها در انبار مرکزی تعاونی امکان می‌گوید: اعضا مسیره‌های طولانی را طی می‌کنند تا از تعاونی خود خرید کنند اما وقتی فقط چند قلم از اجناس مورد نیاز خود را در تعاونی پیدا می‌کنند بار دیگر تمایلی برای خرید از تعاونی ندارند.

وی در ادامه می‌گوید: اعضا به ما معترض می‌شوند چرا اجناسی که برای تعاونی خرید می‌کنیم از کیفیت لازم

تعاونی کارگری "امکان" توقع دارند تا اعضا دست به افزایش سرمایه بزنند و در مقابل اعضا توقع اجناس مرغوب و کالاهای اساسی را دارند.

یکی از نمایندگان خرید تعاونی مصرف کارگری با ناراحتی می‌گوید: "اعضا از ما توقع دارند، وقتی به آنها فشار می‌آوریم تا با آن حقوق کارگری دست به افزایش سرمایه بزنند پس چه طور انبار مرکزی به خود اجازه می‌دهد تا به ما برنج و روغن تاریخ مصرف گذشته تحویل دهد! قبول داریم که تعاونی "امکان" مشکلات بسیاری دارد اما اعضا ما را می‌شناسند.

یکی دیگر از نمایندگان خرید تعاونی در انبار مرکزی تعاونی امکان می‌گوید: "این مشکلات را دولت به وجود آورده اگر دولت وسایل مورد نیاز کارگران را در اختیار تعاونی قرار دهد ما نیز مشکلی نخواهیم داشت. هزار نفر عضو داریم و فقط به ما صد تا روغن می‌دهند."

"محرابی" مدیر بازرگانی و فروش امکان در پاسخ می‌گوید: مشکل در عرضه است. اگر دولت به ما اجناس مورد نیاز را تحویل دهد، لزومی ندارد ما آنها را در انبار

مشکلات عدیده‌مان چندان با ما همکاری نمی‌کند!

مسئول خرید شرکت تعاونی مصرف آزمایش می‌گوید: وقتی سرمایه افزایش پیدا نکند ما هم توان خرید برای تعاونی را نداریم. مقداری آب گرمکن و کولر در اختیار تعاونی ما گذاشتند که از سود فروش آنها توانستیم تفاوت پر نشده سرمایه را جایگزین کنیم.

در تعاونی‌های مصرف کارگری نیز همچون دیگر تعاونی‌ها، مشکل عمده مفهوم "تعاون" است. آنچه که از تعاونی انتظار می‌رود خریداری اجناسی ارزانتر از قیمت بازار است و ایسن با اصل جمع آوری سرمایه‌های اندک و بهره‌گیری از آن در تعاون مغایر است. مدیران تعاونی با گله می‌گویند برای اعضا وجود سرمایه در تعاونی اهمیت ندارد و در مقابل این بی‌اعتنایی اعضا به نقش و سرمایه خود در عملکرد تعاونی، مدیران هر روز مسجورند برای تهیه اجناس و گردش نقدینگی در تعاونی با مدیران اتحادیه "امکان" درگیر شوند!

"توقع" دو جانبه است. مدیران اتحادیه



## اساس کار تعاونی در مشارکت و همیاری در جمع آوری و افزایش سرمایه است. طبیعی است که هرچه اعضا سرمایه بیشتری برای تعاونی خود بگذارند به همان نسبت بهره بیشتری نیز می‌برند.

مدیریت و سرمایه است. در اعضای هیات مدیره اکثر اعضا که تحصیلات عالی دارند از شرکت در هیات مدیره امتناع می‌کنند به خاطر اینکه می‌دانند مشکلات و درگیری‌ها بسیار است.

طبیعی است که مهمترین رکن در مدیریت داشتن اطلاعات و قدرت نفوذ و آشنایی با وسایل و مشکلات است. داشتن برنامه‌ریزی و توجیه کردن اعضا از قدرت مدیریت است که اکثر هیات مدیره‌های تعاونیهای مصرف کارگری از چنین قدرتی برخوردار نیستند.

راهکارهایی برای این قبیل مشکلات وجود دارد که شاید وزارت تعاون با قدرت اجرایی خود بتواند این کاستی‌ها را حل کرده و از طریق تشویق مدیران موفق و آموزش کامل به مدیران از بعد فرهنگی با واژه تعاون و همچنین اعطای وام، مشکلات تعاونیهای مصرف کارگری را کاهش دهد.

..... مشکلات بسیار است و توقعات بیشتر، آنچه که مهم است رقابت تعاونیهای مصرف در مقابل فروشگاههای زنجیره‌ای مواد غذایی است که می‌روند این عنصرهای کوچک اقتصادی را که می‌توانند یکی از قوی‌ترین ارکان اقتصادی کشور شوند، ببلعدند.

اصل مهم در این میان "بودن" و "ادامه حیات دادن"، افزایش سرمایه است و مدیریت قوی و شاید کمی هم حمایت دولت آن هم به طور غیرمستقیم بتواند به این حضور مثبت داشتن کمک کند. وقتی تعاونیها در کشورهای اروپایی پیشرفته حرف نخست را در عرصه‌های اقتصادی می‌زنند و یکی از قویترین پایگاههای فعالیت جمعی محسوب می‌شوند ما چرا هنوز در نخستین دریافت مفهوم تعاون دچار مشکلات تکراری و حل نشده هستیم!



نمی‌دانم چرا وقتی جنسی در بازار گران می‌شود تعاونی نیز گران می‌کند در صورتی که تعاونی نباید دنبال سود باشد. راه چاره یی، وجود دارد؟

"داود رجایی" یکی از مسئولان تعاونی مصرف کارگران کارخانه "غفار" در خصوص انبوه مشکلات معتقد به حمایت دولت از این بخش است.

وی پیشنهاد می‌کند که از سهم تولیدات هر کارخانه‌ای اعم از غذایی، خانگی، بهداشتی و... درصدی برای بخش تعاون لحاظ شود. اگر این درصد به ۱۵ تا ۲۰ درصد برسد می‌توان اکثر نیازمندیهای بخش تعاون را پاسخگو شد که هم اعضا راضی خواهند بود و هم مشارکت که اصل تعاون است، صورت خواهد گرفت.

وی در ادامه می‌گوید: در تعاونیها یک مشکل عمده وجود دارد و آن موقعیت

برخوردار نیست و با این وجود قیمتی مشابه قیمت بازار دارد. آنها می‌گویند اگر قرار است هم سرمایه‌گذاری کنیم و هم برای جنس نامرغوب پول بدهیم پس حضور در تعاونی و افزایش سرمایه چه ارزشی دارد؟

وی می‌افزاید: مسئول تعاونی به ما می‌گوید جنس نیست اگر باشد حتماً تهیه می‌کنیم و به شما تحویل می‌دهیم، اگر این طوری است پس چرا فروشگاههای زنجیره‌ای و تعاونی سپه لبریز از کالاهای اساسی و مورد نیاز مردم است. اگر دولت از آنها حمایت می‌کند پس چرا تعاونیهای مصرف شامل حال این حمایت نمی‌شوند. "سیامک اکبرمقدم" یکی از اعضای تعاونی بیمارستان پاسارگاد می‌گوید: "در تعاونیها یک جنس هزار تا قیمت دارد،



## مقدمه

من در این گزارش، سعی کرده‌ام نشان بدهم چگونه در جنبش مصرف‌کنندگان ژاپن، زنان خانه‌دار خود را چنین به طور کامل درگیر امور مربوط به تعاونیهای مصرف کرده‌اند، چگونه گروههای زنان در میان اعضا شکل گرفته‌اند، و این که چگونه آنها به عنوان اعضای تعاونی، فعالیت‌های مختلفی را انجام می‌دهند.

در نیمه دوم ژوئن ۱۹۷۸، دیداری دوهفته‌ای از ژاپن به عمل آوردم تا به مطالعه نقش زنان در نهضت تعاونیهای مصرف ژاپن بپردازم. این دیدار را اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن (TCCU)<sup>(۱)</sup> ترتیب داده بود.

پس از یک روز آشنایی مختصر در اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، از سه شرکت تعاونی در بخش‌های مختلف کشور دیدن کردم تا اطلاعات دست‌اولی از چگونگی مشارکت زنان در فعالیت‌های تعاونی به دست آورم. شرکتهای مزبور عبارت بودند: از شرکت تعاونی مصرف شیموما<sup>(۲)</sup>، شرکت تعاونی شهروندان ناگویا<sup>(۳)</sup> و شرکت تعاونی مصرف نادا-کوبه<sup>(۴)</sup>. آمار و ارقام ارائه شده در گزارش، مربوط به ژوئن سال ۱۹۸۷ است.

در این دیدارها متوجه شدم که فعالیت‌های تعاونی صرفاً در دست اعضا خانه‌دار است. این یکی از ویژگیهای منحصر به فرد نهضت مصرف‌کنندگان در ژاپن است، زیرا در هیچ یک از کشورهای منطقه<sup>(۵)</sup> چنین موردی وجود ندارد. یکی دیگر از ویژگیهای غیر معمول این نهضت، این است که استادان و دانشجویان دانشگاه تعاون، زنان خانه‌دار را تشویق می‌کنند تا تعاونیهای منطقه‌ای و یا محلی تأسیس کنند (از نوع تعاونیهای مصرف همگانی، در برابر تعاونیهای بین‌المللی).

برخی از اطلاعات این گزارش (از جمله نمودارها) را از مطالب ارائه شده توسط اتحادیه تعاونی مصرف ژاپن اخذ کرده‌ام. بدین لحاظ مایلیم مراتب تشکر خود را از مدیران و کارکنان اتحادیه تعاونی مصرف ژاپن و شرکتهای بازدید شده، همچنین از تمامی زنان خانه‌دار عضو، به خاطر در اختیار قرار دادن اطلاعات ارزشمند ابراز کنم. همراهی و یاری این عزیزان فرصتی پدید آورد تا بینشی عمیق از مشارکت عظیم و ارزشمند زنان در نهضت مصرف‌کنندگان ژاپن به دست آورم.

ام دی کروزر

مسئول آموزش (زنان و جوانان)

## قسمت اول

# فعالیت‌های اعضای در تعاونی‌های مصرف ژاپن

اتحادیه سراسری تعاونی‌های مصرف کارکنان دولت

هر یک از این انواع تعاونی، سازمان مرکزی خاصی از آن خود دارند، بنابراین پنج سازمان مرکزی وجود دارد. نهضت تعاونی مصرف، تا سال ۱۹۴۸ تابع قانون تعاونیهای صنعتی بود، اما در سال ۱۹۴۸ قانون شرکتهای معیشت مصرف‌کنندگان به تصویب رسید. با این وجود، تعاونیهای مصرف هنوز نمی‌توانستند به فعالیت‌های اعتباری بپردازند. در چنین وضعیتی بسیاری از تعاونیهای مصرف با کمبود منابع مالی مواجه بودند و بانک و یا دیگر مؤسسات اعتباری برای خود نداشتند. از این رو، تعاونیهای مصرف با همیاری

## نهضت تعاونیهای مصرف ژاپن

### تاریخچه

در ژاپن، پنج قانون تعاونی وجود دارد که ناظر بر فعالیت پنج نوع مختلف تعاونی است. این انواع تعاونی عبارتند از:

الف - مصرف‌کنندگان

ب - کشاورزی

ج - ماهیگیری

د - جنگل‌داران

ه - مشاغل کوچک

اتحادیه‌های تجاری درصد تأسیس بانک کارگران برآمدند. در سال ۱۹۵۳ قانون تأسیس بانک کارگران تصویب گردید و بانک‌های کارگران برای کارگران و مصرف کنندگان در سراسر کشور تشکیل شد.

### ساختار:

نهضت تعاونیهای مصرف ژاپن دارای ساختار سه سطحی است. نخستین سطح، شرکتهای تعاونی است. اتحادیه‌های ناحیه‌ای تعاونیهای مصرف در دومین سطح واقع شده‌اند و در بالاترین سطح (سطح ملی) اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن (JCCU) قرار دارد. JCCU آنها سازمان مرکزی است که تمامی تعاونیهای مصرف کشور را به یکدیگر ربط می‌دهد.

اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، در سال ۱۹۵۱ به ICA (اتحادیه بین المللی تعاون) پیوست. مجموع اعضا این اتحادیه ۶/۲ میلیون نفرند و به پنج گروه اصلی تقسیم می‌شوند:

الف - اتحادیه‌های ناحیه‌ای شرکتهای تعاونی مصرف؛

ب - فدراسیون‌های ملی تعاونیهای دانشگاهها، بیمه و مسکن؛

ج - شرکتهای تعاونی که در ناحیه آنها اتحادیه تعاونی تشکیل نشده است (در ژاپن ۴۷ ناحیه وجود دارد که در ۹ ناحیه اتحادیه تعاونی وجود ندارد)؛

د - شرکتهای تعاونی که مستقیماً با اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن رابطه بازرگانی دارند (پس از ادغام شرکت تعاونی عمده فروشی سراسر ژاپن و اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف در سال ۱۹۶۵، اعضا سابق عمده فروشی به عضویت اتحادیه درآمدند.)

ه - سایر مؤسسات تعاونی نظیر بعضی از تعاونیهای ماهیگیری و کشاورزی که خریدار کالاهای با نام تجاری "Coop" از اتحادیه هستند (مجموعاً ۱۴ تعاونی ماهیگیری و کشاورزی با این وضعیت وجود دارد).

شرکتهای تعاونی مصرف، در سطح اول، از طریق اتحادیه‌های ناحیه‌ای با اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن مرتبط هستند. تعاونیهای دانشگاهها، بیمه و مسکن، از طریق فدراسیون ملی خود با اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن ارتباط دارند. اما کلیه قراردادهای تجاری میان این نوع تعاونی‌ها و یا سایر مؤسسات تعاونی با اتحادیه به طور مستقیم صورت می‌گیرد تا از دوباره کاری در حمل کالاها جلوگیری شود. بدین ترتیب، هزینه‌ها به حداقل کاهش می‌یابد.

نمودار یک ارتباط اعضا اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن با اتحادیه‌های ناحیه‌ای شرکتهای تعاونی مصرف و فدراسیون ملی تعاونیهای دانشگاهها، بیمه و مسکن را نشان می‌دهد.

این نمودار همچنین نشان دهنده رابطه عمده فروشی - خرده فروشی میان اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف و شرکتها و دیگر مؤسسات تعاونی است.

لازم به ذکر است که در محدوده نهضت تعاونیهای مصرف، تعاونیهای دانشگاهها، بیمه، مسکن، دارای فدراسیون‌های ملی خاص خود هستند، در حالی که تعاونیهای پزشکی و آموزگاران، کمیته‌های ویژه‌ای در درون اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن تشکیل داده‌اند.

در سال ۱۹۵۶ سه شکل در اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن به وجود آمد. این تشکلهای عبارتند از: کمیته مشترک در امور تعاونیهای ژاپن، تعاونی بازرگانی ژاپن و کمیته ارتباط ملی سازمانهای مصرف کنندگان.



همانطور که از نمودار ۲ مشهود است اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف ژاپن به همراه اتحادیه مرکزی تعاونیهای کشاورزی و چهار سازمان ملی تعاونیهای کشاورزی، فدراسیون ملی تعاونیهای ماهیگیران و فدراسیون ملی تعاونیهای جنگل داران، به منظور هماهنگی در امور تعاون در سطح ملی و بین المللی، کمیته مشترک تعاونیهای ژاپن JCCU را تشکیل داده‌اند. این کار به منظور ایجاد هماهنگی در فعالیت تعاونی در سطح ملی و بین المللی بوده است. بنابراین اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف ژاپن (که اکنون با نام تجاری تعاونی Japan Cooprade)؛ با مسئولیت محدود) شناخته می‌شود، به

هر جا که ممکن باشد اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن و تعاونیهای عضو آن، نیازهای خود را از طریق مذاکره با شرکتهای تعاونی دیگر به دست می آورند. به عنوان مثال، میوه ها و سبزی ها غالباً بوسیله شرکتهای تعاونی کشاورزی و ماهی بوسیله شرکتهای تعاونی ماهیگیری برای آنها تهیه می شود. در موارد دیگر اکثراً، نهضت مصرف کنندگان از جهت تأمین نیازهایش وابسته به تولیدکنندگان بخش خصوصی است.

کمیته مزبور دارای دو کمیته فرعی به نامهای: کمیته فرعی رسیدگی به امور و مخارج خانه و کمیته فرعی بازرسی کالا می باشد.

برنامه تحصیل اعضا نیز مانند آموزش کارکنان از طریق گروههایی، همایشها و کنفرانسها اجرا می شود معمولاً سالی یکبار، در اواخر ژوئن، یک گروههایی ملی اعضا به منظور تبادل اطلاعات در زمینه فعالیت های عضو برگزار می گردد. این گروههایی که دو روز به طول می انجامد توسط کمیته ملی فعالیت های عضو سازمان دهی می شود و در حدود ۵۰۰ زن خانه دار عضو، در آن شرکت می کنند.

اولین روز این گروههایی به بحث و تبادل نظر اختصاص دارد و شرکت کنندگان به هشت گروه تقسیم می شوند. در روز دوم گروههایی، جلسه عمومی برگزار می گردد. پس از این گروههایی ملی، گروههایی های منطقه ای اعضا تشکیل می شود (در ژاپن ۸ منطقه وجود دارد) و در هر گروههایی منطقه ای، حدود یکصد نفر شرکت می کنند.

گروههایی های متخصصان، نظیر سمینار رسیدگی به مخارج و امور منزل و یا بررسی کالا، برای اعضای فعال برگزار می شود. هدف از برقراری این نشستها ارائه خدمات آموزشی به منظور گسترش چنین فعالیت هایی است.

این نوع از فعالیت های آموزشی اعضا نیز دارای بنیادی نظام یافته است و دوره هایی را که یک تا دو روز به طول می انجامد شامل می شود.

علاوه بر این، چندین کمیته موقت در اتحادیه های ملی و ناحیه ای و نیز شرکتهای تعاونی وجود دارد. به عنوان مثال می توان به کمیته موقت نفت سفید اشاره کرد که عهده دار وظیفه مبارزه با انحصاری شدن فروش نفت سفید در بخش خصوصی است. همچنین، کمیته موقت شیر که وظیفه اش ارتقای سطح همکاری با تولید کنندگان محصولات لبنی و تولید محصولات لبنی با مارک تجاری Coop است و کمیته های موقت دیگر.

عنوان بخش بازرگانی بین المللی اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن فعالیت دارد. همانگونه که در نمودار ۳ مشخص است، کمیته های پزشکی و آموزگاران و همچنین کمیته سازماندهی فعالیت اعضا، در سطح کمیته ارتباط ملی سازمانهای مصرف کنندگان نشان داده شده است. در این سطح همچنین، شورای ملی رفاه کارگران (که شامل مجمع ملی بانکهای کارگران و فدراسیون ملی اتحادیه های تجاری است) و چندین تشکل مربوط به مصرف کنندگان قرار دارند.

محتمل است که در آینده نزدیک، بخش دیگری که ناظر بر فعالیت تعاونیهای پزشکی خواهد بود، جانشین کمیته تعاونی پزشکی در اتحادیه شرکتهای تعاونی ژاپن گردد.

در درون اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، بخشی وجود دارد که مسئول سیاست گذاری امور مصرف کنندگان و طراحی و برنامه ریزی فعالیت های اعضا و دیگر مسائل سازمانی است این واحد دارای دو بخش مهم سازمانی و فعالیت های مربوط به مصرف کنندگان می باشد. در حقیقت این قسمت سازمان است که فعالیت زنان را مستقیماً به اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف مرتبط می سازد، زیرا هنگامی که در نهضت تعاونیهای مصرف ژاپن از فعالیت های عضو نام می بریم اصولاً مقصود فعالیت زنان است.

#### آموزش کارکنان:

در اتحادیه شرکتهای تعاونی مصرف، هیچ مرکز آموزشی یا دانشکده ای برای آموزش کارکنان وجود ندارد. آموزش کارکنان از طریق مجموعه ای از گروههایی، همایش و کنفرانسها در شرکتهای تعاونی و اتحادیه های ناحیه ای و ملی صورت می پذیرد. زمان برگزاری این دوره ها معمولاً کوتاه بوده و بین ۲ تا ۵ روز است و به صورت منظم برگزار می شود.

#### تحصیل و آموزش اعضا

کمیته ملی فعالیت اعضا نهاد مشاوره برای هیأت مدیره اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن است و وظیفه اصلی سیاست گذاری فعالیت اعضا و آموزش آنها به عهده این کمیته است.

## الف) تعاونیهای منطقه‌ای یا شهروند

مواد غذایی تازه، خواروبار، مواد غذایی آماده، نان، شیرینی جات و غیره، بین ۷۰ تا ۸۰ درصد فروش این بخش را به خود اختصاص می‌دهند و بقیه فروش، محصولات غیر خوراکی را در بر می‌گیرد، که شامل پوشاک، کفش، مبلمان، کامپیوتر، کالاهای الکتریکی، بنزین و مواردی از این قبیل می‌شود. فروشندگان برنج که تحت نظارت دفتر ناظر ناحیه هستند، وظیفه دارند سابقه‌ای از نام و نشانی تمامی افرادی که از آنها برنج خریداری کرده‌اند، تهیه و نگهداری کنند.

تعاونی منطقه‌ای یا شهروند را بانوان خانه دار، با همیاری دانشجویان و مدرسان تعاونیهای دانشگاهی، ایجاد و اداره می‌کنند.

## ب) تعاونیهای مؤسسات

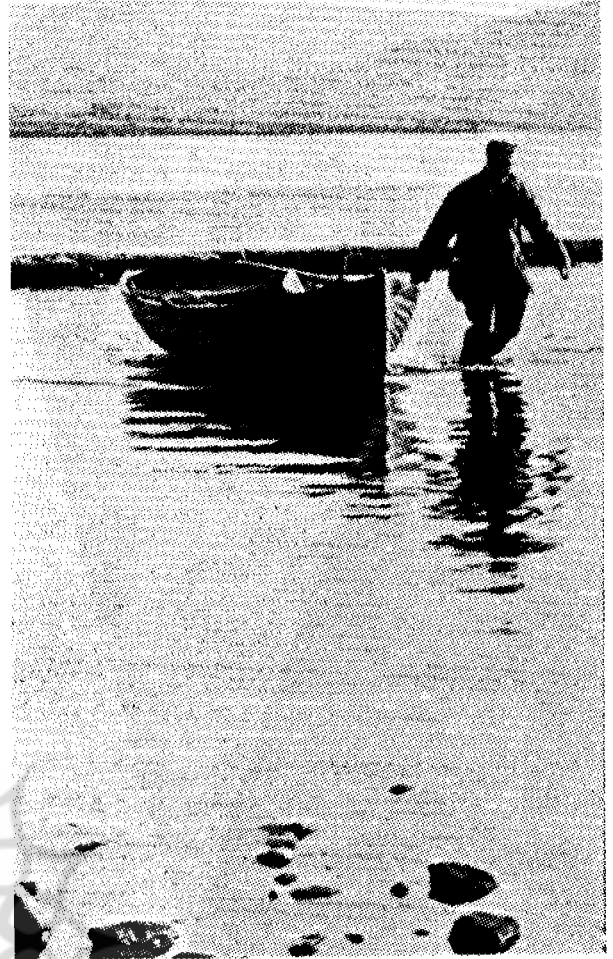
مؤسسات این تعاونی‌ها، کارکنان مؤسسات، کارگران کارخانه‌ها، و گروه‌های مشابه آنها هستند که تحت پوشش اتحادیه‌های بازرگانی یا شرکت‌ها، و گاهی هر دو قرار دارند. این تعاونی‌ها تا دهه ۱۹۵۰ رشد چشمگیری داشتند. پس از آن به خاطر تغییر شرایط اقتصادی کشور، مؤسسات پوشش دهنده، به تدریج از میزان یارانه‌ای که به تعاونی‌ها اختصاص می‌دادند، کاستند. در نتیجه بسیاری از این تعاونیها با وضعیت دشواری مواجه گردیده و به ناچار به تعاونیهای منطقه‌ای تبدیل شدند.

مواد غذایی به ویژه خواروبار و شیرینی جات و غیره ۳۶ درصد فروش این تعاونی‌ها را تشکیل می‌دهد و ۶۴ درصد باقیمانده به مواد غذایی اختصاص می‌یابد.

## ج) تعاونیهای دانشگاهی

مؤسسات و گردانندگان این تعاونی‌ها را مدرسان، کارکنان و دانشجویان دانشگاههای مربوط به بخش دولتی و دانشگاههای خصوصی مهم تشکیل می‌دهند. این تعاونی‌ها در زمینه خرده فروشی و اداره رستوران‌ها و دکه‌های نوشابه فروشی و نظایر آن فعالیت دارند. مواد غذایی ۹ درصد فروش این تعاونی‌ها را تشکیل می‌دهد و مابقی به مواد خوراکی تعلق دارد. ۲۰ درصد کل فروش این تعاونی‌ها مربوط به فروش کتاب است. تعاونیهای دانشگاهی می‌توانند کتابها را ۱۰ درصد ارزاتر از قیمت آنها در بازار به فروش برسانند.

این امر واجد اهمیت است، زیرا در کشور ژاپن نرخ فروش کتاب از مواردی است که کنترل بر آن اعمال می‌شود و تنها ۲ عمده فروشی در این کشور به کار فروش کتاب اشتغال دارند. نهضت مصرف کنندگان در حال مبارزه با این وضعیت است.



## انواع عمده شرکتهای تعاونی مصرف در بخش خرده فروشی

شرکت تعاونی مصرف کنندگان ژاپن را می‌توان در چهار گروه عمده طبقه‌بندی کرد:

شرکتهای تعاونی منطقه‌ای، تعاونیهای مؤسسات، تعاونیهای دانشگاهی و تعاونیهای آموزرگاران مدارس. تعاونیهای مؤسسات، بر خلاف تعاونیهای منطقه‌ای یا شهروند که کل جامعه را پوشش می‌دهند، تنها به گروههای ویژه‌ای متعلق اند و طبعاً حوزه فعالیتشان محدود است مانند موارد ب و ج و د به شرح جدول.

به همین دلیل در حال حاضر بسیاری از تعاونیهای مؤسسات از جمله تعاونیهای آموزرگاران مدارس در حال تبدیل شدن به تعاونیهای منطقه‌ای هستند.

از آنجا که تعاونیهای دانشگاهی قادر نیستند دامنه فعالیت‌های خود را به خارج از دانشگاهها گسترش دهند، مدرسان و دانشجویان این دانشگاهها بانوان خانه دار ساکن همان ناحیه را به ایجاد تعاونیهای منطقه‌ای ترغیب نموده و از تخصص و خدمات خود در راه اندازی و اداره امور چنین تعاونیهایی استفاده می‌کنند.

# توسعه خوداشتغالی برای زنان ویژگیهای زنان کارآفرین و موفق

مأخذ: NISIET وابسته به U.N.D.P مترجم: طاهره فرخی

تواناسازی زنان و مشارکت آنان در کلیه زمینه‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی از عوامل دستیابی به توسعه پایدار بوده و ضرورت بنیادین دارد. شواهد موجود در جهان نشاندهنده این واقعیت است که زنان معمولاً تعصب بیشتری به ارتقاء سطح زندگی خانواده دارند و حال آنکه در کلیه جوامع جهانی اعم از کشورهای پیشرفته صنعتی، در حال توسعه و یا توسعه نیافته بعنوان فقیرترین فقا در بین اقشار مختلف جامعه شناسائی و معرفی شده‌اند.

اگرچه قبول این واقعیت بسیار تلخ و ناگوار است، اما رنگ بیداری جوامع بشری را نیز برای ایجاد فرصتهای شغلی بیشتر و اجازه حضور فعالتر زنان در عرصه‌های مختلف به صدا درآورده و بسیج عمومی ارگسنانهای دولتی<sup>1</sup> و سازمانهای غیردولتی<sup>2</sup> را در پی داشته است.

در حال حاضر تحقیق و مطالعات بسیاری در مورد زمینه‌یابی فعالیتهای موارد اشتغالزا موافق با شرایط و توانائیهای جسمی و روحی زنان و متناسب با ویژگیهای خاص اقلیمی و سنن و آداب اجتماعی در کلیه کشورهای جهان در جریان است. نتایج مطالعات انجام شده اکثراً تاکید و توجه خاص بر ضرورت حمایت و کمک دولتها در جهت لغو قوانین دست و پاگیر و تسهیل شرایط دسترسی

زنان به اعتبارات مورد نیاز، علی‌الخصوص در کشورهای در حال توسعه دارد. بنابراین، مطالعه ثمره تجربیات موفق کشورها در زمینه راه‌اندازی فعالیتهای کارآفرینی به وضوح نشان می‌دهد که اجرای طرحهای مولد و اشتغالزا معمولاً با مدیریت سازمانهای غیردولتی موفق‌تر بوده است، زیرا به لحاظ اثرات مشکلات اجرای پروژه‌های خوداشتغالی از طریق ارگانهای دولتی ناگزیر این گونه فعالیتهای به سمت و سوی سازمانهای غیردولتی سوق داده شده است.

اگرچه این امر را نمیتوان بمعنای نفی لزوم نظارت و سیاستگذاریهای دولتی در وضع قوانین تسهیل کننده در راستای مصالح عمومی تلقی نمود اما از طرفی ضمن تاکید بر نقش هدایتی، حمایتی و نظارتی دولت و همچنین سازمانهای غیردولتی، یادآوری این نکته مهم است که تحقق توسعه کارآفرینی در درجه اول نیاز به حضور کارآفرینان آموزش دیده ماهر و کارآمد و به‌مراه آن انجام تحقیق و تفحص در ویژگیهای کارآفرینی و اشاعه نتایج این پژوهش برای الگوبرداری سایرین و علاوه بر آن توسعه فعالیتهای خوداشتغالی در چارچوب قوانین و منابع موجود به، شرط اصلی صحت جریان این گونه فعالیتهای جامعه خواهد بود.

## خصوصیات زنان کارآفرین موفق

طی سالهای اخیر پژوهشهای وسیعی

در خصوص بررسی زوایای مختلف شخصیتی و رفتاری زنان کارآفرین انجام گرفته و حال آنکه در مجموع ارائه یک الگوی مشخص و دقیق برای شناسائی استعداد طبیعی برای کارآفرینی کلاً به‌بوته فراموشی سپرده شده است.

بدین لحاظ بنظر می‌رسد روند تحقیقات بعدی می‌بایست در راستای کسب اطلاعات افزونتر در باب چگونگی اجرای فعالیتهای کارآفرینی تحت شرایط دشوار و نحوه مقاومت در برابر سختی کار طرح‌ریزی شود.

اضافه مینماید مادامیکه نتایج اکثر مطالعات اجتماعی در زمینه توسعه گویای لزوم تاکید و توجه بیشتر و نگرش عمیق بر مقوله کارآفرینی باشد، ایجاد فضای توافق و حصول اطمینان از امکان دسترسی عمومی به دانش و اطلاعات مورد نیاز در زمینه خوداشتغالی و افزون بر آن، استمرار برگزاری جلسات مباحثه و مناظره در باب موضوع مورد نظر از اهمیت زیادی برخوردار است.

تیمون جی/ای. Jimmon J.H در تعاریفی که از واژه خوداشتغالی و نقش مورد انتظار از کارآفرینان موفق اعم از زن و یا مرد ارائه داده است، از چهارده صفت بارز و مشترک در وجود این افراد بطور خلاصه بدین شرح نامبرده است:

### ۱- انرژی و تحرک

در درون هر کارآفرین منابع عظیمی از انرژی و قدرت پیشرفت نهفته است. وی

کارآفرین موفق از قاطعیت لازم برخوردار و اشتیاق پیروزی بر دشواریهای موجود و حل مسائل و مشکلات در راستای تکمیل و بهبود کیفیت کار را دارد. قرار گرفتن در شرایط دشوار تهدیدی برای وی محسوب نمی‌شود و در حقیقت حس اعتماد بنفس و خوش بینی مفهوم مشکلات را در قالب این عبارت در نظرش مصور می‌سازد که "هموار نمودن بستر کار و تخفیف شرایط ناممکن فقط مستلزم صرف وقت بیشتری است" و یا به قولی هیچ چیز غیرممکن نیست. معمولاً سهولت و یا دشواری وضعیت موجود ذره‌ای از علاقه آنان نسبت به کار خود نمی‌کاهد. و همین واقع بینی کمک می‌کند که تشخیص دهند چه کاری را می‌توانند و یا نمی‌توانند انجام دهند و چه موقع باید از دیگران برای حل یک مسئله دشوار ولی بسیار ضروری کمک بخواهند.

#### ۶- تعیین هدف

کارآفرین در جهت هدف معینی حرکت می‌کند و باتوجه به بافت شخصیتی خاص خود و الزامات درونی قادر است چارچوب مشخصی را برای فعالیت خود ترسیم کند. حتی اگر اهداف مورد نظرش بسیار دور از دسترس و یا مستلزم تلاش و صرف وقت طولانی باشد باز هم در نظر وی رسیدن به هدف حتمی و بشکل واقعی قابل وصول خواهد بود. کارآفرینان کلاً سریع‌العمل بوده و معمولاً سمت و سوی اقداماتشان در جهت هدف مورد نظر است.

روانشناسان معتقدند در درون اینگونه اشخاص انگیزه قوی "نیاز به موفقیت" نهفته است و بهمین دلیل برای عامل زمان ارزش زیادی قائلند و عموماً برای اجتناب از تأخیر در انجام کار ساعتهایشان را چنددقیقه جلوتر از وقت اصلی تنظیم می‌کنند.

#### ۷- قدرت ریسک پذیری متعادل

افراد موفق ترجیحاً به ریسک حساب



مشخص و متمایز می‌کند، قدرت انجام کار مستمر و مداومت وی در یک فعالیت مشخص است چنین فردی بجای اقدامات شتابزده و استفاده از سرمایه ایجاد آن کار و فعالیت مداوم، سرمایه بالقوه‌ای را در خود ایجاد و شالوده محکمی را در بنای هر اشتغال مولد پی‌ریزی مینماید این افراد از درون خود را بشدت ملزم به مبادرت به اجرای طرحهای بلندمدت و کار در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر را احساس می‌کنند هرچند که دستیابی و تحقق آن هدف در آینده بسیار دور میسر شود.

#### ۴- پول بعنوان ملاک سنجش

پول در ضمیر کارآفرینان معنای متفاوتی دارد. به اعتقاد آنان پول وسیله و عاملی برای حفظ امتیاز لیافت و استعداد آنان بوده و ابزاری چون درآمدهای حاصله، بازده سرمایه و سودخالص همگی بعنوان مقیاسی برای ارزیابی میزان کارآئی و شایستگی آنان در به ثمر رساندن اهداف مورد نظر تلقی می‌شود در حقیقت پول بدست آمد ملاک اندازه‌گیری میزان موفقیت اجرای کار است.

#### ۵- قدرت حل و فصل مداوم مسائل و مشکلات

دارای ظرفیت انجام کار مداوم و طولانی را طی روز داشته و همراه با کار توانائی انجام فعالیت‌های ورزشی و تفریحات دلخواه را همواره در خود احساس می‌کند نیاز وی به خواب در شب و روز کمتر از حد افراد عادی است. لازم به تذکر است که نتیجه بسیاری از تحقیقات نشان میدهد که داشتن انرژی و تحرک زیاد از جمله خصوصیات مطلوب سرمایه‌گذاران است که غالباً در کارآفرینان موفق نیز این خصیصه مشهود است.

#### ۲- اعتماد به نفس

اعتقاد عمومی بر این است که یک کارآفرین موفق عملاً از اتکاء به نفس بالائی برخوردار است که این خصلت حسن ایمان و اعتقاد به نیروی درونی و احساس توانائی دستیابی به اهداف مورد نظر در وی ایجاد می‌نماید.

این دسته از افراد معمولاً نقش جبر در سرنوشت بشر را باور نداشته و معتقدند پایه‌ریزی زندگی آینده و تعیین سرنوشت به دست خود انسان است.

#### ۳- تداوم در کار

از صفاتی که یک کارآفرین خلاق و سازنده را از سایر فن‌آفرینان خلق‌الساعه

کارآفرین موفق از قاطعیت لازم برخوردار و اشتیاق پیروزی بر دشواریهای موجود و حل مسائل و مشکلات در راستای تکمیل و بهبود کیفیت کار را دارد. قرار گرفتن در شرایط دشوار تهدیدی برای وی محسوب نمی‌شود و در حقیقت حس اعتماد بنفس و خوش‌بینی مفهوم مشکلات را در قالب این عبارت در نظرش مصور می‌سازد که هموار نمودن بستر کار و تخفیف شرایط ناممکن فقط مستلزم صرف وقت بیشتری است و یا به قولی هیچ چیز غیرممکن نیست.

مورد تأیید قرار می‌دهد و در پالایش مسیر فعالیت میزان تمرکز بر جنبه‌های مختلف خوداتکائی بطور قابل ملاحظه‌ای به آنان کمک می‌نماید.

عقیده محققین نظری و پژوهشگران میدانی متفقاً بر اینست که کارآفرینان ماهر فعالانه در صدد نوآفرینی و ابداع، حل مسائل و مشکلات اجرائی و نهایتاً پر کردن خلاء وجود رهبری بوده و تمایل به هدایت جریان امور را دارند و همچنین علاقمندند که در محیط کار شرایطی فراهم شود که طی آن بتوانند میزان اثر نفوذ شخصی خود را در حل مسائل و مشکلات کاری مورد ارزیابی قرار دهند.

#### ۱۱- استفاده از منابع

نتایج بسیاری از مطالعات سالهای اخیر نشان داده که کارآفرینان موفق بخوبی واقفند که چه موقع و چگونه با استفاده از امکانات داخلی و خارجی شرکتی را تاسیس نموده و از نیروهای تخصصی و تسهیلاتی مورد نیاز برای تکمیل اهداف خود بهره گیرند. آنان صرفاً ب فکر توفیق شخصی و فعالیت انفرادی در جهت دستیابی به هدف مورد نظر نبوده و خود را از کمک دیگران بی‌نیاز احساس نمی‌کنند.

وجود چنین خصوصیتی در ظاهر بسیار عجیب و فقدان نبوغ و نوع‌آوری و عدم اتکاء به خود را نشان می‌دهد. حال آنکه تمایل به تکاپو در جهت بهره‌مندی از منابع خارجی کلید اصلی خصیصه ویژه‌ای است که ما از آن بعنوان "وجود ظرفیت بالا" در کارآفرینان موفق یاد می‌کنیم.

اکتسای خود به نحوه اجرای نقش و بخصوص اجرای صحیح آن توجه کامل دارند که این توجه از احساس مسئولیت ناشی از خصوصیت کارآفرینی آنان سرچشمه می‌گیرد.

در اینجا لازم به ذکر است که استفاده از اطلاعات اولیه بدون داشتن مهارت و تخصص و تجربه اجرائی لازم به خودی خود به کارآفرین امکان شناخت نقاط قوت و ضعف فعالیت‌های اجرائی خود را نمیدهد. لیکن بطور معمول در درون کارآفرینان موفق همواره تمایل و توان استفاده از اطلاعات پایه اولیه کاملاً احساس می‌شود که با توسل بدان در مسیر صحیح به توسعه فعالیت‌های اجرائی خود رونق بخشید و مضافاً دسترسی به آمار و اطلاعات اولیه یک فرصت عالی برای تکامل شخصیت کارآفرینی در آنان ایجاد می‌نماید. در غالب اوقات توان بالای حرکت جسمی (توان مکانیکی) و تمایل طبیعی به نوآوری همگام با ویژگیهای درونی جزء تفکیک‌ناپذیر شخصیت وجودی افراد کارآفرین محسوب می‌شود.

#### ۱۰- نوآوری و مسئولیت فردی

مطالعه تاریخچه کارآفرینی نشان میدهد که تصور عمومی در مورد این افراد بر این است که آنان معمولاً دارای شخصیتی مستقل و افرادی بشدت متکی بخود و نوآفرین بوده و در عرصه اقتصاد آزاد قهرمان و بی‌رقیب هستند.

مطالعات و تحقیقات جدید در زمینه شخصیت کارآفرینان وجود برخی از صفات مشترک عمومی را در بین این افراد

شده و متعادل تن در می‌دهند و به فعالیت‌هایی گرایش دارند که شانس موفقیت در آن نه چندان دیر است که حالت قمار به خود بگیرد و نه چندان وسیع که به شکل امری حتمی و مسلم تصور شود.

تا اندازه‌ای میتوان گفت که ترجیحاً آنچنان ریسکی مورد نظر آنان است که طی یک فعالیت معقول و حساب شده و همراه با تلاش، شانس موفقیت را به همراه داشته و شرایط مطلوبی را که نتایج آن بیشتر متأثر از توانائی و سعی و کوشش شخصی آنان و نه صرفاً شانس است را ایجاد نماید. این خصوصیت کارآفرینی یکی از مهمترین عواملی است که دلالت بر نحوه تصمیم‌گیری داشته و نهایتاً به موفقیت و یا شکست فعالیت اقتصادی می‌انجامد. به طوری که در ظاهر چنین بنظر می‌آید که آنها کاملاً به عدم وجود هیچگونه مخاطره‌ای بر سر راه فعالیت خود آگاهی و اطمینان دارند.

#### ۸- رفتار مناسب در مقابل شکست (نحوه مواجهه با شکست)

کارآفرین از شکست ترسی بخود راه نمیدهد. زیرا از آنجا که همواره سودای موفقیت در سر دارد، لهذا در برابر شکست احتمالی از خودنا سازگاری و ناشکیبائی بروز نمیدهد. اگر زمانی تحت شرایط بسیار دشوار احتمال شکست مختصر وجود داشته باشد به راحتی قادر است با مبادرت به کارهای کم مسئولیت‌تر موفق به جبران شکست شود.

#### ۹- استفاده از اطلاعات اولیه (Feedback)

کارآفرینان در ایفای نقش بشدت

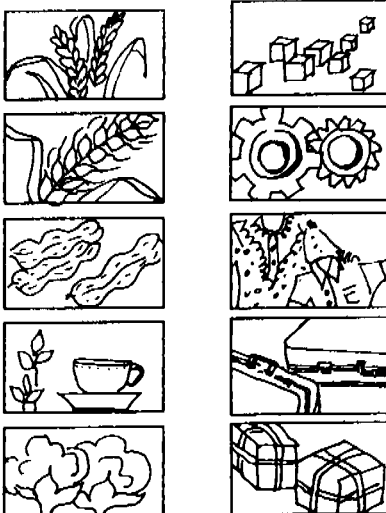
## ۱۲- ایستادگی در برابر معیارهای تحمیلی شخصی (اعمال نفوذ شخصی)

رقابت در معنای خود یک مفهوم گمراه‌کننده را دربردارد. تشخیص تفاوت بین رقابت با دیگران در شرایطی که معیارهای اجرایی مشهود و معین وجود ندارد و رقابت با معیارهای تحمیلی شخصی بسیار اهمیت دارد.

رقابت در جهت دفع دیگران در بطن خود اضمحلال شخصی را نیز در بر دارد. بطور مثال تعیین قیمت کمتر از ارزش برای کالایی که قیمت آن در نوسان می‌باشد از مواردی است که رقابت نامعقول را نشان می‌دهد و تابع هیچ معیار اخلاقی نیست.

این‌گونه جهت‌گیریهای نامعقول بیشتر متجر به بروز واکنش در مقابل اقدامات دیگران شده و فعالیتهای اصلی مورد نیاز برای ظهور و نمایش توان شخصی در جهت واقعیت بخشیدن به اهداف، ظرفیتها و کسب منابع موجود را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد.

رویارویی با معیارهای تحمیلی شخصی یک رقابت درونی است و مثال بارز آن قهرمانان جهانی شنا و یا دو هستند که بیش از آنکه در مسابقات به فکر رقابتی خود باشند به حفظ رکورد جهانی خود می‌اندیشند. مشابه با این مثال، در درون کارآفرینانی که از قدرت اجرایی بالا برخوردارند، همواره روحیه رقابت درونی حاکم بوده که بواسطه آن و بطور مداوم در سود ارائه کار بهتر هستند.

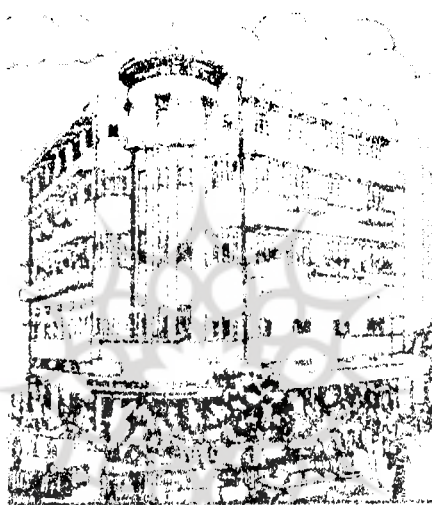


موفقیت و یا شکست دقیقاً به وجود انگیزه درونی کسب موفقیت از طریق تن دادن به یک ریسک معتدل در فعالیتهای اقتصادی مربوط می‌شود. نتیجه بسیاری از مطالعات و تحقیقات بر وجود رابطه مستقیم بین نحوه فعالیت و اصول اعتقادی و کارآفرینان صحه می‌گذارد. آنان معتقدند که کنترل مشکلات خوداشتغالی بیشتر تحت تأثیر عوامل خارجی است تا درونی و به شانس و شرایط موجود نیز بستگی دارد.

## ۱۴- توان مقاومت در برابر احتمالات و ابهامات

توان مقاومت کارآفرینان در برابر وضعیت مبهم و قدرت تصمیم‌گیری آنان در شرایط نامعلوم کاملاً به ثبوت رسیده است و دقیقاً در نقطه مقابل مدیران حرفه‌ای، کارآفرینان قادر به ادامه کار در شرایط نامشخص تا سخت‌ترین مراحل چه از جنبه عملی و چه در زمینه مسئولیت‌پذیری و یا مسائل امنیتی می‌باشند. در قاموس کارآفرینی تأمین امنیت شغلی و ابقاء در کار در مقایسه با مدیران هم‌تای آنان از اهمیت بالنسبه کمتری در سلسله مراتب تداوم کارآفرینی برخوردار است.

«فیریچ آر.دی. ایچ» و «پروشن سی» در کتاب مشترک خود با عنوان «زن کارآفرین» درباره سرمایه و اداره امور مالی و مدیریت یک واحد اقتصادی موفق خاطرنشان می‌نمایند که زن کارآفرین فردی متکی بخود، خلاق، پرشور، باشعور و سازگار است. وی در برابر کلیه امور و مسایل واقعی و تصمیم‌گیریهای آنی و ضروری، همچون: انجام ملاقاتها، شرکت در جلسات، پرداخت حقوق استخدام و اخراج کارکنان اقدام لازم بعمل آورده و به هنگام رویارویی با کمبود نقدینگی و عدم ثبات مالی و نقصان دارایی مسئول جوابگویی بستانکاران می‌باشد.



## ۱۳- نقطه کنترل داخلی

عموماً کارآفرینان در فعالیتهای اقتصادی خود به حاکمیت شانس و سرنوشت و یا هر عامل خارجی دیگر که خارج از حیطه کنترل شخصی باشد اعتقادی ندارند و ترجیحاً تمایل به باور این نظریه دارند که هر اقدامی میتواند تحت کنترل و نفوذ شخصی باشد. تمایل به شناخت رابطه بین علت و معلول هر نوع

رویارویی با معیارهای تحمیلی شخصی یک رقابت درونی است و مثال بارز آن قهرمانان جهانی شنا و یا دو مسابقات به فکر رقابتی خود باشند به حفظ رکورد جهانی خود می‌اندیشند. مشابه با این مثال، در درون کارآفرینانی که از قدرت اجرایی بالا برخوردارند، همواره روحیه رقابت درونی حاکم بوده که بواسطه آن و بطور مداوم در سود ارائه کار بهتر هستند.



# تعاون در سرزمینهای دور

دور



کلمبیا، انجمن تعاونیهای گله‌داران خصوصی مغولستان، و سندیکا‌های تعاونی اتحادیه میانمار در آی.سی.ای. و اظهار تأسف از تصمیم تعاون سوئیس برای خاتمه عضویت خود در پایان سال ۱۹۹۸.

\* تصویب اظهارنامه‌های مالی ۱۹۹۷ که در مجموع، مازادی اندک را در پایان سال نشان می‌دهد و همچنین بودجه سال ۱۹۹۸ و ۱۹۹۹.

نشست بعدی این هیأت در ۱۷ اکتبر در پاریس برگزار خواهد شد. در این نشست، مسائل اقتصادی جاری که تعاونیها در تمامی مناطق جهان با آن روبرو هستند و همچنین تسهیلات سیاستهای تعاونی احتمالی در ساختارها و فعالیتهای آی.سی.ای. مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

هیأت مذکور در روز ۱۸ اکتبر طی دیداری با رهبران هیأت‌های تخصصی آی.سی.ای. درخصوص روشها و تغییرات ضروری آینده به بحث خواهند نشست.

نقل از خبرنامه آی سی ای شماره ۲ - ۱۹۹۸  
(اتحادیه بین‌المللی تعاون)  
برگردان از: گروه مترجمین



## اروپا جایگاه رسمی آی.سی.ای در شورای اروپا

اتحادیه بین‌المللی تعاون از ۱۵ ژانویه ۱۹۹۸ به عنوان یک سازمان بین‌الدلی غیردولتی در شورای اروپا (COE) از جایگاه مشاوره‌ای برخوردار شد.

شورای اروپا یکی از قدیمی‌ترین سازمانهای سیاسی بین دولتها در اروپاست و سال آینده مراسم بزرگداشت پنجاهمین سالگرد آن برگزار خواهد شد.

مقر این شورا در استراسبورگ قرار دارد و با برخورداری از ۲۰ کشور عضو در زمینه مسائلی چون تحکیم همکاریهای سیاسی، اجتماعی، قانونی و فرهنگی و همچنین تعالی ارزشهای انسانی در سراسر اروپا سر و کار دارد. مجمع

زنان در مجامع منطقه‌ای سال جاری و برگزاری گردهمایی و مجمع عمومی در سال آینده.

\* برگزاری همایش جوانان و مسابقه مقاله‌نویسی در ارتباط با گردهمایی و مجمع عمومی سال آینده در شهر کیپک.

\* پذیرفتن خانم ب. پادانو، عضو هیأت مدیره فدراسیون ملی تعاونیهای پسانداز و اعتبار شهر بنین به عنوان همکار در هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی تعاون.

\* ارائه پیشنهاد به مجمع عمومی سال ۱۹۹۹ در مورد برگزاری مجمع عمومی سال ۲۰۰۱ در کره.

\* تصویب سیاست توسعه جدید آی.سی.ای که مبنای مباحث کارگزاران توسعه و اجرای راهکارهای منطقه‌ای خواهد بود.  
\* پذیرش درخواست عضویت اوسیمک

## نشست هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی تعاون در ژاپن

هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی تعاون (آی.سی.ای)، طی اجلاس ماه آوریل در ژاپن، تصمیماتی را به این شرح اتخاذ نمود:  
\* تشکیل یک گروه فعال در مسائل قانون تعاون به سرپرستی دکتر ایوان پیریکلیل از جمهوری چک، این گروه کار را با ایجاد بانک اطلاعاتی قوانین تعاون آغاز خواهد نمود همچنین در ادامه جلسه، پیگیری اقدامات در اجلاس آتی هیأت پیشنهاد شد.  
\* اعطای اختیارات به مدیریت در مورد استفاده از اعضاء علاقمند به مشارکت در یک گروه جدید کاری در مسائل صلح سبز و اصول اخلاقی و برگزاری نشست مقدماتی در ماه اکتبر در پاریس.  
\* تشویق اعضاء به حضور گسترده‌تر

پارلمانی این شورا متشکل از اعضاء مجالس ملی کشورها می باشد.

تفاوت بین شورای اروپا و اتحادیه اروپا در این است که اتحادیه اروپا تنها از حضور ۱۵ کشور عضو بهره مند است و هدف اصلی آن دستیابی به وحدت اقتصادی و سیاسی است. پارلمان اروپا مجمع اتحادیه اروپا می باشد که اعضاء آن مستقیماً از طریق انتخابات برگزیده می شوند.

تعداد کنونی سازمانهای غیردولتی که از جایگاهی همسنگ با اتحادیه بین المللی تعاون برخوردارند، طی چند سال گذشته افزایش چشمگیری داشته و به ۲۵۰ سازمان رسیده است.

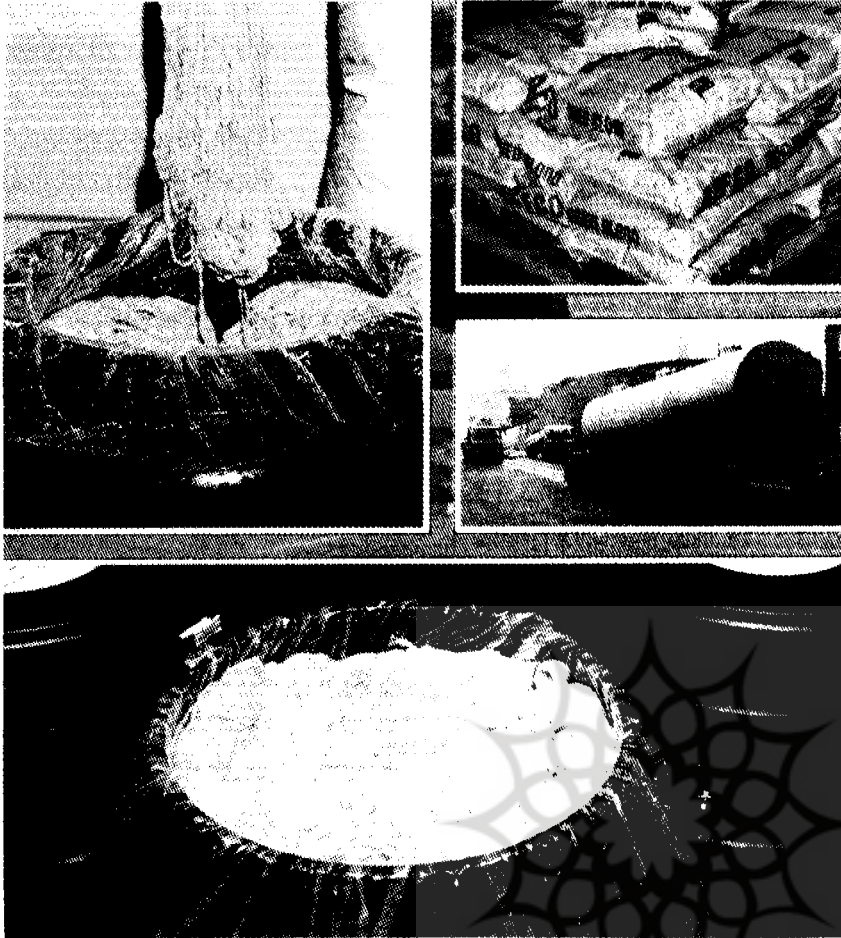
این رقم رو به رشد نشانگر توجه بیش از پیش شورای اروپا نقش سازمانهای غیردولتی در ساختارهای ملی سیاسی - اقتصادی و همچنین تعالی اهداف شورای اروپاست.

این جایگاه مشاوره ای، اتحادیه بین المللی تعاون را به شرکت در اجلاس عمومی سالانه سازمانهای غیردولتی مجاز می نماید. اولین اجلاس آی.سی.ای در ۲۸ ژانویه سال جاری در استراسبورگ برگزار شد. اجلاس مذکور با همکاری کمیته سازمانهای غیردولتی با پیشینه ای ۲۰ ساله تشکیل شد.

کمیته سازمان غیردولتی برای نخستین بار در تاریخچه خود در اواخر اکتبر به اجلاس سران کشورها دعوت شد و بیانیه ای را تسلیم این اجلاس نمود. اتحادیه بین المللی تعاون نیز به عنوان ناظر در مجامع پارلمانی حاضر شد.

پس از برپائی مجمع منطقه ای آی.سی.ای در سال ۱۹۹۴، کشورهای متعلق به منطقه اروپا بر اساس ضوابط شورای اروپا معرفی می شدند.

شورای اروپا طرحهای تعاونی ویژه ای با کشورهای اروپای مرکزی و شرقی



حکومتهای محلی و منطقه ای و مسائل حقوقی.

### کشورهای عضو

هم اکنون ۲۰ کشور عضو در شورای اروپا وجود دارد. این کشورها عبارتند از: آلبانی، آندورا، اطریش، بلژیک، بلغارستان، کرواسی، قبرس، جمهوری چک، دانمارک، استونی، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، مجارستان، ایسلند، ایرلند، ایتالیا، لتویا، لیختن اشتاین، لیتوانی، لوگزامبورگ، مالتا، مولداوی، هلند، نروژ، لهستان، پرتغال، رومانی، روسیه، سان ماریو، اسلواکی، اسلوانیا، اسپانیا، سوئد، سوئیس، جمهوری یوگسلاوی سابق، ماسدوینا، ترکیه، اوکراین و انگلستان.

استقبال بلاروس از بخش

(CEEC) ترسیم نموده است تا به این کشورها در راه اصلاحات دموکراتیک کمک نموده و مشارکت آنان در فعالیتهای شورای اروپا تضمین شود. امروزه ۱۶ کشور اروپای مرکزی و شرقی عضو این شورا هستند و برخی دیگر مدعوین دائمی محسوب می شوند.

فعالیتهای انجام شده در شورای اروپا بر تمامی جنبه های زندگی این کشورها تاثیرگذار بوده و برنامه کاری آن، گستره وسیعی از مسائل حیاتی بشری را پوشش می دهد که بسیاری از این مسائل با علائق سازمانهای عضو آی.سی.ای ارتباط مستقیم دارد. از جمله این موارد عبارتند از: حقوق بشر، رسانه ها و ارتباطات، امور اجتماعی و اقتصادی، آموزش، میراثهای فرهنگی، ورزش، جوانان، محیط زیست،

رئیس بخش اروپایی آئی.سی.ای، لارس هیلپوم و مدیر منطقه‌ای اروپا، گابریلا سوزانسکی در تاریخ ۱۱ الی ۱۳ می از بلاروس دیدن کردند، هدف از این سفر آشنایی با فعالیتهای ۱۴۷ تعاونی مصرف تابع بلکوپ سایوز بود. براساس اظهارات ویکتور ولادیکف، رئیس نهضت، فعالیتهای تعاونی به شکلی سازنده رو به توسعه می‌رود و چندین فروشگاه تعاونی در مرکز کشور افتتاح شده است. هرچند اکثر واحدهای تعاونی بیشتر در مناطق روستایی وجود دارد که این امر تنها ارائه‌دهنده خدمات بشمار می‌روند، اما مشاغل خصوصی رو به رشد هستند. دامنه فعالیت تعاونیهای مصرف بسیار گسترده است، از جمله کسب خرده‌فروشی، تولید کالاهای مصرفی گوناگون، خرید و فرآوری محصولات کشاورزی، صادرات - واردات، تأمین خواروبار عمومی، ساخت‌وساز و حمل‌ونقل همچنین طی سالهای اخیر با کشورهای چوچون آلمان، ایتالیا، سوئیس، لهستان، مجارستان، لاتویا و روسیه سرمایه‌گذاریهای مشترکی صورت گرفته است بعلاوه بلکوپ سایوز نیز بانک و شرکت بیمه خود را تأسیس نموده است.

همچنین نزدیک به ۲ میلیون نفر در شرکتهای تعاونی مصرف آن کشور عضو هستند و علاوه بر اعضاء فعال، در حدود ۱۱۸۰۰۰ نفر شاغل در این شرکتهای وجود دارد. همچنین ۵۰ درصد جمعیت از خدمات شرکتهای تعاونی مصرف بهره‌مند می‌شوند.

در اینجا هیچگونه قانونی بر تعاونیها حاکم نیست، بلکه هر مسأله، توافقنامه‌ای با تشریک مساعی دولت به امضا می‌رسد، طی نشست با آقای سرچی لینک، نخست وزیر جمهوری بلاروس اعلام شد که پیش‌نویس قانونی نیز در دست تهیه است.

این مجمع در تاریخ ۱۶-۱۵ اکتبر ۱۹۹۸ در پاریس برپا خواهد شد. موضوع اصلی حول محور مسائل و رقابتهای می‌چرخد که امروزه تعاونیها در بخشهای شرقی و غربی اروپا با آن رو در رو هستند.

سخنرانان برجسته از هر دری سخن خواهند گفت و در مورد تهدیدهای جدی از جمله تعاون سستیزی، تبدیل تعاونیها به شرکت خصوصی تجربه‌های خود را با ما در میان می‌گذارند همچنین مدعوین به تحلیل دلایل پرداخته و راه‌حلهای پیشنهاد می‌کنند. سایر سخنرانان در مورد فرصتهای طلایی برای توسعه فعالیتهای تعاونی، تشکیل تعاونیهای جدید و اشتغالزایی سخن خواهند گفت.

یکی از ویژگیهای مجمع منطقه‌ای امسال، انتخابات شورای اروپایی آئی.سی.ای خواهد بود. تعیین یک رئیس، دو نایب‌رئیس و ده عضو شورا می‌بایست حداکثر تا ۱۴ سپتامبر برای دفتر منطقه‌ای آئی.سی.ای در اروپا انجام شود. نامزدهای احتمالی باید از هم‌اکنون مطرح و زنان نیز به داوطلب شدن در انتخابات ترغیب شوند. نشستهای چندین سازمان تخصصی آئی.سی.ای و مدیران منطقه‌ای، مقدم بر مجمع منطقه‌ای انجام خواهند شد.

بلافاصله پس از برگزاری مجمع، هیأت مدیران آئی.سی.ای و هیأت کوپاک با یکدیگر ملاقات خواهند کرد.

سازمانهای فرانسوی به عنوان میزبان قصد دارند در جلسات کار و دیگر رویدادهای عمومی، محیطی مطلوب فراهم سازند.

برای کسب اطلاعات بیشتر با دفتر منطقه‌ای آئی.سی.ای اروپا در ژنو با گابریلا سوزانسکی، مدیر منطقه‌ای اروپا، به شماره تلفن ۸۸۲۱ ۲۹۹ (۴۱۲۲) یا نمابر ۲۱۲۲ ۷۹۸ (۴۱۲۲) تماس حاصل فرمائید.

به منظور ارزیابی نتایج موقت طرح مشترک آئی.سی.ای و اتحادیه اروپا که با عنوان آمار و اطلاعات تعاونیهای اروپایی و حمایت تا آخرین مرحله اجرای این طرح، کارگاه آموزشی اروپایی آئی.سی.ای با موضوع آمار و اطلاعات مربوط به تعاونیهای اروپایی در تاریخ ۷ الی ۹ می ۱۹۹۸ در دفتر مرکزی سازمان بین‌المللی کار (ILO) در ژنو برپا شد. در این دوره آموزشی مجموعاً ۳۴ شرکت‌کننده از ۱۶ کشور اروپایی و دو وابسته اروپایی (آکم و سکوپ)، کارکنان و مشاوران آئی.سی.ای، ناظران سازمان بین‌المللی کار و نمایندگان EU-DG حضور داشتند، تحلیلهای سخنرانیهایی و مباحث بر مسائل زیر تأکید داشت:

- \* استنتاج موقت از آمار تعاونیهای اروپا
- \* ویژگیهای فنی بانک اطلاعات آئی.سی.ای
- \* آمار و اطلاعات تعاونی هر کشور
- \* رهنمودهایی برای به روز کردن و انتشار اطلاعات آینده
- \* آزمایش بانک اطلاعاتی آئی.سی.ای در دفتر مرکزی آئی.سی.ای.

کارگاه مزبور همچنین این فرصت را برای تمامی شرکت کنندگان فراهم ساخت تا سیمای آماری تعاون کشور خود را ارائه و در مورد آن اظهارنظر کنند، سپس این آمار را تصویب و یا اصلاح آن را درخواست نمایند. پس از یک روز و نیم بحث آزاد و فشرده که طبقه‌بندیها و آمار ملی و منطقه‌ای خاص را به همراه داشت، شرکت‌کنندگان نتایج و پیشنهادهای ذیل را تصویب نمودند:

- \* توافق بر سر نهایی کردن طرح کنونی آئی.سی.ای و اتحادیه اروپا و تضمین همکاری کشورها برای اعتبار بخشی به آمار تعاون تا تاریخ ۱۵ ژوئن ۱۹۹۸
- \* انجام تلاشهایی برای تفسیر دقیق آمار

مقایسه‌ای تعاون در اروپا و ایجا  
همبستگی و ارتباط منطقی بیشتر با  
طبقه‌بندی سنتی در بخش اقتصادی

\* استدلال این نکته که افزودن طبقه‌بندیهای  
جدید تعاون با در نظر گرفتن روابط موجود  
بین تعاونیها و اعضاء آنها و ویژگیهای  
عضویت در تعاونی (کساربران/  
مصرف‌کنندگان: سرمایه‌گذاران، کارکنان)  
خالی از فایده نیست.

\* تضمین به هنگام کردن آمار و اطلاعات  
تعاونی بطور سالانه بر اساس ابتکارات  
آی.سی.ای. با همکاری رابطین کشورها که  
بطور دائمی با رأی اعضاء آی.سی.ای در  
هر کشور تعیین می‌شوند.

\* مرحله بعدی به هنگام کردن این آمار و  
اطلاعات با استفاده از پرسشنامه‌های ساده  
و بسازینی شده و پیشنهادهایی برای  
طبقه‌بندی بخشها و تعاریف تعاونی از  
جمله مسئله حمایت از مؤسسات اقتصادی  
یارانه‌ای بود.

\* ارائه آمار موثق از تعاونیهای اروپا در  
مجمع منطقه‌ای اروپا در پاریس

### کارگاه توسعه

یک کارگاه توسعه اروپایی در تاریخ ۱۲  
اکتبر و بلافاصله پس از مجمع منطقه‌ای، در  
پاریس برپا خواهد شد. اطلاعات مربوط به  
نیازهای توسعه و همچنین کمکهای ارائه  
شده در پاسخ به پرسشنامه منتشر شده در  
چارچوب طرح آمار اروپا دریافت شد. این  
بررسی نشان می‌دهد که در زمینه‌هایی  
چون آموزش مدیریت، خدمات مالی،  
بازاریابی و قانونگذاری، نیاز بیشتری به  
کمک وجود دارد، بخش اروپایی آی.سی.ای

به دنبال این بررسی و برای ارائه پاسخ  
بهرتر به درخواستهای کمک، به برپایی یک  
کارگاه بحث و مشاوره مباحث توسعه  
تمایل پیدا کرد.

اهداف این کارگاه، تشکیل یک  
گروهی برای مباحثه بین شرق و غرب و

ایجاد فرصتی برای آی.سی.ای به منظور  
شناسایی زمینه‌های علائق مشترک است  
این امر می‌تواند اساس برنامه‌های  
منطقه‌ای و شبه منطقه‌ای باشد.

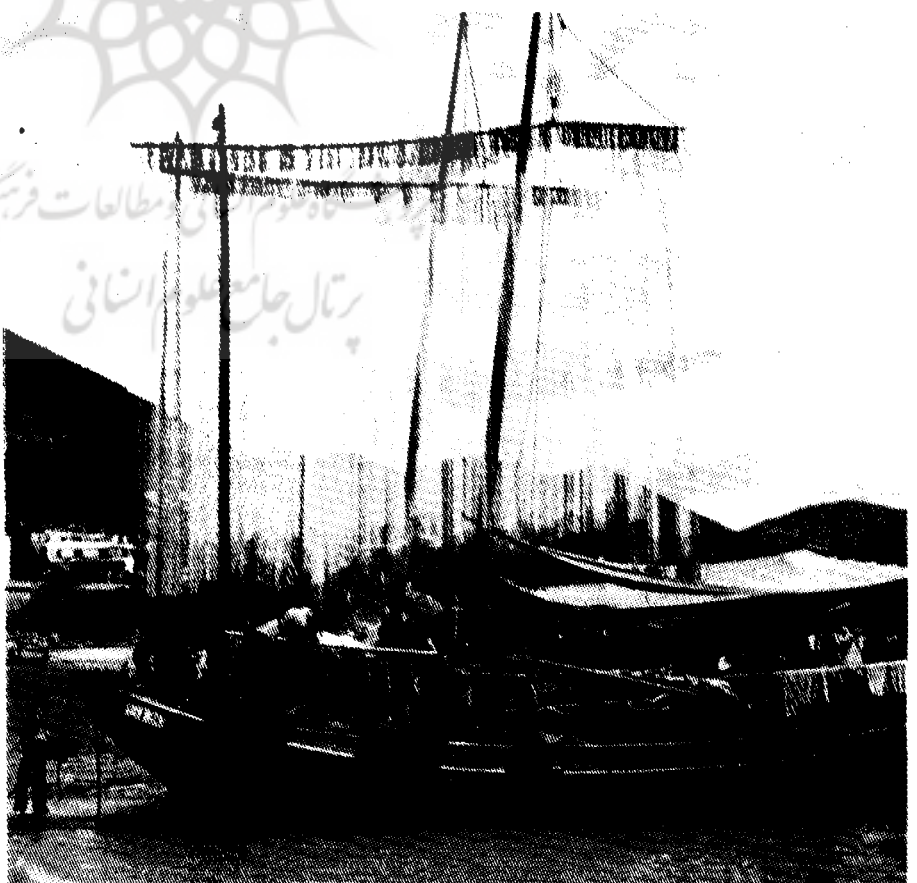
تمامی سازمانهای عضو ذینفع در  
آی.سی.ای در اروپای مرکزی و شرقی و  
کشورهای تازه استقلال یافته در آینده  
نزدیک نامه‌ای مبنی بر درخواست ارسال  
جزئیات بیشتر و اطلاعات خاص در مورد  
نیازهای توسعه‌ای خود دریافت خواهند  
نمود. همچنین یک یادداشت مفصل در  
مورد اینگونه کمکها تهیه شده است که  
برای بحث در اختیار کارگاه قرار خواهد  
گرفت.

### آسیا و اقیانوسیه

دیدار رئیس آی.سی.ای از  
سنگاپور

روبرت رودریگ، رئیس آی.سی.ای طی  
دیدار خود از سنگاپور در ماه آوریل،  
خاطر نشان کرد که نهضت تعاون  
سنگاپور، در تأمین هرچه بهتر نیازهای  
اقتصادی و اجتماعی اعضاء، با کمک به  
تعاونیهای منطقه، نقش ارزنده‌ای ایفا  
می‌کند.

فدراسیون ملی تعاون سنگاپور (SNCF)  
با عضویت نزدیک به یک میلیون نفر، از  
سال ۱۹۸۲ عضو آی.سی.ای بوده است.  
نهضت تعاون سنگاپور همواره از طریق  
مشارکت در فعالیتهای برنامه‌های  
سازمان یافته از طرف آی.سی.ای و دفتر  
منطقه‌ای آن، حمایت خود را از این حرکت  
نشان داده است. آقای رودریگ در دیدار  
خود از دفاتر نخست‌وزیر، وزارت توسعه  
همگانی و یک عضو پارلمان ساحل شرق،  
احتمال ایجاد دفتر طرح و برنامه در  
سنگاپور را بررسی نمود. تعاونیها در  
منطقه می‌توانند با کمک از دفتر از  
تجربه‌های سنگاپور بهره‌مند شده و این  
الگوی موفق نهضت تعاون را در کشورهای



بقیه در صفحه ۳۴



بالای زندگی داشته باشد. پیشبرد برابری ممکن است به تسهیم نابرابری منابع بیاتجامد زیرا برخی مردم مثل بیماران، معلولان و ضعفا ممکن است بیش از دیگران نیاز به حمایت داشته باشند تا به سطح قابلیت یکسان برسند.

- **تداوم:** توسعه انسانی پایدار باید نیاز نسل کنونی را بحیوی مرتفع کند که موجب فدا شدن توان نسلهای آینده در تأمین نیازهایشان نشود.

- **امنیت:** هر فرد باید از حداقل امنیت شغلی، زندگی کردن، نظامی و... برخوردار باشد. امنیت انسانی یعنی تأمین در برابر تهدیدهای گرسنگی، بیماری، ستم، محافظت در برابر گسستگی‌های ناگهانی و مضر در الگوهای روزمره زندگی در خانه، کارخانه و جامعه.

۲- **شاخصها:** برای توسعه انسانی شاخصهایی در نظر گرفته شده که تا حدودی برخی از ابعاد آنها بطور کمی نشان دهد.

- **شاخص توسعه انسانی:** این شاخص شامل میانگینی از سه شاخص امید به زندگی، میزان تحصیلات و سواد و شاخص تعدیل شده سرانه تولید ناخالص داخلی واقعی است (انسان تحصیل کرده، تندرست با طول عمر طولانی و دارای درآمد بالا). حد نهایی و مطلوب آن ۱ است.

- **شاخص توسعه انسانی بر مبنای جنسیت:** در این شاخص، شاخص‌های امید به زندگی، تحصیلات و سرانه تولید ناخالص داخلی باتوجه به تفاوت دستاوردهای زن و مرد تعدیل میشود.

- **شاخص توان بخشی یا توسعه برابری زن و مرد:** این شاخص از میانگین تراز شده سه شاخص درآمدی، شغلی و سیاسی است یعنی شاخص درصد سهم زن و مرد در پستهای اداری و مدیریتی و همچنین در مشاغل فنی و تخصصی، شاخص درصد سهم زن و مرد در

## نگاهی به مهمترین نکات گزارش توسعه انسانی سال ۱۹۹۶ سازمان ملل متحد

### قسمت ۲

ب - چشم‌انداز آینده (۱۵ سال آتی تا سال ۲۰۳۰) براساس ادامه روند موجود الگوهای فعلی رشد

۱) تولید ناخالص داخلی ۲ برابر میشود، از این میان سهم کشورهای در حال توسعه از ۱۶ درصد (۱۹۹۲) به ۳۳ درصد خواهد رسید درحالیکه ۸۵ درصد از جمعیت جهان را در اختیار خواهند داشت.

۲) عدم تعادل منطقه‌ای افزایش خواهد یافت: سهم آفریقای زیرصحرای ۱/۲ درصد به ۰/۴ درصد، سهم کشورهای کمتر توسعه یافته به ۰/۲ درصد، سهم اروپای شرقی و اقطار شوروی سابق کمتر از ۳٪ خواهد شد در حالیکه سهم کشورهای صنعتی اگر بیشتر نشود لااقل ثابت خواهد ماند.

۳) درآمد سرانه کشورهای صنعتی به ۳۰ تا ۵۰ هزار دلار خواهد رسید درحالیکه مثلاً در آفریقای زیرصحرای حداکثر به چندصد دلار میرسد.

### ضمیمه شماره ۳:

۱- **تعریف توسعه انسانی و ابعاد آن:** توسعه انسانی و ابعاد آن مرتباً در پرتو انتقادهای بازبینی میشود لکن فعلاً اینگونه تعریف شده که توسعه انسانی توسعه‌ای با ابعاد زیر است:

- **توان بخشی:** انسانها نباید استفاده‌کنندگان منفعل فرایندی باشند که دیگران آنها طراحی و مهندسی کرده‌اند. انسان باید کارگزار فعال توسعه خود باشد. باید به قابلیت‌های مردم توان و آزادی داد تا بهره ببرند.

- **تعاون:** چنانچه مردم در کنار یکدیگر به خوشی زندگی کنند و اگر به شیوه غنای متقابل با هم تعاون داشته باشند بر دامنه گزینه‌های فردی آنها افزوده میشود.

- **برابری:** برابری در قابلیت‌های اساسی و فرصتهای بنیادی باید ایجاد شود. هرکس باید فرصتی برای تحصیل، زندگی سالم، تندرست و طولانی و کسب درآمد و سطح

کرسی‌های پارلمانی، شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی برای زن و مرد مزدبگیر.

- معیار فقر قابلیت: این معیار به نبود سه قابلیت اساسی توجه دارد. قابلیت خوب تغذیه شدن و تندرست ماندن که با «درصد کودکان زیر ۵ ساله‌ای که کم‌وزن هستند» اندازه‌گیری میشود. قابلیت تولید مثل بهداشتی که با «نسبت زایمانهایی که بدون کمک متخصص زایمان انجام میشود» اندازه‌گیری می‌شود و قابلیت تعلیم و دانش‌آموزی که با «نسبت زنان و دختران بی‌سواد» یا «درصد نرخ بیسوادی زنان» اندازه‌گیری میشود. هر سه با هم جمع و بر ۳ تقسیم میشود تا فقر بدست آید که هرچه کمتر باشد فقر قابلیت کمتر است.

ضمیمه ۴:

## تصویر جهان از نظر ابعاد و شاخص‌های توسعه انسانی

### ۱- تندرستی و بهداشت:

- در آفریقای زیر صحرای بازار هر ۱۸ هزار نفر تنها یک پزشک وجود دارد در حالیکه در کشورهای صنعتی بازار هر ۳۹۰ نفر یک پزشک وجود دارد. این رقم در کشورهای در حال توسعه ۶ هزار نفر و در آمریکای لاتین ۱۰۰۰ نفر میباشد. تنها در کشورهای در حال توسعه در هر سال حدود ۱۷ میلیون نفر بر اثر بیماری‌های قابل علاج می‌میرند.

- نرخ مرگ و میر نوزادان در کشورهای در حال توسعه ۷۰ در هزار، در آسیای جنوبی ۸۵ در هزار، آفریقای زیر صحرای ۹۷ در هزار، در آسیای خاوری (بجز چین) حدود ۲۰ در هزار بوده است.

- میانگین مرگ و میر مادران به هنگام زایمان در کشورهای صنعتی ۳۳ نفر در صد هزار نفر است در حالیکه این رقم در آسیای خاوری ۹۵ نفر، در کشورهای در حال توسعه ۲۸۴ نفر و در آفریقای زیر صحرای ۹۲۹ نفر در هر صد هزار نفر است (حدود ۲۸ برابر کشورهای صنعتی)

در کشورهای در حال توسعه تقریباً یک سوم جمعیت (۱/۳ میلیارد نفر) در فقر زندگی می‌کنند و در کشورهای صنعتی نیز هنوز بیش از ۱۰۰ میلیون نفر زیر خط فقر گذران امور میکنند در این کشورها همچنین بیش از ۵ میلیون نفر نیز بیکار جویای کار وجود دارد و این در حالی است که ۴۰ درصد از افراد فقیر تنها ۱۸ درصد از درآمدها را به خود اختصاص داده‌اند.

- بیش از ۱۵ نفر از مردم جهان به ویروس ایدز آلوده‌اند که بیش از ۲۰ میلیون نفر آن در آفریقای زیر صحرایند. حدود ۹۰ درصد (۱۳ میلیون نفر) در کشورهای در حال توسعه و مابقی در کشورهای صنعتی هستند. (حدود ۲ میلیون نفر)

- در کشورهای در حال توسعه ۳۰ درصد از مردم (۱ میلیارد نفر) از آب سالم محرومند به ۸۰۰ میلیون انسان غذای کافی نمیرسد و حدود ۵۰۰ میلیون نفر نیز دچار کم‌غذایی مزمن هستند. در آفریقای زیر صحرای نیز ۱/۳ مردم منطقه (۱۷۰ میلیون نفر) به غذای کافی دسترسی ندارند و نیز ۲۳ میلیون کودک سوء تغذیه داشته و ۱۶ درصد نوزادان با کاهش وزن همراهند.

- متوسط امید به زندگی در کشورهای صنعتی ۷۵ سال است در حالیکه در آفریقای زیر صحرای کمتر از ۵۱ سال می‌باشد. این رقم در کشورهای در حال توسعه ۶۲ سال و در آمریکای لاتین ۷۰ سال است.

۲- سواد و تحصیلات:

- در آفریقای زیر صحرای ۵۰ درصد از لازم‌التعلیم‌های ابتدایی و ۶۲ درصد از واجدین متوسطه از تحصیل محرومند. تعداد محرومین دختر و پسر ابتدایی و متوسطه بیش از ۸۰ میلیون نفر است. تنها نیمی از کلاس اولیها به کلاس پنجم میرسند.

در کشورهای در حال توسعه نیز ۲۳ درصد از لازم‌التعلیم‌ها هنوز از تحصیل محرومند (حدود ۱۲۰ میلیون دبستانی و ۲۷۵ میلیون متوسطه‌ای).

- نرخ بیسوادی در افراد بالای ۱۵ سال (۱۹۹۳) در کشورهای در حال توسعه ۳۹ درصد، آمریکای لاتین ۱۴ درصد، آفریقای زیر صحرای ۴۵ درصد و آسیای جنوبی ۵۱ درصد است.

۳- فقر مالی و درآمد:

در کشورهای در حال توسعه تقریباً ۱/۳ جمعیت (۱ میلیارد نفر) در فقر زندگی می‌کنند. در کشورهای صنعتی نیز هنوز بیش از ۱۰۰ میلیون نفر زیر خط رسمی فقر زندگی می‌کنند و بیش از ۵ میلیون نفر هم بی‌خانمانند. در این کشورها هنوز بیش از ۳۰ میلیون بیکار جویای کار وجود دارد و ۴۰ درصد از فقیرترین آنها ۱۸ درصد از درآمدها را بخود اختصاص داده‌اند. نرخ مزد زنان در کشورهای صنعتی کمتر از ۱/۲ مردان است. تعداد بی‌خانمانهای جهان که در خیابانها زندگی می‌کنند به بیش از ۱۰۰ میلیون نفر رسیده است. بیش از ۱ میلیارد نفر نیز در اقامتگاههای نامناسب زندگی می‌کنند.

۴- امنیت:

- در فاصله ۱۹۸۵ - ۱۹۷۵ جنایت‌های گزارش شده در سطح جهان سالانه ۵ درصد افزایش یافت یعنی از رشد جمعیت پیشی گرفت.

- در آسیا هر سال بیش از ۱ میلیون کودک و عمدتاً دختران به زور به فحشا کشیده میشوند. در کشورهای صنعتی بیش از ۱۳۰ هزار تجاوز به عنف در هر سال (به دختران و زنان) گزارش می‌شود.

- در پایان سال ۱۹۹۴، در سراسر جهان ۲۷ میلیون آواره و پناهنده شده

بودند. امروز بازار هر ۲۰۰ نفر یک نفر پناهنده یا آواره است.

#### ۵- محیط زیست:

امروزه در کشورهای در حال توسعه عرضه سرانه آب به  $\frac{۱}{۳}$  آن در ۱۹۷۰ کاهش یافته است. حدود ۱۰ میلیون جریب جنگل هر ساله از بین می‌رود. حدود ۷۰۰ میلیون انسان در معرض تنفس دود ناشی از سوختن فضولات آلی هستند.

در کشورهای صنعتی هر سال به خاطر آلودگی هوا خسارتی معادل ۲۵ میلیارد دلار به جنگلها وارد می‌شود مردم کشورهای صنعتی در حالیکه تنها  $\frac{۱}{۵}$  جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند لکن ۹ برابر مردم کشورهای در حال توسعه انرژی تجاری مصرف می‌کنند. در کشورهای در حال توسعه حدود ۲۰۰ میلیون انسان از کویری شدن مناطق حاصلخیز آسیب دیده‌اند. در آفریقای زیرصحرای نیز طی ۵۰ سال گذشته سالانه  $\frac{۱}{۳}$  میلیون هکتار زمین حاصلخیز به صحرا تبدیل شده است.

#### ۶- شاخص فقر قابلیت:

در اغلب کشورهای جهان فقر قابلیت گسترده‌تر از فقر درآمد است. در کشورهای در حال توسعه ۳۷ درصد از مردم زیر خط فقر قابلیت هستند (بیش از  $\frac{۱}{۶}$  میلیارد نفر)

#### ۷- شاخص توسعه انسانی:

الف - در سال ۱۹۹۳ از ۱۷۴ کشوری که شاخص توسعه انسانی در آنها محاسبه شده است، ۵۷ کشور در زمره توسعه بالای انسانی، ۶۹ کشور در زمره میانی و ۲۸ کشور در زمره پایین توسعه انسانی هستند. از این میان بترتیب کانادا، آمریکا، ژاپن و هلند در رأس (بترتیب با شاخص‌های ۰/۹۵۱ تا ۰/۹۳۸) و کشورهای سومالی، سیرالئون و نیجر در قعر جدولند (با شاخص‌های ۰/۲۲۱ تا ۰/۲۰۴).

ایران با شاخص توسعه انسانی ۰/۷۵۵،

در ردیف ۶۶ قرار دارد. برخی از کشورهای همجوار ایران مثل بحرین، امارات، قطر، کویت، روسیه و عربستان در ردیفهای بالاتر از ایران قرار دارند اما برخی کشورهایی که بنظر میرسید وضع بهتری دارند در ردیفهای پایین‌تر از ایران قرار دارند نظیر چین (۰/۶۰۹)، (۰/۵۴۰)، مصر (۰/۶۱۱)، اندونزی (۰/۶۴۱)، ترکیه (۰/۷۱۴)، کوبا (۰/۷۲۶) و برخی دیگر مثل رومانی و اوکراین.

ب - ردیف‌بندی کشورها بر حسب شاخص توسعه انسانی یا ردیف‌بندی آنها بر حسب سرانه تولید داخلی واقعی بسیار متفاوت است مثلاً ۱۶ کشور از نظر شاخص توسعه انسانی ۲۰ ردیف بالاتر از شاخص درآمدی خود قرار دارند و برعکس ۲۱ کشور نیز از نظر شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی، ۲۰ ردیف بالاتر از شاخص توسعه انسانی قرار دارند. همچنین، ردیف‌بندی نشان می‌دهد که کشورهای با درآمد مشابه، دستاوردهای توسعه انسانی متفاوت داشته‌اند و بالعکس.

برخی کشورها مثل برزیل، نیجریه و پاکستان که در بالای جدول طبقه‌بندی بر حسب درآمد هستند در پایین جدول طبقه‌بندی بر حسب شاخص توسعه انسانی قرار گرفته‌اند و برخی کشورها مثل کاستاریکا، کوبا و سریلانکا گرچه از نظر درآمدی میان حال به شمار می‌روند ولی در بالای جدول توسعه انسانی صعود کرده‌اند.

ردیف ایران از نظر شاخص توسعه انسانی (۶۶) است که ۷ ردیف پایین‌تر از ردیف درآمدی آن است (۵۹)

#### ۸- شاخص توسعه بر مبنای جنسیت:

این شاخص برای ۱۳۷ کشور محاسبه شده است. کشورهای سوئد، کانادا، نروژ و آمریکا بالاترین ردیف و کشورهای افغانستان، سیرالئون و نیجر پایین‌ترین ردیف‌ها را بخود اختصاص داده‌اند. ایران

نیز از نظر این شاخص در میان ۱۳۷ کشور در ردیف ۷۵ است و ۱۸ ردیف با شاخص توسعه انسانی فاصله دارد (شاخص توسعه انسانی ایران در میان ۱۳۷ کشور مذکور ۵۷ است).

از ردیف‌بندی شاخص توسعه بر حسب جنسیت چند نتیجه‌گیری حاصل می‌شود:

الف - هیچ جامعه‌ای با زنان رفتاری با مردان ندارد.

ب - حذف نابرابریهای زن و مردم منوط به برخورداری از یک درآمد بسیار بالانمی‌باشد.

ج - برابری زن و مرد لزوماً با رشد اقتصادی بسیار بالاتر ارتباط ندارد.

د- کشورهای با شاخص بهتر، از تنوع فرهنگی، سیاسی، نژادی و... گسترده‌تری برخوردارند.

#### ۹- شاخص توان بخشی:

این شاخص برای ۱۰۴ کشور محاسبه شده است. کشورهای نروژ، سوئد، دانمارک و فنلاند در ردیفهای اول تا چهارم و کشورهای موریتانی، کومور و نیجر در ردیفهای ۱۰۲، ۱۰۳ و ۱۰۴ می‌باشند. ایران نیز از نظر این شاخص در سطح بسیار پایینی (ردیف ۹۰) قرار دارد. (در میان ۱۰۴ کشور مذکور ردیف ایران از نظر شاخص توان‌بخشی ۹۰ است در حالیکه از نظر شاخص توسعه انسانی بر مبنای جنسیت ۵۴ و از نظر شاخص توسعه انسانی در ردیف ۴۸ قرار دارد). هیچ کشوری از نظر میزان این شاخص از  $\frac{۰}{۸}$  تجاوز نمی‌کند.

۱۰ کشور بین  $\frac{۰}{۶}$  تا  $\frac{۰}{۸}$  و ۲۹ کشور نیز پایین‌تر از  $\frac{۰}{۳}$  می‌باشند که ایران جزء این کشورهاست. هنوز اکثر کشورها تا رسیدن به مرحله گستراندن فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی به روی زنان راه درازی در پیش دارند. البته شاخص توان بخشی دارای اشکالاتی است به شغل زنان در بیرون از خانه و مزد و دستمزد آنها متکی است در حالیکه در اغلب کشور زنان به کار

## نتایج:

الف: ۱ درصد افزایش در سرانه تولید ناخالص داخلی در ۱۹۹۳، ۱۳ درصد امید به زندگی را افزایش داده و از نرخ مرگ و میر کودکان در ۱۹۹۳ به اندازه ۱ درصد کاسته است.

۱ درصد افزایش در هزینه اجتماعی موجب ۳ درصد کاهش در مرگ و میر کودکان میشود.

۱ درصد افزایش در سهم درآمد ۲۰ درصد از فقیرترین اعضای جامعه، ۷ درصد از میزان مرگ و میر کودکان کم می‌کند.

ب: در ۱۹۷۰، ۱۱ درصد افزایش در میانگین نرخ رشد سرانه تولید ناخالص داخلی، کوتاهی امید به زندگی را ۲/۲ درصد کاهش میدهد و از مرگ و میر کودکان به اندازه ۱۶ درصد کاسته می‌شود.

۱ - ۱ درصد افزایش در میانگین سهم تولید ناخالص داخلی سرمایه‌گذاری شده در بهداشت و آموزش و پرورش (هزینه اجتماعی) کوتاه شدن امید به زندگی را ۱ درصد و نرخ مرگ و میر کودکان را ۲۴ درصد کاهش میدهد.

ج: ۱۰ درصد افزایش در امید به زندگی در ۱۹۷۰ معادل ۵/۷ سال میتوانست سالی ۱/۱ درصد بر میانگین نرخ رشد سرانه تولید ناخالص داخلی بیفزاید.

از نتایج چنین برمی‌آید که رشد درآمد، افزایش هزینه اجتماعی و توزیع برابرتر درآمد، همگی در توسعه انسانی تاثیر مثبت تعیین کننده دارند و بالعکس هر قدر امید به زندگی بیشتر باشد درآمد سرانه بالاتر است.

۲) سابقاً چنین تصور میشد که بین رشد و برابری یک رابطه متقابل وجود دارد و توزیع برابر درآمدها موجب تحت‌الشعاع قرار گرفتن مشوقها و در نتیجه پایین آمدن درآمد افراد میشود. فرض میشد اغنیا به تشویق و دلگرمی بیشتری برای پس انداز و



۲۰۰ سال وقت لازم دارند تا به سطح بالای توسعه انسانی برسند! در این میان کشوری مثل چین به ۲۵ سال و کشوری مثل هند به ۱۰۰ سال زمان نیاز دارد.

### ضمیمه شماره (۵)

#### اضافاتی بر رابطه رشد اقتصادی و توسعه انسانی

۱) به منظور بررسی پیوند میان رشد اقتصادی و توسعه انسانی یک مطالعه اقتصاد سنجی صورت گرفته است. در اولین بخش، تاثیر رشد اقتصادی، هزینه اجتماعی و توزیع درآمد بر سطوح و تغییرات در شاخص توسعه انسانی (امید به زندگی و مرگ و میر کودکان) بررسی شد.

در دومین بخش، با نگاهی به تاثیر امید به زندگی بر سرمایه‌گذاری ناخالص داخلی و توزیع درآمد بررسی بعمل آمد. حاصل بررسی نشان داد که رابطه مثبت و دوجانبه‌ای میان توسعه انسانی و رشد اقتصادی وجود دارد.

خانه‌داری و بدون دستمزد رسمی مشغولند و این نکته در شاخص لحاظ نشده است.

بسیاری از فعالیتهایی که در جامعه صورت می‌گیرد ناشناخته و بی‌ارزش میماند. گزارش ۱۹۹۵ برآورد کرده است علاوه بر ۲۳ تریلیون دلار حاصل کار جهانی ثبت شده در ۱۹۹۳، ۱۶ تریلیون دلار کار در جامعه مثل خانه‌داری نیز صورت گرفته که ۱۱ تریلیون دلار آن به زنان اختصاص دارد که آنهم عمدتاً در کشورهای در حال توسعه است و این بخوبی نقض شاخص توان بخشی را نشان میدهد. تلاشهایی در جریان است تا کار خانگی و خانه‌داری نیز در نظام محاسبات ملی ملل متحد گنجانده شود.

۱۰- چشم‌انداز ۱۵ سال آتی (تا سال ۲۰۳۰)

از نظر وضع توسعه انسانی با حفظ روند کنونی چنین است که کشورهای دارای وضع متوسط ۱۷ سال و کشورهای دارای توسعه انسانی سطح پایین بیش از





کند و کاوی در:

## جهان اقتصاد

قسمت دوم

### همکاری مردم با هم

هنگامی که مردمی طی مدت طولانی در کنار هم زندگی می‌کنند هنجارها و ارزش‌ها و باورهای مشترکی را پرورش می‌دهند که موجب غنای زندگی و کارشان می‌شود. آنها دارای سرمایه اجتماعی‌اند. این سرمایه مکمل سرمایه فیزیکی و انسانی است و آنها می‌توانند به شیوه‌ای کارآمدتر از سرمایه‌های مزبور استفاده و آنها را اداره کنند.

هزینه‌های معاملات سودگرانه را پایین می‌آورد و محیطی به وجود می‌آورد که در آن سرمایه‌گذاری، پس‌انداز و اشتغال امکان رشد دارد. بدین ترتیب در رشد اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کند.

مهمتر این که سرمایه اجتماعی برای توسعه انسانی اهمیت تعیین‌کننده‌ای دارد. مردم که به صورت یک بدنه فعال، همبسته و قوی، از طریق گروه‌های اجتماعی یا سازمان‌های غیردولتی عمل می‌کنند می‌توانند دستاوردهای

از دستاوردهای فردی داشته باشند. این نیز فضای فعالیت بیشتری را در اختیار کسانی می‌گذارد که بدون آن، ضعیف و ناتوانند.

هنگامی که بدین طریق مردم با هم کار می‌کنند به ایجاد یک چرخه مطلوب کمک می‌نمایند که یکی از شکل‌های سرمایه اجتماعی بر شکل دیگر بنا می‌کند. راه‌گزینۀ یعنی انحطاط سرمایه اجتماعی و رفتن آن به سوی رفتار فردگرایانه و خودخواهانه، یک چرخه فاسد است که راه را به سوی آز، خشونت و جنایت هموار می‌سازد.

یک هویت جمعی مطمئن موجب تشویق پایداری می‌گردد. هنگامی که مردم با جامعه خود احساس هویت کنند خواهان بقای آن می‌شوند. و با این هدف یک چشم‌انداز بلندمدت پیدا می‌کنند و به تشویق انواع توسعه پایدارتر می‌پردازند.

سرمایه اجتماعی علاوه بر نقشی که در زندگی جمعی دارد از نفوذ، تاثیر گسترده‌ای برخوردار است یعنی بر تمامی فرایندهای

تاثیر می‌گذارد: اگر نهادهای ملی و محلی ریشه محکمی در هنجارها و ارزش‌های مشترک داشته باشند به احتمال زیاد به شیوه‌ای باز و شفاف اداره می‌شوند و امکان فساد و عدم کارایی بسیار کم می‌شود.

سرمایه اجتماعی در موفقیت توسعه انسانی در بسیاری از کشورها نقش مهمی برعهده داشته است. در سوئد، دهها ترکیب موفقیت‌آمیز رشد اقتصادی و پیشرفت در رفاه انسانی، بر پایه اجماع بخش‌های متعدد جامعه و از جمله کلیسا، اتحادیه‌های کارگری، کارفرمایان، حزب‌های سیاسی و دولت بنا شده است. در ژاپن پیشرفت خارق‌العاده ۳۰ سال گذشته عمیقاً در سنت‌های اجتماعی همکاری و تعاون ریشه دارد. در سایر کشورها تجربه تا بدین حد با توفیق رو به رو نبوده است: بخشی از علل فروپاشی اتحاد شوروی را می‌توان نبود «فضای مدنی» کارآمد خارج از نظام دولتی دانست.

پس چگونه سرمایه اجتماعی

تحول و توسعه می‌یابد؛ در بسیاری از جنبه‌ها این ربطی به دولت ندارد اغلب تشکلهای تعاون، خود به خودی‌اند و بدون نفوذ تاثیر دولت به کارشان ادامه می‌دهند. اما دولت‌ها می‌توانند نقش داشته باشند و از یک سو از راه هزینه‌های آموزشی بر قابلیت‌های مردم در زمینه‌های تعاون و همکاری بیفزایند و از سوی دیگر تضمینی به وجود آورند که اجزای متعدد و جدای از هم جامعه مدنی برای توسعه و تحقیق استعداد‌های بالقوه مردم از فضا و آزادی کافی برخوردار است.

### معیار جدید ثروت ملی

بانک جهانی در حال بررسی راه جدیدی برای اندازه‌گیری ثروت ملی است. هرچند شیوه‌های ارزیابی خام است اما نتایج تکان‌دهنده‌ای به بار آورده است. اقتصاددانان از مدت‌ها پیش بر آن بوده‌اند که مهمترین عنصر تشکیل‌دهنده ثروت مولد یک کشور سرمایه فیزیکی (دارایی‌های تولید شده) است. اما بنا به ارزیابی بانک جهانی در ۱۹۹۲ کشور، سرمایه فیزیکی به طور متوسط تنها ۱۶ درصد ثروت را تشکیل می‌دهد سرمایه طبیعی مهمتر است و ۲۰ درصد سرمایه را تشکیل می‌دهد. از آن هم مهمتر سرمایه انسانی است که ۶۴ درصد ثروت را تشکیل می‌دهد.

سیطره سرمایه انسانی به خصوص در کشورهای برخوردار از درآمد بالا بارزتر است: در پاره‌ای کشورها مثل آلمان، ژاپن و

سوئیس ۸۰ درصد کل ثروت را تشکیل می‌دهد. در افریقای زیر صحرای که منابع انسانی توسعه چندانی نیافته بیش از نیمی از ثروت را منابع طبیعی تشکیل می‌دهد. این امر اهمیت استفاده از منابع طبیعی در کشورهای فقیر را به منظور ارتقای قابلیت‌های بیشتر انسانی نشان می‌دهد.

بانک در ضمن به کارگیری شیوه‌ای از ارزیابی را آغاز کرده است که معلوم می‌کند مجموع ثروت دستخوش افزایش بوده است یا کاهش، این معیار پایداری را «پس انداز اصیل» می‌نامند و نشان می‌دهد هر کشور چه میزان بر ارزش خالص خود افزوده و یا از آن کاسته است. در این معیار مصرف استهلاک سرمایه فیزیکی، و تهی شدن منابع طبیعی را از برون داده کسر می‌کنند باز هم مستأسفانه تهی شدن سرمایه انسانی به حساب نیامده است.

کشورهایی که در این زمینه رکورد خوبی دارند عبارتند از: هنگ‌کنگ، ژاپن، کره جنوبی و سنگاپور، آسیای خاوری با نرخ پس‌انداز اصیل سریعاً در حال افزایش از دهه ۱۹۸۰ به بعد توانسته است در اواخر دهه ۹۰ نرخ مزبور را به ۱۵ درصد تولید ناخالص ملی برساند. آسیای جنوبی نیز نرخ مثبتی داشته که تاحدی از نرخ بالا کمتر بوده است - افریقای زیر صحرای از اواخر دهه ۱۹۷۰ پس انداز منفی داشته است. در اواخر دهه ۱۹۸۰ نرخ سالانه پس‌انداز منفی به ۱۳ درصد تولید ناخالص ملی رسید در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰

خاورمیانه، افریقای شمالی، امریکای لاتین و حوزه کارائیب نیز در حال پس‌انداز منفی بوده‌اند.

هرچند معیار ثروت، روشنگر است اما کمبودهایی نیز دارد. برای مثال از سرمایه طبیعی فقط زمین، آب، جنگل و ثروت‌های زیرزمینی را به حساب می‌آورد و ارزش آنها برای بشریت را تنها با معیار پول برآورد می‌کند. بنابراین اقلامی مثل تنوع گونه‌های زیستی، که کارکرد اقتصادی آنها امری مسلم است به حساب نمی‌آید. ضعف دیگرش در آن است که منابع انسانی را به طور مستقیم برآورد نمی‌کند. به جای آن درآمد آینده کشور را برآورده می‌سازد و برای محاسبه کل سرمایه کنونی از نرخ تنزیلی استفاده می‌کند.

اما در مجموع، یک محدودیت اساسی در کل تجربه وجود دارد. برابر کردن رفاه انسانی با ارزش پولی سرمایه آن همان خطر را دربردارد که درآمد را با توسعه انسانی برابر بگیریم، باید ثروت مولد را به ثروت انسانی برگرداند بر قابلیت‌های مردم افزود تا یک زندگی سالم، شکوفای رضایت‌بخش و همراه با تحصیلات اداره شود. پس به سادگی نمی‌توان آن را به ارزش پولی اعم از درآمد یا ثروت تنزل داد.

### تصدی کارهای بدون مزد

بسیاری از فعالیت‌هایی که در جامعه صورت می‌گیرد ناشناخته و بی‌ارزش می‌ماند. کار در خانه و در جامعه از جمله این فعالیت‌هاست. در کشورهای



صنعتی نزدیک به دوسوم جمع وقت کاری زنان و تنها یک سوم وقت کاری مردان - حساب نشده و ناشناخته می ماند. در کشورهای در حال توسعه نسبت برای زنان همان دوسوم و برای مردان کمتر از یک چهارم است.

**گزارش توسعه انسانی ۱۹۹۵**  
برآورد کرده است که علاوه بر ۲۳ تریلیون دلار حاصل جهانی کار ثبت شده و در ۱۹۹۳، ۱۶ تریلیون دلار کارخانه داری و کار در جامعه نیز صورت می گیرد از این حاصل نابدینی ۱۱ تریلیون دلار به زنان اختصاص دارد.

در اغلب کشورهای زنان بیش از مردان کار می کنند. در ژاپن مشقت کار زنان ۷ درصد بیش از کار مردهاست. این نسبت در اتریش ۱۱ درصد و در ایتالیا ۲۸ درصد است.

زنان در کشورهای در حال توسعه بیش از زنان کشورهای صنعتی در مقایسه با مردان کار می کنند.

و در مجموع سهم کار زنان ۱۲ درصد بالاتر از سهم مردان است این نسبت در روستاها به ۲۰ درصد می رسد زنان روستایی کنیا ۳۵ درصد بیش از مردان کار می کنند.

در پاره ای کشورهای مشقت کار زنان بیش از اندازه است. زنان هندی هفته ای ۶۹ ساعت کار می کنند در حالیکه ساعات کار مردان از ۵۹ تجاوز نمی کند. زنان نیپالی ۷۷ ساعت و مردان هفته ای ۵۶ ساعت کار می کنند. در مولداوی زنان هفته ای ۷۴ ساعت و در قرقیزستان هفته ای بیش از ۷۶ ساعت کار می کنند.

تلاش هایی در جریان است تا کار خانگی و خانه داری در نظام محاسبات ملی ملل متحد گنجانده شود. در مرور و تجدیدنظر در محاسبات سال ۱۹۹۳ برون داد (Output) اقتصادی همه کالاهای تولید شده در خانه برای مصارف شخصی به حساب آمده است. در این بازبینی محاسبات جانبی ثبت کامل همه کارهای غیربازاری و از جمله خدمات خانگی منظور شده است.

تنها هنگامی که کار خانگی و خانه داری و کارهای اجتماعی نیز کلاً به صورت کمیت درآیند و معادل پولی آنها برآورد شود کار زنان چنان که بایسته و در خور است شناخته و ارزش گذاری خواهد شد.

منبع: بانک جهانی b ۱۹۹۵

کلن ۱۹۹۸ پانامام ۱۹۹۳، دووایدلر a ۱۹۹۵

### بقیه از صفحه ۳۷

خود منطبق و پیاده کنند. دفتر طرح و برنامه همچنین می تواند به عنوان محل نشر و اشاعه اصول و آرمانهای تعاون در منطقه مورد استفاده قرار گیرد.

آقای رودریگ همچنین بر فرصتها و همکاریهای تجاری گوناگون در پروژه های توسعه تعاون انگشت گذارد و صنعت گردشگری را به عنوان یکی از همین فرصتها نام برد. به پیشنهاد وی، تعاونیها در منطقه می توانند با هم متحد شده و با ارائه فکریهای بکر و بدیع، کشورهای متبوع خود را برای اعضاء تعاونیها به نقاط سیاحتی تبدیل کنند.

این مباحث همچنین برنامه ها و فعالیتهای جدید آ.سی.ای را شامل

می شود که از سوی آ.سی.ای و دفاتر منطقه ای آن به منظور رفع نیازهای اجتماعی و اقتصادی رو به رشد این منطقه تدوین می شوند.

این اولین دیدار آقای رودریگ با عنوان رئیس آ.سی.ای از سن پترزبورگ بود. در این سفر، آقای بروس تورودا، سن، مدیرکل آ.سی.ای و رهبری توسعه، مدیر منطقه آسیا و اقیانوسیه وی را همراهی می کردند.

### به رسمیت شناختن تعاونیها از سوی بانک توسعه آسیا (ADB)

بانک توسعه آسیا برای ایجاد ارتباط با سازمانهای تعاونی فعال در توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه آسیا و اقیانوسیه، یک کانون در دفتر مرکزی خود در مانیل ایجاد نمود. آقای م. ساتو، رئیس بانک توسعه آسیا، این تصمیم را در

نشستی با آقای بروس تورودا، سن، مدیرکل آ.سی.ای و رهبران تعاون آسیایی حاضر در مانیل به مناسبت برگزاری کنسرسیوم گروه محققان که از سوی دفتر منطقه ای آسیا و اقیانوسیه آ.سی.ای برپا شده بود اتخاذ نمود در این نشست ناتکو (NATCCO) برپا شده بود به عنوان سازمان عضو آ.سی.ای اعلام گردید.

بعلاوه آقای ویلیام ج. استوب، کارشناس ارشد توسعه اجتماعی، به عنوان محور ارتباطی با بانک توسعه آسیا انتخاب شد. آقای ساتو همچنین اظهار نمود که بانک توسعه آسیا، نهادهای با سابقه برای شرکت در گردهمایی سالیانه آ.سی.ای خواهد فرستاد. این گردهمایی در تاریخ ۲۹-۳۱ اکتبر در شهر سئول، کره و به دنبال مجمع منطقه ای آسیا و اقیانوسیه آ.سی.ای برگزار می شود.

- رئیس جلسه باید کوشش کند نظرات، انتقادات و پیشنهادات اعضای حاضر در جلسه را روی تخته سیاه بنویسد تا تمام حاضرین در جریان آن قرار بگیرند.

- پاسخگویی به انتقادات و سئوالات اعضا را با توجه به مسئولیت و حیطة وظایف، به مدیران مربوط ارجاع دهد.

- رئیس جلسه باید در هنگام بحث و مذاکره کوشش کند نقطه نظرات مخالف و موافق را دسته‌بندی کند. این امر بویژه برای حصول به نتیجه بهتر و رأی‌گیری بسیار حائز اهمیت است.

- وی باید ترتیبی اتخاذ کند که محور بحث تنها بر روی نظرات مخالف یا موافق متمرکز نشود. بلکه هم مخالفین و هم موافقین در بحث شرکت کنند. حالت ایده‌آل آن است که به ترتیب یک موافق و یک مخالف صحبت کنند.

- باید نتایج بحث را در هر مورد دقیقاً مشخص کند و با حروف درشت روی تخته سیاه بنویسد.

- بهتر است در صورت امکان از وسایل سمعی - بصری نیز استفاده کند. استفاده از این وسایل جلسه را برای اعضا جذاب و لذتبخش خواهد کرد. آنان توسط وسایل سمعی و بصری انگیزه بیشتری برای شرکت فعال در مباحثات خواهند داشت.

- در طول برگزاری جلسه، وی باید سعی کند اعضای حاضر را با ذکر نام آنها مورد خطاب قرار دهد نه به اشاره دست و ایما و اشاره.

### ج - پایان جلسه

در پایان جلسه مجمع عمومی، پس رأی‌گیری و بحث و گفتگوها، نتایج و تصمیمها برای حاضرین اعلام می‌شود و براساس جریان کلی جلسه خلاصه مذاکرات و نتایج در صورت جلسه‌ای تنظیم می‌گردد. به طور کلی مهمترین نکاتی که در پایان جلسه از سوی رئیس جلسه و با

همکاری مدیران تعاونی باید اعمال شود، عبارتند از:

- در پایان جلسه، رئیس جلسه و بعد از وی رئیس هیئت مدیره باید از همه اعضای حاضر و مدیران تعاونی تشکر کند.

- برای انعکاس نتایج و تصمیمات اخذ شده به اعضای حاضر باید از تخته سیاه به نحو منطقی استفاده شود.

- رئیس جلسه باید مباحث مطرح شده را خلاصه و جمع‌بندی کند و به اطلاع حاضرین برساند.

- مدیران تعاونی بوسیله افرادی که از قبل تعیین کرده‌اند، از اعضای حاضر در جلسه پذیرایی کنند.

- رئیس جلسه و مدیران تعاونی به اتفاق یکدیگر بر تنظیم صورت جلسه وقت کافی مبدول کنند. در صورت جلسه باید دقیقاً مطالب مربوط به مباحثات، نتایج و تصمیمات به عمل آمده یادداشت و ثبت شود. در غیر این صورت ضمن آن که موجب سلب اطمینان اعضای تعاونی از مسئولین مربوطه می‌شود، بسیاری از اعتراضات آنان را در پی خواهد داشت.

- صورت جلسه تنظیمی باید به رؤیت اعضای حاضر در جلسه برسد و حتی‌المقدور همه اعضا ذیل آن را امضاء کنند.

- هرچه سریعتر و ترجیحاً روز بعد از برگزاری جلسه، تصمیمات اخذ شده به صورت یک اعلامیه در تابلوهای اعلانات شرکت تعاونی نصب گردد و اگر امکانات اجازه داد به تعداد کافی از آن کپی گرفته شود و به همه اعضای تعاونی تسلیم گردد.

### □ منابع

- سازمان مرکزی تعاون. "راهنمایهای عملی مجلسی آموزش تعاون". جلد اول - نشریه شماره ۱۱۲ - تهران ۱۳۵۶
- بهرامی، ابرج، "اصول شرکتهای تعاونی" انتشارات دانشگاه ملی ایران، تهران ۱۳۵۵
- لیسدلوا، اف. "آموزش و ترویج در نهضت تعاون. انتشارات سازمان مرکزی تعاون - نشریه شماره ۸. تهران ۱۳۴۶
- سازمان مرکزی تعاون، "بیانید به کمک هم شرکت تعاونی بهتری بنا کنیم. "آبان‌ماه ۱۳۵۵. تهران
- رشیدپور، ابراهیم. "آموزش سمعی و بصری" تهران. ۱۳۵۵
- عباسی، محمدرضا. "کاربری رسانه‌های آموزشی در ترویج و آموزش بزرگسالان." مجله جهاد. مهر و آبان ۱۳۷۴ (شماره ۱۷۷-۱۷۶)

### تعاونیهای آموزگاران مدارس

مؤسسان و گردانندگان این تعاونیها، آموزگاران مدارس ابتدایی و دبیرستانها هستند و تحت پوشش اتحادیه بازرگانی مربوط ۴۰ خود قرار دارند. ۷ درصد از کل فروش این تعاونیها را سواد غنایی و مابقی را مواد غیر خوراکی تشکیل می‌دهد. اعضا این تعاونیها معمولاً کالاهای مورد نیاز را پس از مراجعه به اوراق راهنمایی که اتحادیه تعاونیهای مصرف تهیه کرده‌اند، به وسیله پست سفارش می‌دهند. تعاونیهای آموزگاران مدارس، به منظور فراهم کردن لوازم التحریر، وسایل ورزشی و عواریدی از این قبیل برای دانش‌آموزان، اقدام به گشودن شرکتهای جداگانه کرده‌اند که متعلق به آنها است و به وسیله خودشان اداره می‌شود.