

آموزش چند منظوره تعاونی

قسمت دوم

دکتر میر هادی زاده

تأمین مدیران آگاه و صاحب‌نظر آینده، با ستادهای مشورت و هماهنگی نمایند تا برنامه پنج‌ساله سوم عمرانی، خاصه در آموزش‌های رسمی دوره‌های ابتدائی و راهنمایی، ارزش‌های تعاونی به شیوه مؤثرتر تعلیم داده شود که برای هر شکل از عرصه‌های اشتغال سودمند افتد، همچنین اسلوب برنامه نویسی گذشته می‌باید بازنگری شود و مسائل کاربردی، اطلاعات علمی و فنی قابل یاد دادن و یادگیری برای کارآموزان و مدیران جوان تشریح و ضریب آزمون بالاتری برای ابتکارات و تحقیقات مورد نیاز تعاونی‌ها، پیش بینی گردد، خاصه تحقیق در کارائی سازمانهای تعاونی، در تماس با برخی از ارزشهای حقوق خصوصی و تطبیقی، می‌تواند از جمله موضوعات قابل تحلیل در تغذیه فرهنگ تعاون با توجه به روشهای مرسوم در سایر کشورها باشد. حقوق خصوصی مانند حق امتیازها در مالکیت‌های خصوصی و سهامی و بانک‌ها و نظایر آنهاست.

۲-۱- کیفیت طرح ریزی غیر رسمی و رسمی آموزش تعاون

بی تردید هر گونه طرحی برای آموزش مهارتها به تناسب نیاز انواع شرکتهای تعاونی و اتحادیه‌ها به روش معمول دوره‌ای و مقطعی، تنظیم و اجرا می‌شود. و به هر صورت می‌باید از سه ویژگی نظری، عملی و ایجاد ذهنیت ارزشیابی برخوردار گردد و عملاً در پایان هر دوره، تراز نامه آموزش، میزان مهارتها را مانند ترازنامه مالی (هزینه - درآمد) در بر داشته باشد، زیرا که قدرت تولید اقتصادی - اجتماعی، تعاون در بازدهی مشترک این دو عنصر نهفته است. برون داده مالی ممکن است هم سود و هم زیان را نشان دهد ولی برون داده آموزشی، پس ارزشیابی مثبت و سودآور است. از این منظر می‌توان نتیجه آموزش مهارتها را معادل درآمد قابل تصرف نهضت تعاون بشمار آورده اصول ارزشیابی را تفهیم و تعلیم داد. از دیدگاه دیگر طبیعی است که هر

باید به زندگی آمیخته به دانش با فضیلت رسید و این دانش یکی از نوایده علمی بودن است. مثلاً تحقیق در برنامه‌های آموزش همگانی گذشته نشان می‌دهد که جهت گیری آموزشها، علمی نبوده بلکه ایجاد ذهنیت‌های رقابت فردی و تکروی بوده، که تعاون و همیاری دسته جمعی را در حاشیه قرار می‌داده است. در کشور ما ظاهراً با توجه به این مسأله ابتدا وزارت کار و بعداً سازمان مرکزی تعاون (وقت) به نشر آرمانها و روش‌های تعاونی پرداخته‌اند، سازماندهی و گسترش تعاون علاوه بر نقاط شهر نشین، پس از تشکیل سازمان تعاون روستائی، به صورت تعاونی‌های چند منظوره هم ادامه یافته و نقاط روستا نشین را پوشش داده است. با اینهمه اصول تعاون در فهرست مواد رسمی دوره‌های ابتدائی و متوسطه، کمترین و ضعیف‌ترین سهم را داشته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ گذشته فاقد اطلاعات و دانائی‌های ضروری برای تأمین نیازهای تولید ثروت از راه‌های تعاون و جمعی بوده است و بدینسان کار آفرینی تعاون در برابر کار آفرینی تفکر سرمایه سالاری و زمین داری نادیده گرفته شده است. به نظر می‌رسد که یکی از هدف‌های تعاون در قانون اساسی ما، مبارزه اسلامی با چنین تفکراتی است که رسالت مشترک آن با وزارت تعاون و وزارت آموزش و پرورش می‌باشد.^(۲) در وضع موجود، عمده اقسام تعاونی‌های ما این صلاحیت را به دست آورده‌اند که به منظور

سیاست‌های آموزشی با رویکرد علمی به کیفیت‌ها و ظرفیت‌های انسانی

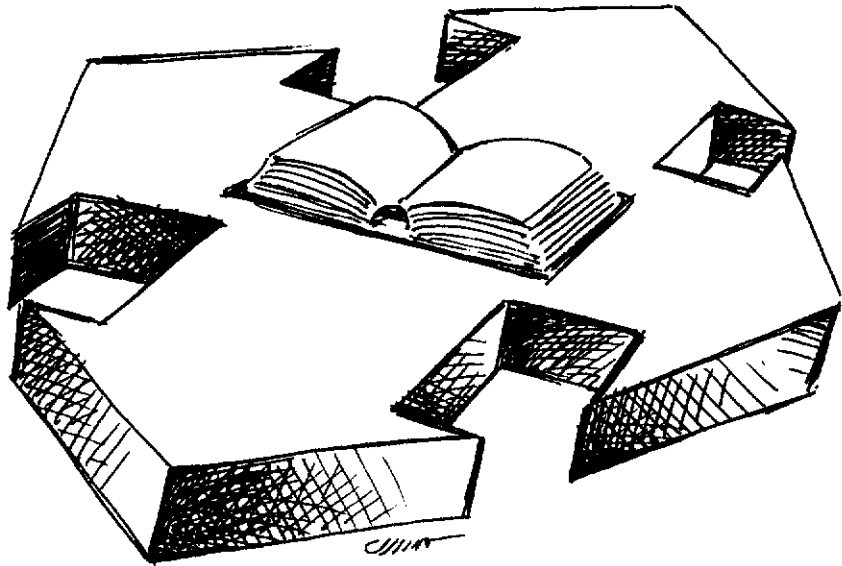
کلیات نیازهای آموزشی در پیوند با چهار اصل پذیرفته شده. برای تنظیم برنامه‌های آموزشی تعاون، با رعایت اصل دائمی بودن تعهد اجرائی در شماره گذشته یادآوری و بررسی شد. نظر به اینکه تنظیم برنامه‌ها و تفهیم روشها، مشروط به پاره‌ای از ملاحظات ویژه ناشی از فلسفه اجتماعی تعاون می‌باشد. در این شماره تنها به تفسیر اصل اول پرداخته، به تعیین مرز آموزش‌های تعاونی و غیر تعاونی ضرورتاً اکتفا می‌شود. به موجب اصل اول: "آموزش از تعهدات دایمی است و روش‌های اجرائی آن می‌باید بر پایه شناخت‌ها، فرصت‌ها و امکانات، تفهیم گردد."

سه اصل دیگر آموزش مربوط به روابط، مبادله اندیشه‌ها، همکاری‌ها و ماهیت عملیات اقتصادی - ترجیحاً بازرگانی - شرکت‌های تعاونی است که مقید به شرایطی نشده‌اند و مسأله عمده اینست که در تنظیم سیاستها به دور از احتیاط عمل نشود و تعهد اجتماعی تعاون حفظ گردد.

این مختصر نشان می‌دهد که تعاون رویکرد علمی دارد، و در تعریف علمی بودن هر قضیه مربوط به مسائل زندگی هم گفته‌اند که آن قضیه باید به تاریخ و تئوری منکی باشد. برشمردن اصول تفکر علمی و تاریخی در اینجا ضرورتی ندارد، همینقدر روشن است که، از بررسی هر قضیه علمی

موضوع و اهمیت عملیات تعاونی‌ها به مراتب بیشتر از فروشگاه‌های مستقل غیر تعاونی است.

نگاه تعاون به بازار، هماهنگ با فلسفه اجتماعی است و لذا قلمرو آموزش‌ها و فعالیت‌های تعاونی فراگیرتر و گسترده‌تر از فعالیت‌های غیر تعاونی است.



در ارزش اجرائی کار و یا اشتغال در امور تولید و یا در تنوع بیشتری یافته فشارهای گوناگونی را بر شرکت‌ها تحمیل می‌کند لذا مدیریت‌های تعاونی مصرف پیشرفته به دنبال روش‌های جدیدی هستند که قابلیت چرخش سازمان را در فرایند تغییرات پی‌پایی بیافزایند و مدیریت‌های آگاه‌تری را به کار گیرند. یکی از مسائل اصلی اینست که چگونه ساختاری برای عرضه کالا می‌تواند در مقاطع زمانی آینده بیش از مقاطع گذشته، ارزش افزایی اقتصادی و اجتماعی بیشتری داشته باشد؟ بنابراین نظام آموزشی باید از نقطه کاملاً جدید و متفاوتی حرکت کند. اگر قرار باشد که روزانه ده‌ها و صدها قلم کالا از مراکز تولید و تهیه به مراکز فروش (عمده فروشی) و سپس خرده فروشی انتقال یابد، پیچیدگی‌های قهری در کار پدید می‌آورد که به ساختار وسیع اطلاعات الکترونیکی پیوند خورده و می‌باید مورد تجزیه و تحلیل و توجه قرار گیرند که خود به آثار شناسان زبده نیاز دارد. مسأله بنیانی دیگر اینکه برای تعاونی‌های مصرف و مدیریت‌های فروش آنها، سودآوری از طریق فروش انبوه و یا افزایش فروش در اولویت قرار نگرفته ولی رضایت اعضا از کیفیت‌ها و رفاه حال آنان که امری اجتماعی است، اولویت دارد. از اینرو حساسیت

آموزش گیرنده در فرصت‌های شغلی خود، برکت پایدار به دست می‌آورد که به سهم خویش باید زکوة آنرا بپردازد و خود مربی و کاردان تعاونی فرهیخته، و حافظ ارزش‌های تعاونی باشد. بدین مناسبت نگرش انتزاعی به ارزشیابی مقدور نبوده ارزشیابی مهارتها نیز باید تعلیم داده شود. نبود چنین نگرشی در برنامه ریزی آموزشی می‌باید از موانع رشد کمی و توسعه کیفی تعاون به حساب آورده شود که اثر منفی آن بروز مشکلات زیانبار در توان بهره‌وری جمعی بوده است و چه بهتر که در این گونه موارد، شرکت‌های غیر فعال و ناتوان از قلمرو مشارکت‌ها خارج شوند و یا ظرفیت‌های کارآمدتری جای آن را بگیرند. در خصوص آموزش‌های رسمی و همگانی نیز آموزش اصول ارزشیابی مهارتها با ضریب قوی‌تری باید گنجانیده شود.

۲-۲- آموزش مسائل ساختاری تعاونی‌های مصرف

در وضع موجود هماهنگ با گرایش‌های سریع تولید به فن آوری و تخصصی‌تر شدن وظایف توزیع، امسال ساختاری تعاونی‌های تولید و مصرف در معرض بازنگری قرار گرفته است. این بازنگری هم در اندازه‌ها و وسعت‌ها و هم

باید توجه داشت که ریشه‌های نهضت تعاون در تعاونی‌های خرده فروشی است که خود مختارند این تعاونیها استقلال داخلی خود را از لحاظ تشکیلاتی، انواع خدمت به مصرف کنندگان خود، و فضای عملیاتی از ابتدا تاکنون حفظ کرده و تابع محدودیت‌های قانون و مقررات هم، جز در مورد معماری ساختمان فروشگاهها و تعهد زیبایی آن نبوده‌اند و این نیز به نفع واحدهای تعاونی است که با حفظ اصالت‌های فنی، قلمرو خود را گسترش دهند. به تناسب این تحول، واحدهای فروشگاه‌های بزرگتر و فضای کار راحت‌تر شده است. آزادی عمل واحدهای فروش تعاونی، همچنین این مزیت را داشته است که تعاونی‌های مصرف، بخش بزرگی از تجارت محلی - منطقه‌ای و ملی را در اختیار بگیرند که از عهده واحدهای مستقل غیر تعاونی خارج بوده است. از اینرو مشاوران بازار یابی باید در کنار مدیریت‌ها باشند.

در شرایط فعلی، فروشگاه‌های خرده فروشی تعاونی مصرف به امر ترویج در کنار آموزش، روی آورده‌اند، چرا که از یک سو رقابت‌ها تنوع یافته و بازرگانی گسترده شده و از دیگر سو فرصت‌های تازه‌ای برای سرمایه‌گذاری‌های تولیدی به شکل واحدهای پشتیبانی کننده تعاونی (لجستیک) به دست آمده و لازم شده است که با نشان دادن نمونه به مصرف کننده (نمونه‌های رایگان)، خانواده‌ها را به مصرف محصولات خود، تشویق نمایند و خدمات بعد از فروش را بر عهده گیرند. این دو مورد از عوامل اصلی جذب عضو، افزایش سرمایه، توسعه فروشگاه‌های

زنجیره‌ای و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی برای دانش آموخته‌ها و رفاه اجتماعی بشمار آمده است. در این زمینه هم واحد طراحی و مهندسی مورد نیاز خواهد بود.

۲-۳- نیازهای تخصصی تعاون

انواع نیازهای تخصصی تعاون، در شرایطی که پشتوانه آموزش همگانی را نداشته باشد، باید با استفاده از الگوهای متداول در کشور و بهره گیری از امکانات استانها برطرف گردد. مناسبترین روش و بستر تعلیماتی برای توسعه آموزش تعاون در کشور - جدا از امکانات وزارت آموزش و پرورش، وزارت کار و شهرک‌های صنعتی و وزارت صنایع و ارتباطات آموزشی با دانشگاهها - برقراری نظام مشارکتی (۳) در اتحادیه‌های استانی است که وظیفه آن آموزش و یادگیری از طریق تشکیل همایش‌ها، یا کلاسها و دوره‌های کوتاه مدت برای هیئت‌های مدیره شرکت‌های تعاونی خواهد بود که می‌توان به عنوان مشارکت سازمانی، در کنار اتحادیه‌ها دایر کرد. این دوره‌ها با صرفه‌ترین روش‌های آموزشی را در بر می‌گیرد و اعتبارات جاری آنرا می‌توان از کمک‌های صندوق تعاون، توانمندان محلی و یا افزایش سرمایه اعضا تأمین نمود. کار نظام مشارکتی مورد نظر تنها سازماندهی اعضا برای یادگیری اصول مدیریت تعاونی مصرف منطبق خواهد بود، بلکه اعضا و مدیران تعاونی‌های صنعتی، خدماتی و کشاورزی را نیز در بر خواهد گرفت. چرا که نخستین مرحله آموزش‌ها در مورد محصولات فروشگاههای تعاونی یا همه گونه فروشنده‌ی محصولات تولیدی اعم از کشاورزی، تبدیلی و ساخته شده در نظر گرفته می‌شود. در این زمینه وزارت صنایع، برنامه‌های آموزشی متنوعی را تاکنون اجرا کرده است که در راستای تعلیم و تربیت کارشناسان ارشد برای واحدهای صنعتی بوده و نگاهی به اندیشه‌های نو در مدیریت منابع انسانی داشته، بهره‌وری سازمانها، شرایط آموزش در محیط‌های گوناگون، مدیریت توزیع و بازاریابی

صادراتی دوره‌های کاردانی اداری و مالی، مدیریت تبلیغات تجاری، شناخت عناصر و تشریح عملکرد و نرم افزارها و سخت افزارها، انبارداری و انبارگردانی، اصول مکاتبات بازرگانی بسته بندی و درجه بندی محصولات را که از جمله نیازهای آموزشی تعاونی‌های مصرف نیز می‌باشند، پوشش داده است.

۲-۴- آموزش اصول آزادی‌های مدنی: ابعاد حقوقی و قانونی

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی اجتماعی و فرهنگی خویش (بند ۷ - اصل سوم) و تساوی حقوق در برابر قانون (بند ۱۴ - اصل سوم) و همچنین تأمین آزادی‌های سیاسی و اجتماعی در حدود قانون (بند ۷ - اصل سوم) که از اصول آزادی‌های مدنی است از جمله محترم شمردن حق حیات و کار و کسب هر شخص و حدود اختیار و برای رشد فضایل اخلاقی بر اساس ایمان و تقوی را حمایت کرده است. بنابراین، اصول آزاد اندیشی و مشارکت در تصمیم سازی و تصمیم گیری زیر عنوان "دموکراسی تعاونی" که از اصول بنیادی تعاون جهانی نیز بشمار آمده، آموزش‌های تعاونی را به حمایت از اصول زیر فرا می‌خواند:

اصل اول - عقاید اعضای شرکتهای تعاونی محترم است. استفاده از اعضا به عنوان ابزار ممنوع است.

اصل دوم - باید حدود اختیار هر فرد عضو به عنوان دارنده حق (سهم) تعیین گردد.

اصل سوم - رسیدن به مرحله تصمیم‌گیری پس از شنیدن نظرهای موافق و مخالف ضروری است.

قانون جامع تعاون کشور و اساسنامه‌های شرکتهای تعاونی، جهات و جوانب این چند اصل را بخوبی روشن کرده است و در طول سالهای گذشته نیز همه موارد آن به اعضا و شرکتها یادآوری و ضمن تفهیم روشها با ضمانت‌های اجرایی آنها، تعیین شده است.

بنابراین اصول فوق، قانونمندی

حرکت‌های تعاونی، هماهنگ با انضباط سازمانی، تضمین می‌کند که تصمیم‌سازی به نفع همه باشد، قدرت مدیریت و اجرا به برگزیده‌های گروه واگذار گردد. نتیجه هدفمند و ارزشی بودن اصول دموکراتیک هم اصلاح نظام‌های اقتصادی معاصر و به ویژه انتقال وظایف دولتها به شرکتها و خرد شدن انحصارات دولتی بوده است.

۲-۵- آموزش دفاع از طبیعت ارزشهای تعاونی

به دست آوردن حداکثر نتیجه از امکانات محدود و بهترین نتیجه از دانش زمان دو واقعیت توسعه و دو پیام بالنده برای پیشبرد اهداف تعاون است که از هر فعالیت جمعی باید به گوش‌ها برسد.

تقسیم قدرت در جامعه و قرار گرفتن بخش تعاون در برابر نیروهای اقتصادی بزرگ صنعتی و بازرگانی خصوصی محلی، منطقه‌ای، کشوری و بین‌المللی است که ممکن است طبیعت ارزشهای تعاونی را زیر پرسش برده و سرانجام موجودیت آن را در شرایط نامساعدی قرار دهند و یا حاشیه نشین کنند. قانون اساسی ما باز هم در بند ۳ از اصل سوم یادآوری می‌کند که به دنبال تقویت و بررسی و تتبع و ابتکار در تمام زمینه‌های علمی، فنی، فرهنگی و اسلامی از طریق تأمین مراکز تحقیق و تشویق محققان باشید.

بنابراین شرط مقاومت در برابر هر قدرتی ولو قدرت‌های متکی بر فن‌آوری پیشرفته، استفاده از روشها و از ابزار و سلاح‌های مشابهی است که در دسترس آنها قرار گرفته و خود حاصل روح ابتکار و تفکر علمی است.

از جمله موارد سؤال برانگیز تعاون که در تیررس نیروهای بزرگ اقتصادی بوده، اینست که گفته‌اند: "تعاون مصرف‌کننده محصولات ابتکاری و فکری بخش‌های خصوصی و دولتی است..."

این قبیل اظهارات بحق، خوشبختانه مؤثر افتاده و شرکتها تعاونی تولید و توزیع توانسته‌اند که نیروهای مادی و معنوی خویش را برای تولید و مبادله

کالاها و خدمات، تجهیز و برای عموم اعضاء و خانوارهای زیر پوشش، سطوح زندگانی متناسب با شرایط زمان را فراهم آورده و به مرحله بازاریابی اجتماعی و رقابت برسند. این پیشرفت‌ها مدیون خود باوری تعاون است که نقش آن در پر بار شدن فرهنگ ملی، تولید و مصرف محصولات داخلی بجای کالاهای وارداتی بیگانه و رفع نیازمندی به قدرت‌های بزرگ فراملیتی، بسیار ارزشمند می‌باشد.

بخشی از روشهای مدیریت خاصه «طرح ریزی توسعه بازار»، خالی از برخی نظریه‌های آمیخته به تعصب‌های صنفی نیز نبوده است، که با ورود تفکر علمی بر سنجش واقعیات زمان، فروکش کرده است. از ایرادات «نفی بازاریابی تعاونی و لزوم استفاده تعاون از روش‌هایی غیر از روشهایی بازار و بازرگانی سنتی است. R. این فرضیه هر چند که فاقد پایه علمی است ولی این توجه را می‌دهد که لااقل روشهای تبلیغات تجارتي که از ابزارهای بازرگانی مرسوم است، نمی‌تواند جانشین دفاع از ارزشهای اجتماعی و اقتصادی تعاون گردد، زیرا که راه‌آورد‌های تعاون، در صورتی که خوب تفهیم شوند، داران قویترین منطق پیام رسانی است و قدرت آن در وظیفه شناسی، نظم، صداقت و اخلاق و مسئولیت دائمی است و این موارد تأکیدی است بر اینکه پیام رسانی‌های تعاون، انگیزه سودجویی و گمراه کننده ندارد و لذا امکان می‌دهد که مصرف کننده رضایت خاطر از خرید و مصرف محصولات تعاونی داشته باشد.

روی این ملاحظات نگاه تعاون به بازار، هماهنگ با فلسفه اجتماعی است و لذا قلمرو آموزش‌ها و فعالیت‌های تعاونی فراگیرتر و گسترده‌تر از فعالیت‌های غیر تعاونی است. آخرین سخن در مبحث روش‌ها به کار گیری ابتکارات مدیریت و ابزارهایی متناسب با اصول بنیادی و همکاری و تعاون است. چرا که روش‌های ابتکاری مدیریت، معرف رشد فکر علمی است که از عملیاتی چون تحقیق بازار تبلیغ و ترویج به کارگیری فن و هنر در عملیات فروشنده و توسعه بازاریابی تعاونی به وجود می‌آید و در

چارچوب هدف‌های اجتماعی و اقتصادی تعاون برای توفیق در رقابت‌ها و نفوذ جغرافیائی به کار می‌افتد. ولی ساختار تشکیلاتی این عناصر، تفاوتی با ساختار سازمانهای فروش و توزیع غیر تعاونی نخواهد داشت. همچنین است، مواد تحصیلات پایه‌ای و عمومی و تخصصی که تابع سیاست کلی خواهد بود.

۲-۶ چند اشاره به نکاتی که در این نوشته آمده است.

(۱) فصل ششم از کتاب: «سازمانها تعاونی و جامعه کانادا، ترجمه ۱۶ نفر از دانش پژوهان، نشریه وزارت تعاون، تابستان ۱۳۷۵ مورد بررسی قرار گرفته و عنوان آن: «تعاونی‌های کانادائی و آموزش و پرورش همگانی»، ترجمه دکتر ابوالقاسم هاشمی است. در صفحه ۱۷۷ می‌نویسد: «نقش دبیرستانها نه در تفهیم دانش بلکه نهایتاً در ملزم کردن بچه‌ها به قبول سیستم نمره‌ای به عنوان معیار سنجش کمال ذهنی آنان خلاصه شده است!» در جای دیگر چنین خوانده می‌شود: «... تعاون همراه با رقابت میان گروهی در ترویج موفقیت تحصیلی و بهره‌وری، بهتر از رقابت میان فردی (سیستم نمره‌ای) و تلاش‌های خودگرایانه است.»

(۲) یکبار در سال ۱۳۴۴، وزیر وقت آموزش و پرورش در حضور جمع کثیری از فرهنگیان پیرامون ضرورت تحول در آموزش سخن می‌راند، پروفیسور ویراسته نیز حضور داشت. وزیر اظهار داشت: «اطلاع یافتم که برنامه جدید تحصیلات متوسطه به پارلمان فرانسه ارائه شده است، نسخه‌این بدست آورده پس از مطالعه از شاه اجازه اجرا در ایران گرفتم.» یکی از حاضرین در جلسه اجازه صحبت گرفته، و تذکر داد که فرهنگ فرانسه تاکنون افراد پشت میز نشین تربیت کرده آنرا کنار بگذارید... وزیر با لحنی تند اظهار داشت: «شما به رضا شاه توهین می‌کنید...» پروفیسور ویراسته فوراً میانجیگری کرده و چنین گفتند: «آقای دکتر، این جوان راست می‌گوید، موضوع چه ارتباطی با رضا شاه دارد بلکه امثال شما از ایشان خواسته

بودند که شلاق فرهنگ کهنه استعماری بر کرده ملت ایران فرود آید...» بدین ترتیب از جوان صادق رفع اتهام شد! آن جوان نویسنده این مطالب است که در حضور استاد سابق محکم ایستاده بودم!

(۳) به نقل از خبرنامه صنعت نشریه‌های هفتگی وزارت صنایع ۷۷- ۱۳۷۵، نظام مشارکتی ابتکار فرایند مدیریت در وزارت صنایع است. اخیراً سمینار دو روزه آن (آخرین هفته اردیبهشت ۱۳۷۷) به وسیله مدیریت حوزه نظام مشارکت وزارت، برگزار گردیده است. در مدیریت مشارکتی، پیشنهادهای فنی و اجرایی برای حل مسائل جاری و گروهی، مورد تبادل نظر قرار می‌گیرد و برای رفع تنگناها، تصمیم‌های بهنگام گرفته می‌شود. نظام مشارکتی با هدف: «ایجاد انگیزه مادی و معنوی در کارکنان و ارباب رجوع جهت مشارکت فکری آنان به منظور بهبود مستمر بهره‌وری سازمانی و توسعه از سال ۱۳۷۵ به وجود آمده، و دارای کمیته و دبیرخانه است که در کمیته مشارکت، وزیر، معاونان و چند نفر از مشاوران حضور یافته، پیشنهادهای را بررسی و تصویب می‌کنند و به پیشنهادهایی که قابل اجرا باشد، جایزه و پاداش تعلق می‌گیرد. دو بعد فرهنگی و کاربردی نظام مشارکت هم، مورد تأکید بوده است. به ویژه از این نظر که امروزه کارآئی هر برنامه آموزشی در شرایطی تحقق می‌پذیرد که آموزش و یادگیری با دیدگاهی نظام‌دار طراحی و به اجرا در آمده تا اندیشه‌های تازه در فعالیت‌های جمعی عرضه شوند...»

اجرای نظام مشارکت در بخش تعاون، به ویژه برای تنظیم ارتباط تعاون با بخش‌های خصوصی و دولتی است و بررسی مشکلات این ارتباطها، ضروری و در عین حال سهلتر است. به ویژه قبل از تشکیل جلسه‌های مجمع عمومی سالانه می‌توان، برای فعالتر شدن شرکت‌ها و اتحادیه‌ها، پیشنهادهای مفید و مؤثری آماده کرد. مدیران و همکاران تعاونی که در این مشارکت‌ها سهیم می‌شوند، البته مورد قدردانی و تشویق قرار می‌گیرند. ■