

گزارش عملکرد صادرات

بخش تعاون در سال ۱۳۷۵

از: دفتر امور اقتصادی و برنامه‌ریزی

در آمار صادرات شرکتهای تعاونی قابل ثبت نمی‌باشد.

بعلاوه لازم است خاطر نشان گردد که در جداول آماری این گزارش، برپایه اطلاعات موجود در اداره بازرگانی و صادرات دفتر امور اقتصادی و برنامه‌ریزی، صادرات بخش تعاون در استانهای گیلان و ایلام صفر منظور نشده است.

وضعیت صادرات تعاونیها در سال ۱۳۷۵

بررسی آماری صادرات تعاونیهای تحت پوشش وزارت تعاون در سال ۱۳۷۵

صادرات تعاونیهای تحت پوشش به تفکیک گروه کالاهای مختلف و مقایسه آن با صادرات کل کشور در سال ۱۳۷۵

وزن تن

ارزش: میلیون ریال

جدول شماره (۱)

نام کالا	وزن			ارزش		
	کل کشور	تعاونیها	سهم تعاون (درصد)	کل کشور	تعاونیها	سهم تعاون (درصد)
کشاورزی	۸۶۸۰۰۰	۷۷۸۶۴/۲	۸/۹۷	۱۴۹۹۲۷۵۰	۳۹۳۵۸۷/۱۲	۲۶/۲۷
صنعتی	۲۹۰۰۰۰۰	۳۱۸۴۷/۳۲۵	۰/۷۸	۲۲۸۸۵۰۰	۲۲۸۱۰۲/۳۲۱	۹/۱۷
فروش و صنایع دستی	۲۱۰۰۰	۴۸۱/۰۳	۲/۲۹	۱۰۵۳۵۰۰	۲۹۰۵۸/۲۶۲	۲/۷۶
مواد معدنی	۱۲۷۲۰۰۰	۲۷۷۰۵/۴۰۶	۲/۱۸	۵۰۵۷۵۰	۴۶۱۳/۰۵۳	۰/۸۴
جمع	۷۰۶۱۰۰۰	۱۴۲۱۹۸/۰۷۱	۲/۰۴	۵۵۴۰۵۰۰	۶۵۵۳۵۹/۷۴۶	۱۱/۸۳

سهم گروه کالاهای مختلف از نظر وزن و ارزش صادرات تعاونیها کشور

در سال ۱۳۷۵

(درصد)

جدول شماره (۲)

نام کالا	وزن (تن)			ارزش		
	کل کشور	تعاونیها	تعاونیها	کل کشور	تعاونیها	تعاونیها
کشاورزی	۱۲/۲۹	۵۲	۱۷/۶۷	۲۶/۹۲	۶۰/۰۶	۵/۸۶
صنعتی	۶۹/۴	۲۶/۴۵	۴۷/۳۵	۴۴/۹۱	۳۴/۸۱	۸۲/۰۳
فروش و صنایع دستی	۰/۳	۰/۳۳	۰/۶	۱۹/۰۱	۴/۲۳	۱۰/۴۵
مواد معدنی	۱۸/۰۱	۱۹/۲۲	۳۳/۳۸	۹/۱۴	۰/۷	۱/۶۶
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

* صادرات بسته لحاظ نگردیده است.

مقدمه:
در سال ۱۳۷۵ شرکتهای تعاونی تحت پوشش وزارت تعاون، با صادرات ۱۲۴/۲ هزار تن کالا به ارزش ۶۵۵/۴ میلیارد ریال معادل ۳۷۴/۵ میلیون دلار، توانستند ۱۱/۸ درصد از کل ارزش صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص دهند.

بر اساس آخرین نتایج اعلام شده از سوی وزارت بازرگانی و مرکز توسعه صادرات ایران، سرجمع ارزش کل صادرات کالاهای غیرنفتی در سال ۱۳۷۵ کمتر از ۲/۲ میلیارد دلار بوده است. سیاستهای انقباضی دولت و تغییر سریع ضوابط و دستورالعملهای بانکی و بازرگانی - به ویژه توسط بانک مرکزی - از مهمترین ملل عدم جهش صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۷۵ ذکر شده‌اند.

هرچند آمار جمع‌آوری شده توسط ادارات کل تعاون استانها نشان می‌دهد که از نظر ارزشی، سهم بخش تعاون حدود ۰/۹ درصد نسبت به سال ۱۳۷۴ کاهش یافته است، اما به دو علت عمده، ارزش واقعی صادرات بخش تعاون در سال ۱۳۷۵ به تعیین فزونتر از مقادیر جمع‌بندی شده در این گزارش است. اولاً: اداره کل تعاون شش استان (اردبیل، ایلام، گیلان، هرمزگان، همدان ویزد) کتباً اعلام کرده‌اند که تعاونیهای استان متبوع آنها در سال ۱۳۷۵ هیچ صادراتی نداشته‌اند. حال آنکه حداقل در مورد استانهای گیلان، هرمزگان و ایلام عدم صادرات کالا توسط تعاونیها

عملکرد صادرات تعاونیهای تمت پوشش وزارت تعاون در سال ۱۳۷۵
«مرتب شده بر اساس ارزش ریالی به ترتیب نزولی»

جدول شماره (۳)

ارزش		وزن		محصول
درصد*	میلیون ریال	درصد	تن*	
-	۳۷۷۲۸۶	-	۶۳۶۳۲	پسته
۴۰/۴۴	۱۱۲۴۵۸	۰/۱۲	۹۷/۶۲۵	کنسانتره
۲۱/۵۸	۶۰۰۰۰	۰/۶۸	۵۵۰	خشکیبار
۹/۹۷	۲۷۷۱۲	۳۷/۵	۳۰۲۰۸/۳	ماکارونی
۸/۸۱	۲۴۵۰۸	۰/۵۶	۴۵۳/۳	صنایع دستی
۴/۳۹	۱۲۲۰۰	۱۵/۱۴	۱۲۲۰۰	سیب
۴/۳۲	۱۲۰۰۰	۲۰/۴۸	۲۰۰۰	کلمپ برق فشار قوی
۱/۸	۵۰۰۳/۵	۰/۶۲	۴۹۵	پوشاک
۱/۶۴	۴۵۵۰/۲۶۲	۰/۰۳	۲۷/۷۳	فرش
۱/۴۴	۳۹۹۷/۸۸۶	۲/۰۹	۱۶۸۰/۶	صابون
۱/۳۸	۳۸۴۰/۵۸۴	۳۰/۵۸	۲۴۶۴۰	سنگنما
۰/۸۸	۲۴۵۱/۹۳۸	۱/۰۷	۸۶۶	ماهی
۰/۴۹	۱۳۵۰	۰/۵۶	۴۵۰	روغن نباتی
۰/۴۴	۱۲۱۲/۵	۰/۵۶	۴۵۰	تخم مرغ
۰/۳۸	۱۰۵۴/۴	۰/۱۱	۸۹	رنگ و روغن
۰/۳۷	۱۰۴۶	۱/۰۳	۸۳۰	آرد
۰/۲۹	۸۱۰	۰/۵۶	۴۵۰	قند و شکر
۰/۲۱	۶۰۲/۴	۱/۶۳	۱۳۱۰	مصالح ساختمانی
۰/۱۳	۳۶۰	۰/۰۷	۶۰	ظروف ملامین
۰/۱۲	۳۴۸/۸۵	۰/۲	۱۵۱	نوشابه و کمپوت
۰/۱۱	۳۳۰	۰/۰۱	۸/۲۵	ترانس مهتابی
۰/۱	۲۶۵/۴۵	۰/۰۰	۳/۰۱	میلان
۰/۰۸	۲۳۱	۰/۷۷	۶۱۵	قیر
۰/۰۷	۱۹۵	۰/۰۲	۲۰	ابزار صنعتی
۰/۰۶	۱۵۷/۵	۰/۱۵	۱۲۴/۵	میز و صندلی
۰/۰۵	۱۳۹/۸	۰/۰۴	۳۳	ظروف پلاستیک
۰/۰۵	۱۳۹/۵	۰/۰۲	۱۷	میکو
۰/۰۵	۱۱۰۹/۱۹۴	۳/۴	۲۷۳۶/۷۵۶	سایر
۱۰۰	۶۵۵۳۵۹/۷۶۲	۱۰۰	۱۳۳۱۹۸/۰۷۱	جمع

نشان می‌دهد که صادرات غیرنفتی تعاونیها از نظر وزنی حدود ۱۳۴۱۹۸ تن و به ارزش ۶۵۵/۳ میلیارد ریال معادل ۳۷۴/۵ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با کشور از نظر وزنی ۲/۰۴ درصد و از نظر ارزشی ۱۱/۸۳ درصد صادرات غیرنفتی کشور را تشکیل داده است. این تفاوت فاحش بین سهم وزنی و ارزشی در مقایسه با کل کشور موید آن است که بخش تعاون کالاهای سبکتر اما پرارزشتر صادر کرده است.

ترکیب وزنی و ارزشی صادرات تعاونیها نشان می‌دهد که تنها در صادرات فرش و صنایع دستی نسبت فوق با نسبت وزنی و ارزشی صادرات فرش و صنایع کشور همگونی داشته است.

ترکیب و سهم گروه کالاهای صادراتی تعاونیها از نظر وزن و ارزش

صادرات تعاونیهای تحت پوشش در چهار بخش کشاورزی، صنعت، فرش و صنایع دستی و مواد معدنی به شرح زیر طبقه‌بندی و مورد بررسی قرار گرفته است:

الف - بخش کشاورزی: سهم ارزشی و وزنی این بخش در کل صادرات تعاونیها به ترتیب ۶۰/۰۶ درصد و ۵۴ درصد بوده است.

ب - بخش صنعت: این بخش از نظر وزنی ۳۴/۸۱ درصد و از نظر وزنی ۲۶/۴۵ درصد کل صادرات تعاونیها را تشکیل داده است.

ج - فرش و صنایع دستی سهم ارزشی و وزنی این بخش در کل صادرات تعاونیها به ترتیب ۴/۲۳ درصد و ۰/۳ درصد بوده است.

د - مواد معدنی: این گروه از نظر ارزشی ۰/۷ درصد و از حیث وزن ۱۸/۰۱ درصد صادرات تعاونیها را تشکیل داده است.

جدول شماره (۲) سهم گروههای مختلف اقتصادی را از نظر وزن و ارزش صادرات تعاونیها در سال ۱۳۷۵ نشان می‌دهد.

* صادرات پسته در نظر گرفته نشده است.

** سایر به ترتیب شامل: موکت، شمع، هسته خرما، کلاب، سرویس خواب، پودر سنگ، شیرینی و شکلات، پرتقال، کربنات کلسیم، خرما، هندوانه، رب و سس، آجرنما، کفش، باکاس، پرنده، بامیه، کمد، دام، گچ، نمک، کاشی

واحد: میلیون ریال

جدول شماره (۵)

استان	محصول	کشاورزی	غذایی	فروش و صنایع دستی	فیزی	شیمیایی	نمازی	معدنی	سولازی	جمع	درصد
آذربایجان شرقی	۱۲۰۰۰	۱۵۳	۳۳۸							۱۳۲۹۱	۲۴۹
آذربایجان غربی	۲۰۰	۱۸						۲۶۹۱/۱		۲۸۷۹/۱	۱۰۰۴
اتحادیه های سرزمینی	۱۲۷۸۳۳							۶۰۰		۱۲۸۴۳۳	۲۹۱۷۹
اصفهان	۳۳۱۷۰							۲۰۲۱۷۵		۳۳۱۷۲/۵	۸/۸
ایلام						۵۳/۴				۵۳/۴	۰/۰۲
بوشهر	۲۰۹	۵۷								۲۶۶	۰/۱۲
تهران	۹۸۲	۹۴۶۲۱	۱۹۵			۱۲۶۱/۵				۲۷۳۲/۱۷۱	۰/۹۸
چهارمحال و بختیاری	۲/۵۹۱					۳۹۶۱/۸۸۶				۳۹۶۱/۸۸۶	۱/۳۲
خراسان	۲/۲۹					۲۱/۹	۶۲/۶۶	۰/۳۹۲	۲۱۵/۵۲۵	۳۳۴/۹۷۷	۰/۱۲
خوزستان	۲۷۱۹/۸۷۸	۲۶/۱۲				۳۶/۸				۲۷۸۲/۸۱۸	۱
زنجان	۷۱/۴۶					۱۳۲/۸				۱۹۴/۴۶	۰/۰۷
سمنان	۳۲۰/۸۵					۲۵	۲۸/۲	۲/۲	۲	۱۰۱۹/۴۵	۰/۳۷
سیستان و بلوچستان						۲۲۱				۳۳۱	۰/۰۸
فارس	۱۰۰						۶۰۰			۷۰۰	۰/۲۵
کرمانستان								۲۹		۲۹	۰/۰۲
کرمان	۳۷۷۳۳۱	۶۰۰۰	۵۱۰							۳۷۷۹۲۱	۲۱/۸
کرمانشاه	۱۶۱۰	۱۳۳۰								۱۳۳۰	۵۰/۱
کهگیلویه و بویراحمد	۲۵۰	۶۰				۲۵	۲۸/۲	۳۲/۳۲	۳	۱۰۹۸/۳۲	۰/۳
گیلان	۵۰	۲۲۲								۱۳۲۲	۰/۲۹
لرستان										۶۲۹/۲۲۱	۰/۳۳
مازندران										۱۰۲۵	۰/۳۸
مرکزی	۷۱۲/۴	۲۵۲۲/۴					۳۲۵۰			۸۰۰۶	۲/۱
جمع	۳۳۵۵۱۱۲۸	۳۳۷۱۳۵	۲۱۰۵۱۳۲	۱۲۵۴	۵۱۷۸۸۳	۵۱۶۱۶۶	۴۹۱۲۰۵۲	۵۲۲۲۸۴	۲۵۲۲۸۴	۲۵۲۲۸۴	۱۰۰
درصد	۵/۵۸	۷۳/۳۷	۱۰۰/۲۵	۲/۴	۲/۱۲	۱/۸۶	۱/۶۶	۰/۱۹		۱۰۰	

باتوجه به سهم بالای صادرات پسته در بین اقلام صادراتی این بخش یعنی ۶۳۶۳۲ تن از نظر مقدار و ۳۷۷/۲ میلیارد ریال از نظر ارزش که به ترتیب ۴۴/۱۲ درصد وزن و ۵۷/۵۷ درصد ارزش صادرات تعاونیها را تشکیل میدهد، لذا برای بررسی دقیقتر عملکرد صادرات بخش تعاون، صادرات پسته را از تحلیل خارج می‌نمائیم.

با توجه به جدول شماره (۲) مشاهده می‌گردد که محصولات کسانتره میوه، خشکبار، ماکارونی، صنایع دستی و سیب به ترتیب با ۴۰/۴۴ درصد، ۲۱/۵۸ درصد، ۹/۹۷ درصد، ۸/۸۱ درصد و ۴/۳۹ درصد از نظر ارزشی، بعد از پسته قرار دارند. اگرچه اقلام مذکور ۵۴ درصد از وزن صادرات تعاونیها را تشکیل می‌دهند اما ۸۵/۱۹ درصد از ارزش صادرات را به خود اختصاص داده‌اند که این نشان می‌دهد عمده صادرات تعاونیها کم وزن و پرازش بوده است. بقیه محصولات شامل ۴۳ قلم کالا جمعاً ۴۶ درصد و ۱۴/۸۱ درصد ارزش صادرات را بخود اختصاص داده است.

صادرات محصولات کشاورزی تعاونیها

مجموع صادرات محصولات کشاورزی به مقدار ۷۷۸۶۴ تن و به ارزش ۳۹۳/۶ میلیارد ریال است که از نظر وزنی و ارزشی به ترتیب ۸/۹۷ درصد و ۲۶/۳۷

درصد از صادرات محصولات کشاورزی کشور را تشکیل می‌دهد. سهم وزنی و ارزشی صادرات بخش کشاورزی در کل صادرات تعاونیها ۵۴ درصد و ۶۰/۰۶ درصد می‌باشد که بدون در نظر گرفتن صادرات پسته به ترتیب ۱۷/۶۷ درصد و ۵/۸۶ درصد خواهد گردید.

محصول پسته با ۶۳۶۳۲ تن به ارزش

عملکرد صادرات فرش و صنایع دستی تعاونیها و مقایسه آن با سایر کالاها از لحاظ وزنی و ارزشی

جدول شماره (۴)

محصول	وزن		ارزش	
	تن	درصد	میلیون ریال	درصد
فرش و صنایع دستی	۲۸۱/۰۳	۰/۶	۲۹۰۵۸/۲۶۲	۱۰/۲۵
سایر کالاها*	۸۰۰۸۵/۰۴۱	۹۹/۴	۲۴۹۰۱۵/۵۰۲	۸۹/۵۵
جمع	۸۰۵۶۶/۰۷۱	۱۰۰	۲۷۸۰۷۳/۷۶۴	۱۰۰

* بجز صادرات پسته

۳۷۷۲۸ میلیون ریال از نظر وزنی و ارزشی به ترتیب ۸۱/۷۲ درصد صادرات محصولات کشاورزی این بخش را تشکیل داده است و لذا جهت بررسی دقیقتر عملکرد بخش کشاورزی از سهم آن در تحلیل حاضر صرف نظر می‌گردد. در این صورت صادرات سیب، ماهی و تخم مرغ به ترتیب با سهم ارزشی ۷۴/۸۴ درصد، ۱۵/۰۴ درصد و ۷/۲۲ درصد بعد از پسته بیشترین صادرات را داشته‌اند و باتوجه به اینکه سهم وزنی صادرات سیب ۸۵/۷۲ درصد می‌باشد چنین به نظر می‌رسد که بخش کشاورزی در صدور کالاهای کم وزن و پرازش موفقیت کمتری کسب نموده است. (بجز در صدور پسته)

سایر محصولات کشاورزی شامل ۸ قلم کالا است که به ترتیب ۵/۰۴ درصد وزن و ۲/۶۸ درصد ارزش صادرات محصولات کشاورزی را بخود اختصاص داده‌اند.

صادرات محصولات صنعتی تعاونیه

صادرات محصولات صنعتی تعاونیه به مقدار ۳۸۱۴۷ تن و به ارزش ۲۲۸/۱ میلیارد ریال بوده است که سهم وزنی و ارزشی آن در کل صادرات کشور به ترتیب ۰/۷۸ درصد و ۹/۱۷ درصد می باشد. سهم وزنی و ارزشی این محصولات در کل صادرات بخش تعاون به ترتیب ۲۶/۴۵ درصد و ۳۴/۸۱ درصد بوده است. که بدون در نظر گرفتن صادرات پسته به ۴۷/۳۵ درصد و ۸۲/۰۳ درصد افزایش می یابد.

بررسی صادرات زیربخشهای صنعت نشان میدهد که صنایع غذایی با ارزش صادراتی ۲۰۴ میلیارد ریال (۸۹/۴۲ درصد از صادرات بخش صنعت) بیشترین سهم رایبه خود اختصاص داده است. دیگر محصولات این گروه که در صنایع فلزی، شیمیایی، نساجی و سلولزی قرار می گیرند، به ترتیب با ۵/۴۹ درصد، ۲/۵۹ درصد، ۲/۲۶ درصد و ۰/۲۴ درصد در رده های بعدی اهمیت قرار دارند.



مقدار صادرات بخش تعاون به تفکیک استانی و بر حسب گروههای کالا در اول سال ۱۳۷۵

جدول شماره (۶) واحد: تن

استان	محصول	کشاورزی	غذایی	فروش و صنایع دستی	فلزی	شیمیایی	نساجی	معدنی	سلولزی	جمع	درصد
آذربایجان شرقی		۱۲۰۰۰	۱۲۲	۲/۳						۱۲۱۲۵/۳	۱۵/۰۵
آذربایجان غربی		۲۰۰	۲۰/۳				۱۰۵۷۱			۱۰۰۷۹۱/۳	۱۲/۳
اتحادیه های سرزمینی			۲۹۰۹۷/۶۲۵					۵۰۷۷		۳۴۱۴۷/۶۲۵	۴۲/۳۲
اصفهان			۴۵۰						۱۲/۸۵	۴۴۲/۸۵	-/۵۷
ایلام							۵			۵	-/۰۱
بوشهر			۲۰۶	۱/۳۵						۲۰۷/۳۵	-/۲۶
تهران			۶۰	-/۱۹	۲۰	۱۵۷				۳۳۷/۱۹	-/۳
چهارمال و بختیاری				-/۳۲		۱۶۶۴/۳				۱۶۶۴/۳	۲/۰۷
خراسان		۷/۶				۱۷/۲	۶/۰۵	-/۲۸	۱۱۰/۸۶	۱۴۲/۳۹	-/۱۸
خوزستان			۱۴			۲۰				۱۵۱۶/۶	۱/۸۹
زنجان			۲۶			۴۸				۹۴	-/۱۲
سمنان			۲۸۶	۱۴/۷	۲		۳/۸	۱۱۰	۶	۴۲۱/۵	-/۵۲
سیستان و بلوچستان										۶۱۵	-/۲۶
فارس			۲۰۰				۶۰			۲۶۰	-/۲۲
کردستان								۴۳۰		۴۳۰	-/۵۳
کرمان		۶۲۶۳۲	۶۰۰	۲/۳۲						۶۲۶۳۲/۳۲	-/۷۵
کرمانشاه			۲/۲۲		۲۰۰۸/۲۵					۲۰۱۱/۲۹	۲/۵
کهگیلویه و بویراحمد			۲۶۰	۲/۳	۲	۳/۸	۱۱۲/۶۱۶	۶		۳۸۷/۸۲۶	-/۳۸
گیلان		۲۱۶	۲۰۳/۳					۱۲۰۰		۱۶۱۹/۳	۲/۰۱
لرستان								۱۰۰۲۰۴		۱۰۰۲۰۴	۱۲/۶۷
مازندران				۲/۰۹						۲/۰۹	-/۰۰
مرکزی		۲۵۰	۱۸۸۰			۴۳۰				۲۵۰	۳/۱۹
جمع		۷۷۸۴۲۲	۳۳۶۳/۳۲۵	۳۸۷۰۳	۲۰۲۸/۲۵	۲۵۲۵/۶	۵۰۸/۵۵	۳۷۷۰۵۳۰۶	۱۲۵۷۱	۱۳۳۱۸۸/۷۱	۱۰۰
درصد		۱۷/۶۷	۴۰/۱۹	۰/۶	۷/۵۲	۳/۱۲	۱/۶۲	۳۳/۳۸	۰/۱۷		

صادرات فرش و صنایع دستی تعاونیه

صادرات فرش و صنایع دستی تعاونیه به وزن ۴۸۱ تن و به ارزش ۲/۹ میلیون ریال بوده که از نظر وزنی و ارزشی به ترتیب ۲/۳ درصد و ۰/۲/۸ درصد از صادرات فرش کشور را تشکیل داده است.

سهم وزنی و ارزشی صادرات فرش و صنایع دستی در کل صادرات تعاون به ترتیب ۰/۲۳ درصد و ۴/۴۳ درصد بوده است که بدون در نظر گرفتن صادرات پسته به ترتیب ۰/۶ درصد و ۱۰/۴۵ درصد خواهد گردید.

جدول شماره (۴) عملکرد صادرات فرش و صنایع دستی را با صادرات سایر کالاها مقایسه می نماید.

صادرات محصولات معدنی تعاونیه

صادرات محصولات معدنی تعاونیه به مقدار ۲۷۷۰۵ تن و به ارزش ۴/۶ میلیارد

بدون در نظر گرفتن سهم صادرات پسته

فواید تشکیل تعاونیهای تولیدی زنان روستایی

تعاونیهای زنان در جنوب شرقی آسیا، به استثنای ژاپن فعالیت چشمگیری ندارد. در کشور ژاپن نیز، زنان واجد سهمی اساسی در عضویت تعاونیهای کشاورزی نیستند. اگر چه بیشترین کار در روستاها بوسیله زنان انجام می‌گیرد، لکن تعداد زنان عضو تعاونی کشاورزی مجمع زنان (که در کنار و مستقل از تعاونیهای کشاورزی کار می‌کنند) ۲/۶۵ میلیون نفر در ۳۸۰۹ انجمن می‌باشد در حالی که تعداد مردانی که عضو تعاونیهای کشاورزی هستند ۵/۷۲ میلیون در ۴۶۰۰ تعاونی است. هند:

هند بزرگترین جنبش تعاونی را در دنیا داشته است، لکن هنوز، غالباً مردان سرپرست خانوار اعضای تعاونیها را تشکیل می‌دهند. بنابه گزارش‌های رسیده، زنان عضو تعاونیهای خدمات اعتباری دهکده هستند و در بعضی از تعاونیهای لبنیات، عضویت زنان قابل ملاحظه است. تعداد تعاونیهای زنان در هند ۴۴۰۰ تعاونی با ۲۲۱۰۰۰ عضو است.

اندونزی:

در اندونزی، هدف اصلی، ایجاد سیستم جامع تعاونی خدمات روستایی شامل بیمه کشاورزی، تامین نهاده‌ها، اعتبارات تولیدی و غیره است. شرکت زنان در این گونه تعاونیها مورد غفلت قرار گرفته است.

مصر:

در مصر، عضویت تعاونیهای کشاورزی در انحصار مردان است. اگر چه هیچگونه منع قانونی برای پذیرفتن زنان وجود ندارد، لکن فرهنگ و آداب و رسوم، زنان را برای عضویت در تعاونیها تشویق نکرده است. غنا: در کشور غنا، هیچ تعاونی کشاورزی که اعضای آن زنان باشند وجود ندارد، اما بسیاری از تعاونیهای تولید مواد غذایی اعضای زن هم



مقدمه

شواهد موجود نشان می‌دهد که زنان روستایی طی قرنهای گذشته در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی از جمله در فعالیتهای تولیدی روستا نقش سازنده، موثر و محوری داشته و همچنین خانوار روستایی بر فعالیتهای تولیدی آنان متکی بوده است. با این حال وضعیت نامتناسب اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زن روستایی، همیشه مانعی بازدارنده در راه استقلال مالی و شناخت واقعی او بوده است.^(۱)(۴-۵۲)

راستی! چرا زنان در تعاونیهای کشاورزی، شرکت گسترده و فعالی ندارند؟ چه علتی را می‌توان برای درصد کم مشارکت آنان در برخی از کشورها ذکر کرد؟ اصولاً چرا باید این دلایل را مورد بحث و بررسی قرار داد؟ دلیل اصلی این بررسی، مدنظر گرفتن نقش حیاتی است که زنان در فعالیتهای کشاورزی در

بسیاری از کشورها (بخصوص برخی از کشورهای در حال توسعه) ایفا می‌کنند. فواید بسیار ارزنده‌ای در افزایش مشارکت زنان در تعاونیهای موجود کشاورزی، و همچنین تشویق آنها برای تشکیل تعاونیهای کشاورزی جدید به منظور بهبود جنبه‌های مختلف کشاورزی وجود دارد و در این مقاله سعی شده است به بررسی این فواید و محاسن پرداخته شود. (۲-۲۱)

تعاونیهای زنان روستایی در کشورهای مختلف

دورنمای تعاونیهای زنان روستایی در کشورها و مناطق مختلف دنیا، براساس اطلاعات جمع‌آوری شده بوسیله سازمان جهانی خواروبار کشاورزی به شرح زیر می‌باشد: (فائو ۱۹۸۳):

کشورهای جنوب شرقی آسیا:

دارند. تعداد اعضای زن حدود یک سوم اعضای این تعاونیها است.

سنگال:

در سنگال، نوعی شبه تعاونی تحت عنوان گروههای تولیدکننده تشکیل شده است که یک سوم اعضای آنرا زنان تشکیل می‌دهند.

کوبا:

زنان در کشور کوبا برای شرکت در تعاونیها به نحو چشمگیری تشویق می‌شوند. در حال حاضر، ۳۵ درصد اعضای تعاونیهای روستایی در این کشور را زنان تشکیل می‌دهند.

فیلیپین:

در این کشور ایجاد یک شبکه حمایت تعاونی برای مشمولین اصلاحات ارضی مورد نظر است.

مالزی:

در این کشور زنان ترجیح می‌دهند تا تعاونیهای خاص خودشان را داشته باشند. (۱۲-۱۵-۱)

نگاهی به تعاونیهای زنان در ایران:

تاسیس تعاونیها در ایران به صورت امروزی از سال ۱۳۲۵ شروع شد. تعاونیهای روستایی، عمدتاً با شرکت کشاورزان و سازندگان صنایع دستی با حمایت بانک کشاورزی آغاز بکار نمود. تعداد تعاونیهای روستایی در سال ۱۹۹۲ بالغ بر ۳۱۰۲ شرکت تعاونی روستایی با عضویت متجاوز از ۴۳۶۷۰۰۰ نفر روستایی بود. با مشارکت شرکتهای تعاونی هر شهرستان، تعداد ۱۹۱ اتحادیه تعاونی روستایی فعالیت دارند. علاوه بر این تعداد ۱۱۹۲ شرکت تعاونی کشاورزی در زمینه‌های تخصصی دامداری و مرغداری و کشاورزی و غیره با عضویت بیش از ۶۰۰۰۰۰ نفر مشغول فعالیت هستند.

در حال حاضر آماری رسمی مبنی بر تعداد زنان عضو تعاونیها در ایران وجود ندارد و ذکر این نکته ضروری است که اگر چه ممانعتی قانونی برای شرکت زنان در تعاونیها موجود نیست، ولی با توجه به شرایط فرهنگی جوامع روستایی، شرکت زنان و مردان با هم در گروههای تعاونی در جلسات مقبول نمی‌باشد. (۳۸-۳۹-۵)

اهداف تشکیل تعاونیهای زنان روستایی

عضویت زنان روستایی در تعاونیهای اختصاصی برای زنان، نه تنها امکان برخورداری آنان را از خدمات ترویجی موردنیازشان فراهم خواهد ساخت، بلکه بوسیله آن می‌توانند نظرات خود را به نحو موثری به اطلاع مسئولین برسانند. زنان روستایی با استفاده از خدمات ارائه شده بوسیله تعاونیهای خود قادر خواهند بود شرایط محیط کار و کیفیت و کمیت محصولات تولیدی خود را بهبود بخشند.

به طور کلی اهداف تشکیل این تعاونیها عبارتند از:

- ۱- ایجاد مکان فعالیت به صورت دسته جمعی و مشارکتی.
 - ۲- برخورداری زنان روستایی از شخصیت حقوقی در قالب گروه.
 - ۳- تبادل نظر و همکاری زنان روستایی برای حل مسائل و مشکلات موجود.
 - ۴- دسترسی بیشتر زنان روستایی به اعتبارات، بازار و مراجع تصمیم‌گیری.
 - ۵- فراهم آوردن امکان ارائه آموزشهای موردنیاز و بالاخره ارج نهادن به کرامت انسانی زن در عرصه فعالیت‌های اجتماعی.
- (۳۸-۳۹-۵)

تشکیل تعاونیهای زنان روستایی به عنوان یک ضرورت:

نیل به اهداف توسعه روستایی بدون شناخت وضعیت موجود جامعه روستایی و گروههای موجود در آن ممکن نخواهد بود. در این، بین شناسایی آن گروه از افراد جامعه روستایی که در برنامه‌های روستایی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند، حائز اهمیت بیشتری است. به اعتقاد اکثر صاحب‌نظران مسایل توسعه روستایی، زنان روستایی از گروههای موجود در جوامع روستایی هستند که بنا به دلایل مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کمتر مورد توجه برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران مسائل توسعه روستایی واقع شده‌اند. عدم توجه به توانایی این گروه و مسائل و مشکلات آنان بدون تردید نتایج زیانباری خواهد داشت، چرا که زنان روستایی ما می‌توانند به عنوان یک عامل مهم در نیل به اهداف توسعه روستایی در تمام مقاطع زمانی مطرح باشند. بنابراین، در نخستین گام جهت هرگونه تلاش برای بهبود وضعیت زنان روستایی لازم است نقش آنان در تولید مورد شناسایی قرار گیرد. (۲۶-۲۹-۳)

خدماتی که می‌توان به زنان در قالب تعاونیهای کشاورزی و به عنوان اعضای آن ارائه داد عبارتند از:

- الف - تعاونیهایی که بوسیله زنان در مناطق روستایی تشکیل می‌شوند. اغلب باعث بهتر شدن محصولات غذایی شده و در برخی موارد بر روی زمینهای مشترک باعث افزایش محصول و در نتیجه افزایش عرضه مواد غذایی در داخل کشور می‌گردد.
- ب - تعاونیهای کشاورزی، به زنان کمک می‌کنند تا کیفیت و کمیت محصولات نسبی

خویش را بهتر کرده، در نتیجه، سبب افزایش عرضه شیر (خانگی) و دیگر محصولات لبنی می‌شوند و دسترسی عموم به آن بیشتر خواهد بود.

ج - گروههایی از زنان کشاورز که در تعاونیهای کشاورزی سازماندهی شده‌اند می‌توانند به آسانی در ارتباط با نیازهای شغلی در زمان طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه که ممکن است، فعالیت زنان کشاورز را متاثر کند، مورد مشورت قرار گیرند.

د - تاسیس تعاونیهای کشاورزی توزیع می‌تواند، در عرضه بذور و سموم مناسب در مقدار کم برای مزارع زنان مفید و موثر باشد.

ه - زنانی که تواناییهای خویش را در مدیریت و مهارهای سازمانی در تعاونیهای کشاورزی نشان می‌دهند، می‌توانند توسط تعلیمات و آموزشهایی برای رهبری ارتقاء پیدا کنند. بنابراین با افزایش تعداد زنان آموزش دیده و همچنین مردان آموزش دیده، خدمات بهتر و بیشتری به زنان کشاورز ارائه می‌شود.

و - با مهیا کردن امکاناتی برای زنان در مناطق روستایی برای بدست آوردن درآمد و با ایجاد محلی برای اجتماع و ملاقات زنان با یکدیگر، تعاونیهای کشاورزی می‌توانند عاملی برای کاهش مهاجرت به مناطق شهری. و در نتیجه جلوگیری از خالی از سکنه شدن مناطق روستایی گردند.

ز - تعاونیهای کشاورزی، تشکیلات مناسبی برای تهیه اعتبارات و کمکهای بازاریابی به زنان کشاورز که مایل به گسترش یا بهبود تولیدات کشاورزی خویش هستند می‌باشد.

ح - آموزش و تجربیات مهارتی می‌تواند، آسانتر در اختیار زنانی که در گروهها

سازماندهی شده‌اند قرار گیرد. (۵=۳۹-۳۸)
بررسی فواید شرکت گسترده زنان در تعاونیهای روستایی:

این فواید را می‌توان از سه جنبه مختلف مورد بحث و بررسی قرار داد.

۱- فوایدی که این تعاونیها برای زنان به عنوان یک فرد و نیز به عنوان عضوی از خانواده روستایی دارد.

۲- فوایدی که وجود تعاونیهای کشاورزی دارد.

۳- فوایدی که این تعاونیها برای دولت ملی دارد.

لازم به ذکر است براساس شرایط مختلف محیطی (اقلیمی) که زنان روستایی در سراسر جهان در آن زندگی می‌کنند و همچنین با توجه به تفاوتهای فردی، این فواید متفاوت خواهد بود، فوایدی که مشارکت هر چه فعالانه زنان برای تعاونیهای موجود دارد، بستگی به نوع فعالیتی که انجام می‌دهند یا اهدافی که اعضای آن دنبال می‌کنند متفاوت می‌باشد.

۱- فواید وجود تعاونیها برای زنان به عنوان فرد و عضو خانواده روستایی:

اغلب چنین بیان می‌شود که زنان به تشخیص فواید یا مزیتهایی که هر نوع کار گروهی برای ایشان یا خانواده‌هایشان دارد، قبل از اینکه خود را درگیر یا مشغول هرگونه همکاری نمایند، احتیاج دارند. وقتی این فواید و مزایا به وضوح قابل تشخیص باشند، زنان به سرعت همکاری می‌کنند و در آن موفق خواهند بود. به طور یقین، مثالهای فراوانی را در نوشته‌ها و کتب می‌توان یافت که زنان معمولاً به تشکیل گروههای غیررسمی، چه در کشورهای در حال توسعه و چه در کشورهای پیشرفته، به منظور رسیدن به یک هدف ویژه،

مبادرت می‌ورزند. به نظر می‌رسد اطلاعات بسیار گسترده‌تری در ارتباط با فواید شرکت زنان در گروههای سازماندهی شده رسمی منتشر شده است و در اختیار زنان قرار دارد. در این مورد می‌توان شرکت در تعاونیهای کشاورزی موجود و تاسیس شرکتهای جدید تعاونی را که به وسیله خود زنان کشاورز تشکیل شده‌اند متذکر شد. برخی از این فواید در ذیل ذکر شده است:

الف - ایجاد موقعیتی برای کسب درآمد: برای مثال، سهم شدن در عوامل تولید یا کشت مشترک در زمین.

ب - افزایش درآمد: مذاکره برای قیمت بهتر و افزایش گسترده‌تر محصولات و دسترسی آسانتر به محصولات اصلاح شده کشاورزی، سبب بالارفتن مقدار محصول می‌گردد (تعاونیهای مصرف).

ج - کاهش هزینه‌های حمل و نقل

د - کاهش قیمت خرید وسایل موردنیاز

ه - دریافت وام و اعتبارات

ز - یادگیری مهارت از متخصصین کشاورزی

ح - مشارکت در تصمیم‌گیریها

ط - ایجاد موقعیت اجتماعی و کاهش تنهایی

۲- فواید وجود تعاونیهای کشاورزی:

فوایدی که وجود تعاونیهای کشاورزی برای زنانی که از خانواده‌های کشاورز هستند، دارد، این است که افزایش عضویت زنان و همچنین مشارکت زنان عضو سبب شرکت فعالانه آنها در مسایل اجتماعی و اقتصادی می‌گردد. البته این موارد براساس فعالیتها و خدمات ویره تعاونیها متفاوت است.

۳- فواید تعاونیها برای دولت ملی:

برای بسیاری از دولتهای ملی، یکی از مهمترین فوائد شرکت زنان در گروههای سازمان داده شده، این است که هزینه ارائه خدمات به زنان در گروه، بسیار کمتر از این هزینهها برای ارائه خدمات به زنان به صورت انفرادی است. (۲-۲۱-۱۸)

محدودیتهای تعاونیهای زنان روستایی از زبان صاحب نظران:

بسیاری از تعاونیها به دلیل عدم توجه به افراد واقعاً نیازمند جامعه خود نبودهاند. بعضی دیگر به دلیل عدم مدیریت و گاهی دخالتهای بی مورد مراجع نامربوط شکست خوردهاند، گاهی الگوی کاری کلیشه‌ای و یا مشکلات مربوط به سیستم بانکی موجب عدم موفقیت تعاونیها شده است. تعاونیهایی که توجه کافی به سنتها و ارزشهای جوامع خود مبذول نداشته‌اند به مشکلات عدیده‌ای برخورد کرده‌اند (اکوکو ۱۹۹۱).

یکی از انتقادات وارده بر تعاونیها، نفوذ غیرعادی برورکرسی و احاطه تعاونی به وسیله چند تن از منتفدین محلی می‌باشد. این مسئله تعاونی را از خدمت به نیازمندان واقعی جامعه روستایی که غالباً از نفوذی برخوردار نیستند، بازمی‌دارد (فانو ۱۹۸۳).

تعاونیها نباید به عنوان بخشی از ماشین دولت و یا فعالیتی دولتی تلقی گردند. تعاونیها ممکن است قادر به ایجاد فرصتهای کاری برای زنان عضو و یا افزایش توانایی کسب درآمد آنان و یا ایجاد تسهیلات تعلیم و تربیتی و اجتماعی برای زنان باشند. لکن این مسئله بدان معنی نیست که مقوله وسیع اشتغال، تعلیم و تربیت و تامین اجتماعی از وظایف تعاونیها تلقی گردد.

در خاتمه باید به این نکته توجه شود که

تعاونیها نوشداروی تمام دردهای زنان روستایی نخواهند بود، لکن چنانچه با دقت و توجه کافی ایجاد و اداره شوند، می‌توانند تاثیر مطلوبی بر زندگی اعضای خود داشته باشند. (۱-۱۵-۱۲)

مشکلات زنان برای شرکت در تعاونیها:

سهم عمده زنان روستایی در تولید زراعی، باغی، دامداری، صنایع دستی و تبدیلی و بیشتر بودن کار هفتگی زنان نسبت به مردان با احتساب کارهای خانه‌داری بیانگر این واقعیت است که آنان مستحق هستند از خدمات ترویجی و آموزشی در خصوص حرفه خود بهره گیرند و سطح آگاهیها و تواناییهای خود را ارتقاء بخشند. اما برنامه‌های اجرا شده در سطحی محدود بوده که عموماً زنان روستایی در آن مشارکت کمتری داشته‌اند.

دلایل این امر مختلف است که به برخی از این دلایل اشاره می‌کنیم:

۱- جو فرهنگی موجود در روستا که به زنان اجازه حضور در محافل مردانه را نمی‌دهد.

۲- نامناسب بودن زمان، مکان و محتوای برنامه و مشغله.

۳- طرح‌ریزی برنامه‌های ترویجی در مرکز بدون توجه به نظرات افراد در رده‌های پایین اجرایی (خصوصاً در کشورهای جهان سوم)

۴- عدم وجود کارشناسان برنامه‌ریز زن

۵- دسترسی کمتر به اعتبارات و تسهیلات اعطایی از سوی بانکها و سایر موسسات مالی نسبت به مردان (۴-۵۳-۵۲).

پیشنهادات:

در جهت رفع مشکلات و محدودیتهای

مربوط به تعاونیها، اقدامات زیر لازم است:

۱- طرح برنامه‌های تعاونیها باید با توجه به نیازها و مشکلات افراد و جامعه صورت گیرد.

۲- در طرح و اجرای برنامه‌ها از خود افراد تحت پوشش (روستاییان) می‌توان کمک گرفت.

۳- تعاونیها تا آنجا که ممکن است جمعیت بیشتری را تحت پوشش قرار دهند.

۴- مدیران عامل شرکتهای تعاونی باید تحت تعلیم و آموزش قرار گیرند.

۵- در طرح و اجرای برنامه‌های مربوطه به تعاونیهای زنان، حتی‌الامکان از کارشناسان برنامه‌ریز زن کمک گرفته شود.

۶- بانکها و سایر موسسات دولتی باید در اعطای تسهیلات و اعتبارات با شرکتهای تعاونی همکاری لازم را داشته باشند.

۷- مدیران عامل شرکتهای تعاونی و سایر دست‌اندرکاران باید انگیزش شرکت در تعاونیها را چه در زنان و چه در مردان ایجاد و تقویت کنند.

۸- با توجه به اینکه بی‌سوادی عامل مهمی در عدم شرکت زنان و مردان در تعاونیهاست، در این زمینه اقدامات لازم باید صورت گیرد.

فهرست منابع:

۱- معروفی، پروین، «تعاونیهای زنان روستایی»، زیتون، شماره ۱۱۲، اسفند ۷۱ و فروردین ۷۲.

۲- جعفرزاده‌پور، فروزنده، «فوائد شرکت گسترده زنان در تعاونیهای روستایی»، جهاد، سال پانزدهم، آذرودی ۱۳۷۴، شماره ۱۸۱-۱۸۰.

۳- فعالی، مهناز، «تشکیل تعاونیهای زنان روستایی به عنوان یک ضرورت»، زیتون، شماره ۱۲۲، مهر و آبان ۱۳۷۳.

۴- «آموزش مدیران عامل شرکتهای تعاونی روستایی زنان اقدامی در خور و بایسته»، زیتون، شماره ۱۲۶، تیر تا دیماه ۱۳۷۴.

۵- «حضور زنان روستایی در تشکلهای اقتصادی روستا»، صالحین روستا، شماره ۱۰۵، سال سیزدهم، مهر ۷۳.

مدیران نگران چه نکاتی هستند؟

لازم است در ارتباطات خودتان با کارمندان دیگر هم خود شمارو حیه‌ای شاد و سرشار از خوشبختی داشته باشید، زیرا معمولاً زیر دستان از روحیه مدیران الهام می‌گیرند و اگر چه این الهام گرفتن در آغاز عمیق نیست، اما با گذشت زمان به شکل عادت در می‌آید. همچنین لازم است از روحیه شاد و شادی انگیز کارمندان تمجید کنید تا برای کارمند مورد نظر درس عبرت باشد.

برای یک مدیر نکات و مسایل متعددی اهمیت دارد و جالب اینکه هرکدام از این نکات و مسایل در یکی از زمانها یا مکانها می‌تواند مهمترین باشد. برای مثال، هرگاه انجام کار فوری و خوب مورد نظر باشد، سرعت عمل و دقت بیشترین اهمیت را خواهد داشت، در حالی که اگر ملاقات با مشتری مطرح باشد، روابط انسانی شایسته و حسن خلق مهمترین خواهد بود. همچنین، در این سازمان ممکن است حضور همیشگی کارمند در ساعات اداری در محل کار حائز بیشترین اهمیت باشد، حال آنکه در آن سازمان کارکنان می‌توانند به صورت شناور کار کنند و حضور بموقع یا خروج در ساعت مقرر اهمیتی ندارد. از طرف دیگر، اگر از مقوله کار اداری صرف‌نظر کنیم و در زمینه ارتباطات مدیر و زیردستان بررسی کنیم، به این نتیجه می‌رسیم که در اینجا نیز نکات و مسایل متعددی برای مدیران اهمیت دارد. برای مثال یکی از مدیران اخیراً طی نامه‌ای مشکل زیر را مطرح و برای آن چاره‌جویی کرده است:

یکی از کارکنان خوب و ارزشمند سازمان ما به نظافت خود آنقدرها اهمیت نمی‌دهد. او نه تنها کفش و لباس نامرتب می‌پوشد و موهایش ژولیده است، بلکه متأسفانه بدنش بوی بد می‌دهد. البته شغلی

که به او واگذار شده طوری است که کمتر با کسی تماس دارد، ولی به طور کلی نمی‌دانم چگونه به او بفهمانم که باید بیشتر مراقب نظافت خود باشد. لطفاً مرا راهنمایی کنید.

در پاسخ این مدیر علاقه‌مند به بهزیستی کارکنان و سازمان چنین نوشته‌ایم:

عده مدیرانی که با چنین مشکلی مواجه می‌شوند، کم نیست. با کمال تأسف، کارمندانی شبیه کسی که شما تصویر کرده‌اید، مشکل را به هوای داخل اتاق یا ساختمان یا فصل سال نسبت می‌دهند و خودشان را مسئول آن نمی‌دانند. همچنین، شنیده می‌شود که عده‌ای از آنها همکاران را مقصر می‌دانند که شامه‌ای قوی دارند و هر بویی را استشمام می‌کنند!

برای مقابله با این مشکل باید بدانید که در هر صورت باید موضوع با کارمند مورد نظر در میان گذاشته شود، زیرا در غیر اینصورت ممکن است هیچوقت خود را ملزم به رعایت نظافت نداند، چرا که به نظر می‌رسد به این ناتمیزی عادت کرده است. برای این منظور می‌توانید از همین امروز به شیوه‌هایی نظیر آنچه در زیر آمده اقدام کنید:

۱- به بهانه‌ای به اتاقش بروید و پس از لحظاتی بگویید: هوا گرم نیست؟ من که گرم شده، می‌توانم پنجره را باز کنم؟ بعد

پنجره را باز کنید و چند دقیقه‌ای نزدیک آن بنشینید و بدون بستن پنجره از اتاق خارج شوید.

۲- می‌توانید به بهانه گرمی هوای اتاق از او بپرسید: می‌شود شوفاژ (یا بخاری یا ...) را خاموش کنیم؟ در این اتاق گرم نمی‌شود کار کرد. آدم عرق می‌کند و تاشب به خانه برسد و دوش بگیرد، اذیت می‌شود.

۳- می‌توانید به بهانه‌ای در حضور او با یک همکار موضوع نظافت را مطرح کنید و با شناختی که از کارمند ناتمیز دارید، اشاراتی به فواید و ضرورت نظافت داشته باشید. برای مثال، اگر کارمند نگرش مذهبی قوی دارد، می‌توانید با تکیه بر تعلیمات مذهبی اهمیت نظافت را مطرح کنید.

۴- اگر از هیچکدام از روشهای فوق نتیجه نگرفتید، می‌توانید با اشاره به یکی از لباسهای او موضوع نظافت و رعایت آن را یادآور شوید و اشاره کنید که از گرفتاریهای او خبر دارید و می‌دانید که فرصت این کارها را ندارد، اما چون همکاران انتظاراتی دارند، بهتر است مراعات کند.

۵- طبعاً اگر باز هم به نتیجه نرسیدید، ناچار اصل مطلب را به او بگویید، یا اگر مصلحت نمی‌دانید که این سخنان را از زبان شما بشنود، می‌توانید از طریق معاون یا

یک همکار اقدام کنید.

مثال دیگر، مدیری است که دربارهٔ اعتیاد یکی از همکارانش سنوالم مطرح کرده و خواستار کمک شده است. این مدیر عقیده دارد که سلامت کارکنان در حیثیت مؤسسه بسیار مهم است و نباید این موضوع به مخاطره بیفتد، ضمن اینکه اعتیاد یک نفر هم برای خودش زیان آور است و هم این خطر وجود دارد که دیگران نیز به تدریج به این انحراف کشیده شوند. مخصوصاً، اگر کار به محاکم قضایی کشانده شود، این زیان با شدت زیادتری خود را نشان خواهد داد. به علاوه، هزینه‌ای که صرف تهیه مواد مخدر می‌شود، باید در راه بهسازی زندگی این کارمند به مصرف برسد.

در پاسخ این مدیر نوشته‌ایم که بهتر است ابتدا خطرات اعتیاد را برایش برشمارید و سپس به بررسی ریشه‌های گرایش او به کار بپردازید. شاید هم بهتر باشد در این کار از یک مشاور حرفه‌ای کمک بگیرید. در عین حال، در هر فرصت ممکن از عملکرد خوب و اخلاق شایسته‌اش تمجید کنید. تحقیقات متعدد نشان می‌دهد که یکی از راه‌های اصلاح رفتار آدمی، تمجید از رفتارهای بهنجار و شایسته آنان است. و سرانجام، چنانچه این اقدامات مؤثر واقع نشد، و تا آخرین فرصتی که به او داده‌اید اعتیادش را ترک نکرد، او را اخراج کنید تا از خطرات ناشی از گسترش اعتیاد جلوگیری کرده باشید.

مثال دیگر نامه‌ای است از یک مدیر که می‌نویسد: همکاری دارم با مشخصات زیر: به ندرت کاری را جدی می‌گیرد، هرچند اگر به کاری توجه نشان دهد، آن را بسیار خوب انجام می‌دهد تا جایی که گاه این تصور برایم ایجاد می‌شود که می‌خواهد با این خوب کار کردن همهٔ ما را تحت تأثیر قرار دهد. این همکار بیش از آنکه در کارش صداقت داشته باشد، دروغ می‌گوید، حال آنکه در سازمان ما توجه به جزئیات امور و

دقت بسیار تعیین کننده است. به علاوه، هرگاه به دروغ بگوید که «کارش انجام شده» و لازم است دیگران دنبالهٔ آن را بگیرند، دیگران عصبی می‌شوند. در عین حال، به خاطر ملاحظات متعدد او را تحمل می‌کنیم. چگونه می‌توانیم در راه اصلاح رفتار او تلاش کنیم؟

در پاسخ این مدیر به نکات زیر اشاره کرده‌ایم:

۱- از همین امروز یک‌بار برای همیشه تصمیم بگیرید که نخستین دروغش را برملا سازید و به او بگویید که حرفش را باور نکرده‌اید. لحن کلام شما طوری باشد که انگار اولین بار است که به این دروغگویی پی برده‌اید.

۲- اگر این حربه کارساز نشد، اشاره کنید که روزهای قبل نیز چنین مشکلی وجود داشته است. آنگاه برای اثبات سخنان خود به نمونه‌هایی از آنچه روزهای قبل رخ داده، اشاره کنید.

۳- اگر باز هم مقاومت کرد، نزدیکترین کاری را که مدعی است به خوبی انجام داده، در حضور خودش کنترل کنید تا عملاً به اشتباه خود پی ببرد.

۴- در صورت لزوم، میزش را بازرسی کنید و نشانه‌هایی برای اثبات دروغش به دست بیاورید و در این مورد از او توضیح بخواهید.

۵- به احتمال زیاد، هر یک از اقدامات یاد شده می‌تواند برایش هشدار دهنده باشد. اما چنانچه باز هم به نتیجه نرسیدید، برایش یک ضرب‌الاجل تعیین کنید تا خودش را اصلاح کند. طبعاً، در پایان کار در صورت عدم اصلاح خود، باید این کارمند فاقد اخلاق کاری را اخراج کرد.

و بالاخره باید از مدیری نام برد که به قول خودش با یک «سیب لک زده» سروکار دارد و می‌ترسد این پوسیدگی هم خود سیب را از بین ببرد و هم به سایر سیبها سرایت کند. این سیب لک‌زده، کارمندی

است که به نوشتهٔ مدیرش بسیار خوب کار می‌کند و از کم و کیف کارش نمی‌توان ایراد گرفت یا در آن نقطه ضعف پیدا کرد. دلیل این خوب کار کردن، استعداد فوق‌العادهٔ اوست، ضمن اینکه سرعت عملش نیز قابل ملاحظه است. در عین حال، آنقدر نق می‌زند و از زندگی ابراز نارضایتی می‌کند که روحیهٔ دیگران را خسته و خراب خواهد کرد.

در پاسخ این نامه نوشته‌ایم: ساده‌ترین راه حل مشکلاتی از این قبیل، صحبت کردن در تنهایی با کارمند موردنظر است. اما تجربه نشان می‌دهد که این گفت و شنیدها چندان کارساز نیست، زیرا به هر صورت ترک عادت مشکل است. بنابراین، از مشاور سازمان یا یک مشاور حرفه‌ای کمک بگیرید تا ریشه‌های این بدبینی را پیدا کند، چون بدبینی نوعی نگرش منفی است و نگرش انسان تحت تأثیر عوامل متعددی شکل می‌گیرد که پیدا کردن آن بر عهدهٔ مشاور است. با توجه به آنچه از تحقیقات روان‌شناسی برمی‌آید، تغییر دادن اینگونه رفتارها مستلزم آن است که افراد از درون متحول شوند و این تحول درونی باید به صورت ریشه‌ای ایجاد شود. طبعاً، ساختن از خراب کردن و دوباره ساختن ساده‌تر است. بنابراین، باید برای اصلاح چنین کارمندی بسیار بردبار و منتظر گذشت زمان باشید.

در عین حال، لازم است به شدت متوجه به این نکته باشید که بدگویی از کارمند موردنظر، رها کردن کارمندان برای اینکه به جای انجام کار «جوک» بگویند و شاد بودن را بهانه کنند، و چشم‌پوشی از این روحیهٔ ناشاد باعث گرفتاریهای بعدی خواهد شد. به همین دلیل، هر قدر طرف به اصطلاح «پوست کلفت» باشد و از کنایه‌های شما درس عبرت نگیرد لازم است ابتدا با همان روش مسالمت‌آمیز اقدام کنید، ولی در نهایت راهی جز خاتمه دادن به خدمت وی وجود ندارد.

(ارقام به میلیون ریال)

نوع فعالیت	تعداد طرح تصویبی	سرمایه‌گذاری کل طرح‌های تصویبی	سرانه سرمایه‌گذاری به ازای هر طرح تصویبی
کشاورزی	۸۳۶	۳۳۹۵۸/۰۸	۵۲۵/۸
صنعت	۳۷۱	۵۲۴۴۲/۷۵	۱۱۱۲/۵
معدن	۴۶	۳۰۴۲۱/۳۴	۶۶۱/۳
خدمات	۳۰۴	۲۱۳۵۰/۰۵	۷۰۲/۳
فرش	۱۲۷	۲۶۲۷۲/۲۶	۲۰۴/۲
جمع کل	۱۷۸۴	۱۲۵۲۱۷/۴۸	۷۰۳/۰۴

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعاونیها، تعداد ۳۷۱ طرح معادل ۲۶/۴ درصد کل طرحها در بخش صنعت با سرمایه‌گذاری ۵۲۴۴۲/۷۵ میلیون ریال به تصویب رسیده که فرصت شغلی ایجاد شده برای اجرای طرحهای مذکور معادل ۱۲۳۵۰ نفر خواهد بود.

سرانه سرمایه‌گذاری برای هر فرصت شغلی در طرحهای تصویبی صنعتی معادل ۴۲/۴۷ میلیون ریال می‌باشد، که این نسبت در زیر بخش‌های صنعت به قرار جدول ۸ می‌باشد.

۳-۸- هزینه سرانه ایجاد شغل در طرحهای تصویبی بخش معدن

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعاونیها، تعداد ۴۶ طرح معادل ۲/۵۸ درصد کل طرحها در بخش معدن با سرمایه‌گذاری ۳۰۴۲۱/۳۴ میلیون ریال به تصویب رسیده که فرصت‌های شغلی ایجاد شده برای اجرای طرحهای مذکور معادل ۵۸۸ نفر خواهد بود.

سرانه سرمایه‌گذاری برای هر فرصت شغلی، در طرحهای تصویبی معدن معادل ۵۱/۷۴ میلیون ریال می‌باشد.

جدول شماره ۶

میلون ریال و اشتغالزایی ۶۰۳۹۱ نفر، هزینه سرانه ایجاد شده برای هر فرصت شغلی، معادل ۲۰/۷۷ میلیون ریال خواهد بود. هزینه سرانه ایجاد فرصت شغلی در گرایش‌های مختلف تعاونیها به قرار جدول زیر می‌باشد.

۲-۸- هزینه سرانه ایجاد شغل در طرحهای تصویبی بخش صنعت

(ارقام به میلیون ریال)

ردیف	نوع گرایش	تعداد طرح تصویبی	تعداد اشتغال طرحهای تصویبی	سرمایه‌گذاری کل طرحهای تصویبی	هزینه سرانه ایجاد هر فرصت شغلی
۱	کشاورزی	۸۳۶	۱۵۴۱۶	۳۳۹۵۸/۰۸	۲۸/۵۱
۲	صنعت	۳۷۱	۱۲۳۵۰	۵۲۴۴۲/۷۵	۴۲/۳۷
۳	معدن	۴۶	۵۸۸	۳۰۴۲۱/۳۴	۵۱/۷۴
۴	خدمات	۳۰۴	۱۰۱۳۲	۲۱۳۵۰/۰۵	۲۱/۰۷
۵	فرش	۱۲۷	۲۱۹۰۵	۲۶۲۷۲/۲۶	۲/۱۱
	جمع کل	۱۷۸۴	۶۰۳۹۱	۱۲۵۲۱۷/۴۸	۲۰/۷۷

(ارقام به میلیون ریال)

ردیف	نوع گرایش	تعداد طرح تصویبی	تعداد اشتغال طرحهای تصویبی	سرمایه‌گذاری کل طرحهای تصویبی	هزینه سرانه ایجاد هر فرصت شغلی
۱	مرغ کوشتی	۲۲۹	۲۵۵۸	۱۴۸۲۱۱/۳۲	۵۷/۹۴
۲	مرغ تسمکنار	۲۴	۳۶۷	۲۵۴۰۳/۰۲	۶۹/۲۲
۳	مرغ مادر و جوجه‌کنشی	۳	۸۶	۵۷۲۷	۶۶/۵۹
۴	پروراندی (کوساله و بره)	۲۰۹	۲۱۰۱	۸۴۸۰۲/۸۷	۳۰/۳۶
۵	کار شیری	۴۶	۵۶۲	۲۷۱۱۸/۱۸	۴۸/۰۸
۶	زنجیرداری	۲۶	۱۸۹	۳۷۲۶/۱	۲۵/۰۱
۷	پرورش میگو	۲۹	۴۱۲	۲۴۶۶۷/۳۲	۵۹/۳۹
۸	پرورش ماهی	۲۹	۳۲۵	۱۴۹۰۵/۰۲	۳۵/۸۶
۹	زراعت و باغداری (گل و گیاه)	۲۰۱	۸۰۸۳	۸۶۲۰۹/۷۷	۱۰/۶۷
۱۰	صیادی	۴۰	۷۳۱	۱۸۰۰۸/۳۸	۲۴/۶۴
۱۱	جمع کل	۸۳۶	۱۵۴۱۶	۳۳۹۵۸/۰۸	۲۸/۵۱

هزینه سرانه ایجاد هر فرصت شغلی در گرایش‌های فوق و زیربخش‌های مربوط به آنها به تفکیک در جداول بعدی آمده است.

۲-۸- هزینه سرانه ایجاد شغل در طرحهای تصویبی بخش کشاورزی

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعاونیها، تعداد ۸۳۶ طرح معادل ۴۶/۸۶ درصد کل طرحها در بخش کشاورزی با سرمایه‌گذاری به مبلغ ۳۳۹۵۸/۰۸ میلیون ریال به تصویب رسیده که فرصت شغلی ایجاد شده برای اجرای طرحهای مذکور معادل ۱۵۴۱۶ نفر خواهد بود.

سرانه سرمایه‌گذاری برای هر فرصت شغلی در طرحهای تصویبی کشاورزی

(ارقام به میلیون ریال)

ردیف	نوع گرایش	تعداد طرح تصویبی	تعداد اشتغال طرحهای تصویبی	سرمایه‌گذاری کل طرحهای تصویبی	هزینه سرانه ایجاد هر فرصت شغلی
۱	صنایع غذایی	۱۵۰	۳۶۱۵	۲۰۵۲۶۹/۳۶	۵۶/۷۸
۲	صنایع شیمیایی	۹۲	۲۲۲۸	۹۰۶۵۶/۰۶	۳۰/۶۹
۳	صنایع فلزی و برق و الکترونیک	۶۲	۲۰۵۸	۸۵۶۷۹/۵۲	۳۱/۶۳
۴	صنایع سلولزی	۳۷	۵۹۶	۲۸۷۳۰/۱۴	۲۸/۲
۵	صنایع نساجی و چرم	۹۹	۳۲۰۴	۷۸۸۹۹/۵۱	۲۳/۶۳
۶	صنایع کانی غیرفلزی	۲۳	۳۶۱	۲۵۸۲۹/۶۴	۵۶/۰۳
۷	سایر	۷	۱۸۸	۹۳۷۸/۵۲	۳۹/۸۹
	جمع کل	۴۷۱	۱۲۳۵۰	۵۲۴۴۲/۷۵	۳۲/۳۷

شغلی در طرحهای تصویبی فرش معادل ۲/۱۱ میلیون ریال می‌باشد.

۹- طرحهای تصویبی مناطق محروم و ایثارگران تعاونها

۹-۱- طرحهای تصویبی مناطق محروم

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعداد ۷۵۷ طرح معادل ۴۲/۴۳ درصد کل طرحهای تصویبی در مناطق محروم واقع گردیده است، حجم کل سرمایه‌گذاری این طرحها به میزان ۴۹۵/۹۶ میلیارد ریال و تسهیلات تصویبی در این مناطق معادل ۳۰۳/۶۴ میلیارد ریال می‌باشد. تعداد اشتغالزایی طرحهای تصویبی مناطق محروم ۱۹۳۴۵ نفر (معادل ۳۲ درصد کل اشتغال طرحهای تصویبی) می‌باشد.

باتوجه به الزام قانونی بند «الف» تبصره ۳ قانون بودجه سال ۷۵ مبنی بر تخصیص ۴۰٪ از تسهیلات اعتباری تبصره فوق در مناطق محروم ملاحظه می‌گردد که ۴۱/۲۱ درصد از تسهیلات تصویبی از مجموع تسهیلات طرح‌های تصویبی مربوط به مناطق محروم بوده است.

۹-۲- طرحهای تصویبی ایثارگران

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعداد ۷۶۶ طرح وجود دارد، که حداقل دارای یک عضو ایثارگر می‌باشد که به این ترتیب تعداد اعضاء ایثارگر در این طرحها ۳۲۵۰۳ نفر معادل ۲۰ درصد کل اعضاء طرحهای تصویبی می‌باشند.

همچنین از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعداد ۱۶۰ طرح با حجم سرمایه‌گذاری ۱۳۷/۷۶ میلیارد ریال مربوط به تعاونیهایی می‌باشند، که حداقل ۸۰ درصد از اعضاء آنها را ایثارگران تشکیل داده‌اند.

تعداد اعضاء تعاونیهایی ایثارگران ۲۴۱۵۷ نفر معادل ۱۴/۹ درصد کل اعضاء طرحهای تصویبی و اشتغالزایی آنها ۳۲۱۱ نفر معادل ۵/۳ درصد کل اشتغال طرحهای

شماره ۸

۴-۸- هزینه سرانه ایجاد شغل در طرحهای تصویبی بخش خدمات

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعاونیها، تعداد ۳۰۴ طرح معادل ۱۷/۰۴ درصد کل طرحهای تصویبی در بخش خدمات با سرمایه‌گذاری ۲۱۳۵۰۰/۰۵ میلیون ریال به تصویب رسیده که فرصت‌های شغلی ایجاد شده، برای اجرای طرحهای مذکور معادل ۱۰۱۳۲ نفر خواهد بود.

سرانه سرمایه‌گذاری برای هر فرصت شغلی در طرحهای تصویبی خدمات معادل ۲۱/۰۷ میلیون ریال می‌باشد، که این نسبت در زیربخش‌های خدمات به قرار جدول زیر می‌باشد.

۵-۸- هزینه سرانه ایجاد شغل در طرحهای تصویبی فرش

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعاونیها، تعداد ۱۲۷ طرح معادل ۷/۱۲ درصد کل طرحهای فرش با سرمایه‌گذاری ۴۶۲۷۳/۲۶ میلیون ریال به تصویب رسیده که فرصت‌های شغلی ایجاد شده برای اجرای طرحهای مذکور معادل ۲۱۹۰۵ نفر خواهد بود.

سرانه سرمایه‌گذاری برای هر فرصت

(ارقام به میلیون ریال)

ردیف	نوع گرایش	تعداد طرح تصویبی	تعداد اشتغال طرحهای تصویبی	سرمایه‌گذاری کل طرحهای تصویبی	هزینه سرانه ایجاد هر فرصت شغلی
۱	مدارس غیرانتفاعی	۶۱	۶۶۲	۳۱۳۷۲/۰۳	۳۷/۳۹
۲	فیلم	۱۱	۱۶۴	۸۵۳۳/۱۸	۵۲/۰۳
۳	تفریحی و ورزشی	۶	۵۵	۲۵۱۴/۱	۳۵/۷۱
۴	چاپ	۱۳	۲۸۵	۱۴۹۳۳/۱۸	۵۲/۴
۵	سایر	۱۵۶	۳۸۹۴	۶۵۷۸۰/۳۲	۱۶/۸۹
۶	متل	۳	۲۶	۲۶۲۸/۵۳	۱۰۰/۱
۷	سالن سینما	۳	۳۸	۲۶۲۷	۶۹/۱۳
۸	حمل و نقل	۳۳	۴۱۴۶	۴۲۶۵۰/۱۶	۱۰/۲۹
۹	توریستی و سیاحتی	۴	۲۹	۱۳۹۴/۱۲	۳۸/۰۷
۱۰	درمانی و بیمارستانی	۱۴	۸۳۳	۴۱۰۶۶/۵۳	۳۹/۳
۱۱	جمع کل	۳۰۴	۱۰۱۳۲	۲۱۳۵۰۰/۰۵	۲۱/۰۷

وضعیت طرحهای تصویبی تبصره ۱۳ تعاونیها در توزیع استانی

(ارقام به میلیون ریال)

ردیف	نام استان	سهامیه استان	تعداد طرحهای تصویبی	میزان تسهیلات تصویبی	سرمایه گذاری طرحهای تصویبی
۱	آذربایجان شرقی	۲۷۸۰۰	۶۸	۲۸۰۲۶/۲۳	۲۲۸۶۲/۸۵
۲	آذربایجان غربی	۲۹۳۰۰	۹۵	۳۹۳۴۱/۲۵	۵۷۹۱۹/۰۲
۳	اردبیل	۲۱۵۰۰	۳۵	۲۰۱۱۸	۲۰۶۰۲/۳۵
۴	اصفهان	۲۹۷۰۰	۶۹	۳۵۱۵۷	۶۷۲۵۲/۴۶
۵	ایلام	۲۴۶۰۰	۵۱	۲۴۶۸۸/۳۸	۲۶۶۸۳/۶۸
۶	بوشهر	۲۹۴۰۰	۵۹	۲۴۷۰۱/۹	۳۲۸۸۶/۳۷
۷	تهران	۵۷۴۰۰	۶۵	۴۶۶۸۴/۷	۷۴۲۴۲/۰۸
۸	چهارمحال و بختیاری	۲۰۳۰۰	۳۶	۱۹۳۹۱	۲۹۸۶۵/۵
۹	خراسان	۴۶۱۰۰	۱۵۲	۵۰۸۷۱/۲۵	۹۸۱۱۱/۰۵
۱۰	خوزستان	۵۲۶۰۰	۸۴	۳۷۷۰۴	۵۴۶۰۵/۱۲
۱۱	زنجان	۲۰۴۰۰	۴۰	۲۲۱۵۵/۰۵	۳۳۸۰۹/۵۱
۱۲	سمنان	۲۴۳۰۰	۶۱	۲۱۲۳۱	۴۰۳۳۰/۰۳
۱۳	سیستان و بلوچستان	۳۲۸۰۰	۸۶	۳۵۸۸۶/۹	۶۳۷۰۳/۱۸
۱۴	فارس	۳۳۳۰۰	۹۰	۳۷۷۹۵/۸۸	۷۵۰۶۰/۸۹
۱۵	قم*	-	-	-	-
۱۶	کردستان	۳۲۲۰۰	۸۹	۳۷۸۷۹/۳۹	۵۵۰۶۴/۳۹
۱۷	کرمان	۴۱۳۰۰	۸۵	۲۶۱۵۲/۵	۵۹۹۵۱/۸۸
۱۸	کرمانشاه	۳۴۳۰۰	۹۷	۳۱۸۳۷/۷۹	۳۴۸۷۵/۶
۱۹	کوهگیلویه و بویراحمد	۲۴۳۰۰	۴۳	۲۱۹۵۸/۴۴	۳۶۵۷۶/۲۱
۲۰	گیلان	۲۳۷۰۰	۶۶	۲۲۶۳۴/۰۸	۳۳۵۳۱/۳۱
۲۱	لرستان	۲۹۳۰۰	۹۴	۳۱۶۶۵/۳۵	۶۱۲۸۸/۷۴
۲۲	مازندران	۳۳۳۰۰	۸۷	۳۷۳۸۰/۰۵	۵۸۰۳۳/۸۴
۲۳	مرکزی	۲۲۷۰۰	۶۱	۲۷۲۰۳/۷	۵۲۷۴۵/۲۳
۲۴	هرمزگان	۲۸۳۰۰	۷۴	۱۹۲۸۴/۴	۳۱۶۴۸/۰۵
۲۵	همدان	۲۲۷۰۰	۶۱	۱۹۰۶۰/۷/۸	۳۳۴۴۴/۴۲
۲۶	یزد	۱۸۳۰۰	۳۶	۱۹۹۲۹	۳۶۲۰۰/۵۲
	جمع کل کشور	۷۵۰۰۰۰	۱۷۸۴	۷۳۶۸۲۱/۵۴	۱۲۵۴۲۱۷/۴۸

* طرحهای استان قم در سال جاری در استان تهران لحاظ شده است.

جدول شماره ۹

می باشند و ۳۴/۳ درصد وضعیت تحصيلی اعضا نامشخص می باشد.

۱۲-۱- تحصيلات مدیران

بررسی میزان تحصيلات مدیران

طرحهای تصویبی تعاونیهای تولیدی و خدماتی نشان می دهد که ۲/۹ درصد از اعضا دارای تحصيلات لیسانس و بالاتر، ۰/۲ درصد فوق دیپلم ۱۱ درصد دیپلم و ۵۱/۶ درصد دارای تحصيلات زیر دیپلم

۱- طرحهای تصویبی تعاونیهای (روستایی)

از مجموع ۱۷۸۴ طرح تصویبی تعداد ۱۳۱ طرح مربوط به تعاونیهای است که تحت پوشش وزارت تعاون نمی باشد، این تعاونیها شامل دو گروه اند که به قرار جدول ۹، می باشند.

۱۱- تصمیمات کمیسیون بررسی طرحها

از مجموع ۲۲۳۳ طرح ارسالی:

- تعداد طرحهای دارای نواقص ۳۸۱ طرح معادل ۱۷/۱ درصد کل طرحهای ارسالی.

- تعداد طرحهای تصویبی کمیسیون ۱۷۸۴ طرح معادل ۷۹/۹ درصد کل طرحهای ارسالی.

- تعداد طرحهای در دست اقدام ۶۸ طرح معادل ۳ درصد کل طرحهای ارسالی.

- نتایج حاصل از بررسی ۲۲۳۳ طرح دریافت شده توسط دبیرخانه کمیسیون بررسی طرحها حاکی از این مطلب است که تعداد ۳۸۱ طرح به دلایل مختلف از جمله (عدم توجه به الزامات و شرایط و دستورات عملی بخش تعاون و نداشتن توجیه اقتصادی و فنی) مورد تأیید و تصویب دفاتر و کمیسیون بررسی طرحها واقع نگردیده است که با راهنمایی لازم جهت اطلاع به اداره کل تعاون استانها بازگشت شده و تعداد ۱۷۸۴ طرح با حجم تسهیلات ۷۳۶/۸۴ میلیارد ریال معادل ۹۸/۲۵ درصد اعتبار تخصیصی توزیع شده بین استانها از تصویب کمیسیون بررسی طرحها گذشته و نتایج بررسی جهت انعقاد قرارداد به ادارات کل تعاون استانها انعکاس یافته است.

۱۲- وضعیت تحصيلات طرحهای تصویبی

(در تعاونیهای تولیدی و خدمات)

۱۲-۱- تحصيلات اعضا

بررسی میزان تحصيلات اعضا

آموزش - عامل مؤثر در بالندگی

مهندس محمدرضا عباسی

مقدمه

بسیاری شهروندان جامعه اعم از خردسال و بزرگسال، زن و مرد، شهری و روستایی هر یک به نحوی با شرکتهای تعاونی مختلف سروکار دارند. آنان در تعاونیها به کار مشغولند، عضو و سهامدار هستند و یا از محصولات و خدمات آنها استفاده می‌کنند. به این ترتیب باتوجه به آن که تعاونیها به عنوان یکی از بخشهای عمده اقتصاد کشور در ابعاد گوناگون گسترده زندگی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ ضروری است از بالندگی لازم برخوردار باشند.

بالندگی هر سازمان و از جمله شرکتهای تعاونی بیش از هر چیز در توسعه نیروی انسانی نهفته است. اینک همه صاحب نظران بر این مقوله توافق اساسی دارند که موفقیت اقتصادی عملاً در گرو دستیابی نیروی انسانی به دانش است. یعنی بین توسعه نیروی انسانی و رشد اقتصادی همبستگی معنی داری وجود دارد.

در زمینه دو عامل مؤثر در بالندگی سازمانها (نیروی انسانی و رشد اقتصادی) گفتنی است که بدون تردید "آموختن" نقش تعیین کننده‌ای دارد. تحقیقات انجام شده در این باره نشان می‌دهند که هیچ یک از کشورهای صنعتی نتوانسته‌اند بدون توسعه منابع انسانی به رشد اقتصادی دست یازند.^۱ یک ویژگی بی‌همتای شرکتهای تعاونی

در شرکتهای تعاونی، صحبت از فرد نیست و در واقع منابع انسانی در نام و نام خانوادگی نیروی انسانی خلاصه نمی‌شود، بلکه برپایه ذات و جوهره مفهوم "تعاون"، نیروی انسانی یک واحد انسانی همسو تلقی می‌شوند. و عملکرد هر یک در عملکرد دسته جمعی آنان هویت پیدا می‌کند. بنابراین به هر میزان که یکایک افراد از رفتار یا مهارت و توانمندیهای بیشتری برخوردار باشند. عملکرد شرکت تعاونی بالقوه‌تر و توسعه یافته‌تر خواهد بود.

آن است که اساس تشکیل این تعاونیها، گروهی آبی افرادی است که نیاز، نگرش، تمایلات و هدفهای مشترک و همساز دارند. بنابراین یکی از بنیادهای اساسی حفظ، تداوم و بالندگی این همسازی، رهبری و حمایت مؤثر نیروی انسانی تعاونیها در بستر رشد و توسعه فردی و گروهی است. بنابراین آموزش کارکنان و اعضای تعاونیها می‌بایست به منزله یک راه کار، برای توسعه و تقویت نگرش و بینش آنان مورد نظر قرار گیرد.

این نوشتار بر آن است که برخی گزینه‌های مؤثر را که باید در آموزش یاران تعاونیها^۲ مدنظر قرار گیرند، پیشنهاد دهد. به کارگیری گزینه‌های مطرح شده، نه تنها برای شرکتهای بزرگ تعاونی بلکه برای تعاونیهای کوچک که حتی فقط از چند نفر

معدود تشکیل یافته‌اند، نیز نمی‌تواند مفید باشد.

اهمیت

علی‌رغم گوناگونی فراوان شرکتهای تعاونی (که غالباً مربوط به تنوع اهداف^۳ فعالیتها^۴ و وسعت عمل آنها می‌شود)، این شرکتهای عموماً در دو خصیصه اصلی زیر یکسان و مشابه هستند.

اول: همه شرکتهای تعاونی بر پایه اشتراک مساعی، روحیه تعاونی افراد و مشارکتهای مادی و معنوی گروهی از مردم تشکیل شده‌اند.

دوم: تمامی این شرکتهای دارای سازمان کاری و در واقع یک سیستم نظام یافته می‌باشند.

در جنبه اول، شرکتهای تعاونی سازمانهایی هستند که تعدادی از افراد (همه اعضا و غالب کارکنان) بر پایه علائق و خواسته‌های خویش به فعالیتهای هدفداری که مورد توافق جمله آنان است، دست زده‌اند. اساس کار آن است که همه آنها - در فرایسند تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، اجرا، نظارت و ... سهیم بوده و مشارکت دارند بنابراین در این گروه‌های صمیمانه آنان در سود و زیان فعالیتهای تعاونی شریک خواهند بود.

در جنبه دوم، از آنجا که شرکتهای تعاونی در واقع یک سازمان به حساب می‌آیند، بنابراین از یک سو، دارای ساختار

سازمانی، تشکیلات، ضوابط و مقررات، سلسله مراتب سازمانی، عملکرد، نقش‌ها و وظایف، و ... می‌باشند. از سویی دیگر نیز به دلیل آن که تعاونیها به منزله یک سیستم تلقی می‌شوند، هدفمند هستند. در نتیجه همه نیروهای انسانی ذیربط، فعالیتها، سرمایه‌گذاریها، امکانات و تجهیزات و ... (در وضعیتی آرمانی) در جهت نیل به هدف یا اهدافی که از پیش مورد توافق قرار گرفته است، عمل می‌کنند.

در هر سازمان و به ویژه در شرکت‌های تعاونی که اساس آن برخواسته‌ها، علائق، همکاری، تمایلات و گرایشهای همساز و هماهنگ افراد استوار است، نیروی انسانی نقش اساسی دارد. زیرا چنانچه نیروی انسانی به وظایف خویش آگاه باشد و به شیوه‌ای صحیح رهبری و هدایت شود، یقیناً هدف و روحیه تعاونی پایدار می‌گردد. به علاوه منابع فیزیکی اعم از سرمایه، امکانات، تجهیزات و تسهیلات در تسخیر مدیریت نیروی انسانی مزبور در خواهد آمد. این درحالی است که اگر علائق و روحیه همکاری نیروی انسانی بر اثر موانع و مشکلات (که از عدم آگاهی و مهارت ناشی می‌شوند) دگرگون و متزلزل شود، اهداف مقدس تعاونی از جاده حقیقی و واقعی خود خارج شده و به بیراهه خواهد رفت.

در شرکت‌های تعاونی، صحبت از فرد نیست و در واقع منابع انسانی در نام و نام‌خانوادگی نیروی انسانی خلاصه نمی‌شود، بلکه برپایه ذات و جوهره مفهوم تعاون، نیروی انسانی یک واحد انسانی همسو تلقی می‌شوند. و عملکرد هر یک در عملکرد دسته جمعی آنان هویت پیدا می‌کند. بنابراین به هر میزان که یکایک افراد از رفتار یا مهارت و توانمندیهای بیشتری برخوردار باشند. عملکرد شرکت تعاونی بالقوه‌تر و توسعه یافته‌تر خواهد بود.

از آنجا که آموزش راه و وسیله‌ای است

موفقیت اقتصادی عمل‌آدر گرو دست‌یابی نیروی انسانی به دانش است. یعنی بین توسعه نیروی انسانی و رشد اقتصادی همبستگی معنی‌داری وجود دارد.



که زمینه‌های رشد همه جانبه انسان و حرکت تکاملی او را در جنبه‌های مادی و معنوی فراهم می‌کند. بنابراین، آموزش نیروی انسانی یکی از فرایندهای اساسی پیشرفت و توسعه تعاونیها محسوب خواهد شد.

تنوع دوره‌های آموزشی

آموزش نیروی انسانی شرکت‌های تعاونی در زمره آموزشهای غیررسمی (ضمن خدمت و کوتاه مدت) جای می‌گیرد. بدون شک عمده فراگیران آموزشهای مزبور را، بزرگسالان تشکیل می‌دهند و از همین رو اصول مترتب بر آموزش بزرگسالان در این آموزشها نیز ساری و جاری خواهد بود.

در نگاهی کلی انواع دوره‌های آموزشی (باتوجه به اهداف آموزشی آنها) که برای آموزش نیروی انسانی شرکت‌های تعاونی لازم الاجرا می‌باشند، به شرح زیر است:

الف: دوره‌های آموزشی فنی

این دوره‌های آموزشی شامل

دوره‌هایی هستند که روی هم‌رفته بر بهبود دانش و مهارت‌های شغلی نیروی انسانی شرکت‌های تعاونی تأکید می‌ورزند. برخی از مهمترین آنها عبارتند از:

۱- دوره‌های آموزشی مدیریت: هدفهای آموزشی این دوره‌ها در زمینه ارتقای سطح دانش، مهارت و رفتارهای شغلی مدیران (مدیر عامل، اعضای هیئت مدیره، مدیران بخشها، سرپرستان واحدها و ...) در جنبه‌های تولید، خدمات، مدیریت نیروی انسانی، تشکیلات، برنامه‌ریزی، کنترل پروژه و ... است.

۲- دوره‌های آموزشی مدیریت بازرگانی: هدف عمده این دوره‌ها تربیت مدیران و کارکنان خبره و کارآمد تجارت و بازرگانی است. محتوای آموزشی این دوره‌ها در راستای اصلاح و گسترش مؤثر بهره‌وری، فروش، بازاریابی، تبلیغات، تجارت و سایر جنبه‌های اقتصادی مربوط به شرکت‌های تعاونی است.

۳- دوره‌های آموزشی تخصصی: هدفهای آموزشی این دوره‌ها در جنبه‌های تقویت و توسعه دانش و فنون تخصصی و هرگونه مهارت که در بهبود و کارآمد ساختن وظایف شغلی کارکنان مؤثر است تأکید می‌ورزند.

۴- دوره‌های آموزشی عمومی: هدفهای آموزشی این دوره‌ها در ابعاد ایجاد و توسعه رفتار و مهارتهایی است که در پیشرفت شغلی کارکنان و توسعه اهداف (غیرتخصصی) شرکت تعاونی مفید واقع می‌شود. مانند دوره‌های آموزشی که در زمینه کمک‌های اولیه، آتش‌سوزی، ارتباطات سازمانی، اصول تعاون و .. برگزار می‌گردد.

ب: دوره‌های آموزشی غیرفنی

این دوره‌های آموزشی اصولاً بر جنبه‌های گوناگون علائق و نیازهای شخصی کارکنان، پرورش صفات انسانی

وظایف قانونی و سازمانی آنان تأکید می‌ورزند. برخی از دوره‌های آموزشی غیرفنی عبارتند از:

۱- دوره‌های سوادآموزی: این دوره‌ها به منظور تقویت سواد کارکنان یعنی یادگیری مهارت‌های اساسی سواد (خواندن، نوشتن و حساب کردن) از سوی آنان برگزار می‌شوند. گذشته از سودمندی سوادآموزی کارکنان، این دوره‌ها به موجب قانون و نیز به عنوان یک وظیفه انسانی باید از سوی شرکت‌های تعاونی جدی گرفته شود.

۲- دوره‌های آموزشی هنر: مانند دوره‌های خوشنویسی، صنایع دستی، موسیقی، تئاتر، فیلمسازی و ... که برپایه علائق و نیازهای شخصی کارکنان ذینفع و استفاده مطلوب از اوقات فراغت آنان برگزار می‌شوند.

۳- دوره‌های آموزشی دینی: مانند آموزش‌هایی در زمینه احکام و موازین شرعی و عبادات که تربیت دینی کارکنان را هدف قرار می‌دهند.

گزینه‌های اساسی

درچند سال اخیر تقاضا برای آموزش‌های علمی-کاربردی رو به فزونی گذاشته است. زیرا در جهان همیشه متحول کنونی، مشاغل و حرف گوناگون روزبه روز غنی‌تر و پیچیده‌تر می‌شوند. از این رو هر یک از شاغلین حرف مختلف برای آن که در شغل و حرفه خود کارآمد و اثربخش‌تر باشند، ناچارند سطح دانش، مهارت و تجارب خویش را گسترش دهند. از سوی دیگر، توسعه منابع انسانی به عنوان محور توسعه و پیشرفت شناخته شده است. بنابراین برگزاری دوره‌های آموزشی اعم از رسمی و غیررسمی امری اجتناب‌ناپذیر می‌نماید.

آموزش در تعاونیها مشتمل بر آموزش گروه‌های هدف شرکت‌های تعاونی

(کارکنان، اعضاء و علاقمندان) است. در این آموزش‌ها هدف اساسی ایجاد یک محیط مناسب آموزشی برای انتقال و بهبود و گسترش دانش، مهارت و رفتارهای نوینی است که موجب افزایش تولید، بهبود کمی و کیفی خدمات، پرورش نگرش گروه هدف و در نتیجه رشد و توسعه شرکت‌های تعاونی می‌باشد. در این باره می‌توان گفت: دوره‌های آموزشی گوناگون باتوجه به اهداف و محتوای آموزشی آنها به اجرا در می‌آیند. اما تمام آنها را در دوگروه اساسی آموزش‌های اختصاصی و عمومی می‌توان جای داد.

آموزش‌های اختصاصی در واقع مجموعه آموزش‌هایی هستند که در رابطه با بخش دانش، فن، تکنولوژی و مهارت‌های

یک ویژگی بی‌همتای شرکت‌های تعاونی آن است که اساس تشکیل این تعاونیها،

گرد هم آیی افرادی است که نیاز، نگرش، تمایلات و هدفهای مشترک و همساز دارند.

بنابراین یکی از بنیادهای اساسی حفظ، تداوم و بالندگی این همسازی، رهبری و

حمایت موثر نیروی انسانی تعاونیها در بستر رشد و توسعه فردی و گروهی است.

تخصصی عملیات هر تعاونی است. مثلاً دوره‌های آموزشی گوناگونی که برای به بافی‌فرش برگزار می‌شود، در واقع در زمینه دانش و تکنولوژی تولید فرش می‌باشد. این آموزش‌ها یکی از آموزش‌های اختصاصی شرکت‌های تعاونی تولید قالی محسوب می‌گردند. بدیهی است که این آموزش‌های کاربردی تنها برای کارکنانی مفید واقع خواهد شد که به امر تولید فرش مشغول به کار هستند.

دوره‌های آموزش عمومی مجموعه آموزش‌هایی هستند که در رابطه با تقویت و توسعه دانش و مهارت‌های اساسی (اصول برنامه‌ریزی، مدیریت، بودجه، امور اداری و خدمات و ...) به اجرا درمی‌آیند.

اگر با دیده اغماض به این آموزش‌ها بنگریم، متوجه می‌شویم که برای کارکنان تمام سازمانها و از جمله شرکت‌های تعاونی

یکسان می‌باشند. اما نکته مهم و اصولی آن است که در این آموزش‌ها، می‌بایست بر ویژگی‌های بی‌همتای این تعاونیها تأکید اساسی داشته باشند. یعنی به اصطلاح روش شناسی آموزش کارکنان تعاونیها برگزیده‌هایی استوار است که باید جداً مدنظر قرار گیرند. ویژگی‌هایی مانند: مشارکت، تعاون، مشورت، ارتباطات و ... که در شرکت‌های تعاونی در حد اعلا رشد یافته هستند.

گرچه کارکنان و اعضاء تعاونیها در نخستین گام دارای روحیه تعاونی و مشارکت (و سایر گزینه‌هایی که مطرح خواهد شد) بوده‌اند، اما در کشاکش تغییر و تحول فردی و اجتماعی ممکن است این روحیه در آنان فروکش نماید. از این رو

می‌بایست در دوره‌های آموزشی متفاوت، این حس و نگرش در آنان تقویت شود.

به علاوه همواره یاران جدیدی (کارکنان، اعضاء) به شرکت‌های تعاونی وارد می‌شوند. بنابراین ضروری است در آموزش این افراد نیز موارد اشاره شده، مورد نظر قرار گیرد.

در پایان متذکر می‌شود که ده گزینه اساسی در روش شناسی آموزش‌های کارکنان، اعضاء و علاقمندان تعاونیها به عنوان محور دوره‌های آموزش عمومی شناخته شده‌اند. طیف این گزینه‌ها از دانش و فنون کاربردی تا احساس و نگرشها گسترده است. این ده گزینه عبارتند از:

۱- رهبری: شرکت‌های تعاونی نهادهایی مردمی هستند، بنابراین برای اداره کردن آنها رهبری بیش از مدیریت اهمیت دارد.

علی‌رغم گوناگونی فراوان شرکتهای تعاونی (که غالباً مربوط به تنوع اهداف فعالیتها و وسعت عمل آنها می‌شود)، این شرکتهای عموماً در دو خصیصه اصلی یکسان و مشابه هستند. اول: همه شرکتهای تعاونی بر پایه اشتراک مساعی، روحیه تعاونی افراد و مشارکتهای مادی و معنوی گروهی از مردم تشکیل شده‌اند. دوم: تمامی این شرکتهای دارای سازمان کاری و در واقع یک سیستم نظام یافته می‌باشند.

گزینه اساسی آموزش کارکنان شرکتهای تعاونی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

پانویسها

۱- منبع شماره یک (ص ۶۷-۶۶)

- 2- Cooperatives Friends
- 3- Goals
- 4- Activitis

منابع:

- ۱- هک، ژاک. سرمایه‌گذاری برای آینده انتشارات مدرسه. تهران ۱۳۷۲
- ۲- ابهرام سیمزاده، عیسی. آموزش بزرگسالان. انتشارات دانشگاه پیام نور. تهران ۱۳۷۳
- ۳- هرسی، پال و بلانچارد، کنت. مدیریت رفتار سازمانی. مترجم: علی علاقه‌بند. انتشارات امیرکبیر. تهران ۱۳۶۵
- ۴- برجون، پال. آموزش بزرگسالان. مترجم: غ. بهیانیان. انتشارات نگاه ترجمه و نشر کتاب. تهران ۱۳۵۹
- ۵- شهبازی، اسماعیل. توسعه و ترویج روستایی. انتشارات دانشگاه تهران. تهران ۱۳۷۲
- ۶- مشایخ، فریده. فرایند برنامه‌ریزی آموزشی انتشارات مدرسه، تهران ۱۳۷۳

علائق مشترک دارند. بنابراین ارتباطات آنان در مقابل عوامل خارجی می‌بایست قوام‌یافته‌تر باشند تا پایداری آنها و تعاونی محفوظ بماند.

۱۰- حلال مسأله: در تمامی

تصمیم‌گیریهای هر تعاونی همه افراد شرکت دارند. پس باید از روشهای شناخت مسأله فرایند حل آنها و تصمیم‌گیری اصولی و واقعی باشد.

باتوجه به موارد یاد شده برای موفقیت هر شرکت تعاونی باید تمامی اعضاء و کارکنان آن در زمینه گزینه‌های فوق آشنایی کامل داشته باشند تا از عهده تداوم همکاری صمیمانه با تعاونی برآیند. البته این آموزشها در بیشتر موارد تا سطح آگاهی کامل ضروری است. در ذیل ده

۲- برنامه‌ریزی: برنامه‌ریزی در تعاونیها برپایه مشارکت همه افراد است. پس باید کارکنان و اعضاء با اصول برنامه‌ریزی مشارکتی آشنا باشند.

۳- مدیریت مالی: تعاونیها واحدهایی مستقل هستند. یعنی نظام مالی آنها از نظام بودجه دولتی جدا می‌باشد پس باید تمام کارکنان و اعضاء با اصول مالی و حسابرسی و حسابدگی آشنا باشند.

۴- رفتار سازمانی: در تعاونیها هر فرد وظیفه مشخصی دارد. برای تداوم وحدت و انسجام تعاونی باید هر یک از کارکنان با وظیفه آشنایی کامل داشته باشد.

۵- شور و مشورت: اساس تعاونیها بر مشورت است. از این رو کارکنان و اعضاء تعاونیها باید با اصول آن آشنا باشند.

۶- مشارکت: تعاونیها بر پایه مشارکت معنوی و مادی افراد ایجاد می‌شوند. بنابراین باید اصول علمی موفقیت در عملیات مشارکت به آنها آموزش داده شود.

۷- دانش فنی: توسعه دانش فنی کارکنان شرط پیشرفت تعاونی است و موفقیت تعاونی در زمینه جلب مشارک مادی اعضاء و علاقمندان در گرو این مسأله است.

۸- نوآوری و ابتکار: شرکتهای تعاونی برای گسترش و توسعه نیاز به نوآوری و ابتکار دارند و گرنه ضمن آن که توسعه شرکت با مشکل مواجه می‌شود، اعضاء آن ممکن است از تداوم بکنواختی خسته و شرکت را ترک کنند.

۹- ارتباطات: هر شرکت تعاونی متشکل از افرادی است که نیاز، خواست و



نگاهی به:

عملکرد نمایشگاهی بخش تعاون در سال ۱۳۷۵

اشاره:

در بازاریابی، نمایشگاه یکی از وسایل تبلیغ و پیشبرد فروش به شمار می‌رود که قادر است ارتباطی دوسویه بین تولید کننده و مصرف کننده برقرار سازد. در صورت مشخص بودن اهداف و برنامه‌ریزی صحیح، از راه نمایشگاه، مقدار قابل توجهی اطلاعات مبادله می‌شود، که می‌تواند متغیرهای تجاری، روانی و تکنیکی کالای عرضه شده در نمایشگاه را تحت تاثیر قرار دهد.

نمایشگاهها به دلیل برخورداري از کارکردهای تجاری، علمی، اجتماعی، هنری، فرهنگی و سیاسی از اهمیتی خاص برخوردارند. اما نباید فراموش کرد که مدت زمان به نمایش درآمدن کالا یا حضور در نمایشگاه، بخشی کوچک از یک فعالیت نمایشگاهی - با بعد بازرگانی را تشکیل می‌دهد.

برای هر بنگاه اقتصادی در هر یک از بخشهای دولتی، تعاونی و خصوصی کارایی و اثربخشی حضور در نمایشگاه به مطالعه، برنامه‌ریزی و تبلیغ قبل از برپایی و پیگیری مذاکرات و ارزیابی نتایج بعد از برگزاری نمایشگاه بستگی دارد.

تعاریف

طبقه‌بندی بکار رفته در این گزارش، طبقه‌بندی مکانی است. براین اساس که: نمایشگاه کشوری: نمایشگاهی است بین‌المللی یا تخصصی که واحدهای تولیدی بیش از یک استان در آن حضور داشته‌اند. نمایشگاه استانی: نمایشگاهی است که صرف نظر از محل برگزاری، فقط واحدهای تولیدی یک استان در آن حضور یافته‌اند.

نمایشگاه خارجی: هر نوع نمایشگاهی که خارج از مرزهای کشور برپا شده، در این دسته جای گرفته‌اند.

بطور خلاصه، از نظر کمی، شرکت‌های تعاونی به شرح زیر در نمایشگاههای سال ۱۳۷۵ حضور یافته‌اند:

نمایشگاه کشوری	نمایشگاه استانی	نمایشگاه خارجی
۲۲	۷۵	۹

بر اساس آمار منتشره در سال ۱۳۷۵، مرکز توسعه صادرات ایران، موفق شده است ۱۰۴ نمایشگاه تخصصی و بین‌المللی اعم از داخلی و خارجی را برگزار و یادر آنها شرکت نماید. به این ترتیب صرف نظر از نمایشگاههای استانی، در حدود ۳۰ درصد از نمایشگاههای کشوری و خارجی، حداقل یک شرکت تعاونی حضور داشته است. این رقم نسبت به سال ۱۳۷۴ حدود پنج درصد رشد نشان می‌دهد.

نمایشگاههای کشوری:

از مجموع ۲۲ نمایشگاه کشوری در سال ۱۳۷۵ که تعاونیهای تحت پوشش وزارت تعاون در آنها حضور داشتند، دو نمایشگاه: «ویژه تعاونیهای مسکن» در زنجان و «فرش دستباف منطقه غرب کشور» در سنندج، مستقلاً توسط بخش تعاونی برگزار شد و در برگزاری «نمایشگاه جنبی سمینار صنایع تبدیلی و

توسعه صادرات» اداره کل تعاون استان فارس مشارکت فعال داشته است.

هر چند ارقام بیانگر آنست که توجه می‌کند، فزونی برپایی نمایشگاههایی است تحت عنوان «عرضه مستقیم کالا» - «عرضه تولیدات تعاونیها» یا «مواد غذایی تعاون روستایی». این قبیل گردهمایی‌ها از نوع بازارهای موقت فروش محسوب می‌شوند و واجد خصوصیات یک نمایشگاه نیستند. زیرا در یک فعالیت اصولی نمایشگاهی، تبلیغ، عقد قراردادهای فروش یا ایجاد زمینه‌های عقد قرارداد برای فروش‌های عمده، محک بازاریابی کالای به نمایش درآمده با سلیقه و نیازهای مصرف کننده و شناخت رقبا از اقدامات حتمی بشمار می‌روند و مدت زمان به نمایش درآمدن کالا فقط جزء کوچکی از فعالیت یاد شده است. حال آنکه در بازارهای موقت کالا، هدف اصلی کسب بیشترین مقدار

فروش در همان چند روز برگزاری نمایشگاه است. علاوه باید توجه کرد که اثر حضور تعاونیهای مصرف در بازار بر قیمت کالاها، نباید به عنوان اثری موقتی و گذرا تلقی شود. این نوع تعاونیها در صورت مدیریت صحیح و اصولی، بر حسب شرایط، کاهش قیمتی را بر کالاهای مورد نظر تحمیل می کنند که کاهش موضعی و زودگذر نیست.

تعاونیها نباید با برپایی یا مشارکت بیش از حد در بازارهای موقت عرضه کالا به تاثیر تعاونیها در کاهش قیمت کالا جلوه ای موقتی و زودگذر بدهند و احتمالاً از سوی کسبه و بازار سنتی نیز به عنوان نوعی اختلالگر اقتصادی معرفی شوند.

یک شرکت تعاونی به ویژه از نوع مصرف باید عملاً برتری و رجحان خود را

بر سوپر مارکتها و خواربارفروشیهای غیر تعاونی به مصرف کننده اثبات کند و به تدریج - به نفع مصرف کننده شبکه توزیع را از واسطه های زاید تصفیه کند.

در رده نمایشگاههای استانی، تعاونیهای استان تهران در ۱۱ نمایشگاه کشوری حضور داشته اند، اما باید توجه کرد که ۶۸ درصد نمایشگاههای کشوری در تهران بر پاشده، بنابراین هزینه فعالیت نمایشگاهی تعاونیهای تهران کمتر بوده است.

ثالثاً تعاونیهای تهران - به استثنای یک مورد (فروش دستباف منطقه غرب) در هیچ نمایشگاه کشوری برگزار شده در مراکز استانهای دیگر، شرکت نکرده اند. ثانیاً عمدتاً حضور یک یا دو تعاونی بزرگ تهرانی در نمایشگاههای مرکز توسعه صادرات، افزایش عملکرد کمی فعالیت نمایشگاهی استان تهران را موجب

گردیده اند. به این ترتیب با لحاظ نکردن عملکرد اداره کل تعاون استان تهران، در سال ۱۳۷۵ بطور متوسط تعاونیهای تحت پوشش هر یک از ادارات کل تعاون استانها در دو نمایشگاه کشوری شرکت کرده اند.

بر پایه آنچه گفته شد و نیز اطلاعات جمع آوری شده، در رده نمایشگاههای کشوری، تعاونیهای استان تهران با حضور در ۱۱ نمایشگاه، مقام اول، بخش تعاون استان آذربایجان شرقی با حضور در پنج نمایشگاه، در مقام دوم و استانهای آذربایجان غربی، اصفهان و کرمانشاه هر کدام با حضور در چهار نمایشگاه در مقام سوم جای می گیرند.

نمایشگاههای استانی

بیش از ۲۷ درصد از ۷۵ نمایشگاه استانی که در سال ۱۳۷۵ توسط بخش تعاون یا با مشارکت تعاونیها بر پاشد، از نوع عرضه مستقیم کالا بود. و علاوه ۶۰

پراکندگی حضور تعاونیها در نمایشگاههای کشوری در سال ۱۳۷۵

جدول شماره یک

نام نمایشگاه	نام استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اصفهان	ایلام	برشهر	تهران	چهارمحال و قزوین	خراسان	خوزستان	زنجان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	کرمانشاه	کرمان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی	مرزگان	همدان	یزد	
ششمین نمایشگاه تخصصی صادراتی سرمایه، چینی و شیشه	تهران						+																	
چهارمین نمایشگاه بین المللی برق، الکترونیک و کامپیوتر	تهران						+																	
سومین نمایشگاه بین المللی صنایع کشاورزی و مواد غذایی	تهران						+																	
نمایشگاه چینی سمینار صنایع تبدیلی و توسعه صادرات	تهران						+																	
هفتمین نمایشگاه تخصصی صادراتی شویندهها و مواد پاک کننده	تهران						+																	
نمایشگاه بین المللی حمل و نقل	تهران						+																	
نمایشگاه آذربایجان سراسر کشور	تهران						+																	
نمایشگاه تخصصی صادراتی صنایع نسبی	تهران						+																	
نمایشگاه بین المللی آذربایجان	تهران						+																	
نمایشگاه ایرانگردی	تهران						+																	
پنجمین نمایشگاه فرش دستباف	تهران						+																	
هفته دولت	تهران						+																	
نمایشگاه ویژه تعاونیهای مسکن	شهریور - زنجان																							
بیست و دومین نمایشگاه بین المللی بازرگانی	تهران																							
دومین نمایشگاه تعاونیهای فرش دستباف منطقه غرب کشور	تهران																							
ششمین نمایشگاه تخصصی روشنائی، لوسترو چراغهای تزئینی	تهران																							
چهارمین نمایشگاه تخصصی صادراتی لوازم خانگی	تهران																							
ششمین نمایشگاه دکوراسیون و مبلمان	تهران																							
هشتمین نمایشگاه فروش بهاره	تهران																							
نمایشگاه منابع طبیعی و گیاه شناسی	تهران																							
نمایشگاه دستاوردهای واحدهای تولیدی	اصفهان																							
نصبتین نمایشگاه سراسری فرش ایران	تهران																							

درصد موضوعات این قبیل نمایشگاهها تجاری نبوده است.

آنچه که به شدت در آمار نمایشگاههای استانی سال ۱۳۷۵ جلب توجه می‌کند، فزونی برپایی نمایشگاههایی

است تحت عنوان «عرضه مستقیم کالا» - «عرضه تولیدات تعاونیها» یا «مواد غذایی تعاون روستایی». این قبیل گردهمایی‌ها از نوع بازارهای موقت فروش محسوب می‌شوند و واجد خصوصیات یک نمایشگاه نیستند. زیرا

در یک فعالیت اصولی نمایشگاهی، تبلیغ عقد قراردادهای فروش یا ایجاد زمینه‌های عقد قرارداد برای فروش‌های عمده، محک بازارآتی کالای به نمایش درآمده با سلیقه و نیازهای مصرف کننده و شناخت رقبا از اقدامات حتمی بشمار می‌روند و مدت زمان

پراکندگی حضور تعاونیها در نمایشگاههای استانی در سال ۱۳۷۵

جدول شماره دو

نام استان	نام نمایشگاه	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	ایلام	بوشهر	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان	خوزستان	زنجان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	کرمان	کرمانشاه	کوهگیلویه و بویراحمد	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی	هرمزگان	همدان	یزد
	عرضه مستقیم کالا	++	++																						
	عرضه تولیدات تعاونیها به مناسبه هفته دولت و هفته تعاون																								
	نمایشگاه مواد غذایی تعاون روستایی																								
	بزرگداشت هفته دولت																								
	نمایشگاه فرش دستباف استانی																								
	نمایشگاه توانمندیهای استان																								
	نمایشگاه هفته تعاون در استان																								
	نمایشگاه دهه فجر																								
	زن نقش آفرین توانمند																								
	هفته دفاع مقدس																								
	نمایشگاه جنبی همایش استانشناسی سیستان و بلوچستان																								
	نمایشگاه جنبی همایش زن و کار و کرامتداشت مقام زن																								
	نمایشگاه تخصصی صنایع پوشاک و چرم خراسان																								
	نمایشگاه استاندارد																								
	نمایشگاه تولیدات دامی و کشاورزی استان																								
	نمایشگاه استانگردی																								
	نمایشگاه تخصصی صنایع غذایی خراسان																								
جمع		۳	۳	۲	۰	۵	۳	۲	۵	۸	۴	۲	۱	۲	۳	۱	۳	۵	۴	۲	۲	۲	۱	۱	۴

پراکندگی حضور تعاونیها در نمایشگاههای فارمی ۱۳۷۵

جدول شماره سه

نام استان	نام نمایشگاه	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	ایلام	بوشهر	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان	خوزستان	زنجان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	کرمان	کرمانشاه	کوهگیلویه و بویراحمد	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی	هرمزگان	همدان	یزد
	نمایشگاه بین‌المللی بهارهٔ دبی ۱-۱																								
	نمایشگاه لاهور - پاکستان																								
	نمایشگاه کرچستان ۱-۱۶																								
	نمایشگاه اختصاصی ایران در مسکو																								
	نمایشگاه تاشکند (جمهوری ازبکستان)																								
	نمایشگاه وان (ترکیه)																								
	نمایشگاه فرش و مونتس - آلمان																								
	نمایشگاه کویت																								
	نمایشگاه مسقط (عمان)																								
جمع		۱	۱	۲	۰	۰	۰	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۲	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰

در یک فعالیت اصولی نمایشگاهی، تبلیغ، عقد قراردادهای فروش یا ایجاد زمینه‌های عقد قرارداد برای فروش‌های عمده، محک بازاریابی کالای به نمایش درآمده با سلیقه و نیازهای مصرف کننده و شناخت رقبا از اقدامات حتمی بشمار می‌روند و مدت زمان به نمایش درآمدن کالا فقط جز، کوچکی از فعالیت یاد شده است. حال آنکه در بازارهای موقت کالا، هدف اصلی کسب بیشترین مقدار فروش در همان چند روز برگزاری نمایشگاه است.

به نمایش درآمدن کالا فقط جزء کوچکی از فعالیت یاد شده است. حال آنکه در بازارهای موقت کالا، هدف اصلی کسب بیشترین مقدار فروش در همان چند روز برگزاری نمایشگاه است.

بعلاوه

باید توجه کرد که اثر حضور تعاونیهایی مصرف در بازار بر قیمت کالاها، نباید به عنوان اثری موقتی و گذرا القاء شود. این نوع تعاونیها در صورت مدیریت صحیح و اصولی، بر حسب شرایط، کاهش قیمتی را بر کالاهای مورد نظر تحمیل می‌کنند که کاهش موضعی و زودگذر نیست.

تعاونیها نباید با برپایی یا مشارکت بیش از حد در بازارهای موقت عرضه کالا به تاثیر تعاونیها در کاهش قیمت کالا جلوه‌ای موقتی و زودگذر بدهند و احتمالاً از سوی کسبه و بازار سنتی نیز به عنوان نوعی اخلالگر اقتصادی معرفی شوند.

یک شرکت تعاونی به ویژه از نوع مصرف باید عملاً برتری و رجحان خود را بر سوپر مارکتها و خواربارفروشیهای غیر تعاونی به مصرف کننده اثبات کند و به تدریج - به نفع مصرف کننده شبکه توزیع را از واسطه‌های زاید تصفیه کند.

در رده نمایشگاههای استانی، تعاونیهای تحت پوشش اداره کل تعاون استان خراسان در سال ۱۳۷۵ با حضور یا بازاریابی خارجی از جایگاهی خاص برخوردار است. حتی بازدید هدفمند و برنامه‌ریزی شده از نمایشگاههای خارجی می‌تواند اطلاعات ارزشمندی را در اختیار تولیدکنندگان بخش تعاون قرار دهد. اما به دو دلیل عمده شرکت‌های تعاونی کمتر برای

شرکت در این دسته از نمایشگاهها تمایل نشان می‌دهند: ۱- هزینه به نسبت بالای حضور در این قبیل نمایشگاهها. ۲- حجم اطلاعات و تمهیدات بیشتری که حضور موثر و ثمر بخش در این دسته از نمایشگاهها نیاز دارد.

بر اساس آمار جمع‌آوری شده، در سال ۱۳۷۵ شرکت‌های تعاونی ۱۵ استان در هیچ نمایشگاه خارجی شرکت نکرده‌اند و مجموعاً ۹ نمایشگاه خارجی نامبرده شده که ادارات کل تعاون استانها حضور شرکت‌های تعاونی را در آنها اعلام کرده‌اند - به استثنای نمایشگاه فرش دموکس آلمان - تماماً در قاره آسیا و اکثراً در کشورهای همسایه برگزار شده‌اند. این امر می‌تواند تا حدی مؤید این نکته باشد که در سال ۱۳۷۵ بازاریابی در قاره‌های آفریقا - اروپا - آمریکا - اقیانوسیه چندان مورد توجه شرکت‌های تعاونی قرار نگرفته است.

پیشنهادات:

گفتنی درباره فعالیتهای نمایشگاهی شرکت‌های تعاونی بسیار بعد از بررسی نمایشگاههای دوسال اخیر و مصاحبه با تعاونیهایی حاضر در نمایشگاههای مختلف، سه پیشنهاد یا راه کار عمده برای استقبال بیشتر تعاونیها از فعالیت نمایشگاهی ارائه می‌شود:

۱- مدیران اکثر شرکت‌های تعاونی نمی‌دانند که برای حضور در نمایشگاه باید چه معیارها و خصوصیات را رعایت کنند. اصولاً از غرغره‌آرایی، برخورد مناسب با بازدید کننده، ارزیابی نتایج، برنامه‌ریزی برای نمایشگاه و... اطلاع چندانی ندارند. به

همین دلیل نمی‌دانند که از نمایشگاه چگونه باید استفاده کنند. بنابراین باز هم به آموزش نیاز است. نه فقط در مقوله نمایشگاه، بلکه در زمینه گسترده بازاریابی، ادارات آموزش تعاون استانها باید به سرعت مباحث بازرگانی را بطور جدی در برنامه کار خود قرار دهند. در این آموزش تشکیل دوره‌های عادی که دو، سه ماه به طول خواهند انجامید، مورد نظر نیست بلکه بیشتر تشکیل کنفرانسها و سمینارهای یک یا دوازده باید مورد توجه قرار گیرند.

۲- عدم ارائه گزارش پایانی به همراه صورت هزینه‌ها و درآمدهای هر نمایشگاه، فقدان خصوصیت و برجستگی نشأت گرفته از نظام تعاونی در فعالیت نمایشگاهی مجریان بخش تعاونی، به راحتی انسان را به این نتیجه رهنمون می‌شود که مجریان نمایشگاهی بخش تعاون نیز - نظیر بخش خصوصی - از فعالیت نمایشگاهی خود سود بیشتر را طلب می‌کنند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که برخی از مجریان نمایشگاهی در بخش تعاون با موضوع برگزاری نمایشگاه تجاری برخورد نکنند.

۳- نظام تعاونی دارای دو بعد اجتماعی و اقتصادی است. بسیار بدیهی است که اگر شرکت‌های تعاونی از بعد اقتصادی به موفقیت قابل قبول نایل نگردند، تمامی ترویجها و تبلیغها برای نظام تعاونی نقش بر آب زدن است. بنابراین پیشنهاد می‌شود که تحت ضوابطی خاص، سهمی از ۴ درصد حق آموزش تعاون به گسترش فعالیت نمایشگاهی بخش تعاون اختصاص یابد.

وضعیت شرکتهای تعاونی پرورش دام و طیور

تا پایان سال ۱۳۷۵



برنامه ریزیهای دقیق بر مبنای میزان رشد جمعیت و میزان افزایش تولیدات و تامین حداقل نیاز مصرفی و کاهش و قطع وابستگی به کشورهای دیگر در رابطه با تامین اولین نیاز انسانی اهمیت خاصی پیدا می کند.

در حال حاضر میزان واردات عمده ای که در رابطه با محصولات دامی مطرح می باشد میزان واردات ۸۰-۷۵ هزار تن گوشت قرمز می باشد که با برنامه ریزیهای انجام شده امور دام و طیور کشور تا ۲ سال آینده از حیث تامین گوشت و فرآورده های دامی خودکفا خواهیم شد.

باتوجه به اهداف پیش بینی شده و اجرای برنامه های توسعه سی سال

مقدمه:

افزایش روز افزون جمعیت جهان و نیاز جوامع انسانی به تامین پروتئین خصوصاً پروتئین حیوانی اهمیت پرداختن به حل مسائل تغذیه ای دنیای آینده را مشخص می کند. هنگامی که به دلیل رشد بیش از حد جوامع انسانی و مصرف مواد غذایی و کمبود و کاهش منابع اولیه تولید با مشکلات تامین نیازمندیهای اولیه انسانی که مهمترین آنها همانا غذا می باشد مواجه می شویم. نتیجتاً نحوه ارائه

گذشته، تولید مواد پروتئین از ۵۲۷ میلیون تن در جهان طی سال ۱۹۷۶ به ۷۶۴ میلیون تن در سال ۱۹۹۴ رسیده است. این رشد در طول ۲۵ سال، افزایش درخور توجهی است یعنی معادل ۴۵٪ درحالیکه رشد جمعیت دنیا فقط ۲۹ درصد بوده است. نتیجتاً در راستای بهبود شاخص پایه توسعه انسانی، سرانه مصرف مواد پروتئینی خصوصاً با منشاء دامی از شتاب بیشتری برخوردار بوده است و در کلان رشد ۷/۵٪ سرانه مصرف مواد پروتئینی در جهان را شاهد هستیم. در بخش مواد پروتئینی با منشاء دامی با رشد ۱۶٪ مواجه ایم. تولید در حال حاضر، بویژه در بخش مرغ و تخم مرغ مورد توجه خاص است که براساس آمار ۱۹۹۴ تولید گوشت مرغ به مرز ۵۰ میلیون تن، و تخم مرغ به مرز ۴۰ میلیون تن و در مجموع، ۹۰ میلیون تن تولید جهانی برای پاسخگویی به نیازهای جامعه جهانی بوده که رشدی درخور توجه است. در ایران نیز بر همین منوال با شتاب افزونتر در طی ۵ یا ۶ سال گذشته با برنامه ریزیهایی که صورت گرفته تا سال ۱۴۰۰ برنامه افزایش تولید تا مرز یک میلیون ۳۳۸ هزارتن مرغ و ۹۳۱ هزار تن تخم مرغ پیش بینی شده است که این اهداف همه پاسخگویی به نیازهای جمعیتی است که افزایش خواهد یافت و هم یک تغییر در سرانه مصرف.

در حال حاضر میزان سرانه مصرف

۱۰/۴ کیلوگرم در گوشت مرغ می باشد که پیش بینی افزایش تا ۱۲/۴ کیلوگرم شده است. میزان مصرف سرانه تخم مرغ هم ۹/۳ کیلوگرم می باشد که آن هم به ۱۰ کیلوگرم افزایش خواهد یافت. شایان توجه است که در حال حاضر مصرف سرانه جهانی تخم مرغ مقدار ۶ کیلوگرم و در رابطه با گوشت مرغ ۸ کیلوگرم می باشد.

همچنین در حال حاضر تولید کشور ۱۲۵۵۰۰۰ تن مرغ و تخم مرغ می باشد که میزان تولید مرغ ۶۸۵ هزار تن و تخم مرغ ۵۷۰ هزار تن برآورد می گردد.

علاوه بر این میزان با تولید گوشت قرمز کشور ۷۰۰ هزار تن در سال بوده که از این مقدار ۵۴٪ گوشت قرمز از گوسفند و بز تولید شده و ۳۱/۶٪ از جمعیت گاو کشور قابل تولید می باشد و میزان واردات در این رابطه حدود ۷۵-۸۰ هزار تن می باشد.

همچنین سالانه ۴۸۹۵۰۰۰ تن شیر خام در کشور تولید می شود که از این میزان ۲/۲ میلیون تن شیر خام به فرآورده های

لبنی تبدیل می گردد. از این مقدار ۷۰٪ شیر تولیدی در روستاها و بقیه در گاوداریهای صنعتی تولید می شود.

میزان تولید عسل نیز رقمی در حدود ۲۲۵۰۰ تن در سال می باشد.

در مجموع در سال ۷۶ افزایش نسبت به سال ۷۵، ۳۰۰ هزار تن در بخش تولیدات دام و طیور کشور افزایش خواهیم داشت. در حال حاضر از مشکلات عمده مطرح شده در رابطه با صنعت دام و طیور کشور می توان به تامین علوفه - تجهیز منابع مالی - خرید تعادلی گوشت از تولیدکنندگان و تضمین خرید محصولات با نرخ مناسب و ثابت و همچنین استفاده و تلاش در جهت بکارگیری از تمام منابع و ظرفیت های واحدهای تولیدی اشاره کرد. امید است با برنامه ریزیهای مناسب و هماهنگی های لازم در تولید و سیاستگذاریهای مناسب این موارد قابل حصول شود.

عملکرد ادارات کل تعاون در رابطه با تشکیل شرکتهای تعاونی دام و طیور

بساتوجه به تقسیم بندیهای دفتر اقتصادی و برنامه ریزی شرکتهای تعاونی دام و طیور به پنج بخش:

۱- دامپروری، ۲- دامداری، ۳- پرورش طیور، ۴- مرغداری، ۵- زنبورداری تقسیم می شوند که هر یک از این بخشها نه بطور دقیق بلکه به طور تقریبی شامل:

- ۱- دامپروری (شامل: الف) پرورش گاو شیری، ب) گوساله پروری (ج) شتر د) پرورش سایر حیوانات اهلی
- ۲- دامداری (شامل: الف) پرورش گوسفند و بز ب) گوسفند داشتی
- ۳- پرورش طیور (شامل: مرغ مادر
- ۴- مرغداری (شامل: الف) مرغ گوشتی ب) مرغ تخمگذار ج) جوجه یکروزه د) بوقلمون و سایر پرندگان اهلی می گردد.

بساتوجه به عملکرد ادارات تعاون در رابطه با تشکیل شرکتهای دام و طیور تا پایان سال ۷۵، براساس آمار ارائه شده توسط دفتر اقتصادی و برنامه ریزی وزارت تعاون ۳۰۴۲ شرکت تعاونی با ۲۷۴۲۷ نفر عضو، در زیربخشهای دام و طیور توسط ادارات کل تعاون استانی تشکیل گردیده که از این میان

* مرغداری با ۱۵۵۳ شرکت تعاونی و ۱۳۰۷۱ نفر عضو بیشترین سهم را در این زمینه داراست و در حدود ۵۱٪ از تعداد تعاونیها و ۴۷٪ از اعضاء را به خود اختصاص داده است.

۲- زیربخش دامپروری با ۸۲۴ شرکت تعاونی و ۸۶۲۷ نفر عضو در ردیف دوم جدول قرار گرفته که به تنهایی ۲۷٪ از تعداد و ۳۱٪ از اعضاء متشکله شرکتهای تعاونی دام و طیور را تحت پوشش دارد.

۳- زیربخش دامداری با ۴۵۵ شرکت تعاونی و ۴۲۳۱ نفر عضو ۲۹٪ شرکتهای

وضعیت شرکتهای تعاونی دام و طیور تا پایان سال ۷۴

ردیف	گرایش	تعداد تعاونی	تعداد اعضاء	سرمایه	کل اشتغال
۱	دامپروری	۷۲۰	۷۶۵۲	۱۱۴۶۹۲۲۳	۹۱۸۲
۲	دامداری	۴۱۳	۳۷۴۹	۷۴۸۶۴۹۴	۴۴۹۹
۳	پرورش طیور	۱۳	۱۰۳	۷۱۷۳۰۰	۱۲۳
۴	مرغداری	۱۴۲۰	۱۱۷۵۸	۲۸۸۳۷۲۷۰	۱۴۱۰۹
۵	زنبورداری	۱۷۲	۱۱۹۵	۶۴۸۴۱۳	۱۴۳۴
	جمع	۲۷۳۸	۲۴۴۵۷	۴۹۱۵۸۷۰۰	۲۹۳۲۷

وضعیت شرکتهای تعاونی دام و طیور تا پایان سال ۷۴

ردیف	گرایش	تعداد تعاونی	تعداد اعضاء	سرمایه	کل اشتغال
۱	دامپروری	۸۲۴	۸۶۲۷	۱۷۷۶۲۸۴۳	۱۰۳۵۲
۲	دامداری	۴۵۵	۴۲۳۱	۹۵۶۶۲۳۴	۵۰۷۷
۳	پرورش طیور	۱۶	۱۴۸	۹۵۰۲۰۰	۱۷۸
۴	مرغداری	۱۵۵۳	۱۳۰۷۱	۴۰۹۰۹۶۰۱	۱۵۶۸۵
۵	زنبورداری	۱۹۴	۱۳۵۰	۱۰۹۷۸۵۳	۱۶۲۰
	جمع	۳۰۴۲	۲۷۴۲۷	۷۰۲۸۶۷۳۱	۳۲۹۱۲

وضعیت شرکتهای تعاونی دامپرووری تا پایان سال ۷۵

(ارقام به هزار ریال)

ردیف	نام استان	تعداد تعاونی	جمع اعضا	سرمایه
۱	آذربایجان شرقی	۱۸	۱۷۳	۳۸۸۵۰
۲	آذربایجان غربی	۸۲	۶۲۱	۲۱۶۲۶۵۷
۳	اردبیل	-	-	-
۴	اصفهان	۱۱	۱۰۸	۳۸۶۵۵۰
۵	ایلام	۲۱	۲۹۱	۷۰۷۵۵۰
۶	بوشهر	۶	۴۲	۶۴۰۰
۷	تهران	۲۳	۱۶۴	۲۶۹۶۹۸
۸	چهارمحال و بختیاری	۸	۵۵	۲۷۷۲۰
۹	خراسان	۲۲	۱۷۴	۹۸۳۲۴۵
۱۰	خوزستان	۸	۷۶	۱۶۵۳۵۰
۱۱	زنجان	۵	۴۱	۱۶۰۲۵۰
۱۲	سمنان	۸	۵۹	۵۲۹۲۰
۱۳	سیستان و بلوچستان	۵	۱۲۲	۱۱۰۲۰
۱۴	فارس	۱۴	۱۱۱	۶۳۶۶۵۰
۱۵	قم	۳	۱۴	۲۵۰۰
۱۶	کردستان	۶	۵۰	۸۶۵۰۰
۱۷	کرمان	۳۷	۲۷۴	۸۷۹۳۰
۱۸	کرمانشاه	۶۸	۶۰۷	۱۸۵۸۲۴۰
۱۹	کهگیلویه و بویراحمد	۰	۰	۰
۲۰	گیلان	۱۴	۱۹۲	۳۷۶۷۶۶
۲۱	لرستان	۱۲	۷۳	۱۲۲۵۰
۲۲	مرکزی	۱۲	۳۱۷	۶۵۳۳۵۰
۲۳	مازندران	۲۱	۱۴۱	۲۳۰۲۵۳
۲۴	هرمزگان	۲۹	۲۳۳	۳۷۲۹۹۰
۲۵	همدان	۶	۲۴۹	۱۰۱۴۹۰
۲۶	یزد	۶	۴۴	۱۷۴۰۸۵
	جمع	۲۵۵	۴۲۳۱	۹۵۶۶۲۳۴

تعاونی و ۱۵/۴٪ اعضا تعاونیها را در زیربخش دام و طیور دارا می باشد.

۴- شرکتهای تعاونی زنبورداری با ۱۹۴ شرکت تعاونی و ۱۳۵۰ نفر عضو ۶/۳٪ از کل تعاونیها و ۴/۹٪ از اعضا را این زمینه فعال نموده است.

۵- زیربخش طیور با ۱۶ شرکت تعاونی و ۱۴۸ نفر عضو کمترین تعداد تعاونیها و اعضا را داراست یعنی ۰/۵٪ از تعاونیها و ۰/۵٪ از تعداد اعضا.

همچنین در بررسی صورت گرفته و با مقایسه فعالیتهای مختلف زیر بخش دام و طیور در طی سال ۷۵ مشخص می گردد که استانهای کشور در این زیربخش فعالیت بیشتری نموده اند:

۱- زیربخش مرغداری با ۱۳۳ شرکت تعاونی از مجموع ۳۰۴ شرکت متشکله در بخش ۴۳٪ از شرکتهای تعاونی را بخود اختصاص داده اند.

۲- زیربخش دامپروری با ۱۰۴ شرکت تعاونی از مجموع ۳۰۴ شرکت متشکله در بخش، ۳۴٪ از شرکتهای تعاونی را زیر پوشش دارند.

۳- زیربخش دامداری با ۴۲ شرکت از مجموع ۳۰۴ شرکت متشکله در بخش ۱۳/۸٪ از شرکتهای تعاونی را در بر گرفته اند.

۴- زیربخش زنبورداری با ۲۲ شرکت از مجموع ۳۰۴ شرکت متشکله در بخش ۷/۲٪ تعاونیها را تشکیل داده اند.

۵- زیربخش طیور با ۳ شرکت از مجموع ۳۰۴ شرکت متشکله در بخش، ۰/۹٪ تعاونیها را تشکیل داده اند.

شرکتهای تعاونی دامپروری

در این بخش از فعالیتهای تعاونی مجموع شرکتهای متشکله تا پایان سال ۷۵، ۸۲۴ شرکت بشرح ذیل بوده است:

۱- اداره کل تعاون استان کرمان با ۹۶ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱۱/۶٪ از کل تعاونیها)

۶- اداره کل تعاون استان کردستان با ۴۱ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۴/۹٪)
 ۷- اداره کل تعاون استان یزد با ۳۸ شرکت از ۸۲۶ شرکت تعاونی (۴/۶٪)
 ۸- اداره کل تعاون استان تهران با ۳۸ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۳/۴٪)
 ۹- اداره کل تعاون استان هرمزگان با ۳۶ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۴/۳٪)
 ۱۰- اداره کل تعاون استان فارس با ۳۲

۲- اداره کل تعاون استان سیستان و بلوچستان با ۹۴ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱۱/۴٪)
 ۳- اداره کل تعاون استان کرمانشاه با ۹۲ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱۱/۲٪)
 ۴- اداره کل تعاون استان لرستان با ۷۵ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۹/۱٪)
 ۵- اداره کل تعاون استان اردبیل با ۴۶ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۵/۶٪)

شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۴٪)

۱۱- اداره کل تعاون استان کهگیلویه و بویراحمد با ۲۷ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۳/۳٪)

۱۲- اداره کل تعاون استان خراسان با ۲۶ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۳۰/۱٪)

۱۳- اداره کل تعاون استان خوزستان با ۲۵ شرکت از ۸۲۶ شرکت تعاونی (۳٪)

۱۴- اداره کل تعاون استان سمنان با ۲۴ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۲/۹٪)

۱۵- اداره کل تعاون استان مازندران با ۲۲ شرکت از ۸۲۶ شرکت تعاونی (۲/۶٪)

۱۶- اداره کل تعاون استان زنجان با ۱۷ شرکت از ۸۲۶ شرکت تعاونی (۲٪)

۱۷- اداره کل تعاون استان گیلان با ۱۶ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱/۹٪)

۱۸- اداره کل تعاون استان ایلام با ۱۶ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱/۹٪)

۱۹- اداره کسل تعاون استان آذربایجان غربی با ۱۳ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱/۵٪)

۲۰- اداره کل تعاون استان همدان با ۱۲ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱/۴٪)

۲۱- اداره کل تعاون استان بوشهر با ۱۲ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱/۴٪)

۲۲- اداره کل تعاون استان اصفهان با ۱۱ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۱/۳٪)

۲۳- اداره کل تعاون استان مرکزی با ۷ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۰/۸٪)

۲۴- اداره کسل تعاون استان آذربایجان شرقی با ۵ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۰/۶٪)

۲۵- اداره کل تعاون استان چهارمحال و بختیاری با ۲ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۰/۲٪)

۲۶- اداره کل تعاون استان قم با ۱ شرکت از ۸۲۴ شرکت تعاونی (۰/۱۰٪)

جمع کل ۰/۱۰۰

باتوجه به تعداد تعاونیهایی که در طی

۱۳- استان مرکزی با تشکیل ۳ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۲/۹٪

۱۴- استان مازندران با تشکیل ۳ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۲/۹٪

۱۵- استان اصفهان با تشکیل ۳ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۲/۹٪

۱۶- استان اردبیل با تشکیل ۳ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۲/۹٪

۱۷- استان گیلان با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱/۹٪

۱۸- استان آذربایجان غربی با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱/۹٪

۱۹- استان خوزستان با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱/۹٪

۲۰- استان ایلام با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱/۹٪

۲۱- استان بوشهر با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱/۹٪

۲۲- استان هرمزگان با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱/۹٪

و بقیه استانها که عبارتند از آذربایجان شرقی، چهار محال و بختیاری، لرستان و قم شرکتی در این زمینه تشکیل نداده اند.

۲- شرکتهای تعاونی دامداری؛ همانگونه که قبلاً اشاره کردید این

سال ۷۵ تشکیل گردیده اند فعالترین استانها در این زمینه برترتیب ذیل بوده اند:

۱- استان خراسان با تشکیل ۱۳ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱۲/۵٪

۲- استان فارس با تشکیل ۱۰ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۹/۶٪

۳- استان کرمان با تشکیل ۹ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۸/۶٪

۴- استان زنجان با تشکیل ۹ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۸/۶٪

۵- استان کهگیلویه و بویراحمد با تشکیل ۶ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۵/۷٪

۶- استان همدان با تشکیل ۶ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۵/۷٪

۷- استان یزد با تشکیل ۵ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۴/۸٪

۸- استان کرمانشاه با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۹- استان سیستان و بلوچستان با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۱۰- استان کردستان با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۱۱- استان سمنان با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۱۲- استان تهران با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

سال ۷۵ تشکیل گردیده اند فعالترین استانها در این زمینه برترتیب ذیل بوده اند:

۱- استان خراسان با تشکیل ۱۳ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۱۲/۵٪

۲- استان فارس با تشکیل ۱۰ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۹/۶٪

۳- استان کرمان با تشکیل ۹ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۸/۶٪

۴- استان زنجان با تشکیل ۹ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۸/۶٪

۵- استان کهگیلویه و بویراحمد با تشکیل ۶ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۵/۷٪

۶- استان همدان با تشکیل ۶ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۵/۷٪

۷- استان یزد با تشکیل ۵ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۴/۸٪

۸- استان کرمانشاه با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۹- استان سیستان و بلوچستان با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۱۰- استان کردستان با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۱۱- استان سمنان با تشکیل ۴ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

۱۲- استان تهران با تشکیل ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۱۰۴ شرکت تشکیل شده در بخش دامپروری با ۳/۸٪

زیربخش کشاورزی شامل شرکتهای تعاونی پرورش گوسفند و بز و پرورش گوسفند داشتی می‌باشد.

باتوجه به زمینه‌های مساعد فعالیت این زیربخش در استانهای کشور طی سال ۷۵، ۴۵۵ شرکت تعاونی تشکیل گردیده که به ترتیب استانهای فعال در این زمینه عبارتند از:

۱- اداره کل تعاون استان آذربایجان غربی با ۸۲ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت ۱۸٪ از تعاونیها

۲- اداره کل تعاون استان کرمانشاه با ۶۸ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۱۴/۹٪)

۳- اداره کل تعاون استان کرمان با ۲۷ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۸/۱٪)

۴- اداره کل تعاون استان هرمزگان با ۲۹ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۶/۳٪)

۵- اداره کل تعاون استان تهران با ۲۳ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۶٪)

۶- اداره کل تعاون استان خراسان با ۲۲ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۴/۸٪)

۷- اداره کل تعاون استان مازندران با

۲۱ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۴/۶٪)

۸- اداره کل تعاون استان آذربایجان شرقی با ۱۸ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۳/۹٪)

۹- اداره کل تعاون استان گیلان با ۱۴ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۳٪)

۱۰- اداره کل تعاون استان فارس با ۱۴ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۳٪)

۱۱- اداره کل تعاون استان مرکزی با ۱۲ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۲/۶٪)

۱۲- اداره کل تعاون استان لرستان با ۱۲ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۲/۶٪)

۱۳- اداره کل تعاون استان اصفهان با ۱۱ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۲/۴٪)

۱۴- اداره کل تعاون استان خوزستان، چهارمحال و سمنان هر یک با ۸ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۱/۷٪)

۱۵- اداره کل تعاون استانهای بوشهر، یزد، کردستان و همدان هر یک با ۶ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۱/۳٪)

۱۶- اداره کل تعاون استان زنجان، سیستان و بلوچستان هر یک با ۵ شرکت

تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۱٪)

۱۷- اداره کل تعاون استان قم با ۳ شرکت تعاونی از مجموع ۴۵۵ شرکت (۰/۶٪)

۱۸- ادارات کل تعاون استان اردبیل و کهگیلویه و بویراحمد در این زمینه تعاونی تشکیل نداده‌اند.

همچنین باتوجه به تعداد تعاونیهای متشکله در طی سال ۷۵ که قریب به ۴۳ شرکت تعاونی بوده است به ترتیب:

۱- آذربایجان غربی با ۷ شرکت تعاونی از مجموع ۴۳ شرکت متشکله (۱۶٪)،

تعاونیها را به خود اختصاص داده است.

۲- خراسان با ۵ شرکت تعاونی از مجموع ۴۳ شرکت متشکله (۱۱/۶٪)،

تعاونیها را به خود اختصاص داده است.

۳- استانهای کرمان، فارس، مرکزی هر یک با ۳ شرکت تعاونی از مجموع ۴۳ شرکت متشکله ۷٪ از تعاونیها را به خود اختصاص داده‌اند.

۴- استانهای گیلان، کردستان، همدان و ایلام هر یک با ۲ شرکت تعاونی از مجموع ۴۳ شرکت متشکله ۴/۶٪ از تعاونیها را به خود اختصاص داده‌اند.

۵- استانهای مازندران، اصفهان، زنجان هر یک با ۱ شرکت تعاونی از مجموع ۴۳ شرکت متشکله ۲/۳٪ از تعاونیها را به خود اختصاص داده‌اند و استانهای

آذربایجان شرقی، کرمانشاه، خوزستان، سیستان و بلوچستان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد، بوشهر، سمنان، یزد، هرمزگان، تهران، قم و اردبیل هیچگونه شرکتی در این زمینه در سال ۷۵ تشکیل نداده‌اند.

۳- شرکتهای تعاونی مرغداری:

این زیربخش از فعالیتهای دام و طیور شامل شرکتهای تعاونی پرورش مرغ گوشتی، مرغ تخمگذار، جوجه یکروزه و بوقلمون می‌باشد.

عمده فعالیت شرکتهای تعاونی



پرورش طیور در زمینه پرورش مرغ گـوشـتی است که شرکتهای تعاونی متقاضی بدلیل سهولت امر پرورش و توجیـهات اقتصادی مناسب در مقاطع زمانی خاص تمایل بیشتری جهت فعالیت در این زمینه را از خود نشان می دهند. بطوریکه تا پایان سال ۱۵۵۲، ۷۵ شرکت تعاونی با ۱۳۰۷۱ نفر عضو هزار ریال تشکیل گردیده اند که نسبت به تعداد

تعاونیهای متشکله به ترتیب ادارات کل تعاون استانهای ارقام ذیل را به خود اختصاص داده اند:

- ۴- کرمان با ۹۵ شرکت تعاونی (۶/۱٪)
 ۵- لرستان با ۹۴ شرکت تعاونی (۶٪)
 ۶- اصفهان با ۸۲ شرکت تعاونی (۵/۲٪)
 ۷- سیستان و بلوچستان با ۷۵ شرکت تعاونی (۴/۸٪)
 ۸- فارس با ۶۹ شرکت تعاونی (۴/۴٪)
 ۹- مرکزی با ۶۰ شرکت تعاونی (۳/۸٪)
 ۱۰- آذربایجان غربی با ۵۴ شرکت تعاونی (۳/۴٪)

- ۱- مازندران با ۱۵۵ شرکت تعاونی (۹/۹٪)
 ۲- خوزستان با ۱۳۱ شرکت تعاونی (۸/۴٪)
 ۳- خراسان با ۹۷ شرکت تعاونی (۶/۲٪)

وضعیت شرکتهای تعاونی مرغداری تا پایان سال ۷۵

(ارقام به هزار ریال)

- ۱۱- گیلان، بوشهر، سمنان با ۴۹ شرکت تعاونی (۳/۱٪)
 ۱۲- هرمزگان و زنجان با ۴۸ شرکت تعاونی (۲٪)
 ۱۳- آذربایجان شرقی با ۴۷ شرکت تعاونی (۳٪)
 ۱۴- یزد با ۲۰ شرکت تعاونی (۱٪)
 ۱۵- کهگیلویه و بویراحمد با شرکت تعاونی (۱٪)
 ۱۶- چهارمحال و بختیاری با ۲۰ شرکت تعاونی (۱٪)
 ۱۷- تهران با ۳۸ شرکت تعاونی (۲/۴٪)
 ۱۸- ایلام و کردستان با ۳۶ شرکت تعاونی (۲/۳٪)
 ۱۹- کرمانشاه با ۳۵ شرکت تعاونی (۲/۲٪)
 ۲۰- همدان با ۳۳ شرکت تعاونی (۲/۱٪)
 ۲۱- اردبیل با ۲۸ شرکت تعاونی (۱/۸٪)
 ۲۲- قم با ۲۱ شرکت تعاونی (۱/۳٪)
 همچنین با مقایسه تعداد شرکتهای تعاونی موجود در ابتدای سال ۷۵ تعداد ۱۳۳ شرکت تعاونی در زمینه مرغداری توسط ادارات کل تعاون تشکیل گردیده است که با عنایت به نوع فعالیت تولید و محیط بسته واحدهای مرغداری اکثر استانهای کشور مستعد فعالیت در این بخش هستند که وضعیت و تعداد شرکتهای متشکله طی سال ۷۵ به ترتیب استانهای فعال بشرح ذیل می باشد.

ردیف	نام استان	تعداد تعاونی	جمع اعضاء	سرمایه
۱	آذربایجان شرقی	۴۷	۲۲۲	۳۳۸۸۰۵
۲	آذربایجان غربی	۵۴	۴۰۳	۱۳۸۹۶۳۲
۳	اردبیل	۲۸	۲۵۳	۷۲۶۱۹۰
۴	اصفهان	۸۲	۶۸۷	۱۹۹۰۳۵۵
۵	ایلام	۲۶	۲۹۴	۱۶۷۶۷۰
۶	بوشهر	۴۹	۴۷۳	۲۴۱۹۴۱۰
۷	تهران	۳۸	۲۵۹	۴۲۲۶۸۴
۸	چهارمحال و بختیاری	۴۰	۳۶۴	۱۴۲۶۶۷۵
۹	خراسان	۹۷	۱۰۵۶	۵۸۰۶۷۵۰
۱۰	خوزستان	۱۳۱	۱۰۰۰	۷۲۹۲۴۰۸
۱۱	زنجان	۴۸	۴۲۲	۳۳۱۲۹۹۰
۱۲	سمنان	۴۹	۴۳۷	۱۸۹۳۹۰۴
۱۳	سیستان و بلوچستان	۷۵	۶۰۶	۲۶۴۲۲۲۸
۱۴	فارس	۶۹	۶۷۷	۲۷۵۲۴۰۸
۱۵	قم	۲۱	۱۰۹	۲۳۱۵۰
۱۶	کردستان	۲۶	۳۲۱	۴۷۶۰۹۵
۱۷	کرمان	۹۵	۷۱۳	۱۵۰۲۸۹۳
۱۸	کرمانشاه	۳۵	۲۷۷	۱۳۱۴۵۱۰
۱۹	کهگیلویه و بویراحمد	۴۱	۲۹۲	۸۲۹۲۸۲
۲۰	گیلان	۴۹	۹۰۱	۷۷۰۳۲۹
۲۱	لرستان	۹۴	۶۹۳	۹۶۴۵۲۰
۲۲	مرکزی	۶۰	۴۱۶	۱۱۹۴۰۷۸
۲۳	مازندران	۱۵۵	۱۱۶۹	۴۵۷۴۱۳۸
۲۴	هرمزگان	۴۸	۳۶۰	۱۷۵۲۵۰۵
۲۵	همدان	۳۳	۲۳۸	۵۵۶۴۳۶
۲۶	یزد	۴۳	۳۲۸	۹۳۰۵۸۵
	جمع	۱۵۵۲	۱۳۰۷۱	۴۰۹۰۹۶۰۱

وضعیت شرکتهای تعاونی مرغداری تا پایان سال ۷۵

(ارقام به هزار ریال)

ردیف	نام استان	تعداد تعاونی	جمع اعضاء	سرمایه
۱	آذربایجان شرقی	۲	۱۴	۹۰۰۰
۲	آذربایجان غربی	۸	۵۲	۲۳۷۰۰
۳	اردبیل	۲۳	۲۳۷	۲۷۴۹۵۰
۴	اصفهان	۵	۳۵	۵۴۷۱۰
۵	ایلام	۰	۰	۰
۶	بوشهر	۱	۱۲	۳۰۵۰
۷	تهران	۲	۱۴	۶۳۰۰
۸	چهارمحال و بختیاری	۲۷	۱۸۴	۷۸۷۲۰
۹	خراسان	۴	۳۶	۷۳۹۰۰
۱۰	خوزستان	۳	۱۹	۳۴۷۴۰
۱۱	زنجان	۷	۴۱	۵۴۶۴۰
۱۲	سمنان	۳	۱۶	۳۱۲۰
۱۳	سیستان و بلوچستان	۱	۱۰	۲۱۰۰
۱۴	فارس	۱۰	۹۵	۴۷۵۸۰
۱۵	قم	۰	۰	۰
۱۶	کردستان	۱۶	۱۱۲	۲۶۳۸۲۷
۱۷	کرمان	۶	۴۳	۱۱۵۲۰
۱۸	کرمانشاه	۵	۳۲	۲۶۰۰
۱۹	کهگیلویه و بویراحمد	۱	۷	۲۰۰۰
۲۰	گیلان	۱۴	۱۲۱	۱۷۳۲۹
۲۱	لرستان	۳۷	۲۴۵	۴۳۱۱۷
۲۲	مازندران	۲	۱۴	۱۱۲۰۰
۲۳	مرکزی	۵	۲۷	۴۳۵۰
۲۴	هرمزگان	۰	۰	۰
۲۵	همدان	۱	۷	۱۵۴۰۰
۲۶	یزد	۱	۷	۴۲۰۰۰
	جمع	۱۹۴	۱۳۵۰	۱۰۹۷۸۵۳

۱- استان زنجان با ۲۵ شرکت تعاونی از مجموع ۱۳۳ شرکت ۱۸٪ از تعاونیها

۲- استان خراسان با ۱۹ شرکت (۱۰/۵٪)

۳- استان سیستان و بلوچستان با ۱۴ شرکت تعاونی (۱۰/۵٪)

۴- استان چهارمحال و بختیاری با ۱۱ شرکت تعاونی (۸/۲٪)

۵- استان لرستان، سمنان با ۹ شرکت تعاونی (۶/۷٪)

۶- استان مازندران، بوشهر با ۷ شرکت تعاونی (۵/۲٪)

۷- استان یزد با ۶ شرکت تعاونی (۴/۵٪)

۸- استان اصفهان با ۵ شرکت تعاونی (۳/۷٪)

۹- استان آذربایجانغربی، مرکزی، فارس با ۴ شرکت تعاونی (۳٪)

۱۰- استان هرمزگان با ۳ شرکت تعاونی (۲/۲٪)

۱۱- استان خوزستان، کرمان، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد، اردبیل، آذربایجانشرقی با ۲ شرکت تعاونی (۱/۵٪)

۱۳- شرکتهای تعاونی مرغداری:

این زیربخش از فعالیتهای دام و طیور شامل شرکتهای تعاونی پرورش مرغ گوشتی، مرغ تخمگذار، جوجه یکروزه و بوقلمون می باشد.

عمده فعالیت شرکتهای تعاونی پرورش طیور در زمینه پرورش مرغ گوشتی است که شرکتهای تعاونی متقاضی بدلیل سهولت امر پرورش و توجیحات اقتصادی مناسب در مقاطع زمانی خاص تمایل بیشتری جهت فعالیت در این زمینه را از خود نشان می دهند.

بطوریکه تا پایان سال ۷۵، ۱۵۵۳ شرکت تعاونی با ۱۳۰۷۱ نفر عضو هزار ریال تشکیل گردیده اند که نسبت به تعداد تعاونیهای متشکله به ترتیب ادارات کل

تعاون استانهای ارقام ذیل را به خود اختصاص داده اند:

۱- مازندران با ۱۵۵ شرکت تعاونی (۹/۹٪)

۲- خوزستان با ۱۳۱ شرکت تعاونی (۸/۴٪)

۳- خراسان با ۹۷ شرکت تعاونی (۶/۲٪)

۴- کرمان با ۹۵ شرکت تعاونی (۶/۱٪)

۵- لرستان با ۹۴ شرکت تعاونی (۶٪)

۶- اصفهان با ۸۲ شرکت تعاونی (۵/۲٪)

۷- سیستان و بلوچستان با ۷۵ شرکت تعاونی (۴/۸٪)

۸- فارس با ۶۹ شرکت تعاونی (۴/۴٪)

۹- مرکزی با ۶۰ شرکت تعاونی (۳/۸٪)

۱۰- آذربایجان غربی با ۵۴ شرکت تعاونی (۳/۴٪)

- ۱۱- گیلان، بوشهر، سمنان با ۲۹ شرکت تعاونی (۳/۱٪)
- ۱۲- هرمزگان و زنجان با ۴۸ شرکت تعاونی (۳٪)
- ۱۳- آذربایجان شرقی با ۴۷ شرکت تعاونی (۳٪)
- ۱۴- یزد با ۲۰ شرکت تعاونی (۱٪)
- ۱۵- کهگیلویه و بویراحمد با شرکت تعاونی (۱٪)
- ۱۶- چهارمحال و بختیاری با ۲۰ شرکت تعاونی (۱٪)
- ۱۷- تهران با ۳۸ شرکت تعاونی (۲/۴٪)
- ۱۸- ایلام و کردستان با ۳۶ شرکت تعاونی (۲/۳٪)
- ۱۹- کرمانشاه با ۳۵ شرکت تعاونی (۲/۲٪)

- ۲۰- همدان با ۳۳ شرکت تعاونی (۲/۱٪)
- ۲۱- اردبیل با ۲۸ شرکت تعاونی (۱/۸٪)
- ۲۲- قم با ۲۱ شرکت تعاونی (۱/۳٪)
- همچنین با مقایسه تعداد شرکتهای تعاونی موجود در ابتدای سال ۷۵ تعداد ۱۳۳ شرکت تعاونی در زمینه مرغداری توسط ادارات کل تعاون تشکیل گردیده است که با عنایت به نوع فعالیت تولید و محیط بسته واحدهای مرغداری اکثر استانهای کشور مستعد فعالیت در این بخش هستند که وضعیت و تعداد شرکتهای متشکله طی سال ۷۵ به ترتیب استانهای فعال بشرح ذیل می باشد.
- ۱- استان زنجان با ۲۵ شرکت تعاونی از مجموع ۱۳۳ شرکت ۱۸٪ از تعاونیها
- ۲- استان خراسان با ۱۹ شرکت (۱۰/۵٪)
- ۳- استان سیستان و بلوچستان با ۱۴ شرکت تعاونی (۱۰/۵٪)
- ۴- استان چهارمحال و بختیاری با ۱۱ شرکت تعاونی (۸/۲٪)
- ۵- استان لرستان، سمنان با ۹ شرکت تعاونی (۶/۷٪)

- ۶- استان مازندران، بوشهر با ۷ شرکت تعاونی (۵/۲٪)
- ۷- استان یزد با ۶ شرکت تعاونی (۴/۵٪)
- ۸- استان اصفهان با ۵ شرکت تعاونی (۳/۷٪)
- ۹- استان آذربایجان غربی، مرکزی، فارس با ۴ شرکت تعاونی (۳٪)
- ۱۰- استان هرمزگان با ۳ شرکت تعاونی (۲/۲٪)
- ۱۱- استان خوزستان، کرمان، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد، اردبیل، آذربایجان شرقی با ۲ شرکت تعاونی (۱/۵٪)

۴- شرکتهای تعاونی پرورش طیور

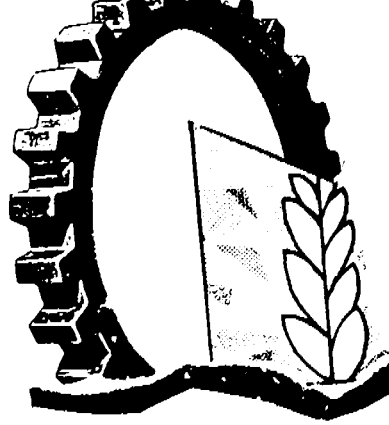
بخش پرورش طیور شامل مرغ مادر و اجداد می باشد. که در این زمینه استانهای کشور فعالیت گسترده ای نداشته و این فعالیت صرفاً محدود به چند استان خاص می گردد. کل تعاونیهای متشکله تا پایان سال ۷۵ در ادارات کل تعاون ۱۶ واحد می باشد که به ترتیب اولویت تعداد تعاونیهایی که توسط ادارات کل تعاون

تشکیل گردیده اند عبارتند از:

- ۱- استان تهران با ۶ شرکت تعاونی از مجموع ۱۶ شرکت ۳۷٪ کل تعاونیها را تشکیل داده.
- ۲- استان ایلام و یزد با ۲ شرکت تعاونی ۱۲/۵٪
- ۳- استان آذربایجان غربی، خوزستان، کرمانشاه، فارس، سمنان و هرمزگان با ۱ شرکت تعاونی از مجموع ۱۶ شرکت ۶/۲٪ کل تعاونیها را تشکیل داده اند.
- و سایر استانها هیچگونه تعاونی در این زمینه تشکیل نداده اند.
- همچنین در طی سال ۷۵ صرفاً ۳ شرکت تعاونی در این زیر بخش تشکیل گردیده و مشخصاً، استانهای تهران، سمنان و آذربایجان غربی این تعاونیها را متشکل نموده اند.

۵- شرکتهای تعاونی زنبورداری

- اهم فعالیتهای ادارات کل تعاون تا پایان سال در زمینه زنبورداری مختص به تشکیل ۱۹۴ شرکت تعاونی گردیده که ذیلاً شرح آن می آید:
- ۱- لرستان با ۲۷ شرکت از مجموع ۱۹۴



تولید نافالص دافلی شافص اندازه‌گیری

فعالیت‌های اقتصادی

از رقیه قدرت

داده‌های آماری مطمئن از فعالیت‌ها و جریانهای اقتصادی کشور و بذل توجه به روابط آماری میان این متغیرها، در چارچوب حسابداری اقتصادی امکان‌پذیر خواهد بود. حسابهای ملی که در قالب جداول استاندارد تنظیم می‌گردد، از جمله مهمترین ابزارهای تحلیلی برای رسیدن به اهداف فوق و ارزیابی مرحله‌ای عملکرد اقتصاد ملی در مسیر تحقق این اهداف می‌باشد.

عمده‌ترین زمینه‌های استفاده از نتایج حسابهای ملی را می‌توان به شرح زیر بیان نمود:

- تجزیه و تحلیل عملکرد و ساختار اقتصادی

- بررسی کارآئی تولید و رفاه اجتماعی جامعه

- تبیین و تشریح روابط موجود بین متغیرهای اقتصادی

- انجام مطالعات تطبیقی و مقایسه قدرت خرید پول ملی کشورها

مسئله‌داری ملی در ایران

کار محاسبات ملی در ایران از زمان تأسیس بانک مرکزی در سال ۱۳۳۹ تاکنون به این بانک محول گردیده است. تا قبل از این دوره برآوردهای انجام شده در زمینه حسابهای ملی ایران بصورت مقطعی و براساس نیازهای خاص در سازمان برنامه و بودجه صورت گرفته است. بهترین برآورد قابل ذکر در سال‌های قبل از تصدی امر توسط بانک مرکزی برآوردهای انجام شده برای سال‌های ۱۳۳۴ و ۱۳۳۶ توسط کارشناسان بوده است.

سیستم اقتصادی در اجزاء متشکله آن ارائه می‌گردد. اجزاء حسابهای ملی نامیده می‌شود، مجموعه حسابهای تولید، هزینه، درآمد، جدول داده ستانده‌های اقتصادی، جدول جریان منابع مالی، ترانزنامه‌های ملی و بخش و حساب ثروت ملی را شامل می‌شود.

امروزه در اکثر کشورهای جهان حسابهای اقتصادی و اجزاء آن بعنوان ابزار برنامه‌ریزی اقتصادی و معیار اندازه‌گیری رشد اقتصادی بکارگرفته می‌شود. همچنین مدل‌های اقتصادی مورد استفاده در برنامه‌ریزی اقتصادی و تحلیل عملکرد اقتصادی غالباً با کمک آمارهای منظم و هماهنگ حسابهای اقتصادی کشور تحقق می‌پذیرد.

بدیهی است که تأمین اهداف اساسی اقتصاد ملی مانند توسعه اقتصادی، برقراری عدالت اجتماعی، امحاء فقر، بیکاری و مبارزه با تورم با تورم با اتکاء به

اهمیت و کاربرد حسابهای مالی

تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات عملیات اقتصادی پیچیده‌ای هستند که برای شناخت و اندازه‌گیری کمی آنها لازم است آمار و اطلاعات گسترده‌ای در اقتصاد ملی جمع‌آوری گردد. بدیهی است که آمار و اطلاعات بصورت پراکنده و نامنظم نمی‌تواند کاربرد مشخص یا فراگیری داشته باشد. لذا می‌باید اطلاعات موردنظر در یک چارچوب منطقی و هماهنگ مرتب شود تا در قالب آن ارائه تصویری روشن و مرتبط از ساختار اقتصادی ملی و نحوه عملکرد فعالیت‌های اقتصادی امکان‌پذیر شود.

مطابق تعریف، بررسی جامع، منظم و کمی فعالیت‌های اقتصادی جامعه طی یک دوره مالی با یکسال، حسابداری اقتصادی که اصطلاحاً حسابهای اقتصادی نامیده می‌شود. در قالب حسابداری اقتصادی اطلاعات مناسبی برای ارزیابی عملکرد

تأمین اهداف اساسی اقتصاد ملی مانند توسعه اقتصادی، برقراری عدالت اجتماعی، امحاء فقر، بیکاری و مبارزه با تورم با اتکاء به داده‌های آماری مطمئن از فعالیت‌ها و جریانهای اقتصادی کشور و بذل توجه به روابط آماری میان این متغیرها، در چارچوب حسابداری اقتصادی امکان‌پذیر خواهد بود.

پس از انتشار برآوردهای فوق و احساس ضرورت برای انجام مطالعات و برآوردهای منسجم‌تر، سازمان برنامه مطالعات و سיעتری در این زمینه انجام داد. سازمان برنامه درآمد ملی کشور را برای دوره ۱۳۴۰-۱۳۳۷ به تفصیل برای بخش‌های مختلف اقتصادی ملی برآورد و منتشر نمود. در همین سال‌ها و قبل از تأسیس بانک مرکزی، برآورد مقدماتی دیگری نیز توسط بانک ملی برای سال ۱۳۳۸ انجام شده است.

با تأسیس بانک مرکزی، امر محاسبات ملی و جمع‌آوری آمارهای موردنیاز آن و نیز برآورد و انتشار شاخص‌های قیمت خرده‌فروشی و عمده‌فروشی به این بانک محول گردید.

از زمان واگذاری محاسبات ملی به بانک مرکزی، کار منظم و پیگیر در این زمینه آغاز گردیده است و تاکنون بانک مرکزی چندین مجموعه حاوی جداول و روش‌های بکار رفته در تدوین حسابهای ملی منتشر نموده است. مجموعه‌های منتشر شده تحت عنوان «حسابهای ملی ایران» شامل اطلاعات بسیار مشروح و مفصلی از آمارهای اقتصادی و جداول ملی می‌باشد.

روش‌های اندازه‌گیری تولید و درآمد ملی

از میان اجزاء حسابهای ملی که قبلاً بیان گردید، حسابهای تولید، هزینه و درآمد از اهمیت خاصی برخوردار است و بخش مهمی از اقتصاد کلان به تحلیل در این خصوص می‌پردازد. شاخص‌هایی که برای اندازه‌گیری حسابهای فوق بکار می‌روند عبارتند از تولید ناخالص داخلی (GDP) و تولید ناخالص ملی (GNP). تولید ناخالص داخلی ارزش ریالی تمامی کالاها و خدمات نهائی است که طی یکسال در محدوده جغرافیائی یک کشور معین تولید می‌شود. تولید ناخالص ملی ارزش ریالی تمامی کالاها و خدمات نهائی است که طی یکسال

در ایران روش اصلی اندازه‌گیری تولید و درآمد ملی روش تولید و جریان کالا می‌باشد که این امر به میزان زیادی ناشی از در اختیار بودن مشروح ارقام تولید در بخش‌های مختلف اقتصادی می‌باشد. روش هزینه بعنوان روش دوم اندازه‌گیری درآمد ملی و کنترل نتایج حاصل از روش تولید بکار می‌رود که اغلب در برگیرنده رقم نسبتاً بزرگی از اشتباهات آماری است تا فاصله تولید ناخالص داخلی در دو روش اندازه‌گیری را پر کند. روش درآمدی یعنی برآورد تولید ملی بر مبنای پرداخت به عوامل اولیه تولید در ایران مانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه، موفقیت آمیز نبوده لذا کاربردی ندارد. روش درآمدی اساساً مبتنی بر اظهار نامه‌های مالیاتی افراد و شرکت‌ها می‌باشد که معمولاً از صحت زیادی برخوردار نمی‌باشند.

اندازه‌گیری تولید و درآمد ملی به روش تولید

از آنجا که سیستم حسابهای ملی ایران به میزان قابل توجهی حول حسابهای تولید شکل گرفته است، در ادامه پس از تعریف با ذکر یک مثال نحوه محاسبه تولید و درآمد ملی را به روش تولید یا اصطلاحاً روش ارزش افزوده بیان می‌کنیم.

روش تولید مبتنی بر اندازه‌گیری ارزش تولیدات جامعه در فرآیند تولید آنها طی یک دوره معین می‌باشد. بدین منظور بایستی از فعالیت تولیدی بنگاهها در طی سال آمارگیری بعمل آید. این آمارگیری منحصر به آمار تولیدات و ارزش آنها نمی‌باشد، بلکه به دلیل وابستگی بنگاههای تولیدی به یکدیگر و استفاده یک بنگاه از محصولات بنگاه دیگر به عنوان مواد اولیه، شامل آمار نهاده‌ها و ارزش آنها نیز می‌گردد. بدین ترتیب می‌توان به خالص ارزش فعالیت بنگاه دست یافت بدون آنکه دچار خطای دوباره شماری گردید.

بوسیله منابع اقتصاد ملی تولید می‌شود. تولید ناخالص داخلی را به سه روش تولید، هزینه و درآمد اندازه‌گیری می‌کنند و به لحاظ تعریف می‌باید کاربرد هر یک از این روش‌ها به نتایج مشابهی منتهی گردد. در کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری اغلب اوقات روش هزینه، روش اصلی اندازه‌گیری تولید ناخالص داخلی و ملی است. اندازه تولید و درآمد ملی که با این روش بدست می‌آید، با نتایج اندازه‌گیری تولید و درآمد ملی به روش مقایسه می‌گردد.

بعنوان مثال برای تهیه کت و شلوار در یک کارگاه دوزندگی، بایستی پارچه‌های موردنیاز را از مغازه پارچه فروشی و یا تولیدکننده پارچه خریداری کرد. برای تولید انواع پارچه، تولیدکنندگان آنها به انواع نخ نیازمندند که بایستی آنها را از کارگاه ریسندگی خریداری کنند. کارگاه ریسندگی نیز برای تولید نخ نیاز به الیاف نیاز به نفت است که می‌بایست تولیدکننده الیاف مناسب دارد که بایستی از تولیدکنندگان آنها خریداری گردد. برای تولید الیاف خریداری نماید. بدین ترتیب برای تولید یک کالای نهائی (کت و شلوار) زنجیره‌ای از فعالیت‌های قبلی و مراحل مختلفی از تبدیل و تکمیل کالاهای واسطه‌ای لازم است و در هر مرحله، سهم کارگاه از ارزش تولید تنها به مقداری است که در نتیجه فعالیت کارگاه به ارزش کالای واسطه‌ای افزوده شده است. به مقدار فوق «ارزش افزوده» گفته می‌شود.

اکنون اگر ارزش افزوده مراحل مختلف را در مثال فوق با یکدیگر جمع کنیم به رقم ارزش کالای نهائی (کت و شلوار) خواهیم رسید، اگر همین روش را برای سایر کالاها و خدمات نهائی بکار ببریم، ارزش تمامی آنها به مجموعه‌ای از ارزش افزوده فعالیت‌های مختلف اقتصادی تبدیل می‌شود. بدین ترتیب تولید ناخالص داخلی (GDP) برابر مجموع ارزش افزوده‌ای است که طی یکسال در اقتصاد کشور ایجاد می‌شود. بعلاوه از مثال ارائه شده نتیجه گرفته می‌شود که برای تنظیم آمار ارزش افزوده لازم است فعالیت‌های هم سنخ را در گروه واحدی اندازه‌گیری نمود، از این رو فعالیت‌های اقتصادی را به گروه‌های مختلف طبقه‌بندی می‌نمایند.

در طبقه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی از طبقه‌بندی‌های سازمان ملل متحد استفاده می‌شود تا بتوان حسابهای اقتصادی کشورهای مختلف را با ضریب اطمینان

بیشتری مورد مقایسه قرار داد، گروهها و زیرگروههای فعالیت و اهمیت آنها در تمامی کشورها یکسان نیست و بنابر ویژگی اقتصادی و شرایط طبیعی تا حدودی متفاوت می‌باشد. لکن گروه فعالیت‌های کشاورزی، صنعت و خدمات در حسابهای ملی اکثر کشورها بچشم می‌خورد.

گروه‌های اصلی فعالیت در حسابهای ملی کشور ما متشکل از فعالیت‌های کشاورزی، نفت، صنایع و معادن و خدمات می‌باشد.

جدول زیر گروه‌های اصلی و زیرگروه‌های فعالیت‌های اقتصادی کشور را نشان می‌دهد:

گروه اصلی	زیرگروه
۱- کشاورزی	- کشاورزی
۲- نفت	- نفت
۳- صنایع و معادن	- معدن صنعت برق و آب و گاز ساختمان
۴- خدمات	- بازرگانی، رستوران و هتلداری

- حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات
- خدمات مالی، بیمه، املاک و مستغلات
- خدمات عمومی، اجتماعی، شخصی و خانگی

ارزش افزوده هر گروه بطور کلی شامل ارقام جبران خدمات کارکنان و مازاد عملیات می‌باشد. جبران خدمات کارکنان از مزد و حقوق و پاداش، مزایای پرداختی به کارکنان تشکیل می‌شود. درحالی که مازاد عملیات شامل سود، اجاره و بهره مالکانه است.

بطور کلی ارزش افزوده از تفاوت ارزش تولید و هزینه‌های واسطه‌ای گروه‌های مختلف فعالیت در اقتصاد ملی حاصل می‌شود.

مأخذ:

- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، اداره حسابهای اقتصادی، «حسابهای ملی ایران»
- احمد اخوی، اقتصاد کلان کاربردی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۱
- ویلیام اچ برانسون، سیاست‌های اقتصاد کلان، ترجمه عباس شاکری، جلد اول، ۱۳۷۲

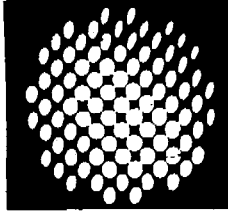
گروه	عنوان	تعداد طرح تصویبی	تعداد اعضا، طرفه‌های تصویبی	تعداد اشتغال طرفه‌های تصویبی	تسهیلات طرفه‌های تصویبی	سرمایه‌گذاری کل طرفه‌های تصویبی
۱	تعاونیهای روستایی تحت پرورش سازمان تعاون روستایی (وزارت کشاورزی)	۱۲۳	۳۸۳۸۲	۸۲۰۱	۳۱۳۲۳/۱۹	۵۱۶۸۶/۹۶
۲	تعاونیهای فرش دستباف وزارت جهادسازندگی	۸	۹۵۳۸	۷۶۱۲	۳۱۲۰/۶۲	۸۶۶۴/۲
	جمع کل	۱۳۱	۴۷۹۲۰	۱۵۸۱۳	۳۴۵۲۳/۸۱	۶۰۳۵۱/۱۶

بقیه از صفحه ۳۱

طرحهای تصویبی تعاونیهای فوق نشان می‌دهد که ۲/۷ درصد از مدیران دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر، ۱۳/۸ درصد لیسانس و ۵/۸ درصد فوق دیپلم و ۳۳/۳ درصد دیپلم و ۳۷/۷ درصد دارای تحصیلات زیر دیپلم می‌باشد و ۶/۷ درصد

از وضعیت تحصیلی مدیران نامشخص می‌باشد.

- ۱- وزارت کار و امور اجتماعی، سازمان تربیت بدنی، وزارت راه و ترابری، وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، شهرداری و ...
- ۲- شامل (مکانیزاسیون، پمپ‌بنزین، تایپ و تکثیر، کامپیوتر، خیاطی، سفالگری، خاتم‌کاری و غیره).
- ۳- بدون اتحادیه‌ها و تعاونیهای چند منظوره.
- ۴- بدون اتحادیه‌ها و تعاونیهای چندمنظوره.



ضرورت گسترش تعاونیهای آموزشی

از: هزت اسلامی زاده کارشناس اداره کل تعاون یزد

**ایجاد فروشگاههای کوچک تعاونی
در مدارس که نیازهای ساده
کودکان از قبیل خوراکیهای
بهداشتی و لوازم التحریر را در
اختیار آنها قرار دهد و اداره این
مکانها به دست کودکان، یک
درس و آموزش علمی و عملی
برای آنها خواهد بود که نیاز به
نظارت و مشارکت فعال مسئولین
مدارس دارد.**

علائق کودکان را کشف کرده و در لحظه مناسب از این علائق برای واداشتن آنها به آنچه در برنامه است استفاده کند.

ترکیب تحصیل و وظایف تولیدی به منزله پایه نظام نوینی پدیدار می شود که می تواند اهداف زیر را دنبال کند:

- نو کردن شیوه آموزش و پرورش: آموزش می تواند بر محور داده های مشخصی استوار گردد و برای کودکان ارزش تجربی داشته باشد.

- تغییر طرز فکر دانش آموزان: کار در باغچه یا کارگاه اگر به گونه ای مناسب و جالب ارائه شود، قاعدتاً می تواند اعتبار این بخش از فعالیت انسانی را بازگرداند و آن را با کار فکری، هم ارزش کند.

- کمک به بودجه مالی مدرسه: تولید نوجوانان می تواند دارای ارزش اقتصادی واقعی باشد. در صورت وجود محدودیت، می توان طرحهای مزرعه - مدرسه و کارگاه - را پی ریزی کرد که پس از یک سرمایه گذاری اولیه می توانند مخارج خود را تامین کنند.

- دادن قابلیت فنی واقعی در چند رشته به دانش آموزان که در آینده برایشان فایده زیادی دارد و به این ترتیب می توان شیوه آموزشی مدرسه را به سوی تلفیق آموزش و کار

بلکه این تعاونیها، محلی هستند برای آموزشهای عملی و تربیت افرادی با صفت تعاونی یعنی صفت «همکاری و مشارکت فعال در کارها». در حقیقت، این تعاونیها را می توان به منزله کارگاهی در نظر گرفت که در آن مفهوم آیه شریفه «تعاونوا علی البر والتقوی» عملاً تعلیم داده می شود.

در این گونه تعاونیها ست که کودک و یا نوجوان روحیه همکاری، جمع گرایی و تلفیق تلاشها برای کار دسته جمعی را یاد می گیرد و نیز می آموزد که تنها با کوشش است که می توان به کسب دانش نایل شد.

بایستی توجه داشت، که اگر این کوشش به گونه ای طبیعی پاسخگویی نیاز وی باشد، کودک و یا نوجوان به آسانی بدان خو گرفته و از آن لذت می برد. آموزش و پرورش باید

در مورد اهمیت نقش آموزش می توان به این تعریف که از تعاون شده است اشاره نمود «که: تعاون نهضتی است اقتصادی که شیوه های آموزشی را به کار می برد» این بیان به همان اندازه صحیح است که بگوییم: تعاون نهضتی است آموزشی که روشهای اقتصادی را بکار می گیرد.

آموزش از طریق اقتصادی با طرح و ارائه مشکلاتی که در زندگی روزمره وجود دارد، رغبت به مطالعه را برانگیخته و به دلیل ارتباطی که با زندگی دارد معنا و مفهوم واقعی می یابد که نتایج حاصل از آن به سهولت قابل درک و برخوردار است.

به کارگیری روشهای اقتصادی در آموزش با نحوه کار ذهن و رشد فکر انسانی نیز هماهنگ می باشد.

آموزش آن قسمتی از تعاون است که باید گفت یک سازمان تعاونی بدون جنبه آموزشی در کارها و عملیات خود، دیگر تعاونی واقعی محسوب نمی شود و در حقیقت یک شرکت تعاونی بدون آموزش بزودی خصوصیات و مشخصاتی را که معرف تعاون است از دست می دهد. بنابراین، تعاونیهای آموزشی را نمی توان صرفاً یک خواربار فروشی جهت تامین مایحتاج دانش آموزان به حساب آورد

تعاوناً على البر والتقوى

بزرگواران! همکاری و تقوی حکم کنید

مدرسه



تولیدی سوق داد و گونه‌ای از مدارس ایجاد نمود که در آن کار تولیدی مهمترین عنصر آموزش باشد و به هر یک از دوره‌های راه‌نمایی مزرعه‌ای برای کشاورزی و کارگاه‌هایی تولیدی ضمیمه کرده و مدرسه را به صورت تعاونی سازمان داد.

کسانی که از قبل تجربه‌ای حرفه‌ای دارند و مسائلی را برای خود طرح می‌کنند و در مورد راه‌حلهایی که می‌توان ارائه داد حریص‌اند، معمولاً علاقه و انگیزه برای تحصیل از دانش‌آموزان دیگر نیرومندتر است و از این رو از آموزشی که به آنها داده می‌شود، بیشترین استفاده را می‌برند. به عبارت دیگر، اینان به نوعی بلوغ که خاص اهل پیشه است دست یافته‌اند. تمام کسانی که هم‌زمان به دو گروه آموزش داده‌اند: یکی گروه دانشجویانی که تازه از دبیرستان بیرون آمده‌اند و دیگر گروه کسانی که تجربه حرفه‌ای دارند، به تفاوت این دو پی برده‌اند.

وقتی کودکان و یا نوجوانان به یک کار واقعی مثل خیاطی، انتخاب پارچه و برش آن، تهیه غذا، بافتنی، اره و رنده کردن چوب، صیقل دادن آهن و چوب، باغبانی و غیره ترغیب شوند اگر این کارها درست و در حضور اهل فن صورت گیرد، مسائل و مشکلات فکری را به گونه‌ای در می‌یابند که باید راه‌حلشان را یافت، همین امر است که آنها را به سوی کتاب، آزمایشگاه و آموزش رهبری می‌کند و از این طریق تواناییهای فکری ایشان به‌طور جدی و دقیق تحقق می‌یابد.

آموزش و پرورش باید حداکثر استفاده را از این توانیها بعمل آورد، زیرا اغلب جوانان دانش و مهارتها را بیشتر از همسالان خود می‌آموزند تا از بزرگسالان. این گروه سنی،

مدار زندگی باشیم، بایستی مدرسه را براساس الگوی تعاونی سازماندهی کنیم و نه یک تعاونی در حاشیه مدرسه. البته برای این کار نیاز به یک بازسازی بنیادی داریم و ایجاد چنین تعاونی‌هایی مستلزم وجود تحرک خاصی در بین مربیان می‌باشد.

بنابراین در شرایطی که بازسازی بنیادی ممکن نباشد، ایجاد تعاونی‌هایی در حاشیه مدرسه با هدفهای در آغاز مادی و مالی می‌تواند کاملاً قابل توجه باشد. ولی بایستی به این نکته توجه داشت که کودک، کودک است نه بزرگسالی با ابعاد کوچکتر.

معمولاً خوب کار نکردن این تعاونیها را ناشی از آن می‌دانند که دانش‌آموزان از لحاظ ذهنی به هیچ وجه آمادگی اداره آنها را ندارند. ولی تجربه نشان داده است که حساس کردن کودک به الزامات کار مشترک و سپردن مسئولیت‌های واقعی به او کاملاً ممکن است.

بایستی توجه نمود اگر هدف از ایجاد تعاونی گردآوری پول باشد یا به شیوه‌ای کم و بیش زیرکانه بخواهیم تکلیف مالی را که کودک از آن‌گریزان است به وی تحمیل نمائیم، اگر از او حق عضویت و خدماتی بیش از حد توانش بخواهیم و وی را به انجام دادن

قواعد رفتاری بسیار دقیقی را بدانها تحمیل می‌کند که در آن هرگونه کجروی مجازات می‌شود همه باید با رفتار خود، احترام دیگران را برانگیزند و در برابر آنها ابراز وجود نمایند و سرانجام روزی فرا می‌رسد که با هم به رقابت پردازند تا بتوانند در گروه جایی برای خود پیدا کنند و بدین‌صورت، ارزشهای مربوط به وابستگی متقابل و همستگی که حیات گروه را تضمین می‌کند، درک می‌کنند و به این نتیجه می‌رسند که کسی که از تطبیق خود با نظم اجتماعی سر باززند، متحمل چه فشارهایی می‌گردد.

مدرسه‌ای که بتواند فعالیت و کنجکاوی سیری ناپذیر کودک نوجوان را به کار گیرد، علاقه و توجهش را بیدار کند و او را به جد و جهد تشویق کند و نیز عادت به کار دسته‌جمعی و تماس مستقیم با کسانی که در پیرامونش هستند در او به وجود آورد، می‌تواند امیدوار باشد، جوانانی که به این شکل تربیت شده‌اند، ارتباط خود را با جامعه حفظ کرده و از توانیهای خاص جامعه خود شناختی عمیق به دست می‌آورند و خیلی زود به فن مشاهده و ابزار تحلیل، مجهز می‌شوند.

اگر با دیدی کاربردی به فعالیت تحصیلی بنگریم و عمیقاً در پی جای دادن تحصیل در

اگر با دیدی کاربردی به فعالیت تحصیلی بنگریم و عمیقا در پی جای دادن تحصیل در مدار زندگی باشیم، بایستی مدرسه را براساس الگوی تعاونی سازماندهی کنیم و نه یک تعاونی در حاشیه مدرسه. البته برای این کار نیاز به یک بازسازی بنیادی داریم و ایجاد چنین تعاونیهایی مستلزم وجود تحرک خاصی در بین مربیان می باشد.

کارهایی که ارتباطی به زندگی تحصیلی اش ندارد و داریم دیگر به تعاونی تحصیلی واقعی نپرداخته ایم. بلکه به سازماندهی و بهره برداری از امکاناتی دست زده ایم که به زیان آموزش و پرورش تمام می شود.

برای جلوگیری از چنین وضعیتی بایستی از کلیه منابع تربیتی چه در داخل و چه در خارج مدرسه استفاده کرد و از اولیاء دانش آموزان به گونه ای منظم دعوت به کار نمود تا زمینه برای شرکت فعال دانش آموزان مساعد گردد و با اتخاذ یک شیوه تربیتی که در آن به بیان آزاد و ابتکارات دانش آموزان جای منهدمی را اختصاص دهد، می توان زندگی تحصیلی را تا آنجا که امکان دارد به شکل یک تعاونی سازمان داد. یک تعاونی که در آن مسئولیت های واقعی به کودک و نوجوان سپرده می شود و در آن کودک و نوجوان جدی گرفته می شود و وظایف او براساس تقسیم کاری جدی و دقیق مشخص شده است و بزرگسالان کار او را کودکی به معنای بی ارج کردن آن، تلقی نمی کنند.

در این جا برنامه ریزی باید برپایه خواستها، نیازها و وسایل موجود صورت گرفته و همکاری نزدیکی بین آموزگاران، اولیاء و مقامات مسئول در محل برقرار شود.

همینطور این امر، هماهنگی میان وزارتخانه های ذیربط را نیز ایجاب می کند. شیوه آموزشی باید تا آنجا که ممکن است در جهت کمک به امور زیر باشد:

- شرکت فعال کودکان و نوجوانان

- آزادی بیان و رشد روحیه انتقادی

- قوه مشاهده و قابلیت تحلیل واقعیت های عینی

- قدرت تفکر و عمل مشترک

- قابلیت به عهده گرفتن مسئولیت های مشترک

- آگاهی یافتن از نیازها، نارسایها و همچنین نیروهای بالقوه محیط و مکانیسم های اجتماعی آشکار و پنهانی که بر آن حاکم اند، با در نظر گرفتن این موارد است که شرکت دانش آموزان دارای ارزش اقتصادی واقعی خواهد بود.

اگر بخواهیم در مورد تعاونیها بطور پایه ای و اساسی قدم موثری برداریم و کلاً افکار عمومی جامعه را برای تعاون و همکاری بین افراد آماده سازیم امر تربیت تعاونی مطرح می شود و در اجرای این نظریه باید از کلاسهای دبستان آغاز کرد و با ادغام مدرسه در مدار زندگی اقتصادی به گونه ای واقعی و نه تنها نمادی، با سازماندهی آن به شیوه تعاونی و با دادن خصلتی حرفه ای و فنی به آن از همان آغاز که یادگیری الفبا و حساب به گونه ای تابعی بدان پیوند می خورد و نه برعکس، می توان فاصله ای را که معمولاً میان آموزش و واقعیت است کاهش داد و نوعی مدرسه ایجاد کرد که در آن کودک، در حاشیه جامعه قرار نداشته باشد.

برای آماده ساختن و به مرحله عمل درآوردن این اندیشه، ممکن است در کتابهای درسی دبستانها با عباراتی ساده کودک را با مفهوم تعاون آشنا ساخت. ایجاد فروشگاههای کوچک تعاونی در مدارس که نیازهای ساده

کودکان از قبیل خوراکیهای بهداشتی و لوازم التحریر را در اختیار آنها قرار دهد و اداره این مکانها به دست کودکان، یک درس و آموزش علمی و عملی برای آنها خواهد بود که نیاز به نظارت و مشارکت فعال مسئولین مدارس دارد. در مراحل راهنمایی و دبیرستان دامنه فعالیت این تعاونیها گسترده تر و جدی تر خواهد بود. بنابراین گنجاندن موضوع تعاون در کتابهای دبستانی و دبیرستانی متناسب با فهم و درک نوآموزان و دانش آموزان همراه با ایجاد شرکت های تعاونی در آموزشگاه موجب فراهم شدن زمینه های تربیت تعاونی خواهد شد و اعتقاد به تعاون و عادت به فعالیت های اجتماعی را در کودکان و نوجوانان ایجاد خواهد کرد و در این صورت است که می توان به گسترش تعاونی واقعی در سراسر مملکت امیدوار بود.

منابع مورد استفاده:

- ۱- پیرارنی (۱۹۷۷): آموزش در کشورهای فقیر (ترجمه: فرنکیس حبیبی) مرکز نشر دانشگاهی تهران چاپ اول ۱۳۴۷
- ۲- وزارت بازرگانی - سازمان مرکزی تعاون: راهنمائیهای عملی برای آموزش تعاون، نشریه شماره ۱۱۲ چاپخانه وزارت اطلاعات و جهانگردی شهریور ۱۳۵۶
- ۳- امینی علی اکبر: تعاونی راهی به جامعه سالم، از مجموعه انتشارات وزارت تعاون چاپ اول ۱۳۷۲
- ۴- سلیم غلامرضا: روشهای آموزشی تعاون انتشارات حوزه معاونت آموزش و تحقیقات وزارت تعاون زمستان ۱۳۷۰
- ۵- وزارت بازرگانی - سازمان مرکزی تعاون، نشریه تعاون دوره جدید شماره اول، اردیبهشت ۱۳۵۹
- ۶- سلاکی، حسین: مشارکت (participation) تهران ۱۳۶۹
- ۷- وزارت تعاون: مافنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون شماره ۲۲ فروردین ۱۳۷۲

خلاصه طرح مطالعاتی

زهینه‌یابی تشکیل تعاونیهای تولیدی - خدماتی هولد

واشغال‌زا در استان همدان

بخش تعاون هم اینک با فعالیتهای گوناگونی که در زمینه‌های مختلف کشاورزی، صنعت، معدن، مسکن، حمل‌ونقل، توزیع کالا و ارائه خدمات فرهنگی، علمی و بهداشتی انجام می‌دهد یکی از موفقترین بخش‌های اقتصادی استان همدان بشمار می‌رود.

موقعیت، اقلیم، شهرها و جمعیت

همدان یا هگمتانه و به بیانی دیگر اکباتان، نخستین شهر انتخاب شده بعنوان پایتخت اولین حکومت مستقل ایرانی، که کوههای سر بفلک کشیده الوند سند تاریخ تمدن بیش از از ۲۵ قرن آنرا در سینه خود حک کرده است، امروزه دیگر تنها یک شهر با هفت برج هفت رنگ نیست، بلکه استانی است حاصلخیز، غنی و مستعد و عمدتاً کوهستانی که با ۱۹۰۴۲/۷ کیلومتر مربع وسعت در غرب ایران قرار گرفته و با استانهای زنجان، مرکزی، لرستان، کرمانشاه، کردستان و تهران همسایه است و دارای آب و هوای متغیر با تابستانهای معتدل و زمستانهای سرد و پر برف و باران می‌باشد بطوریکه ۱۱۲ روز از سال را یخبندان است. علت اصلی این تغییر در آب و هوا را باید در وجود کوههای مرتفع و پستی و بلندیهای زیاد و رودخانه‌ها و چشمه‌سارهای فراوان در منطقه جستجو نمود.

از نظر تقسیمات کشوری استان همدان دارای ۸ شهرستان، ۱۴ شهر و ۱۸ بخش و ۶۸ دهستان و ۱۱۳۶ آبادی دارای سکنه بوده و شهر همدان مرکز آن است و شهرستانهای تابع استان عبارت از: ملایر، نهاوند، تویسرکان، اسدآباد، کیبودرآهنگ، رزن و بهار می‌باشد.

جمعیت استان براساس نتایج آمارگیری جمعیت در سال ۱۳۷۰ بالغ ۱۶۵۱۰۰۰ نفر شمارش گردیده که از این تعداد ۴۲/۲ درصد در نقاط شهری و ۵۷/۸ درصد در نقاط روستایی ساکن بوده‌اند، از نظر ترکیب جنسی جمعیت تعداد زنان استان بیش از مردان آن می‌باشد بگونه‌ای که طبق اطلاعات آماری فوق در سال مزبور تعداد ۶۵۸/۶۱۸ نفر مرد و ۷۹۲۷۰۲ نفر زن در این استان سرشماری شده‌اند و نکته دیگر اینکه بعد خانوار نیز در این استان نسبتاً زیاد می‌باشد و تعداد افراد هر خانوار حدوداً ۵/۳۵ نفر محاسبه گردیده است.

وضعیت نیروی انسانی شاغل و غیر شاغل

بیش از ۴۹ درصد از جمعیت استان زیر ۱۵ سال قرار دارند و نزدیک نیمی از جمعیت نیز در سنین اشتغال یعنی ۶۴-۱۵ ساله هستند و بقیه بیشتر از ۶۵ سال دارند. بهمین دلیل و دلایل اجتماعی و اقتصادی دیگر بار تکفل در استان بالا بوده و نزدیک به ۴/۱۱ نفر می‌باشد. این استان اصولاً یک منطقه مهاجر فرست بوده و اکثر مهاجران آن نیز دارای اهلیت روستائی هستند. از نظر سواد نیز بیش از ۷۱ درصد جمعیت شش سال به بالای استان باسواد می‌باشند. براساس آمارگیری نمونه‌ای

سال ۱۳۷۲ کل جمعیت ده ساله و بیشتر استان در سال مزبور، ۱۱۸۵۹۴۰۰ نفر و جمعیت فعال استان در همان سال ۴۴۵۷۸۹ نفر شمارش گردیده که از این تعداد ۴۱۶۰۸۱ نفر شاغل و ۲۹۷۰۸ نفر دیگر بیکار و جویای کار بوده‌اند. بدن ترتیب نرخ فعالیت در استان ۳۷/۵۸ درصد، نرخ اشتغال ۹۳/۳۳ درصد و نرخ بیکاری ۶/۶۷ درصد محاسبه شده است.

وضعیت توزیع شاغلین در بخش‌های مختلف اقتصادی نیز نشان می‌دهد که ۳۶/۸۶ درصد از شاغلین در بخش کشاورزی، ۱۹ درصد در بخش صنعت ۴۲/۱۴ درصد در بخش خدمات مشغول به فعالیت بوده و بقیه دارای مشاغل غیرقابل طبقه‌بندی می‌باشند. مقایسه بین تعداد شاغلین بخش‌ها حاکی از کاهش شاغلین بخش‌های کشاورزی و صنعت و افزایش بخش خدمات است که خود از مهاجرت زیاد روستائیان به شهرها و رشد شهرنشینی حکایت می‌کند. و مطلب دیگر آنکه با در نظر گرفتن وضعیت اشتغال در سالهای گذشته می‌توان گفت که هر ساله تعداد قابل توجهی به شمار بیکاران افزوده می‌شود. در مورد وضعیت شغلی نیز گفتنی است که ۵۷/۶۳ درصد شاغلین در بخش عمومی و ۴۲/۶۴ درصد دیگر در بخش خصوصی اشتغال دارند که از نظر سواد و تحصیلات ۶۶/۷۲



درصد آنان باسواد و در حدود ۲/۷۸ درصدشان دارای تحصیلات عالی می‌باشند.

مطلب آخر این که نرخ رشد بیکاری در استان بدلیل کمبود امکانات کافی و عدم توانائی جذب نیروی کار در طی سللهای اخیر افزایش یافته است، بطوریکه برابر اطلاعات واحد کارپایی اداره کل کار استان تا اواخر سال ۷۴ بیش از نه هزار نفر با ثبت نام در دفتر واحد مزبور رسماً در جستجوی کار مناسب بوده‌اند.

فعالیت‌های اقتصادی کشاورزی

در اقتصاد استان همدان فعالیت کشاورزی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این استان از نظر بافت جمعیتی یکی از معدود استانهای کشور است که نسبت جمعیت روستائی آن در سطح بالاتری قرار دارد و این جمعیت نیز عمدتاً در بخش کشاورزی فعالیت دارند. طبق آخرین بررسیهای بعمل آمده مساحت کل اراضی زراعی استان ۸۹۵ هزار هکتار بوده که ۵۲۰ هزار هکتار آن زیر کشت آبی قرار دارد و ۳۷۵ هزار هکتار دیگر تحت آیش است. همچنین از کل اراضی زیر کشت نیز ۲۵/۵ درصد آبی و بقیه بصورت دیم کاشته می‌شود. مهمترین محصولات زراعی همدان گندم و جو و سیب‌زمینی است. همچنین از نظر تولید یونجه، اسپرس، و شبدر و چغندر قند و انگور نیز دارای مقام بالائی در سطح کشور است. محصولات کشاورزی دیگری هم در این استان تولید می‌گردد که از جمله آن حبوبات (نخود و عدس) محصولات جالیزی و میوه‌جات باغی است.

از نظر دامداری نیز وضعیت استان مناسب است بطوریکه بیش از ۲/۵ میلیون رأس دام در این استان وجود دارد که تعداد آن روزبروز در حال افزایش است. نظام

نتایج بررسی بعمل آمده در ارتباط با سنجش زمینه‌های فکری و فرهنگی و میزان رغبت مردم نسبت به مشارکت در فعالیتهای اقتصادی به شیوه تعاونی، حاکی از آنست که مردم استان خصوصاً قشر جوان علاقمند به فعالیت و اشتغال در بخش تعاون

می‌باشند

استان دارای مقیاس کوچک بوده و اکثریت واحدهای تولیدی و خدماتی مهم استان متعلق به بخش عمومی است.

با این وجود می‌توان اظهار داشت که استان همدان خصوصاً شهر همدان بعلت سابقه طولانی خود در امر شهرنشینی از تجربه‌های زیادی در صنعت کشور برخوردار است و در حال حاضر مختلفی چه در سطح کارخانه‌های بزرگ و چه در سطح کارگاههای صنعتی کوچک فعالیتهای مختلفی در زمینه صنایع فلزی، پوشاک و کفش، مواد غذایی، مواد سلولزی، لوازم ساختمانی، شیشه، چینی و سفال، در آن انجام می‌گیرد.

از کارخانجات بزرگ مستقر در استان می‌توان به کارخانجات تولید لوازم خانگی لرد شیرینی سازی کیوان، فیلتر سرکان، کارخانه تولید خشکبار ملایر و کارخانجات قند، تولید آرد، ریسنکی پشم، صنایع شیشه و شیر پاستوریزه همدان نام

دامداری موجود بیشتر براساس شیوه دامداری متحرک و نیمه متحرک سازمان یافته و دامداری ثابت اگرچه در چند دهه اخیر بویژه در بخش پرورش گوساله گسترش داشته اما در مجموع نقش غالب را در دامداری استان دامداریهای متحرک و نیمه متحرک بعهده دارند.

صنعت

براساس اطلاعات مندرج در سالنامه آماری کشور در سال ۱۳۷۲ تعداد کارگاههای بزرگ صنعتی استان در سال ۱۳۷۱ برابر با ۱۷۳ واحد بوده که ۲/۸ درصد از کل کارگاههای صنعتی در سطح کشور را شامل می‌شود. اگرچه اهمیت نسبی صنایع بزرگ و بهره‌برداری‌های کشاورزی و تجاری در همدان نسبت به سایر استانها قابل توجه است لیکن در مجموع ظرفیت تولیدی در این استان در حد پائینی قرار دارد و اغلب واحدهای اقتصادی

برد که همه دارای نقش موثر در اقتصاد استان هستند.

در زمینه صنایع دستی نیز باید گفت که این صنایع در سالهای اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار بوده و علاوه بر تولید قالی و قالیچه، صنعت سفال‌سازی در شهر لاله‌جین، توسعه تحسین‌انگیزی یافته بطوریکه تولید سالانه این صنعت در سال ۱۳۷۰، حدود ۳ میلیون قطعه با ارزش بیش از ۹۰۰۰ میلیون ریال برآورد گردیده است.

معادن

فعالیت در زمینه معادن نیز در استان همدان از وضعیت نسبتاً مطلوبی برخوردار است. براساس اطلاعات آمارنامه استان، در سال ۷۲، تعداد ۴۸ معدن فعال در استان همدان در حال بهره‌برداری بوده است و متوسط شاغلان معادن نیز ۳۸۹ نفر شمارش گردیده‌اند، در سال ۷۲ معدن سنگ آهک بیشترین سهم ارزش تولید معادن فعال همدان را داشته و معادن نمک‌های تزئینی، سیلیس، لاشه ساختمانی و سرب و روی در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند.

خدمات و بازرگانی

در زمینه خدمات و بازرگانی کافی است گفته شود که فعالیت‌های تجاری استان همدان بیشتر بصورت خرده‌کاسبی است و در رابطه با خدمات نیز عمده فعالیت‌ها در ارتباط با خدمات اداری و دولتی می‌باشد. همچنین در طی سالهای اخیر فعالیت‌های آموزشی، تحقیقاتی، فرهنگی نیز افزایش یافته است.

علاوه‌براین، فعالیت‌های مربوط به حمل و نقل کالا و مسافر هم که غالباً بصورت تعاونی می‌باشد اگر چه اکثراً با مسائل و مشکلاتی مواجه است لیکن از وضعیت مطلوبی برخوردار است و بالاخره اینکه از چند سال گذشته به این طرف اقداماتی در جهت افزایش برخی امکانات و تجهیزات

توریستی صورت گرفته و تعداد موسسات توریستی (هتل و مسافرخانه) افزایش یافته و تعداد شاغلین این نوع خدمات زیاد شده است.

نیازها

نیازهای استان همدان را در زمینه‌های

کشاورزی، صنعت، خدمات و بازرگانی می‌توان بشرح زیر خلاصه نمود:

در بخش کشاورزی و در زمینه زراعت، مکانیزاسیون کشاورزی و ایجاد مزارع کشت علوفه ذرت بمنظور تهیه خوراک دام و طیور، ایجاد واحدهای مرغداری بمنظور تامین گوشت سفید و تخم‌مرغ موردنیاز منطقه، ایجاد واحدهای پرورش کرم ابریشم و زنبور عسل، ایجاد واحدهای دامداری و دامپروری، ایجاد استخرهای پرورش ماهیان گرم آبی و سردآبی، توسعه گردو کاری و باغات گردو و در بخش صنعت، ایجاد صنایع تبدیلی و صنایع غذایی از قبیل واحد تولید پودر و قرص سیر، واحدهای تولید کمپوت و مربا انواع شوریجات و ترشیجات، چپیس، پودر، پوره و نشاسته از سیب‌زمینی در شهرستانهای همدان، ملایر و بهار و نهاوند، ایجاد واحدهای سنگبری در همدان، ایجاد صنایع چرم و سالامبور، ظروف یکبار مصرف و لوله‌های پلی‌اتیلن در همدان، چینی و سرامیک بصورت انبوه در همدان و لاله‌جین، ایجاد واحدهای صنایع چوب و مبلمان در ملایر، ایجاد واحدهای مغزگیری و بسته‌بندی گردو و واحدهای رنگ‌سازی از پوست آن در تویسرکان و بالاخره ایجاد واحدهای قالی‌بافی در تمام نقاط استان؛ و در مورد معادن، اکتشاف و استخراج معادنی که هنوز مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند در جهت رونق بخشیدن به اقتصاد منطقه و ایجاد کار و اشتغال برای مردم استان ضروری است.

در زمینه بازرگانی ایجاد واحدهای بزرگ و سازمان یافته تجاری بمنظور بازاریابی فروش و صادرات و در زمینه خدمات توجه به توسعه توریسم و خدمات توریستی در همدان و توسعه امکانات توریستی تفریحی غار علیصدر در کبودرآهنگ و ایجاد امکانات تفریحی در دره سرسبز گنجنامه همدان، ایجاد تله کابین و پیست اسکی در همدان احداث مدارس غیرانتفاعی در مقطع ابتدائی تا دبیرستان در همدان و ملایر و توسعه حمل و نقل از جمله نیازهاست.

در مورد استعدادهای منطقه واقعیت این است که استان همدان بعلت داشتن اراضی مستعد و منابع طبیعی فراوان و شرایط اقلیمی نسبتاً مساعد و آبهای سطحی و زیرزمینی کافی، توان و ظرفیت آن را دارد که بعنوان یکی از مراکز عمده تولید گندم، یونجه، سیب‌زمینی، سیر و سایر محصولات کشاورزی و دامی مطرح شود و از این رو با انجام سرمایه‌گذاریهای لازم و ایجاد صنایع تبدیلی می‌توان ظرفیتهای جدید شغلی برای جذب افراد فاقد کار فراهم آورد.

از نظر استعدادهای صنعتی نیز استان همدان به لحاظ موقعیت خاص و امکانات بالقوه از شرایط خوبی جهت احداث صنایع مورد نیاز و تبدیل شدن به یک منطقه صنعتی برخوردار است.

اگر استعدادهای بالقوه استان را در زمین، تامین نیروی انسانی ماهر، وجود مواد اولیه و برخورداری از امکانات جانبی مانند راه، انرژی و سرمایه ... مورد بررسی قرار دهیم ملاحظه خواهیم نمود که این استان از نقطه نظرهای فوق می‌تواند محل استقرار واحدهای صنعتی مختلف واقع گردد و مشکل چندان نیز نداشته باشد.

با این حال نباید چنین انگاشت که منطقه همدان فاقد هر نوعی مانعی برای توسعه است. بلکه باید پذیرفت که موانع

اگر استعدادهای بالقوه استان را در زمین، تامین نیروی انسانی ماهر، وجود مواد اولیه و برخورداری از امکانات جانبی مانند راه، انرژی و سرمایه... مورد بررسی قرار دهیم ملاحظه خواهیم نمود که این استان از نقطه نظرهای فوق می‌تواند محل استقرار واحدهای صنعتی مختلف واقع گردد و مشکل چندانی نیز نداشته باشد.

دو بخش دولتی و خصوصی ناچیز می‌باشد لیکن نتایج بررسی بعمل آمده در ارتباط با سنجش زمینه‌های فکری و فرهنگی و میزان رغبت مردم نسبت به مشارکت در فعالیتهای اقتصادی به شیوه تعاونی، حاکی از آنست که مردم استان خصوصاً قشر جوان علاقمند به فعالیت و اشتغال در بخش تعاون می‌باشند و همچنین با در نظر گرفتن امکانات طبیعی و زیربنایی موجود منطقه، افزایش جمعیت واقع در سنین کار و فعالیت و نیاز مردم استان به ایجاد مشاغل جدید برای افراد جویای کار و فاقد امکانات از طرفی و میزان علاقمندی مردم منطقه برای انجام فعالیتهای اقتصادی در قالب تشکلهای

عديده‌ای نیز در مسیر توسعه فعالیتهای آن قرار دارد که از جمله این تنگناها می‌توان به مسئله کمبود آب زراعی و عدم استفاده منطقی از منابع آبی، اقلیم سرد و کوتاه بودن دوره رشد گیاهان، محدودیت اراضی و وجود پستی و بلندی در اراضی موجود، در زمینه زراعت و مستکی بودن نظام دامداری به شیوه‌های سنتی متحرک و نیمه متحرک در زمینه دامداری، عدم وجود کارگاههای بزرگ، فقدان سرمایه‌گذاری کافی، وجود روحیه شدید محافظه‌کاری در بین سرمایه‌داران و عدم رغبت آنان به سرمایه‌گذاری در امور تولیدی، ناکافی بودن امکانات زیربنایی همچون راه‌آهن، عدم وجود نظام‌های مدیریت علمی در بافت و ساخت صنایع دستی، مهاجرت و فرار مغزها از استان و در زمینه صنعت، کمبود ماشین‌آلات و وسایل یدکی و کمبود نیروی انسانی متخصص در امر معدن و در زمینه خدمات و بازرگانی نیز محدودیت سرمایه و پسانداز و عدم رغبت سرمایه‌گذاران نسبت به سرمایه‌گذاری مولد و اشتغال‌زا و دیربازده و احتمالاً پرخطر از جمله مسائل موجود در مسیر توسعه فعالیتهای اقتصادی است.

جایگاه بخش تعاون در اقتصاد استان

بخش تعاون هم‌اینک با فعالیتهای گوناگونی که در زمینه‌های مختلف کشاورزی، صنعت، معدن، مسکن، حمل‌ونقل، توزیع کالا و ارائه خدمات فرهنگی، علمی و بهداشتی انجام می‌دهد یکی از موفقترین بخش‌های اقتصادی استان همدان بشمار می‌رود. اگرچه سهم آن در تولید ناخالص داخلی استان نسبت به

تعاونی با برآوردی که انجام گرفته است انتظار می‌رود که در طی سالهای ۱۳۷۶ و ۱۳۷۷ حدود ۱۳۰۰ شغل جدید در چارچوب مقررات بخش تعاون در زمینه‌های مختلف ایجاد گردد.

فعالیت‌های شناسایی شده

بطور کلی با در نظر گرفتن نیازها و شرایط و امکانات استان، ایجاد تشکلهای تعاونی بمنظور فعالیت در زمینه‌های زیر به نظر مناسب می‌باشد:

۱- ایجاد شرکتهای تعاونی زراعی بمنظور بهبود کشت و ازدیاد محصولات زراعی از قبیل گندم، جو، حبوبات، یونجه و سیب‌زمینی (با برآورد ایجاد اشتغال برای حدود ۳۰۰ نفر)

۲- ایجاد شرکتهای تعاونی پرورش مرغ و طیور و مزارع مرغ مادر بمنظور تولید جوجه یکروزه و تامین گوشت سفید و تخم‌مرغ مورد نیاز منطقه.

۳- ایجاد تعاونیهای نوغانداری و



نقش تعاونیها در فرآیند تعدیل ساختاری: چالشهای نو و رهیافت سازمان بین‌المللی کار^۲

نویسنده: جرج ون مارال

مترجم: سید شمس‌الدین حسینی (تکابنی)

فلاصه:

این مقاله به اختصار سیاستها و ابزارهای برنامه‌های تعدیل ساختاری (SAPS) و اثرات آنها بر تعاونیها را توصیف می‌کند. رهیافت سازمان بین‌المللی کار (ILO) در رابطه با برنامه‌های تعدیل ساختاری را بصورت عمومی و برای تعاونیها بصورت خاص ارائه می‌کند. به برنامه‌های تعدیل نه فقط بعنوان عواملی که بر روشهای سنتی توسعه تعاونیها اثر می‌گذارند، بلکه بصورت چالشهای نو (new challenges) می‌پردازد. تعاونیها به عنوان سازمانهای داوطلب و خود اتکاء از تولید کنندگان و مصرف کنندگان کوچک حمایت می‌نمایند. آنها بویژه برای گروههای آسیب‌پذیر، زنان، جوانان، سالخوردهگان و جوامع قبیله‌ای مفید هستند. علاوه بر اینها نقش تعاونیها در تقویت سیاستها و شیوه‌های دموکراسی قابل توجه است.

مقدمه:

سمپوزیوم بین‌المللی مدیریت تعاونیهای روستایی در زمانی برگزار شده که تغییرات شدیدی در خیلی از مناطق جهان رخ داده است. طی گذشت چند سال، اقتصاد بیشتر کشورهای در حال توسعه به شدت روبه زوال رفته و ساختارهای اقتصادی و سیاسی کشورهای اروپای مرکزی و شرقی فرو ریخته‌اند. بدین ترتیب برنامه تعدیل ساختاری حتی اگر تنها در بلندمدت با موفقیت همراه باشد به عنوان استراتژی ارجح برای معکوس ساختن این روند تلقی

گردیده است، از یک سو تغییرات فوق‌رخ داده و آثار قابل توجه آن بر روی انواع تعاونیها در اکثر کشورها تداوم دارد و از سوی دیگر، تعاونیها به عنوان سازمانهای داوطلب، مردم محور (People-centred) و خودیار (self-help) دارای توان بالقوه بالایی برای کمک رساندن به اهداف بلندمدت برنامه‌های تعدیل ساختاری و تخفیف آثار جانبی منفی این برنامه‌ها می‌باشند. این دوره تغییرات، همچنین بصورت گسترده، سیاستها و عمل سازمان بین‌المللی کار را تحت تأثیر قرار داده است. این سازمان با چالشهای گسترده‌ای پیرامون مشارکت تعاونیها در کشورهای در حال توسعه سابقاً سوسیالیست اروپای مرکزی و شرقی - برای فائق آمدن بر بحران، تقویت و تجهیز بهتر اعضایشان و در نتیجه کمک به توسعه اجتماعی و اقتصادی آنها مواجه می‌باشد.



رهیافت سازمان بین‌المللی کار برای تعدیل ساختاری:

در مواجهه با زوال تدریجی اقتصاد بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بعد از نیمه دهه ۱۹۷۰، تعدیل ساختاری سرلوحه مباحثات اقتصادی در سراسر جهان قرار گرفته است. و آی-ال-اُو (ILO) هم مشارکت قابل توجهی در این مباحثات داشته است. بواسطه گفتگوی سه‌جانبه، این اتفاق نظر وسیع در آی-ال-اُو (ILO) حاصل شده که تعدیل ساختاری اجتناب‌ناپذیر است و با حداکثر سرعت ممکن بایستی تعقیب شود. اما آی-ال-اُو (ILO) برخلاف عملکرد سیاستهای تعدیل ساختاری بوضوح از آندسته سیاستهای تعدیل ساختاری، طرفداری می‌کند که طبقه شاغل و طبقات فقیرتر را قربانی ننماید.

رهیافت ILO برای تعدیل ساختاری در

چند مورد تعریف شده و براساس تجربه اندوخته شده قوام یافته است. این سازمان با دنبال نمودن چهار خط عمده زیر در طول فرآیند تغییر، کشورهای عضو را جهت می‌دهد: اول افزایش اشتغال، توسعه منابع انسانی و قاعده‌مند ساختن سیاستهای فعال نیروی کار، دوم، تلاش برای کاهش هزینه اجتماعی تعدیل، سوم، کاهش فقر، بیکاری و اشتغال ناقص و سرانجام کمک در جهت یک تغییر پایدار و عادلانه می‌باشد.

ابزارهای اصلی و هزینه‌های اجتماعی برنامه‌های تعدیل ساختاری:

برنامه‌های تعدیل ساختاری کاهش انحرافات اقتصادی (economic distortions) و عدم توازن

بودجه را که از کشوری به کشور دیگر تفاوت می‌کند، هدف قرار داده است، لیکن ابزارهای اساسی برنامه تعدیل که بطور مشابه در همه جا بکار گرفته می‌شوند، عبارتند از:

- آزادسازی اقتصادی از طریق مقررات زدایی^۵، برای مثال: حذف کنترل قیمت‌ها یا آزادسازی تجارت خارجی، تمرکززدایی^۶ و رسمیت زدایی^۷؛

- کاهش کسریهای بودجه از طریق قطع پرداخت یارانه‌ها، کاهش مخارج اداره عمومی دولت، و خدمات اجتماعی، اخراج

برنامه‌های تعدیل ساختار، اغلب فرآیند مشقت‌باری هستند که هزینه‌های اجتماعی بالایی را دربر دارند. این هزینه‌ها معمولاً بیشترین رنج را به فقیرترین و آسیب‌پذیرترین افراد جامعه تحمیل می‌کنند (هوانگ و نیکلاس ۱۹۸۷) برخی از آثار اجتماعی منفی و جانبی برنامه‌های تعدیل عبارتند از:

- افزایش قیمت مواد غذایی که بطور حتم به کشاورزان فقیر و بدون زمین و شهروندان فقیر حداقل در کوتاه‌مدت صدمه زده و هزینه‌های مصرفی حمل و نقل، آب و

بالقوه قابل توجهی برای تخفیف آثار زیان‌آور اقدامات برنامه‌های تعدیل هستند لیکن این توان بالقوه به شرایط زمینه^۸ مربوطه بستگی دارد.

تعاونیها در مناطق روستایی و تعدیل ساختاری؛

اقدامات تعدیل ساختاری در کشورهای که در مناطق روستایی آنها مؤسسات عمومی از قبیل هیئتهای بازاریابی، شرکتهای عرضه نهاده‌ها تولیدی و بانکهای کشاورزی منحل شده‌اند اثرات فوری و شدیدی دارند.

تعاونیها به عنوان سازمانهای داوطلب، مردم محور (People-centred) و خودیار (self-help) دارای توان بالقوه بالایی برای کمک رساندن به اهداف بلندمدت برنامه‌های تعدیل ساختاری و تخفیف آثار جانبی منفی این برنامه‌ها می‌باشند. این دوره تغییرات، همچنین بصورت گسترده، سیاستها و عمل سازمان بین‌المللی کار را تحت تأثیر قرار داده است.

مستخدمین دولتی و غیره؛

- کاهش رسمی ارزش پول ملی به‌منظور افزایش تولید برای صادرات و کاهش واردات،

- خصوصی سازی و تعطیل مؤسسات عمومی غیر کارآ و سربار.

طی چند ساله گذشته این شناخت مشترک بدست آمده که توافق ملی^۹ برای موفقیت برنامه‌های تعدیل ساختاری ضرورت دارد. بدین ترتیب این برنامه‌ها بایستی بر مشارکت فعال مردم و بسیج کلیه منابع موجود تأکید داشته باشند.

برنامه‌های تعدیل ساختاری که آثار مثبت بلندمدتی را دنبال می‌کنند، فرآیندی سودمند (و در اکثر موارد ضروری) برای تعاونیها که در زمینه‌های مختلف مشارکت دارند، بشمار می‌آیند. اگر چه هزینه‌های گذر^{۱۰} برنامه‌های تعدیل که خوب طراحی شده باشند بوسیله منافع بلندمدت حاصل از رشد بسیار سریع و بالا، توجیه می‌شوند، لیکن

برق را افزایش می‌دهد.

- اخراج کارکنان که در مؤسسات متعلق و یا تحت اداره دولت شاغل بوده‌اند که اکثراً هم از داشتن امکانات تأمین اجتماعی بی‌بهره‌اند و اکنون بدون توجه به فقدان تأمین اجتماعی بیکار شده‌اند.

- عدم تأمین خدمات اجتماعی عمومی، بطور مثال، خدمات پزشکی که در اغلب موارد بخش خصوصی توان یا تمایل به تولید آنها را نداشته و یا به اندازه کافی آنها را تولید نمی‌کند،

- غفلت از اقدامات گسترش آموزش و فراهم ساختن تسهیلات آموزشهای حرفه‌ای که اغلب بعد از دو یا سه دهه بازدهی بالایشان ظهور می‌کند (بورگزدورف ۱۹۹۲).

نقش تعاونیها در فرآیند تعدیل ساختاری؛

تعاونیها بعنوان سازمانهای داوطلب، خود اتکا و خودیار خصوصی دارای توان

در این کشورها یارانه‌های دولتی، امتیازات و حداقل قیمت‌های تضمین شده محصولات کشاورزی در خیلی از موارد قطع و احتمالاً بخش مهمی از دستگاههای حمایتی احتمالاً حذف شده‌اند. تجربه چند کشور آفریقایی که اخیراً مورد مطالعه قرار گرفته‌اند اینچنین بوده است.

تولید کنندگان محصولات کشاورزی اغلب با فقدان شمار قابل توجهی از خدمات که در گذشته دولت مستقیماً و یا از طریق شرکتهای وابسته خود مسئولیت انجام آنها را بعهده داشته مواجه می‌شوند. در این شرایط تعاونیهای عرضه محصولات کشاورزی و بازاریابی می‌توانند با سازماندهی حس خودیاری دوجانبه و وظایف (همیاری) نقش مهمی را در بعهده گرفتن انجام این وظایف ضروری بازی نمایند. در واقع، خیلی از هیاتهای بازاریابی که در سالهای گذشته بعنوان بخشی از اقدامات ملی سازی دولتها خلق شده بودند و

اکنون منحل شده‌اند، بوسیله تعاونیهای بازاریابی که بخوبی از عهده انجام وظایف آنها برمی‌آیند جایگزین می‌شوند. بازارهای خود مدیریتی که در چندین کشور آفریقایی فرانسوی زبان بوسیله طرح آسی.اوپی.ام ACOPAM سازمان بین‌المللی نیروی کار استقرار یافته‌اند، نمونه‌های بارزی هستند که نشان می‌دهند، چگونه سازمانهای تعاونی توانسته‌اند امور بازاریابی را مدیریت کنند.

علاوه بر این، تعاونیهای کشاورزی باید بخش پس‌انداز و اعتباری را نیز دربر داشته باشند، زیرا کاهش مخارج عمومی، بسیج کلیه ابزارهای تأمین مالی محلی را ایجاب می‌کند. تأمین مالی گروه از طریق تعاونیهای پس‌انداز و اعتبار، کانون پس‌انداز و غیره این مکان را فراهم می‌آورد که، صنعتگران، کشاورزان کوچک و کارفرمایان در مناطق روستایی بتوانند به ابزارهای تأمین مالی متکی به منابع خودی دست یابند. این امر بویژه هنگامیکه بانکهای خصوصی حاضر به اعطای اعتبارات کوچک به این قبیل فعالیتها بدلیل بالا بودن هزینه‌های معاملاتی‌شان نیستند و همچنین نرخ بهره‌های وام‌های بخش غیر رسمی برای کارهای، تولیدی بسیار بالا است، از اهمیت برخوردار است. بعلاوه، معرفی ابداعات بعنوان یکی از عوامل تعیین کننده افزایش بهره‌وری و درآمد به فراهم بودن منابع اعتباری بستگی دارد.

تقابل کنترل دولتی و تعاونیهای مستقل پیرامون تعدیل سافتاری؛

آثار مصیبت بار بطور خاص در کشورهای بروز کرده‌اند که نهضت‌های تعاون بصورت مصنوعی ایجاد شده‌اند، این دسته تعاونیهای تحت کنترل دولت (بعنوان یک قاعده) فاقد ویژگیهای ذاتی و انعطاف‌پذیری لازم بمنظور تعدیل در مواجهه با موقعیتهای جدید، که تغییرات بسرعت

حادث می‌شوند، می‌باشند. این تعاونیها هنگامیکه کمکهای خارجی متوقف می‌گردند از بین رفته و یا ترک گفته می‌شوند.

در مقابل، تعاونیهای اصیل که بوسیله اعضایشان تأسیس و حمایت می‌شوند می‌توانند از حذف انحصارات دولتی و کنار زده شدن مؤسسات عمومی، حداقل در دوره‌های بلندمدت سود ببرند بویژه در مناطق روستایی که اکثر تعاونیهای کشورهای در حال توسعه را در خود جای داده‌اند، سازمانهای تعاونی می‌توانند امور و وظایفی از قبیل خدمات اجتماعی، حمل و نقل، امنیت غذایی پایدار را (که دیگر دولت آنها را انجام نمی‌دهد) به انجام رسانند، زیرا بعید است که کارفرمایان خصوصی انجام این نوع امور را با بکارگیری گروهی از تولید کنندگان کوچک، سودمند ببینند. بنابراین تعدیل ساختاری به منزله صحنه رقابتی بزرگ، برای تعاونیهایی است که بصورت خودیار سازمان یافته‌اند.

تعاونیها ابزار مؤثر و ویژه‌ای برای بکار گرفتن منابع انسانی محروم و ترکیب منابع محلی و پس‌اندازهای قابل توجه - در کشورهاییکه در بحران بسر می‌برند - فراهم می‌آورند. تعاونیها همچنین از طریق پر کردن شکاف منابع در اقتصاد بازار، به تهييج رقابت کمک می‌کنند.

بعنوان مثال، در چهارچوب طرح ACOPAM در کشورهای ساحل " واقع در غرب آفریقا، طرحهای خود مدیریتی آبیاری، بانکهای مربوط به غلات، واسطه‌های اعتباری، فروشگاههای کالاهای مصرفی، همچنین شرکتیهای بازاریابی و عرضه نهاده‌ها کمک مؤثری به تخفیف آثار منفی برنامه‌های تعدیل ساختاری نموده‌اند.

سازمانهای تعاونی خود مدیریتی و غیر متمرکز در از میان برداشتن (جایگزینی) دلالت‌های نهاده‌های تولیدی، تقویت زیر ساختهای روستایی و مدیریت نظامهای امنیت غذایی و ارائه خدمات اجتماعی و طرحهای پس‌انداز و اعتبار موفق بوده‌اند. در این موارد تعاونیها، منابع داخلی کشورها که برای تجدید حیات اقتصادشان بسیار مهم هستند را بسیج می‌کنند.

اگر سیاستها طراحی درست و دنبال شوند و شروط زمینه^{۱۲} برقرار باشند، تصور می‌رود بعد از فروپاشی کامل یا جزئی نهضت‌های تعاونی تحت کنترل دولت نهضتی اصیل ظاهر شود. یک سیاست مناسب بدین معنی است که همراه با سیاست رسمیت‌زدایی، مقررات زدایی، تمرکززدایی و ضرورت کاهش مخارج دولتی، دامنه خدمات دولت به تعاونیها به حداقل، وظایفی همچون ثبت، کنترل‌های دستوری رعایت قانون، انحلال و تصفیه شرکتیهای تعاونی تقلیل یابد. دولتها انجام این وظایف را بصورت مشابه برای هر نوع سازمان تجاری دیگری نیز برعهده دارند. از جمله نکاتی که بعضی از کشورهای آفریقایی که در اجرای برنامه‌های تعدیل ساختار پیش رفته‌اند، بدان پی برده‌اند این است که دولت خود را گرفتار انجام امور تعاونی ننماید. برای نمونه این امر در کامرون، تانزانیا و اوگاندا که تصمیم به محدود ساختن ایندسته مشغله‌های دولت به حداقلی نظیر ثبت، دآوری و اجرای قانون تعاونیها گرفته‌اند،

مصادق دارد در واقع سه کشور مزبور بطور کامل در فعالیتهای مربوط به تعاونی‌های طی دو ساله گذشته تجدیدنظر کرده‌اند، یکی از آنی‌ترین اثرات این بود که وظایف بخشهای تعاونی با توجه به نهادهای مشابه بشدت کاهش یافت خدمات حمایتی تعاونی همچون تعلیم و تربیت، خدمات بازرسی، مدیریت و مشاوره‌ای خصوصی سازی شدند. این امر بدین معنی است که تعاونیها باید این امور را

برنامه‌های تعدیل سافت‌اری را آغاز می‌نمایند:

جنبه دیگری از نقش نوین تعاونیها وجود دارد که در گزارش مدیرکل سازمان به کنفرانس بین‌المللی کار در خصوص ایجاد دمکراسی (۱۹۹۲:۴۰) و آی-ال-اؤ (ILO) بدان اشاره شده است. در این خصوص او می‌گوید: تعاونیها مزیت ویژه‌ای برای کشورهای در حال توسعه‌ای که برنامه‌های تعدیل ساختاری را اتخاذ می‌کنند و همچنین کشورهایی که برنامه‌ریزی اقتصادی متمرکز را کنار گذاشته‌اند، دربر دارد. در تعاونیها اتخاذ تصمیم و تخصیص منابع بوسیله گروه‌های مستقل (خود مختار) انجام می‌گیرد، به همین دلیل سازماندهی آنها بر مبنای اصول دمکراتیک صورت می‌گیرد و در پی بسیج منابع انسانی از طریق آموزش اعضایشان می‌باشند. این اعضاء معمولاً به تازگی وارد سازمان شده‌اند و یک شرکت را مدیریت می‌کنند و این امر آنها را برای مشارکت در دمکراسی نوری آماده می‌کند... تعاونیها ابزار مؤثر و ویژه‌ای برای بکار گرفتن منابع انسانی محروم و ترکیب منابع محلی و پس‌اندازهای قابل توجه - در کشورهاییکه در بحران بسر می‌برند - فراهم می‌آورند. تعاونیها همچنین از طریق پر کردن شکاف منابع در اقتصاد بازار، به تهبیج رقابت کمک می‌کنند.

تعاونیها بنابه ماهیتشان بوسیله مصرف کنندگان و یا تولید کنندگان مستقل تشکیل می‌شوند. در فرآیند تعدیل ساختاری، فعالیت تعاونیهای مصرفی در مناطق شهری و روستایی حداقل می‌تواند آثار حذف یارانه‌ها و در نتیجه افزایش قیمت مواد غذایی اصلی و سایر کالاهای اساسی را جبران نماید. علاوه بر مزیت قیمت‌های بالنسبه ارزانتر، تعاونیها تأمین و یا گسترش تدارک کالاهای را هدف قرار می‌دهند. برای مثال، تعاونیهای مصرفی نقش فزاینده مهمی را در سراسر اروپای مرکزی و شرقی، برای



خصوص مالکیت تعاونی و موضوعات مشابه آن، در کشورهای سابقاً سوسیالیست اروپای مرکزی و شرقی که تعاونیها بخشی از اقتصاد برنامه‌ریزی شده مرکزی را تشکیل می‌دهند، مطرح بوده و هست در یک چارچوب صحیح بنظر می‌رسد که ادامه حیات و کامیابی تعاونیها تنها زمانی میسر است که دو شرط عمده زیر تأمین شوند. اول اینکه آنها بایستی عملیاتشان را در جهت برآورد نیازهای اعضای خود هدایت نموده و بدینوسیله وفاداری آنها را بدست آورند. دوم اینکه، رهبران و کارکنان تعاونیها ناگزیر به داشتن مهارت‌های مدیریتی ضروری هستند همانگونه که در طی فرآیند تعدیل ساختار روشن گردیده تعاونیهای مستقل و خود اتکا (بویژه تعاونیهای پس‌اندازی و اعتباری) می‌توانند نقش بسزایی در توسعه منابع انسانی از طریق کمک به اعضایشان در بالا بردن مهارت‌های حرفه‌ای و ارائه آموزشهای عمومی داشته باشند، ما مبحث توسعه منابع انسانی را در مرکز فعالیت‌های ترویجی خود را قرار داده‌ایم.

مزیت ویژه تعاونیها در کشورهاییکه

سازماندهی نموده و یا آنها را از طریق انعقاد قراردادی با دیگران انجام داده و مبتنی بدین منظور پرداخت نمایند. هر چند برخی امتیازات نظیر معافیت‌های مالیاتی بصورت جزئی حفظ می‌شوند، لیکن اینگونه تصور می‌شود که بایستی تعاونیها نیز نظیر هر مؤسسه تجاری خصوصی دیگر عمل نمایند. گزارشی که در ارتباط با این سه کشور نقل شد دلالت بر این دارد که اگر چه همه آنها استراتژی مشابهی در جهت آزادسازی^{۱۲} تعاونیها اتخاذ نموده‌اند، لیکن روشهای بکار بستن این استراتژی کاملاً متفاوت بوده است. در یک مورد تغییرات از طریق فشار جمعیت‌های اهدا کننده کمک‌های بین‌المللی اعمال شده، در مورد دیگر دولت در ابتکار تغییر ساختار تعاونیها و سیاستها پیشقدم گردیده است و تنها در مورد سوم نهضت تعاونی خودجوش و از رأس سازمان بوده است و از آغاز فرآیند اصلاح بر پایه استراتژیهای روشن قرار داشته است. بهر حال نتیجه پایانی در هر سه حالت این است که تعاونیها برای ادامه حیات در محیط جدید و رقابتی بایستی مبارزه نمایند.

شرط زمینه برای توسعه تعاونی موفق

سازمان بین‌المللی کار انجام یک دسته مطالعات به منظور تعیین زمینه‌ای که براساس آن تعاونیهای خود اتکا توسعه می‌یابند را، برعهده دارد. یکی از نتایج بدست آمده این است که در اکثر موارد قانونگذاری فعلی تعاونیها ناقص است. این امر که سه کشور برشمرده در قانونگذاریشان تجدیدنظر کرده‌اند، یک تصادف نیست خیلی از کشورهای دیگر همچون اندونزی، مالزی و فیلیپین نیز قوانین خود را تغییر داده و یا در حال انجام این امر هستند نتیجه مهم دیگر این است که دولت بایستی کنترل خود را روی تعاونیها کاهش دهد و وظایف ترویج آنها را به مدیریت خود تعاونیها انتقال دهد.

مسئله قانونگذاری و تعبیر آن در

تعاونیها بنابه ماهیتشان بوسیله مصرف کنندگان و یا تولید کنندگان مستقل تشکیل می شوند. در فرآیند تعدیل ساختاری، فعالیت تعاونیهای مصرفی در مناطق شهری و روستایی حداقل میتواند آثار حذف یارانه ها و در نتیجه افزایش قیمت مواد غذایی اصلی و سایر کالاها را جبران نماید. علاوه بر مزیت قیمتهای بالنسبه ارزاتر، تعاونیها تأمین و یا گسترش تدارک کالاها را هدف قرار می دهند.

نمونه در کشورهای نظیر بلغارستان (که بالاترین نرخ رشد تعاونیهای مصرفی و اعضای جدید را داشته است)، چکسلواکی، مجارستان، لیتوانیا، لیتوانی، رومانی و روسیه، در خلال اجرای برنامه های تعدیل ساختاری بازی نموده اند. تعاونیهای تولیدی انواع زیادی دارند، علاوه بر توان بالقوه بالای تعاونیهای عرضه و بازاریابی و همچنین سازمانهای پس اندازی و اعتباری مناطق روستایی که قبلاً اشاره شد، تعاونیهای تولیدی از جمله سازمانهای تعاونی هستند که می توانند منابع را ترکیب کرده و با همکاری، مردمی را که در فرآیند تعدیل ساختاری تأمین نیستند و آسیب می پذیرند، تقویت نمایند. این تعاونیها می توانند از نوع تعاونیهای کارگران باشند که حداقل در کوتاه مدت قادرند اشتغال مستقیم و در نتیجه درآمد ایجاد نمایند و اگر بصورت کارآ عمل نموده و مشکلات ساختاریشان را چاره (مدیریت) نمایند ممکن است در بلندمدت نیز این فرصتهای شغلی را حفظ و یا حتی گسترش دهند. همچنین تعاونیهای خدماتی^{۱۲} که کارایی اعضایشان را تقویت می سازند و یا آنها قادر به اداره فعالیتهای درآمدزا می نمایند از این دسته اند. علاوه بر اینها، خیلی از اشخاص که شغل خود را (بدلیل تعطیلی مؤسسات غیر کارآی دولتی و یا واگذاری آنها به بخش خصوصی) از دست داده اند، دارای شرایط حرفه ای هستند که می توانند به کمک تعاونیهای مقاطعه کار^{۱۵} به متقاضیان دیگر (سایر

بخش خصوصی که به یارانه های دولتی وابسته بوده اند، بویژه در کشورهای اروپای مرکزی و شرقی (برای مثال روسیه که یکی از دو روش خصوصی سازی مؤسسات دولتی اش از طریق ایجاد تعاونیهای با مالکیت کارگری انجام گرفته) و در بعضی کشورهای در حال توسعه نظیر آرژانتین، جامائیکا، مکزیک، پاکستان و ترینیداد (Trinidad)، را فراهم می آورند.

متأسفانه مشکلاتی که در جریان انتقال مالکیت از طریق تعاونیها وجود دارند اساسی بوده و غلبه بر آنها دشوار است. در این میان جدی ترین موانع، نداشتن اطلاعات پایه ای در خصوص مالکیت کارگری و مدیریت مؤسسات متعلق به کارگران، کمبود سرمایه و فقدان سازوکارهای انتقال قانونی کارآمد، می باشند.

تعاونیها و گروههای محروم^{۱۶} ویژه ای که از اثرات زیان آور برنامه های تعدیل ساختاری آسیب می بینند:

مدیرکل سازمان بین المللی کار در گزارش خود پیرامون دمکراسی و (۲۸: ۱۹۹۲) ILO بر اهمیت همیاری فعال بین این سازمان، بانک جهانی و صندوق بین المللی پول که قصد دارند به رضایت اجتماعی^{۱۷} و ملاحظات مؤثر حمایت شغلی و توسعه محرومترین اقشار مردم اهتمام بیشتری داشته باشند، تأکید نموده است. سازمانهای تعاونی همچنین برای گروههای محروم خاص جامعه، نظیر زنان، سالخوردگان، از کار افتادگان و جوانان و بچه ها که از آثار زیان آور برنامه های تعدیل ساختاری آسیب می پذیرند، نقش مهمی بازی می کنند.

نمونه های زیادی نشان می دهند که زنان خودشان را در قالب تعاونیهای خدماتی یا کارگری (اغلب بصورت بسیار غیر رسمی) سازماندهی می نمایند تا بتوانند موقعیت شغلی و درآمدیشان را تقویت نموده و یا فعالیتهای درآمدزا را آغاز نمایند. تعاونیهای

مؤسسات یا دولت) معرفی شوند، معاش اینگونه افراد، می تواند تأمین شود و مشکلات اجتماعی ناشی از بیکاری مرتفع شود. هدف دیگر برخی از تعاونیهای پیمانکار، تأمین اعضایشان از طریق آموزش کافی یا تعلیم مهارت لازم به آنان برای بدست آوردن مهارتهای شغلی بالاتر به منظور ارتقای توان بالقوه کسب درآمد است. اگر این مؤسسات تعاونی و اعضایشان بطور کارآ عمل نمایند، می توانند اشتغالی پایدار، ابزارهای اصولی تأمین نیازهای اولیه و ارضای خواسته های مردم برای پیشرفت (توسعه) فردی را، فراهم آورند.

مثال دیگری از انواع مختلف تعاونیها بعنوان ابزاری برای جبران ساختن اثرات جانبی منفی برنامه های تعدیل ساختاری، تعاونیهای مسکن می باشند، زیرا قطع مخارج عمومی ممکن است حذف یا کاهش یارانه های مسکن را نیز دربر داشته باشد. تعاونیهای مسکن از یکطرف می توانند به زمینه سازی اصلاح منطقی قیمتها کمک کنند و از طرف دیگر همچون تعاونیهای کار، موقعیت اجتماعی و اقتصادی اعضای خود و کارگران را بوسیله تأمین فرصتهای شغلی و درآمد بهبود بخشند.

تعاونیهای مشابه مؤسسات سهامی آخرین نمونه از اشکال مختلف سازمان تعاونی اند. این نوع سازمانهای تعاونی پیش زمینه ای مطمئن و رشد یابنده برای خصوصی سازی مؤسسات تحت اداره دولت و ممانعت از تعطیل شدن مؤسسات در

پس‌انداز و اعتباری (شامل مؤسسات پس‌اندازی غیر رسمی و امثال آنها) بسیار مهم هستند، زیرا زنان اغلب در زمینه ابزارهای خصوصی، عمومی و غیر رسمی تأمین مالی با محدودیت زیادی مواجه‌اند. تعاونیهای بازاریابی محصولات اعم از تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی نیز مهم هستند.

همانگونه که زنان بطور معمول برای عرضه مواد غذایی اصلی و سایر کالاهای اساسی خانواده‌اشان مسئول هستند، می‌توانند از مزایای عضویت (سازمان یافتن) در تعاونیهای مصرف که افزایش قیمت کالاهای مصرفی ناشی از اقدامات تعدیل ساختار را جبران می‌نمایند، بهره‌مند شوند. علاوه بر این، زنان ممکن است سازمانهای تعاونی دیگری نیز برای تأمین خدمات اجتماعی (نظیر مراقبتهای بهداشتی و مهدکودک) تأسیس نمایند که در قالب اقدامات خصوصی سازی و تحکیم (انقباض) بودجه دولت حذف شده باشند. گروه محروم دیگر جامعه که از دو جنبه از برنامه‌های تعدیل ساختار آسیب می‌بینند، افراد معلول^{۱۸} می‌باشند. در جنبه اول، تعاونیهای موجود معلولین در اثر کاهش و یا حذف حمایتهای دولت به مخاطره می‌افتند (همانند لهستان) و در جنبه دیگر ممکن است خدمات حمایتی دولتی به اشخاص معلوم

هنگامیکه دولت مخارجش را محدود (منقبض) می‌نماید، به میزان زیادی، کاهش یابد. سازمانهای خودیار مستقل می‌توانند راه حل مناسبی^{۱۹} برای این دو وضع دشوار فراهم نمایند.

علاوه بر اینها، کاهش و یا حذف خدمات اجتماعی عمومی، در اثنای اقدامات تعدیل ساختار بشدت اشخاص سالخورده را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تعاونیها می‌توانند نقش بسزایی هنگامیکه افراد این گروه گردهم می‌آیند و خدمات معینی نظیر تأمین غذا، خدمات بهداشتی و فعالیتهای فراغت را برای خود سازماندهی می‌نمایند، داشته باشند. تجربیات تعاونیها برای (و یا از) افراد سالخورده در اروپا بسیار مثبت بوده است. سرانجام، یک قشر از مردم که می‌توانند از اقدامات تعاونی بسیار منتفع گردند و در هندوستان بسیار قابل توجه‌اند، جوامع قبیله‌ای می‌باشند. در ILO حکم ویژه برای بهبود رفاه این گونه افراد وجود دارد، چون ILO دارای یک انجمن بین‌المللی در ارتباط با جوامع قبیله‌ای و اولیه می‌باشد، در چند ماه قبل ما یک کارگاه آموزشی^{۲۰} در دهلی‌نو داشتیم که در میان مسائل مختلف، این سؤال مطرح شد که، چگونه چارچوب موجود جوامع قبیله‌ای که LAMPS نامیده می‌شوند، می‌توانند در یک ساختار تعاونی با ویژگیهای مشارکت واقعی ادغام شوند. ما

قصد داریم با این مباحث پیش رویم و برخی از فعالیتهای را در حمایت از تعاونیهایی که براساس احساس نیاز اعضایشان پا گرفته‌اند، مطرح نماییم.

تعاونیها، تعدیل ساختاری و بخش غیر رسمی (در مناطق روستایی):

در آوریل سال آینده^{۲۱} زمانیکه یک گروههایی از متخصصین تعاونی تشکیل می‌گردد می‌توانیم بحثهای خود را دنبال کنیم:

- توصیه‌هایمان را در خصوص نقش تعاونیها در توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها در حال توسعه بررسی کنیم؛

- نقش توسعه منابع انسانی در بقای اقتصادی، مدیریت کارآ و نظارت دمکراتیک تعاونیها را بررسی کنیم؛

- نقش تعاونیها در تقویت اشتغال و درآمد بویژه روستایی و علاوه بر آن در بخش غیر رسمی اقتصاد که نقشی فزاینده‌ای در زمینه تعدیل ساختاری در مناطق روستایی و شهری بازی می‌کنند را بحث نماییم.

بخش غیر رسمی بطور عمده به واحدهایی با مقیاس خیلی کوچک مشتمل بر تولید کنندگان و تاجران مستقل و خود اشتغال که معمولاً با سرمایه‌های بسیار اندک (یا بدون سرمایه) و با بکارگیری سطح پایینی از تکنولوژی و مهارت در سطح پایینی از بهره‌وری عمل می‌کنند، مربوط می‌شود. بنابراین آنها اغلب دارای درآمدی بسیار پایین و غیر منظم می‌باشند. آنها دارای دسترسی اندک و یا فاقد دسترسی به بازارهای سازمان یافته، مؤسسات اعتباری و مؤسسات آموزش و تربیتی رسمی و بسیاری از خدمات عمومی و وسایل تفریحی هستند که اغلب توسط دولت شناسایی و حمایت نمی‌گردند. تعاونیها بعنوان سازمانهای مردم محور دارای توان بالقوه قابل ملاحظه‌ای برای ارتقاء وضعیت زندگی



۱۳۰۲

تحولات اخیر تعاونیهای پیشه‌وری در فرانسه

به قلم: اریک بیدت^۱
برگردان: اداره امور بین‌الملل وزارت تعاون

تعاونیهای پیشه‌وری در مقام مقایسه با سایر حوزه‌های فعالیت تعاونی همچون تعاونیهای کشاورزی یا تعاونیهای بانکداری، همچنان دارای ساختار کوچکی هستند. اما علی‌رغم این ساختار خرد، معرف یکی از پویاترین و متحولترین زمینه‌های تعاونی طی ۱۵ سال اخیر می‌باشند. در این مقاله، سعی نویسنده بر آن است تا ویژگیهای اصلی این نوع تعاونی و تحول اخیر آن را به رشته کلام درآورد.

تعریف و چارچوب قانونی

تعاونیهای پیشه‌وری به گروههای گسترده‌تر تعاونیهای کوچک تجاری از نوع پیشه‌وری، ماهیگیری، خرده‌فروشی و حمل و نقل تعلق دارند. گاه از اصطلاح "تعاونی خانواده" نیز برای نامیدن چنین گروههایی استفاده می‌شود (یعنی مؤسساتی که در طبقه‌بندی کشور فرانسه، کارکنان آن کمتر از ۱۰ نفر هستند). در مطالعه‌ای که به سال ۱۹۸۵ انجام شد، نیکولاس^۲ و وینی^۳ مشکل تشخیص دقیق این نوع تعاونی را به دلیل ماهیت اعضای آن مطرح نمودند، چراکه در این تعاونیها، افراد عضو محسوب نمی‌شوند، بلکه مؤسسات بازرگانی اعضای آن را تشکیل می‌دهند. نکته مورد تأکید آنان در این مطالعه، مسئله تعیین فعالیت تعاونی بر مبنای نوع فعالیت خود اعضا بود.

درواقع، بیشترین تعداد تعاونیهای پیشه‌وری به شکل قانونی "گروههای دینف اقتصاد" (GIE)^۴ تشکیل شدند، حقیقت امر

این است که مفهوم تعاون در صنعت پیشه‌وری غالباً دیگر انواع گروهها را نیز شامل می‌شود که همچون GIE و شرکتهای غیرانتفاعی، مشخصاً تعاونی محسوب نمی‌شوند. هریک از انواع دو مورد اخیر ۲۰ درصد گروهها را تشکیل میدهند و ۶۰ درصد نیز به شکل تعاونی می‌باشند. نام اتحادیه ملی (کنفدراسیون تعاونیها و گروههای پیشه‌وری فرانسه)^۵ به روشنی قابل استناد برای سایر انواع گروهها است. در این مقاله، واژه‌های "تعاونی" یا "گروه" به استثنای موارد ویژه، به تمامی گروهها اطلاق می‌شود.

قانون تعاون فرانسه دربرگیرنده چارچوب کلی نهضت تعاون و پاره‌ای از قوانین خاص مربوط به هر نوع تعاونی از جمله کارگری، کشاورزی، مسکن و تعاونیهای کوچک تجاری می‌باشد. در این میان، تعاونیهای کوچک تجاری آخرین نوع تعاون هستند که مشخصاً در سال ۱۹۸۳ در قانون تعاون فرانسه لحاظ شدند. بدیهی است این شیوه تعاون پیش از این قانون ویژه نیز وجود داشته است، اما در سال ۱۹۴۷ مشمول "قانون عمومی تعاون" می‌شود. هدف از این نوع تعاون اساساً تأمین امکاناتی است که اعضا، علی‌رغم تعداد اندکشان، بتوانند از طریق یکپارچه کردن فعالیتهای خرید و فروش خود به قدرت تجاری بیشتری بدست یابند.

یکی از ویژگیهای بدیع قانون نوین سازی تعاونیها ۱۹۹۲، اعمال قانون عمومی استفاده از اعضا غیرسهامدار در تعاونیها بود. شومل^۶ و وینی با دیدگاهی بدبینانه، و تردارسن^۷ با نگرشی خوش‌بینانه‌تر نیز تأکید نمودند که این نوآوری یکی از بزرگترین تغییراتی بود که در آخرین بیانیه

هویت تعاونی اتحادیه بین‌المللی تعاون گنجانده شد.

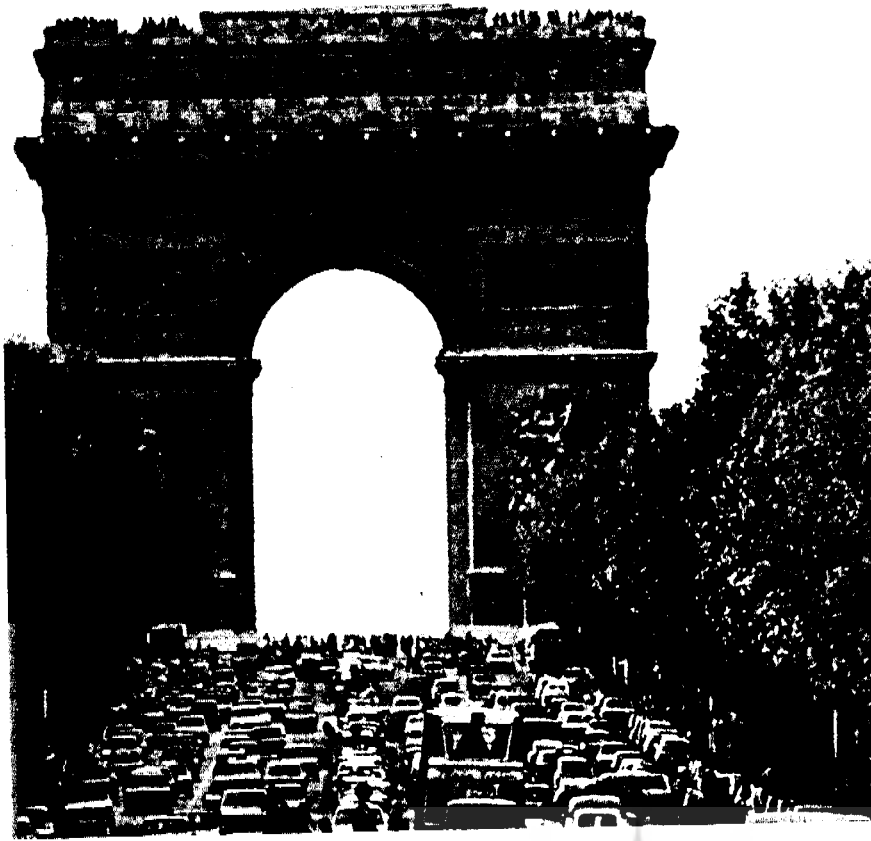
اما قانون سال ۱۹۸۳ به تعاونیهای پیشه‌وری این اختیار را اعطاء نمود تا از وجود بعضی اعضا غیرسهامدار، بدون هیچگونه محدودیتی در زمینه سرمایه استفاده نموده و در مقابل، پاداش این مشارکت اجتماعی به آنان اعطا شود. تنها محدودیت واقعی در زمینه تعداد آراء و به عبارت دیگر حق رأی اعضا غیرسهامدار تا ۲۵ درصد کل آراء و نه بیشتر از آن بود.

یافته‌های مهم اقتصادی

در سال ۱۹۹۴، مرکز کادر^۸ چشم‌انداز جدیدی در عرصه تحقیقات تعاونیهای کوچک تجاری و از جمله تعاونیهای پیشه‌وری گشود. از جمله مسائلی که در این چشم‌انداز آشکار شد، ضعف عناصر کمی در این بخش بود که مانع از دستیابی به ارزیابیهای درست جهانی و نمونه‌های تاریخی می‌شد. از اینرو یافته‌های ارائه شده در این مقاله بسیار ساده هستند.

تحولات اخیر صنعت پیشه‌وری در فرانسه از ثباتی قابل توجه برخوردار است. تعداد صنعتگران در فاصله زمانی سالهای ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۰ در حدود رقم ۸۵۰۰۰۰ نفر ثابت باقی مانده است. یک چنین ثباتی در تعداد گروههای تشکیل شده از سوی کنفدراسیون تعاونیها و گروههای پیشه‌وری فرانسه نیز نشان از رقم ۱۰۰۰ گروه در ظرف مدت ۱۵ سال دارد.

اما این ثبات، در آمار و ارقام تلفات بالای سازمانها و تغییرات مهم درون گروهی منعکس نشده است. برای مثال ۷۵ درصد از گروهها طی ۲۰ ساله اخیر بوجود آمده‌اند و تنها یک درصد در سال گذشته.



می‌کنند و ۷۰ درصد از آنان در شهرهایی مسکن دارند که کمتر از ۵۰۰۰۰ مسکن دارد.

میل درونی به تعاون

همانگونه که در آغاز این بحث به آن اشاره شد، چارچوب قانونی، خود را بخوبی با قانون سال ۱۹۸۲ وفق داد و پیامد آن توسعه‌گونه تعاونی در صنعت پیشه‌وری بود، دولت نیز تدریجاً موضع بسیار مثبتی را در قبال تعاونیهای پیشه‌وری اتخاذ کرد، از جمله تخصیص یارانه‌های همگانی، اعطای مزیت‌های مالی و گشایش بازارهای عمومی.

اما این یک طرف معادله است. در طرف دیگر مالو^۱ تأکید می‌کند که مؤسسات هم‌خانواده معمولاً کشش درونی ضعیفی نسبت به تعاون دارند و همانگونه که اوولاً^۲ نشان داده است، توسعه تعاون در صنعت پیشه‌وری به دو عنصر محدود می‌شود.

عناصر اول، عدم وجود یک شبکه سرمایه‌گذاری محکم و پایدار بویژه به دلیل نبود پیوند اینگونه تعاونیها با

کارکنان در هر گروه کمی بیش از پنج نفر است، اما واقعیت چیز دیگری را نشان می‌دهد: تقریباً نزدیک به ۴۰ درصد از گروهها فاقد کارگر و ۷۵ درصد از آنها کمتر از ۲ کارگر داشته‌اند. به بیان دیگر، تنها ۴ درصد دارای بیش از ۲۰ کارگر و تنها ۲۴ درصد گروهها میتوانند روی ۷۰ درصد از کارگران شاغل حساب کنند.

تعداد کارگران در مؤسسات تجاری وابسته به گروهها حول و حوش رقم ۱۸۰۰۰۰ نفر است که حدود ۱۵ درصد کارگران در کل صنعت پیشه‌وری را دربرمی‌گیرند. اما ده سال پیش این رقم ۱۲۰۰۰۰ نفر یعنی ۱۲ درصد بود.

این گوناگونی در تعداد اعضاء هرگروه نیز قابل تأمل است. نیمی از گروهها کمتر از ۲۰ عضو و ۵۵ درصد از آنان بیش از ۴۰ درصد کل اعضاء را در خود جای داده‌اند. این کوچکی گروههای پیشه‌وری با ویژگی دیگری از این نوع تعاون در ارتباط است و آن مسئله مجاورت و نزدیکی است. ۸۰ درصد اعضاء در فاصله‌ای کمتر از ۵۰ کیلومتری محل تعاونیهای خود زندگی

برای هر سازمان در ساختار اقتصاد اجتماعی، برآورد حجم و اندازه گروه براساس سه متغیر امکان‌پذیر است: حجم فروش، تعداد کارکنان و تعداد اعضاء.

حجم فروش این گروهها از ۶ میلیارد در اوایل دهه ۹۰ به ۷ هزار میلیون در شرایط کنونی رسیده است. این میزان تنها نمایانگر یک درصد فروش جهانی صنعت پیشه‌وری در فرانسه است (۷۵۷ هزار میلیون در سال ۱۹۹۴) اما تحول مؤسسات پیشه‌وری در تعاونیها وضعی بهتر از تحولات کل بخش تعاون دارد. در دهه ۸۰، میانگین فروش تعاونیها ۲ درصد از فروش در کل بخش بود یعنی نسبت ۱۸ درصد به ۱۶ درصد. تفاوت‌های عمده‌ای در بین گروهها، بخصوص در بخشهای مختلف مشهود است. برای مثال ۵۰ درصد گروهها به حجم فروش کمتر از ۳/۵ میلیون دست یافته‌اند. اما دو اتحادیه اصلی تعاونی (یکی فعال در زمینه تجارت ساخت مسکن و دیگری در زمینه ارائه خدمات به کشاورزان) نزدیک به یک‌هزار میلیون فروش داشته‌اند.

تعداد مؤسسات پیشه‌وری متعلق به یک گروه کمی بیش از ۱۱۰۰۰۰ می‌باشد که کمتر از ۱۵ درصد مؤسسات فعال در زمینه صنعت پیشه‌وری را شامل می‌شود. اگر این درصد را با درصد حجم فروش تعاونیها که تنها یک درصد است مقایسه کنیم، به این نتیجه می‌رسیم که بخش تعاون اساساً از ساختارهای کوچک تجاری تشکیل شده است.

بنا به گفته‌های نیکولاس و وینی، وقتی صحبت از اشتغال در تعاونیهای کوچک تجاری به میان می‌آید، باید آن را از دو زاویه بررسی نمود: اشتغال در خود تعاونیها و اشتغال در مؤسساتی که عضو تعاونی هستند. تعداد کارکنان در گروهها از آغاز دهه ۹۰ به این سو بین رقم ۴۵۰۰ و ۵۰۰۰ ثابت مانده است.

این بدان معناست که میانگین تعداد

سرمایه‌گذارهای معنوی شرکای فعال در بخش اقتصاد اجتماعی است. به عنوان نمونه، تعاونیهای اعتبار بویژه تعاونی اعتبار کشاورزی هرگز صنعت پیشه‌وری و تعاون پیشه‌وران را به عنوان یک بازار تجاری اصلی تلقی نکرده و اصول تعاون بیمه پیشه‌وری (MAAF) هیچگاه در صدد ایجاد پیوندهای نزدیک با تعاونیها نبوده است.

عنصر دوم، عدم وجود نوعی حس قوی تعاونگرایی سنتی در بسیاری از زمینه‌های فعالیت، بخصوص در صنایع غذایی و خدمات است که در جای خود می‌تواند عنصر مهمی محسوب شود. نتیجه طرفداری از اتحاد تجارت حرفه‌ای که پیوند نزدیکی با بنکداری سنتی دارد همواره بدگمانی نسبت به شیوه تعاونی را به همراه داشته چرا که تعاون تهدیدی برای مساوات و وحدت بین پیشه‌وران محسوب می‌شده است.

اما با آغاز دهه ۹۰ و افول فلسفه اتحادگرایی تجاری بود که تعاون تنها فاتح میدان تاخت و تاز تجاری شد. این عامل نشان می‌دهد که میل باطنی به ساختار تعاونیها به وضعیت بخشهای مختلف و سیمای محلی هر منطقه بستگی دارد. به مدت ۲۰ سال، فعل و انفعالات و تحولات بدست آمده در صنعت ساخت مسکن بسیار مساعد به حال پیشه‌وران بوده اما اکنون بیش از ۵۰ درصد خانه‌سازی به بخشی تعلق دارد که از ساخت مجتمع‌های جدید شهری به فعالیتهای خانه‌سازی شخصی و پراکنده تغییر جهت داده است.

صنعت خانه‌سازی به دلیل نیاز به مشاغل مختلف، بستر مناسبی برای رشد تعاونی محسوب می‌شود. جهش سریع در ساخت خانه‌های شخصی در اوایل دهه ۶۰ تا اوایل دهه ۸۰ نیز ادامه داشت. از این نقطه عطف بود که محدودیتهای مالی ساختار

گروههای ذینفع اقتصادی مانع از رویارویی گروهها در عرصه رقابت می‌شد.

۶۰ درصد از ۸۰۰ تعاونی موجود در دهه ۸۰ به فعالیت خانه‌سازی اشتغال داشتند. اکنون هم بالاترین تعداد تعاونی یعنی بین ۲۰ تا ۴۰ درصد از آنها در همین زمینه فعالیت دارند. حتی اگر این تعاونیها همچنان اصلی‌ترین نوع تعاونی باشند. اما در مقایسه با سایر عرصه‌های تعاونی، بویژه تعاون در خدمات (برای کشاورزان، صنف آرایشگر، تعمیر کار ماشین و رانندگان تاکسی) و تعاون در صنایع غذایی (نانوایان و قصابان) اهمیت خود را از دست داده‌اند.

نقش تعاون در حوزه پیشه‌وری روستایی در برگزیده فعالیت‌های بسیاری همچون مرمت و ساخت ابزار کشاورزی یا حفظ و نگهداری پارکها و باغها می‌باشد. این تعاونیها در نیمه دهه ۷۰ بوجود آمدند. در بخشی که تعداد پیشه‌وران آن از ۵۰۰۰۰ نفر در دهه ۶۰ به ۱۲۰۰۰ نفر در حال حاضر تقلیل یافته، اعضاء تعاونیها نیز به همان نسبت کاهش یافته‌اند، به این معنا که پس از آغاز دهه ۸۰ که تعداد اعضاء با حدود ۷۰۰ نفر در بالاترین حد خود بود، اکنون این تعداد پس از گذشت ۱۵ سال در حدود ۴۰۰ نفر ثابت مانده است. در همین دوره، حجم فروش پی‌درپی افزایش یافت و از ۸۰ میلیون فرانک به ۴۰۰ میلیون فرانک رسید. این دو تحول نشان می‌دهد که شاخص فروش به نسبت هر عضو از سال ۱۹۸۲ به این سو ده برابر افزایش یافته است.

در زمینه تعمیر ماشین، تعاونیها در دهه ۷۰ با شروع فعالیت خرید لوازم یدکی به کار خود توسعه دادند. اما در نیمه دهه ۸۰ به دلیل کمبود سرمایه، مشکلات جدی برای این تعاونیها پیش آمد. اما تعاونیهای روستایی در ابتدا

با منطق کدخدامنشی و سهامی به ارزش حدود ۵۰۰ تا ۲۰۰۰ فرانک آغاز بکار کردند. قدیمیترین گروه پیشه‌وران متعلق به صنف آرایشگر در آغاز این قرن می‌باشد که اساساً زیر نفوذ نمایندگان صنفی توسعه یافتند. اولین تلاش برای ائتلاف این گروهها در زیر چتر یک اتحادیه ملی در سال ۱۹۶۰ به دلیل وجود پدیده تمرکز در این گروهها در دهه ۷۰ با شکست مواجه و در نهایت به شکل‌گیری دو گروه اصلی تعاونی با حجم فروش ۹۵ و ۶۵ میلیون فرانک منجر شد. میانگین حجم فروش به نسبت هر تعاونی بسیار متغیر است، برای مثال از ۲۰ میلیون فرانک در صنعت ساخت مسکن به کمتر از ۲۰ میلیون فرانک در زمینه تعمیر ماشین و پیشه‌وری روستایی و حدود ۱۰ میلیون فرانک برای صنف نانوایان و قصابان که دو تعاونی عمده در صنایع غذایی هستند، می‌رسد.

سازماندهی نوین

براساس طبقه‌بندی انجام شده توسط شاوز^{۱۱} در سال ۱۹۹۶، تعاونی پیشه‌وران ظاهراً چیزی پیش از تعاون در یک بخش است و آن را می‌توان در بین سازمانهای فعال در همان خطکاری قرار داد. تعاونی پیشه‌وری اساساً یک تعاون غیریکپارچه است و از همین رو نمونه‌های بسیار اندکی از تعاون متقابل با سایر نهضتهای شکل گرفته در اقتصاد اجتماعی سراغ داریم.

اما شایان ذکر است که برخی طرحها با هدف نظارت مؤثرتر کل فرآیند تولید در حال شکل‌گیری است. این روش با موضوع کیفیت نیز بی‌ارتباط نیست. تعاونیها که در اصل برای حل مشکل کمبود کالاها و خدمات از نظر کمی ایجاد شدند، امروزه بیش از پیش به مسئله کیفی کالا و خدمات می‌پردازند. ذکر نمونه‌ای از پیشه نانوایی خالی از لطف نیست: تعاونی مونین^{۱۲} که در شرق فرانسه واقع شده، سعی در ایجاد مشارکت بین تعاونیهای تولیدکنندگان

گندم، آسیابداران مستقل و نانویان داشت. امروزه، برقراری هرچه بیشتر مشارکت بین تعاونیها و سازمانهای شاغل در بخش اقتصاد اجتماعی یکی از مسائل موردتوجه کنفدراسیون تعاونیها و گروههای پیشه‌وری فرانسه می‌باشد. از اینرو طبیعتاً پیوندهای نزدیکتری بین تعاونیهای خدمات با کشاورزان یا تعاونیهای قصابان و نانویان قابل تصور است.

همچنین ارتباط با تعاونیهای مصرف و تعاونیهای خرده‌فروشی نیز دور از ذهن نیست. قوانین موضوعه وابسته به اقتصاد اجتماعی می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد در ایجاد این نوع مشارکت بکار آید.

بیشک یکی از تحولات اصلی اخیر، ایجاد تعاونیهای بزرگی است که برکار خرید کالا متمرکز هستند. این پدیده که از ده سال پیش آغاز شد، بخصوص در عرصه‌هایی توسعه یافت که دارای ارزش افزوده اندک بودند و به درخواست پیشه‌وران برای رهایی از تبعیت سنتی از کارپردازان خود مربوط می‌شد. این روش کل صنعت پیشه‌وری را به استثنای صنایع مولد ثروت (نظیر برقکاران و رانندگان تاکسی) زیر پوشش خود می‌گیرد. اما این شیوه بخصوص در صنعت خانه‌سازی چشمگیر است چرا که گروهها موضع خود را از شکل گروههای ذینفع اقتصادی (GIE) با تأکید بر عملکرد ساخت مسکن به نوعی تعاونی با عملکرد خرید مسکن تغییر داده‌اند. توسعه این عملکرد محوری جدید در تعاونی به رشد ابعاد تعاونیها نیز انجامید، اکنون برخی از این تعاونیها بقدری وسعت دارند که می‌توانند بر ساختارهای بازار خود اثر گذارند. این وضعیت برای صنف آرایشگر (با دو تعاونی فعال در سطح کشور) و قصاب و لوله‌کش (بیشتر در سطح محلی) نیز صادق است.

این تعاونیها همچنین به مدد امکانات مالی، اتخاذ سیاست جدید استفاده از سهام بیشتر اعضاء و روند گزینش عضویت، رفته رفته توسعه یافتند. بنا به عقیده اولو پی‌ریزی تعاونیها بر پایه نیازهای سرمایه‌ای مستلزم چشم‌پوشی از ارزشهای سنتی چون اعتقاد به مساوات بشر است. سهام در تعاونیهای پیشه‌وری روستایی از رقم نمادین ۵۰۰ فرانک به میانگین ۴۰۰۰ فرانک رسید و این بدان معناست که سرمایه تعاونیها از کمتر از یک میلیون فرانک در نیمه‌دهه ۸۰، امروزه به حدود ۱۵ میلیون فرانک بالغ شده است.

با تعمق بیشتر در این تحلیل، می‌توان دوتنوع تعاونی عمده را از یکدیگر متمایز نمود. دریک طرف تعاونیهایی هستند که تنها وظیفه آنان ایجاد هماهنگی بین مؤسسات اقتصادی است که غالباً بصورت شراکتی اداره می‌شوند یا به شکل گروههای ذینفع اقتصادی عمل می‌کنند، در طرف دیگر تعاونیهایی به چشم می‌خورند که وظیفه اصلی آنان توزیع، تولید یا

آماده‌سازی برای عرضه تجاری است و بزرگترین تعاونیها نیز به همین گروه اخیر تعلق دارند.

در پایان می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که به دلیل برقراری نظام آزاد قیمتتها در اواخر دهه ۸۰، تعاونیهای پیشه‌وری با بافت اقتصادی جدیدی روبرو شدند. افزایش قیمتتها دیگر به صرفه نزدیک نبود و تعاونیها می‌بایست در ارائه خدمات خود به اعضاء تنوع ایجاد کنند. تعاونیها طی دوره چندساله‌ای بر کیفیت تأکید داشتند. به بیان دیگر، تضعیف فلسفه صنف‌گرایی تجارت حرفه‌ای چشم‌اندازهای تازه‌ای برای دیگر فعالیتهای جمعی و تعاونی گشود و به ایجاد یک ساختار حرفه‌ای جدید انجامید. در یک چنین بافتی، بحرانهایی که در سال گذشته برای کنفدراسیون تعاونیها و گروههای پیشه‌وری فرانسه ایجاد شد از نوع ثانویه بود و مستقیماً به تعاونیها مربوط نمی‌شد.

۱- اریک بیدت معاون سردبیر RECMA (مجله مطالعات تعاونی، انجمنهای تعاون و شرکتهای تعاونی) است. وی در همایش تحقیقات بین‌الملل تعاون که در سپتامبر سال ۱۹۹۶ در استونی برگزار شد، به نمایندگی از طرف انجمن ملی تعاون حضور داشت.

- 2- Nicolas
- 3- Vienney
- 4- groupement d'intérêt économique
- 5- Confédération Française des Coopératives et Groupements d'Artisans
- 6- Chomel
- 7- Thordarson
- 8- CADRE: سه سال پیش با حمایت فدراسیون اقتصاد اجتماعی فرانسه و وزارتخانه‌های اقتصاد و تحقیقات فرانسه، مرکز کارد بوجود آمد. هدف از تشکیل آن ارتقاء علوم اجتماعی در بخش اقتصاد اجتماعی است. به بیان دقیقتر، نقش کادر عبارتست از تعیین روشهای اصلی در تألیفات و آثار موجود و نشان دادن تأثیر تحقیقات در پاسخگویی به موضوعگیریهای اصولی سازمانها. برای تحقق این هدف، کادر اقدام به تشکیل کارگاههایی با حضور محققان و کارورزان نموده است.
- 9- Malo
- 10- Auvolat
- 11- Chaves
- 12- Monpain



منطقه آسیا و اقیانوسیه

موتور جهانی در

رشد اقتصادی

منطقه آسیا و اقیانوسیه دارای موقعیت بسیار برجسته و مهمی در اقتصاد جهانی می‌باشد. بیش از دوسوم کالاها و خدمات دنیا توسط هجده مؤسسه اقتصادی عضو در «سازمان تعاون اقتصادی آسیا و اقیانوسیه» (APEC) تولید و ارائه می‌شود. ارزش تجارت بین مؤسسه اقتصادی عضو APEC از رقم ۴۹۲ میلیارد دلار آمریکا در سال ۱۹۸۵ به یک هزار میلیارد دلار آمریکا در سال ۱۹۹۲ بالغ شده است که پیامد آن رشد سهم این اعضا در تجارت جهانی از ۳۸/۸٪ در سال ۱۹۹۰ به ۴۵/۶٪ در سال ۱۹۹۴ می‌باشد. طی همین دوره، سهم اعضا در تجارت درون منطقه‌ای از ۲۶/۶٪ در سال ۱۹۹۰ به ۳۳/۴٪ در سال ۱۹۹۴ افزایش یافته است.

پیشینه درخشان رشد و توسعه اقتصاد ملل عضو APEC و ساخت توانمند و مستمر تجارت درون منطقه‌ای و بین منطقه‌ای، در قرن بیست و یکم به موضعی قویتر از وضعیت کنونی دست خواهد یافت. این تصویر درخشان از نحوه عملکرد اقتصاد آتی منطقه با ایجاد مکانیسم‌های تجاری چند جانبه‌ای نظیر آفتا، نفتا، آپکا، تج‌پا و وتو^۱ بیشتر تقویت می‌شود.

مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط و تعاونیها:

عامل موفقیت استراتژیک

دلیل اصلی عملکرد پایدار اقتصادی در

منطقه آسیا و اقیانوسیه چیست؟

مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط یا (SME) و تعاونیها نقش مهمی در شکل‌گیری و توسعه پایدار اقتصادی داشته و دارند. اینگونه مؤسسات بیش از ۹۶٪ شرکتها عضو سازمان اقتصادی "APEC" را تشکیل می‌دهند. این مؤسسات حدود ۶۰٪ نیروی کار را جذب کرده و در ایجاد قریب به ۷۰٪ کلیه مشاغل جدید طبق برآوردهای "ECD/APEC" سهم می‌باشند. تعاونیها در انتقال مکانیسمهای اقتصادی به مؤسسات و شرکتهای کوچک فعال می‌باشند. بدون وجود تشکیلات تعاونی، این افراد به هنگام ورود به بازار تجارت دچار مشکل خواهند شد.

* هیأت‌های شرکت‌کننده در کنفرانس به اهداف ذیل نائل خواهند گردید:

- آشنائی با رهبران کشورهای آسیائی، آمریکائی و حوزه اقیانوسیه، همچنین رؤسای مؤسسات آموزشی که مسئول تعیین اولویتها، اقدامات اولیه، برنامه‌ها و طرحهای مربوط به گسترش و ترویج اهمیت استراتژیک تعاونیها و نیز * SMEs در کشورهای خود می‌باشند:

- آگاهی از وضعیت کنونی (اس - ام - ای) (SMEs) و تعاونیهای فعال در کمیته‌های اقتصادی هجده عضو وابسته به اپک (APEC):

- کسب اطلاع از فرصتهای بدست آمده جهت توسعه همکاریهای استراتژیک و تلاشهای مهمی که در حیطه مسائل قانونی،

مالی و سیاسی ناشی از فعالیتهای انواع مختلف تعاونیهای تجاری در قالب مشارکت با (اس - ام - ای - اس) (SMEs) و نیز تعاونیهای اعضاء اقتصادی آ - پی - ای - سی "APEC"، صورت می‌گیرد:

- تشکیل شبکه‌ای مرکب از نهادهای تأثیرگذار در بخشهای دولتی و خصوصی من جمله، بنگاههای بین‌المللی و چند منظوره مربوط به گسترش اس - ام - ای SMEs و تعاونیها در بالاترین سطوح:

- شناسائی امکانات متعلق به مشتریان بالقوه و یا شرکای اتحادیه استراتژیک از بخشهای دولتی و خصوصی شرکت کننده در فعالیتهای اقتصادی:

دلایل حضور الزامی شما در کنفرانس (چرا باید در این کنفرانس شرکت کنید؟)

اصولاً دولتها و کلیه رهبران تجاری در همه جای دنیا به اهمیت فعالیتهای شبکه‌ای اذعان دارند. این کنفرانس با ایجاد زمینه‌های لازم جهت حضور هرچه بیشتر رهبران و متخصصین در سطوح بین‌المللی به جستجوی راههای توسعه اس - ام - ای (SME) و بخشهای تعاونی می‌پردازد. علاوه براین، مشارکت تجار و مدیران تعاونیها و همچنین شما، در شکل‌گیری آینده تعاونیها در منطقه تحت نفوذ آ - پی - ای - سی APEC بعنوان یک نیروی اقتصادی در اختیار دولتها جهت ورود به قرن آینده، تأثیر شگرفی خواهد داشت. و در نهایت، حاصل کنفرانس، تسلیم گزارش به سران هجده دولت عضو آ - پی - ای - سی و اقتصاددانان دولتی کشورهای شرکت‌کننده و نیز هیأت‌های شرکت کننده در کنفرانس خواهد بود.

سازمان دهندگان کنفرانس با استفاده از شبکه‌های اینترنت ترتیب ملاقاتهای متعدد ما بین هیأت‌های شرکت‌کننده در کنفرانس و نیز جمع‌آوری و ارائه اطلاعات جدید مربوط به پیشبرد امکانات و تدارکات

اهداف کنفرانس:

تعاونیها در افزایش و تقویت زمینه‌های رقابت و فرصت‌های انجام داد و ستد توسط کاسبکاران خرده پا و نیز توسعه امکانات نسبتاً محدود اشتغال‌زائی، تأثیرات عمده‌ای دارند.

انجام امور اقتصادی آ - پی - ای - سی (APEC) وابستگی تام به (اس - ام - ای - اس) و تعاونیهائی که به نحوی بعنوان ابزار ارتقاء سطح تجارت و افزایش فعالیتها سرمایه‌گذاری تلقی می‌گردند خواهد داشت.

بنابراین، گسترش و تقویت (اس - ام - ای - اس) SMES، در دستور کار اقتصادی آ - پی - ای - سی APEC از اولویتهای بسیار بالا برخوردار است. در همین راستا و در پرتو اهمیت انکارناپذیر در منطقه آسیا - اقیانوسیه، اندونزی بعنوان یکی از اعضای فعال APEC، از تمامی جنبشهای تعاونی SMES، جهت حضور در کنفرانس شبکه تعاونیها و شرکتهای کوچک و متوسط آسیا - اقیانوسیه، در تاریخ جاکارتا - ۱۴ و ۱۵ ژولای ۱۹۹۷ دعوت بعمل می‌آورد.

عمده‌ترین هدف برگزاری از این کنفرانس عبارتست از: ایجاد درک و تفاهم عمومی نسبت به علائق و منافع متقابل، در تشکل شبکه‌های (اس - ام - ای - اس) SMES و تعاونیها در منطقه آسیا - اقیانوسیه. این هدف در حقیقت متضمن تشخیص ضرورتها در بین رهبر و کارشناسان منطقه آسیا - اقیانوسیه جهت گسترش و توسعه تعاونیها می‌باشد.

بمنظور انجام تمام و کمال این مأموریت مهم، عقاید، نظرات و پیشنهادات مؤثرتر سازمانهای ذیربط، مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت. لذا قبل از شروع رسمی کنفرانس، ملاقاتهایی بین رهبران و کارشناسان منطقه صورت خواهد گرفت.

- افتتاح کننده کنفرانس: سوهارتو، رئیس جمهور اندونزی خواهد بود و سخنرانان این کنفرانس عبارتند از: وزرائی از اندونزی و کشورهای خارجی شرکت کننده در کنفرانس، مسئولین بخشهای دولتی - خصوصی و آژانسهای بین‌المللی و چند ملیتی و آقای جورج ایپ.

ایشان علاوه بر اینکه یک کارشناس تحصیلکرده می‌باشند، یکی از فعالان بازاریابی نیز هستند که با ارائه یک استراتژی جهانی در این زمینه به شما در

بقیه از صفحه ۵۷

پرورش کرم ابریشم و تولید پيله با توجه به باغستانهای توت فعلی و امکان توسعه توتستان‌های موجود.

۴- ایجاد تعاونیهای تولیدی در بخش صنایع تبدیلی از تولیدات دامی از قبیل پوست، چرم، تولید مصنوعات چرمی به صورت کیف، کفش، صنایع زهتابی

۵- ایجاد واحدهای صنعتی تعاونی در زمینه صنایع غذایی بمنظور فعالیت و تولید فرآورده‌های لبنی، کمپوت‌سازی، تولید پودر شیر و سایر فرآورده‌های آن، پوره سیر و سایر فرآورده‌های آن، پوره چپس سیب‌زمینی، بسته‌بندی و درجه‌بندی کشمش و مغز گردو و حبوبات.

۶- ایجاد واحدهای تولید صنایع دستی و صنایع مورد نیاز این نوع فعالیت مانند تولید لعاب سرامیک، کارگاه رنگرزی و همچنین تعاونیهای تولید سفال و سرامیک و فرشبافی.

۷- ایجاد واحدهای تعاونی صنایع کاربردی پتروشیمی مانند محصولات پلی‌اتیلنی و سایر محصولات شیمیایی بدلیل نزدیکی به پالایشگاه و پتروشیمی اراک.

۸- ایجاد تعاونیهای سنگبری، گرانیته، تولید پودر میکرونیزه و گچ و آهک.

۹- ایجاد واحدهای تعاونی معدنکاران جهت استخراج معادن گرانیته و سنگ‌های

نیل به رقابتی انتفاعی کمکهای مؤثری می‌نماید. آقای جورج ایپ با پشتوانه ده سال تجربه در بسیاری از ابعاد تجارت بین‌المللی و نیز آموزش مدیریت، قالبی جامع و چند بعدی از اوضاع رقابت در جهان بدون مرز کنونی را بشما ارائه می‌نماید.

1- AFTA

2- NAFTA

3- APEC

4- TGR

5- WTO

* Small & Medium Enterprises

شرکتهای تولیدی سطح کوچک و متوسط

آهکی صنعتی و لاشه.

۱۰- ایجاد واحدهای تعاونی آموزشی،

ورزشی، هنری بمنظور ایجاد مدارس غیرانتفاعی، استخر شنا، سالن‌های ورزشی، سینما و تاتر.

۱۱- ایجاد واحدهای تعاونی ارائه

خدمات توریستی، مانند تورهای سیاحتی، هتل، رستوران، مکانهای تفریحی در نقاطی مثل گنجانامه، تپه‌های عباس‌آباد، سراب، کیان، غارعلیصدر.

۱۲- ایجاد تعاونیهای جدید و توسعه

تعاونیهای موجود حمل و نقل کالا و مسافر زمینه‌هایی که به عنوان فعالیت جدید مورد نیاز از آنها نام برده شد عمدتاً در تکمیل زنجیره‌های تولیدات فعلی است که انتخاب آنها بیشتر بدلیل اتصال ابتدا و انتهای این فعالیتها به فعالیتهای موجود انجام گرفته و صرفه اقتصادی آنها سنجیده شده است. این فعالیتها در عین حال که در توسعه اقتصادی منطقه موثرند از جنبه‌های اشتغال‌زائی قابل توجهی نیز بهره‌مند می‌باشند. بعنوان مثال معرفی فعالیت‌هایی از قبیل ایجاد مزارع مرغ مادر، ایجاد صنایع غذایی و تبدیلی و بسته‌بندی ایجاد کارگاههای پشم‌ریسی، رنگرزی، بیشتر در این چارچوب و در ارتباط با همین مطلب و با توجه به وجود امکانات لازم جهت ایجاد آنها انجام گرفته است.

دوازدهمین نمایشگاه «کالا و اجناس اندونزی»

جار کارتا ۲۶-۲۱ اکتبر ۱۹۹۷-۴-۲۹ مهر - آبانماه ۱۷۶

مقدمه:

جمهوری اندونزی یک مجمع الجزایر وسیع است که بیش از یک دهم ناحیه استوائی را بخود اختصاص داده و از جنوب تایلند در شبه جزیره «مالای» تا شمالیترین منطقه ساحلی در استرالیا امتداد یافته است. توسعه اقتصادی - سیاسی این ملت را میبایست تحت تأثیر قرار گرفتن این منطقه در ارتباط با خاورمیانه و آسیا از دیدگاه اهمیت فعالیتهای تجاری، مورد ارزیابی قرار داد. اندونزی در گستره‌ای خاکی بوسعت ۷۴۱/۱۰۱ مایل مربع (۱/۹۲۶ میلیون کیلومتر مربع) و آبهای منطقه‌ای تقریباً چهار برابر میزان خشکی، قرار گرفته است. در مجموع این کشور متشکل از ۱۳/۶۷۷ جزیره در طول ۳۲۰۰ مایل (۵۱۲۰ کیلومتر) از شرق به غرب یعنی معادل فاصله جغرافیائی مسکو تا لندن و ۱/۱۰۰ مایل (۱/۷۶۰ کیلومتر) از شمال به جنوب می‌باشد. اندونزی را به حق میبایست یکی از سریعترین کشورها بلحاظ توسعه در جنوب شرق آسیا قلمداد کرد.

بعنوان یک نسل جدید در میان ببرهای حوزه آسیا - اقیانوسیه، اندونزی با سرعتی چشمگیر راه خود را به قرن بیست و یکم می‌پیماید و به یکی از قدرتهای اقتصادی - صنعتی آسیا تبدیل می‌شود. کشور اندونزی با دراختیار داشتن منابع عظیم طبیعی و نیز چهارمین توده جمعیتی جهان، دوره رشد اقتصادی را با شور و هیجان و تلاشی در خور تحسین سپری کرده و بویژه در مقوله تجارت و فعالیتهای تجاری فرصتهای فراوانی را به ارمغان می‌آورد.

اعلام یک رویداد تجاری

این اقدام اندونزی در سال ۹۷، در حقیقت تکرار یک نمایشگاه تجاری سالانه است که در سطحی بین‌المللی و یا به معرض نمایش گذاردن انواع محصولات صادراتی اندونزی که صرفاً دست‌آوردهای شرکتهای تولیدی - صادراتی منتخب در اندونزی را در بر می‌گیرد - برگزار می‌گردد. این نمایشگاه منحصراً جهت خریداران کشورهای آسیای میانه و ماوراء بحار که از اقصی نقاط جهان در آن حضور می‌یابند، برپا می‌شود.

اندونزی بشرح ذیل به معرض نمایش قرار داده می‌شود:

- منسوجات و نخهای بافندگی

- لوازم و پوشاک مردانه، زنانه،

بچگانه، اسباب‌بازی، انواع کفش و دمپایی،

وسایل آرایش، انواع گل و گیاه سنتی، لوازم

تزئین منازل و ادارات، انواع نوشابه و مواد

غذائی، لوازم ورزشی، محصولات

شیمیائی، تولیدات پلاستیکی، محصولات

کائوچویی، کاغذ و فرآورده‌های کاغذی،

لوازم یدکی انواع خودرو، بلورآلات و

ظروف شیشه‌ای، لوازم و تجهیزات



حدود ۶۵۰ شرکت تولیدی - صادراتی اندونزیائی در این نمایشگاه حضور می‌یابند. طی سالها، نمایشگاه تولیدات داخلی اندونزی به یک رخداد مهم تجاری در سطح بین‌المللی مبدل گردیده است که بیش از ۴۵۰۰ خریدار از ۹۵ کشور جهان را به عنوان بازدید کننده در خود می‌پذیرد.

کالاهای ارائه شده در نمایشگاه

* در این نمایشگاه کالاهای تولید شده در

الکترونیکی، اشیاء تزئینی و هنرهای دستی، صنایع دستی و پوشاک تزئینی، قهوه، چای، انواع چاشنی، انواع روغن، انواع ماهی، میگو و غذاهای دریائی، لوازم نظامی انواع دارو، تولیدات معدنی، تجهیزات سنگین، انواع تولیدات فلزی، فرآورده‌های کشاورزی، لوازم و مصالح ساختمانی، تجهیزات و لوازم موردنیاز هواپیما، کشتی، لوکوموتیو و سایر ملزومات شناورهای دریایی و ...

ریال بوده که از نظر وزنی و ارزشی به ترتیب ۲/۱۸ درصد و ۰/۸۴ درصد از صادرات محصولات معدنی کشور را به خود اختصاص داده است. سهم وزنی و ارزشی صادرات مواد معدنی در کل صادرات بخش تعاون به ترتیب ۱۹/۲۲ درصد و ۰/۷ درصد بوده که بدون در نظر گرفتن صادرات پسته به ۲۴/۲۸ درصد و ۱/۶۶ درصد افزایش می‌یابد.

سنگ و نما و مصالح ساختمانی به ترتیب با اختصاص ۸۲/۲۵ درصد و ۱۲/۰۶ درصد از ارزش صادرات محصولات معدنی، بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

بررسی عملکرد صادراتی تعاونیه‌های تمت پوشش در استانها

بدلیل سهم عمده صادرات پسته در کل صادرات بخش تعاون بمنظور مقایسه دقیق صادرات عملکرد تعاونیه‌ها در استانها از صادرات پسته در این تحلیل چشم‌پوشی می‌نمائیم.

با این فرض سهم صادرات تعاونیه‌های کرمان از ۶۶/۸۲ درصد به ۲۱/۸ درصد کل صادرات تعاونیه‌ها تقلیل می‌یابد و به همین ترتیب بعد از صادرات اتحادیه‌های سراسری کشور که ۴۹/۷۹ درصد صادرات تعاونیه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند، استانهای کرمان، اصفهان، کرمانشاه و آذربایجان شرقی به ترتیب با ۲۱/۸ درصد، ۸/۸ درصد، ۵/۰۱ درصد و ۴/۴۹ درصد ارزش کل صادرات، بیشترین صادرات را داشته‌اند و هفده استان دیگر در مجموع ۲۸/۷۱ درصد وزن و ۱۰/۱۱ درصد ارزش صادرات تعاونیه‌ها را بخود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره (۵) و (۶) به ترتیب ارزش و مقدار صادرات تعاونیه‌های تحت پوشش را بر حسب گروه کالا در سال ۱۳۷۵ نشان می‌دهند.

مقصد محصولات صادراتی تعاونیه‌ها

باتوجه به تنوع محصولات صادر شده توسط تعاونیه‌ها، مقدار و ارزش محصولات صادر شده به هر کشور نیز متفاوت می‌باشد. روسیه و کشورهای آسیای میانه، حوزه خلیج فارس و آسیای جنوب شرقی به ترتیب با ۳۷/۲۳ درصد ۲۷/۵۱ درصد، ۱۱/۴۶ درصد و ۱۰/۷۶ درصد بیشترین واردات را از تعاونیه‌های کشور داشته‌اند و سایر کشورها در مجموع با

۱۹/۶۴ درصد وزن ۱۲/۰۴ درصد از ارزش صادرات تعاونیه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

مقایسه سهم وزنی و ارزشی محصولات صادر شده نشان می‌دهد که کشورهای آسیای میانه، حوزه خلیج فارس، ایتالیا، پاکستان، ترکیه و هند به نسبت خریدار محصولات پر حجم و ارزانتر بوده‌اند.

بقیه از صفحه ۶۳

(مانند وضعیت اشتغال و درآمد و وضعیت اجتماعی) چنین مردمی و محیط اجتماعی آنها می‌باشند.

کلام پایانی (نتیجه‌گیری):

ملاحظه نمودیم که هنگام تغییرات شدید ناشی از برنامه‌های تعدیل ساختاری، تعاونیه‌های مستقل و خود اتکا سازمانهایی هستند که توان بالقوه قابل ملاحظه‌ای برای کمک رساندن به اهداف بلندمدت (مثبت) برنامه‌های تعدیل ساختار دارا بوده و اثرات جانبی - منفی برخی از اقدامات تعدیل را تخفیف می‌دهند.

اگر چه توان بالقوه تعاونیه‌ها در زمینه تعدیل ساختار بنایستی بیش از واقع برآورد شود، لیکن بایستی تعاونیه‌ها بعنوان یکی از چند شکل سازمانهای خصوصی که می‌توانند منابع بیکار را بسیج نموده و آنها را در زمینه‌های تولیدی بکار گیرند و اعضایشان و کشور را بعنوان یک کل (بطور غیر مستقیم) منتفع سازند، در نظر گرفته شوند.

وظیفه سازمان بین‌المللی کار تقویت سیاستها و برنامه‌هایی است که روحیه فعالیت، تأسیس و توسعه تعاونیه‌ها به منظور ایجاد مشاغل جدید، کاهش بیکاری و بهبود شرایط کار در وسیعترین حد ممکن را تشویق نمایند. این امر متضمن تقویت ظرفیت مؤسسات محلی تأمین مالی و مؤسسات مشاوره‌های تکنولوژیکی یا

تعلیماتی و همچنین بهبود روش کار آنها برای ارتقای سطح بهره‌وری تعاونیه‌ها و فعالیت اعضایشان می‌باشد. علاوه بر اینها هنگامیکه آزادی استقرار یک فعالیت بواسطه توان سرمایه‌گذاری (یا به عبارت دیگر به علت محدودیت دسترسی به اعتبار) محدود می‌شود، کار می‌تواند دنبال شود و برنامه‌های تعاونی از استقرار و تقویت پوشش مالی گروه‌های کم درآمد در مناطق روستایی و بخشهای غیر رسمی حمایت نمایند. (کنفرانس بین‌المللی کار، ۱۹۹۲)

مأخذ:

Asia Rural Cooperatives , Editor K.K. Taimni , Westview Press , Oxford 1994

پانویسها:

۱- به نظر مترجمه کلمه تنظیم معادل صحیح‌تری برای کلمه adjustment اما به منظور همسانی با سایر متون فارسی از کلمه تعدیل استفاده شده است.

2- International Labour organization (ILO)

3- Structural adjustment Programs (SAPS)

۴- در این قسمت نویسنده نسبت به نقش مفید سمپوزیوم

در جهت اعتلای تعاونیه‌های کشاورزی ... ابراز امیدواری

کرده که به منظور پیوستگی مطالب از درج آن در متن

ترجمه خودداری شده است (مترجم).

5- deregulation 6- decentralisation

7- defficialisation 8- national consensus

9- transitional costs

10- Farmework conditons 11- Sahel

12- Framework conditigns

13- Liberalisation

14- Services cooperatives

15- Labour contraction cooperatives

16- Disadvantaged groups

17- Social content

18- Disabled groups

19- Positive alternative

20- Workshop

۲۱- باتوجه به زمان نگارش مقاله مقصود نویسنده آوریل

سال ۱۹۹۳ می‌باشد (مترجم)