

# تعاونیهای

## شیلات

### در کشور ژاپن

قسمت ۲

پیشینه، اهداف و عملکرد

مترجم: سیدجواد صالحی

ب: تعاونی‌های صیادی خاص

اعضاء این تعاونیها را صیادان خاص تشکیل می‌دهند. تعداد این تعاونیهای خاص به حدود ۲۵۰ تا ۲۶۰ شرکت در یک می‌شود. برخلاف تعاونی‌های ساحلی که اعضاء آن همگی مقیم شهر، شهرک یا دهکده هستند، اعضاء تعاونی‌های صیادی خاص به مناطقی تعلق دارند که لزوماً محل سکونت آنها نیست.

پ: تعاونی‌های شیلات آبیهای داخلی

این شرکتها با تعداد حدود ۹۰۰ فقره، از صیادانی تشکیل می‌شود که به صید یا پرورش آبزیان در دریاچه‌ها، رودخانه‌ها و باتلاقها اشتغال دارند.

ت: تعاونی‌های فرآیند شیلات

حدود ۱۷۰ تعاونی از این نوع وجود دارد. اعضاء به فرآیند غذاهای دریایی اشتغال دارند. جدای از این عاملان تعاونی فرآیند ماهی که بر طبق قانون شرکت‌های تعاونی شیلات متشکل شده‌اند، شرکت‌های تعاونی فرآیند غذاهای دریایی وجود دارد که بر طبق قانون بنگاههای تعاونی کوچک و متوسط تأسیس شده است. این قانون که در ۱۹۲۹ به اجرا درآمد، زمینه تأسیس

شرکت‌های تعاونی را در بازرگانی و صنعت فراهم می‌کند.

ث: تعاونی تولیدی صیادان

این تعاونیها متشکل از صیادانی است که در شیلات بر اساس مشارکت اقدام می‌کنند. با اینکه تعداد آنها به حدود ۷۰۰ واحد می‌رسد اما تعداد کمی از این سازمانها به صورت بالفعل به چنین عملیات شیلاتی دست می‌زنند.

(۲) صلاحیت عضویت در شرکت‌های تعاونی شیلات

با اینکه تعاونی‌های شیلات بایستی بر اساس نظارت مردمی (دموکراتیک) تأسیس شود که در اصل بر اساس عضویت آزاد و غیرتبعیضی بنا شده‌اند اما، باید در میان اعضاء تا حدودی قابلیت مقایسه و قید همکاری وجود داشته باشد تا همبستگی و تعهد مشارکت اعضاء بر اساس آن نهاد شود.

عضویت شرکت‌های تعاونی شیلات اولیه را قانون شرکت‌های تعاونی شیلات به صیادانی محدود کرده است که در منطقه فعالیت شرکت تعاونی مقیم بوده و طبق اساسنامه شرکت بیش از ۹۰ تا ۱۲۰ روز در سال به صید اشتغال دارند. همچنین

عضویت شرکت‌های صیادی نیز آزاد است به شرط آنکه تعداد کارکنان دائمی آن کمتر از ۳۰۰ نفر بوده و ظرفیت ناوگان صیادی آنها کمتر از ۱۵۰۰ تا ۳۰۰۰ تن باشد. به ترتیبی که در اساسنامه معین می‌شود. این ضوابط در نظر گرفته شده است تا از سلطه غیر صیادان یا شرکت‌های صیادی بزرگ بر تعاونی‌ها جلوگیری شود.

عضویت تعاونی‌های شیلات پیوسته است یا وابسته:

تمایز بین این دو نوع عضویت می‌تواند این باشد که اعضاء پیوسته واجد خصوصیتی باشند که فوقاً تشریح شد ولی شرایط مشروع اختلاف بین این دو نوع عضویت در اساسنامه هر تعاونی شیلات بر شمرده شده است. بنابراین تشریح آن اختلافات به طور کلی مشکل است. لیکن اعضاء وابسته معمولاً اعضاء خانواده صیادان، مردم محلی شاغل به فرآیند عمل‌آوری ماهی یا کسانی هستند که برای ناوگانهای بزرگ صیادی کار می‌کنند.

۳- تعداد اعضاء در تعاونی‌های شیلات

الف: تعاونی‌های شیلات ساحلی

تعداد اعضاء پیوسته تعاونیهای شیلات ساحلی حدود ۲۷ هزار نفر است که

تقریباً با کل تعداد نیروی کار شیلات در سرشماری هشتم شیلات برابر است. این غیر از آنهایی است که روی ناوگان‌های بزرگ صیادی کار می‌کنند بنابراین اکثریت نیروی کار، عضو پیوسته نیروی کار در تعاونی‌های شیلات ساحلی است.

#### ب: تعاونی صیادی خاص

تعداد اعضاء تعاونی‌های صیادی خاص حدود ۱۸۵۰۰ نفر است که همگی مدیران مالک بنگاه‌های صیادی متوسط هستند. از آنجا که این مدیران مالک در مورد عملیات صیادی خود دارای علائق و نیازمندی‌های خاص هستند، آنها که در حرفه واحدی هستند در تعاونی صیادی خاصی متشکل شده‌اند. لیکن برخی اعضاء این تعاونی‌های صیادی خاص، عضو تعاونی‌های شیلات ساحلی نیز هستند چون در حوزه فعالیت آن زندگی می‌کنند.

#### پ: تعاونی شیلات آبهای داخلی

تعداد اعضاء مرتبط با این نوع تعاونی حدود ۵۲۰ هزار نفر است که نسبت به تعداد تعاونی‌های ثبت شده بیشتر است. یکی از دلایل این است که حداقل روزهای صید لازم برای عضویت ۳۰ روز است. دلیل دیگر این است که بسیاری از تعاونی‌های حوضه‌های رودخانه‌ای را در بر می‌گیرد که بیش از یک شهرداری را داراست.

#### ت: تعاونی فرآیند شیلات

اعضاء این قبیل تعاونی‌ها ۶ هزار نفر هستند. بر اساس سرشماری هشتم شیلات در کشور ۱۳۸۲۸ کارگاه فرآیند ماهی وجود دارد. این بدان معنی است که همه این کارگاه‌های فرآیند ماهی در این قبیل تعاونی‌ها متشکل نشده‌اند.

#### ث: تعاونی‌های تولیدی صیادان

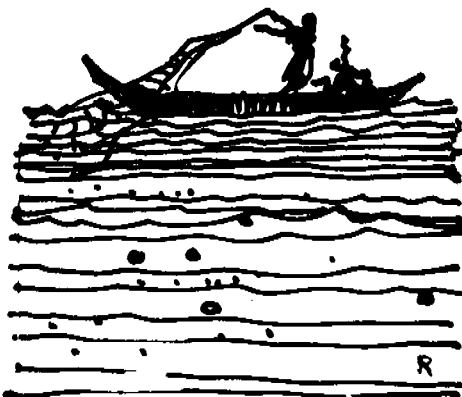
اعضاء شرکت‌های تولیدی صیادان در آغاز کار حدود ۵۰ هزار نفر بودند. همه این اعضاء بایستی در درجه اول به کاری مشغول باشند که شرکت به خاطر آن تشکیل شده است، ولی بیشتر این اعضاء سخت مشغول کارهای شیلاتی خود هستند تا شرکت و نام ثبت شده. شرکت صرفاً دربرگیرنده فعالیت شیلاتی خاص اعضا معینی از شرکت است.

#### (۴) مقیاس سازمانی تعاونی‌های شیلات

سازمانی تعاونی‌های شیلات ساحلی، همان گونه که از نتایج بررسی زن گیورن (اتحادیه ملی شرکت‌های تعاونی شیلات) حاصل شد در جدول زیر آمده است.

تعاونی‌های بزرگ مقیاس شیلات متجاوز از هزار عضو پیوسته هستند و سرمایه نسبتاً زیادی دارند، در حالیکه تعاونی‌های کوچکتر کمتر از ۱۰۰ عضو پیوسته و سرمایه کمتری دارند.

هرگاه تعداد اعضاء و سرمایه کم باشد تأمین خدمات ضروری برای اعضاء مشکل می‌شود. به همین دلیل دولت در سال ۱۹۶۷ قانون ترویج ادغام تعاونی‌های شیلات را



اجرا کرد تا الحاق تعاونی‌های شیلات کوچک مقیاس را تشویق کند. در نتیجه تعداد تعاونی‌های شیلات کوچک مقیاس ساحلی کاهش یافته است. نتایج زمینه‌یابی زن گیورن نشان می‌دهد که تعداد شرکت‌هایی که در سال ۱۹۷۴ کمتر از ۳ میلیون ین سرمایه داشتند به ۲۵۷ یعنی ۲۰ درصد کل آنها بود و حال آنکه در پایان ۱۹۹۰ به ۸۷ شرکت یعنی ۴/۴ درصد کل شرکت‌ها کاهش یافت.

با این همه مقیاس سازمانی تعاونی‌های شیلات مناطق ساحلی در مقایسه با مقیاس میانگین تعاونی‌های کشاورزی نسبتاً کوچک است.

#### (۵) اتحادیه‌های شرکت‌های تعاونی شیلات

سازمان تعاونی شیلات ژاپن عموماً بر سه نوع ساختار متشکل شده است: شرکت‌های تعاونی شیلات مناطق ساحلی برای سطح اولیه، اتحادیه‌های محلی تعاونی‌های شیلات برای سطح ثانویه و اتحادیه‌های ملی شرکت‌های تعاونی شیلات در سطح ثالثیه یا فائقه. ولی در برخی ازحوزه‌های اداری اتحادیه‌های ناحیه‌ای تعاونی‌های شیلات ثانویه وجود دارد که در حالت بین تعاونی‌های شیلات اولیه و اتحادیه‌های محلی قرار دارند و در این مورد نوع چهارم سازمان را به وجود می‌آورد.

اتحادیه‌های ناحیه‌ای تعاونی‌های شیلات با سرمایه تعاونی‌های شیلات اولیه در ناحیه‌ای تأسیس شده است که در بیشتر موارد از تقسیمات اداری کوچکتر است. این اتحادیه‌های ناحیه‌ای معمولاً تشکیل می‌شود تا نیازمندی‌های خاص محلی نظیر

برقراری و عملکرد بازار عمده فروشی ماهی یا مدیریت مشترک حوضه دریائی پرورش آبزیان را در یک خلیج حفاظت شده برآورد که در آن پرورش آبزیان متداول است.

در سطح محلی دو نوع اتحادیه وجود دارد؛ اتحادیه‌های محلی تعاونی‌های شیلات و اتحادیه‌های اعتباری محلی تعاونی‌های شیلات. نوع اول در همه حوزه‌های اداری ساحلی به جز یاماگاتا که در آن تنها یک تعاونی (اولیه) شیلات وجود دارد کل خط ساحلی قلمرو اداری را در بر می‌گیرد. اعضاء این اتحادیه‌های محلی، شرکت‌های تعاونی‌های شیلات است. آنها به غیر از تأمین مالی تعاونی‌های عضو و دیگر فعالیت‌های اقتصادی به آنها خدمات مشورتی و آموزشی عرضه می‌کنند. و حال آنکه اتحادیه‌های اعتباری برای تعاونی عضو به عملیات پس انداز و اعتبار می‌پردازند. این اتحادیه‌های اعتباری در همه واحدهای اداری ساحلی به جز آکتیا، یاماگاتا، اوزاکا، اوکایاما، کوماموتو تأسیس شده است.

تعاونی‌های شیلات اتحادیه‌های محلی نیز دارند. اتحادیه محلی شرکت‌های تعاونی شیلات (زن‌گیورن) سازمان فائقه همه تعاونی‌های شیلات ساحلی کشور است ولی عضویت مستقیم در زن‌گیورن به اتحادیه‌های محلی و اتحادیه‌های اعتباری محلی شیلات تعلق دارد. زن‌گیورن به فعالیت‌هایی نظیر بازاریابی ماهی، تهیه سوخت دیزل و مدیریت شیلات و خدمات مشورتی و آموزشی جهت سازمانهای عضو می‌پردازد. برای عملیات پس‌انداز و اعتبار و بانک مرکزی تعاونی کشاورزی،

جنگلداری و شیلات (نورین چوکین) که نهاد فائقه برای فعالیت‌های اعتباری تعاونی در کشور است و نه تنها با اتحادیه‌های اعتباری محلی تعاونی‌های شیلات بلکه با سازمانهای تعاونی کشاورزی و جنگلداری نیز ارتباط اقتصادی دارد.

علاوه بر سازمانهای مذکور اتحادیه‌های تعاونی‌های شیلات دیگری نیز در سطح ملی وجود دارد نظیر اتحادیه‌های ملی تعاونی‌های پرورش دهندگان مروارید، اتحادیه ملی تعاونی‌های ماهیهای آزاد و قزل آلا، اتحادیه ملی تعاونی‌های اسکپ چک و تون و اتحادیه تعاونی‌های شیلات آبهای داخلی در سازمانهای فائقه تعاونی‌های شیلات خاص و تعاونی‌های شیلات آبهای داخلی در سطح ملی است.

(۶) شبکه سازمانی تعاونی شیلات در ژاپن تمام افراد شاغل در تأسیسات صیادی ساحلی که به حدود ۱۷۵ هزار بالغ می‌شود و خانواده‌های وابسته عضو تعاونی‌های شیلات ساحلی هستند. برخی از آنها عضو شرکت‌های تولیدی صیادان و همچنین



شرکت‌های تعاونی شیلات خاص نیز هستند. این تعاونی‌های شیلات ساحلی جزء اتحادیه‌های محلی تعاونی‌های شیلات (کن گیورن) و اتحادیه‌های اعتباری محلی تعاونی‌های شیلات (شین گیورن) هستند. اتحادیه‌های محلی تعاونی‌های شیلات و همچنین اتحادیه‌های اعتباری محلی تعاونی‌های شیلات جزء اتحادیه ملی تعاونی‌های شیلات (زن گیورن) هستند، ولی در عین حال، اتحادیه‌های اعتباری مرکزی تعاونی‌های شیلات در بانک مرکزی تعاونی کشاورزی، جنگلداری و شیلات (نورین چوکین) متشکل شده و عضو آندند.

بیشتر آن اشخاصی که به صید میان - مقیاس اشتغال دارند جزء تعاونی‌های شیلات ساحلی هستند، یعنی جایی که پایگاه صید آنهاست و برخی از آنها جزء تعاونی‌های صیادی خاص هستند که بدان مشغولند. برخی از این تعاونی‌های خاص صیادی به اتحادیه‌های محلی و اتحادیه‌های اعتباری محلی تعاونی‌های شیلات می‌پیوندند، ولی بیشتر آنها حسب صیدی که اعضاء آنها بدان اشتغال دارند به اتحادیه ملی صیادی خاص خود وابسته‌اند. به علاوه برخی از آنهاست که به شیلات میان - مقیاس و بزرگ مقیاس اشتغال دارند، غالباً اتحادیه خاصی برای خدمات اطلاعاتی، هماهنگی و مشورتی بر پا می‌کنند ولی این اتحادیه‌ها سازمانهای تعاونی به حساب نمی‌آیند.

اتحادیه ملی تعاونی‌های خاص صیادی بانک مرکزی تعاونیها (نورین چوکین) اتحادیه ملی تعاونی‌های شیلات (زن گیورن) اتحادیه اعتباری محلی تعاونی‌های شیلات

اتحادیه محلی تعاونیهای شیلات (کن گیورن)

اتحادیه ناحیه‌ای تعاونیهای شیلات (چیکو - گیورن)

تعاونیهای شیلات ساحلی (گیوکیو)

تعاونیهای صیادی خاص (گیوشو برتسو)

شرکت تولیدی صیادان (سی سان - کومیاشی)

صیادان عضو

۳- عملیات سازمانی و اقتصادی تعاونیهای شیلات

مباحث ذیل عمدتاً به فعالیت‌های اقتصادی تعاونیهای شیلات ساحلی مربوط می‌شود.

این‌ها شامل فعالیت‌هایی است اقتصادی نظیر پس انداز و اعتبار، بازاریابی شیلات تهیه ملزومات و بیمه تعاونی، لیکن، دیگر فعالیت‌ها مثل مشاوره و آموزش و پرورش را شامل نمی‌شود.

#### ۱- پس انداز و اعتبار

تعاونیهای شیلات مناطق ساحلی از اعضای خود، سپرده‌های پس انداز قبول می‌کنند و این وجوه را به نوبه خود به عنوان منبع پرداخت وام به اعضای مورد استفاده قرار می‌دهند. جدول زیر پس انداز و وام تعاونیهای شیلات ساحلی را نشان می‌دهد. از ۱۹۸۸ این قبیل تعاونیها به طور متوسط یک میلیارد ین پس انداز اعضای را در اختیار دارند و دارای ۴۵۹ میلیون ین وام مقوله اعضای هستند. ولی این ارقام به نحوی غیرمتناسب تحت تأثیر مبالغی واقع

می‌شود که تعاونیهای بزرگ شیلات جابجا می‌کنند و در سه جدول بعد از این خواهد آمد. هر تعاونی در دایره اعتبار خود تعدادی کارمند تمام وقت دارد. کل این کارکنان در ۱۹۹۰ تعداد ۲/۷۴۸ نفر و متوسط هر تعاونی ۲/۳ نفر بود.

#### (۲) تهیه ملزومات

تهیه ملزومات تعاونیها موادی چون سوخت دیزل، موتور، تورماهیگیری، مواد خوراکی آبزیان، همچنین کالاهائی نظیر لوازم خانگی را در بر می‌گیرد که با خریدهای کلی تهیه می‌شود. در مقایسه با کار پس انداز و اعتبار و بازاریابی که بعداً شرح داده خواهد شد، حجم فعالیت شرکتها در زمینه تهیه ملزومات نسبتاً اندک است. کیفیت نیازمندیهای اعضای و مشخصات ملزومات صید به علت تنوع شیوه‌های صید چنان گوناگون است که خرید کلی را ایجاب نمی‌کند. بنابراین تهیه سوخت به خصوص گازوئیل برای قایق‌های صیادی خط اصلی کار برای تهیه ملزومات به شمار می‌رود، چون، صیادان سوخت تقریباً یکنواختی برای قایق‌های، ماهیگیری، خود به کار می‌برند.

در مورد میزان خرید صیادان عضو از بابت کالاهائی که تعاونیها تهیه می‌کنند در مقابل نیازمندیهای آنها از لوازم صید در سطح ملی ارقامی وجود ندارد. در مورد ملزومات پرورش آبزیان تقریباً ۱۰۰ درصد تصور می‌شود معادل سوخت خریداری صیادان ساحلی باشد.

تأسیسات شیلاتی میان - مقیاس با فروشندگان فرآورده‌های نفتی ارتباط نزدیکی دارند و اتکای آنها بر تعاونیهای

شیلات از بابت تهیه سوخت حدود ۵۰ درصد است. در مورد تور، لوازم و دیگر ملزومات صید، میزان طرفداری اعضای تعاونیهای شیلات از فعالیت‌های تهیه ملزومات در مقابل کل خریدهای آنها نامعلوم است.

#### ۳- بازاریابی کالا

بازاریابی ماهی یکی از مهمترین فعالیت‌های تعاونیهای شیلات در ژاپن است. اهمیت این کار را در جنبش تعاونی شیلات، بایستی از زمینه تاریخی جدلهای طولانی بین صیادان از یک طرف و تجار و واسطه‌های نظیر عمده فروشان از طرف دیگر فهمید. تعاونیهای شیلات محصولات دریائی را از صیادان عضو به طور امانی قبول کرده و با فروش آنها به خریداران از طریق حراج یا مناقصه قیمت، عادلانه آنها تضمین می‌کنند.

همان گونه که از ارقام روند اخیر بازاریابی ماهی توسط تعاونیهای شیلات بر می‌آید که از ۱۹۸۸ میانگین فروش سالانه هر تعاونی بازاریابی از ۹۰۰ میلیون ین فراتر رفته است. در این بین تعداد کارکنان شاغل در بازاریابی تعاونیها تقریباً دو برابر کارکنان شاغل در تهیه ملزومات است.

عملکرد بر اساس خرید در جدول اخیر بدین معنی است که تعاونیهای شیلات هنگامی که شرایط حراج نامساعد است محصولات اعضای را با قیمت‌های مورد قبول طرفین می‌خرد، مدتی در سردخانه نگهداری می‌کند و هنگامی که اوضاع بازار مصرف بهبود یافت آنها عرضه می‌کند. این کار غالباً صورت می‌گیرد تا هنگامی که

جدول - روند پس انداز و وام تعاونی های شیلات

سال	تعداد شرکت های مورد بررسی	پس انداز تعاونی های شیلات			وام تعاونی های شیلات	
		تعداد تعاونیها	کل پس انداز (میلیون ری)	متوسط پس انداز هر تعاونی (هزار ری)	کل وام (میلیون ری)	متوسط وام هر تعاونی (هزار ری)
۱۹۸۶	۱۹۷۹	۱۶۶۸	۱/۵۱۵/۹۸۱	۹۰۸/۸۶۲	۸۳۲۳۰۶	
۱۹۸۷	۱۹۹۲	۱۶۶۴	۱/۶۳۸/۱۲۰	۹۸۴/۴۴۷	۷۷۴/۹۵۴	
۱۹۸۸	۱۹۸۷	۱۶۶۹	۱/۷۳۷/۳۴۷	۱/۰۴۰/۹۵۱	۷۵۹/۹۳۲	
۱۹۸۹	۱/۹۶۸	۱/۶۴۰	۱/۸۲۷/۶۸۷	۱/۱۱۴/۴۴۳	۷۵۳/۴۵۶	
۱۹۹۰	۱/۹۷۲	۱/۶۴۰	۱۹۳۷/۴۴۲	۱/۱۸۱/۲۲۵	۷۴۷/۷۴۱	

جدول روند تهیه ملزومات در تعاونی های شیلات

سال	تعداد معاملات	مبلغ کل	سهم کالاهای مختلف			متوسط هر تعاونی (هزار ری)
			نفت	ملزومات	لوازم خانگی	
۱۹۸۶	۱/۶۸۷	۲۲۴/۴۲۳	۶۷/۶۹۳	۱۱۹/۹۱۶	۱۶/۷۳۴	۱۳۳/۰۳۱
۱۹۸۷	۱/۷۵۴	۲۱۳/۳۲۵	۷۵/۴۹۲	۱۲۲/۲۶۰	۱۵/۹۸۳	۱۲۱/۸۵۶
۱۹۸۸	۱/۷۵۵	۲۱۸/۲۹۲	۶۹/۰۵۲	۱۳۳/۰۱۰	۱۶/۲۳۰	۱۲۴/۳۸۳
۱۹۸۹	۱۷۴۸	۲۲۲/۱۶۳	۷۱/۱۰۷	۱۳۷/۹۹۵	۱۶/۲۱۲	۱۲۲/۹۵۶
۱۹۹۰	۱/۷۵۶	۲۵۲/۸۳۳	۸۵۷۵۳	۱۴۸/۲۸۰	۱۸۸۰۰	۱۳۳۹۸۲

دریائی ژاپن در سال ۱۹۹۰ معادل ۲/۵۶۰ میلیارد ری بود. از این رقم ۱/۵۹۰ میلیارد ری از محصولات دریائی، یا ۶۲ درصد، از طریق تعاونی های شیلات فروخته شد. بیشتر شرکت های صیادی بزرگ - مقیاس و برخی تأسیسات شیلاتی میان - مقیاس که عموماً در آب های دور از ساحل فعالیت دارند صید خود را به بازار های عمده فروشی ماهی که توسط تعاونی های شیلات اداره می شود، عرضه نمی کنند. حتی برخی از آنها در بنادر بزرگ صیادی بازار های عمده فروشی خاص خود را دارند، بنابراین لازم نیست از بازار های استفاده کنند که توسط تعاونی های شیلات اداره می شود.

(۴) - خدمات مشورتی و آموزشی

این خدمت تعاونی های شیلات در برگیرنده طیف وسیعی از فعالیتها همچون مشاوره، آموزش، پژوهش، حمایت و مشارکت در نشست های گوناگون مطالعاتی، مبارزه با آلودگی محیط زیست و نمایندگی بر علائق اعضای نظیر انتقال تقاضاها و عقاید اعضای به تبیین کنندگان خط مشی در سطوح ناحیه ای و ملی است. تعاونی های شیلات عموماً کارکنان

به این ارقام روش متناسبی اعمال می کنند. از طرف دیگر، ۳۶۰ تعاونی شیلات ساحلی یا ۱۸ درصد کل تعاونی های شیلات به بازاریابی ماهی اشتغال داشته و فروش آنها در ۱۹۹۰ در حدود ۱۰۰ میلیون ری بود. چنین تعاونی های شیلاتی حجم فعالیت کمی داشته و صیدی که توسط اعضای آن به ساحل آورده می شود نسبتاً اندک است. کل ارزش تولید شیلات و آبزیان

قیمت های بازار حراج برخلاف انتظار نزولی است، ولی مبلغ فروش تعاونی های شیلات با این روش از دو درصد کل فروش هم بیشتر نمی شود.

علی رغم این واقعیت که متوسط فروش ماهی هر تعاونی شیلات همان گونه که در جدول پیشین آمده است، از ۱۹۸۸، یعنی سه، بیش از ۹۰۰ میلیون ری بوده است، تعاونی های بزرگ - مقیاس شیلات با توجه

جدول روند اخیر فروش ماهی در تعاونی های شیلات

سال	تعداد تعاونی های شاغل به بازاریابی	کل فروش سالانه (میلیون ری)	انواع عملکرد		میانگین فروش هر تعاونی (هزار ری)
			امانی	خرید	
۱۹۸۶	۱/۶۶۷	۱/۳۳۷/۷۶۵	۱/۴۱۲/۳۳۷	۲۵/۱۳۸	۸۲۶/۴۸۷
۱۹۸۷	۱/۶۵۹	۱/۳۷۰/۱۰۷	۱/۴۳۷/۳۶۵	۲۲/۷۴۱	۸۸۶/۱۴۰
۱۹۸۸	۱/۶۵۸	۱/۵۵۵/۹۷۹	۱/۵۳۳/۴۶۳	۲۲/۵۱۶	۹۳۸/۴۶۷
۱۹۸۹	۱/۶۳۶	۱/۵۲۸/۸۱۲	۱/۵۲۱/۲۱۸	۱۷/۵۹۴	۹۴۰/۵۹۴
۱۹۹۰	۱/۶۵۱	۱/۵۹۳/۷۱۵	۱/۵۶۸/۳۳۳	۲۵/۰۸۱	۹۶۵/۳۰۳

ترکیب در درصد				حجم فعالیت (به میلیون ین)			تعداد تعاونی‌ها	سرمایه به (میلیون ین)
بازاریابی	ملزومات	پس‌انداز	تعدادتعاونیها فروش	بازاریابی فروش	تهیه‌ملزومات	پس‌اندازواعتبار		
۰	۰	۰	۱/۵	۵۵۷	۲۲	۱۱۸	۳۰	کمتر از یک
۱	۱	۱	۲/۹	۱/۱۱۵	۳۳۳	۱/۵۱۱	۵۷	۲/۹۹ تا ۱
۲	۲	۳	۳/۸	۲/۹۴۵	۴۰۵	۵/۹۷۱	۷۵	۴/۹۹ تا ۳
۱	۱	۱/۵	۹	۱۵/۶۹۹	۲/۵۰۱	۲۸/۵۶۰	۱۷۸	۹/۹۹ تا ۵
۵/۷	۶/۳	۹/۶	۲۵/۷	۹۱/۱۵۳	۱۵/۹۸۲	۱۸۶/۶۹۹	۵۰۶	۲۹/۹ تا ۱۰
۹/۷	۱۰	۱۲/۶	۱۸/۸	۱۵۴/۱۵۵	۲۵/۶۰۹	۲۴۴/۶۸۶	۳۷۰	۴۹/۹ تا ۳۰
۱۴/۲	۱۵/۵	۱۷/۱	۱۷/۵	۲۲۵/۶۴۳	۳۹/۱۴۲	۳۳۱/۹۲۳	۳۴۶	۹۹/۹ تا ۵۰
۱۹/۹	۲۲/۲	۲۱/۱	۱۱/۷	۳۱۷/۰۵۶	۵۶/۱۲۷	۴۰۹/۶۶۴	۳۳۰	۱۹۹۹ تا ۱۰۰
۸/۹	۱۴۱/۸	۷/۷	۳/۵	۱۴۲/۱۶۸	۲۹/۹۰۶	۱۴۹/۱۵۹	۱۰۹	۲۹۹ تا ۲۰۰
۴۰/۴	۳۲/۸	۲۹/۹	۵/۶	۶۴۳/۲۲۵	۸۲/۸۰۴	۵۷۸/۹۵۰	۱۱۱	۳۰۰ و بیشتر
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱/۵۹۳/۷۱۵	۲۵۲/۸۲۳	۱/۹۳۷/۲۴۲	۱/۹۷۲	کل

این تعاونی‌های بزرگ - سقیاس در بنادر بزرگ ماهیگیری قرار دارند و بخشی از اعضای آنها را تعاونی‌های صیادی میان - مقیاس تشکیل می‌دهد که از هزار متجاوز است. این امر نشان دهنده میزان گسترش تعاونی شیلات برحسب محل استقرار است.

تعاونی‌های بزرگ مقیاس می‌توانند به نحوی کارآمد فعالیت‌های اقتصادی خود را سامان دهند. به این دلیل تعاونی‌های کوچکتر تشویق شده‌اند به یکدیگر بپیوندند ولی این امر در داخل نهضت تعاونی شیلات در برابر تأکید بیش از حد بر کارآئی اقتصادی، احساس توهینی را بیدار می‌کند. به ویژه، مشکلات اقتصادی اخیر در تعاونی‌های میان - مقیاس بر مدیریت برخی از تعاونی‌های بزرگ مقیاس تأثیر معکوس داشته است. برخی از آنها دارای

حقوق صید، تأمین تسهیلات برای استفاده عموم اعضاء و غیره نیز شرکت می‌کنند. تفاوت حجم فعالیت تعاونی‌های شیلات

جدول زیر تفاوت حجم فعالیت‌های عمده تعاونی‌های شیلات را نشان می‌دهد که برحسب دامنه سرمایه آنها طبقه‌بندی شده است. این ارقام بین کل مقدار هر طبقه است و نه میانگین هر تعاونی. همان گونه که به روشنی می‌توان دید تعاونی‌های بزرگ - مقیاس یا سرمایه‌های صدمیلیونی تنها ۴۱۰ شرکت یا ۲۰/۸ درصد از کل تعاونی‌های شیلات مورد مطالعه یعنی ۱/۹۷۲ تعاونی را در برمی‌گیرد. ولی این تعاونی‌ها ۵۸/۷ درصد پس‌انداز، ۶۶/۸

فروش ملزومات کار و ۶۹/۲ درصد فروش شیلات را دارا بوده‌اند. بسیاری از

تمام وقتی برای خدمات آموزشی و فرعی اعضاء ندارند. ولی این بدان معنی نیست که این قبیل فعالیت‌ها غیرمهم به حساب می‌آید. برعکس، خود عملیات روزمره تعاونی‌های آموزش تلقی می‌شود. تعاونی‌های شیلات به نحوی سازمان یافته است که رافع نیازمندیهای صیادان عضو باشد. از این رو، کارکنانی که در مدیریت و امور عمومی تخصص دارند، عموماً مسئول آموزش و پرورش اعضاء هستند و گاهی همه کارکنان ممکن است برای اینکار بسیج شوند.

علاوه بر طرحها و خدمات مذکور، تعاونی‌های شیلات در بسیاری از دیگر طرحها و فعالیت‌هایی نظیر یخ سازی، انجماد و عملیات سردخانه‌ای، عملیات شیلاتی توسط خود تعاونی، مثل صید با تور و پرورش آبزیان، تنظیم و مدیریت



## مقدمه:

نقش آموزش در بخش تعاون، بمانند نقش پایه‌ها و ستونها در یک خانه ضروری و حیاتی است. در اهمیت و لزوم آموزش شکی نیست.

افرادی که تعاونیها را تاسیس و اداره می‌کنند، افرادی هستند که بدلیل عدم بضاعت مالی کافی، توان انجام کار بصورت فردی را ندارند و بعضاً این افراد در فعالیتهای مربوطه، با علوم روز آشنا نمی‌باشند. ما بعنوان کارشناس می‌بایست در برنامه ریزیهای آموزشی بکوشیم به اهداف زیر نزدیک و نزدیکتر شویم.

آگاه سازی و آشنا نمودن افراد با علوم روز مربوطه و جایگزین نمودن روشهای صحیح کار، بجای روشهای منسوخ جهت بهره‌وری بیشتر، پرورش افرادی که بتوانند درست فکر کنند، در برابر ملت (بطور عام) و اعضاء تعاونی خود (بطور خاص) احساس مسئولیت کنند، از معیارهای اساسی اخلاقی پیروی نمایند، قدرت برخورد با مسائل را داشته باشند، از روشهای علمی در حل مسائل استفاده کنند، در جریانهای اجتماعی مثل: همکاری،

مخالفت، سازگاری و توافق، منطقی عمل نمایند و اهمیت ارزشهای انسانی مثل عدالت اجتماعی و آزادی فردی را درک نمایند.

در آخرین کنفرانس اتحادیه بین المللی تعاون (۱۹۹۵ - منچستر) اصول تعاون مورد بازنگری قرار گرفت که با اشاره به اصل پنجم مقدمه را به پایان می‌بریم.

«اصل پنجم: آموزش و کارآموزی و آگاه‌سازی»

«تعاونیها برای اعضاء نمایندگان منتخب، مدیران، کارکنان خود آموزش و کارآموزی تدارک می‌بینند بطوریکه آنها بتوانند بنحو موثر در پیشرفت تعاونی خود کمک نمایند. آنها عموم مردم بخصوص افراد جوان و رهبران افکار عمومی را نسبت به ماهیت و فوائد تعاونی مطلع می‌سازند.»

برنامه ریزی آموزشی:

امروزه با وجود تعاریف روشن و دقیق و عمیق از برنامه و همچنین دسترسی به تئوریه‌ها، اصول و قواعد برنامه ریزی آموزشی دیگر نمی‌توان صرفاً قرار دادن اسامی چند درس و یا تهیه فهرست مندرجات دروس و حتی تنظیم محتوای دوره‌های آموزشی و تهیه مواد آموزشی را برنامه‌ریزی آموزشی قلمداد کرد.

### تعریف:

«یک برنامه آموزشی در حقیقت نقشه‌ای است که در آن فرصتهای مناسب یادگیری برای رسیدن به هدفهای کلی و یا هدفهای جزئی مربوطه، که برای جمعیت مشخصی در نظر گرفته شده‌اند، فراهم گردیده است.»<sup>(۱)</sup>

چنین نقشه‌ای می‌بایست دارای هدفهای حساب شده و مشخصی باشد که توسط

نکته بسیار مهمی که باید به آن توجه نمود این است که علل بسیاری از مسائل و مشکلات بخش فعال جامعه را می‌توان در کم و کیف آموزش (بطور عام) و برنامه‌ریزی آموزشی (بطور خاص) جستجو کرد.

برنامه‌ریزان آموزشی معاصر کاملترین مفهومی است که برای برنامه آموزشی تاکنون ارائه شده است.



# «برنامه ریزی آموزشی برای بخش تعاونی»

از: ابراهیم ماشملو

## نکته بسیار مهمی که باید به آن توجه نمود این است که علل بسیاری از مسائل و مشکلات بخش فعال جامعه را می‌توان در کم و کیف آموزش (بطور عام) و برنامه‌ریزی آموزشی (بطور خاص) جستجو کرد.

مشکلات غیرمنتظره با ابعاد مختلف خودنمایی می‌کنند.

باتوجه به مطالب عنوان شده، می‌بایست برنامه ریزی آموزشی را یک جریان مداوم و مستمر داشت و چنین تصویری که بعد از طراحی یک برنامه و حتی به اجرا گذاردن آن وظایف برنامه‌ریزان و امر برنامه‌ریزی آموزشی تمام شده تلقی گردد را از اذهان دست اندرکاران، کارشناسان و مجریان این امر خطیر بیرون برد چراکه، مرحله ارزشیابی در حین اجرا و بعد از اجرای برنامه هنوز باقی مانده است.

بنابراین برخلاف تصور نادرستی که برخی از مفهوم «برنامه» و امر «برنامه‌ریزی» دارند، باید به این حقیقت مهم تاکید شود که ترتیب اجرای یک برنامه و کاربرد ضوابط تعیین شده برای ارزشیابی آن برنامه، در حین اجرا و در پایان اجرا، اجزاء اصلی و جدانشدنی یک برنامه آموزشی می‌باشند. و هرگز نباید برنامه و برنامه‌ریزی را در چارچوب محدود و ناقص طراحی، منجمد نمود. لازم است مجدداً تاکید شود که در برنامه ریزی مفهوم پویا بودن مستتر است نه ایستا بودن.

### سطوح برنامه ریزی آموزشی:

برنامه ریزی آموزشی می‌تواند در سطوح، ملی و استانی و شهری انجام پذیرد، عناصر یک برنامه آموزشی و همچنین نحوه طراحی و شرایط و ضوابط اجرائی آن بستگی نزدیک با سطح مورد نظر و کمیت و کیفیت عناصر و شرایط موجود در آن سطح دارد. از مهمترین وظائف برنامه ریزان آموزشی این است که فعالیت‌های آموزشی را در هر سطح با توجه



است که قادر خواهند بود برنامه هائی متکی بر اصول و ضوابط علمی ارائه دهند. مراحل برنامه ریزی آموزشی:

بطور کلی می‌توان گفت که برنامه آموزشی شامل دو مرحله متمایز ولی مرتبط، طراحی و اجراست، در هر یک از این مراحل، برنامه ریزان آموزشی باید باتوجه به اصول و یافته‌های علوم مربوطه و نیز با در نظر گرفتن نیازهای فردی و اجتماعی، شرایط، منابع، امکانات مالی و اجرائی برای تعلیم و تربیت نیروی انسانی کارآمد، برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

نکته بسیار مهمی که برنامه ریزان و طراحان برنامه‌های آموزشی می‌بایست بدانند این است که بعد از طراحی یک برنامه آموزشی کارشان تمام شده تلقی نمی‌شود، زیرا قسمت عمده و حیاتی یعنی اجرای برنامه طراحی شده هنوز باقی مانده و معمولاً در حین اجراست که مسائل و

برنامه‌ریزان آموزشی و بسیاری صاحب‌نظران و متخصصان امر استخراج و انتخاب گردیده است. بعلاوه دربارهٔ انتخاب روش، وسایل، ترتیب عمل، ضوابط ارزشیابی از فعالیت‌های آموزشی و بازخورد نتایج ارزشیابی به منظور اصلاح برنامه آموزشی محاسبات و پیش‌بینی‌های لازم صورت گرفته باشد.

آنچه که موجب می‌شود برنامه آموزشی را بعنوان یک نقشه در نظر بگیریم وجود ویژگی‌هایی است که در مفهوم نقشه نهفته است از جمله:

- جنبه‌های تفکر، محاسبه و پیش‌بینی قبل از عمل.

- لحاظ نمودن طراحی با در نظر گرفتن اصول و یافته‌های علوم مربوطه.

- وجود دو مرحله متمایز ولی متکی به هم طراحی و اجرا

- پیش‌بینی مشخصات و ضوابط لازم جهت انتخاب روش، وسایل، ترتیب عمل و معیارهای متناسب ارزشیابی از فعالیت‌های آموزشی.

- کاربردی بودن یعنی اجرا و همچنین امکان باز خورد نتایج حاصله از اجرا جهت اصلاح، ترمیم و یا حتی تغییراتی در نقشه.

با احتساب یک برنامه آموزشی بعنوان یک نقشه، کار برنامه ریزان در ابتدا طراحی نقشه‌های آموزشی برای مراکز آموزشی در سطوح شهر، استان یا کشور خواهد بود.

در مرحله اجرا امکان ظهور مسائل و مشکلات پیش‌بینی نشده وجود دارد که بیانگر فاصله اجتناب‌ناپذیر تئوری و عمل می‌باشد ولی این مسائل اغلب ناچیزند و نمی‌توان بخاطر آنها، اهمیت و ضرورت داشتن یک نقشه حساب شده، دقیق و علمی را انکار کرد. طراحان برنامه‌های آموزشی نیز تنها با آشنائی از اصول و قواعد و یافته‌های علمی علوم مربوطه و اطلاع از داده‌های دقیق، نیازها، شرایط و امکانات



به نیازها، شرایط و امکانات موجود در آن سطح و در ارتباط و هماهنگی با سایر فعالیتهای آموزشی در سطوح دیگر طراحی نمایند.

بطور کلی برنامه ریزی آموزشی در نظام متمرکز برای مدارس یا مراکز آموزشی یک کشور و در نظام غیر متمرکز برای مدارس و مراکز آموزشی یک منطقه یا یک شهر طراحی و اجرا می‌گردد.

**مسائل برنامه ریزی آموزشی:**

برنامه ریزی آموزشی با وجودیکه سالهاست در بعضی از کشورهای پیشرفته بصورت دقیق و علمی طراحی و اجر می‌گردد و با وجودیکه در بسیاری از دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی بعنوان یک رشته تحصیلی مشخص و معتبر وجود دارد. هنوز در بسیاری از کشورها، حتی برای بعضی از مسئولان و دست اندرکاران آموزش و پرورش قلمروئی ناشناخته محسوب می‌گردد.

نکته مهم دیگری که می‌بایست به آن اشاره کرد، وجود فاصله‌ای اجتناب‌ناپذیر میان تئوری و عمل است، این موضوع در اصطلاحات علمی نیز<sup>(۲)</sup> «فاصله تئوری و عمل» نامیده شده است.

قدر مسلم است که هر برنامه طراحی شده‌ای در حین عمل صد در صد موفقیت‌آمیز نخواهد بود و نتایج اجرای برنامه چیزی کمتر از نتایج پیش بینی شده در مراحل طراحی خواهد بود. برنامه ریزی آموزشی کاری بس پیچیده، دقیق و در عین حال پرمسئولیت است زیرا برنامه‌ریز در مسیر اتخاذ تصمیمهای بسیار حیاتی و مهمی قرار می‌گیرد. که با مهمترین گرانبهارترین منبع و سرمایه یک جامعه یعنی سرنوشت نسلهای آن جامعه و کمیت و کیفیت تربیت نیروی انسانی آن سر و کار دارد، از جمله: تصمیمهایی که باید درباره فلسفه آموزش، تعیین خط مشی‌های اصلی و انتخاب هدفهای ملی و میهنی اتخاذ بنماید

واضح است که چنین تصمیم هائی، تعیین کننده بسیاری از هدفهای بزرگ و کوچک دیگرند، و بر روی انتخاب روش تدریس و تهیه و کاربرد وسایل آموزشی و بالاخره میزان ثمربخشی فعالیتهای آموزشی اثرات مطلوب و نامطلوبی بجای خواهند گذاشت.

نظام آموزشی جامعه در حال توسعه ما، می‌بایست از راه برنامه ریزی آموزشی (تاکید به روی بخش) متکی به مبانی علمی و با استفاده از آخرین یافته‌های این علم به یاری جامعه و افرادش برخیزد.

بخصوص با تجزیه و تحلیل مسائل و مشکلات موجود در جوامع پیشرفته، در مقابل عوامل و عناصر مضر و نامطلوب پوشش ایجاد کرده و در برابر تهاجم ارزشهای وارداتی مقاومت و مقابله نماید و از طریق نظام آموزشی احیاء شده، نوسازی‌های لازم را همراه با پیش بینی‌ها و اقدامات مناسب ایجاد نماید.

و اما وظیفه ما؛ سعی کنیم در انتخاب اهداف و برنامه ریزی‌های آموزشی و درسی برای آموزشهای عمومی و آموزشهای تخصصی، موارد زیر را رعایت نموده و تقویت و گسترش دهیم.

۱- در حفظ ارزشهای والای انسانی، فرهنگی و اجتماعی که ثمره تاریخ کهنسال جامعه ایرانی هست آگاهانه بکوشیم و هر نویی را بخاطر نو بودن پذیرا نباشیم و هر کهنه‌ای را بخاطر کهنه بودن بدور نیافکنیم.

۲- تجزیه و تحلیل‌های دقیق و خالی از تعصب از تجربیات و رویدادهای مهم و همچنین مسائل و مشکلات اساسی تعاونیها در جوامع توسعه یافته صنعتی و حتی جوامع در حال توسعه را بررسی نمائیم.

۳- در انتخاب هدفها، روشها و ابزار لازم جهت آموزش و توسعه تعاونیها، بصورت کورکورانه از جوامع پیشرفته پیروی نکنیم و در عین حالیکه به سمت توسعه گام برمی‌داریم هویت قومی و مبانی فرهنگی و

ارزشهای فردی و اجتماعی ارزشمند خود را حفظ و گسترش دهیم.

۴- نظام آموزشی بخش تعاون را از طریق برنامه ریزی‌های دقیق، علمی و حساب شده تقویت کنیم تا بر اثر سیل بنیان کن ارزشهای وارداتی و الگوهای رفتاری جوامع غرب نه تنها مقاوم بشود بلکه اثرات نامطلوب آن خنثی و ارزشها، خصائص و میراث ملی و فرهنگی خود را بیش از پیش ترویج کنیم.

**برنامه ریزی آموزشی دوره‌های تخصصی - کاربردی نیازسنجی:**

- شناسائی نیازهای تعاونیها (تربیت نیروی انسانی ماهر و زمینه‌های فعالیت).

- تجزیه و تحلیل این نیازها و ارائه راه کارهای مناسب جهت رفع نیازها.

- شناسائی و بررسی مسائل و مشکلات جهت یافتن منشا مشکل و ارائه راه کار مناسب جهت رفع مشکل.

- در نظر گرفتن اولویتها و محدودیتهای - بررسی شرایط و امکانات موجود جهت اجرای برنامه و ارائه پیشنهادات راه گشا.

مثال ۱: عدم سرعت و دقت در مسائل مالی شرکت تعاونی و عدم استفاده بهینه از وسایل و ابزار آلات جدید.

مثال ۲: نیاز به وسیله‌ای جهت سرعت و دقت در کلیه فعالیتهای شرکت.....

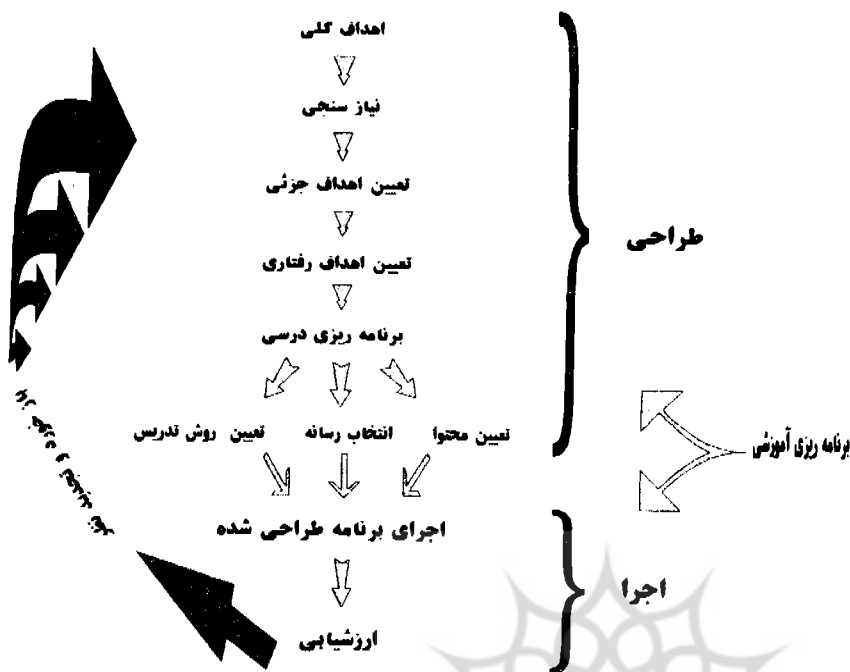
**اهداف جزئی:**

پس از مشخص شدن نیازها و مشکلات، با در نظر گرفتن امکانات و توجه به اولویتها، اهداف جزئی آموزش را تعیین می‌نمائیم. بدین صورت که براساس اهداف کلی آموزش، اهداف جزئی را بواسطه نیازها و امکانات تعیین نموده و بصورت اهداف رفتاری بنگارش در می‌آوریم. چند مثال از اهداف جزئی:

۱- انتخاب وسیله‌ای جهت رفع نیاز و....

۲- آشنا شدن فراگیران با ماشین حساب.

برخلاف تصور نادرستی که برخی از مفهوم «برنامه» و امر «برنامه ریزی» دارند، باید به این حقیقت مهم تاکید شود که ترتیب اجرای یک برنامه و کاربرد ضوابط تعیین شده برای ارزشیابی آن برنامه، در حین اجرا و در پایان اجرا، اجزاء اصلی و جدانشدنی یک برنامه آموزشی می باشند. و هرگز نباید برنامه و برنامه ریزی را در چارچوب محدود و ناقص طراحی، منجمد نمود.



۳- توانایی استفاده از ماشین حساب برای تسریع و دقت در امور مالی اهداف رفتاری:

هدفهای رفتاری هدفهایی هستند که در قالب رفتار یادگیرنده بیان شوند و میزان برآورده شدن یا برآورده نشدن آنها را بتوان بطور واضح در رفتار یادگیرنده مشاهده و اندازه گیری نمود.

یکی از مهمترین مراحل کار برنامه ریزی آموزشی، مشخص کردن این اهداف می باشد. که باید، ساده و روشن بیان شوند. بعضی از ویژگیهای اهداف رفتاری بشرح زیر می باشد:

- در قالب رفتار یادگیرنده بیان شود نه یاددهنده.

- روشن، صریح و قابل تشخیص و با افعال بتواند، انجام دهد، بنویسد و..... افعالی که نشاندهنده انجام کاری می باشد به نگارش درآیند.

- به آسانی قابل اندازه گیری و ارزشیابی باشند.

با عنایت به اینکه آموزش در بخش تعاون می بایست عمدتاً عملی باشد پس لازم است مجریان و کارشناسان به این

مهم توجه کافی نموده و هدفهای آموزشی را در قالب کلمات و جملات کلی و نامفهوم بیان ندارند. چرا که ضوابط ارزشیابی

برای مشخص نمودن نتایج و ثمرات یادگیری از میان می رود. در صورتیکه

هدفهای آموزشی، مخصوصاً اهداف رفتاری حتی المقدور در قالب کلمات و

جملات ساده و روشن بیان شوند و حتی الامکان بصورت رفتار مشهود یادگیرنده

بیان گردند، اذهان مدرسان و فراگیران از هرگونه ابهام و تردید پاک می شود و در

هنگام ارزشیابی امکان دخالت احساسات

- مجموعه مفاهیم اساسی مربوط. - مجموعه روشها و قواعد اساسی رشته مورد نظر.

- مطالب یا مفاهیم کلیدی. - مفاهیم انتخاب شده جنبه کاربردی داشته و مثالهای روشنی ذکر شود. - ارتباط با مسایل روز.

در ادامه، مرحله انتخاب رسانه مناسب، جهت انتقال محتوای تعیین شده به فراگیران می باشد، که بستگی زیادی به محتوا دارد، رسانه می تواند مدرس باشد یا یک وسیله آموزشی مثل فیلم یا یک گردش علمی یا کتاب و.... همچنین می توان چند رسانه بصورت ترکیبی انتخاب کرد.

بطور همزمان روش تدریس می بایست مشخص شود، که می توان از تدریس توضیحی استفاده کرد (انتقال مستقیم اطلاعات به فراگیران به وسیله کتاب یا سخنرانی) یا فراگیر را درگیر موضوع کرد تا بشکل فعال در این فرایند نقش ایفا کند

شخصی و یا متوسل شدن به حدس و گمان از میان می رود.

مرحله بعدی، برنامه ریزی درسی، جهت رسیدن به اهداف رفتاری می باشد، در این مرحله می بایست محتوایی مناسب، وسیله و رسانه مناسب و روش تدریس متناسب انتخاب شود. برنامه ریزی درسی:

«برنامه ریزی درسی عبارت است از برنامه ریزی فعالیتهای یاددهی و یادگیری به منظور ایجاد تغییرات مطلوب در رفتار یادگیرنده و ارزشیابی میزان تحقق این تغییرات» (۳)

در این مرحله از کار برنامه ریزی، می بایست محتوای مورد نیاز، با توجه کامل به اهداف رفتاری مشخص شده، تعیین و انتخاب شود.

مواردی که در انتخاب و تعیین محتوا می بایست رعایت شود:

- دانش اندوخته شده در رشته مورد نظر.

بدهی‌ها و کسری‌های سنگین هستند. در عین حال، برخی تعاونی‌های کوچک - میان - مقیاس خاص وجود دارند که در عملکردهای اقتصادی و مدیریت خود دارای ثبات هستند. آنها منافع زیادی به دست نمی‌آورند و برخی اقدامات نیز برای بهبود مدیریت اقتصادی آنها مثل بهبود مزارع شیلات و گسترش مدیریت برنامه‌ای شیلات در میان صیادان عضو صورت گرفته است در چنین تعاونی‌های شیلاتی روح همبستگی در میان اعضاء قوی است. برحسب مورد، مباحث پیرامون ارزشهای اساسی تعاونی وسیعاً ادامه داشته است تا تعاونی‌های سازمان یافته‌تری در خدمت اعضاء به وجود آید.

TAAVON/E - 66

Tokogawa Feudal Period

MEITT

NILLAGE frshery unie.

Frsheries Unier Standing Rrle

Industreal Unron Law

Net Masters MONBESTO

HOKAIDO IKHITSK ANDOH TAKUSHOKU

Industriol Unriin Central Financial

Corroration.

Central Co - oeration Bork For Agucult er

TANOMOSHI - KO SAKAZUKI

Smallmdlledims Scale Frsheries

Finance Guaranmtec Law

Credit Fudb Association

Frsheries Moderniration Fund Promotei Law

gill - net trawler APEX YAMAGATA

YAMAGATA YAMAGATA

YAMAGATA YAMAGATA

YAMAGATA NORINCHUKIN

GYOKYOU CHIKU - GYOREN

بطور کلی می‌توان گفت که برنامه آموزشی شامل دو مرحله متمایز ولی مرتبط، طراحی و اجراست، در هر یک از این مراحل، برنامه ریزان آموزشی باید با توجه به اصول و یافته‌های علوم مربوطه و نیز با در نظر گرفتن نیازهای فردی و اجتماعی، شرایط، منابع، امکانات مالی و اجرایی برای تعلیم و تربیت نیروی انسانی کارآمد، برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

ارزشیابی نهایی صورت گیرد پس از بدست آوردن نتایج ارزشیابی مرحله‌ای و نهایی لازم و ضروریست. که کلیه مراحل برنامه ریزی از ابتدای طراحی تا پایان ارزشیابی مورد بازنگری و تجدید نظر جزئی یا کلی قرار گیرد و اشکالات و معایب برنامه رفع گردد، سپس این برنامه با کمترین درصد خطا در محدوده وسیعتر، برای فراگیران بیشتر و در مقاطع زمانی متفاوت قابل اجرا می‌باشد.

مهمترین مرحله‌ای که کارشناسان و همکاران گرامی در ادارات کل، اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی می‌بایست بدان توجه کافی داشته باشند، مراحل ابتدایی طراحی برنامه می‌باشد که شامل:

- نیازسنجی در ابعاد مختلف (نیروی انسانی، وسایل کار، کمبودها و...)
- تعیین اهداف جزئی (براساس نیازسنجی)
- تعیین اهداف رفتاری.
- ارائه پیشنهادات و راه کارهای مناسب برای هرچه مطلوب‌تر شدن برنامه.

۱- مقدمات برنامه‌ریزی آموزشی و درسی صفحه ۸۵ / دکتر پروند

۲- مقدمات برنامه‌ریزی آموزشی و درسی صفحه ۲۳ / دکتر پروند

۳- مبانی برنامه ریزی آموزشی (برنامه‌ریزی درسی مدارس، تألیف الف لوی - ترجمه فریده مشایخ صفحه ۹

### منابع و مأخذ:

- ۱- دکتر محمد حسن پروند - مقدمات برنامه ریزی آموزشی و درسی - انتشارات صحیفه - آخرین چاپ
- ۲- الف لوی - مبانی برنامه‌ریزی آموزشی - انتشارات مدرسه - چاپ چهارم ۶۹ - ترجمه فریده مشایخ
- ۳- دکتر هاشم فردانش - مبانی نظری تکنولوژی آموزشی - انتشارات سمت - تهران ۷۳
- ۴- نشریه رشد تکنولوژی آموزشی - شماره‌های سال ۷۵
- ۵- فصلنامه تعلیم و تربیت - شماره ۲۰۱ سال ۷۴ - سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی

و خود جهت یافتن راه حل تلاش کند (روش اکتشافی) روش دیگری وجود دارد بنام روش تسلط یاب که فراگیرنده می‌بایست زمان کافی و لازم در اختیار داشته باشد که به روی جزئیات قسمت اول محتوای انتخاب شده تسلط یابد و تا زمانیکه به این مرحله نرسیده قسمت دوم را شروع نمی‌کند.

روشهای دیگری هم وجود دارند مثل آموزش برنامه‌ای یا یادگیری انفرادی یا تشکیل گروههای کوچک و... که هر کدام از اینها دارای معایب و محاسن خاص می‌باشند.

برنامه ریز می‌بایست به تناسب رشته درسی و با توجه به اهداف رفتاری مدنظر آن رشته و در نظر گرفتن ارتباط و هماهنگی بین تعیین محتوا، انتخاب رسانه و انتخاب روش تدریس، برنامه‌ریزی درسی آن رشته را به انجام رساند. تا این مرحله هدفها مشخص شده‌اند، هدفهای رفتاری به نگارش درآمده، محتوای مناسب تدوین یا انتخاب شده رسانه انتقال محتوا به فراگیرندگان مشخص و روش انتقال معلوم شده‌اند. از این پس اجرای برنامه طراحی شده شروع می‌شود، که بر اساس شرایط و امکانات موجود در محدوده مشخص برای اشخاص معین و در یک مقطع زمانی معلوم، برنامه به طور آزمایشی به اجرا درمی‌آید.

### ارزشیابی

نهایتاً مرحله ارزشیابی است که شایسته است برنامه در حین اجرا، مورد ارزشیابی مرحله‌ای و در پایان برنامه