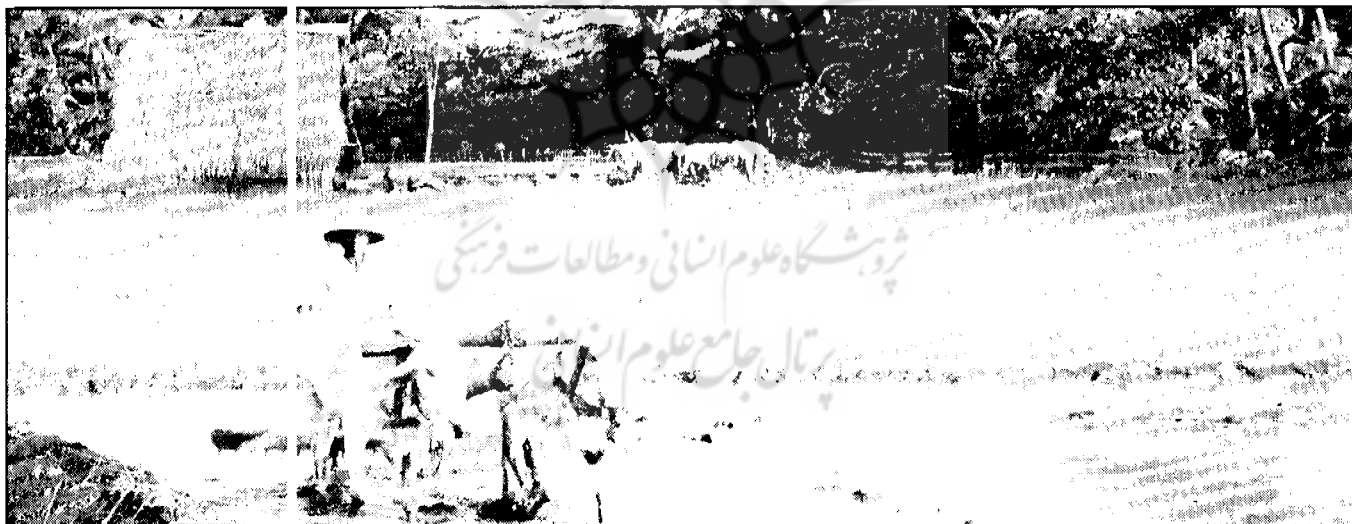


نوشته: پرادیت ماشیما^(۲)

مترجم: حسین امیری

اتحادیه بین‌المللی تعاون و توسعه تعاونیهای مصرف‌در آسیا و اقیانوسیه^(۱)



۱- مقدمه

دفتر منطقه آسیا و اقیانوسیه، یکی از دفاتر پنجگانه اتحادیه بین‌المللی تعاون، در دهلی نو - هندوستان مستقر می‌باشد. در حال حاضر ۶۷ سازمان از ۲۵ کشور آسیا و اقیانوسیه از جمله استرالیا، چین، ژاپن، هند، سنگاپور، ویتنام و... عضو این دفتر می‌باشند.

هدف اصلی این دفتر ترویج و توسعه نهضت تعاون از طریق آموزش، کارآموزی،

گردهمائی، خدمات مشاوره‌ای، انتشارات و دیدوبازدید رهبران و کارکنان اصلی سازمانها و کشورهای عضو می‌باشد.

در حال حاضر این دفتر پنج طرح مهم در دست اجرا دارد. این پروژه‌ها عبارتند از:

- ۱- طرح توسعه، برنامه‌ریزی و هماهنگی؛
- ۲- طرح توسعه تعاونیهای کشاورزی؛
- ۳- طرح توسعه تعاونیهای مصرف؛
- ۴- طرح بهبود منابع انسانی؛ و

۵- طرح آموزش اداره امور تعاونیهای کشاورزی.

طرح توسعه تعاونیهای مصرف یکی از فعالیت‌های اصلی این دفتر می‌باشد. این طرح ۱۳ کشور هند، بنگلادش، سری‌لانکا، تایلند، مالزی، فیلیپین، سنگاپور، اندونزی، ژاپن، کره جنوبی، فوجی، مغولستان و ویتنام را در برمی‌گیرد. این کشورها اعضای اصلی کمیته توسعه تعاونیهای مصرف اتحادیه بین‌المللی

تعاون، دفتر منطقه آسیا و اقیانوسیه می‌باشند. همه کشورهای عضو از مزایای اتحادیه بین‌المللی برخوردارند.

پروژه‌های در دست اجرا در دفتر در دهلی‌نو با هدایت و مشورت مدیریت منطقه و تأیید کمیته مربوطه طراح و سازمان یافته و انجام می‌گردد. در گذشته کلیه پروژه‌های اجرایی توسط مرکز تعاونی سوئد تأمین مالی و پشتیبانی می‌شد، ولی امروزه این امور توسط اتحادیه تعاونیهای مصرف‌زا این انجام می‌گیرد.

۲- انواع تعاونیهای مصرف در مجموعه فعالیت‌های طرح

چهار نوع تعاونی مصرف جزو فعالیتات طرح قرار دارد. اولین و مهمترین گروه شامل این طرح تعاونیهای مصرف شهری می‌باشد. این گروه هم می‌تواند بصورت تعاونی صرفاً مصرف از قبیل تعاونیهای مصرف‌زا، سنگاپور، تایلند، فیلیپین، بنگلادش، هند و فی‌جی بشکل مغازه، سوپرمارکت، فروشگاه بزرگ چند بخشی و یا بصورت تعاونیهای چند منظور از قبیل تعاونیهای چند منظوره سری‌لانکا، اندونزی و کره جنوبی باشد.

نوع دوم بصورت تعاونیهای دانشگاهی یا مدارس می‌باشد. این نوع تعاونی می‌تواند فقط با عضویت محصلین یا دانشجویان و کارکنان و یا تمامی آنها تشکیل گردد.

نوع سوم این گروه بصورت تعاونیهای بانوان از قبیل تعاونیهای بنگلادش و هند می‌باشد.

نوع چهارم این گروه بصورت تعاونیهای درمانی از قبیل این نوع تعاونیها در ژاپن، هند و سری‌لانکا می‌باشد.

۳- پروژه اتحادیه بین‌المللی تعاون در باب توسعه تعاونیهای مصرف

با توجه به اوضاع و احوال و ضرورت تحولات و تغییرات در جهت توسعه نهضت‌های تعاونی در منطقه اتحادیه بین‌المللی تعاون، دفتر منطقه با تشریح مساعی

اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن و فدراسیون ملی اتحادیه‌های تعاونیهای مصرف دانشجویی آن کشور طرحی با عنوان طرح توسعه تعاونیهای مصرف؛ در دست اجرا دارد که انجام آن تلاشی است در جهت ایجاد شرایط مطلوب برای تعاونیهای مصرف در منطقه. برای توسعه تعاونیهای مصرف راهبردها و روشهای زیر بکار برده می‌شود:

۱- تهیه چند طرح برای ایجاد درآمد برای اعضاء تعاونیها، بانوان و جوانان؛

۲- انتشارات اخبار تعاونیهای مصرف، تدریس و کارآموزی، تهیه مطالب خواندنی، تحقیقات و غیره.

۳- تنظیم برنامه مبادله و بازدید بر روی تعاونیهای مصرف و تعاونیهای دانشگاهی برای رهبران، مدیران و کارکنان تعاونیها و کشورهای عضو؛

۴- آموزش رهبران و کارکنان سطوح مختلف تعاونیهای مصرف؛

۵- انتقال دانش فنی و انجام خدمات مشورتی برای نهضت‌های تعاونی ضعیف؛

۶- تهیه نمونه طرحهای مناسب برای خودیاری و خود پیش‌بردن؛

۷- برگزاری سمینارها و دایر نمودن کارگاههای آموزشی در سطح ملی و منطقه‌ای. در سالهای اخیر چند فعالیت طرح بشرح زیر اجرا گردیده که تأثیرات قابل توجهی داشته است:

۱- آموزش مدیران و رهبران عضو کمیته مصرف اتحادیه بین‌المللی تعاون در ژاپن، سنگاپور، هند و تایلند؛

۲- برگزاری سمینار و ایجاد کارگاه آموزشی در زمینه موضوع توسعه تعاونیهای مصرف در بنگلادش، هند، اندونزی، فیلیپین، تایلند، سری‌لانکا و ویتنام؛

۳- برگزاری سمینار ملی تعاونیهای مصرف در هند، اندونزی، تایلند، ویتنام، نپال و میانمار؛

۴- راهنمایی برای برگزاری سمینار تعاونیهای دانشگاهی در تایلند، فیلیپین، هند، اندونزی و مالزی؛

۵- تشویق هیأت‌های نمایندگان بانوان بنگلادش، هند، اندونزی، سری‌لانکا، تایلند، فیلیپین و فی‌جی برای دید و بازدید و تبادل اطلاعات با بانوان ژاپن.

۶- انجام خدمات مشورتی برای شرکت‌های تعاونی مصرف بنگلادش، هند، تایلند، سری‌لانکا، فی‌جی و فیلیپین؛

۷- اعزام هیأت‌هایی برای تحقیق در لائوس، ویتنام، مغولستان، فی‌جی، اقیانوسیه، نپال و میانمار؛

۸- انجام مطالعات بر روی نهضت تعاونی مصرف در کشورهای مالزی، بنگلادش و هند؛

۹- ایجاد فروشگاههای نمونه در بنگلادش، هند و سری‌لانکا؛

۱۰- ایجاد انگیزه خودیاری و پیش‌برد خود در تعاونیهای مصرف تمامی منطقه؛

۱۱- کمک به فعالیت بانوان عضو تعاونیها برای ایجاد درآمد در بنگلادش و هند؛

۱۲- انتشار اخبار تعاونیهای مصرف آسیا و اقیانوسیه و مطالب خواندنی درباره تدریس، آموزش و یافته‌های تحقیقات و غیره.

نقش اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن و مؤسسات وابسته به آن در ژاپن در زمینه توسعه تعاونیهای مصرف در منطقه بسیار مهم و قابل توجه می‌باشد. کمیته اتحادیه بین‌المللی تعاون در امور تعاونیهای مصرف آسیا و اقیانوسیه تحت ریاست آقای او‌هی‌ا (Ohya) از ژاپن امور مربوط به مصرف اتحادیه بین‌المللی تعاون در این منطقه از جهان را راهنمایی و مورد تشویق قرار می‌دهند که نتیجه آن کار ساز و دلگرم کننده است.

۴- نهضت‌های تعاونی مصرف در آسیا و اقیانوسیه

نهضت‌های تعاونی مصرف آسیا و اقیانوسیه را می‌توان به سه گروه قدرتمند، متوسط الحال و در حال توسعه تقسیم کرد.

۱-۴ نهضت‌های قدرتمند امروزه اگر تعاونیهای مصرف را بنابر هدف

آنها بررسی کنیم تعاونیهای مصرف ژاپن در صدر تعاونیهای موفق قرار دارد. نهضت تعاونی مصرف ژاپن بر مبنای انگیزه‌های اصلی تعاونیهای مصرف بنا گردیده و خود را در تأمین نیازمندیهای اعضاء و جامعه مسئول می‌داند. یکی از امتیازات مهم این نهضت خدمات ارزنده‌ای است که از طریق گروه‌های هان (Han) به اعضاء خود بخصوص زنان خانه‌دار می‌نماید. نهضت تعاون ژاپن با استفاده از این گروه‌ها امروزه با فروشگاههای بزرگ و سوپرمارکت‌ها رقابت می‌کند. شرکت تعاونی کوب (Kobe) بهترین و بزرگترین تعاونیهای مصرف ژاپن می‌باشد. طبق گزارشهای موجود در ژاپن قریب ۶۷۰ شرکت تعاونی مصرف با عضویت ۱۴ میلیون نفر وجود دارد.

کشور مالزی، جزیره‌ای کوچک با ۲/۷ میلیون جمعیت با نژادهای مختلف از وجود تعاونیهای مصرف قدرتمند برخوردار است. در سنگاپور فقط پنج تعاونی مصرف (از ۶۳ تعاونی موجود در آن کشور) وجود دارد. هر پنج شرکت تعاونی بسیار قدرتمند و مؤثر برای عامه مردم جزیره می‌باشند. نهضت قدرتمند تعاونی مصرف سنگاپور امروزه کمک‌های فنی قابل توجهی از طریق "برنامه سنکوتاب" به تعاونیهای مصرف کشورهای همسایه می‌نماید. این نهضت امروزه تسهیلات آموزشی برای مدیران تعاونیهای مصرف کشورهای آسیا فراهم می‌نماید.

جمهوری کره یکی از کشورهای آسیائی است که امروزه در فعالیتهای مصرف گامهای بلند برداشته است. طبق گزارشهای موجود این نهضت نه تنها قادر به رقابت با بخش خصوصی می‌باشد بلکه فشار سیاسی قدرتمندی نیز می‌باشد. در هر حال در میان کشورهای آسیائی فقط ژاپن و سنگاپور دارای نهضت‌های تعاونی مصرف قدرتمند در حال پیشرفت می‌باشند.

۲-۴ نهضت‌های نیمه قدرتمند

کشورهای تایلند، مالزی و سری لانکا از نهضت تعاونیهای مصرف نیمه قدرتمند

برخوردارند. طبق گزارشهای موجود، کشور تایلند دارای ۴۰۰ شرکت تعاونی مصرف می‌باشد. تعداد اعضاء این تعاونیها بین ۲۵۰ تا ۱۰۰۰۰۰ نفر و متوسط اعضاء هر تعاونی برابر ۱۷۸۰ نفر است. علیرغم رقابت بخش خصوصی بدون حمایت دولت اکثر تعاونیها بخوبی فعالیت دارند. شرکت تعاونی پرا - ناکم (Pra - Nakom) بهترین و بزرگترین آنهاست و بعنوان یک مؤسسه دیدنی در کشوری در حال توسعه می‌باشد.

در مالزی، اولین شرکت تعاونی در سال ۱۹۳۶ تشکیل گردید. در دهه ۱۹۴۰ و دهه ۱۹۵۰ رشد تعاونیها محدود بود ولی بعد از آن جهش قابل توجهی در تعداد تعاونیها بوجود آمد بطوریکه در پایان دهه ۱۹۸۰ تعداد ۲۲۵ شرکت تعاونی وجود داشت که طبق گزارشهای موجود قریب ۸۰ درصد آنها سودآور بوده‌اند. متوسط اعضاء شرکت‌های تعاونی مصرف مالزی ۳۷۶۰ نفر می‌باشد.

در سری لانکا، تعداد ۲۸۶ شرکت تعاونی چند منظوره با شبکه‌ای دارای ۸۰۰۰ فروشگاه خرده‌فروشی در سراسر کشور وجود دارد. این شبکه تمامی مردم سری لانکا را در بر می‌گیرد. معاملات سالانه این تعاونیها معادل صدها میلیون روپیه می‌باشد. معاملات عمده این تعاونیها توزیع کالاهای مصرفی صادراتی از قبیل گندم، آرد، شکر، عدس، پیاز، سیب‌زمینی و ادویه می‌باشد. در این شبکه تعداد زیادی فروشگاه خرده‌فروشی با سازمان و شالوده قدرتمند و مناسب وجود دارد.

۳-۴ نهضت‌های در جریان تحول

در اندونزی، تعدادی شرکت تعاونی مصرف با عضویت کارکنان دولت تشکیل گردیده است. در این کشور همچنین تعدادی شرکت تعاونی دانشجویی، دانش‌آموزی و تعاونی روستائی وجود دارد. این تعاونیها به توانمندی سوپر مارکت‌های بخش خصوصی نمی‌باشند. در هر حال، تعاونیهای مصرف، بخصوص کادز (Kads) میدان وسیعی برای توسعه در پیش رو دارند.

در فیلپین، حدود ۸۰۰ تعاونی مصرف وجود دارد که بسیاری از آنها کوچک و غیرفعال می‌باشند. فقط حدود ۳۰۰ شرکت تعاونی با زیستگویی فعالیت می‌نمایند. فروشگاه زنجیره‌ای ملی بر بازار مصرف مسلط بوده و تعاونیهای مصرف می‌باید سطح فعالیت خود را ارتقا دهند.

در ویتنام، تعاونیهای عرضه و بازاریابی وظایف مربوط به تعاونیهای مصرف را به عهده دارند. در این کشور از این نوع تعاونی حدود ۲۰۰۰ واحد وجود دارد که عملکرد بسیاری از آنها ضعیف است. و تعداد کمی از آنها بنحو مطلوب فعالیت می‌نمایند.

در پاکستان، عملاً شرکت تعاونی مصرف وجود ندارد و نهضت تعاونی مصرف این کشور در جهت توسعه و تحول راه درازی در پیش دارد. در بنگلادش تعداد ۷۲۴ تعاونی مصرف وجود دارد که متوسط تعداد اعضاء در هر شرکت تعاونی فقط ۵۳ نفر می‌باشد بسیاری از تعاونیهای مصرف این کشور ضعیف و غیر مؤثر می‌باشند. تعداد کمی فروشگاه تعاونی در مصرف توسط کارکنان دولت و کارکنان منابع تشکیل گردیده که بخوبی اداره می‌شوند. اما با توجه به کمی درآمد نسبی مردم نیاز به توسعه نهضت تعاونی مصرف در این کشور کاملاً احساس می‌شود.

۴-۴ دستاوردهای متنوع

هند کشور است وسیع با ۹۰۰ میلیون نفر جمعیت، دارای ۳۰۰۰ شهرستان و ۱۵۰۰۰۰ روستا. در این کشور شرکت‌های تعاونی مصرف صرفاً از بیش از ۲۵۰۰۰ فروشگاه و حدود ۷۰۰ مرکز عمده‌فروشی می‌باشند. تعاونیهای مصرف این کشور، موفقیت‌های متنوعی کسب نموده‌اند. در چند ایالت از جمله ماهاراشترا (Maharashtra) و گوا (Goa) تعاونیهای مصرف گامهای بلندی برداشته و در تمامی شهرهای این ایالت‌ها شبکه‌ای از فروشگاههای تعاونی دایر نموده‌اند. در نقاط مختلف کشور توسط فدراسیون مصرف کنندگان شبکه‌ای از

فروشگاهها دایر گردیده که، بخوبی اداره می‌شوند. هر چند توسعه تعاونیهای مصرف همتراز و یکسان نیست، با این وجود در صدر مؤسسات خرده‌فروشی، تعاونی‌های مصرف از جمله تعاونیهای سوپر بازار (Super Baza) و ساهاکاری بندر (Sahakari Bhandar) می‌باشند.

اخیراً بخش خصوصی مانند تعاونیهای مصرف نسبت به دایر نمودن سلف سرویس اقدام نموده و در شهرهای بزرگ سوپر مارکت‌های جدید رو به افزایش است ولی این فروشگاه‌ها در حد تعاونیهای مصرف موفق نبوده‌اند. دلیل عمده توفیق سه پرمارکت‌های تعاونی ممکن است مربوط به کوششهای داوطلبانه رهبران آنها باشد.

۵- عوامل مؤثر بر عملیات شرکت‌های تعاونی مصرف

کمبود توسعه تعاونیهای مصرف در کشورهای در حال توسعه مؤثر است. مساحت، جمعیت، درآمد و تعداد تعاونیهای مصرف در چند کشور آسیائی در جدول پیوست ملاحظه میشود.

۶- مسائل و مشکلات تعاونیهای مصرف

تعاونیهای مصرف در آسیا با مشکلاتی چند روبرو می‌باشند. بعضی مشکلات و مسائل شرح زیر است:

۱-۶ شالوده و زمینه‌های فقر اقتصادی اجتماعی کشور؛

۲-۶ کمبود وجوه در گردش و محدود بودن حجم معاملات؛

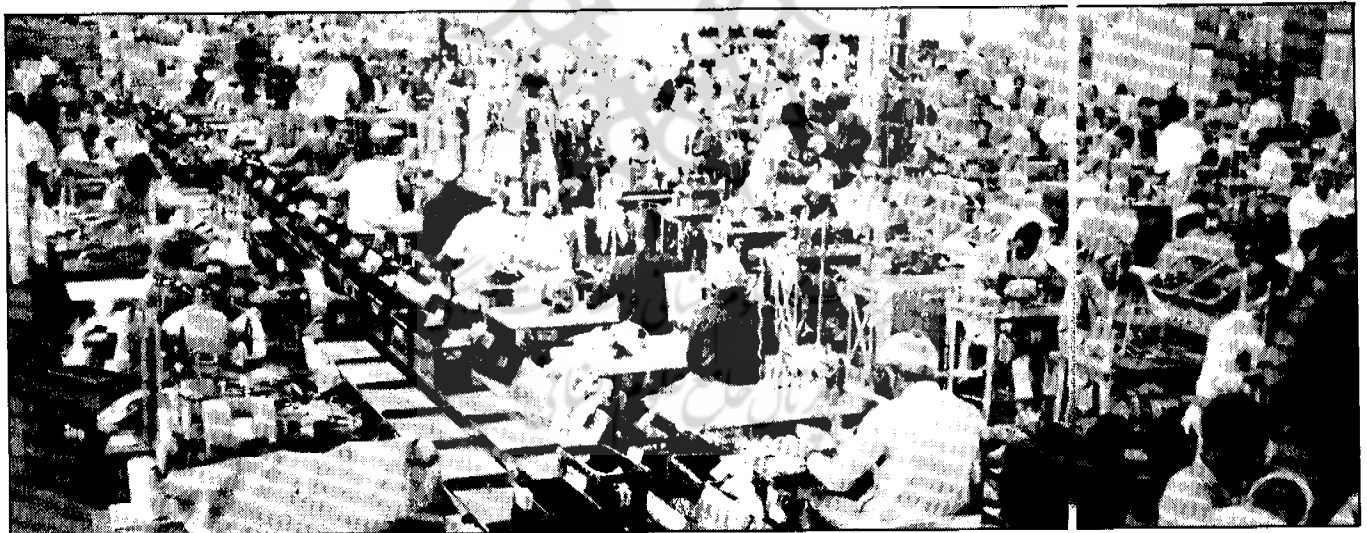
۳-۶ کمبود یا فقدان فرصت‌های آموزش حرفه‌ای و تسهيلات لازم در عملیات تعاونیهای مصرف؛

۸-۶ رقابت شدید بخش خصوصی؛
۹-۶ فقدان خدمات مشورتی کارساز در امور تعاونیها در سطح ملی برای ترویج و توسعه تعاونیها از جمله در کشورهای بنگلادش، اندونزی، فی‌جی، پاکستان، فیلیپین و سری‌لانکا؛
۱۰-۶ وابستگی شدید به حمایت‌های دولتی.

۷- تدابیر اساسی و راه‌حلهای مناسب

برای رفع مشکلات تعاونیهای مصرف کشورهای آسیائی اقداماتی شرح زیر باید معمول گردد:

۱-۷ ایجاد نظم و ترتیب در فعالیت تعاونیهای موجود، مشابه اقدامات انجام شده در اندونزی، جمهوری کره و ویتنام؛
۲-۷ تشکیل تعاونیهای مصرف در مناطق



تعاونیهای مصرف در کشورها، نظیر ژاپن، سنگاپور، کره‌جنوبی، مالزی و تایلند که درآمد سرانه و درصد افراد با واد آنها بیشتر است نسبت به کشورهای دیگر آسیا پیشرفت بیشتری داشته‌اند. علاوه بر نرخ فراد با سواد و درآمد سرانه بیشتر، ثبات، حکومت و خصلت‌های مردم در توسعه تعاونیهای مصرف تأثیری اساسی دارد. همچنین ضعف مدیریت حرفه‌ای، عضویت غیر مؤثر و ات سرمایه در

۴-۶ کمبود رهبران متعهد و کارکنان اهل فن؛
۵-۶ کمبود تعلیمات مناسب برای حمایت از مصرف کنندگان، خدمات رفاهی و مشارکت اعضاء و غیره؛

۶-۶ کمبود تحرک تعاونیهای مصرف در سطح ملی؛

۷-۶ فقدان سیاست‌ها و خط مشی‌های مشخص در بخش دولتی و تعاونی برای توسعه تعاونیهای مصرف؛

مناسبی که در آن مناطق فرصت‌های موفقیت در سطح بالائی باشد برای مثال در شهرک‌ها و مجتمع‌های مسکونی نوساز، مناطق اداری و تجاری دولتی و کارخانجات؛

۳-۷ تعیین تعاونی نمونه در مناطقی که در آنها تعاونیهای موفق فعالیت دارند، مانند بمبئی در هند، بانکوک در تایلند و داکا در بنگلادش؛

۴-۷ تقویت نقش فدراسیون ملی تعاونیهای مصرف نظیر اقدام سری‌لانکا؛

۵-۷ آموزش رهبران و کارکنان حرفه‌ای تعاونیهای مصرف. این مورد شامل ایجاد مراکز آموزشی برای آموزش تخصص‌های مختلف نیز می‌شود؛

۶-۷ انجام کمک‌های فنی نهضت‌های قدرتمند بر نهضت‌های ضعیف؛

۷-۷ ایجاد ارتباط بین برنامه‌های توسعه تعاونیهای مصرف با دیگر برنامه‌های توسعه؛

۸-۷ ترغیب دولت و مؤسسات اعتباری برای حمایت تعاونیهای مصرف؛

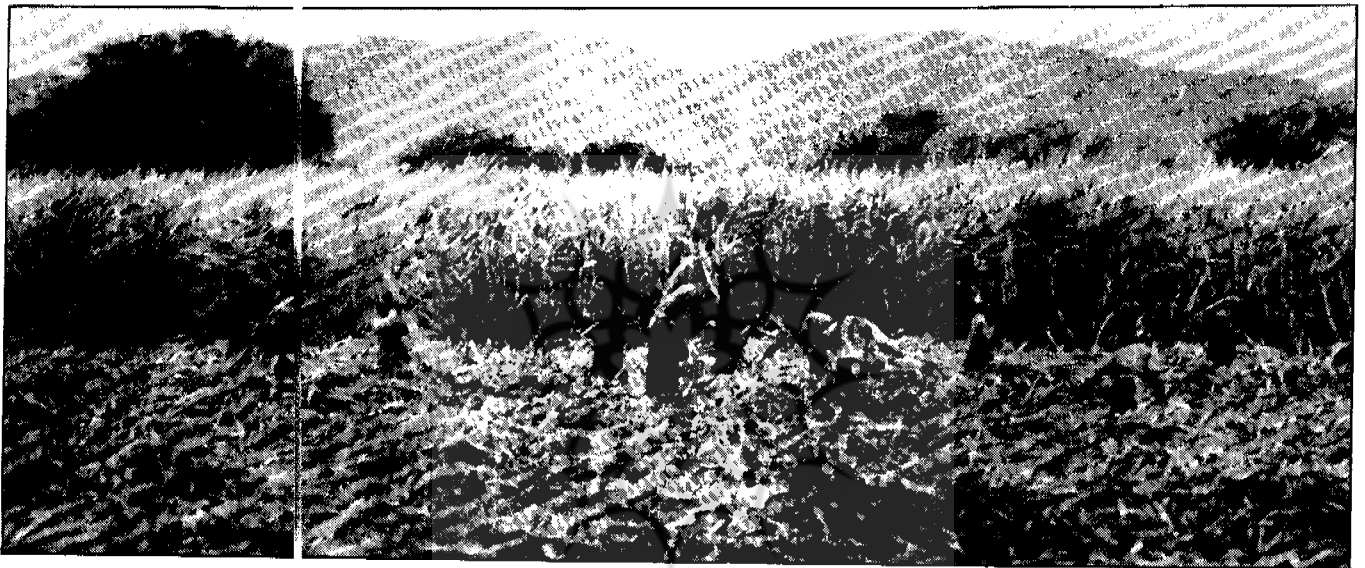
۹-۷ اجرای طرحهای مناسب به منظور افزایش درآمد اعضای تعاونیها؛

۱۰-۷ ایجاد و توسعه نگرش و تمایلات خودیاری و پیشرفت نهضت‌های تعاونی با استفاده از امکانات خود آنها از طریق آموزش و ترویج؛

۱۱-۷ تهیه برنامه با طرحهای متعدد برای توسعه تعاونیهای مصرف.

۸- نتیجه

بطور کلی، طرح اتحادیه بین‌المللی تعاون در باب، توسعه تعاونیهای مصرف در جهت تحقق توسعه و پیشبرد تعاونیهای مصرف منطقه بخوبی اجرا گردیده است. یکی از دلایل تحقق برنامه‌ها و اجرای توفیق‌آمیز طرح تطبیق آن با نیازهای تعاونیهای مصرف منطقه و دلیل یگر حمایت و همکاری اصولی سازمانهای متبوع اعضا توأم با حمایت‌های مستحکم فنی و مالی اتحادیه تعاونیهای



جدول: مساحت، جمعیت، درآمد و تعداد تعاونیهای مصرف ۱۳ کشور آسیایی در سال ۱۹۹۲

کشور	مساحت (مایل مربع)	جمعیت (میلیون)	افراد باسواد درصد	درآمد سرانه (دلار امریکا)	تعداد تعاونیهای مصرف
بنگلادش	۵۱۰۰۰	۱۱۶	۲۹	۲۰۰	۷۲۴
میانمار	۲۶۵۰۰۰	۴۴	۷۹	۲۳۰	۲۵۰۰
هند	۱۳۰۰۰۰۰	۸۵۰	۳۶	۲۵۰	۲۵۰۰۰
اندونزی	۷۵۰۰۰۰	۱۸۵	۸۵	۵۶۰	۳۵۹۵
پاکستان	۳۱۴۰۰۰	۱۰۵	۲۸	۳۷۶	۲۸۵
فیلیپین	۱۱۷۰۰۰	۶۵	۸۵	۶۷۲	۸۰۰
ویتنام	۱۳۰۰۰۰	۶۷	۸۰	۲۰۰	۲۰۰۰
سری لانکا	۲۵۴۰۰	۱۷	۸۵	۴۱۸	۲۸۴
تایلند	۲۰۰۰۰۰	۵۷	۹۰	۱۶۰۰	۴۰۰
مالزی	۱۲۸۰۰۰	۱۷	۷۶	۲۳۰۰	۲۲۵
کره جنوبی	۳۸۰۰۰	۴۳	۹۶	۵۵۰۰	۶۷
سنگاپور	۲۲۴	۲/۷	۹۰	۱۱۰۰۰	۵
ژاپن	۱۴۷۶۰۰	۱۲۳	۹۹	۲۵۰۰۰	۶۶۵

مصرف ژاپن و دفتر منطقه آسیا و اقیانوسیه اتحادیه بین‌المللی تعاون بوده است. من به شما اطمینان می‌دهم که در سالهای آتی می‌توانیم در جهت تکامل نهضت قدمهای بیشتری برداریم.

۱- این مقاله در سمینار ملی توسعه تعاونیهای مصرف که در ایام ۲۸ نوامبر سال ۱۹۹۴ در یانگن (Yangon)، می‌مار برگزار گردیده ارائه شده است.

۲- پرادیت ما-یما (Pradit Machima)، با عنوان مشاور در امور تعاونیهای مصرف، با اتحادیه بین‌المللی تعاون، دفتر منطقه آسیا و اقیانوسیه همکاری دارند. (م)