

گزارشی از: سمینار تعاون، زن و اشتغال



سمینار تعاون، زن و اشتغال در تاریخ ۱۵/۴/۷۴ با پیام ریاست محترم جمهوری که توسط آقای مهندس شافعی وزیر تعاون قرائت گردید در سالن آمفی تاتر دانشکده کشاورزی دانشگاه تبریز برگزار شد. در این سمینار که به منظور شناخت و معرفی فرصت‌های شغلی زنان و بررسی زمینه‌های حضور فعال آنان در شکل‌های تعاونی تشکیل شده بود، آقای عبدالملی‌زاده استاندار آذربایجان شرقی، نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی، مسولان دفتر امور زنان نهاد ریاست جمهوری، مشاورین وزراء در امور زنان، فرمانداران شهرستانهای استان، جمعی از اساتید دانشگاه و دیگر صاحب‌نظران و علاقمندان مسائل مربوط به بانوان شرکت نمودند.

برای برگزاری این سمینار مطالعات کارشناسی لازم و فراخوان مقاله انجام گرفته و از بین ۵۵ مقاله واصله در زمینه‌های:
- نقش زنان در فعالیتهای اقتصادی و شکل‌های تعاونی.
- چگونگی تمرکز فعالیتهای اقتصادی کشور در شکل‌های تعاونی.
- چگونگی تمرکز فعالیتهای اقتصادی بانوان در انواع تعاونیها
- شناخت طرق ارتقاء نقش زنان در اداره امور تعاونیها.
- نقش زنان در احیاء و توسعه صنایع دستی از طریق تشکیل تعاونیها.
- افزایش نقش خواهران دانشجو و دانش آموز در اداره امور تعاونیهای آموزشی
- نگاهی به تجارب بانوان کشورهای

جهان در فعالیتهای تعاونی.
- شناخت چگونگی امکان تمرکز و تجمع زنان در تعاونیهای بازاریابی صنایع تولیدات خانگی.
- نحوه جذب زنان متخصص در تعاونیها.
۲۰ مقاله جهت چاپ و ۵ مقاله برای ارائه در سمینار برگزیده شد و مقالات مزبور که توسط: خانم دکتر ژاله شادی‌طلب، آقای دکتر حسین بنی‌فاطمه، خانم مهرانگیز چنگیزی، آقای سیروس فخرایی و خانم ثریا حافظی نوشته شده بود، وسیله هر یک از نویسندگان در جلسه سمینار قرائت گردید.
در آغاز این سمینار خانم عالیپور گزارشی از چگونگی تدارک مقدمات سمینار ارائه داد و اظهار داشت: از ۵۵ مقاله واصله به دبیرخانه

پیام ریاست محترم جمهوری به مناسبت برگزاری سمینار

بسم الله الرحمن الرحيم

انقلاب اسلامی و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران زمینه مناسبی برای دستیابی به هویت و شخصیت ارزشمند برای بانوان فراهم نموده است که علاوه بر امکان استیفای حقوق حقه در شد و تعالی انسان و اجتماع نقش قابل توجهی برای جمعیت زنان قائل شده است. از طرف دیگر حمایت‌های خاص به منظور بوجود آوردن شرایط کار مناسب، ایجاد زمینه‌های مساعد برای رشد شخصیت زنان و احیای حقوق مادی و معنوی آنان، حمایت مادران، به خصوص در دوران بارداری و حضانت فرزندان بی‌سرپرست، ایجاد دادگاه صالح برای حفظ کیان خانواده، ایجاد بیمه خاص بیوه‌زنان و زنان سالخورده و بی‌سرپرست، اعطای قیمومیت فرزندان به مادران شایسته، راه را برای تعالی و رشد زنان کشور هموار می‌سازد. سیاست‌های اشتغال زنان در جمهوری اسلامی ایران، نزدیک به تمام مشاغل در جامعه را برای زنان مجاز دانسته و لذا زنان علاوه بر حفظ و اداره خانواده در بسیاری از مشاغل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی همگام با مردان در صحنه حضور فعال دارند.

با عنایت به نقش ارزشمند بانوان در فعالیتهای گروهی و جمعی، دستگاه‌های ذی‌ربط در بخش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات باید زمینه گسترده‌ای برای مشارکت زنان فراهم سازند و جهت شناسایی زمینه‌های اشتغال زنان با حفظ کیان خانواده برنامه‌ریزی و اقدامات لازم به عمل آورند.

آمار و اطلاعات مربوط به مشارکت و فعالیت زنان در بخش تعاونی کشور نشانگر این واقعیت است که بانوان در این بخش سهم و وظیفه واقعی خود را احراز ننموده‌اند. برای جبران این نقیصه جامعه زنان کشور همانگونه که در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی حضور ارزشمند خود را به ثبوت رساندند باید جایگاه واقعی خویش را در فعالیتهای جمعی و بویژه تعاونی بیابند و مراکز مسئول امور فرهنگی باید نسبت به انجام رسالت خود بیش از پیش تلاش و همت به خرج دهند و عرصه را برای پذیرش و گرایش جامعه بانوان کشور در تشکلهای تعاونی گسترده‌تر نمایند. مهمتر از همه وزارت تعاون باید برای ایجاد تشکلهای بانوان در قالب انواع تعاونی به نحو مطلوب و شایسته برنامه‌ریزی و پیگیری کند.

چشم‌انداز تشکیل تعاونیهای بانوان با عنایت به حیطة وسیع عملکرد آنان در جای جای کشورمان و نقش حساس آنان در امر بازسازی، بسیار تابناک و درخشان است. امیدوارم زنان پاکدامن ایران اسلامی سهم و وظیفه موثر خود را در تحرک چرخهای اقتصادی کشور بیش از پیش ایفاء نمایند.

بهرورزی بانوان متعهد و زحمتکش ایران اسلامی را از خداوند متعال مستلث می‌نمایم.

اکبر هاشمی رفسنجانی

رئیس جمهوری اسلامی ایران

رتال جامع علوم انسانی

حضور یافته بودند، پیام حضرت آیت‌ا... رفسنجانی ریاست محترم جمهوری به مناسبت برگزاری سمینار را قرائت نمود و سپس اظهار داشت:

همانطور که می‌دانید وزارت تعاون برای محقق ساختن بعضی از اهداف قانون اساسی از جمله اصول ۴۳ و ۴۴ ایجاد شده است. این از ویژگیهای قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران است، که اقتصاد آن به سه بخش مشخص تقسیم شده است.

نمایشگاه ۶۰ شرکت تعاونی اعلام آمادگی نموده‌اند و در مجموع از ۱۱۰ نفر از خواهران عضو تعاونیها و یا شاغل در زمینه‌های شغلی مختلف دعوت به عمل آمده است.

سخنران وزیر تعاون

آقای مهندس شافعی وزیر تعاون اولین سخنران سمینار بود و پس از تشکر از خواهران و برادرانی که از اقصای نقاط کشور در سمینار

سمینار ۳۷ مقاله توسط بانوان و ۱۸ مقاله وسیله آقایان ارسال گردیده است. همچنین از مجموع مقالات مزبور، ۳۰ مقاله از سازمانهای دولتی، ۱۰ مقاله از دانشگاهها، ۸ مقاله از تعاونیها و ۷ مقاله از مراجع مختلف واصل شده است.

خانم عالیپور در ادامه سخنان خود هدف از برپایی نمایشگاه را آشنا ساختن عینی بانوان با بخشی از مشاغلی که توسط ایشان قابل اتخاذ است ذکر نمود و افزود جهت حضور در این

سیاستهای اشتغال زنان در جمهوری اسلامی ایران، نزدیک به تمام مشاغل در جامعه را برای زنان مجاز دانسته و لذا زنان علاوه بر حفظ و اداره خانواده، در بسیاری از مشاغل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، همگام با مردان در صحنه حضور فعال دارند.

جامعه زنان کشور همان گونه که در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی حضور ارزشمند خود را به ثبوت رساندند، باید جایگاه واقعی خویش را در فعالیتهای جمعی و به ویژه تعاونی بیابند. مهمتر از همه وزارت تعاون باید برای ایجاد تشکلهای بانوان در قالب انواع تعاونی به نحو مطلوب و شایسته برنامه‌ریزی کند.

شوند تا هم توسعه و هم عدالت اجتماعی محقق گردد.

وزیر تعاون در پایان سخنان خود ابراز امیدواری نمود مشارکت بانوان در تعاونیها افزایش یافته و رونق گیرد.

سخنان استاندار آذربایجان شرقی

آقای عبدالعلی‌زاده استاندار آذربایجان شرقی در ابتدای سخنان خود به شرکت کنندگان در سمینار خوش آمدگفت و اظهار داشت:

بحث اشتغال و تعاون بحث عامی است که

اینجا دولت باید سرمایه‌گذاری کرده و مردم را برای اداره امور اقتصادی هدایت کند. سپرده‌های مردم در بانکها ابزار مناسبی برای این منظور است که جویندگان کار و افراد مستعد در تشکلهای تعاونی از آن بهره‌مند

وزیر تعاون:

باید از طریق امکانات بخش تعاون از استثمار کسانی که می‌خواهند برای خودشان کار کنند جلوگیری شود. طبق قانون اساسی باید برای این افراد زمینه لازم فراهم شود تا تعاونی تشکیل دهند و حاصل دسترنج خود را به دست آورند.

برای توسعه اقتصادی به سرمایه‌گذاری نیازمندیم. سپرده‌های مردم در بانکها ابزار مناسبی برای این منظور است تا جویندگان کار و افراد مستعد برای تشکیل تعاونیها از آن بهره‌مند شوند تا هم توسعه و هم عدالت اجتماعی محقق گردد.

جمهوری اسلامی ایران مدعی بوده و هست که از الگوهای رایج سرمایه‌داری تبعیت نمی‌کند و روشی مستقل برای ارائه به جهانیان دارد و تابع دیگران نیست.

در جمهوری اسلامی ایران دولت باید برای کسانی که قادر به کار هستند ولی ابزار، پول و سرمایه لازم را ندارند، ابزار کار فراهم سازد تا اشتغال کامل ایجاد شود. این موضوع یکی از اهداف قانونی اساسی است.

وزیر تعاون در ادامه سخنان خود اظهار داشت: بعضی از کسانی که ابزار کار ندارند، علاقمند به استقبال از خطر اقدام مستقل نیستند و یا شوق خدمت به جامعه موجب فعالیت آنها در دستگاههای دولتی شده است. ولی در مورد کسانی که قادرند مدیریت سرمایه داشته باشند و وسایل لازم را ندارند قانون دولت را موظف ساخته است امکان آنرا فراهم سازد. یکی از عوامل بهره‌وری پایین، نبود ابزار کار است.

وزیر تعاون افزود: علاوه بر این باید از طریق امکانات بخش تعاون از استثمار کسانی که می‌خواهند برای خودشان کار کنند جلوگیری شود. فقدان سرمایه موجب بهره‌کشی فرد از فرد می‌گردد. طبق قانون اساسی باید برای این افراد زمینه لازم فراهم شود تا تعاونی تشکیل دهند و حاصل دسترنج خود را تماماً به دست آورند.

از طرف دیگر برای توسعه اقتصادی به سرمایه‌گذاری نیازمندیم و رقبا به سرعت در حال پیشرفت و قبضه کردن بازارها هستند. در





علت وجود محدودیت به ویژه قبل از انقلاب اسلامی زنان تحصیل کرده کمتر بوده‌اند و اگر آثار تحصیل به استعداد بسیار خوب زنان ایرانی اضافه شود، مدیران شایسته‌ای برای اداره واحدهای تولیدی در اختیار خواهیم داشت.

مشکل دوم این است که اکثریت زنان به کارهایی یدی که مهارت کمتری نیاز دارد مشغول هستند. در همه مناطق کشور به ویژه در روستاها زنان بیش از مردان کار می‌کنند و در کاشت، داشت و برداشت محصول مشارکت دارند ولی کار و تلاش آنها به عنوان تولید ناخالص ملی شکل نمی‌گیرد و به ثبت نمی‌رسد.

واقعیت این است که سطح آموزش مهارتی برای خانمها پایین است بنابراین غالباً در خانه کار می‌کنند و علت وارد نشدن کار آنها در آمار ملی، سازمان یافته نبودن آن است به این جهت یا به نام آقایان به فروش می‌رسد و یا در جایی ثبت نشده و به شمار نمی‌آید. بنابراین باید به سراغ سازماندهی جدیدی برویم که: اولاً مسئولیت اصلی زن که تربیت نسل فردا است لطمه نخورد و منافاتی با اعتقادات اسلامی نداشته باشد، ثانیاً به صورت بهینه درآمده و عدد و رقم و آمار پیدا کند و جایگاه خود را به عنوان خدمتی ارائه شده نشان دهد، ثالثاً موضوع آموزش و ارتقاء کیفیت و حجم تولید را مدنظر قرار دهیم.

سازماندهی مذکور باید به شکلی باشد که تولیدات زنان جایگاه خود را داشته باشد و این

است که عبارتند از: سرمایه، ابزارکار، نیروی انسانی و مدیریت. از این چهار عامل پذیرفته شده در اقتصاد، دو عامل کارگر و مدیر به انسان مربوط می‌شود و نیروی انسانی در فرایند تولید، انسانی است که با مهارت خود را می‌فروشد یا توانایی جسمانی خود را. مدیر انسانی است که توانایی بهره‌برداری از مهارت دیگران را دارا می‌باشد. در قید جنسیت، که موضوع این سمینار است باید وضعیت زنان را از این دو بعد بررسی کنیم.

چه تعداد زن مدیر داریم که توانایی هدایت و شکل‌دهی نیروی کارگر را داشته باشند و عوامل کار را تلفیق کرده و محصول درست و بهینه تولید کنند؟

یکی از مشکلات اشتغال زنان، موضوع سطح تحصیلات آنها است که در گذشته به

استاندار آذربایجان شرقی:

مشکل عمده ما پایین بودن میزان تولید ناخالص ملی است. در چنین شرایطی هر فرد ایرانی وظیفه دارد به رشد تولید ناخالص ملی کمک کند و این امر زمانی تحقق می‌یابد که تولید مثبت و منطقی داشته باشیم.

برای اشتغال زنان باید به سراغ سازماندهی جدیدی برویم که اولاً مسئولیت اصلی زن که تربیت نسل فردا است لطمه نخورد و منافاتی با اعتقادات اسلامی نداشته باشد. ثانیاً عدد و رقم و آمار پیدا کند و جایگاه خود را به عنوان خدمتی ارائه شده بیابد. ثالثاً موضوع ارتقاء کیفیت و حجم تولید را مدنظر قرار دهیم.

در این سمینار با قید جنس زن به طبقه خاصی نگاه می‌کند و عنایت ویژه دارد.

طرح موضوع زن، تعاون و اشتغال معنی‌هایی دارد که اگر در شرایط اجتماعی ما مدنظر قرار گیرد، فرمولی برای حل بخشی از مشکلات را به دست می‌دهد.

مشکل عمده ما پایین بودن میزان تولید ناخالص ملی است که به شکل تورم نمود پیدا می‌کند. در چنین شرایطی هر فرد ایرانی وظیفه دارد به رشد تولید ناخالص ملی کمک کند و این امر زمانی تحقق می‌یابد که بتوانیم تولید مثبت و منطقی داشته باشیم که همان اشتغال صحیح است.

خدمات صحیح و مثبت یکی از عوامل ارتقاء تولید ناخالص ملی است و تشخیص مفید بودن آن یکی از بحث‌های اساسی اقتصاد است.

متأسفانه واقعیت تلخی وجود دارد که نیمی از جمعیت کشور به خاطر اشتغال در خانه، از مشارکت در افزایش تولید ناخالص ملی محروم‌اند و نیم دیگر به کار مشغولند ولی قسمت قابل ملاحظه‌ای از کار آنها اشتغال مفید نبوده و بیکاری پنهان است و نه تنها تاثیری در رشد تولید ناخالص ملی ندارد بلکه عامل کاهش آن به شمار می‌رود.

آقای عبدالعلی‌زاده در ادامه سخنان خود یادآور شد: تولید دارای چهار عامل اصلی

دکتر شادی طلب:

قبل از ۱۹۷۵ تصور بر این بود که زنان به عنوان قشر محروم باید مورد حمایت قرار گیرند و حمایت‌ها غالباً جنبه مادی داشت. در دو دهه اخیر این نگرش تغییر یافته و موضوع مشارکت آنها در همه جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مطرح گردیده است.

ایران حقوق زنان را با صراحت مورد تاکید قرار داده است.

خانم شادی طلب آنگاه به تشریح چگونگی فضای فرهنگی حاکم بر اشتغال زنان پرداخت و گفت توسعه این فضا برای توسعه درون‌زا و حتی برون‌زا بسیار ضروری است و در هیچ تحولی نمی‌تواند از عوامل فرهنگی چشم‌پوشی کرد و سپس به ذکر شواهد تحقیقات انجام شده در خصوص فضای فرهنگی زنان در ایران پرداخت و در قسمتی از آن اظهار داشت: الگوی فرهنگی جامعه ما مبتنی بر خانه‌دار بودن زن است و سایر شغل‌ها در درجه دوم و سوم اهمیت قرار دارند.

وی در بخش دیگری از سخنان خود اظهار داشت: در بخش کشاورزی سهم اعلام شده اشتغال زنان ۷٪ است و رقم قابل ملاحظه‌ای نیست و در صنعت مشکل اصلی زنان این است که دانش فنی لازم را کسب

دکتر شادی طلب خاطر نشان ساخت: در گزارشهای توسعه انسانی آمده است که زنان در دهه‌های گذشته بهره کمی از توسعه داشته‌اند و اگر چه نیمی از جمعیت را تشکیل می‌دهند سهم آنها از توسعه کمتر از سی درصد است، ولی در دو دهه اخیر تغییر چشمگیری رخ داده است.

قبل از ۱۹۷۵ در بحث توسعه تصور بر این بود که زنان به عنوان قشر محروم باید مورد حمایت قرار گیرند و حمایت‌ها غالباً جنبه مادی داشت. در دو دهه اخیر این نگرش تغییر یافته و موضوع مشارکت آنها در همه جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مطرح گردیده است.

خانم شادی طلب یاد آور شد: اگر قرار است در جهت توسعه انسانها حرکت کنیم به تغییرات اساسی نیاز داریم و تحول عوامل فرهنگی و دگرگونی باورهای زنان نسبت به توانایی‌های خودشان از ضروریات آن است. خوشبختانه قانون اساسی جمهوری اسلامی

امر مستلزم توسعه آموزش فنی و حرفه‌ای است. تصور من این است که باید به دنبال تجربه استان خودمان برویم و کارگاه خانمها را به داخل خانه‌ها ببریم تا همراه با ایفای وظیفه مادری، در کارگاه خانگی حضور داشته باشند. بحث دیگر، موضوع سرمایه است که اگر بخواهیم برای بیکاران کار ایجاد کنیم به تامین آن نیاز داریم. امروزه در شهرکهای صنعتی و در کارگاههای با کمتر از ۲۵ کارگر ملاحظه می‌شود که هزینه زمین و ساختمان گرانتر از ابزار کار است و این در بسیاری موارد اتلاف سرمایه است. در بسیاری از اشتغالات مخصوصاً در مورد زنان، زیرزمینهای خانه‌ها می‌تواند به فضای کار تبدیل شود و زنان یک محله در آن فعالیت داشته باشند.

استاندارد آذربایجان شرقی در ادامه سخنان خود خاطر نشان ساخت: پیشنهاد ما برای اشتغال زنان ایجاد تعاونیهای بزرگ است که تعداد زیادی از خانمها در آن مجتمع شده و به تولید پردازند و با بخش خصوصی رقابت کنند و وسیله مدیران تعاونی به بازاریابی محصولات خود اقدام نمایند.

در دنیا کشورهایی مانند تایلند وجود دارد که زنانشان بازارهای دنیا را فتح کرده‌اند. خوشبختانه در استان ما با هدایت وزارت تعاون ایجاد این تعاونیها در شرف انجام است و انشالله... اشتغالات صحیح و مثبت شکل خواهد گرفت و جایگاه ویژه‌ای خواهد یافت.

آقای عبدالعلی زاده در پایان سخنان خود افزود: ما خواهان تکرار اینگونه سمینارها هستیم تا هر کدام از نکاتی که اشاره شد بیشتر و دقیق‌تر بررسی شود.

سخنران خاتم دکتر

شادی طلب

دکتر شادی طلب پس از ذکر مقدمه‌ای

سخنان خود را در سه بخش ارائه داد:

- فضای حاکم بر اشتغال زنان
- ویژگیهای اشتغال زنان در ایران
- تجربه تعاونیها در ایجاد اشتغال



نکرده‌اند و سهم دختران از آموزش فنی و حرفه‌ای حدود ۱۹ درصد است. وی افزود در صنعت قالی‌بافی زنان نقش اصلی را برعهده دارند و در بخش خدمات گروه‌های اصلی اشتغال زنان: معلمی، مامایی و حسابداری است.

در موضوع تجربه تعاونیها در ایجاد اشتغال، دکتر شادی‌طلب به فعالیتهای انجام شده در این زمینه اشاره نمود و مشکلات مسابق این قسمت را: غیرمتخصص بودن متقاضیان، عدم بررسی همه جانبه طرحها و نبود کارشناس متخصص در استانها ذکر کرد و در ادامه سخنان خود به موفقیت تجربه وزارت تعاون اشاره داشت. همچنین در این زمینه لزوم: آموزش نیروی انسانی، دخالت نکردن در کار تعاونیها و پرهیز از وابسته کردن تعاونیها به دولت را مورد تاکید قرار داد و اظهار داشت تعاونیها باید از دیدگاه سودمندی برای زنان ارزیابی شوند.

سخنران خانم

مهراکیز چنگیزی

سخنران بعدی سمینار مهراکیز چنگیزی بود. وی ابتدا به ذکر شرایط اجتماعی و فرهنگی زنان در ادوار مختلف تاریخی به نقل از مورخان پرداخت و سوابق مشارکت فعال زنان در امور صنعتی و تولیدی را ذکر نمود. و سپس به وضعیت فعلی زنان در کشورهای جهان سوم اشاره کرد و گفت: در اکثر کشورهای در حال توسعه زنان ۲۵ درصد بیشتر از مردان کار می‌کنند و ۴۵ درصد (برای کار مساوی) کمتر حقوق دریافت می‌کنند.

خانم چنگیزی در بخش دیگری از سخنان خود اظهار داشت:

ساختار جامعه، شغل‌های مشخصی را به زنان تحمیل می‌کند و چون این مشاغل از تنوع محدودی برخوردار است، زنان کمتر شاغل می‌شوند. زنان هنگامی وارد بازار کار می‌شوند که از مهارت بیشتری نسبت به مردان برخوردار باشند.

خانم چنگیزی:

بخش تعاون می‌تواند زنان را وارد صحنه اقتصاد سازد و راه را برای حضور فعال‌تر زنان باز کند. تعاون به معنی: جذب کار و سرمایه انسانی بیشتر، جذب نیروی کار انسانی در فضایی انسانی‌تر، و تولید و عرضه کالا به قیمتی ارزانتر و کیفیتی بهتر است.

سخنران آقای دکتر

حسین بنی‌فاطمه

وی افزود: کشورهایی که در فعالیتهای اقتصادی آنها حضور زنان کم‌رنگ بوده است، در توسعه موفق نبوده‌اند. بخش تعاون می‌تواند زنان را وارد صحنه اقتصاد سازد و راه را برای حضور فعال‌تر زنان باز کند. تعاون به معنی جذب کار و سرمایه انسانی بیشتر، جذب نیروی کار انسانی در فضایی انسانی‌تر، و تولید و عرضه کالا به قیمتی ارزانتر و کیفیتی بهتر است.

خانم چنگیزی آنگاه به ذکر مشاهدات خود از تعاونیهای زنان در کشور چین پرداخت و به نمونه‌های قابل توجهی اشاره کرد. وی همچنین نحوه تشکیل تعاونی و چگونگی کمک مالی دولت و سازمانهای بین‌المللی به تعاونیهای زنان در کشور مزبور را یادآور شد و نتیجه‌گیری ممکن از تجارب کشور چین برای کشور ما را بدین شرح خلاصه کرد:

- ایجاد موسسات اعتباری به کمک پس‌اندازهای زنان که مورد بهره‌برداری خود آنان قرار گیرد.

- تشکیل تعاونیهای مختلف با عضویت زنان.

- انجام عملیات تولیدی زنان عضو تعاونی در منزل.

- اخذ کمک مالی از سازمانهای بین‌المللی برای اشتغال زنان.

- توسعه آموزش فنی و حرفه‌ای زنان.

آقای دکتر حسین بنی‌فاطمه عضو هیات علمی دانشگاه تبریز در سخنان خود به تشریح وضعیت و مقایسه اشتغال در جوامع سنتی و کشاورزی و اقتصاد صنعتی و توسعه یافته پرداخت و اظهار داشت: در اقتصاد سنتی در مقایسه با اقتصاد صنعتی بهره‌کشی و استثمار انسان از انسان اهمیت کمتری داشت و در دوره صنعتی بخاطر نیاز به کار انسانها استثمار مطرح می‌گردد.

وی سپس درصد زنان شاغل در ایران را ۹/۴ درصد شاغلین ذکر کرد و یادآور شد زنان ۴۳ درصد نیروی کار ده ساله به بالا را تشکیل می‌دهند.

آقای بنی‌فاطمه در بخش دیگری از سخنان خود ضرورت‌های اشتغال زنان در جامعه امروزی را چنین خلاصه نمود:

۱- توجه به نیروی انسانی و کیفیت آن -
نیمی از جمعیت را زنان تشکیل می‌دهند و نیروی انسانی بالقوه جامعه هستند که اگر از آنها با توجه به ساخت فرهنگی جامعه استفاده شود به افزایش تولید کمک خواهد شد.

۲- کنترل جمعیت - اشتغال زنان به نحوی

دکتر بنی‌فاطمه:

نیمی از جمعیت را زنان تشکیل می‌دهند و نیروی انسانی بالقوه جامعه هستند که اگر از آنها با توجه به ساخت فرهنگی جامعه استفاده شود، به افزایش تولید کمک خواهد شد. با شناخت ظرفیت تولید هر منطقه می‌توان تعاونیهای مربوط به زنان را تشکیل داد.



از انحاء از عوامل کنترل جمعیت به شمار می‌رود.

۳- آموزش همگانی - لازم است زنان از آموزشهای عمومی و فنی و تخصصی به نحو شایسته‌ای برخوردار شوند.

وی سپس به شرح آمارهای مختلف اشتغال زنان در بخشهای کشاورزی، صنعت و خدمات در ایران و در استان آذربایجان شرقی پرداخت و یادآور شد پایین بودن میزان اشتغال زنان مربوط به نسبت بالای خانه‌داری است.

آقای بنی‌فاطمه علل عدم دستیابی زنان به شغل مناسب را عوامل زیر دانست:

- تمایل زنان به اشتغال در دستگاههای دولتی و محدودیت امکان اشتغال در این بخش - ضرورت آموزشهای فنی و حرفه‌ای و

پایین بودن میزان آن در مورد زنان

- مشکلات مربوط به محیط و ساعات کار - وی در بخش دیگری از سخنان خود وضعیت تعاونیهایی را که بیش از ۵۰ درصد اعضای آنها را زنان تشکیل می‌دهند مورد بررسی قرارداد و راههای توسعه اینگونه تعاونیها را بدین نحو خلاصه نمود:

- با شناخت ظرفیت تولید هر منطقه می‌توان تعاونیهای مربوط به زنان را تشکیل داد

- مطالعه و شناخت زمینه‌های فرهنگی لازم برای اشتغال زنان که در حال حاضر توسط معاونت تحقیقات و آموزش وزارت تعاون در حال انجام است.

- شناسایی توانایی‌های زنان برای اشتغال

سخنران آقای

سیروس فخرایی

سخنرانی آقای سیروس فخرایی عضو هیات علمی دانشگاه تبریز به تحلیل جامعه‌شناسی از طرق ارتقاء نقش زنان در اداره امور تعاونیها اختصاص داشت. وی در این رابطه اظهار نمود:

برای اینکه از دیدگاه جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم،

سیروس فخرایی:

زنان باید خود را به عنوان انسانهای مقتدر و سازنده در نظر گیرند و به توانایی‌های خویش توجه کنند. برای اینکه زنان سرنوشت جامعه را در دست گیرند باید ابتکار به خرج دهند و نقش مدیریتی خود را در تعاونیها ایفا نمایند.

این حالت فعالیتهای تعاونی برکنش‌های اجتماعی اثر می‌گذارد.

فرض سوم: بین فعالیتهای تعاونی زنان و تغییرات اجتماعی رابطه وجود دارد. جامعه در حال تحول و حرکت است و حرکت آن تغییرات اجتماعی را موجب می‌شود و بر اقتصاد و برنامه‌ریزی فعالیتهای زنان اثر می‌گذارد و بهمین ترتیب فعالیتهای تعاونی بر جامعه اثر می‌گذارد.

وی در ادامه سخنان خود تئوری پارسونز را تشریح نمود و عوامل: عاطفی بودن، جهت‌گیری، جمعی، انفعال‌گرایی، عامه‌گرایی و کیفیت‌ذاتی را مورد بحث قرار داد.

آقای فخرایی در بخش پایانی سخنان خود درباره افزایش نقش زنان در فعالیتهای تعاونی اظهار داشت:

زنان باید خود را به عنوان انسانهای مقتدر و سازنده در نظر بگیرند و به توانایی‌های خویش توجه کنند. برای اینکه زنان سرنوشت جامعه را در دست گیرند باید ابتکار به خرج دهند و نقش مدیریتی خود را در تعاونیها ایفا نمایند.

باید دیدگاههای نظری را مطالعه کنیم و این امر نمی‌تواند جدا از ساخت اجتماعی و فرهنگی جامعه بررسی شود.

در زمینه تعاون دو دیدگاه را می‌توان مطرح کرد:

۱- کارکردگرایی که اجزاء مختلف جامعه را باید به صورت متحد در نظر گرفت. از این دیدگاه، محور اساسی جامعه، اتحاد، وفاق، سازش و تعاون است.

۲- تضاد و تحول‌گرایی - که جامعه را به صورت مجموعه‌ای از اجزاء درهم مجسم می‌کند. از این دیدگاه تعاون مدنظر قرار نمی‌گیرد و تضاد اجزاء موجب تحول جامعه فرض می‌شود.

آقای فخرایی در مورد فعالیتهای تعاونی زنان سه فرضیه را مورد بحث قرار داد:

فرض اول: بین فعالیتهای تعاونی زنان در جامعه و ساخت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه رابطه وجود دارد و برای تحول در آن باید ساخت جامعه تغییر کند.

فرض دوم: بین فعالیتهای تعاونی زنان و کنش‌های اجتماعی مردم رابطه وجود دارد. در

«قطعنامه سمینار تعاون، زن و اشتغال»

اتحادیه‌های تعاونی و دفاتر امور زنان و سایر سازمانهای ذیربط، انجام گیرد و به این موضوع بصورت جدی نگریسته شود.

۴- از طریق اتاق‌های تعاون، اتحادیه‌های تعاونی با همکاری کمیسیونهای امور زنان در استانداردها و ادارات کل تعاون استانها زمینه‌های مساعد جهت مشارکت دادن زنان در تصمیم‌گیری‌های اساسی تعاونیها و واگذاری مدیریت تعاونیها و اداره امور اجرایی مرتبط با فعالیت زنان به آنان فراهم گردد.

۵- وزارت تعاون به امر آموزش و ترویج تعاون در بین زنان و آموزش فنی، حرفه‌ای و مدیریتی آنان توجه ویژه‌ای مبذول دارد به طوری که زنان کشور بتوانند با کسب مهارت‌های لازم و آگاهی کافی از اصول و مفاهیم تعاون از مزایای فعالیت اقتصادی به شیوه تعاونی برخوردار گردیده و در افزایش تولید ملی و ارتقاء سطح درآمد و رفاه خانواده نقش موثرتری را ایفاء نمایند.

۶- با توجه به کشورهای دیگر دنیا در زمینه‌های تعاونی‌های زنان، دولت جمهوری اسلامی ایران نیز به منظور تامین منابع مالی مورد نیاز تعاونیهای زنان کشور حمایت لازم را از تشکیل موسسات اعتباری غیربانکی تعاونی زنان و یا صندوق‌های اعتباری تعاونی مخصوص زنان را با سرمایه و مدیریت زنان به عمل آورد.

۷- با ساده‌تر نمودن شرایط ایجاد تعاونی برای زنان و دعوت از زنان متخصص جهت پیوستن به جامعه تعاون و انتقال تخصص و مهارت‌های خود به سایر زنان عضو تعاونی، وزارت تعاون و بانکهای عامل ترتیبی اتخاذ نمایند تا در اعطای تسهیلات مالی به طرحهای تولیدی و خدماتی تعاونیهای جدیدالتاسیس زنان آورده نقدی کمتری مورد قبول و پذیرش قرار گیرد.

۸- با همکاری اتحادیه‌های تعاونی مصرف، ادارات کل تعاون و کمیسیون‌های امور بانوان، نحوه مشارکت و فعالیت زنان در تعاونیها به گونه‌ای تنظیم گردد تا زنان بتوانند ضمن ارائه نقش موثر خود در اداره امور تعاونیهای مصرف بویژه تعاونیهای مصرف محلی، امکان عرضه تولیدات و فرآورده‌های خانگی خود را در این تعاونیها بدست آورند و در این راستا به شرکتهای تعاونی توصیه شود تا حتی المقدور امکانات لازم را به منظور تولید انبوه و بهداشتی فرآورده‌های خانگی و تبدیلی در اختیار زنان قرار دهند و همکاری لازم را با آنان به عمل آورند.

و من...التوفیق

کمیته صدور قطعنامه سمینار تعاون، زن و اشتغال

تبریز

بقیه در صفحه ۴۱

۱۳۷۴/۴/۱۵

با درود به روان پاک رهبر کبیر انقلاب و بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران و با آرزوی سلامتی و طول عمر برای رهبر معظم انقلاب حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، و با تشکر از پیام ارزشمند مقام محترم ریاست جمهوری به سمینار شرکت‌کنندگان در سمینار تعاون، زن و اشتغال، ضمن سپاس از وزارت تعاون که موجبات تشکیل این سمینار را فراهم آورد و با تشکر از کلیه دست‌اندرکارانی که بنحوی در برگزاری آن مشارکت داشته‌اند و سپاس صمیمانه از مسئولین محترم استانی و مردم مسلمان، غیور و وطن‌دوست تبریز که میزبان این سمینار بودند، موارد زیر را به عنوان قطعنامه صادر و از دولت محترم حضرت آیت‌الله هاشمی رفسنجانی ریاست محترم جمهوری اسلامی ایران و مجلس محترم شورای اسلامی درخواست می‌نماید تا جامعه زنان کشور و وزارت تعاون را در اجرای مفاد این قطعنامه بنحو قانونی و جدی مورد حمایت قرار دهند.

۱- شرکت‌کنندگان در سمینار ضمن اعلام پشتیبانی قاطع خود از بسترنامه‌های دولت جمهوری اسلامی ایران و محکوم نمودن سیاست‌های توسعه‌طلبانه و ضدانسانی آمریکای جهانخوار و جنایتکار، و به منظور رسیدن به اقتصادی سالم و خودکفا، با در نظر گرفتن مفاد مندرج در اصول ۳۳ و ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران حمایت و پشتیبانی خود را از بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران و وزارت تعاون به عنوان متولی این بخش صراحتاً اعلام و تقاضای حمایت کلیه مسئولین اجرایی کشور و نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی را از توسعه فعالیت‌های این بخش خدمتگذار اقشار ضعیف جامعه جهت رسیدن به جایگاه مقرر در قانون اساسی به عنوان دومین بخش نظام اقتصادی کشور، دارند.

۲- شرکت‌کنندگان در سمینار مصرانه از وزارت تعاون درخواست می‌نمایند تا به عنوان حامی بخش تعاون و مجری قانون این بخش از اقتصاد کشور حداکثر مساعی خویش را در نیل به اهداف مندرج در صدر قانون بخش تعاون اقتصاد جمهوری اسلامی ایران به عمل آورده و زمینه تحقق عدالت اجتماعی را با پی‌ریزی اقتصادی سالم و عادلانه و منطبق با ضوابط اسلامی، با رعایت کامل حقوق برابر زن و مرد فراهم آورد.

۳- به منظور شناخت واقعی و دقیق امکانات توسعه اشتغال زنان و فراهم نمودن شرایط کار از طریق ایجاد تشکلهای تعاونی، برای عموم زنان کشور بویژه زنان نیازمند حمایت دولت، زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی این امر مهم شناسایی و تحقیقات علمی لازم در جهت زمینه‌یابی برای ایجاد فعالیت‌های مرتبط با استعدادها و قابلیت‌های زنان، توسط وزارت تعاون، مراکز علمی و پژوهشی،

اصول و ارزشهای اساسی تعاونی

چند رهنمود برای اداره تعاونیهای مصرف آسیا

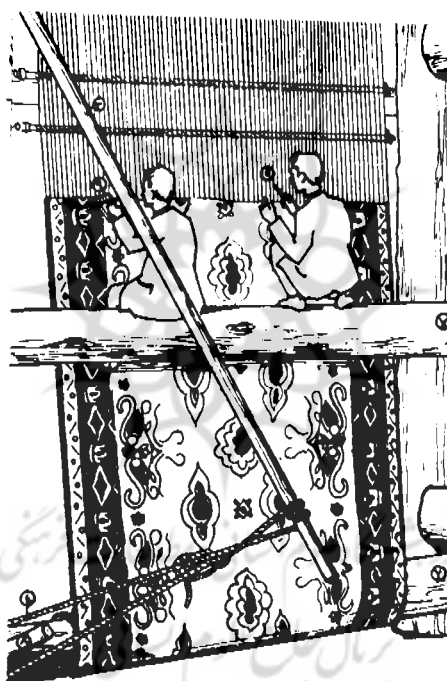
اولین و مهمترین هدف تعاونیهای مصرف باید کسب ثمرات اقتصادی باشد. تعاونیها باید طبق ضوابط حرفه‌ای اداره شوند، به طوریکه از یک طرف کالای مرغوب و خدمات مربوط را با قیمتهای رقابت‌آمیز عرضه نمایند و از طرف دیگر، از تامین سود معقول برای سرمایه‌گذاری اعضا اطمینان حاصل شود.

مذکور به عنوان اصول پذیرفته شده جهانی تعاون خوانده شد.

۲-۲- تعاون - مصوب اتحادیه بین‌المللی تعاون

اتحادیه بین‌المللی تعاون (I.C.A.)، به عنوان بخش جهانی تعاون، با بررسی و بازنگرایی دستورالعمل‌های راچدیل، و سایر اصول مطرح شده توسط صاحب‌نظران تعاونی که در کشورهای مختلف آزمایش شده و موفق بوده است، برای راهنمایی نهضت تعاون در ممالک مختلف اصول جهانی تعاون را تصویب نموده است.

مصوبه اتحادیه بین‌المللی تعاون دارای شش اصل است. چهار اصل اول روشهای کار تعاونی را دربر گرفته و دو اصل دیگر اصول و مبانی تداوم پیشرفت نهضت تعاونی می‌باشد. هر شش اصل از اهمیت هم‌تراز برخوردارند. (طبق نظر کمیسیون اصول اتحادیه بین‌المللی تعاون): آنها (اصول تعاون) یک نظام و مجموعه را تشکیل داده و از یکدیگر منفک نمی‌باشند. اصول تعاون یکدیگر را حمایت و تقویت می‌کنند. تمام تعاونی‌ها که خود را جزو نهضت تعاونی می‌دانند می‌توانند و باید اصول تعاون را بصورت مجموعه‌ای واحد تلقی نمایند.



از: پرادیت ماشیما Pradit Machima
مترجم: حسین امیری
ماخذ: International Cooperative Alliance

۱- مقدمه

در سازمانهای تعاونی و عملیات آنها، اصول تعاون و ارزشهای اساسی تعاونی در یکدیگر تاثیر متقابل دارند. اصول تعاون یعنی قواعد حاکم بر سازمان، اداره امور و داد و ستد تعاونی. ارزشهای اساسی تعاون یعنی الزامات اخلاقی حاکم بر کسب و کار تعاونی‌ها، ارزشها یا به عبارتی مجموعه تعهدات اخلاقی شالوده اصول را تشکیل می‌دهد.

۲- اصول تعاون

دو نوع اصول تعاون وجود دارد یکی اصول (تعاونی مصرف) راچدیل و دیگری اصول (تعاونی) اتحادیه بین‌المللی تعاون.

۱.۲- اصول تعاونی (مصرف) راچدیل

براساس قواعد حاکم بر فعالیت شرکت تعاونی راچدیل و با اعمال اصلاحات و تنظیم مجدد آنها، اصول تعاونی (مصرف) راچدیل را می‌توان بشرح خلاصه زیر ذکر کرد:

۱- عضویت آزاد (اختیاری).

۲- نظارت دموکراتیک.

۳- تخصیص مازاد سود به اعضا به نسبت خرید آنها.

۴- تخصیص سود محدود به سرمایه.

۵- بیطرفی سیاسی و عدم فرقه‌گرایی.

۶- داد و ستد نقدی.

۷- پیشبرد آموزش.

۸- فروش اجناس به قیمت جاری.

۹- داد و ستد شرافتمندانه (فروش اجناس

خالص و غیر تقلبی).

پس از چند دوره آزمایش و توفیق عملی

این اصول و انجام اصلاحات لازم قواعد

اصول ششگانه تعاون به اختصار بشرح زیر است:

۱) عضویت اختیاری و آزاد

عضویت در شرکتهای تعاونی باید بدون قید و بند تصنیعی و هرگونه تبعیض اجتماعی، نژادی و فرقه‌گرایی برای تمام کسانی که بتوانند از خدمات شرکت استفاده کنند و مسئولیت‌های ناشی از عضویت را بپذیرند، اختیاری و آزاد است.

۲) نظارت دمکراتیک

موسسات تعاونی، سازمانهای دمکراتیک می‌باشند. تعاونی باید بوسیله افرادی اداره شود که انتخاب یا انتصاب آنان با موافقت اعضا صورت گرفته و در مقابل آنها خود را مسئول بدانند و اعضای شرکت‌های تعاونی باید در حق رای (یک نفر یک رای) و مشارکت در جلسات و مباحثی که مربوط به شرکت تعاونی آنها است از حقوق مساوی برخوردار باشند. علاوه بر شرکت‌های تعاونی، سایر موسسات تعاونی (اتحادیه‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی) نیز باید بر مبنای دمکراسی و به شکلی شایسته اداره شوند.

۳) سود محدود برای سرمایه

در صورت امکان تخصیص سود به سهام، حداکثر نرخ آن باید تعیین شود.

۴) تخصیص منصفانه مازاد

نتایج اقتصادی حاصل از عملکرد شرکت، به اعضای آن تعلق دارد و باید به طریقی تقسیم گردد که هیچگاه منفعت عضوی از محل هزینه دیگر اعضا نباشد. مازاد درآمد ممکن است با نظر اعضا به اشکال زیر تخصیص یابد:

الف - برای توسعه معاملات تعاونی،

ب - برای ارائه خدمات عمومی،

ج - برای توزیع بین اعضا به تناسب معاملات هر یک با تعاونی.

تعاونیهای مصرف باید تولیدکننده و مصرف‌کننده را به یکدیگر وصل نمایند. این موسسات باید به صورت دستگامی برای تثبیت قیمت‌ها، حامی مصرف‌کنندگان و عامل سالم توزیع عمومی کالاهای مصرفی عمل کنند.

تشکیل گردید ارزشهای اصلی تعاون عبارت است از:

- انجام فعالیت‌های اقتصادی به منظور رفع نیازهای اعضا،
- مشارکت و سهم بودن در دمکراسی،
- توسعه منابع انسانی،
- مسئولیت اجتماعی و مسئولیت نسبت به محیط‌زیست،
- همکاری ملی و بین‌المللی.

۴- چند رهنمود برای اداره تعاونیهای مصرف در آسیا

رهنمودهای اجرایی، الگوها یا دستورالعمل‌هایی هستند برای پیوند ارزشهای اساسی تعاونی و عملیات تعاونی‌های مصرف. کمیته تعاونیهای مصرف آسیا و اقیانوسیه، یکی از کمیته‌های اتحادیه بین‌المللی تعاون، این الگو یا دستورالعمل را در بیست و سومین اجلاس خود که در ۱۷ نوامبر سال ۱۹۹۳ در فارتک، تایلند تشکیل گردید و در بیست چهارمین اجلاس خود که در ۲۵ جولای سال ۱۹۹۴ در کلمبو، سری‌لانکا برگزار شد، مورد بحث و مذاکره قرار داده است. آخرین مصوبه مربوط به رهنمودهای اجرایی بشرح زیر است:

مقدمه

تعاونی‌های مصرف باید به صورت موسساتی برای ذخیره منابع و آماده‌سازی آنها برای توسعه اقتصادی و تعالی اجتماعی اعضا، در آیند. تعاونی‌های مصرف باید به شکل سازمانهای دمکراتیک قائم به خود، که در تملک اعضا بوده و برای نیل به اهداف آنان توسط خودشان اداره و کنترل می‌شود، رشد یابند.

منظور از تنظیم مجموعه خط‌مشی‌ها برای تعاونی‌های مصرف، تعیین هدف‌ها و تهیه شالوده عملیات برای نیل به اهداف نهایی و



۵) تعلیمات تعاونی

تمام شرکت‌های تعاونی باید برای آموزش اعضا، مقامات و کارکنان خود و عموم مردم در زمینه‌های اصول و فنون تعاونی از نظر اقتصادی و دمکراسی اقدامات شایسته معمول دارند.

۶) همکاری بین تعاونیها

تمام سازمانهای تعاونی، به منظور انجام بهترین خدمات و بهره‌گیری اعضا و جوامع آنها باید به هر طریق ممکن و فعالانه با سایر تعاونیها در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی همکاری داشته باشند.

۳- ارزشهای اساسی تعاونی

طبق مصوبات سی‌امین کنگره اتحادیه بین‌المللی تعاون که در سال ۱۹۹۲ در توکیو

تعاونیهای مصرف باید در انتخاب اقلام کالا دقت کافی معمول دارند. از آنجا که حدود ۷۰ درصد متوسط خرید مشتریان را مواد خوراکی، بهداشتی و آرایشی تشکیل می‌دهد، باید اجناسی تهیه و تدارک شود که دارای گردش سریع باشند و از تهیه اقلامی که دارای تقاضای منظم نیست خودداری شود.

برای اصلاح و بهبود نتایج عملیات تعاونی، باید با اعضا مشورت شده و نظریات آنان درباره فعالیت تعاونی کسب گردد. همچنین باید برای کسب اطلاعات از مصرف‌کنندگان و کارکنان به منظور بازنگری به عملیات جاری و انجام اقدامات اصلاحی اقدامات مناسب به عمل آید.

اوزان و بسته‌بندی آنها هیچگونه قصور یا خلافی انجام نشود. باید تعاونیهای مصرف از فروش اجناس کم مصرف و مخاطره‌آمیز اجتناب نمایند.

تعاونیهای مصرف باید حسابهای خود را به طریق مناسب نگهداشته و سیستم اطلاعات مدیریت را بنحو شایسته توسعه دهند. باید آئین‌نامه‌های استخدامی، خرید، اداره موجودی کالا و اداره و جوه طبق فنون علمی تنظیم گردد. باید برای کارکنان به طور منظم دوره‌های آموزشی برگزار گردد و به منظور اصلاح و بهبود عملیات، اطلاعات بازار جمع‌آوری و نتایج عملیات در مقایسه با گذشته، برنامه کار، بودجه جاری و نتایج دوره قبلی مورد ارزیابی قرار گیرد.

تعاونیهای مصرف باید تولیدکننده و مصرف‌کننده را به یکدیگر وصل نمایند.

این موسسات باید به صورت دستگاهی برای تثبیت قیمت‌ها، حامی مصرف‌کنندگان و عامل سالم توزیع عمومی کالاهای مصرفی

تعاونی‌های مصرف باید در سیاست‌گذاری خود در امور بازرگانی مراقبت نمایند تا با طی مراحل به طور صحیح در صدر جدول رقابت بمانند.

تعاونیهای مصرف باید در انتخاب اقلام مختلف یا سبد کالا دقت کافی معمول دارند. ملاحظه شده است حدود ۷۰ درصد متوسط خرید مشتریان را مواد خوراکی، بهداشتی و آرایشی تشکیل می‌دهد. باید اجناسی تهیه و تدارک شود که دارای گردش سریع باشند و باید از تهیه اقلامی که دارای تقاضای منظم نیست خودداری شود تا به این ترتیب از بلوکه شدن سرمایه و اشغال بیهوده سطح فروشگاه جلوگیری شود. باید کالاهایی را برای فروش عرضه کرد که کیفیت آنها استاندارد بوده و در

تحقق برنامه کار آنها در محدوده و یا چارچوب اصول تعاون می‌باشد.

رهنمودها را به طور خلاصه به شکل زیر می‌توان طبقه‌بندی نمود:

رهنمودهای بازرگانی

رهنمودهای دمکراتیک

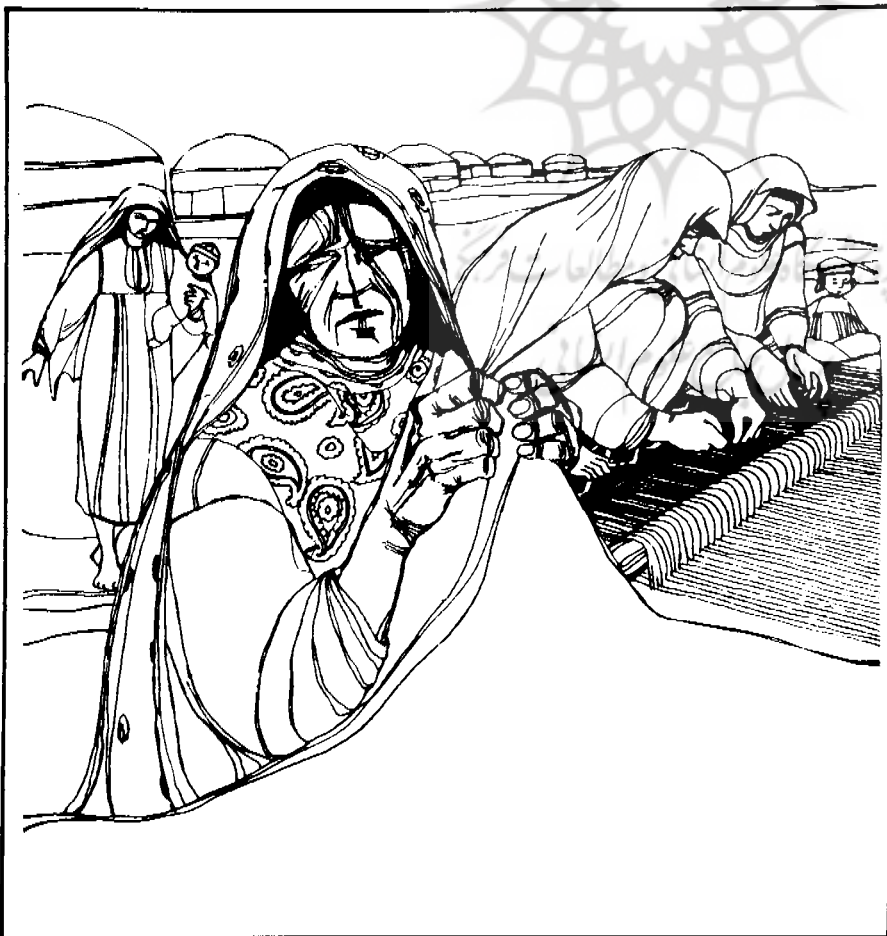
رهنمودهای اجتماعی

رهنمودهای بازرگانی:

اولین و مهمترین هدف تعاونیهای مصرف باید کسب ثمرات اقتصادی باشد. تعاونی‌ها باید طبق ضوابط حرفه‌ای اداره شوند، به طوری که از یک طرف کالای مرغوب و خدمات مربوط با قیمت‌های رقابت‌آمیز عرضه شده و از طرف دیگر از تامین سود معقول برای سرمایه‌گذاری اعضا اطمینان ایجاد شود. باید از بهره‌وری و قیمت‌های رقابت‌آمیز برای کارآیی عملیات تعاونی مطمئن بود. تعاونی‌های مصرف باید برای فروش و کسب منفعت برنامه کار داشته باشند. سیاست قیمت‌گذاری باید بنحوی باشد که بهای فروش اقلام کالا در تعاونیها مناسبتی از قیمت رایج بازار باشد به طوری که اعضا و مصرف‌کنندگان را جلب نماید و در محیط رقابت‌آمیز، تعاونیهای مصرف به اعضا و مصرف‌کنندگان خدمات بهتری ارائه نمایند.

تعاونی‌های مصرف باید برای توسعه فعالیت‌های بازرگانی خود به اقداماتی از جمله راهنمایی، ارائه توضیحات و نمایش روشهای استفاده و کیفیت محصولاتی که برای فروش عرضه نموده‌اند، مبادرت نمایند. این خدمات باید مودبانه و با شایستگی به اعضا و مصرف‌کنندگان ارائه شود. تعاونیهای مصرف باید خدمات شایسته خود را توسعه دهند.

با توجه به رقبای متعدد و تبلیغات، قیمت‌گذاری و خدمات آنها در بازار آزاد،



تعاونیهای مصرف باید عدالت اجتماعی را در جهت برطرف کردن بهره‌کشی و سوءاستفاده از امور اساسی عامه مردم بسط داده و برای توسعه تعاونی در مناطق کم توسعه یافته بکوشند.

اساسی، به خصوص در کشورهای در حال توسعه، عمل کنند.

رهنمودهای دمکراتیک

تعاونی‌های مصرف باید توسط مدیرانی که به طریقی دمکراتیک انتخاب شده‌اند اداره شوند. عضویت در تعاونی‌ها باید بدون هیچ مانعی آزاد باشد. برای اصلاح و بهبود نتایج عملیات تعاونی، در هر دوره باید با اعضا مشورت شده و نظریات آنان درباره فعالیت تعاونی کسب گردد. باید برای کسب اطلاعات از مصرف‌کنندگان و کارکنان به منظور بازنگری به عملیات جاری و انجام اقدامات اصلاحی براساس اطلاعات مکشبه اقدامات مناسب معمول داشت.

اشتغال اعضای منتخب در کمیته مدیریت باید به نحوی معین شود که آنها برای مدتی بسیار طولانی تصدی امور را بعهده نداشته باشند. تمام گروه‌های تشکیل دهنده اعضای تعاونی، از جمله جوانان و زنان باید در کمیته مشارکت داشته و در همه موارد مربوط به اداره امور تعاونی اظهار نظر نمایند.

باید دستورالعمل‌های خاص و شرح وظایف کارکنان سطوح مختلف تنظیم و ابلاغ شود تا آنان وظایف و مسئولیت‌های خود را طبق آنها انجام داده و بعهده بگیرند. کمیته مدیریت باید جوابگویی اعضایی باشد که حداقل سالی یکبار در مجامع عمومی عملکرد تعاونی را با آیین‌نامه‌ها و سایر مقررات داخلی مقایسه و اظهار نظر می‌کنند.

رهنمودهای اجتماعی

تعاونی‌های مصرف باید عدالت اجتماعی



را در جهت برطرف کردن بهره‌کشی و سوءاستفاده از امور اساسی عامه مردم بسط داده و برای توسعه تعاونی در مناطق کم توسعه یافته بکوشند.

به عنوان قسمتی از تعهدات اجتماعی، تعاونی‌های مصرف می‌توانند عهده‌دار وظایف زیر گردند:

(الف) اعطای کمک در زمان وقوع بلایای طبیعی از قبیل طوفان، زلزله، سیل، خشکسالی.

(ب) کمک به توسعه مناطق و محلات از طریق احداث مدرسه، بیمارستان و جاده‌سازی و از این قبیل کارها.

(ج) حمایت و مشارکت در برنامه‌های حفظ محیط‌زیست، از قبیل درختکاری، جلوگیری

از آلودگی رودخانه‌ها و همکاری در سایر فعالیت‌های مربوط به حفظ توازن طبیعی محیط.

(د) بسیج افکار عمومی درخصوص مشکلات ملی و بین‌المللی از قبیل سوادآموزی، تنظیم خانواده، سرپرستی اطفال و هماهنگی‌های دیگر.

تعاونی‌های مصرف در قبال اجتماعی که با خلق فضای خاص در حوزه فعالیت تعاونی‌ها موثر است، مسئولیت دارند. تعاونی‌ها باید به جامعه خدمت نموده و در جهت تامین صلح و سعادت جهانی با دولت و سایر نهادها که در این زمینه‌ها فعالیت دارند همکاری نمایند. تعاونی‌های مصرف، مانند سایر تعاونی‌ها، در قبال جامعه‌ای که در آن فعالیت دارند مسئولیت دارند. علاوه بر این، تعاونی‌های مصرف، برای انجام خدمت به اعضای خود، باید با تنظیم و انطباق سیاست‌های خود در جهت توسعه مداوم جامعه بکوشند.

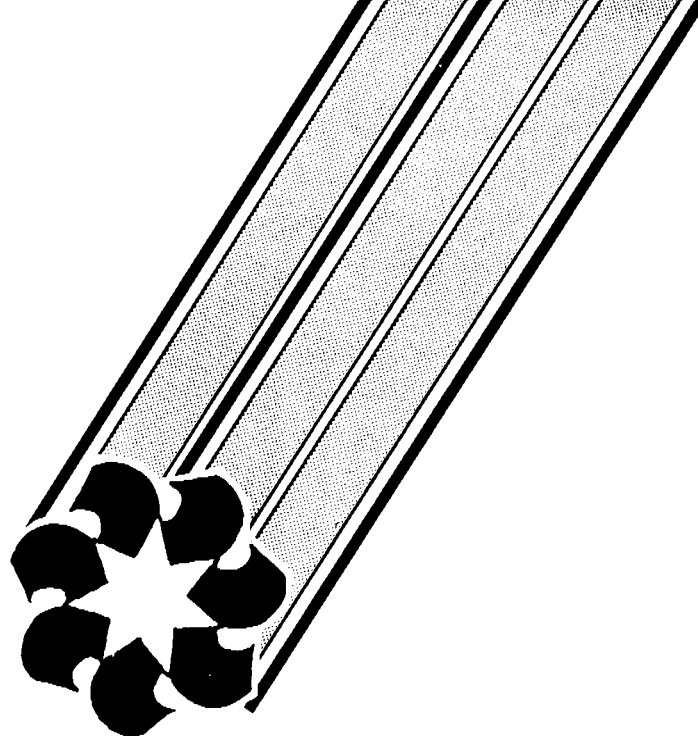
تعاونی‌های مصرف در قبال رسیدگی به امور کارکنان و فراهم نمودن فرصت‌های مناسب در جهت افزایش توانایی فردی و حرفه‌ای آنان مسئول می‌باشند. تعاونی‌ها باید در جهت توسعه منابع انسانی به صورت افزایش کارآیی کارکنان و تبدیل آنان به افرادی سودمند اقدامات لازم معمول دارند.

تعاونی‌های مصرف همچنین باید در جهت مشارکت اعضا در امور شرکت تعاونی اقدامات شایسته معمول دارند. تعاونی‌های مصرف باید در پیشبرد آموزش مصرف‌کنندگان و در صورت لزوم جلوگیری از نارضایتی آنان با ارائه اطلاعات درست کوشش نمایند. تعاونی‌های مصرف باید از انجام فعالیت‌های غیرقانونی اجتناب نمایند.

نتیجه:

رهنمودها و دستورالعمل‌ها بایستی شامل موازینی باشد برای انجام وظایف تعاونی‌های مصرف به منظور فعالیت موثرتر آنها در راستای تحقق بخشیدن به اهداف تعاونی و نیل به مراتب عالی‌تر.

تعاونیهای مصرف در قبال رسیدگی به امور کارکنان و فراهم نمودن فرصتهای مناسب در جهت افزایش توانایی فردی و حرفه‌ای آنان مسئول می‌باشند و باید در جهت توسعه منابع انسانی به صورت افزایش کارآیی کارکنان و تبدیل آنان به افرادی سودمند، اقدامات لازم معمول دارند.



دیدگاه‌های کارشناسان درباره:

تبعات منفی ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی

روزنامه کار و کارگر پیرامون اثرات ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی با دبیرکل و قائم‌مقام اتاق تعاون ایران و مدیران عامل اتحادیه‌های تعاونی امکان، مصرف کشور و فرهنگیان مصاحبه‌ای انجام داده است. نظر به تجربه طولانی مقامات مزبور در مسائل اجتماعی و ارتباط گسترده آنان با تعاونیها در بالاترین سطح تشکیلات غیردولتی، مطالب ابراز شده از اهمیت خاصی برخوردار بوده و از هر جهت قابل ملاحظه دست‌اندرکاران مسائل اقتصادی و اجتماعی کشور می‌باشد. در اینجا متن کامل مصاحبه را به نظر خوانندگان گرامی ماهنامه تعاون می‌رسانیم.

ژوئیه‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

آقای سرحدی‌زاده دبیرکل اتاق تعاون ایران:

- سؤال اساسی این است که آیا برای کم کردن هزینه‌های دولتی باید وزارتخانه‌ای را که هدف آن خدمت به مستضعفین جامعه است منحل نمود آیا باید جایی که در آن سرمایه حاکمیت ندارد، بلکه انسان و نیروی انسانی است که حاکم مطلق است، حذف شود و یا در وزارتخانه دیگری ادغام گردد؟!

- هزینه‌های بسیاری از نظر وقت و سرمایه در جهت ایجاد چنین وزارتخانه‌ای صرف شده است، آیا ادغام یا حذف آن پس از سه سال فعالیت (که البته برای ارزیابی عملکرد آن بسیار زمان کمی است) به هدر دادن بیت‌المال نیست؟!

- به نظر من چون قانون اساسی بخش تعاون را در پیکره اقتصاد پیش‌بینی نموده لذا باید این بخش متولی داشته باشد و حذف وزارت تعاون حذف بخش تعاون در عرصه اقتصاد کشور قلمداد می‌گردد. حال با در نظر گرفتن تمام این موارد چگونه به بهانه کم کردن هزینه‌های دولت باید چنین طرحی ارائه شود که هدف آن چیزی جز حذف بخش تعاون نیست؟

آقای سرحدی‌زاده:

به نظر من در باب طرح ادغام وزارت تعاون و بازرگانی دو نظرگاه متفاوت مطرح است:

۱- دیدگاه خوشبینانه: که کم کردن هزینه‌های دولتی، کوچک کردن دولت و کاستن از مشکلات بوروکراسی را از اهداف اساسی این طرح می‌داند، مانند ادغام چندین دستگاه هم عرض که در این دوره مجلس صورت گرفت. اما سوال اساسی این است که آیا برای کم کردن هزینه‌های دولتی باید وزارتخانه‌ای را که هدف آن خدمت به مستضعفین جامعه است منحل نمود آیا باید جایی را که در آن سرمایه حاکمیت ندارد بلکه انسان و نیروی انسانی است که حاکم مطلق

است، حذف شود و یا در وزارتخانه دیگری ادغام گردد.

از سوی دیگر قانون اساسی سه بخش خصوصی، دولتی و تعاونی را اساس مالکیت در اقتصاد اسلامی تعیین می‌کند. آیا ارائه این طرح نقض قانون اساسی نیست؟

سوال دیگر اینکه هزینه‌های بسیاری از نظر وقت و سرمایه در جهت ایجاد چنین وزارتخانه‌ای صرف شده است. آیا ادغام آن یا حذف آن پس از سه سال فعالیت (که البته برای ارزیابی عملکرد آن بسیار زمان کمی است) به هدر دادن بیت‌المال نیست؟

به نظر من چون قانون اساسی بخش تعاون را در پیکره اقتصاد، پیش‌بینی نموده لذا باید این بخش متولی داشته باشد و حذف وزارت تعاون حذف بخش تعاون در عرصه اقتصاد کشور قلمداد می‌گردد حال با در نظر گرفتن تمام این موارد چگونه به بهانه کم کردن هزینه‌های دولت باید چنین طرحی ارائه شود که هدف آن چیزی جز حذف بخش تعاون نیست؟

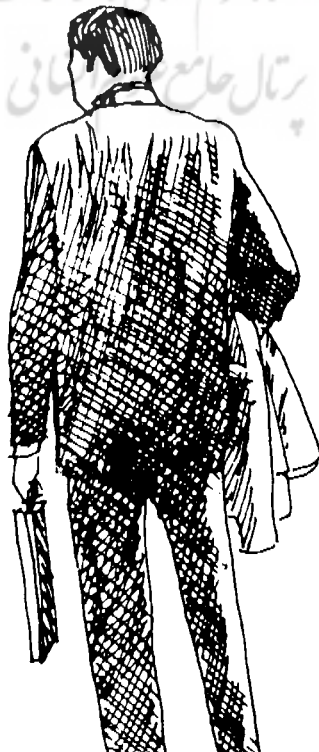
لذا به نظر من عنصر محاسبه در ارائه طرح ادغام این وزارتخانه مدنظر نبوده و به عبارتی کار کارشناسانه روی این طرح صورت نگرفته است. حتی این سوال نیز مطرح است که چرا ادغام در وزارت بازرگانی؟!

وجوه تشابه وزارت بازرگانی و تعاون چیست؟ از این نقطه معلوم می‌شود که مطالعه دقیقی در ارائه این طرح صورت نگرفته است. ۲- به نظر من اگر دقیقتر به مسئله نگاه کنیم به دیدگاه بدبینانه‌ای می‌رسیم و آن این که تفکر حاکم بر نظام اقتصادی کشور ایجاد و بسط نظام اقتصاد بازار است و از این دیدگاه اگر اقتصادی باید وجود داشته باشد، همان اقتصاد بازار و فعالیت گسترده بخش خصوصی است. این باور از مدتها قبل بوجود آمده و تقویت شده است از همان روزی که نطفه وزارت تعاون در حال شکل‌گیری بود، به نوعی به این مسئله دامن زده می‌شد. آقایان وجود چنین وزارتخانه‌ای را مسخره می‌گرفتند

و حتی بعضاً تهدید می‌کردند که ما نمی‌گذاریم چنین وزارتخانه‌ای بوجود آید. این دیدگاه از اول انقلاب تاکنون خواسته است به صورت تحمیلی عمل کرده و نگذارد بخشهای عمومی‌تر جامعه در انقلاب حضور داشته باشد.

بلکه هدف اصلی سلطه همه جانبه سرمایه و سرمایه‌دارانی می‌باشد که البته از اهرمهای سیاسی نیز بی‌بهره نیستند. اینها همه چیز را برای خودشان می‌خواهند و معتقدند که ساختار اقتصاد این کشور هرگونه که باشد باید منافع ما تامین شود. ما دست‌اندازی اینها را در سیاست و اقتصاد دیده‌ایم، همواره تحمل دیگران در تمامی عرصه‌ها برای آنان مشکل بوده است. و حالا در قالبی دیگر و با طرحی دیگر به میدان آمده‌اند و با بهانه کم کردن هزینه‌ها می‌خواهند که به اهداف دیگری دست یابند که همان بازگذارن دست سرمایه‌داران بزرگ، تمرکز سرمایه در کانونهایی که بتواند این انقلاب را به راهی دیگر هدایت کند!

ولی باید این نکته را آقایان در نظر بگیرند که اینگونه عمل کردن یعنی حذف مردم و اگر مردم را از انقلاب بگیریم دیگر انقلابی باقی نمی‌ماند. چرا که همین مستضعفان و پابره‌ها هستند که با سرمایه‌های اندک خود انقلاب را حمایت و هدایت می‌کنند اینها اگر کنار



گذاشته شوند آیا سرمایه‌داران بزرگ از انقلاب دفاع می‌کنند؟

این نگاه بدبینانه به مسئله است و فکر می‌کنیم که حذف بخش تعاون یعنی حاکمیت سرمایه و سرمایه‌داری در اقتصاد کشور که البته به نفع این انقلاب نیست.

این روند به ادغام در سرمایه‌داری جهانی منتهی می‌شود که البته آقایان خیلی در این مسئله شتاب به خرج می‌دهند و می‌خواهند که مورد تقدیر هم قرار گیرند! اینها فقط مصالح خود را می‌بینند و انقلاب برایشان مفهومی ندارد.

در هر صورت احساس بنده این است که طرح ادغام مقدمه‌ای است برای حذف کردن بخش تعاون، چرا که در دوران فعالیت وزارت تعاون، تعاونی‌ها از سوی کانونهای تصمیم‌گیری مورد بی‌مهریهای زیادی قرار گرفته‌اند.

آقای گلکار مدیر عامل تعاونی مصرف کارمندان

به نظر من، هدف طرح ادغام وزارت تعاون و بازرگانی چیز دیگری است. و به نظر می‌رسد هدف حذف بخش تعاون و به عبارتی خط سیاسی در این طرح حاکم است.

خوب بود پیشنهاد دهندگان این طرح نیز در این میزگرد حضور داشتند و نظرات خود را مطرح می‌کردند که آیا آنها اطلاعی از تعاون دارند؟

آیا پیشنهاد دهندگان این طرح با مردم صحبت کرده‌اند و توانایی‌های این بخش را ارزیابی کرده‌اند؟

به نظر من تصویب این طرح برای مجلس چهارم افتخاری نیست.

مطلب دیگری که در این رابطه باز مطرح است این است که چرا باید این وزارتخانه در وزارت بازرگانی ادغام شود؟

طی سالهای گذشته، بیش از ۹۲ درصد از اقلام سوپرسیدی از طریق شبکه تعاونی توزیع شده است و این خود بیانگر توان بالای تعاونی در شبکه توزیع است و به نظر من باید به جای

آقای گلکار مدیرعامل تعاونی مصرف کارمندان:

- طی سالهای گذشته، بیش از ۹۲ درصد از اقلام سوبسیدی از طریق شبکه تعاونی توزیع شده است و این خود بیانگر توان بالای تعاونیها در شبکه توزیع است.

- تعاونیها نسبت به این طرح (طرح ادغام) نظر مثبت ندارند و ما امیدوار هستیم که در مورد این طرح یک کار کارشناسی صورت گیرد و پیشنهاد دهندگان این طرح عواقب آن را مدنظر قرار دهند.

آیا عملاً، این به معنای خلع سلاح بخش تعاون نیست؟
جای سوال این است که در کشوری که به حق، قانونگذاران آن خواسته‌اند جایگاه بخش مردمی را تقویت کرده باشند درست است که یک ابزار کاری که بسیار کارا است، منحل شود.

بنابراین امیدواریم که پیشنهاد دهندگان این طرح، معایب و محاسن آن را بررسی کنند. ولی تا جایی که ما دست‌اندرکار تعاونی بوده‌ایم اگر این کار انجام شود به معنای حذف تدریجی بخش تعاون است.

کبیری قائم مقام اتاق تعاون مرکزی:
من فکر می‌کنم، در دو بخش پیرامون طرح ادغام بحث کنیم. یکی اهداف سیاسی این طرح است که من در مورد آن بحث نمی‌کنم.

به نظر من هر طرحی باید یک توجیه منطقی داشته باشد و اهداف طراحانه در آن مشخص باشد.

در طرح مشخص نشده است که چه مشکلاتی را وزارت تعاون بدنبال داشته است قطعاً پس از سه سال از تشکیل وزارت تعاون زمان کافی برای ارزیابی عملکرد آن نیست. منظور من این است که این طرح مشخص نکرده به چه دلیل باید این کار صورت گیرد.

مطلب دوم این است که تقسیم‌بندی وظایف در همه دنیا مرسوم است و در ایران نیز مرسوم است که برای هر قانونی یک متولی

عبارتی نماینده این افراد در مراجع تصمیم‌گیری حضور داشته باشد.

این امر از طریق وزارت تعاون میسر است. ما از ابتدای تاسیس وزارت تعاون شاهد جدایی تعاونی‌های روستایی از آن یا تعاونی فرش دست‌بافت از آن بوده‌ایم. یعنی عملاً، به جای اینکه وزارتخانه‌ای را که مردمی است، تقویت کنند و حاکمیت سرمایه جای خود را به حاکمیت رای و کار بدهد، ما شاهد مثله کردن آن هستیم.

اگر واقعاً به این نتیجه رسیدیم که باید چنین وزارتخانه‌ای باشد، باید در جهت تقویت آن گام برمی‌داشتیم. متأسفانه بخش تعاون و نماینده‌اش در هیات دولت مظلوم واقع شد و ابزار کار از آن گرفته شده است.

وزارت تعاون با بودجه اندک به فرض اینکه منحل هم شد، شما آن را در هر وزارتخانه‌ای هم ادغام کنید، باید این بودجه را هزینه کنید.

موضوع دیگر این است که اگر وزارتخانه‌ای را که نقش نظارتی و هماهنگی دارد، منحل کردیم، کدامیک از وزارتخانه‌ها می‌توانند این رسالت را انجام دهند؟

آقای عظیم‌زاده مدیرعامل تعاونی فرهنگیان:

- بیش از نیمی از جمعیت کشور وابسته به تعاونیهای مختلف هستند و طبعاً این تعاونیها نیاز به یک تشکیلات برای سازماندهی دارند تا بتوانند نظرات آنان را به صورت ستادی در تصمیم‌گیری کلان جامعه ارائه دهد و به عبارتی نماینده این افراد در مراجع تصمیم‌گیری حضور داشته باشد. این امر از طریق وزارت تعاون میسر است.

- ما از ابتدای تاسیس وزارت تعاون شاهد جدایی تعاونیهای روستایی و تعاونی فرش دستباف از آن بوده‌ایم. یعنی عملاً به جای اینکه وزارتخانه‌ای را که مردمی است تقویت کنند و حاکمیت سرمایه جای خود را به حاکمیت رای و کار بدهد، ما شاهد مثله کردن آن هستیم.

این طرح، عملکرد وزارت بازرگانی را ارزیابی می‌کردند و سپس این طرح را ارائه می‌کردند.

آمار و ارقام بیانگر فعالیت چشمگیر تعاونی در توزیع کالا بوده است و این را طی سالهای گذشته به اثبات رسانده‌اند.

تعاونی‌ها نسبت به این طرح نظر مثبت ندارند و ما امیدوار هستیم که در مورد این طرح یک کار کارشناسی صورت گیرد و پیشنهاد دهندگان این طرح عواقب این طرح را مدنظر قرار دهند.

آقای عظیم‌زاده مدیرعامل تعاونی فرهنگیان:

ما این بحث را از دیدگاه کارشناسی بررسی می‌نمایم.

از نظر شکل مسئله، در قانون اساسی، بخش تعاون، خصوصی و دولتی در جایگاه معینی قرار دارند و به عبارتی بخش خصوصی را مکمل دو بخش دیگر تلقی کرده‌اند.

بر مبنای همین دیدگاه بخش تعاون پس از انقلاب، به همت شهید مظلوم دکتر بهشتی و دیگر دلسوزان انقلاب، نسبت به قبل از انقلاب توسعه زیادی پیدا کرد.

دیدگاه اصلی این بود که عدالت اجتماعی و حاکمیت مردم بر مردم در بخش اقتصاد هم، از طریق این شیوه اقتصادی تحقق می‌یابد. اگر به صورت آماری به این قضیه نگاه کنیم، بیش از نیمی از جمعیت کشور وابسته به تعاونی‌های مختلف هستند و طبعاً این تعاونی‌ها نیاز به یک تشکیلات برای سازماندهی دارند تا بتوانند نظرات آنان را به صورت ستادی در تصمیم‌گیری کلان جامعه ارائه دهند و به

آقای کبیری قائم مقام اتاق تعاون؛

براساس آمارهای موجود از مجموع تعاونیهای کشور، دو سوم آنها تعاونیهای غیر توزیعی بوده و در انواع حرف تولیدی، خدماتی و فرهنگی مشغول به فعالیت هستند. برخی از آنها کاملاً موفق بوده و برخی نیز در ابتدای کار هستند و باید منتظر ماند و نتایج کار آنها را دید. علیرغم نگرانیهای موجود در بخش توزیع تعاون دچار مشکلات زیادی نمی باشد چرا که وزارت بازرگانی متصدی امر توزیع است بخشی که در این فرآیند دچار مشکل خواهد شد تعاونیهای تولیدی ما هستند.

- قانون تعاون بالاخره یک متولی و متصدی می خواهد، بدون دستگاه اجرایی، قانون اجرا نخواهد شد.

- برای اداره تعاونیها یک دستگاه اجرایی پیش بینی شد که رابط دولت با این بخش باشد، الان نمایندگان محترم مجلس دهها میلیارد تومان در قالب تبصره سه برای تعاونیها اعتبار در نظر گرفته اند، اگر چنین طرحی تصویب شود، مگر وزارت بازرگانی می تواند با وجود این همه مشکل به کار هزاران تعاونی رسیدگی کند و به آنها امکانات و سرویس دهد، اصلاً امکان عملی وجود ندارد.

و متصدی پیش بینی می کنند، مثلاً قانون کاری را مجلس تصویب کرد و شورای نگهبان هم آنرا تایید کرد، حال برای اینکه این قانون یک ناظر و مجری داشته باشد و از حقوقی که قانون گذار برای قشر کارگر قائل شده، یک تشکیلاتی بتواند آن حقوق را استیفاء کند، وزارت کار را قانون گذار از قبل پیش بینی کرده و این وزارتخانه متصدی و متولی این قانون می باشد.

در اصل، وجود قانون کار بدون وجود وزارت کار قابل اجراء نیست، یعنی تا زمانی که یک دستگاه اجرایی نباشد که بر وظایف شوراهای اسلامی کار نظارت داشته باشد و در برخورد با کارفرمایان از حقوق کارگر دفاع کند و...

یا قانون تامین اجتماعی که بدون وجود سازمان تامین اجتماعی متصور نیست و ارزش نخواهد داشت. قانون نباید فقط بر روی کاغذ بیاید. باید اجراء شود و آثار وجودی خود را نشان دهد.

پیش از انقلاب نیز امور مربوط به تعاون وجود داشته است. در واقع تعاون روحیه ای است که مردم ما قرنها با این خلق و خو کار کرده اند و اسلام هم تاکید زیادی روی آن

عرضه تولید شدند. تولید در بخش کشاورزی، فرهنگی و...

پیش از انقلاب تعاونیها را فقط تعاونی مصرف می دیدیم. نقش مثبتی هم در امر توزیع ایفاء می کردند و شاخص قیمت های توزیع بخش تعاونی نیز پایین تر از قیمت های بخش خصوصی بود، اما اکنون این گونه نیست. براساس آمارهای موجود از مجموع تعاونیهای کشور، دو سوم آنها تعاونیهای غیر توزیعی هستند و در انواع حرف تولیدی، خدماتی و فرهنگی مشغول به فعالیت هستند. برخی از آنها کاملاً موفق بوده و برخی نیز در ابتدای کار هستند و باید منتظر ماند و نتایج کار آنها را دید. علیرغم نگرانیهای موجود در بخش توزیع تعاون دچار مشکلات زیادی نمی باشد. چرا که وزارت بازرگانی متصدی امر توزیع است. بخشی که در این فرآیند دچار مشکل خواهد شد، تعاونیهای تولیدی ما هستند. فردای روزگار تعاونیهای کشاورزی و صنعتی ما چگونه خواهند توانست که مشکلات خود را حل کنند، چرا که وزارت



بازرگانی ما ساختارش برای کار تولیدی ساخته نشده است. این وزارتخانه فکرش این است که اقلام مورد نیاز مردم را از داخل یا خارج تامین کرده و در اختیار مردم بگذارد.

فردا تعاونیهای تولیدی ما چگونه خواهند توانست در وزارتخانه جدیدالتاسیس مشکلات خود را حل کنند، به چه کسانی باید مراجعه کنند، حال فرض بگیریم که این وزارتخانه (تعاون) هم باقی می ماند و در قالب یک معاونت هم ساختارش حفظ می شود و کنار را هم انجام می دهد و فقط یک تغییر اسم را شاهد خواهیم بود. اگر قرار این گونه باشد، معاونت تعاون در وزارتخانه جدیدالتاسیس همین کار را انجام دهد، چه لزومی دارد که ادغام صورت بگیرد، تعاون یک سری کارهایی را انجام داده و به تدریج روی غلنتک می افتد و باید کار خودش را انجام دهد. باید مجلس محترم در این زمینه عنایت داشته باشد، زمانی که از تعاونیها بحث بعمل می آید، خیل بسیار وسیع و متنوعی را دربر می گیرد. ما با تصویب احتمالی چنین طرحی، شاید برای تعاونیهای توزیعی استدلال داشته باشیم که تعاونیهای فرهنگی ما، کارمندان دولت ما، تعاونیهای مصرف و محلی ما جنس می خواهند و وزارت بازرگانی مستقیماً در اختیار آنها می گذارد، اما قسمتهای دیگر حتماً دچار مشکل خواهند شد. هر چند که این جابجایی دستگاهها خود نیز مشکل زاست. یعنی باید سازمان جدید یا ارتباطاتی دیگر برقرار گردد که این امر هم خود و هم تعاونیهای توزیع را دچار مشکل می کند، ولی نه به شدت مشکلات ایجاد شده برای تعاونیهای تولیدی.

قانون تعاون بالاخره یک متصدی می خواهد، بدون دستگاه اجرایی قانون اجرا نخواهد شد.

در مجلس سوم قبل از بحث وزارت، یک شورایی پیش بینی شده بود، شورا را عملاً هم شورای نگهبان اشکال گرفت و هم خود مجلس، گفتند که ما قانون را می خواهیم به عهده شوراها بگذاریم که هر کدام از یک

دستگاه دیگر است و هر که گرفتار کار خودش.

به خاطر عملی نبودن آن نظام شورایی برای اداره تعاونیها یک دستگاه اجرایی پیش بینی شد که رابط دولت باشد با این بخش. الان نمایندگان مجلس دهها میلیارد تومان در قالب تبصره سه برای تعاونیها گذاشته اند، اگر چنین طرحی تصویب شود، مگر وزارت بازرگانی می تواند با وجود این همه مشکل به کار هزاران تعاونی رسیدگی کند به آنها امکانات و سرویس دهد. اصلاً امکان عملی وجود ندارد.

یک مطلب دیگر، هم است. ما فکر می کنیم که اگر مجلس همین الان هم روی این ترکیب فعلی تعاونیها، مطالعه جدی تری نماید، دو مشکل کلی در کشور وجود دارد، تولید واقعاً نسبت به نیاز مردم کم است. باید توجه کنیم که فکر می کنیم که تعاونیها در این قسمت اگر مورد توجه بیشتری قرار گیرند، حرف جدی برای گفتن خواهند داشت. در بخش توزیع هم به جای وارد کردن، و ایجاد شبکه های موازی، بهتر بود که شبکه های فعلی اصلاح و تقویت گردند. ما مدعی هستیم که شبکه های موجود ایده آل هستند، قطعاً برای خود نقایص و ضعفهایی دارند، ولی از نظر اصولی بهتر است که بیاییم نقایص فعلی را

- آقای ربیعی مدیر مسئول روزنامه کار و کارگر:

من فکر می کنم بعضی ها نیت دیگری از ارائه این طرح دارند چرا که بخش تعاون را مانعی برای اجرای برنامه های اقتصادی خود می دانند.

- در این شرایط اقتصادی خود دولت نیز به تقویت بخش تعاون معتقد است.

- آیا به این نتیجه نرسیدیم که بخش خصوصی نه تنها باری را از دوش جامعه بر نمی دارد بلکه مشکلات را افزایش می دهد؟

- تجربه سه چهار ماهه اخیر خیلی خوب به ما نشان داده که برای واسطه ها حتی نابودی دولت و نظام هم مهم نیست. این بخش فقط می خواهد پول خودش را حفظ کند و منافع ملی برای آن اهمیتی ندارد.

- یک سؤال دیگر نیز مطرح است و اینکه قانون اساسی که میثاق ملی، منشور وحدت و یادگار بزرگانی چون حضرت امام خمینی (ره) ما است، ما چگونه وفاداری (خود را) به این قانون ابراز می کنیم؟! آیا وظیفه نداریم به عنوان افراد انقلابی به این میثاق وفادار باشیم؟!

اصلاح کنیم تا اینکه بیایم این شبکه عریض و طویل را با اعضای میلیونی آنها چین و چنان کنیم.

اگر می بینیم که تعاونیهای مصرف ما در ارائه خدمات توان کافی ندارند. بیایم و مشکلات همین ها را برطرف کنیم اصلاح شبکه های موجود تعاونی، خیلی با صرفه تر، سریع الوصول تر و منطقی تر است تا اینکه بیایم در کنار اینها شبکه های موازی ایجاد کنیم. انشاء... که خود دولت محترم به این مساله توجه دارد.

برای خود دستگاه اجرایی نیز باید زمانی را قابل شویم. اگر دستگاه اجرایی هنوز خود را باز نیافته، یک دفعه دچار تغییر و تحول شود، فقط انرژی و پول و امکانات بیت المال را هدر داده ایم. باید به آنها فرصت داد، اگر واقعاً در عمل دیدیم که وزارت تعاون کار آبی ندارد. باید کار کارشناسی صورت بگیرد، و نمی توان تمام بخش های تعاونی را به یک قیمت واگذار کرد.

ربیعی مدیر مسئول روزنامه کار و کارگر:

به نظر می رسد پیشنهاد دهندگان طرح ادغام از دو جنبه به این موضوع نگاه کرده اند. باید دیدگاه نمایندگان را در این زمینه

تفکیک کرد و برای هر کدام نیز ما سوالات و نقطه نظرانی داریم.

یک دسته از نمایندگان که اکثراً هم همین معناراً دنبال می‌کنند، و آن برنامه خود دولت و مجلس در مورد اصلاح ساختار اداری است که حرف صحیحی نیز است.

ما نیز از این نظر دفاع می‌کنیم و معتقد هستیم که بورکراسی ما ناکاراست. و کم کردن نیروهای ناکارا و حقوق بگیر و متصل به دولت کار پسندیده‌ای است.

ولی سوال این است که حذف وزارت تعاون چقدر بر اصلاح این وضع تاثیر دارد؟ و با توجه به اینکه دستگاههای دیگری با سابقه بیشتری وجود دارد چرا ابتدا از آنها شروع نشود و قرعه به نام تعاونی که چیزی از حیاتش نگذشته درآمده است.

من فکر می‌کنم بعضی‌ها نیت دیگری از ارائه این طرح دارند چرا که بخش تعاون را مانعی برای اجرای برنامه‌های اقتصادی خود می‌دانند.

به هر حال باید تبعات حذف وزارت تعاون را ارزیابی کرد و سپس دست به چنین اقدامی زد.

در این شرایط از کشور، خود دولت نیز به تقویت بخش تعاون معتقد است. امیدواریم در جلسات آتی بیشتر در مورد این موضوع بررسی شود و آن این است که اگر بنا بر خصوصی سازی است و بخش تعاون را مزاحم می‌بینیم باید چند سوال را پاسخ دهیم.

آیا از روند خصوصی سازی در چند سال گذشته درس نگرفتیم؟

آیا به این نتیجه نرسیدیم که بخش خصوصی بی‌هویت نه تنها باری را از دوش بر نمی‌دارد بلکه، مشکلات را افزایش می‌دهد؟ آیا واقعاً خصوصی سازی مردمی مدنظر ما است؟

اگر خصوصی سازی به آن معنا که می‌گوییم بخشی از توسعه است این است که مردم را در امور مشارکت دهیم. اگر به این معنا



به توسعه می‌نگریم آیا با حذف بخش تعاون به این خصوصی سازی می‌رسیم. یا نوع دیگر آن.

با حذف بخش تعاون قطعاً خصوصی سازی نوع دوم را که تجربه خوبی هم از آن نداریم بدست خواهیم آورد. اگر هدف خصوصی سازی است، باید مردم و سرمایه‌های آن را به میدان کار کشید و بخش تعاون می‌تواند در این زمینه بسیار موثر واقع شود.

ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی یعنی حذف کامل بخش تعاون.

من معتقدم اگر ما در بخش توزیع و تولید، نخواهیم بخش تعاون را به کار بگیریم در چند سال آینده به شکل خیلی بدتر شاهد رشد طبقه بی‌هویی هستیم که فقط به فکر منافع خودش می‌باشد.

تجربه سه چهار ماهه اخیر خیلی خوب به ما نشان داده که برای واسطه‌ها حتی نابودی دولت و نظام هم مهم نیست. این بخش فقط می‌خواهد پول خودش را حفظ کند. و منافع ملی برای آن اهمیتی ندارد.

آیا این بخش سرمایه‌های خود را در جهت سیاستهای دولت و کشور سوق داد؟ مطمئناً اگر ما نخواهیم بخش تعاون را تقویت کنیم حداقل در بخش توزیع مشکلات عدیده‌ای را خواهیم داشت.

به هر حال وفاداری بخش تعاون و ملی فکر کردن آنها بر کسی پوشیده نیست.

ما با کدام تحلیل اقتصادی قوی معتقدیم که اگر این بخش را حذف کنیم چه کسانی جایگزین خواهند شد.

یک سوال دیگر نیز مطرح است و اینکه، قانون اساسی که میثاق ملی، منشور وحدت و یادگار بزرگانی چون امام(ره) ما است، چه وفاداری نسبت به این قانون احساس می‌کنیم، آیا وظیفه نداریم به عنوان افراد انقلابی به این میثاق وفادار باشیم.

متأسفانه وقتی می‌بینیم در نازلترین جایگاه بخش تعاون را مدنظر قرار داده‌ایم، امروزه به بهانه حرف صحیح اصلاح ساختار اداری، آن را می‌خواهیم از بین ببریم.

به هر حال این طرح را باید از لحاظ سیاسی، اجتماعی و جایگزینی آن مورد بررسی قرار دهیم.

آیا در زمانی که خود دولت بخواهد وارد سیستم توزیع شود چه ابزاری خواهیم داشت.

آیا با حذف وزارت تعاون، بوروکراسی وزارت بازرگانی تحمل چنین کاری را دارد.

به هر حال امیدواریم با حضور صاحب نظران و پیشنهاد دهندگان طرح، در مورد آن بیشتر بحث شود.



«بررسی شرکتهای تعاونی لنجداران»

از: ابراهیم عباسی

حمل کالا به سواحل ایران نزدیک شوند، در این شرایط، ملوانان غیور در جهت حفظ و تداوم ورود و خروج کالا، علی‌الخصوص حمل بار مردم مرزنشین جنوب کشور گامهای مثبت و ارزنده‌ای برداشتند و در حال حاضر هم این شناورها در بازرگانی خارجی نقش قابل ملاحظه‌ای برعهده دارند.

این نقش بی‌بدیل لنجداران، مقامات اجرائی استانهای جنوبی کشور را بر آن داشت تا در جهت شکل، رفع نارسائیه‌ها و حل نسبی مشکلات آنان تشکیل شرکتهای تعاونی لنجداران را مورد تشویق قرار دهند. این امر با استقبال اقشار مختلف، مخصوصاً ملوانان و صاحبان شناورها مواجه گردید. با پیگیری وزارت تعاون مساعدت همه جانبه مسئولان

دریای عمان و اقیانوس هند به آفریقا و آسیای دور سفر کرده‌اند.

این شناورهای کوچک قبل از آن که ناوگان کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران آبهای گرم خلیج فارس را در نوردد، بیشترین عملیات حمل و نقل دریایی بار و مسافر را در آبراههای جنوبی کشور زیر پوشش داشتند، هر چند که ظرفیت شناورها (لنجه‌ها) از ۲۰۰ تا ۳۰۰ تن بیشتر نیست ولی توانایی قابل توجهی دارند و قادرند سفرهای طولانی (علاوه بر شیخ‌نشینها) به بنادر پاکستان، هند و سومالی و... داشته باشند.

پس از انقلاب اسلامی ایران بویژه در سالهای جنگ تحمیلی عراق با ایران، کشتیهای بازرگانی بین‌المللی کمتر مایل بودند برای

مقدمه: سرزمین پهناور ایران با فرهنگ و تمدن دیرینه خویش همواره بصورت مرکز تجاری و حمل و نقل زمینی و دریایی بوده و اکنون نیز با کیلومترها مرز آبی در جنوب و شمال کشور در مسیر آبراهها و دریاهای آزاد جهان قرار گرفته است.

در این میان ساحل‌نشینان ناشناخته و گمنام نیز با قدرت سازندگی خویش ارتباط با دریا را حفظ کرده و صنعت لنج‌سازی سنتی را زنده نگهداشته‌اند. دریانوردان با شهامت و دلیری وصف‌ناپذیر، بر فراز لنجهای دست‌ساز هموطنان خود دل دریاها و اقیانوسها را شکافته و از آبهای نیلگون و خروشان خلیج فارس و

سازمان بنادر و کشتیرانی، بعد از فراهم نمودن مقدمات کار (تدوین اساسنامه نمونه و آموزش پرسنل جهت تشکیل اینگونه تعاونیها) اولین شرکت تعاونی لنجداران با عضویت ۳۰۰ نفر در بندر بوشهر به ثبت رسید، پس از آن نیز در سایر استانهای مربوطه، تعاونیهای یاد شده یکی پس از دیگری تاسیس گردید. در این راستا برای ارتقاء سطح آموزشی تعاونیها و افزایش دانش فنی آنها سمینارهایی در زمینه چگونگی صدور بارنامه‌های دریایی، بیمه شناورها و محمولات نیز برگزار گردیده است. گزارش حاضر براساس آمار و اطلاعات دفتر امور تعاونیهای حمل و نقل - وزارت تعاون تهیه و ارائه می‌گردد.

نحوه ثبت و نامگذاری موتور لنجها:

موتور لنجها ابتدائی‌ترین وسایل دریانوردی هستند که در بخش حمل و نقل دریایی فعالیت دارند و توسط سازمان بنادر و کشتیرانی نامگذاری و به ثبت^۱ می‌رسند. نامگذاری لنجها نیز معمولاً از میان نامهای بومی که با دریا قرابتی داشته باشد تعیین و در دفتر بنادر و کشتیرانی انعکاس می‌یابد، در این مرحله تمامی مشخصات شناور اعم از ظرفیت بارگیری، قدرت موتورها و نوع طبقه‌بندی و حتی طول و عرض آن در سند قید می‌گردد که طبقه‌بندی جزء غیر قابل تفکیک قانون مزبور است. جدول شماره ۱ آمار موتور لنجهای باری ثبت شده در بنادر جنوب کشور را نشان می‌دهد.

از کل موتور لنجهای باری ثبت شده در بنادر جنوبی کشور، بیشترین تعداد ۱۱۸۷ فروند (معادل ۵۰/۳۸ درصد) مربوط به بندر بوشهر و کمترین آن به تعداد ۲۴ فروند (معادل ۱/۰۲ درصد) متعلق به بندر چابهار است. و این در حالی است که تعداد شناورها در سه بندر اولیه از ظرفیت بین ۲۰ تا ۱۰۰ تن در حال افزایش بوده و از ظرفیت ۱۰۰ تن به بالا تعداد آنها در حال کاهش است، و این موضوع گویای وضعیت حجم کالای قابل حمل و توانایی واقعی اینگونه شناورها در حاشیه خلیج فارس و دریای عمان می‌باشد.

موتور لنجهای فعال بنادر خلیج فارس و دریای عمان

از موتور لنجهای ثبت شده در بنادر جنوبی کشور همگی فعال بوده و برحسب ظرفیت شناورها دسته‌بندی شده‌اند؛ که در این میان، بیشترین موتور لنجهای فعال (۱۳۱۴ فروند معادل ۵۵/۷۷ درصد) مربوط به ظرفیت شناورهای بین ۵۰ تا ۱۰۰ تن و کمترین آن

(به تعداد ۴۹ فروند معادل ۲/۰۹ درصد) متعلق به ظرفیت شناورهای بیش از ۲۰۰ تن می‌باشد.

مطابق جدول لنجهای ثبت شده در بنادر خلیج فارس و دریای عمان زیاده‌ترین تعداد آن مربوط به بندر بوشهر است.

جدول شماره ۲ آمار موتور لنجهای فعال بنادر خلیج فارس و دریای عمان را نشان می‌دهد.

شرکتهای تعاونی لنجداران:

این تعاونیها با حفظ حدود مالکیت اعضا و با روحیه همکاری و هماهنگی تشکیل شده و در مدت کوتاه فعالیت خویش موفق گردیده‌اند با بهبود وضع ناوبری و ایمنی دریانوردی با استفاده از سیستم مناسب مخابراتی، سطح آموزش عمومی و تخصصی اعضا خود را ارتقاء داده و با رعایت استانداردهای لازم در حمل سریع و ایمنی کالا و در جهت رشد و تکامل خود قدمهای مفیدی بردارند.

جدول شماره (۲). آمار موتور لنجهای فعال در بنادر جنوبی کشور.

ظرفیت شناورها	تعداد به فروند	درصد
۲۰ تا ۵۰ تن	۶۷۸	۲۸/۷۷
۵۰ تا ۱۰۰ تن	۱۳۱۴	۵۵/۷۷
۱۰۰ تا ۲۰۰ تن	۳۱۵	۱۳/۳۷
بالاتر از ۲۰۰ تن	۴۹	۲/۰۹
جمع	۲۳۵۶	۱۰۰

جدول شماره ۳ تعداد تعاونیها و اعضا لنجدار آن را نشان می‌دهد.

از کل تعاونیهای لنجداران سه استان (خوزستان - بوشهر - هرمزگان) بیشترین لنجداران عضو تعاونی مربوط به بندر بوشهر به تعداد ۳۰۰ فروند (معادل ۴۲/۸۶ درصد) و کمترین عضو آن مربوط به لنجداران بندر خرمشهر به تعداد ۲۵ فروند (معادل ۳/۵۷ درصد) می‌باشند.

شماره ۴۷ / مرداد ۷۴ / تعاون / ۳۳

جدول شماره (۱) - موتور لنجهای باری ثبت شده در بنادر کشور.

نام بندر	ظرفیت ۲۰ تن	ظرفیت ۳۰ تا ۵۰ تن	ظرفیت ۵۰ تا ۱۰۰ تن	ظرفیت ۱۰۰ تا ۲۰۰ تن	ظرفیت ۲۰۰ تن بیلا	تعداد کل
بوشهر	۱۱	۱۴	۴۸۸	۵۲۰	۱۱	۱۱۸۷
امام	۳	۷	۲۹	۴۸	-	۹۱
عباس	-	۶	۱۲۰	۷۳۱	۳۲	۱۰۵۴
چابهار	-	-	-	۵	۶	۲۴
جمع	۱۴	۲۷	۶۳۷	۱۳۱۴	۴۹	۲۳۵۶

۱ - «مطابق ماده ۱۱ قانون دریایی ایران کلیه شناورها توسط زمان بنادر و کشتیرانی به ثبت می‌رسند.»

جدول شماره (۳) - آمار تعداد تعاونیها و اعضا
لنجداران استانهای بوشهر، هرمزگان و خوزستان،

استان	تعاونی	تعداد اعضا (برحسب لنج)	درصد
بوشهر	لنجداران بوشهر	۳۰۰	۴۲/۸۶
هرمزگان	" بندرلنگه	۹۵	۱۳/۵۷
هرمزگان	" بندرعباس	۵۵	۷/۸۵
خوزستان	" بندرامام	۴۰	۵/۷۲
خوزستان	" آبادان	۱۸۵	۲۶/۴۳
خوزستان	" خرمشهر	۲۵	۳/۵۷
جمع		۷۰۰	۱۰۰

از مجموع ۲۳۶۵ لنج ثبت شده در بنادر جنوب تنها ۷۰۰ لنج در ۶ تعاونی لنجداران (متوسط لنجهای فعال و مشغول هر بندر تقریباً ۱۱۷ شناور است) فعالیت می‌کنند، و سایر لنجهای فعال، تحت پوشش تعاونیها قرار ندارد و چنانچه شرکتهای تعاونی لنجداران در شرف تاسیس به ثبت برسند، تعداد اعضا لنجهای مربوطه افزایش چشمگیر خواهند یافت.

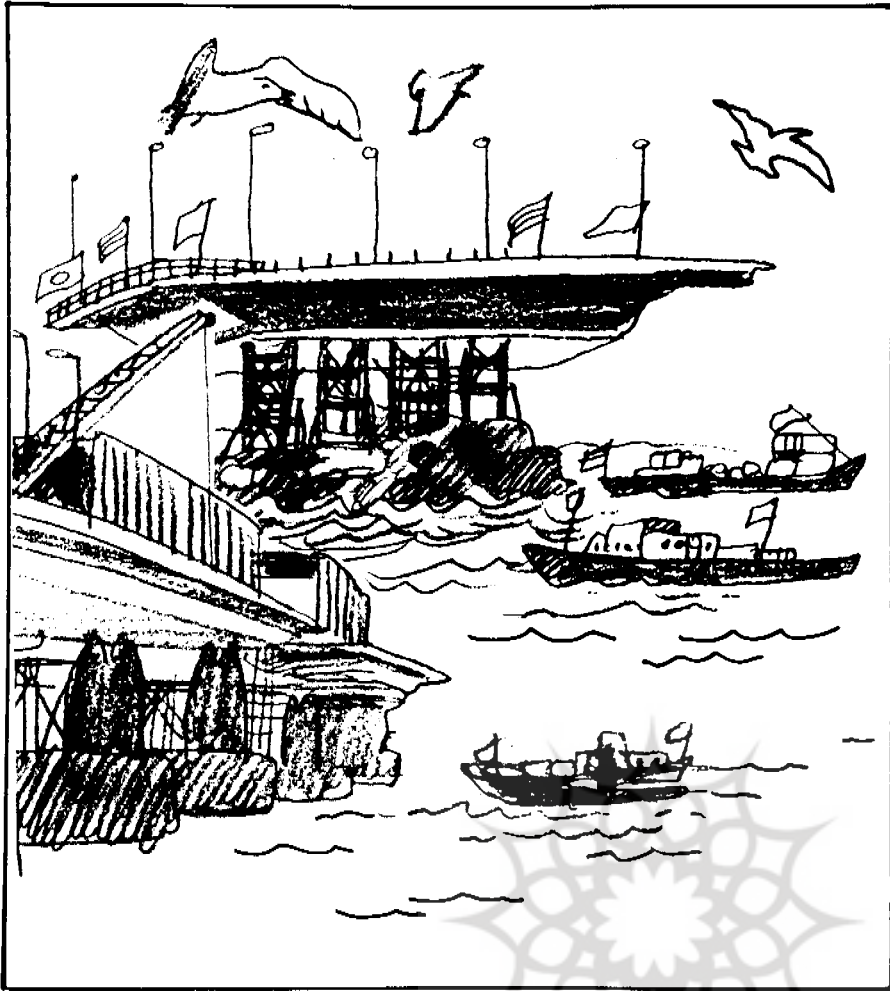
شرکتهای تعاونی لنجداران در شرف تاسیس

از شرکتهای تعاونی مزبور تعداد ۶ تعاونی در ۲ استان (بوشهر - سیستان و بلوچستان) در شرف تاسیس می‌باشند که از آن میان ۴ تعاونی در بنادر دیلم، کنگان، گناوه و دیر از استان بوشهر و ۲ تعاونی در بنادر چابهار و کنارک از بلوچستان قرار دارند و پیش‌بینی می‌شود که تعاونی لنجداران بندر جاسک از استان هرمزگان نیز در آینده نزدیک تشکیل گردد.

از تعاونیهای لنجداران مورد بررسی در ۴ استان جنوب کشور، فعالیت اداره کل تعاون بوشهر در راه‌اندازی و تاسیس شرکتهای یاد شده نسبت به سایر استانها بیشتر بوده است.

فعالیت و عملکرد شرکتهای تعاونی لنجداران:

از شرکتهای تعاونی مورد بررسی، تعداد ۶۴۰۳ فقره بارنامه جهت صدور کالا از ۵



بندر بوشهر را بطور نمونه مورد بررسی قرار می‌دهیم زیرا که ظرف ۹ ماه، این تعاونی توانسته است کالاهای زیر را: سنگ ۱۴۷۶۱ تن، خشک‌بار ۱۲۵۰۴۵ تن و تره‌بار به مقدار ۶۹۶۷۳ تن به ۵ کشور حاشیه خلیج فارس حمل و صادر کند.

جدول شماره (۴) - آمار صدور بارنامه‌های حمل محمولات توسط تعاونیهای لنجداران،

استان	تعاونی	تعداد بارنامه (فقره)	درصد
بوشهر	لنجداران بوشهر	۲۹۸۰	۴۶/۵۴
هرمزگان	" بندرلنگه	۱۹۲۰	۲۹/۹۹
"	" بندرعباس	۷۱۴	۱۱/۱۵
خوزستان	" بندرآبادان	۷۵۰	۱۱/۷۲
"	" امام	۳۹	۰/۶
جمع		۶۴۰۳	۱۰۰

بندر سه استان جنوبی به کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس صادر شده است که از بین آنها بندر بوشهر با ۲۹۸۰ فقره بارنامه (معادل ۴۶/۵۴ درصد) بیشترین و بندر امام از خوزستان با دارا بودن ۳۹ (معادل ۰/۶ درصد) کمترین رقم بارنامه‌ها را داشته است.

میانگین بارنامه‌های صادره در ۵ بندر ۱۲۸۰ فقره است که نسبت به تعاونیهای ثبت شده (۶ تعاونی) ۱۰۶۷ فقره و نسبت به هر عضو (۷۰۰ عضو) تعاونیهای تاسیس یافته ۹/۲ فقره بارنامه بر آورد می‌شود.

جدول شماره ۴ صدور بارنامه‌های حمل محمولات توسط تعاونیهای لنجداران را نشان می‌دهد.

با توجه به مطالب مذکور در جدول شماره ۵، عملکرد ۹ ماهه (از نیمه دوم ۷۲ الی سه ماهه اول سال ۷۳) شرکت تعاونی لنجداران

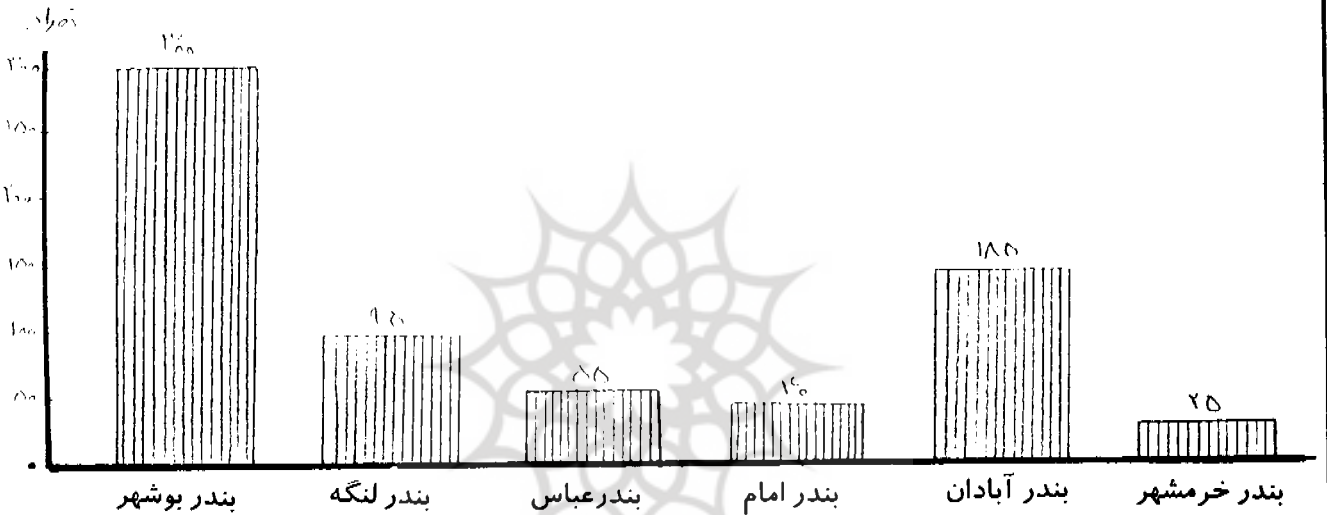
«مقیاس به تن»

ردیف	کشور مقصد	نوع کالا			جمع
		سنگ	خشکبار	تره بار	
۱	قطر	۱۴۷۶۱	۲۸۹۰۰	۱۷۶۷۳	۶۱۳۳۴
۲	بحرین	-	۱۰۹۸۰	۲۵۰۰۰	۳۵۹۸۰
۳	عربستان سعودی	-	۵۲۰	۲۱۰۰۰	۲۱۵۲۰
۴	امارات متحده عربی	-	۶۴۱۴۵	-	۶۴۱۴۵
۵	کویت	-	۲۰۵۰۰	۶۰۰۰	۲۶۵۰۰
جمع		۱۴۷۶۱	۱۲۵۰۴۵	۶۹۶۷۳	

مشکلات: اهم نارساییها و کمبودهای موجود در اداره امور تعاونیهای لنجداران عبارتند از:

- نداشتن جا و مکان مناسب جهت دفاتر کار (داخل و خارج کشور)
- کمبود وسایل و تجهیزات بارگیری و تخلیه
- نداشتن امکانات لازم جهت سوخت رسانی و آبرسانی
- نداشتن زمین مناسب جهت ایجاد بندر

آمار تعداد تعاونیها و اعضاء لنجداران استانهای بوشهر، هرمزگان و خوزستان



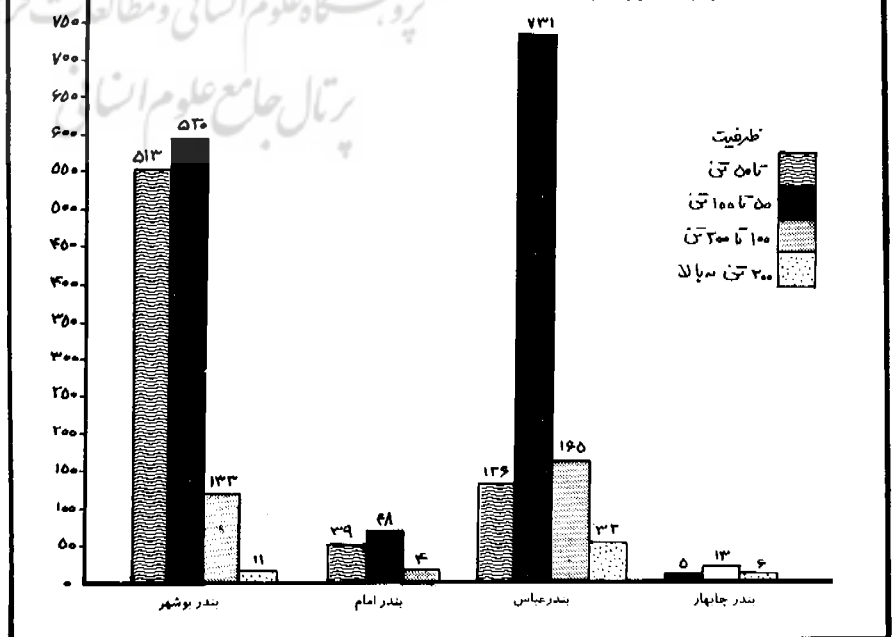
تخلیه و بارگیری

نداشتن اسکله، انبار و سایر نیازهای مربوط به شغل و حرفه لنجداری
 کمبود امکانات ریالی و ارزی جهت تهیه قطعات و لوازم یدکی شناورها
برنامه آینده: اهم برنامه‌های آتی شرکت‌های تعاونی لنجداران به شرح زیر می‌باشد:

- تهیه زمین مناسب جهت ایجاد ده بندر بارگیری و تخلیه از آبادان تا چابهار
- ایجاد دفاتر نمایندگی تعاونیها در داخل و خارج کشور

برقراری اولویت در استفاده از تسهیلات تبصره‌های ۳ و ۵۰ بودجه کل کشور، به منظور احداث جایگاه سوخت رسانی،

نمودار تعداد موتور لنجهای ثبت شده در بندر جنوب

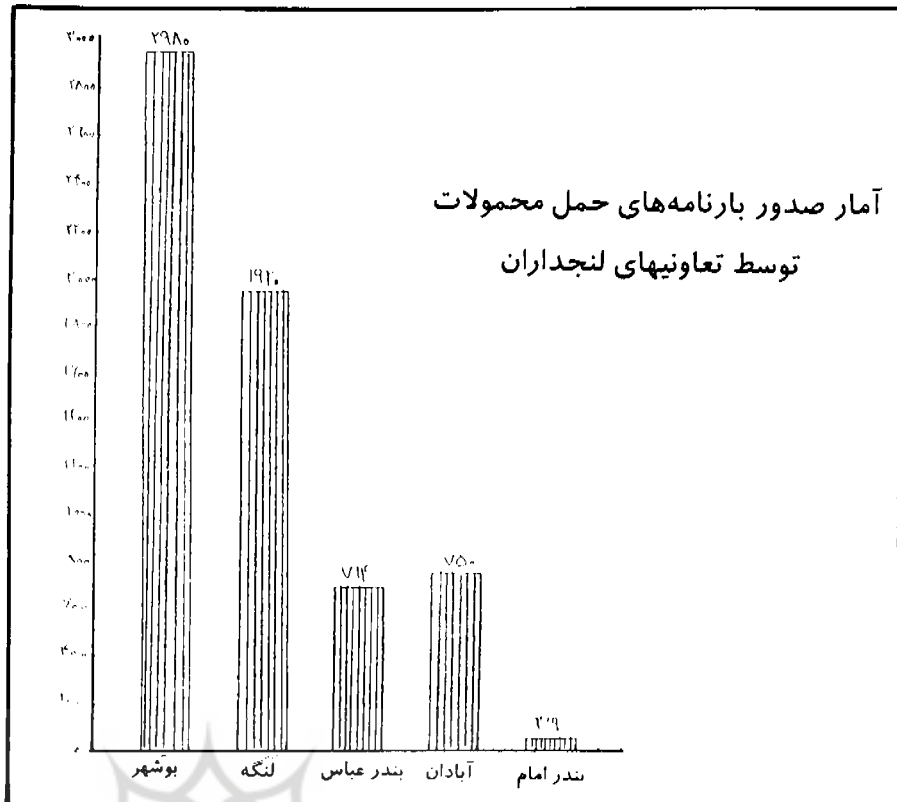


آبرسانی، انبار، سردخانه، اسکله، تعمیرگاه موتورلنج، ساختمان اداری، توسعه و بهبود کاربری اسکله‌ها، تهیه ماشین‌آلات و تجهیزات مربوط به بارگیری و تخلیه

ایجاد امکان تخصیص ارز بابت تهیه و تدارک قطعات و لوازم یدکی و چوب لنج‌سازی تعاونی‌های لنجداران.

نتیجه‌گیری: تعاونی‌های لنجداران از جمله شرکت‌هایی هستند که سابقه فعالیتی نداشته و کاملاً نوپا می‌باشند ولی عملکرد دو ساله آنها نشان می‌دهد که بدون تجربه اولیه با اقبال زیادی روبرو شده‌اند.

این تعاونی‌ها بخاطر قابلیتی که در حمل و نقل دریایی بار، دارند پیشنهاد با ارزشی محسوب می‌شوند، و تشکیل اینگونه تعاونی‌ها علاوه بر یاری رساندن به ملوانان و مردم ساحل‌نشین، در ایجاد اشتغال و ساماندهی وضع حمل و نقل بار و مسافر تاثیر مطلوبی داشته است.



راهنمای اشتراک ماهنامه تعاون

لطفا قبل از پر کردن برگ درخواست اشتراک به نکات زیر توجه فرمائید:

- ۱- بهای تک شماره ماهنامه تعاون ۸۰۰ ریال و بهای اشتراک سالانه با احتساب هزینه‌های پستی ۱۰۰۰۰ ریال می‌باشد.
- ۲- مجله‌های دوره جدید تا شماره ۱۰ در دسترس نیست و از شماره ۱۱ به بعد تعداد محدودی موجود است که در صورت تقاضا و واریز وجه براساس مذکور در بند (۱) ارسال خواهد شد.
- ۳- وجه اشتراک را به حساب شماره ۹۵۱۳۵ بانک ملی ایران - تهران شعبه حسابهای دولتی واریز کرده و فیش بانکی را به همراه فرم اشتراک تکمیل شده به آدرس دفتر مجله پست بفرستید تا مجله‌های مورد نظر برای شما ارسال گردد.
- ۴- از دریافت نظریات و پیشنهادات شما استقبال می‌کنیم.

آدرس ماهنامه تعاون:

تهران - خیابان صبای شمالی - نبش خیابان بزرگمهر - ساختمان مرکزی وزارت تعاون - طبقه هفتم تلفن: ۶۴۱۷۰۲۳

برگ درخواست اشتراک ماهنامه تعاون

قبلا مشترک نبوده‌ام

قبلا مشترک بوده‌ام

نام و نام خانوادگی:

نام نویسنده:

نشانی دقیق:

کد پستی:

تلفن:

به مبلغ

ریال

به پیوست رسید بانکی شماره

بابت اشتراک یکسال ارسال می‌گردد.

شماره‌های

شروع اشتراک از شماره تعداد مورد درخواست است.

تاریخ و امضاء

قسمت سوم

اندونزی:

اساسنامه باید شامل مطالب زیر باشد:

- ۱- نام شرکت تعاونی
 - ۲- محل و حوزه فعالیت آن
 - ۳- منظور و هدف آن
 - ۴- فعالیت‌های آن
 - ۵- شرایط عضویت
 - ۶- تعیین سرمایه و نحوه تشکیل آن
 - ۷- مقررات مربوط به مسئولیت اعضا و حداکثر سهمی که یک عضو شرکت باید مسئولیت پرداخت آن را عهده‌دار شود.
 - ۸- مقررات مربوط به اداره‌کنندگان شرکت تعاونی و اختیارات اعضا
 - ۹- تعیین سال مالی
 - ۱۰- مقررات مربوط به مازاد سود سالانه در پایان سال مالی
 - ۱۱- مقررات مربوط به بازمانده اموال شرکت تعاونی در صورت انحلال یا تصفیه شرکت
- تبصره: مفاد مطالب فوق‌الذکر نباید با مفاد این قانون مغایرت داشته باشد. (ماده ۷)

مندرجات اختیاری اساسنامه

آلمان:

پیش‌بینی اینکه:

- ۱- مدت کار شرکت محدود شود.
- ۲- درخواست عضویت منوط باشد به اینکه متقاضی ساکن حوزه عمل باشد.
- ۳- سال مالی شرکت مخصوصاً نخستین سال مالی آن ممکن است با سال تقویمی مطابق نباشد یا کمتر از یک سال باشد.
- ۴- درباره مطالب و مسائل مهم در مجامع عمومی با اکثریتی بیش از اکثریت معمولی (نصف به اضافه یک آراء) رای گرفته شود.
- ۵- توسعه کار شرکت با اشخاص غیر عضو، مجاز شناخته شود. (ماده ۸)

سوئیس:

مقررات زیر فقط به شرط درج در اساسنامه معتبر خواهد بود:

- ۱- ایجاد سرمایه شرکت از طریق سهام با نام
- ۲- مشارکت به صورت سرمایه جنسی و نوع و ارزش آن
- ۳- سرمایه اولیه و تعهدات بعدی اعضا

۴- طرز تقسیم سود و ترتیب تنظیم گزارشهای مالی

۵- مسئولیت انفرادی شرکا و الزام آنان به پرداختهای اضافی

۶- ضمانت اجرای عدم رعایت مقررات قانونی در مورد تشکیل

شرکت و نحوه نمایندگی در آن

۷- طرق تغییر اساسنامه و ترتیب اتخاذ تصمیمات به وسیله مجمع

عمومی

۸- مقررات مربوط به ورود اعضاء به شرکت و خروج آنان

۹- توسعه یا محدود ساختن حق رای. (ماده ۸۳۳)

بلژیک:

موضوعات زیر در اساسنامه قید و تعیین می‌شود:

- ۱- مدت شرکت که از ۳۰ سال متجاوز نخواهد بود.
- ۲- شرایط قبول و استعفا و خروج شرکا و برداشت سرمایه
- ۳- امور شرکت چگونه و به وسیله چه کسانی اداره خواهد شد و حتی‌المقدور قید طرز تعیین و عزل مدیرعامل و مدیران و هیات نظار و حدود اختیار و مدت تصدی هر یک از ایشان.
- ۴- حقوق شرکا - طریق دعوت ایشان به جلسات - اکثریت لازم برای اتخاذ تصمیم و نحوه رای‌گیری
- ۵- تقسیم سود و زیان
- ۶- تعیین حدود مسئولیت مشترک یا انفرادی اعضا در قبال تعهدات شرکت و اینکه مسئولیت مزبور بر روی کلیه اموالشان می‌باشد یا فقط در حدود میزان معین و مشخص؟

اندونزی:

مقررات زیر با موافقت وزیر در اساسنامه قید خواهد گردید:

- ۱- مقررات مربوط به تساوی مسئولیت اعضای حال یا گذشته شرکت و مدت زمانی که اعضا طی آن موظف به پرداخت خسارات شرکت تعاونی خواهند بود.
- ۲- مقرراتی که اعضای شرکت یا اعضائی را که قبل از پایان سال مالی از عضویت شرکت کناره‌گیری کرده‌اند، حتی در صورتی که شرکت تعاونی تصفیه شده باشد، در پایان سال مالی مجبور به پرداخت خسارات وارده به شرکت خواهد بود. (ماده ۲۹)

اصلاحات اساسنامه

آلمان:

- ۱- تغییر اساسنامه فقط با تصمیم مجمع عمومی انجام‌پذیر است.
- ۲- برای تغییر موضوع اساسنامه و سایر موارد احتیاج به رای $\frac{3}{4}$ اعضا حاضر می‌باشد، مگر اینکه در اساسنامه پیش‌بینی دیگری شده باشد.
- ۳- ثبت تغییرات و انتشار آن مطابق مقررات مربوط به اساسنامه خواهد بود.

شرکت صورت گرفته و نیز نوع آن تغییرات، برای مامور مسئول دولت فرستاده شود. (ماده ۸)

۴- تغییرات تا زمانی که در اداره ثبت محل به ثبت نرسیده باشد دارای آثار قانونی نخواهد بود. (ماده ۱۶)

۲- ثبت شرکت

لزوم ثبت شرکت و شرایط آن

آلمان:

اساسنامه و نام اعضای هیات مدیره باید در دادگاه محلی مربوط که در حوزه عمل شرکت می باشد توسط دایره ثبت به ثبت برسد. (ماده ۱۰)

انگلیس:

کلیه شرکت های تعاونی موجود باید به ثبت برسند. (فصل ۳) **شرایط ثبت:**

۱- شرکتی که تعداد اعضایش از ۷ نفر کمتر باشد نمی تواند براساس این لایحه به ثبت برسد.

۲- شرکتی که اعضایش را منحصرأ دو یا چند شرکت ثبت شده تشکیل داده باشند، براساس این لایحه قابل ثبت است مشروط بر اینکه برگ تقاضای ثبت آن به امضای دو نفر از اعضای کمیته و دبیر یکی از شرکت های عضو (یا اگر تعداد شرکت های عضو بیش از سه باشد، از هر سه شرکت یک دبیر) رسیده باشد و دو نسخه چاپی از مقررات ثبت شده هر یک از شرکت های موسس و نیز دو نسخه چاپی از مقررات شرکتی که تقاضای ثبت آن شده است، ضمیمه تقاضانامه شده باشد. (فصل ۲)

۳- شرکتی که نام آن از طرف اداره ثبت مربوط نامناسب تشخیص داده شود، براساس این لایحه به ثبت نخواهد رسید. (فصل ۵)

۴- شرکتی که سرمایه آن از سهام قابل برداشت تشکیل شده است (مانند موسسات بانکی)، الف - در صورتیکه هدفش ادامه این کار باشد به ثبت نخواهد رسید. ب - اگر شرکتی است که به ثبت رسیده است، محاز به ادامه چنین کاری نخواهد بود.

فرانسه:

شرکت های تعاونی باید در مراجع رسمی به ثبت برسند. (ماده ۵۵۴) **شرایط ثبت:**

۱- ثبت شرکت های تعاونی در صورتیکه نحوه تاسیس شرکت نقایصی داشته یا اساسنامه آن با اساسنامه های استاندارد که توسط سواری عالی شرکت های تعاونی تهیه شده و به وسیله وزیر مربوط تصویب گردیده است مغایرت داشته باشد. انجام نخواهد گرفت. همچنین اگر شرکت تعاونی از رعایت احکام و قوانین مربوط استنکاف کند ثبت مورد نظر ابطال و الغاء خواهد شد. (ماده ۵۹۶)

انگلیس:

۱- اصلاحیه مقررات اساسنامه شرکت های که براساس این لایحه به ثبت رسیده اند، مادامیکه به ثبت نرسد معتبر نخواهد بود.

۲- تغییر نام یا تغییر محل ثبت شده شرکت، به عنوان مقررات اساسنامه تلقی می گردد. (فصل ۱)

فرانسه:

هرگونه جرح و تعدیل در اساسنامه که باعث از میان رفتن یکی از مشخصات شرکت های تعاونی بشود از درجه اعتبار ساقط است. (ماده ۳۵)

هلند:

هرگونه تغییری در اساسنامه شرکت منوط است به تشکیل مجمع عمومی اعضا که تغییرات مورد نظر در آن مطرح خواهد گردید - اشخاصی که به منظور تغییر اساسنامه تقاضای انعقاد مجمع عمومی را می نمایند باید متن کتبی تغییرات پیشنهادی خود را به دفتر شرکت تسلیم نمایند - در صورت عدم رعایت این قاعده چنانچه در موقع تشکیل مجمع عمومی اقلأ ۱۰ اعضای حاضر در جلسه از بحث پیرامون پیشنهادات مبنی بر تغییر اساسنامه امتناع نمایند هیچگونه تصمیم معتبر قانونی در باب تغییر اساسنامه نمی توان اتخاذ نمود. (ماده ۲۵)

پاکستان:

هیچیک از اصلاحات اساسنامه های شرکت های تعاونی تا موقعی که طبق مقررات به ثبت نرسد، قابل اجرا نخواهد بود. (ماده ۱۶)

فلسطین اشغالی:

هیچیک از اصلاحات اساسنامه های شرکت های تعاونی تا موقعی که طبق مقررات به ثبت نرسد، قابل اجرا نخواهد بود. (ماده ۱۲)

اردن:

هرگونه تغییری در اساسنامه شرکت اگر برخلاف این قانون باشد، مورد توجه قرار نخواهد گرفت و به همین دلیل باید سه نسخه از هرگونه تغییری برای بررسی به مامور مربوط تسلیم گردد. (ماده ۲)

اندونزی:

۱- مقررات مربوط به اساسنامه شرکت های تعاونی در موقع تغییرات اساسنامه نیز اعتبار خود را حفظ خواهد نمود.

۲ قانون تاسیس هر شرکت تعاونی باید به انضمام یک گزارش رسمی مبنی بر تغییراتی که وسیله مجمع عمومی فوق العاده در اساسنامه

۲- اگر سند تشکیل شرکت به امضای همه سهامداران نرسیده باشد و یا در این سند اعضای هیات مدیره و همچنین مامورین حسابرسی تعیین نشده باشند، ثبت شرکت انجام نخواهد شد و باید مجمع عمومی خاصی که برای تأیید و تصویب اساسنامه‌ها تعیین شده تا یک ماه پس از تاریخ تشکیل شرکت، تشکیل گردد و به رفع نواقص بپردازد. (ماده ۵۵۴)

سوئیس:

پس از تدوین اساسنامه و تصویب آن از طرف مجمع موسسان، شرکت تعاونی در دفتر ثبت تجاری محلی که مرکز شرکت در آن واقع است، به ثبت خواهد رسید. (مواد ۸۳۰، ۸۳۵)

کانادا:

شرکتهای تعاونی برای اینکه رسمیت قانونی داشته باشند باید به ثبت برسند.

اندونزی:

۱- هیات تاسیس شرکتهای تعاونی موظفند هر چه زودتر شرکت را به ثبت برسانند.

۲- سازمانهایی با نام تعاونی که هدفشان توسعه و پیشرفت نهضت تعاونی بوده و در امور تعاونی فعالانه شرکت دارند باید نام خود را در اداره مرکزی تعاونیها به ثبت برسانند و تحت سرپرستی سازمان مرکزی تعاون فعالیت کنند (مواد ۲۰، ۲۲)

شرکتهای قابل ثبت

آلمان:

گروه یا جمعیت‌هایی که تعداد اعضای آنها نامحدود است و هدفشان پیشرفت در کسب و کار و تحصیل معیشت یا بهبود وضع اقتصادی اعضا می‌باشد، موافق این قانون امتیاز یک شرکت تعاونی ثبت شده را به دست می‌آورند. (ماده ۱)

کانادا:

کلیه شرکتهایی که طبق مقررات این قانون به وجود آمده‌اند می‌توانند به اسم شرکت تعاونی به ثبت برسند. البته در بعضی استانها مقامات ثبت تعاونیها می‌توانند از ثبت شرکتی که می‌خواهد در حوزه عمل شرکت دیگری فعالیت کند، خودداری نمایند.

همچنین تشکیل شعبه در مناطقی که سبب رقابت با شرکتهای تعاونی دیگر می‌شود مورد موافقت قرار نخواهد گرفت.

پاکستان:

شرکتی که هدفش ارتقای وضع اقتصادی اعضا طبق موازین تعاونی

باشد و نیز شرکتی که به منظور ایجاد تسهیلات در اجرای اقدامات شرکتهای فوق‌الذکر به وجود آید به شرط رعایت مقررات خاص، (با مسئولیت محدود یا نامحدود) قابل ثبت است. (ماده ۵)

فلسطین اشغالی:

شرکتهایی که طبق این قانون و براساس موازین تعاونی تشکیل شوند، می‌توانند با مسئولیت محدود یا نامحدود به ثبت برسند (ماده ۴)

رئیس ثبت

انگلیس:

۱- منظور از اصطلاح رئیس کل و معاون کل ثبت، به ترتیب رئیس کل ثبت شرکتهای تعاونی و معاون رئیس کل ثبت شرکتهای مزبور می‌باشد که بر طبق مقررات به این سمت منصوب شده‌اند.

۲- منظور از اداره ثبت در مورد شرکت ثبت شده، اداره مرکزی ثبت شرکتهای تعاونی و مقام ریاست یا معاونت این ثبت کل است. (فصل ۷۳)

فلسطین اشغالی:

مامور ثبت کسی است که به موجب قانون از طرف وزیر دادگستری برای انجام امور ثبتی شرکتهای تعاونی منصوب می‌شود. (ماده ۳)

اردن:

مامور ثبت کسی است که مسئول اداره توسعه تعاونیها در سراسر کشور می‌باشد. این اداره عهده‌دار وظایف مربوط به رهبری نهضت تعاونی و ثبت شرکتهای تعاونی و نظارت بر کار آنها به موجب این قانون می‌باشد.

اندونزی:

مامور ثبت کسی است که مستقیماً با مسائل تعاونی سر و کار دارد و اختیارات او از طرف وزیر مربوط به او تفویض می‌شود. (ماده ۱)

اختیارات رئیس ثبت

انگلیس:

رئیس ثبت می‌تواند هر وقت که بخواهد با ارسال نامه از یک شرکت ثبت شده یا هر یک از کارمندان حال یا گذشته آن بخواهد که دفاتر و حسابها یا اسناد دیگری را که به فعالیت شرکت مربوط می‌شوند در اختیار او بگذارد و اطلاعات لازم را در مورد فعالیت شرکت برای وی فراهم نمایند. نامه ارسالی فوق ممکن است محتوی این شرط باشد

که صحت و سقم اطلاعات فراهم شده فوق باید وسیله یک حیات قانونی تعیین و تایید شود. (فصل ۴۸)

پاکستان:

- ۱- ثبت شرکتهای تعاونی
- ۲- طبقه بندی شرکتهای تعاونی بر مبنای تعاریف مربوط و تشخیص نوع آنها (تبصره ماده ۳)
- ۳- تعیین محدود بودن یا نبودن مسئولیت یک شریک (تبصره ماده ۵)
- ۴- بازرسی اوراق و اسناد و پرونده ها و دفاتر و صورتهای مربوط
- ۵- اخذ تصمیم در مورد تحقق شرایط عضویت و ثبت شرکت (ماده ۸)
- ۶- ممیزی سالانه کلیه حسابهای تعاونیها (ماده ۲۲)
- ۷- رسیدگی و نظارت به کلیه امور شرکت تبصره: در هر حال نظر مامور ثبت تعیین کننده و تصمیم او قطعی و نهائی است.

د- گواهی یک اتحادیه ممیزی که شرکت به عضویت آن پذیرفته شده است.

- ۳- اعضای هیات مدیره باید تقاضا نامه را در برابر دادگاه امضا نمایند یا گواهی امضا (تصدیق شده دفاتر رسمی) ارائه دهند.
- ۴- رونوشت اساسنامه از طرف دادگاه گواهی می شود.
- ۵- این گواهی دلیل و مدرک ثبت شرکت خواهد بود. (ماده ۱۱)

ثبت شعبات:

- ۱- برای افتتاح هر شعبه شرکت باید جریان را به دادگاه بخش مربوط برای ثبت اعلام نماید.
- ۲- اطلاع و اعلام طبق ماده ۱۱ فوق الذکر انجام می گیرد و شرایط ذکر شده در آن ماده در اینجا نیز باید مورد توجه قرار گیرد.
- ۳- دادگاه یک رونوشت اساسنامه را گواهی می کند و بدین ترتیب رسمیت شعبه اطلاع داده می شود. (ماده ۱۴)

انگلیس:

- برگ تقاضای ثبت شرکتی که می خواهد براساس این لایحه به ثبت رسد باید به امضای هفت نفر از اعضا و دبیر شرکت رسیده باشد و به انضمام دو نسخه چاپی از مقررات شرکت به اداره ثبت مربوط ارسال گردد. (فصل ۲)

فرانسه:

- صورت سهام اعضا و سرمایه و نحوه پرداختهایی که مشترکین تعهد کرده اند (برحسب موقعیت) به مدارک مربوط به تشکیل شرکت یا صورتجلسه مجمع عمومی پیوست خواهد شد و برای ثبت به مقامات مربوط ارسال خواهد گشت (ماده ۵۵۴)

سوئیس:

- ثبت شعبات شرکت در دفاتر ثبت حوزه اقامت آنها با عطف به ثبت مرکز اصلی صورت خواهد گرفت و یک نوع رسمیت به آنها خواهد داد. درخواست ثبت به وسیله مدیران یا نمایندگان شرکت انجام خواهد شد. (ماده ۸۳۷)

عملیات ثبت:

- برای ثبت باید تقاضانامه ای به امضای گواهی شده دو نفر از مدیران شرکت حاوی نام و محل اقامت و ملیت مدیران و نمایندگان شرکت به مامور ثبت تسلیم شود و همراه آن اصل یا رونوشت مصدق اساسنامه، گزارش هیات موسسان درباره سرمایه و فهرست اعضا ضمیمه گردد. (ماده ۸۳۵)

فلسطین اشغالی:

- اختیارات مامور ثبت در فلسطین اشغالی تقریباً مشابه کشور پاکستان (به شرح فوق) می باشد به اضافه حق تجدید نظر در ممیزی حسابرسان و حتی سلب اختیارات اتحادیه حسابرسی (با موافقت وزیر دادگستری) (ماده ۲۵ مکرر)

اردن:

- ۱- ثبت شرکت ۲- امضای گواهی ثبت ۳- تغییر شرایط عضویت
- ۴- تعیین محل اقامت اعضا یا متقاضیان ۵- بازرسی دفاتر و اسناد و مدارک شرکت ۶- تجدید نظر در ممیزی حسابرسان و احیانا سلب اختیارات اتحادیه حسابرسی ۷- تعیین داوران و رسیدگی به اختلافات
- ۸- انحلال شرکت و صدور دستور تصفیه ۹- رسیدگی به تخلفات کارمندان و مدیران و اعضای شرکت ۱۰- بررسی وضع شرکتهای از نظر گرفتن حق الثبت یا معاف کردن آنها از برخی مواد قانونی.

تقاضای ثبت

آلمان:

- ۱- تقاضای ثبت شرکت از وظایف هیات مدیره است.
- ۲- با تقاضای ثبت باید مدارک زیر ضمیمه باشد: الف- نسخه ای از اساسنامه که به امضای اعضای موسس رسیده باشد. ب- صورت اسامی اعضا ج- رونوشتی از اسناد مربوط به انتخاب هیات مدیره و بازرسان

سخنران خانم ثریا حافظی

خانم ثریا حافظی رئیس هیات مدیره شرکت تعاونی فرش دستباف سنندج، آخرین سخنران این سمینار بود و موضوع سخنرانی وی به نحوه جذب نیروهای متخصص زنان در تعاونیها اختصاص داشت.

وی در قسمت اول سخنان خود عوامل بازدارنده حضور زنان در فعالیتهای اقتصادی را بدین نحو طبقه‌بندی و تشریح نمود:

- برداشت‌های اجتماعی - فرهنگی
- محرومیت از زندگی سیاسی و اجتماعی
و در ادامه آن به فعالیتهای سازمان ملل متحد برای رفع تبعیض در مورد زنان اشاره کرد.

خانم حافظی در بخش دیگری از سخنان خود پیشرفتهای تعاونی در سالهای بعد از پیروزی انقلاب و توجه بیشتر به نقش زنان و مشارکت آنها در امور اجتماعی را یادآور شد و برای افزایش نقش زنان در فعالیتهای تعاونی کاربرد روشهای زیر را مورد تاکید قرار داد.

- زنان با حقوق برابر در اداره امور تعاونیها مطرح شوند.

- از متخصصین زن در کادر رهبری تعاونیها استفاده شود.

- چارچوبی برای حضور زنان در نشست‌های علمی تعیین گردد

- به‌کارگیری تخصص زنان در امر آموزش

- اهمیت دادن به شرکتهای تعاونی و تشویق زنان به تشکیل تعاونیها

- خانم حافظی اهداف مشارکت زنان در فعالیتهای تعاونی را بدین نحو طبقه‌بندی نمود: اهداف کوتاه مدت:

- آگاهی دادن به زنان عضو
- تقویت مشارکت زنان در تصمیم‌گیری
اهداف بلند مدت:

خانم حافظی

- فراهم آوردن زمینه مساعد برای مشارکت زنان در توسعه ملی

- ایجاد تسهیلات لازم برای زنان در افزایش بهره‌وری

اهداء لوح تقدیر به

نویسندگان برگزیده

در پایان سمینار توسط آقای مهندس شافعی وزیر تعاون به هر یک از اساتیدی که به خلاصه سخنرانی آنان در این گزارش اشاره شد، لوح تقدیر اهدا گردید.

اهداء لوح تقدیر به

مدیران کل تعاون

نمونه استانیها

طبق ارزشیابی انجام شده در وزارت تعاون و براساس مجموعه عوامل مورد ارزیابی، مدیران کل نمونه رتبه اول تا سوم استانها در سال ۷۳ به شرح زیر تعیین شده بودند که در پایان سمینار توسط آقای مهندس شافعی وزیر تعاون لوح تقدیر به هر یک از مدیران نمونه اهدا شد.

رتبه اول: آقای سید هاشم هدایتی

مدیرکل تعاون استان کردستان

رتبه دوم: آقای محمدرضا اسماعیل‌نیا

مدیرکل تعاون استان آذربایجان شرقی

رتبه سوم: مشترکاً آقایان: موسوی

قاسمی مدیرکل استان کرمانشاه -

رفیعی مدیرکل استان مازندران

در پایان این مراسم قطعه‌نامه سمینار قرائت گردید و به تصویب شرکت‌کنندگان رسید.

افتتاح نمایشگاه

همزمان با برگزاری سمینار تعاون، زن و اشتغال، در ساعت ۱۵ روز پانزدهم تیرماه نمایشگاهی با هدف نشان دادن جلوه‌هایی از فعالیت زنان در تعاونیها و مشاغل آزاد با حضور آقای مهندس شافعی وزیر تعاون، استاندار آذربایجان شرقی، معاونین و مدیران وزارت تعاون، مشاورین وزراء در امور تعاون، مسئولین دفتر امور زنان نهاد ریاست جمهوری، مشاوران و مدیران امور زنان استانها و سایر مدعوین افتتاح و مورد بازدید قرار گرفت.

این نمایشگاه با همکاری استانداری و اداره کل تعاون استان و سایر ارگانها و نهادها در سالن شرکت تعاونی اعتبار شهرداری تبریز که از مجموعه‌های بسیار مناسب نمایشگاهی است در دو هزار مترمربع شامل ۱۲۰ غرفه ایجاد گردیده و در غرفه‌های آن فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی بانوان کشور به طور نمونه و به شکل بسیار مناسبی به نمایش گذارده شده بود.

در این نمایشگاه، گوشه‌هایی از فعالیتهای قابلیت‌های ارزنده زنان کشور در بخش اقتصادی از جمله: صنایع فرش دستباف، گلیم‌بافی، گبه‌بافی، صنایع دستی، صنایع پوشاک، پارچه‌بافی، سوزن‌دوزی، تزئینات، کارهای هنری، خطاطی، گرافیک، برجسته‌کاری، نقاشی، گلدوزی و گلسازی در معرض دید بازدیدکنندگان قرار گرفت.

همچنین در این نمایشگاه که تا ۱۹ تیرماه ادامه داشت با برپایی کارگاههای متعدد، مراحل انجام کار و ابزار مربوط به بازدیدکنندگان نشان داده می‌شد.

حضور زنان در

فعالیهای تعاونی

بررسی وضعیت موجود شرکتهای تعاونی خاص بانوان نشان می‌دهد بالغ بر ۵۰۰ شرکت تعاونی تاکنون تاسیس گردیده که ۴۳۲ واحد از آنها در بخش صنعت، ۴۹ واحد در بخش



هنگام بازنشتگی تامین و تضمین می‌کند. به این معنی که وقتی کارخانه و شرکتی، کارگر یا کارمندی را استخدام کرد، دیگر تحت هیچ شرایطی قادر به اخراج یا برکناری او نیست. مگر آنکه در موارد اتهامهای کیفی کارگر و یا ورشکستگی شرکت باشد.

بر اساس این نظام، شرکت از بدو استخدام کارمند و کارگر، تضمین و تعهد می‌کند که در همه احوال، اعم از سود و زیان و رونق و کساد (تا زمانی که شرکت ورشکست و تعطیل نشده است) از کارکنان خود حمایت کرده و امکانات رشد و پیشرفت آنان را فراهم سازد.

بدیهی است در چنین شرایطی، کارکنانی که با این اطمینان خاطر مشغول کار می‌شوند، دیگر نگرانی و اضطراب از آینده و امکان بیکاری و مضمیفه زندگی را ندارند. بنابراین، با فراغت فکر و اندیشه‌ای آسوده و روشن، به هدفهای شرکت و مسائل اساسی و برنامه‌های

نظام مدیریتی ژاپن به گونه‌ای است که کارکنان ژاپنی هدف سازمان را هدف خود می‌دانند و با تلاش و همبستگی در راه اجرای این هدفها به پیش می‌روند. علت تلاش پیگیر کارکنان آن است که باور دارند هدفهای شخصی آنها در صورتی به دست خواهد آمد که شرکت محل کارشان به هدفهای خود برسد.

از سوی دیگر، اطمینان دارند که وقتی شرکت به هدفهای خود رسید، در سایه این موفقیت، کارکنان را نیز همراه و هماهنگ با خود به هدفهای شخصیشان نایل خواهند ساخت. پیدایش و وجود چنین باور و اطمینانی در بین کارکنان ژاپنی، بدون زمینه و علت نیست. در نظام مدیریت ژاپن برای تحقق این باور، اطمینان پیش‌بینی‌هایی را به عمل آورده و ابزارهایی را اعمال کرده است که عمده‌تاً به شرح زیر می‌باشند:

۱- استخدام مادام‌العمر: ۱۳

نظام مدیریتی ژاپن، کار تمام کارکنان را تا

ساختار شرکتهای ژاپنی و روشهای نظام مدیریتی آن، به گونه‌ای عمل می‌کند که کارکنان را با هدفهای شرکت به طور دقیق هماهنگ و همسو می‌سازد، به طوری که کارکنان ژاپنی، هدف سازمان را هدف خود می‌دانند و ضمن احساس غرور و سربلندی و رضایت از کاری که انجام می‌دهند، با تلاشی پیگیر و با همبستگی و سختکوشی در راه اجرای این هدفها پیش می‌تازند. علت تلاش پیگیر و مستمر کارکنان، آن است که آنان به این باورند که هدفهای شخصی و ملیشان در صورتی به دست خواهد آمد که شرکتهای محل کارشان به هدفهای خود برسد.

درازدت آن فکر می‌کند و تمامی توان و هوش و استعداد و ابتکار خود را در خدمت شرکتی که زندگی و آینده‌ی آنان را تضمین کرده است، به کار می‌گیرند.

۲- نظام ارشدیت: ۱۴

این نظام نیز با استفاده از روش ارزیابی متساوی برای همه کارکنان، سرنوشت آنان را با سرنوشت سازمان پیوند می‌دهد. براساس این روش، ملاک ارتقای کارکنان و رسیدن به پستها و مسئولیت‌های داخل شرکت میزان سابقه و تجربه افراد است. بنابراین همواره با سابقه‌ترین و مجرب‌ترین کارکنان در راس امور و بالاتر از سایر کارکنان قرار می‌گیرد و افراد تازه وارد و کم سابقه، هرگز نمی‌توانند زودتر از افراد ارشد خود ارتقاء یابند. حتی اگر افراد تازه وارد، از لیاقت و کاردانی بیشتری هم برخوردار باشند، باز هم طبق نظام ارشد بودن، باید زیر دست افراد با سابقه‌تر کار کنند.

با اعمال این روش، یک نوع همبستگی قوی بین مدیران و کارکنان سازمان به وجود می‌آید. کارکنان احساس تعلق، دلسوزی و دلبستگی عمیق شخصی نسبت به سرنوشت سازمان می‌کنند و مدیران ژاپنی نیز سعی می‌کنند تا از این علاقه و دلبستگی کارکنان در جهت مشارکت آنان در مسائل مختلف مدیریتی استفاده کنند.

نکته قابل توجه اینکه، مدیران شرکت، زمانی جزو کارکنان معمولی و عادی شرکت بوده‌اند. در آمریکا و اکثر کشورهای غربی، به ندرت اتفاق می‌افتد که شخصی به عنوان یکی از کارکنان معمولی وارد شرکت شود و مدارج ترقی خود را تا سطح مدیریت همان شرکت طی کند.

امکانات و امتیازهای کارکنان و نقش آنان در پیشرفت صنایع ژاپن:

همان‌طور که گفته شد، قلب تپنده موسسه‌های ژاپنی، کارگران و کارکنانی هستند که در تمام امور موسسه همفکری و مشارکت دارند. در ژاپن، هر کدام از کارکنان و

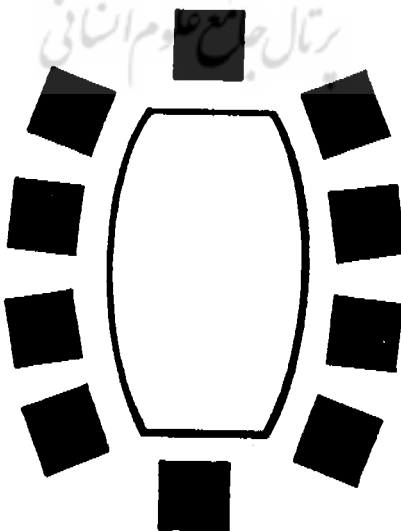
سهامداران از وضع و شرایطی برخوردار می‌باشند که در کشورهای غربی، مختص طرف مقابل است.

کارگران و کارکنان صنایع و کارخانه‌های ژاپنی، یعنی گروه عظیمی که چرخهای صنعت و تولید را به حرکت درمی‌آورند، اعضای اصلی شرکت‌های ژاپنی به شمار می‌روند و از وضعیت خاصی برخوردارند. وضعیت این کارکنان، با مجموع شرایط کار و محیط آنان و عاملها و امکاناتی که در اختیار دارند، درست نقطه مقابل وضعیت سهامداران ژاپنی است که ناچیز می‌باشد و این برخلاف وضع صاحبان سرمایه و سهام در کشورهای غربی است که به نسبت سرمایه خود، در امور شرکت مداخله مستقیم می‌کنند و مدیریت شرکت را اصولاً حق انحصاری خود می‌دانند.

معیارهای ترفیع در موسسه‌های ژاپنی:

از آنجا که کارکنان جزو جدانشدنی از جامعه زمان هستند، ترفیعا به گونه‌ای انجام می‌شود که همه آن را منصفانه و عادلانه بدانند. در ژاپن، معیار ترفیع معمولاً شامل ترکیبی از موارد زیر است:

- ۱- استحقاق.
- ۲- ارشدیت (ارشد بودن).
- ۳- سوابق تحصیلی.



عامل پاداش و تشویق:

اعطای پاداش‌های غیرنقدی در نظام بهره‌برداری ژاپنی جایگاهی ویژه داشته، عاملی برای دلگرمی کارمندان و کارگران به شمار می‌آید. تحقیقات بیشتر، حاکی از آن است که بسیاری از سازمانها و شرکت‌های ژاپنی، موفقیت خود را اکثراً مرهون پاره‌ای از تقویت‌های روحی، چون تشویقها از قبیل تشویق‌های حضوری و شخصیت دادن به کارمندان و کارگران می‌دانند برخی از شرکتها نیز به کارگران و اعضای گروه‌های کنترل کیفیت، پاداشهای نقدی می‌دهند هر چند میزان این پرداختها، گهگاه ناچیز نیز هست.

به طور نمونه، در کارخانه‌ی تلویزیون‌سازی «ماتسوشیتا» کارگری وسیله‌ای را ابداع کرد که تحولی در عمل لحیم‌کاری بردهای تلویزیون بود. پیشنهاد او با کسب ۵ امتیاز از مجموع ۸ امتیاز، تنها، پاداشی معادل ۱۳ دلار نصیب وی کرد. کارگر دیگری در ازای ۶۰ پیشنهاد پذیرفته شده در عرض ۱ سال، در مجموع ۱۰۰ دلار پاداش گرفت. یعنی: کمی بیشتر از ۱/۵ دلار برای هر پیشنهاد.

پاداشهای نقدی به عنوان نشانه و سمبل از تقدیر، کاربردی عمومی دارد و سطح آن برای بهترین پیشنهادی که ممکن است به تثبیت نیز برسد از ۶۰۰ دلار تجاوز نمی‌کند.

برخی از شرکتها بر انواع دیگری از پاداشها نیز تاکید دارند^{۱۵}. به عنوان مثال در کارخانه‌ی «هوندا»، در بالای سر هر کارگر کارت‌های کوچک مستطیلی شکلی از سقف آویزان است که در ازای ارائه هر پیشنهاد به وی داده می‌شود. زمانی که مجموع کارتها به ۵۰ رسید، یک کارت طلایی به آنان اهدا می‌شود^{۱۶}. مدال، پلاک، کارت تشویق و... از جمله چیزهایی است که برای ایجاد انگیزه در افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد.

آیا کارتهای آویخته از سقف، مدالها و پلاکها، ملاقات با مدیران رده بالا، چاپ فعالیتها در نشریات و... به واقع می‌توانند مکانیسمی برای انگیزش باشند؟

در نظام مدیریت ژاپنی ملاک ارتقای کارکنان و رسیدن به پستها و مسئولیتهای بالاتر، میزان سابقه و تجربه افراد است. بنابراین همواره با سابقه‌ترین و محبوبترین کارکنان در راس امور و بالاتر از سایر کارکنان قرار می‌گیرند و افراد تازه وارد و کم سابقه هرگز نمی‌توانند زودتر از افراد ارشد خود ارتقاء یابند.

تهیه شده است، به صبح می‌رسانند. هر چند دستمزدشان بر مبنای ارشد بودن، افزایش پیدا می‌کند، اما دریافتی آنان کمتر از همکارانشان از بخش خصوصی است. اتاق کارشان نیز ساده است.

سن بازنشستگی برای اداریان نخبه بدون استثنا، حداکثر اواسط ۵۰ سالگی است. اداریان عادی، گاهی حتی بعد از ۶۵ سالگی نیز به کار خود ادامه می‌دهند.

آن روحی که ۵۰۰ نخبه وزارتخانه‌ای را به هم پیوند می‌دهد^{۲۳}، بر این احساس مبتنی است که همگی رسالت و مأموریتی گروهی برای خود قایلند. این نخبگان از فشارهای سیاسی درامان نیستند، اما به هیچ وجه تردیدی به خود راه نمی‌دهند، که باید در برابر سیاستمدارانی که سد راه تحقق رسالتشان می‌شوند، با یکدیگر متحد شوند. مسئولیت توفیق در هر امر مهمی، با واحدی است که مسئول آن کار است و همه‌ی افراد واحد، براساس سهمی که واحد آنان در پیشبرد امور وزارتخانه‌ها داشته‌اند، مورد داوری قرار می‌گیرند، مقامهای بالاتر، به فردی که علاقه و همکاری همکاران را نمی‌تواند به خود جلب کند، ترفیع نمی‌دهند. زیرا ارزش هر فرد برای واحدش را توانایی وی در همکاری موثر با همکاران، با مقامهای بالاتر و با زیردستان تعیین می‌کنند.

در طول سالیان متمادی، اداریان تراز اول با همسالان خود در دیگر وزارتخانه‌ها و وزارتخانه خود، مدارج ترقی را همزمان می‌پیمایند و روابط نزدیکی برقرار می‌کنند. در بسیاری از موارد، این ارتباط بین هم‌دوره‌ای‌های دانشکده حقوق دانشگاه «توکیو» یا حتی بین همشاگردیهای معدودی از دبیرستانهای نخبه، آغاز می‌شود. البته نزدیکی و صمیمیت میان اداریان وزارتخانه‌های مختلف به ندرت در همان سطح نزدیکی و صمیمیت میان اداریان داخل وزارتخانه است. وقایع و جلسه‌های رسمی و غیررسمی امکان می‌دهد تا نخبگان وزارتخانه‌ها همدیگر را بهتر بشناسند. این امر، سطحی از تفاهم و تبادل

در معابر عمومی، از جامعه‌ی ژاپن ریشه‌کن شده است.

۹- کارکنان تراز اول^{۲۴}، بدون استثنا از بهترین دانشگاهها فارغ‌التحصیل شده‌اند. فارغ‌التحصیلان ممتاز داشکده حقوق^{۲۱} از معتبرترین وزارتخانه‌ها (دارائی، صنایع و بازرگانی بین‌المللی و امور خارجه) و سازمان (برنامه‌ریزی اقتصادی، محیط‌زیست و سازمان ملی زمین) به کار مشغول می‌شوند. البته به شسروط آنکه در امتحان ورودی کتبی وزارتخانه‌ها قبول شوند و در مصاحبه‌ها از خود وقار، تعادل، وسعت‌نظر و توان تعهدپذیری نشان دهند.

۵۰۰ اداری که در سطح نخبگان خاص یک وزارتخانه قرار دارند، برحسب ارشدیت طبقه‌بندی شده‌اند. ارشد بودن بر مبنای سال ورود به وزارتخانه است. طبق سنت اداری در ژاپن، آنان هر صبح ساعت ۱۰، یک ساعت یا بیشتر، دیرتر از کارکنان عادی وزارتخانه در محل کار خود حاضر می‌شوند. کارکنان معمولی ساعت ۵ یا ۶ محل کار خود را ترک می‌کنند در حالی که نخبگان به ندرت قبل از ساعت ۹ یا ۱۰ شب از محل کار خود خارج می‌شوند.^{۲۲}

به سختی یک اداری معمولی را می‌توان واداشت شنبه‌ها (اولین روز تعطیل آخر هفته) بدون دریافت امتیاز خاصی کار کند. اما اداریان نخبه که رسماً از آنان انتظار نمی‌رود روزهای تعطیل کار کنند، به ندرت شنبه‌ها غیبت می‌کنند و کمتر پیش از ساعت ۲ یا ۳ بعداز ظهر محل کار خود را ترک می‌کنند. آنان همیشه برای انجام مسئولیت و کار اضافی آمادگی دارند و هرگاه کار، بسیار سنگین شود، حتی شب را در وزارتخانه بر روی تخت خوابهای سفری خاص که به همین منظور

به نظر آقای «هیرو تاکاتا کوچی»^{۱۷} «از آنجا که اعطای پاداش برای تشویق و نیز شخصیت دادن به کارگر به عنوان یک اصل، جزو جداناپذیر از نظام بهره‌وری ژاپنی شده، بدیهی است که در تاثیر آن به افزایش بهره‌وری و ارتقای روحی کارکنان تردیدی وجود ندارد»^{۱۸}

خصوصیات کارکنان ژاپنی:

- ۱- علاقه‌ای به محدود کردن کار خود ندارند.
- ۲- ابتکار را دوست دارند.
- ۳- فاقد تکبر و جاه‌طلبی هستند.
- ۴- رعایت و اجرای قوانین و احترام به مقررات کشور را به صورت یک عادت درآورده‌اند.
- ۵- احترام به بشریت و انسانها و همکاران.
- ۶- تشنه فراگیری و به کارگیری تجربه‌های مفید می‌باشند - یک کارمند در خارج از محیط کار خود به طور دایم در جستجوی فرصتی است تا آنچه را که به درد کارش می‌خورد، بیاموزد.
- وی، در عین حال سعی دارد چیزهای مهمی را که به ظاهر، رابطه‌ی فوری به کارش ندارد، اما ممکن است در درازمدت مفید باشد یاد بگیرد. این تمایل شدید به یادگیری را از تیراهای زیاد روزنامه‌های آن کشور می‌توان دریافت. هر کدام از ۲ روزنامه پرفروش ژاپن، تیراژی حدود ۶ میلیون دارد که از پرفروش‌ترین یومیه‌های آمریکایی هم، بالاتر است.^{۱۹}
- ۷- از تجربه‌های تلخ سایر کشورها استفاده می‌کنند و مانع تکرار آنها در کشور خود می‌شوند.
- ۸- می‌توان گفت: اعتیاد، اختلاس، نزاع

اطلاعات را ممکن می‌سازد و پیش‌بینی صحیح اعمال و واکنشهای دیگر وزارتخانه‌ها را آسان می‌کند. اداریان تراز اول هر وزارتخانه، با رسیدن به سن ۴۰ سالگی، سعی می‌کنند فرصتهایی برای معاشرت با اداریان تراز اول همسان گروه سنی در دیگر وزارتخانه‌ها، فراهم آورند. زیرا این امر باعث می‌شود کارها با سهولت بیشتری انجام شود. این افراد وقتی به پستهای به واقع بالا، دست یافتند. این امر اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

چگونگی ایجاد انگیزه و بالا بردن روحیه در میان کارکنان

امنیت شغلی، استعداد و ریشه‌های فرهنگی و قومی ژاپن، نخبگان را قادر می‌سازد آنچه را که صلاح ملت است به طور کلی مدنظر داشته باشند. همچنین اداریان ژاپنی، دائماً با روزنامه‌نگاران، سیاستمداران و شوراهای رسیدگی تشکیل جلسه می‌دهند. این جلسه‌ها آنان را وادار می‌کند که عملکرد و برنامه‌ریزی وزارتخانه‌ی خود را توجیه کنند.

غالباً رهبران تراز اول، در جلسه‌های بین وزارتخانه‌ای گردهم جمع می‌شوند. مانند، جلسه‌های هفتگی معاونان اداری وزارتخانه‌ها که در آنجا مسائل مشترک مطرح می‌شود. معاونان اداری وزارتخانه‌ها برای حفظ اعتبار و حیثیت وزارتخانه خود در چنین جلسه‌هایی باید پاسخگوی خواسته‌های مردم و دیگر وزارتخانه‌ها باشند. آنان کلاً از چنان اقتدار و موقعیتی برخوردارند، که نیازی نیست حالت دفاعی به خود بگیرند. عملکرد آنان در حوزه فعالیتشان دائماً ارزیابی می‌شود و هر وزارتخانه‌ای تلاش می‌کند تا دستاوردهایش را به اطلاع عموم برساند.

ژاپنی‌ها چگونه روحیه کارکنان خود را افزایش می‌دهند؟
از آنجا که نخبگان در سنین پایین بازنشسته

می‌شوند، قدرت، قدرت، بدون استثنا در دست مقامهای جوانی باقی می‌ماند که در جوانی انتظار دارند آنقدر زنده بمانند تا آثار فعالیتها و سیاستهای خود را به چشم ببینند. همچنین در گروه کوچک نخبگان که تماسهای شخصی نزدیکی دارند، اعتبار و حیثیت همکاران از اهمیت ویژه‌ی برخوردار است و حفظ این حیثیت، تنها از طریق کار سخت و حساس بودن نسبت به دیگران ممکن است.

اداریان نخبه از اعتبار اجتماعی برخوردارند. که در نتیجه‌ی آن، از پرداختن به منافع شخصی خود فراتر می‌روند. البته خانواده‌های این نخبگان از مزایای پایگاه اجتماعی ایشان بهره می‌برند و در موقعیت آنان شریک می‌شوند. در مقابل، حمایت خود را

هم نسبت به ایشان نشان می‌دهند و ساعت‌های کار طولانی و فوق‌العاده زیاد آنان را تحمل می‌کنند.

داشتن هدف کار با کیفیت برتر و ایجاد غرور در کارمندان:

«تمامی عملکردهای خوب با هدفهای خوب آغاز می‌شود.»

هدف ژاپنی‌ها، ارائه کار و محصول با کیفیت بالا می‌باشد. از سوی دیگر، یکی از مواردی که مدیران می‌توانند در بین کارمندان خود ایجاد کنند که به افزایش کارایی و کار با کیفیت کارمند منجر خواهد شد، ایجاد احساس غرور و افتخار از کار می‌باشد. این غرور چه موقع حاصل می‌شود؟

از دیدگاه مصرف‌کننده، داشتن غرور نسبت به کیفیت و طرز کار، با ارائه فرآورده‌هایی برتر و خدمات‌هایی بهتر، آغاز می‌گردد که این موارد برای هر شرکتی، هدفهایی مطلوب است. از دیدگاه مدیر،

یک کارمند در خارج از محیط کار خود به طور دائم در جستجوی فرصتی است تا آنچه را که به درد کارش می‌خورد بیاموزد. این تمایل شدید به یادگیری را از تیراژهای زیاد روزنامه‌های آن کشور می‌توان دریافت.

اعطای پادشاهی غیرنقدی در نظام بهره‌برداری ژاپنی جایگاهی ویژه داشته، عاملی برای دلگرمی کارمندان و کارگران به شمار می‌آید. کارمندان ژاپنی تشنه فراگیری و به کار بستن تجربه‌های مفید می‌باشند.

کارکنانی که به خودشان امیدوارند و غرور ذاتی و حس احترام به نفس دارند، افراد مولدتری می‌باشند. میان کیفیت فرآورده‌های یک شرکت و غرور کارکنان و همان‌طور کار با کیفیت کارکنان یک سازمان و غرور کارمندان آن، پیوندی آشکار وجود دارد. کنترل کیفیت فراگیر (TQC) یکی از شیوه‌های پر سروصدای مدیریت ژاپنی است که بیشتر کشورهای صنعتی و یا در حال صنعتی شدن جهان، در صدد انتقال آن به کشور خود می‌باشند. کسب توفیق چشمگیر در زمینه کنترل کیفیت، ناشی از روحیه گروه‌گرایی به عنوان خصلت برجسته ژاپنی است.

ژاپن، از سال ۱۳۶۹ به عنوان یکی از پیشرفته‌ترین و موفق‌ترین کشورهای جهان از نظر کنترل کیفیت درآمد. صنایع ژاپن و موسسه‌های این کشور با برگزاری دوره‌های کارآموزی تخصصی متعدد و داشتن هدف کار با کیفیت برتر، سعی دارند این حس غرور را در کارمندان خود ایجاد کنند.

میزان افتخار اشخاص به کارشان، به‌طور مستقیم متأثر از این واقعیت است که جامعه چگونه آنان را درک می‌کند. همچنین این حس غرور سبب می‌شود که کارمندان نیز ضمن داشتن رضایت از اشتغال در این گونه سازمانها و موسسه‌ها و عضویت در گروه‌کاری آن، از هر فرصتی که برای صحبت در مورد شرکتشان پیش می‌آید استقبال کنند. موسسه جی.دی پاورز^{۲۵} که یک موسسه تحقیقاتی در صنایع اتومبیل‌سازی است می‌گوید:

«اتومبیل‌های هوندا از لحاظ دستیابی به رضایت مشتری در مقام اول سال ۱۹۸۶ قرار دارند، در حالی که این مقام در سال قبل به اتومبیل‌های مرسدس‌بنز تعلق داشت.»

معاون تدارکات هوندا در این باره می‌گوید:
«نتایج این رده‌بندی موجب می‌شود تا به

خود بیالم و بگویم واقعاً افتخار می‌کنم که اینجا هستم^{۲۶}». به قول کارمندان یکی از شرکتهای اتومبیل‌سازی ژاپن:

«ما موفقیت و امنیت شغلی خودمان را از طریق دستیابی به رضایت مشتری تحقق می‌بخشیم. کارکنان ما با این شعار زندگی می‌کنند: هر کس خود یک بازرس کیفیت است و به این دلیل است که در خط تولید اینقدر کم مشکل پیش می‌آید.

شعارهای کاری برنامه‌ی روزانه‌ی مدیران و کارگران ژاپنی:

شعار به اصطلاح هفت S (شامل موارد زیر) در مدیریت صنایع ژاپن حایز اهمیت است:

- ۱- کنار گذاشتن چیزهای غیرضروری (کلمه ژاپنی: SEIRI)
- ۲- گذاشتن هر چیز در محل خود (کلمه‌ی ژاپنی: SEITON)
- ۳- تمیز نگهداشتن محیط کار و تجهیزات

(کلمه‌ی ژاپنی: SEISO)

۴- بهداشت صنعتی (کلمه‌ی ژاپنی:

SEIKTSU)

۵- احترام به قوانین و مقررات و اجرای

دقیق آن (کلمه ژاپنی: SHITSUKE)

۶- برخورد احساسی و عاطفی در اجرای

قوانین (کلمه ژاپنی: SHIMARI)

۷- نپایش، هر روز صبح، قبل از شروع

کار، دور هم حلقه می‌زنند و ۱۰ دقیقه برای

نعمتهای اعطایی خدا را سپاس می‌گویند،

ضمن اینکه برای تحقق هدفهایشان با هم عهد

می‌بندند.

مزایای اعمال هفت اس (S)

- ۱- بالا رفتن روحیه و علاقه‌مندی کارمندان به محیط کار.
- ۲- بهبود ایمنی محیط کار.
- ۳- کاهش میزان خرابی ماشین‌آلات.
- ۴- کاهش هزینه‌ها.
- ۵- افزایش کارایی.
- ۶- تثبیت و بهبود کیفیت.
- ۷- اعمال و بهبود روش کنترل‌های مدیریتی، از طریق مشارکت گروهی، تقویت خودکنترلی همکاران.



آیا الگوی ژاپن همچنان موفق خواهد ماند؟

پرسشی که صاحب‌نظران ژاپنی و خارجی مطرح می‌کنند، این است که:

آیا، الگوی فعلی مدیریت ژاپنی در ۲۰ سال آینده نیز قابل اعمال و موفق است؟

آمریکاییها، معتقدند که رشد اقتصادی ژاپن با توجه به وجود رقاباتی مانند: کره، تایوان و... که سطح دستمزد پایینتری دارند و در نتیجه قادرند کالاها را با قیمت ارزانتر به بازارهای بین‌المللی عرضه کنند کاهش خواهد یافت و با کاهش نرخ رشد اقتصادی این کشور نظام مدیریتی آن شکننده خواهد شد و در نتیجه سازمانها و شرکتها قادر به استخدام تمام عمر کارمندان خود نخواهد بود. ضمن اینکه شرکتها بارشد کمتر، حتی کار کافی برای تمام کارمندان خود ندارند و بیکاری افزایش خواهد یافت.

از سوی دیگر، جمعیت بالای ۶۵ سال در طی ۲۵ سال گذشته در ژاپن، ۲ برابر شده است و اگر تصور کنیم که در طی ۲۵ تا ۳۰ سال آتی، جمعیت یاد شده دوباره ۲ برابر شود، هزینه‌های رفاهی آن کشور افزایش خواهد یافت. در نتیجه، لازم است مالیات بیشتری از مردم گرفته شود. لذا این دور تسلسل، باعث خواهد شد که مدیریت آن

کشور قادر به ادامه روند فعلی نگردد.

البته، تاکنون مدیریت ژاپن بسیار موفق بوده است و در ارتباط با مدیریت رفتار سازمانی، آن کشور توانسته جلوی نفوذ فرهنگ و طرز تفکر خارجی را بگیرد و آنچه به صلاح ژاپن می‌باشد در سازمانهای آن کشور اعمال کند.

نتیجه‌گیری

اصولاً، انسان، تحصیلات، وظیفه‌شناسی و کیفیت کار در فرهنگ ژاپن حایز اهمیت بسیاری است. این امر سبب شده که در محیط کار نیز مدیران و کارمندان هر یک در جایگاه خود منزلت خاصی داشته باشند و هر یک بدانند که بدون همکاری صمیمانه با یکدیگر کار پیش نمی‌رود. لذا می‌بینیم که مدیران، کارمندان خود را به عنوان بزرگترین سرمایه‌های خود محسوب می‌کنند و آنان را طوری آموزش می‌دهند که در آینده بتوانند مدیر باشند. کارمندان نیز معتقدند که پیروی از نظریه‌های مدیران به نفع سازمان در نتیجه به نفع خود آنان است. با این طرز تفکر، محیط کار، محیطی صمیمانه و سراسر توأم با تلاش برای بهبود کیفیت کار و افزایش بهره‌وری خواهد بود. به عبارت دیگر، موفقیت نظام بهره‌وری ژاپن را تنها حاصل پشتکار و

خوشفکری کارمندان کارگر ژاپنی نمی‌توان به حساب آورد، بلکه آن را بیشتر، نتیجه‌ی کوششهای صادقانه مدیریت سازمانها و شرکتها باید دانست.

اگر چه راز موفقیت مدیریت ژاپنی توجه به عاملهای پنجگانه:

نیروی انسانی، کیفیت، گروه‌های کنترل کیفیت، پاداش و تشویق و مدیریت دلسوز می‌باشد، لکن هنر اصلی مدیریت ژاپنی را در طرز چیدن عاملها در کنار هم و استفاده بهینه از آنان باید دانست. به طور کلی، ویژگیهای نظام مدیریت، رفتار سازمانی در ژاپن، شامل موارد زیر است:

- ۱- استخدام تضمین شده و مادام‌العمر.
- ۲- مشارکت کارکنان در مسایل سازمان.
- ۳- اهمیت کیفیت کار.
- ۴- کنترل کیفیت به عنوان مسئولیتی فردی.
- ۵- حاکمیت قوی مدیریت.
- ۶- توجه تقریباً پدرانیه مدیران نسبت به رفاه کارکنان.
- ۷- برنامه‌ریزی دقیق.
- ۸- تصمیم‌گیری و مسئولیت گروهی.
- ۹- دستیابی سهل و آسان به مدیران ارشد.
- ۱۰- عدم وجود فاصله طبقاتی قابل توجه بین مدیر و کارمند.

بقیه از صفحه ۵۲

با توجه به کوتاهی زمان نگهداری لیموترش در فروشگاه و خصوصاً لزوم حفظ رنگ سبز آن اغلب لیموترش‌های وارداتی از طریق خطوط هوایی وارد شده و مقدار کمی از آن از طریق راههای دریایی وارد می‌گردد.

سازمان بین‌المللی استاندارد، ضوابط استاندارد این کالا را در راهنمای انبارداری مرکبات تحت شماره ISO ۳۶۳۱، منتشر نموده است.

شرایط بسته‌بندی و کیفیت

بسته‌های لیمو باید به طریقی ساخته شود که به مقداری امکان تهویه هوا موجود باشد. لیموترش معمولاً به طریق فله بسته‌بندی می‌شود، اما گاه ممکن است آنرا در بسته‌بندی یک ردیفه روی شانه نیز قرار داد. بسته‌بندی‌های فله لیموترش شیرازی معمولاً در بسته‌هایی به وزن

خالص چهار کیلو (۴۸ عدد) تهیه می‌شود، اما بسته‌بندی‌های ۲ تا ۵ کیلوگرمی نیز در بازار وجود دارد.

در مورد بسته‌بندی‌های فله (در حد نیاز مصرف‌کننده) ترجیح معینی در بازار وجود ندارد، اما اغلب بسته‌بندی‌های بزرگتر در حدود ۴ تا ۵ کیلوگرم بخاطر امکان تغییر رنگ آن از سبز به زرد، مورد استقبال کمتری واقع می‌شود. در بسته‌بندی لیموترش معمولاً از منقسم استفاده نمی‌شود اما به خاطر افزایش مقاومت عمودی در دوره انبارداری از منقسم‌های (H) استفاده می‌شود.

تقریباً هر چهار کیلوگرم لیموترش به حجمی در حدود ۸/۵ لیتر برای بسته‌بندی احتیاج دارد.

در مورد کیفیت لیموترش، ضوابط بین‌المللی استاندارد منتشر نشده است. علیرغم این امر در هر بسته، کالا باید تازه و از نظر شکل ظاهری یکپوخت و یک اندازه و یک رنگ باشد.

هدف محسوب می‌شوند و تصمیمات محافل و مجامع بین‌المللی، صادرات نفت ایران همیشه در معرض خطر و تهدید به قطع است و در این بین تنها منبع تامین ارز، صادرات نفتی است.

در طول پنج سال برنامه اول توسعه اقتصادی و اجتماعی ایران (۱۳۷۲-۱۳۶۸)، صادرات غیرنفتی ایران در حدود ۶۶ درصد از حجم بیش‌بینی شده را پوشش داد و به ۱۱/۷ - میلیارد دلار رسید.

یک بررسی دیگر نشان می‌دهد در فاصله سالهای ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۰ جمع کل صادرات غیرنفتی حدود ۸/۱ میلیارد دلار بوده که در برابر آن ۸۶/۵ میلیارد دلار کالا به کشور وارد شده است یعنی در برابر هر یک دلار صادرات غیرنفتی، ۹/۳ دلار واردات داشته‌ایم.

در این شرایط و برای کم کردن فاصله صادرات از واردات باید به کیفیت اندیشید. کیفیت در صدر عوامل موثر در فروش کالاهای صادراتی است. کالایی در بازارهای جهانی می‌تواند با رقبای خود هم‌اوردی نماید که از نظر کیفیت و قیمت در حدود قابل قبول بازار باشد.

کیفیت، مجموعه‌ای از صفات و ویژگی‌های مورد انتظار مصرف‌کننده است که اگر در کالایی موجود باشد باعث تامین رضایت او و مالاً تحقق اهداف فروش است.

یکی از ویژگی‌های مورد انتظار مصرف‌کننده، بسته‌بندی صحیح و علمی است که علاوه بر حفاظت کالا در برابر عوامل خارجی مانند ضربه و فشار باید بتواند ارتباط لازم از نظر تجاری و عاطفی را بین تولیدکننده و مصرف‌کننده برقرار نماید. همچنین تبعیت کالا از ضوابط و استانداردهای بین‌المللی نیز از انگیزه‌های موثر خریدار در خرید و مداوم رابطه تجاری با موسسه یا کشور تولیدکننده آن کالا است.

کلیات:

بسته‌بندی به معنی تهیه ظرف، پوشش یا هرگونه محافظی است که سلامت و امنیت کالا را در فاصله تولید تا مصرف یعنی در طیف مراحل بازاریابی کالا حفظ یا تامین نماید. این تعریف، یک تعریف کلاسیک ولی اصولی و اساسی است زیرا فقط به پوشش حفاظتی کالا اشاره داشته و نقش ارتباطی آن را نادیده گرفته است به همین علت در تعاریف جدید به دو وظیفه حفاظتی و ارتباطی بسته اشاره می‌شود.

بسته‌بندی، مانند لباس یک کالا و به مثابه چهره آن و عامل ایجاد انگیزه در خریدار و پیام‌رسان است و بسته‌بندی در حکم یک حلقه ارتباطی بین تولیدکننده و مصرف‌کننده است زیرا به کمک بسته می‌توان اطلاعات لازم در مورد کیفیت، قیمت، نحوه استعمال، روش‌های نگهداری و اطلاعات ایمنی و بهداشتی را به مصرف‌کننده رساند.

اهمیت بسته‌بندی در مورد کالاهای کشاورزی تا آنجاست که در صورت حذف آن در حدود نیمی از تولیدات کشاورزی و غذایی نه تنها نمی‌تواند به دست مصرف‌کننده برسد، بلکه در صورت رسیدن به دست مصرف‌کننده نیز کیفیت خود را از دست خواهد داد.

نگاهی به صنایع تبدیلی کشاورزی و تولیدات و فرآورده‌های غذایی نشان می‌دهد در صورت بسته‌بندی صحیح و محافظت از کالا به کمک بسته‌بندی می‌توان کالاهای بیشتری را در مدت بیشتر و با شرایط بهتر به بازار عرضه نمود.

سهم هزینه‌های بسته‌بندی در ارزش تولیدات هر جامعه یا هر بنگاه نشان دهنده اهمیت بسته‌بندی در آن صنعت یا در آن جامعه است. همچنین هزینه‌های بسته‌بندی مواد غذایی معمولاً بیشترین سهم را در کل هزینه‌های بسته‌بندی یک جامعه دارد، و از همین جا است که اهمیت



گفتاری در مورد:

استاندارد و بسته‌بندی

مرکبات

از: محمد بلوریان تهرانی

مقدمه:

براساس محاسبات انجام شده، اقتصاد جمهوری اسلامی ایران با وجود استعدادهای بالقوه کشاورزی، غنای معادن، نیروی انسانی جوان و آماده جذب و بالاخره شرایط آب و هوایی مناسب تا حد ۸۵ درصد وابسته به صدور نفت است.

از جانب دیگر، با وجود تحریم‌های سیاسی و اقتصادی، اعمال سیاست‌های حمایتی به نفع کشورهایی که از نظر صادرات ایران، کشور

صنایع تبدیلی کشاورزی در رشد صنایع بسته‌بندی آشکار می‌شود. بد نیست بدانید برابر ارقام مربوط به تولیدات سال ۱۹۸۷ وزن کل تولیدات صنعتی و کشاورزی در کشور ژاپن در حدود ۳۰۰ میلیون تن و در ایران در حدود ۴۵ میلیون تن بوده یعنی تولیدات ژاپن ۶/۶ برابر بیشتر از ایران بوده است که این رقم در مقایسه با وزن تولیدات و ملزومات بسته‌بندی در این دو کشور معنی پیدا می‌کند.

در سال ۱۹۸۷، وزن کل تولیدات و ملزومات بسته‌بندی از قبیل ظرفهای پلاستیکی، نوار چسب، جعبه، صندوق، کارت، پاکت، کاغذهای چندلای ضد آب، حلب، ورق، شیشه، بطری، کیسه، تسمه، سوزن دوخت، چسب مایع و... در ایران ۷۵۰ هزار تن بوده و رقم متناظر آن در ژاپن در حدود ۱۹ میلیون تن بوده است، یعنی تولید ملزومات بسته‌بندی مصرف شده در ژاپن ۲۵ برابر ایران بوده در حالیکه تولیدات اصلی کمتر از ۷ برابر بوده و بدین ترتیب مشخص می‌گردد در ژاپن کالاهای بسته‌بندی شده چهار برابر بیشتر از ایران بوده است. در همین مقایسه، اگر تولید ملزومات بسته‌بندی مواد غذایی را مورد مطالعه قرار دهیم، رقم ۵۵۰ هزار تن در مورد ایران و ۵ میلیون تن برای ژاپن بدست می‌آید، یعنی در حدود ۷۳ درصد از تولید ملزومات بسته‌بندی در ایران به مصرف مواد و صنایع غذایی می‌رسد. و متشابهاً رقم متناظر برای سهم تولیدات لوازم بسته‌بندی در صنایع غذایی در ژاپن نسبت به کل ۲۶ درصد محاسبه می‌شود ولی این رقم بدان معنی نیست که در ژاپن تولیدات کمتری برای بسته‌بندی مواد غذایی به کار گرفته می‌شود بلکه موید آن است که کل تولیدات ملزومات بسته‌بندی (مخرج کسر) بسیار بزرگتر است.

بسته‌بندی محصولات کشاورزی و مرکبات نقش مهمی در افزایش ارزش افزوده در این صنعت دارد، اقلامی مانند میوه‌ها و خشکبار در صورت انجام عملیاتی مانند سورتینگ (Sorting)، شستشو، گندزدایی، تغیر رنگ، تغیر بو، انجماد و بسته‌بندی می‌تواند تا حدود صددرصد

بهای ماده خام افزایش ارزش یابد. همچنین بسیاری از میوه‌ها در صورت تبدیل به کنسرو، مارملاد، کمپوت، نکتار و بسته‌بندی، بیش از صددرصد افزایش ارزش خواهند یافت و بدیهی است برای جامعه‌ای که صادرات در آن نقش حیاتی دارد، افزایش ارزش افزوده کالاهای صادراتی تا چه میزان در تحصیل ارز موثر است.

مرکبات ایران

مرکبات از میوه‌هایی است که به خاطر عدم تناسب شرایط آب و هوایی ایران و راندمان پایین به سختی می‌تواند موفقیت موفقی از نظر بازرگانی بدست آورد. سابقه غرس مرکبات در ایران به حدود هفتاد سال پیش برمی‌گردد ولی متأسفانه پس از هفتاد سال این گروه از محصولات باغی هنوز با راندمان متوسط ۱۴ تن در هکتار در سطح کشور و قیمت نسبتاً گران نتوانسته است بعنوان میوه‌ای که با هر درآمدی قابل اتباع باشد شناخته شود.

ارقام جدول ۱ نشان دهنده مصرف سرانه حدود ۵۰ کیلوگرم انواع مرکبات اعم از پرتقال، نارنگی، نارنج، لیمو ترش، لیموشیرین و گریپ‌فروت است که به دلیل فقدان آمار تفکیکی و مشخص نبودن سهم مصارف صنعتی از مصارف خانگی نمی‌توان به این رقم اعتماد کرد و شاید بتوان با رقم سرانه ۲۵ کیلوگرم در سال یا تقریباً ۲ کیلوگرم برای هر نفر در ماه موافقت نمود.

با این که در شمال کشور اقتصاد مناطقی مانند تنکابن، نوشهر، و رامسر شدیداً وابسته به مرکبات است ولی کثرت باغات کوچک ۲،۱ یا ۳ هکتاری، فقدان مکانیزاسیون، بسته‌بندی غلط و غیر بهداشتی، فقدان عملیات آماده‌سازی و... چشم‌انداز امید بخشی را بوجود نمی‌آورد.

از جانب دیگر صنایع تبدیلی مرکبات مانند صنایع تولید آب میوه، نکتار و کستانتاره بسیار محدود هستند و ذائقه ایرانی نیز با مواد افزودنی و شیمیایی سازگار نیست.

اطلاعات	استان‌ها	گیلان	مازندران	کل کشور
سطح زیر کشت (هکتار)		۶۵۰۰	۸۰۵۰۰	۲۱۴۱۰۰
برداشت مرکبات (تن)		۹۹۳۹	۱۶۴۲۷۴	۳۰۷۱۰۰۰
راندمان تن/هکتار		۱۵	۲۲/۵۰	۱۴

منبع: آمار نامه‌های کشاورزی سالهای مختلف (آخرین: ۱۳۷۱)



از نظر صادرات، لیموشیرین ایران به دوبی، کویت و آلمان راه یافته، نارنگی به دوبی، ترکیه و شوروی سابق صادر شده و پرتقال نیز به دوبی، امارات، افغانستان، کویت، رومانی و شوروی سابق صادر گردیده است. ولی ارزش صادرات مرکبات ایران ناچیز و در سال ۱۳۷۱ فقط در حدود ۳۶ میلیارد ریال بوده است.

انتظار می‌رود با بهبود شرایط بسته‌بندی و نگهداری و عملیات سورتینگ بتوان سالانه از ۳ میلیون تن تولید ۸۰۰۰۰۰ تن از این محصولات را به خارج صادر نمود یعنی درست به همان میزانی که در سال به علل مختلف ضایع می‌گردد.

- مهم‌ترین مشکلات بازرگانی مرکبات را می‌توان شرح زیر برشمرد:
- ۱- ضایعات بسیار زیاد که در سطح مملکت و به طور متوسط به حدود ۲۵ درصد می‌رسد.
 - ۲- ابعاد کوچک باغات.

- ۳- مشکلات مالی باغداران در رابطه با عدم انجام عملیات آماده‌سازی محصول.
- ۴- فقدان آموزش.
- ۵- استفاده از کیسه‌های P.E.
- ۶- عدم شیوع استفاده از کیسه‌های توری یا سایر بسته‌بندی‌های مناسب.
- ۷- فقدان سردخانه کافی در مناطق عمده تولید.
- ۸- ظرفیت بسیار پایین صنایع تبدیلی مرکبات.
- ۹- فقدان تشکیلات صنعتی حمایت‌کننده.
- ۱۰- و بالاخره عدم انجام فعالیت‌های بازاریابی.

انواع بسته‌بندی از نظر اندازه الف - بسته‌بندی‌های مخصوص حمل و نقل

بسته‌های مخصوص حمل و نقل به صورت انواع جعبه‌های چوبی، صندوق‌های فلزی، پالت، کارتن و دیگر وسایلی مانند فله برها، تانکرها و کانتینرها دیده می‌شوند. در بسته‌بندی‌های حمل و نقل عمدتاً به وظیفه حفاظت از کالا و مصون نگهداشتن آن از ضربه، فشار، ارتعاش حرارت، رطوبت و... توجه می‌شود و طراحی بسته‌ها باید به گونه‌ای صورت گیرد که کالای مطروف آن در فاصله تولید تا مصرف (نهایی) از صدمات احتمالی مصون بماند. بدیهی است وقتی تولیدکننده منحصر به فرد یا تولیدکنندگان انگشت شماری در دنیا وجود دارند که با برخورداری از یک وضعیت انحصاری یا شبه انحصاری کالای خود را حداقل تا فاصله‌ای در حدود ۱۲۰۰۰ مایل یعنی بیش از ۱۹۰۰۰ کیلومتر که در حقیقت نیم دور کره زمین است، ارسال می‌دارند، بسته‌های محتوی کالا باید بتوانند در چنین فاصله‌ای که متضمن چندین باره، بارگیری و تخلیه در بندر، فرودگاهها، ترمینالهای زمینی، انبارها و دیگر ایستگاههای عملیاتی باشد در مقابل عوامل محیطی و حوادث و اتفاقات مقاومت نمایند.

بسته‌بندی‌های مصرف‌کننده

بسته‌بندی مصرف‌کننده به بسته‌ای اطلاق می‌شود که حاوی مقادیر متعارفی از یک کالا بوده به نحوی که در مدت معقولی نیازهای مصرف‌کننده را تأمین و کالای مطروف با فساد و تغییر فرمول و تغییر کیفیت مواجه نگردد.

بسته‌بندی مصرف‌کننده به لحاظ اینکه در محل زندگی یا محل کار مشتری استقرار می‌یابد در حکم سفیر یا نماینده تولیدکننده است و با استفاده از این موقعیت می‌توان از آن بعنوان عامل یا حامل پیام‌های تبلیغاتی، وسیله ارسال اطلاعات، وسیله جمع‌آوری نظریات و پیشنهادات و بالاخره وسیله یادآوری نام، پیام و شعار بنگاه تولیدی یا مزرعه کشاورزی استفاده کرد.

بدیهی است وظیفه حفاظت کالا کماکان در بسته‌بندی‌های مصرف‌کننده نیز وجود دارد ولی نقش ارتباطی آن واجد اهمیت بیشتری است.

بطور خلاصه صفات و مشخصات بسته‌های مصرف‌کننده را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- حاوی مقدار معقولی از کالای مصرفی باشد.
- به راحتی بتوان آن را باز و بسته نمود.
- انتقال پیام با استفاده از اعداد، اشکال، تصاویر، شعار و علائم

- روی آن به راحتی میسر باشد.
- بتوان کالا را به کمک آن نمایش داد.
- بتوان سریعاً آن را از بین برد تا باعث آلودگی محیط‌زیست نشود.
- حمل و نقل آن به راحتی و بدون خطر صورت گیرد.
- بتوان از آن بعنوان یک رسانه موفق استفاده نمود، به طوری که انتقال پیام باعث تحریک تقاضا و تصمیم به خرید گردد.
- باعث تغییرات فیزیکی و شیمیایی کالا نشود.
- ضربه و فشار را به داخل بسته منتقل نکند.
- در بیننده ایجاد اعتماد کند.
- از نظافت لازم برخوردار باشد.
- اطلاعات مربوط به تولیدکننده و توزیع‌کننده را دارا باشد.
- روش نگهداری روی آن درج شده باشد.
- دارای علائم ایمنی و بازرگانی باشد.

آماده‌سازی کالا

با توجه به اینکه یکی از اهداف بسته‌بندی، حفاظت از کالا در مقابل عوامل فیزیکی و شیمیایی مانند ضربه، فشار، تغییرات، درجه حرارت، متصاعد شدن گازها، و بالاخره نفوذ باکتری‌ها می‌باشد، ضرورت دارد قبل از بسته‌بندی کالا، عملیات آماده‌سازی کالا روی آنها انجام شود، این عملیات که معمولاً در کارگاه‌های آماده‌سازی و بلافاصله پس از چیدن میوه‌ها صورت می‌گیرد شامل موارد زیر است:

- شستشو
- خشک کردن
- واکس زدن یا ایجاد یک پوشش چربی عاری از باکتری
- قارچ کشی
- تغییر رنگ به کمک فاکتورهای شیمیایی:
- درجه‌بندی و جداسازی میوه‌های ناسالم یا مستعد فساد
- عملیات شیمیایی برحسب نوع محصول
- برچسب زدن
- بسته‌بندی در سبد، نیم جعبه، شانه یا کارتن‌های کوچک
- بسته‌بندی یا استقرار روی پالت
- نگهداری در سردخانه
- استاندارد کردن

استانداردهای بسته‌بندی

استانداردهای بسته‌بندی در ایران توسط یک سازمان دولتی وابسته به وزارت صنایع به نام سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران (ISIRI) تدوین و به مورد اجرا گذارده می‌شود. تاکنون بیش از صد عنوان استاندارد جهت بسته‌بندی کالاهای مختلف صنعتی، غذایی مصرفی و فاسد شدنی توسط سازمان مزبور معرفی گردیده است.

در سطح بین‌المللی، سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO) وابسته به مرکز تجارت بین‌المللی (ITC)، امور مربوط به تدوین استانداردها اعم از استانداردهای کمی یا کیفی را بعهده دارد.

در حال حاضر، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مرکزی به نام مرکز بسته‌بندی کالای ایران را در قالب یک طرح بهبود کیفیت محصولات کشاورزی صادراتی ایجاد و تاسیس نموده و دارای چند آزمایشگاه مجهز از جمله آزمایشگاه قوطی‌های فلزی، آزمایشگاه بسته‌بندی پلاستیکی، آزمایشگاه بسته‌بندی‌های بزرگ حمل و نقل (بسته‌بندی‌های ترانزیتی) و آزمایشگاه بسته‌های کاغذی و مقوایی می‌باشد.

استاندارد شماره ISO ۳۶۱ در مورد لیموترش‌های ایتالیایی یا مازندرانی (LEMON)

لیموترش مستعد رشد دادن قارچ است، بخصوص هنگامی که پوست لیموترش آسیب دیده باشد. بنابراین در مراحل اولیه انبارداری باید دقت و مراقبت کافی در حمل و نقل لیموترش بکار برده شود. لیموترش‌های صدمه دیده را باید به منظور جلوگیری از سرایت و پراکندگی قارچ به سایر لیموها جدا نمود.

لیموترش بزرگ نسبت به درجات حرارت پایین حساس است و در دماهای کمتر از یازده درجه سانتیگراد دچار سرمازدگی می‌شود. حرارت ناشی از تنفس لیموترش کم و بطور نسبی ارتباطی به درجه حرارت محیط ندارد. در طول دوره حمل و نقل و انبارداری، رطوبت سسی باید بین ۸۵ تا ۹۰ درصد حفظ شود.

با چرب کردن پوست لیموترش می‌توان از خشک شدن و کاهش رطوبت آن جلوگیری نمود ولی توصیه می‌شود قبلاً اطمینان حاصل شود که مقررات کشور واردکننده این کار را مجاز دانسته باشد. لیموترش مقدار کمی گاز اتیلن متصاعد می‌کند ولی به این گاز حساسیت متوسطی دارد.

زمان نگهداری لیموترش بزرگ یا مازندرانی در فروشگاه با توجه به اینکه در کجا و در چه فصلی و از چه نوعی تولید و پرورش یافته باشد متغیر و بین یک تا شش ماه است. لیموترش معمولاً در حالتی که سبز رنگ است چیده شده و تحت شرایط کنترل شده نگهداری می‌شود. حمل و نقل لیموترش از طریق راه‌های زمینی یا دریایی و معمولاً روی پالت انجام می‌شود.

سازمان بین‌المللی استاندارد، ضوابط استاندارد این کالا را در راهنمای انبارداری مرکبات تحت شماره ISO ۳۶۲۱ منتشر و اعلام نموده است.

شرایط بسته‌بندی و کیفیت

بسته‌های لیموترش باید بطریقی ساخته شود که تا اندازه‌ای امکان به‌ویژه هوا موجود باشد.

در بسته‌های لیموترش از منقسم استفاده نمی‌شود اما پیچیدن محصول در کاغذهای لثاف بطوریکه قسمتی از لیمو داخل هر کاغذ پیچیده شود، عمومیت دارد. برای کاهش آلودگی‌های قارچی از کاغذ لثاف شیعیایی «بی‌فیل» استفاده می‌شود.

بسته‌بندی لیموترش بصورت فله یا روی شانه است ارجحیت نوع بسته‌بندی به عادات و سنن و چگونگی عرضه محصول در سطح خرده‌فروشی بستگی دارد. طبق ضوابط بین‌المللی استاندارد کیفیت، لیموترش‌های مرغوب و درجه فوق‌العاده باید روی شانه چیده شوند.

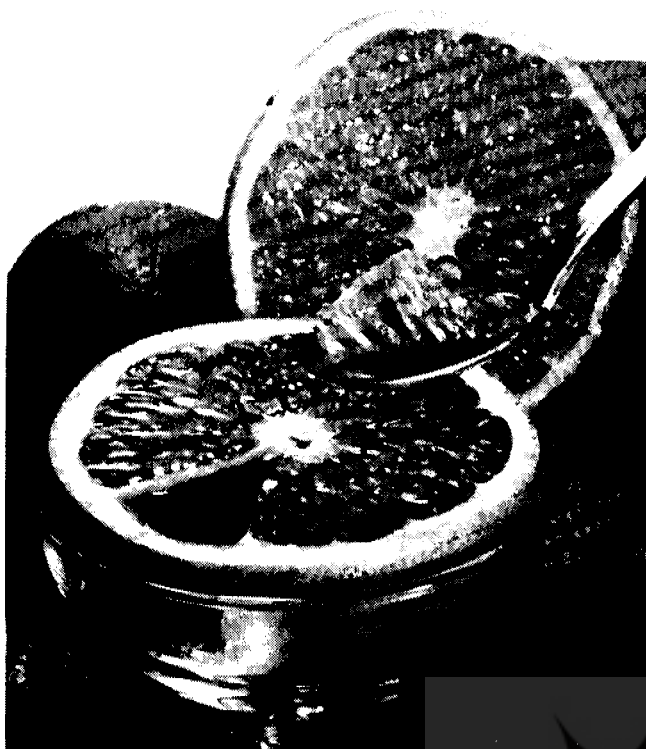
روش متداول در بسته‌بندی لیموترش‌های بزرگ، بسته‌های ۱۵ کیلوگرمی است. اگر چه عموماً این نوع بسته‌بندی ترجیح داده می‌شود ولی بسته‌بندی‌های ۵ کیلوگرمی و ۱۰ کیلوگرمی نیز درخواست می‌شوند.

استانداردهای بین‌المللی کیفیت، ملاک تعیین اندازه این نوع لیموترش را قطر دایره محیطی آن می‌داند. عملاً ذکر تعداد لیموترش موجود در یک بسته ۱۵ کیلوگرمی (در حجم $\frac{4}{5}$ بوشل (Bushel) رایج است. تمام لیموترش‌ها باید براساس اندازه طبقه‌بندی شود و در مورد بسته‌بندی‌های فله‌ای، رعایت اندازه‌های حداقل الزامی است و محتویات



در سطح بین‌المللی نیز مقررات و استانداردهای بسته‌بندی‌های صادراتی توسط ISO تهیه شده و بعضاً در موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی وابسته به وزارت بازرگانی موجود می‌باشد در انتهای این بحث به عنوان نمونه استانداردهای بسته‌بندی توصیه شده توسط ISO در مورد صادرات دو نمونه لیموترش:

(۱) لیموترش شیرازی یا جهرمی و (۲) لیموترش مازندرانی یا ایتالیایی به مقصد اروپای غربی اشاره می‌شود. این استانداردها برای بسیاری از محصولات کشاورزی و کالاهای دیگر نیز وجود دارد.



بسته نباید از اندازه‌های معینی کوچکتر باشد.
 ۱۵ کیلوگرم لیموترش تقریباً به یک بسته‌بندی با حجم داخلی ۲۴ تا ۳۰ لیتر احتیاج دارد.
 ضوابط کیفیت لیموترش تحت شماره‌های زیر اعلام و توصیه شده است:

- سازمان ملل متحد و کمیسیون اقتصادی اروپا: ۱۴ FFV
- سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه: شماره ۷
- جامعه اقتصادی اروپا: مقررات شماره ۲۷۹/۷۱

برچسب‌ها

اطلاعات مربوط به جابجایی کالا:

علامت مخصوص جهت کالا (This Side Up)

- علامت مخصوص درجه حرارت با حدود تغییرات قابل قبول:

حداقل ۱۱ درجه و حداکثر ۱۳ درجه سانتیگراد

اطلاعات مربوط به محصول که باید روی سطح جانبی کوچکتر درج شود:

A- مبدا کالا:

کشور مبدا

ناحیه کشت و نام محلی، منطقه‌ای یا ملی
 آن (این قسمت اختیاری است)

A- نام محصول: لیموترش (به دو زبان انگلیسی و فرانسه)

Lemons - Citrons

هنگامی که محتوای داخل جعبه به وضوح قابل رویت نباشد ذکر نام محصول الزامی است.

A- نوع (واریته):

عناوین Verdelli, Primofiore یا برچسب

باید الصاق شود.

A- درجه کیفیت:

درجه کیفیت یا کلاس محصول براساس ضوابط بین‌المللی طبقه‌بندی کیفیت باید درج شود.

وزن خالص:

وزن خالص برحسب کیلوگرم

B- مقدار (شمارش):

مقدار یا شماره به معنی تعداد لیموها در بسته است. در صورتیکه لیمو روی شانه و در داخل جعبه‌های در بسته قرار داده شود.

ذکر تعداد آن لازم است (ضوابط جامعه اقتصادی اروپا)

مقررات OECD و UN/ECE نیز مشابهاً ذکر تعداد لیموهایی را که روی شانه بسته‌بندی شده است، الزامی دانسته است.

B- اندازه:

اعلام شماره باید طبق ضوابط بین‌المللی استانداردهای کیفیت باشد.

B- مواد نگهداری کننده:

در این مورد به نام شیمیایی یا نام تجاری مواد که برای نگهداری لیمو بکار رفته، اشاره شود.

زنگ (سبز) زدایی:

در این مورد باید عبارات زیر به انگلیسی یا فرانسه (و برحسب لزوم) قید گردد:

De-greening - Devertissage

- تاریخ بسته‌بندی:

تاریخ بسته‌بندی بصورت متداول و یا با استفاده از رمز قید می‌گردد.

Degreening Fruit - Fruit Devertis

سایر اطلاعات مندرج در برچسب‌ها که معمولاً در قسمت اطلاعات مربوط به کالا و در سطح جانبی کوچکتر بسته درج می‌شود. مانند:
 - وزن ظرفی خالی: وزن ظرف خالی برحسب کیلوگرم که معمولاً با چند درصد تفاوت اعلام می‌شود.

B- بسته‌بندی کننده یا

ارسال کننده:

نام و آدرس یا رمز ثبت شده

تولید کننده: نام و آدرس یا رمز تولیدکننده و یا

پرورش‌دهنده

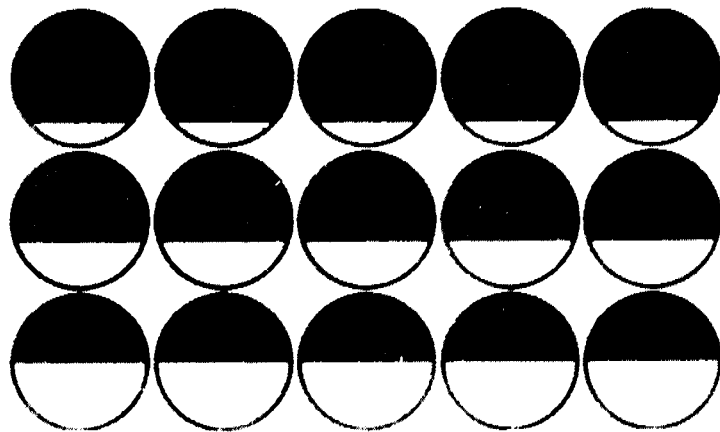
استاندارد شماره ISO ۳۶۳۱ در مورد لیموترش‌های شیرازی یا جهرمی (LIME)

در صورتی که لیموترش شیرازی یا جهرمی در شرایط محیطی کمتر از هفت درجه سانتیگراد نگهداری و انبار شود، پوست آن دچار له‌شدگی خواهد شد. در شرایط محیطی با حرارت ۱۰ درجه سانتیگراد، رنگ سبز اولیه بمدت ۶ تا ۸ هفته حفظ خواهد شد به هر حال، در صورت امکان از نگهداری لیموترش بیش از ۳ تا ۴ هفته باید اجتناب کرد.

حرارت ناشی از تنفس لیموترش کم است. در طول دوره حمل و نقل و انبارداری، رطوبت نسبی باید در حدود ۸۵ تا ۹۰ درصد حفظ شود.

با چرب کردن پوست لیمو می‌توان از خشک شدن و کاهش رطوبت آن جلوگیری نمود، ولی توصیه می‌شود قبلاً اطمینان حاصل شود مقررات کشور واردکننده این کار را مجاز دانسته است.

لیموترش مقدار کمی گاز اتیلن (متصاعد) می‌کند و نسبت به این گاز نیز حساسیت متوسطی دارد.



«شیوه‌های تامین مالی شرکتها»

در شرایط کنونی بازار سرمایه ایران»

بدون هزینه و بی‌دردسری است، متوجه شوند که این نوع سرمایه اتفاقاً از گرانترین منابع مالی است و سهامداران از پرتوقع‌ترین تامین‌کنندگان مالی هستند و بازدهی مورد انتظار سهامداران به مراتب بیشتر از بهره‌ای است که بانکها مطالبه می‌کنند. زیرا سهامداران با برخورداری از اختیار تصویب تقسیم سود به هر میزان تاثیر مالی پیش‌بینی ناپذیری بر منابع شرکت می‌گذارند. شرکت‌هایی که قبلاً تا حد امکان از تقسیم کردن سود خودداری می‌کردند در سالهای اخیر به تقسیم حداکثر سود روی آورده‌اند و تقسیم سود یکی از مصارف عمده وجوه در این شرکتها شده است. این امر مدیران را متوجه کرد که سرمایه صاحبان سهام یکی از منابع گران مالی است و در به کارگیری آن باید دقت بسیار کرد.

در اقتصاد مطرح است که عوامل تولید عبارتند از: کار، سرمایه، مواد و ماشین و... اما برای عامل سرمایه اهمیت کمتری قائل بوده‌ایم. منتها در شرایط کنونی و با توجه به این تحولات و اینکه بیشتر شرکتها با مشکل کمبود نقدینگی و سرمایه روبرو هستند، به این عامل توجه بیشتری می‌شود.

اما مشکل نقدینگی زمانی آغاز می‌شود که موسسه اقتصادی بخواهد داراییهای خود را افزایش دهد و برای این منظور به تامین مالی نیاز پیدا می‌کند. راه حل نخست در این زمینه این است که اطمینان حاصل شود آیا از داراییهای شرکت به خوبی استفاده می‌شود یا خیر؟ ممکن است با انجام چنین بررسی آشکار شود که شرکت به داراییهای جدید نیاز ندارد و در صورت بهره‌برداری بهینه از داراییها می‌تواند تولید را افزایش دهد.

بررسی وضعیت شرکتها نشان می‌دهد که مشکل اصلی آنها تامین مالی برای سرمایه در گردش و بویژه خرید مواد اولیه است. راهیابی برای حل این مشکل به این نتیجه می‌رسد که در شرایط کنونی تامین یکبار مواد اولیه برای ۶ ماه یا یکسال مصرف امکانپذیر نیست، بلکه باید سفارشهای خرید مواد اولیه را به سفارشهای کوچکتر تقسیم کرد. موسسات

ارز و سطح عمومی قیمتها در اقتصاد است. این رویداد باعث افزایش میزان سرمایه مورد نیاز در شرکتها شده است، چرا که نیاز به سرمایه برای آغاز فعالیتی در سال ۱۳۷۳ نسبت به سرمایه‌گذاری در فعالیتی همسان در ۵ سال پیش، به طور جدی افزایش یافته است. رویداد تعیین‌کننده دیگر در اقتصاد ما افزایش نرخ بهره و هزینه سرمایه است. بانکها در چهارچوب سیاستهای تعدیل اقتصادی دست به افزایش تدریجی نرخ بهره و رساندن آن به نرخ تعادلی زدند. در اثر این اقدام نرخ هزینه تسهیلات اعتباری که ۶، ۸، یا ۱۲ درصد بود برای فعالیتهای مختلف تا ۱۸ و ۲۴ درصد و بخش خدمات و بازرگانی حتی بیش از اینها افزایش یافت. تحول دیگری که در بازار سرمایه ایران در چند سال گذشته روی داد رونق بورس اوراق بهادار بود. در این دوره بسیاری از شرکتها در بورس پذیرفته شدند و بسیاری از شرکت‌هایی که قبلاً پذیرفته شده و غیرفعال یا نیمه‌فعال بودند فعال شدند و سهامشان مورد مطالعه قرار گرفت.

رونق مجدد بورس اوراق بهادار سبب شد که آن دسته از مدیران شرکتها که به نادرست فکر می‌کردند سرمایه صاحبان سهام منبع مالی

از: دکتر علی جهان‌خانی

دورنمایی که کارشناسان از وضعیت اقتصادی کشور ارائه می‌کنند خبر از احتمال بروز مشکلات در زمینه تامین منابع ارزی و ریالی برای شرکتها می‌دهد. در چنین شرایطی بهره‌گیری از تکنیکهای مدیریت مالی در اداره امور شرکتها بیش از پیش ضرورت دارد.

از نظر صاحبان رسته مدیریت مالی در شرایط کنونی به کارگیری بهینه منابع محدود سرمایه بسیار مهم است. در این شرایط و بانظر به علم مدیریت مالی، وظیفه مدیران مالی یکی اطمینان از مطلوب بودن حجم و ترکیب داراییهای شرکت است و دیگری اطمینان از بکارگیری بهینه منابع و بسنده بودن بازده و ریسک شرکت برای پیشینه کردن ارزش آن. مدیران با دو روش می‌توانند ارزش شرکت را پیشینه کنند یکی از راه افزودن بر بازده شرکت و دیگری کاستن از ریسک و عدم قطعیت‌های مرتبط با دستیابی به بازده مورد انتظار.

تحولات چند سال اخیر در اقتصاد ایران آثار چشمگیری بر مدیریت مالی شرکتها گذاشته است. یکی از تحولات افزایش نرخ

اقتصادی و شرکتها در ایران اصولاً می‌کوشند تا برای یک سال مواد اولیه خریداری کنند. قابل ذکر است اگر در زمان ارزانی دلار چنین کاری توجیه داشت، در شرایط کنونی که هم دلار گران شده و هم هزینه سرمایه افزایش یافته است. باید در این شیوه تجدیدنظر کرد و با تقسیم سفارشها به سفارشهای کوچکتر، تعمیرات به موقع ماشین آلات و تاسیسات و انجام کارهای مهندسی و افزایش ظرفیت تولید، به جای خرید ماشین آلات جدید و افزودن بر تاسیسات موجود، نیازهای مالی شرکت را تعدیل کرد. هم چنین با بررسی‌های امکانسنجی و توجیه‌پذیری اقتصادی، فروش داراییهای بلااستفاده یا ماشین آلات و ساختمان و تامین خدمات موردنیاز از راه اجاره منجر به کاهش دریافت تسهیلات اعتباری از بانکها می‌شود. به این ترتیب دست کم بخشی از مشکل کمبود سرمایه شرکت از راه استفاده بهینه از سرمایه‌های موجود برطرف می‌شود. به هر حال توجه به هزینه سرمایه از مهمترین ملاحظات است که باید در تامین سرمایه، مورد توجه قرار گیرد، عاملی که در

سالهای گذشته در ایران مورد توجه نبوده است. در این راستا باید اطمینان حاصل کرد سودی که از سرمایه‌گذاری عاید می‌شود بیش از هزینه سرمایه است. ضمناً هزینه سرمایه تنها سود بانکی را دربر نمی‌گیرد، چرا که سرمایه شرکت از منابع مختلفی تامین می‌شود، که یکی از آنها بانک است. یکی دیگر از منابع، سرمایه سهامداران است و همانگونه که گفته شد هزینه آن به مراتب بیشتر از هزینه وام است.

متها اگر فروش داراییها یا بهینه کردن میزان موجودیها و اقداماتی از این قبیل تمامی نیازهای مالی مدیریت را برطرف نکند، باید برای تامین بقیه نیازهای مالی شرکت از الگوهایی که دانش مدیریت مالی ارائه کرده است بهره گرفت تا ترکیب بهینه‌ای از منابع فراهم آید.

در طبقه‌بندیهای متداول منابع ملی، با سه گونه منبع مالی روبرویم:

الف) اول منابع مالی که ظاهراً هزینه‌ای ندارند و استفاده از این گونه منابع بسیار به نفع شرکت است. چرا که منابع بدون هزینه سبب

می‌شوند هزینه سرمایه کاهش یابد و سود سهامداران و ارزش سهام افزایش یابد. این گونه منابع عبارتند از:

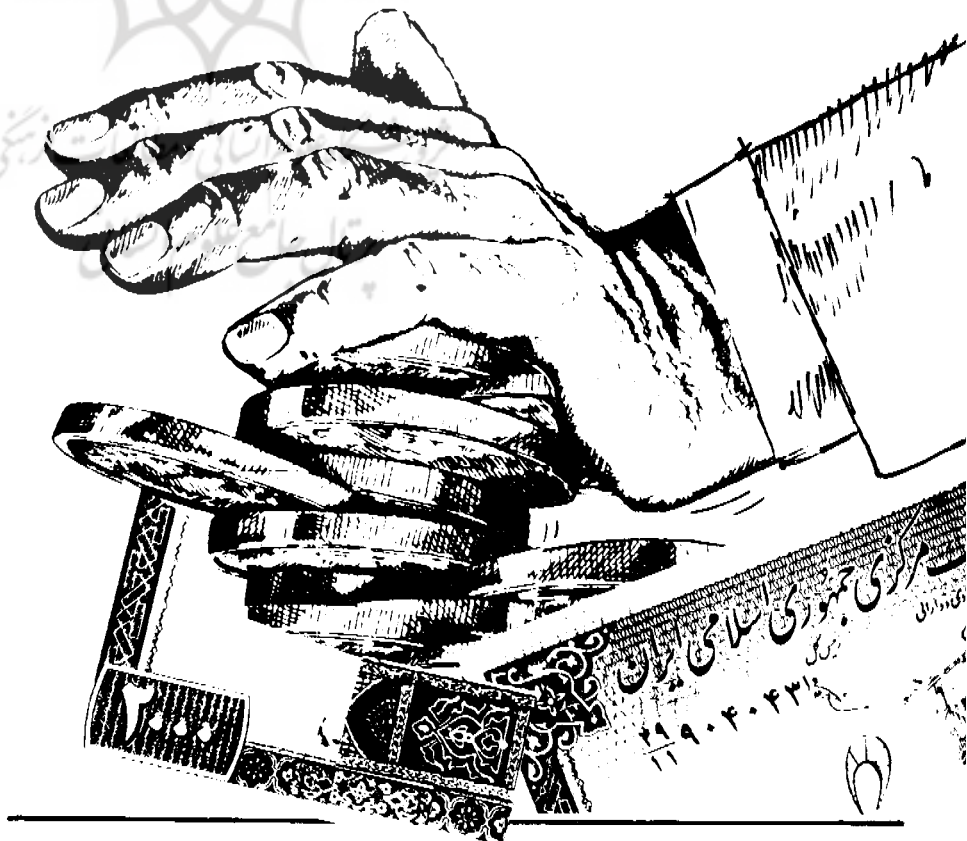
۱- بستنکاران تجاری: که در اثر خرید نسبه کالا از عرضه‌کنندگان مواد اولیه، تجهیزات و ماشین آلات ایجاد می‌شود. اما اینکه تا چه میزان می‌توان از این منبع استفاده کرد به شرایط رقابتی حاکم بر بازار کالای مورد نیاز شرکت بستگی دارد. اگر بازار کالای مورد مصرف شرکت بازار رقابتی باشد و فروشندگان آن به فروش محصولاتشان به شرکت علاقمند باشند، امکان خرید نسبه برای شرکت وجود دارد و جلب موافقت فروشنده برای پرداخت بهای کالا در مدتی طولانی‌تر امکان‌پذیر است.

۲- پیش دریافت از مشتریان: موفقیت این روش به موفقیت محصولات شرکت و میزان برتری آن در بازار بستگی دارد. آشکار است که هر چه قدرت انحصاری شرکت در بازار بیشتر باشد، این شیوه تامین مالی امکان‌پذیرتر خواهد بود.

۳- هزینه‌های پرداختی: در این شیوه شرکتها پرداخت هزینه‌های تحقق یافته خود را به بعد موکول می‌کنند.

نکته قابل توجه در کار بست شیوه‌های فوق‌الذکر این است که این شیوه‌ها ممکن است در ظاهر بدون هزینه باشند ولی در مواردی هزینه آنها به مراتب گرانتر از منابع مالی دیگر باشد. برای مثال در مورد پیش دریافت از خریداران اتومبیل که شرکت بهای اتومبیل را ۶ ماه یا ۱۲ ماه قبل از تحویل خودرو دریافت می‌کند، ممکن است روند بازار به گونه‌ای باشد که در این مدت بهای اتومبیل به میزان چشمگیری افزایش یابد و در این صورت سود حاصل از تفاوت قیمت اتومبیل ممکن است بسیار بیشتر از هزینه تامین مالی از بانکها باشد. در نتیجه هزینه تامین مالی از محل پیش دریافت مشتریان بیش از هزینه بهره تسهیلات بانکی خواهد بود.

ب) گروه دوم منابع داخلی شرکت است. منابع داخلی شرکتها عبارتند از سود اندوخته



شده و هزینه‌های غیرنقدی مانند استهلاک. تحقیقات در کشورهای مختلف نشان داده است که منابع مالی داخلی یکی از عمده‌ترین منابع مالی شرکتهاست که نزدیک به ۶۰ الی ۷۰ درصد نیاز مالی آنها را مرتفع می‌کند. سهولت بدست آوردن این منبع مالی، برگرایش استفاده از آن افزوده است زیرا تنها کافی است که موافقت سهامداران در مورد تقسیم نکردن سود جلب شود و سود تقسیم نشده مجدداً در شرکت سرمایه‌گذاری شود. این شیوه به ویژه در بازارهای سرمایه تکامل نیافته مانند بازار سرمایه ایران رایجتر است، چرا که مدیران شرکت آگاهند چنانچه سود تقسیم شود برای تامین منابع مالی از محل‌های دیگر با دشواریهای بسیار روبه‌رو خواهند شد. (ج) منبع سومی که شرکتها می‌توانند از آن بهره‌مند شوند منابع مالی خارج از شرکت است که دریافت وام از موسسات مالی و یا انتشار

اوراق قرضه و فروش آن به عموم، انتشار سهام ممتاز و بالاخره انتشار سهام عادی را در برمی‌گیرد. نیازها، خواستها و سلیقه‌های متفاوت سرمایه‌گذاران منجر به تنوع اوراق بهادار شده است. این تنوع به شرکتها و موسسات اقتصادی این امکان را می‌دهد که برای تامین مالی از اوراق بهادار یا ابزارهای مالی متناسب سلیقه و ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران استفاده کنند تا بدین وسیله بتوان پس‌انداز تمامی اقشار مردم را به سمت فعالیتهای تجاری و صنعتی سوق داد. از دیدگاه شرکتها و موسسات اقتصادی ریسک اوراق قرضه بیش از سایر اوراق است و افزایش بدهی، ریسک ورشکستگی مالی را افزایش می‌دهد. سهام ممتاز در ردیف بعد قرار می‌گیرد و سرانجام کم ریسک‌ترین نحوه تامین مالی سهام عادی است، احتمال ورشکستگی کمتر است چون از بابت اوراق

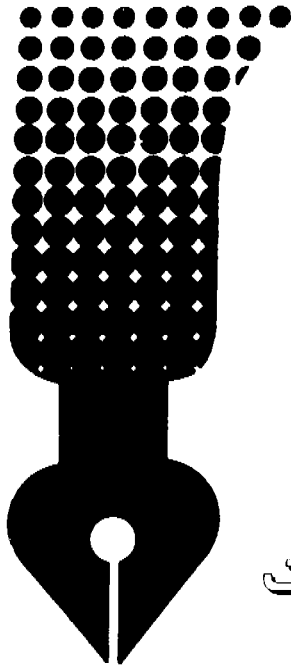
بهادار به کسی تعهد ندارد. بنابراین بقا و ادامه حیات چنین شرکتی به مراتب بیشتر از شرکتی است که منابع مالی خود را از طریق اوراق قرضه فراهم آورده باشد.

یکی از انواع اوراق بهادار مناسب شرایط ایران، اوراق قرضه بدون بهره است. اوراق قرضه بدون بهره (با بهره صفر) گونه‌ای از اوراق بهادار است که به طور کلی بهره‌ای به آن تعلق نمی‌گیرد و از این نظر با شرایط ایران که در آن پرداخت بهره با منع شرعی رو به روست، مطابقت دارد. این گونه اوراق با قیمتی کمتر از ارزش اسمی فروخته می‌شوند و سود سرمایه‌گذار از محل مابه‌التفاوت قیمت زمان خرید و ارزش اسمی زمان سررسید بدست می‌آید. در این روش شرکت اوراقی را به قیمت معین می‌فروشد و متعهد می‌شود آن را در آینده به قیمتی بالاتر بخرد. یکی از مزایای اوراق قرضه بدون بهره این است که شرکت می‌تواند تفاوت قیمت فروش و خرید را به تدریج تحت سرفصل هزینه مالی در دفاتر شرکت اعمال نماید.

اوراق قرضه توصیه کردنی دیگر در شرایط کنونی ایران، اوراق قرضه با سود شناور و اوراق قرضه تبدیل‌پذیر به سهام عادی می‌باشد. همچنین در زمان حاضر بسیاری از موسسات اقتصادی در کشورهای پیشرفته برای جلب توجه سرمایه‌گذاران، اوراق بهاداری مانند سهام عادی را با امتیازاتی از جمله اختیار فروش آنها همراه می‌کنند. ویژگی این گونه اوراق این است که دارنده سهم می‌تواند در هر زمان سهم خود را به موسسه‌ای که خرید آن را در هر زمان تضمین کرده است، به قیمت توافقی بفروشد. این شیوه به سرمایه‌گذار امکان می‌دهد که از یک سو در خرید سهام با ظرفیت بازدهی سرمایه‌گذاری کند و به افزایش قیمت سهام در بازار امیدوار باشد و از سوی دیگر فرصتی داشته باشد که چنانچه شرکت در اجرای برنامه‌های خود موفق نشد از اختیار پیش‌گفته استفاده کند، یعنی سهم را بفروشد و دیگر ریسک یا نگرانی نداشته باشد.

«والسلام»





تعاون در مطبوعات

در اواخر خرداد ماه، طرح ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی از سوی تعدادی از نمایندگان تقدیم مجلس شورای اسلامی شد. اقدام غیر منتظره مزبور به صورت خبری کوتاه در بعضی از جراید منعکس گردید و از آنجا که توضیح خاصی در این خصوص از سوی مجلس شورای اسلامی و همچنین هیات وزیران ارائه نشد، کم و کیف موضوع مورد بحث قرار نگرفت. ولی روزنامه جمهوری اسلامی در شماره‌های ۴۶۳۹ و ۴۶۴۰ به تاریخ ۲۷ و ۲۸ خرداد از این طرح انتقاد نمود و حمایت از وزارت تعاون را اقدامی ضروری دانسته و مورد تاکید قرار داد. متن مقالات روزنامه جمهوری اسلامی را برای اطلاع خوانندگان علاقمند به این موضوع در اینجا نقل می‌کنیم:

ادغام یا انحلال؟!

میزان و تعداد صرفه‌جویی اقتصادی چقدر است؟
اولاً بخش تعاونی، یکی از بخشهای اصلی اقتصاد کشور است پس وجود آن طبق قانون اساسی همان اندازه ضروری است که وجود وزارت بازرگانی و بخش خصوصی. ثانیاً در طول چند ماه گذشته که مبارزه با ظلم مضاف شروع شده عملکرد وزارت تعاون بسیار مقبولتر از دو بخش دیگر بود، دو بخشی که متولی اصلی آن وزارت بازرگانی است.
اینکه به نظر می‌رسد موضوع تا حدودی روشن شده باشد.

بخش خصوصی و وزارت بازرگانی در واقع اینک رقیبی بنام وزارت تعاون را در مقابل خود می‌بینند که باید از راههای قانونی و ابزارهای موجود با آن مقابله کند.
پس نمایندگان جناح اکثریت که اغلب اقتصاد کشور را تنها در دو بخش خصوصی و دولتی قبول دارند و عملکرد هر دو بخش را به وفق مراد می‌بینند با ارائه طرحی در تلاشند که «بخش سایه» را نیز تحت کنترل داشته باشند.
و اما سؤال دیگری آنکه، برآستی چه مقدار کار کارشناسی به روی این طرح انجام شده است؟

طرح ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی از سوی چند تن از نمایندگان تقدیم مجلس شد.
خبر همیقدر کوتاه است و البته گویا، یعنی آنکه تعدادی از نمایندگان با استفاده از حقوق قانونی در صدد انحلال وزارت تعاون هستند و برای آنکه حیث و میلی صورت نگیرد، کلیه اموال این وزارتخانه پیش‌پیش تقدیم یک وزارتخانه دیگر کرده‌اند.
همانگونه که اشاره شد ارائه طرح از جمله حقوق نمایندگان مجلس است. اما آنچه در خصوص نمایندگی و بویژه در مورد مجلس چهارم بسیار مصداق دارد آن است که، ارائه چنین طرحهایی سلبه گروهی است که فکر می‌کنند حمایت اکثریت مجلس را هم با خود دارند.
پس باید از این گروه پرسید با چه انگیزه‌ای این طرح تهیه شده است؟ بهترین پاسخ می‌تواند، صرفه‌جویی اقتصادی و کاستن از کارهای موازی باشد.
برآستی وزارت بازرگانی که امروز بیشترین اهتمام خود را برای تقویت بخش خصوصی و بازار بکار گرفته چه کار موازی با وزارت تعاون دارد؟

اگر پاسخ مثبت است و کار کارشناسی در حد لازم صورت گرفته باشد باید پرسید، چرا این کارشناسان! طرفدار صرفه‌جویی و کاهش کار موازی در خصوص لایحه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و یا مثلاً طرح تشدید مبارزه با گرانفروشان و... اینقدر کم رنگ در صحنه حضور دارند؟

با این توضیحات ذکر چند نکته دیگر را نیز ضروری می‌دانیم. اول آنکه متأسفانه این روزها که بازار معاملات و منافع بادآورده در حال رکود است بازار تعویض قوانین، ادغام، انحلال و... پر رونق شده است به نظر می‌رسد مجلس چهارم در آخرین سال فعالیت خود می‌خواهد رکورد جدیدی نیز بر جای گذارد. و آن هم تغییر قوانین و انحلال و ادغام است. مرسوم شدن چنین شیوه‌ای شاید بتواند منافع کوتاه‌مدتی را نصیب گروهی خاص بکند، ولی زیان عمومی و بلندمدت آن متوجه جامعه است چرا که اکثریت کنونی سرانجام به اقلیت خواهد رسید و شاید در آن صورت گروه جدید با نگاهی به گذشته همین راه را دوباره تکرار کند و در واقع نگاهی کوتاه به آینده داشته باشد.

نکته دیگر آنکه، چرا ادغام در وزرات بازرگانی، وزارتخانه‌ای که در طول سه سال گذشته حتی نتوانسته است تعهدات اعلام شده خود را بانجام برساند.

سیاست نصب برچسب، سیاست قیمت‌گذاری، کنترل بازار، طرح تزییرات، تهیه و توزیع به موقع مایحتاج مردم، اعلام به موقع کوبین، قیمت‌های واقعی، تعادلی و... کدام یک از این طرحها به سرانجام رسیده است؟!!

براستی سپردن کار یک وزارتخانه دیگر به چنین مدیریتی از کجا ناشی می‌شود. پاسخ روشن است، از جانب همان گروهی که طی سه سال گذشته بیشترین منافع را به جیب زده است. بعبارت دیگر توجه به منافع اقلیتی که اصولاً در شأن نمایندگی نیست.

سرانجام آنکه مردم بهترین قاضی و اصلی‌ترین سرمایه‌های انقلاب اسلامی هستند که همچنان بیدار در صحنه حضور دارند.

مردم اعمال سلیق شخصی را با پا فشاری در راه احقاق حق از هم تمیز می‌دهند و حراست از نظام و انقلاب اسلامی را همچنان در اولویت اول کارهای واجب خود می‌دانند و به آن عمل می‌کنند.

ضرورت تقویت بخش تعاونی

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

طرح ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی، از جنبه‌های مختلف قابل بررسی و تامل است. این مقاله فقط متکفل اشاره‌ای به این موضوع از منظر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که مترقی، جامع و همه‌سویگر

است، در بخش اقتصاد از عمق تحسین‌برانگیزی برخوردار است. خدا رحمت کند شهید مظلوم آیت... بهشتی را که با اندیشه‌ای ژرف تدوین اصول مربوط به بخش اقتصاد قانون اساسی را پی‌گرفت و استوارترین استخوان‌بندی ممکن را برای اقتصاد نظام جمهوری اسلامی طراحی کرد. در این اصول باید اندیشه کرد و این دستاورد بزرگ را نباید به آسانی از کف داد.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصل چهل و چهارم می‌گوید: «نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است». همانگونه که ملاحظه می‌شود قانون اساسی، بخش تعاونی را دومین بخش محسوب نموده و بدین ترتیب جایگاه مهم آنرا گوشزد کرده است.

در تعریف بخش تعاونی، قانون اساسی می‌گوید: «بخش تعاونی شامل شرکتها و موسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود». اهمیت این بخش با توجه به این تعریف، آنگاه روشن می‌شود که دیدگاه قانون اساسی نسبت به بخش خصوصی مورد دقت قرار گیرد. قانون اساسی در این باره می‌گوید: «بخش خصوصی شامل آن قسمت از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است».

ذیل عبارتی که به معرفی بخش خصوصی می‌پردازد، این بخش را «مکمل فعالیت‌های اقتصادی، دولتی و تعاونی» می‌داند. مفهوم تعبیر «مکمل» برای بخش خصوصی اینست که در نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، اصالت با بخش‌های دولتی و تعاونی است. این امر، به روشنی نشان می‌دهد که بخش تعاونی از دیدگاه قانون اساسی دارای جایگاه مهمی در نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران است.

با توجه به این جایگاه، تردیدی نیست که اختصاص وزارتخانه‌ای مقتدر برای تحقق اهداف بخش تعاونی یک ضرورت است. تاسیس وزارت تعاون بر همین اساس بود و این اقدام باید همواره تقویت شود بویژه توسط نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی که باید وظیفه پاسداری از قانون اساسی را بیش از دیگران برعهده خود احساس کنند. متأسفانه در سالهای اخیر، بخشهایی از زیر مجموعه طبیعی بخش تعاونی با توجهات مختلف از وزارت تعاون حذف شد و روند خطرناکی در جهت تضعیف این وزارتخانه مهم و حیاتی دنبال گردید. اکنون این روند خطرناک، با طرح ادغام وزارت تعاون در وزارت بازرگانی در حال رسیدن به مرحله‌ایست که با روح قانون اساسی ناسازگار است. نمایندگان مجلس نباید به چنین چیزی راضی شوند. حق اینست که بجای چنین اقدامی، تلاش گسترده‌ای برای تقویت بخش تعاونی بعمل آید و تردیدی نیست که این هدف با تقویت وزارت تعاون تأمین خواهد شد.

مالیات شرکتهای بوده و سود متعلق به اعضاء آنان نیز طبق ماده ۱۳۱ قانون مزبور مشمول محاسبه و پرداخت مالیات خواهد بود. لازم به ذکر است که سود در شرکتهای تعاونی مسکن ناشی از تفاوت بهای فروش واحد مسکونی به عضو و قیمت تمام شده واحد مسکونی خواهد بود مطالب مذکور مربوط به مالیات بر درآمد شرکت می باشد که ارتباطی با مالیاتهای تکلیفی نداشته و شرکتهای تعاونی مسکن نیز همانند سایر سازمانها می بایست در محاسبه و کسر مالیات تکلیفی و پرداخت به موقع آن به وزارت امور اقتصادی و دارایی اقدام لازم را معمول دارند.

توجه به این مسئله با توجه به نحوه اجرای عمل در شرکتهای تعاونی مسکن که عمدتاً از خدمات مهندسی مشاور و پیمانکاران ساختمانی بهره مند می گردند حائز اهمیت بوده و شرکتهای تعاونی می بایست در هنگام انعقاد قرارداد به کسر کسورات قانونی توجه نموده و در زمان پرداخت حق الزحمه های مربوطه نیز طبق ماده ۱۰۴ قانون مالیاتهای مستقیم ۵٪ مبالغ پرداختی را به عنوان علی الحساب مالیات دریافت کنندگان کسر و ظرف سی روز به حساب تعیین شده از طرف وزارت امور اقتصادی و دارایی واریز و رسید آنرا به مودی مالیاتی تسلیم نمایند تا وی بتواند در هنگام پرداخت مالیات قطعی خود مبالغ مزبور را به عنوان پیش پرداخت مالیاتی به وزارت امور اقتصادی و دارایی اعلام دارد.

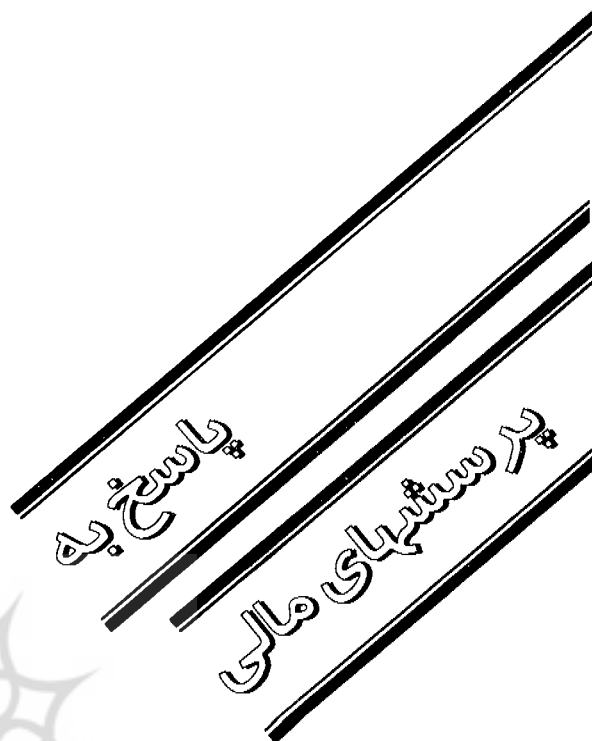
به عنوان آخرین یادآوری خاطر نشان می سازد که شرکتهایی می توانند از معافیت مالیاتی استفاده نمایند که دفاتر قانونی خود را طبق ضوابط تنظیم نموده و دفاتر مورد تایید محیزین مالیاتی قرار گرفته و اظهارنامه نیز در موعد مقرر تسلیم شده باشد در غیر این صورت شرکتهای مورد نظر نیز موظف به پرداخت مالیات تعیین شده از سوی محیزین خواهند بود.

سئوال: شرکت تعاونی مصرف محلی المهدی اعلام نموده که با توجه به عدم امکان وصول بدهی بعضی از بدهکاران شرکت از

دو گروه فوق الذکر وابسته نبوده و در واقع شرط عضویت در آنها وابستگی به یک سازمان و یا ارگان خاص نمی باشد.

در دسته اول یعنی شرکتهای تعاونی مسکن کارکنان و کارگران به استناد ماده ۱۳۳ قانون مالیاتهای مستقیم که شرکتهای تعاونی کارمندی و کارگری را از پرداخت مالیات معاف داشته است، از محاسبه و پرداخت مالیات معاف بوده و منظور نمودن مالیات در صورت حساب تقسیم درآمد ویژه آنها منتفی است.

در شرکتهای دسته سوم که شرط عضویت در آنها اشتغال در موسسات دولتی و یا کارگری نمی باشد و صرف نیاز به خدمات شرکت امکان عضویت را ممکن می سازد از معافیت مالیاتی برخوردار نبوده و مالیات این دسته از تعاونی ها از محل درآمدهای تحقق یافته آنها قابل محاسبه و پرداخت خواهد بود و این شرکتهای همانند سایر انواع شرکتهای پیش بینی شده در قوانین جاری و به استناد ماده ۱۰۵ قانون مالیاتهای مستقیم مشمول ۱۰٪



از: معصومه گنجی
کارشناس مسئول اداره کل تعاون
استان تهران

سئوال: تعدادی از شرکتهای تعاونی مسکن خصوصاً شرکتهای تعاونی جدیدالتاسیس در مورد میزان مالیات متعلقه به شرکت و نحوه محاسبه آن سئوالاتی مطرح نموده اند که جهت روشن شدن موضوع و آشنایی آنها با نحوه محاسبه مالیات مواردی را به شرح زیر یادآوری می نماید:

پاسخ: به طور کلی شرکتهای تعاونی مسکن که نیاز مصرف کنندگان و اعضاء شرکت را برطرف می سازند به سه دسته قابل تقسیم می باشند.

الف: شرکتهای تعاونی مسکن کارمندان دولت متشکل از کارکنان یک دستگاه

ب: شرکتهای تعاونی مسکن کارگران وابسته به سازمانها و موسسات کارگری که اعضاء آنرا کارگران تشکیل داده اند.

ج: شرکتهایی که اعضاء آن به هیچیک از

شرکتهای تعاونی مسکن کارکنان دولت و کارگران به استناد ماده ۱۳۳ قانون مالیاتهای مستقیم که شرکتهای تعاونی کارمندی و کارگری را از پرداخت مالیات معاف داشته است، از محاسبه و پرداخت مالیات معاف بوده و منظور نمودن مالیات در صورت حساب تقسیم درآمد ویژه آنها منتفی است.

جمله کسری سنوات قبل مسئولین غرفه‌ها، آیا می‌توان بدهی‌های مزبور را سوخت شده تلقی و از سود سنوات قبل آنها را تامین نمود؟ در غیر این صورت در مورد چگونگی تامین آن ما را راهنمایی نمائید.

پاسخ: از آنجا که هیات مدیره قانوناً مسئول حفظ و حراست داراییها و احقاق حقوق شرکت می‌باشد و بدهی بدهکاران نیز از جمله داراییها و حقوق تعاونی محسوب می‌گردد لازم است هیات مدیره تا سر حد امکان سعی در وصول بدهی‌ها نموده و از سوخت شدن آنها ممانعت به عمل آورد و براساس مستندی که در زمان ایجاد بدهی از بدهکاران اخذ نموده جهت وصول آنها در درجه اول از راه مسالمت آمیز و بدون تحمل هزینه اضافی و در نهایت از طریق مراجع قضایی پی‌گیری لازم را معمول دارد. ولی حساب بدهی غرفه‌داران ناشی از کسری‌های ایجاد شده در زمان تصدی آنان از سایر بدهکاران ممتاز بوده و کسری هر سال می‌بایست پس از قطعیت کسری وصول و در صورت عدم پرداخت از حقوق غرفه‌داران کسر و چنانچه حقوق تکافوی کسری را نماید از محل تضمین‌های ماخوذه از آنها تامین و به حساب شرکت واریز شود ولی در مورد اخذ تضمین مطالباتی که سوخت آنها پس از پی‌گیری‌های لازم از نظر هیات مدیره قطعی می‌باشد متذکر می‌گردد که تامین آنها از محل سودوزیان سنوات قبل صحیح نبوده و این مطالبات می‌بایست از محل ذخیره مطالبات مشکوکه الوصول تامین و در صورت عدم محاسبه ذخیره مزبور، در سالی که سوخت (غیرقابل وصول بودن) مطالبات محرز گردیده، مستقیماً به حساب هزینه مطالبات سوخت شده منظور گردد.

جهت اطلاع یادآوری می‌نماید طبق

عرف حسابداری و به منظور رعایت اصل احتیاط در پایان هر سال مالی برای مطالباتی که امکان سوخت آنها وجود دارد ذخیره مناسبی منظور می‌گردد که این ذخیره طبق روال معمول در شرکت یا در صدی از کل بدهکاران است و یا معادل مطالباتی که لاوصول بودن آنها در طی دوره‌های آتی متصور است که در هر صورت این ذخیره در پایان سال مالی با عنایت به مبنای محاسبه ذخیره قابل تعدیل می‌باشد.

سؤال: بسیاری از شرکتهای تعاونی تسلیدی جدیدالتاسیس از سیستم مالی مکانیزه جهت نگهداری اطلاعات مالی خود استفاده نموده‌اند و به همین دلیل از تهیه دفاتر قانونی و ثبت رویدادهای مالی در دفاتر در موعد قانونی مقرر خودداری ورزیده و تعدادی از آنها در مراجعات خود به مراجع مختلف یا مشکلاتی مواجه گشته‌اند از جمله شرکت تعاونی تولیدی گیاه ماشین که در مورد نحوه نگهداری دفاتر قانونی با توجه به استفاده از سیستم مکانیزه استعلام به عمل آورده است.

پاسخ: در پاسخ به این شرکت و سایر شرکتهای مشابه اعلام می‌دارد که به موجب ماده ۱۸ آئین‌نامه نحوه تنظیم و تحریر و نگهداری دفاتر قانونی موضوع تبصره ۱ ماده ۹۵ قانون مالیاتهای مستقیم مصوب سال ۱۳۶۶ مودیان که از سیستمهای مکانیکی و یا الکترونیکی استفاده می‌نمایند موظفند حداقل ماهی یک بار خلاصه اسناد داده شده به

ماشینهای مزبور را در دفتر روزنامه ثبت و حداکثر پانزدهم ماه بعد به دفتر کل منتقل نمایند با توجه به این مطلب ضروریست شرکتهای مزبور همانند سایر شرکتهایی که از سیستم حسابداری دستی استفاده می‌نمایند در اولین فرصت جهت اخذ و پلمب دفاتر قانونی در مرجع ثبت شرکتهای اقدام نمایند تا در آینده از این طریق با مشکلی مواجه نگردند.

سؤال: شرکت تعاونی مصرف طلاب حوزه علمیه قم طی نامه‌ای پرسیده آیا شرکت مشمول معافیت مالیاتی می‌باشد یا خیر؟

پاسخ: در پاسخ به این شرکت تعاونی متذکر می‌گردد طبق ماده ۱۳۳ قانون مالیاتهای مستقیم شرکتهای تعاونی دانشجویی می‌توانند از معافیت مالیاتی منتفع گردند لذا به استناد این ماده قانون چنانچه شرکت جهت دانشجویان و طلاب حوزه علمیه قم تاسیس گردیده و طبق ماده ۱۲ اساسنامه شرط عضویت آن نیز اشتغال به تحصیل در حوزه علمیه باشد شرکت می‌تواند به استناد این ماده قانونی از معافیت مالیاتی بهره‌مند گردد که در آن صورت صددرصد درآمد شرکت تعاونی از مالیات معاف خواهد بود. شایسته است در این مورد به ماده ۱۲ اساسنامه (شرایط عضویت) توجه نمایند.

ذکر این نکته نیز ضروری است که معافیت از مالیات تهیه و تسلیم اظهارنامه مالیاتی را منتفی نخواهد ساخت و شرط بهره‌مندی از معافیت قوانین رعایت سایر مواد مربوط خواهد بود لذا ضروری است کلیه تعاونیه‌ها حداکثر تا ۷۴/۴/۳۱ نسبت به تکمیل و تسلیم اظهارنامه مالیاتی به حوزه مالیاتی مربوطه مبادرت ورزند.

شرکتهای تعاونی مسکن که از خدمات مهندسی مشاور و پیمانکاران ساختمانی بهره‌مند می‌گردند باید در زمان پرداخت حق الزحمه‌های مربوط طبق ماده ۱۰۴ قانون مالیاتهای مستقیم ۵٪ مبالغ پرداختی را به عنوان علی‌الحساب مالیات کسر نموده و ظرف سی روز به حساب تعیین شده از طرف وزارت امور اقتصادی و دارایی واریز کنند و رسید آنرا به مودی تسلیم نمایند.

سؤال: شرکت تعاونی مصرف کارکنان خدمات ساختمانی بنیاد مستضعفان پرسیده است: فروشگاه شرکت به صورت سوپر اداره می‌شود و برای جبران کسری احتمالی صندوق ماهانه مبلغ ۲۰۰۰۰ ریال به عنوان کسر صندوق به هر یک از صندوقداران پرداخت می‌گردد و صندوقداران معتقدند که مبلغ مزبور مشمول مالیات نمی‌باشد و در این مورد استعلام نموده است که آیا مبلغ مزبور مشمول مالیات است یا خیر؟

پاسخ: به موجب بند ۷ ماده ۹۱ قانون مالیاتهای مستقیم مربوط به معافیت‌های مالیاتی درآمدهای حقوق، فوق‌العاده کسر صندوق و تضمین صاحب جمعان تا میزان ۱۰۰۰۰ ریال در ماه از مالیات معاف می‌باشد و شرکت می‌بایست معادل ۱۰۰۰۰ ریال را معاف از مالیات تلقی و ۱۰۰۰۰ ریال دیگر را به میزان حقوق افزوده و از مجموع درآمد طبق مقررات مالیات مربوطه را محاسبه و پس از کسر از دریافت کنندگان آن به حساب وزارت دارایی واریز نماید. یادآوری می‌نماید در حال حاضر طبق قانون درآمد کارگران تا میزان ۱۵۰۰۰۰ ریال در ماه از مالیات معاف می‌باشد.

سؤال: هیات تصفیه شرکت تعاونی مصرف در حال انحلال مسجد منشور طی نامه‌ای وظیفه قانونی هیات تصفیه در مقابل حوزه مالیاتی را پرسیده و ضرورت یا عدم ضرورت اخذ دفاتر قانونی را استعلام نموده است.

پاسخ: براساس ماده ۱۱۶ قانون مالیاتهای مستقیم مدیران تصفیه مکلفند ظرف ۶ ماه از تاریخ انحلال (تاریخ آگهی ثبت انحلال) اظهارنامه مالیاتی مربوط به آخرین دوره عملیات خود را (که در آن به موجب ماده ۱۱۵ قانون مزبور دارایی‌ها به بهای روز انحلال تقویم گردیده) تنظیم و به حوزه مالیاتی مربوطه تسلیم و مالیات متعلق را طبق قوانین و ضوابط حاکم بر شرکتهای تعاونی پرداخت نمایند و به موجب ماده ۱۱۸ قانون تقسیم دارایی‌های شرکت قبل از تحصیل

مفاصا حساب مالیاتی یا بدون سپردن تامین معادل مالیات تعیین شده مجاز نیست در غیراین صورت مدیران تصفیه مشمول پرداخت مالیات و جرائم متعلقه خواهند بود (جریمه تخلف مدیران معادل ۲۰٪ مالیات متعلقه خواهد بود که مدیران مورد بحث مسئول پرداخت آن می‌باشند) و تا زمانی که شرکت به طور کامل تسویه نگردیده می‌بایست عملیات و رویدادهای مالی آن در دفاتر قانونی ثبت گردد لذا اخذ دفاتر قانونی تا پایان زمان تسویه الزامی خواهد بود.

سؤال: بسیاری از شرکتهای تعاونی جدیدالتاسیس اعلام داشته‌اند که درآمد سال ۷۳ تکافوی تامین هزینه‌های تاسیس و سایر هزینه‌های شرکت را نمی‌نماید و انتقال آن به حساب زیان بسیار قابل توجه بوده و احتمالاً سرمایه‌گذاران را دچار بدبینی خواهد نمود و سؤال نموده‌اند که آیا انتقال این هزینه‌ها به سنوات بعد امکان‌پذیر می‌باشد یا خیر؟

پاسخ: به موجب بند ۴ ماده ۱۴۹ قانون مالیاتهای مستقیم، هزینه‌های تاسیس و هزینه‌های زاید بر درآمد دوره قبل از بهره‌برداری و دوره بهره‌برداری آزمایشی یا به زبان ساده‌تر زیان دوره قبل از بهره‌برداری و دوره بهره‌برداری آزمایشی جز در موارد اشاره شده در جدول استهلاكات موضوع ماده ۱۵۱ قانون مالیاتهای مستقیم حداکثر تا مدت ۱۰ سال از تاریخ بهره‌برداری به طور مساوی قابل استهلاك است. لذا با توجه به موارد مذکور شرکت می‌تواند $\frac{1}{10}$ هزینه‌های تاسیس و تفاوت هزینه و درآمد دوره مزبور را به صورت هزینه در صورتهای مالی (سودوزیان) ثبت و مابقی را در ردیف داراییهای شرکت در ترازنامه تحت عنوان هزینه‌های تاسیس و قبل از بهره‌برداری منعکس و در سنوات آتی به طور مساوی مستهلك نماید.

سؤال: تعداد قابل توجهی از شرکتهای تعاونی خدماتی در مورد معافیت مالیاتی شرکت به علت تعاونی بودن سئوالاتی را مطرح نموده‌اند.

پاسخ: در پاسخ به این تعاونیها به اطلاع

می‌رساند که در قانون تعاون، معافیت مالیاتی پیش‌بینی نشده و این مورد تنها در قانون مالیاتهای مستقیم مطرح گردیده که تنها دو دسته از تعاونیهای خدماتی را شامل می‌گردد.

- دسته اول درآمد مدارس غیرانتفاعی و مراکز نگهداری معلولین ذهنی و حرکتی که با مجوز قانونی مربوطه تاسیس شده و همچنین درآمد باشگاههایی که براساس مجوز سازمان تربیت بدنی منحصرأ به فعالیت ورزشی می‌پردازند به استناد ماده ۱۳۴ قانون مصوب ۷/۲/۷۱ از پرداخت مالیات معاف خواهند بود.

- دسته دوم تعاونیهای خدماتی که می‌توانند از معافیت بهره‌مند گردند. تعاونی کارگاههای فرش دستباف و صنایع دستی و

بقیه از صفحه ۴۱

خدمات و ۱۹ واحد در بخش کشاورزی فعال می‌باشند.

تعداد کل اعضاء تعاونی در سه بخش یاد شده بالغ بر ۲۰ هزار نفر است که ۱۹۵ هزار نفر آنان در تعاونیهای مربوط به کار اشتغال دارند.

تاکنون از مجموع اعتبارات بانکی مصوب جهت طرحهای تعاونی فوق مبلغ ۳۰۷۹۹ میلیون ریال جذب شده است. از طرحهای مذکور تعداد ۲۹۰ طرح مربوط به تعاونیهای فرش دستباف است که با ۱۱۸۵۰۰ نفر زن بافنده مشغول فعالیت می‌باشند.

با توجه به پراکندگی و تنوع طرحها، پیش‌بینی می‌شود بیش از ۵۲۸ تعاونی تولیدی در رشته‌های مختلف طی برنامه پنجساله دوم تاسیس شود که در مجموع قابلیت اشتغالزایی برای ۱۱۶۹۸ نفر دیگر را خواهد داشت. با پیش‌بینی تشکیل ۹۴ شرکت تعاونی فرش دستباف نیز بالغ بر ۶۹۱۳ نفر به اشتغال خواهند رسید.