

اصول و ارزشهای اساسی تعاونی

چند رهنمود برای اداره تعاونیهای مصرف آسیا

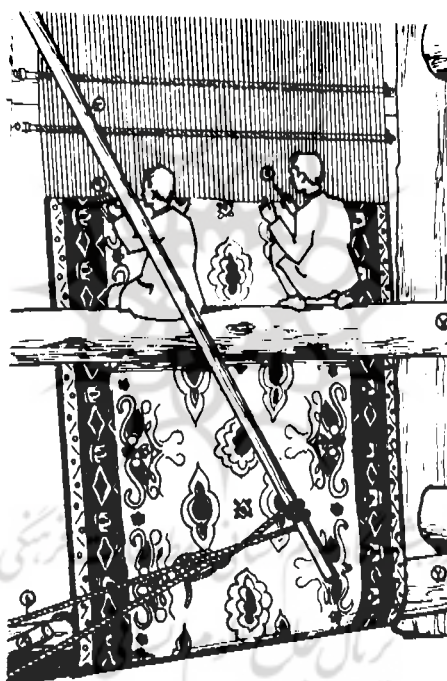
اولین و مهمترین هدف تعاونیهای مصرف باید کسب ثمرات اقتصادی باشد. تعاونیها باید طبق ضوابط حرفه‌ای اداره شوند، به طوریکه از یک طرف کالای مرغوب و خدمات مربوط را با قیمتهای رقابت‌آمیز عرضه نمایند و از طرف دیگر، از تامین سود معقول برای سرمایه‌گذاری اعضا اطمینان حاصل شود.

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 راجع‌دیل، 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) راجع‌دیل و دیگری اصول (تعاونی) اتحادیه بین‌المللی تعاون.

۱.۲- اصول تعاونی (مصرف) راجع‌دیل

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

۱- عضویت آزاد (اختیاری).

۲- نظارت دمکراتیک.

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

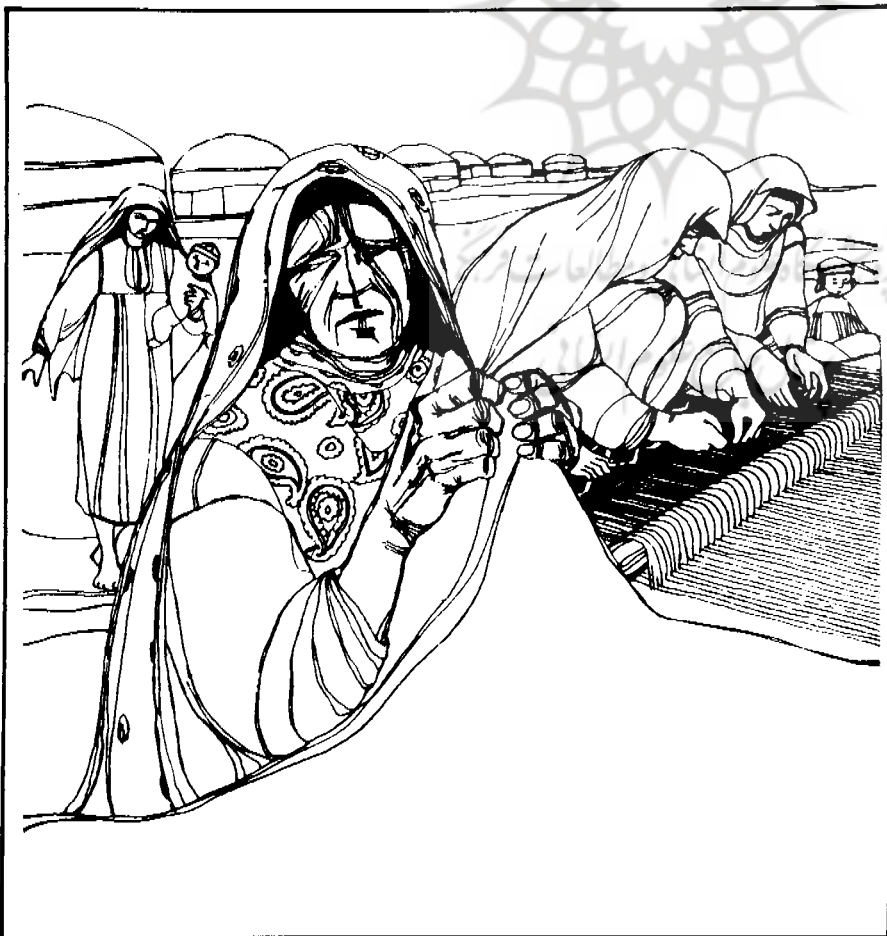
رهنمودهای اجتماعی

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 رقابت 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

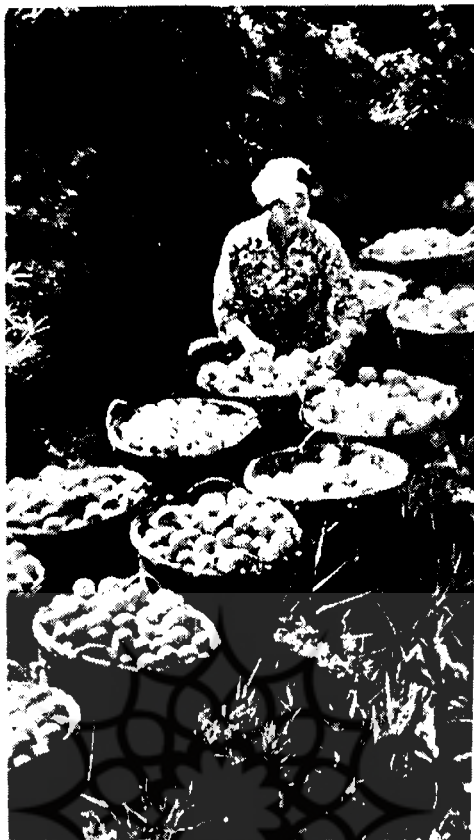
تعاونی‌های مصرف باید توسط مدیرانی که به طریقی دمکراتیک انتخاب شده‌اند اداره شوند. عضویت در تعاونی‌ها باید بدون هیچ مانعی آزاد باشد. برای اصلاح و بهبود نتایج عملیات تعاونی، در هر دوره باید با اعضا مشورت شده و نظریات آنان درباره فعالیت تعاونی کسب گردد. باید برای کسب اطلاعات از مصرف‌کنندگان و کارکنان به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