

تحلیلی بر وضعیت تعاونیهای ایثارگران

از: دفتر امور اقتصادی و برنامه‌ریزی وزارت تعاون

مقدمه

با پایان یافتن جنگ تحمیلی هشت ساله، برنامه‌ریزی اقتصادی جهت اشتغال عزیزان ایثارگر از مهمترین وظایف نظام جمهوری اسلامی ایران بوده و بخش تعاونی نیز به پیروی از این سیاست و در اجرای بند ۲ اصل ۴۳ قانون اساسی این امر را در سرلوحه فعالیتهای خود قرار داده است.

توجه به این عزیزان با در اختیار گذاشتن امکانات و تسهیلات بالقوه و با استفاده از تعهد و تواناییهای ایشان موجب گردیده تا علاوه بر منظور نمودن تسهیلات و امکانات از طریق دستگاههای اجرایی مختلف، در آئین‌نامه اجرایی تبصره ۳ سال ۶۸ نیز به طور مشخص تسهیلات اعتباری جهت اشتغال ایثارگران منظور گردد.

بعد از پایان جنگ تحمیلی بدلیل ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی جهت ایثارگران بسیاری از امکانات معطوف به ایجاد اشتغال ایثارگران گردید بدین لحاظ در بخش تعاون طی سه سال (۷۰-۶۸) جمعاً ۱۹۷۸ تعاونی ایثارگران به ثبت رسیده است، میزان اشتغالزایی طبق طرح واحدهای مذکور ۱۹۱۸۷ نفر بوده است که به ترتیب در بخش کشاورزی ۸۷۲ طرح با ۷۰۵۳ نفر (معادل ۴۴/۱ درصد طرحها) در بخش صنعت و معدن ۸۸۵ طرح با ۱۰۳۶۰ نفر (معادل ۴۴/۷ درصد طرحها) و در بخش خدمات ۲۲۱ طرح با ۱۷۷۴ نفر (معادل ۱۱/۲ درصد طرحها) بوده است. اعضای ایثارگر شاغل در تعاونیهای مذکور ۱۷۳۷۹ نفر (معادل ۹۰/۵ درصد کل اعضا) بوده است.



نگاهی خلاصه به تحلیل وضعیت اعتبارات سه ساله (۷۳-۷۱)

سال ۱۳۷۱

اعتبار تصویری ایثارگران در سال فوق مبلغ ۷۴۴۵۲ میلیون ریال بوده است که این رقم معادل (۶/۸۸ درصد) اعتبار تخصیصی ایثارگران بوده است. این مطلب نشانگر آن است که در سال فوق مبلغ ۹۵۴۸ میلیون ریال از اعتبار تخصیصی ایثارگران جذب نگردیده است. الزام قانونی برای اختصاص اعتبار در این سال برای ایثارگران ۴۰٪ کل اعتبار تخصیصی بخش تعاون و معادل ۸۴۰۰۰ میلیون ریال بوده است.

سال ۱۳۷۲

با وجود کاهش الزام قانونی اعتبار تخصیصی برای ایثارگران از ۴۰٪ سال ۷۱ به ۲۰٪ با توجه به جهت‌گیری و برنامه‌ریزی وزارت تعاون در جهت تشکیل تعاونیهای ایثارگران و افزایش اشتغال، اعتبار بیشتری برای آنان تصویب نموده است.

اعتبار تصویری ایثارگران در سال فوق مبلغ ۱۳۲۰۷۲ میلیون ریال بوده است که معادل ۱۸۸/۷٪ اعتبار تخصیصی ایثارگران می‌باشد مطلب فوق نشانگر این است که در سال فوق نه تنها کل اعتبار تخصیصی تعاونیهای ایثارگران جذب گردیده بلکه مبلغ ۶۲۰۷۲ میلیون ریال از سابق سهم بخش تعاون نیز استفاده گردیده است.

سال ۱۳۷۳

اعتبار تصویری ایثارگران در سال فوق مبلغ

اعضای ایثارگر در سه ساله مذکور در بخش کشاورزی ۶۰۶۴ نفر، در بخش صنعت و معدن ۹۷۷۹ نفر و در بخش خدمات ۱۵۳۶ نفر بوده است.

طی سه ساله بعد از تشکیل وزارت تعاون (۷۳-۷۱) تعاونیهای به ثبت رسیده ایثارگران تعداد ۱۶۲۷ طرح و اشتغالزایی طرحهای مذکور ۳۸۸۸۰ نفر بوده است، سرانه اشتغال هر طرح قبل از تشکیل وزارت تعاون ۹ نفر و بعد از تشکیل وزارت تعاون ۲۴ نفر می‌باشد. با توجه به کاهش تعداد طرحها شاهد افزایش سرانه اشتغال با رشدی بیش از ۱۶۵ درصد بعد از تشکیل وزارت تعاون بوده‌ایم. و اینکه فعالیت‌های انجام شده تعاونیهای ایثارگران در سه ساله بعد از تشکیل وزارت تعاون (۷۱/۷۳) تقدیم می‌گردد.

وضعیت اعتبارات شرکتهای تعاونی تولیدی تشکیل شده از محل اعتبار تبصره ۳ قانون بودجه مربوط به ایثارگران کل کشور طی سالهای (۷۳-۷۱)

۱۰۶۷۶۱ میلیون ریال بوده است که این رقم معادل ۱۰۹/۵ درصد اعتبار تخصیصی ایثارگران می‌باشد. مطلب فوق نشانگر این است که در سال فوق نه تنها کل اعتبار تخصیصی تعاونیهای ایثارگران جذب گردیده بلکه مبلغی بیش از ۹۲۷۶ میلیون ریال از مابقی سهم بخش تعاون نیز جذب گردیده است.

در سال ۷۳ نسبت به سال ۷۲ رقم اعتبار تصویبی، کاهش معادل ۲۵۳۱۱ میلیون ریال داشته است، لکن با توجه به فرصتهای شغلی ایجاد شده این دو سال و مقایسه آنها این نتیجه حاصل می‌شود که اشتغالزایی افزایش یافته و در مجموع با تعداد طرح کمتر در سال ۷۳ اشتغالزایی بیشتری ایجاد گردیده است. (جدول شماره ۵ و ۳)

جهت گیری کلی وزارت تعاونی در ارتباط با افزایش فرصتهای شغلی ضمن پرداخت تسهیلات بانکی کمتر بوده است که این سیاستگذاری در مورد تعاونیهای ایثارگران با افزایش سرانه اشتغال طرح همراه بوده که خود نشانگر گسترش مالکیت برای تعداد بیشتری از ایثارگران می‌باشد.

اعتبارات

کل اعتبارات تخصیصی از محل تبصره ۳ به بخش تعاون در سه ساله (۷۳-۷۱) مبلغ ۱۰۴۷۴۲۴ میلیون ریال و اعتبارات تخصیصی ایثارگران مبلغ ۲۵۱۴۸۵ میلیون ریال بوده است.

همچنین کل اعتبار درخواستی تعاونیهای ایثارگران در سه ساله فوق مبلغ ۵۸۴۸۷۸ میلیون ریال بوده که از این مبلغ ۳۱۳۲۸۵ میلیون ریال به تصویب رسیده است. این رقم معادل ۱۲۴/۶ درصد اعتبار تخصیصی ایثارگران در سه ساله فوق می‌باشد. (جدول شماره ۱)

طرحها

مجموع شرکتهای تعاونی ایثارگران متقاضی دریافت وام در سه ساله (۷۳-۷۱) تعداد ۱۶۲۷ شرکت بوده است که از این

جدول شماره (۱)

سال	اعتبار تخصیصی بخش تعاون	الزام قانونی ایثارگران	اعتبار تخصیصی تعاونیهای ایثارگران	اعتبار درخواستی	اعتبار تصویبی
۷۱	۲۱۰۰۰۰	۴۰٪	۸۴۰۰۰	۲۰۵۲۴۴	۷۴۴۵۲
۷۲	۳۵۰۰۰۰	۲۰٪	۷۰۰۰۰	۲۴۳۰۷۲	۱۳۲۰۷۲
۷۳	۴۸۷۴۲۴ *	۲۰٪	۹۷۴۸۵	۱۳۶۵۶۲	۱۰۶۷۶۱
جمع	۱۰۴۷۴۲۴	-	۲۵۱۴۸۵	۵۸۴۸۷۸	۳۱۳۲۸۵

* اعتبار تخصیصی سال فوق ۵۰۰۰۰۰ میلیون ریال بوده که از این رقم مبلغ ۴۸۷۴۲۴ میلیون ریال اعتبار در اختیار بخش تعاونی قرار گرفته است.

تعداد ۱۰۸۳ طرح معادل (۶/۶۶ درصد) به این ترتیب بیشترین تعداد طرحهای طرحها به مرحله تصویب رسیده است. همچنین از مجموع ۶۸۱ شرکت تعاونی ایثارگران در مناطق محروم ۴۹۶ طرح (معادل ۷۲/۸ درصد) به مرحله تصویب رسیده است (جدول شماره ۲).

به این ترتیب بیشترین تعداد طرحهای تصویبی در سه سال فوق مربوط به بخش کشاورزی و کمترین تعداد طرحهای تصویبی در سه سال فوق مربوط به بخش خدمات بوده است (جدول شماره ۳).

وضعیت تعداد طرحهای تعاونیهای تولیدی ایثارگران از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۳-۷۱)

جدول شماره (۲)

سال	تعداد طرحهای متقاضی	تعداد طرحهای تصویبی	تعداد طرحهای متقاضی مناطق محروم	تعداد طرحهای تصویبی مناطق محروم
۷۱	۵۴۷	۲۸۹	۱۹۳	۱۱۹
۷۲	۶۲۴	۴۷۱	۲۵۸	۲۰۸
۷۳	۴۵۶	۳۲۳	۲۳۰	۱۶۹
* جمع	۱۶۲۷	۱۰۸۳	۶۸۱	۴۹۶

* از کل ۱۶۲۷ طرح متقاضی ۶۸۱ طرح در مناطق محروم واقع گردیده است.

* از کل ۱۰۸۳ طرح تصویبی ۴۹۶ طرح در مناطق محروم واقع گردیده است.

توزیع بخشی تعداد طرحهای تصویبی ایثارگران طی سالهای (۷۳-۷۱)

توزیع بخشی طرحهای تصویبی تعاونیهای تولیدی ایثارگران از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۳-۷۱)

جدول شماره (۳)

نوع فعالیت	تعداد طرحهای تصویبی			جمع
	۷۱	۷۲	۷۳	
کشاورزی	۱۲۸	۲۹۸	۱۶۹	۵۹۵
صنعتی	۱۵۲	۱۶۳	۱۳۳	۴۴۸
خدماتی	۹	۱۰	۲۱	۴۰
جمع	۲۸۹	۴۷۱	۳۲۳	۱۰۸۳

کل طرحهای تصویبی تعاونیهای تولیدی ایثارگران طی سالهای (۷۳-۷۱) تعداد ۱۰۸۳ طرح می‌باشد و توزیع تعداد طرحهای تصویبی در بخشهای مختلف تعاونی به قرار زیر می‌باشد:

- بخش کشاورزی ۵۹۵ طرح
- بخش صنعتی ۴۴۸ طرح
- بخش خدماتی ۴۰ طرح

(۱) در سالهای ۷۱ و ۷۲ اردبیل استان نبوده و تعداد طرح استان

اردبیل تنها مربوط به سال ۷۳ می‌باشد.

توزیع استانی طرحهای تصویبی ایثارگران طی سالهای (۷۱-۷۳)

مجموع طرحهای مصوب طی سه ساله (۷۱-۷۳) جمعاً ۱۰۸۳ طرح بوده که از این تعداد ۲۸۹ طرح مربوط به سال ۷۱ و تعداد ۴۷۱ طرح مربوط به سال ۷۲ و تعداد ۳۲۳ طرح مربوط به سال ۷۳ بوده است. بیشترین تعداد طرح از جمع تراکمی سه سال مربوط به استان لرستان با ۸۷ طرح و کمترین آنها به جزء استان اردبیل (۱) مربوط به استان بوشهر با ۱۹ طرح بوده است (جدول شماره ۴).

توزیع استانی طرحهای ایثارگران نشان دهنده این مطلب است که بیشترین تعداد طرحهای تصویبی در سال ۱۳۷۱ مربوط به استان لرستان با ۳۷ طرح و کمترین طرح تصویبی با ۱ طرح مربوط به استان خوزستان بوده است.

در سال ۱۳۷۲ بیشترین تعداد طرحهای تصویبی مربوط به استان خوزستان با ۴۸ طرح و کمترین طرحهای تصویبی با تعداد ۶ طرح مربوط به استان زنجان بوده است.

همچنین در سال ۱۳۷۳ بیشترین تعداد طرحهای تصویبی مربوط به استان ایلام با ۳۰ طرح و کمترین طرحهای تصویبی با ۲ طرح به استان مرکزی تعلق دارد (جدول شماره ۴).

اشتغال

اشتغالزایی طرحهای متقاضی استفاده از تسهیلات بانکی ۳۸۸۸۰ نفر و تعداد شاغلین طرحهای تصویبی ۲۰۱۶۵ نفر (معادل ۵۲ درصد اشتغالزایی طرحهای متقاضی استفاده از تسهیلات بانکی) می باشد (جدول شماره ۵)

وضعیت اشتغال تعاونیهای تولیدی ایثارگران
از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۱-۷۳)

جدول شماره (۵)

سال	اشتغالزایی طرحهای متقاضی استفاده از تسهیلات بانکی	تعداد شاغلین طرحهای تصویبی
۷۱	۱۱۵۹۸	۵۵۲۳
۷۲	۱۳۵۶۲	۶۵۶۴
۷۳	۱۳۷۲۰	۸۰۷۸
جمع	۳۸۸۸۰	۲۰۱۶۵

توزیع استانی طرحهای تصویبی تعاونیهای ایثارگران از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۱-۷۳)

جدول شماره (۴)

ردیف	نام استان	تعداد طرحهای تصویبی			جمع
		۷۱	۷۲	۷۳	
۱	مرکزی	۱۲	۷	۲	۲۱
۲	گیلان	۱۱	۱۶	۱۵	۴۲
۳	مازندران	۲	۲۸	۱۳	۴۳
۴	آذربایجان شرقی	۱۷	۲۲	۱۵	۵۴
۵	آذربایجان غربی	۱۷	۲۰	۲۱	۵۸
۶	کرمانشاه	۱۶	۴۱	۲۷	۸۴
۷	خوزستان	۱	۴۸	۱۹	۶۸
۸	فارس	۲۱	۱۶	۱۶	۵۳
۹	کرمان	۱۲	۱۳	۵	۳۰
۱۰	خراسان	۱۳	۲۳	۱۷	۶۳
۱۱	اصفهان	۱۱	۱۶	۹	۳۶
۱۲	سیستان و بلوچستان	۴	۱۳	۷	۲۴
۱۳	کردستان	۳۱	۱۶	۱۰	۵۷
۱۴	همدان	۱۳	۲۶	۹	۴۸
۱۵	چهارمحال و بختیاری	۱۶	۱۷	۱۸	۵۱
۱۶	لرستان	۲۷	۲۵	۲۵	۸۷
۱۷	ایلام	۹	۲۶	۳۰	۶۵
۱۸	کهگیلویه و بویراحمد	۳	۲۸	۱۴	۴۵
۱۹	بوشهر	۲	۹	۸	۱۹
۲۰	زنجان	۱۲	۶	۳	۲۱
۲۱	سمنان	۴	۱۱	۱۵	۳۰
۲۲	یزد	۶	۱۱	۵	۲۲
۲۳	هرمزگان	۱۲	۱۱	۳	۲۶
۲۴	تهران	۷	۱۲	۱۴	۳۳
۲۵	اردبیل	-	-	۳	۳
	جمع کل	۲۸۹	۴۷۱	۳۲۳	۱۰۸۳

توزیع بخشی شاغلین طرحهای تصویبی ایثارگران سالهای (۷۱-۷۳)

کل شاغلین طرحهای تصویبی تعاونیهای تولیدی ایثارگران از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۱-۷۳) تعداد ۲۰۱۶۵ نفر می باشد که توزیع تعداد شاغلین طرحهای تصویبی در بخش های مختلف تعاونی به قرار زیر می باشد:

بخش کشاورزی ۵۷۲۷ نفر
بخش صنعتی ۱۳۷۶۲ نفر
بخش خدماتی ۶۷۶ نفر

به این ترتیب بیشترین تعداد شاغلین طرحهای تصویبی در سه ساله فوق مربوط به بخش صنعتی و کمترین تعداد شاغلین طرحهای تصویبی در سه ساله فوق مربوط به بخش خدمات بود است. (جدول شماره ۶).

همچنین با توجه به آمار مندرج در این

توزیع استانی شاغلین طرحهای تصویبی ایثارگران از محل
تبصره ۳ طی سالهای (۷۱-۷۳)

جدول شماره (۷)

ردیف	نام استان	تعداد شاغلین طرحهای تصویبی			جمع
		۷۱	۷۲	۷۳	
۱	مرکزی	۱۸۵	۸۶	۱۴	۲۸۵
۲	گیلان	۱۹۹	۱۳۷	۱۹۵	۵۳۱
۳	مازندران	۵۷	۲۹۶	۱۸۲	۵۳۵
۴	آذربایجان شرقی	۱۵۸	۶۷۴	۷۹۱	۱۶۲۳
۵	آذربایجان غربی	۲۶۰	۱۴۷	۲۳۴	۶۴۱
۶	کرمانشاه	۲۳۷	۶۲۲	۲۷۷۳	۳۶۳۲
۷	خوزستان	۷	۵۸۷	۲۹۶	۸۹۰
۸	فارس	۳۲۲	۲۰۵	۱۸۸	۷۱۵
۹	کرمان	۲۴۴	۱۱۱	۴۱	۳۹۶
۱۰	خراسان	۵۲۲	۳۸۴	۲۳۱	۱۱۳۷
۱۱	اصفهان	۱۴۳	۳۴۳	۲۰۶	۶۹۲
۱۲	سیستان و بلوچستان	۷۲	۱۸۶	۷۳	۳۳۱
۱۳	کردستان	۵۷۳	۳۸۶	۳۳۸	۱۲۹۷
۱۴	همدان	۱۴۱	۲۷۴	۱۴۲	۵۵۷
۱۵	چهارمحال و بختیاری	۱۰۴۷	۲۶۸	۲۶۱	۱۵۷۶
۱۶	لرستان	۳۷۷	۳۰۱	۳۴۰	۱۰۱۸
۱۷	ایلام	۲۲۲	۲۴۹	۷۲۰	۱۱۹۱
۱۸	کهگیلویه و بویراحمد	۴۳	۲۳۱	۲۲۲	۴۹۶
۱۹	بوشهر	۴۱	۱۸۱	۸۷	۳۰۹
۲۰	زنجان	۲۷۹	۱۲۳	۳۵	۴۳۷
۲۱	سمنان	۸۱	۳۳۹	۳۲۸	۷۴۸
۲۲	یزد	۷۰	۹۶	۶۴	۲۳۰
۲۳	هرمزگان	۱۵۸	۱۴۸	۳۸	۳۴۴
۲۴	تهران	۸۵	۱۹۰	۲۵۴	۵۲۹
۲۵	اردبیل	-	-	۲۵	۲۵
	جمع کل	۵۵۲۳	۶۵۶۴	۸۰۷۸	۲۰۱۶۵

گزارش این مطلب نمایان است که بخش تعاون در سه ساله (۷۳-۷۱) توجه مخصوصی به اشتغالزایی بیشتر ایثارگران در هر سال نسبت به سال قبل داشته است.

توزیع بخشی تعداد شاغلین طرحهای تصویبی تعاونیهای تولیدی و ایثارگران از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۱-۷۳)

جدول شماره (۶)

نوع فعالیت	تعداد شاغلین طرحهای تصویبی			جمع
	۷۱	۷۲	۷۳	
کشاورزی	۱۴۰۸	۲۵۸۵	۱۷۳۴	۵۷۲۷
صنعتی	۳۹۶۵	۳۸۱۱	۵۹۸۶	۱۳۷۶۲
خدماتی	۱۵۰	۱۶۸	۳۵۸	۶۷۶
جمع	۵۵۲۳	۶۵۶۴	۸۰۷۸	۲۰۱۶۵

توزیع استانی شاغلین طرحهای تصویبی ایثارگران طی سالهای (۷۱-۷۳)

مجموع کل شاغلین استانی طرحهای تصویبی (۷۳-۷۱) تعداد ۲۰۱۶۵ نفر می باشد که از این تعداد اشتغال ۵۵۲۳ نفر مربوط به سال ۷۱ و اشتغال ۶۵۶۴ نفر مربوط به سال ۷۲ و اشتغال ۸۰۷۸ نفر مربوط به سال ۷۳ بوده است. بیشترین تعداد اشتغال مربوط به استان کرمانشاه با ۳۶۳۲ نفر و کمترین آن به جزء استان اردبیل (۱) مربوط به استان یزد با ۲۳۰ نفر بوده است (جدول شماره ۷)

توزیع استانی تعداد شاغلین طرحهای ایثارگران نشان دهنده این مطلب است که بیشترین تعداد شاغلین تصویبی در سال ۷۱ مربوط به استان چهارمحال و بختیاری با ۱۰۴۷ شاغل و کمترین تعداد شاغلین مربوط به استان خوزستان با ۷ شاغل بوده است.

در سال ۷۲ بیشترین تعداد شاغلین طرحهای تصویبی مربوط به استان آذربایجان شرقی با ۶۷۴ شاغل و کمترین تعداد شاغلین مربوط به استان مرکزی با ۸۶ شاغل بوده است.

همچنین در سال ۷۳ بیشترین تعداد شاغلین طرحهای تصویبی مربوط به استان کرمانشاه با ۲۷۷۳ شاغل و کمترین تعداد شاغلین مربوط به استان مرکزی با ۱۴ شاغل

بوده است (جدول شماره ۷).

سرمایه گذاری

معادل (۲۹ درصد) سرمایه گذاری کل می باشد (جدول شماره ۸).

مجموع سرمایه گذاری کل تعاونیهای تولیدی ایثارگران در سه ساله (۷۳-۷۱) مبلغ ۴۴۱۶۳۳ میلیون ریال و اعتبار تصویبی آن مبلغ ۳۱۳۲۸۵ میلیون ریال معادل (۷۱ درصد) سرمایه گذاری کل، همچنین سهم آورده اعضاء مبلغ ۱۲۸۳۴۸ میلیون ریال

سرانه سرمایه گذاری طرحهای تصویبی ایثارگران طی سالهای (۷۱-۷۳)

سرانه سرمایه گذاری تعاونیهای تولیدی

بفصل در صفحه ۶۶



توافقنامه‌ای بین وزارتین آموزش و پرورش و وزارت تعاون مسینی بر احیاء تعاونیها در مدارس تنظیم گردید و پس از آن اساسنامه و دستورالعمل اجرائی تعاونیها با هماهنگی وزارت تعاون تهیه و تدوین و جهت اجرا به استانها ارسال گردید.

اهمیت موضوع:

بی‌شک با توجه به عملکرد مثبت و سازنده تعاونیهای آموزشی در اکثر کشورها، این نوع از تعاونیها ضرورت وجود خود را در جهات مختلف به جوامع انسانی نشان داده‌اند و در سه جنبه اصلی اهمیت وجودی آنها مشهود است:

۱- جنبه فراگیری و ترویج شیوه تعاونی در جامعه.

۲- بعنوان وسیله و ابزاری مطمئن و گذرآمد برای پرورش و باروری فعالیتهای گروهی و اجتماعی در نسلهای آینده‌ساز یک جامعه.

۳- در جنبه‌های فردی و اخلاقی و سازندگی انسانهای اندیشمند با صفات و فضیلتهای اخلاقی.

در شرکتهای تعاونی آموزشی خود دانش‌آموزان سهامدار خواهند بود و براساس منافع اساسنامه و دستورالعمل مربوط سود حاصله از فعالیتهای تعاونی پس از کسر درصدهایی از آن بابت آموزش و پاداش به کارکنان و نیز انجام امور خیریه و عام‌المنفعه مدارس و سایر هزینه‌های مستعلقه بین دانش‌آموزان تقسیم می‌گردد.

اهداف تعاونیهای مدارس

۱- ایجاد روحیه کمک متقابل و همفکری و همکاری و انجام خدمات گروهی و اجتماعی.

۲- آموزش و ایجاد روحیه مشارکت و دخالت در امور اجتماعی و اقتصادی.

۳- آموزش و تقویت روحیه چگونگی تصمیم‌گیری درست و صحیح.

۴- آشنائی با مفاهیم دمکراسی و رای‌گیری

نقش تعاونیهای آموزشی در مشارکت اجتماعی دانش‌آموزان

از: صفی‌ا... ملکی

دانش‌آموزان سرآغاز شکل‌گیری تشکلهای گروهی شد که تعاونیهای مدارس به صورت رسمی در فرانسه برای اولین به منظور بهبود وضع مادی و اجتماعی کودکان در سال ۱۹۱۸ تشکیل گردید و تا سال ۱۹۵۱ حدود «۴» کشور اقدام به تاسیس تعاونی آموزشی نمودند و هم‌اکنون در اکثر کشورهای جهان اینگونه تعاونیها با اهداف مشابه تشکیل گردیده است که سود حاصله را در مقاصد فرهنگی - ورزشی - تربیتی استفاده می‌کنند.

در ایران نیز در سال ۱۳۵۴ آئین‌نامه تعاونیهای آموزشی به مورد اجرا گذاشته شد و در سال تحصیلی ۶۲-۶۱ از طریق امور تربیتی استان تهران با هماهنگی سازمان مرکزی تعاون، تعاونیهای آموزشی در تعدادی از مدارس تشکیل گردید و در سال «۶۶» مسئولیت اداره و برنامه‌ریزی تعاونیهای آموزشی به بخش فعالیتهای گروهی اداره کل امور اردوها و اماکن تربیتی محول گردید که تاکنون نیز به همین ترتیب ادامه دارد.

در اوایل سال ۱۳۷۳ با پیگیری اداره کل امور اردوها و اماکن تربیتی با همکاری و هماهنگی اداره کل تعاون و امور اجتماعی

تعاون به معنی یاری رساندن به دیگران و در مقابل یاری گرفتن از دیگران می‌باشد. بدین ترتیب در تعاونی روابط متقابل افراد حاکم است، چه بسا عملی ساختن کارهایی است که به صورت فردی غیرممکن و تقریباً نشدنی هستند. ولی به صورت گروهی و تعاونی انجام آنها سهل و شدنی است. لذا تعاونی بمعنای همکاری و به یکدیگر یاری کردن و مشارکت در یک امر یا امور برای دست یافتن به اهداف و منافع مشترک است.

تعاونیهای آموزشی از شرکت مجموعه‌ای از دانش‌آموزان به صورت داوطلبانه و آگاهانه به منظور رسیدن به اهداف مشترک با فعالیتها و تلاش و اراده جمعی آنان تشکیل می‌گردد و بوسیله خودشان اداره و نظارت می‌شود.

تاریخچه تعاونیهای آموزشی:

در سال ۱۹۱۸ بعد از جنگ چهارساله جهانی اول و تحمل ویرانیها و آسیبهای دردآور ناشی از آن و سپس در مرحله‌بازسازی محیط زندگی پس از جنگ، با انبوه حجم کاری که در پیش روی مردم بوده انگیزه استفاده از نیروهای مختلف از جمله جوانان و

۵. آشنائی با بسیاری از مفاهیم ضروری اجتماعی جامعه که هر فرد درگیر آن در آینده خواهد بود (مثل انتخابات - کاندیدا شدن - رای گیری، خریدن سهام - مدیرعامل - هیئت مدیره و اساسنامه).

سازمانی و آشنائی با نمونه‌ای از این سلسله مراتب.
۷- قرار گرفتن در جریان رقابت سالم و سازنده.
۸- ایجاد قدرت جلب اعتماد دیگران در افراد.

۶- قرار گرفتن در سلسله مراتب رسمی

۹- آشنائی با نحوه برنامه‌ریزی و تعیین

جهت برای یک مجموعه سازمانی.
۱۰- فعالیت و حرکت برای رفع مشکلات و موانع فردی و اجتماعی.
۱۱- آشنائی با قوانین و مقررات و تبعیت از آن.

علاوه بر موارد مذکور سوددهی عادلانه را می‌توان عامل موثری برای مدرسه و خود دانش‌آموزان دانست.

ضمناً از طریق این تعاونیها می‌توان بسیاری از ملزومات مورد نیاز دانش‌آموزان از جمله پوشاک، خوراک و لوازم التحریر و... آنان را با قیمت عادلانه از بیرون مدرسه تهیه و تامین کرد.

اهداف تعاونیها در تعدادی از کشورها

سوئیس: پرورش افکار و صفات کودکان و آماده ساختن آنها برای وظایفی که اتباع سوئیس باید انجام دهند.

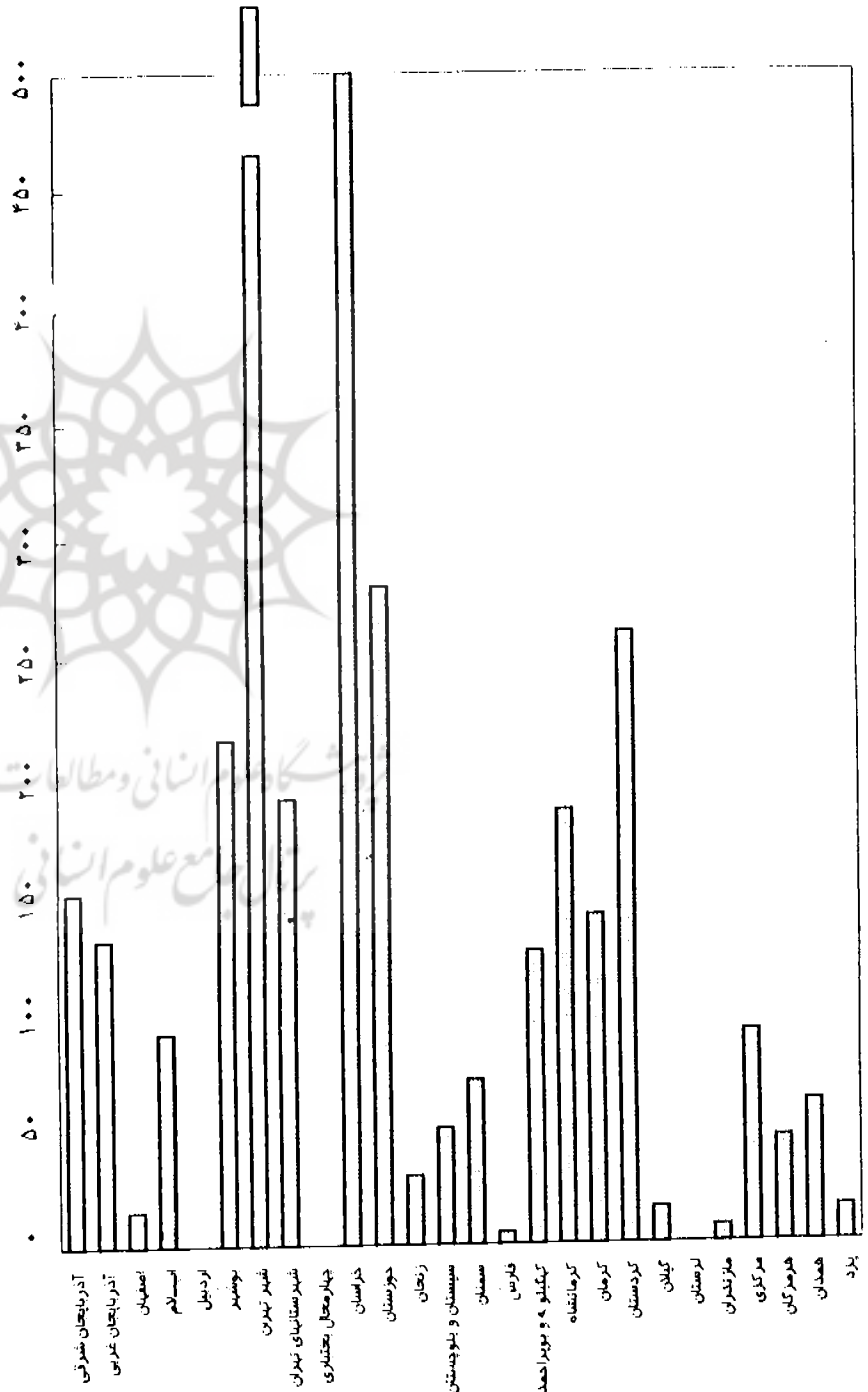
کاستاریکا: تربیت نونهالان و آماده ساختن آنها برای هماهنگی با محیطی که پس از خارج شدن از مدرسه وارد آن می‌شوند.

فرانسه: آموزش به کودکان تا با خودیاری یکدیگر بعضی از نیازمندیهای آموزشگاه و گروه کوچک خود حتی محله خود را رفع کنند.

یونان: پرورش اراده و استعداد اعضا برای کمک به خود و دیگران.

لهستان: تربیت کودکان و ایجاد روحیه اتکاء به خود در آنها و نیز آماده شدن برای اداره شرکتهای تعاونی بزرگسالان.
امید است با همت و تلاش کلیه دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت در مدارس، قدمهای مثبتی در جهت ایجاد رقابت سالم و همیاری در بین دانش‌آموزان و جلب مشارکت آنان در امور اجتماعی و سازندگی کشور برداشته شود.

نمودار آمار تعداد تعاونیهای تشکیل شده در استانها - سال ۱۳۷۳



چهارمین نمایشگاه فرش دستباف ایران

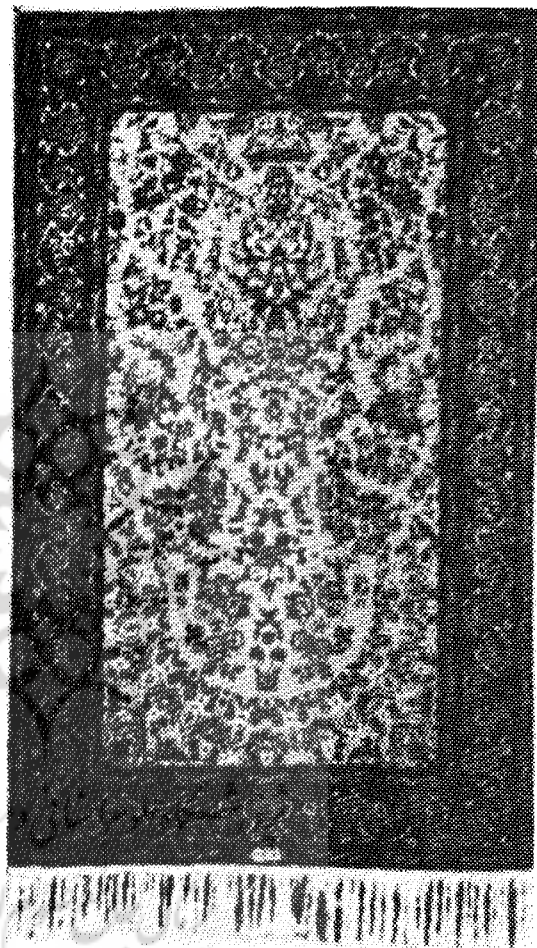
کشور در دو سالن تولیدات خود را عرضه کردند. اشکال عمده و محسوس در این دو سالن کمبود جا بود.

ابراهیم جوقان نماینده اتحادیه شرکتهای تعاونی استان مرکزی که ۸۰۰ تخته فرش را از چهار شرکت تعاونی آن استان به نمایشگاه آورده بود، گفت: «وضع سرویس دهی» نمایشگاه خوب است، فقط به دلیل تنگی جا نمی توانیم آنطور که لازم است فرشها را به نمایش بگذاریم.»

ارسال بیش از ۱۰۰۰ کارت دعوت، بخش آگهی از تلویزیون و درج آن در جراید، نصب پلاکارد، چاپ بروشور و سازماندهی امور اداری نمایشگاه با مساعدت دفتر تعاونیهای مسکن، مصرف و اعتبار وزارت تعاون از نقاط مثبت فعالیت اتحادیه سراسری شرکتهای تعاونی تولیدکنندگان فرش دستباف ایران بعنوان مقام مسئول اجرایی بخش تعاونی در نمایشگاه بزرگ فرش دستباف بود.

در سالنهای اختصاصی تولیدکنندگان عمده فرش دستباف، همچون: بخش تعاونی کشور، جهادسازندگی، سازمان صنایع دستی ایران و... از هر نوع فرش، گلیم یا گبه ستونهایی به سطح مقطع ابعاد شناخته شده فرش، در کنار یکدیگر چیده بودند تا به درخواست خریداران، برای مقایسه ترکیب متفاوت طرحها و رنگها توری شوند. قبل از ورود به چنین سالنهای فراخ و انبوه باید تصمیم می گرفتید که چقدر پول می خواهید برای خرید فرش خرج کنید و یا اینکه دنبال چه نوع فرش می هستید، در غیراینصورت وارد شدن فقط به قصد تماشا، مثلاً به سالن جهادسازندگی که ۷۰ هزار متر مربع فرش را در فضایی به وسعت ۳۵۰۰ متر مربع عرضه کرده بود، یعنی غرق شدن در دریایی از طرحهای گل و بوته و ترنج و اسلیمی.

در نمایشگاه امسال، چهار سالن به عرضه آثار هنرمندان فرش دستباف اختصاص یافته بود. در این سالنها بازدیدکننده با توده های فرش مواجه نمی شد و چشم هم سرگردان به این سو و آن سو نمی دوید که چیز مطلوبی



و بازرگان فرش دستباف از بخشهای دولتی، تعاونی و خصوصی در ۱۴ سالن مجزا با فضایی به وسعت بیش از ۳۵ هزار متر مربع، جدیدترین آثار خود را در مقابل دیدگان علاقمندان و خریداران این هنر و صنعت دیرپای ایرانی گسترده کردند.

تعاونیهای تحت پوشش وزارت تعاون به همت اتحادیه سراسری شرکتهای تعاونی تولیدکنندگان فرش دستباف ایران، در نمایشگاه فرش سال جاری حضوری چشمگیر داشتند. ۱۲۰ شرکت تعاونی از ۲۱ استان

از: کوروش عمادی

طراح با جوهر روح خود بر چهارخانه های کاغذ نقش می زند، رنگرز با سایش و امتزاج تجربه و فن رنگ می آفریند، تا بافته با یک دنیا گره، گلی بر تار و پود قالی بنشانند که ریشه در قلبش دارد.

از اول تا هفتم شهریور ماه امسال، برای چهارمین نمایشگاه بزرگ فرش دستباف در محل دائمی نمایشگاههای بین المللی تهران برگزار شد. اینبار ۱۹۲ اتحادیه، طراح، بافته

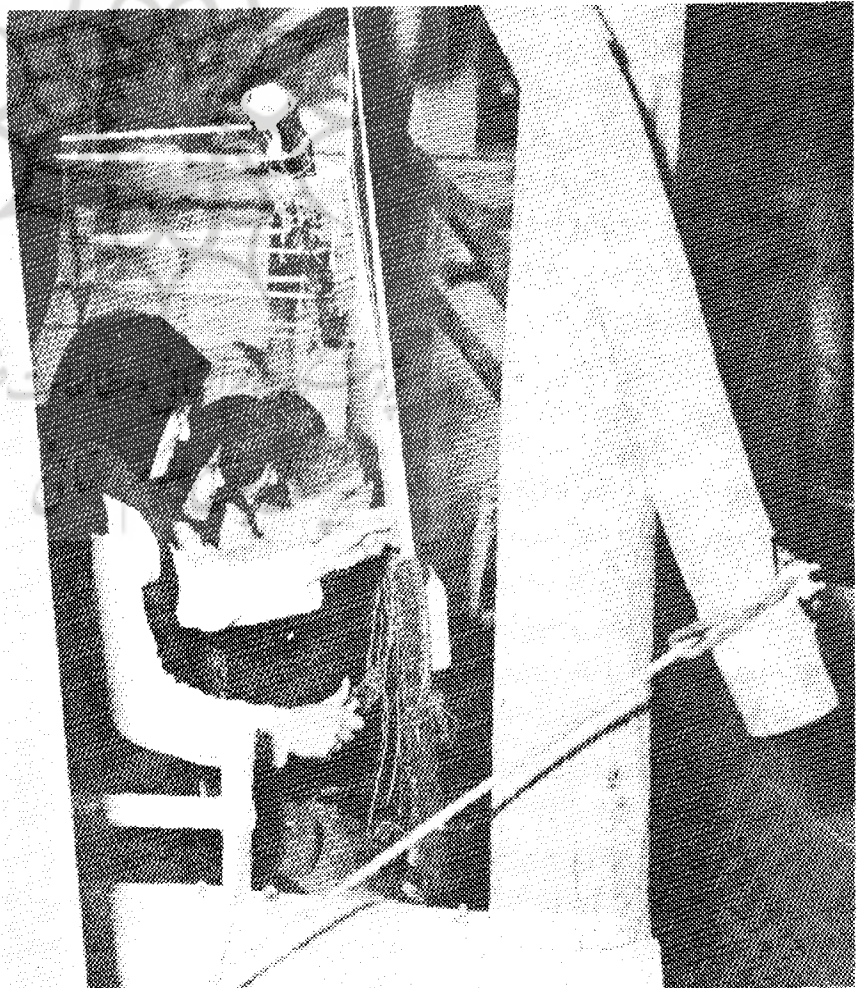
برای نظاره کردن بیاید. هر یک از تابلو فرشهای آویخته به دیوار یا قالبهای فروش به کف سالن، مغناطیسی داشت که چشم بیننده را اسیر لطافت و زیبایی خود می‌کرد. در اینجا هنرمند قالی‌باف ثمره ذوق و هنر طراح را بر تاروپود اعجاز و سحر گره زده بود. همه صاحبان و متولیان فرش دستباف چشم به راه خریدار بودند به خصوص از نوع خارجی آن، نصر... محمدزاده مدیرعامل اتحادیه بازرگانی شرکت‌های تعاونی تولیدکنندگان فرش دستباف ایران وابسته به جهادسازندگی می‌گوید: که اسامی تعداد اعضای تعاونیهای آنها به ۵۰۰ هزار نفر خواهد رسید و این افراد ۱/۵ میلیون مترمربع فرش تولید می‌کنند که حدود ۸۰ درصد آن صادراتی است. و از سوی دیگر اتحادیه سراسری شرکت‌های تعاونی تولیدکنندگان فرش دستباف ایران در بروشور نمایشگاه فرش خود، تعداد قالبیافهای عضو

شرکت‌های تعاونی تحت پوشش وزارت تعاون را ۳۵۰ هزار نفر تعیین کرد که این تعداد ۱۳/۶ درصد بافندگان فرش کشور را تشکیل می‌دهند. بنابراین با یک حساب سرانگشتی بیش از ۲/۵ میلیون نفر در کشور به قالی‌بافی مشغولند که این عده، اسامی، در مجموع بیش از ۷/۵ میلیون مترمربع فرش تولید خواهند کرد.

با افزایش میزان تولید، محدودیت مواد اولیه داخلی، عدم وجود ارتباط مستمر و شریک‌بخش بین تولیدکنندگان داخلی و با وجود حداقل چهار رقیب خارجی یعنی کشورهای هند، پاکستان، ترکیه، چین که فرشی با کیفیت نازل تولید می‌کنند اما از مزیت کارگر ارزانتر برخوردارند، و نیز بهبود کیفیت فرشهای ماشینی، سرانجام صنعت - هنر فرش راه به کجا خواهد برد؟

در یکی از سالنهای مخصوص هنرمندان، رامین رنجبر مسئول غرفه فرش رنجبر تبریز، در پاسخ می‌گوید: «با توجه به همه جوانب امر صنعت فرش که با فرش تجاری سروکار دارد، زودتر از میدان سود و منفعت بیرون می‌رود اما فرش هنری در درازمدت حضور خود را در بازار حفظ خواهد کرد. اهمیت دادن به بعد تجاری - صنعتی فرش باعث می‌شود که افراد بیشتری به فرش دستباف گرایش پیدا کنند. به گفته آقای رسام عرب‌زاده هنرمند گرانقدر اگر قرار باشد هر ایرانی به کار فرش بافتن بپردازد و چندین میلیون مترمربع فرش تولید کنیم، وقتی بازار و خریدار برای آن نباشد و نیز وقتی خارجها برایمان قیمت تعیین کنند به سادگی می‌توانند هر وقت که اراده کردند از خرید فرش ایران خودداری کنند، و در این صورت رکود بازار فرش و نزول قیمت آن حتمی است. از سوی دیگر فرش صنعتی برای بافنده نوعی رکود مغزی به همراه می‌آورد. مقصود اینست که یک بافنده معمولی حداقل ۸ ساعت پشت دار قالی می‌نشیند و فقط نقشه را می‌بیند و گره می‌زند، یک کار مکانیکی منظم، اما بافنده فرش هنری با موضوع تنوع و تعیین رنگ و دقت در طرح نیز سروکار دارد.»

نیلوفر حقیقی، طراح فرش و مسئول آتلیه لوتوس در پاسخ به این سوال که آیا فرش هنری از افت و خیز قیمت در بازار فرش تاثیر می‌پذیرد یا خیر؟ می‌گوید: «خیر. فرش هنری ارزش خود را حفظ می‌کند.» اما در واقع وقتی تاجر یا صادرکننده، بین تولیدکننده فرش هنری و خریدار آن قرار می‌گیرد، هنر با تجارت درگیر می‌شود و اگر نظیر اوایل سالجاری، ارزش ریال در مقابل ارزهای خارجی افت کند، برخی از تجار با پایین آوردن قیمت‌ها در بازار خارجی، باز هم گردش سرمایه را با سود تداوم می‌بخشند. این همان اتفاقی است که در سه ماهه اول سال جاری برای فرش ایران در بازار آلمان رخ داد و فرشهای دستباف ایران به قیمتی کمتر از انواع نامرغوب هندی و پاکستانی به فروش رفتند!



سعی دارد از رویارویی با مسایلی که حدود آن را نمی‌شناسد، بگریزد. طبعاً چنین مدیری برای پرداخت مبلغی مساعده به یک کارمند، یا به تعویق انداختن برداشت از دریافتی یک کارمند دیگر بابت بدهی او تا ماه آینده، یا پرداخت بابت موضوعی مشابه قدرت تصمیم‌گیری ندارد، در حالی که ممکن است کارمند زیردست او قدرت چنین کارهایی را داشته باشد. بنابراین، شاید بتوان گفت که در چنین شرایطی مدیر مالی موردنظر کسی جز یک سرپرست معمولی نیست، حال آنکه اگر بخواهیم از بعد تعریف مدیر به این اداره نگاه کنیم، کارمند زیردست او مدیر واقعی است.

با توجه به مقدمه نسبتاً طولانی فوق، این سوال پیش می‌آید که مدیر باید چه ویژگیهایی داشته باشد؟ تصادفاً از روزی که مدیریت به عنوان یک علم مطرح شده، در این زمینه مطالب بسیار متعدد و متنوع اظهار و منتشر شده است اگر چه هنوز نمی‌توان چهار چوب خاصی را پیدا کرد که شامل تمامی مشخصات یک مدیر باشد و لاقلاً اکثر صاحب‌نظران درباره این ویژگیها توافق نظر داشته باشند. درواقع، چون افراد مختلف از زوایای متعددی به قضایا نگاه می‌کنند، و به علاوه به شیوه قیاس به نفس می‌پندارند که اگر خودشان به جای این یا آن مدیر بودند چه می‌کردند، صفات و ویژگیهای خاصی به مدیر نسبت می‌دهند که بیش از هر چیز نمایانگر طرز فکر و انتظارات و آرزوهای خودشان است. به همین دلیل، چنانچه کسی بخواهد مدیر خوب را توصیف کند، با لیستی طولانی از تعداد زیادی صفت مواجه می‌شود که به سختی می‌تواند حتی یکی از این صفات را نادیده بگیرد. این مشکل را ما هم داریم، هر چند تنها به تعدادی از این ویژگیها اشاره می‌کنیم.

از جمله مشخصات یک مدیر خوب می‌توان موارد زیر را که درباره آن توافق زیادتری وجود دارد، برشمرد:

۱- اعتماد به نفس، یعنی قبول اینکه صاحب قدرت است و می‌تواند با تکیه بر این قدرت مشکلات خود و سازمانی را که به او



مدیر خوب کیست؟

نوشته ای.سی.آیر

ترجمه و اقتباس: دکتر غلامعلی سرمد

ناچار آن را به مراجع بالاتر منعکس می‌کند. از سوی دیگر، مدیر اختیار و مسولیت تصمیم‌گیری دارد، هر چند بلافاصله باید افزود که توانایی مدیران در اتخاذ تصمیمهای روزمره و غیرمنتظره بسیار متفاوت است. همچنین، هر یک از مدیران به طور کلی استعدادهای و تواناییهایی دارند که خواه ناخواه آنها را از یکدیگر جدا و یا متمایز می‌سازد. در نتیجه، می‌توان گفت: عنوان شخص در سازمان الزاماً برکاری که در آن سازمان انجام می‌دهد، دلالت ندارد. برای مثال، ممکن است کسی را که من و شما به عنوان «مدیر مالی» یک شرکت می‌شناسیم، هنری جز این نداشته باشد که کارهای حسابداری و حسابرسی آن شرکت را داره کند. چنین مدیری براساس تجربه یا تحصیلات خود امور مالی را سرسازمان می‌دهد، معمولاً در مسیرهای مشخص و به اصطلاح کوبیده شده گام برمی‌دارد، و همواره

بی‌شک شما هم تاکنون مطالب فراوانی درباره مدیر، مدیریت و مدیر خوب شنیده و خوانده‌اید. اما شاید تا بحال کمتر به این نکته فکر کرده باشید که مدیر کیست؟ در واقع، ما عادت کرده‌ایم به هر کس که سمت اداره یک سازمان را بر عهده داشته باشد، مدیر بگوییم. به این ترتیب، نه فقط به مدیران کل و معاونان آنها، بلکه به روسای سازمانها و رده‌های بالاتر نیز مدیر می‌گوییم، در حالی که واقعیت آن است که اکثر این افراد به جای آنکه مدیر باشند، سرپرست یا مسوول اجرای مقررات هستند. به بیان دیگر، سرپرست به کسی گفته می‌شود که آنچه را ضوابط و مقررات تعیین کرده، اجرا می‌کند. چنین کسی معمولاً در وظایف از پیش تعیین شده دخالت نمی‌کند و در مواقعی اجازه دخالت در اموری از این قبیل را نیز به او نمی‌دهند. در نتیجه، هرگاه در حوزه تحت سرپرستی او مشکلی بروز کند،

سپرده‌اند، حل کند. به بیان دیگر، خودش را به درستی می‌شناسد، به تواناییهای خود وقوف دارد، و به همین دلیل می‌داند و می‌تواند در برخورد با شرایط متعدد به راحتی تصمیم بگیرد و در قبال این تصمیم‌گیری وحشتی نداشته باشد.

۲ انگیزه، یا اشتیاق و تمایل به انجام کار یا کارهایی که به او سپرده شده است. چنین کسی نه فقط خودش برای آنچه انجام می‌دهد یا باید انجام دهد محرکات درونی لازم را دارد، بلکه رفته رفته این ویژگی را در بین زیردستان رسوخ می‌دهد و در آنها نیز انگیزه کار کردن ایجاد می‌کند. در واقع، بررسیهای به عمل آمده نشان می‌دهد که حتی حشره‌ای به کوچکی مورچه از هموعان تاثیر می‌پذیرد.

شاید شما هم داستان تحقیق درباره دو دسته مورچه را شنیده باشید: تعدادی مورچه کم کار یا به اصطلاح تنبل را در کنار تعداد مساوی مورچه پرکار یا زرننگ قرار دادند و بعد از مدتی مشاهده کردند که مورچه‌های کم کار رفته رفته حرکت زیادتری پیدا کرده‌اند. در پایان آن روز، چهار مورچه کم کار با چهار مورچه پرکار تفاوتی نداشتند، هر چند، روز بعد که چهار مورچه نخست را به حال خود رها کردند، تا ظهر آن روز به همان حالت کم کاری سابق باز گشتند. حال، اگر تاثیر یک یا چند نفر بر یک یا چند هموع در بین حشره‌ای نظیر مورچه تا این اندازه باشد، به سادگی می‌توان نتیجه گرفت که مدیر با انگیزه و پرتحرک تا چه حد خواهد توانست در زیردستان تحرک ایجاد کند.

۳- پیشگامی یا برخورداری از این قدرت شخصیتی که در انجام امور پیشقدم شود و با طرح و ارائه اندیشه‌های جدید، رهبری زیردستان را برای انجام کار برعهده بگیرد. در این زمینه نیز تحقیقات متعددی انجام شده و برای مثال در یک بررسی معلوم شد هرگاه قرار باشد در یک سازمان تغییری حاصل شود، چنانچه مدیر زودتر از دیگران آن تغییر را بپذیرد، از لحاظ روانی دیگران به این تغییر

ساده‌تر تسلیم می‌شوند و کمتر در برابر آن مقاومت می‌کنند.

۴- قدرت تصمیم‌گیری و قاطعیت حساب شده در کار، هر چند بلافاصله باید اضافه کرد که منظور از قاطعیت، حالت منطقی آن است. در واقع، قاطعیت به معنای این است که هرگاه برای مدیر مسلم شد انجام یک کار به نفع سازمان است، در انجام آن تردیدی به خود راه ندهد و به دفع الوقت متوسل نشود. بنابراین، قاطعیت را نباید با یکدنگی و بی‌منطقی برابر دانست.

۵- مسوولیت‌پذیری یا آمادگی برای ایستادن و مبارزه کردن با مشکلات. این امر با تصمیم‌گیری و قاطعیت ارتباط بسیار نزدیک دارد، زیرا کسی که قبول مسوولیت می‌کند، باید از توان لازم برای تصمیم‌گیری برخوردار باشد تا بتواند تصمیمی بگیرد که در جهت منافع سازمان باشد. به علاوه، مدیر می‌بایست در برابر پیامدهای تصمیمات خود نیز مسوولیت بپذیرد. بویژه اینکه مسوولیت پیامدهای ناخوش آیند تصمیمات را شخصاً بعهده بگیرد.



۶- مشاوره، یا داشتن سعه صدر لازم برای برخورداری از آرای همکاران و مخصوصاً زیردستان. در واقع، یکی از صفات پسندیده مدیر، آن است که با افراد صاحب‌نظر درباره مسایلی که ضرورت ایجاد می‌کند، مشورت و با توجه به آرای معقول آنان تصمیم‌گیری کند.

۷- هماهنگی، یا توان ایجاد توازن بین فعالیت‌های اعضای مختلف سازمان. براین اساس، ابتدا می‌بایست از احساس وفاداری نسبت به سازمان، و علاقه‌مندی به کار، در میان اعضای زیردست خود اطمینان حاصل کرده باشد تا بتواند در هماهنگی آنان موفق باشد.

۸- داوری صحیح یا دارا بودن توان قضاوت عادلانه درباره زیردستان. برای این منظور لازم است مدیر پیش از قضاوت درباره هر یک از کارکنان شرایط زمانی و مکانی را در نظر بگیرد، زیرا اعمال و رفتار انسان همواره تابع این دو شرط است. به بیان دیگر، چون زمان و مکان دو عامل اساسی و کلیدی است، مدیر باید در همه جا به این عوامل بیندیشد و رفتارهای زیردستان را بر مبنای آن تجزیه و تحلیل کند. برای مثال، اگر یک کارمند امروز برای دریافت اضافه کار بیشتر با مدیر بحث می‌کند. ولی در سال گذشته حتی یک مرتبه هم این موضوع را مطرح نکرده بهتر است مدیر ابتدا به بررسی عامل زمان بپردازد. شاید امروز کارمند مساله مالی خاصی دارد که قبلاً نداشته و دریافت مبلغی زیادت را کارگشای مشکل خود می‌داند. در این صورت، مدیر می‌تواند عاقلانه‌ترین تصمیم را بگیرد و براساس آن عمل کند.

۹- انطباق‌پذیری، یا قدرت قبول تغییرات و تحولات و دگرگون ساختن اندیشه‌های خود براساس آن. همچنین، انطباق‌پذیری به معنای آن است که مدیر همواره به یاد داشته باشد که اوضاع و احوال همواره متغیر است و انسان نمی‌تواند به اصطلاح امروز چون دیروز بیندیشد و زندگی کند. در واقع، هوشیاری مدیر در تشخیص عامل یا عوامل تغییر و انطباق افکار و اعمال خود بر حسب آن، از ویژگی‌های بسیار چشمگیر مدیران موفق است.

مخصوصاً در دنیای پرتلاطم امروز انطباق پذیری امری حیاتی است، هر چند لازم به تذکر است که به هیچوجه نباید انطباق پذیری را با تسلیم شدن بی دلیل و سهل و ساده در برابر حوادث اشتباه کرد.

۱۰ - سازماندهی یا استفاده از هر یک از افراد سازمان و ابزار و وسایلی که در اختیار دارد در جای مناسب خود. این سخن با ضرب المثل «کار را به کاردان سپردن» هماهنگی دارد. همچنین، معمولاً گفته می شود که سازماندهی از بزرگترین وظایف مدیر است، زیرا چنانچه انسان و ابزار کار او در جای مناسب خود بکار گرفته شود، بسیاری از مشکلات سازمانی خود به خود حل خواهد شد.

۱۱ - توان بدنی یا قدرت کارکردن به مدتهای طولانی بدون احساس خستگی. در حقیقت، با توجه به آنچه در مورد انگیزه عنوان شد، اکثر کارمندان با ملاحظه رفتار مدیر رفتار خودشان را تنظیم می کنند. به همین دلیل، چنانچه مدیر را ببینند که ساعتهای متوالی با جدیت و بدون اظهار خستگی فعالیت می کند، از او پیروی کرده، علاقه زیادتری به کار کردن از خود نشان می دهد.

۱۲ - بلوغ عاطفی یا توان کنترل عواطف و احساسات خود در هر زمان که ضرورت داشته باشد. البته منظور این نیست که مدیر باید همیشه عواطف خود را مخفی سازد. برعکس، مدیری را دارای بلوغ عاطفی می دانیم که دقیقاً پس از تجزیه و تحلیل شرایط احساسات خود را آشکار سازد. به این ترتیب، خوشحالی حساب نشده مدیر به همان اندازه زیان آور است که خشم غیر عقلانی او می تواند مساله ساز گردد.

۱۳ - انسان شناسی یا توان شناخت انسانهایی که با او کار می کنند. در پرتو این شناخت است که مدیر می تواند با هر کس به شیوه ای که مطلوب اوست، رفتار کند. برای مثال، با یک نفر می توان به تندی برخورد کرد و او را به دلیل اشتباهی که مرتکب شده بازخواست نمود، زیرا این شخص به هشدار

کننده باشد. به عنوان مثال، مدیر یک شرکت ساختمانی می تواند فقط تجربه کافی در این زمینه داشته باشد، یا فارغ التحصیل مهندسی عمران باشد، یا در شرایط کاملاً ایده آل بر پشتوانه ای از تحصیل و تجربه تکیه زده باشد.

اما احتمالاً برای مدیر یک شرکت حمل و نقل تجربه بیش از مدرک دانشگاهی تعیین کننده است.

بدون شک شما هم قبول دارید که صفات یاد شده را نمی توان تنها صفات یک مدیر خوب دانست، زیرا تعداد زیادی ویژگی دیگر وجود دارد که در کتب مختلف مدیریتی درباره آن بحث شده است. از سوی دیگر، تقریباً هیچ مدیری را نمی توان پیدا کرد که حتی پانزده صفت یاد شده را یکجا داشته باشد.

انسان باری به هر جهت، موجودی ممکن الخطا و به تعبیر فلاسفه ناقص است که قابل تکامل می باشد. همچنین، ناگفته پیداست که در آغاز انتصاب یا انتخاب افراد برای تصدی مشاغل مدیریتی نمی توان انتظار داشت که مدیرانی با این ویژگیها پیدا شوند. در واقع، پیدا کردن مدیرانی با این اوصاف غیر ممکن نیست، اما چون تجربه عامل اساسی تحکیم اینگونه صفات است، چنین مدیرانی را سازمانهای دیگر به سادگی از دست نمی دهند. از اینرو، بهترین کار آن است که با استفاده از آزمونهای موجود نظیر آزمونهای شخصیتی یا تعیین شخصیت، پستهای مدیریتی را به کسانی واگذار کرد که به صورت بالقوه توانایی خودسازی دارند و خواهند توانست از طریق تجربه آموزی عملی در محیط کار، یا شرکت در دوره های آموزشی، بزودی مدیرانی خوب و کارآمد باشند.

راستی؛

- آیا شما خودتان را مدیر می دانید یا سرپرست؟

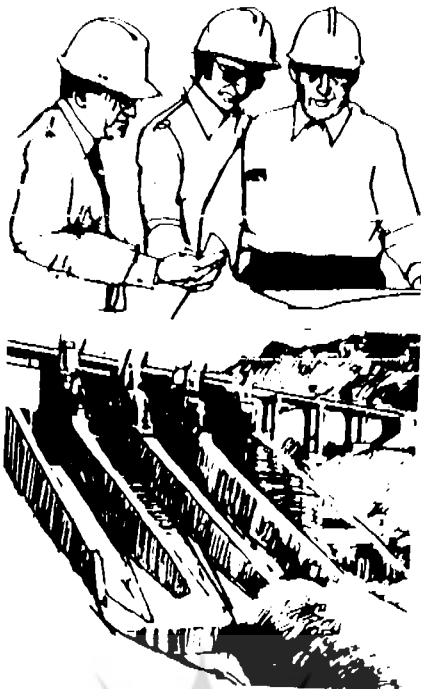
- چند مورد از ویژگیهای یاد شده را در

خودتان سراغ دارید؟

- چه صفات دیگری دارید که در اداره

امور مددکار شما است؟

- این صفات را چگونه کسب کرده اید؟



تد نیاز دارد و چنانچه با لحن ملایم به او تذکر داده شود، ملایمت را ضعف مدیر تصور می کند. برعکس، با یک نفر دیگر حتماً باید به زنی برخورد کرد؛ زیرا عزت نفس او بسیار بالا و حساسیتش نیز زیاد است. چنین کسی به یک اشاره لطیف نیاز دارد نه بیش از آن.

۱۴ - خوب شنیدن یا در واقع خوب گوش دادن هنری است که در تمامی انواع روابط انسانی نقش تعیین کننده دارد. اما هنگامی که بحث از مدیران مطرح باشد، این هنر به شیوه ای چشمگیر تر خودنمایی می کند. در واقع، معمولاً زیردستان برای ارائه گزارش یا گرفتن راهنمایی به مدیر مراجعه می کنند. بنابراین، بدیهی است مدیر در صورتی خواهد توانست در نقش راهنما ظاهر شود که خوب بشنود. همچنین، در صورتی می تواند درباره این یا آن گزارش اظهار نظر کند که در هنگام ارائه آن، به دقت گوش داده باشد.

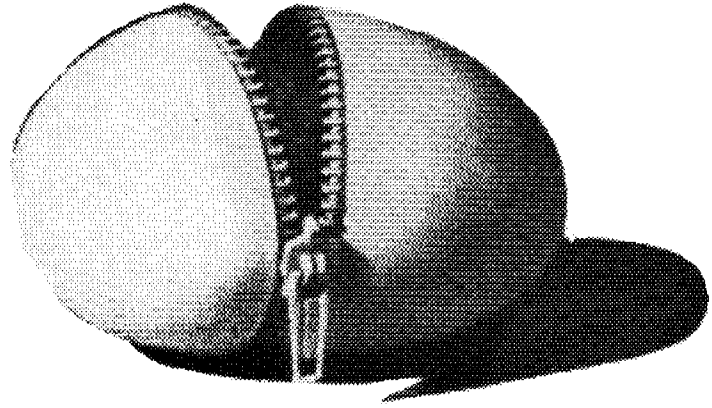
۱۵ - تجربه کافی که الزاماً نمی تواند مدرک تحصیلی دانشگاهی باشد، هر چند با تحصیلات مدیر نیز بی رابطه نیست. در واقع، بسته به اینکه مدیر در کدام سازمان به کار اشتغال دارد، تجربه یا تحصیل می تواند تعیین

هستند که به سادگی به اذهان سرپرستان و کارکنان ساده اداری نیز خطور می‌نماید. به عنوان مثال نمونه اشاره شده در ذیل به خوبی موبد این نکته است:

کارگاهی که به طور اتوماتیک با اسپری حاشیه تختخوابها را رنگ می‌کرد با مشکل چکه کردن رنگ و سرازیر شدن آن روی کار مواجه بود که این مشکل، فروش کارگاه را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش داده بود. مهندس کارگاه تمام تدابیر معمول را برای رفع آن مشکل به کار برد از جمله سرعت پاشیدن رنگ را افزایش داد بعد سرعت را کم کرد، ترکیب رنگ و غلظت آن را تغییر داد، سطح کار را صیقل داد، محل رنگ را با حرارت خشک کرد، آنرا در معرض جریان هوا قرار داد. لکن هیچیک از این تدابیر موثر نیفتاد تا اینکه بالاخره سرپرست کارگاه همراه با فکری تازه و کارآمد وارد عمل شد و توسط یک دستگاه لاستیکی مکنده قطرات رنگ را از سطح کار جمع‌آوری کرد. این عمل بقدر کافی موثر افتاد و جریان ریزش قطرات رنگ قطع شد. این ایده باعث شد که قطرات رنگ که توسط دستگاه مکنده جمع‌آوری می‌شد در مخزنی ذخیره گردد بنحوی که می‌توانستند با آن مجدداً اقدام به رنگ آمیزی نمایند. به این ترتیب با فکری که به ذهن سرپرست کارگاه خطور کرد هم در هزینه‌ها صرفه‌جویی شد و هم کیفیت کار ارتقاء پیدا نمود و فروش کارگاه نیز به طور چشمگیری افزایش یافت.

تفکر خلاق چیست؟

تفکر خلاق را به سادگی می‌توان به نوعی توانایی تعبیر کرد که با آن بتوان ذهن را متوجه حل مسائلی کرد که قبلاً از طریق راه‌های عادی و معمولی قابل حل بوده است. در اینجا نمونه دیگری را ذکر می‌کنم که بخوبی نشانگر این نکته است که داشتن ذهن آزاد و آماده باعث می‌شود که ایده‌های مفید و سودمند به ذهن انسان‌های معمولی نیز به راحتی خطور نماید: در کارگاهی که صفحات پلاستیکی را با مته برقی سوراخ می‌کردند



روشهای دستیابی به ایده‌های سودمند و خلاقیت‌های فکری

- وقتی ذهنتان از فکر کردن خسته است برای مدتی فکر کردن را به صورت ارادی متوقف کنید ذهن شما به طور ناخود آگاه برای ساعتها، روزها و حتی ماههای متوالی فکر بر روی مسئله را ادامه خواهد داد.

از: احمد خطیبی

قسمت اول

تکنولوژی استیونس Stevens نشان داده است که به طور مثال، مکانیک‌ها علیرغم آنکه از تحصیلات بالایی برخوردار نیستند به طور ذاتی دارای قدرت آفرینش ذهنی بالاتری نسبت به افراد عادی جامعه می‌باشند. تصور غلط دیگری که همواره مانع می‌شود، ذهن، به ایده‌های خوب و موثر دسترسی پیدا کند این تصور باطل است که خلاقیت‌های ذهنی زمانی ارزشمند است که کشف و خلاقیت قابل ملاحظه و جهان شمولی را در پی داشته باشند. نظیر کسب بزرگ برادران رایت که در زمان خود دنیا را به لرزه انداخت، حال آنکه در عالم واقع همان افکار ساده و گوناگونی که می‌تواند در جای خود سودمند نیز واقع شوند افکاری

از دیرباز تصور و باور عمومی بر این بوده است که خلق ایده‌ها و نظریه‌های مفید و قابل ارائه، صرفاً توسط انسانهای هوشمند و بهره‌مند از استعدادهای سرشار میسر است. در حالیکه تحقیقات و بررسیهای انجام شده نشان می‌دهد که چنین باوری تماماً مقرون به صحت نیست. چرا که خلاقیت عطیه‌ای است که بسیاری از ما در هنگام تولد به درجات گوناگونی از آن بهره‌مندیم. لیکن آنچه که مشکل را دامن می‌زند آنست که از این عطیه الهی آنچنان که باید و شاید نمی‌توانیم بهره‌گیری.

تحقیقات انجام شده توسط آزمایشگاههای مهندسی انسانی انستیتو

مشاهده شد در زمانی که مته داغ می‌شود صفحه پلاستیکی به تدریج ذوب شده و به مته برقی می‌چسبد. طراح دستگاه اقداماتی را برای رفع این نقیصه به عمل آورد از جمله تیغه مته را تیز کرد، تغییراتی در لبه برنده آن ایجاد نمود، به سرعت چرخش آن افزود. ولی با انجام همه این موارد در نتیجه کار تغییری حاصل نشد. تا اینکه بالاخره سرپرست کارگاه پیشنهاد نمود که اگر صفحه پلاستیکی را قبل از شروع کار سرد نمایم، در طول زمان کوتاهی که برای سوراخ کردن صفحه لازم است صفحه آن قدر داغ نمی‌شود که به تیغه مته بچسبد. از اینرو اپراتور صفحه‌های پلاستیکی را در یک محفظه سردکننده در نزدیکی محل

کار قرار داد و به دفعات درحالی‌که صفحات به حد کافی سرد و سخت بود، آن‌ها را با دستگاه سوراخ کرد. با اتخاذ این شیوه صفحات به راحتی و بدون آن که به مته بچسبد سوراخ می‌شد.

چه نوع تفکری را نمی‌توان تفکر خلاق نامید؟

بسیاری از مطالبی که ما در مدرسه می‌آموزیم (مثل درس «منطق») در عمل خود مانع آنست که ما به ایده‌های خوب و خلاق دست بیاییم. توضیح آن که وقتی ما فکری را از حیث سودمندی و مفید بودن آن مورد ارزیابی قرار می‌دهیم در حقیقت از همان ابتدا قصد

- یک فکر تا وقتی که به مرحله عمل نرسیده است صرفاً یک چارچوب نظری است و در این مرحله تغییری را در وضعیت‌های موجود ایجاد نخواهد کرد، مگر آنکه بطور ارادی خواسته باشیم آنرا به مورد اجرا بگذاریم.



داریم آترارد کنیم. حال آنکه فکر یا موضوع هنوز به مقدار کافی پخته و قابل ارزیابی نبوده و هنوز در حد یک جرعه است. در تأیید همین نکته است که آلکس اسبورن Alex Osborn بنیانگذار یک آژانس تبلیغاتی به همین نام می‌گوید: «هیچگاه در مورد بسته بودن یک راه فکر نکنید بلکه همیشه به امکان باز بودن آن بیندیشید».

فرض کنید که ضرورت ایجاد کرده است که یک مساله ایمنی را حل نمائید. به عبارت دیگر می‌خواهید روش جدیدی کشف کنید که از ایجاد حوادث ناگوار در خط تولید پیشگیری کند. ابتدا چراغ سبز مغزتان را روشن کرده و راه‌های باز مغز را در نظر بیاورید و سعی کنید هر قدر که می‌توانید راه‌حل‌هایی را که احتمالاً منجر به پیشگیری از حوادث می‌گردند در نظر بیاورید. ایده‌هایی نظیر: استفاده از سیستم نقاله محکمتر، تغییر در ابزار تولید، استفاده از اتوماسیون در کار، بازآموزی کارگران، استفاده از نور مناسب، استفاده از دستکش‌های ایمنی، تغییر و اصلاح سرعت خط تولید، تعویض پیش از موعد قطعات، برگزاری جلسات عمومی هفتگی در مورد ایمنی، انتصاب مدیر ایمنی در هر خط تولید و نظائر آن می‌توانند بسیار موثر باشند مادام که چراغ سبز مغزتان روشن است نباید با هیچ فکری که به مغزتان خطور می‌کند مبارزه کرده و آن را پس برانید. فقط زمانی می‌توان چراغ قرمز مغز را روشن کرد و از خطور اندیشه‌های مختلف جلوگیری نمود که به ایده‌های کافی برای حل مشکل دست یافته باشیم. در چنین زمانی است که بایستی به طور جدی و واقع‌گرایانه هر ایده و فکری را با محک عملی بودن آن ارزیابی نمود. این مرحله از کار مغز بسیار ارزشمند است به طوری که بدون اتکا به آن به هیچ فکر خلاق نمی‌توان دست پیدا کرد.

مبانی تفکر خلاق چیست؟

در حقیقت هیچ قاعده و قانونی برای دستیابی به تفکر خلاق وجود ندارد. ولی

- اعتماد به نفس، نقش موثری در دستیابی به ایده‌ها و پردازش آنها دارد، از این رو حائز کمال اهمیت خواهد بود که خودباوری و اعتماد را در خود پیروانیم.



- الکس اسبورن بنیانگذار یک آژانس تبلیغاتی به همین نام می‌گوید: هیچگاه در مورد بسته بودن یک راه فکر نکنید بلکه همیشه به امکان باز بودن آن بیندیشید.

متفکران خلاق دریافته‌اند که رعایت اصول هفتگانه‌ای که ذیلاً بیان می‌گردد ذهن را برای دریافت ایده‌های خوب آزاد و آماده می‌سازد:

۱- **موشکافی و دقت در مساله** - غالباً ما عادت داریم در راستای حل بعضی از مسائل مبادرت به ارائه راه‌حل‌های بسیار کلی و تا حدودی مبهم بنمائیم. به طور مثال در مورد یک مساله کلی به نام «غیبت کارکنان» باید موضوع را از حالت کلی به صورت زیر تجزیه و مشخص کرد. مثلاً این که بگوئیم «ما احتیاج به یافتن راهی برای رفع مشکل غیبت کارکنان شیفت دوم کارگاه داریم که در سال بیش از سه بار غیبت دارند.» با طرح صورت مساله به

شکل فوق است که می‌توان هدف را به طور صریح مشخص کرد تا در مورد آن بتوان راه حلی اندیشید.

۲- **متمرکز کردن ذهن بر روی مساله** - وقتی که می‌خواهید خلاقیت بخرج دهید، کرکره‌های مغزتان را پایین بکشید به این معنی که درجه ذهن را بر روی سایر افکار ببندید و توجهتان را در یک زمان صرفاً به یک مساله معطوف نمایید. چرا که اگر شما در مورد تعداد زیادی مساله به طور همزمان بیندیشید، تنها قادرید به ایده‌های کم رنگ و کم ارزشی در مورد هر یک از مسائل دست پیدا کنید و نتیجه آنست که درحقیقت به هیچ یک از مشکلاتتان به طور نهایی پاسخ نداده‌اید.

۳- **پافشاری در حل مساله** - ایده‌های خوب به ندرت ممکن است در همان وهله اول به ذهن متبادر شود. از اینرو در صورتی که نخواسته باشید صرفاً به یک راه عملی اکتفا کنید، روزهای متوالی را صرف راه حل یابی برای مساله بنمایید.

۴- **اعتماد به نفس و خودباوری در حل مساله** - اعتماد به نفس، نقش موثری در دستیابی به ایده‌ها و پردازش آنها دارد. از اینرو حائز کمال اهمیت خواهد بود که خودباوری و اعتماد را در خود پیروانیم.

۵- **بگذارید ذهن به طور ناخودآگاه بر مشکل غلبه کند** - وقتی ذهنتان از فکر کردن خسته است برای مدتی فکر کردن را به صورت ارادی متوقف کنید. ذهن شما به طور ناخودآگاه برای ساعات، روزها و حتی ماههای متوالی، فکر بر روی مساله را ادامه خواهد داد. در واقع ذهن شما در زمانی که شما بر روی مساله دیگری می‌اندیشید به ایده‌های تازه و جدیدی در مورد مساله پیشین دست می‌یابد. این جریان در حقیقت توجیهی است برای بارقه‌ها و جرعه‌هایی که گاه و بیگاه در تاریکیهای ذهن به طور ناگهانی زده و باعث پیدایش راه‌حل‌های غیرمنتظره می‌شود.

۶- **بگذارید که ایده‌ها به جریان خود ادامه دهند** - هنگامی که به ایده‌های گوناگون می‌اندیشید به محض دستیابی به یک یا دو ایده مناسب جریان تفکرتان را قطع نکنید. چه شانس دستیابی به ایده‌های مناسبتر را به این ترتیب به راحتی از دست می‌دهید.

۷- **اقدام کنید** - یک فکر تا وقتی که به مرحله عمل نرسیده است صرفاً یک چهارچوب نظری است و در این مرحله تغییری را در وضعیت‌های موجود ایجاد نخواهد کرد. مگر آنکه به طور ارادی خواسته باشیم آنرا به مورد اجرا بگذاریم. مثلاً: ما می‌دانیم پنی‌سیلین در سال ۱۹۲۹ میلادی کشف شد. اما تا دوازده سال بعد که مورد استفاده قرار گرفت عملاً هیچ کمکی به حل هیچ یک از مشکلات جامعه بشری نکرد. **ادامه دارد**



تقویت بخش تعاونی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر

از: سیدهاشم هدایتی مدیرکل تعاون استان کردستان

* ماهیت تعاون:

گذشته از سوابق تعاون در فرهنگ اصیل دینی و ملی ما که به صراحت و تلویحاً بارها دعوت به همیاری نموده است، در تعریف جدید، تعاونی شامل تشکیلات و سازمانی است که در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فعالیت می‌نماید. در این سازمان که الگویی است از یک کشور دمکراتیک و مردمی، حاکمیت انسان مشهود است.

تعاونی سازمانی است که سرمایه موردنیاز برای نیل به اهداف آن بوسیله اعضای تامین می‌شود. ناگفته پیداست کسانی رو به سوی این تشکیلات می‌آورند که به تنهایی قادر به رسیدن به هدف موردنظر نباشند. معنای آن چنین است که افراد ضعیف و ناتوان، از جهت

مالی، تمایل بیشتری به ورود در تعاونی دارند. با توجه به این موضوع: چه کسانی با تعاونی دوست و چه کسانی با آن مخالف‌اند؟

اگر وجه غالب فعالیت تعاونیها را پیشرفت اقتصاد بدانیم، که درست چنین است و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز تعاون را یک بخش اقتصادی خوانده است، لزوماً سوال را اینگونه مطرح می‌سازیم که در رونق گرفتن بخش تعاون چه کسانی نفع می‌برند و چه کسانی متضرر می‌شوند؟

هنگامیکه بحث از فعالیت اقتصادی به میان می‌آید، عامل رقابت در ذهن متبادر می‌شود. بازار اقتصاد، بازار رقابت است و افراد اقتصادی در حال رقابت. علی‌الظاهر بین سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی یکنوع رقابت وجود دارد. چنانچه در یک جامعه،

دولتی مشروع و واقعاً مردمی حاکمیت یابد قطعاً ضمن نظارت و هدایت امور، علاقه‌مند خواهد بود که در امور اقتصادی بخش غیردولتی فعالیت یابد. در نظام مقدس جمهوری اسلامی که نظامی است کاملاً مشروع و مردمی در معتبرترین سند قانونی، یعنی قانون اساسی، با صراحت به دو بخش تعاونی و خصوصی اجازه جولان داده شده است.

چنانچه یافت شوند در بین دولتمردان، افرادی که قایل به تمرکز همه امور در دست دولت باشند. این دیدگاه به نوعی عدم اعتماد به مردم را نشان می‌دهد که بعضاً مع‌الاسف، در برخی از دستگاهها افرادی یافت می‌شوند که بیشتر به شرکتهای دولتی و یا تعاونی دولتی!! (نوع سوم) گرایش دارند!

از دیگر سو بین بخشهای خصوصی و تعاونی نیز یک نوع رقابت وجود دارد. با توجه به اینکه هیچیک دارای قدرت حاکمیت نیستند معمولاً در مقابله با بازار رقابت سعی می نمایند دیدگاههای خود را از کانال بخش دولتی که مقتدر و دارای بعد حکومتی است اعمال نمایند. با این فرض مواضع دولتمردان را در خصوص امور اقتصادی باید از سه بعد تحلیل نمود:

۱- در جهت منافع دولت

۲- در جهت منافع بخش تعاون

۳- در جهت منافع بخش خصوصی

۱- حفظ منافع دولت: بعنوان نماینده آحاد ملت نه تنها امری پسندیده به شمار می آید بلکه جزو وظایف دولتمردان است که در این راستا گام بردارند. لکن نکته حائز اهمیت این است که این گرایش در حد معتدل و در چهارچوب ضوابط و مصالح نظام باشد چرا که تمایل افراطی به تصدی دولت در همه امور نوعی بی احترامی به مردم و در نتیجه ایجاد فاصله بین دولت و ملت را در پی خواهد داشت چنانچه از سیاست گذاریها و موضع گیریهای دولت خدمتگذار مشهود است نوعی تعدیل در این گرایش به چشم می خورد اظهارات مقامات و تصمیمات متعدد در جهت واگذاری امور قابل اجراء بوسیله مردم، ناشی از این گرایش است.

۲- گرایش دولتمردان به حفظ منافع بخش خصوصی از سه جهت می تواند مطرح باشد. اول- در راستای اعتقاد به ایفای نقش بخش خصوصی در امور اقتصادی و سرمایه گذاریهای متناسب با نیاز جامعه، که امری بسیار پسندیده و ارزشمند است و ریشه در تفکر اسلامی دارد که به انسانها اجازه می دهد در چهارچوب شرع مقدس و مصالح جامعه در امور تولید و توزیع مشارکت نمایند. بدیهی است در این زمینه هدف آحاد مردم خواهد بود و نه قشر خاصی. بعد منفی و نكوهیده در این خصوص، گرایش برخی از افراد به حمایت از قشر بخصوصی از نخبگان اقتصادی در جامعه است.

دوم- در راستای حفظ منافع سرمایه داران و ثروتمندان جامعه که ناشی از دو حالت می تواند باشد: اولاً خود افراد از طبقه اشراف و ثروتمند باشند و در واقع حفظ منافع خود کنند. ثانیاً به دلایلی تلاش در حفظ منافع دیگران دارند. این هم به دو دلیل می تواند انجام گیرد: یا اشتراک در منافع اقتصادی و یا بهره گیری از قدرت مالی ثروتمندان در جهت حفظ و گسترش قدرت سیاسی خود. در هر حال این گرایش می تواند بسیار خطرناک باشد. سوم- و اما گرایش سوم در دولتمردان برای دفاع از بخش خصوصی می تواند ناشی از باورهای کارشناسی اقتصاددانان الگوی رشد و توسعه باشد. برخی از اندیشمندان توسعه با تاکید بیش از حد بر نقش سرمایه در رشد و توسعه و نادیده گرفتن ابعاد اجتماعی فرهنگی و سیاسی توسعه، براساس فرمول معروف ضریب سرمایه بر این باورند که برای توسعه جامعه، وجود سرمایه یک اصل است. توزیع سرمایه و درآمد در میان آحاد مردم - که عموماً به مصرف می رسد - نمی تواند



پس انداز و سرمایه گذاری را در پی داشته باشد لذا چنانچه جامعه ای درصدد رشد و توسعه باشد بایستی سرمایه و سرمایه داران را تقویت و حمایت نماید. این دیدگاه که پس از جنگ دوم جهانی از طرف اندیشمندان الگوی رشد در غرب مطرح شد ضمن اینکه حامل پیامهای مهمی در مورد رشد و توسعه است. لکن نقش سرمایه را بیش از حد مهم جلوه می دهد. چنانچه در عمل نیز مشاهده شد، صرف وجود سرمایه زمینه ساز توسعه جوامع جهان سوم نخواهد بود. علاوه بر این، نکته قابل توجه در این زمینه ایدئولوژی و جهان بینی حاکم بر جامعه ماست. در جامعه اسلامی ما علاوه بر اینکه تاکید بر رشد و توسعه و ایجاد رفاه برای عموم مطرح است نسبت به توزیع ثروت و درآمدها اغماض نمی شود. یکی از اساسی ترین اصول اجتماعی اسلام عدالت اجتماعی است. الگوی رشد منهای عدالت از نظر اسلام پسندیده و پذیرفته شده نمی باشد. خوشبختانه در دهه های اخیر در بسیاری از ممالک در حال رشد جهان توسط اندیشمندان توسعه ضمن وارد ساختن انتقاداتی بر الگوی رشد فوق، توسعه را نه صرفاً یک مفهوم کمی بلکه یک پدیده کاملاً سیستمی و در برگیرنده ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی تلقی نموده اند. با این اوصاف گرایش آخر که بعضاً توسط تحصیل کردگان غرب مطرح می شود تناسبی با آرمانها و اهداف اسلامی نظام جمهوری اسلامی ایران ندارد.

۳- تلاش دولتمردان در جهت حفظ منافع بخش تعاون: این تلاش به چند منظور می تواند صورت پذیرد:

اولاً به جهت اینکه تعاونیها به عنوان یک اهرم در دست مدیران دستگاههای ذیربط باشند. ریشه این فکر از این شعار سرچشمه می گیرد که در دوران سازندگی که نظام از بعد تصدی دولت کاسته و می کوشد برخی از امور را به بخش های غیردولتی واگذار نماید. برای حفظ هیمنه و ابهت گذشته «حاکمیت کامل دولتی ها براققتصاد» بهترین کانال تعاونیها است که از بعد حقوقی و شخصیتی غیردولتی بوده و

از دیگر سو با اعمال قدرت و نفوذ در آنان و گماردن کادر دولتی در پستهای مدیریتی و تصمیم‌گیری آنها، هرگونه که بخواهیم آنان را اداره می‌کنیم. این دیدگاه دیدگاهی نامطلوب و خطرناک است. در حال حاضر می‌توان تا حدی اعمال نفوذ وزارت کشاورزی و جهاد بر تعاونیهای روستایی و فرش روستایی را مشاهده نمود. اصطلاحاً به این نوع تعاونیها نوع سوم و یا دولتی تلقی می‌کند که بزرگترین ضربه را بر پیکره بخش تعاونی وارد ساخته و موجب بدنام کردن آن می‌شوند. شاید همین نگرش است که برخی طرفداران سرمایه‌داری را وادار می‌دارد آنرا کمونیستی (و یا دولتی مطلق) بخوانند.

ثانیاً به جهت مشارکت دادن اقشار کم درآمد و متوسط جامعه در امور اقتصادی و اجتماعی، به طور مسلم یکی از اساسی‌ترین شعارهای نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، ایجاد عدالت اجتماعی بوده است. واضح و غیرقابل انکار است. چنانچه سرمایه‌ها و درآمدهای جامعه بطور منطقی توزیع نشود امکان تحقق عدالت اجتماعی وجود نخواهد داشت. چرا که منابع مادی و اقتصادی از مهمترین و موثرترین منابع قدرت به شمار می‌روند. با توجه به اهمیت موضوع این دیدگاه را از ابعاد مختلف مورد بحث قرار می‌دهیم:

۱- دین مقدس اسلام قسط و عدل را یکی از اساسی‌ترین اهداف ارسال انبیاء تلقی می‌نماید از جمله در آیه معروف «لقد ارسلنا رسلنا بالنبیات و انزلنا معهم الکتاب و المیزان ليقوم الناس بالقسط» بنابراین برنامه‌ریزی نظام اسلامی برای تحقق عدالت اجتماعی نه یک توصیه اخلاقی بلکه یک اصل و ضرورت حکومتی است.

۲- نظام جمهوری اسلامی براساس تقید و تعهدی که بر اجرای احکام اسلامی دارد در مهمترین منابع حقوق اساسی خود «قانون اساسی» بیشترین تأکید را بر اجرای عدالت اجتماعی داشته است. به طوری که در اصل ۴۴ قانون اساسی بارزترین مکانیسم تحقق

عدالت را ارائه نموده است و از بخش تعاون به عنوان ارزشمندترین روش نیل به این اهداف نام برده است. ایجاد و تأمین امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل، قرار دادن وسایل کار در اختیار کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند، پیشگیری از تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروههای خاص جهت تحقق عدالت اجتماعی، جلوگیری از کارفرمای مطلق شدن دولت، قرار گرفتن مدیریت و سرمایه و منافع حاصله در اختیار نیروی کار و تشویق بهره‌برداری مستقیم از حاصل کار خود، پیشگیری از انحصار، احتکار، تورم و اضرار به غیر و توسعه و تحکیم مشارکت و تعاون عمومی بین همه مردم را مشخصاً ذکر نموده است.

۳- با توجه به وضعیت موجود که نشانگر تسلط دولت بر بیش از ۸۵٪ امور و تسلط بخش خصوصی بر بیش از ۱۰٪ اقتصاد کشور و با در نظر گرفتن این نکته که اقلیتی از سرمایه‌داران، اکثریتی از سرمایه‌های کشور را در اختیار دارند و اکثریت مردم - که از طبقات متوسط و ضعیف هستند. نه تنها توان سرمایه‌گذاری در امور اقتصادی را ندارند، این سؤال مطرح می‌شود که چه مکانیسمی تعادل لازم را بین بخشهای اقتصادی بوجود خواهد آورد. فاصله عمیق طبقاتی در جامعه با چه روشی تعدیل و کاسته خواهد شد؟ آیا دولت یا بخش خصوصی؟ مسلماً تجربیات جهان در خصوص نظامهای اقتصادی دولتی و افسار گسیخته سرمایه‌داری و ماهیت بخشهای دولتی و خصوصی این واقعیت را عیان می‌سازد که هر یک در پی خواست و علایق خوداند. چنانچه یک نظام در صدد ایجاد تعادل اقتصادی برآید و هدف نهایی خود را عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه ثروت و درآمدها بداند راهی جز گسترش تعاونیها نخواهد داشت.

جامعه یا باید در مسیر توسعه گام بردارد یا خیر؟ قطعاً جواب مثبت است. پس اگر بخواهد در مسیر توسعه و رشد گام بردارد نیاز به سرمایه‌گذاری هست. این سرمایه‌گذاری یا

توسط بخش دولتی انجام می‌گیرد یا غیر دولتی؟ صرفاً اگر توسط بخش دولتی انجام گیرد همان راهی را می‌پیماید که شرق پیموده و ناکام مانده. پس باید بجز برخی امور انحصاری به سراغ بخش غیردولتی رفت. بخش غیردولتی یا سرمایه‌داران و نخبگان اقتصادی هستند و یا اکثریت مردم که از قشر متوسط و ضعیف جامعه هستند. سپردن سرمایه‌گذاریهای دوران سازندگی و توسعه صرفاً بدست سرمایه‌داران اندک، پیمودن راهی جز راه رژیم پهلوی و سایر رژیمهای وابسته دنیا نخواهد بود. لذا با توجه به زمینه‌های ایدئولوژیکی و ضرورتهای عصر حاضر یکی از مطمئن‌ترین راههای توسعه، مشارکت دادن آحاد مردم در امور اقتصادی است که همانا راه تعاونی و نهضت تعاون است.

۴- علاوه بر موارد فوق‌الذکر نکته حائز اهمیت در جامعه ما مسئله تعهد و حفظ ارزشهای اسلامی است. نظام حاکم مسئولیت خطیر حفظ ارزشهایی را بر دوش دارد که صدها هزار قربانی جان فدای آن کرده‌اند. آینده کشور را نمی‌توان بحال خود رها نمود. براساس «ان تؤدوا الامانات الی اهلها» نمی‌توان سنگر اقتصاد را بدست سنگربانان نامحرم سپرد. لذا در اینجا موضوع مشارکت ولی نعمتان انقلاب در امور اقتصادی مطرح می‌شود.

کسانی که در سالهای سخت مبارزه با رژیم پهلوی و در سالهای تهاجم استکبار و دشمنان اسلام در سنگرهای شرف و مردانگی ایستادند و از حیثیت دینی و ملی کشور دفاع کردند. خانواده معظم شهداء، آزادگان، جانبازان، بسیجیان و همه ایثارگران که پس از خاتمه جنگ و فشارهای نظامی می‌بایست در سنگرهای فرهنگی و اقتصادی به دفاع از شرف ملت پردازند. آیا می‌توان گفت در صحنه‌های نبرد با دشمن، ایثارگران حاضر و جانفشانی کنند لکن در دوران بازسازی آنان را به فراموشی سپرد؟ کدام انسان سلیم‌العقل است که انزوای ایثارگران از جنبه اقتصادی را پسندیده بداند؟ پس با این اوصاف باید جایگاهی برای این صاحبان اصلی انقلاب و

فعالیت اقتصادی نداشته‌اند بیشتر فراهم می‌شود.

خامساً: در شرایط فعلی که دولت در صدد واگذاری بخشهایی از کارخانجات دولتی به بخش خصوصی است؟ صرفاً از طریق تعاونیهاست که اینارگران امکان مشارکت گسترده - و نه صوری و موردی - در این صحنه خواهند یافت.

و در نهایت تجربه سالهای اخیر نشان می‌دهد که حضور چشمگیر اینارگران در جبهه اقتصاد در بخش تعاونی انجام گرفته است و به دلیل ضعف مالی کمتر توان جولان در بخش خصوصی را یافته‌اند با این وصف تقویت بخش تعاونی برای جلب مشارکت کم درآمد جامعه که اکثریت مردم را تشکیل می‌دهند و همچنین مشارکت اینارگران عزیز در امور اقتصادی لازم و ضروری می‌نماید.



«وزارت تعاون»

حال که اهمیت تقویت بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی از ابعاد مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت مناسب است از چگونگی این امر نیز سخن به میان آید.

چنانچه مردم عزیز کشورمان آگاهند بجز یک مقطع کوتاه قبل از پیروزی انقلاب اسلامی بالاترین جایگاه تعاون در کشور ما از طرف دولت، سازمان مرکزی تعاون شهری و روستایی وابسته به وزارتخانه‌های بازرگانی و کشاورزی و در سطح پایین‌تر در وزارتخانه‌های معادن و غیره بوده است. به طور مسلم ایجاد سازمان در هر سطحی برای هدایت و سازماندهی بخش تعاونی در هر کشور نشانگر میزان توجه نظام حاکم به این بخش است، بخصوص این امر در کشورهای جهان سوم که بنیه بخش تعاونی ضعیف بوده و هیچگاه توان رقابت جدی در برابر بخشهای دولتی و خصوصی را نیافته، از اهمیت به سزایی برخوردار است. چرا که در کشورهای اروپایی بعضاً شرکتها و اتحادیه‌های تعاونی توان رقابت با بزرگترین کارتها و تراستهای بین‌المللی را دارند اما در ممالک توسعه نیافته

سه بخش اقتصادی دولتی، خصوصی و تعاونی وجود دارد، مزایا و معایب هر یک از دو بخش دولتی و خصوصی را بازگو نمودیم. حال تناسب وضعیت اینارگران با بخش تعاون را مورد توجه قرار می‌دهیم:

اولاً: در بخش تعاونی با استفاده از سرمایه‌های اندک امکان سرمایه‌گذاریهای بزرگ نیز وجود دارد.

ثانیاً: در بخش تعاونی که با شعار همه برای یکی و یکی برای همه پیش می‌رود زمینه حضور اینارگران که مظهر فداکاری از خودگذشتگی و فداکاری و فدا کردن خود برای جمع است، فراهمتر است. یعنی روحیه تعاون در این قشر بیشتر به چشم می‌خورد تا سایر اقشار.

ثالثاً: دولت در تسهیلات سوبسیددار از حضور اینارگران در صحنه اقتصاد حمایت نموده و در کنار سرمایه‌های آنان با اعتبارات بانکی آنان را در سرمایه‌گذاریهای کلان یاری می‌نماید.

رابعاً: در چارچوب تعاونی امکان هدایت و حمایت مدیریتی از اینارگران - که تجربه

حامیان غیرتمند نظام اسلامی مشخص نمود. برای تحقق این امر سه کانال وجود دارد:

الف: دولت - با توجه به محدودیت‌های خاص حضور افراد در پستهای دولتی، تخصص و تواناییهای اینارگران و نیز سیاستهای جدید دولت مبنی بر واگذاری بخشهایی از امور اقتصادی به بخش غیردولتی زمینه استقرار همه اینارگران در دولت نه تنها وجود ندارد بلکه به صلاح کشور هم نیست.

ب: بخش خصوصی: حضور اینارگران در این بخش مستلزم توانایی مالی آنهاست. در بخش خصوصی افرادی امکان بقا خواهند یافت که دارای قدرت اقتصادی بالا باشند و گرنه در بازار رقابت حذف و محو خواهند شد. چنانچه پیشتر اشاره رفت اکثریت قریب به اتفاق اینارگران عزیز از طبقه متوسط و ضعیف اقتصادی جامعه هستند و واقعیتها نیز نشانگر این مساله است که در صد بسیار ناچیزی از اینان در 'صحنه‌های اقتصاد جذب بخش خصوصی شده باشند مگر اینکه در حد کارگر و بدور از مرکز تصمیم‌گیری اقتصادی که منظور نظر و مطلوب برنامه‌ریزان کشور نیست.

ج: بخش تعاونی - از آنجا که در کشور ما

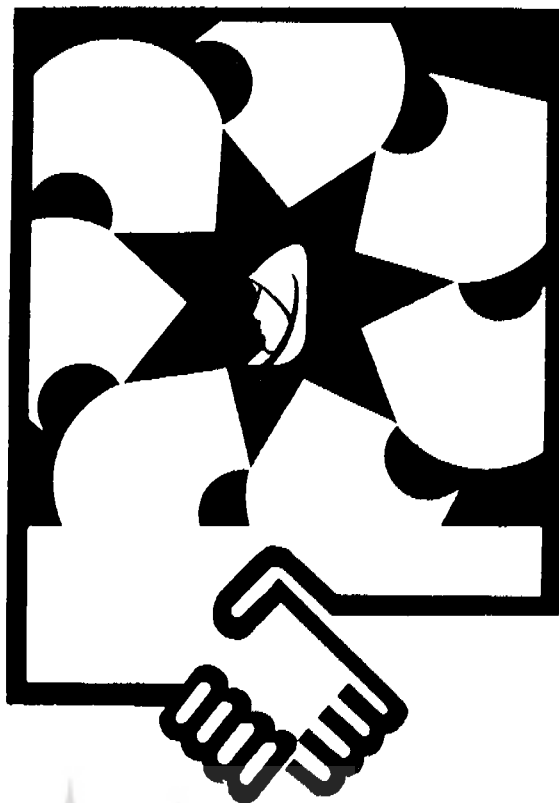
آمریکا، زنان در همه کشورها ساعات بیشتری از روز را در مقایسه با مردان کار می‌کنند.

اما اشکال در اینجاست که در جامعه جهانی فقط کار شمرده می‌شود که مستقیماً منجر به کسب درآمد پولی گردد. به همین دلیل در آمارهای دولتی اکثریت زنان بیکار تلقی می‌شوند و درصد ناچیزی از زنان کارگر و کارمند جزو نیروهای مولد و شاغل به حساب می‌آیند. مثلاً در ایران براساس آمار سال ۷۰، از کل ۱۸۶۵۸۰۰۰ (جمعیت ۱۰ سال به بالای زنها)، فقط ۱۲۳۱۰۰۰ شاغل قلمداد شده‌اند یعنی بر این مبنا فقط ۶/۵ درصد زنان ایران شاغل هستند. در هند در طی یک آمارگیری با همین دیدگاه (یعنی کسب درآمد مستقیم پولی) این نتیجه به دست آمد که فقط ۲۴٪ از زنان هند در مقایسه با ۶۲٪ مردان این کشور جزو نیروی کار جامعه به حساب می‌آیند، در حالی که اگر انجام خدمات و تولیدات خانگی و تامین نیازهای خانواده را نیز جزو کارهای مولد در نظر بگیریم (بدون اینکه مستقیماً منجر به کسب درآمد پولی شده باشد) به نتایج متفاوتی از نظر ارزیابی در مورد کار، زنان می‌رسیم و ارزش واقعی کار این نیمه محروم جوامع برایمان روشن می‌شود با در نظر گرفتن کار و تولیدات خانگی در هند این نتیجه بدست آمد که ۷۵٪ زنان هند در مقایسه با ۶۴٪ مردان هند به کار اشتغال دارند. (مقایسه کنید با ۲۴٪ در مقابل ۶۲٪ آمار قبلی).

به همین روش در یک بررسی دیگر که در روستاهای نپال به عمل آمد معیار را درآمد پولی زنان در نظر گرفتند و در نتیجه این رقم بدست آمد که فقط ۲۰٪ زنان به کار مولد اشتغال دارند در صورتی که وقتی معیار تولیدات خانگی قرار گرفت، سهم زنان از نیروی کار به ۵۳٪ رسید.

در مطالعه مشابهی در فیلیپین این اختلاف محاسبه به ۲ برابر رسید.

در کشورهای در حال توسعه عمده فعالیت زنان به منظور تامین مصرف نیازهای خانواده، صورت می‌گیرد. مثل تولید و جمع آوری غذا، چوب، خار و غیره برای سوخت، علوفه برای دامها، بافتن گلیم و فرش و لباس، مواظبت از



- زنان نیمی از جهانند یعنی چیزی حدود ۳ میلیارد نفر، اما فقط صاحب ۱٪ منابع مالی جهان می‌باشند.

نقش تعاون در بهبود موقعیت زنان جامعه ما

از: دکتر فرزانه بهار عضو شرکت تعاونی بهداشتی درمانی، تحقیقاتی پاستور مشهد

پاداششان در مقابل این کار برده‌وار و طاقت فرسا مراقبت بهداشتی کمتر، غذای کمتر، سواد کمتر، مزد کمتر و حق و حقوق کمتر می‌باشد. پاداششان تبعیض جنسی گسترده‌ای است که در سراسر جهان به اشکال مختلف وجود دارد. مثلاً در هند، پاکستان و بنگلادش سالانه یک میلیون دختر بچه به علت عدم مراقبت کافی و فقط به جرم دختر بودن جان خود را از دست می‌دهند. سازمان بهداشت جهانی تخمین می‌زند که زنان به طور متوسط دو برابر ساعت کار مردان در شبانه‌روز کار می‌کنند. در تحقیقات سازمان ملل غیراز سه کشور استرالیا، کانادا و ایالات متحده

امروز به حق زنان در مرکز توجهات جهانی قرار گرفته‌اند. می‌گویند وضعیت زن در هر جامعه‌ای نشانگر میزان پیشرفت آن جامعه است. این واقعیتی است که روز به روز تعداد بیشتری آنرا در می‌یابند. زنان نیمی از جهانند یعنی چیزی حدود ۳ میلیارد نفر، اما فقط صاحب ۱٪ منابع مالی جهان می‌باشند. زنان بیش از مردان کار می‌کنند اما همیشه کارشان با تحقیر و کم بها دادن از سوی جامعه روبروست و همیشه هم نیرویی غیرمولد، سربار و وابسته تلقی می‌شوند.

بسیاری از زنان به خصوص در جهان سوم، در واقع سه شیفت در شبانه‌روز کار می‌کنند اما

طبیعت نامرئی کار زنان منجر به این دید اجتماعی شده است که زنان نه تنها نیروی مولد نیستند بلکه صرفاً عنصری وابسته و سربارند و بدین صورت است که زنان در سراسر جهان از طریق سنتها، قوانین و تمایلات فرهنگی مورد تبعیض و ستم قرار می‌گیرند.

امکان‌پذیر است که زنان از وضعیت تحقیرآمیز خود (به‌رغم کار و تلاش طاقت‌فرسا) خارج شده و صاحب درآمد و مالک منابع مالی شوند بنابراین باید گفت زمانی رشد و توسعه ممکن است که یک جامعه تمام انرژی و نیروی کار افراد را بسیج کند و نه اینکه نیمی از نیروی کار خود را در چهار دیواری خانه‌ها به زنجیر بکشد و راكد نگاه دارد.

هرگونه اصلاحات و یا برنامه‌ای که مدعی بهبود وضعیت زن باشد ولی به استقلال مالی زن و کسب درآمد پولی توسط وی توجهی نکند چیزی جز یک شعار تو خالی نیست. باید زن دستش در جیب خودش باشد و از نظر مالی وابسته به این و آن نباشد. این همان ارتقاء واقعی و تجلیل واقعی از مقام زن است. تا زمانی که برای گذران زندگی چشم زن به دست شوهر و یا پدر و یا پسرش باشد صحبت از ارتقاء و بهبود وضعیت زنان بی‌معنی است البته بهبود وضعیت زن دو جنبه دارد: یکی اصلاح قوانین و بهبود موقعیت حقوقی زن و دوم فراهم کردن امکاناتی که زن بتواند صاحب استقلال مالی شود. این امکانات می‌تواند شامل بهبود خدمات اجتماعی (نظیر دایر کردن مهد کودک در تمام محلهای کاری، بهبود وضعیت آموزش و پرورش و بهبود خدمات بهداشتی و درمانی، به صورتی که بار آن کمتر بر دوش پدر و مادرها باشد. و همچنین به نحوی که به مادر شاغل فشار مضاعف وارد نشود) و... باشد.

همچنین فراهم آوردن آن چنان امکانات اشتغال که متناسب با وضعیت جامعه، سن و فرهنگ آن باشد. همانطور که گفتیم به میدان آمدن این نیمه فراموش شده اجتماع از همه نظر به نفع رشد و توسعه جوامع به خصوص جوامع در حال توسعه است. یک فایده کمتر شناخته شده آن، اهمیت این قضیه در کنترل رشد جمعیت، این بلای بزرگ قرن حاضر می‌باشد. زنی که درآمد مالی ندارد زنی که به خود متکی نیست، زنی که قوانین و سنتها بر ضد او عمل می‌کنند، زنی که در بسیاری از موارد شوهرش نه یک دوست و همراه که یک حاکم مستبد است، چنین زنی فقط در

خانواده نشده و هدر می‌رود. در حالی که در مورد زنان این موضوع برعکس است. زیرا زنها احساس مسئولیت بیشتری نسبت به خانه و فرزندان خود داشته و در صورتی که صاحب درآمد باشند آنرا عمدتاً صرف بهبود وضعیت خانواده و بهداشت و آموزش و تغذیه بچه‌ها می‌کنند. درواقع به نفع نسل جوان و به نفع مملکت است که درآمدها و منابع مالی هر چه بیشتر در دست زنان متمرکز باشد. زیرا این کار منجر به رشد و توسعه هر چه بیشتر جوامع می‌شود.

این مسئله به قدری در جهان مطرح است که بسیاری از سازمانها و نهادهای بین‌المللی شرط وامهای خود به جهان سوم را همین مسئله قرار داده‌اند و تاکید دارند که نتیجه این وامها بهر شکلی که هست باید مستقیماً در اختیار زنها و نه مردها قرار گیرد. لذا بر همین اساس است که می‌بینیم دنیا به این نتیجه رسیده که فقط در صورتی رشد و توسعه واقعی کشورها



بسیاری از زنان به خصوص در جهان سوم درواقع سه شیفت در شبانه روز کار می‌کنند اما پاداش آنها در مقابل این کار برده‌وار و طاقت‌فرسا مراقبت بهداشتی کمتر، مزد کمتر و حق و حقوق کمتر می‌باشد.

دامها و تهیه لبنیات و پختن نان، مواظبت از بچه‌ها و پیرها، آشپزی و نظافت خانه و غیره. همچنین هر چقدر خانواده فقیرتر باشد فعالیت زنان در این زمینه، یعنی تامین نیازهایی که پول خرید آنها ندارند بیشتر می‌شود. بنابراین تمام کارهایی که ذکر شد نه به منظور فروش در بازار و کسب درآمد پولی، بلکه همانطور که گفته شد برای تامین نیاز خانواده صورت می‌گیرد. اینگونه تلاش طاقت‌فرسا تا به حال هیچگونه حق و حقوق و احترامی برای زن ایجاد نکرده و بعد از این هم با ادامه این روند نخواهد کرد.

راه حل در جایی دیگر است. همانطور که گفتیم در دنیای امروز به خصوص در کشورهای در حال توسعه، کاری که به طور مستقیم منجر به کسب درآمد پولی نشود شدیداً خوار شمرده می‌شود. طبیعت نامرئی کار زنان منجر به این دید اجتماعی شده است که زنان نه تنها نیروی مولد نیستند بلکه صرفاً عنصری وابسته و سربارند و بدین صورت است که زنان در سراسر جهان از طریق سنتها، قوانین و تمایلات فرهنگی مورد تبعیض و ستم قرار می‌گیرند.

از سوی دیگر این موضوع نیز در دنیا به اثبات رسیده که مردها صاحب درآمد و مالک منابع مالی هستند و قسمتی از درآمد خود را صرف خوشگذرانیهای شخصی نظیر سیگار، مشروب، مواد مخدر، قمار، و غیره می‌کنند. مقدار این هزینه و نوع خوشگذرانی در هر کشور بسته به سنتها و فرهنگ آن جامعه متفاوت است. درواقع، قسمتی از درآمد مرد که نان آور خانه است صرف بهبود وضعیت

- باید گفت زمانی رشد و توسعه ممکن است که یک جامعه تمام انرژی و نیروی کار افراد را بسیج کند و نه اینکه نیمی از نیروی کار خود را در چهاردیواری خانه‌ها به زنجیر بکشد و راکد نگاه دارد.

امری خصوصی است تا اجتماعی، بنابراین نتیجه این شده است که بر یک زن شاغل، دو برابر حد معمول فشار وارد می‌شود و این مسئله باعث می‌گردد که بسیاری از زنان به‌رغم امتیازات مالی اشتغال، عطایش را به لقایش می‌بخشند و ترجیح می‌دهند که کار نکنند، و خانه‌نشین باشند.

مناصفانه مثل برخی از موارد، آمار دقیقی در این زمینه وجود ندارد اما بسیاری از زنان تحصیل کرده حتی در حد پزشکی، مهندس و کارشناس و غیره که پس از اتمام تحصیلات و یا پس از مدتی کار کردن، خانه‌نشین می‌شوند زیرا کار در بیرون را به‌رغم مزایای مالی آن در تقابل با رسیدگی به خانه و فرزندان دیده و فشار آترو طاقت‌فرسا می‌یابند. بعلاوه از آنجا که بافت جامعه ما سنتی و پدرسالارانه است بسیاری از مردان مخالف کار کردن زن و یا دخترشان در خارج از خانه بوده و هستند و بسیاری از مردان نیز اولین شرط ازدواج را کار نکردن زن قرار می‌دهند.

بدین صورت است که شاید برای بسیاری از دختران تحصیلات عالی نه برای ورود به جامعه و استقلال اقتصادی بلکه صرفاً به عنوان راهی برای دستیابی به ازدواجی موفق در می‌آید. در واقع با فراهم نکردن امکانات اشتغال زن در جامعه و فراهم کردن امکانات تحصیلی بیشتر برای زنان، باز مخارجی که این کار بر دوش جامعه می‌گذارد باعث هدر رفتن پول و انرژی می‌شود. زیرا بسیاری از این زنان به دلایل مختلف خانه‌نشین می‌شوند. در جامعه ما که مطابق با ارزشهای اسلامی، خانواده به حق بسیار پرارزش شمرده می‌شود و حفظ سنن خانوادگی در اولویت قرار دارد باید برای اشتغال زنان راههایی را اندیشید که تا حد ممکن لطمه‌ای به زندگی خانوادگی وی وارد نیاید.

خوشبختانه صنعت جدید افقهای جدیدی را نیز گشوده است. امروزه در کشورهای پیشرفته به علت کامپیوتری شدن همه رشته‌ها و اهمیت شغل‌های اطلاعاتی، بسیاری از کارها را می‌توان در خانه انجام داد. بسیاری از شرکتها به این نتیجه رسیده‌اند که این اهمیتی ندارد که

تمام مسئولیتها و وظایف خانگی را نیز به دوش بکشد.

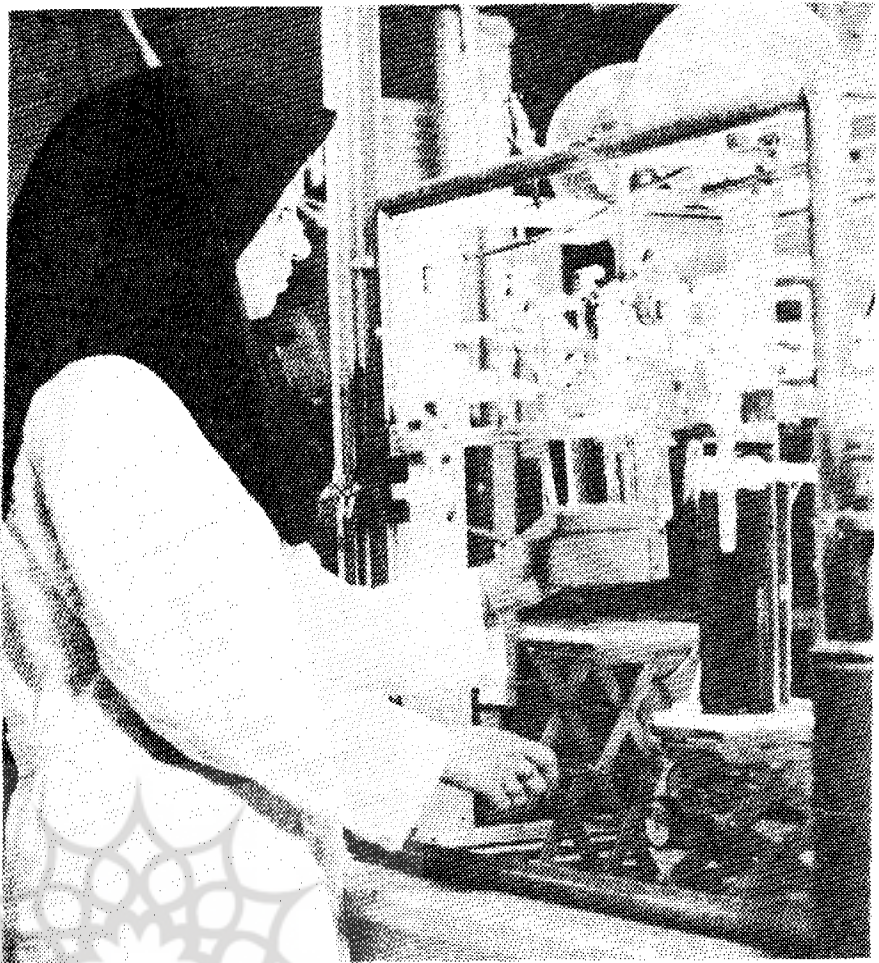
از سویی سنتها و فرهنگ سنتی مانع مشارکت مرد در کارهای خانه می‌شود و از سوی دیگر ضعف خدمات اجتماعی باعث می‌شود که فشار آن بر دوش خانواده و بخصوص زنان باشد. مثلاً در کشوری مانند سوئد که بچه را صبح با سرویس به مدرسه می‌برند و بعد از ظهر بر می‌گردانند تمام کارهای آموزشی و پرورشی این کودک در طی همین مدت توسط دولت انجام می‌شود این امور شامل انواع ورزشها و کلاسهای مختلف گرفت تا واکسیناسیون می‌شود و نیز دربرگیرنده معاینات دوره‌ای دندانپزشکی و انجام سایر خدمات درمانی می‌گردد تا جایی که کودک حتی تکالیفش را هم در مدرسه انجام می‌دهد. در حالی که انجام این مهم و هر یک از مسائل ذکر شده، مستلزم گذاشتن وقت و انرژی فراوان از سوی والدین بخصوص مادران است. در واقع تربیت فرزندان بیشتر



وجود فرزندان خود پناه و امنیت می‌جوید. به خصوص اینکه در چنین جوامعی زن نازا مطرود است زیرا که تنها ارزش وجودی زن بودن را دارا نیست. آوردن فرزند، (آنهم هر چه بیشتر بهتر) موقعیت او را در جامعه و خانواده بهبود می‌بخشد و تثبیت می‌کند. بدین ترتیب در جامعه‌ای که موقعیت زن آنقدر نازل است که تنها کمک و حامی خود را فرزندان خود می‌داند برنامه‌های کنترل جمعیت نمی‌تواند موفق باشد. مثال گویای این مسئله هندوستان است که به علت شرایط فوق‌العاده تبعیض آمیز زنان در این کشور، نتوانسته است که در کنترل جمعیت خود موفق شود و اکنون به تدریج از موقعیت دوم جهان پس از چین، دارد به موقعیت اول صعود می‌کند.

می‌دانیم که کنترل جمعیت از شروط اساسی رشد و توسعه است که هر یک درصد کاهش رشد جمعیت به معنی ۳٪ افزایش درآمد ناخالص ملی می‌باشد. این شرط اساسی یعنی کنترل جمعی نیز با اشتغال زنان پیوستگی تنگاتنگی دارد. تجربه جهانی نشان داده است که همیشه زنان شاغل و تحصیل کرده فرزند کمتری به دنیا می‌آورند. با اشتغال زنان می‌توانیم با این بلای بزرگ قرن که بدون اغراق کره زمین و نسل بشر را مورد تهدید جدی قرار داده است مبارزه کنیم.

به هر حال امروزه در سطح جهان به این نتیجه رسیده‌اند که هیچ جامعه‌ای فقط با نیمی از جمعیت خود نمی‌تواند در هیچ زمینه‌ای موفق شود. این نیمه تحقیر شده و خاموش باید به میدان بیاید. اما چند معضل بر سر این راه وجود دارد یکی اینکه خانمهایی که شاغل هستند (شاغل به معنایی که رسماً مورد قبول است یعنی انجام ساعات کار ثابت در خارج از خانه) تحت فشار مضاعف قرار دارند. یعنی علاوه بر فشار کار بیرون در منزل نیز همانند یک زن خانه‌دار که کار بیرونی ندارد باید بار



تطبيق با شرایط مختلف، پاسخ مناسبی برای حل این معضل باشد. کارآیی تعاونیها در توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم به اثبات رسیده و در این مقاله جای بحث آن نیست. تشکیل تعاونیهای مختلف زنان با آن چنان سازماندهی که کاملاً به دور از قوانین بوروکراتیک و دست و پاگیر رایج باشند، (قوانینی که هر یک به نوعی بر ضد اشتغال زن عمل می‌کنند) می‌تواند گام بسیار موثری در بالا بردن میزان اشتغال زنان و در نتیجه بهبود وضعیت آنها در جامعه باشد. این تعاونیها برای موفق شدن باید مسلماً بر خصوصیات جامعه ما از نظر ارزشهای اسلامی، سنتی و خانوادگی اهمیت داده و خود را با این شرایط خاص منطبق سازند. تعاونیهای زنان مختلفی می‌تواند در این راستا ایجاد شود و توجه به تجربیات کشورهای نظیر ژاپن می‌تواند بسیار یاریگر باشد.

بطور مثال تعاونی زنان روستایی، برای پایان دادن به کار برده‌وار آنان در خانه و مزرعه و ایجاد درآمد برای آنان همچنین، تامین مالی برای روزهای از کارافتادگی (نوعی بازنشستگی) و همچنین ارائه خدمات درمانی به آنان یعنی برای زنان خانه‌دار که بر طبق آمار سال ۷۰ رقم عظیم ۱۲ میلیون نفر را شامل می‌شوند. (دقیقاً ۱۱۸۷۹۰۰۰ نفر) می‌تواند بسیار موثر باشد. این تعاونیها می‌تواند با توجه به محبوبین روزافزون محصولات خانگی (به علت عدم استفاده از مواد شیمیایی) نظیر شیرینی، سبزی، رب، ترش‌جات و همچنین کارهای دستی، بافندگی، خیاطی و غیره، آنها را آموزش داده و سپس برای تولید سازماندهی نموده و برای کالاهایشان بازاریابی نمایند. تا شاید این انرژی عظیم در خانه‌ها رها شود.

با تشکیل تعاونی‌های صنایع دستی می‌توان به آموزش و بهبود کیفیت کالا و حفظ این سنتها و بازاریابی برای آنها و در مجموع حمایت از زنانی که به این حرفه مقدس اشتغال دارند، پرداخت. از آنجا که زنان نقش بسیار مهمی در حفاظت از محیط زیست دارند می‌توان با تشکیل تعاونی زنان در این زمینه به

کار خود را در خانه و یا در مراکز محلی کار انجام می‌دهند روز به روز افزایش می‌یابد. با توجه به این روند جهانی و با توجه به بافت سنتی جامعه ما که به حضور هر چه بیشتر زن در خانه بسیار اهمیت داده می‌شود آیا بهتر نیست که به جای کشاندن زنها به ادارات و کارخانجات که اکثراً دور از خانه قرار دارند، با ساعات کار فیکس و طولانی، این مدل پیشرفته کار را که بیشتر با فرهنگ و سنن و در جامعه ما سازگار است، الگو قرار دهیم. راه حلی که در عین کسب درآمد مالی و استقلال و تامین اقتصادی، مانع دور شدن درآمد زن از خانه و زندگیش نیز می‌شود.

به نظر می‌رسد تشکیل تعاونیها با توجه به ساختمان ذاتی و انعطاف‌پذیری زیادشان در

کار در کجا انجام می‌گیرد، مهم این است که کارمند کارش را انجام دهد. بدین ترتیب است که بسیاری از کارمندان بجای حضور در اداره و یا کارخانه کارشان را در منزل انجام داده و حقوق دریافت می‌کنند. علاوه بر این ساعات کار نیز مطابق با ضرورتها و نیاز کارمندان بسیار انعطاف‌پذیر شده و مثلاً ساعات کار شناور در بسیاری از ادارات و موسسات برای پرسنل بکار گرفته می‌شود. پرسنل با توجه به نوع شغل و وضعیت زندگی و محل کار می‌توانند ساعات کار خود را انتخاب کنند. مثلاً بجای ۸-۱۳ صبح از ۱۱ تا ۱۶ بعد از ظهر کار کنند.

با رو به افزایش گذاشتن مشاغل اطلاعاتی و توسعه تسهیلات ارتباطی، عده افرادی که

- به نظر می‌رسد تشکیل تعاونیها با توجه به ساختمان ذاتی و انعطاف‌پذیری زیادشان در تطبیق با شرایط مختلف پاسخ مناسبی برای حل مشکل زنان جامعه باشد.



نقش شرکتهای تعاونی دانشگاهیان

در ژاپن

نوشته: هیزاشی تاناکا
ترجمه: حسین امیری

خانمها و آقایان

از اینکه در حضور شما رهبران تعاونیهای دانشگاهی آسیا صحبت می‌کنم بسیار خرسندم.

اسم من هیزاشی تاناکا است. من در تعاونی توکیو، که یک تعاونی برای اهالی توکیو است با عنوان مدیر اجرایی کار می‌کنم. من همچنین در نهضت ملی تعاون با عنوان نایب رئیس اتحادیه (نظارت و هماهنگی) تعاونیهای مصرف ژاپن مسئولیت دارم.

می‌خواهم در خصوص نقش شرکت‌های تعاونی دانشگاهی در تعاونیهای شهری در حال

توسعه ژاپن صحبت کنم. منظور از «تعاونی شهروندان» عبارت از یک شرکت تعاونی مصرف خردهفروشی طرف معامله با مصرف‌کنندگان معمولی از قبیل خانمهای خانه‌دار در یک جامعه می‌باشد.

هم اکنون در کشور شما، تعاونیهای دانشگاهی هم‌تراز اقتصاد ملی سرعت در حال توسعه است. از اینرو معتقدم بیان تجربیات ما در ژاپن برای شما در جهت توسعه نهضت تعاونی مصرف مفید خواهد بود.

من وقتیکه دانشجوی دانشگاه توکیو بودم به نهضت تعاونی دانشگاهیان پیوستم. در

حالیکه دانشجوی فوق لیسانس بودم در فدراسیون ملی اتحادیه‌های تعاونی دانشگاهیان به عنوان مدیر اجرایی منصوب شدم، و برای فدراسیون مذکور از سال ۱۹۵۹ تا سال ۱۹۷۶ کار کردم. پس از آن به تعاونی توکیو پیوستم و قریب بیست سال است که مسئولیت مدیریت آنرا بعهده دارم. بنابراین موضوع سخنرانی برای من کاملاً شناخته شده بوده و می‌توانم در مورد آن با دقت صحبت کنم.

حضور در این اجلاس، ایام جوانیم را یعنی روزهایی را که در فدراسیون ملی اتحادیه تعاونیهای دانشگاهیان کار می‌کردم بخاطر می‌آورد. آقای اوکایازو و آقای اوزا دو تن از دانشجویان قابل اعتماد و آقای کاریکی، یکی از کارکنان توانمند من در آن ایام بودند.

اول، می‌خواهم بطور خلاصه درباره تعاونیهای مصرف ژاپن صحبت کنم. دوم، درباره تاریخ تعاونیهای شهری ژاپن و فعالیت‌های حمایتی تعاونیهای دانشگاهی صحبت خواهم کرد. سوم، با صحبت درباره نمونه مورد مثال، (تعاونی توکیو که شامل تجربیات شخصی‌ام می‌شود) به سخنرانی خود خاتمه خواهم داد. سخنرانی من حدود یک ساعت یا کمی بیشتر طول خواهد کشید.

تعاونیهای مصرف ژاپن

اجازه دهید با نگاهی گذرا به تعاونیهای مصرف ژاپن مطلب را شروع کنم. می‌خواهم ارقام مربوط به سال مالی ۱۹۹۲ را ارائه دهم. تعاونیهای مصرف ژاپن در مجموع دارای

۶۶۳ شرکت تعاونی مصرف با ۱۶ میلیون عضو، ۳/۱ میلیارد ین فروش، ۲۳۷۹ فروشگاه بوده و در ردیف بزرگترین خردهفروشی‌های ژاپن قرار دارد. خلاصه اینکه، نهضت تعاونی مصرف ژاپن با توجه به رشد سریع تعاونیهای شهری بزرگترین نهضت تعاونی مصرف جهان می‌باشد. ولی با این حال و با توجه به اینکه در بازارهای مبادله بر مبنای پول، ژاپن بعد از ایالات متحده امریکا کشور دوم می‌باشد، سهم تعاونی مصرف ما فقط ۲/۶ درصد می‌باشد.

تعاونیهای شهری، در مجموع ۲/۵

عملکرد خرید مشترک تعاونی توکیو در بین تعاونیهای مصرف ژاپن بزرگترین محل درآمد فروش می باشد.

عملیات خرید مشترک و تحویل کالا

ملاحظه می کنیم که بیش از نیمی از فروش تعاونیهای مصرف ژاپن مثل تعاونی توکیو حاصل از فعالیت خرید مشترک و تحویل کالا بهر یک از سرگروههای توزیع که نوعی کسب و کار بی نظیر در ژاپن و حتی در سراسر جهان است، می باشد. اجازه دهید بطور خلاصه طرز کار این نوع فعالیت را برای شما شرح دهم.

روش خرید مشترک در اوایل دهه ۱۹۸۰ کامل شد، و نتایج موفقیت آمیزی در برداشت. ویژگی این سیستم آنست که کالا به طور منظم و هفتگی که روز آن قبلاً تعیین شده تحویل سرگروه برای توزیع بین چند خانوار هم محلی می گردد. مهمترین ویژگی

دوازده میلیون جمعیت می باشد، در برگرفته است.

تعاونی توکیو دارای پانصد هزار خانوار عضو می باشد، که این تعداد ده درصد مجموع خانوارهای ساکن توکیو بزرگ را شامل می شود. این تعاونی دارای ۸۳ فروشگاه بزرگ (سوپرمارکت) و ۲۴ انبار تحویل خریدهای مشترک است که از طریق این واحدها خدمات خود را برای اعضا انجام می دهد.

پیش بینی نتایج عملیات این شرکت برای سال مالی منتهی به ۲۰ مارس ۱۹۹۳ بشرح زیر بوده است:

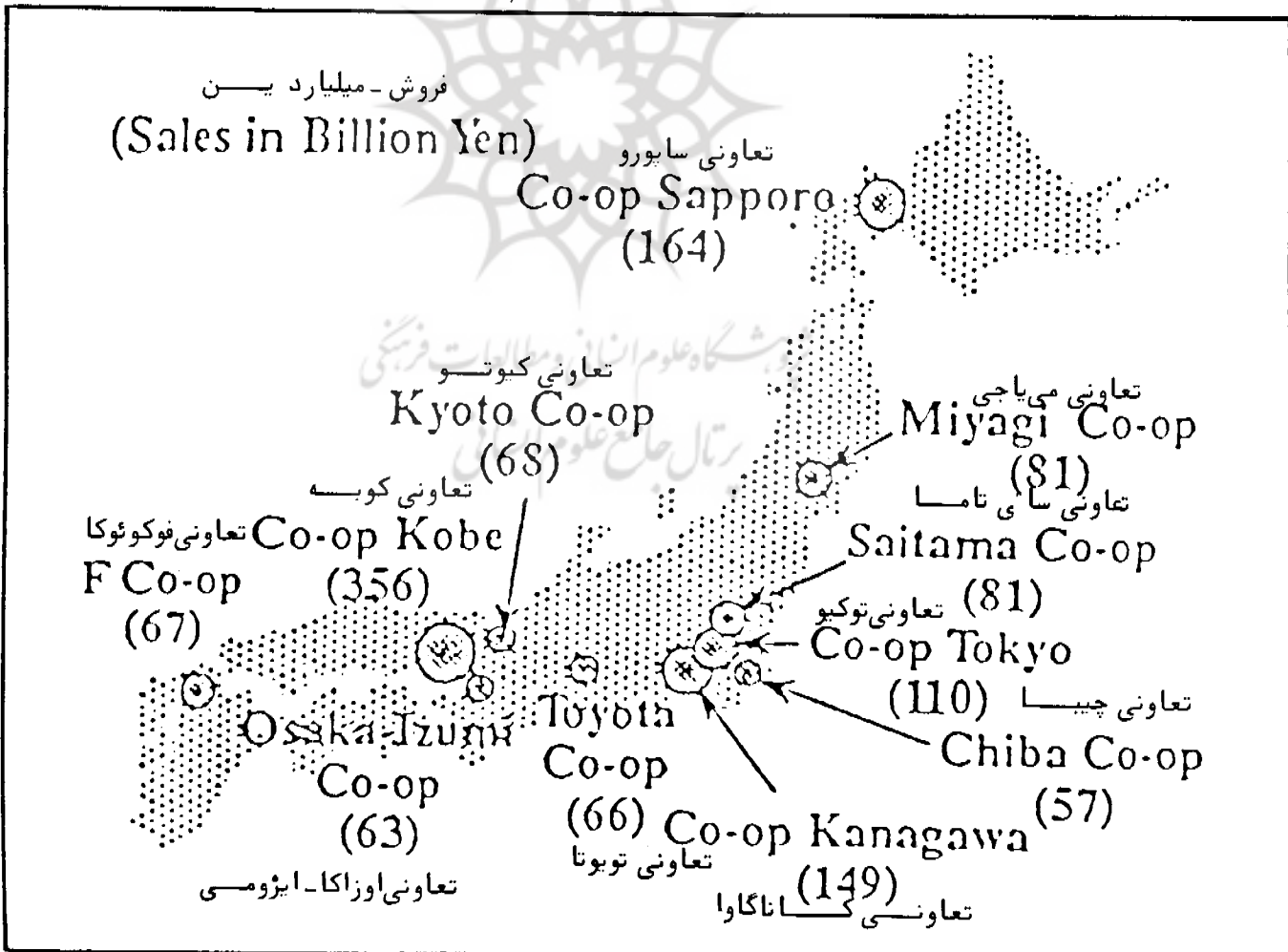
فروش:	۱۱۵/۹
میلیون تن	
فروشگاههای بزرگ:	۴۶/۷
خرید مشترک:	۶۵/۸
سایر مراکز فروش:	۳/۴
	۱۱۵/۹

میلیارد ین در سال فروش دارند که ۱/۱ میلیارد آن حاصل از عملکرد سوپر مارکتها، ۱/۳ میلیارد آن حاصل از عملکرد خرید مشترک (خرید کالا بر مبنای درخواست هر یک از اعضا و تحویل آن جهت توزیع بین آنها به سرگروه) و ۶۹ میلیون آن حاصل از سایر عملیات می باشد.

در نقشه یازده تعاونی که در صدر تعاونیهای شهری قرار دارند ملاحظه می شود. اولین و بزرگترین، تعاونی کوبه (Kobe) در قسمت غربی ژاپن، دومین تعاونی، تعاونی ساپورو (Sapporo) در ناحیه مجاور توکیو. تعاونی توکیو که من در آن فعالیت دارم، چهارمین تعاونی می باشد.

تعاونی توکیو

اجازه می خواهم خلاصه ای در مورد تعاونی توکیو مطرح کنم. حوزه عمل این تعاونی، سراسر توکیو بزرگ را که دارای



کمیود کارآیی در کسب و کار تعاونی

(سال شاخص ۱۹۶۱)

سودخالص	سودناخالص	گردش موجودی	فروش	
			سطح فروشگاه	کارکنان
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۳۰	۶۰	۱۴۵	۱۰۵	۱۲۰
۱۴۰	۱۴۰	۲۲۰	۱۳۰	۱۹۰

کمیود کارآیی در کسب و کار تعاونی

(سال شاخص ۱۹۶۱)

سودخالص	سودناخالص	گردش موجودی	فروش	
			سطح فروشگاه	کارکنان
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۳۰	۶۰	۱۴۵	۱۰۵	۱۲۰
۱۴۰	۱۴۰	۲۲۰	۱۳۰	۱۹۰

۱۸۷۹ در توکیو تشکیل شد، و اولین شرکت تعاونی دانشگاهی در سال ۱۸۹۸ در دانشگاه دوشی‌شا (Doshisha) در کیوتو دایر گردید. قانون تعاونی صنعتی، که به همکاری و اداره شرکت‌های تعاونی نظم بخشیده در سال ۱۹۰۰ به اجرا درآمد.

از آن زمان تاکنون، تعاونیهای زیادی با زمینه‌های اجتماعی متفاوت بوجود آمده است. متأسفانه، حکومت نظامی در آن زمان سیاست محدود کردن نهضت تعاون را اتخاذ نمود، و بیشتر شرکت‌های تعاونی تا جنگ جهانی دوم به فعالیت خود خاتمه دادند.

فقط تعداد محدودی تعاونی، برای مثال تعاونی کوبه که قبلاً تعاونی ناداکوبه (Nada Kobe) نامیده می‌شد و در سال ۱۹۲۱ تاسیس شده بود، به حیات خود ادامه داده و تاکنون وجود دارد.

از سال ۱۹۴۵ تا دهه ۱۹۵۰

بعد از جنگ جهانی دوم، بازسازی تعاونی‌های مصرف شروع شد. در آن زمان عرضه هر جنسی به مراتب از تقاضای آن کمتر بود.

از آن زمان تشکیل تعاونی مصرف راهی آسان برای دستیابی به کالاهای اساسی شناخته شد و مردم تعداد زیادی تعاونی در شهرها، روستاها و کارخانجات دایر نمودند. در سال ۱۹۴۷، بیش از ۶۰۰۰ تعاونی مصرف در محلات و مناطق صنعتی وجود داشت. در هر حال، به علت اوضاع بی‌ثبات اقتصادی بعد از جنگ، بسیاری از آنها سرعت از بین رفتند.

در دانشگاه‌ها، وضعیت بهمین منوال بود. دانشجویان و کارکنان بسیاری از دانشگاه‌ها، برای رهایی از شرایط توأم با فقر آن زمان دکه‌های غذاخوری و فروشگاه‌های کوچک دایر کردند. تعداد زیادی از این واحدها بعداً به تعاونی تبدیل شد. اما کسب و کار این واحدها تا اواخر دهه ۱۹۵۰ همچنان محدود و ضعیف باقی ماند.

در اواخر دهه ۱۹۵۰، تعاونی‌های دانشگاهی برای داد و ستد و فعالیت محیط

است. همچنین بهای عرصه انبار برای این نوع معامله نسبت به فروشگاههای بزرگ به مراتب کمتر است. چهارم: فقط اجناس معتبر و آزمایش شده توسط تعاونی پیشنهاد می‌شود و بیشتر اقلام تحت نام تعاونی عرضه می‌گردد.

پنجم: این روش نسبت به فروشگاههای بزرگ به کارگران با مهارت کمتر نیاز دارد، بخصوص در زمینه اقلام خوراکی فاسد شدنی از قبیل ماهی، گوشت، میوه و سبزیجات. در نتیجه، ما می‌توانیم هزینه تحویل کالا را کاهش داده و اجناس را با قیمتی در حدود فروشگاههای بزرگ پیشنهاد کرده و حتی با استفاده از کارگران با مهارت کمتر با فروشگاههای بزرگ زنجیره‌ای رقابت کنیم.

تاریخ نهضت تعاونی ژاپن و نقش تعاونیهای دانشگاهی

اکنون، می‌خواهم درباره تاریخ نهضت تعاونی ژاپن و نقش تعاونی‌های دانشگاهی بطور خلاصه صحبت کنم.

قبل از جنگ جهانی دوم

اولین شرکت تعاونی مصرف ژاپن در سال

این سیستم آن است که درخواست خرید مصرف‌کنندگان دریافت و اجناس مورد درخواست هر گروه جور شده و مجموع آن در اختیار سرگروه تحویل که در ژاپن هان (Han) نامیده می‌شود، قرار می‌گیرد و برای تسویه وجوه مربوط از شبکه بانکی در مسیر تحویل کالا استفاده می‌شود.

دلایل عمده موفقیت خرید مشترک بشرح زیر است:

اول: کالا به فرد فرد خانوارها تحویل نمی‌گردد، بلکه یک محموله تحویل سرگروه چند خانوار می‌شود.

دوم: در این روش از تکنولوژی کامپیوتری و تجهیزات تحویل پیشرفته با کارایی مناسب در عملیات استفاده می‌شود.

سوم: برای شروع خرید مشترک، فقط تعداد کمی کامیون و یک انبار کافی است. تعاونی دقیقاً همان حجم از کالا را می‌خرد که قبلاً توسط مصرف‌کنندگان درخواست شده است. بنابراین به سرمایه‌گذاری کمتری نیاز داشته، و مانند فروشگاههای بزرگ به انبار کردن کالا نیاز نداشته و ضایعات آن نیز کمتر

بسیار مهم در دانشگاه‌ها درآمده‌اند.

در همان زمان، تعدادی از شرکت‌ها و اتحادیه‌های کارگری در جهت تشکیل دو نوع تعاونی ابتکاری در اماکن کارگری بنام تعاونیهای شهری کارگری کوشیدند. تعداد زیادی از آنها، در هر حال، نتوانستند به فعالیت خود در نهضت ادامه دهند، زیرا بطور کلی، اعضای آنها به جنبه‌های نهضت واقف نبودند و مدیران آنها بیشتر تابع افراد ذی‌نفع شرکت یا سندیکاهای کارگری بودند. بعضی از آنها به تعاونی شهری تبدیل شدند و هم اکنون با موفقیت به داد و ستد مشغولند.

فعالیت‌های حمایتی تعاونی‌های دانشگاهی نسبت به تعاونیهای شهری

با وجود اینکه در دهه ۱۹۵۰ نهضت تعاونی دانشگاهیان رایج گردیده و مقبولیت یافت، با این حال رهبران نهضت از نتایج حاصله راضی نبودند. تحقق مقبولیت عمومی تعاونی‌های شهری گسترده در سراسر کشور مانند آنچه که در گذشته در کشورهای اروپائی پدید آمده بود، رویاهای شیرین رهبران نهضت را تشکیل می‌داد.

در همان زمان، تعاونیهای دانشگاهی برای تشکیل تعاونیهای شهری با استفاده از منابع انسانی خود و حمایت مالی همت گماشتند. در هر حال، توان تعاونیهای دانشگاهی برای کسب توفیق کافی نبود. منابع مالی آنها برای تخصیص به داد و ستد خارج از محیط دانشگاه کفایت نمی‌کرد.

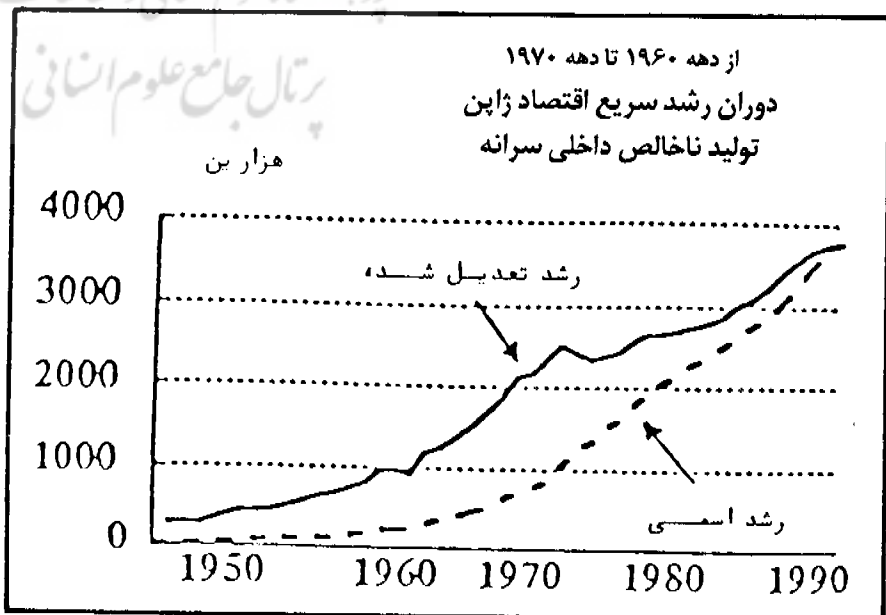
اگر تعاونیهای دانشگاهی از توان بیشتری برای پشتیبانی برخوردار بودند، تعاونیهای شهری ژاپن با سرعت بیشتر می‌توانستند رشد نمایند، زیرا رقابتی فعلی ما در آن زمان تا این حد فروشگاه نداشتند.

از دهه ۱۹۶۰ تا دهه ۱۹۷۰؛ دوران رشد سریع اقتصاد ژاپن و «انقلاب در توزیع»



از آن ایام تاکنون، تعداد زیادی از مدرسین با عنوان عضو هیات مدیره فعالیت داشته‌اند و بطور جدی از نهضت تعاونی حمایت می‌نمایند. تعداد زیادی از تعاونیهای دانشگاهی بصورت شرکت و طبق قانون شرکت‌ها تشکیل شده و بصورت سازمانی

مناسبتی یافتند. براساس رشد اقتصاد ملی، تسهیلات و امکانات دانشگاه‌ها گسترش و بهبود یافت. در بسیاری موارد تعاونیهای دانشگاهی توانستند با استفاده از همین تسهیلات سالن‌های غذاخوری و فروشگاه‌های مجهز دایر نمایند.



۱- خدمات تامینی موردنیاز صادرکنندگان

صادرات نیز هم چون سایر فعالیت‌های تجاری در معرض خطرات گوناگونی قرار دارد. صادرکنندگان کالا علاوه بر زیان ناشی از خطرانی که در اثر بروز حوادث ممکن است متوجه آنها شود با امکان عدم پرداخت مطالباتشان از طرف خریداران خارجی مواجه هستند. فعالیت صادرات بدون داشتن چنین پوششی امری به شدت مخاطره‌آمیز و متهورانه خواهد بود.

در بخش صدور خدمات که سرمایه بسیار عظیمی همراه با صرف هزینه‌های هنگفتی در معرض خطرات سیاسی و اقتصادی کشور میزبان قرار دارد همواره عدم بازپرداخت مطالبات صادرکننده مانع بزرگی برای توسعه این قبیل فعالیت‌ها می‌باشد. لذا، به طور کلی پوشش‌های موردنیاز صادرکنندگان را به دو دسته عمده می‌توان تقسیم کرد.

۱-۱- پوشش در مقابل خطرات بیمه‌پذیر: نظیر خطرات

آتش‌سوزی، حوادث دریایی، شکست ماشین‌آلات و حتی برخی از بیمه‌های اعتباری کوچک که معمولاً توسط شرکت‌های بیمه بازرگانی تحت پوشش قرار می‌گیرند و صادرکنندگان به سهولت قادرند نیاز خود را در خصوص این تأمین‌ها برآورده سازند.

۱-۲- خطرات بیمه‌ناپذیر: این نوع خطرات به دلیل ماهیت

خود یا اصولاً از طرف شرکت‌های بیمه بازرگانی مورد قبول واقع نمی‌شوند و یا به دلیل عدم پراکندگی و تجمع خطر حق بیمه بسیار بالایی بابت آن مطالبه می‌کنند که نهایتاً مانعی در راه توسعه و گسترش صادرات خواهد بود از قبیل: پوشش موردنیاز برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در یک کشور و غیره.

از این رو در برخی کشورها در مواردی که بیمه‌های بازرگانی از ارائه پوشش موردنیاز استتکاف می‌ورزند این وظیفه از طریق صدور ضمانت‌نامه یا بیمه‌نامه به عهده سازمان ویژه‌ای قرار می‌گیرد که از طرف دولت پشتیبانی می‌شود.

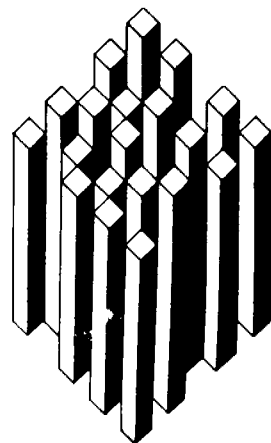
۲- بیمه و ضمانت چیست و وجوه افتراق آنها کدام است؟

به نظر می‌رسد از آنجا که در برخی از کشورها، تأمین موردنیاز صادرات علاوه بر بیمه‌نامه از طریق صدور ضمانت‌نامه نیز فراهم می‌شود اشاره به وجوه افتراق بیمه و ضمانت بی‌فایده نباشد و ما را تا حدی به قابلیت و توان هر یک و نقشی را که می‌توانند داشته باشند آشنا سازد.

۱-۲- از نظر حقوقی: ماده ۶۸۴ قانون مدنی عقد ضمان را

چنین تعریف کرده است: «عقد ضمان عبارت است از اینکه شخصی مالی را که بر ذمه دیگری است به عهده بگیرد، متعهد را ضامن طرف دیگر را مضمون‌له و شخص ثالث را مضمون‌عنه یا مدیون اصلی می‌گویند».

هم‌چنین ماده ۱ قانون بیمه اشعار می‌دارد «بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می‌کند در ازاء پرداخت وجه یا جوهی از



جایگاه بیمه و ضمانت در صادرات

صادرات، به دلیل نقش و سهم بازرسی که در توسعه اقتصادی و اجتماعی هر کشور دارد، همواره در کانون توجه مسئولین و کارگزاران قرار دارد. بنابراین طبیعی است عوامل و مولفه‌های موثر در صادرات نیز از اهمیت خاصی برخوردار باشد. از جمله عوامل مهم در این خصوص، بیمه و یا ضمانت صادرات و یا به عبارتی پوشش تامینی است که صادرات و صادرکنندگان به آن نیاز دارند.

ما در این نوشتار در پی آن هستیم تا این دو عامل مهم و تاثیرگذار در امر صادرات را شناخته و محدوده و قلمرو هر یک و قالب متناسب با آنها را باز شناسیم. به علاوه اشاره‌ای خواهیم داشت به چگونگی دخالت دولت در امر صادرات از طریق بیمه و یا ضمانت.

در خاتمه ساختار تشکیلاتی مناسب برای دخالت دولت در صادرات با استفاده از این دو عامل، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به نظر می‌رسد پاسخ به پرسش‌های زیر تا حد زیادی بتواند ما را در نیل به این مقصود یاری رساند.

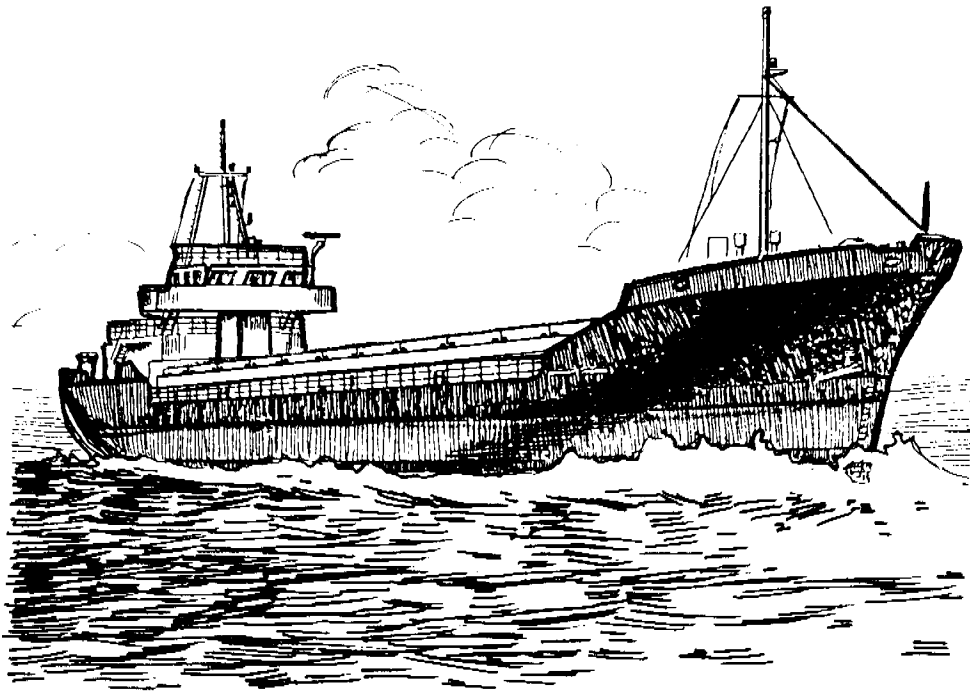
۱- خدمات تامینی مورد نیاز صادرکنندگان چیست؟

۲- بیمه و ضمانت چیست و وجوه افتراق آنها کدامند؟

۳- آیا شرکت‌های بیمه بازرگانی با توجه به اهداف خود قادرند کلیه پوشش‌های موردنیاز صادرکنندگان را در اختیار آنها قرار دهند؟

۴- چگونه و با چه ساختار تشکیلاتی مطلوب دولت‌ها می‌توانند ضمن ارائه خدمات تامینی موردنیاز صادرکنندگان، سیاست‌های موردنظر خود را در هدایت صادرات اجرا نمایند؟

۵- شیوه عمل در سایر کشورها چگونه است؟



ماده ۱۸ قانون بیمه چنین می‌گوید: «هرگاه معلوم شود خطری که برای آن بیمه به عمل آمده است قبل از عقد قرارداد واقع شده بوده است قرار داد بیمه باطل و بی‌اثر خواهد بود. در این صورت اگر بیمه‌گر وجهی از بیمه‌گذار گرفته باشد عشر از مبلغ مذکور به عنوان مخارج کسر و بقیه را به بیمه‌گذار مسترد دارد.»

در حالیکه در عقد ضمان همانگونه که از ماده ۶۸۴ قانون مدنی برمی‌آید، مالی بر ذمه شخصی است و ضمان ذمه وی را به عهده می‌گیرد و این بدان معنا است که تعهدات ضامن از ابتدا به روشنی مشخص است و ضامن متعهد است در صورتی که دین حال است ادا نماید و در صورتی که مؤجل است در وقت مقرر ادا نماید. به خصوص آن که در فقه شیعه و در قانون مدنی دائن نمی‌تواند به مدیون مراجعه کند یعنی در فقه شیعه ضم ذمه به ذمه وجود ندارد و چنین عقدی باطل است.

با عنایت به مطلب فوق مناسب است در حد بضاعت مقایسه‌ای بین ضمان دین و بیمه اعتبارات که مشابهت فراوانی دارند انجام گیرد شاید تا حدی موضوع روشن گردد.

بیمه اعتبارات به صورتی که توسط شرکت‌های بیمه بازرگانی انجام می‌گیرد: عبارت است از این که شرکت‌های بیمه بازرگانی بدهی بیمه‌گذار را در صورت عدم پرداخت آن در سررسید بیمه می‌کنند و ذینفع از بیمه‌نامه می‌تواند در صورت عدم پرداخت بدهی از سوی بیمه‌گذار به شرکت بیمه مراجعه و طلب خود را وصول کند. در صورتی که در عقد ضمانت: اولاً لازم نیست بدهی مؤجل باشد بلکه بدهی حال نیز قابل ضمانت است در حالیکه چنین عملی در عقد بیمه امکان‌پذیر نیست. ثانیاً در عقد بیمه، بیمه‌گذار باید به مدیون مراجعه کند و در صورت عدم پرداخت بدهی از طرف مدیون جهت وصول طلب خود به شرکت بیمه مراجعه نماید در صورتی که همانگونه که توضیح داده

طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارد بر او را جبران نموده و یا وجه معینی بپردازد. متعهد را بیمه‌گر طرف تعهد را بیمه‌گذار، وجهی را که بیمه‌گذار می‌پردازد حق بیمه و آنچه را بیمه می‌شود موضوع بیمه می‌نامند.»

در اینجا نظر شهید مطهری را نیز جهت مزید اطلاع یادآور می‌شویم. شهید مطهری در کتاب بررسی فقهی مسأله بیمه در مقام مقایسه بین بیمه و ضمان می‌فرماید: «اما در میان معاملات و در میان عقود که ما در فقه داریم، عقدی وجود دارد که احتمال این که اساساً بیمه جزء آن باشد زیاد است و آن ضمان است ضمانت به معنای ضمانت در عرف امروز، از مسلمات فقه اسلام است، شخص سومی پیدا می‌شود دین مدیون را به عهده می‌گیرد که به وی ضامن می‌گویند. ص ۲۲»

شهید مطهری در ادامه سخن خود اینطور نتیجه می‌گیرند که «در باب ضمان این مسایل از قدیم مطرح بوده است اما این که بیمه صددرصد به عنوان ضمان مطرح باشد و ادله ضمان، بیمه را شامل شود، مورد تردید است ما آنچه را که ضمان شرعی می‌دانیم همان ضمان دین است و بس... ص ۲۵»

چنانچه ملاحظه می‌فرمایند شهید مطهری ضمن این که احتمال می‌دهند بیمه جزء عقد ضمان باشد مع هذا در باب این که بیمه به صورت کامل و صددرصد با عقد ضمان تطبیق نماید نیز اظهار تردید می‌نمایند به هر صورت مواردی را که به نظر ما از وجوه اختلاف بین بیمه و ضمانت از نظر حقوقی است عبارتند از:

در عقد بیمه انجام تعهد بیمه‌گر ناظر به آینده است زیرا وقوع و یا بروز حادثه احتمالی است و بعد از انعقاد قرارداد ممکن است تحقق یابد به عبارت دیگر انجام تعهد بیمه‌گر منوط و مشروط به این است که اولاً حادثه مشمول بیمه در آینده تحقق یابد و در ثانی موجب خسارت بر بیمه‌گذار شود.

شد در عقد ضمانت دائن حق مراجعه به مدیون را ندارد، و این اختلاف اساسی است که به نظر، مابین ضمانت و بیمه وجود دارد، معهدا بدیهی است اختلافات دیگری نیز از بعد حقوقی بین عقد بیمه و عقد ضمانت وجود دارد که باید مفصلاً مورد بررسی قرار گیرد از قبیل حق رجوع به مضمون عهده در عقد ضمانت و یا دریافت حق التضمین در ضمانت و اختلاف آن با حق بیمه و همچنین مسایل دیگری که ممکن است مطرح باشد.

۲-۲- از نظر فنی: با توجه به این که حوادث و وقایعی که در بیمه تحت پوشش قرار می‌گیرند محتمل الوقوع هستند و تعهدات بیمه‌گر نیز در آینده احتمال تحقق دارد و یا به تعبیر دیگر حوادث مشمول بیمه، طیف گسترده‌ای را بین حوادث غیرممکن الوقوع و قطعی الوقوع دربر می‌گیرند. حق بیمه محاسبه شده به ترتیبی معین خواهد شد که بتواند پاسخگوی تعهدات پذیرفته شده بیمه‌گر به علاوه هزینه‌های وی باشد. در صورتی که در ضمانت به فرض پذیرش پرداخت مبلغی از طرف مدیون به عنوان حق التضمین و یا کارمزد به ضامن حداقل در مورد آن قسمت از تضمین‌هایی که دین آنها حال می‌باشد امکان برقراری تعادل بین تعهدات ضامن یا کارمزد وصولی معنی نخواهد داشت.

۳- آیا شرکت‌های بیمه بازرگانی با توجه به اهداف خود قادرند کلیه پوشش‌های موردنیاز صادرکنندگان را در اختیار آنان قرار دهند؟

به نظر می‌رسد با توجه به توضیحات تفصیلی که داده شده روشن شده باشد که شرکت‌های بیمه که با هدف کسب سود و منفعت براساس اصول بازرگانی اداره می‌شوند حداقل در مورد قبول و پذیرش بخش عظیمی از خطراتی که فعالیت صادرات به ویژه صادرات خدمات و سرمایه‌گذاری دربر دارد دچار تردید و دودلی شوند زیرا ماهیت این خطرات به نحوی است که با خطرات موردپذیرش شرکت‌های بیمه بازرگانی هم خوانی و هماهنگی ندارد.

و از طرف دیگر شرکت‌های بیمه بازرگانی تابع قوانین و مقررات خاصی در خصوص میزان پذیرش خطرات و تعهدات و رعایت نسبت خاصی بین سرمایه و ذخایر و تعهدات خود هستند که به هیچ وجه سرمایه و ذخایر این شرکت‌ها تناسبی با حجم صادرات به ویژه در رابطه با سرمایه‌گذاری یک کشور در سایر کشورها ندارد. لذا انتظار برآورده شدن نیاز صادرکنندگان کالا و خدمات به صورت کامل از شرکت‌های بیمه بازرگانی انتظاری واهی و دور از واقعیت می‌باشد هر چند ممکن است بخش اندکی از خطرات کوچک در این قبیل موسسات تحت پوشش قرار گیرد.

۴- چگونه و با چه ساختار تشکیلاتی مطلوب دولت‌ها می‌توانند ضمن ارائه خدمات تامین موردنیاز صادرکنندگان سیاست‌های موردنظر خود را در هدایت صادرات تحقق بخشند؟

همان گونه که در مقدمه این نوشتار متذکر شدیم صادرات به جهت

نقشی که در اقتصاد کشورها به عهده دارد به شدت مورد توجه و عنایت دولت‌ها می‌باشد به ترتیبی که هم اکنون تضمین و یا بیمه صادرات و چگونگی آن به عنوان یکی از اهرم‌های قبض، و بسط تجارت با سایر کشورها به کار گرفته می‌شود. بنابراین، طبیعی است انجام چنین مسئولیت خطیری تشکیلات و ساختار خاصی را طلب نماید تا هم بتواند تامین‌های مورد لزوم صادرات را فراهم کند و هم کارآیی لازم را جهت تحقق اهداف دولت داشته باشد. اهم ویژگی‌های چنین تشکیلاتی عبارتند از:

۱-۴- از نظر مالی: از نقطه نظر تامین مالی ضرورت دارد چنین سازمانی از طریق خزانه حمایت و کمک شود تا در صورتی که منابع آن تکافوی تعهداتش را ننماید از طریق خزانه کسری آن جبران گردد این موضوع در کلیه کشورها که برای صادرات اهمیت قایلند رعایت می‌شود.

بر همین اساس در قانون سال ۱۳۵۲ نیز در ماده ۳ قانون تاسیس صندوق ضمانت صادرات ایران، این مساله پیش‌بینی شده است زیرا معمولاً سرمایه‌گذاری‌های یک کشور و یا اتباع آن در سایر کشورها به قدری گسترده و با مبالغ زیاد می‌باشد که از توان مالی شرکت‌های بیمه بازرگانی خارج می‌باشد و شرکت‌های بیمه بازرگانی با توجه به ضوابط و مقررات بازرگانی حاکم بر خود توان ارائه چنین پوشش‌هایی را ندارند و لذا دولت‌ها به جهت عدم تعلیق فعالیت‌های صادراتی ناگزیر خود پذیرفته‌اند که در صورت عدم تکافوی منابع مالی این موسسات به یاری آنان بشتابند و کسری آن را از خزانه تامین کنند.

۲-۴- از نظر ماهوی: به نظر می‌رسد تفاوت اساسی بین ضمانت و بیمه که در بند ۲ توضیح داده شده تا حدود زیادی هماهنگی عقد ضمانت را با فعالیت صادرات تبیین کرده باشد زیرا خطر عمده‌ای که موجب نگرانی صادرکنندگان می‌باشد موضوع عدم وصول مطالبات آنهاست که معمولاً این خطر از طرف شرکت‌های بیمه بازرگانی مورد استقبال قرار نمی‌گیرد. در صورتی که موضوع اصلی در عقد ضمانت به عهده گرفتن دین مدیون توسط ضامن است حتی اگر این دین حال باشد. البته همان گونه که قبلاً اشاره شد این بدان معنی نیست که فعالیت‌های صادراتی از خدمات بیمه‌ای بی‌نیاز هستند بلکه مقصود این است که آن تأمینتی که بیشتر مورد درخواست صادرکنندگان است و باید از طرف دولت مورد حمایت قرار گیرد خطر عدم وصول مطالبات است به ویژه آن که نکته بسیار مهمی در این خصوص وجود دارد که اختصاص به عقد ضمانت دارد و عقد بیمه فاقد این خصوصیت می‌باشد و آن قابلیت تضمین دین حال می‌باشد. با استفاده از این ویژگی می‌توان مطالبات صادرکنندگان را که از صندوق ضمانت‌نامه دریافت نکرده‌اند لکن خریداران خارجی مطالبات آنها را پرداخت نکرده‌اند تحت شرایطی تضمین کرد و با این عمل حقوق این قبیل صادرکنندگان را به صندوق انتقال داد.

نتیجتاً از آن پس صندوق خواهد بود که بدهکاران خارجی را تحت تعقیب قرار می‌دهد.

مسلم است صندوق به دلیل برخورداری از اهرم‌های اقتصادی و سیاسی قادر خواهد بود بسیار موثرتر از آحاد صادرکنندگان نسبت به احقاق حقوق آنها و هم‌چنین از اتلاف اموال ملی جلوگیری کند، بنابراین ضروری است ساختار تشکیلاتی صندوق به نحوی سامان یابد که مدیران و مسئولان صندوق به راحتی بتوانند با هماهنگی مسئولان کشور عندالزوم دست به چنین اقدامی بزنند.

از خصوصیات دیگری که به نظر می‌رسد باید در ساختار تشکیلاتی چنین سازمانی ملحوظ نظر قرار گیرد. قابلیت اعمال سیاست‌های دولت در امر صادرات به فوریت و به سهولت می‌باشد دولت‌ها با توجه به رعایت مصالح مختلف ممکن است سیاست‌های گوناگونی را در رابطه با کشورهای مختلف اتخاذ نمایند و اعمال و رعایت این سیاست‌ها از طریق نرخ تعرفه‌ها و یا سقف اعتبارات صادراتی برای کشورها می‌تواند صورت گیرد. بدیهی است تحقق چنین امری با موازین بیمه‌های بازرگانی که تصمیم‌گیری در خصوص تعرفه فقط براساس اصول تجاری، فنی توسط کارشناسان مربوط معین می‌شود هماهنگی ندارد و لذا در این موسسات تعرفه‌ها با تصویب هیات وزیران قابل اجرا می‌باشد.

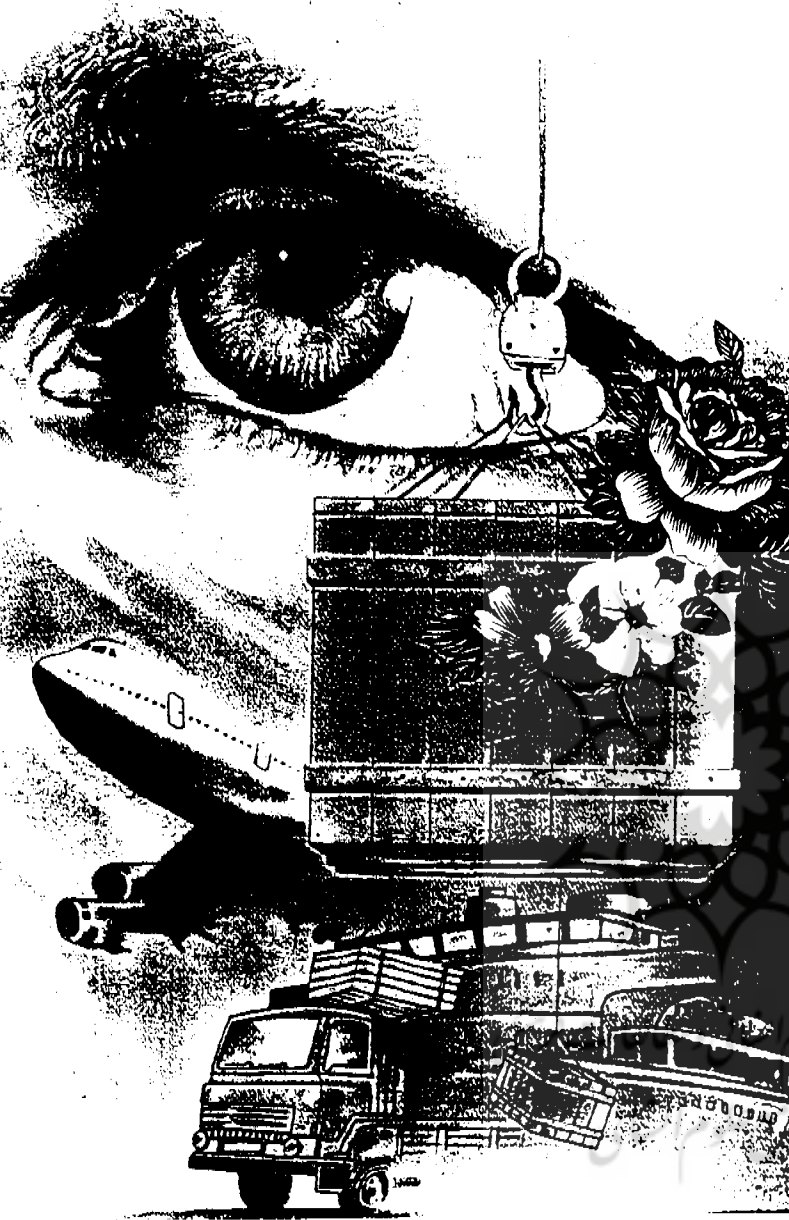
ماده ۹ قانون صندوق ضمانت صادرات ایران مصوب مرداد ۱۳۵۲ اشعار می‌دارد: «صندوق در مقابل انجام خدمات مذکور در ماده ۷ کارمزد دریافت می‌دارد کارمزد موضوع این قانون و هزینه‌های دیگری که برای اجرای آن لازم است طبق تعرفه‌ای است که پس از تایید شورای عالی صندوق به تایید هیات وزیران خواهد رسید.» در واقع تایید و تصویب تعرفه کارمزد کالا و خدمات صادراتی که بخشی از قیمت کالا و خدمات را تشکیل می‌دهد به وسیله هیات وزیران، زمینه‌ساز اجرای سیاست دولت نسبت به هر کشور می‌باشد که این امر الزاماً با منافع یک شرکت بیمه بازرگانی تطبیق نمی‌کند. به طور خلاصه اهم ویژگی‌های مورد لزوم برای تشکیلاتی که بتواند تامین صادرات و صادرکنندگان را به همراه قابلیت اعمال سیاست‌های دولت در برداشته باشد عبارتند از:

■ با خزانه مرتبط باشد به نحوی که بتواند عندالاقضاء کسری منابع را از خزانه جبران نماید.

■ مدیریت و اداره آن به نحوی طراحی شود که اعمال سیاست‌های دولت در امر صادرات به سهولت در آن امکان‌پذیر باشد.

■ غیرانتفاعی باشد و با هدف توسعه و گسترش صادرات بوجود آید و بقاء آن برخلاف سازمان‌هایی که بوسیله دولت یا بخش خصوصی با هدف سود و منفعت بوجود آمده‌اند مشروط و منوط به سودآوری نباشد هر چند ممکن است در روند فعالیت خود سود چشم‌گیری هم داشته باشد.

■ با وجود بهره‌گیری احتمالی که از کمک‌های دولت باید براساس اصول بازرگانی و فارغ از مقررات عمومی دولت اداره شود زیرا ماهیت چنین سازمانی ایجاب می‌نماید (همانند شرکت‌های بیمه) با صدور ضمانت‌نامه تعهدات بسیار بالایی را برای سال‌های طولانی برای خود ایجاد کند و بدیهی است درآمدهای هر سال اختصاص به آن سال ندارد



و باید همانند یک شرکت بیمه اندوخته و ذخایر مناسب را از محل کارمزدهای دریافتی برای سال‌های بعد نگهداری نماید بنابراین در صورتی که چنین سازمانی همانند وزارتخانه‌ها مکلف به واریز وجوه دریافتی خود در پایان سال به خزانه باشد و هزینه‌های خود را نیز از خزانه دریافت نماید به هیچ وجه قادر نیست تکلیفی را که برای چنین سازمانی متصور است به نحو مطلوب انجام دهد زیرا صادرکنندگان انتظار دارند با در دست داشتن ضمانت‌نامه و در صورت عدم پرداخت مطالباتشان از طرف خریداران خارجی قادر باشند به سهولت خسارت خود را دریافت کنند، هر نوع تاخیر و تعلل غیرموجه که ممکن است ناشی از رعایت

موسسات و یا شرکت‌های دولتی تعلق داشته باشد امکان بهره‌گیری از این قابلیت‌ها از دست خواهد رفت و یا به شدت تضعیف خواهد شد.

۵- چگونگی بیمه و یا تضمین صادرات در سایر کشورها:

۱-۵- فرانسه: بیمه صادراتی فرانسه: (Coface) در سال ۱۹۴۶ با هدف توسعه صادرات بوجود آمد و ضمانت فعالیت‌های صادراتی را بعهده گرفت سرمایه و ذخایر این شرکت در حال حاضر حدود ۲۰ میلیارد فرانک فرانسه برآورد می‌شود، در بین اعضای هیات مدیره کوفاس دو نفر نماینده دولت حضور دارند این شرکت ریسک‌های بازرگانی کوتاه مدت را با رعایت اصول بیمه‌گری خود راساً بعهده می‌گیرد ولی در مورد ریسک‌های غیربازرگانی و میان مدت و بلندمدت به نمایندگی از طرف دولت اقدام به صدور بیمه‌نامه می‌نماید. در مواردی که کوفاس ریسکی را خود می‌پذیرد طبیعی است که تعهدات ناشی از آن نیز بعهده کوفاس می‌باشد و در مواردی که خطری را از طرف دولت قبول می‌کند دولت متکفل تعهدات آن خواهد بود.

۲-۵- آلمان: در کشور آلمان شرکت بیمه هر مس که یک شرکت بیمه خصوصی است با همکاری چند شرکت دیگر عهده‌دار صدور بیمه‌نامه و یا ضمانت‌نامه‌های مربوط به امر صادرات می‌باشد.

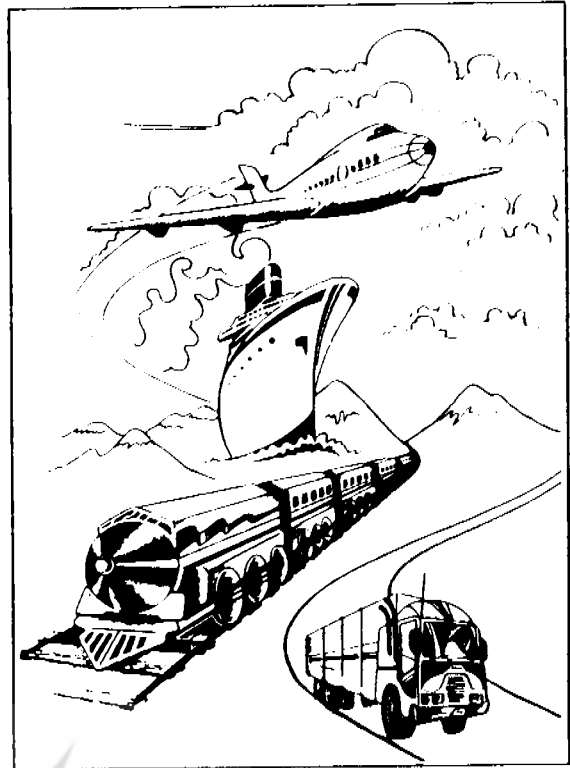
این شرکت با نظارت و هدایت دولت آن بخش از ضمانت‌نامه‌ها و یا بیمه‌نامه‌هایی که به دلایل فنی و یا اقتصادی خارج از قلمرو فعالیت آن می‌باشد به حساب دولت انجام می‌دهد و در صورت عدم تکافوی دریافتی‌ها بابت این قبیل خطرات، دولت مکلف است بودجه‌ای را که از طرف پارلمان در اختیار وی گذاشته شده است به مصرف این امر برساند و با این اقدام طبیعی است روند صادرات به دلیل عدم یک پوشش حمایتی با وقفه روبرو نخواهد گشت.

۳-۵- انگلستان: بخش ضمانت صادرات در کشور انگلستان یک بخش صددرصد دولتی و وابسته به وزارت بازرگانی و صنایع انگلستان می‌باشد و در مورد ریسک‌هایی بزرگ و بلندمدت از حمایت دولت برخوردار است.

۴-۵- اندونزی: شرکت بیمه اعتبار صادراتی کشور اندونزی یک شرکت صددرصد دولتی بوده و در نوامبر ۱۹۸۵ براساس قوانین سال‌های ۱۹۸۲ و ۱۹۸۳ با سرمایه ۲۵۰ میلیارد روپیه بوجود آمده است.

۵-۵- ژاپن: بیمه اعتبارات صادراتی ژاپن وابسته به وزارت تجارت بین‌المللی و صنایع ژاپن می‌باشد و با نظارت و هدایت دولت امر صدور بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های مورد لزوم صادرات را به عهده دارد.

به همین ترتیب در سایر کشورهای جهان نیز از قبیل هند - پاکستان - استرالیا - کانادا و غیره، همانند کشورهای فوق موسسه‌ای که امر بیمه و یا ضمانت صادرات را به عهده دارد حداقل در مورد پوشش بخشی از خطرات از طرف دولت اقدام می‌کند و ناگزیر به استفاده از حمایت و کمک دولت می‌باشد، به عبارت دیگر این موسسات به نحوی به خزانه متصل هستند تا عندالاقضاء بتوانند کسری خود را جبران نمایند.



مقررات عمومی باشد می‌تواند منجر به عدم استقبال صادرکنندگان شده و هدف و مقصود اصلی که همانا ارائه تأمین به صادرکنندگان و در نتیجه توسعه و گسترش صادرات باشد مخدوش شود.

بعلاوه موضوع بسیار مهم دیگری که ایجاب می‌کند این قبیل سازمان‌ها تابع قانون خاص خود باشند و از شمول مقررات عمومی مربوط به دولت مستثنی شوند به کارگیری منابع عظیمی است که این موسسات به عنوان یک موسسه مالی و اعتباری بسیار قوی باید همواره به عنوان ذخیره فنی و اندوخته احتیاطی در اختیار داشته باشند.

بهره‌گیری بهینه از این منابع که معمولاً می‌بایست برای مدت‌های طولانی جهت انجام تعهدات احتمالی آتی در اختیار این موسسات قرار داشته باشد خواهد توانست ضمن تأثیر مثبت در روند اقتصادی کشور نیاز این سازمان‌ها را به خزانه به حداقل ممکن تقلیل دهد. بنابراین لازم است این موسسات نیز همانند شرکت‌های بیمه و بانک‌ها از قوانین خاص خود تبعیت کنند تا امکان تحقق اهداف قانون‌گذار فراهم گردد.

■ کلیه سهام آن متعلق به دولت باشد.

از آنجا که این قبیل موسسات با پرداخت خسارت و یا دین مدیون (خریدار خارجی است) جانشین صادرکنندگان برای تعقیب بدهکاران خواهند بود شایسته است کلیه سهام آنها متعلق به دولت باشد تا به این ترتیب به عنوان یک دولت حقوق خود را از بدهکاران خارجی مطالبه نمایند بدیهی است در چنین صورتی امکان استفاده هر چه بیشتر از پتانسیل‌های اقتصادی و سیاسی برای وصول مطالبات وجود خواهد داشت در حالیکه اگر مالکیت چنین موسسات متعلق به دولت نباشد و به

تقسیم می‌شوند: ۱) نمایشگاههای داخلی، ۲) نمایشگاههای خارجی. یک گزارش پایانی قبل از بیان مقدمه، با توجه به محل برگزاری نمایشگاه، در بخشی تحت عنوان «آشنایی مختصر با کشور / استان» چکیده‌ای از اطلاعات بازاریابی جمع‌آوری شده را ارائه می‌دهد:

نمایشگاه خارجی: آشنایی مختصر با کشور...

۱- اطلاعات عمومی:

- حدود و وسعت (مساحت، طول، عرض جغرافیایی، همسایگان، ارتفاع از سطح دریا)
- جمعیت و زبان (تعداد، تراکم نسبی در هر کیلومتر مربع، زبان رسمی، گوناگونی زبانی در کشور، نرخ رشد جمعیت)
- نام پایتخت و شهرهای مهم
- حکومت (ساختار نظام سیاسی و اداری کشور، ثبات سیاسی)
- دین و مذهب (دین رسمی و سایر ادیان و درصد جمعیتی آنها)

۲- اطلاعات بازرگانی:

- واحد پول و نرخ مبادله
- اوزان و مقادیر
- بنادر مهم
- تعرفه گمرکی (وجود یا عدم وجود سهمیه‌بندی وارداتی، انحصار در ورود کالایی خاص ...)

- حمل و نقل و ارتباطات (طول راهها برحسب نوع آنها، طول خطوط راه آهن، تعداد کشتی‌ها و ظرفیت حمل بار آنها، فرودگاههای مهم، تعداد شرکت‌های عمده حمل و نقل بین‌المللی ...)

۳- ویژگیهای اقتصادی

- ارائه جدیدترین اطلاعات درباره مواردی از قبیل: سیاست اقتصادی کشور، میزان رشد اقتصادی، نرخ تورم، درآمد سرانه، وضعیت بودجه و کسری آن، نرخ بیکاری، اهمیت سیاستهای تشویق صادرات.

- و با توجه به هر یک از بخشهای کشاورزی، صنعت، معدن و بازرگانی خارجی، مشخص کردن محصولات عمده کشاورزی،



کیفیت اطلاعات

در گزارش پایانی نمایشگاهها

از: کوروش عمادی

مطالعات بازاریابی و اطلاعات مالی و آماری مربوط، سعی می‌کند به دو سوال اساسی پاسخ دهد:

- ۱- آیا پولها بدرستی خرج شده‌اند؟
- ۲- چگونه می‌توان پولها را بطور موثرتری خرج کرد؟

گزارش پایانی نمایشگاه، نظیر انواع دیگر گزارشها، به طور کلی از شش جزء: ۱) صفحه عنوان، ۲) فهرست مطالب، ۳) مقدمه، ۴) متن، ۵) نتایج و پیشنهادات، ۶) ضمائم تشکیل می‌شود. هدف این مقاله پرداختن به ضروری‌ترین و در عین حال مفیدترین اطلاعات قابل طرح در مقدمه و بخصوص در متن یک گزارش پایانی مطلوب از برگزاری یک نمایشگاه می‌باشد. بنابراین فقط اشاره به نوع یا حجم اطلاعات قابل قبول در هر بخش یا جزء مورد نظر بوده است و نه شکل یا ترتیب ارائه آن که بسته به نظر تهیه‌کننده گزارش پایانی می‌تواند متفاوت باشد.

نمایشگاهها از نظر محل برگزاری و نوع اطلاعات بازاریابی لازم، به دو دسته عمده

نمایشگاه به عنوان یک رسانه گروهی، ارتباط چهره به چهره فرستنده پیام (تولیدکننده و یا فروشنده) و گیرنده پیام (خریدار) را برقرار می‌کند تا پیامی حاوی یک سری اطلاعات درباره قیمت، کیفیت، زمان تحویل و نیز صفات و مزایای کالایی خاص انتقال یابد. نظیر هر چرخه ارتباطی دیگر، در مورد نمایشگاه نیز بازخور یا ارزیابی آن، برای شناخت و تجزیه و تحلیل عکس‌العمل خریداران از اهمیتی خاص برخوردار است. بخش عمده‌ای از ارزیابی یک فعالیت نمایشگاهی در قالب گزارش پایانی آن شکل می‌گیرد. مدیر نمایشگاه در واقع با گزارش پایانی از کلیه فعالیتهای انجام شده عکسبرداری می‌کند تا در هر تاریخی در آینده بتوان آنرا مورد بررسی قرار داده، کاستیها و نقاط ضعف را باز شناخت. گزارش پایانی با ارزش‌گذاری خود در خصوص برنامه‌ریزی، سازماندهی و اجرای یک نمایشگاه و نیز ارائه چکیده‌ای از

سهم هر بخش از تولید ناخالص ملی در یک دوره زمانی، مهمترین صنعت کشور و نیز صنایع مهم آن، مراکز عمده صنعتی و تجاری، مهمترین مواد معدنی کشور، میزان و نوع صادرات و کشورهای مقصد، وضعیت واردات (اقلام عمده و کشورهای مبدا آن).

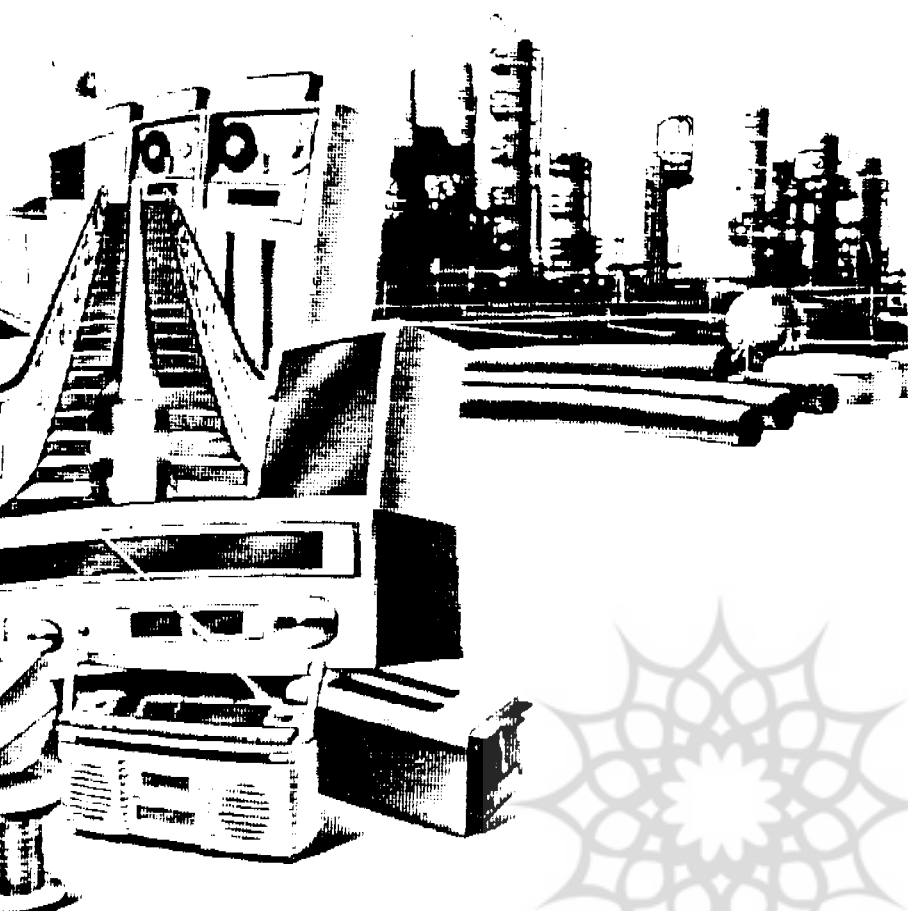
در انتهای این بخش ارائه اطلاعاتی به صورت اجمالی درباره عضویت کشور مورد نظر در سازمانهای اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی و نیز کیفیت روابط بازرگانی آن با ایران، وجود یا عدم وجود یادداشتهای تفاهم و موافقتنامه‌های بازرگانی فی‌مابین، بر پربراری گزارش خواهد افزود.

نمایشگاه داخلی: آشنایی مختصر با استان...

با توجه به نوع نمایشگاههای داخلی (عمومی، تخصصی، اکسپو، عرضه مستقیم) کیفیت اطلاعات ارائه شده در این بخش از گزارش پایانی، می‌تواند متفاوت باشد. برای یک نمایشگاه تخصصی داخلی بسیار بجاست که با توجه به موضوع نمایشگاه، اطلاعات آماری در سطوح جزئی‌تر بیان شوند و با ذکر آمار اجمالی سایر استانها یا کل کشور به کار مقایسه آماری نیز پرداخته شود. به هر حال صرف نظر از نوع نمایشگاه، ارائه جدیدترین آمار و اطلاعات در خصوص موارد زیر، برای شناخت ویژگیهای کلی استان، مفید فایده خواهد بود.

اطلاعات کلی:

- مساحت، تعداد شهرستانها، بخشها و دهستانهای تابعه، ارتفاع از سطح دریا
- جمعیت: به تفکیک سن، جنس و محل استقرار (شهری، روستایی)
- پیروان دین رسمی و سایر ادیان
- گویش‌های رایج محلی و درصد آنها
- حداقل و حداکثر درجه حرارت در ماههای مختلف سال
- منابع مهم زیرزمینی
- درآمد سرانه استان
- تعداد باسوادان در نقاط شهری، روستایی.



بخش کوتاه مقدمه گزارش پایانی می‌رسد. در مقدمه معمولاً به طور اجمال موارد زیر عنوان می‌گردد:

ذکر نام نمایشگاه، تاریخ برگزاری، مدت برگزاری، روز و ساعت افتتاح آن، مقام افتتاح کننده، اشاره به برنامه افتتاح، ذکر اهداف برگزاری نمایشگاه، نام سازمان برگزار کننده، سازمانهای پشتیبانی و یا سازمانهای همکار.

به دنبال مقدمه، متن گزارش پایانی قرار می‌گیرد. غنای متن گزارش بستگی مستقیم به کیفیت جمع‌آوری آمار و اطلاعات در حین برگزاری نمایشگاه دارد. این متن باید حداقل، اطلاعاتی را به شرح زیر، که در هفت بخش دسته‌بندی شده‌اند، به مخاطب خود انتقال دهد:

۱- موقعیت نمایشگاه:

- محل یا آدرس نمایشگاه و ترسیم

ویژگیهای اقتصادی:

- سهم بخشهای مختلف کشاورزی، معدن، صنعت، بازرگانی از فعالیتهای اقتصادی استان

- نسبت فعالیت بخشهای دولتی، تعاونی و خصوصی در یک دوره زمانی

- تولیدات صنعتی مهم، محصولات مهم کشاورزی، مهمترین تولیدات معدنی به همراه میزان تولید و مصرف آنها در استان

- مقدار و ارزش صادرات استان برحسب نوع کالا با مشخص نمودن مقصد

- مقدار و ارزش واردات استان برحسب نوع کالا با ذکر مبدا

- کیفیت فعالیت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و نیز اتاق تعاون استان

پس از ارائه مهمترین و مفیدترین اطلاعات بازارشناسی، به شرحی که گذشت، نوبت به

کیفیت توزیع دعوتنامه‌ها، نحوه چاپ و توزیع
تقدیم و پرشور و...

۶- بررسی موقعیت بازار کالا یا برخی
کالاهای صادراتی:

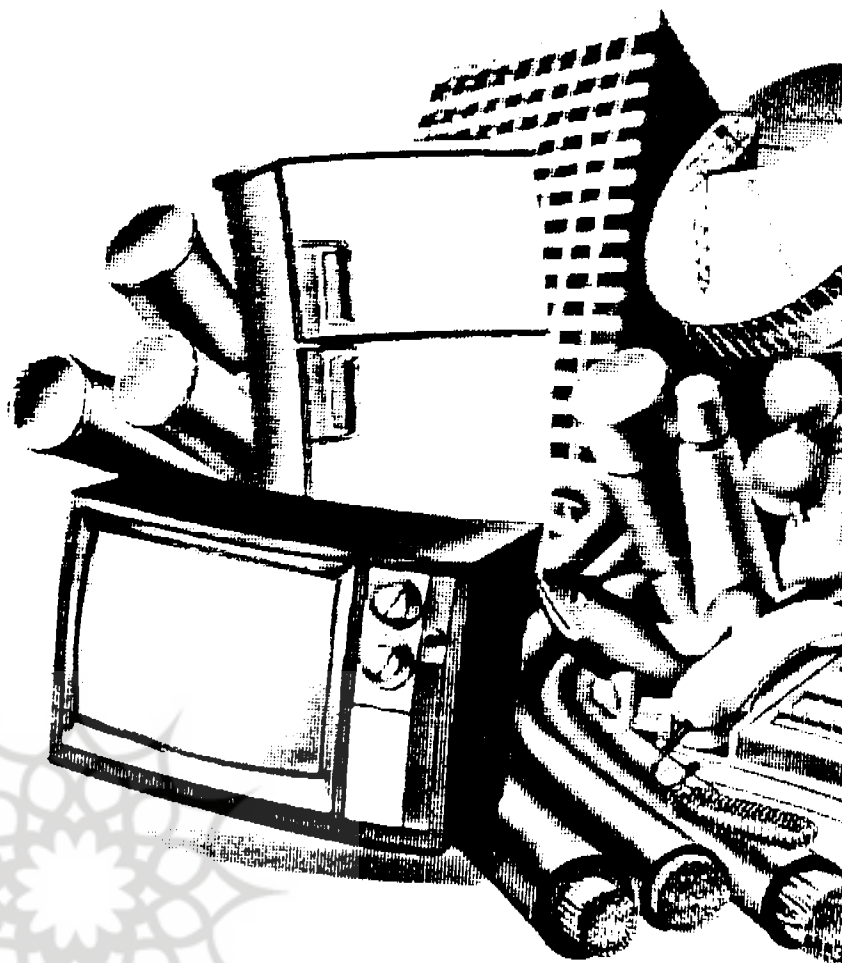
در این بخش تهیه‌کننده گزارش پایانی
سعی می‌کند با تکیه بر اطلاعات جمع‌آوری
شده از طریق: مصاحبه، مشاهده، پرسشنامه،
در مدت برگزاری نمایشگاه، موقعیت بازار
یک یا چند کالای خاص را ترسیم نماید. به
منظور ترسیم این موقعیت برای هر کالا
اطلاعاتی از این دست باید ارائه شود: موارد
مصرف کالا، مصرف‌کنندگان عمده،
کشورهای رقیب در بازار هدف، تعداد
درخواست‌های قیمت و تعداد قراردادهای
منعقد در نمایشگاه، اشاره به قیمت
محصولات رقیب، میزان حقوق گمرکی و
سود بازرگانی و سایر هزینه‌های متعلقه در بازار
موردنظر، چگونگی استقبال از کالا در
نمایشگاه، وضعیت واردات و مشکلات عمده
کالا در بازار مقصد.

۷- مراسم افتتاحیه

چنانچه در جریان برگزاری نمایشگاه
برنامه‌های جنبی از قبیل کنفرانس یا سمینار در
ارتباط با موضوع نمایشگاه برگزار شده باشد،
خلاصه‌ای از مباحث مطرح شده در آن، خود
به عنوان یک بخش به متن گزارش پایانی
اضافه می‌شود. همچنین افزودن نام و نشانی
شرکتهایی که تمایل خود را برای خرید کالا یا
کالاهای عرضه شده، ابراز داشته‌اند به عنوان
ضمیمه گزارش پایانی، نشانه دقت نظر مدیر و
کارکنان غرفه می‌باشد.

منابع و مآخذ:

- ۱- پیمان، سیدحسین، بازاریابی کاربردی،
تهران، نشریه زمینه ۱۳۷۳
- ۲- دیانی، مهدی. نمایشگاه‌های بین‌المللی
و تاثیر آن بر صادرات کشور. تهران. موسسه
مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. ۱۳۷۲
- ۳- بسلوریان تهرانی، محمد. ماهنامه
بررسیهای بازرگانی شماره ۹۷
- ۴- گزارش‌های پایانی مرکز توسعه
صادرات ایران



یا کالاهایی عرضه شده است)

۴- توصیف غرفه:

- مساحت و ابعاد غرفه، محل استقرار
غرفه، مشخص کردن صاحبان غرفه‌های
مجاور، چگونگی ساخت و تزئین غرفه،
مقایسه آن از نظر اندازه، محل استقرار،
دکوراسیون با غرفه رقیب. در نمایشگاه‌های
اختصاصی لازم است که با ارائه فهرستی
مشخص شود که هر کالایی از سوی کدام
موسسه تولیدی عرضه گردیده است.

۵- تبلیغات تجاری:

در این بخش کلیه فعالیتهای تبلیغی انجام
شده در ارتباط با نمایشگاه فهرست می‌شود.
(اگر چاپ آگهی در مطبوعات صورت گرفته
است با ارائه نمونه چاپ شده، ذکر تاریخ و
دفعات درج آن، چگونگی تبلیغات و آگهی
از طریق رادیو و تلویزیون، نصب پوستر،

موقعیت مکانی آن در شهر برگزاری نمایشگاه

- اشاره به امکانات یا اشکالات ترابری

رسیدن به محل نمایشگاه

- ساعت کار و هزینه بازدید از نمایشگاه

- مساحت کل نمایشگاه (به تفکیک

فضای سرپوشیده و فضای باز)

تقسیمات داخلی محوطه (تعداد سالنها)

- تعداد کشورهای مشارکت‌کننده و تعداد

موسسات شرکت‌کننده

- مجموع بازدیدکنندگان حرفه‌ای،

بازرگان و نیز بازدیدکنندگان عادی

- حجم کالاهای عرضه شده (از نظر

ارزش یا وزن)

۲- فهرست نام کشورهای شرکت‌کننده

۳- مهمترین کالاهای عرضه شده در

نمایشگاه: (از هر کشور مشارکت‌کننده چه کالا

بخشنامه وزارت تعاون

اداره کل تعاون استان

موضوع: اجرای بند یک ماده ۴۳ قانون بخش تعاونی اقتصاد

جمهوری اسلامی ایران

سلام علیکم

درباره اهمیت و تقدس فرآیند آموزش به طور کلی ذکر این نکته کفایت می‌کند که کلام خداوند تعالی به پیامبرش با کلمه «بخوان» آغاز می‌شود، لیکن قطع نظر از کلیت امر آموزش، همانطور که آگاهی دارید اساساً درک صحیح اصول و مفاهیم تعاون و همچنین تعلیمات تخصصی از طریق برنامه‌های گسترده و عمیق آموزشی امکان‌پذیر است یا به عبارتی می‌توان بیان نمود که قوام و دوام نهضت تعاون بیشتر به برنامه جدی تعلیمی بستگی دارد تا سایر عوامل، بنابراین هرگاه برنامه آموزشی به کمک فنی و تخصصی توأم گردد امکان استقرار نظام تعاون در قالب اصیل و مفهوم فراگیر آن مهیا می‌شود. علیهذا در این راستا با توجه به اهداف و دیدگاههای آموزشی این وزارت و نگرش به وظایف و مسوولیت‌های اتحادیه‌ها در امر آموزش، مصرح در بند ۱ ماده ۴۳ قانون بخش تعاونی، شایسته است به منظور اجرای تکالیف قانونی توسط اتحادیه‌ها در زمینه ارائه خدمات آموزشی و فرهنگی و تبلیغاتی مربوط به امور تعاون به تعاونی‌های عضو و بالا بردن سطح علمی و فنی و تخصصی و اطلاعات موردنیاز اعضا آنها و گسترش تعلیمات تعاونی، با نگرش مثبت و عمیق به اهمیت ویژه آگاهی مدیران و مسوولان و اعضا تعاونی‌ها از مسایل روز ذی‌ربط در ایران و جهان و جلب مشارکت آنان در بخش تعاونی، تریبی اتخاذ نمائید تا با اجرای برنامه‌های آموزشی مناسب و فراگیر با هدف طرح و تحلیل مسایل و مشکلات روز تعاونی‌ها و دسترسی به راه‌حلهای مناسب و همچنین برگزاری دوره‌های تخصصی موردنیاز مدیران و کارکنان و اعضا اتحادیه‌ها توسط خود آنان، زمینه ارائه مطلوب خدمات آموزشی بالمال افزایش سطح اطلاعات علمی، فنی و تخصصی اعضا تعاونی‌های تحت نظارت و هدایت آن اداره کل طبق مراتب زیر فراهم گردد:

الف - تشکیل گروه‌های آموزشی ادواری.

۱- بیان و ارائه مقالات درباره مسایل روز تعاونی‌ها و طرح مشکلات موجود، جهت بحث و تبادل نظر به منظور دستیابی به راه‌حل‌های موثر.

۲- جمع‌آوری اطلاعات لازم پیرامون مشکلات مطروحه.

۳- تجزیه و تحلیل اطلاعات.

۴- ارائه راه‌حل‌های مختلف.

۵- نظرسنجی و ارزیابی نظرات و پیشنهادات.

شایان ذکر است که میزان مشارکت شرکت‌کنندگان در بحث و گفتگو و اظهارنظر، ملاک ارزشیابی مناسبی برای تعیین میزان موفقیت و باز یافت فوری نتایج گروه‌آیی خواهد بود. به علاوه مناسب است که برگزاری گروه‌آیی‌ها با دعوت قبلی و ترتیب و تمهیدات لازم حداقل با فاصله زمانی ۳ ماهه و با استفاده از خدمات کارشناسان ورزیده در امور مدیریت، بازرگانی و مالی صورت پذیرد و در این راستا به منظور جلوگیری از تشتت امور و ایجاد هماهنگی ضروری است کلیه مدیران تعاونی‌های عضو (اعضاء هیات مدیره، مدیرعامل و بازرسان) و رابطین تعاونی‌ها با اتحادیه‌ها نیز در گروه‌آیی‌ها مشارکت مستمر داشته باشند که البته نقش این قبیل رابطین در اینست که با تعلیماتی که از جانب اتحادیه و آن اداره کل عرضه می‌شود امکان انتقال آموخته‌ها و تجربیات مکتسبه در سطح تعاونی‌های ذی‌ربط را فراهم آورند.

ب - برگزاری دوره‌های علمی، فنی و تخصصی

اتحادیه‌ها براساس نوع فعالیت خود می‌بایست نسبت به برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی جهت مدیران و اعضا تعاونی‌ها با هماهنگی ادارات کل تعاون اقدام نمایند، ادارات کل موظفند نسبت به راهنمایی و مساعدت در انجام این مهم با تعاونی‌ها در حد امکانات موجود آموزشی خود همراهی نمایند و در صورت ضرورت اتحادیه‌ها می‌توانند مستقیماً و یا از طریق ادارات کل ترتیب شناسائی مراکز آموزشی که قادر به ارائه خدمات موردنظر می‌باشند را داده و از امکانات مستقر در منطقه به نحو مطلوب در جهت پیشبرد اهداف آموزشی بهره‌برداری نمایند.

ج - با توجه به اهمیت موضوع لازم است ادارات کل استانها در صورت مشاهده هرگونه مسامحه و سهل‌انگاری از جانب اعضا هیات مدیره و مدیران عامل اتحادیه‌ها مبنی بر عدم مشارکت جدی در تشکیل گروه‌آیی‌ها و دوره‌های آموزشی تخصصی و تعویق در اجرای مفاد این دستورالعمل، پس از دو بار تذکر کتبی که فاصله آنها نمی‌بایستی از سه ماه کمتر باشد موضوع را با ذکر علل و عوامل به معاونت امور تعاونیها جهت بررسی و اتخاذ تصمیم گزارش و رونوشت آنرا نیز به معاونت تحقیقات و آموزش ارسال نمایند. معاونت امور تعاونیها موضوع را بررسی و در مورد صدور مجوز تذکر کتبی برای بار سوم و سلب صلاحیت عضو یا اعضا هیات مدیره و یا مدیرعامل یا مجموعه آنها بسته به مورد و ارتباط موضوع برای یک دوره یا دوره‌های آتی اتخاذ تصمیم خواهد نمود.

نظارت و ابلاغ برنامه‌ها و روش‌های اجرایی فعالیتهای آموزشی و ترویجی موضوع این بخشنامه طبق دستورالعمل‌های صادره از جانب معاونت تحقیقات و آموزش بوده، لذا مقتضی است نحوه و عملکرد موضوع را مستمراً به حوزه معاونت مزبور ارسال نمائید.

غلامرضا شافعی

وزیر تعاون

نگاهی به: عملکرد یک تعاونی موفق

نام، شرکت تعاونی یاوران
نوع فعالیت، چند منظوره
سهامداران، مددجویان و معلولین سازمان
بهزیستی
حق سهم، مبلغ هر سهم اسمی ۵۰۰۰۰ ریال
تاریخ ثبت، ۷۳/۴/۲۶
کل سرمایه اولیه، ۲۹/۲۲۴/۴۰۰ ریال
تعداد سهامداران اولیه، ۵۸۴ نفر
کل سرمایه فعلی سهام، ۱۵۸۰۰۰۰۰۰ ریال
تعداد سهامداران فعلی ۳۱۶۰ نفر
سهامداران تمهدی ۶۸۴۰ نفر
جمع کل ۱۰۰۰۰ نفر

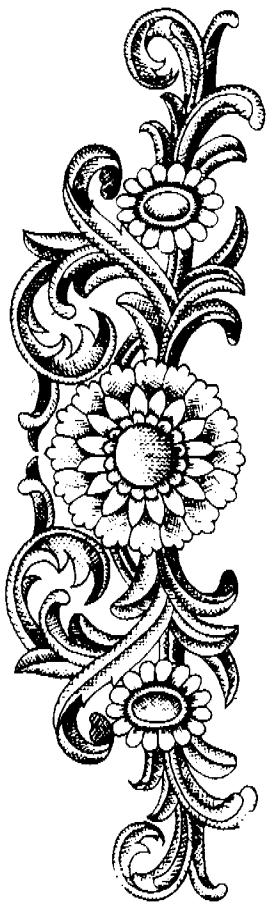
فعالیت‌های انجام شده:

- ۱- نگهداری بیش از ۳۰۰ معلول ذهنی و جسمی در ۲ مرکز توانبخشی
- ۲- فعال نمودن بیش از ۱۰۰ نفر از مددجویان بهزیستی در ۵ واحد خیاطی و بافندگی
- ۳- فعال نمودن بیش از ۱۲۰ نفر از مددجویان و معلولین جسمی بهزیستی در واحد قالبیافی
- ۴- آماده‌سازی و راه‌اندازی اولین فروشگاه زنجیره‌ای در همدان
- ۵- آماده‌سازی و راه‌اندازی فروشگاه‌های شماره ۲ و ۳ در شهرستان ملایر و تویسرکان
- ۶- راه‌اندازی دفتر پخش کالا و مواد غذایی در همدان
- ۷- خریداری و فعال نمودن یک واحد مرغداری گوشتی ۱۴ هزار قطعه‌ای همراه با زمین کشاورزی مجاور
- ۸- خریداری و فعال نمودن ساختمان

مرکزی در تهران جهت امور بازرگانی
۹- خریداری یک باب ساختمان ۳ طبقه دارای فروشگاه بزرگ در شهرستان تویسرکان
۱۰- فعال نمودن امور بازرگانی (صادرات و واردات) و منعقد نمودن چندین قرارداد با کشورهای خارجی
۱۱- اخذ دریافت ۵ نمایندگی خارجی و داخلی جهت توزیع کالاهای مربوطه در استان همدان
۱۲- توزیع بن در دو مرحله تحویل کالا و پوشاک زمستانی و پوشاک به مناسبت عید نوروز بین مددجویان و معلولین

برنامه‌ریزی و فعالیتها در آتیه نزدیک:

- ۱- راه‌اندازی فروشگاه‌های شماره ۴ و ۵ و ۶ در شهرستانهای همدان، نهاوند، اسدآباد
- ۲- صادرات کالا به ارزش بیش از ۸۵۰ هزار دلار به خارج از کشور
- ۳- واردات کالا به ارزش صادرات انجام شده به داخل کشور
- ۴- تولید بیش از ۳۰ تن رب گوجه‌فرنگی انحصاری در روز و توزیع آن در داخل و خارج از کشور
- ۵- خرید یک کارخانه تولیدی پوشاک و بسته‌بندی صادراتی در جزیره کیش
- ۶- کشت بیش از ۵۰۰ هکتار یونجه در شهرستانهای تابعه
- ۷- راه‌اندازی واحدهای تفریحی و توریستی در استان
- شرکت تعاونی چند منظوره یاوران



سرمایه‌گذاری کل تعاونی‌های تولیدی ایثارگران
از محل تبصره ۳ طی سالهای (۷۳-۷۱)

جدول شماره (۸) ارقام به میلیون ریال

سال	اعتبار تصویبی	سهم‌آورده اعضاء	سرمایه‌گذاری کل
۷۱	۷۴۴۵۲	۳۰۴۰۹	۱۰۴۸۶۱
۷۲	۱۳۲۰۷۲	۵۳۹۴۵	۱۸۶۰۱۷
۷۳	۱۰۶۷۶۱	۴۳۹۹۴	۱۵۰۷۵۵
جمع	۳۱۳۲۸۵	۱۲۸۳۴۸	۴۴۱۶۳۳

ایثارگران در سالهای (۷۳-۷۱) نسبت به تعداد طرحهای تصویبی در هر سال به قرار زیر می‌باشد:

در سال ۷۱ سرانه سرمایه‌گذاری کل به تعداد طرحهای تصویبی همان سال برای هر طرح مبلغ ۳۶۲/۸ میلیون ریال و در سال ۷۲ سرانه سرمایه‌گذاری برای هر طرح مبلغ ۳۹۴/۹ میلیون ریال و در سال ۷۳ سرانه سرمایه‌گذاری برای هر طرح مبلغ ۴۶۶/۷ میلیون ریال می‌باشد (جدول شماره ۹).

سرانه سرمایه‌گذاری کل به طرحهای تصویبی تعاونی‌های تولیدی ایثارگران از محل اعتبار تبصره ۳ طی سالهای (۷۳-۷۱)

جدول شماره (۹) ارقام به میلیون ریال

سال	تعداد طرحهای تصویبی	سرمایه‌گذاری کل	سرانه سرمایه‌گذاری برای هر طرح
۷۱	۲۸۹	۱۰۴۸۶۱	۳۶۲/۸
۷۲	۲۷۱	۱۸۶۰۱۷	۳۹۴/۹
۷۳	۳۲۳	۱۵۰۷۵۵	۴۶۶/۷

سرانه سرمایه‌گذاری شاغلین طرحهای تصویبی ایثارگران طی سالهای (۷۳-۷۱)

سرانه سرمایه‌گذاری تعاونی‌های تولیدی ایثارگران در سالهای (۷۳-۷۱) نسبت به تعداد شاغلین طرحهای تصویبی در هر سال به قرار زیر می‌باشد:

در سال ۷۱ سرانه سرمایه‌گذاری کل به شاغلین طرحهای تصویبی همان سال برای هر نفر مبلغ ۱۹ میلیون ریال، در سال ۷۲ سرانه سرمایه‌گذاری برای هر نفر مبلغ ۲۸ میلیون ریال و در سال ۷۳ سرانه سرمایه‌گذاری برای هر نفر مبلغ ۱۹ میلیون ریال می‌باشد (جدول شماره ۱۰).



تسهیلات بانکی کمتر بوده که این سیاستگذاری در مورد تعاونی‌های ایثارگران با افزایش سرانه اشتغال طرح همراه بوده است که حاکی از گسترش مالکیت برای تعداد بیشتری از ایثارگران می‌باشد.

در طی سالهای (۷۳-۷۱) برای تعاونی‌های ایثارگران جمعاً ۱۰۸۳ طرح کشاورزی، صنعتی و خدماتی با جمع کل سرمایه‌گذاری ۴۴۱/۶ میلیارد ریال و با اشتغالی ۲۰۱۶۵ نفر مورد تصویب قرار گرفته است که ۴۹۶ طرح در مناطق محروم اجرا خواهد شد.

میزان سرمایه‌گذاری کلی طرحها نشان می‌دهد که سهم آورده ایثارگران برای اجرای طرحها در سنوات فوق به طور متوسط ۲۹ درصد بوده که با در نظر گرفتن آئین‌نامه اجرایی تبصره ۳، که حاکی از مشارکت بیشتر آنان در سرمایه‌گذاری تلقی می‌گردد.

در توزیع بخشی طرحهای تصویبی این مطلب نمایان است که ۵۵٪ طرحها مربوط به فعالیت در بخش کشاورزی، ۴۱/۴٪ در بخش صنعت و ۳/۶٪ مربوط به خدمات می‌باشد. اگر چه روند رو به تزايد طرحهای مصوب مربوط به ایثارگران دورنمای تحقق کامل اهداف نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران را در برنامه‌ریزی جهت اشتغال کامل عزیزان ایثارگر نزدیکتر می‌نمایاند لیکن توجه خاص مسئولین به عدم تطابق وامهای درخواستی و اعتبارات مصوب قانونی، به دلیل افزایش هزینه سرمایه‌گذاری و تورم را طلب می‌نماید.

نتیجه

با افزایش میزان اعتبار تبصره ۳ قانون بودجه سالهای (۷۳-۷۱) شاهد کاهش الزام قانونی سهم اعتبارات تخصیصی به ایثارگران از ۴۰٪ سال ۱۳۷۱ به ۲۰٪ سنوات ۷۲ و ۷۳ بوده‌ایم. با وجود این کاهش، در راستای اهداف برنامه‌ریزی شده برای افزایش اشتغال ایثارگران، وزارت تعاون اعتبار بیشتری را برای آنان مورد تصویب قرار داده است. که در سنوات ۷۲ و ۷۳ به ترتیب ۸۸/۷٪ و ۹/۵٪ افزایش را نسبت به سهم تخصیصی ایثارگران نشان می‌دهد.

جهت‌گیری کلی وزارت تعاون در ارتباط با افزایش فرصت‌های شغلی ضمن پرداخت

سرانه سرمایه‌گذاری کل به تعداد شاغلین طرحهای تصویبی تعاونی‌های تولیدی ایثارگران از محل اعتبار تبصره ۳ طی سالهای (۷۳-۷۱)

جدول شماره (۱۰) ارقام به میلیون ریال

سال	تعداد شاغلین طرحهای تصویبی	سرمایه‌گذاری کل	سرانه سرمایه‌گذاری برای هر نفر
۷۱	۵۵۲۳	۱۰۴۸۶۱	۱۹
۷۲	۶۵۶۴	۱۸۶۰۱۷	۲۸
۷۳	۸۰۷۸	۱۵۰۷۵۵	۱۹