



## نگاهی اجمالی به وضعیت تعاونیها و اتحادیه‌های تعاونی کشور

### وضعیت تعاونیهای صنعتی

تا پایان سال ۸۲ تعداد ۷۶۹ تعاونی صنعتی و در دست اجرا با عضویت ۱۰۹۲۱۷ نفر و اشتغال ۱۴۲۵۸۹ نفر و با سرمایه ثبتی معادل ۴۲/۳ میلیارد ریال به ثبت رسیده است.

همچنین بررسی وضعیت کلان تعاونیهای صنعتی که از ابتدا تا پایان سال ۸۲ در کشور تاسیس شده، نشان می‌دهد که ۱۱۳۰۱ تعاونی صنعتی با عضویت ۱۵۶۹۷۵ نفر و ایجاد ۲۱۰۲۳۴ فرصت شغلی با سرمایه ثبتی معادل ۱۴۳۲/۲۳ میلیارد ریال در کشور وجود دارد که به طور متوسط تعداد اعضا و فرصتهای شغلی ایجاد شده در این بخش به ترتیب ۱۸ و ۱۴ نفر در هر تعاونی می‌باشد.

افزون براین؛ بیشترین فعالیتهای به ترتیب در زمینه صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی و صنایع نساجی چرم و پوشاک، صنایع شیمیایی و سلولزی، کانیهای غیرفلزی، صنایع فلزی، صنایع دستی، ماشین سازی و ریخته‌گری، برق و الکترونیک می‌باشد.

همچنین بیشترین تعاونیهای صنعتی به ترتیب در استانهای خراسان، مازندران و مرکزی و کمترین در استانهای هرمزگان، کهگیلویه و بویراحمد و قم تشکیل شده‌اند.

**وضعیت کلان تعاونیهای مصرف از ابتدا تا پایان سه ماهه اول ۱۳۸۳**  
تعداد تعاونیهای فعال

تا پایان سه ماهه اول سال ۸۳ تعداد ۶۴۹۸ شرکت تعاونی تأمین نیاز مصرف کنندگان شامل تعاونیهای مصرف کارمندی، کارگری، محلی، دانشجویی، متفرقه، فرهنگیان و صنوف توزیعی فعالیت داشته‌اند که از بین آنها، ۱۸۷۰ تعاونی مصرف کارمندی (۲۸/۷ درصد)، ۲۵۱۸ تعاونی کارگری (۳۸/۷ درصد)، ۶۹۰ تعاونی مصرف محلی (۱۰/۶ درصد)، ۶۱۰ تعاونی فرهنگیان (۹/۳ درصد) و سایر تعاونیها نظیر دانشجویی، متفرقه و صنوف توزیعی ۸۱۰ تعاونی (۱۲/۴ درصد) کل تعاونیها را تشکیل می‌دهند.

### تعداد اعضا

همچنین تعداد اعضای تحت پوشش تعاونیهای مصرف از ابتدا تا پایان سه ماهه اول ۱۳۸۳ بیش از ۵۱۹۳۴۵۵ نفر بوده‌اند که از این تعداد حدود ۱/۹ میلیون نفر عضو تعاونیهای مصرف کارمندی (۳۶/۵ درصد)، ۱۱۰۹۵۸۵ نفر عضو تعاونیهای مصرف کارگری (۲۱/۳ درصد)، ۷۸۸۱۲۲ نفر عضو تعاونیهای مصرف محلی (۱۵ درصد)، ۱۲۰۲۸۶۰ نفر عضو تعاونیهای مصرف فرهنگیان (۲۳ درصد)، و سایر تعاونیها نظیر دانشجویی، متفرقه و صنوف توزیعی ۱۹۸/۴۶۶ (۴/۲ درصد) می‌باشند.

### سرمایه

مجموع سرمایه تعاونیهای تأمین نیاز مصرف کنندگان از ابتدا تا پایان سه ماهه

اول سال ۱۳۸۳ حدود ۴۵۰۴ میلیارد ریال بوده است. از این مبلغ، حدود ۲۰۷۸ میلیارد ریال سرمایه تعاونیهای مصرف کارمندی (۴۶ درصد)، ۶۰۷ میلیارد ریال سرمایه تعاونیهای کارگری (۱۳/۴ درصد)، ۵۲ میلیارد ریال سرمایه تعاونیهای مصرف محلی (۱/۱ درصد) است همچنین سرمایه تعاونیهای مصرف فرهنگیان ۱۵۸۱ میلیارد ریال (۳۵ درصد)، و سایر تعاونیها نظیر دانشجویی و صنوف توزیعی ۱۸۵ میلیارد ریال (۴/۵ درصد) می‌باشد.

### متوسط سرمایه تعاونیهای مصرف در گرایشهای مختلف

#### گرایشهای مختلف

به طور کلی متوسط سرمایه اسمی در تعاونیهای تأمین نیاز مصرف کنندگان ۶۷۴ میلیون ریال، در تعاونیهای مصرف کارگران ۲۴۱ میلیون ریال، در تعاونیهای مصرف محلی ۷۵ میلیون ریال و در تعاونیهای مصرف فرهنگیان ۲۲۹۱ میلیون ریال می‌باشد.

متوسط سرمایه هر عضو در تعاونیهای مصرف براساس اطلاعات موجود، متوسط سرمایه هر عضو در تعاونیهای مصرف ۶۴۳ هزار ریال می‌باشد که این مبلغ برای اعضا تعاونیهای مصرف کارمندی ۱۰۹۴ هزار ریال، کارگران ۵۴۷ هزار ریال، اعضا تعاونیهای مصرف محلی ۶۶ هزار ریال و اعضا تعاونیهای مصرف فرهنگیان ۱۳۱۴ هزار ریال می‌باشد.

وضعیت تعاونیهای مصرف

ردیف	گرایش	تعداد تعاونی	اعضا	سرمایه میلیارد ریال	سرمایه تعاونی (میلیون ریال)	متوسط سرمایه اعضا هزار ریال	اشتغال
۱	مصرف کارمندی	۱۸۷۰	۱۸۹۴۴۲۲	۲۰۷۸	۱۱۱۱	۱۰۹۴	۲۶۵۲
۲	کارگری	۲۵۱۸	۱۱۰۹۵۸۵	۶۰۷	۲۴۱	۵۴۷	۹۰۳۰
۳	دانشجویی	۵۳۰	۵۰۷۰۹	۹	۱۷۰	۱۷۷	۲۵۰
۴	متفرقه	۴۶	۲۵۶۴۴	۴	۸۷	۱۶۰	۱۹۵
۵	فرهنگیان	۶۱۰	۱۲۰۲۸۶۰	۱۵۸۱	۲۵۹۲	۱۳۱۴	۳۰۹۱
۶	صنوف توریعی	۷۱۱	۱۲۲۱۱۳	۱۷۲	۲۴۲	-	۲۸۴۲
۷	مصرف محلی	۶۹۰	۷۸۸۱۲۲	۵۲	۷۵	۶۶	۲۲۹۷
۸	جمع	۶۴۹۸	۵۱۹۳۴۵۵	۴۵۰۳	۲۲۹	۵۸۱	۲۸۳۵۶

اطلاعات موجود، دارندگان کارت مبادلات مرزی تا پایان سال ۱۳۸۲ بالغ بر ۷۵۹۵۷۲۸ نفر می‌باشند که ۴۱٪ از دارندگان کارت مبادلات مرزی عضو تعاونی می‌باشند همچنین اقداماتی جهت عضویت کلیه افراد تحت پوشش در جریان می‌باشد.

در عین حال، ۱٪ مجموع سقف سهمیه ارزی تخصیصی ۲۹۸/۱۵۹/۹۸۰ دلار مبلغ ۲۳۹/۵۶۷/۳۵۶ دلار

صادرات و ۱۳۲/۸۹۷/۱۴۱ دلار واردات تا پایان سال ۸۲ صورت گرفته است که معادل ۸۰ درصد سهمیه تخصیصی صادرات سال ۱۳۸۲ و معادل ۴۵ درصد سهمیه ارزی تخصیصی صادرات سال ۱۳۸۲ و معادل ۴۵ درصد سهمیه ارزی تخصیصی واردات سال ۱۳۸۲ را شامل می‌شود.

لازم به ذکر است که در مقایسه با عملکرد تعاونی‌های مرزنشین در سال ۱۳۸۱ حجم کل صادرات ۱۴٪ و حجم کل واردات ۲۹٪ کاهش داشته است. در این راستا گفتنی است که کاهش به عمل آمده ناشی از افزایش رقم مابه‌التفاوت دریافتی از سوی سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان داخلی و نیز ورود بی‌رویه کالا به صورت قاچاق می‌باشد.

از لحاظ تعداد تعاونی‌های مرزنشینان استانهای سیستان و بلوچستان، هرمزگان و اردبیل به ترتیب با تعداد ۵۰، ۳۰ و ۳۰ تعاونی مرزنشین و سقف سهمیه ارزی ۴۸/۷۵۰/۰۰۰ دلار، ۳۸/۷۵۶/۷۵۶ دلار و ۱/۲۵۸/۳۰۰ دلار به ترتیب بیشترین سهمیه ارزی را به خود اختصاص داده‌اند.

در عین حال، بالاترین سقف سهمیه ارزی باتوجه به تعداد دارندگان کارت مبادلات مرزی مربوط به استانهای سیستان و بلوچستان، خوزستان، هرمزگان و مازندران می‌باشد.

این در حالی است که حجم صادرات انجام شده توسط تعاونی‌های استانهای

اتحادیه‌های مرکزی و استانی تعاونیهای مصرف تحت پوشش دفتر امور تعاونیهای مصرف و اعتبار تا پایان سه ماهه اول ۸۳

اتحادیه	مرکزی	استانی	منطقه‌ای و سازمانی	جمع
تعاونی فرهنگی	۱	۱۷	-	۱۸
تعاونی کارکنان دولت	۱	۲۵	۷	۲۳
تعاونی کارگران	۱	-	-	۱
تعاونی مصرف محلی	۱	۱۱	-	۱۲
تعاونی مرزنشینان	۱	۱۳	-	۱۴
تعاونی مصرف دانشجویان علوم اسلامی	۱	۱	-	۲
جمع	۶	۶۷	۷	۸۰

مشخصات اتحادیه‌های مرکزی و استانی تعاونیهای مصرف

در حال حاضر تعداد ۸۰ اتحادیه تعاونی مصرف در سطح کشور تحت پوشش دفتر امور تعاونیهای مصرف وزارت تعاون فعالیت دارند که از این تعداد ۶ اتحادیه سراسری شامل اتحادیه سراسری تعاونیهای مصرف کارکنان دولت (اسکاد) - اتحادیه مرکزی تعاونیهای مصرف کارگران ایران (امکان) - اتحادیه تعاونیهای مصرف فرهنگیان ایران - اتحادیه سراسری تعاونیهای مصرف محلی ایران - اتحادیه تعاونیهای مرزنشینان ایران و اتحادیه دانشجویان علوم دینی و کارکنان وابسته (طلاب) می‌باشند.

همچنین از ۸۰ اتحادیه تعاونیهای مصرف استانی، اتحادیه‌های تعاونیهای مصرف کارکنان دولت با ۲۵ اتحادیه، فرهنگیان با ۱۷ اتحادیه، مصرف محلی با ۱۱ اتحادیه و مرزنشینان با ۹ اتحادیه در استانهای کشور فعالیت دارند. علاوه بر

این، تعاونیهای مصرف کارگری به صورت متمرکز عضو اتحادیه مرکزی تعاونیهای مصرف کارگران (امکان) هستند و اتحادیه استانی ندارند. لازم به ذکر است که تعداد ۷ اتحادیه مصرف نیز به صورت سازمانی و منطقه‌ای (اتحادیه راه آهن، صدا و سیما، بیرجند، جهاد خراسان و غیره) در سطح کشور تشکیل و فعالیت دارند.

خلاصه گزارش وضعیت تعاونیهای مرزنشینان تا پایان سال ۸۲

در حال حاضر تعاونی‌های مرزنشینان با ۳۰۶ شرکت و ۱۰ اتحادیه استانی و اتحادیه سراسری مشغول ارائه خدمات به اعضا و مشتریان خود می‌باشند ضمن آن که سرمایه تعاونی‌های مذکور تا پایان سال ۱۳۸۲ بالغ بر ۵۹۷ و ۱۶۱ میلیون ریال و تعداد اعضای آنها ۳۱۴۹۴۹۳ نفر می‌باشد. علاوه بر این، سرانه حق عضویت هر نفر از اعضای این تعاونی‌ها بالغ بر ۵۱۳/۰۸۰ ریال می‌باشد. براساس

آمار تعاونیهای اعتبار کل کشور به تفکیک گرایش تا پایان سال ۱۳۸۲

شرح گرایش	تعداد تعاونی	میزان سرمایه (میلیون ریال)	تعداد اعضا	کل اشتغال
کارمندی (درصد)	۱۰۵۶ (۶۸ درصد)	۲۲۱۲۷۱ (۱۲ درصد)	۲۲۹۵۰۳ (۵۲ درصد)	۳۱۰۳ (۲۷ درصد)
کارگری (درصد)	۲۵۰ (۱۶ درصد)	۲۹۵۸۳ (۲ درصد)	۵۷۹۶۷ (۱۳ درصد)	۷۲۰ (۹ درصد)
فرهنگیان (درصد)	۸۵ (۶ درصد)	۱۶۰۰۰۲ (۸۵ درصد)	۱۲۷۹۳۳ (۲۸ درصد)	۲۴۱ (۳ درصد)
آزاد وسایر (درصد)	۱۶۰ (۱۰ درصد)	۱۶۹۴۱ (۱ درصد)	۳۰۲۲۴ (۷ درصد)	۴۱۸۹ (۵۱ درصد)
جمع کل	۱۵۵۱	۱۸۶۷۷۹۸	۴۴۵۶۲۷	۸۲۵۳

مأخذ: دفتر آمار و اطلاعات وزارت تعاون

سیستان و بلوچستان، هرمزگان، خوزستان و بوشهر به ترتیب ۳۹/۲۹۷/۵۹۹ دلار، ۲۳/۷۸۸/۹۲۵ دلار و ۲۵/۳۲۳/۸۵۶ دلار بالاترین حجم صادرات را شامل می‌گردد.

**وضعیت شرکتهای تعاونی خدماتی تا پایان سال ۸۲**

بخش خدمات و تجارت آن در اقتصاد به دلیل تأثیر گذاری عمده‌ای که در فرآیند تولید و توسعه اقتصادی دارد و باعث افزایش حجم اشتغال و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی می‌شود، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و توجه بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه را به تغییرات ساختاری در این بخش معطوف نموده است.

در خصوص اهمیت و ضرورت توجه به بخش خدمات همین بس که در سال ۱۹۸۲ برای اولین بار بحث تجارت خدمات در گات (GATT) مورد توجه تعدادی از کشورهای توسعه یافته قرار گرفت و ضرورت مذاکره در خصوص آن مطرح شد و موافقتنامه عمومی تجارت خدمات (GATS) در دسامبر ۱۹۹۳ به عنوان یکی از اجزای سند نهایی گات (GATT) قرار گرفت. هدف اصلی از این موافقتنامه با توجه به اهمیت روز افزون تأثیر بخش خدمات بر جریان رشد و توسعه اقتصادی جهانی، گسترش تجارت خدمات و افزایش دستاوردهای حاصل از آن و کاهش فقر در کشورهای کمتر توسعه یافته می‌باشد.

**تصویری از وضع موجود تعاونیهای خدمات**

تا پایان سال ۸۲ تعداد تعاونیهای خدماتی در ۲۲ گرایش به ۱۲۲۶۶ واحد رسیده که نسبت به تعداد تعاونیهای تشکیل شده تا پایان سال ۱۳۸۱، رشدی حدود ۲۱ درصد را داشته که از این تعداد ۱۰۳۶۲ واحد آن فعال و دست اجرا و ۱۹۰۴ واحد غیر فعال می‌باشند. این تعداد نسبت به سال قبل از آن که ۸۵٪ تعاونیها فعال یا در دست اجرا بوده و ۱۵٪ مابقی غیر فعال بوده‌اند به رقم ۸۶٪ فعال و ۱۴٪ غیر فعال رسیده است. قابل ملاحظه است در بخش خدمات شرکتهای تعاونی خدماتی مکانیزاسیون کشاورزی با ۱۵۵۳ واحد و تعاونیهای خدمات اداری و مالی و پشتیبانی با ۱۲۱۷ واحد و تعاونی خدماتی بهداشتی و درمانی با ۱۱۱۳ واحد در رتبه اول تا سوم قرار دارند و کمترین تعاونیهای تشکیل شده تا کنون شرکتهای خدمات راهداری با ۸۵ واحد و خدمات بیمه‌ای با ۱۴ واحد در رده‌های آخر قرار دارند. در بخش اشتغالی جالب توجه آن است که تعاونیهای خدمات راهداری هر چند که در رده‌های آخر تشکیل قرار دارند ولی از لحاظ اشتغالی در رده سوم واقع شد، و به طور متوسط ۲۵/۴ نفر در هر تعاونی ایجاد اشتغال کرده‌اند همچنین شرکتهای تعاونی خدماتی شیر و سایر فرآورده‌های لبنی که از لحاظ تشکیل در رده ۱۷ قرار دارند از لحاظ اشتغالی با رقمی معادل ۱۹/۸ اشتغالی در هر تعاونی در رده

شانزدهم و شرکتهای تعاونی توزیع آب و برق و گاز که در رده ۱۳ تشکیل قرار دارند در رتبه سوم از لحاظ اشتغالی با رقم ۲۵/۴ نفر اشتغالی در هر واحد قرار دارند که در این قسمت تعاونیهای خدمات بیمه‌ای با ۸/۵ نفر اشتغالی در هر واحد تعاونی و تعاونیهای خدمات رایانه‌ای با ۸/۱ نفر اشتغالی در هر واحد تعاونی در رده‌های آخر قرار دارند. در بخش سرمایه شرکتهای تعاونی خدمات گردشگری و هتلداری این واحدها با سرمایه هر واحد ۹۶/۶۸۰/۵۰۰ ریال و از لحاظ اشتغالی با ۱۴/۷ نفر اشتغالی در هر واحد در رتبه ۱۳ قرار دارند. همچنین شرکتهای تعاونی خدمات مخابراتی و پستی که از لحاظ اشتغالی با ۱۵/۹ نفر اشتغالی در هر واحد در رتبه ۷ قرار دارد و شرکتهای تعاونی خدمات بسته‌بندی و سورتینگ با ۱۹/۱ اشتغالی در رده ۵ قرار دارند و شرکتهای تعاونی خدمات رایانه‌ای با سرمایه ۲۳/۸۲۸/۰۰۰ ریال در هر واحد و شرکت‌های تعاونی تحقیقاتی و پژوهشی با ۱۹/۳۶۵/۵۰۰ ریال در هر واحد کمترین سرمایه‌گذاری را به خود اختصاص داده‌اند. هر چند که از لحاظ اشتغالی شرکتهای تعاونی رایانه‌ای کمترین اشتغالی یعنی ۸/۱ نفر را به خود اختصاص داده‌اند و در رده ۱۸ قرار دارند. در این میان استان تهران با مجموع ۱۸۲۴ واحد تعاونیهای خدماتی در رتبه اول قرار دارد و پس از آن استانهای خراسان و مازندران در رده‌های بعدی واقع گردیده‌اند البته این رتبه بندی در هر گرایش تغییر می‌یابد که به اختصار به شرح آن می‌پردازیم.

**شرکتهای تعاونی خدماتی بسته بندی و سورتینگ**

در این رشته از تعاونیهای خدماتی در مجموع ۳۵۷ تعاونی فعال و در دست اجرا و غیر فعال تشکیل گردیده که ۶۵ واحد آن غیر فعال می‌باشند. در این رشته استان خراسان با ۷۱ واحد در رده اول قرار دارد و پس از آن استانهای تهران و مازندران و بوشهر به ترتیب با ۳۱ واحد و ۳۰ واحد و ۳۱ واحد در رده‌های بعدی

قرار دارند که در میان استانهای فوق استان خراسان و بوشهر با ۱۲ و ۷ تعاونی غیر فعال بالاترین رقم را به خود اختصاص داده‌اند و استان کرمان باندداشتن تعاونی غیر فعال در این رشته موفق‌ترین استانها می‌باشند.

#### شرکتهای تعاونی خدماتی تحقیقاتی و پژوهشی

در این رشته تاکنون ۸۸ تعاونی تشکیل شده است که ۷ واحد از آنها غیر فعال می‌باشند در عین حال، تاکنون در استانهای کردستان، سیستان و بلوچستان، کهگیلویه و بویراحمد، ایلام، قزوین، سمنان تاکنون از این نوع تعاونیها تشکیل نشده است. در این بین، استان تهران با ۱۹ واحد و استان فارس با ۶ واحد و مازندران با ۸ واحد و اصفهان با ۷ واحد بیشترین ارقام را به خود اختصاص داده‌اند. و بقیه استانها در رده‌های بعدی قرار دارند بالاترین تعاونیهای غیر فعال در استان کرمان وجود دارد که ۶۶ واحد تعاونی تشکیل شده ۲ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد.

#### شرکتهای تعاونی جمع‌آوری شیر و فرآورده‌های لبنی

تاکنون ۱۲۷ واحد از این تعاونیها تشکیل شده است که ۸ واحد از آنها غیر فعال می‌باشند در بین استانها نیز استانهای زنجان با ۱۸ واحد، کرمانشاه با ۱۴ واحد و استان آ- غربی با ۱۲ واحد در رده‌های اول تا سوم قرار دارند. بالاترین رقم غیر فعال در این رشته مربوط به استان کردستان می‌باشد که با ۳ تعاونی تشکیل شده ۲ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد.

**شرکتهای تعاونی خدماتی آموزش**  
تاکنون ۶۰۶ واحد از این نوع تعاونیها تاکنون تشکیل شده است که ۶۲ واحد از آنها غیر فعال می‌باشند در میان استانها نیز استان تهران با ۱۶۱ واحد بالاترین رقم را به خود اختصاص داده که پس از آن استان مازندران با ۵۷ واحد و استان کرمانشاه با ۳۷ واحد در رده‌های بعدی قرار دارند.

#### شرکتهای تعاونی خدماتی مالی، اداری و پشتیبانی

تا پایان سال ۸۲، ۱۲۱۷ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده است که ۱۵۴ واحد از آنها غیر فعال می‌باشند در این

بین، استان تهران با ۲۴۴ واحد در رده اول و استان خراسان با ۱۵۴ واحد و استان فارس با ۸۶ واحد در رده‌های بعدی قرار دارند.

#### شرکتهای تعاونی خدماتی بهداشتی و درمانی

در مجموع ۱۱۱۳ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل گردیده که ۷۵ واحد از آنها غیر فعال می‌باشند در میان استانها، استان تهران با ۱۷۲ واحد بالاترین تعداد از این نوع تعاونیها را به خود اختصاص داده است و پس از آن استان خراسان با ۱۱۹ واحد و آذربایجان شرقی با ۸۰ واحد در رده‌های بعدی قرار دارند.

#### شرکتهای تعاونی خدمات بیمه‌ای

تاکنون ۱۴ واحد از این نوع تعاونی تشکیل شده است که رقم غیر فعال آن صفر می‌باشد این تعاونیها تنها در ده استان فعالیت می‌نمایند و در میان آنها استان تهران با ۴ واحد استان سیستان و بلوچستان با ۲ واحد در رده‌های اول و دوم و ۸ استان دیگر هر کدام با ۱ واحد در رده‌های بعدی قرار دارند.

#### شرکتهای تعاونی خدماتی چاپ و نشر

تا پایان سال ۸۲، در مجموع ۳۷۸ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده است که ۵۶ واحد از آنها غیر فعال است و در میان استانها نیز، استان تهران با ۶۶ واحد و استانهای مازندران با ۳۷ واحد و استان خراسان با ۳۰ واحد در رده‌های اول تا سوم قرار دارند.

#### شرکتهای تعاونی خدماتی راهداری

از این نوع تعاونیها تاکنون ۸۵ واحد تشکیل شده است که ۹ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد در میان استانها نیز استان هرمزگان از لحاظ تشکیل با ۱۷ واحد و استان کرمان با ۱۲ واحد و استان کرمانشاه با ۸ واحد در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند. البته در ۶ استان کشور از این نوع تعاونی تشکیل نشده است.

#### شرکتهای تعاونی خدمات رایانه‌ای

تاکنون ۹۱۰ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل گردیده که ۷۵ واحد از آنها غیر فعال است علاوه بر آن در میان استانها، استان تهران با ۱۳۳ واحد و استان مازندران با ۷۷ واحد و استان فارس با ۵۶ واحد و استان خراسان با ۴۹ واحد در

رده‌های اول تا چهارم قرار دارند.

**شرکتهای تعاونی خدماتی زیست محیطی**  
در مجموع ۱۲۶ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده است که ۱۱ واحد از آنها غیر فعال می‌باشند افزون بر آن، در ۸ استان کشور از این نوع تعاونی تشکیل نشده است. بالاترین رقم تشکیل شده از این نوع تعاونیها استانهای مرکزی با ۱۹ واحد، استان کهگیلویه و بویراحمد با ۱۸ واحد و سیستان و بلوچستان با ۱۷ واحد به خود اختصاص داده‌اند.

#### شرکتهای تعاونی خدمات فرآورده‌های نفتی

تاکنون ۱۷۷ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده که ۳۶ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد همچنین در بین استانها استان خوزستان با ۱۷ واحد و استان کرمان هر کدام با ۱۳ واحد در رده اول و دوم قرار دارند.

**شرکتهای تعاونی خدماتی فنی و مهندسی**  
در مجموع ۷۹۷ واحد از این نوع تعاونیها تاکنون تشکیل شده است که ۸۳ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد. در بین استانها نیز، استانهای تهران با ۱۸۵ واحد و استان خراسان با ۱۱۱ واحد و استان فارس با ۶۱ واحد از حیث تشکیل این نوع از تعاونیها در رده‌های اول تا سوم قرار دارند.

**شرکتهای تعاونی خدماتی کالایی**  
تاکنون ۲۳۵ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده که ۶۳ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد همچنین در بین استانهای کشور در استانهای فارس، ایلام، قم، سمنان تاکنون از این نوع تعاونیها تشکیل نگردیده است و بالاترین رقم تشکیل در استانهای هرمزگان با ۲۸ واحد، مازندران با ۲۷ واحد و استان خوزستان با ۱۸ واحد به خود اختصاص داده‌اند.

#### شرکتهای تعاونی خدماتی مخبراتی و پستی

از این نوع تعاونیها تاکنون ۱۷۷ واحد تشکیل شده که ۱۲ واحد از آنها غیر فعال می‌باشد. در این بین بالاترین رقم تشکیل را استان مازندران با ۷۶ واحد و استان تهران با ۱۲ واحد و استان کرمانشاه با ۱۱ واحد به خود اختصاص داده‌اند که در رده‌های اول تا چهارم قرار دارند.

## شرکتهای تعاونی خدماتی توزیع آب و برق و گاز

تاکنون ۳۸۳ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده که ۶۶ واحد از آنها غیر فعال می باشد ضمن آن که این تعاونیها در استانهای زنجان و ایلام، قزوین، قم از این نوع تعاونیها فعالیتی ندارند و در میان استانها نیز استان اردبیل و خراسان با ۵۸ واحد و کرمان با ۳۲ واحد در رده های اول تا سوم قرار دارند.

## شرکتهای تعاونی خدماتی مکانیزاسیون کشاورزی

در مجموع ۱۵۵۳ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل گردیده که ۳۱۲ واحد از آنها غیر فعال می باشند علاوه بر این در بین استانهای کشور استانهای خراسان با ۲۴۲ و خوزستان با ۱۳۹ واحد و آذربایجان شرقی با ۱۱۱ واحد در رتبه های اول تا سوم قرار دارند.

## شرکتهای تعاونی خدماتی گردشگری و هتلداری

تاکنون ۳۸۹ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده است که ۶۵ واحد از آنها غیر فعال می باشد که استان مازندران با ۴۹ واحد و استان گیلان با ۳۵ واحد و خراسان با ۳۴ واحد در رده های اول تا سوم قرار دارند.

**شرکتهای تعاونی مدارس غیر انتفاعی**  
در مجموع ۷۱۳ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شده است که ۸۱ واحد از آنها غیر فعال می باشند در میان استانها نیز استانهای تهران با ۱۷۰ واحد و مازندران با ۹۷ واحد و خراسان با ۴۹ واحد در رده های اول تا سوم قرار دارند.

## شرکتهای تعاونی خدماتی فرهنگی، هنری، تبلیغاتی

تاکنون ۴۵۳ واحد از این نوع تعاونی تشکیل شده که ۱۰۰ واحد از آنها غیر فعال می باشند علاوه بر این در میان استانها، استان تهران با ۵۶ واحد، مازندران با ۳۶ واحد و لرستان با ۲۵ واحد در رتبه های اول تا سوم قرار دارند.

**شرکتهای تعاونی خدماتی ورزشی**  
در مجموع ۲۹۸ واحد از این نوع تعاونیها تشکیل شد، که ۴۲ واحد از آنها غیر فعال می باشد در این راستا استان تهران با ۵۷ واحد آذربایجان غربی با ۲۶

واحد و کرمانشاه با ۲۴ واحد در رده های اول تا سوم قرار دارند.

## وضعیت شبکه تعاونیهای حمل و نقل کشور

### وضعیت استانی

با عنایت به بررسی آمار کلان تعاونیهای حمل و نقل تا پایان خرداد ماه ۱۳۸۳ بالغ بر ۱/۴۳۲ واحد تشکیل تعاونی با عضویت ۲۱۰/۷۸۳ نفر و مجموع سرمایه گذاری بالغ بر ۱۳۱/۷۶۸/۵۷۹ هزار ریال و ایجاد ۲۴۳/۳۴۷ فرصت شغلی در گرایشهای موجود حمل و نقل تشکیل گردیده است که بیشترین تعداد تعاونی متشکله به ترتیب متعلق به استانهای مازندران، (۱۳۵ واحد)، گیلان (۱۰۲ واحد) و اصفهان (۹۴ واحد) و کمترین تعداد متعلق به استانهای قم (۵ واحد)، چهارمحال و بختیاری (۱۳ واحد) و زنجان (۱۶ واحد) می باشد.

### عضویت

در این میان بیشترین تعداد اعضا به تشکلهای تعاونی حمل و نقل فرااستانی با تعداد ۵۱/۰۶۷ نفر (۱/۲۴/۲)، استان اصفهان با ۲۲/۹۱۰ نفر و (۱۱٪) و استان خراسان با ۲۲/۰۸۳ نفر (۱۰/۲۴٪) عضو اختصاص دارد و کمترین تعداد به ترتیب متعلق به استانهای کهگیلویه و بویراحمد یا ۳۵۶ نفر (۰/۱۶٪) و ایلام، ۱/۰۲۴ نفر (۰/۴۸٪) و استان سیستان و بلوچستان با ۱/۲۵۹ نفر (۰/۶۰٪) می باشد.

### اشتغال

همچنین از حیث ایجاد اشتغال بیشترین میزان اشتغالزایی به تشکلهای تعاونی فرااستانی با ۵۲/۱۸۷ نفر (۲۱٪)، استان اصفهان با ۳۲/۹۶۹ نفر (۹/۴۴٪)، استان خراسان با ۲۲/۲۹۳ نفر (۹/۱۴٪) اختصاص دارد و کمترین میزان به استان کهگیلویه و بویراحمد با ۶۵۹ نفر (۰/۲۷٪)، استان ایلام با ۱/۱۰۰ نفر (۰/۴۵٪) و استان قم با ۱/۴۲۵ نفر و ۵۹٪ تخصیص می یابد.

علاوه بر این، از مسجموع سرمایه گذاریهای انجام شده در تشکلهای تعاونی حمل و نقل؛ استان فارس با ۱۵/۹٪ (۲۰/۹۶۸/۱۷۲ هزار ریال) و استان

اصفهان ۱۰/۲٪ (۱۳/۴۹۲/۳۹۷ هزار ریال) و استان گیلان ۹/۱۷٪ (۱۲/۰۸۳/۴۴۱ هزار ریال) از کل سرمایه گذاریهای انجام شده را به خود اختصاص داده اند و کمترین میزان سرمایه گذاری نیز به ترتیب به استانهای زنجان با ۰/۱۶٪ (۲۱۰/۶۵ هزار ریال) و ایلام با ۰/۲۵٪ (۳۳۸/۶۰۰ هزار ریال) و چهارمحال و بختیاری با ۰/۵۰٪ (۶۵۹/۴۳۴ هزار ریال) تعلق دارد.

### وضعیت گرایش

از حیث گرایش نیز، بیشترین تعداد تعاونی تشکیل شده در بخش حمل و نقل به ترتیب به گرایشهای، آژانس اتومبیل کرابه با ۲۸۵ واحد و ۱۹/۹٪، کامیونداران داخلی با ۲۴۸ واحد و ۱۷/۳٪ و تاکسیرانی با ۲۰۲ واحد و ۱۴/۱٪ و کمترین تعداد به تعاونیهای بوژی داران با ۱ واحد و ۰/۱۷٪ تعلق دارد.

### تعداد و اعضا

بیشترین تعداد اعضا بترتیب به گرایش تاکسیرانی با ۵۹/۱۱۴ نفر (۲۸٪)، کامیونداران داخلی با ۵۹/۱۰۶ نفر (۲۹/۹٪) و کمترین تعداد اعضا به ترتیب به گرایش بوژی داران با ۷ نفر (۰/۰۰۳٪) و کامیونداران بین المللی با ۱/۷۸۲ نفر (۰/۸۵٪) اختصاص دارد.

همچنین بیشترین میزان ایجاد فرصت شغلی به گرایش کامیونداران داخلی ۶۸۳۹۵ نفر (۲۸/۱) و تاکسیرانی با ۶۷/۳۲۶ نفر (۲۹/۴) و کمترین میزان اشتغالزایی به گرایش بوژی داران با ۰/۰۰۴٪ و کامیونداران بین المللی ۱/۹۸۷ نفر (۰/۸۲٪) اختصاص دارد.

افزون بر این، بیشترین میزان سرمایه گذاری به گرایش کامیونداران داخلی با رقم ۶/۹۹۱/۰۸۱٪ (۴۶/۳) هزار ریال، حمل و نقل دریایی ۱۱٪ (۱۴/۵۲۶/۹۱۹ هزار ریال) و کمترین میزان به بوژی داران ۰/۰۰۸٪ (۱۰۰۵۰۰ هزار ریال) اختصاص دارد.

## وضعیت تعاونیهای مسکن از ابتدا

### تا پایان سال ۸۲

بر اساس اطلاعات دریافتی از دفتر آمار و اطلاعات وزارت تعاون تا پایان سال ۸۲ تعداد تعاونیهای مسکن (فعال + در دست



آخر استانیهای کشور را دارا می باشد  
میزان سرمایه

\* استان تهران با میزان ۳۵۵۸۵۶۵۶۱  
هزار ریال سرمایه معادل ۲۰٪ کل  
سرمایه تعاونیهای مسکن کشور، رتبه  
نخست را دارا می باشد.

\* استان خوزستان با میزان  
۱۵۷۴۸۵۱۲۴ هزار ریال سرمایه برابر  
۹٪ کل سرمایه تعاونیهای مسکن رتبه  
دوم را دارا می باشد.

\* استان خراسان با میزان  
۱۵۴۴۴۶۱۵۴ هزار ریال (برابر با ۹٪ کل  
سرمایه تعاونیهای مسکن کشور) رتبه  
سوم را دارا می باشد

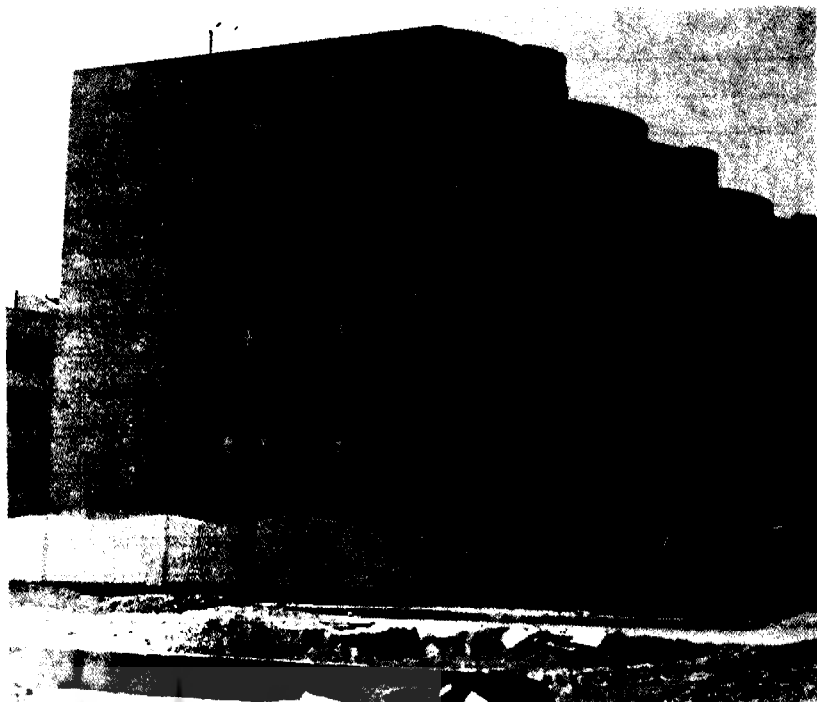
\* استان هرمزگان با میزان  
۲۵۹۶۷۲۴ هزار ریال سرمایه (برابر ۱۵  
صدم درصد کل سرمایه تعاونیهای مسکن  
کشور) رتبه آخر را دارا می باشد.

#### آمار سال ۸۲

بر اساس آمار و اطلاعات دریافتی در  
سال ۸۲ تعداد ۱۰۹۹ تعاونی با عضویت  
۸۶۹۶۰ نفر و سرمایه ۵۴۶۶۸۶۵۰۸  
هزار ریال تشکیل گردیده است که بر این اساس:  
استانیهای تهران، خوزستان و قزوین به  
ترتیب با تشکیل ۱۶۰، ۱۲۳، ۷۴، تعاونی  
رتبه های اول تا سوم را در سال ۸۲ به  
خود اختصاص داده اند که در این خصوص  
استان چهارمحال و بختیاری با تشکیل ۵  
تعاونی معادل ۴۵ صدم درصد رتبه آخر

استانها را در همین سال دارا می باشد.  
با توجه به مقایسه عملکرد برنامه  
سال ۸۲ تعداد تعاونی تشکیل یافته ۴۲۳  
درصد، تعداد اعضا ۲۸۳ درصد و میزان  
سرمایه گذاری ۲۲٪ و ساخت و ساز ۲۹۰٪  
می باشد.

آمار ساخت و ساز از ابتدا تا پایان سال ۸۲  
بر اساس آمار و اطلاعات دریافتی از  
استانها از سال ۶۰ تا پایان سال ۸۲،  
۶۰۵۰۴۸ واحد مسکونی تکمیل و به  
اعضا واگذار شده و ۲۷۶۲۱۵ واحد در  
دست ساخت می باشد که مجموع کل  
واحدهای تکمیل شده و در دست ساخت  
تا پایان سال ۸۲، ۸۸۱۲۶۳ واحد است  
همچنین در طول سال ۸۲ تعداد ۲۰۶۴۰  
واحد تکمیل شده و ۲۷۶۲۱۵ واحد در  
دست ساخت می باشد که نسبت به برنامه  
سال مزبور از رشد ۲۹۰٪ برخوردار



#### مقایسه عملکرد سال ۸۲ با برنامه پیش بینی شده

ساخت و ساز			سرمایه گذاری (میلیارد ریال)			تعداد اعضا			تعداد تعاونیها		
برنامه	عملکرد	درصد تحقق	برنامه	عملکرد	درصد تحقق	برنامه	عملکرد	درصد تحقق	برنامه	عملکرد	درصد تحقق
۲۶۰	۱۰۹۹	۴۲	۲۲	۵۴۶/۶۲۴۵۴/۴	۲۲	۲۸۳	۸۶۹۶۰	۲۸۳	۳۰۶۸۸	۴۲۳	۱۰۹۹

تعاونیهای کشور، رتبه آخر استانیهای  
کشور را از تعداد تعاونی دارا می باشد.  
تعداد اعضا

\* در میان استانیهای کشور استان تهران  
با تعداد ۵۷۳۰۷۴ نفر، از حیث تعداد  
اعضا در میان تعاونیهای مسکن کشور  
(۳۶٪ کل اعضا) رتبه نخست استانیهای  
کشور را دارا می باشد

\* استان فارس با عضویت ۱۲۱۹۹۸  
نفر در تعاونیهای مسکن (برابر ۸۱٪ کل  
اعضا) رتبه دوم استانیهای کشور را دارد  
می باشد

\* استان خراسان با عضویت ۹۴۶۳۵  
نفر در تعاونیهای مسکن برابر ۶٪ کل  
اعضا رتبه سوم استانیهای کشور را دارا  
می باشد

\* استان بوشهر با عضویت ۶۷۱۳ نفر  
(برابر ۴۲ صدم درصد کل اعضا) رتبه

اجرا) کل کشور، ۸۰۱۶ واحد تعاونی با  
۱۵۸۳۳۰۵ نفر عضو و ۱۷۸۹۰۸۶۴۴۲  
هزار ریال سرمایه بوده اند. مشخصات این  
تعاونیها بدین قرار است:  
تعداد تعاونی

● استان تهران با تشکیل ۲۲۶۲ تعاونی  
مسکن برابر ۲۸٪ کل تعاونیهای کشور،  
رتبه اول را دارا می باشد

● استان خراسان با تشکیل ۶۴۵  
تعاونی مسکن برابر ۸٪ کل تعاونیهای  
کشور رتبه دوم را از نظر تعداد  
تعاونیها دارا می باشد

● استان خوزستان با تشکیل ۵۷۸  
تعاونی مسکن برابر ۷٪ کل تعاونیهای  
کشور رتبه سوم را از نظر تعداد تعاونی  
دارا می باشد

● استان چهارمحال و بختیاری  
با تشکیل ۷۴ تعاونی مسکن برابر ۱٪ کل

آمار تعاونیهای مسکن (فعال + در دست اجرا) کل کشور از ابتدا تا پایان سال ۱۳۸۲

ردیف	نام استان	تعداد	سرمایه	اعضا
۱	آذربایجان شرقی	۴۲۱	۸۷۰۶۲۵۵۴	۷۹۲۷۴
۲	آذربایجان غربی	۱۵۹	۲۸۷۱۳۷۵۷	۶۵۹۳۵
۳	اردبیل	۱۴۰	۷۲۹۱۲۳۸۶	۲۵۴۶۲
۴	اصفهان	۳۱۹	۵۷۰۰۵۸۸۲	۸۶۲۴۹
۵	ایلام	۸۰	۱۹۸۸۴۵۴۷	۸۳۸۵
۶	بوشهر	۸۳	۲۷۲۶۰۵۶۹	۶۷۱۳
۷	تهران	۲۲۶۲	۳۵۵۸۵۶۵۶۱	۵۷۲۰۷۴
۸	چهارمحال و بختیاری	۷۴	۶۵۴۸۸۷۴	۹۱۳۷
۹	خراسان	۶۴۵	۱۵۴۴۴۶۱۵۴	۹۴۶۳۵
۱۰	خوزستان	۵۷۸	۱۵۷۴۸۵۱۲۴	۷۱۷۱۳
۱۱	زنجان	۱۶۵	۲۶۳۴۳۴۲۵	۳۲۰۲۳
۱۲	سمنان	۸۱	۶۳۰۹۱۶۷	۱۱۲۹۷
۱۳	سیستان و بلوچستان	۱۸۱	۷۰۴۷۶۹۳۶	۱۹۸۶۹
۱۴	فارس	۴۵۷	۲۲۳۸۶۴۸۵۷	۱۲۱۹۹۸
۱۵	فروانی	۶	۴۰۳۲۰۰	۱۶۷۳۴
۱۶	قزوین	۳۸۱	۸۶۰۰۴۵۶۷	۵۰۰۵۴
۱۷	قم	۱۱۰	۲۶۱۱۵۵۹۰	۲۵۰۵۱
۱۸	کردستان	۱۶۲	۴۹۵۵۷۰۸۷	۱۸۱۳۰
۱۹	کهگیلویه و بویراحمد	۷۵	۲۷۸۲۲۲۹۷	۱۶۷۴۹
۲۰	کرمانشاه	۲۴۰	۵۰۱۵۴۶۱۵	۵۵۹۰۶
۲۱	کرمان	۱۱۷	۵۵۳۳۸۶۹۹	۲۰۸۱۱
۲۲	گلستان	۱۰۸	۱۶۰۳۷۵۷۳	۱۶۷۲۹
۲۳	گیلان	۱۴۰	۲۵۷۴۱۴۵۴	۲۰۰۴۴
۲۴	لرستان	۱۷۶	۹۰۸۴۲۳۲	۳۲۳۱۶
۲۵	مازندران	۲۲۵	۴۳۳۸۸۴۸۸	۳۰۸۲۳
۲۶	مرکزی	۲۵۷	۵۳۳۷۰۲۲۱	۳۲۳۲۸
۲۷	هرمزگان	۹۷	۲۵۹۶۷۲۴	۱۰۱۴۸
۲۸	همدان	۱۷۶	۲۱۱۴۰۶۴۳	۱۸۹۴۷
۲۹	یزد	۹۱	۷۸۴۴۱۱۷۹	۱۱۷۷۱

می‌باشد بر همین اساس استانهای: تهران، قزوین و مازندران به ترتیب با تکمیل ۳۲۴۱، ۲۹۹۳، ۲۰۱۱ واحد مسکونی (برابر ۱۶٪، ۱۵٪ و ۱۰٪) رتبه‌های اول تا سوم را دارا می‌باشند. در همین دوره استان اردبیل با تکمیل ۱۸ واحد مسکونی معادل ۹ صدم درصد، رتبه آخر استانها را به خود اختصاص داده است.

علاوه بر این استانهای تهران، خراسان و خوزستان با در دست ساخت داشتن ۱۳۸۳۸۸، ۳۳۶۷۲ و ۲۲۴۰۰ واحد مسکونی (برابر ۵۰٪، ۱۲٪ و ۸٪) رتبه‌های اول تا سوم را دارا می‌باشند در همین دوره استان کهگیلویه و بویر احمد با در دست ساخت داشتن ۶۹ واحد (برابر ۲ صدم) رتبه آخر استانها را در این زمینه دارا می‌باشد.

شایان ذکر است که آمار ساخت و ساز سال ۸۲ بدون احتساب آمار استان لرستان محاسبه شده است

**تسهیلات شرکتهای تعاونی مسکن**

بر اساس ماده ۱۵ آیین نامه اجرایی بند الف تبصره ۱۵ قانون بودجه سال ۱۳۸۲ کل کشور، مبلغ ۴۰۰ میلیارد ریال جهت پرداخت تسهیلات به تعاونیهای مسکن اختصاص و در اختیار وزارت تعاون قرار گرفت. با توجه به اطلاعات رسیده از ادارات کل تعاون، تاکنون نسبت به معرفی ۳۹۲ میلیارد ریال سهمیه مذکور به بانکهای عامل جهت استفاده تعاونیهای مسکن اقدام شده است که معادل ۹۸٪ مبلغ تخصیصی فوق الذکر می‌باشد.

علاوه بر این، بررسی عملکرد تسهیلات تبصره ۱۵ سال ۸۲ نشان می‌دهد که استانهای آذربایجان شرقی، اصفهان، بوشهر، تهران، خراسان، خوزستان، قم، کرمانشاه، گلستان، مرکزی و یزد ۱۰۰٪ سهمیه خود را به بانکهای عامل معرفی نموده و سایر استانها نیز مستجاوز از ۸۰٪ سهمیه تخصیصی را جهت استفاده تعاونیهای مسکن از تسهیلات مورد نظریه بانکهای ذیربط معرفی نموده‌اند. در عین حال در سال ۱۳۸۲ مبلغ ۸۲ میلیارد ریال توسط صندوق تعاون کشور به تعاونیهای

تعاونیهای که موضوع فعالیت آنها واحد است برای تامین تمام و یا قسمتی از مقاصد زیر تشکیل می‌گردد:

۱- ارائه خدمات آموزشی، فرهنگی و تبلیغاتی به تعاونیهای عضو و بالا بردن سطح علمی و فنی و تخصصی و اطلاعات موردنیاز اعضا آنها و گسترش تعلیمات تعاونی.

۲- ارائه خدمات تحقیقاتی و مطالعاتی پیرامون موضوعات موردنیاز تعاونیهای عضو و کمک به جمع‌آوری آمار و اطلاعات و گزارشات اقتصادی و اجتماعی به آنان و وزارت تعاون.

۳- کمک به سازماندهی و حسن اداره

موصوف پرداخت شده است. همچنین از آنجا که براساس ماده ۸ آیین نامه اجرایی بند الف تبصره ۱۵ قانون بودجه سال ۸۲ مهلت انعقاد قرار داد پایان شهریور ماه سال جاری (۸۳) در نظر گرفته شده است، لذا انعقاد قرارداد بانکها و تعاونیهای مسکن پس از مهلت مذکور گردآوری خواهد شد.

**اهداف تشکیل و معرفی چند اتحادیه تعاونی**

با عنایت به مفاد ماده ۴۳ قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران، اتحادیه‌های تعاونی با عضویت شرکتهای

گزارش وضعیت تعاونیهای تحت پوشش وزارت تعاون از ابتدا تا پایان ۸۳/۳/۳۱

نام استان	تعداد	سرمایه (هزار ریال)	اعضا	اشتغالزایی
آذربایجان شرقی	۲/۶۵۷	۳۵۳/۵۳۹/۱۴۲	۵۶۵/۹۷۰	۷۲/۳۹۳
آذربایجان غربی	۲/۱۳۰	۳۱۱/۶۲۰/۸۶۹	۵۷۶/۴۸۵	۴۵/۳۹۷
اردبیل	۱/۹۴۸	۲/۱۰۶/۵۳۰/۱۴۰	۱۴۷/۸۰۹	۳۲/۳۷۶
اصفهان	۳/۸۵۳	۶۰۶/۰۰۰/۵۲۲	۸۵۰/۷۳۹	۱۱۷/۴۳۵
ایلام	۱/۲۵۳	۶۸/۶۷۴/۴۷۸	۵۸/۶۷۲	۳۰/۵۰۴
بوشهر	۱/۳۹۴	۹۶/۳۴۶/۸۲۴	۳۳۷/۶۶۲	۳۱/۰۹۲
تهران	۹/۵۸۹	۱/۱۰۴/۸۰۳/۲۰۳	۳/۰۲۸/۹۷۴	۱۹۴/۳۱۱
چهارمحال و بختیاری	۱/۷۰۵	۸۰/۴۳۷/۲۹۹	۹۵/۰۳۱	۴۱/۷۵۵
خراسان	۶/۱۲۷	۷۶۶/۷۲۵/۳۳۵	۱/۰۶۴/۱۲۰	۱۲۰/۵۰۸
خوزستان	۴/۵۱۶	۳۳۵/۵۱۹/۳۷۴	۸۵۴/۷۶۹	۶۴/۰۶۹
زنجان	۱/۴۸۳	۱۱۵/۱۷۵/۰۹۲	۱۴۳/۹۶۸	۱۷/۱۱۱
سمنان	۱/۶۰۲	۱۳۴/۸۰۹/۰۲۳	۱۳۵/۸۹۲	۳۴/۳۷۳
سیستان و بلوچستان	۱/۵۲۵	۱۸۷/۰۴۹/۹۵۳	۲۲۷/۴۵۵	۳۴/۰۷۵
فارس	۳/۷۱۹	۲/۲۷۵/۹۹۴/۰۲۲	۷۳۰/۰۹۵	۱۲۴/۹۴۷
فراستانی	۱۸۵	۷۵۱/۱۲۵/۳۴۲	۱۴۲/۸۷۸	۷۳/۸۳۷
قزوین	۱/۵۴۶	۸۳۶/۴۸۰/۰۱۸	۱۸۲/۷۳۹	۲۶/۷۳۵
قم	۱/۰۴۳	۱۰۴/۶۹۰/۵۰۹	۱۱۱/۵۹۰	۱۴/۴۸۲
کردستان	۲/۰۲۶	۱۲۹/۱۳۸/۸۸۹	۲۶۹/۵۶۵	۳۸/۸۵۰
کهگیلویه و بویراحمد	۳/۵۸۲	۶۷/۷۴۱/۲۸۱	۵۸/۲۷۱	۱۸/۹۸۵
کرمانشاه	۲/۷۹۲	۳۴۴/۹۵۱/۹۴۳	۳۶۷/۶۸۵	۶۹/۷۶۳
کرمان	۱/۳۱۰	۲۹۳/۴۷۴/۹۴۱	۴۴۵/۶۵۷	۱۳۰/۳۰۱
گلستان	۴/۰۴۴	۱۲۱/۴۷۷/۰۳۳	۲۱۱/۲۳۳	۴۵/۱۷۳
گیلان	۲/۷۹۳	۱۸۹/۹۸۰/۳۹۵	۳۲۸/۸۱۸	۵۳/۸۲۱
لرستان	۲/۲۱۲	۸۹/۵۷۴/۴۶۷	۱۶۵/۱۵۷	۳۷/۸۷۹
مازندران	۴/۹۴۸	۱/۱۴۵/۱۶۱۰/۵۷	۶۸۶/۳۲۰	۸۵/۴۸۲
مرکزی	۲/۴۹۹	۱۵۵/۰۷۳/۴۱۹	۲۰۴/۳۷۶	۴۶/۳۴۳
هرمزگان	۱/۱۱۷	۲۵/۶۳۱/۸۳۴	۱۵۰/۲۸۱	۳۰/۹۰۷
همدان	۱/۶۶۲	۱۱۰/۶۸۶/۹۴۴	۳۹۱/۹۹۵	۳۱/۷۷۳
یزد	۲/۲۵۴	۲۵۱/۹۲۸/۸۴۶	۱۹۳/۸۳۲	۳۸/۹۳۰
جمع کل	۷۷/۵۲۱	۱۳/۱۶۰/۳۴۲/۱۹۴	۱۲/۷۱۸/۰۳۸	۱/۶۸۳/۵۰۷

مربوطه و معرفی متخلفین به مراجع قانونی ذیربط  
 ۹- حل اختلاف و داوری در محدوده امور مربوط به تعاونیها به صورت کسودامتنی بین اعضا تعاونیها. اتحادیهها به عنوان یک تشکل فراگیر و پویا، در سایه تحکیم و گسترش ارتباطات اقتصادی و اجتماعی اثربخش، در رشد اقتصادی و بسط عدالت اجتماعی کشور، موجبات تحرک و شتاب موثر را فراهم

۶- تأمین نیازهای مشترک و بازاریابی و خرید و فروش، صادرات و واردات تعاونیهای عضو  
 ۷- ارائه خدمات فنی، تخصصی، حقوقی، قبول وکالت اعضا در کلیه امور موردنیاز آنان، خدمات مشاوره‌ای و راهنمایی و سایر تسهیلات موردنیاز تعاونیها  
 ۸- نظارت بر التزام تعاونیهای موضوع فعالیت خود به رعایت قوانین و مقررات

امور و هماهنگی و حفاظت و توسعه تعاونیهای موضوع فعالیت خود.  
 ۴- کمک به برقراری ارتباط و همکاری متقابل بین تعاونیها، مردم و دولت و سایر ارتباطات داخلی و خارجی  
 ۵- ارائه خدمات اداری، مالی، حسابداری، حسابرسی، بازرسی، تجاری، اعتباری، تشکیل صندوقهای قرض الحسنه و سایر فعالیتهای اقتصادی موردنیاز تعاونیهای عضو



زلزله زده ایران وجود دارد، آی. سی. ای همچنان این فراخوان را به قوت خود باقی می‌داند.

### هیچ چیز جایگزین نشستهای حضوری با اعضا نیست

در خلال دوازده ماه گذشته، رئیس، مدیرکل و دیگر کارکنان ارشد آی. سی. ای با نزدیک به بیست درصد اعضای اتحادیه ملاقات کرده‌اند. این گونه ملاقاتها برای سازمانی با تنوع و گستردگی جغرافیایی، همچون نهضت بین المللی تعاون، بسیار حائز اهمیت است. این دیدارها کارکنان بلند پایه آی. سی. ای را قادر می‌سازد در خصوص مشکلات و مسائل مبتلا به اعضا اشراف کافی کسب کنند.

یان مک دانلد، مدیرکل آی. سی. ای می‌گوید: هیچ جایگزینی برای این گونه ملاقاتها با اعضا در محل دفاتر آنان و در کشور متبوعشان متصور نیست. هر قدر بهتر اعضای اتحادیه را بشناسیم، بیشتر قادر به خدمات رسانی به آنها هستیم. این دیدارها همچنین می‌تواند به گسترش دانش و تشویق به شبکه‌سازی بیشتر در بین اعضای آی. سی. ای کمک کند. ما غالباً اعضای اتحادیه را به توسعه تعاون در دیگر کشورها توصیه می‌کنیم که شاید آنان هرگز در خصوص این موارد چیزی نشنیده باشند. ما همچنین قادر خواهیم بود در خلال این دیدارها با نمایندگان دولت نیز ملاقات و گفتگو کنیم.

این موضوع نیز به افزایش رابطه نهضت‌های ملی تعاون با دولتهای متبوع آنان کمک می‌کند. در پاره‌ای موارد، این نشستها به نهضت محلی تعاون کمک کرده است تا لایحه پیشنهادی یا دیگر سیاستهای حمایتی را به جریان اندازد.

مک دانلد اضافه می‌کند: موفقیت آمیزترین دیدارها، مواردی هستند که تأکیدی ویژه را مدنظر قرار می‌دهد، به عبارت دیگر زمانی که بتوانیم قدرت و نفوذ نهضت بین المللی را به حمایت نهضت محلی تعاون به کار بسته و اعضا را قادر به کاری کنیم که به تنهایی از عهده آن بر نمی‌آیند. و این مورد از جمله مزیت‌های عضویت در آی. سی. ای به شمار می‌رود.

**تعاونیهای ژاپن و همبستگی جهانی**  
دو عضو ژاپنی اتحادیه بین‌المللی و تعاون JA Zenchu و اتحادیه تعاون مصرف ژاپن (Jccu) اخیراً همبستگی جهانی تعاون را به نمایش گذارند.

JA Zenchu به تازگی برای کمک به قربانیان زلزله دسامبر ۲۰۰۳ در شهر بم کرمان یک فراخوان سراسری منتشر نمود. این حرکت به دنبال فراخوان آی. سی. ای انجام شد. نتیجه تلاشهای گروه JA بیانگر حس همبستگی است که در نهضت تعاون ژاپن وجود دارد. اعضای این گروه که شامل کشاورزان و دیگر اعضای تعاونیهای گروه JA می‌باشند، بیش از ۲۷ میلیون ین ژاپن که به ۳۳۷۰۰۰ دلار بالغ می‌شود کمک مالی اختصاص دادند.

رئیس و مدیرکل آی. سی. ای. اخیراً به ایران سفر نمودند. در این دیدار فرصت مذاکره با نمایندگان نهضت تعاون ایران فراهم بود. همچنین نحوه استفاده از این پول برای کمک به احیای تعاونیهای کشاورزی خسارت دیده از فاجعه این زلزله بررسی شد.

حمایت ژاپن از توسعه بین المللی و فعالیت‌های رفاهی به همین مورد ختم نمی‌شود. Jccu با همراهی تعاونیها و اعضای خود نهضتی سراسری برای کمک به صندوق کودکان سازمان ملل یونیسف به راه انداخته است.

از آوریل ۲۰۰۳ تا مارس ۲۰۰۴، کمکهای نقدی تعاونیهای ژاپن به ۲۸۴ میلیون ین برابر با ۲/۵۷ میلیون دلار بالغ شده است که این رقم ۴۴٪ رشد نشان می‌دهد.

فعالیت‌های اخیر JCCU جمع آوری پول برای دو امر اضطراری یعنی زلزله ایران و جنگ در عراق متمرکز بوده است. ۴۰ میلیون ین برابر ۳۶۲/۰۰۰ دلار آمریکا برای ایران و ۷۰ میلیون ین برابر ۶۳۳/۰۰۰ دلار برای عراق جمع آوری شد.

دیگر اعضای آی. سی. ای از جمله سازمان تعاونیهای انگلستان و سازمان تعاون آنکاسا در مالزی نیز برای قربانیان زلزله ایران اعانات نقدی را جمع آوری کرده‌اند. از آنجا که هنوز نیاز مبرم به کمک به بازسازی نهضت تعاون منطقه



## تعاون در جهان

## سال اعتبارات خرد - فرصت برای تعاونها

سازمان ملل متحد سال ۲۰۰۵ را به عنوان سال بین‌المللی اعتبارات خرد نامگذاری کرده است. در همین راستا، سازمان ملل، دولتها سازمانهای غیر دولتی ذی ربط، بخش خصوصی و رسانه‌ها را به مشارکت در امر بالابردن میزان اطلاعات و ظرفیت سازی بخشهای اعتبارات خرد و سرمایه گذارهای کوچک دعوت کرده است.

سازمان ملل معتقد است که اعتبارات خرد می‌تواند نقش مهمتری در اجرای راهکار جهانی تحقق اهداف توسعه‌ای هزاره MDGS ایفا نماید.

در این سال حداقل دو فرصت برای اعضای علاقه‌مند به مشارکت آی.سی.ای فراهم می‌باشد. نخست از طریق کمیته‌های ملی هماهنگ‌کننده که تاکنون دوازده کمیته تشکیل شده است. دوم در سطح بین‌المللی که در این خصوص آی.سی.ای برجسته بودن نقش تعاونها را در بین آژانسهای بین‌المللی و مجامع بین‌المللی تضمین می‌کند.

آی.سی.ای قادر است به دلیل جایگاه ویژه خود در سازمان ملل به طور کامل در این فعالیتهای بین‌المللی مشارکت نماید. موقعیت اتحادیه در سازمان ملل امکان دسترسی به موقع به اطلاعات مربوط به اینگونه ابتکارات را فراهم می‌سازد.

همچنین شناخت کافی در مورد مراکز مربوطه برای کمک به ارتقای راه حل تعاونی را در اختیار اتحادیه قرار می‌دهد. به تازگی مقاله‌ای در مورد پیشینه موضوع سال ۲۰۰۵ منتشر شده است. در این مقاله خاطرنشان شده است که نزدیک به ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون خانوار در سراسر دنیا به خدمات پایدار مالی دسترسی ندارند. گسترش دسترسی به سرمایه‌ها و اعتبارات خرد برای توسعه اقتصادی و اجتماعی حیاتی است. همچنین تاکید شده است که در قلب سال، اعتبارات خرد، مؤسساتی هستند که سرمایه‌های خرد، اتحادیه‌های اعتباری، تعاونیهای پس انداز و اعتبار، بانکهای پس انداز، شرکتهای بیمه و دیگر نهادهای ملی جوامع مختلف را تأمین می‌کنند. بی شک ازدیدگاه سازمان ملل، تعاونها نقش مهمی

ایفا می‌کنند. برای مطالعه مقاله فوق به طور کامل می‌توانید به پایگاه اینترنتی زیر مراجعه کنید:

<http://www.uncdf.org/english/microfinance/year/>

همچنین برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید با ماریا الناواز هرتیگ با پست الکترونیکی [chavez@ica.coop](mailto:chavez@ica.coop) تماس حاصل فرمایید.

## فهرست تعاونیهای آفریقایی علاقه‌مند به ادغام

فهرستی از تعاونیهای علاقه‌مند به ادغام با تعاونیهای کشورهای توسعه یافته هم اکنون در پایگاه اینترنتی تعاونیهای انگلیس به آدرس [www.coop/cac](http://www.coop/cac) (cooperatives - uk) موجود می‌باشد. برنارد کادایا، مدیر دفتر منطقه شرق و مرکز و جنوب آفریقا احتمال رسیدگی به موضوع «ادغام» را در کنگره اخیر تعاون انگلیس بسیار قوی توصیف کرد. هدف از این کار یافتن راههای کسب سود از طریق پیوند تعاونیها در کشورهای توسعه یافته است. هر چند فهرست مذکور در ابتدا برای یافتن تعاونیهای مشابه تعاونیهای انگلیس تنظیم شده است، اما این نقطه آغازی برای سایر اعضای آی.سی.ای به شمار می‌رود که مایل به ارائه طرح مشابهی هستند.

این فهرست تعاونیهای قهوه‌کاران، تعاونیهای پس انداز و اعتبار، تعاونیهای مسکن و طسفی از دیگر تعاونیهای بازاریابی کشاورزی را شامل می‌شود.

## دیدار آی.سی.ای بانمایندگان تعاونیها و دولت ایران

ایوانو یاربرینی رئیس و یان مک دانلد مدیرکل آی.سی.ای اخیراً به ایران سفر کردند. هدف از این سفر دیدار با نمایندگان سازمانهای عضو و کمک به نهضت تعاون برای انجام مذاکرات با نمایندگان دولت و حضور در آن کشور بود. این سفر فرصتی بود برای سازمانهای میزبان از جمله سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران (CORC) و اتحادیه مرکزی تعاونیهای کشاورزی روستایی ایران (CURACI)

تا اطلاعات لازم در خصوص ویرانی ناشی از زلزله ماه دسامبر گذشته در بم را در اختیار مقامات آی.سی.ای قرار دهند. لازم به یاد آوری است که آی.سی.ای و اعضای آن اعانات نقدی برای کمک به بازسازی نهضت تعاون منطقه زلزله‌زده را اعطا کرده‌اند.

دو سازمان تعاون CORC و CURCI به تشریح فعالیتهای جاری، به ویژه علاقه‌مندی خود برای توسعه پیوندهای بین‌المللی تجارت تعاونی پرداختند همچنین نشستهایی با حضور حجتی وزیر کشاورزی و صوفی وزیر تعاون ایران برگزار شد.

در نشست مسؤولان اتحادیه با وزیر تعاون مقامات آی.سی.ای توانستند حمایت همه جانبه از تلاشهای سازمانهای تعاون را برای ایجاد یک نهضت تعاون غیر وابسته و پایدار از نظر اقتصادی جلب نمایند. در خلال این ملاقاتها، اتناق تعاون ایران به عنوان سومین عضو ایرانی در آی.سی.ای مواردی را در خصوص فعالیتهای توسعه تعاون به ویژه در کشورهای همسایه یعنی افغانستان و عراق ارائه نمود.

## برنامه آموزشی در مورد توصیه نامه ۱۹۳ سازمان بین‌المللی کار

یک راهنمای جامع آموزشی به عنوان راهنمای توصیه نامه ۱۹۳ سازمان بین‌المللی کار در خصوص ارتقای تعاونها در تاریخ ۶ جولای ۲۰۰۴ در مجلس انگلیس ارائه شد.

کالج تعاون انگلیس، سازمان بین‌المللی کار و اتحادیه بین‌المللی تعاون این راهنمای آموزشی را به موجب «موافقت‌نامه کمکهای راهبردی انگلیس» (SGA) ارائه کرده‌اند.

در این رابطه همچنین همایشی برگزار شد که سخنرانان این رویداد عبارت بودند از استرلینگ اسمیت، نویسنده کتاب راهنمای مذکور، یان مک دانلد مدیرکل آی.سی.ای و خانم پائولین گرین رئیس دفتر منطقه اروپایی آی.سی.ای و نیز یورگن شوتمن، سرپرست شاخه تعاون سازمان بین‌المللی کار در این همایش تمامی سخنرانان در خصوص بهره‌برداری همه جانبه از راهنمای مذکور ابراز

sozanski@ica.coop تماس  
حاصل فرمایید.

### جدیدترین خبرها از تشکلهای بانکداری و درمانی آی.سی.ای

دو سازمان از سازمانهای بخشی بین المللی آی.سی.ای اخیراً جدیدترین خبرنامه خود را منتشر کرده‌اند. خبر نامه سازمان بین المللی تعاونهای درمانی (IHCO) مقالاتی در مورد سنترو سایوز توسط عضو روسی آی.سی.ای منتشر کرده است یکی از نقشهای اصلی سنتروسایوز در دوره اتحاد شوروی سابق تامین خدمات پزشکی برای بیماران سراسر روسیه بود. دومین شماره خبرنامه انجمن بین المللی بانکداری تعاون هم اکنون در اینترنت به آدرس [www.ica.coop/i](http://www.ica.coop/i) است. [cba/bulletin\\_2\\_2004\\_pdf](http://cba/bulletin_2_2004_pdf) در یک ردیف قرار گیرد موجود می‌باشد. طبق روال گذشته، خبرنامه شامل گزارشهایی از اعضای بانکی انجمن از سراسر دنیا می‌باشد. همچنین این خبرنامه شامل گزارشی در مورد اولین نشست بین المللی رهبران مسائل اقتصاد اجتماعی در فرانسه در اواخر آوریل اوایل ماه می ۲۰۰۴ می‌باشد.

### همکاری تعاونها واتحادیه‌های تجاری برای ارتقای فعاليتها

مقاله جدید سازمان بین المللی کار نگاهی به اقدام مشترک جدید تعاونها واتحادیه‌های اعتباری دارد. این مقاله با عنوان SYNDICOOP «نقد فعاليتهاي کارگري سازمان بين المللي کار و شاخه تعاون» به عنوان تلاشی مشترک با آی.سی.ای و کنفدراسیون بین المللی اتحادیه‌های آزاد تجاری تهیه شده است. این تلاش که از سال ۲۰۰۲ آغاز شد، ابتدا بر کارگران بخش غیر رسمی اقتصاد کشور رواندا، تانزانیا و اوگاندا و اخیراً کنیا تاکید داشت. برای اطلاعات بیشتر می‌توانید به سایت [www.ilo.org/public/english/bureau/inf/features/oc/coop-eratives.htm](http://www.ilo.org/public/english/bureau/inf/features/oc/coop-eratives.htm) مراجعه فرمایید.



برای اعضای فرانسوی آی.سی.ای تا با رئیس اتحادیه به گفتگو پردازند و برای افراد غیرعضو موقعیتی مناسب بود تا شناخت بیشتری در مورد آی.سی.ای به دست آورند. برای کسب اطلاعات بیشتر با کارولین نیت دبیر کل G.N.C. به آدرس [cnaett@entreprises.coop](mailto:cnaett@entreprises.coop) پست الکترونیکی تماس حاصل فرمایید.

### مشارکت آی.سی.ای در شورای مشورتی سازمان‌های غیر دولتی اروپا

اتحادیه بین المللی تعاون عضو کمیته ارتباطی سازمانهای غیر دولتی سازمان اروپا است. شورای اروپا (COE) تنها سازمان بین المللی است که جایگاه مشارکتی و نیز کمک مشورتی به سازمانهای غیر دولتی اعطا کرده است. کابریلا سوزانسکی مدیر اروپایی آی.سی.ای نماینده اتحادیه در کمیته ارتباطی مذکور می‌باشد. مشارکت فعال به آی.سی.ای این امکان را می‌دهد تا حضور نماینده تعاونها در این نهاد بزرگ اروپایی تضمین شود. آخرین نشست شورا در روز ۲۱ ژوئن ۲۰۰۴ در شهر استراسبورگ برگزار شد. شورای اروپا قدیمیترین شکل سیاسی فاره اروپاست که در سال ۱۹۴۹ تأسیس شد. در مجموع ۴۵ کشور شامل ۲۱ کشور از اروپای مرکزی و شرقی در این شورا حضور دارند. شورای اروپا با اتحادیه ۲۵ کشوری اروپا متفاوت است اما هیچ کشور اروپایی تاکنون قبل از پیوستن به شورای اروپا عضو اتحادیه مذکور نشده است. دفتر مرکزی شورا در شهر استراسبورگ فرانسه واقع شده است برای اطلاعات بیشتر می‌توانید با گابریلا سوزانسکی به آدرس پست الکترونیکی

امیدواری کردند. گرت توماس نماینده مجلس و معاون پارلمانی وزیر توسعه روابط بین الملل انگلیس میزبانی این رویداد را عهده دار بود. نشریات قبلی که بر اساس موافقتنامه SQA تاکنون تهیه شده‌اند شامل یک جزوه با موضوع «اهداف توسعه‌ای هزاره سازمان ملل» و جزوهای دیگر با عنوان «تجارت عادلانه» می‌باشد. برای تحقیق بیشتر در این زمینه با آدرس پست الکترونیکی [enquires@co-op.ac.uk](mailto:enquires@co-op.ac.uk) تماس حاصل فرمایید.

### تعاونگران فرانسوی و مسائل جهانی

در روز ۲۲ ژوئن ۲۰۰۴، ایوانو باربرینی رئیس آی.سی.ای در مجمع سالانه گروه ملی تعاون فرانسه در پاریس شرکت نمود. گروه مذکور یکی از اعضای فرانسوی اتحادیه بین المللی تعاون می‌باشد.

مجمع سالانه GNC فرصتی برای حضور مقامات دولتی، اقتصاددانان یا تعاونگران برای پرداختن به موضوعات مهم است. اکنون چند سالی است که محور مباحث مجمع بر توسعه بین المللی قرار دارد.

موضوع اصلی سال ۲۰۰۴ اهمیت است که موسسات بین المللی و اروپایی بیش از پیش به تعاونها می‌دهند. نمونه آن توصیه نامه شماره ۱۹۳ سازمان بین المللی کار، ارتباطات کفیسین اروپا در خصوص ارتقای شرکتهای تعاونی و قانون جدید تعاونهای اروپا می‌باشد.

بنا به دعوت ژان کلود دو تیلو کس رئیس G.N.C. و عضو هیأت مدیره آی.سی.ای، ایوانو باربرینی در خصوص نقش اتحادیه بین المللی تعاون و ساختار تعاونهای آن سخنانی ایراد نمود. دیگر سخنرانان عبارت بودند از: آلبرت مالفینگر رئیس واحد امور تعاونها در کمیسیون اروپا و جرارد ساراگانی نماینده وزیر در امور اقتصاد اجتماعی فرانسه و نماینده دولت فرانسه. سفر ایوانو باربرینی به پاریس همچنین فرصتی بود

## نظریه ILO در مورد تعاونها

ILO عموماً کار درست و شناخت انسان را بر پایه مجموعه‌ای از کارکردهای استاندارد، ترغیب و تشویق می‌نماید. تصمیم‌گیری درباره اساس و ساختار این طرح در کنفرانس کار بین‌المللی (ILC) به بحث گذاشته شد و در نهایت نظریه‌ای منطبق با استانداردهای کار درست، استخدام، توسعه منابع انسانی و علایق دیگر مورد توجه ILO همچون تمهیدات کوچک و متوسط در مورد تعاونها تنظیم گردید. کار استاندارد براساس قرارداد و پیمانی که مورد نظر نمایندگان دولتهای عضو ILO بود در نهایت به تصویب رسید و کشورهای عضو متولی اجرای این پیمان گردیدند.

این پیمان یک قرارداد هدایتگر و راهنما برای دولتها بود نه به صورت یک قانون الزام آور و لازم‌الاجرا.

بهرحال، در عمل اکثر دولتمردان کشورهای عضو، حوزه‌های تحت نظر خود را با نظریات ILO انطباق دادند و غالب آنها این نظریات را به صورت قوانین ملی مطرح کردند.

در اکثر نشستها و اجلاسهای ILO بطور مستقیم یا غیرمستقیم به تعاونها اشاره گردیده است. البته در بعضی از نشستها تعاونها در کانون اصلی توجه بوده‌اند.

توصیه (بیانیه) شماره ۱۹۳ جدیدترین نظریه‌ای است که در نودمین جلسه ILC در ژوئن ۲۰۰۲ به تصویب رسیده است. بیانیه ۱۹۳ جایگزین توصیه نامه شماره ۱۲۷ گردیده است. که در سال ۱۹۶۶ تصویب شده بود.

دلایل انطباق با نظریه جدید و اظهارنظرهای انجام شده در این فرآیند از آن زمان که توصیه‌نامه ۱۲۷ تصویب شد، تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حاصله بود که سبب گردید وضعیت متفاوتی بر اندیشه تعاونی در جهان حکمفرما گردد. در نتیجه این تحولات هیأت رئیسه ILO در مارس ۱۹۹۹ تصمیم گرفت تا یک استاندارد جهانی را ترسیم نماید که بتواند تعاونها را یاری دهد تا در جذب کمکهای بالقوه بیشتر، یافتن جایگاه بهتری در مواجهه با مشکلات اقتصادی اجتماعی جاری همچون بیکاری و محرومیت‌های اجتماعی

تعاونها با ورود به حوزه‌های اقتصادی، منابع بیشتر، درآمد فزونتر و میزان حمایت اجتماعی بیشتری را برای اعضا به ارمغان می‌آورند. از اینرو تعاونها با دادن شانسهای بهتر زندگی به اعضا و حمایت از آنان و دادن اختیارات کافی به اعضا موجب تعالی و ترقی معنوی انسانها می‌گردند و عامل مهمی در جهت کاهش فقر و محرومیت اجتماعی به حساب می‌آیند. ILO پیوسته حامی توسعه تعاونها و فراهم نمودن بهترین وسایل برای رسیدن به اهداف تعاونهاست.

از اینرو شعبه تعاون ILO خدمات مختلفی در جهت پیشبرد خط مشی عاقلانه‌ای برای اعضا، ایجاد تعاونهای پیشرفته، افزایش اطلاعات و آگاهی‌های عمومی در تعاونها ارائه نموده است. پیشرفت روشهای نوین در تعاونها و رهسپارهای جدید در حل مشکلات مختلف تعاونها از دیگر اقدامات شعبه تعاونی ILO است. این تکنیکها و راه کارهای تعاون پونش دهنده فعالیت‌هایی در حوزه اصلاح و تجدیدنظر در قوانین، توسعه منابع انسانی و شبکه‌ای، ایجاد شغل، تسکین و تخفیف فقر و محرومیت و توسعه اقتصادهای محلی است. ILO پیشرفته‌ترین برنامه تعاون را در بین نهادهای سازمان ملل داراست. این سازمان اخیراً با ایجاد و تحکیم کانونهای کار شایسته (ایجاد فرصتهای مناسب برای مردان و زنان در انجام کار تولیدی و شایسته که در آن، آزادی، برابری، همستگی و شخصیت انسانی حفظ گردد) جایگاه ممتازی با تاکید بر تلاش تعاونها در ایجاد شغل و فراهم نمودن ظرفیتهای لازم برای حمایت اجتماعی بویژه در سطوح کلان اجتماعی یافته است. این سازماندهی به تعاونها این قابلیت را اعطاء کرده است که الگوهای اقتصادی نوینی را جستجو نمایند که به بهبود وضعیت کار و یافتن فرصتهای مناسب شغلی در بخشهای غیرحمایتی بینجامد. نکته قابل ملاحظه در این میان اینست که بسیاری از ارزشها و اصول اساسی تعاونها همچون خودیاری، مسؤولیت پذیری، دموکراسی، برابری، عدالت و همستگی در اصول و آرمانهای کار شایسته نیز ملحوظ گردیده است.

## بیانیه شماره ۱۹۳ ILO درباره پیشرفت تعاونی‌ها

• مهران ابوطالبی

سازمان بین‌المللی کار (ILO) یکی از نهادهای وابسته به سازمان ملل متحد است که در سال ۱۹۱۹ میلادی تاسیس گردید.

هدف از تشکیل این سازمان ارتقاء عدالت اجتماعی و درک صحیح از انسان و کار با شرافت انسانی است. ILO با پی‌بردن به اهمیت تعاونها در سطح جهان که میلیونها نفر در آنها عضویت دارند بر آن شد تا به پشتیبانی و حمایت عملی در جهت توسعه تعاونها اقدام نماید. بر این اساس در سال ۱۹۲۰ نهادی تحت نظارت خود (ILO) تاسیس نمود که وظیفه آن دادن مشاوره و کمکهای فکری و عملی به سازمانهای بین‌المللی غیردولتی همچون تعاونها بود. اولین تلاشهای انجام گرفته در این زمینه مرهون کوششهای آقای آلبرت توماس اولین مدیرعمومی ILO است. ایشان همچنین یکی از اعضای کمیته اجرایی اتحاد بین‌المللی تعاون (ICA) بود و لذا نقش برجسته‌ای در رساندن صدای نهضت تعاون و ایده‌ها و آرمانهای آن در سطح جهان ایفا نمود.

ILO از آن زمان تا به حال بر این نگرش است که تعاونها می‌توانند نقش شاخصی در جهت بهبود وضعیت زندگی انسانها و ایجاد کار برای زنان و مردان داشته باشند. ILO بر این باور است که فعالیتهای تعاونها بر پایه اصول و آرمانهای دموکراسی و ارزشهای انسانی استوار است. تعاونها برای اعضا استفاده‌کننده از خدماتش بستری فراهم می‌آورد که در آن اعضا از کیفیت مناسبی از سود و رفاه اجتماعی برخوردار می‌شوند.

و کمک به تعاونیها با رقابت در بازارهای جهانی کوشا باشند. در همین زمان هم سازمان ملل متحد نیز شروع به صدور رهنمودهایی به نظام تعاون کرد که در مجمع عمومی سازمان ملل متحد در ۱۹ دسامبر ۲۰۰۱ این رهنمودها به تصویب رسید.

هیئت رئیسه ILO بنا به دلائل زیر تصمیم به تجدیدنظر در بیانیه شماره ۱۲۷ نمود:

(۱) کانون بیانیه شماره ۱۲۷ در سی سال گذشته محدود به دولتهای کمونیستی و صنعتی بود که گهگاه هر یک از این کشورها اقدام به اعمال محدودیت در نظامهای تعاونی می‌کردند.

(۲) بیانیه ۱۲۷ آئینه و رهنمودی بود برای توسعه در دهه ۱۹۶۰ که در آن زمان تعاونیها ابزار اولیه‌ای در دست دولتها بودند، بیانیه تاکید زیادی بر نقش دولتها در توسعه تعاونیها داشت و محدوده کمی برای استقلال تعاونیها قائل بود. بدنه ساختاری ILO علاقه مند بود که تعاونیها در جهت موفقیت در اهداف اقتصادی اجتماعی و حفظ استقلال خود باید اصول و اخلاقیات را مدنظر قرار دهند.

(۳) در بیشتر کشورها، تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، با محدودیتهایی در اقتصاد و جامعه همراه است که این مهم بر دولتها فشار وارد می‌کرد از این رو دولتها با روشهای سیاسی توسعه سازمانهای خصوصی همچون تعاونیها را محدود کرده بودند.

(۴) کشورهای صنعتی، اشکال نوینی از تعاونیها و ساختارهای جدیدی از تعاونیها را تاسیس نمودند که در نتیجه تغییرات تکنولوژیکی و جهانی سازی، مزیتها و گشایش فرصتها را به همراه آورد. این اشکال نوین رقابتهای تجاری جدیدی را رقم زد و این تغییرات مستلزم شناخت حقایق از سوی ILO بود و بدین گونه بیشتر استانداردهای مورد نظر ILO در بیانیه ۱۹۳ تبلور یافت، که نتیجه تبادل نظر در مورد دو مبحث کلان در ILC (کنفرانس بین‌المللی کار) بود.

اولین مباحث در ژوئن ۲۰۰۱ در هشتاد و نهمین اجلاس ILC مطرح شد که در آنجا پیشنهادی ارائه شده مورد

جهانی‌سازی را گوشزد می‌نمایند. متن بیانیه ۱۹۳ بیشتر دولتها را تشویق می‌نماید تا تعاونیها را به عنوان ستونها و ارکان توسعه اقتصادی، اجتماعی، ملی و بین‌المللی در نظر بگیرند.

### تعریفی از هویت و شخصیت تعاونی

تعاونیها به منظور ایفای کامل فعالیتهایشان باید هویت درستی از اصول و ارزشها را مدنظر قرار دهند. تعریف درستی از هویت تعاونی، در مجمع عمومی اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) در سال ۱۹۹۵ ارائه گردید که در متن آن تعریف واحدی از تعاونی منظور گردیده و اصول، ارزشها و اخلاقیات حاکم بر تعاونی به طور کامل ذکر شده بود. و این تعریف به صورت الحاقیه‌ای در بیانیه اصلی گنجانده شد. اصول و ارزشهای تعاونی راهنمای خوبی می‌تواند برای چارچوبهای قانونی و سیاستها و خط مشی‌های ملی باشد، اگر دولتها توجه کافی و وافی به حمایت و استقلال تعاونیها مبذول دارند.

### رفتار برابر و یکسان

برپایی اجلاسهای ILC در سالهای ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ میلادی صحنه مباحثات زیادی بود در زمینه طرز عمل و رفتار تعاونیها در مبادلات و تعهدات منعقد شده با سازمانهای اجتماعی به نظر می‌رسد برای تعاونیها این نکته حائز اهمیت است که آنها می‌خواهند بر روی پاهای خودشان بایستند و استقلال و خودمختاریشان را در عرصه رقابت در بازارها حفظ نمایند و این در صورتی مورد حمایت خواهد بود که بر پایه خط‌مشی عمومی و اجتماعی عمل نمایند. همه تعاونیها به دنبال اهداف اجتماعی اند اما این تفکر نیز وجود دارد که تعاونیها به ویژه باید به سمت فراهم آوردن منافع لازم برای گروههای اجتماعی فاقد مزایا و امکانات حرکت نمایند. علاوه بر این تعاونیها باید از اعمال هرگونه تبعیض در بین اعضا و اشخاص اجتماعی پرهیز و اجتناب نمایند. باتوجه به نکات فوق‌الذکر تعاونیها باید طرز عمل و رفتاری مطابق با قوانین ملی و عرف جامعه با دیگر نهادها و سازمانهای اجتماعی داشته باشند.

### نقش دولت‌ها در توسعه تعاونیها

بیانیه ۱۹۳ تاکید زیادی بر محوریت و

بررسی و مذاقه فرارگرفت و قیود و پیش شرطهای جدیدی به بیانیه قبلی اضافه گردید شایان ذکر است که قبل از آن، نتایج طرحها به صورت پرسشنامه‌ها و نظرسنجیهایی تهیه گردیده و در بین نمایندگان دولتهای عضو ILC در ژانویه ۲۰۰۰ توزیع گردیده بود. و در اجلاس ۱۸۹ام ILC بررسی‌های انجام شده از جمع آوری پرسشنامه‌ها و نظرسنجیهای اعلام شده ژانویه ۲۰۰۰، با اصول اداره کار بین‌المللی انطباق داده شد و پیش‌نویس طرح جدیدی فراهم شد. متن این طرح در آگوست ۲۰۰۱ در بین نمایندگان دولتهای عضو ILC منتشر گردید. اظهارنظرها و پاسخهای اعضا درباره این پیش‌نویس موضوع دومین و آخرین اجلاس مشورتی گردید که در نودمین اجلاس ILC در ژوئن ۲۰۰۲ به بحث و تبادل نظر گذاشته شد که سرانجام تمام مباحث و گفتگوها به تصویب بیانیه شماره ۱۹۳ منتهی گردید.

### مفاد بیانیه شماره ۱۹۳

- مفاد اصلی بیانیه ۱۹۳ در زیر آورده شده است و بعضی از جزئیات مربوطه نیز به بحث گذاشته شده است:
- (۱) شناخت اهمیت تعاونیها در توسعه اقتصادی و اجتماعی
- (۲) تعریف صحیحی از هویت تعاونیها
- (۳) رفتار برابر در تعاونیها
- (۴) تعیین نقش دولتها در ایجاد چارچوبهای قانونی و سیاستهای پشتیبان و سهولت در دسترسی تعاونیها به خدمات پشتیبانی و مالی
- (۵) دادن نقش فعال به کارمندان، کارگران و سازمانهای تعاونی در گسترش تعاونیها
- (۶) تشویق و ترغیب تعاونیهای بین‌المللی

### اهمیت تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی

شماری از راههایی را که متن تاکید دارد بیانگر نقش مهمی است که تعاونیها در اقتصاد ملی و جهانی ایفا می‌نمایند. تعاونیها به ویژه ابزار مناسبی برای ایجاد شغل‌های شایسته و بسیج منابع برای درآمد نسلی هستند و تعاونیها همه مردم را به مشارکت کامل در توسعه اقتصادی و اجتماعی فرا می‌خوانند و سهولت بهره‌گیری منصفانه بیشتر از منافع



نقش دولتها در ایجاد یک چهارچوب و خط مشی سیاسی معین، در رشد و بقای تعاونها دارد. همانطور که قبلاً ذکر شد دولتها در انجام امور خود می‌توانند از اصول و ارزشهای حاکم بر تعاونها سود جویند. در عوض تعاونها از دولتهای متبوعشان انتظار دارند با تصویب قوانین و سیاستهای حمایتگرانه، شرایط برابری را با دیگر سازمانهای اجتماعی احراز نمایند تا به تعاونها این امکان را بدهد که در جهت بهبود وضعیت مالی اقشار آسیب‌پذیر و فاقد مزایای اجتماعی همت گمارند. خصوصاً اینکه تعاونها به صورت شکلی از اقتصاد غیررسمی به منصفه ظهور برسند. نقش تعاونها در اقتصاد غیررسمی تغییر شکل فعالیتهای کلان زندگی به سمت حمایت از کار شایسته است.

نظریه ۱۹۳ دولت را ابزار بسیار کارآمدی معرفی می‌نماید که می‌تواند تاثیر موثری در بهبود و توسعه تعاونها داشته باشد. دسترسی آسان تعاونها به خدمات پشتیبانی و حمایت دولت از توسعه منابع انسانی تعاونها کلید موفقیت است. در بخشی از متن بیانیه جدید، موفقیت تعاونها غالباً استناد شده به موفقیت در پیشبرد برنامه‌های HRD برای همه افراد دخیل در تعاونها (اعضا کارمندان و مدیران) بر طبق این برنامه اندازه باید با ظرفیتهای توسعه و آگاهی از ارزشها، مزایا و منافع نهضت تعاونی منطبق شود و سیاستهای ملی باید مسهارتهایی کاری و فنی، قابلیتهای مدیریتی، شناخت عوامل بالقوه تجاری و اقتصادی، مهارتهای اجتماعی لازم برای اعضا تعاونی (کارگران و مدیران) و بهبود دسترسی به اطلاعات و تکنولوژیهای ارتباطی را توسعه دهد.

تشویق به آموزش و تعلیم اصول و تجارب تعاونها توسط دولت و تجلی این آموزشها در همه سطوح آموزشی و پرورشی کشور، اندیشه‌ای است که دولتها باید توجه هر چه بیشتری به آن معطوف دارند. متن دولتها را مرجعی می‌داند در جهت:

- تشویق فعالیتهای تولیدی و رقابتی سالم و درست در تعاونها
- سهولت دسترسی به اعتبارات،

بازارها و اطلاعات لازم مورد نیاز تعاونها  
- تقویت برابری جنسی (برابری زنان و مردان)

- تشویق صحیح کارگران

- سهولت برقراری پیوندهای افقی و عمودی در بین تعاونها

انجام فعالیتهای درست کارگران مرجعی شد در مبارزه بر علیه تعاونهای کاذب و ترویج کار شایسته در تعاونها، که تمامی این اقدامات مقدمه‌ای شد تا ILO بنیانها و اصول خاصی را در مورد کار شایسته و استانداردهایی برای کار در سطح بین‌المللی، در سال ۱۹۹۸ مورد تصویب قرار گرفت.

دولتها اصرار بر این دارند که تعاونها باید با سازمانهای کارگری و کارفرمایی مشورتهای لازم را در جهت حصول به قواعد قابل اجرا و کاربردی که در آنها تجدیدنظرها و اصلاحات لازمه انجام گرفته باشد به عمل آورند. در پایان باید گفت که دولتها نقشی تسهیل‌کننده در توسعه نهضت تعاونی برعهده دارند.

### نقش کارفرمایان، کارگران و سازمانهای تعاونی

کارفرمایان، کارگران و سازمانهای تعاونی نقش فعالی در پیشرفت تعاونها ایفا می‌کنند اگر در کارهای فردی و جمعی مشارکت نمایند. سازمانهای کارفرمایی خواهان گسترش تعداد اعضا هستند و خدمات و شرایط لازم برای ملحق شدن اعضایشان را در تعاونها فراهم می‌آورند. از سوی دیگر سازمانهای کارگری کارمندان و اعضا تعاونها را تشویق به پیوستن به اتحادیه‌های تجاری، تلاش در تاسیس اتحادیه‌های صنفی، مشارکت در مجموعه‌های تعاونی به منظور ایجاد یا ادامه شغل، ترغیب به تولید، برابری فرصتها، تلاش در ایجاد شرایط مناسب برای کارگران و مشارکت در تعلیم و آموزش می‌نمایند.

هر یک از این نکات بر شمرده شده، معنای خاصی برای اعضا و کارگران در بردارد.

حال می‌پردازیم به نقش سازمانهای تعاونی، این سازمانها تعاونها را تشویق می‌کنند براساس روابط فعالی که با توجه به الگوهای اجتماعی در نظر می‌گیرند، شرایط مساعدی برای توسعه تعاونها،

فراهم آورند و خدمات فنی، تجاری و مالی مناسب، توسعه منابع انسانی را با نشان دادن قابلیتهای تعاونها در سطح بین‌المللی تسریع بخشند. علاوه بر این الگوهای اجتماعی و سازمانهای تعاونی در کنار یکدیگر می‌توانند بسیاری از مشکلات و بحرانهای پیش‌روی توسعه تعاونها را حل و فصل نمایند.

### تعاون بین‌المللی

بیانیه، تعاونها را به حرکت به سوی بین‌المللی شدن از طریق مبادله اطلاعات در چهارچوبهای خاص، ایجاد شغل و درآمد کافی برای نسلها، برقراری قانون، سرگزاری دوره‌های آموزشی و فنی تکنولوژیک و تولید استانداردهای لازم و تقویت پیوندهای بین موسسات ملی و بین‌المللی و ترغیب این موسسات به وارد شدن در مبحث توسعه تعاونها فرا می‌خواند.

متن بیانیه پیشنهاداتی نیز در جهت جستجوی امکانات و تدابیر قانونی هدایتگر برای توسعه تعاونهای ناحیه‌ای ارائه می‌نماید.

### در برابر آینده

بیانیه ۱۹۳ ILO خواهان پیشرفت تعاونهاست. ما امیدواریم، خدمت شایانی به نهضت تعاونی و حوزه‌های جهانی آن بنماییم. ما در شعبه تعاونی ILO انتظار داریم کارمان با الگوهای توسعه‌ای که در ساختارهای جدید عرضه شده است، نزدیک باشد. همچنین تعدادی از اعضای دولتهای علاقه‌مند به تجدیدنظر در قوانین و سیاستهای ملی آماده استفاده از مفاد و شرایط توصیه‌نامه ۱۹۳ هستند. شعبه تعاونی ILO هم اینک فرآیندی را تعقیب می‌کند که با همکاری مؤسسات اقتصادی و کارخانه و نیز، برگزاری سمینارهای مختلف در سطوح ملی و ناحیه‌ای طرح و توصیه‌نامه جدیدی را ارائه نماید. این امیدواری وجود دارد که در آینده‌ای نزدیک هویت جدیدی برای تعاونها طراحی شود که با استفاده از فنون جدید تعاون و همکاری و مساعدت دولتها طرح جدید به مرحله اجرا برسد.

منبع:

\* متن سخنرانی آقای ژان سومووری. ریاست

سازمان ILO، ژوئن ۲۰۰۲ ●

پدیده

جهانی

شدن می‌تواند

ایجاد کنند این

سؤال مطرح می‌شود

که نقش تعاونیها در

واکنش مناسب به پدیده

جهانی شدن چیست؟

مناسبتترین استراتژی برای

تطبيق تعاونیها با جهانی شدن ارائه

واکنش مناسب به این پدیده با حفظ

ماهیت، ارزشهای کلیدی و اصول تعاون

است.

تعاونیها ماهیتی اجتماعی دارند و

اهداف اقتصادی و اجتماعی را توأماً

پی‌گیری می‌نمایند. در عین حال، از

طریق نهضت تعاون که مبتنی بر

ارزشهای جمعی می‌باشد و شبکه‌ای از

روابط بین اعضا را در جهان تشکیل

می‌دهد، فرصتهای گرانبهای بسیاری

در واکنش به پدیده جهانی ایجاد

می‌گردد.

بنابراین تعاونیها با رعایت

دقیق ارزشهای کلیدی و اصول

تعاون و با بهره‌گیری از شبکه

روابط عمودی و افقی در

سطوح ملی، منطقه‌ای و

بین‌المللی می‌توانند به

پدیده جهانی شدن واکنش نشان دهند. حال

این سؤال مطرح می‌شود که تعاونیها در

رویارویی موثر با این پدیده جهانی چه

وظایف و مسؤولیتهایی را عهده‌دار

می‌باشند؟

جهت پاسخگویی به این سؤال ذیلأ

راهبردهای واکنش تعاونیها به پدیده

جهانی شدن مورد اشاره قرار می‌گیرند:

\* **تقویت هویت تعاونی** تعاون‌زدایی

تهدیدی است که به طور جدی تعاونیها را

تحت تأثیر قرار داده است. مخالفان

شرکت‌های تعاونی عقیده دارند که تعاونیها

نیز همانند سایر شرکت‌های خصوصی باید

از قوانین و اصول تجاری پیروی نمایند. در

واقع مخالفان از نادیده گرفتن یا فقدان

آموزش اصول تعاون در شرکت‌های تعاونی

و به تبع آن ضعف روحیه تعاونی در اعضا

برای زودودن ارزشهای کلیدی تعاون

استفاده می‌نمایند. چنانچه اهمیت



## نقش تعاونیها در واکنش مناسب به پدیده جهانی شدن

● محمدتقی مدرس

قبل از

ورود به

بحث «بررسی

نقش شرکت‌های

تعاونی در رویارویی

با پدیده جهانی شدن» به

ارزیابی دیدگاههای متفاوت در مورد این

پدیده می‌پردازیم. دیدگاههای مختلفی

درباره جهانی شدن وجود دارد. به طور

کلی برخی از صاحب‌نظران، جهانی شدن را

داروی التیام

بخش دردهای تمام جوامع بشری

می‌دانند و معتقدند این پدیده قادر است

تمامی مشکلاتی را که جامعه بشری با آن

روبرو می‌باشد، برطرف نماید. در این

میان‌گروه دیگری از صاحب‌نظران

دیدگاهی مخالف با نظرات گروه اول

دارند آنها جهانی شدن را به عنوان آخرین

گامی می‌دانند که انسان می‌تواند در مسیر

غالب نمودن نظام سرمایه‌داری بر نیروی

کار بردارد.

جدای از این دیدگاههای ضدونقیض که

هر کدام با تکیه بر جنبه‌های خاص این

پدیده به صورت افراطی تصویری مثبت یا

منفی از آن را ارائه داده‌اند، جهانی شدن

به سرعت تغییراتی در جنبه‌های مختلف

فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و

زندگی اجتماعی ... ایجاد می‌کند و

فرصتها و تهدیدهای زیادی را فراروی

شرکت‌های خصوصی و تعاونی قرار می‌دهد.

توسعه پدیده جهانی شدن توازن روابط

بین دولت، نیروی کار و شرکتها را به طور

گسترده، تحت تأثیر قرار می‌دهد و

فرصتهای تازه‌ای را برای افزایش ثروت

جامعه همراه با ناامنی و بی‌عدالتی به

وجود می‌آورد. اشتغالزایی سریع در برخی

از بخشها و کشورها با اشتغال‌زدایی و

مشکلات اقتصادی در سایر کشورها

همراه می‌شود. تکنولوژی اطلاعات و

ارتباطات، تغییرات قابل توجهی در

سیستمهای تولید و بازار کار ایجاد

می‌نماید. ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش

بسیاری از مفروضات و تئوریه‌ها را تغییر

داده و الگوی جدید کار در ورای مرزها

ایجاد نموده است.

بنابراین با توجه به آثار متعددی که

آموزش نیروی انسانی و مزایای همکاری‌های دوجانبه و متقابل میان اعضا و آثار و نتایج مثبت یکپارچگی و انسجام گروهی در تعاونیها بدرستی درک نشود، بدون شک نظام سرمایه‌داری مبتنی بر اقتصاد بازار هر روز سریعتر به پیش می‌رود و ارزشها و اصول تعاون را در سطح جهانی مورد هجوم و تاخت و تاز قرار می‌دهد. بنابراین اجرای دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی با استفاده از روشهای نوین برای اعضا هیأت مدیره، مدیران عامل، بازرسان و شاغلین در تعاونیها می‌تواند به تقویت هویت تعاونیها برای مقابله با آثار منفی جهانی شدن کمک نماید.

**\* تقویت ارائه خدمات به اعضا**  
تعاونگران با توجه به بینش و ارزشهای تعاون، عملگرا هستند. از اینرو حلقه‌های پیوند اعضا با تعاونی از کیفیت خدماتی که دریافت می‌نمایند، نشأت می‌گیرد نه حجم نظریه‌پردازیهایی که این اصول را ارائه می‌نمایند. بنابراین تقویت ارائه خدمات به اعضا از طریق تعاونیهای کارآفرین و موفق، از پیش شرطهای لازم برای بقای یک تعاونی در بازارهای پویای رقابتی است. اعضای تعاونی به خدمات جدید و ابتکاری که به گونه‌ای اثربخش و کارا ارائه گردند و پاسخگوی نیازهای اقتصادی و اجتماعی آنها باشند، اهمیت می‌دهند.

#### **\* افزایش برابری جنسی**

اصول تعاون به برابری زن و مرد در تعاونی تاکید دارد. اما، ما خوب می‌دانیم که اوضاع همانند سایر جنبه‌های زندگی در تعاونیها متفاوت است و جدای از اصول اخلاقی، ارائه فرصتهای برابر برای زنان در تعاونیها از جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی از توصیه بیشتری برخوردار است.

زنان نیروی انسانی مناسب برای تعاونیها هستند، آنها می‌توانند تولیدکنندگان، مشتریان، مدیران و رهبران خوبی برای تعاونی باشند. اما اغلب اوقات چنین فرصتی برای ارائه توانمندیهایشان به آنان داده نمی‌شود. تعاونیها برای پاسخ مناسب به نابرابریهایی که در نتیجه جهانی شدن پدیدار گردیده‌اند باید پرهیز

از تبعیضات جنسی را به طور شفاف در صدر برنامه‌های خود پیش‌بینی نمایند. برای تحقق این امر حمایت از برنامه‌های تفویض اختیار و قدرت به زنان و برگزاری جلسات آموزش رهبری برای آنها حیاتی است. اما آگاهی مدیران مرد به بهبود وضعیت برابریهای جنسی از اولویت خاصی در افزایش برابری جنسی برخوردار است.

**\* عقد قراردادهای تجاری - شبکه**  
روابط عمودی و افقی تعاونیها در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی از بزرگترین سرمایه‌های نهضت تعاون است که در حال حاضر کمتر مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و از آنجایی که یکی از شرایط کلیدی موفقیت در بازارهای جهانی، توانایی عقد قراردادهای و پیمانهای استراتژیک با شرکای تجاری است.

اتحادیه بین‌المللی تعاون به عنوان یک تشکل قدرتمند جهانی می‌تواند عهده‌دار این وظیفه خطیر باشد. اتحادیه بین‌المللی تعاون با تکیه بر تجارب موجود، موقعیت مناسبی برای بهره‌برداری از شبکه‌های ارتباطی بین تعاونیها دارد. البته شرکتهای تعاونی برخی از کشورها برای موفقیت در بازارهای جهانی از شبکه ارتباطی بین‌المللی بهره می‌جویند. برای مثال تعاونیهای مصرف در سوئد، نروژ و دانمارک برای حفظ سهم خود در بازار مصرف و توانایی حضور در بازار رقابتی با یکدیگر ائتلاف نموده و عملیات خود را تلفیق نموده‌اند و یا تعاونیهای لبنیات در هلند و آلمان بدون وجود سوابق قبلی با یکدیگر پیمان همکاری منعقد نموده‌اند. تعاونیهای این کشورها در واقع به این نتیجه رسیده‌اند که تنها راه بقاء در محیط رقابتی و پرتلاطم و بازار اروپا اتحاد و همکاری است.

#### **\* افزایش کاربرد تجارت الکترونیکی در**

##### **تعاونیها**

امروزه بسیاری از شرکتهای تجاری و تولیدی اینترنت را به عنوان روشی برای گسترش بازار خود برگزیده‌اند و در این میان داستانهای زیادی در مورد موفقیت سازمانهای تجاری در استفاده از این ابزار و سودآوری آن ذکر می‌شود. تجارت الکترونیکی یک اهرم بازاریابی مناسب

است که استراتژیهای بازاریابی سنتی آنها را حمایت می‌کنند. البته شرکتهای جدیدی نیز وجود دارند که تنها از طریق اینترنت محصولات و سرویسهای خود را به صورت دیجیتال در دسترس قرار می‌دهند. اخیراً تعاونیها نیز همانند سایر شرکتهای تجاری اینترنت را به عنوان روش و اهرمی مناسب برای گسترش بازار و بازاریابی انتخاب نموده‌اند. برای مثال شرکتهای تعاونی در آمریکای لاتین به درجات متفاوتی از موفقیت در کاربرد اینترنت در جهت هدایت فعالیتهای تجاری خود دست یافته‌اند. البته تلاشهای بسیاری نیز از سوی مراجع مختلف جهت تشویق تعاونیها برای حضور در شبکه جهانی اینترنت و استفاده از آن برای هدایت فعالیتهای تجاری و بازاریابی مناسب محصولات خدمات شبکه تعاونی صورت پذیرفته است. انجمن تجاری ملی تعاون در آمریکا، شرکت پاتیل، یک شرکت تعاونی اینترنتی و اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) پایگاه اینترنتی با پسوند «Coop» را ایجاد نموده‌اند. تلاشها و موفقیتهای اخیر، تعاونیها را قادر می‌سازد تا ضمن حفظ هویت خود به عنوان یک نهاد تعاونی با استفاده از اینترنت به تجارت در ابعاد جهانی بپردازند. شرکتهای تعاونی ممکن است از سایر پسوندهای مرسوم که توسط شرکتهای تجاری در سایتهای اینترنتی ایجاد می‌شود، نظیر «COM»، استفاده نمایند. اما پسوند «COOP»، یک کانال بازاریابی جدید برای محصولات و خدمات تعاونی در مقیاس جهانی است. بدین ترتیب تعاونیها با استفاده از شبکه جهانی اینترنت می‌توانند از برخی از مزایای پدیده جهانی شدن بهره‌مند شوند.

#### **\* پیمانها و ائتلافهای اجتماعی:**

نهضت تعاون یکی از کهن‌ترین نهضتهای اجتماعی دنیا است که بقاء و حیات آن در انزوا امکان‌پذیر نمی‌باشد. این نهضت برای ارتقای ارزشهای تعاونی و پیشبرد اهداف آن نیازمند ایجاد و توسعه روابط با سایر بازیگران عرصه اجتماع است. نهضت تعاون همانند سایر نهادهای مدنی برای توسعه فعالیت، تامین نیاز و منافع اعضا باید موضوع جلب همکاری و

وضع قوانین و مقررات دست و پاگیر و محدودکننده و رویه‌های بازرسی و نظارتی مداخله‌گر بعضاً تعاونیها را از ایفای نقش قانونی و تحقق اهداف تعاونی باز می‌دارد. تعاونیها از زمانهای گذشته تلاش نموده‌اند که با ایجاد محیط قانونی و محدود نمودن دخالت دولت با سیاستگذاری بر مبنای اصول تعاون زمینه توسعه ساختارهای عمودی و مثبت تعاونیها را به شیوه‌ای سریع و ساده فراهم سازند.

از آنجایی که تعاونیها سازمانهای دموکراتیک هستند تلاش می‌نمایند تا در محیط قانونی با خط مشی‌گذاری آزادانه و دقیق و اعمال مدیریت دموکراتیک، توسط اعضای خود که فعالانه در سیاستگذاری و اتخاذ تصمیم مشارکت می‌کنند، کنترل شوند.

#### منابع و مأخذ:

- 1- Selvaraju, R., "Co-operatives in the new m'llenium", Vikas publishing house. 1999.
- 2- Subburaj, B., "Steering the Co-operatives tow wcds 21S+ Centway in I an. inada - A Few tips", Qanhighram Rural University, Qandhighram, Tamilnan.
- 3- Levin, Mard, "the Role of cooperatives in providing local Answess to Globalization", the 10th watdonal cooperative congress, san Jose, costa Rica, 29 March 2001.
- 4- Dr. s.shanmagasundaram, "prindples of co-operation for the 21 st century - Need for Injective values", Tamilnadn Journal of co-operation, vol, 33.no.11 feb-mar 1998. p. 623
- 5- Griffithe, David; "wht do cooperatives fail as cooperatives?", cooperative fedezation of victoria . 2003 .
- 6- Heffernand, william; seipel f. Michael, "cooperative in a changing Global food system"; university of missouri - columbia, department of Rural sociology, Octobre 1997. ●



**بهبود و تغییر دیدگاههای موجود در مورد هویت تعاون از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. زیرا با مراجعه به نگرشهای منفی که در مورد ارزشها و اصول تعاون و میل به تعاون‌زدایی وجود دارد، توجه به بهبود و تغییر دیدگاهها در جوامع بشری امری اجتناب‌ناپذیر است و برای تحقق این هدف و موفقیت در آن به مشارکت همه بخشهای شبکه تعاون در دنیا نیاز وجود دارد.**



سرعت انتقال می‌یابد و همه افراد جامعه از رخدادهای سایر نقاط دنیا متأثر می‌شوند. بنابراین توسعه دیدگاههای منفی در مورد تعاون در یک منطقه‌ای از دنیا در روند ایجاد نگرشهای مثبت تعاون، توانایی تعاونیها در جذب سرمایه، جذب و بکارگیری نیروی انسانی متخصص و حفظ اعضای و دوام و رشد فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی تعاونیها در نقطه دیگر دنیا تأثیر منفی دارد. در اینجاست که تفاوت بین واژه «محلی» و «جهانی» در قالب مفهوم اقتصاد جهانی آشکار می‌شود. لازم به ذکر است که شرکتهای بزرگ تجاری دنیا مدت زیادی است که این تفاوت را درک نموده‌اند و اکنون نوبت تعاونیها و نهضت تعاون است که با درک این مفهوم از گرانهاترین سرمایه خود یعنی شبکه یکپارچه و منسجم جهانی خود از پدیده جهانی شدن بهره‌برداری نمایند.

**\* تلاش در جهت تصویب قوانین به منظور ایجاد محیط قانونی مناسب برای تعاونیها:**

ایجاد محیط قانونی مناسب برای تعاونیها، از عوامل مهم و درخور اهمیت در توسعه و تقویت تعاونیها محسوب می‌شود. دخالت دولتها در امور تعاونیها،

تشریک مساعی با سایر اجتماعات و انجمن‌ها را در اولویت قرار دهد. البته انتخاب نهاد یا بحثی از جامعه برای ایجاد روابط متقابل و در نهایت بهره‌گیری از منافع متقابل به گونه‌ای غیرقابل اجتناب، به شرایط ویژه موجود در جامعه بستگی دارد. اما بهرحال انزوا و تنگ‌نظری نمی‌تواند منافع و اهداف نهضت تعاون را تحقق بخشد. برگزاری مجامع مشترک نه تنها به پیشبرد منافع اقتصادی - اجتماعی تعاونیها کمک می‌نماید، بلکه می‌تواند موجبات تضمین منافع اعضا و موسسات تعاونی را در فرصتهای جهانی در یک مقیاس وسیع فراهم نماید.

**\* تلاش در جهت بهبود دیدگاههای تعاونی**

بهبود و تغییر دیدگاههای موجود در مورد هویت تعاون از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. زیرا با مراجعه به نگرشهای منفی که در مورد ارزشها و اصول تعاون و میل به تعاون‌زدایی وجود دارد، توجه به بهبود و تغییر دیدگاهها در جوامع بشری امری اجتناب‌ناپذیر است و برای تحقق این هدف و موفقیت در آن به مشارکت همه بخشهای شبکه تعاون در دنیا نیاز وجود دارد. زیرا در «دهکده جهانی» ارتباطات، اطلاعات و دانش به

همان بازار فعالیت می‌کنند سازگاری موثری داشته باشد؟

- آیا شرکت تعاونی تاثیر مقررات و قوانین دولتی، ثبات سیاسی، تعرفه‌های تجاری و گمرکی کشور میزبان را دقیقاً مورد ارزیابی قرار داده‌اند؟

- آیا فعالیت در سطح بین‌المللی رسالت اصلی شرکت تعاونی یعنی تامین نیاز اعضا را که در واقع مشتریان تعاونی می‌باشند را تضمین می‌نماید؟

بسیاری از شرکتها به دلیل وجود مسائل و مشکلاتی نظیر موارد فوق‌الذکر از ورود به بازارهای خارجی صرف‌نظر می‌کنند و یا در مورد نحوه ورود خود به بازارهای خارجی تعدیلاتی را صورت می‌دهند.

انتخاب راه و روش ورود به بازارهای خارجی، تاثیر مهمی بر استراتژی مشارکت دارد. در این بحث نحوه برخورد شرکتهای تعاونی با فعالیت در سطح بین‌المللی را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

امروزه با افزایش نرخ جمعیت، افزایش میزان درآمدها و محدود شدن قوانین و تعرفه‌های بازرگانی و جهانی شدن اقتصاد بازار، فرصتهای پیشماری برای حضور شرکتهای تعاونی در بازارها و فعالیت در سطح بین‌المللی فراهم شده است. البته در این مسیر تفاوتی بین نحوه فعالیت و حضور شرکتهای تعاونی در سطح بین‌المللی با سایر شرکتهای تجاری وجود دارد که ناشی از رسالت خاصی است که شرکتهای تعاونی در خدمت به مشتریان که در واقع مالکان تعاونی نیز هستند، دارند و به آنها اجازه کنترل بر نحوه ارائه محصولات تعاونی در بازار محصولات و خدمات می‌دهند.

برای مثال یک تعاونی بازاریابی به منظور بازاریابی محصولات اعضای خود تاسیس می‌شود. این رسالت ممکن است محدودیتهایی در فعالیت تعاونی در بازارهای بین‌المللی ایجاد نماید و قادر به جایگزین نمودن کالاهای وارداتی ارزان قیمت با محصولات اعضای خود که با قیمت تمام شده بیشتری تولید شده‌اند، نباشد و یا اینکه نتواند عملیات داخلی شرکت را برای کسب سود و منافع بیشتر در سایر نقاط دنیا توسعه بخشد. بنابراین



## شرکتهای تعاونی در عرصه تجارت بین‌الملل

● حمید گل محمدی

ارزانتر

۳- افزایش سودآوری

۴- دستیابی به ارز خارجی

شرکتهای تعاونی قبل از ورود به بازارهای خارجی باید قابلیت‌ها و تواناییهای خود را برای حضور و فعالیت در بازارهای بین‌المللی مورد ارزیابی قرار داده و به پرسشهای متعدد ذیل پاسخ گویند:

- آیا شرکت تعاونی قادر است در مورد تسهیلات و رفنار خرید مصرف‌کنندگان دیگر کشورها اطلاعات کامل را کسب نماید؟

- آیا شرکت در بازار رقابتی می‌تواند محصولاتی با کیفیت و قیمت مناسب عرضه نماید؟

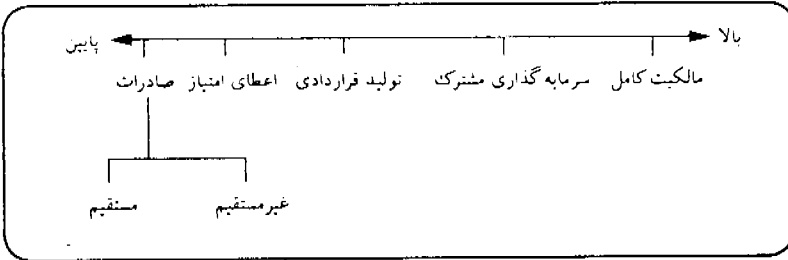
- آیا شرکت تعاونی قادر است خود را با فرهنگ تجاری کشور میزبان تطبیق دهد و با سایر شرکتهای خارجی که در

اشباع بازارهای داخلی، کاهش تقاضای مشتریان داخلی و مزیت‌های موجود در بازارهای بین‌المللی نظیر: وجود مواد اولیه، نیروی کار ارزان و بسیاری از عوامل دیگر موجب شده است که شرکتها برای حفظ رشد و بقای خود نیاز به فعالیت در بازارهای خارجی را احساس کنند. شرکتهای تعاونی نیز در کنار سایر شرکتهای تجاری فرصتهای زیادی برای حضور و فعالیت در سطح بین‌المللی دارند. شرکتهایی که تمایل دارند در صحنه بین‌المللی فعالیت کنند باید توجه داشته باشند که برای تحقق این هدف باید جهانی فکر کنند و جهانی عمل نمایند. به طور کلی هر یک از عوامل زیر ممکن است دامنه فعالیت شرکتها را در عرصه بین‌المللی گسترش دهد:

۱- دستیابی به بازارهای جدید

۲- دستیابی به مواد اولیه و نیروی کار





شرکت تعاونی باید بین این دو هدف یعنی منافع و تامین نیاز اعضا از یک سو و انجام فعالیتهای تجاری مورد نیاز برای بقا در بازار جهانی پویا و رقابتی از سوی دیگر به نوعی توازن و تعادل دست یابد.

شرکتهای تعاونی در یک محیط تجاری جهانی باید به شیوه‌ای فعالیت نمایند که با منافع اعضای شرکت و منابع قابل دسترسی تعاونی سازگار و منطبق باشد. چنانچه از جنبه‌های ساختار تجاری و نحوه اجرا از روشهای مناسبی برای فعالیت در سطح بین‌المللی استفاده گردد، این روشها می‌تواند منجر به سودآوری و ارتقاء جایگاه بازار تعاونی و بازاریابی محصولات اعضای تعاونی شوند. تعاونیها برای تحقق این امر می‌بایست بر استراتژیهای ویژه‌ای تمرکز نموده و ساختارهای تجاری مناسب را شناسایی نمایند.

### نکات مهم در انتخاب بازارهای بین‌المللی

شرکتهای تعاونی جهت ورود به بازارهای بین‌المللی می‌بایست ابتدا، فهرستی از کشورهای بالقوه جهت انجام مبادلات تجاری را تهیه نموده و براساس آن فعالیت تجاری خود را در سطح بین‌المللی مورد ارزیابی قرار دهند، بدین معنی که یک شرکت تعاونی باید بازارهای هدف را در کشورهای مختلف شناسایی نماید. در این مرحله همانطور که قبلاً ذکر شد، شرکت تعاونی صادرکننده باتوجه به نوع کالا، عوامل جغرافیایی، درآمد، نرخ رشد جمعیت، ثبات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشورهای مورد نظر ممکن است نسبت به برخی از این کشورها و منطقه خاصی از دنیا، تمایل ویژه‌ای برای نفوذ و ارائه محصولات خود به آن کشورها یا مناطق داشته باشد. بعد از تهیه فهرست کشورهای مورد نظر، شرکت تعاونی باید کشورها را از نظر اهمیت، اولویت بندی نموده و لیست مسزبور را به ترتیب اولویت، تنظیم نماید. به طور کلی در این مرحله پنج نوع پیش‌بینی باید مورد بررسی قرار گیرد.

۱- پیش‌بینی بازار بالقوه: برای پیش‌بینی بازار بالقوه باید هر یک از بازارها را

نمایند و ثانیاً ریسکهای احتمالی پیش‌بینی شده را جبران نمایند. یک شرکت تعاونی قبل از ورود به بازار خارجی می‌بایست ابتدا اهداف و سیاستهای بازاریابی بین‌المللی خود را مشخص نماید سپس تصمیم بگیرد که در بازارهای خارجی باید به چه حجمی از فروش دست یابد و تمایل دارد چه تعدادی از کشورها را به عنوان بازار هدف انتخاب نماید و به فعالیت در آنها پردازد. شرکت تعاونی پس از انتخاب بازارهای بین‌المللی، باید بازارهای هدف را پس از غربال، رتبه‌بندی نموده و باتوجه به ماهیت محصول خود و نیز ویژگیهای مختلف فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کشور مقصد، راههای ورود به آن بازار را مشخص نماید.

### راههای ورود به بازارهای بین‌المللی

به طور کلی راهبردهای ورود به بازارهای بین‌المللی را می‌توان برحسب میزان ریسک به شرح زیر دسته‌بندی نمود:

- صادرات
- اعطای امتیاز
- تولید قراردادی
- سرمایه گذاری مشترک
- مالکیت کامل

درجه ریسک ورود و سرمایه گذاری در بازارهای بین‌المللی از طریق هر یک از راهبردهای ورود در نمودار بالا نشان داده شده است:

### صادرات

شرکتهای تعاونی با صدور مستقیم کالا و یا صدور کالا از طریق واسطه‌های تجاری که از روشهای معمول در صادرات می‌باشند محصولات اعضای تعاونی را به

شناسایی کنیم. به منظور شناسایی بازارها و جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر باید به مراکزی نظیر کتابخانه‌ها، وزارت بازرگانی، مرکز توسعه صادرات و سایر مراجع ذیربط مراجعه نماییم.

### ۲- پیش‌بینی بازار بالقوه در آینده:

در این مرحله شرکت تعاونی می‌بایست بازار بالقوه جهت صدور محصولات را در کشورهای مورد نظر برای آینده پیش‌بینی نماید. در پیش‌بینی بازار بالقوه در آینده باید وضعیت اقتصادی کشور میزبان از جمله: رشد اقتصادی، قدرت خرید مشتریان، درآمد سرانه، ثبات سیاسی، میزان اعتصابات یا تحقیق درباره موارد مشابه و روندهای گذشته را ارزیابی نماید.

۳- پیش‌بینی فروش بالقوه: تخمین فروش بالقوه نیاز به پیش‌بینی میزان سهم محصولات شرکت تعاونی در کشور مورد نظر دارد. این پیش‌بینی به فعالیت‌های رقبا و واکنشهای احتمالی شرکت در مورد کالا، قیمت‌گذاری و سیاستهای ترفیعی و توزیعی بستگی دارد.

۴- پیش‌بینی هزینه‌ها و سود میزان هزینه‌های ورود به بازار خارجی بستگی به نوع روش ورود به کشور مورد نظر دارد. به هر حال شرکت تعاونی هزینه‌های پیش‌بینی شده را از میزان فروش پیش‌بینی شده کسر نموده و به این ترتیب سود احتمالی شرکت برای هر یک از سالهایی که فعالیتهای تجاری بین‌المللی برای آن برنامه‌ریزی شده است، مشخص می‌شود.

۵- پیش‌بینی میزان سود نسبت به حجم سرمایه‌گذاریها: پیش‌بینی میزان درآمد با توجه به حجم سرمایه‌گذاری در کشور میزبان به منظور انتخاب بازار مناسب انجام می‌شود. نسبت سود به حجم سرمایه‌گذاری باید در حدی باشد که اولاً سوددهی مورد انتظار تعاونی را تامین

امتیاز، توافقی است که به موجب آن به ازای ارزش یا عملکرد خاصی امتیازی به صاحب امتیاز اعطا می‌شود. به عبارت دیگر اعطای امتیاز، پرداخت مبلغی به عنوان حق الامتیاز جهت استفاده از یک اختراع یا نوآوری، نشان تجاری، فرمول محصول و نام شرکت صاحب امتیاز است.

### مزایا

روش اعطای امتیاز از نظر صرفه جویی در هزینه یکی از راههای مناسب ایجاد و گسترش فعالیتهای بازاریابی یک شرکت در سایر کشورها می‌باشد. در این روش اعطا کننده امتیاز بدون حضور فیزیکی و صرف هزینه‌های متعدد، از طریق اعطای امتیاز می‌تواند در بازارهای بین‌المللی حضور یابد و به فعالیتهای تجاری خود ادامه دهد. از سوی دیگر یک شرکت می‌تواند برای ورود به بازار کشورهایی که بنابه دلایل مختلف نظیر محدودیتهای سازمانی، کمبود منافع، با ریسکهای اقتصادی و سیاسی امکان تولید مستقیم در آن وجود ندارد از روش اعطای امتیاز استفاده نماید.

### معایب

روش اعطای امتیاز توانایی شرکت را در استفاده کامل از مزایای ظرفیت بازار کشور میزبان محدود می‌نماید و ممکن است امتیاز گیرنده را به رقیبی جدی در بازار کشورهای دیگر تبدیل نماید. از سوی دیگر یک شرکت ممکن است پس از اعطای امتیاز نتواند بر استفاده از تکنولوژی و کیفیت محصولات خود کنترل داشته باشد.

### تولید قراردادی

در این روش شرکتی که مایل به فعالیت در سطح بین‌المللی می‌باشد، با تولیدکنندگان محصولات، قابل صدور برای تولید یا ارائه خدمات قراردادی منعقد می‌نماید این روش به دو صورت قابل اجرا است:

۱- شرکتهایی که رأساً بازارهای بین‌المللی را شناسایی نموده‌اند. در این روش شرکت تعاونی با یک شرکت مستقل خارجی قرارداد منعقد می‌نماید تا محصولات مورد نیاز تعاونی را طبق استاندارد و بر اساس مفاد قرارداد فیما بین

تنظیم بازار صادراتی خود اتخاذ می‌نماید ارتباط زیادی به ماهیت محصول، بازار، میزان دسترسی به منابع مختلف مالی و انسانی و... دارد.

### مزایا و معایب صادرات

#### مزایا:

۱- برای تعاونیهایی که برای اولین بار به بازاریابی محصولات در سطح بین‌المللی اقدام می‌نمایند. روش صادرات با ریسک پایین مناسب‌تر است.

۲- زمانی که بازار کشور هدف به درستی شناسایی نشده است روش صادرات یک استراتژی موثر برای ورود به بازار بین‌المللی می‌باشد.

۳- شرکتهای تعاونی با بهره‌گیری از روش صادرات می‌توانند محصولات خود را به طور غیرمستقیم به شرکت میزبان عرضه نمایند و یا جهت اعمال کنترل بیشتر بر فعالیتهای بازاریابی محصولات قابل عرضه و فروش را به روش مستقیم صادر نمایند.

۴- صادرات برای شرکت تعاونی این امکان را فراهم می‌نماید که در صورت مساعد بودن شرایط بازار، سطح فعالیت تجاری خود را از طریق اقدام به تولید محصول در کشور میزبان توسعه دهد.

### معایب

۱- نوسانات نرخ ارز می‌تواند تاثیر مخرب و منفی بر درآمد یک تعاونی صادرکننده داشته باشد. برای مثال اگر تعاونی صادرکننده بهای محصولات خود را با ارز کشور خریدار دریافت نماید و پس از دریافت ارز، ارزش آن کاهش یابد در این صورت صادرکننده متضرر خواهد شد.

۲- شرکت تعاونی ممکن است به علت مداخله دولت در امر صادرات متضرر شود. وضع تعرفه‌های گمرکی بالا، می‌تواند قیمت محصول را افزایش دهد و توان رقابتی شرکت را تضعیف نماید و یا وضع استانداردهای جدید محصولات صادراتی می‌تواند از ورود کالا به کشور میزبان جلوگیری نماید.

### اعطای امتیاز (licensing)

شرکت تعاونی با استفاده از این روش می‌تواند بدون سرمایه‌گذاری وارد بازارهای خارجی شود. قرارداد اعطای

بازارهای بین‌المللی عرضه می‌نمایند. تعاونیهایی که از تجربه کافی در زمینه صادرات برخوردار نیستند و تمایل دارند برای اولین بار در سطح بین‌المللی فعالیت نمایند، بیشتر از روشهای مبتنی بر صادرات غیرمستقیم، استفاده می‌نمایند. قابل ذکر است که شرکتهای تعاونی در ارتباط با استراتژیهای فعالیت شرکت تعاونی در بازارهای بین‌المللی از دو نوع استراتژی صادراتی فعال و منفعل استفاده می‌کنند.

آن دسته از شرکتهای تعاونی که بر استراتژی صادراتی فعال تاکید دارند به طور منظم و مستمر در صحنه بین‌المللی حضور یافته و برای حضور در بازارهای بین‌المللی در استراتژیهای کلی بازاریابی جایگاه کلیدی را به این امر اختصاص می‌دهند. در حالی که در حالت استراتژی صادراتی منفعل محصولات شرکت تعاونی به صورت دوره‌ای و تصادفی صادر می‌شود و به طور کلی شرکت تعاونی برای حضور دائمی در بازارهای بین‌المللی برنامه خاصی ندارد. برای تشخیص نوع استراتژی صادراتی شرکت (فعال یا منفعل): «حجم صادرات» یا میزان صادرات به عنوان درصدی از فروش کل شرکت تعاونی می‌تواند یکی از بهترین شاخصها باشد.

### تنظیم برنامه صادرات

همانطور که قبلاً توضیح داده شد شرکتهای تعاونی برای حضور در سطح بین‌المللی محصولات اعضای خود را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم صادر می‌نمایند. هر یک از روشهای صادرات مستقیم یا غیرمستقیم مزایا و معایبی دارند.

کنترل بیشتر شرکت تعاونی بر نحوه ارائه محصولات، قیمت‌گذاری و تبلیغات و توزیع آن در سطح بین‌المللی از مزایای اتکا به روش صادرات مستقیم است. البته تحمل هزینه بیشتر و نیازمندی به منافع فراوان نیز از معایب این روش بشمار می‌آیند. گرچه روش صادرات غیرمستقیم به انجام هزینه و منابع کمتر نیاز دارد ولی شرکت نمی‌تواند نحوه ارائه محصولات خود را در بازارهای خارجی کنترل نماید و نقشی در تقسیمی قیمت محصولات صادراتی ندارد. نوع سیاستی که شرکت در

تولید نماید. در این صورت شرکت خارجی مسئولیت تولید محصولات مورد نظر را عهده دار می باشد و شرکت تعاونی مسئولیتهای بازاریابی این محصولات را در بازارهای بین المللی به عهده خواهد داشت.

۲- در روش دوم پس از انعقاد قرارداد شرکت خارجی علاوه بر تولید محصولات برابر مفاد قرارداد و استانداردهای تعیین شده مسئولیت فروش و بازاریابی محصولات در بازارهای خارجی را نیز عهده دار خواهد بود.

مزایای استفاده از این روش آنست که شرکت تعاونی با واگذاری وظایف و مسئولیتهای تولید به یک شرکت خارجی می تواند فعالیت و تخصص خود را بر بازاریابی محصولات متمرکز نماید. تولید قراردادی راه مناسبی جهت گسترش فعالیتهای بازرگانی خارجی است.

تبدیل تولیدکننده خارجی به یک رقیب بالقوه و عدم اعمال کنترل کافی بر نحوه تولید محصولات از معایب استفاده از این روش به شمار می آید.

### سرمایه گذاری مشترک

سرمایه گذاری مشترک عبارتست از همکاری مشترک شرکتهای خارجی برای ایجاد تسهیلات در تولید و یا بازاریابی خارجی به منظور بهره گیری از یک موفقیت یا فرصت و پرهیز و اجتناب از تهدیدی که هر یک از شرکتهای به تنهایی قادر به استفاده یا مقابله با آن نیستند.

در برخی از کشورها نظیر ژاپن، نیجر و برخی از کشورهای خاورمیانه و اروپای شرقی که به شرکتهای خارجی اجازه فعالیت تجاری به صورت صددرصد کامل را نمی دهند، سرمایه گذاری مشترک مناسب ترین و تنها راهکار ورود به این گونه بازارها می باشد. بنابراین مشارکت را می توان اشتراک بلندمدت سرمایه، امکانات و خدمات دو یا چند شخصیت حقوقی برای دستیابی به منافع مشترک تعریف نمود.

مزایای استفاده از این روش عبارتند از:

- ۱- کسب درآمد بیشتر
- ۲- امکان اعمال کنترل بیشتر بر فعالیتهای تولید و بازاریابی
- ۳- دریافت بازخور بهتر از بازار

۴- کسب تجربه بیشتر در بازارهای بین المللی  
نیاز به سرمایه گذاری مالی و مدیریتی بیشتر و ریسک بالا در مقایسه با روشهایی که تمهد کمتری ایجاد می نماید نیز از معایب استفاده از این روش می باشند.

### مالکیت کامل

در این روش یک شرکت بین المللی کلیه عملیات تولید و بازاریابی یک محصول را در یک کشور خارجی در اختیار دارد و صد در صد مالک واحد تولیدی و بازاریابی می باشد. علل استفاده از استراتژی های ورود به بازارهای خارجی از طریق تأسیس و به مالکیت درآوردن تأسیسات تولیدی و تجاری در خارج از کشور، توسعه بازارهای خارجی، سودآوری عملیات منسجم به صورت یک شرکت بین المللی، پایین بودن هزینه عملیات، مالکیت کامل و در اختیار داشتن وسیعترین شکل مشارکت در بازارهای بین المللی است که نیاز به بکارگیری بیشترین تمهد و سرمایه گذاری و تلاشهای مدیریتی دارد.

مزایای استفاده از این روش عبارتند از:

- ۱- دستیابی به منابع ارزاتر نظیر مواد اولیه و نیروی انسانی
- ۲- استفاده از تسهیلات کشورهای خارجی برای تشویق سرمایه گذاری
- ۳- تعدیل هزینه های حمل و نقل
- ۴- افزایش محبوبیت و شهرت شرکت در کشورهای خارجی به علت ایجاد اشتغال و کنترل بهتر سرمایه گذاری

معایب عمده استفاده از این روش عبارتند از:

- ۱- ریسک ناشی از تغییر سیاستها و قوانین
- ۲- نوسانات نرخ ارز
- ۳- تغییر قوانین دولتی و ملی شدن صنایع و در نتیجه بلوکه شدن سرمایه شرکت در کشور میزبان

### استراتژیهای تامین منابع از خارج (واردات)

شرکتهای تعاونی با توسعه استراتژیهای تامین منابع تولیدی از خارج نیز می توانند در سطح بین المللی فعال باشند. انگیزه و

مکانیزمهای تامین منابع تولید از خارج، عموماً با معیارهای کاهش هزینه و توسعه بازار مرتبط می باشد. اعضای تعاونی و غیر اعضا ممکن است بتوانند این نیازها را تامین نمایند اما تامین منابع از خارج می تواند به میزان قابل ملاحظه ای موجبات کاهش هزینه و تولید محصولات با قدرت رقابتی زیاد فراهم نماید.

### آینده

امید است تعاونیها به عنوان اعضای یک جامعه جهانی، همچنان در جهت رشد و تکامل خود تلاش نمایند زیرا افزایش رقابت و وجود فرصتهای جدید، فرآیند شکل گیری تعاونیهایی را که به بازارهای دارای ارزش افزوده و رشد در سطح داخلی و بین المللی توجه دارند، تسریع نموده است. تولیدکنندگان و فعالان در حوزه رشد اقتصادی بیش از گذشته آن دسته از فعالیتهای تجاری را که منجر به ایجاد ارزش افزوده بیشتر می شوند، شناسایی نموده اند. در این میان تعاونیها می بایست بیش از پیش تاثیر توسعه فعالیتهای تجاری در سطح بین المللی را بر کارکردهای خود مورد توجه قرار داده و با مجهز شدن به ابزارهای لازم نظیر ساختار و فرآیند عملیاتی همگام با انواع شرکتهای برای بقا در عرصه تجارت بین المللی از مزیتهای رقابتی لازم برخوردار شوند.

### منابع و مآخذ:

- ۱- روستا، احمد، دنوس، داو و عبدالحمید ابراهیمی، «مدیریت بازاریابی»، انتشارات ست، تهران ۱۳۷۷
- 2- cooperatives in international trade. Rural cooperative. sewice, washington. D.C. April 2002
- 3- Kennedy, traeyl. & Karen J. spats. 'shop Around: seme cooperatives boost Member. Usda, Ahikultural cooperatives sevice.
- 4- Reyndds. Bruce J. & Karen, J. Spats. International Business Arrangements Used by cooperatives. Octiba 1991.
- 5- John Launden. 'co-ops and agricultural marketing. Review of in cooperation. 91.no.1998

اصالت فرد (انگیزشهای مدیریتی) است نه سرمایه (انگیزشهای پولی) و این شیوه بهترین راه برای تمرین مردم سالاری دینی است.

در این روش سود هدف نیست بلکه نگرشهای مشارکت در منافع (مالکیت کارکنان، برنامه مشارکت در تولید، برنامه مشارکت در سود، برنامه‌های کاهش در هزینه) مطرح می‌باشد و مانند نظام سرمایه‌داری موجب تخریب ارزشهای انسانی نمی‌شود.

از دیدگاه کسارشناسان و متفکران و صاحب‌نظران اقتصادی، برای توسعه و توانمندسازی بخش تعاون و ارتقای ظرفیت بالقوه آن به بالفعل در جهت تحقق رشد اقتصادی پیوسته و ایجاد اشتغال مولد (به منظور کاهش نرخ بیکاری) و حفظ و صیانت از اشتغال موجود و با توجه به پتانسیل و توانمندیهای بخش، باید بخش تعاونی در حول سه محور، وضع موجود، چشم‌انداز آینده (۲۰ ساله) و تأمین شرایط و ابزار و وسائل کار مورد نیاز به منظور تثبیت فضای اطمینان بخش برای فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران در بخش تعاونی با اتکا به مزیت‌های نسبی و رقابتی بخش تعاون، مورد بازنگری و ارزیابی مجدد قرار گیرد. اما در بحث الزامات قانونی در حمایت از تشکلهای تعاونی، نه تنها در ایران بلکه در تمام دنیا بخش تعاونی با حمایت دولتها روبروست (بدون اینکه در قانون اساسی آنها به بخش تعاونی اشاره شده باشد). ولی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران با توجه ویژه و خاص، در حمایت از این بخش، الزامات قانونی را در بند ۲ اصل (۴۳) و اصل (۴۴) بدنه مدیریتی کشور قرار داده است.

### تعاون و اشتغال

یکی از مهمترین وظایف وزارت تعاون، استفاده از اعتبارات قانونی برای گسترش اشتغالزایی است. این که بحث اشتغالزایی به نوعی دغدغه خاطر همه مسؤولان کشور است و دولت بالاچار به استناد مواد قانون برنامه سوم توسعه، با کاهش تصدی‌گری در انواع فعالیتهای اقتصادی و واگذاری مسؤلیت و ایجاد اشتغال و حفظ اشتغال موجود، به



## بخش تعاون و توسعه اقتصادی

تهیه و تنظیم: شبنم فاطمه صدوق شه میرزادی

### تعاون، سرمایه اجتماعی

تعاون یک پدیده کارآمد اجتماعی و اقتصادی است که افراد به قصد اقدام اقتصادی و انتفاعی در قالب مشارکتهای همسو با رعایت قانون و مقررات جاریه و تحت رژیم حقوقی آن در کنار هم در قالب بنگاههای اقتصادی به فعالیت می‌پردازند.

بخش تعاونی با تجمیع و تجهیز قدرت افراد، توانایی آنان را به عنوان تولیدکننده، مصرف‌کننده، خریدار، فروشنده، وام‌گیرنده و غیره افزایش می‌دهد. این تشکلهای، موجب جلوگیری از تمرکز ثروت در دست افراد خاص و مانع از اشاعه فساد اقتصادی می‌شود و با جلوگیری به موقع از بحرانهای اجتماعی و تنگناهای دیگری که نظام با آن مواجه است می‌تواند کارآمدی خود را حول محورهای زیر با تبدیل استعدادهای بالقوه اقتصادی به فعل به منصفه ظهور برساند:

۱- ایجاد ظرفیتهای جدید اشتغالزا، حفظ اشتغال موجود و تکمیل ظرفیتهای خالی در تشکلهای تعاونی تولیدی و خدمات بازرگانی.

۲- حمایت از فعالیتهای خدمات توزیعی نظارت و کنترل شده و سازمان یافته به منظور رونق اقتصادی و مهار

تورم و تثبیت سطح قیمتها به منظور افزایش قدرت خرید گروههای کم درآمد و نیازمند و کاهش فاصله دهکهای بالا و پایین درآمدی جامعه از طریق شبکه گسترده تعاونیهای مصرف و خدمات زنجیره‌ای (تعاونی‌های روستایی، محلی، کارمندی و کارگری و مرزنشینان) و همچنین فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای تحقق رقابت‌پذیری کالاها و خدمات کشور در سطح بازار داخلی و ایجاد سازوکارهای مناسب در رفع موانع توسعه صادرات.

۳- اجرای سیاستهای مناسب جبرانی در جهت کمک به تأمین مسکن اقشار کم درآمد از طریق تشکلهای تعاونی (کارمندی، کارگری، مرزنشینان و روستائیان و آزاد محلی).

۴- کمک به تأمین هزینه‌های ضروری و اجتناب‌ناپذیر و ضروری و اتفاقی اقشار آسیب‌پذیر جامعه (زنان سرپرست خانوار، جوانان بیکار فاقد ابزار کار، ایستارگران و روستائیان) در قالب تشکلهای تعاونی اعتبار (روستایی، کارمندی، کارگری، محلی و مرزنشینان). تعاونی‌ها، با خلق مزیتها و برقرار کردن روابط مردم سالاری می‌توانند در جامعه نقش موثری را به عهده بگیرند چرا که رژیم حقوقی تعاونی متکی بر

بخش‌های تعاونی و خصوصی روبرو است و از طرفی بنا به تصمیم قانونگذاران در قضیه اشتغال ملی و ارتباط آن با کارکرد تعاونی در برنامه سوم توسعه، از طریق بند ۲ اصل (۴۳) «تامین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل و قراردادن وسایل کار در اختیار همه کسانی که قادر بکارند ولی وسایل کار ندارند، در شکل تعاونی از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر..... این اقدام باید با رعایت ضرورت‌های حاکم بر برنامه‌ریزی عمومی اقتصاد کشور در هر یک از مراحل رشد صورت گیرد»، تأکیدی بر وظایف دولت در ارتباط با اشتغال و سرمایه‌گذاری در زمینه تعاون است و قانونگذار با اعتقاد به اینکه کم هزینه‌ترین فرصت‌های شغلی، ایجاد اشتغال از نوع تعاونی است با صراحت و درایت مواد (۵۶) و (۴۹) قانون، برنامه سوم توسعه را به عنوان ابزار کار برای بخش تعاون در نظر گرفتند، که متأسفانه دولت مردان با برداشت نادرست از ماهیت آنها، اعتبارات منظور شده (در این دو مواد) را از طریق بخش دولتی به بخش خصوصی تزریق نمودند که این تصمیم‌سازی با توجه به تعریف بخش تعاونی در اصل (۴۴) «بخش تعاونی شامل شرکتها و مؤسسات تعاونی تولیدی و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود» و با امعان نظر به ذیل این اصل که اشاره دارد، بر تفصیل ضوابط و قلمرو، شرایط هر سه بخش را قانون معین می‌کند، جز تفصیل حقوق بخش تعاون و محروم کردن تعاونگران این بخش از یک امتیاز به حق، هیچ شک و شبهه‌ای را برای کارگزاران تعاون باقی نمی‌گذارد، کدام مسؤولی کمترین تردیدی در این مورد روا می‌دارد؟ بنابراین وجوهی که دقیقاً متوجه ایجاد اشتغال در بخش تعاونی می‌باشد متوجه بخشی‌گردیده که نیازی نبود این تسهیلات به آنها داده شود. چون حسب قانون بودجه سنواتی کشور و آیین‌نامه‌های ذیربط آن، کل اعتبارات وجوه اداره شده طی سالهای ۷۹، ۸۰، ۸۱ و ۸۲ و نیز متأسفانه در لایحه ۸۳ بیش از پنجاه درصد (۵۰٪) اعتبارات تکلیفی بانک‌ها

به بخش خصوصی تعلق گرفته است. بدون آنکه حاکمیت دولت بر مصرف آن استوار باشد و یا از نتیجه بهره‌برداری طرح‌های اجرایی ناشی از این اعتبارات که منجر به ایجاد اشتغال واقعی شده باشد آگاهی یابد.

بر اساس آمار و اطلاعات موجود تاکنون وجوه اداره شده سیستم بانکی در جهت رفع مشکل بیکاری کارساز نبوده و نتیجه مثبتی حاصل نگردیده است. از سویی وابسته بودن دولت به سیستم بانکی برای ایجاد اشتغال مولد و پایدار، روش موفق و کارآمدی نمی‌باشد، زیرا نگاه پولی به شغل لزوماً روش درستی نیست و حداقل باید شرایط و مزایای نسبی و ویژگی مناطق مختلف کشور در بعد ایجاد اشتغال مورد بررسی قرار گیرد. این در حالی است که سیستم بانکی توان پرداخت تسهیلاتی معادل (۱۰/۰۰۰) میلیارد تومان خارج از ضوابط تکلیفی دولتی را دارد و تاکنون این اعتبارات عموماً متوجه بخش خصوصی گردیده است. فراموش نکنیم انحصار خصوصی به مراتب خطرناک‌تر از انحصار دولتی است چرا که انحصار خصوصی در برابر هیچ مسؤولی پاسخگو نمی‌باشد.

اصولاً سیستم بانکی به سهول الوصول بودن بازپرداخت اصل تسهیلات و گذاری و سود حاصل از تسهیلات علاقه‌مند و پایبند است و به نحوه مصرف این منابع توجهی ندارد و عملاً به ایجاد فرصت‌های شغلی و با اشتغال نمی‌اندیشد و این دیدگاه نظام بانکی موجب شده تا سیستم بانکی نتواند نقش موثر و کارآمدی در بهبود فعالیتهای اقتصادی (رشد اقتصاد) مشخصاً در تولید و اشتغال داشته باشد چون محدودیت موضوعی در فعالیت‌های بانکی برای بانک‌های سراسر کشور تعریف نشده است و با به عبارتی معیارهای تعریف شده در زمینه مزبور وجود ندارد. حتی به بانک‌ها هم تکلیف نشده در کدامین بخش اقتصادی سرمایه‌گذاری و یا آنرا توسعه بخشند این در شرایطی است که برای اخذ تصمیم‌گیری در بازار پولی و مالی و سرمایه‌ای، نقشی برای بخش تعاونی در نظر گرفته نشده است و بارها پیشنهاد شرکت بخش تعاون در تصمیم

سازی مزبور داده شده ولی سرانجام به جایی نرسیده است و این مشکل از آنجا ناشی می‌شود که پس از پایان جنگ تحمیلی سیاست‌های تعدیل اقتصادی بنا به توصیه صندوق بین‌المللی پول در ایران مورد اجرا قرار گرفته و در این سیاست‌ها هیچ جایگاه و نقشی در اقتصاد کشور برای بخش اقتصاد تعاونی وجود نداشته و ندارد ولی در عوض هر روز اخبار ضدونقیض در مورد انحلال و ادغام وزارت تعاون تنها متولی این بخش، عمدی و غیرعمدی و با کج‌بینی و یا عناد با بحران هویت مواجه می‌کند. بدین ترتیب، رسانه‌های ارتباط جمعی کشور هم خواسته و یا ناخواسته بلندگوی تفکر افرادی می‌شود که در سایه توسعه بخش تعاون منافع خود را در خطر می‌بینند ناگفته نماند تاکنون دلیل قانع‌کننده‌ای برای مخالفت با رژیم حقوقی تعاون ارائه نشده است. گروه دیگر مخالفان، تعاونی‌ها را وارد کنندگان و توزیع‌کنندگان کالا تشکیل می‌دهند که در صورت گستردگی شبکه توزیعی تعاون بویژه در روستاها (اعم از تعاونی مصرف و مسکن و اعتبار)، منافع غیرمنطقی آنها به خطر می‌افتد.

دو شاخصه عمده در اقتصاد کلان کشور، سرمایه‌گذاری و صادرات می‌باشد، که تامین منابع سرمایه‌گذاری و گسترش صادرات غیرنفتی همواره یکی از دشواریهای اساسی در اقتصاد کشور بوده و دولت‌ها همیشه به علت عدم توانایی در تامین منابع مالی کسافی در امر سرمایه‌گذاری مشکل داشته‌اند.

در حالی که بخش اقتصادی تعاونی یکی از پتانسیل‌های اساسی در این خصوص محسوب می‌شود و همانطور که مطالعات علمی و شواهد تجربی نشان می‌دهد در صورتی که راهکار تعاونی به صورت جدی و معنادار مورد عنایت قرار گیرد و ساز و کارهای اجرایی و تحقق اهداف آن فراهم شود، می‌تواند در توسعه، رفاه، بهره‌وری و سایر عناصر توسعه ملی موثر باشد با اینکه این امور در زمینه‌های توسعه و عمدتاً از عناصر فرااقتصادی می‌باشد اما می‌توانند در گسترش بهره‌وری، کاملاً نقش موثری داشته باشند. روش تعاونی می‌تواند از طریق تامین



اشتغال و ایجاد امنیت اجتماعی در گسترش رفاه و افزایش عدالت اجتماعی تاثیرگذار باشد مطالعات صورت گرفته در برخی از کشورها که منتهی به اقتصاد سرمایه‌داری و آزادسازی بی قید و شرط بخش خصوصی سازی می‌باشد، نشان می‌دهد هر جا که تعاونی به صورتی معقول مورد عمل واقع شده، توزیع فرصتها و امکانات عادلانه‌تر بوده است. همچنانکه گسترش مشارکت جویی در ماهیت فعالیتهای تعاونی نهفته است. فعالیت در حوزه اقتصاد تعاونی در بالا بردن بهره‌وری در سطح کلان رفاه اجتماعی نقش اساسی دارد.

به یقین و بدون کمترین تردیدی باید ادعای داشت که تعاونی‌ها با جذب سرمایه‌های اندک به تنهایی و بدون حمایت دولت نمی‌توانند در تولید نقش آفرینی کنند، و یا در ایجاد اشتغال هم سهم قابل ملاحظه‌ای نخواهند داشت. ولی با این همه می‌تواند در افزایش تولید کشور بسیار موثر و مفید باشد. به همین دلیل بوده اگر نظام سرمایه‌داری پیشرفته وقتی به این نکته رسید که به تنهایی قادر نیست همه نیازهای جامعه را حل کند، لذا با توسل به شیوه‌های تعاونی نسبت به رفع عیب اقتصاد بازار اقدام نمود. بنابراین توانمندی تعاونیها با واقعیت‌های غیر قابل انکاری همراه است.

ایجاد اشتغال در تشکلهای تعاونی از طریق اعطای وام بدون بهره یا کم بهره به عنوان یکی از سازوکارهای مهم برای رفع معضل بیکاری، کاهش فقر و محرومیت در جامعه باید مورد توجه قرار گیرد و در این زمینه تمهیدات دیده شده در ماده یک قانون بخش تعاونی تحت عنوان «اهداف و ضوابط کلی بخش تعاونی» و بند (۳) از ماده (۱) و مواد (۹ و ۱۴) قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره) مصوب ۸۲/۶/۸ نیز تاکید بر این امر دارد همچنین در ماده (۶۵) قانون بخش تعاون، وزارت تعاون به منظور اعمال نظارت دولت در اجرای قوانین و مقررات مربوط و حمایت و پشتیبانی از این بخش و به عنوان متولی بخش تشکیل گردیده است و به استناد تبصره (۲) همین ماده موسسه اعتباری صندوق تعاون برای فعالیتهای

اعتباری در بخش تعاون در اختیار وزارت تعاون قرار گرفت. و براساس ماده (۶۶) حدود (۳۰) بند بعنوان وظایف و اختیارات وزارت مزبور تعیین گردیده است که باتوجه به بندهای (۲۱، ۲۲ و ۲۳) و مواد (۱۷ و ۱۸) قانون، نقش عمده‌ای در فراهم آوردن انواع تسهیلات لازم برای ایجاد، توسعه، بازسازی واحدهای تعاونی و نظارت بر امور آنها، و تامین شرایط و امکانات مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری ثابت و در گردش در بخش پیش بینی نموده است. ضمن اینکه تهیه و تنظیم برنامه و تعیین نحوه کمکهای اعتباری در حدود مقررات و تامین اعتبارات از طریق بانکها بویژه موسسه اعتباری صندوق تعاون از موارد بسیار مهم و تعیین کننده در آنها است.

بنابراین وزارت تعاون تنها ابزار دولت محترم برای اعمال نظارت و حمایت به منظور حصول اطمینان از ایجاد اشتغال مولد و زودبازده و پایدار از طریق تخصیص تسهیلات تکلیفی بانکها، وجوه اداره شده، «اعتبار کمکهای فنی و اعتباری»، سرمایه موجود موسسه اعتباری صندوق تعاون و سایر امتیازات مندرج در قانون برنامه سوم توسعه بود و به عنوان یکی از بازوها و ابزارهای اجرایی سیاستهای پولی، مالی و اعتباری دولت و مجلس محترم در بخش تعاونی محسوب گردید. به همین دلیل حق نظارت، بازرسی و حسابرسی بر امور تعاونیها از بدو تاسیس تا مادامی که به نام تعاونی موجودیت دارند به این دستگاه محول گردیده است.

به استناد بند (۲) اصل (۴۳) قانون اساسی، بخش تعاون موظف به بسترسازی مناسب در ایجاد و توسعه اشتغال برای افراد بدون سرمایه، کم سرمایه، دانش آموختگان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی جوانان بیکار و جویای کار و کارآفرینان و زنان سرپرست خانوار و نیز تامین شرایط و فراهم آوردن امکانات برای سرمایه‌گذاری در بخش تعاون به منظور ایجاد تعاونیهای اشتغالزا با اولویت به طرحهای تعاونی تولیدی و تنظیم برنامه نحوه کمکهای دولتی و کمکهای اعتباری و مالی از طریق بانکها و

مؤسسات اعتباری و صندوق تعاون و سایر منابع در دسترس می‌باشد.

در حمایت ملموس از بخش تعاون قرار بود سرمایه صندوق تعاون به عنوان تنها مؤسسه اعتباری فعال در بخش تعاون طی برنامه سوم توسعه از سقف اعتبار پایه ۱۰۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۷۹ شروع و سالانه با رشد قابل قبول افزایش یابد معالاف در سالهای ۸۱ و ۸۲ با وجود پیش‌بینی در لایحه بودجه سال ۱۳۸۳ سقف ثابت ۵۰ میلیارد ریال با کاهش پنجاه درصدی (۵۰٪) ناشی از عدم حمایت سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور مواجه گردید (موضوع اعتبار ردیف ۵۰۳۵۱۵ که از ۱۰۰ میلیارد ریال به پنجاه میلیارد ریال تبدیل گردیده است) این امر دستیابی به فرصتهای شغلی پیش‌بینی شده را در اجرای طرحهای تعاونی طی سالهای مزبور غیرممکن نموده است ضمن اینکه از کل اعتبار وجوه اداره شده «کمکهای فنی و اعتباری» در بودجه کل کشور، در سال ۸۱ فقط مبلغ ۱۰۰ میلیارد ریال برای بخش تعاون اختصاص یافته که در سالهای بعد هم نیز با روند نزولی سقف این اعتبار روبرو است و حتی موضوع (۲۵٪) اعتبار ماده (۲۸) مصوبه ۱۰۵۳/ت/۲۸۳۳۶ هـ مورخ ۸۲/۱/۱۶ در مورد این بخش رعایت نگردیده است. واقعاً آیا بخش تعاون این قدر مستحق کم توجهی و بی‌اعتنایی و مجازات است؟ بدین ترتیب، اگر وزارت تعاون نتواند به عنوان ابزاری مطمئن در اشتغالزایی و نیل به رشد اقتصادی دولت را در رسیدن به اهداف استراتژیک و خروج از بحران بیکاری و مفساد اجتماعی یاری دهد، مقصر نیست!

#### منابع

1- magor B. Foster and other, Money and Banking (New yourk: Prentice Hall, INC. 4th. Edition 1955)

۲- گزارش صندوق تعاون، سال ۸۱ و ۸۰

۳- دکتر چینی «بخش خصوصی و توسعه و

اشتغال»

۴- قانون بخش تعاونی جمهوری اسلامی ایران

۵- قانون عیانت بانکی بدون ربا

## تاریخ تأسیس تعاونها در آلمان:

شرکتهای تعاونی در اواسط قرن نوزدهم (۱۸۰۰ الی ۱۸۶۹) به منظور مبارزه با فقر اقتصادی مناطق روستایی، کسبه و کارگران با تلاشها و کوششهای فردی بنام «هوبر» بنیانگذاری شده‌اند. وی در ابتدا سعی در تأسیس شرکتهای تعاونی مصرف، مسکن و عمران داشت.

سازمان شرکتهای تعاونی رایف آیزن بنام بنیانگذار تعاونیهای کشاورزی طی سالهای ۱۸۴۷ الی ۱۸۵۴ در منطقه وستروالد آقای «رایف آیزن» نامگذاری شده است.

قانون شرکتهای تعاونی: اولین مقررات تعاونیها در سال ۱۸۶۷ در خصوص جایگاه قانونی تعاونیها در زمان دولت پرویس تصویب شده است. در ادامه طی سال ۱۸۸۹ قانونی تحت عنوان تعاونیهای اقتصادی و مشاغل تصویب گردید که پیشرفتهایی نیز بدنبال داشت.

### گزارش فعالیت شرکتهای تعاونی طی سال ۲۰۰۳

در پایان سال ۲۰۰۳ در آلمان مجموعاً ۳۲۸۶ شرکت تعاونی فعالیت داشته‌اند که در مقایسه با سال ۲۰۰۲ از لحاظ تعداد به میزان ۴ درصد (با برابر ۱۳۷ شرکت کاهش رشد) داشته‌اند. حجم عملکرد مالی آنها طی سال ۲۰۰۳ به رقم ۳۷/۵ میلیارد یورو بالغ گشته است.

گروه تعاونیهای رایف آیزن به لحاظ تنوع شغلی و چگونگی فعالیتهای اقتصادی دارای شرکتهایی با تخصصهای مختلف می‌باشد. به طور مثال ۹۵۵ شرکت در بخش امور خدماتی، ۷۵۱ شرکت در بخش کشاورزی فعالیت دارند. همچنین تعداد شرکتهایی که انحصاراً فعالیتهای اقتصادی و تجاری انجام می‌دهند به رقم ۱۵۳۷ واحد می‌رسد.

این شرکتهای به عنوان پل ارتباطی بین کشاورزان و بازارهای تجاری ایفای نقش می‌نمایند. طی سال ۲۰۰۳ حجم عملکرد مالی شرکتهای تعاونی تجاری نسبت به سایر انواع تعاونیها مجموعاً ۹۴ درصد کل عملکرد مالی شرکتهای تعاونی را که بالغ بر ۳۵ میلیارد یورو می‌باشد، تشکیل داده است. علاوه بر این میزان صادرات تعاونیها نیز در این مدت به رقم ۳/۳



## توسعه سازمان تعاونیهای آلمان (رایف آیزن) \*

● ترجمه نبوتی - بخش اقتصادی سفارت جمهوری اسلامی ایران در آلمان

### پیشینه تعاونیها در آلمان

تعاونی شرکتی است با تعداد نامحدودی از سهامداران و با هدف حمایت از فعالیتهای اقتصادی و تجاری اعضا از طریق انجام معاملات مشترک. مشخصه تعاونی در مقایسه با سایر شکل‌های تجاری تعریف آن است که به عنوان انجمنی مطرح است متشکل از افراد با وظیفه حمایت اقتصادی، در اجرای حقوق تساوی اعضا بدون در نظر گرفتن میزان سهم آنها از سرمایه تعاونی و همچنین اعمال مدیریت از طریق ارکان تعاونی که براساس انجام معاملات

مشترک با هدف غیرانتفاعی بودن، بیان می‌گردد.

در آلمان تعاونیها از لحاظ اقتصادی به دو دسته تقسیم می‌شوند:

تعاونیهای حمایتی، اجرایی یا تدارکاتی و تعاونیهای تولیدی. تعاونیها از لحاظ تنوع فعالیتهای عبارتند از: تعاونیهای اعتباری همراه با تجارت کالا - تعاونیهای خرید و فروش - تعاونیهای مبادلات شیر - تعاونیهای دام و گوشت - تعاونیهای میوه، سبزیجات و باغبانی، مسکن - تعاونیهای دارندگان ناکستان - تعاونیهای کشاورزی

## تعداد و درصد تعاونیها به تفکیک گروه صنفی

گروه صنفی	تعداد تعاونیها	سهم نسبت به کل
- بخش کشاورزی	۷۵۱	۲۲/۹٪
- بخش تجارت کالا و امور بانکی	۷۰۴	۲۱/۴٪
- بخش تولیدات لبنی	۳۴۷	۱۰/۶٪
- بخش تاکستان	۲۳۶	۷/۲٪
- بخش میوه، صیفی جات، باغبانی	۱۱۷	۳/۶٪
- بخش دام زنده و محصولات گوشتی	۱۰۶	۳/۲٪
- سایر تعاونیها	۹۹۸	۳۰/۳٪
- بخش مدیریت نیروی انسانی (ادارات مرکزی)	۲۷	۰/۸٪

## تعداد شاغلین به تفکیک گروه صنفی

- تجارت کالا و امور بانکی	۲۳۰۰۰ نفر
- خرید و فروش	۱۳۵۰۰ نفر
- بخش تولیدات لبنی	۱۱۵۰۰ نفر
- بخش کشاورزی	۲۱۵۰۰ نفر
- بخش مدیریت نیروی انسانی (ادارات مرکزی)	۳۶۵۰۰ نفر
- سایر بخشها	۱۴۰۰۰ نفر
جمع کل	۱۲۰۰۰۰ نفر

## ترکیب عملکرد مالی تعاونیها به تفکیک گروه صنفی

گروه صنفی	میزان به میلیارد یورو	سهم نسبت به کل
- بخش تجارت کالا و امور بانکی	۱۶/۵	۴۴٪
- بخش تولیدات لبنی	۹/۸	۲۶/۱٪
- بخش دام زنده و محصولات گوشتی	۶/۴	۱۷/۱٪
- بخش میوه، صیفی جات، باغبانی	۱/۹	۵/۱٪
- بخش کشاورزی	۱/۴	۳/۷٪
- بخش تاکستان	۰/۸	۲/۱٪
- سایر بخشها	۰/۷	۱/۹٪

## شرکتهای تعاونی بخش تجارت کالا و امور بانکی در سازمان رایف آیزن

## اعضای منطقه‌ای اتحادیه‌های تعاونی

انواع تعاونیها	ایالات عربی	کل آلمان		تغییرات به درصد	
		سال ۱۹۹۰	سال ۲۰۰۲	۲۰۰۲	۲۰۰۳
تجارت کالا و امور بانکی	۱۴۷۴	۳۰۱	۲۷۴	-۱۵	-۹
خرید و فروش	۶۴۵	۴۵۸	۴۲۰	-۳/۲	-۶/۱
تولیدات لبنی	۸۴۶	۳۵۴	۲۴۷	-۶/۳	-۲
دام زنده و تولیدات گوشتی	۲۰۵	۱۱۷	۱۰۶	۴/۵	-۹/۴
میوه، صیفی جات، امور باغبانی	۱۱۴	۱۲۱	۱۱۷	-۳/۲	-۳/۳
تاکستان	۲۱۰	۲۲۸	۲۳۶	-۷	-۰/۸
کشاورزی	-	۷۶۹	۷۵۱	-۲/۳	-۲/۳
سایر	۱۵۵۲	۱۰۲۶	۹۹۸	-۶/۴	-۳/۷
ادارات مرکزی	۵۳	۲۹	۲۷	-۹/۴	-۶/۹
جمع کل	۵۱۹۹	۳۴۲۳	۳۲۸۶	-۵/۸	-۴

طی سال ۲۰۰۳ حجم عملکرد مالی شرکتهای تعاون تجاری نسبت به سایر انواع تعاونیها مجموعاً ۹۴ درصد کل عملکرد مالی شرکتهای تعاونی را که بالغ بر ۳۵ میلیارد یورو می‌باشد، تشکیل داده است. علاوه بر این میزان صادرات تعاونیها نیز در این مدت به رقم ۳/۳ میلیارد یورو (۳/۲ میلیارد یورو در سال ۲۰۰۲) رسیده است.

بیلیارد یورو (۳/۲ میلیارد یورو در سال ۲۰۰۲) رسیده است. ضمن آن که ۸۰ درصد کالاهای صادراتی شامل محصولات لبنی، گوشتی و دام زنده می‌باشد.

همچنین میزان صادرات محصولات لبنی تعاونیها در این مدت به رقم ۱/۹ میلیون یورو می‌رسد که سه چهارم آن به کشورهای اتحادیه اروپا صادر شده است. روند نزولی فعالیت‌های بخش دام زنده و محصولات گوشتی طی سال ۲۰۰۳ منجر به تعطیلی ۱۱ شرکت یعنی برابر با ۹/۴ درصد کل شرکتهای تعاونی نسبت به آمار سال قبل شده است. به علت کاهش فعالیت در بخشهای میوه، صیفی جات، باغبانی و همچنین تاکستان، تعداد شرکتهای تعاونی در پایان سال ۲۰۰۳ با نرخ کاهش ۱/۷ درصد مجموعاً به ۳۵۳ شرکت رسیده است. تعداد شرکتهای تعاونی در بخش کشاورزی نیز با رقم ۲/۳ درصد کاهش روبرو بوده است.

حجم سرمایه‌گذاری مفید شرکتهای تعاونی رایف آیزن در ساختمان، تأسیسات، افزایش کیفیت، تجهیزات کارگاهی طی سال ۲۰۰۳ به میزان یک میلیارد یورو گزارش شده است.

## منبع:

\* اتحادیه شرکتهای تعاونی رایف آیزن - گزارش

سال ۲۰۰۳ - ترجمه: نویسنده - بخش اقتصادی

## نگاهی اجمالی به کارکردهای مجامع عمومی

● محمدرضا عباسی

اصول و قوانین تعاون سازوکارهای مناسب و متعددی را برای تقویت روابط اعضا و تعاونی‌ها و نیز مشارکت مؤثر آنان برای پیشبرد امور و نیل به اهداف، پیشنهاد و توصیه کرده است. «مجامع عمومی» یکی از این سازوکارها به حساب می‌آید.

در توصیف و تبیین مجامع عمومی می‌توان بیان نمود که این مجامع در واقع «کانون برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری» هر تعاونی بوده و رکن اساسی «مشارکت» محسوب می‌شوند. مجامع عمومی در واقع «هویت تعاونیها» هستند. هویت تعاونیها از ارتباط و مشارکت آزاد و داوطلبانه اعضا در مدیریت و برنامه‌ریزی امور تأثیر می‌پذیرد و مجامع عمومی این امر را تسهیل می‌سازند. اگر تعاونیها از ارتباط و مشارکت تهی گردند، صرفاً تعاونیها، «تشکلهای اقتصادی» هستند نه «تشکلهای تعاونی».

مجامع عمومی از مهمترین ارکان تعاونیها به حساب می‌آیند که جلوه‌گاه مشارکت، ارتباط و اقتدار اعضا می‌باشند. از همین رو، مجامع را می‌توان به منزله کانونهای تحقق آرمانها و شعارهای نهضت تعاونی، اصول و فلسفه تعاون و قانون تعاونی توصیف نمود.

### کارکردهای مجامع عمومی

مجامع عمومی، موقعیت‌های مناسبی برای تدارک زمینه‌های همگرایی، تلاش مشترک، اتفاق‌نظر، مشارکت و سازماندهی و در نتیجه رشد و توسعه هر تعاونی می‌باشند. گرچه مجامع عمومی در فرآیند توسعه تعاونیها، نقشها و کارکردهای بارز و مؤثری دارند؛ اما متأسفانه بخش کوچکی از این کارکردها را مطمح‌نظر قرار می‌دهند. این تلقی نامناسب موجب شده است تا تعاونیها از مجامع عمومی صرفاً به معنای موقعیتی که

در آن اعضای هیأت مدیره انتخاب می‌شوند و یا گزارش مالی تعاونی استماع! خواهد شد، تصور شوند و سایر نقشها، مسؤولیتهای و کارکردهای توسعه‌ای آن به فراموشی سپرده شود.

برنامه‌ریزی، شور و مشورت، آموزش، اطلاع‌رسانی، دموکراسی، بسترسازی و وحدت اعضا و... از مقوله‌هایی است که در بیشتر تعاونیها به عنوان کارکردهای توسعه‌ای مجامع عمومی نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که اعضا و مدیران تعاونیها باید از ابعاد مزبور آگاهی بیشتری داشته و به نقش آنها در فرآیند توسعه تعاونی ذیربط اهمیت بیشتری دهند.

بنابراین، اگر بخواهیم نگاهی «جامع» و «فراگیر» به کارکردهای مجامع عمومی داشته باشیم، باید با اندیشه‌های گنکاشگرا، همه ابعاد و زوایای مجامع عمومی را تحلیل و تبیین کنیم. گرچه نمی‌توان برای کارکردهای مجامع عمومی، مرزهای مشخص، جدا از هم را قائل شد، اما در نگاهی کلی می‌توان کارکردهای مجامع عمومی را از زوایای گوناگون بازشناسی و مورد تحلیل قرار داد. برخی از مهمترین کارکردهای مجامع به شرح ذیل است:

### ۱- تضمین قبول مسؤولیت از سوی اعضا

برپایه اصل عضویت داوطلبانه و آزاد، عضویت در تعاونیها به دور از تبعیض‌های رایج در اقتصاد آزاد صورت می‌گیرد. عضویت افراد در تعاونیها از جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، نژاد، جنسیت و... تابع هیچگونه محدودیتی نیست. هر فرد که تمایل به عضویت داشته باشد، تنها با قبول مسؤولیتهای ناشی از آن می‌تواند به عضویت تعاونی موردنظر درآید.

یکی از مسؤولیتهای ناشی از قبول عضویت، حضور عضو یا وکیل او در جلسات مجامع عمومی است. اگر چه شرکتهای تعاونی در زمینه قبول عضو از سیاست درهای باز پیروی می‌کنند، اما «درهای باز» تنها در صورت قبول مسؤولیتهای ناشی از عضویت واقعیت خواهد یافت. چنانچه فرد بخواهد از این سیاست تنها در قبول عضویت سود جوید و مسؤولیتهای ناشی از آن را به فراموشی سپارد و همچنین تعاونی ذیربط نسبت به این نقیصه بی‌تفاوتی نشان دهد، پس از

مدتی تعداد اعضای بی‌تفاوت و بی‌توجه به مسؤولیتهای، افزایش خواهد یافت. از آنجا که حضور در مجامع عمومی یکی از مسؤولیتهای ناشی از عضویت در تعاونیهاست، پس می‌توان نتیجه گرفت که این مجامع در واقع تضمین‌کننده اجرای منطقی و مؤثر سیاست درهای باز خواهند بود.

### ۲- تصمیم‌سازی توسط اعضا

انتخاب مدیران تعاونی یکی از کارکردهای مجامع عمومی است. در فرآیند تصمیم‌سازی‌هایی که در مجامع صورت می‌گیرد، اعضای حاضر در مجمع، هیأت مدیره و بازرسان اصلح را از طریق رأی‌گیری انتخاب می‌کنند. این امر نمونه بارز تبیین حق سرنوشت اعضا توسط خود آنان است. پس همه اعضای یک تعاونی در مدیریت و اداره امور فعالیت سهیم هستند و برای این کار نیز از حقوق مساوی و مؤثر برخوردارند.

در فرآیند تصمیم‌سازیها و از جمله انتخاب مدیران و بازرسان، هر عضو ضمن مشارکت در مدیریت تعاونی ذیربط، خود شخصاً تصمیم گرفته است چه کسانی اصلح هستند با این وضع، می‌توان توصیف نمود که مجمع عمومی، کانون نمایش اقتدار اعضای تعاونیها می‌باشند. خصوصاً این که در مجامع می‌توان همه گونه تصمیمات مرتبط به تعاونی خود را اخذ کنند.

### ۳- نظارت مؤثر توسط اعضا

در همه سازمانها، هنگامی موفقیت حاصل خواهد شد که فعالیتها و وقایع با نظارت و کنترل توأم باشد و همه امور در ترازوی سنجش و ارزیابی قرار گیرند و براساس این کنترل و ارزیابی، مشکلات، موانع و کجرویها شناسایی شوند.

در تعاونیها به موجب اصول و قوانین تعاونی، مجامع عمومی در واقع حکم ترازویی را دارد که عملکرد و فعالیتهای تعاونی در آن سنجش می‌شود. یکی از جلوه‌گاههای ارزیابی اعضا از وقایع، ارزیابی و نظارت بر عملکرد و فعالیتهای تعاونی است. در مجامع هیأت مدیره و بازرسان گزارش مالی و عملکرد تعاونی را به استماع اعضا می‌رسانند. اعضا آن را نقد و بررسی و ارزیابی می‌کنند و نظرات خود را برای بهبود بخشیدن سیر فعالیتهای آتی بیان می‌کنند. این رویکرد یکی از سودمندترین نوع ارزیابی در یک سازمان



است که زمینه آن را مجامع عمومی به نحوی مطلوب در تعاونیها تسداری می‌بینند.

#### ۴- آموزش و اطلاع‌رسانی به اعضا

مجامع عمومی از جنبه‌های آموزش تعاون و اطلاع‌رسانی رویدادهای تعاونی ذریب به اعضا نقش و کارکرد مفیدی دارند. مسلم است که همه اعضا در همه زمینه‌های علمی و تخصصی، دانش و اطلاعات کامل و مشابه ندارند. بعلاوه، آگاهی آنان از رویدادهای تعاونی نیز کامل و یکسان نیست. از این‌رو، می‌توان پیش‌بینی نمود که در مباحثات و گفتگوهای مجامع عمومی، نوعی انتقال دانش و اطلاعات از اعضای مطلع به سایر اعضا به وقوع می‌پیوندد. این واقعه که نوعی آموزش غیرمستقیم تلقی می‌شود از طریق «هم‌آموزی» و «تبادل نظر و تجربه» صورت می‌گیرد.

بعلاوه، اعضای که نسبت به امور و وقایع تعاونی ذریب آگاهی بیشتر دارند، اطلاعات خود را در جریان بحثها و گفتگوهای مرتبط بر تصمیم‌سازی در اختیار سایر اعضا قرار می‌دهند و حتی در صورت لزوم مستقیماً به راهنمایی آنان اقدام می‌ورزند. پس یکی از کارکردهای مجامع عمومی آموزش و اطلاع‌رسانی می‌باشد که نقش مهمی در رشد و توسعه فعالیتها دارد.

#### ۵- تقویت و توسعه ارتباطات انسانی

مجامع عمومی یکی از ارکان معتبر شرکتهای تعاونی می‌باشند که «وجه اجتماعی» و «ارتباطات انسانی» را در هر تعاونی تکامل می‌بخشند. بدین ترتیب وقتی که اعضای یک تعاونی در مجمع عمومی گرد هم می‌آیند، روابط بین آنان در اثر گفتگو و تعامل توسعه می‌یابد. در این گردهمایی، اعضا با یکدیگر بیش از پیش آشنا تر می‌شوند، از حال هم باخبر می‌گردند، پای صحبت همدیگر می‌نشینند، در مورد مسائل مورد علاقه گفتگو می‌کنند که در نتیجه این تعاملها به درک متقابل نایل می‌شوند و روابط انسانی پویایی بین آنان ایجاد و گسترش خواهد یافت.

#### ۶- تمرین دموکراسی اعضا

دموکراسی یک شاخص ممتاز شرکتهای تعاونی است. چنانچه خدشه‌ای به آن وارد شود، تعاونی ذریب از زمره سازمانهای تعاونی خارج خواهد شد. این

در حالی است که مجامع عمومی یکی از عمده محلها و کانونهای حفظ دموکراسی و تداوم بخش جریان پویایی آن در هر تعاونی به حساب می‌آید.

در مجامع عمومی به موجب آن که همه اعضا حق شرکت دارند، هر عضوی صاحب یک رأی است، تصمیم‌سازیها به نحوی آزاد صورت می‌گیرد؛ نظارت و ارزیابی بر امور مالی و عملکرد تعاونی به نحوی مطلوب انجام می‌شود؛ مشارکت اعضا در تصمیم‌سازیها تسهیل می‌گردد و عامل حفظ، تقویت و تداوم دموکراسی خواهند بود. در واقع، مجامع عمومی نماد پارزی از یک موقعیت است که اعضا در آن همواره در حال تمرین دموکراسی می‌باشند. حال چنانچه این امر تحقق نیابد، روح دموکراسی و آزاد منشی در تعاونیها زایل خواهد شد.

#### ۷- تقویت ابتکار و خلاقیت اعضا

روشن است که اعضا به مدد همفکری و تبادل‌نظری که در جلسات مجامع عمومی با هم دارند، مناسبترین پیشنهادها، توصیه‌ها و راهکارهای ارائه شده را مورد بررسی قرار می‌دهند و آن را برای اجرا به مدیران تعاونی ارجاع می‌نمایند. با این وصف، می‌توان امیدوار بود که رویکرد مزبور سبب می‌شود افکار جدید، خلاقیت و ابتکارات موثری برای توسعه و گسترش فعالیتهای تعاونی پیشنهاد و تصویب شود. به موجب، به عسلاوه بحث و بررسی موضوعات مطروحه از زوایای مختلف، قوه خلاقیت و ابتکار اعضا نیز بتدریج پرورش خواهد یافت.

#### ۸- تضمین مشارکت اعضا

حضور اعضا در مجامع عمومی یک حق شناخته شده در تعاونیهاست. هیچ فرد و مقامی قادر نیست مانع این حضور شود. با این وصف، مجامع عمومی کانونهای حضور فعال اعضا برای مشارکت در اداره امور هستند که می‌بایست از این امر بهره‌برداری مناسب به نفع اعضا و تعاونی به عمل آید. حضور اعضا در مجامع عمومی مترادف با هویت یافتن فرد به عنوان یک انسان دارای آرا و نظر، استقلال رأی، مشارکت جو و یکی از مالکان شرکت تعاونی است. بنابراین، مجامع عمومی شرایطی را فراهم می‌سازند که این انسان صاحب حق بتواند در عرصه حاضر شود و

از حقوق فردی و گروهی خویش دفاع کند. به این ترتیب باید زمینه حضور و بروز توان بالقوه اعضا را به نحوی مطلوب با شرکت در مجامع عمومی مساعد ساخت.

#### ۹- تضمین عدالت، مساوات و برابری

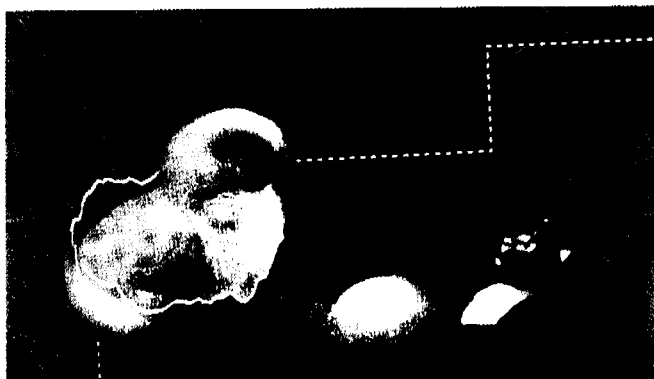
نهضت تعاونی از آغاز پیدایش و شکل‌گیری بشارت‌دهنده مساوات، عدالت و برابری بوده است و با هر گونه تبعیض و برتری‌طلبی مخالفت ورزیده است. در این راستا، شعار «هر عضو، یک رأی» و «عضویت آزاد و اختیاری» را برگزیده است. در واقع، مجامع عمومی فرصت تحقق این شعار را فراهم ساخته‌اند. زیرا، در این مجامع انتخاباتها و تصمیم‌سازیها بر اساس رأی اعضا صورت می‌گیرد و هر عضو انتخاب و پیشنهاد خود را (پس از فرآیند بحث و بررسی) با دادن رأی ارائه می‌کند. بدین ترتیب، بدون اغراق می‌توان گفت که مجامع عمومی موقعیتی است که یکسان بودن، عدالت و برابری را که از حقوق اعضا می‌باشد، به مرحله اجرا در می‌آورد.

#### ۱۰- تضمین و تسهیل ساماندهی منابع

مجامع عمومی، تشکل تمامی منابع انسانی هر تعاونی محسوب می‌شوند. انگیزه این منابع انسانی (اعضا مدیران و...) صرفاً حل و فصل امور، تنظیم مسؤولیتها، مدیریت و نظارت بر فعالیتها و امور تعاونی است. روشن است این مجموعه قادر خواهد بود تمامی تفکر و اندیشه خلاقه خویش را در راستای تحقق اهداف متمرکز سازد و به تبع آن منابع مالی آنان نیز در جهت برآورده ساختن نیازها و نیل به هدفها ساماندهی شود. به دیگر سخن، مجامع عمومی مرکز ثقل توزیع منابع در هر تعاونی است.

حال که با برخی از کارکردهای مجامع عمومی آشنا شدیم، انتظار می‌رود مدیران تعاونیها به این مجامع نگاهی عمیق‌تر و جامع‌تر داشته باشند و از آن به منزله موقعیتی بی‌بدیل برای پیشبرد اهداف تعاونی و تحقق آرمانهای اصیل نهضت تعاونی بهره‌برداری کنند. بدون شک، چنانچه نگاه مدیران و اعضا تعاونیها به مجامع عمومی واقعی و توسعه‌گراانه باشد، قادر خواهند شد همه مشکلات را از پیش‌رو بردارند و شرکت تعاونی ذریب را به عنوان یک الگوی اصیل تعاونی به جامعه معرفی کنند. ●





## مقدمه

بخش

کشاورزی

در ایران یکی

از دیرینه‌ترین

و مهم‌ترین

بخشهای اقتصادی

است که همواره به

عنوان محور توسعه

محسوب شده و به اعتقاد

بسیاری از کارشناسان و

صاحب‌نظران دارای مزیت نسبی است.

زیرا کشاورزی و نظام اقتصادی مبتنی بر

آن، قدمتی طولانی در ایران دارد. و در این

بخش بخاطر تامین نیاز غذایی جامعه

حساسیتهای زیادی وجود دارد. بدین

ترتیب آنچه را در این میان نباید از نظر

دور داشت، این است که بدون شک تامین

مواد غذایی به صورت انبوه و پاسخگویی

به نیازهای روزافزون جامعه به

فراآورده‌های کشاورزی تنها با گذر از

کشاورزی سنتی و بهره‌گیری از فن‌آوری

مناسب تولید و توسعه مکانیزاسیون

محقق می‌گردد. از این رو مکانیزاسیون

کشاورزی به عنوان یک عامل حیاتی در

تولید محصولات کشاورزی سهم به‌سزایی

در امنیت و ثبات و توسعه مواد غذایی این

کشور ایفا می‌نماید. بنابراین، بهتر آن

است که در جهت نیل به اهداف و

پیشبرد بهینه این بخش دیرینه در ایران،

گامهای موثرتری برداشته شود.

بخش کشاورزی در حال حاضر تامین

کننده ۲۶ درصد تولید ناخالص ملی و

حدود ۸۵ درصد مواد غذایی در کشور

## بررسی وضعیت صنعت طیور و چگونگی شکل‌گیری اتحادیه سراسری تعاونی مرغداران

● گردآوری و تنظیم: البرز محمدی

وزارت

تعاون

می‌پردازیم:

در چند

دهه گذشته

صنعت مرغداری

در ایران بطور

مستمر و چشمگیری

توسعه یافته است. بطوری

که تولید گوشت از ۹۷ هزار تن

در سال ۵۳ به ۷۰۰ هزار تن در سال

۷۸ و ۸۰۰ هزار تن در سال ۸۰ افزایش

یافته و به مرور تولیدات طیور جانشین

انواع پروتئین‌های حیوانی در تغذیه مردم

ایران شده است.

در عین حال، توسعه مرغداری در

دهه‌های گذشته با مسائل فراوانی همراه

بوده و در اغلب سالها بحران و چالشهای

متعددی را برای تولیدکنندگان و

برنامه‌ریزان به همراه داشته است که

متأسفانه این مسائل به صورت مزمن و

حل‌ناشدنی باقیمانده است و اما علی‌رغم

تمام مشکلات و مسائلی که برای توسعه

مرغداری در ایران وجود دارد معهدا در

آینده نیز به دلایلی که ذکر خواهد شد،

مجبور به توسعه بیشتر صنعت مرغداری

در کشور می‌باشیم و اما عللی که نیاز به

توسعه مرغداری را در آینده ضروری

می‌سازد به قرار زیر می‌باشد:

### افزایش رشد جمعیت در طی مقاطع

#### مختلف تا سال ۱۴۰۰

در مورد افزایش جمعیت در ایران

ارقام اعلام شده دارای اختلافات زیادی

است. وجود تنوع آب و هوایی، ذخایر ژنتیکی، منابع عظیم طبیعی خدادادی، مزیت در تولید برخی محصولات و... از جمله دیگر قابلیت‌های بخش کشاورزی است.

با نگاهی اجمالی به شاخصهای اقتصادی می‌توان دریافت که طی سه سال گذشته روند رشد بخش کشاورزی سیر صعودی مطلوبی داشته است، به طوری که از درصد رشد (۹/۴-) در سال ۱۳۷۸ به درصد (۶/۱) در سه ماهه اول سال ۱۳۸۱ رسیده و سهم بخش کشاورزی در تولید ناخالص ملی ۲۶ درصد و اشتغال در سطح ملی ۲۸ درصد اعلام شده است که در نوع خود قابل توجه می‌نماید. با این مقدمه اینک به بررسی وضعیت صنعت طیور و مرغداری در ایران که خود از موثرترین و فعالترین بخشهای کشاورزی و زیربخش شکوفا می‌باشد و نیز به چگونگی و ضرورت شکل‌گیری اتحادیه سراسری صنعت مرغداران تحت پوشش

تغذیه‌ای و اقتصادی تولید گوشت مرغ و تخم‌مرغ تولید این محصولات به طور طبیعی توسعه یافته و جانشین مواد دیگر پروتئینی شده است. مزایای این امر به طور خلاصه به قرار زیر می‌باشد:

### مزایای تغذیه‌ای و بهداشتی

میزان پروتئین بالا، ضریب هضم بالا، افت کم در کشتارگاه و به هنگام مصرف و بالاخره سالم بودن گوشت از نظر محدود بودن بیماری‌های قابل انتقال به انسان از جمله مزایای بهداشتی این تولیدات می‌باشند.

### مزایای اقتصادی

رشد سریع جوجه‌های گوشتی در نژادهای اصلاح شده، ضریب تبدیل غذایی پایین، سهولت تهیه منابع اولیه غذایی، امکان تولید در تمام شرایط جغرافیایی و آب و هوایی، برگشت سریع سرمایه نیز از جمله مزایای اقتصادی این بخش می‌باشند.

از این رو وضعیت طیور کشور و توسعه کمی صنعت طیور در سالهای اخیر بویژه، بعد از انقلاب بر کمتر کسی پوشیده است. واحدهای مرغداری به گستردگی کل خاک ایران پراکنده و در هر شهر و روستایی وجود دارند. به همین علت صنعت مرغداری یکی از صنایع قابل توجه و ممتاز در کشور است براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، کل دارایی‌های ثابت صنعت مرغداری شامل واحدهای پرورش و صنایع وابسته یعنی معادل ۹۷۷ میلیارد تومان است که از رقم یاد شده ۸۴ درصد معادل ۸۲۰ میلیارد تومان متعلق به واحدهای پرورش و تولید مرغ و تخم‌مرغ، ۶ درصد متعلق به کشتارگاهها و ۹/۳ درصد متعلق به خوراک طیور است. در بخش پرورش و تولید مرغ و تخم‌مرغ که ۸۴ درصد از کل سرمایه ثابت صنعت مرغداری را به خود اختصاص می‌دهد، سهم عمده متعلق به تولید گوشت مرغ و پس از تاسیسات مرغ تخم‌گذار است. با توجه به شمار شاغلان در واحدهای پرورش و تولید مرغ و تخم‌مرغ (۵۶۲۱۴ نفر) است. همچنین سرمایه ثابت موردنیاز برای ایجاد یک شغل در این بخش بالغ بر ۱۴۵/۹ میلیون

سال	گزینه رشد کم ۱/۴ درصد	گزینه رشد متوسط ۱/۷ درصد	گزینه رشد زیاد ۲/۱ درصد
۱۳۸۰	۶۵/۶۰۰/۰۰۰	۶۵/۸۰۰/۰۰۰	۶۵/۸۰۲/۰۰۰
۱۳۸۵	۷۱/۳۰۰/۰۰۰	۷۱/۸۳۰/۰۰۰	۷۱/۹۸۱/۰۰۰
۱۳۹۰	۷۷/۲۶۵/۰۰۰	۷۸/۳۴۵/۰۰۰	۷۸/۹۸۰/۰۰۰
۱۳۹۵	۸۲/۵۰۰/۰۰۰	۸۴/۴۰۰/۰۰۰	۸۶/۰۰۰/۰۰۰
۱۴۰۰	۸۶/۴۰۰/۰۰۰	۸۹/۲۰۰/۰۰۰	۹۲/۲۰۰/۰۰۰

کیلوگرم، مصر ۶ کیلوگرم، هند ۱ کیلوگرم، بنابراین و بطور کلی، متوسط سرانه مصرف در دنیا ۷ کیلوگرم است.

لازم به ذکر است مصرف سرانه گوشت مرغ در ایران در روز ۳۳ گرم و مصرف سرانه تخم‌مرغ ۲۱/۹ گرم می‌باشد، که با توجه به این که گوشت مرغ دارای ۲۰/۲ درصد پروتئین و تخم‌مرغ ۱۲/۵ درصد پروتئین می‌باشد بنابراین، در روز ۶/۶۶ گرم پروتئین خالص از گوشت مرغ و ۲/۷۳ گرم از تخم مرغ و در مجموع ۹/۳۹ گرم از احتیاجات پروتئین خالص مردم از تولیدات طیور تامین می‌شود.

### کاهش تولید و مصرف گوشت قرمز

تولید گوشت قرمز در ایران و کشورهای جهان سوم براساس مراتع طبیعی بنیان گذاشته شده است. به طوری که طبق نظرات کارشناسان در حال حاضر ۱۲۳ میلیون واحد دامی در کشور وجود دارد که ۸۳ میلیون واحد دامی از مراتع کشور تعریف می‌شوند و این در حالی است که ظرفیت مراتع کشور حدود ۳۷ میلیون رأس دام است. و این امر سبب شده است که به سرعت مراتع بیشتری به صورت مخروبه درآمد و غیرقابل چرا باشند. به طوری که در سالیان آتی کشور متکی به واردات عظیم گوشت قرمز می‌گردد. در سالهای اخیر به علل مختلف این واردات کاهش یافته است. مصرف سرانه گوشت قرمز در ایران به علل کمبود، گرانی و کاهش قدرت خرید مردم بنحو چشمگیری کاهش یافته است. از این رو برای جبران کاهش مصرف گوشت قرمز اجباراً باید از منابع دیگر پروتئین حیوانی به ویژه طیور و ماهی استفاده نمود.

### سهولت تهیه تولیدات طیور

امروزه در دنیا و ایران به علت مزایای

است. از این رو در بخش مطالعات جمعیت در فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی برای آینده کشور سه الگوی مختلف براساس رشد کم، رشد متوسط و رشد زیاد تا سال ۱۴۰۰ مورد بررسی قرار گرفت که خلاصه آن به صورت فوق در جدول آمده است.

با توجه به آمار ارائه شده از سایر منابع به نظر می‌رسد رشد ۱/۷ درصد با واقعیت بیشتر مطابقت دارد به این ترتیب در طی بیست سال آینده به طور خوش بینانه ۲۴ میلیون نفر افزایش جمعیت خواهیم داشت که باید علاوه بر تامین غذا برای جمعیت فعلی، برای ۲۴ میلیون نفر جمعیت اضافی نیز غذا تولید کرد.

### پایین بودن مصرف سرانه پروتئین حیوانی و تولیدات طیور

طبق نظر برخی از کارشناسان تغذیه در ایران، مصرف پروتئین حیوانی روزانه ۱۹ گرم است. در حالی که آمار (F.A.O) ۱۷ گرم را برای ایران اعلام کرده است و این در حالی است که در اکثر کشورهای دنیا حداقل مصرف سرانه پروتئین حیوانی ۲۹ گرم است. بدین ترتیب از نظر مصرف سرانه پروتئین در پایین تراز حداقل قرار گرفته‌ایم. و برای حفظ سلامت جامعه باید مصرف سرانه پروتئین حیوانی کشور افزایش یابد.

طبق اعلام مقامات وزارت جهاد کشاورزی، میزان مصرف سرانه گوشت مرغ در ایران ۱۲ کیلوگرم و میزان مصرف تخم‌مرغ ۸ کیلوگرم در سال برآورد شده است. این مهم در حالی است که میزان مصرف سرانه گوشت مرغ در برخی کشورهای دنیا به شرح زیر است: آمریکا ۴۱ کیلوگرم، کانادا ۲۷ کیلوگرم، برزیل ۲۳ کیلوگرم، ایتالیا ۱۱ کیلوگرم، آلمان ۸

ریال است که نشانگر اهمیت سرمایه ثابت در ایجاد هر شغل در این صنعت است و اما درخصوص وضعیت طیور کشور می‌توان گفت که میزان نیاز سالانه دان بیش از چهارمیلیون تن است سطح زیربنای سالنهای مرغداری و تاسیسات و تجهیزات مرغداری بالغ بر چهل هزار هکتار می‌باشد که مجموعه این صنعت عظیم سالیانه حدود هشتصد و پنجاه هزار تن گوشت مرغ و پانصد هزار تن تخم مرغ تولید می‌کند و چنانچه از حداکثر توان بهره‌جویی و بهره‌گیری شود، بالغ بر یکهزارویکصد تن گوشت مرغ و هشتصد هزار تن تخم مرغ تولید خواهد شد. با این وصف بهره‌وری صنعت مرغداری کشور ما در مقایسه با واقعیت‌های موجود جهانی کافی و قابل قبول نمی‌باشد. زیرا:

#### از نظر تولید

(الف) میزان بهره برداری از سالن‌های گوشتی در دنیا ۶-۵/۵ دوره در سال و در ایران بطور متوسط ۳ دوره می‌باشد.  
(ب) ضریب تبدیل دان در دنیا ۱/۷ و حداکثر ۱/۸ و در ایران ۲ و بطور عادی ۲/۵ می‌باشد.  
(ج) کیفیت لاشه پایین و پروسس و عمل‌آوری گوشت مرغ ناقص و بسته‌بندی مطابق استاندارد جهانی نمی‌باشد.

#### از نظر بهداشتی

(الف) تلفات به علت عدم تمرکز در تولید، نظارت و کنترل بر جوجه‌ها و خوراک بالاست.  
(ب) مصرف دارو بیش از حد مورد نیاز است.  
(ج) دقت در کشتار که نهایتاً موجب عمل‌آوری گوشت مرغ به طور ناقص می‌شود.

#### از نظر تجهیزات مرغداری

(الف) علی‌رغم تهیه خوراک و تاسیسات مناسب در اغلب موارد، متأسفانه تجهیزات مرغداریها معمولاً فرسوده و خارج از استاندارد می‌باشند.  
(ب) ماشین‌آلات تهیه خوراک دام و طیور ابتدایی و سیکل دان غالباً ناقص است که این موضوع از عوامل مهم پرت دادن و افزایش مصرف و بالا بودن ضریب تبدیل را به همراه دارد.

#### از نظر واقعیت‌های اجتماعی

(الف) عدم تشکیل مناسب و واحد جهت هدایت مرغداران که قشر تولید کننده بتوانند از یک کانال مسائل و مشکلات صنف خود و یا حتی توانمندی‌های و پتانسیلهای خود را بازگو نماید.

(ب) سیستم اقتصادی، بازاریابی سنتی و مبتنی بر واسطه‌گری است.

(ج) نبود متولی واحد جهت تنظیم بازار مرغ و تخم مرغ

بعد از این همه دلیل باید اذعان داشت که صنعت مرغداری نیازمند کالبدگشایی اساسی در پیکره خود توسط کلیه متولیان می‌باشد امری که جز در صورت توجه به این امر مهم و انجام جراحی پیکره بیمار این صنعت و جدا نمودن غده سرطانی واسطه‌گری و دلالی که جز با حمایت ریشه‌ای از تعاونیها و تشکلهای تولیدی میسر نخواهد شد، در این راستا تعاونیهای مرغداری در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی از مسؤولان و متولیان امر انتظار دارند که جایگاه اقتصاد تعاونی را مشخص نموده و با حمایت و تقویت تعاونیها گامهای موثر در جهت بهینه‌سازی و افزایش تولید بردارند تا موجبات رشد و تعالی این صنعت و نهایتاً خودکفایی آن فراهم گردد.

حال با عنایت به موارد ذکر شده در ارتباط با صنعت طیور و وضعیت آن در کشور و مقایسه آن با دنیا و نیز به تشکیل اتحادیه سراسری شرکتهای تعاونی صنعت مرغداری کشور ضمن استقبال از این اقدام که در جهت ارائه هر چه بهتر خدمات حمایتی و هدایتی و همچنین به منظور ساماندهی فعالیتهای صنعت مذکور است امید داریم که این صنعت بیش از پیش شکوفا و پویا گردد.

بهره‌وری، اساس فعالیت نظام تعاون همواره مبتنی بر همکاریهای جمعی و انباشتن نیرو و امکانات پراکنده افراد بر روی یکدیگر بوده است تا طبقات گوناگون اجتماع، به تناسب رشته مورد فعالیت خود و به اقتضای نیازهای خویش در صفوف مشخص و واحد متمرکز گردند. به همین مناسبت همواره نقش ارزنده تعاونیها در شکل واقعی آنان و

میزان ثمربخشی فعالیت شان متناسب با ایجاد و هماهنگی واحدهای پراکنده تعاونی بوده است.

تجربه نشان داده است که تشکیل اتحادیه‌های تعاونی سراسری از شرکتهای سازمان‌هایی که در رشته‌های مشابه و زمینه‌های نزدیک به هم به فعالیت مشغولند حائز اهمیتی خاص و مزایایی فراوان است و قدرتی که از طریق اتحادیه‌ها فراهم می‌گردد، به سادگی موجبات توفیق هر چه بیشتر آنان را درنیل به اهداف موردنظر فراهم می‌آورد. بهرحال، تشکیل اتحادیه‌های سراسری تعاونی برای تلفیق نیروهای تعاونی و وحدت و یکپارچگی فعالیت‌ها، امری اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌گردد. چرا که اصولاً هدف از تمرکز واحدها و تشکیل اتحادیه‌های تعاونی، تمرکز قوا برای فعالیت اقتصادی بهتر و ارائه خدمات آموزشی و فرهنگی و اجتماعی گسترده‌تر است و برنامه این قبیل موسسات براساس تبادل خدمات و تحکیم روابط اقتصادی و آموزشی شرکتهای عضو تدوین می‌گردد.

اتحادیه‌های تعاونی معمولاً برای رسیدن به مقاصد معین و مشخصی یا بر عرصه وجود می‌گذارند و ابتدا در یک ناحیه محدود به فعالیت می‌پردازند و به تدریج این فعالیت را در دایره وسیع ملی گسترش می‌دهند. در حقیقت یک اتحادیه سراسری به منزله اجتماع تعدادی از اتحادیه‌های استانی و یا شهرستانی با حفظ خصوصیات و اصول و محتوای آنان است و به همین مناسبت ضوابط و مقررات عوامل مادی، معنوی و انسانی اتحادیه‌های استانی در تشکیل و ایجاد اتحادیه‌های سراسری نیز صادق و حکمفرماست.

همانگونه که تشکیل یک شرکت تعاونی باید با زمینه مساعد قبلی و آمادگی کامل مؤسسين آن همراه باشد و قبل از اقدام به تشکیل آن، کلیه عوامل و امکانات مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد. در هر حال، مسلماً آن دسته از شرکتهای تعاونی می‌توانند به تشکیل اتحادیه‌های تعاونی موفق مبادرت ورزند که هر یک از آنها در درجه اول، قادر به اداره صحیح امور خود بوده، بیلان فعالیت شان روشن

جدول وضعیت تعاونیهای مرقداران تحت پوشش وزارت تعاون در سراسر کشور به تفکیک

ردیف	نام استان	تعداد تعاونیهای فعال مرقداری	تعداد و نوع فعالیت تعاونیهای فعال				تعداد تعاونیهای مرقداری تحت پوشش استان	ملاحظات
			تولید کننده	تولید کننده و توزیع کننده	تولید کننده و توزیع کننده و بازرگانی	تولید کننده و بازرگانی		
۱	آذربایجان شرقی	۲۴	۷	۱۸	۷	۲	۷	
۲	آذربایجان غربی	۴۸	۳۲	۱۰	۴	۲	۱۵	
۳	اردبیل	۲۶	۱۷	۶	۲	۱	۱۱	
۴	اصفهان	۹۰	۶۷	۱۷	-	۶	۲۰	
۵	ایلام	۴۳	۳۴	۷	-	۲	۳۵	
۶	بوشهر	۴۰	۳۹	۱	-	-	۱۸ اتحادیه شهرستانی بوشهر ۷ دشتستان ۱۱	
۷	تهران	۲۳	۲۱	۲	-	-	-	
۸	چهارمحال و بختیاری	۳۷	۳۶	۱	-	-	۱۰	
۹	خراسان	۹۵	۶۸	۲۶	۱	-	۶۴	
۱۰	خوزستان	۴۴	۴۴	-	-	-	۲۹ رامهرمز ۲۵ مسجد سلیمان خدمات تولیدکنندگان می باشند.	
۱۱	زنجان	۳۱	۳۱	-	-	-	۲۷	
۱۲	سمنان	۶۴	۵۳	۴	۱	۶	۶	
۱۳	سیستان و بلوچستان	۶۱	۶۰	۱	-	-	۲۲ اتحادیه شهرستانی سیستان ۲۵ ایرانشهر ۷	
۱۴	فارس	۵۲	۴۰	۹	۳	-	-	
۱۵	قزوین	۲۳	۲۰	۲	۱	-	۱۵	
۱۶	قم	۳۰	۲۳	۷	-	-	۱۲	
۱۷	کردستان	۴۹	۳۷	۱۰	۱	۱	۲۸	
۱۸	کرمان	۷۱	۵۰	۱۷	۱	۳	۳۰	
۱۹	کرمانشاه	۷۳	۵۵	۱۶	۲	-	۴۵	
۲۰	کهگیلویه و بویراحمد	۴۱	۳۹	۲	-	-	۲۵ اتحادیه شهرستانی گچساران ۱۸ بویراحمد ۷	
۲۱	گلستان	۲۷	۲۳	۴	-	-	۷ تحت پوشش اداره کل نمی باشد.	
۲۲	گیلان	۳۱	۲۸	۱	۱	۱	۱۳	
۲۳	لرستان	۹۰	۸۹	۱	-	-	۲۶	
۲۴	مازندران	۱۲۱	۱۱۴	۲	۶	-	۵۲	
۲۵	مرکزی	۵۷	۵۲	۵	-	-	۲۵	
۲۶	هرمزگان	۲۶	۲۶	-	-	-	۱۶	
۲۷	همدان	۳۰	۱۵	۱۰	۲	۲	۱۲ تحت پوشش اتحادیه کشاورزی می باشد.	
۲۸	یزد	۴۳	۴۱	۱	-	۱	۱۹	
	جمع کل:	۱۴۰۰	۱۱۶۰	۱۸۰	۳۳	۲۷	۶۲۴	

همانطور که صمیمیت وفاداری عضو نسبت به شرکت تعاونی موجب پیدایش موقعیت اجتماعی و اقتصادی نوینی برای او می گردد، توفیق و پیشرفت هر شرکت تعاونی نیز به استحکام اساس و وجود

خود را موظف به رعایت تصمیمات اتخاذ شده اتحادیه بدانند و در جریان فعالیت، اصالت فردی و تکروری را فراموش کنند و مطیع روشهای جمعی باشند.

و موفقیت آمیز باشد. زیرا تنها عضویت در اتحادیه کافی نیست. بلکه کلیه شرکتیهای تعاونی عضو باید از هیچگونه همکاری یا اتحادیه خود اعم از مادی و معنوی و اجتماعی دریغ نداشته باشند و



برخوردار باشند و در اتخاذ تدابیری که در بهبود وضع اتحادیه‌اشان موثر است شرکت جویند و رویهمرفته اداره و کنترل اتحادیه‌های تعاونی باید بر مبنای اصول دمکراسی و به بهترین فرم ممکن انجام گیرد تا حقوق و مسؤولیت‌های اتحادیه‌ها که خود از اتحاد تعاونیه‌های کوچک تشکیل شده‌اند محفوظ بماند. زیرا بقا نهضت تعاون وابسته به نسلهاست که در آنان متخصصین کارآموده در تکنیکهای تعاونی به میزانی که لازمه موفقیت تعاونی است تربیت شوند و مقاصد انسانی این نظام را تحقق بخشند.

اینک دوباره به دلایل تشکیل اتحادیه سراسری شرکت‌های تعاونی صنعت مرغداری کشور می‌پردازیم باشد که اتحادیه مذکور با یک شکل منسجم و پویا درخصوص تعاونیه‌های پرورش مرغ گوشتی و تخمگذار و مادر و کلاً صنعت مرغداری خود باعث پیشرفت صنعت مذکور گردد.

### ضرورت‌های ایجاد اتحادیه سراسری

#### تعاونی‌های مرغداری

۱- واقعیت اجتماعی: تشکلهای مرغداری دارای ساختار قوی می‌شوند که دارای نقش هدایتی و فنی می‌باشند. اساسنامه اتحادیه مذکور مطابق نیازهای مرغداران بوده و در نتیجه قابلیت ایجاد بستر مناسب و مطمئن برای حرکت‌های اقتصادی و اجتماعی را دارا می‌باشد که اتحادیه با حجم عملیاتی اعضا هماهنگی داشته و قادر به تامین خواسته‌های آنها می‌باشند.

۲- یکی از مهمترین هدفهای تشکیل اتحادیه مذکور، حذف واسطه‌ها و دلالت از بازار تولیدات طیور می‌باشد که تشکیل اتحادیه زنجیره تولید و توزیع را کامل می‌کند. به عنوان مثال وقتی مرغداران صاحب کشتارگاه شوند یک واسطه از زنجیره تا مصرف حذف می‌شود که با تشکیل اتحادیه و کامل شدن زنجیره تولید و توزیع تقریباً مشکل حل خواهد شد چرا که در آن صورت سودی را که تنها واسطه‌ها به جیب خود می‌بردند به حساب خود تعاونیه‌ها خواهد رفت.

۳- تمرکز و ایجاد سیستم توزیع مناسب و اصولی نهاده‌ها و تولیدات طیور

کمک‌های موثر و شایان توجهی به عمل آورد.

اتحادیه‌های تعاونی از لحاظ کیفیت کار و ترکیب سازمانی و همکاری مشترکشان است که با سایر اتحادیه‌ها و سندیکاهای موجود تفاوت پیدا می‌کنند، زیرا عقیده و روش متخصصین تعاونی متکی بر حقایقی از قبیل روابط انسانها، وحدت منافع و مسؤولیتها و تامین منافع متقابل است. متخصصین تعاونی ایمان دارند، زمانی منافع واقعی افراد به نحو احسن تامین خواهد شد که مردم بدانند چگونه با همکاران خود برای نیل به هدفهای مشترک متحد شوند و به همین مناسبت مورد توجه قرار می‌دهند تا در اثر آن، افراد اجتماع بهم پیوندند و از طریق تشکیل سازمانهای تعاونی و وسعت دامنه فعالیت به شکل اتحادیه‌های تعاونی، از حاصل و ثمره این هماهنگی و اتفاق در مسیر منافع جمعی بهره‌برداری نمایند. هدف از همکاری شرکت‌های تعاونی، دسترسی به امکانات بیشتر و بنیانگذاری نظام اقتصادی سالم و ایجاد امنیت و رفاه اجتماعی است. اعضای اتحادیه‌های تعاونی باید از حقوق مساوی

صمیمیت در تشکیلات اتحادیه ارتباط خواهد داشت.

به عبارت دیگر به همان اندازه که افراد کم درآمد و نیازمند بدون عضویت در یک شرکت تعاونی، قادر به تامین معیشت و حفظ حقوق خویش از دستبرد عوامل واسطه و سودجو نیستند، شرکت‌های تعاونی نیز بدون ایجاد اتحادیه‌های تعاونی، توانایی مقاومت و ایستادگی در برابر موسسات عظیم غیرتعاونی را نخواهد داشت و در میدان رقابت با آنان بدون شک از پای درخواهند آمد. همچنان که یک شرکت تعاونی به تامین معیشت و تقویت بنیه اقتصادی اعضا خود کمک می‌کند و از راه انجام بسیاری از خدمات فرهنگی و بهداشتی و فراهم آوردن تسهیلات متعدد دیگر، جامعه‌ای کوچک و در عین حال پیشرفته‌ای را بوجود می‌آورد، یک اتحادیه تعاونی نیز قادر است همان خدمات را در مقیاس بزرگتر و دایره وسیعتری به انجام رساند و نه تنها ناحیه با نواحی وسیعی را از پرتو وجود خود بهره‌مند گرداند بلکه در مجموع می‌توانند به استحکام مبنای اقتصاد ملی و تامین دمکراسی واقعی،





**سطح زیربنای سالنهای مرغداری و تاسیسات و تجهیزات مرغداری بالغ بر چهل هزار هکتار می‌باشد که مجموعه این صنعت عظیم سالیانه حدود هشتصد و پنجاه هزار تن گوشت مرغ و پانصد هزار تن تخم مرغ تولید می‌کند و چنانچه از حداکثر توان بهره‌جویی و بهره‌گیری شود، بالغ بر یکمیلیارد و یکصد تن گوشت مرغ و هشتصد هزار تن تخم مرغ تولید خواهد شد.**

دارد که در آن ۱۲ تعاونی مرغداری عضویت داشته فعالیت می‌کنند.

لازم به ذکر است که بیشترین تعداد واحدهای تعاونی مرغداری به ترتیب در استانهای مازندران، خراسان، اصفهان، لرستان وجود دارند که هر کدام با تعداد ۱۲۱، ۹۵، ۹۰ و ۹۰ واحد فعال می‌باشند و درخصوص نوع فعالیت نیز بیشترین تعداد در نوع گوشتی دراستانهای مازندران، لرستان، خراسان و اصفهان با تعداد ۱۱۳، ۸۹، ۶۸، ۶۷ تعاونی عضو می‌باشند. همچنین برحسب نوع فعالیت در نوع تخمگذار نیز خراسان آذربایجان شرقی، اصفهان، کرمان به ترتیب با تعداد ۲۶، ۱۸، ۱۷، ۱۷ تعاونی عضو فعالیت دارند در پایان جدول پیوستی نمودار وضعیت کلی تعاونیهای مرغداران سراسر کشور به تفکیک استانی و حسب نوع فعالیت و تعداد تحت پوشش قرار گرفتن اتحادیه‌های استانی آمده است. اکنون اتحادیه سراسری تعاونیهای صنعت مرغداران ایران چندماهی است که شروع به فعالیت اقتصادی نموده است. این اتحادیه با عنایت به وجود مدیران کارآمد تولیدکننده و دلسوز می‌تواند افقی را پیش پای صنعت پراسترس طیور کشور روشن نماید که این مهم، دست یاری و مدد مدیران ارشد وزارت تعاون و وزارت تخصصی (وزارت جهاد کشاورزی) و وزارت بازرگانی، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سایر نهادهای مرتبط را می‌طلبد.

در پایان امید است که با پشتیبانی و مساعدتهای لازم مسؤولین و متولیان امر تعاون این تشکل سر و سامان و انسجام بهتری گرفته تا از حقوق حقه تولیدکنندگان پروتئین حیوانی که همانا گوشت سفید + تخم مرغ می‌باشد دفاع شود و دست واسطه‌گری و دلالی از این صنعت اقتصادی زیر بخش کشاورزی قطع گردد و کل سود حاصله نصیب تعاونیهای تولیدکنندگان واقعی پرورش طیور گردد انشاء... وجود این تشکل باعث رفع نمودن مشکلات فراروی مرغداران سراسر کشور گردد تا با فراغت بال و آسایش و در پناه امنیت و ثبات اقتصادی به تولید بپردازند. ●

کرمانشاه به ترتیب با ۶۴ تعاونی، ۵۲، ۴۵ بیشترین عضو را در اتحادیه استانی تحت پوشش قرار دادند. و در استانهای تهران و فارس اصلاً اتحادیه‌ای که زیر نظر اداره کل تعاون آن استان باشد وجود ندارد در استان گلستان نیز اتحادیه‌ای با ۷ عضو به چشم می‌خورد ولی تحت پوشش سازمان تعاون روستایی است که هیچگونه فعالیت اقتصادی ندارد! در استانهای بوشهر و سیستان و بلوچستان و کهگیلویه و بویراحمد اتحادیه به شکل استانی وجود ندارد و اتحادیه به صورت شهرستانی می‌باشد به این ترتیب در بوشهر و در شهرستانهای بوشهر با ۷ عضو و دشتستان با ۱۱ عضو در سیستان و بلوچستان شهرستانهای ایرانشهر با ۷ عضو و بخش سیستان با ۲۵ عضو و در کهگیلویه و بویراحمد در شهرستانهای گچساران با ۱۸ عضو و بویراحمد با ۷ عضو فعالیت خود را بصورت اتحادیه شهرستانی دنبال می‌کنند.

ضمن آنکه یادآور می‌شود که در استانهای خوزستان و همدان تشکلی به عنوان اتحادیه وجود ندارد و در استان خوزستان دو تعاونی خدمات تولیدکنندگان کشاورزی وجود دارد که در شهرستان رامهرمز با ۲۹ عضو و مسجد سلیمان با ۲۵ عضو فعالیت می‌کنند و در استان همدان نیز اتحادیه کشاورزی وجود

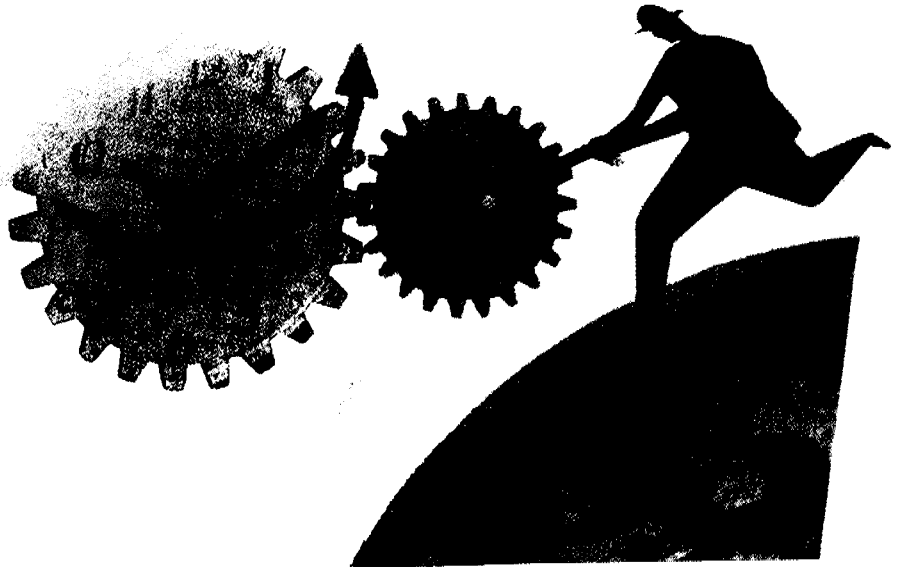
۴- کارهای عمومی و حیاتی که لازمه شکوفایی صنعت مرغداری است با شکل‌گیری اتحادیه صاحب مسئولی می‌گردد. کارهای فرهنگی تغییر الگوی مصرف، تبلیغات، بسته‌بندی، تشویق به رشد و شکوفایی صنعت، حمل و نقل، تشکیل پایانه‌های عرضه و غیره که این امور با تشکیل اتحادیه و برنامه‌ریزی مدون مسؤولان اتحادیه به نحو احسن شکل خواهد گرفت.

۵- آموزش مؤثرترین عامل تشکیل اتحادیه‌های تعاونی است.

۶- حل مشکلات شرکت تعاونی مرغداران مثل نوسانات قیمت دان، واکسن، بیماری گله، تلفات، قیمت بالای تعرفه‌های برق و سوخت مثل گازوئیل کل تعداد تعاونیهای فعال مرغداری تحت پوشش ۲۸ استان کشور، تعداد ۱۴۰۰ تعاونی بوده است که از این تعداد ۱۱۶۰ گوشتی و تعداد ۱۸۰ تخمگذار و تعداد ۳۳ مرغ مادر و تعداد ۲۷ سایر بوده است.

اما درخصوص تعداد تعاونیهای مرغداری تحت پوشش اتحادیه‌های استانها می‌توان گفت که در تمام استانها اتحادیه به صورت استانی وجود ندارد ولی در قریب به اتفاق استانها وجود اتحادیه به چشم می‌خورد. در استانهای خراسان، مازندران،

در وابستگی  
متقابل، میان  
جوامع مختلف در  
مقیاس جهانی.  
وابستگی متقابل  
مسی تواند اشکال  
متنوعی به خود بگیرد  
اما جامعه شناسان  
توجه خود را روی دو  
مفهوم «جهانی شدن  
اقتصاد» و «جهانی شدن  
فرهنگ» متمرکز می‌کنند.  
انتقال فن آوری: یعنی  
بررسی و ارزیابی،  
بکارگیری و کاربرد تکنولوژی  
تئوری اشاعه نوآوری



## جهانی سازی و تحولات بازار

• منصور صوفی

• بخش اول

### چکیده

جهانی سازی

(Globalization) یا جهانی شدن اصطلاحی است که برغم گسترش روزافزون موارد کاربرد و مسائل منتسب به خود، کمتر تعریف دقیق و منطبق با موازین علمی داشته است. درکل، ذهنیت جهانی سازی ناظر بر دامنه وسیعی از جنبه‌های اقتصادی، بین‌المللی سازی فرهنگ، ساختار آموزش، فن آوری و حتی سلیقه‌های روزمره را نیز در بر می‌گیرد. بنابراین علاوه بر دلالت‌های اقتصادی، این پدیده آثار و تبعات خاص فرهنگی و سیاسی و تکنولوژیکی و صنفی و تدریجی نیز به همراه دارد. در دهه اخیر، سهم فزاینده‌ای از رفع نیازها و فعالیتهای اقتصادی، در چهارچوب مبادلات ساکنین و افراد مقیم در اقتصادهای

الکترونیکی

داده‌ها و

ایجاد سازمان

تجارت جهانی

توسط مراجع بین‌المللی

بنظر می‌رسد که تجارت

الکترونیکی و زیرساخت‌های

نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

جهت پیاده‌سازی آن، مهمترین

برنامه کاری تجاری در دهه

نخست هزاره سوم باشد؛ ضمن

آنکه مبادلات الکترونیکی

منحصر به تجارت نیست و

رشته‌ها و زمینه‌های متنوعی

را در بر می‌گیرد اما با توجه به

ضرورت ورود ایران به WTO،

تجهیز ایران به تجارت

الکترونیکی (EC) پیش نیاز

ورود به سازمان تجارت

جهانی است که در این مقاله

به آن پرداخته شده است.

### تعریف عملیاتی واژه‌ها

جهانی شدن: مفهوم جهانی

شدن، به دلیل نبودن در دنیا و

فقدان بحث کافی در مورد آن،

تعریف یکسان و قابل پذیرشی

برای همگان وجود ندارد. در

یک معنا، جهانی شدن

عبارتست از: فرآیند افزایش

Innovation Diffusion

(Theory) ایده‌ای را در اختیار

ما می‌گذارد که در مطالعه

انتقال فن آوری، به دفعات

مورد استفاده قرار گرفته است.

مدل نوآوری راجر (۱۹۸۶)

اشاعه را اینطور تعریف نموده

است: «فرآیندی که از طریق

کانالهای مشخصی در طی مدت

زمان مشخص، بین اعضای یک

سیستم اجتماعی انتقال پیدا

می‌کند»

فن آوری اطلاعات

(Informatin Tecnology):

موضوع فن آوری اطلاعات

(IT) بمنظور بحث پیرامون سه

محور بوجود آمده است: (۱)

ارتباطات و مخابرات

(Communication) (۲)

شبکه‌های کامپیوتری

(Networking) (۳) اطلاعات

(Information).

تکنولوژی اطلاعات ابتدا به

منظور تسهیل در امر جستجو

و دستیابی به اطلاعات و

برقراری ارتباط بوجود آمد

ولی با پیشرفت سریع فن آوری

شبکه و مخابرات، محورهای

جدیدی در تکنولوژی

اطلاعات پدید آمد که از آن

جمله می‌توان پنج محور زیر را

نام برد:

تجارت الکترونیک  
(e-commerce)  
دولت الکترونیک  
(e-government)  
آموزش الکترونیک  
(e-learning)  
پزشکی الکترونیک  
(e-medicine)  
شهرداری الکترونیکی  
(e-municipality)  
تجارت الکترونیک  
(e-commerce):

تعریف اول عبارتست از برقراری چرخه تجارت شامل، فعالیتهای قبل از خرید (Pre-sale Activities)، فرآیند انجام معامله (Execution process)، تسویه حساب (Settlement) و خدمات پس از فروش (After sale service)، از طریق ابزارهای الکترونیکی.

تعریف دوم تجارت الکترونیک عبارتست از: بهره‌گیری از ابزارهای الکترونیکی جهت مبادله الکترونیکی داده‌ها (EDI)، بازارهای الکترونیکی (e-market) و تجارت مبتنی بر اینترنت (- Internet commerce) با استفاده از ابزارهای پرداخت الکترونیکی نظیر کارت اعتباری (e-credit)، چک الکترونیکی (e-cards)، و چک الکترونیکی (e-cheque) و پول الکترونیکی (e-money).

بازاریابی الکترونیکی (e-Marketing): بازاریابی مقوله‌ای فراتر از ابزارها و تاکتیک‌ها می‌باشد. در حقیقت پایه اصلی بازاریابی تحلیل و درک دقیق بازار است. تحلیل صحیح، استراتژیهای صحیح را معین می‌کند و استراتژیهای صحیح،

تاکتیک و ابزارهای خاص خود را در راه رسیدن به اهداف معین می‌نماید. بازاریابی، بازاریابی است بدون توجه به روش‌ها یا ابزارهای مورد استفاده برای رسیدن به اهدافی که به ایجاد یک ارتباط موفق با مشتری موردنظر منجر می‌شود. ارتباطات دیجیتال و ابزارهای الکترونیکی اطلاعات بیشتری را درخصوص نقاط مشترک با مشتری موردنظر در اختیار قرار می‌دهد. ابزارهای الکترونیکی که روزبروز کاربرد آنها به علت پایین بودن هزینه و کارآیی بالا بیشتر می‌شود را می‌توان در چهار شاخه، وب سایت (WWW)، e-mail و تلفن قرارداد که بازاریابی الکترونیکی را تعریف می‌کنند.

#### مقدمه

جهانی شدن پیش روی ما قرار دارد. تا سال ۲۰۰۵ میلادی بسیاری از موانع تجارت و سرمایه‌گذاری در سطح جهان از میان خواهد رفت. از اینرو، آنچه که در حال حاضر برای ما مطرح است، دست روی دست گذاشتن و نگران ماندن نیست، باید کاری کرد. (Supachai)

مشارکت بخش عمومی با بخش خصوصی یک ضرورت است. باید بخشی از شبکه جهانی بود. پیوستن به «شبکه جهانی تولید»، یک الزام است. (Waldbaum)

ناشی می‌گردد که عضویت در سازمان جهانی تجارت تنها برخوردار شدن از یک کرسی و حق رای نیست، بلکه به منزله دسترسی مطمئن و پایدار به بازار ۱۴۴ کشوری است که از اعضای آن به شمار می‌روند. به این دلیل پذیرش عضو جدید به بازار این کشورها به این سادگیها مقدور نیست و مستلزم قبول تعهدات متعددی است که طی فرآیند الحاق باید عملی گردد.

در فرآیند الحاق به سازمان جهانی تجارت، گروه کاری مسئول بررسی الحاق هر کشور، دو خواسته اساسی از کشور متقاضی دارند؛ اول گشایش میزانی از بازار کالاها (صنعتی و کشاورزی) و خدمات به روی واردات از سایر اعضای این سازمان و دوم انطباق قوانین و مقررات اقتصادی و بعضاً غیراقتصادی کشور متقاضی با قواعد و مقررات مندرج در موافقتنامه‌های سازمان جهانی تجارت. محور تمامی مذاکرات با گروه کاری نیز که می‌تواند تا چندین سال به طول انجامد بر مبنای این دو خواسته اساسی و در چارچوب تعهداتی است که کشور متقاضی باید خود را برای پذیرش آنها به عنوان شرایط ورود به این سازمان آماده نماید. نهایتاً کشور تازه وارد باید اولاً سطحی از آزادسازی تجاری را تقبل نموده و ثانیاً قوانین و مقررات داخلی خود را - در قالب رژیم تجاری - با قواعد نظام تجارت چندجانبه، منطبق و سازگار سازد تا بتواند به عنوان عضوی در کنار دیگر اعضای سازمان جهانی تجارت رابطه‌ای قاعده‌مند با نظام

تجارت چندجانبه برقرار نماید. باتوجه به تقاضای عضویت ایران در WTO از سال ۱۳۷۵ و مخالفت آمریکا با آن و درخواست‌های مجدد و پافشاری ما برای عضویت، باید زمینه‌ها و الزامات پیوستن به بازار جهانی را فراهم آورد. از جمله این الزامات، انتقال فن‌آوری اطلاعات به کشور و تجهیز ایران به پیش‌نیازهای تجارت الکترونیک است.

#### جهانی شدن

جهانی شدن واژه رایج دهه ۱۹۹۰ است. «جهانی شدن به عنوان روندی از دگرگونی از مرزهای سیاست و اقتصاد فراتر می‌رود و علم، فرهنگ و سبک زندگی را در برمی‌گیرد. از این جهت «جهانی شدن» پدیده‌ای چندبعدی است که قابل تسری به اشکال گوناگون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی، نظامی، فن‌آوری و همچنین عرصه‌های اجتماعی همچون محیط زیست است. هیچ‌گونه اتفاق نظری بین دانشمندان در مورد تعریف دقیق جهانی شدن یا تاثیر آن بر زندگی و رفتار ما وجود ندارد. برخی از اندیشمندان سعی کرده‌اند جهانی شدن را به عنوان یک مفهوم صرفاً سیاسی تعریف کنند، در حالی که دیگران این مفهوم را در چارچوب تحولات اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی تبیین کرده‌اند. برخی از دانشمندان به آثار مثبت جهانی شدن پرداخته‌اند. این یک جنبه‌گرایی موجب شده که در تبیین جهانی شدن نظرات مختلفی ارائه شود که بسیار متفاوت با یکدیگرند و در خیلی از موارد کاملاً در

تضاد با یکدیگر هستند. اینک، برخی از نظرات ارائه شده در باب جهانی شدن را نقل می‌کنیم:

### دیدگاه‌های ارائه شده در مورد جهانی شدن

عده‌ای جهانی شدن را تکامل منطقی سرمایه‌داری می‌دانند. در این ایده، جهانی شدن به عنوان یک «پروژه مطلوب» شناخته شده است. افرادی از قبیل: فرانسس فوکویاما، ساموئل هانتینگتون و کاستلز از جمله اندیشمندانی هستند که جهانی شدن را یک فرآیند کاملاً تکوینی و مناسب ارزیابی می‌کنند. در مقابل، دسته دیگر مارکسیست‌ها هستند که جهانی شدن را حلقه اجتناب‌ناپذیری از تاریخ سرمایه‌داری می‌دانند. به اعتقاد اینها سرمایه‌داری برای گریز از فروپاشی ناگزیر است

بحران ناشی از انباشت سرمایه و بحران مشروعیت را در جهان پخش کند. در واقع جهانی شدن نتیجه تعارض جبری سرمایه‌داری است. از طرفداران این نظریه می‌توان طیف اندیشمندان نئومارکسیست از قبیل سمیرامین، والراشتاین و بارون را نام برد.

در این مکتب جهانی شدن به عنوان «پروژه محدود» معرفی می‌شود. دسته سوم جهانی شدن را تبانی سرمایه‌داری سوداگر می‌دانند و به عنوان «پروژه منحوس» از آن نام می‌برند. افرادی از قبیل هارولد شومان، پیتر مارتین و سرژلاتوش از جمله کسانی هستند که با اعتقاد به این نظریه جهانی شدن را دامی تلقی می‌کنند که کشورهای پیشرفته غربی پیش پای ممالک عقب مانده نهاده‌اند و

می‌خواهند با یکسان‌سازی فرهنگها و از میان برداشتن تمایزها، بازار مصرف خویش را گسترش دهند. این گروه از اندیشمندان جهانی شدن را مترادف با غربی شدن، آمریکایی شدن، استعمار کولا و اسیناسیون همه جانبه می‌دانند. آنها معتقدند زبان جهانی شدن زبان آمریکایی، فرهنگ آن غربی و سکان هدایت آن هم در چنگ غربیان است. به همین جهت این گروه، از جهانی شدن به عنوان «پروژه منحوس» نام می‌برند.

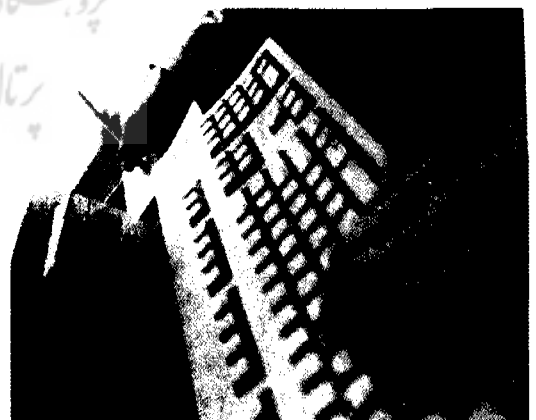
دسته چهارم متفکران، جهانی شدن را نه پدیده می‌دانند و نه حتی یک پروژه. به اعتقاد آنها مسأله جهانی شدن هرچند که شگفت‌انگیز است، ولی در هر حال تداوم منطقی مدرنیته است و بازیگران مهم آن همچنان دولت‌ها هستند. براساس این استنباط، این گروه، جهانی شدن را «پروژه مقبول» می‌دانند. افرادی از قبیل اولریش بک، آنتونی گیدنز و... از جمله افرادی هستند که به این نظریه اعتقاد داشته و جهانی شدن را براساس این دیدگاه مورد بررسی و ارزیابی قرار داده‌اند.

### روند جهانی شدن اقتصاد

بسیاری از متفکران اقتصادی معتقدند که، اولین حرکت درخصوص جهانی شدن اقتصاد به قرن نوزدهم باز می‌گردد. از نظر این گروه اقتصاد در آن زمان با توجه به شرایط آن روز، یک اقتصاد جهانی بوده است، به طوری که دوره بین سالهای ۱۸۷۰ تا ۱۹۱۴ را «دوره طلایی ادغام اقتصادی» نام‌گذاری کرده‌اند. از جمله عوامل موثر بر جهانی

شدن در اواخر قرن نوزدهم افزایش حجم تجارت بوده است. لیکن بنا به دلایل متعدد از جمله، اعتراضات تولیدکنندگان ملی در مخالفت با روند تجارت آزاد، وقوع جنگ جهانی اول، بحران بزرگ در سالهای ۳۲-۱۹۲۹، جنگ جهانی دوم و تمایل دولت‌ها به سمت اعمال سیاست‌های استقلال‌طلبانه اقتصادی تداوم روند جهانی شدن به فراموشی سپرده شد. پس از اتمام جنگ جهانی دوم، با تاسیس نهادهای همچون سازمان ملل متحد (۱۹۴۵)، صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی (بانک بین‌المللی ترمیم و توسعه) (۱۹۴۵) و گات (GATT) (۱۹۴۷)، اولین قدم‌ها در جهت هماهنگ‌سازی کشورها در زمینه‌های سیاسی و اقتصادی برداشته شد.

یکی از متمایزترین و مهمترین ویژگیهای اقتصاد جهانی بعد از سال ۱۹۴۵ وجود همین مجموعه از نهادهای رسمی برای اداره روابط اقتصادی بین کشورها بود. نهادهایی که بین سالهای ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۸ طراحی و تاسیس شدند، در چارچوب اصول معینی از روابط اقتصادی بین‌المللی فعالیت می‌کردند. این اصول شامل اولویت ارزشهای قابل تبدیل، کاهش موانع تجاری، مجموعه‌ای از نرخهای ثابت مبادله و به طور کلی ترویج نوعی سیستم چندجانبه پرداختها بود. روند ادغام و وابستگی اقتصادها به یکدیگر (جهانی شدن) تا دهه ۱۹۷۰ به عللی چون سیاست‌های حمایتی در اروپای غربی و ژاپن (که از سالهای اولیه بعد از جنگ



جهانی دوم آغاز و به شدت در دهه‌های بعد ادامه یافت، ایجاد بلوک شرق به رهبری شوروی سابق و به وجود آمدن یک جهان دو قطبی، مطرح شدن الگوی توسعه درون‌نگر در کشورهای در حال توسعه و حاکم بودن تفکر اقتصاد کینزی در کشورهای پیشرفته، به کندی پیش می‌رفت. لیکن این روند از اوایل دهه ۱۹۸۰ سرعت بیشتری به خود گرفت و در دهه ۱۹۹۰ وارد مرحله تازه‌ای شد و تا آن حد شتاب گرفت که به عنوان مهمترین موضوع مورد بحث در جهان تبدیل گردید. این امر به عوامل متعددی بستگی داشت. از جمله:

\* فروپاشی نظام نرخ ثابت مبادله که با انعطاف‌پذیر شدن مبادله ارز، جریان سرمایه میان کشورها تقویت شد

\* جایگزینی تفکرات اقتصاد بازار به جای نظریات مداخله‌جویانه کینزی از اواخر دهه ۱۹۷۰ در نزد دولتها که نتیجه آن به کارگیری هرچه بیشتر سیاستهای اقتصاد بازار، گسترش شدید تجارت و جهانی شدن بسیاری از بازارها بود

\* تغییر الگوی توسعه کشورهای در حال توسعه به سمت الگوهای برون‌گرا

\* تغییر نگرش به بحث رقابت برای کسب سرمایه مالی و انسانی خارجی و در نتیجه افزایش تحرک سرمایه بین کشورها که باعث فشار بیشتر برای آزاد سازی و به تبع آن جهانی شدن اقتصادها شد.

\* کاهش هزینه‌های حمل و نقل و پیشرفت سریع در تکنولوژی به ویژه تکنولوژیهای اطلاعاتی و

مخابرات

\* سه ثمر رسیدن موفقیت‌آمیز مذاکرات دور اروگوئه که حیطة آزاد سازی تجاری را به خدمات، حقوق، مالکیت معنوی، کالاهای کشاورزی و نساجی و سرمایه گسترش داد باعث شد که سازمان تجارت جهانی WTO شکل گرفت. لیکن در کنار تمامی عوامل ذکر شده که عمدتاً عواملی اقتصادی هستند، باید تحولات سیاسی بوجود آمده در سطح جهان را نیز تا حد زیادی در تسریع فرآیند جهانی شدن دخیل دانست. از جمله این تحولات فروپاشی نظام سوسیالیستی بود که موجب از میان رفتن جنگ سرد و برچیده شدن نظام دو قطبی در سطح جهان شد. بنابراین می‌توان این عوامل را دلایل بسیار مهم و غیرقابل انکاری در این روند دانست.

از طرف دیگر حمایت‌های بی دریغ آمریکا از فرآیند جهانی شدن به منظور تسلط یافتن همه‌جانبه بر جهان و ممانعت از بوجود آمدن یک جهان دو قطبی یا چندقطبی دیگر، علاوه بر جهت دادن به فرآیند جهانی شدن، نقش اصلی را در گسترش یافتن آن ایفا کرده است. به بیان دیگر می‌توان گفت که از ابتدای دهه ۱۹۹۰ از نظر سیاسی، وضعیتی بر جهان حکم فرما گردید که شرایط مطلوب را در جهت گسترش فرآیند جهانی شدن مهیا نمود و با توجه به قدرت بلامنازعه‌ای که آمریکا در سطح جهان در تمامی ابعاد اقتصادی، نظامی، سیاسی و... دارا است و اهدافی که در دوره پس از فروپاشی شوروی در جهت تسلط یافتن بر جهان دنبال می‌نماید، این کشور را بر

آن داشت که اولاً از این فرآیند، حمایتی همه جانبه به عمل آورد و ثانیاً آن را در جهتی که هم سوی منافع بلندمدت این کشور است هدایت نماید. لیکن جهانی شدن در تمامی ابعاد آن به خودی خود به انجام نرسیده است و گسترش آن بر پایه ابزارها و سیاست‌هایی بوده که در این جهت به کار گرفته شده‌اند.

در بعد اقتصادی جهانی شدن که ارتباط مستقیم و روزافزونی با بحث ما دارد ابزارهای کاملاً مشخصی وجود دارد. ابزارهای جهانی شدن اقتصاد عبارتند از: گسترش روزافزون تجارت بین‌الملل، سرمایه‌گذاری خارجی و سایر جریان‌های سرمایه، بین‌المللی شدن تولید به وسیله شرکت‌های چندملیتی و متکی بر پیشرفت تکنولوژیک، جابجایی هرچه آزادانه‌تر نیروی کار در ورای مرزهای ملی، و نهایتاً انتقال تکنولوژی، لیکن بکارگیری این ابزارها و هماهنگ نمودن اقتصادهای ملی در فرآیند جهانی شدن اقتصاد نیز به خودی خود امکان‌پذیر نیست. این امر بر عهده چند سازمان بین‌المللی گذاشته شده است. بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول تاکنون در بیشتر از ۱۴۰ کشور جهان سیاست‌های موسوم به تعدیل را اجرا کرده و یا در حال اجرا دارند که اصول این سیاستها به شرح زیر است:

۱- آزادسازی تجارت خارجی، حذف کلیه محدودیت‌ها و عوارض گمرکی بر صادرات و واردات  
۲- حذف کلیه سوبسیدهای غیرمستقیم

۳- آزادسازی نرخ بهره  
۴- لغو انحصارات دولتی و خصوصی  
۵- آزادسازی نرخ ارز  
۶- جریان آزاد اطلاعات  
۷- جداسازی مفهوم اقتصاد و تامین اجتماعی  
۸- آزادسازی جریان‌های سرمایه‌داری و...

که بین اصول سیاست تعدیل اقتصادی ارائه شده از جانب این سازمان‌ها و اهداف مدنظر سازمان جهانی سنخیت و هماهنگی کاملی مشاهده می‌شود، و از آنجایی که WTO یکی از مهمترین نموده‌های جهانی شدن، حداقل در بعد اقتصادی است می‌توان تاثیر این سازمان‌ها را در پیشبرد جهانی شدن به وضوح ملاحظه کرد.

### ایران و سازمان تجارت جهانی

جمهوری اسلامی ایران در سال ۷۵ درخواست برای پیوستن به گات (سازمان تجارت جهانی) را به دبیرخانه سازمان تجارت جهانی تسلیم نمود و تاکنون چندبار دیگر این درخواست را تمدید کرده است اما با مخالفت آمریکا روبه رو شده است. گرچه به نظر می‌رسد که هنوز ایران شرایط لازم را برای ورود به سازمان تجارت جهانی را دارا نمی‌باشد. زیرا به طوری که اشاره شد در ابتدای راه باید تغییراتی در قوانین و مقررات کشور به ویژه تغییر، تعدیل و یکسان سازی در تعرفه‌های گمرکی و سود بازرگانی ایجاد نماید اما هم اکنون ۱۴۴ کشور عضو سازمان تجارت جهانی شده‌اند و ۲۸ کشور مراحل عضویت را می‌گذرانند و فقط ۱۷ کشور از قافله جهانی دور مانده‌اند. ایران در مقوله



آماده‌سازی، بسته‌سازی، ورود به گات باید استانداردهای تولید مورد قبول جهانی را رعایت نماید و در مجموعه‌های صنعتی و تولیدی خود آن را نهادینه سازد.

بدین ترتیب پیش‌بینی می‌شود که با ورود ایران به سازمان تجارت جهانی،

حدود ۷۰ درصد کارخانه‌ها تعطیل شوند و ۲۰ درصد نیز با تغییراتی می‌توانند امکان ادامه حیات یابند و فقط ۱۰ درصد صنایع ایران در شرایط فعلی آمادگی ورود به این سازمان را دارا می‌باشند اما با علم به این قضایا و عنایت به مطالب ارائه شده در این مقاله، ورود ایران به این سازمان جهانی، ضروری به نظر می‌رسد و باید روشهای کاهش از آثار Extenality منفی عضویت را بررسی کرد و قواعد و شرایط لازم را تامین کرد. به ویژه با ورود تولیدات شرکت‌های خارجی و سرمایه‌گذاری آنها در عرصه‌های مختلف از هم اکنون باید راههای امکان رقابت را مورد بررسی قرار دهند و راهکارهای اجرایی آنرا فراهم ساخت که فردا دیر است.

### ابعاد و جنبه‌های جهانی سازی اقتصاد

در دهه اخیر، سهم فزاینده‌ای از رفع نیازها و فعالیت‌های اقتصادی، در چارچوب مبادلات ساکنین و افراد مقیم در اقتصادهایی مختلف صورت گرفته است. ابعاد رشد روابط بین‌الملل در بعد اقتصادی را می‌توان در شاخص‌های زیر خلاصه نمود، آنچه که می‌توان آنها را جنبه‌های اصلی جهانی سازی

هرچند استفاده از فن‌آوری اطلاعات بسیار سودمند است، ولی منافع آن در بلندمدت محقق می‌شود و نیاز به سرمایه‌گذاری گوناگون در بلند مدت دارد. عدم تامین اعتبارات لازم در طول پیاده‌سازی سبب می‌شود که استفاده از فن‌آوری اطلاعات نتواند به سودآوری واقعی خود برسد و مشکلات مختلفی بوجود آید.

اقتصاد نامید:

### تجارت جهانی

درصد در حال رشد از مخارج صرف شده بر کالاها و خدمات، به کالاها و خدمات وارداتی در جهان اختصاص می‌یابد. در مقابل، تولیدکنندگان با افقی از مصرف‌کنندگان فراملی روبروست. براساس آمارهای بانک جهانی، شاخص سهم تجارت جهانی از کل محصول (نسبت مجموع صادرات و واردات به GDP) طوسی دوره ۹۷-۱۹۸۷ در کشورهای توسعه یافته از ۲۷ درصد به ۳۹ درصد و در گروه کشورهای در حال توسعه از ۱۰ درصد به ۱۷ درصد افزایش یافته است.<sup>۱</sup> به رغم آنکه سهم LDCs از کل تجارت جهانی از ۱۹ درصد در سال ۱۹۷۱ به ۲۹ درصد در سال ۱۹۹۹ رسیده؛ لیکن تفاوت‌های اساسی میان مناطق و قاره‌های مختلف وجود دارد. مثلاً کشورهای تازه صنعتی شده، (NICs) آسیایی در مجموع بسیار خوب عمل کرده‌اند و در مقابل، آفریقا عملکرد بسیار ضعیفی را به ثبت رسانیده است. ترکیب کالاهای قابل صدور و شرکای تجارت (یا توزیع کالایی - جغرافیایی صادرات) نیز نقش اساسی دارند. کشورهای موفق، جهت‌گیری رشد کالاهای صنعتی پردازش شده و دارای

به LDCs در خلال دهه ۱۹۹۰ است. پس از یک دهه متعادل (۱۹۸۰)، دهه ۱۹۹۰ با تغییر ترکیب جریانات به سوی کاهش کمک‌های توسعه‌ای و انتقالات بلاعوض و در مقابل به سود جریانات خصوصی وام، سهام و اوراق قرضه مواجه شد.

رشد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در این دهه شاخص بود و سرمایه‌گذاری در پرتفوی و استفاده از اعتبارات بانکی بسط یافت (هرچند با اندکی نوسان)، سهم سرمایه‌گذاری پیموده و هم اکنون بیشترین حجم از ورود سرمایه خارجی، نصیب کشورهای در حال توسعه می‌شود؛ این کشورها حدود ۲۵ درصد کل جریان ورودی FDI را طی دهه ۹۸-۱۹۸۸ به خود اختصاص داده‌اند و این سهم به رغم نوسانات اندک طی زمان، روند تقریباً ثابتی داشته است.

### جابجایی و تحرک نیروی کار

جریان مهاجرت نیروی انسانی در جستجوی فرصت‌های شغلی بهتر، به واسطه بهبود دسترسی به اطلاعات و در نتیجه هم‌گرایی امکانات در سراسر جهان سیر فزاینده‌ای داشته است. برآورد نشان می‌دهد که در طی دوره زمانی ۱۹۹۰-۱۹۶۵ تعداد شاغلین در اقتصاد یک کشور که متولد آن کشور نیستند، در حدود ۵۰ رشد کرده است. گرچه سهم قابل توجهی از مهاجرت‌ها بین کشورهای در حال توسعه روی داده است، لیکن مهاجرت نیروهای نخبه، تحصیل کرده و آموزش دیده از کشورهای جهان سوم به کشورهای

ارزش افزوده را دنبال کرده‌اند؛ در حالی که سهم کالاهای اولیه، مواد معدنی و اقلام سنتی کشاورزی از تجارت جهانی، سیر نزولی داشته است.

### تحرک سرمایه

جریانات حساب سرمایه و مالی<sup>۲</sup> (در چارچوب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سرمایه‌گذاری در پرتفوی و سایر سرمایه‌گذاری‌ها) بین مرزها طی دهه‌های اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. پیشرفت امکانات مخابراتی و اطلاعاتی از یک سو و لغو محدودیت‌های ناظر بر تبادل وجود میان مرزها از سوی دیگر، این امکان را برای غالب ساکنین کشورهای در حال توسعه فراهم کرده، که از تنوع بی‌نظیری در پرتفوی خود برخوردار شوند و از گزینه‌های خارجی (اوراق قرضه خارجی، سهام خارجی، وام‌های خارجی و پول خارجی یا ارز) جهت بهینه کردن ترکیب ریسک /بازده پرتفوی خود، در کنار آلترناتیوهای داخلی بهره ببرند. متقابلاً وام‌گیرندگان نیز چرخش قابل توجهی به استفاده از منابع خارجی نشان می‌دهند. آمارها نیز موید رشد قابل توجه و فاحش جریانات سرمایه مخصوصی

پیشرفته و صنعتی، ابزاری برای هم‌گرا شدن دستمزدهای جهانی، پتانسیلی برای انتقال مهارتها و دانش روز به کشورهای در حال توسعه و نیز عامل افزایش دستمزد در این کشورها بوده است.

### گسترش دانش فنی (تکنولوژی)

چهارمین بعد از ابعاد اقتصادی جهانی شدن، گسترش تبادل اطلاعات و تسلط آن بر جنبه‌های دیگر است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نه فقط بر حجم موجودی سرمایه فیزیکی یک کشور می‌افزاید، بلکه ماحصل ابداعات فنی و تکنیکی را نیز در قالب تجهیزات و خطوط تولیدی، انتقال می‌دهد. بدین ترتیب منبع بالقوه ارزشمندی نصیب کشورهای در حال توسعه شده است. (انتقال دانش مربوط به متدهای تولیدی، تکنیک‌های مدیریتی، بازارهای صادراتی و سیاست‌های اقتصادی همگرا و همسو). اینکه از این سیر در جریان، کشورهای در حال توسعه تا چه حد نصیب ببرند و البته از تبعات منفی (نظیر انتقال بحران‌های مالی و شوک‌های واقعی) تا چند حد در امان بمانند، به عقلانیت و مدیریت دستگاه سیاست‌گذار برمی‌گردد.

### جهانی شدن و انتقال تکنولوژی

سؤالی که همواره درباره انتقال تکنولوژی وجود دارد، این است که آیا می‌توان تکنولوژی را بطور کامل و در تمام ابعاد خود از کشوری به کشور دیگر منتقل کرد یا عیناً از آن کپی‌برداری نمود؟

با ارزیابی کلی می‌توان دریافت، انتقال کامل تکنولوژی، بطوری که تکنولوژی منتقل شده ظرفیت و توانایی نوآوری را داشته باشد، در الگوهای جهانی بسیار نادر است بطوری که کمتر کشوری توانسته است تکنولوژی را از کشور دیگری عیناً کپی‌برداری کند و تمام ابعاد آنرا بکار گیرد به نحوی که توانایی نوآوری در آن را داشته باشد. بنابراین انتقال تکنولوژی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و مطابق با الگوهای محیطی کشور میزبان است.

### تعریف

انتقال تکنولوژی یعنی بررسی و ارزیابی، بکارگیری و کاربرد تکنولوژی.

تئوری اشاعه نوآوری (Innovation Diffusion Theory) ایده‌ای را در اختیار ما می‌گذارد که در مطالعه انتقال فن‌آوری، به دفعات مورد استفاده قرار گرفته است.

مدل نسوآوری راجر (۱۹۸۶)، اشاعه را این‌طور تعریف نموده است: «فرآیندی که از طریق کانالهای مشخصی در طی مدت زمان مشخص، بین اعضای یک سیستم اجتماعی انتقال پیدا می‌کند.»

### چرخه حیات محصولات فن‌آوری مدرن

تولیدات فن‌آوری مدرن سبب افزایش ثروت یک کشور می‌گردد. جیمز و. آتربک (Games. M. Utterback) در سال ۱۹۷۰ مدل آتربک (Utterback) را برای چرخه تکنولوژی بوجود آورد که در آن، هر مرحله بوسیله تغییرات و میزان تکرار در ابداعات محصولات پایه‌ای و بنیادی تکنولوژی و فرآیندها و تجارتهای فعال و پویا شکل می‌گیرد.

### ۱- مرحله سیالیت (Fluidity phase)

مرحله انتقالی Transitional phase در این مرحله اولین محصولات تکنولوژی وارد بازار می‌شوند این در حالی است که آینده مشخصی در انتظار ما نیست.

این مرحله با ظهور یک طرح نو و مستکرانه آغاز می‌شود. از ویژگیهای این مرحله، نامشخص بودن بازار، تحقیق، توسعه و تلاش و تمرکز روی کوتاه نمودن مدت دوره‌های طراحی تکنولوژی می‌باشد.

### ۲- مرحله تکامل (Maturity phase)

در این مرحله، اهمیت طرحها از تولیدات به سوی فرآیند نوآوری انتقال یافته، همچنین سرعت درخواستها

در بازار کاهش می‌یابد ولی در کل، میزان درخواستها افزایش پیدا می‌کند و بازار به سمت کاهش هزینه و افزایش ظرفیت هدایت می‌شود.

### ۳- مرحله انفصال

#### (Discontinuity phase)

با بوجود آمدن تکنولوژی جدیدتر تکنولوژی موجود منسوخ می‌گردد و این امر سبب ناپایداری در بازار و پدید آمدن نیازهای جدید شده و سبب بازگشت به مرحله اول و بوجود آمدن چرخه مجدد می‌شود.

### روشهای بکارگیری تکنولوژی

۱- بکارگیری رسمی تکنولوژی (Formal Adoption)

در چرخه حیات محصولات فن‌آوری مدرن، شرکتها می‌توانند تکنولوژی و یا موقعیت بازار آن را از یکی از روشهای معمول زیر به دست آورند:

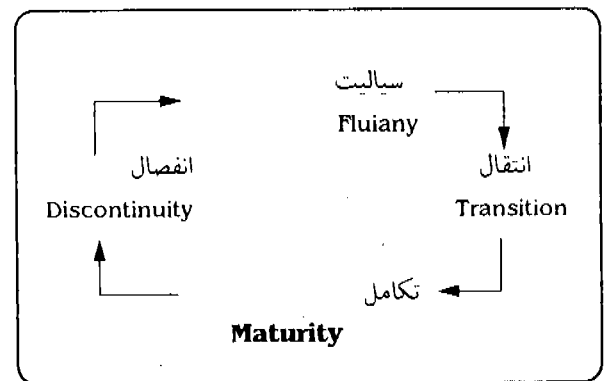
● ادغام دو شرکت برای ایجاد یک شرکت جدید، که در تکامل شرکتها امری عادی است.

● در کنترل یک شرکت وابسته یک شرکت تابعه، یک بخش و یا یک خط تولیدی از یک شرکت مادر که در مراحل انتقالی و همچنین تکامل نیز مرسوم است، انجام می‌شود.

### ● همبستگی

۱- مسجوز دادن (امتیاز دادن): در ساده‌ترین حالت، امتیاز دادن یعنی، نیازمندی حقوقی برای تولید تکنولوژی یا سرویس است، که اکثر اوقات برای یک زمان مشخص و محدود به یک بازار مشخص است. این حقوق شامل موارد زیر است:

- ساختن و تولید کردن



- محدود کردن تولیدات  
- بازاریابی و فروش محصولات

۲- مشارکت (دو شرکت برای انجام کاری): دو یا بیش از دو شرکت، شرکتي با ماهيتي جدا ولی همکار با شرکت مادر ایجاد می‌کنند. هدف آنها بدست آوردن سود از این موجودیت است و بیشتر برای تبادل تکنولوژی و جذب و پوشش دادن بازارهاست.

۲- به کارگیری غیررسمی تکنولوژی (Informal Adoption):

مجاورت شرکتها، مراکز آموزشی و تحقیقاتی با یکدیگر، فرصت غیررسمی برای انتقال تکنولوژی بوجود می‌آورد که اثر متقابلی که انسانها بر روی یکدیگر دارند، در مرکز این نوع انتقال قرار دارد. در اصطلاحات تجاری، این اثر به عنوان همیاری یا اشتراک مساعی شناخته می‌شود.

### اثرات تکنولوژی

آیا انتقال تکنولوژی در مدل پارک تکنولوژی قابل استفاده است یا خیر؟

حتی با وجود سود و منفعت اینگونه تقابلها، وضعیت همیشه اینگونه نیست.

تحقیقات نشان می‌دهد که انتقال تکنولوژی در جایگاه پارک تکنولوژی، اثر بسیار کمی روی سرعت موفقیت انتقال دارد، جدا از اینکه چه قسمت یا از چرخه حیات محصولات فن‌آوری مدرن ارزیابی شده یا چه نوع دانش یا تکنولوژی انتقال پیدا کرده است.

### بکارگیری رسمی

در مکانیزم رسمی انتقال تکنولوژی، شرکتها در مجوز دادن و شرکتي فعالیت کردن،

## مهاجرت نیروهای نخبه، تحصیل کرده و آموزش دیده از کشورهای جهان سوم به کشورهای پیشرفته و صنعتی، ابزاری برای هم‌گرا شدن دستمزدهای جهانی، پتانسیلی برای انتقال مهارتها و دانش روز به کشورهای در حال توسعه و نیز عامل افزایش دستمزد در این کشورها بوده است.

همچنین شرکتهای داخلی بیشتر خدمات وارد کردن یا انتقال دادن محصولات فن‌آوری مدرن خارجی به بازارهای داخلی چین را انجام می‌دهند.

### به کارگیری غیررسمی

با مقایسه شرکتهای واقعی در پارک تکنولوژی و شرکتهای خارج از آن، به این نتیجه می‌رسند که «با شرکتهای واقع در پارک علم نیز به دلیل نزدیکتر بودن به نتیجه تحقیقات، بیشتر مورد توجه هستند.» در ادامه: مهمترین تفاوت کشف شده، در سودی است که از متحد شدن با پارکهای علمی به دست می‌آید. پس، انتقال تکنولوژی با روشهای متفاوتی انجام می‌شود. ولی در مدل پارک تکنولوژی، انتقال می‌تواند به انطباق و سازش محصولات در بازارهای محلی محدود شود. انتقال تکنولوژی در اصل تجارتي مخاطره‌آمیز، بر هزینه‌ها و بسیار وابسته به مهارتها و تجربیات است.

### جالشهای به کارگیری و راه‌اندازی سیستم اطلاعاتی

بکارگیری سیستم اطلاعاتی و پیاده‌سازی فن‌آوری اطلاعات در یک سازمان علاوه بر مشکلاتی که در زمینه انتقال تکنولوژی دارد در طول پیاده‌سازی دستخوش مشکلات و چالشهای دیگری نیز خواهد شد که از آن جمله می‌توان موارد زیر را نام برد:

### جالش سرمایه‌گذاری بلند مدت

هرچند استفاده از فن‌آوری اطلاعات بسیار سودمند است، ولی منافع آن در بلندمدت محقق می‌شود و نیاز به سرمایه‌گذاری گوناگون در بلند مدت دارد. عدم تأمین

توسعه (R&D) به وظایف و کارهای سنتی، که وفق دادن تکنولوژی شرکت مادر با احتیاجات مسحلی است، اختصاص داده می‌شود. به هر حال، بیشتر مشاهدات نشان می‌دهد که اتحادیه چندملیتی، به طور افزایشی از شبکه‌های جانشین خارجی خود، برای دستیابی به منابع تکنولوژی خارجی، استفاده می‌کنند یک مقاله در مجله Economist، اشاره کرده است که در دهه گذشته یا دو دهه قبل، اکثر کشورهای در حال توسعه دسترسی کمی به تجارت (دادوسند) آزاد و سرمایه‌گذاری در خارج پیدا کرده‌اند. به عنوان مثال

(Zhongguancun) Science Park) در چین، در عوض فروش محصولات ابداعی به مکانی برای عرضه محصولات ریز تکنولوژیک تبدیل شده است.

در اوایل سال ۲۰۰۰ بیشتر از ۸۰٪ کارگران عمومی پارک عمومی، در مراکز تجاری کار می‌کردند که با کار آنها دانشمندان نقش حمایت‌کننده‌ها را ایفا می‌کردند. برای ایجاد تجارت‌های مشترک، منعقد می‌شوند. پس به واسطه این فعالیتهای رسمی، تبادل بین نوآوران و شرکتهای موسس بیشتر می‌شود. مهارت تجربه‌گیرنده و مشخصات تکنولوژی، تاثیر قابل توجهی بر هزینه انتقال تکنولوژی دارند. این مشخصه‌ها فقط به هزینه‌ها مربوط نمی‌شود بلکه آنها محدودیت‌های انسانها در مورد انتقال تکنولوژی را نیز توصیف می‌کنند. مانند: تجربیات فرستنده، مهارتها و تجربیات‌گیرنده و مشخصه‌های خود تکنولوژی ایجاد سرمایه‌گذاری اولیه برای هزینه توسعه دادن فنون گرانقیمت برای کشورهای کوچک در حال توسعه بسیار مشکل است. در بررسی دیگر بر روی مراحل انجام (پروسه) رسمی انتقال تکنولوژی، محققان دریافتند که قسمت عمده رشد تحقیقاتی و فعالیتهای توسعه‌ای شرکتهای چندملیتی در خارج از کشورهای اصلی انجام می‌شود. واضح است که هنوز قسمت اعظمی از تحقیق و

اعتبارات لازم در طول پیاده سازی سبب می شود که استفاده از فن آوری اطلاعات نتواند به سودآوری واقعی خود برسد و مشکلات مختلفی بوجود آید.

### چالش تغییرات سازمانی در بلندمدت

پیاده سازی سیستم اطلاعاتی در یک سازمان، زمان بر است و در طول پیاده سازی ممکن است تغییرات ساختاری در سازمان ایجاد شود که نیازهای اطلاعاتی جدیدی را بوجود می آورد این امر سبب می شود معماری سیستم اطلاعاتی تغییر کند و مشکلاتی در راه ایجاد سیستم اطلاعاتی بوجود آید.

### چالش معماری سیستم اطلاعاتی

وجود سیستم های گوناگون و غیراستاندارد در یک مجموعه سبب می شود اطلاعات خروجی یک سیستم برای سایر سیستم ها غیرقابل استفاده باشد. علت بوجود آمدن این مشکل عدم یکپارچه بودن سیستم اطلاعاتی در یک مجموعه است.

### چالش جهانی سازی

یکی از مشکلاتی که پس از پیاده سازی سیستم اطلاعاتی بوجود می آید، نیاز به ارتباط با سیستم های اطلاعاتی در سایر نقاط جهان است. برای حل این مشکل باید در پیاده سازی سیستم اطلاعاتی، استانداردهای جهانی را در نظر گرفت و حداقل آنها را رعایت نمود.

### تکنولوژی اطلاعات و ورود به بازارهای جهانی

راههای گوناگونی برای ورود به بازارهای جهانی از طریق تکنولوژی اطلاعات وجود دارد

که از آن جمله می توان موارد زیر را نام برد:

- ۱- تجارت از طریق پست الکترونیکی
- ۲- مدیریت اسناد الکترونیکی
- ۳- مبادله داده ها و اطلاعات به صورت الکترونیکی
- ۴- تجارت از طریق اینترنت

### تجارت از طریق پست الکترونیکی

پست الکترونیکی شامل تبادل اطلاعات استاندارد نشده بین دو فرد است که از طریق یک شبکه (مانند اینترنت) به هم متصل شده اند. فن آوری گوناگونی برای خودکار سازی ورود اطلاعات به سیستم های مختلف مورد استفاده قرار می گیرند. این فن آوری معمولاً از ساختار استاندارد برخوردار است. این فن آوریها نقطه مقابل پست الکترونیکی هستند. ساختار غیرمشخص در پست الکترونیکی دریافت اطلاعات را مشکل نموده و این کار را نیازمند نیروی انسانی می نماید. با وجود محدودیت فوق، ویژگیهای دیگر پست الکترونیکی از جمله سهولت استفاده و در دسترس بودن و کم هزینه بودن آن، سبب رایج شدن آن در امور تجاری می گردد. به طور مثال درخواست خرید در یک بازار فروش مشخص می تواند از طریق پست الکترونیکی انجام شود.

باتوجه به اینکه یکی از اهداف مهم به کارگیری تجارت الکترونیکی، حداقل کردن نقش نیروی انسانی در مبادلات تجاری است، به کارگیری پست الکترونیکی به

تنهایی نمی تواند این هدف را برآورده سازد.

### مدیریت اسناد

#### الکترونیکی (Electronic Document Management)

مدیریت اسناد الکترونیکی عبارت از دریافت، ذخیره سازی، مدیریت و کنترل اسناد الکترونیکی به منظور سرعت دادن پردازش های لازم و سهولت در تصمیم گیری است. چنانچه تعداد اسناد و مدارکی که در حین کار ایجاد و بایگانی می شوند، بسیار زیاد باشد. پردازش عملیات دارای مراحل متعدد باشد و در هر مرحله نیاز به بررسی و مرور اسناد و مدارک باشد، EDM راه حل بسیار مفید و موثری است.

به طور کلی کاربردهای EDM به دو دسته تقسیم می شوند:

- ۱- ذخیره سازی و بازیابی اسناد (Document Storage & Retrieval)
- ۲- پردازش رویدادها (Transaction processing)

انجام برخی عملیات در سازمانها مستلزم پشت سر گذاشتن مراحل متعددی است که بعضی اوقات نیاز به مرور اسناد قبلی دارد. سیستم EDM می تواند مراحل انجام کار و گردش کار را در صورت عدم تمرکز واحدها، مدیریت نماید.

مدیریت اسناد الکترونیکی دارای مزایای مختلفی است که از آن جمله می توان موارد زیر را نام برد:

- ۱- کاهش هزینه های مربوط به جریان انداختن و ذخیره سازی اسناد و مدارک
- ۲- کاهش هزینه های

- مربوط به کاغذ در سازمان
- ۳- بهبود بهره وری کارکنان
  - ۴- ارائه خدمات بهتر، بالا بردن سرعت کار و جلب رضایت مشتریان و کاربران
  - ۵- امکان مدیریت بهتر و گردش کار
  - ۶- پردازش سریعتر عملیات

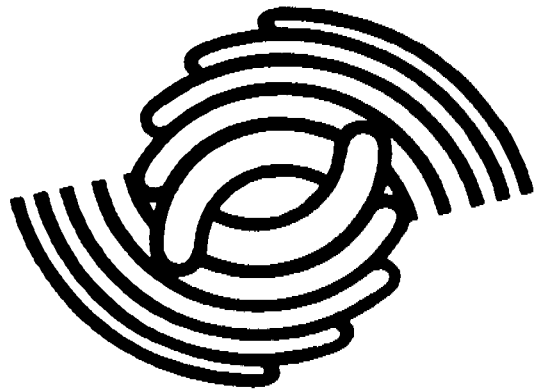
### تبادل داده ها به صورت الکترونیکی (Electronic Data Interchange)

ارتباط مستقیم بین سازمانها و افراد بدون کاغذ (PAOERLESS) دارای مشکلاتی در زمینه نمایش و انتقال اطلاعات است که نیازمند بوجود آوردن یک استاندارد قابل قبول می باشد. EDI عبارت است از تبادل داده به صورت استاندارد بطوری که در سیستم کامپیوتری دریافت کننده اجازه پردازش مستقیم وجود داشته باشد.

نحوه کار در EDI به این صورت است که نرم افزارهای کاربردی در هر سازمان توسط نرم افزارهای مترجم صنعت مربوطه در یک چهارچوب قرار می گیرند. شبکه ارتباطی به صورت مطمئن و امن داده ها را جابجا می کنند، سازمان مقصد داده ها را دریافت و توسط نرم افزار مترجم آن را وارد نرم افزار کاربردی خود می نماید.

استانداردهای ترجمه شامل فورمت ها و کدهایی برای انتقال داده ها هستند که اصطلاحاً transaction set نامیده می شود. به عنوان مثال استاندارد ANSI X12 سفارش خرید را با کد ۸۵۰ شناسایی می کند.

هر یک از استانداردها دارای یک فهرست داده (Data



جهانی شدن واژه رایج دهه ۱۹۹۰ است. «جهانی شدن به عنوان روندی از دگرگونی از مرزهای سیاست و اقتصاد فراتر می‌رود و علم، فرهنگ و سبک زندگی را در برمی‌گیرد. از این جهت «جهانی شدن» پدیده‌ای چندبعدی است که قابل تسری به اشکال گوناگون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی، نظامی، فن‌آوری و همچنین عرصه‌های اجتماعی همچون محیط زیست است.



مبادله داده‌های تجارتي از طريق اينترنت (كامپيوتر به كامپيوتر) به صورت ساخت يافته يا نيمه ساخت يافته است.

تجارت اينترنتي به دو صورت كلي زير صورت مي‌گيرد:

- ۱- شخص با موسسه
- ۲- موسسه با موسسه

در تجارت اينترنتي، کاربران (مشترکان) با مراجعه به سايتهاي موردنظر خود خريد را انجام مي‌دهند. در اين حالت سايت تجاري از طريق

(DICTIONARY) براي استانداردهاي مربوط به خود هستند.

EDI در دهه گذشته به عنوان تکنولوژی غالب اطلاعاتی در تجارت مطرح بود و تجارت الکترونیک هم ارز EDI در نظر گرفته می‌شد، ولی احتیاج این تکنولوژی به خدمات شبکه ارزش افزوده، هزینه‌های آن، گسترش و همه گیر شدن اینترنت سبب شد تجارت از طریق اینترنت جایگزین آن شود. منظور از تجارت اینترنتی،

نرم‌افزارهایی که CGI (Common Gateway Interface) نامیده می‌شوند، اطلاعات اخذ شده از مشتری را به اطلاعات قابل پردازش برای به کارگیری آنها در سیستم‌های کاربردی ترجمه می‌نمایند.

یکی از نگرانی‌های موجود برای استفاده تجاری اینترنت، امنیت است بطوری که به عنوان عامل بازدارنده در توسعه تجارت الکترونیکی مطرح شده است. برای حل این مشکل راهکارهای زیادی مطرح شده است یکی از این راهکارها، خدمات versign می‌باشد. این خدمات برنامه‌ای به نام web trust را در اختیار مشتری قرار می‌دهد که به وسیله آن می‌تواند رده‌بندی و صلاحیت فروشنده را پرس و جو و از آن اطلاع حاصل نماید.

مشاهدات آماری نشان می‌دهد تجارت الکترونیکی جهانی (خصوصاً تجارت الکترونیکی از طریق اینترنت) در ۷ سال اخیر افزایش روزافزونی داشته است بطوری که از ۲۹۶ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ به ۴۲۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۲ رسیده، که از رشد ۱۴۳۹ برابری برخوردار است. (ادامه دارد)

**پی‌نوشت‌ها:**

- ۱- کلیه آمارها و ارقام از نشریه World Development (۲۰۰۰) Indicator که توسط بانک جهانی منتشر می‌شود، استخراج شده است.
- ۲- حساب سرمایه و حساب مالی از اجزای اصلی تشکیل دهنده جدول تراز پرداخت‌های خارجی هستند.
- ۳- FDI، به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی‌ان (به ویژه شرکتهای خصوصی و فرانسالی) در فرآیند تولید،

طرفیت‌سازی و اشتغالزایی اطلاق می‌شود.

**منابع فارسی:**

- ۱- نشریه‌های شماره‌های ۶۰ تا ۶۹ مهندسين شماره ره‌شهر.
- ۲- چگونگی الحاق به سازمان تجارت جهانی - دبیرخانه انکتاد - چاپ و نشر بازرگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- ۳- نقش سازمان‌های بین‌المللی اقتصادی (TM,FWB,WTO) در فرآیند جهانی شدن و تاثیر آنها بر امنیت اقتصادی و سلی جمهوری اسلامی ایران - ناشر: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد
- ۴- تبعات امنیتی اجرای سیاست آزادسازی در بستر جهانی سازی، ناشر: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد
- ۵- تقوی، نعمت الله - جهانی شدن و توسعه بنگاههای کوچک و متوسط، نشر جامعه پروژه
- ۶- دکتر علی‌زاده، غلامرضا - مقاله تعاون، WTO و ضرورت کاربرد IT در تعاونها - دیماه و بهمن ماه ۸۲
- ۷- شاخص جهانی شدن - ویژه‌نامه شماره ۴۵ سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران
- ۸- جایگاه شرکت‌های چندملیتی در فرآیند جهانی شدن - ناشر: موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.
- ۹- رویدادها و تحولات سازمان تجارت جهانی - خیرنامه شماره ۴۴ (سال هفتم) وزارت بازرگانی

**منابع انگلیسی:**

- 1- WWW. American. Eda/cosmel- "What is the chnology park?"
- 2- WWW. Tech park.sa- "Techmology park Mason lakes".
- 3- IMF: Towards a Market Economy: Structures of Governance.
- 4- Beck, u: "What is globalization - cumbricbye: policy 2000





## آزادی محوری، رویکردی مناسب برای توسعه

گفتگو با دکتر وحید محمودی معاون تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون

■ مرجان دباغزاده

□ بخش دوم

زمینه‌ساز رشد قابلیت اوست، محروم باشد، عملاً دچار نوعی ناآزادی شده و عدالت در حق او اجرا نشده است. بالطبع براساس آنچه اشاره شد؛ فقرزدایی بدون آزادی سیاسی و امکان نقد قدرت و آزادی مطبوعات میسر نیست. اگر بخواهیم ابعاد عدالت را بیان مجدد کنیم می‌توانیم پنج دسته از حوزه‌های عدالت را برشماریم. عدالت در توزیع ثروت و درآمد، عدالت در توزیع فرصت‌های اجتماعی، عدالت در توزیع قدرت، عدالت در توزیع کسب‌وکارها و عمومی و نهایتاً عدالت در توزیع ریسک و مخاطرات اجتماعی. اگر توجه کنیم، هر کدام از این مسؤلفه‌های عدالت به آزادی‌های پنج‌گانه‌ای که اشاره داشتیم بر می‌گردد.

پس، از این منظر هم می‌توان نتیجه گرفت که عدالت جز لاینفک این رویکرد است و رویکرد آزادی محور را می‌توان رویکرد عدالت محور نیز نامید.

■ این طور که شما می‌فرمایید، با توجه به تقسیم‌بندی موجود در ادبیات اقتصادی در خصوص دو طیف رشدگرا و طیف طرفدار توزیع عادلانه درآمد، این رویکرد در طیف دوم طبقه‌بندی می‌شود. اگر این گونه است این رویکرد تا چه اندازه به عنصر رشد اقتصادی به عنوان یک عامل مهم توسعه حساس است؟

● در پاسخ به این سؤال باید گفت: این نظریه تلاش دارد تا حدود زیادی به تعارضات تاریخی کارایی و عدالت، یا به عبارتی به تعارض مقوله رشد در مقابل توزیع مجدد درآمدها، پایان دهد. ما عملکرد سیاست‌های «اجماع واشنگتنی» یا به اصطلاح سیاست‌های تعدیل را در دهه‌های گذشته در دنیا شاهد بوده‌ایم؛ سیاستی که توجه ناچیزی به مسائل توزیع درآمد و عدالت دانست. مبلغان این سیاست به اقتصاد نشتی یا اقتصاد تراوایی معتقد بودند و می‌گفتند: بهترین راه کمک به فقرا این است که اقتصاد رشد کند. در این زمینه برای مثال اگر به تجربه کشور انگلستان نگاه کنیم، می‌بینیم آنها در قرن ۱۹ رشد توأمان فقر و ثروت را داشتند، یعنی در عین حالی که جامعه انگلستان ثروتمندتر شده، نرخ فقر

### اشاره:

در شماره پیشین ماهنامه تعاون بخش نخست گفتگوی ما با دکتر وحید محمودی معاون تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون با عنوان «آزادی محوری رویکردی مناسب برای توسعه» از نظر گرامی خوانندگان گذشت. در این شماره موضوع گفتگو؛ توسعه، عدالت و حکومت در رویکرد یاد شده است که با توجه به قابلیت عملیاتی شدن این رویکرد در چارچوب برنامه‌های توسعه کشور مورد بحث قرار خواهد گرفت.

معنا که عدالت زمانی تحقق می‌یابد که ما به تحقق رشد قابلیت در انسان توجه کرده باشیم، به این معنی که اگر هر انسانی بتواند سهم خود را از امکانات مناسب ببرد این مسأله باعث رشد استعدادها و قابلیت‌های او می‌شود. این دیدگاه که هرگونه ناآزادی را مسترادف و وقوع بی‌عدالتی بدانیم و هرگونه بی‌عدالتی را نقض آزادی بشماریم، تا حد زیادی موضع متعارف و تاریخی عدالت و آزادی را در ادبیات فلسفی و سیاسی کمرنگ می‌کند.

همواره بیان می‌شود که برقراری عدالت می‌تواند موجب محدود کردن آزادی برخی از افراد جامعه شود و از سوی دیگر آزادی مطلق گاهی عدالت را تهدید می‌کند. در حالی که تعریف آزادی برپایه رویکرد قابلیت انسانی، تعارضات موجود را تا حد زیادی حل می‌کند. زیرا هر انسانی اگر از فرصت‌هایی که

■ در خصوص جایگاه عدالت در رویکرد آزادی محور توضیح بفرمایید

● آمارتیا سن به عنوان پروفیسور اقتصاد و اخلاق با طرح رویکرد آزادی محور به طور زیبایی بین مفهوم توسعه و عدالت پل زده است. ایشان نظریه‌های رایج عدالت و اخلاق اجتماعی نظیر مطلوبیت گرایی، آزادی‌گرایی و نظریه عدالت «راولزی» را به نقد می‌کشند و اشاره می‌کنند در صورت تاکید بر اهمیت مقوله آزادی‌های اساسی فردی، هر کدام از این رویکردها از نقایص رنج می‌برند. بنابراین اگر از زاویه عدالت به طرح مسأله پردازیم دفاع از رویکرد آزادی محور قابل توجه است. چون رویکرد آزادی محور خود یک رویکرد عدالت محور و همین طور انسان محور است. به نظر بنده تعریف عدالت با توجه به مبانی نظریه آزادی محور بهتر امکان‌پذیر است. به این

افزایش پیدا کرده است. یا اگر به تجربه آمریکا نگاهی بیندازیم در دهه ۸۰ رشد اقتصادی و رشد فقرا را توامان شاهد بوده‌ایم.

اساساً تاریخ اقتصادی مؤید نظرات «آرتور لویس»، «وسیمون کوزنتس» نیست. اولی معتقد بود نابرابری برای رشد و توسعه اقتصادی چیز خوبی است چرا که اغنیاء بیشتر از فقرا پس‌انداز می‌کنند و انباشت سرمایه هم کلید رشد است.

دومی معتقد است که نابرابری در مراحل اولیه توسعه گسترش می‌یابد. باز اگر به شواهد تاریخی رجوع کنیم، تجربیات کشورهای چون کره جنوبی، تایوان، ژاپن، چین و کشورهای آسیای شرقی ناقص این دیدگاه هستند. توجه داشته باشیم که هر دو سر طیف قبول دارند که رشد سریع اقتصادی می‌تواند به کاهش فقر منجر شود و همه قبول دارند رفع فقر مستلزم تأمین منابع مالی است و منابع مالی هم تنها با رشد حاصل می‌شود. به عبارتی همه دیدگاهها به رشد معتقد هستند اما مهم کیفیت رشد است. مهم اتخاذ سیاست‌هایی است که با جهت‌گیری‌های رشد بیشتر، به ملاحظات توزیعی و کاهش فقر توجه داشته باشد. دولت‌ها می‌توانند سیاست‌هایی را انتخاب کنند که کشورشان را رشد بدهد و در عین حال فواید این رشد عادلانه توزیع شود. برای مثال یکی از سیاست‌های جدی نگارش موسوم به «اجماع واشنگتنی» برای تحقق رشد بیشتر، خصوصی‌سازی بود. خصوصی‌سازی در صورتی جواب می‌دهد که ما زمینه‌های رقابتی بازار را فراهم کنیم.

خصوصی‌سازی در فقدان سیاست‌های رقابتی و نظارت بر عدم سوءاستفاده نیروهای بازار می‌تواند به قیمت‌های بالاتر و نه کمتر برای مصرف‌کننده منتهی شود. بنابراین بیش از آنکه به خصوصی‌سازی بیندیشیم (که در جای خود یک ضرورت است) باید به ایجاد مشاغل جدید و بنگاه‌های جدید بیندیشیم. برای مثال اگر در کشور ما سهم دولت در اقتصاد بالاست و اقتصاد ما یک اقتصاد دولتی است، مشکل اصلی‌تر در اقتصاد ما کوچک بودن کیک اقتصاد

است. باید به پتانسیل‌های رشد بیشتر در این جهت نگاه کنیم. این مهم هم تحقق نخواهد یافت مگر با توانمندسازی و تقویت قابلیت‌های انسانی بر مدار آزادی‌های پنج‌گانه. بنابراین تقویت قابلیت‌های انسانی در دنیای امروز (یعنی عصر اطلاعات) موتور محرکه رشد اقتصادی است. همین‌طور ثبات اقتصادی پیش‌نیاز تحقق رشد مناسب است. تجربه مردم‌سالاری در غرب نشان داده است که بازار آزاد در جهت تأمین رشد و پیشرفت اقتصادی در فضای وجود آزادی‌های فردی موفق بوده است. بنابراین رویکرد آزادی محور قابلیت آن را دارد که هر دو دیدگاه را در خود جای دهد. یعنی اگر مدار توسعه کشور بر پایه رویکرد آزادی محور قرار داده شود و از نظر نگاه استراتژیک قابلیت‌های انسانی را به عنوان موتور محرکه توسعه بسپزیم و اهتمام و برنامه‌های لازم را برای تقویت قابلیت‌ها از مسیر آزادی‌های پنج‌گانه بنماییم، ضمن دستیابی به رشد اقتصادی معقول، شاهد توزیع عواید منصفانه رشد هم خواهیم بود. بنابراین باز تاکید می‌کنم این رویکرد توانایی این را دارد که به جدال تاریخی طرفداران رویکردهای رشدگرا و رویکردهای مبتنی بر باز توزیع درآمدها پایان دهد و زمینه آشتی این دو دیدگاه را در جهت رفاه اقتصادی بیشتر جوامع فراهم نماید. بنظر بنده اگر این وجه از رویکرد آزادی محور توسعه خوب هضم و تحلیل شود انقلابی در حوزه نظری و عملی توسعه ایجاد خواهد کرد.

#### ■ جایگاه نوع و ساختار حکومت در این رویکرد چیست؟

● باز از استاد عزیزم زنده یاد دکتر حسین عظیمی نقل می‌کنم که می‌گفت راه توسعه را خود مردم پیدا می‌کنند. کسی حق ندارد به عنوان حکومت راه توسعه را به مردم تحمیل کند. دولت صرفاً وظیفه دارد ابزارهای لازم برای حرکت در مسیر توسعه را مهیا کند. نهادگرایی وجه بارز این رویکرد است. بدون نهادسازی و توسعه‌ای کردن نهادهای موجود، امکان گسترش آزادی‌ها و تعقیب مأموریت‌های توسعه‌ای ناممکن است. نهادهایی چون

دولت، بازار و NGOها باید در جایگاه واقعی خود قرار بگیرند تا بتوانند متناسب با وظیفه خود با یک رابطه تعاملی در مسیر توسعه ایفای نقش کنند. از منظر رویکرد آزادی محور با نگاه ابزاری، آزادی در حقوق مدنی عنصر مهمی در تدوین و اجرای سیاست‌های اقتصادی است. به بیان دیگر از دید این رویکرد، باید به مردم‌سالاری به خاطر اهمیت آن در تقویت قابلیت‌ها، نقش ابزاری آن در بالا بردن میزان شنوایی حاکمیت و نقش نهادی آن در درک نیازها توجه کرد.

«سن» در تاکید بر نقش ابزاری آزادی سیاسی در تقویت رشد و توسعه اقتصادی، بر این نکته پای می‌نهد که آزادی بالذاته اهمیت دارد. باید بسپزیم مردم سالاری جزء لاینفک حرکت به سمت توسعه یافتگی است و آزادی‌های سیاسی بالذاته منشأ ارزش و از ارکان اصلی فرآیند توسعه است. نبود آن نیز نشانه‌ای از توسعه نیافتگی است. باز به عنوان یک نگاه ابزاری، باید توجه داشته باشیم بهره‌وری عوامل تولید نیز متأثر از محیطی است که عوامل اقتصادی در درون آن تصمیم به سرمایه‌گذاری و مشارکت در عرصه فعالیت‌های اقتصادی می‌گیرند. البته مواردی در تاریخ وجود دارد که اصلاحات تحت یک حکومت استبدادی به موقعیت‌هایی نیز دست می‌یابد مثل شیلی زمان پینوشه یا سنگاپور زمان کوان لی، اما مواردی که حکومت‌های استبدادی اقتصادها را مضمحل کرده‌اند، فراوان است.

تازه، توفیق این‌گونه حکومت‌های اقتدارگرا را باید در بحث مشروعیت حکومت هم جست‌وجو کرد. چه بسا این‌گونه حکومت‌ها با وجود حاکمیت استبدادی در آن برهه زمانی به هر دلیلی (از جمله عدم آگاهی مردم یا کاریزمایی بودن حاکم) از مشروعیت نسبی برخوردار بوده‌اند. دلیل توفیق آنها هم می‌تواند همین مشروعیت (ولو کاذب) باشد. توسعه چیزی جز افزایش دامنه انتخاب انسان نیست و بر این معنا «سن» فرآیند گسترش آزادی‌های انسان و افزایش دامنه انتخاب انسان را حرکت در

مسیر توسعه یافتگی می‌داند و توسعه را برخوردارانی انسان‌ها از زندگی دلخواه تعبیر می‌کند. پس به واقع آزادی‌های سیاسی و مردم سالاری نیز در بطن تعریف ما از توسعه قرار دارد.

■ با توجه به اینکه در آستانه نهایی‌سازی برنامه چهارم توسعه قرار داریم، تا چه اندازه این رویکرد را قابل عملیاتی شدن می‌دانید؟

● این رویکرد کاملاً قابلیت عملیاتی شدن دارد و تجربه کشورهای آسیای شرقی در همین راستاست. خوب است به جمله‌ای از «جوزف استکلینز» برنده جایزه نوبل اقتصاد ۲۰۰۱ در مورد تجربه روسیه اشاره کنم. او می‌گوید: آنان که مسؤول اشتباهات گذشته هستند، توصیه به درد بخوری در مورد اینکه روسیه در آینده به کدام سو برود ندارند. آنان همان شعار همیشگی نیاز به ادامه تشییت، خصوصی‌سازی و آزادسازی را تکرار می‌کنند.

البته مسائلی که در گذشته به وجود آمد اکنون آنها را مجبور کرده است که نیاز به نهاده‌های قدرتمند را بپذیرند. ولی در پاسخ به این سؤال که این به چه معناست و چگونه باید به این هدف رسید. چیزی نمی‌دانند. البته ما با جمله آخر حرف استکلینز موافق نیستیم و نمی‌خواهیم به تفکرات مخالف بی احترامی کنیم. ولی می‌خواهیم بگویم برنامه‌های ما در گذشته بسیار شتاب زده و سیاست زده تدوین شده است. برنامه‌های ما بیشتر برنامه‌های کارمندی بوده تا کارشناسی و کمتر حاضر شدیم که بپذیریم توسعه توسط مردم و برای مردم حاصل می‌شود و به مشارکت مردم در تدوین برنامه‌های توسعه کشور کمتر اهمیت داده شده است. «پی یر بردو» روشنفکر فرانسوی می‌گوید سیاستمداران نیاز دارند همانند دانشمندان عمل کنند و وارد بحث‌های عملی شوند که مبتنی بر شواهد و قرائن روشن است. متأسفانه غالباً عکس این روی می‌دهد. یعنی دانشمندان در ارائه توصیه‌های سیاستگذاری، سیاست‌زده می‌شوند و شواهد را چنان تغییر می‌دهند که با تمایلات مسؤولان بخواند. ما باید

بپذیریم این پول و وام‌های خارجی نیست که به آن نیاز داریم. بلکه تربیت انسان‌های نوآور و توانمند و توسعه‌ای است که در عصر اطلاعات می‌تواند خالق ارزش‌های اقتصادی باشد. ما باید در عمل بپذیریم جهانی سازی یک مسابقه است که در آن دوندۀ سریع‌تر و توانمندتر، موفق‌تر بوده است. جهانی سازی عبارت از نزدیک شدن کشورهای و ملت‌های جهان و در نتیجه کاهش شدید هزینه‌های حمل و نقل، ارتباطات و نیز رفع موانع مصنوعی است؛ موانعی که در راه جریان آزاد کالاها، خدمات، سرمایه، دانش و تا حدودی نیز افراد وجود دارد. اگر این اتفاق به نحو مطلوب بیفتد معنای آن برابر کردن فرصت‌هاست. بنابراین برنده در این میدان کسی است که قابلیت استفاده از این فرصت را داشته باشد.

باید بپذیریم بهره‌وری ملی تابعی از قابلیت‌های انسانی است در طول ۳۸ سال گذشته نیروی کار دارای تحصیلات عالی حدود ۲۰ برابر شده است. اما تولید ناخالص داخلی به قیمت واقعی تغییری نکرده است. ما الان در شرایطی قرار داریم که از حدود ۵۵ درصد ظرفیت کاری خود نمی‌توانیم استفاده کنیم. به بیان دیگر ۵۵ درصد از نیروی کار این جامعه سهم و نقش مولدی در اقتصاد جامعه ندارند. جامعه‌ای توسعه یافته است که بتواند ظرفیت‌های بالقوه خود را به بالفعل تبدیل کند و برای این کار راهی جز تقویت قابلیت‌های انسانی به طریقی که اشاره شد، وجود ندارد.

ما باید بپذیریم که به عنصر توسعه سیاسی در برنامه‌های توسعه‌ای گذشته کشور بی‌توجهی شده است. موضوعی که هم در عنوان برنامه و هم در محتوا، همواره در برنامه توسعه‌ای ایران و لایحه پیشنهادی برنامه چهارم مورد بی‌توجهی قرار گرفته، بحث توسعه سیاسی است. همه با تسامح و غفلت می‌خواهیم از این بعد اساسی توسعه بگذریم. هنوز این باور به صورت عینی و عملی در ما به وجود نیامده که آزادی سیاسی فی‌نفسه واجد اهمیت است! ضمن اینکه شرط لازم تحقق اهداف اقتصادی - اجتماعی پیش‌بینی شده در این لایحه و چشم‌انداز

تصویب شده اخیر برای توسعه کشور است. بدیهی است که بسته سیاستی ما باید به همه ابعاد توسعه توجه داشته باشد.

اگر به بهره‌وری ملی و رشد جهشی و توسعه می‌اندیشیم، نسبت نهادینه شدن فعالیت احزاب سیاسی و اپوزیسیون را چگونه می‌بینیم؟ با کدام ساختار سیاسی (ساختار اقتدارگرا و یا مردم‌سالار) می‌خواهیم به چشم‌انداز تعریف شده دست پیدا کنیم و متناسب با آن چه امکاناتی را در برنامه گنجانده‌ایم؟ به نظر می‌رسد وقت آن رسیده که پس از تدوین و اجرای سه برنامه توسعه پس از انقلاب و عمدتاً با تأکید بر سیاست‌های اقتصادی، در برنامه چهارم توسعه به آموزه‌های اقتصاد سیاسی نیز نیم‌نگاهی داشته باشیم. باید بپذیریم که اقتصاد تراوایی در کشور ما کاربرد موفقی ندارد و رشد اقتصادی لزوماً به نفع همه نیست. به قول «استکلینز» مد دریا لزوماً همه قایق‌ها را بالا نمی‌برد. باید مراقب باشیم مجدداً در دام اقتصاد تراوایی جدید نیفتیم. ما محتاج یک تئوری و رویکرد مشخص در توسعه هستیم تا این تئوری در عمل پشتوانه استراتژی و سیاست‌های ما قرار گیرد. بدون برخورداری و قبول یک تئوری موجه و سازگار برای توسعه، کشور نمی‌تواند و نباید وارد مراحل بعدی شود. در رویکرد آزادی محور به عنوان یک رویکرد سیستمی، استراتژی‌های اصلی گسترش آزادی‌ها و امکان آزادی و به عبارتی مقابله نظام‌مند و درجه‌بندی شده با انواع نآزادی‌هاست. دیگر استراتژی‌ها و سیاست‌های فرعی در مسیر حرکت به سمت تأمین آزادی‌های پنج‌گانه قابل تبیین است. تأکید این رویکرد بر شرایط اقتصادی زندگی انسان‌ها و بهبود کیفیت آن و برخورداری از نیازهای اساسی و امکانات زندگی، در کنار نیاز انسان به حق تعیین سرنوشت و بیان نظرات و عقاید (و لذتی که از مشارکت سیاسی و اجتماعی نصیب او می‌شود) و نیز نیاز او به آموزش، سواد و برخورداری از سایر فرصت‌های اجتماعی، قابلیتی به این رویکرد بخشیده است که می‌تواند محور برنامه توسعه کشور قرار گیرد. ●



## پول شویی (پول کثیف)

### و پیامدهای اقتصادی،

### اجتماعی ناشی از آن

● محمدولی کیانمهر\*

#### تعریف پولشویی

الف - تحصیل، تملک، نگهداری یا استفاده از درآمدها با علم به اینکه مستقیم یا غیر مستقیم در نتیجه ارتکاب جرم به دست آمده باشد.

ب - تبدیل، مبادله یا انتقال درآمدها به منظور پنهان کردن منشأ غیر قانونی آن با علم به اینکه به طور مستقیم یا غیر مستقیم ناشی از ارتکاب جرم است یا کمک به مرتکب، به نحوی که مشمول آثار و تبعات قانونی ارتکاب آن جرم نگردد.

ج - اختفاء، پنهان یا کتمان کردن ماهیت واقعی منشأ، منبع، محل، نقل و انتقال جابه جایی یا مالکیت درآمدی که به طور مستقیم یا غیر مستقیم در نتیجه جرم تحصیل شده باشد.

#### طرح مسأله

با توجه به افزایش چشمگیر تعداد جرایم ارتكابی در سالهای اخیر و با توجه به واقعیت نزدیک شدن نظریه «دهکده جهانی» که موجب می شود بسیاری از اعمال مجرمانه با فراتر رفتن از محدوده مرزهای یک کشور به بار نشینند، همکاری بین کشورهای

مختلف برای مبارزه با این گونه جرایم، که عمدتاً از زمره جرایم سازمان یافته اند، امری کاملاً ضروری و اجتناب ناپذیر شده است. از جمله این جرایم، که ماهیت فراملی دارد، یعنی در خارج از مرزهای یک کشور استمرار دارد، جرم تطهیر یا شستشوی پول است که البته محدود به شستشوی پول نمی شود بلکه تطهیر همه اموال کثیف ناشی از جرم را در بر می گیرد.

این جرم علاوه بر ماهیت فراملی، ماهیت سازمان یافته نیز دارد و این امر مبارزه با آن را مشکل تر می کند. در جرایم فردی و غیر سازمانی با دستگیری مجرم اعمال مجرمانه او پایان می پذیرد ولی در جرایم سازمان یافته پس از دستگیری یکی از افراد باند یا سازمان، بلافاصله فرد دیگری جانشین او شده و اعمال مجرمانه را ادامه می دهد.

برای روشن تر شدن منظور از تطهیر مال که عبارت از مخفی کردن منبع اصلی اموال ناشی از جرم و تبدیل آنها به اموال پاک است به طوری که یافتن منبع اصلی مال غیرممکن یا

بسیار دشوار شود، می توان یک مثال ساده در حقوق داخلی ارائه داد: هرگاه سارقی در صدد فروش قطعه جواهری که دزدیده است برآید احتمال دستگیری او بسیار بیشتر از زمانی است که جواهر دزدیده شده را در معاملات گوناگون که با همدست های خود انجام می دهد تبدیل به مثلاً فرش، لوازم برقی و لباس های گران قیمت کرده و سپس درصد فروش آنها در بازار برآید. تاثیر سوء این عمل در جرایم سازمان یافته و فراملی بیشتر است. در این گونه جرایم، روند پولشویی معمولاً باعث خروج مال از یک کشور و عدم دست یابی مأموران به آن می شود به علاوه پول یا مال ناشی شده از جرم تنها عامل ایجاد روابط بین رهبران سازمانهای مجرمانه و اعمال مجرمانه آن سازمان است و عمل تطهیر پول باعث می شود دست یابی به این عوامل مشکل شود و آنها بتوانند به راحتی و با آرامش خیال از درآمدهای اعمال مجرمانه سازمان بهره ببرند.

پولشویی به عنوان یک واژه تخصصی دلیل انتخاب واژه پولشویی برای این

جرم و دستگیری مجرمان است. به سخن دیگر، جرم برای کسب منفعت انجام می‌شود ولی پول کثیف فایده کمی برای مجرمان دارد، چرا که گمان مأموران را بر می‌انگیزد و بنابراین مجرم باید خود را تا آنجا که می‌تواند از درآمدهای مجرمانه دور نشان داده و این درآمدها را به اصطلاح بازیافت نماید تا با تغییر ظاهر آن بتواند آن را برای ارتکاب جرایم بیشتر مثلاً خرید محموله‌های جدید مواد مخدر یا برای تأمین یک زندگی مرفه‌تر مورد استفاده قرار دهد؛ بدون آنکه گمان کسی را برانگیزد.

بهره‌وری، بدترین نتیجه پولشویی اشاعه جرم و به خصوص جرایم سازمان یافته است. در صورت مقابله با آن، اولاً، انگیزه ارتکاب جرم در مجرم از بین می‌رود زیرا همان طور که گفته شد قوی‌ترین انگیزه برای ارتکاب جرم انگیزه مالی است، ثانیاً، با وجود مال و درآمد مجرمانه در دست مجرم، احتمال شناسایی و دستگیری وی بسیار زیاده‌تر از زمانی است که او با پاک جلوه دادن آنها، بزرگترین عامل ارتباط خود با جرم را از میان می‌برد.

بنابراین جا دارد که شیوه پلیس و سایر مقامات کشف جرم، که بیشتر به دنبال تحقیق در مورد اصل جرم ارتكابی می‌باشند، تغییر یافته و بخش عمده‌ای از کار آنها به ردیابی درآمدهای حاصل از جرم اختصاص یابد که این بهترین راه مبارزه با مجرمان و باندهای بزه‌کار است.

تجربه نشان می‌دهد که تمایل سازمانهای بزه‌کار به تطهیر درآمدهای مجرمانه خود آنچنان زیاد است که گاه خود با تشکیل بانک یا پرداخت کمیسیونهای گزاف به بانکهای موجود یا با زیاد نشان دادن درآمد حاصل از تجارتهای مشروع خود و حتی با پرداخت مالیات این درآمدهای صوری، به پولشویی مبادرت می‌ورزند.<sup>۱</sup>

پس از وقایع ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ که اهمیت تخلفات مالی را در تغذیه و تأمین مالی تروریستها نشان داد و معلوم شد که حسابهای بانکی القاعده

خرده فروشی هروئین، کوکائین و حشیش به ۱۲۲ میلیارد دلار در سال بالغ می‌شود که این مبلغ از تولید ناخالص ملی برخی از کشورها بیشتر است. از این مبلغ ۸۵ میلیارد دلار را سود تشکیل می‌دهد که باید شستشو داده شود. براساس همین گزارش، قاچاقچیان مواد مخدر در آمریکا و اروپا در هر دقیقه ۲۳۲۱۵۵ دلار درآمد دارند که همه آن باید مشمول پولشویی قرار گیرند. برآوردها در سطح جهانی حاکی از آن است که تقریباً یک تریلیون دلار در سال مشمول «پولشویی» قرار می‌گیرد که حدود یک ششم تولید ناخالص ملی آمریکا و بیش از تولید ناخالص داخلی کانادا به عنوان نهمین اقتصاد دنیا است.

در سیستم بانکی آمریکا نیز میزان «پولشویی» در مورد همه جرایم حداقل سیصد میلیارد دلار در سال برآورد شده است که حداقل پنجاه میلیارد دلار آن مربوط به کوکائین است. علی‌رغم نبود دقت در این برآوردها و آمارهای متفاوتی که از سوی مراجع مختلف ارائه شده، این گونه ارقام می‌توانند ذهن ما را نسبت به میزان و وسعت مشکل مورد بحث تا حدودی روشن سازند. شیوه‌های تطهیر مال که از سوی مجرمان اتخاذ می‌شود با توجه به نوع جرم، ارزش مال، امکانات مجرم و نظایر آنها متنوع و متفاوت است ولی استفاده از سیستم بانکی و نیز پنهان شدن در زیر پوشش تجارتهای مالی مشروع معمول‌ترین شیوه‌ها است.

#### رابطه پولشویی و سایر جرایم

با توجه به این که امروزه جرم به یک تجارت تبدیل شده است، اصطلاح تجارت جرم<sup>۲</sup> ابداع شده که نشان می‌دهد برخی ارتکاب جرم را به عنوان بهترین راه کسب درآمد می‌بینند. بدین ترتیب، بر اساس آمار موجود در بسیاری از کشورهای جهان، جرایمی که با هدف کسب منافع مالی انجام می‌شود درصد بسیار عظیمی از کل جرایم را تشکیل می‌دهد.<sup>۳</sup> بنابراین مبارزه با روند مشروع جلوه دادن عواید و درآمدهای مجرمانه بهترین راه پیشگیری از وقوع

عمل آن است که این روند مثل یک شستشو خانه یا ماشین لباسشویی است که چرک و کثافت را از لباسها جدا می‌کند و با جدا کردن کثافت‌های ناشی از جرم از پول، یا هر مال دیگر ناشی از جرم، آن را پاک می‌کند.

بیان اینکه این واژه که از دهه‌های بیست و سی در آمریکا بر سر زبانها افتاد، اشاره دارد به شستشو خانه‌هایی که مافیا آنها را از پول نامشروع حاصل از قمار، قاچاق، فحشا و نظایر آنها خریداری کرده بود و پول کثیف را به داخل جامعه تزریق می‌کرد. البته برخی نیز شیوع این واژه را از هنگام ماجرای واترگیت در اوسط دهه هفتاد در زمان ریاست جمهوری نیکسون در آمریکا دانسته و از لحاظ حقوقی نیز آغاز استفاده از آن را به یک دعوی آمریکایی در سال ۱۹۸۲ مرتبط کرده‌اند.

در هر حال منشأ این دوره هرچه باشد امروزه به عنوان یک واژه تخصصی در سراسر جهان پذیرفته شده و شستشوی اموال کثیف ناشی از جرم، به خصوص پولهای ناشی از قاچاق مواد مخدر (با توجه به اینکه مستلزم عبور از مرزهای کشورهای مختلف است) از نظر کشورهای جهان و سازمان ملل متحد یک مشکل بین‌المللی و تهدیدی برای نظام مالی جهانی محسوب می‌شود که باید با همکاری همه کشورها با آن مبارزه شود؛ زیرا این کار می‌تواند براقصا سالم اثر سوء بگذارد.

#### پولشویی در سطح جهان و شیوه‌های انجام آن

برآورد دقیق میزان پولشویی در سطح جهان کار سختی است ولی در هر حال می‌توان گفت که میزان آن بسیار زیاد است.

گروه ویژه‌ای که توسط کشورهای صنعتی گروه هفت برای بررسی پولشویی تشکیل شد درآمدهای ناخالص حاصل از قاچاق مواد مخدر در سطح جهان را سیصد میلیارد دلار تخمین زده که این رقم توسط سازمان ملل متحد هم در سال ۱۹۸۷ ارائه شده است. در آمریکا و اروپا وجه ناشی از



حداقل در ۹ کشور جهان وجود دارد، حساسیت کشورها برای مقابله با پولشویی در پرتو نگرانیهای فزاینده جامعه بین‌المللی نسبت به تروریسم افزایش یافت. به ویژه آن که بانک جهانی نیز در گزارش سال ۱۹۹۹ خاطر نشان ساخت که یکی از عوامل موفقیت شورشیان در جنگهای داخلی توانایی آنها برای تأمین پول، که معمولاً با اقدامات غیر قانونی چون قاچاق مواد مخدر و تطهیر درآمدهای حاصل مرتبط است، می‌باشد.

بدین ترتیب، مقابله با پولشویی بهترین راه مبارزه با جرم است که به جای معلول با علت به مبارزه می‌پردازد. مثلاً برنامه جهانی مبارزه با پولشویی (GPML) مهمترین ابزار دفتر کنترل مواد مخدر و پیشگیری از جرم سازمان ملل متحد برای مقابله با جرایم است که نه تنها برای مقابله با قاچاق مواد مخدر بلکه برای مبارزه با جرایمی چون تروریسم، کلاهبرداری، اخاذی، قاچاق اسلحه و اشیاء عتیقه، قاچاق زنان و کودکان، قاچاق اعضای بدن، قاچاق اتومبیل، سرقت و نظایر آنها نیز باید با محکوم کردن مجرمان در بهره بردن از درآمدهای جرم شان انگیزه ارتکاب جرم را در آنها از بین برد. علاوه بر آن با کنترل روند پولشویی، که هر چقدر هم ماهرانه انجام شود اما با توجه به اینکه در واقع پاشنه آشیل تبهکاران است، امکان کشف جرم و دستگیری مجرمان فراهم می‌آید.

اینکه هیچ سابقه‌ای از جرم شناختن تطهیر درآمدهای مجرمانه در قوانین ایران وجود نداشته است پذیرفته نیست. علاوه بر مواردی که ضابط و مصادره اموال مکشوفه از مجرمان و آلات و ادوات و اموال به کار رفته در جرم یا حاصل از جرم در قوانین پیش‌بینی شده است، ماده ۶۶۲ قانون مجازات اسلامی (تعزیرات) شکل ساده‌ای از پولشویی را که عبارت از تحصیل، مخفی یا قبول کردن و مورد معامله قرار دادن مال مسروقه می‌باشد، جرم و شایسته مجازات دانسته است. همچنین برای افرادی که حرفه خود را

چنین کاری قرار داده‌اند حداکثر مجازات را پیش‌بینی کرده است<sup>۵</sup> در عین حال، با توجه به پیچیده‌تر شدن فرآیند پولشویی در سالهای اخیر و به خصوص، ارتباط آن با پدیده روبه رشد جرایم سازمان یافته این جرم باید به تطهیر درآمدهای نامشروع سایر اعمال مجرمانه نیز تسری یابد تا ابعاد ماهوی و شکلی مقابله با این جرایم را مشخص کند و نیز به موضوع پولشویی پرداخته شود.

### علل انجام پولشویی

انجام هر فعالیت مجرمانه نیازمند شرایط و محیط مناسب برای تحقق آن جرم است. شناسایی این شرایط برای جلوگیری از وقوع جرم اهمیت زیادی دارد.

بررسی ماهیت جرم پولشویی و شواهد موجود نشان می‌دهد که پولشویی در محیطی که شرایط زیر را داشته باشد قابل انجام خواهد بود:

- کردور فعالیتهای مجرمانه و غیر قانونی باشد

- بخشهای غیر رسمی اقتصادی فعال باشند

- بخشهای رسمی، به خصوص بازار مالی از کارایی لازم برخوردار نباشد

- قوانین ضد پولشویی چندان فعال نباشد

- ریسک عملیات پولشویی چندان قابل توجه نباشد

- بازارهای مالی به صورت حاشیه ای و توسعه نیافته اما مرتبط با بازارهای مالی پیشرفته وجود داشته باشد

- روشهای پولشویی برای دست اندرکاران بازارهای مالی قانونی، بانکها و دیگر عوامل اجرایی شناخته شده نباشد

- به راحتی بتوان درآمد به دست آمده را برای فعالیتهای مجرمانه دیگر به مکانهای دیگر انتقال داد.

### مراحل پولشویی

به طور کلی جرم پولشویی دارای سه مرحله به شرح زیر می‌باشد:

- جایگذاری (جای‌گزینی)<sup>۶</sup> اولین

مرحله از فرایند پولشویی، عرضه منابع غیر قانونی به شبکه مالی با هدف تبدیل منابع و درآمدهای مزبور به ابزارهای مالی است. این عمل با سپرده‌گذاری نقدی در مؤسسات مالی رسمی، غیر رسمی و خرید کالاهای قیمتی انجام می‌شود.

به عبارت دیگر، مبلغ نقد وارد سیستم مالی شده و موجودی نقدی به صورت ابزاری از قبیل چک مسافرتی، حواله‌های پولی و... در می‌آید.

### لایه جنی (پوشش دادن)<sup>۷</sup>

در این مرحله موجودی از حسابهای اولیه به سایر مؤسسات مالی منتقل می‌شود تا هر چه بیشتر منابع را از فعالیتهای خلاف اولیه دور کند. این مرحله با انجام عملیاتی مانند حواله وجه، خرید مستغلات و انتقال منابع به خارج از کشور صورت می‌گیرد.

- یکپارچه سازی (بازگرداندن)<sup>۸</sup> آخرین مرحله در فرایند پولشویی، یکپارچه سازی با فراهم کردن و ایجاد پوشش قانونی برای درآمدهای حاصل از فعالیت مجرمانه است. به گونه‌ای که درآمدهای شسته شده با استفاده از تکنیک یکپارچه سازی وارد جریان اقتصادی قانونی و یا غیر قانونی گردد.

### اشکال گوناگون پولشویی

جرم پولشویی به شکلهای زیر اتفاق می‌افتد:

- ۱- مخفی کردن ماهیت واقعی ماحصل از ارتکاب جرم
- ۲- مخفی کردن منشأ غیرقانونی درآمدهای ناشی از جرم
- ۳- نقل و انتقال فیزیکی مال یا درآمدهای ناشی از جرم
- ۴- انتقال وجه یا هر مال دیگری به مؤسسات مالی یا از طریق آنها
- ۵- کمک یا معاونت به شخص مجرم برای عدم شمول مقررات کیفری
- ۶- تحصیل و استفاده از اموال و عایدات ناشی از جرم

### آثار و تبعات مختلف پولشویی

تخریب بازار مالی  
ثبات بازار مالی به سازگاری و تعامل

ثبات بازار مالی به سازگاری و تعامل بین دو عنصر عرضه کننده و تقاضا کننده منابع در آن متکی است. تغییر در رفتار این عناصر به عوامل بستگی دارد که سیاست گذاران با برنامه ریزی مناسب می توانند آن عوامل را تحت تأثیر قرار داده و از نظر مالی بازار را به سمتی که تمایل دارند هدایت کنند. عملیات پولشویی منابع زیادی از پول را وارد بازار مالی می کند که این ورود منابع تابع عوامل شناخته شده و قابل کنترل نیست.

مالی که با تکیه بر جرایم ایجاد می شوند و در بازارهای مالی قانونی جایگاهی پیدا می کنند، قدرت بیشتری برای مدیریت داراییهایشان به دست می آورند که این امر باعث می شود در بازارهای مالی به عنوان یک قدرت انحصاری عمل کرده جریان هدایت بازار را به سود خود تغییر دهند.

### تخریب بخش خصوصی

فرآیند عملیات پولشویی می تواند فعالیتهای اقتصادی بخش خصوصی را که در چارچوب

مقرارت و قانون عمل می کنند به شکلهای زیر با مشکل روبرو کند:

- مجرمان برای قانونی جلوه دادن درآمدهای غیر قانونی خود از فعالیتهای به ظاهر موجه استفاده می کنند. این فعالیتهای که به منابع درآمدی حاصل از قاچاق و فعالیتهای غیر قانونی دیگر دسترسی دارد، به آنها اجازه می دهد که تولیدات بنگاههای مورد نظرشان با سوبسید فراوان از جانب مجرمان و درآمدهای غیر قانونی شان اداره شود. در نتیجه، قیمت پیشنهادی آنها برای کالا و خدمات مورد نظر می تواند حتی کمتر از قیمت تمام شده سایر بنگاهها باشد.
- تواناییهای ظاهری و حمایتی چشمگیر از جانب دست اندرکاران فعالیتهای مجرمانه سازمان یافته از این بنگاهها موجب پیدایش مزیت نسبی برای جذب منابع از بازارهای مالی برای این دست از بنگاهها می شود. در نتیجه، در عمل رقابت با آنها دشوار بوده و

بین دو عنصر عرضه کننده و تقاضا کننده منابع در آن متکی است. تغییر در رفتار این عناصر به عوامل بستگی دارد که سیاست گذاران با برنامه ریزی مناسب می توانند آن عوامل را تحت تأثیر قرار داده و از نظر مالی بازار را به سمتی که تمایل دارند هدایت کنند. عملیات پولشویی منابع زیادی از پول را وارد بازار مالی می کند که این ورود منابع تابع عوامل شناخته شده و قابل کنترل نیست. از سوی دیگر، در زمان معینی برای انجام یک فعالیت غیر قانونی دیگر، حجم عظیمی از پول را به صورت ناگهانی از بازار خارج می سازد که این هم بدون اطلاع و تحت تأثیر عواملی غیر از عوامل مؤثر بر جریان فعالیت قانونی بازارهای مالی است. چنین حرکتی، چه ورود نامعقول و چه خروج ناگهانی منابع، بازار مالی را با مشکل مواجه کرده و در واقع کارایی آن را در اقتصاد کاهش می دهد.

به دنبال انجام چنین عملیاتی از جانب پولشویان و ایجاد موانع بر سر راه فعالیتهای صحیح بازار مالی، اعتماد صاحبان منابع به این بازارها و در نتیجه انگیزه صاحبان منابع برای استفاده از این بازارها از بین خواهد رفت. در اقتصادهای مبتنی بر نرخ بهره و ورود چنین منابع فراوانی به بازار و همچنین خروج نابهنگام آن نرخ بهره را تحت تأثیر قرار می دهد. از این رو، همانگونه که در این بازارها نرخ بهره نقش اساسی و مهمی در تدوین روابط اقتصادی دارد، طبیعی است که نوسانات و آشفتگی در چنین متغیری دیگر متغیرهای اقتصادی را با بی ثباتی روبرو می کند.

همچنین، عملیات پولشویی در یک اقتصاد باز می تواند موجب ورود و خروج منابع از یک کشور بدون توجه به حجم فعالیت اقتصادی آن کشور شود، نرخ ارز را تحت تأثیر منفی قرار دهد که نتیجه آن به هم ریختگی بخش خارجی اقتصاد و به دنبال آن عدم تعادل در بخشهای داخلی اقتصاد خواهد بود. زیرا نرخ ارز یکی از متغیرهای مهم و کلیدی در اقتصاد باز به شمار می رود. نکته مهم دیگر اینکه، موسسه های

موجب خروج بنگاههای قانونی از جریان فعالیتهای اقتصادی می شود.

- این بنگاههای قدرتمند در عمل رهبری بنگاههای دیگر را در فعالیتهای خاص به عهده می گیرند. با توجه به این نکته، که سود حاصل از این فعالیتهای اقتصادی هدف آنها نبوده و انجام آنها صرفاً برای ظاهرسازی و کاهش ریسک استفاده از درآمدهای غیرقانونی است، فعالیت مورد نظر را به بی ثباتی و آشفتگی خواهند کشید آنها برای مقاصد مجرمانه خود در مقطعی از زمان فعالیت خاصی را انتخاب و روی آن سرمایه گذاری می کنند، زمانی که به اهداف خود رسیدند تمامی منابع را به یک باره از آن فعالیت خارج و آن را با رکود شدید و ورشکستگی روبرو می سازند.

تخریب بخش واقعی اقتصاد مجرمان در یک مرحله از عملیات

پولشویی به سرمایه‌گذاری در یک فعالیت اقتصادی اقدام می‌کنند. این سرمایه‌گذاری نه برای اهداف تولیدی و کسب سود ناشی از تولیدات بلکه، برای تأمین مقاصد مجرمانه آنها صورت می‌گیرد. آنها به طور معمول در جاهایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که نقش مؤثری در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی ندارد. این عمل نه به خاطر وجود تقاضای واقعی برای این کالاها و خدمات بلکه به خاطر علاقه مجرمان برای تدارک محیطی با ریسک کمتر به منظور انجام فعالیت‌های مجرمانه دیگر انجام می‌شود. این دسته از فعالیت‌ها درآمد معین و ثابتی ندارند. بنابراین، در صورت فعال شدن قوانین ضد پولشویی، آنها با تمسک به درآمد متغیر حاصل از چنین فعالیتی راه‌گریز می‌یابند. طبیعی است زمانی که به اهداف خودشان رسیدند منابع خود را به سرعت از این فعالیت‌ها خارج و آن را با ورشکستگی روبرو می‌سازند.

فعال کردن بعضی از فعالیت‌های غیر مفید از نظر اقتصادی موجب می‌شود که حتی دیگر منابع قانونی نیز به آن فعالیت‌ها روی آورند در نتیجه کمبود منابع در فعالیت‌های ضروری باعث کند شدن رشد اقتصادی خواهد شد. رکود و ورشکستگی نهایی بعضی از آنها امکان انتقال دوباره منابع را به فعالیت‌های مفید از بین می‌برد.

#### عدم تعادل در بخش خارجی اقتصاد

یکی از برنامه‌های مجرمان برای انتقال درآمدهای غیر قانونی به کشورهای دیگر استفاده از کانال واردات و صادرات است. بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهد که بخش زیادی از این فعالیت‌ها مربوط به کالاها و خدمات لوکس و غیر ضروری برای رشد اقتصادی است که به قیمت ارزان وارد کشور شده و در نتیجه، بازار مصرف داخلی را به خود جذب کرده و در نهایت موجب ورشکستگی بخش تولیدی در داخل می‌شود. علاوه بر آن درآمد حاصل از ورود این کالاها و فروش آن در داخل صرف سرمایه‌گذاری و یا خرید کالاها و خدمات داخلی نمی‌شود بلکه برای مقاصد مجرمانه به

فعالیت‌های غیر قانونی در داخل و یا خارج از کشور اختصاص می‌یابد.

در بعد صادرات هم اگر فعالیت‌هایی از جانب آنها صورت گیرد اولاً؛ بیشتر بر کالاهای لوکس و عتیقه متمرکز می‌شود و ثانیاً، درآمدهای حاصل از این نوع صادرات به داخل کشور باز نمی‌گردد. نتیجه همه این فعالیت‌ها عدم تعادل در بخش خارجی و به دنبال آن بی‌ثباتی در اقتصاد داخلی خواهد بود.

#### تأثیر منفی بر توزیع درآمدها

یکی از آثار پولشویی تأثیر منفی بر توزیع درآمد در جامعه است. فعالیت‌های مجرمانه اقتصادی و به دنبال آن، عملیات پولشویی درآمد را به نفع کسانی توزیع می‌کند که تمایلی برای به کارگیری آنها در بخش تولیدی و سرمایه‌گذاری واقعی ندارند. علاوه بر این آنها به پرداخت مالیات و دیگر عوارض قانونی این درآمدها نیز تمایلی ندارند، در نتیجه، وضعیت درآمدی دولت نیز با مشکل روبرو می‌شود و دولت برای دستیابی به درآمد مورد نظر خود مجبور به افزایش نرخ مالیاتی می‌گردد که این امر موجب ایجاد تنگنا و فشار بر فعالیت‌های قانونی می‌شود و در نهایت توزیع عادلانه درآمد را تحت تأثیر منفی قرار می‌دهد.

#### افزایش ریسک خصوصی‌سازی اقتصاد

مجرمان با دخالت در بازارهای مالی و شرکت در مزایده‌ها با پیشنهاد قیمت‌های بالاتر، با توجه به میزان بالای دارایی، اولاً تلاش می‌کنند عواید غیر قانونی را با درآمدهای قانونی مخلوط کنند و ثانیاً فعالیت‌های خصوصی‌سازی را به ضرر رشد و توسعه اقتصادی جهت دهند. بدیهی است، در چنین وضعیتی سیاست خصوصی‌سازی با موفقیت همراه نخواهد بود.

#### پولشویی مانعی برای جهانی‌شدن اقتصاد

اگر بپذیریم که جهانی‌شدن یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر است و باید به دنبال سیاست مناسبی برای بهره‌گیری صحیح از منافع جهانی‌شدن باشیم، پولشویی و عملیات مربوط به آن، این

سیاستها را با مشکل روبرو می‌سازد. مخلوط کردن عواید غیر قانونی با درآمدهای قانونی در قالب جهانی‌شدن اقتصاد راحت‌تر انجام می‌گیرد. گرچه، این نظر به این معنا نیست که به دنبال بهره‌گیری از منافع جهانی‌شدن اقتصاد نباشیم، بلکه با وجود فعالیت‌های مجرمانه پولشویی هزینه چنین حرکتی افزایش می‌یابد.

\* عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه

علامه طباطبایی

پی‌نوشت‌ها:

2- business of crime

6- Placement

7- Layering

8-intergration

۱- براساس گزارش دبیرخانه سازمان ملل متحد میزان جرائم گزارش شده در سطح جهان به طور متوسط سالانه ۵٪ افزایش دارد که از رشد جمعیت و نیز رشد اقتصادی بیشتر کشورها بالاتر است.

۳- حسین میر محمد صادقی، جرائم علیه اموال و مالکیت (تهران، نشر میزان، چاپ نهم، ۱۳۸۱) ص ۲۲.

۴- برای نمونه این قوانین، ر.ک: حسین میر محمد صادقی، حقوق جزای بین‌المللی، ص ۳۵۵ به بعد

۵- جهت تبیین این ماده ر.ک: حسین میر محمد صادقی، جرائم علیه اموال و مالکیت، ص ۳۱۵.

منابع:

۱- میرمحمد صادقی، حسین، پولشویی و ارتباط آن با جرائم دیگر. (مقاله ارائه شده در سمینار مبارزه با پولشویی - شیراز)

۲- میرمحمد صادقی، حسین، جرائم علیه اموال و مالکیت

۳- میر محمد صادقی، حسین، حقوق جزای بین‌المللی

۴- جزایری، مینا، جرم پولشویی به عنوان یک جرم مستقل. (ارائه شده در سمینار مبارزه با پولشویی - شیراز)

۵- محمودی، وحید، پدیده پولشویی و راه‌های مبارزه با آن (مقاله ارائه شده در سمینار مبارزه با پولشویی - شیراز)

۶- مرزبان، حسین، پدیده پولشویی و مبهم مالی در ایران. (مقاله ارائه شده در سمینار مبارزه با پولشویی - شیراز)

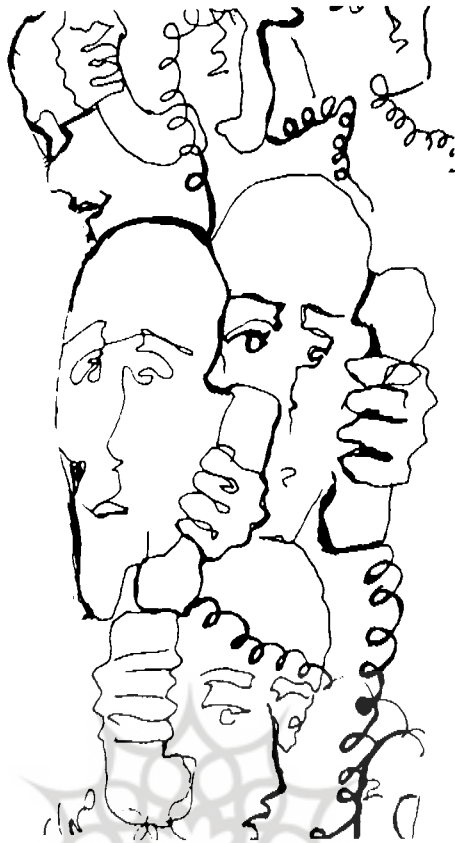
۷. هادیان، ابراهیم، پولشویی و اثرات اقتصادی آن. (مقاله ارائه شده در سمینار مبارزه با پولشویی - شیراز)

## مقدمه

دنیای امروز با سرعت سرسام آوری به سوی توسعه و گسترش فناوری و تکنولوژی در تونید آگاهی و اطلاعات و تبادل سریع و صحیح آن در حرکت است و در این راستا شتاب فزاینده انتشار داده‌ها و آمار و اطلاعات که خود حاصل عصر دیجیتال و فن‌آوری نوین علمی است سبب خواهد شد تا انقلاب جدید و تحولی بنیادین در زمینه اطلاع رسانی و اطلاع‌یابی به وجود آید و در واقع دهکده جهانی عینیت یابد.

بنابراین در دنیای امروز که فناوری جدید ارتباطی و سیستم‌های نوین اطلاع رسانی برای ارائه خدمات منطبق با خواسته‌ها و نیازهای مخاطبین به طور لحظه‌ای هر گونه مرز جغرافیایی و موانع طبیعی را در کمترین زمان ممکن در می‌نوردد و انباشت اطلاعات و داده‌ها را به پهنای گسترده جهانی بر روی شبکه‌های ارتباطی به نمایش می‌گذارد، فرصتهایی را ایجاد کرده است تا با اتکا به منابع اطلاعاتی و مجهز شدن به آخرین یافته‌ها، مهمترین تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در همه عرصه‌ها بوقوع به پیوندد. ضمن آنکه باید خاطر نشان ساخت که تبادل اطلاعات و افزایش و انباشت داده‌های اطلاعاتی در گرو برقراری ارتباطاتی است که می‌توان از آن به عنوان یکی از اصلی‌ترین و مهم‌ترین ارکان اجتماعی نام برد.

در واقع ارتباطات به عنوان پیچیده‌ترین مقوله اجتماعی بیانگر پیچیدگی ابعاد وجودی انسان است از این رو ضرورت



## نقش روابط عمومی در تحقق اهداف شرکتهای تعاونی

● سعید معادی

برقراری آن در جهت رفع یکی از نیازهای جدی جامعه بشری، همه دشواریها را مرتفع و انسان را وادار به صرف انرژی و زمان بیشتری در بروز خلاقیتها و نوآوریها در ایجاد و به کارگیری ابزار و فنون ارتباطی جدید می‌سازد تا بتواند در یک شرایط مناسب و مطلوب به انتقال داشته‌ها، یافته‌ها و تجارب علمی و عملی در کمترین زمان ممکن برای دیگر هموعان خود پردازد و به نوعی در سایه این

ارتباط و انتقال افق جدیدی را در مسیر تکامل و تعالی، در پیش روی جامعه انسانی قرار دهد.

بنابراین ضرورت و احساس نیاز درونی و ذاتی در جهت گریز از جهل و نقص نسبی و رفتن به سوی دانایی و روشنایی از یک سو و همچنین سعی و تلاش در گذر از شرایط و وضعیت موجود و خروج از عادت روزمره به موقعیت و فضای بهتر به عنوان عامل مهم و محرک اساسی در به

کارگیری صحیح و اصولی از تکنولوژی و فناوری جدید در دستیابی به دانسته‌ها و یافته جدید در تحقق بخشی اصل مشتری مدار محسوب می‌گردد. بویژه آنکه فضای تبادل و دادوستد اطلاعات و دانسته‌های جدید بخش تعاون و کاربران و استفاده کنندگان آن اتحادیه‌ها، شرکتهای تعاونی و ناونگران باشند که طبعاً این بخش و این اشخاص حقیقی و حقوقی بواسطه موقعیت و شرایط خاص بخش تعاون به عنوان یک پدیده فرابخشی، ایجاد یک انتقال منطقی و معقول را در حضور و مشارکت فعالانه آنان در عرصه تحقیق، تفریح، ابداع و نوآوری از یک سو و انتقال این دانسته‌ها و یافته‌های جدید را از سوی دیگر در اذهان متبادر می‌سازد. بنابراین نقش روابط عمومی در بستر سازی و ایجاد فرهنگ اطلاع رسانی و اطلاع‌یابی در معرفی ظرفیت و پتانسیل بنگاههای اقتصادی که در قالب تشکلهای تعاونی در عرصه‌های مختلف اقتصادی فعالیت می‌نمایند همراه با اعتمادسازی و جلب مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی به عنوان مشتریان و مخاطبان بخش تعاون در تصمیم‌گیری و تصمیم‌گیری امری کاملاً مشهود و ملموس می‌باشد که در بخشهای بعدی به راهکارهای آن اشاره می‌گردد.

### ارتباطات

توسعه، رشد و اعتلای اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی به عنوان بنگاههای اقتصادی همراه با فناوری و تکنولوژی جدیدی رابطه مستقیم و تحت و معلولی با گستردگی فعالیت

روابط عمومی دارد. در واقع هر آنچه که روابط عمومی در عرصه نوآوری، پویایی برای حرکت‌های نمادین دارد بالطبع مجموعه شرکت تعاونی را نیز شامل می‌شود، نیز در این چرخه مسیری تا از هر حیث مرتبط با این مقوله باشد زیرا هدف روابط عمومی چیزی جز تحقق و اجرای وظایف و مأموریت تعیین شده در راستای حصول رضایت مشتریان و اصل مشتری‌مداری نیست.

بنابراین ایجاد خود باوری و درک ظرفیت و پتانسیل و انعکاس توانمندیها و ویژگیها و فعالیت یک شرکت تعاونی از سوی یک روابط عمومی موثر و کارآمد می‌تواند منجر به موفقیت یک شرکت تعاونی گردد و بالعکس عدم حضور روابط عمومی و یا ناکارآمدی آن می‌تواند شرکت تعاونی را به سوی ابستایی، رکود و انفعال سوق دهد. در ایسن رهگذر نخستین و اصلی‌ترین وظیفه روابط عمومی ارتباطات و اطلاع‌رسانی است. چرا که اجرای اصولی آن نیازمند علم، تجربه و عمل سازمان یافته است. زیرا روشن است در عصری که به عصر ارتباطات و انفجار اطلاعات نام گرفته است جامعه‌ای، سازمانی و افرادی قادر به ادامه حیات خواهند بود که آگاه‌تر و به هنگام‌تر باشند و بتوانند با شناخت شرایط و وضعیت موجود با استفاده از نگاه مخاطبان، پیام ارتباطی منطبق با ذائقه و دیدگاه مشتریان را که از تأثیر و کارایی لازم برخوردار باشد در چارچوب اهداف شرکت تعاونی تهیه نمایند. از این رو این که روابط

عمومی هر شرکت تعاونی پیام را تهیه و در اختیار مخاطبان و مشتریان قرار دهد به منزله انجام کار نمی‌باشد بلکه با این روش فرآیند ارتباط به صورت ناقص شکل گرفته و زمینه برای دریافت عکس‌العملها و مشاهده رفتارها فراهم نشده است که با تحقق این موضوع تنها قسمت دیگری از فرآیند ارتباط شکل می‌گیرد و در واقع برای رسیدن به ارتباط صحیح، موثر، تعاملی و تفاهمی، به کارگیری و اعمال نمودن خواسته‌ها، سلاقی، انتظارات، دیدگاهها و به نوعی مشارکت دادن مخاطبان خاص و عام در تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی می‌باشد. زیرا دریافت و تجزیه و تحلیل بازخوردها به عنوان بهترین دستمایه و شالوده در تهیه، تدوین و اجرای برنامه‌های شرکت تعاونی محسوب می‌گردد که متأسفانه در حال حاضر این موارد که به عنوان اصول انکارناپذیر از روند فعالیت روابط عمومی محسوب می‌گردد به عنوان حلقه‌های مفقوده وجود دارد. بنابراین ارتباط به عنوان اولین و ضروری‌ترین نیاز در سطح روابط انسانی، اجتماعی و سازمانی قلمداد می‌گردد که طبعاً شرایط برقراری ارتباط به صورت صحیح، اصولی، تفاهمی، تعاملی و موثر در جهت ارسال و القا پیام به مخاطبان و در یافتن بازخورد و عکس‌العملهای منطقی و عقلانی آنان در جهت تدوین برنامه‌ها با لحاظ کردن اصل مشتری‌مداری در درجه اول منوط به شناخت کامل و جامع می‌باشد. زیرا هر آنچه که در یک رابطه منطقی و در

یک دایره شناخت از مخاطبان از شمول بیشتری برخوردار باشد، در نتیجه پیام و مفاهیم و محتوای پیام بر اساس اهداف و مأموریت شرکت تعاونی سنجیده و اصولی‌تر و بالطبع میزان اثرگذاری پیام به ذهن مخاطبان و بسترسازی برای مشارکت آن با شرکت تعاونی در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری بیشتر خواهد شد. بنابراین ایجاد انگیزه در ذهن و روان مخاطب برای تشریح در برنامه‌ریزی شرکت تعاونی و یا هر بنگاه اقتصادی دیگر در گرو شناخت اصولی و با استفاده از روشهای علمی و عملی است. از این رو برای آنکه روابط عمومی در شرکتهای تعاونی بتواند در برقراری ارتباط در راستای تحقق اهداف و برنامه‌های از پیش تعیین شده با لحاظ کردن اصول اطلاع‌رسانی موفق باشند، در درجه اول نیاز به تقسیم‌بندی مخاطبان در قالب درون سازمانی و بیرون سازمانی و پس از آن تقسیم هرکدام از آنان به مخاطبان خاص و عام می‌باشد. ضمن آنکه شرکتهای تعاونی به لحاظ نوع فعالیت به تعاونیهای تولیدی و توزیعی در عرصه‌های مختلف اقتصادی اعم از صنعت و معدن، کشاورزی و دامپروری، شیلات و آبزیان، خدمات، بازرگانی، آموزشی، فرهنگی، مسکن و عمران و زیر بخشهای آنان تقسیم می‌گردد که طبعاً با توجه به موضوع و نوع فعالیت، تولیدات آنان اعم از آنکه این تولید خدمات باشد یا کالا، مورد استفاده بخشی از مخاطبان قرار می‌گیرد. بنابراین می‌توان با توجه به

این موضوع به تقسیم‌بندی مخاطبان و نحوه ارتباط با آنان اشاره نمود.

### ارتباط درون سازمانی

- ارتباط با هیأت مدیره شرکت تعاونی  
- ارتباط با مدیر عامل شرکت تعاونی  
- ارتباط با اعضای مجمع شرکت تعاونی  
- ارتباط مدیران قسمتهای مختلف - ارتباط با کارکنان شرکت تعاونی و...

### ارتباط بیرون سازمانی

- ارتباط با ادارات تعاون  
- ارتباط با اتاق تعاون  
- ارتباط با صندوق تعاون  
- ارتباط با بانکها و مؤسسات اعتباری  
- ارتباط با شرکتهای تعاونی مشابه در سطح شهرستان، استان، کشور  
- ارتباط با شرکتهای تعاونی مرتبط در سطح شهرستان، استان، کشور  
- ارتباط با شرکتهای خصوصی مشابه در سطح شهرستان، استان، کشور  
- ارتباط با شرکتهای دولتی مشابه در سطح شهرستان، استان، کشور  
- ارتباط با شرکتهای دولتی مرتبط در سطح شهرستان، استان، کشور  
- ارتباط با عموم مردم  
- ارتباط با رسانه‌های ارتباط جمعی در سطح شهرستان، استان، کشور  
- ارتباط با مراکز آموزشی، علمی، تخصصی مرتبط با موضوع فعالیت شرکت تعاونی  
- ارتباط با شرکتهای مشابه در منطقه  
- ارتباط با شرکتهای



مشابه در آسیا و جهان  
 - بنابراین برای ایجاد این ارتباط روابط عمومی شرکت تعاونی نیازمند:

- ۱- تهیه، تنظیم و نگهداری اطلاعات و آمار از مخاطبان درون سازمانی و برون سازمانی براساس اصول متداول و کسببندی شده می باشد به نحوی که استفاده از آنها در همه شرایط سهل الوصول باشد.
- ۲- تشکیل بانک اطلاعاتی مکانیزه
- ۳- تهیه و جمع آوری مقالات، جزوات، گزارشهای تحلیلی، مطالب علمی، آمار و ارقام در حوزه فعالیت شرکت تعاونی
- ۴- ایجاد صندوق انتقادات، پیشنهادات روابط عمومی در سطح شرکت تعاونی به منظور بهره برداری از نقطه نظرات، پیشنهادات و انتقادات سازنده کارکنان شرکت تعاونی و سایر مراجعه کنندگان و مشتریان و جمع بندی، تجزیه و تحلیل و ارائه گزارش نهایی به مدیر عامل و سایر مدیران شرکت تعاونی جهت رسیدگی به امور
- ۵- برقراری ارتباط تنگاتنگ و صمیمی با اعضای مجمع عمومی و سهامداران
- ۶- تلاش در برگزاری صحیح و اصولی مجامع عمومی و فوق العاده
- ۷- اطلاع رسانی مناسب و اصولی در خصوص نحوه و زمان برگزاری مجامع به اعضا
- ۸- فراهم نمودن شرایط لازم و قانونی در جهت ارائه نقطه نظرات و دیدگاه اعضا مجمع
- ۹- تهیه و تنظیم صورتجلسات مجامع عمومی
- ۱۰- اطلاع رسانی صحیح و

اصولی به اعضا در خصوص تصمیمات هیأت مدیره

- ۱۱- ایجاد ارتباط صمیمانه با کلیه کارکنان شرکت تعاونی
- ۱۲- هماهنگی با مدیر عامل شرکت تعاونی جهت تعیین وقت برای ملاقات حضوری کارکنان
- ۱۳- برنامه ریزی جهت بازدید مدیر عامل و سایر اعضا هیأت مدیره به صورت شخصی و یا بدون هماهنگی قبلی جهت بازدید از قسمتهای مختلف
- ۱۴- برگزاری ملاقاتهای عمومی با حضور مدیر عامل و کارکنان شرکت تعاونی در محیط صمیمی
- ۱۵- تلاش در جهت ایجاد همدلی، صمیمیت در بین اعضا هیأت مدیره شرکت تعاونی
- ۱۶- به کارگیری شیوههای اصولی و علمی در برقراری رابطه تنگاتنگ معین مدیر عامل و اعضا هیأت مدیره
- ۱۷- ایجاد ارتباط مناسب، منطقی و معقول بین اعضا هیأت مدیره و اعضا
- ۱۸- فراهم نمودن فرصت و شرایط مناسب در جهت ارائه نظرات، دیدگاهها و با انتقادات کارکنان شرکت تعاونی
- ۱۹- پیگیری ویژه روابط عمومی برای حل مشکلات کارکنان شرکت تعاونی
- ۲۰- ایجاد نظام خاص دریافت پیشنهادات کارکنان و اعضا مجمع عمومی
- ۲۱- جمع آوری مقالات، مطالب، آمار و ارقام مورد نیاز هیأت مدیره در جهت تصمیم گیری و برنامه ریزی
- ۲۲- رویکرد مناسب به مباحث آموزشی در راستای فعالیت شرکت تعاونی
- ۲۳- تدوین و برنامه ریزی

جهت برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با فعالیت شرکت تعاونی با استفاده از دستاوردها و فناوری جدید

- ۲۴- ارتباط با مراکز آموزشی، تحقیقاتی، انجمن های تخصصی مرتبط
- ۲۵- برگزاری دوره های آموزشی برای مدیر عامل، اعضا هیأت مدیره و سایر کارکنان
- ۲۶- برقراری ارتباط با نهادهای مختلف بخش تعاونی
- ۲۷- رفع نیازهای اطلاعاتی جامع در باره مسائل مربوط به شرکت تعاونی از طریق تماس با مراجع ذیربط
- ۲۸- شناسایی و برقراری ارتباط با شرکتهای مشابه با موضوع فعالیت در سطح شهرستان، استان، کشور
- ۲۹- شناسایی و برقراری ارتباط با شرکتهای تعاونی مرتبط با فعالیت در امر تهیه، تولید، توزیع
- ۳۰- ایجاد حلقه های زنجیره منطقی و مناسب از زمان تهیه، تولید، توزیع تا مصرف
- ۳۱- شناسایی و برقراری ارتباط با شرکتهای خصوصی مشابه با موضوع فعالیت در امر تهیه، تولید و توزیع
- ۳۲- شناسایی و برقراری ارتباط با شرکتهای خصوصی مرتبط با موضوع فعالیت شرکت تعاونی در امر تهیه، تولید و توزیع
- ۳۳- شناسایی و برقراری ارتباط با شرکتهای دولتی در زمینه های مشترک و مرتبط با فعالیت شرکت تعاونی
- ۳۴- راه اندازی تلفن گویا برای برقراری ارتباط با سؤالات و نقطه نظرات اعضا و مردم

۳۵- راه اندازی سیستم پست الکترونیکی برای دریافت نقطه نظرات مخاطبان

- ۳۶- برگزاری همایش و جلسات مشترک با شرکتهای تعاونی مشابه در موضوع فعالیت
- ۳۷- برگزاری همایش و جلسات مشترک با شرکتهای تعاونی تولیدی و توزیعی مرتبط با موضوع فعالیت
- ۳۸- برگزاری جلسات مشترک با نمایندگان بانکها و مؤسسات مالی و اعتباری در زمینه تقویت سازی منابع مالی شرکت تعاونی
- ۳۹- تشکیل اتاق مذاکره جهت به بحث گذاشتن مسائل و مشکلات شرکت تعاونی
- ۴۰- ایجاد نظام دریافت پیشنهادات از کلیه مخاطبان خاص و عام شرکت تعاونی
- ۴۱- شناسایی شرکتهای تولیدی و توزیعی تعاونی مشابه و مرتبط در خارج از کشور
- ۴۲- برقراری ارتباط با شرکتهای تعاونی جهت تبادل اطلاعات و حضور اعضا هیأت مدیره برای جلسات مشترک
- ۴۳- جمع آوری اطلاعات و شناسایی وضعیت بازار داخلی و خارجی جهت ارتباط و ارسال کالا یا خدمات
- ۴۴- ارتباط مناسب و تنگاتنگ با رسانه های ارتباط جمعی
- ۴۵- ارتباط با روزنامه، هفته نامه و ماهنامه های تخصصی و مرتبط با موضوع فعالیت شرکت تعاونی
- ۴۶- برگزاری مصاحبه مطبوعاتی برای مدیر عامل شرکت تعاونی
- ۴۷- ارسال خبرها،

گزارشها، مقاله در خصوص نحوه عملکرد شرکت تعاونی به جراید و رسانه‌ها

۴۸- ارسال آگهی رپرتاژ آگهی در راستای معرفی هرچه بهتر شرکت تعاونی به جراید و رسانه‌ها

۴۹- تهیه و چاپ ویژه نامه جهت معرفی شرکت تعاونی و محصولات آن

### پژوهش و افکار سنجی

اگر بخواهیم هر اتحادیه و یا شرکت تعاونی را در مقوله، مدیریت مشارکتی، پاسخگویی، شفاف سازی، مشتری مداری و مردم‌داری موفق و پویا قلمداد کنیم، بی تردید شرکتی به این توفیق دست خواهد یافت که شناخت صحیحی از مخاطبان، دیدگاهها، انتظارات، سلیق و خواسته‌های آن داشته باشد و به آنان احترام بگذارد و رسیدن به این شناخت میسر نمی‌گردد مگر از طریق سنجش افکار که در واقع راهی برای برقراری ارتباط متقابل، منطقی و تنگاتنگ بین شرکت تعاونی و مردم خواهد بود و بزرگترین رسالت روابط عمومی چیزی جز اجرای این مورد مهم نیست.

بنابراین برای تحقق رعایت شان و کرامت انسانی و همچنین پیاده کردن اصل مشتری مداری، باید از خواسته‌ها، نظرات، عقاید و پیشنهادات مراجعه کنندگان، مشتریان و همچنین کارکنان در خصوص مسائل گوناگون از طریق افکار سنجی اطلاع یافت و در واقع عدم توجه و اقبال به این موضوع موجب بروز مشکلات و تبعات گوناگونی برای فعالیت شرکت تعاونی محسوب می‌گردد. زیرا

در شرایط فعلی با توجه به حضور شرکتهای متفاوت اعم از: دولتی، خصوصی و تعاونی در امر تهیه، تولید و توزیع در زمینه خدمات و کالا در بازارهای داخلی و خارجی، شرکتی گوی سبقت را از دیگران می‌ریابد که در چارچوب خواسته‌ها ی مشتریان گام بردارد. مناسفانه این موضوع نه تنها در سطح وزارتخانه ها و سازمانها کم رنگ می‌باشد، بلکه در شرکتهای دولتی و خصوصی و تعاونی نیز از جایگاه لازم برخوردار نیست و عملاً شرکتهای و مدیران آنان در راستای سلیق، تفکرات و سیاستهای خود حرکت نموده و علی رغم فعالیت در قالب جمعی به عقل و خرد جمعی و کلی اعتقاد چندانی ندارند. در حالی که اگر شرایط و بستر برای نقب زدن به ذهن مخاطبان و اطلاع از دیدگاهها و انتظارات آنان حاصل گردد و این اصل که مردم به عنوان صادقترین و بهترین مشاوران محسوب می‌گردند، در ذهن و جانشان جایی پیدا نماید، این مقوله به عنوان بهترین و مهمترین اهمترین در پیشبرد اهداف شرکتها دوام و بقا آنها خواهد بود. بنابراین در شرایط فعلی اگر مؤسسه‌ای به لحاظ کمی از وضعیت مناسب برخوردار باشد، می‌باید با به کارگیری ساز و کارهای عملی شرایط را برای تغییر مزیت نسبی به مزیت رقابتی فراهم سازد. در واقع طی ارتباط صحیح و اصولی با مخاطبان و جلب اعتماد در جهت رضایت‌مندی آنان باید با بهره‌گیری از خواسته‌ها و انتظاراتشان حرکت نماید. از این رو برای دستیابی به

نقطه نظرات دیدگاهها، انتظارات و توقعات مخاطبان می‌بایست روش افکار سنجی را در دو طیف و گروه انجام دهد که بخش اول درون سازمانی و گروه دوم بیرون سازمانی است در این راستا می‌باید روابط عمومی براساس پژوهش به یافته‌های خود جامعیت بخشد و با اتکا به این موضوع شرایط را برای اجرای برنامه‌ها و سیاستهای شرکت تعاونی با لحاظ کردن انتظارات و خواسته‌های مشتریان آماده سازد. بنابراین لازم است روابط عمومی در جهت اجرای این موضوع موارد ذیل که عبارتند از:

- تسهیه و تسنظیم پرسشنامه‌های سنجش افکار عمومی با طرح سؤالات کارشناسی جهت توزیع در بین مشتریان جهت رسیدن به دیدگاههای آنان
- نظر سنجی از مراجعه کنندگان به شرکت تعاونی جهت دستیابی به نقاط ضعف و قوت
- نظر سنجی از شرکتهای تعاونی، خصوصی و دولتی مشابه با موضوع فعالیت شرکت تعاونی که از حیث فعالیت با شرکت همکاری می‌نمایند.
- نظر سنجی از شرکتهای تعاونی خصوصی و دولتی مرتبط با موضوع فعالیت که در زمینه حمایت همکاری تنگاتنگ با شرکت تعاونی دارند.
- نظر سنجی از اعضا در خصوص وضعیت نحوه مدیریت شرکت تعاونی
- نظر سنجی از کارکنان شرکت تعاونی
- نظر سنجی از مدیران شرکت تعاونی

### تبلیغات و انتشارات

معرفی شرکت تعاونی اعم از تولیدی و توزیعی و خدماتی که در بخشهای مختلف اقتصادی در ارائه خدمات و یا محصولات فعالیت می‌نمایند همراه با بیان وظایف و مسؤولیتهای قانونی و خدماتی و ویژگیهای آنان در جهت تئویر اذهان مخاطبان برای رسیدن به ارتباط موثر از جمله وظایف روابط عمومی است. در واقع روابط عمومی با اتکا به یک تلاش هوشمندانه و برنامه ریزی شده سعی می‌نماید با بکارگیری فنون روابط عمومی و لحاظ کردن اقتضاء زمانی و مکانی به تبیین و تشریح فعالیت شرکت تعاونی به مخاطبان خاص و عام بپردازد. ضمن آنکه پاسخگو بودن روابط عمومی در راستای شفاف سازی و تحقق اصل مشتری مداری با بسه کارگیری گرایش، خواسته‌ها، انتظارات و سلیق مخاطبان در گرو استفاده بهینه و اصولی روابط عمومی از فنونی است که در قالب تبلیغات و انتشارات تجلی می‌یابد و در واقع بخش عمده‌ای از وظایف روابط عمومی را در بر می‌گیرد. امروزه زبان تبلیغ یک زبان راست که روابط عمومی سعی می‌نماید در امر اطلاع رسانی و تئویر اذهان مخاطبان پیام را در ابعاد و اشکال مختلف تبلیغی بیان نماید. ضمن آنکه با توسعه و پیشرفت فنون تبلیغی و تکنولوژی و فناوری جدید مسلماً روابط عمومی نیز باید در اثر گذاری پیام همگام و همراه با این توسعه به این ابزار جدید از حیث علمی و عملی مجهز گردد. تا بتواند بیش از پیش در عرصه

ارتباطات، اطلاع رسانی و پاسخگویی موفق باشد. انتشارات به عنوان دیگر فنون روابط عمومی با گستره وسیع و تنوع در فرم و شکل از جمله راهکارهای دیگر برای تحقق اصلی‌ترین وظیفه روابط عمومی در اطلاع رسانی، پاسخگویی، تکریم ارباب رجوع و مشتری مداری است. بدین ترتیب، تا زمانی که روابط عمومی نتواند به درستی در شناساندن شرکت تعاونی موفق باشد هیچگاه نمی‌تواند در عرصه اطلاع رسانی و اجرای وظایف و تعهدات و مسؤولیت تعیین شده سخنی برای گفتن داشته باشد.

بنابراین تجهیز روابط عمومی به فنون انتشارات و تبلیغات اعم از خبر نامه، بولتن، ویژه نامه بروشور، کاتالوگ، پوستر به صورت نوشتاری و تصویری و الکترونیکی، در قالب اینترنت، اینترنت و بلاگ به عنوان انتشار الکترونیکی، همچنین نمایشگاه تخصصی و عمومی به صورت داخلی و خارجی، منطقه‌ای و بین المللی محل مناسبی برای ارتباط و اطلاع رسانی، تبادل دیدگاهها، نقطه نظرات در سطوح مختلف و به صورت درون سازمانی و برون سازمانی است که در واقع این فنون به لحاظ ویژگی می‌تواند در برگزیده مخاطبان درونی سازمان اعم از اعضا، سهامداران، هیأت مدیره، مدیر عامل، کارکنان شرکت تعاونی تا وزارت تعاون، ادارات کل تعاون، شعب صندوق تعاون و اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی دولتی، خصوصی مشابه و یا مرتبط با موضوع فعالیت در عرصه

تهیه، تولید، توزیع و مصرف و همچنین مخاطبان عام باشد. تا از این طریق یک روابط عمومی فعال و پویا بتواند در کمترین زمان اطلاعات مورد نیاز را در اختیار مخاطبان قرار دهد و همواره بتواند به یکی از اصول روابط عمومی که همانا پاسخگویی بر اساس صداقت و درستی است، جامه عمل بپوشاند.

بنابراین حضور روابط عمومی به صورت جدی و فعال در اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی حتی اگر شرکت تعاونی با حداقل ۷ نفر از اعضا تشکیل شده باشد، در جهت برقراری ارتباط، اطلاع رسانی و تبلیغات ضمن اثرگذاری بر روند و جریان فعالیت شرکت تعاونی، از حیث کلی نیز اثرات قابل تأمل و تعمقی بر پیکره بخش تعاون خواهد داشت.

از زمان تصویب قانون تعاون تا شکل‌گیری وزارت تعاون، همواره این وزارتخانه دستخوش فراز و نشیب و شرایط مختلف و متفاوت بوده که طبعاً برخوردهای دو گانه و چند گانه در قالب طرحهای مختلف اعم از انحلال، ادغام و غیره بر شرایط و وضعیت آن اثر گذاشته که بخشی از این عملکرد ناشی از عدم باور مسؤولین و تصمیم گیرندگان نسبت به حضور و فعالیت بخش تعاونی بوده و بخش دیگر براساس ساختار و فضای اقتصادی بوده که گاهی بخش تعاونی با کم اقبالی روبرو می‌شده است و از طرف دیگر نگاه و نگرش عمومی به بخش تعاون متأسفانه نگاه منطقی و اصولی از حیث فلسفه وجودی و اهداف و ساختار توان و

پتانسیل آن نبوده و همواره مردم تعاونی و شکت تعاونی از در قالب توزیع کالا و تعاونیهای مصرف جهت فروش کالا به صورت ارزان قیمت و متفاوت با شرایط عرف و قیمت بازار ارزیابی نموده‌اند.

طبعاً این فرهنگ نادرست موجب گردید تا خود باوری و اعتقاد قلبی در بین تعاونگران کم رنگ و حتی بی رنگ باشد به نوعی که شرکت تعاونی در زمینه اطلاع رسانی، تبلیغات و بازاریابی از عنوان کردن نام شرکت تعاونی اکراه داشته و به واسطه شرایط بیرونی و نگاه عمومی و بواسطه ترس از عدم اقبال مخاطبان و مشتریان و نرسیدن به وضعیت مناسب در عرصه فروش و ارائه خدمات مجبور به پنهان کردن نام شرکت تعاونی و یا استفاده از واسطه‌گری و دلالتی شود، در حالی که اگر اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی در ساختار سازمانی جای مشخص و معلومی را برای فعالیت روابط عمومی پیش بینی نمایند و با به کارگیری روابط عمومی فعال، توانمند و وارد به عرصه علمی و عملی، شرایط را برای ارتباطات، اطلاع رسانی و تبلیغات فراهم سازند. این موضوع در سطح کلی و کلان موجب شناساندن بیشتر ظرفیتها، پتانسیلها، دستاوردها، تولیدات و خدمات بخش تعاون می‌گردد. از طرف دیگر مقوله اطلاع رسانی با آمار و ارقام کمی و کیفی موجب تغییر اذهان مسؤولین و تصمیم گیرندگان در سطوحهای مختلف و تغیر باور عمومی نسبت به بخش تعاون خواهد

شد. در این راستا با توجه به حضور رسانه‌های ارتباط جمعی اعم از خبرگزاریها، صدا و سیما، روزنامه‌های کثیر الانتشار، هفته نامه‌ها، ماهنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی و روزنامه الکترونیکی می‌توان با برقراری ارتباط صحیح و اصولی با رسانه‌ها و استفاده بهینه از آنان در امر اطلاع رسانی در فرهنگ سازی و خودباوری به نتایج قابل قبولی دست یافت. بنابراین در شرایط فعلی نقش روابط عمومی به عنوان تنظیم کننده روابط برنامه ریزی شده و اصولی شرکتهای تعاونی با مردم و بالعکس بسیار کم رنگ و کم اثر می‌باشد و حتی این کم رنگی و بی اثری را به عینه در رسانه‌های ارتباط جمعی اعم از مطبوعات، رادیو، تلویزیون در قالب خبر گزارش، آگهی و... می‌توان مشاهده کرد.

امید است این اندیشه و نیاز در سطوح مختلف مسدیریتی اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی بوجود آید مطمئناً این انتظار که یک وزارتخانه یا یک دستگاه بتواند به تنهایی در انعکاس ارائه فعالیت‌های کلی و جزئی بخش تعاون موفق باشد و حق مطلب را به درستی ادا نماید، امری بعید و دور از انتظار است و انتظار واقعی و منطقی براین است که به واسطه حضور چندین هزار اتحادیه و شرکت تعاونی و میلیونها عضو تعاونی بتوان شرایطی را فراهم ساخت که هرکدام به تنهایی میدل به زبان اطلاع رسانی و تبلیغی در رسیدن به جایگاه واقعی بخش تعاون به لحاظ کمی و کیفی باشند. ●

## اشاره:

دستمزدها، نمی‌توانستند برای روز پیری چاره‌اندیشی نمایند و ناچاراً به هنگام از کار افتادگی، سربار جوانان خانواده شده یا آنکه از طریق تکدی امرار معاش می‌کردند!

امروزه شرایط فوق تا حدی تغییر یافته است. دولتها و موسسات بزرگ به رفاه زمان پیری کارکنان بیشتر توجه نموده و با وضع قوانین و مقررات بیمه و بازنشستگی، زندگی و معاش دوران پیری مستخدمین را در حد امکان تامین می‌نمایند. بدین ترتیب سازمانها موظف شده‌اند، زمانی که به خدمت فردی که به علت کبر سن و طول خدمت، نیروی کار خود را از دست داده خاتمه می‌دهند، مسنمری ثابت و منظمی، مقرر دارند.

بدین ترتیب مقرری‌های بازنشستگی نه به مثابه اقدامات خیرخواهانه‌ای که از انگیزه کریمانه و انساندوستی کارفرمای روشن بین سرچشمه می‌گیرد، بلکه به عنوان دستمزد پس افتاده‌ای که مستخدم نسبت به آن حق قاطع و صریحی دارد تلقی می‌شود.

البته لازم به توضیح است که آغاز مرحله بازنشستگی انسان و برخورداری از مستمری بازنشستگی لزوماً همزمان با دوران کهولت و پیری مفرط نیست، بلکه این دو حالت را که یکی حکم قانون (سن بازنشستگی) و دیگری، جبر زمان دیکته می‌کند، نباید آنطور که در لسان عادی، متداول است، یکی دانست. چه بسا افرادی که به سن بازنشستگی می‌رسند، ولی هنوز سرشار از نیروی کارند. و بالعکس کسانی در سنین جوانی و قبل از رسیدن به سن بازنشستگی کلیه مظاهر کهولت و پیری در وجودشان متجلی می‌گردد. به همین دلیل نمی‌توان دقیقاً سن بازنشستگی معینی را توصیه نمود. بلکه در شرایط اقلیمی، رفاهی - اجتماعی و اقتصادی مختلف سن خاصی برای این منظور توصیه می‌شود.

برخی صاحب‌نظران امور پرسنلی معتقدند، ملاک عمل قرار دادن سن و سابقه افراد، برای بازنشسته کردن آنان، کافی نیست و روش بازنشستگی قابل انعطاف را پیشنهاد می‌نمایند. اینان اذعان می‌دارند که به سود مدیریت است که

کارکنان به عنوان بزرگترین سرمایه‌های سازمان محسوب می‌گردند و برای اینکه آنان از تمام توان خود در راه رسیدن به اهداف سازمان بهره جویند، باید به نیازهایشان توجه داشت. نیروهای فعال امروز در آینده پیر و از کار افتاده خواهند شد. بدین جهت آنان نگران آینده خود هستند و تامین آینده و حمایت از دوران بازنشستگی یکی از نیازهای اساسی آنهاست. در این مقاله به لزوم توجه مدیران به نیازهای افراد و تاثیر آن بر انگیزش کارکنان و همچنین تاثیر حمایت‌های دوران بازنشستگی در بهبود نگرش کارکنان نسبت به کار می‌پردازیم.

تا اواخر قرن نوزدهم، اهمیت عامل انسانی، به عنوان مهمترین عامل، مورد توجه کارفرمایان و مدیران قرار نگرفته بود. ولی امروزه کلیه کشورهای جهان، بالاخص، کشورهای پیشرفته، توسعه و پیشرفت روزافزون و سریع خود را ناشی از استفاده بهینه و مطلوب از عامل انسانی می‌دانند. به همین دلیل اندیشمندان علوم اجتماعی، در قسرن حاضر، تحقیقات گسترده‌ای را در زمینه مدیریت منابع انسانی و بهبود قوانین و مقررات استخدامی از جمله نظام بازنشستگی و حمایت‌های پس از آن، انجام داده‌اند.

در این مقاله اهمیت نیروی انسانی، سلسله مراتب نیازهای انسانی و جایگاه بازنشستگی در این سلسله مراتب، لزوم توجه مسئولین به نیازهای افراد و تاثیر آن بر انگیزش کارکنان و چگونگی تاثیرگذاری، حمایت‌های دوره بازنشستگی در بهبود نگرش کارکنان نسبت به کار و افزایش کارایی و علاقه‌مندی آنان، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

در گذشته اکثر کارفرمایان افراد را فقط تا زمانی که کاری از آنان ساخته بود، در خدمت نگاه می‌داشتند، و وقتی توانایی از آنان سلب می‌شد بدون آنکه نسبت به زندگی و معاش مستخدمین پیر و از کار افتاده، اندیشه‌ای به خود راه دهند آنان را اخراج و اشخاص جوان را به جایشان به خدمت می‌گمارند. اکثریت طبقه مزدبگیر نیز به علت پایین بودن سطح

## جایگاه بازنشستگی در مدیریت منابع انسانی

• مریم حسن زاده\*

تفاوت‌های فردی را مورد التفات قرار داده و پیش از آنکه فقط به علت کبر سن از خدمات مستخدم شایسته‌ای صرف نظر نماید، درباره او باز هم، اندیشه کند.

در این روش بازنشستگی واقعی را می‌توان با تکیه بر معاینه بدنی و مطالعه استعدادهای فرد، طبیعت کار و امکان ارجاع وظایف سبک‌تر به او بهتر تحقق بخشید، تا اینکه براساس یک ضابطه مشخص، او را به طور ناگهانی از کار برکنار کرد.

از آنجایی که، کشور ما از هرم سنی جوان جمعیتی برخوردار است و همچنین به علت پایین بودن نرخ امید به زندگی، سن بازنشستگی پایین‌تر از سن بازنشستگی در کشورهای پیشرفته است، این امر از یک طرف بار تعهدات مالی صندوق‌های بازنشستگی را افزایش می‌دهد و از طرف دیگر نیروهای متخصص و با تجربه را زودتر از میدان کار و فعالیت خارج می‌کند.

«دکتر میرسپاسی، در این رابطه می‌نویسد؛ هرچه احتمال سالهای عمر بیمه شاه، بعد از رسیدن به سن بازنشستگی و برخورداری از مستمری بازنشستگی بیشتر باشد، تعهدات مالی صندوق بازنشستگی و تامین اجتماعی بیشتر خواهد شد. به همین ترتیب، هر قدر میزان مستمری مزبور سخاوتمندانه‌تر تعیین شود، این بار سنگین، باز هم سنگین‌تر می‌گردد.»

تحت تاثیر این دو عامل و عوامل دیگر مانند؛ افزایش روزافزون قیمت‌ها و نازل ارزش قیمت خرید پول (تورم)، چگونگی بهره‌برداری و استفاده از ذخیره مالی صندوق تامین اجتماعی و همچنین کم و کیف هزینه‌های اداری، نرخ حق بیمه و شرایط آن تغییرپذیر است. توجه به یک چنین رابطه حساس ریاضی بین دخل و خرج صندوق تامین اجتماعی، شرط اساسی مدیریت صحیح و آینده‌نگری عاقلانه و اجتناب‌ناپذیر نظام تامین اجتماعی به شمار می‌رود. بدون تردید، انتخاب سن پایین بازنشستگی، کنار گذاشتن جمعی فعال و با تجربه نه تنها بار تعهدات سازمان را سنگین می‌کند، بلکه با مسائل مختلف اقتصادی و اجتماعی ربط

پیدا می‌کند. بنابراین اتخاذ چنین تصمیماتی باید همراه با مطالعات عمیق صورت پذیرد.

البته این بدان معنی نیست که سن پایین بازنشستگی فوایدی در بر ندارد، بلکه منظور این است که با توجه به جمیع جهات، در مورد سن بازنشستگی و کاهش آن تصمیمات معقول، اتخاذ گردد. بررسی یک نظام بازنشستگی بایستی با یک دید سیستمی انجام شود، و همه مسائل اعم از اقتصادی، اجتماعی - خانوادگی، روانشناسی و غیره مدنظر محققان و پژوهشگران قرار گیرد.

حکومت به هنگام قبول یک نظام بازنشستگی یک هدف اساسی را می‌جوید؛ «بهبود وضع کارکنان»، بنابراین، دیگر هدفها فرع بر این هدف هستند؛ اما در عین حال با آن بی‌ارتباط نیستند. ارزش یک نظام بازنشستگی خوب در بهبود وضع کارکنان است. زیرا طرد کارکنان پیرو از کارافتاده را تسهیل می‌سازد؛ چرا که زیانهای ناشی از سالخوردگی افراد، محدود و منحصر به نگهداری کارکنان غیرکارآمد، در دستگاه نمی‌شود. بلکه گستره آن سرتاسر دستگاه را می‌پوشاند. و بازتاب آن روحیه ضعیف و عدم کارایی عمومی خواهد بود. این که یک فرد تا زمان مرگ پشت میز خود بنشیند، مفهوم آن عبارتست از؛ کاهش فرصتهای پیشرفت برای دیگران، که به نوبه خود مسأله جذب افراد شایسته را برای دستگاهها دشوار می‌نماید، در نتیجه این، یک طرح سالم بازنشستگی، نه تنها به طرد بسیاری از مستخدمان غیرکارآمد نمی‌انجامد، بلکه موجبات تقویت روحیه عمومی نیروی کار را نیز فراهم آورده و فرآیند کارمندیابی را تسهیل خواهد ساخت. از دید مستخدم نیز مزایای طرح بازنشستگی بدیهی و روشن است و او را از فقر دوران پیری و تنگدستی ناشی از کارافتادگی محفوظ نگه می‌دارد.

### جایگاه بازنشستگی در مدیریت

#### منابع انسانی

با مرور تاریخچه مدیریت منابع انسانی، در می‌یابیم که یکی از مزیت‌هایی که نیروی انسانی منحصص و تحصیل کرده را به سوی مؤسسات دولتی جلب می‌کرد،

ثبات استخدامی و نظام بازنشستگی دولت بود که بخش خصوصی فاقد این مزیت بوده است. البته این مزیت به تنهایی در جلب افراد کافی به مقصود نبود و انگیزه‌های خاص استخدامی در مؤسسات دولتی لازم به نظر می‌رسید، به همین منظور مؤسسات دولتی همچون «برنامه و بودجه» و «شرکت نفت»، که نیاز شدیدتری (نسبت به سایر مؤسسات آن زمان) به نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده داشتند، و شرکتهای خصوصی نیز به صورت زائدالوصفی، روبه رشد بودند و رقیب قدرتمندی محسوب می‌شدند، اقدام به تدوین مقررات استخدامی نمودند. در این راستا سازمان برنامه و بودجه، اولین سازمانی بود که طرح طبقه‌بندی مشاغل را به صورت ساده و ابتدایی در کشور عملی کرد.

تا اواسط قرن اخیر، قانونی که افراد و کارکنان را حمایت کند، وجود نداشت، گسترش آموزش و افزایش حقوق سیاسی و اجتماعی افراد به کارگران این امکان را داد که دور هم جمع شده، زمینه‌ای جهت حمایت از خود فراهم نمایند. با گذشت زمان به تدریج مزایای کارکنان از محدوده حقوق و دستمزد به بهداشت و ایمنی، حقوق بازنشستگی، خسارت ناشی از تصادفات کاری و دهها مزایای دیگر تجاوز کرد و در نتیجه شرایط استخدامی، در حد قابل ملاحظه‌ای بهبود یافت.

بهبود اوضاع استخدامی و افزایش جمعیت، به استخدام خیل عظیمی از نیروی انسانی، در مؤسسات و کارخانجات تولیدی منجر شد، که افزایش تولید را در پی داشت، علاوه بر آن، ابداع و استفاده از روش تولید اتسوه و گسترش تولید با مقیاس‌های بزرگ باعث بهبود کیفیت ماشین‌آلات تولید گردید. این تحول به نوبه خود باعث سرعت و صرفه‌جویی نیروی کار و بالاخره افزایش کارایی شد. توجه هرچه بیشتر به ساده کردن کارها و افزایش کارایی از پدیده‌های خاص جنبش مدیریت علمی در شروع قرن حاضر است.

تیلور بنیانگذار مدیریت علمی، به مدیران این واقعیت را شناساند که کارکنان از نظر توانایی و استعداد با هم



یکسان نیستند و عدم توجه به «انتصاب صحیح و آموزش» لازم، باعث خواهد شد که نه تنها حداکثر بهره‌برداری از آنها به عمل نیاید، بلکه خود کارکنان از کار نسازایی شوند. وی معتقد بود انسان موجودی اقتصادی است و بهترین راه برای انجام کار بیشتر و بهتر، انگیزه و تشویق‌های مادی است.

جنبش‌های کارگری از یکسو و کاهش سطح روحیه کارکنان و کارایی آنها بعد از جنگ جهانی دوم از سوی دیگر، مدیران شرکت‌ها را وادار کرد که توجه بیشتری به همکاری و تفاهم متقابل با کارکنان داشته باشند.

برخلاف روشهای دو دهه قبل که انگیزه‌های کار را تشویق‌های مادی می‌دانستند، طرز تفکر اخیر که در چارچوب «علوم رفتاری» خودنمایی می‌کند، بهترین انگیزه را، شرکت کارکنان در تصمیم‌گیری می‌داند، که این مشارکت طبعاً هم در سرنوشت آنها موثر خواهد بود و هم در رغبت برای انجام وظایف محوله.

باتوجه به مقدمه کوتاه در مورد سیر تحول مدیریت منابع انسانی، دیدیم که اولین مسأله‌ای که برای جلب و جذب و نگهداری نیروی انسانی متخصص مورد توجه مدیران و مسؤولان سازمانها قرار گرفت؛ نظام حقوق و دستمزد و بازنشستگی کارکنان بوده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تأمین آینده افراد بشر از نیازهای اولیه و اساسی به شمار می‌رود. با گذشت زمان و پیشرفت نظام استخدامی و در واقع با مرتفع شدن نیاز «تأمین آینده» نیازهای دیگری همچون نیاز به پیشرفت، نیاز به احترام و غیره مطرح شد که مدیران نیز برای پاسخگویی به این نیازها، به آموزش، مشارکت در تصمیم‌گیری و سایر مسائل مربوط به دانش مدیریت روی آوردند که در ادامه این نوشتار از آنان یاد خواهیم کرد.

در اینجا به سلسله مراتب نیازهای انسان اشاره می‌کنیم که با سیر تحول نظام استخدامی و مسائل مدیریت نیروی انسانی مطابقت دارد.

«آبراهام مزلو» در یک مقاله کلاسیک که در سال ۱۹۴۳ منتشر

شد، عناصر یک نظریه جامع درباره انگیزش را به اختصار بیان کرد:

### خودبایی

نیازهای عزت نفس  
عناوین، نشانه‌های پایگاه اجتماعی، ترفیع  
ارتقاء مهمانیها

نیازهای تعلق خاطر  
گروههای کاری رسمی و غیررسمی

نیازهای امنیتی  
طرحهای ارشدیت، اتحادیه‌ها، مزایای  
اضافی بیکاری، حقوق و دستمزد،  
بازنشستگی

نیازهای اساسی یا فیزیولوژیکی

«سلسله مراتب انگیزش کاری، فردلوتاز،  
رفتار سازمانی»

رفتار یک فرد در یک لحظه خاص معمولاً به وسیله قویترین نیاز او، معین می‌شود. لذا کسب آگاهی و اطلاع درباره نیازهایی که عموماً بیشترین اهمیت را برای مردم دارند، برای مدیران حائز اهمیت بنظر می‌رسد. «آبراهام مزلو» در چارچوب تئوری جالب توجهی که ساخته است به توضیح نیروی برخی از نیازهای انسان کمک می‌کند، به رعم «مزلو»، به نظر می‌رسد که نیازهای انسان از یک سلسله مراتب برخوردارند، نیازهای اساسی یا فیزیولوژیکی، اولییز نیاز افراد هستند و تا موقعی که قدری ارضاء نشده‌اند، از بیشترین نیرو برخوردارند. اینها نیازهای اساسی انسان برای بقا و ادامه زندگی هستند. نظیر خوراک، پوشاک و مسکن. تا زمانی که این نیازهای اساسی به اندازه‌ای که برای فعالیت کافی بدن ضروری است، ارضاء نشوند، احتمالاً

بیشتر فعالیت شخص در این سطح متمرکز خواهد شد و سایر نیازها کمتر انگیزشی در وی ایجاد خواهند کرد.

وقتی که نیازهای فیزیولوژیکی ارضاء شدند، نیازهای ایمنی یا تأمین مطابق شکل مسلط می‌شوند، اهم این نیازها عبارت است از: نیاز فارغ بودن از ترس و از خطرات جانی و مالی و محرومیت‌های فیزیولوژیکی، این نیاز، به عبارت دیگر، نیاز به حفظ جان یا صیانت نفس است که علاوه بر توجه به وضع فعلی، متضمن ملاحظاتی در مورد آینده است. آیا افراد قادر خواهند بود که با حفظ دارایی و یا شغل خود برای فردا و روز مبادا، خوراک و مسکن تهیه کنند؟ اگر ایمنی یا تأمین یک انسان درخطر باشد چیزهای دیگر برایش بی اهمیت جلوه می‌کنند.

نیاز افراد به تأمین آینده که لزوم تنظیم قوانین و مقررات بازنشستگی را تبیین می‌کند، همانطور که طبق سلسله مراتب نیازهای مزلو دیدیم، بعد از نیازهای فیزیولوژیکی، مانند: غذا، پوشاک، نیاز به تأمین آینده برای نوع بشر، از مهمترین نیازمندیها به حساب می‌آید. با مرور تاریخچه مدیریت منابع انسانی نیز دیدیم که بعد از نظام حقوق و دستمزد، چیزی که نیروی انسانی متخصص را جذب سازمانها و مؤسسات می‌کرد، نظام بازنشستگی مدون و منظم آنها بود.

به کمک نیازهای طبقه‌بندی شده توسط مزلو می‌توانیم استدلال کنیم که امروز چون وجود نظام بازنشستگی و تأمین آینده افراد، جزء نیازهای ارضاء شده آنان است، (چرا که بیمه شدن کلیه افراد شاغل اجباری است) نمی‌تواند انگیزه چندان قدرتمندی در جهت افزایش کارایی و بهره‌وری افراد به شمار رود.

تحقیقات زیادی برای دستیابی به رضایت شغلی کارکنان انجام گرفته است، در این راستا، مطالعه کیفیت زندگی کاری در نزد محققین مورد توجه خاص قرار گرفته است.

کیفیت زندگی کاری در هر قوم و جامعه‌ای معنا و محتوای خاص دارد و نمی‌توان برای آن یک شاخص عام و جهان شمول ارائه کرد. ضمناً رابطه کیفیت

زندگی کاری و بهره‌وری منابع انسانی، رابطه‌ای دوسویه است. در تحقیقی که در انجمن مدیریت آمریکا به عمل آمد، کارکنان معتقد بودند که ۱۱ مورد ذیل اجزای عمده کیفیت زندگی کار می‌باشد:

- ۱- حقوق و دستمزد
- ۲- مزایای خدمات پرسنلی
- ۳- امنیت شغلی
- ۴- داشتن شانس انتخاب شغل دیگر در سازمان
- ۵- نداشتن تنش کاری
- ۶- شرکت در تصمیمات، که مربوط به افراد می‌شود.
- ۷- دموکراسی در محل کار
- ۸- سهم بودن در سود
- ۹- وجود نظام بازنشستگی
- ۱۰- وجود امکانات و خدمات رفاهی
- ۱۱- چهار روز کار در هفته

بنابراین، اداره امور پرسنلی یک سازمان همیشه می‌بایستی طوری امکانات و شرایط محیطی کار را فراهم سازد، که همگی افراد با انگیزشی مثبت و روحیه قوی در به ثمر رساندن اهداف سازمانی فعالیت نمایند.

مدیران سازمانها دریافته‌اند که بهترین شیوه‌های تکنولوژی جدید و برنامه‌های علمی و عملی بستگی به کاربرد صحیح ذکاوت و عقل سلیم انسانهای با احساس دارد. بنابراین، زمانی می‌توان به این مهم دست یافت که بتوان کلیه مسائل و مشکلات را برطرف ساخت و با مهارت‌های انسانی در راه پیوند افکار، دوستی و صمیمیت کارکنان گام برداشت، در نتیجه چنین کاری موجب می‌شود که یک سیستم یکسواخت و مستعادل در سازمان، به وجود آید.

### جامع‌ترین تحقیقات دنیا در زمینه

#### روابط انسانی

نهضت روابط انسانی به رهبری التون مایو، که به مطالعات هاتورن معروف است، در یکی از کارخانه‌های شرکت وستون الکتریک، که هزاران کارگر در آن مشغول به کار بودند، انجام شد. این بررسیها نقطه عطفی را در سیر اندیشه‌های مدیریت به وجود آورد. تحقیقات مزبور از سال ۱۹۲۷ تا ۱۹۳۲

به مدت پنج سال ادامه داشت.

پیام این نهضت این بود که مدیران می‌توانند از طریق ارتقای روحیه کارکنان، میزان بهره‌وری را افزایش دهند، علت اینکه این فرضیه تا این حد، مورد توجه قرار گرفت، دست کم سه دلیل وجود دارد؛ اول اینکه، این عقیده که «کارگران خوشحال، کارگران بهتری هستند»، طرفداران زیادی دارد. چرا که معقولتر به نظر می‌رسد کارگران راضی، نسبت به کارگران ناراضی، بهره‌وری بیشتری داشته باشند. دوم اینکه، این فرضیه با نظام ارزشی که در زمان اوج نهضت روابط انسانی حاکم بود نیز سازگار است. بالاخره علت سوم؛ برخی از مدارک مطالعات هاتورن، به صراحت نشان می‌داد که روحیه بالا به بهره‌وری بالا همراه است. در موارد دیگر نیز، تجربه شده بود که محدودیت تولید با روحیه ضعیف کارکنان توأم است.

بدین ترتیب چنین نظر می‌رسد، که در عصر حاضر، اولین چیزی که یک شخص متقاضی استخدام، در ازای صرف نیرو و عملکرد خود طلب می‌کند، بعد از حقوق و دستمزد تأمین آتیه‌اش باشد. علاوه بر این‌ها، آینه تمام نمای وضعیت کارکنان امروز در زمان بازنشستگی اوضاع بازنشستگان امروز است. اگر آنان در آسایش و آرامش بسر می‌برند، بنابراین کارکنان امروز نیز چنین چیزی در انتظارشان است. در غیر اینصورت نیروی کار امروزی باید علاوه بر انجام وظیفه در موسسه موردنظر، به فکر آتیه و فردای بازنشستگی خود نیز باشد، او دیگر قادر نیست تمام نیرو و توان خود را در این سازمان مصروف دارد، چرا که سازمان قادر به ضمانت آینده او نیست و او خود باید چاره‌ای بیندیشد.

در حقیقت وضع نامطلوب زندگی بازنشستگان، تأثیری منفی بر وضع کاری شاغلان دارد و موجب دلسردی آنها در کار و تلاش می‌شود. گسترش طرحهای بازنشستگی به عنوان یک حق اجتماعی از مظاهر پیشرفت جوامع است. هر قدر جامعه پیشرفته‌تر باشد، افراد پیر و از کار افتاده در آن جامعه مورد توجه بیشتری قرار می‌گیرند. در اغلب کشورهای بزرگ

صنعتی، کلیه افرادی که در بخش خصوصی کار می‌کنند، می‌توانند، حتی از دو منبع استفاده نمایند. زیرا از طرفی سیستم بازنشستگی عمومی به روی همه باز است. و از طرف دیگر هر سازمان خصوصی نیز، طرحهای جداگانه‌ای برای کارکنان خود، می‌تواند به وجود آورد. باتوجه به جمیع مطالب فوق، گرایش به پایین آوردن سن بازنشستگی وجود دارد، چرا که قوانین بیمه مثل هر قانون دیگری تابعی از متغیرهای شرایط سیاسی و ایدئولوژی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. لذا به جهت ایجاد فرصتهای اشتغال برای خیل عظیم نیروی انسانی جوان و بیکار، صندوقهای بازنشستگی باید متحمل هزینه‌های سنگین شده و سن بازنشستگی را کاهش دهند. وگرنه جامعه با معضلات فرهنگی - اجتماعی و بخصوص اقتصادی شدیدی برای نسل جوان، مواجه خواهد بود که هزینه‌های جبران‌ناپذیری به بار خواهد آورد.

\* عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد رشت)

#### منابع و مآخذ:

- ۱) ناصر میرسپاسی، مدیریت منابع انسانی. (تهران: مولف، ۱۳۶۵) ص ۳۶۵
- ۲) گلن استال، اداره امور استخدامی عمومی، منوچهر کوچک، چاپ اول تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی (۱۳۵۶) ص ۲۱۷
- ۳) ناصر میرسپاسی، همان مآخذ، ص ۳۶۵
- ۴) ناصر میرسپاسی، همان مآخذ، ص ۳۶۱، ۳۶۲
- ۵) ناصر میرسپاسی، همان مآخذ، ص ۲۳
- ۶) ناصر میرسپاسی، همان مآخذ، ص ۲۵
- ۷) پال هرسی کنت، بلانچارد، مدیریت رفتار سازمانی کاربرد منابع انسانی، علی علاقه‌بند، چاپ اول، (تهران، موسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۵) ص ۳۱
- ۸) میرسپاسی، ناصر، در تأثیر متقابل بهره‌وری کیفیت زندگی کاری، مجله اقتصاد و مدیریت شماره ۱۵، زمستان ۷۱
- ۹) کمال پرهیزکار، مدیریت منابع انسانی (تهران: مولف، ۱۳۷۲) ص ۲۳
- ۱۰) کمال پرهیزکار، همان مآخذ، ص ۳۱
- ۱۱) نورث کوث پارکینسون پرستم جی، سایر اندیشه‌های بزرگ در مدیریت، مهدی ایران‌نژاد پاریزی چاپ اول (تهران: موسسه بانکداری ایران، ۱۳۷۰).



## طراحی اثربخش دوره‌های آموزشی در سازمان

● محمود وزیر

ضروری است در طراحی دوره‌های آموزشی نکات ذیل را مد نظر قرار داد:

الف - نگارش سیستماتیک به برنامه‌ریزی و بهبود منابع انسانی و در نظر گرفتن آموزش به عنوان قسمتی از کل فرایند

ب - توجه به انواع مختلف نیازهای آموزشی کارکنان و انتخاب راه‌حلهای مناسب برای هرکدام از نیازها

ب - انتخاب سیستم مناسب از نظر متمرکز بودن یا غیر متمرکز بودن روش طراحی دوره‌های آموزشی در کل کشور با توجه به انواع نیازهای آموزشی

ت - توجه به روانشناسی یادگیری بزرگسالان در طراحی دوره‌های آموزشی

ث - توجه جدی به شرح وظایف شغلی کارکنان به عنوان یکی از منابع اصلی

ج - توجه به مشکلات سازمان به عنوان یکی از منابع تعیین نیازهای آموزشی

چ - توجه به سطوح موجود در حیطه‌های شناختی، عاطفی، حرکتی به عنوان اهداف رفتاری هرکدام از دوره‌ها با توجه به شرح وظایف مربوطه

ح - توجه به رفتار ورودی شناختی و روانی حرکتی کارکنان در ابتدای دوره‌های آموزشی

دارند، بنابراین مسؤلیت مسؤلان برنامه‌ریزی در نظام آموزشی کارکنان دولت و طراحی دوره‌های آموزشی دو چندان می‌گردد.

یکی از اصول اساسی که می‌باید در برنامه‌ریزی نظام آموزشی کارکنان دولت منظور نظر قرار گیرد، طراحی اثربخشی دوره‌های آموزشی کاربردی و تعیین و پیش‌بینی اصولی و صحیح و محتوای این گونه دوره‌هاست. طراحی دوره‌های آموزشی و محتوای دوره‌ها زمانی اثربخش می‌شود که برنامه ریزان نسبت به هدف و فلسفه تشکیل و وظایف و مسؤلیتهای سازمان و شرح وظایف و مسؤلیتهای شغلی مصوب یکایک کارکنان آن شناخت کافی داشته باشند. بنابراین از آنجا که نگرش علمی و منظم و مستند کردن اصول انجام هرکاری موجب ارتقاء کیفیت انجام همان کار می‌شود، لازم و ضروری است طراحی دوره‌های آموزشی نیز در بستر کارشناسی خود مطرح و مورد توجه قرار گیرد.

### نحوه طراحی دوره‌های آموزشی کارکنان

با توجه به مطالعات انجام شده و تجارب مکتسبه از دوره‌های برگزار شده

### اشاره

آگاهی و اطلاع بر ضرورت آموزش و پرورش بزرگسالان پدیده نسبتاً جدیدی است، در گذشته‌ای نه چندان دور چنین فرض بود که دوران آموختن با دوران کارکردن و زندگی نمودن از هم مجزا می‌باشند و لذا تنها آموزشی در خور توجه است که قبل از شروع کار به افراد ارائه شده باشد. این اندیشه هم اکنون روایی نداشته و آموزش و پرورش با زیستن انسان همراه شده است و اعتقاد بر این اصل است که همه مردم در همه وقت باید به آموختن بپردازند و از تازه‌های دانش بهره‌مند شوند.

ضرورت و اهمیت آموزش و پرورش بزرگسالان از آن جهت پذیرش عمومی می‌باید که بر پایه یافته‌های علمی، اهمیت دوره ۲۵ تا ۶۵ سالگی هویدا می‌شود. روانشناسان معتقدند که رشد هرگز توقف ندارد، بلکه تا پایان زندگی انسانها پیش می‌رود و دوره بزرگسالی نه تنها دوره فراتکاملی ویژه خود را دارد، که در آن دوره انسان بالاترین توان کار و پدید آمدن سرمایه و درآمد را از خود نمایان می‌سازد.

با توجه به مراتب بالا در زمره سنین اشاره شده مجموعه کارکنان دولت قرار

انجام مطلوب وظایف و مسؤولیت‌های محوله دارای نیازهای آموزشی گوناگونی می‌باشند. که شناخت نوع هر کدام از آنها و بررسی اینکه دوره‌های آموزشی طراحی شده،

دقیقاً کدامیک از نیازهای آموزشی را مدنظر دارند، عامل بسیار موثری در نگرش علمی به موضوع تلقی می‌شود. ذیلاً به برخی از انواع نیازهای آموزشی کارکنان اشاره می‌گردد:

۱- نیازهای آموزشی فردی کارکنان در سازمان

۲- نیازهای آموزشی گروهی کارکنان در سازمان

۳- نیازهای آموزشی که کارکنان خود باید در رفع آنها کوشا باشند

۴- نیازهای آموزشی که در محیط سازمان بر طرف می‌گردد

۵- نیازهای آموزشی که در خارج از سازمان بر طرف می‌شود

۶- نیازهای آموزشی بدو استخدام کارکنان

۷- نیازهای آموزشی که باید توسط سازمان به قید فوریت بر طرف شود

۸- آندسته از نیازهای آموزشی کارکنان که سازمان می‌تواند در آینده بر طرف نماید

۹- آندسته از نیازهای آموزشی کارکنان که باید توسط سازمان در حین کار مرتفع گردد

۱۰- آندسته از نیازهای آموزشی کارکنان که باید توسط سازمان در حین کار مرتفع گردد

۱۱- آندسته از نیازهای آموزشی که کارکنان در همراهی با دیگران آنها را بر طرف می‌سازند

۱۲- نیازهای آموزشی ناشی از ورود تکنولوژیهای جدید

۱۳- نیازهای آموزشی ناشی از تغییر ساختار سازمانی

۱۴- نیازهای آموزشی ناشی از تغییر روشها، تغییر سیاستها و نگرشها

۱۵- نیازهای آموزشی ناشی از تغییر خط مشی‌ها

۱۶- نیازهای آموزشی که برای ارتباط اولیه در مفاهیم پایه کاری بین کارمند و مدیریت ضروری است

آموزشی هر واحد، لازم است یک شبکه درونی ارتباطی برقرار شود. یعنی مدیران واحدها و قسمتهای مختلف یک سازمان باید گرد هم آیند و با انعقاد جلسات منظم و زمان بندی شده در خصوص نیازهای آموزشی واحدهای خود به بحث و بررسی بپردازند و فعالیتهای ذیل را انجام دهند:

- نیازهای آموزشی هر واحد جداگانه مطرح شود.

- نیازهای مشترک شناسایی و استخراج شود تا ازدو باره کاریها اجتناب گردد.

- نیازها به تفکیک نیازهای عمومی و تخصصی مشخص شوند

- نیازهای تفکیک شده برحسب ضرورت اولویت بندی شوند.

- روشهای مناسب برای تأمین نیازها بررسی و در مورد بهترین روشها اتخاذ تصمیم شود.

- نتایج بدست آمده جمع بندی و به واحدهای آموزشی و برنامه ریزان آموزشی منعکس گردد.

در شرایطی که تعداد مدیران واحدها زیاد باشد و عملاً امکان تشکیل جلسات گروهی بحث و تبادل نظر کم باشد و تشکیل این جلسات موجب وقفه در فعالیتهای سازمانی گردد، می‌توان گروههای آموزشی مرکب از واحدهایی که فعالیت موازی و مشابه دارند تشکیل داد تا علاوه بر آن که فرآیند برنامه ریزی آموزشی و سیاستهای آموزشی بامشارکت کلیه کارکنان و مدیران انجام می‌پذیرد، از حمایت آنان نیز برخوردار گردد.

در این مرحله آگاه نمودن افراد از هدف و ضرورت این فعالیت، دادن وعده در خصوص تسهیلات آتی مانند، اعطای گواهینامه، ملحوظ داشتن امتیازات آموزشی برای افراد موفق و طی دوره‌های آموزشی، توجیه کارکنان از لحاظ اهمیت و ضرورت آموزش و نقش آن در آینده حرفه‌ای و زندگی آنان و شرکت دادن آنها در اتخاذ تصمیمات در مورد زمان، مکان، محتوی درسی و برنامه‌ای آموزشی تا حد امکان و با توجه به اهداف سازمان و... استفاده نمود.

الف - نیازهای آموزشی کارکنان سازمان

کارکنان هر یک از سازمانها به منظور

تجزیه و تحلیل نیازها

مدیریت هر سازمان آموزش رابه

مثابه پاسخی به نیازهای دریافت شده به

کار می‌گیرد. تجزیه و تحلیل این نیازها

راهی است برای پیش بینی نیازهای آتی و

تأمین آنها.

یکی از صاحب نظران آموزش به نام تیلر

نیاز را فاصله بین وضع موجود و مطلوب

تعریف می‌کند، که تجزیه و تحلیل آن از

طریق بررسی وضع موجود، ترسیم وضع مطلوب و برنامه ریزی برای انتفال

تدریجی و نسبی وضع موجود به مطلوب به طور دقیق و حساب شده میسر است. در

بررسی وضع موجود مدیر به نیازها و

انگیزه‌های یادگیرنده در سنین مختلف و

در باره مطالب و تجربیات متفاوت پی

می‌برد.

نیازهای آموزشی را می‌توان با توجه به

منابعی چون اهداف و مجموعه مقررات

و قوانین حاکم بر سازمان، نوع کار و

فعالیت، شرح وظیفه و شغل هرکارمند،

نوع انتظارات مراجعان و استفاده کنندگان

از خدمات سازمان و توجه به پیشرفت

سازمان در آینده تعیین کرد.

ب - پس از تجزیه و تحلیل نیازهای

خ - توجه به نیازهای اجتماعی، فردی کارکنان و در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه و تلاش در جهت تعالی خود کارکنان

د - توجه به ثبات و استحکام و استمرار دوره‌های آموزشی

ذ - قابلیت اصلاح و تعدیل دوره‌های آموزشی

ر - هماهنگی اطلاعات با موضوعات مطروحه در دوره‌های آموزشی

ز - مطبوع و مفرح بودن دوره‌های آموزشی به منظور ایجاد انگیزه و علاقه در کارآموزان دولت

س - ارتباط دوره‌های آموزشی با شغل کارکنان

به هنگام طراحی دوره‌های آموزشی باید سه مرحله مدنظر برنامه ریزان باشد:

۱- مرحله پیش آموزش

در این مرحله باید فعالیتهای ذیل صورت پذیرد:

تجزیه و تحلیل نیازها

مدیریت هر سازمان آموزش رابه

مثابه پاسخی به نیازهای دریافت شده به

کار می‌گیرد. تجزیه و تحلیل این نیازها

راهی است برای پیش بینی نیازهای آتی و

تأمین آنها.

یکی از صاحب نظران آموزش به نام تیلر

نیاز را فاصله بین وضع موجود و مطلوب

تعریف می‌کند، که تجزیه و تحلیل آن از

طریق بررسی وضع موجود، ترسیم وضع مطلوب و برنامه ریزی برای انتفال

تدریجی و نسبی وضع موجود به مطلوب به طور دقیق و حساب شده میسر است. در

بررسی وضع موجود مدیر به نیازها و

انگیزه‌های یادگیرنده در سنین مختلف و

در باره مطالب و تجربیات متفاوت پی

می‌برد.

نیازهای آموزشی را می‌توان با توجه به

منابعی چون اهداف و مجموعه مقررات

و قوانین حاکم بر سازمان، نوع کار و

فعالیت، شرح وظیفه و شغل هرکارمند،

نوع انتظارات مراجعان و استفاده کنندگان

از خدمات سازمان و توجه به پیشرفت

سازمان در آینده تعیین کرد.

ب - پس از تجزیه و تحلیل نیازهای

**مرحله آموزشی**

در این مرحله برنامه‌های آموزشی با توجه به فعالیتهای آموزشی انجام گرفته در مرحله پیش آموزش، تدوین می‌گردد. در مرحله آموزش، در مورد شناخت انواع آموزش، روشهای ارائه دوره‌های آموزش و ساختار اصلی برنامه‌های آموزشی برای مدیر الزامی است در طبقه بندیهایی که توسط صاحب‌نظران آموزشی به صورت استاندارد ارائه می‌شود آموزش به عنوان مجموعه‌ای از ارتباطات سازمان یافته و تقویت شده برای ایجاد یادگیری انواع ذیل را در بر می‌گیرد:

الف - آموزش تصادفی، که به دو قسم آموزش تجربی و آموزش ضمنی مستمر تقسیم شده است.

ب - آموزش غیر رسمی

ج - آموزش رسمی که مشخصه آن وجود هماهنگی و نظم و ثبات معین است.

و ساختارهای مشخص مثل، سن، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، سمت سازمانی شرح شغل و... را دارا می‌باشد و غالباً به صورت عمومی، متوالی، استاندارد شده و سازمان داده شده اجرا می‌شود و نیز ابزار مشخصی برای اندازه گیری میزان پیشرفت یادگیرنده در یک سیستم منظم آموزشی وجود دارد.

مرحله آموزشی چند جنبه را در بر می‌گیرد که توجه به آنها برای مدیریت ضروری است:

**۱- برنامه عملیات**

برنامه عملیات، به مدیر توانایی تسلط بر زمان را می‌بخشد و استفاده موثر و کارا از وقت یکی از مهارتهای کلیدی است که هر مدیر باید به آن دست یابد.

برنامه عملیات به اختصار شامل تعیین موضوعاتی است که باید در برنامه‌های آموزشی گنجانده شوند، و شامل زمان‌بندی فعالیتها و تعیین هدف آنها می‌گردد. تاریخ شروع و خاتمه یک دوره آموزشی یا یک جلسه درس تعیین، ساعات کلاس در طول روز، تعیین ساعات استراحت، و تعیین مکان و مواردی از این قبیل از فعالیتهای برنامه محسوب می‌شوند.

**۲- روش‌شناسی**

روش‌شناسی برنامه ریزی، مربی یا مدیر مربوط را برای انتقال مطالب آموزشی بکار می‌برد.

روش‌شناسی دارای اهمیتی بیشتر از محتوا و مضمونی است که می‌خواهد به دیگران بیاموزد.

روشهایی مانند: سخنرانی یا کنفرانس، بحث‌گروهی، پرسش و پاسخ، تمرین دادن، حل مسأله، روش آمیخته، بازیها، آموزش برنامه‌ای، آموزش از طریق کامپیوتر، از طریق تلویزیون و ویدئو و... هر یک به فراخور موقعیت، محتوی و زمان و مکان آموزشی و یادگیرندگان مورد نظر، قابل بررسی و کاربرد هستند.

**ب - دوره‌های آموزشی متمرکز یا غیرمتمرکز کارکنان**

در یک سازمان گاه اتفاق می‌افتد که با حوزه فعالیتهای مختلف و وسیع جغرافیایی، سیستم آموزشی متمرکز وجود دارد، که هدف آن بر طرف کردن کلیه نیازهای آموزشی در کلیه مناطق تحت پوشش است، که این امر با توجه به بلوغ سازمانی و انواع نیازهای آموزشی نیاز به بررسی دقیق‌تری دارد. بنابراین یکی از نکات بسیار مهم در روش طراحی دوره‌های آموزشی کارکنان در سازمانهای متمرکز، انتخاب سیستم متمرکز یا غیرمتمرکز برای این امر است.

شایان ذکر است، شرایط آب و هوایی، ساختار فرهنگی، اقتصادی و سیاسی مناطق، تفاوت بلوغ سازمانی، ساختار متفاوت تکنولوژی در نقاط مختلف کشور، دیدگاههای متفاوت مدیرینهای سازمانها در نقاط مختلف کشور و بسیاری از عوامل دیگر می‌تواند نیازهای آموزشی متفاوتی را ایجاد کند.

**ب - توجه به ویژگیهای آموزش بزرگسالان در سازمان**

نظر به اینکه شناخت از چگونگی یادگیری مفاهیم، مهارتها، تأثیر عمده‌ای بر روش طراحی دوره‌ها دارد لازم است برای تدوین دوره‌های آموزشی و تعیین محتوای درس به روانشناسی یادگیری بزرگسالان توجه جدی گردد.

باید خاطر نشان ساخت که فرایند

یادگیری در بزرگسالان دارای تفاوتیهای عمده‌ای با گروههای سنی دیگر دارد. تواناییهای مختلف انسان و چگونگی یادگیری دانشها و مهارتها در هر دوره از زندگی می‌تواند با سایر دوره‌های دیگر متفاوت باشد. توجه به اینکه کارکنان سازمان، در گروهبانی از دوران بزرگسالان به سر می‌برند نقش عمده‌ای در نگرش ما به روش طراحی دروس دوره‌های آموزشی دارد.

برخی از اصول کاربری روانشناسی یادگیری بزرگسالان در دوره‌های آموزشی کارکنان عبارتند از:

۱- اکثر فعالیتهای آموزشی بزرگسالان دارای اهداف کوتاه مدت هستند.

۲- بزرگسالان علاقه دارند، آنچه می‌آموزند با نیازهای روزمره مربوط و بلافاصله قابل بهره برداری باشد.

۳- بزرگسالان دارای تجارب متنوع هستند که تابع شرایط اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی هستند و به همین دلیل تغییر آن به سرعت و به سختی امکان‌پذیر است.

۴- بزرگسالان به سختی می‌توانند معلومات تازه را بپذیرند و روی تجارب قبلی خود خط بطلان بکشند.

۵- هر اندازه مواد و مطالب آموزشی به مهارتهایی که انتظار آموختنش را دارند، نزدیکتر باشد، یادگیریشان سریعتر انجام می‌شود.

۶- میزان یادگیری بزرگسالان با میزان ارتباط موضوع با زندگی روزمره و شغلی آنها ارتباط مستقیم دارد.

۷- کسب اطلاعات و مهارتهای علمی جدید، لزوماً موجب تغییر در رفتار بزرگسالان نمی‌گردد، بلکه باید با تکیه بر تجارب آنها و با استفاده از روشهای علمی و سازماندهی مجدد و نوسازی تجارب قبلی، تغییر رفتار را ایجاد کرد.

۸- اگر دوره‌های آموزشی دارای فاصله زمانی نسبت به یکدیگر باشند و از نظر یادگیری مطالب هر دوره نیاز به یادآوری مطالب زیادی از دوره‌های آموزشی قبلی باشد، یادگیری مطالب دوره جدید بسیار پایین می‌آید.

۹- یادگیری بزرگسالان بیش از اینکه به معنای انتقال مفاهیم و دانسته‌ها به



می‌شود، لزوماً بهترین و مناسبترین روش برای حصول هدفهای سازمان نباشد. همچنین توجه به بلوغ سازمانی افراد و تغییر مکانیسم‌های انجام کار و تغییر شرایط محیطی و تکنولوژیکی، امکان تغییراتی در شرح وظایف شغلی را می‌تواند بوجود آورد. اما به هر حال شرح وظایف را می‌توان با تجزیه دقیق، تبدیل به اهداف رفتاری دوره‌های آموزشی کرد. به گونه‌ای که هر دوره آموزشی به صورت سیستماتیک منجر به رسیدن و دستیابی به قسمتی از اهداف رفتاری با توجه به شرح وظایف مربوطه کارکنان گردد.



### ث - توجه به مشکلات سازمان

در هر سازمانی بوجود آمدن یک مشکل و یا اتفاق در حین عملیات، می‌تواند نشان دهنده یک نیاز آموزشی باشد. در این خصوص سازمانهای هوشمند یا مستندسازی مشکلات و اتفاقات بوجود آمده در عملیات خود، زمینه را جهت بررسی بعدی و طبیعتاً بیرون کشیدن نیازهای آموزشی با علت‌های دیگر فراهم می‌سازند. ثبت و مطرح کردن مشکلات و تجزیه دقیق آنها به جای مخفی کردن مشکلات، نشان دهنده بلوغ فکری و سازمانی مدیران و کارکنان در جهت ارتقاء کیفی سطح عملیات و نتایج است. طراحی دوره‌های آموزشی براساس مشکلات ثبت شده و همراه با تجزیه و تحلیل دقیق، می‌تواند نقش مؤثری را در تغییر شرایط سازمان داشته باشد.

### ج - توجه به حیطه‌های یادگیری کارکنان

با استفاده و تحلیل دقیق از شرح وظایف یا مشاهده عملیات می‌توان، اهداف رفتاری دوره‌های آموزشی و دروس آنها را مشخص کرد، به عبارتی دیگر برای طراحی هر دوره آموزشی باید در ابتدا مشخص کنیم که تغییر در رفتار کارکنان را در کدام یک از حیطه‌ها مدنظر داریم، معنای مطلب فوق این است که یادگیری در حیطه‌های متفاوت دارای سطوح مختلفی است توجه به این مفاهیم در طراحی دوره‌های آموزشی دارای این اهمیت است که لازم است، سطح یادگیری مورد انتظار در دوره‌های آموزشی را با نقش و جایگاه کارکنان در

سازمانهای هوشمند با مستندسازی مشکلات و اتفاقات بوجود آمده در عملیات خود، زمینه را جهت بررسی بعدی و طبیعتاً بیرون کشیدن نیازهای آموزشی با علت‌های دیگر فراهم می‌سازند. ثبت و مطرح کردن مشکلات و تجزیه دقیق آنها به جای مخفی کردن مشکلات، نشان دهنده بلوغ فکری و سازمانی مدیران و کارکنان در جهت ارتقاء کیفی سطح عملیات و نتایج است.

بهترین روش تدریس بزرگسالان می‌دانند، و از آنجا که روش تدریس ارتباط بسیار مستقیمی با محتوای درس دارد، طراحی محتوای درس نیز باید با توجه به این موضوع صورت گیرد.

ث - توجه به شرح وظایف شغلی کارکنان  
شرح وظایف شغلی کارکنان سازمان به عنوان یکی از منابع مهم جهت تعیین قسمت عمده‌ای از اهداف رفتاری دوره‌های آموزشی به شمار می‌رود. به همین دلیل شرح وظایف تنها منبع و هدف در نظر گرفته نمی‌شود. ممکن است روشی که در اجرای وظایف شغلی انجام

صورت یک طرفه باشد، به معنای نوسازی و بازسازی دانش و تجارب قبلی آنهاست.

۱۰- در بزرگسالان توانایی کاهش پیدا نمی‌کند ولی سرعت یادگیری در افزایش سن نقصان می‌یابد. انعطاف پذیری در زمان یکی از اصول یادگیری بزرگسالان است.

۱۱- در بزرگسالان بر خلاف جوانان، قدرت استدلال و قیاس بیشتر از یادگیری دانش و محفوظات است.

۱۲- اکثر تئوریهای یادگیری بزرگسالان روشهای حل مسأله و بحث و گفتگو را

سازمان تطبیق داده و سطوح یادگیری متناسب و با انتظار معقول از افراد را با توجه به سطوح اولیه دانش و مهارت آنها قبل از دوره‌های آموزشی به طور جامع بررسی کنیم.

براساس طبقه‌بندی «بلوم»، حیطه‌های یادگیری انسان به ۳ حیطه شناختی، عاطفی، روانی، حرکتی تقسیم بندی می‌گردد:

#### حیطه شناختی

حیطه شناختی انسان دارای سطوح مختلفی است و این سطوح عبارتند از: دانش، درک و فهم، کاربرد، تجزیه و تحلیل، ترکیب و ارزشیابی

شناخت انسان از سطح بازشناسی و یادآوری آموخته‌ها تا سطح تصمیم‌گیری و قضاوت با انتخاب بر مبنای معیارهای منطقی قابل افزایش است.

#### حیطه عاطفی

در حیطه عاطفی نیز سطوح دریافت و اکثس، ارزش‌گذاری و سازمان‌بندی و تبلور وجود دارند.

در این حیطه انسان از سطح توجه به مسائل تانسان دادن رفتاری حاکی از تهدد نسبت به ارزشها و تبلور ارزشها در او می‌تواند تغییر کند.

#### حیطه روانی - حرکتی

در حیطه روانی - حرکتی که مهارت‌های انسانی شکل می‌گیرد.

سطوح تقلید، اجرای مستقل، هماهنگی حرکات، عادی شدن وجود دارند.

مراحل ذیل را می‌توان با توجه به طراحی دوره‌های آموزشی، باز آموزی مطابق شرح وظایف استاندارد یا تهیه شده بر اساس عملیات مدنظر قرار داد:

- ۱- تعیین دقیق شرح وظایف شغلی فرد
- ۲- تجزیه دقیق هرکدام از وظایف و شناسایی و دانشها و مهارتها و رفتارهای لازم جهت انجام مطلوب وظایف
- ۳- تبدیل دانشها، مهارتها و رفتارها به اهداف رفتاری کلی
- ۴- تبدیل هرکدام از اهداف رفتاری کلی به اهداف رفتاری جزئی ۵ - تعیین حیطه هرکدام از اهداف و مشخص کردن سطوح آنها

۶- طراحی دروس براساس اهداف رفتاری تعیین شده بر اساس حیطه‌ها و

سطوح تعیین شده برای آنها

در مجموع می‌توان گفت برای ارتقاء روز افزون سطح کیفی عملیات در یک سازمان، مرتباً باید سطوح یادگیری شناختی، عاطفی و مهارتی - حرکتی کارکنان مورد سنجش قرار گرفته و دوره‌های متناسب با شغل و توانایی آنها انتخاب گردد و پس از رسیدن به سطح جدید، زمینه را برای استفاده از دوره‌های آموزشی دیگر فراهم کرد. بدیهی است رشد کارکنان، خود نیاز به تغییر در ساختار و روشها را نیز ایجاب می‌کند

#### چ - توجه به نیازهای اجتماعی و فرهنگی کارکنان

از آنجایی که کارکنان در تعامل با محیط و جامعه و انسانهای دیگر و از جمله همکاران، در شرایط خاصی از مسائل فرهنگی، اقتصادی و سیاسی هستند و اصولاً تعالی و شکوفایی خود افراد در سازمان نیز یکی از اهداف بسیار مهم می‌باشد و علاوه بر ایجاد نشاط و انگیزش در کارکنان، تأثیرات بسیار مثبتی را در رفتار سازمانی خواهد گذارد. ضروری است شرایط لازم جهت توجه به این امور نیز در نظام آموزشی فراهم شود.

آموزش بهداشت، ایمنی، کمک‌های اولیه، بهبود روابط خانوادگی و شغلی، دینی و سایر موضوعاتی که می‌تواند ضمن جالب بودن برای افراد، تأثیرات مثبت در روابط کاری و شغلی داشته باشد، باید در طراحی دوره‌های آموزشی مدنظر قرار گیرد.

#### ح - توجه جدی به رفتار کارکنان در سازمان

نکته مهم دیگر در طراحی دوره‌های آموزشی این است که در شرایط اولیه کارکنان سازمان از نظر میزان سطح دانش و مهارت جهت ورود به هرکدام از دوره‌های آموزشی به دقت مشخص گردند. طراح دوره آموزشی باید در نظر داشته باشد که دوره طراحی شده توسط وی باید چه رفتار ورودی را پذیرا باشد. کارکنانی که دارای رفتار ورودی مورد نظر نیستند منجر به کاهش جدی در اثر بخشی دوره‌های آموزشی خواهد گردید.

#### مرحله بعد از آموزش

مرحله بعد از آموزش، ارزشیابی

فعالیت‌های آموزشی است.

مدیر به وسیله ارزشیابی فعالیت‌های انجام شده می‌تواند اثر بخشی برنامه آموزشی را در ایجاد تغییر، برای کار برد در برنامه‌های آموزشی آینده نشان دهد.

ارزشیابی می‌تواند شامل: ارزیابی کلی سازمان، برنامه‌های آموزشی و کارکنان باشد، در یک تقسیم بندی کلی ارزشیابی، این امکان را خواهد داشت که ضمن ارزیابی عملکرد افراد در سازمان از مشکلات آنان نیز مطلع گردد.

از لحاظ اهداف، ارزشیابی، اهداف سازمانی را اندازه‌گیری می‌کند، که در این صورت امکانات مورد نیاز، کمیت کار، کیفیت کار، مقایسه کارهای مشابه و عوامل موفقیت و بازدارنده مورد بررسی قرار می‌گیرد و یا در اهداف فردی در صورت بررسی کار آبی افراد و بازده کاری آنها، ترفیع کارکنان، اصلاح کار و رفع نواقص و بهبود عملیات و...مورد نظر است.

برای ارزشیابی اثر بخشی آموزش مواردی مانند: تدوین برنامه، میزان پیشرفت حاصل از اجرای برنامه در ایجاد تغییرات در افراد سازمان، صرفه جویی در هزینه‌ها و موارد انحرافی که پیشگیری از آنها در برنامه‌های آتی لازم است مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ارزشیابی می‌تواند به وسیله ابزاری مانند: تست - انواع سوالات تکمیل کردنی یا صحیح و غلط یا جور کردنی و... تماس رو در رو، آزمون و اجرای پروژه، تمرین عملی، ارزشیابی آموزش در حین خدمت، ارائه مطالب به صورت سمینار و ایفای نقش و... صورت گیرد.

#### منابع و مأخذ:

- \* دکتر محمدعلی طوسی. آموزش و پرورش منابع انسانی ضرورت مدیریت امروز و فردا
- \* سید بانک علوی. طراحی دوره‌های آموزشی کارکنان
- \* پروند. مقدمات برنامه ریزی آموزشی و درسی
- \* علی همایی. آموزش غیر رسمی جلد اول
- \* امان ..... صفوی. کلیات روشها و فنون تدوین. شرکت چاپ و نشر ایران ۱۳۶۶
- \* حسین خلود. تعیین احتیاجات آموزشی انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی. ●

## گزارش وضعیت اتحادیه‌های تعاونی تحت پوشش وزارت تعاون تا تاریخ ۸۲/۱۲/۲۹

نام استان	تعداد	اعضا فعلی	سرمایه (هزار ریال)	اشتغالزایی
آ. شرقی	۲۵	۴۵۹	۱۱/۰۸۰/۷۰۴	۱۴۵
آ. غربی	۱۲	۲۴۳	۹/۳۵۴/۱۳۵	۴۵
اردبیل	۱۳	۱۸۶	۲/۴۴۶/۳۰۷	۳۸
اصفهان	۲۹	۷۹۰	۱۶/۵۱۴/۲۹۱	۱۳۱
ایلام	۱۸	۱۷۵	۲۴۸/۱۴۰	۹۰
بوشهر	۹	۱۸۱	۱/۴۷۱/۹۲۹	۵۱
تهران	۳۵	۲۸۵۰	۱۲/۰۵۱/۰۸۵	۲۰۷۹
چهارمحال و بختیاری	۱۱	۱۵۶	۷۷۴/۹۰۰	۶۴
خراسان	۳۲	۷۹۳	۳۵/۹۰۷/۹۱۹	۱۷۴
خوزستان	۲۰	۵۰۳	۴/۲۸۶/۶۱۹	۱۳۸
زنجان	۸	۱۴۵	۱/۱۲۶/۳۸۳	۳۴
سمنان	۱۳	۲۵۲	۴/۴۹۱/۱۰۲	۸۱
سیستان و بلوچستان	۱۱	۲۰۶	۲/۶۱۳/۷۸۲	۸۵
فارس	۱۷	۴۷۶	۱۸/۹۸۲/۰۷۶	۸۴
فرااستانی	۳۰	۱۳۵۶۵	۸۱۷/۳۶۷/۱۲۳	۱۰۱
قزین	۹	۲۶۹	۱۸۴/۷۹۸	۸۸
قم	۸	۱۲۵	۱۹۰/۴۹۰	۲۱
کردستان	۱۵	۲۲۴	۳/۲۰۲/۴۶۰	۳۲
کرمان	۲۱	۳۸۱	۵۰۴/۱۵۱	۴۰۹
کرمانشاه	۱۹	۴۰۶	۶/۹۱۲/۸۱۷	۲۲۸
کهگیلویه و بویراحمد	۴	۳۳	۳۰/۲۴۹	۳۳
گلستان	۱۲	۱۹۳	۲/۹۶۶/۷۵۹	۸۳
گیلان	۲۸	۵۸۲	۶/۷۵۱/۲۱۷	۱۸۷
لرستان	۱۶	۲۳۶	۲۷۳/۳۹۵	۸۸
مازندران	۲۶	۵۹۶	۱۲/۱۹۲/۱۶۱	۲۱۴
مرکزی	۱۳	۱۷۴	۲/۵۵۷/۶۳۰	۲۰
هرمزگان	۸	۲۲۲	۱۹۴/۴۹۵	۱۷
همدان	۱۴	۲۷۰	۳۰/۹۵/۳۹۵	۵۰
یزد	۹	۱۳۴	۵/۱۹۲/۸۱۰	۳۰
جمع کل	۴۸۵	۲۴۸۲۵	۹۸۲/۹۶۵/۳۲۲	۴۸۴۰

(منبع: دفتر آمار و اطلاعات وزارت تعاون)

موانع تجارت بین کشورها به تدریج کاسته شده و تعداد زیادی کارآفرین با عبور از مرزهای ملی، فعالیت خود را در عرصه اقتصاد کشورهای مختلف گسترش دهند و روشهای بازاریابی عالمانه و پیشرفته را با تولید مقرون به صرفه ترکیب و تلفیق نمایند. خصوصی سازی نیز روندی است که در اجرای سیاست کاهش تصدیگری دولت و واگذاری کار به مردم به تدریج به اجرا درآمده و طی آن مالکیت یا کنترل فعالیتهای اقتصادی از بخش دولتی به اشخاص حقیقی و حقوقی واگذار می‌گردد و تعداد زیادی از کارخانجات متعلق به دولت به دلیل ضعف و عدم کارایی بخش دولتی به مرور زمان به بخشهای غیردولتی فروخته می‌شود و نظارت دولت بر فعالیتهای اقتصادی کاهش می‌یابد.

از سوی دیگر، پیروی از اقتصاد بازار آزاد، با هدف ایجاد رقابت سازنده بین بخشهای مختلف اقتصادی، کاهش و یا حذف تدریجی یارانه‌ها و کاستن از دخالت دولت در امور اقتصادی، دنبال می‌شود و عرصه فعالیت و تلاش را به روی سرمایه‌های پراکنده می‌گشاید.

اقدامات مذکور در غیاب هماهنگی لازم بین تعاونیها و نبود اتحادیه‌های منسجم و نیرومند می‌تواند به تضعیف بخش تعاونی بیانجامد. از این رو، برای مقابله موفقیت‌آمیز با این رقابت روزافزون، گریزی نیست جز آن که تعاونیها بر توانایی و قدرت رقابت خود از طریق اتحادیه و همکاری با یکدیگر بیفزایند و نیروهایشان را تقویت کنند و با آموزش حرفه‌آموزی مدیریت خود را توسعه دهند تا به کارایی بالاتری دست یابند و بتوانند علاوه بر ایفای موفق‌تر نقش سنتی خود، با روندهای مذکور به خوبی مقابله نمایند بدین مناسبت وزارت تعاون در راستای تحقق اهداف مندرج در ماده ۴۳ قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران و نیز اجرای وظایف معنوی، علمی و اقتصادی موصوف، از بدو تأسیس تلاش گسترده‌ای را جهت توسعه و گسترش اتحادیه‌های تعاونی در سطوح استانی و نیز اتحادیه‌های سراسری در زیربخشهای

که از طریق تلفیق امکانات و بهبود مدیریت ایجاد می‌گردد. ولی آنچه امروزه ضرورت گسترش همکاری بین تعاونیها در قالب اتحادیه را تشدید می‌کند، سه روند مرتبط با یکدیگر در سطوح ملی و بین‌المللی است که عبارتند از: جهانی شدن فعالیتهای اقتصادی، خصوصی سازی و آزادسازی یا روی آوردن به اقتصاد بازار آزاد. در دهه‌های اخیر سیاستگذاریهای جدید اقتصادی موجب گردیده که از

می‌آورند. اتحادیه‌ها، سدی بر سر راه افزون طلبان اقتصادی بوده و با تولیدات خود می‌توانند از نوسانات غیراصولی و ناگهانی محصولات در بازار جلوگیری نمایند.

بسطور کلی، دو عامل اساسی رشد همکاری بین تعاونیها را موجب می‌شود: نخست لزوم ظاهر شدن در نقش نمایندگان خدمتگزار مردم و سپس تمایل به کسب دستاوردهای مطلوب اقتصادی