

کارکرد، جایگاه و وظائف واحد خرید در تعاونیهای مصرف

قبل از بحث در خصوص وظائف و جایگاه واحد خرید در تعاونیهای مصرف یادآور می‌شود در این نوشتار از روش تحلیل سیستمی برای تعیین مسائل خرید در تعاونیهای مصرف استفاده می‌کنیم لذا در ابتدا توضیح مختصری در ارتباط با سیستم را ارائه می‌دهیم.

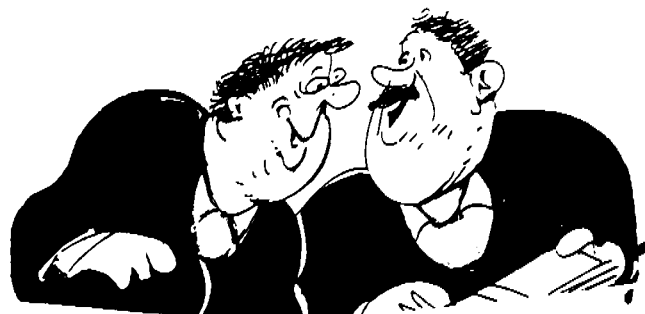
سیستم (نظام) عبارت است از یک کل که دارای اجزاء به هم پیوسته و مرتبطی باشد که هر یک از اجزاء به همراه اجزاء دیگر برای رسیدن به یک هدف مشترک فعالیت کنند. مثلاً سیستم بدن انسان که از اجزاء و قسمتهای مختلف تشکیل شده و هر کدام وظیفه خاصی را بعهده دارند بخشهای مختلف بدن با هم ارتباط دارند و اختلال در بخشی از بدن بر سایر قسمتهای بدن نیز اثر دارد و مجموعه این اجزاء بدن را در حال تعادل نگاه می‌دارند.

سازمانها نیز یک نوع سیستم به حساب می‌آیند که از واحدهای مختلفی همچون واحد خرید، فروش، مالی و... تشکیل می‌شوند هر کدام از این واحدها وظیفه خاصی را بعهده دارند و با یکدیگر در ارتباطند و هر کدام می‌توانند در تحقق اهداف سازمان نقش داشته باشند و نقض در یک واحد می‌تواند در کار واحدهای دیگر ایجاد اختلال کند. مثلاً ضعف واحد خرید در تعاونی مصرف می‌تواند میزان فروش را کاهش، مشتریان را ناراضی، گردش سرمایه را کند و پیامهای منفی دیگری را برای تعاونی در پی داشته باشد.

سیستمها به انواع مختلف دسته بندی می‌شوند و دئونوع از این دسته بندیها که در این بحث بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد به شرح زیر است:

۱- سیستمهای باز و بسته

سیستم باز سیستمی است که با محیط



مدیریت خرید در تعاونیهای مصرف

رئوف رابطی

مقدمه:

وظیفه اساسی تعاونیهای مصرف تهیه و خرید کالاهای مناسب برای اعضاء و عامه مردم و عرضه و فروش آن به شیوه‌ای مطلوب است. این امر به ویژه هم اکنون که فشارهای اقتصادی ناشی از تورم متوجه بخش عظیمی از مردم جامعه است و سیستم توزیع کالاها در کشور سیستمی کارآمد و توانمند نیست اهمیت بیشتری دارد. تعاونیهای مصرف در این برهه زمانی می‌توانند به یاری مردم و دولت بشتابند.

تعاونیها می‌توانند از یک طرف با عرضه و فروش کالاها با شرایط مطلوب به مردم کمک کنند و از طرف دیگر بعنوان یک کانال توزیع مطمئن در خدمت دولت باشند.

تعاونیهای مصرف زمانی می‌توانند به اهداف فوق دست یابند که با استفاده از یک سیستم کارآمد خرید کالاهای مورد نیاز اعضاء و مردم را تهیه و تامین نمایند. امروزه خرید بعنوان یکی از وظائف حرفه‌ای سازمانها و بنگاههای مختلف به حساب می‌آید که به آگاهی، مهارت و آموزش و شهادت و فراست نیاز دارد. نقش مدیران خرید در سازمانها بسیار حساس و مهم می‌باشد. ناآگاهی و سهل انگاری بعضی از مدیران خرید و گاهی سوء مدیریت آنان زیانهای سنگینی را برای سازمان به بار می‌آورد.

در این مقاله تلاش شده است ضمن بحث پیرامون کارکرد، جایگاه و وظائف واحد خرید در تعاونیهای مصرف به بررسی نحوه مدیریت این واحد بپردازیم همچنین در مورد نقش سیستم اطلاعاتی مدیریت در واحد خرید، چگونگی گزارش مدیر خرید به مدیر عامل شرکت و همچنین ارزیابی سیستم خرید تعاونی به بحث پرداخته‌ایم و در انتها ۱۰ توصیه مهم را برای مدیران خرید تعاونیهای مصرف ارائه نموده‌ایم:

پیرامون خود ارتباط دارد و قطع این ارتباط موجب نابودی آن می‌گردد. سیستم باز برای بقا خود نیازمندیهای لازم را از محیط دریافت می‌کند و بعد از کار بر روی آنها محصول خود را به محیط برمی‌گرداند. این فرآیند به شکل ساده در ذیل نشان داده شده است:

ستاد > عملیات > داده‌ها
در سیستم بسته ارتباط بین سیستم و محیط پیرامون وجود ندارد و سیستم با بهره‌گیری از امکانات درونی خود را اداره می‌کند.

تعاونیهای مصرف سیستمهای باز هستند که در ارتباط با محیط پیرامون خود بوده و نیازمندیهای خود را از محیط دریافت می‌کنند.

۲- سیستمهای اصلی و فرعی

برای سیستمها می‌توان بر اساس بحث مورد نظر مرزهایی را تعریف کرد. سیستمهایی که در محدوده گسترده‌تری قرار دارند سیستمهای اصلی و سیستمهای کوچکتر که ما داخل آنها را سیستمهای فرعی می‌گوئیم. مثلاً مجموعه بدن انسان یک سیستم اصلی است و بخشهای بدن هر کدام یک سیستم فرعی به حساب می‌آیند. همچون سیستم گوارش، گردش خون و... یک تعاونی مصرف نیز بعنوان یک سیستم اصلی واحدهایی دارد که هر کدام یک سیستم فرعی به حساب می‌آیند مانند واحد خرید، فروش مالی و... هر سیستم فرعی نیز خود می‌تواند یک سیستم اصلی باشد که سیستمهای فرعی را در داخل خود دارد مثلاً واحد خرید بعنوان یک سیستم اصلی دارای سیستمهای فرعی خواهد بود.

در بحث سیستمها و تحلیل سیستمی سازمان، نحوه کارکرد سیستمهای فرعی بر کارکرد و فعالیت سیستم اصلی اثر می‌گذارد ضعف و قوت در هر سیستم فرعی بر راندمان سازمان اثر منفی و یا مثبت دارد مثلاً ضعف واحد خرید بعنوان

قیمتهای بیش از اندازه گران و یا بیش از اندازه ارزان هر دو خطر ساز و هشدار دهنده هستند. در صورت برخورد با آنها علل و انگیزه آنان را بشناسید و عجلانه هر خرید ارزانی را نپذیرید و یا هر قیمت بالائی را رد ننمائید. خرید کالا با قیمتهای مناسب در تعاونیهای مصرف در جلب رضایت اعضا و گرایش بیشتر مردم به تعاونی اهمیت زیادی دارد مدیر خرید باید همواره اطلاعات لازم از قیمتها را داشته باشد.



یک سیستم فرعی بر کارائی کل مجموعه تعاونی اثر می‌گذارد و یا ضعف در هر بخش از واحد خرید بر کل واحد خرید اثر می‌گذارد و بالعکس.

نتیجه اینکه برای ارتقاء کارائی در تعاونیهای مصرف باید کارائی کلیه سیستمهای فرعی آن و از جمله خرید ارتقاء یابد که در ادامه بحث به چگونگی آن می‌پردازیم.

واحد خرید وظیفه تهیه و تامین کالاهای مورد نیاز اعضا و عامه مردم را بعهده دارد. مدیریت این واحد باید تلاش کند کالاهای را به اندازه کافی با کیفیت مناسب، از منبع معتبر و در زمان مناسب و شرایط مطلوب خریداری کند عملکرد مطلوب این واحد منجر به این می‌شود که کالاهای مورد نیاز همواره در دسترس اعضا قرار گیرد کیفیت و قیمت مناسب آنها برای خرید بیشتر در آنها انگیزه ایجاد کند. افراد بیشتری عضو تعاونی شوند و میل به سرمایه‌گذاری بیشتر ایجاد شود. مدیر این واحد می‌باید گزارشات لازم را بطور مستمر در اختیار مدیرعامل قرار دهد و باتوجه به ارتباطی که با خارج از سازمان دارد اطلاعات لازم را دریافت و ضمن استفاده از این اطلاعات در فعالیتهای خرید آنها را در اختیار مدیرعامل و سایر مدیران تعاونی قرار دهد. برای نیل به این اهداف مدیریت صحیح واحد خرید ضرورت دارد که در ادامه به بحث پیرامون وظائف و نحوه کارکرد مدیریت این واحد می‌پردازیم.

جایگاه واحد خرید در مجموعه تعاونی مصرف (یک تعاونی نسبتاً بزرگ)

واحد خرید یک سیستم فرعی از مجموعه تعاونی مصرف می‌باشد که ضعف و قوت آن بر سازمان تاثیر مستقیم می‌گذارد واحد خرید بعنوان یک سیستم اصلی از اجزاء دیگر (سیستمهای فرعی) تشکیل شده که ضعف و قوت این اجزاء بر کارائی واحد

عوامل مورد توجه در خرید برای شرکتهای تعاونی مصرف

این چهار عامل که در کنار اطلاعات لازم در مورد آمیخته‌های خرید برای تصمیم‌گیری خرید در تعاونی مصرف باید مورد توجه قرار گیرد.

گزارش به مدیر عامل تعاونی مصرف
مدیر عامل نیازمند دریافت گزارشات از بخشهای گوناگون تعاونی می‌باشد تا بتواند این اطلاعات را در امور برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت مورد استفاده قرار دهد. مدیر روشنفکری که به اهمیت خرید پی برده است فعالانه در جستجوی گزارشات خرید می‌باشد، بعضی از مدیران رده بالای سازمانی نیز وجود دارند که هنوز از نقش واقعی خرید در کامیابی سازمان آگاه نمی‌باشند و در صدد دریافت گزارشات خرید نیستند.

گزارش خرید باید: انتخابی باشد یعنی نیازی نیست که همه چیز را گزارش دهیم. گزارش خرید باید: مختصر باشد و لازم نیست تا همه جزئیات را دربرگیرد. گزارش خرید باید: مقایسه‌ای باشد یعنی عملکرد جاری را با گذشته مطابقت و مقایسه کند.

گزارش خرید باید: تفسیر کننده باشد یعنی عملکرد جاری را با گذشته مطابقت و مقایسه نماید.

در مورد تعداد و زمان گزارش خرید یک شکل خاص و معینی وجود ندارد. این گزارشات می‌تواند بصورت هفتگی، ماهانه، فصلی و یا سالانه باشند.

در بحث سیستمها و تحلیل سیستمی سازمان، نحوه کارکرد سیستم‌های فرعی بر کارکرد و فعالیت سیستم اصلی اثر می‌گذارد ضعف و قوت در هر سیستم فرعی بر راندمان سازمان اثر منفی و یا مثبت دارد مثلاً ضعف واحد خرید بعنوان یک سیستم فرعی بر کارائی کل مجموعه تعاونی اثر می‌گذارد و یا ضعف در هر بخش از واحد خرید بر کل واحد خرید اثر می‌گذارد و بالعکس.

خرید اثر می‌گذارد.

مدیریت خرید

مدیریت خرید به معنای ساده عبارت است از تصمیم‌گیری نظام گونه برای یافتن پاسخهای مفید و موثر در تعیین آمیخته‌های خرید که عبارتند از:

- موضوع خرید
- موضوع یا مبنای خرید
- منبع خرید
- موقع خرید

آمیخته خرید عبارتست از اجزای تشکیل دهنده خرید یا عوامل قابل کنترل مدیر خرید که باید بطور سیستماتیک مورد بررسی قرار گیرند و پاسخهای مناسب برای آنها پیدا شود و آمیخته خرید عبارتست از پاسخگوئی سیستماتیک به اینکه: چه بخریم؟ چگونه و چرا بخریم؟ کجا بخریم؟ کی بخریم؟

در خرید باید به ارتباط و پیوستگی هر یک از اجزاء توجه کافی داشت. همچنین در یک تعاونی مصرف مدیر خرید باید با بهره‌گیری از یک شبکه اطلاعاتی کارآمد در ارتباط با هر کدام از موارد فوق بنحو صحیح تصمیم‌گیری کند. ایجاد یک بانک اطلاعاتی می‌تواند یاری دهنده مدیر خرید باشد. در سازمانها سیستم اطلاعاتی مدیریت (M.I.S) به یاری مدیران می‌آید. این سیستم اطلاعات مختلف را بصورت خام دریافت و جمع آوری می‌کند و پس از تلخیص دسته بندی و تحلیل در اختیار مدیران جهت تصمیم‌گیری قرار می‌دهد.

سیستم اطلاعاتی مدیریت و نحوه استفاده از آن در واحد خرید تعاونی مصرف

مدیر خرید در تعاونیهای مصرف ضمن بهره‌گیری از سیستم اطلاعاتی و نتایج این سیستم برای تصمیم‌گیری در مورد آمیخته‌های خرید لازم است ۴ عامل اولویت، اهمیت، مصلحت و منفعت را نیز در نظر گیرد.

تعیین اولویت خرید در تعاونی براساس نیاز اعضا و علائق آنها و همچنین منابع تعاونی مشخص خواهد شد. توجه به اهمیت اقلام خرید نیز ضرورت دارد. گاهی اوقات امکان دارد که اقلامی مهم باشند اما ضروری نباشند و یا برعکس دارای اهمیتی بیش از اندازه برای سازمان بوده و باید آنها را خریداری کرد. اگرچه در یک مقطع زمانی اولیوی به آنها داده شود. شناسائی مصلحت در خرید نیز اهمیت دارد. امکان دارد خرید بعضی اقلام در زمان خاصی یا در شرایط تعیین شده‌ای به صرفه‌تر باشد مثلاً تعاونی برای مدتی کالائی را در انبار نگهداری کند و با تحمل هزینه‌های انبارداری از زیانهای مربوط به خرید با قیمت بالاتر اجتناب کند و با جهت کسب امتیازات خاص و یا تخفیفات ویژه‌ای از یک منبع مشخص خرید کند.

و نهایتاً کسب منفعت نیز برای تعاونی ضرورت دارد. اگرچه هدف اصلی در تعاونی مصرف کسب سود نیست اما برای

۱- خریدهای انجام شده در فاصله زمانی معین

۲- اعتبارات مصرف شده در بخش خرید.

۳- تغییرات در بخش خرید و مزایای حاصله

۴- موجودیهای فعلی

۵- منابع جدید برای خرید اقلام اصلی

۶- روند قیمتها کالاها و شاخص ها

۷- برنامه خرید در آینده

۸- پیشنهادات در خصوص خرید کالاها، حمل و نقل آنها، عرضه کنندگان و....

ارزیابی سیستم خرید

اندازه‌گیری عملکرد خرید مسئولیت

شناخته شده مدیرعامل تعاونی به حساب

می‌آید. معیارهای متعدد کارائی عملیات

ارائه شده‌اند که نشان می‌دهند، بخش خرید

به چه خوبی اداره می‌شود عامل مهم و

دشوار اندازه‌گیری مهارت و تخصص

خرید است. این عامل نشان می‌دهد که شغل

واقعی خرید به چگونه اجراء می‌گردد.

مهارت و خبرگی خرید بیش از کارائی

خرید باعث پس انداز زیادتر برای تعاونی

می‌گردد.

کامی اوقات در ارزیابی عملکرد

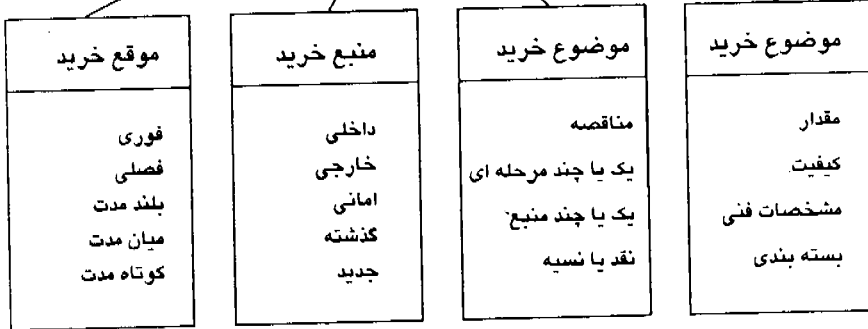
سیستم خرید به عامل چگونگی ارتباط با

عرضه کنندگان توجه می‌شود و منظور از

آن این است که تعاونی نه تنها نیازمندیهای

خاص خود را با قیمتهای قابل رقابت تامین

مدیریت خرید
تصمیم گیری در خصوص ۲ آمیزه خرید
عوامل تحت کنترل مدیر خرید



ده توصیه مهم به مدیران خرید در تعاونیهای مصرف

۱- عدم اتکاء به یک منبع یا عرضه کننده--

هرگز بطور کامل نباید به یک یا تعداد

معدودی عرضه کننده متکی گردید. (البته

اگر کالا انحصاری نباشد) هرگاه بیش از

پنجاه درصد از خریدهای شما از طریق

کمتر از پنج درصد عرضه کنندگان تهیه

گردد شرکت از دو جهت در خطر می‌باشد

یکی خطر ورشکستگی و حذف آن از

صحنه فعالیت و دیگری افزایش قیمت زیاد

و ناگهانی از طرف آن.

۲- آگاهی دائم از موقعیت عرضه کنندگان

- مدیران خرید باید تلاش کنند با منابعی که

بیشتر سرو کار دارند در تماس دائم بوده و

از موقعیت اقتصادی و مالی آنان آگاه

باشند.

۳- بازدید از عرضه کنندگان - ارزش

بازدید از محل و امکانات عرضه‌کنندگان

بیش از حد تصور اغلب مدیران می‌باشد.

بعنوان یک مدیر خرید باید سعی کنید ضمن

اینگونه بازدیدها آشنایی و آگاهی از

می‌سازد بلکه از تسهیلات ویژه‌ای که

عرضه کنندگان در اختیارش قرار می‌دهند

استفاده می‌برد.

در شرکت تعاونی مصرف معیار

دیگری که می‌تواند بیانگر عملکرد خوب

مدیر خرید باشد رضایت اعضاء و

مشتریان تعاونی از عرضه کالاها در

فروشگاه و مناسب بودن کیفیت کالاها،

قیمت کالاها و است.

در بعضی از شرکتها ارزیابی سیستم

خرید بر اساس کامیابی و موفقیت محلی

شرکت صورت می‌گیرد و بر این باور

استوار است که عملکرد آن بازتاب هدفها،

طرحها و سیاستهای مدیریت می‌باشد.

داده‌های خام

Data

نیاز اعضاء تعاونی

سلیقه‌های اعضاء تعاونی

توانائی خرید اعضاء تعاونی

مراکز فروش کالا و شرایط آنها

قیمت انواع کالاها در کیفیتهای مختلف

شرایط فروش فروشندگان

اعتبار فروشندگان

توانائی تحویل به موقع فروشندگان و....

سیستم اطلاعاتی مدیریت

M.I.S

دسته بندی

تلفیص

تجزیه و تحلیل

اطلاعات

Information

تصمیم‌گیری در مورد

چه بخریم؟

چگونه و چرا بخریم؟

کجا بخریم؟

کی بخریم؟

بیایید به کمک هم شرکت تعاونی بهتری بنا کنیم

مقدمه

نتایج تحقیقات، تکناریها، نظارت و بررسیهای کارشناسان تعاون نشانگر این واقعیت است که بسیاری از شرکتهای تعاونی در روزها و ماههای اول تأسیس باشور و علاقمندی اعضای تشکیل دهنده شرکت مواجه هستند. اما بزودی پس از انتخاب هیئت مدیره و بازرسان و انتصاب مدیرعامل شوق و هیجان اعضا در مشارکت و کمک در پیشبرد شرکت تعاونی به سردی می‌گراید. اگر چه بعضی از مدیران شرکتهای تعاونی از کنار کشیدن اعضا در باطن راضی هستند، ولی اکثریت قریب باتفاق آنها از حالت بی‌تفاوتی و بی‌اعتنائی اعضا نسبت به سرنوشت شرکت خودشان شکایت دارند. بدین جهت گاهی جلسات مجامع عمومی غالباً خالی از عضو است. اعضا علاقه‌ای به پیشرفت شرکت از خود نشان نمی‌دهند. معاملات آنها با شرکت انجام نمی‌شود. باید برای برطرف ساختن این حالت نامطلوب چاره‌اندیشی شود. در مجموعه حاضر کوشش شده نقش عضو در شرکت تعاونی، وظایف اعضا و تعهدات شرکت در مقابل اعضا با بیانی ساده و براساس نتایجی که از تحقیقات انجام شده بدست آمده در اختیار علاقمندان قرارگیرد. امید است با مطالعه و بکارگیری مطالب آن امور تعاونیها رونق و گرمی بیشتری پیدا کند.

رفتار اقتصادی شرکتهای تعاونی باید طوری باشد که حتی رقیبهای تجاری آنها هم قادر به کتمان کردن صحت عمل آنان نباشند تأمین منافع اقتصادی اعضا در شرکتهای تعاونی مانند اهرمی است که بوسیله آن می‌توان بارهای سنگین‌تری را جابجا کرد.

نمی‌توانند انجام دهند، با تمرکز نیروها و امکانات خود بصورت جمعی به انجام رسانند. خوب می‌دانیم که نیازهای بشر حدود و انتهای ندارد، در مقابل این همه خواسته‌ها، امکانات و معذورات کافی در

واقعی شرکت تعاونی آشنا شویم. تعاون با بیان ساده به معنی «همکاری» است. همکاری گروهی از افراد که دارای نیاز مشترک محسوس هستند و می‌خواهند کاری را که به تنهایی یا بدون کمک دیگران

عضویت در شرکت تعاونی
شناخت تعاون

پیش از اینکه سخن از نقش عضو و آثار عضویت در شرکت تعاونی آغاز کنیم بسیار بجاست که با جنبه‌های انسانی و

اختیار نداریم. پس برای بهتر زیستن چه راهی را باید انتخاب کنیم؟ آیا بهتر است به تنهایی فکر و چاره‌اندیشی کنیم یا بیایم فکرها و مقدوراتمان را بر روی هم بریزیم و به کمک هم در راه رسیدن به هدف مشترک قدم برداریم. باید این مسأله را همواره در نظر داشته باشیم که تشکیل دادن شرکت تعاونی بخودی خود مرکز بعنوان هدف شناخته نشده است. تعاون وسیله‌ایست برای تسمکز نیروهای پراکنده و کار دستجمعی گروهی که با یکدیگر توافق فکری و روحی و مادی دارند تا از طریق تعاون به بهزیستی و رفاه مشترک برسند.

وقتی دامنه کار تعاونی را تا به این پایه وسعت می‌دهیم که بتواند تمام جنبه‌های مختلف زندگی و احتیاجات اقتصادی و اجتماعی ما را برآورده کند، آوردن یک تعریف کامل برای شرکت تعاونی کار آسانی نیست. سازمان بین‌المللی کار که یکی از سازمانهای مهم و معتبر جهانی وابسته به سازمان ملل متحد است و هدفش پشتیبانی و حمایت از حقوق طبقات زحمتکش جهان است، تعریف نسبتاً کامل و قابل قبولی از تعاون داده است که در زیر ملاحظه می‌کنیم:

«شرکت تعاونی اجتماعی است مرکب از گروهی از اشخاص که داوطلبانه برای وصول به هدفی مشترک دورهم جمع شده، سازمانی اقتصادی که براساس دموکراسی اداره گردد، تشکیل دهند و هریک بطور منصفانه در تأمین سرمایه لازم سهیم شوند و به سهم خود مسئولیت سود و زیان ناشی از عملیاتی را که خود فعالانه در آن شرکت داشته‌اند برعهده

اعضاء انتظار دارند جنسی را که از شرکت تعاونی خود تهیه می‌کنند. بدون تقلب و تزویر و کم‌فروشی باشد. در شرکت تعاونی عبارت (همین که هست) بهیچوجه پذیرفته نیست. هیچ مدیرعاملی حق ندارد بگوید ما که سازنده آن جنس نیستیم و مسئولیتی نداریم. مدیرعامل و مسئولان خرید شرکت، در برابر اعضاء مسئول هستند و موظفند بهترین جنس از مرغوب‌ترین نوع را در فروشگاه تعاونی عرضه کنند و همواره در برابر اعضاء پاسخگو باشند.

گیرند» با موشکافی و توجه بیشتر به عبارات و کلمات این تعریف می‌توان به خصوصیات و اصول این مکتب جدید خصوصاً از جهت ارتباط آن با مسائل عضویت پی‌برد.

تعاون و عضویت

۱ - مهمترین خصوصیت بارزی که در هیچیک از انواع شرکتهای تجاری وجود ندارد، این است که شرکت تعاونی از اجتماع افراد تشکیل می‌شود نه سرمایه‌های ایشان، سرمایه واقعی و عامل اصلی موفقیت یا شکست یک شرکت تعاونی اعضاء آن است.

اگر شرکتی سرمایه عظیم فراهم آورد ولی در اعضاء ایمان و اعتقادی به کار جمعی و تعاونی وجود نداشته باشد، نمی‌توان به موفقیت آن شرکت امید داشت. برعکس اگر

شرکتی با سرمایه کم ولی از گروهی اعضاء مؤمن و علاقمند تشکیل شده باشد، توفیق بیشتری خواهد داشت. در شرکت تعاونی هیچ عضوی بمناسبت داشتن سرمایه بیشتر برتری ندارد. شرکت تعاونی اجتماع مساویهاست بگفته سینه دانشمند صاحب نظر هندی «به اجتماعی می‌توان شرکت تعاونی اطلاق کرد که میان انسان با انسانهای دیگر فرقی وجود نداشته باشد»

تنها برتری دهنده یک عضو بر دیگری خدمات و تلاشی است که برای وصول به هدف و موفقیت شرکت تعاونی از خود نشان می‌دهد.

همه اعضاء باید برای پیشبرد کارائی شرکت کوشش نمایند. ۲ - عضویت در شرکت تعاونی باید آزاد و داوطلبانه باشد. در این مورد نکات زیرقابل توجه است:

الف - کلیه افراد واجدشرایط مقرر در اساسنامه مختار هستند بعضویت شرکت تعاونی در آیند و درهای شرکت بر روی افرادی که محل عملیات یا سکونت آنها در حوزه عمل شرکت باشد و به تمام یا قسمتی از خدمات شرکت احتیاج داشته باشند، باز است.

ب - هیچگونه تبعیض یا محدودیتی برای عضویت در شرکت تعاونی نباید وجود داشته باشد مگر به سبب عدم کفایت، ظرفیت فنی تأسیسات و وسایل و امکانات شرکت، مشروط بر اینکه در اساسنامه تصریح شده باشد.

پ - اعضاء شرکت تعاونی در انتخاب عقاید مذهبی، اجتماعی، سیاسی آزاد هستند ولی عقاید آنها نباید مانعی در راه

یک عضو علاقمند به کار تعاونی باید با خوش بینی منطقی برای ترویج فکر تعاون و تبلیغ کار تعاون اقدام کند از هرگونه بدگوئی و انتقادهائی که روحیه سایر اعضا را تخریب می‌کند احتراز نماید. دفاع از شرکتی که در آن عضویت داریم مهمترین وظیفه ماست. اگر بر شرکت ما ایرادی وارد است باید خودمان با راهنمایی مدیران و بازرسان و ابراز علاقمندی بیشتر در رفع آن اقدام کنیم.

پیشرفت شرکت تعاونی فراهم سازد یا بحثهای خارج از موضوع فعالیت تعاونی برانگیزد یا به آزادی افکار و عقاید دیگران لطمه وارد کند.

ت - اعضای شرکت تعاونی آزاد خواهند بود تحت شرایط خاص عضویت خود را فسخ و با پس گرفتن سهام خود از شرکت تعاونی خارج شوند. از سوی دیگر هیچ عضو شرکت تعاونی را نمی‌توان بدون علت و ادار به خروج از شرکت کرد (مگر تحت شرایط مقرر در اساسنامه که برای حفظ منافع شرکت ضروری است)

ث - اعضاء آزاد هستند که برای انتخاب شدن در هر یک از ارکان مختلف شرکت تعاونی فعالیت نمایند.

ج - شرط اساسی تشکیل و موفقیت یک شرکت تعاونی وجود احتیاج و هدف مشترک است که اعضاء برای وصول به آن هدف حاضر به همکاری و مشارکت با یکدیگر شوند.

ادگار میلیو که از پیشروان نهضت تعاون سوئیس است، عقیده دارد تعاون و همکاری میان اعضاء بوجود نمی‌آید مگر آنکه اعضاء در شرایط مساوی قرار گرفته باشند.

مهاتما گاندی رهبر بزرگ هندوستان در ارتباط با مسائل انسانی تعاون گفته است:

در میان افرادی که با یکدیگر اشتراک منافع دارند قوی و ضعیف مطرح نیست. همه با یکدیگر برابرند. اعضای یک خانواده همانقدر که به شخص خود وابسته‌اند به یکدیگر نیز مربوط می‌شوند. در تعاونی احساس مال من و مال تو وجود ندارد. همه همکار یکدیگرند. انسانی عظمت خواهد یافت که در مقام و مرتبه‌ایکه قرار گرفته برای رفاه همکاران خود بیشتر تلاش کند.

۴ - شرکت تعاونی سازمانی است اقتصادی که بر اساس دموکراسی اداره می‌گردد.

در این نکته مورد نکات زیر باید مورد توجه قرار گیرد.

شرکت تعاونی سازمانی است اقتصادی که بر خلاف سایر سازمانهای سرمایه‌داری و تجاری بر اساس دموکراسی اداره می‌شود و هدفش مبارزه علیه بهره‌کشی از ضعیف، استقرار عدالت اجتماعی، برقراری آزادی و برابری و توزیع عادلانه درآمد و ثروت در جامعه است.

ب - در شرکت تعاونی اعضاء صرفنظر از سرمایه مادی و سهامی که دارند و بدون توجه به مقام اجتماعی و نژاد و رنگ و ... و هر نوع امتیازات دیگر به اعتبار جنبه انسانی و عضویت با حفظ تمام حقوق فردی و اجتماعی با یکدیگر برابر هستند. در

شرکت تعاونی هر عضو دارای یک رای است. بقای یک شرکت تعاونی قائم به اعضای دارای یک رای است. بقای یک شرکت تعاونی قائم به اعضای آن است. مدیران و گردانندگان شرکت منتخب اعضاء هستند. اعضائی که هر یک فقط یک رای دارند و نه بیشتر. این روش، فرد فرد اعضاء را قادر می‌سازد که برگردش امور شرکت تعاونی خود قدم بقدم نظارت داشته باشند و در تعیین سرنوشت و کیفیت اداره سازمانی که خود بوجود آورده‌اند مستقیماً دخالت کنند. این روش به اعضای تعاونیها می‌آموزد که نفع فردی را در نفع جمع جستجو کنند.

اعضاء با حضور در مجامع عمومی و رای دادن در محیط آزاد و برخورداری از مساوات کامل در عمل بصورت شاگردان ممتاز و لایق برای دموکراسی پرورش خواهند یافت. شرکت تعاونی عملی‌ترین مکتب آموزش دموکراسی و هسته اصلی برقراری اقتصاد دموکراتیک است.

۵ - در شرکت تعاونی هر عضو به سهم خویش باید برای وصول به هدف مشترک تلاش و کوشش کند.

اساس تعاون برخودیاری و کمک متقابل (یکی برای همه و همه برای یکی) نهاده شده است.

شرکت تعاونی از آن اعضا است، همه

اعضاء باید در حوب و بد اناری که خود بوجود آورنده آن هستند، مشارکت و احساس مسئولیت نمایند.

از آنچه گذشت به این نتیجه می‌رسیم که اقتصاد تعاونی شیوه تازه‌ای است که جامعه انسانی را با آئین جدید زندگی اقتصادی و اجتماعی آشنا می‌سازد.

روشهای عملی عضویت در تعاونی

هر روز که می‌گذرد، هر قدر که برآگاهی مردم به آثار و نتایج تشکیل و عضویت در شرکت تعاونی افزوده می‌شود و هر اندازه که بردامنه، وسعت و تعداد شرکت‌های تعاونی اضافه می‌گردد، شوق و شور علاقمندی مردم برای تأسیس و عضو شدن در شرکت‌های تعاونی زیاده‌تر می‌شود.

طبقات مختلف مردم و گروه‌های اجتماعی چه در شهرها و چه در روستاها هر روز بیشتر از پیش به نتایج مثبت تعاون در تأمین رفاه و برآوردن احتیاجات اعضا پی می‌برند و بیشتر به راه حل تعاونی و همبستگی و پیوستگی افراد جامعه توجه و اعتقاد پیدا می‌کنند. تشکیل یک شرکت تعاونی معمولاً در مراحل اولیه و موقعی که یک گروه مثلاً هفت نفری بعنوان هیئت مؤسس کارهای مقدماتی را شروع می‌کنند تا سرانجام به تنظیم اساسنامه و به قبول عضویت و فروش سهام و دعوت مجمع عمومی برسد، با شور و هیجان و علاقمندی افراد داوطلب عضویت همراه است. هر کس می‌خواهد به سهم خود هرکاری از دستش برمی‌آید برای زودتر تشکیل شدن شرکت انجام دهد. شور و شوق زیادی در اعضا



هر کس یکبار در کار تعاون واقعاً با دانش کافی و صمیمانه شرکت کند و ارزش حقیقی آنرا درک نماید، برای تمام عمر تعاونگر باقی خواهد ماند.

وجود دارد. همه پذیرفته و باور دارند که آخرین راه حل و درمان ناراحتی‌های اقتصادی و اجتماعی خود را یافته‌اند و با تشکیل و به ثبت رسیدن و شروع کار شرکت تمام گرفتاریها از میان خواهد رفت. چه خوب بود این شوق و علاقمندی همیشه و در تمام طول عمر شرکت پای برجای می‌ماند.

اما متأسفانه تجربه نشان داده است که بزودی با برگزاری مجمع عمومی مؤسس و انجام یافتن انتخاب هیئت مدیره و بازرسان و مدیرعامل بتدریج از شور و حرارت اعضا کاسته می‌شود!

اعضائی که هنوز بمعنی واقعی کار جمعی تعاونی پی‌نبرده‌اند خیال می‌کنند وظیفه اصلی آنها با انتخاب هیئت مدیره و واگذاری امور به آنها به آخر رسیده است! تصور نادرست آنها این است که عضویت و مسئولیت آنها با تکمیل برگ تقاضای عضویت و خریدن یک سهم و شرکت در اولین مجمع عمومی و انتخاب مدیران تمام شده است. این یک اشتباه بزرگ است. قبول عضویت شرکت تعاونی و خریدن یک یا چند سهم قدم آخر در پیوستن به صف تعاونیها نیست. بلکه قدم اول و سرآغازی برای قبول مسئولیت تعاونی است که وظایف اخلاقی و اجتماعی و اقتصادی تازه‌ای را بدنبال دارد. در قسمت اول این مجموعه به صراحت گفتیم شرکت تعاونی اجتماع افراد است نه سرمایه‌ها. اگر این اعضا در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی شرکت تعاونی خودشان مشارکت نداشته باشند چه فایده‌ای از وجودشان عاید شرکت می‌شود.

حقیقت این است که هر قدر اعضاء مؤمن و معتقد به کار جمعی و تعاونی زیادتیر باشند، کار چرخش امور شرکت بهتر و فشار بر مدیران کمتر خواهد بود. اما برعکس اگر تعداد اعضاء زیاد ولی مفهوم واقعی کار تعاونی و همکاری جمعی درک نشده باشد، زیادی جمعیت و تشتت آراء و عقاید، خود ممکن است مشکلی تازه بر سایر مشکلات شرکت تعاونی اضافه کند. بزرگترین مزیت یک شرکت تعاونی بر شرکتهای تجاری، در مشارکت و جنب و جوش و فعالیت بیشتری است که اعضاء تعاونی از خود نشان می دهند. اگر روحیه و حالت همکاری در اعضاء تعاونی وجود نداشته باشد یا به علت هائی از میان برود، مؤسسه تعاونی خصلت تعاونی خود را از دست می دهد یک شرکت تعاونی نباید فقط متکی به فعالیت و کار و کوشش اعضاء هیئت مدیره و مدیرعامل خود باشد. بلکه باید از همکاری و علاقمندی کلیه اعضاء برخوردار گردد.

مهمترین وظایف اعضاء

در زیر بصورت کوتاه بعضی از مهمترین وظایف اعضاء که در واقع ضامن بقاء و موفقیت شرکت تعاونی است شمرده می شود:

۱- کسی که علاقمند به قدرت و توانائی شرکت باشد، باید با خریدن حداقل یک سهم برای عضویت اقدام کند و مرتباً تا سرحدی

که توانائی مالی دارد، با خرید سهم بیشتر در تقویت بنیه مالی شرکت تعاونی خود اقدام کند. البته در پایان سال از مزایای سود سهام بهره مند خواهد شد.

۲- یک عضو مؤمن و معتقد به کار تعاونی باید ترتیبی بدهد تا تمام یا قسمت زیادی از معاملات خود را در زمینه ای که هدف شرکت تعاونی است، با شرکت خود انجام دهد. بالا رفتن میزان معاملات و گردش بیشتر عملیات بر رونق و اعتبار شرکت تعاونی می افزاید.

۳- شاید بتوان گفت اساسی ترین وظیفه اجتماعی عضو در شرکت تعاونی حضور بدون عذر و بهانه و بطور مرتب در جلسات مجمع عمومی شرکت و قبول دعوت هائی است که از او بعمل می آید. از مهمترین خصوصیات کار تعاون جنبه دموکراتیک و مشارکت اعضا در اداره امور و نظارت بر گردش کار آنست اگر اعضاء نسبت به تشکیل و حضور در مجمع عمومی بی علاقه و بی تفاوت بمانند و برای رایی که می دهند ارزش و اهمیتی قائل نشوند، شرکت خصوصیت تعاونی خود را از دست می دهد و چه بسا برخی از مدیران از این حالت بی تفاوتی و عدم علاقه اعضاء در امور شرکت سوء استفاده نمایند!

۴- عضوی که علاقمند است شرکت در راه وصول به هدفهای خود موفق گردد، باید با شرکت خود همواره در ارتباط باشد

و اگر راه حل و پیشنهاد مفیدی بنظرش می رسد در اختیار مدیران شرکت قرار دهد. در یک شرکت تعاونی مصرف اگر عضوی می تواند جنسی را از مرکز تولیدی ارزانتر و مناسبتر فراهم کند باید مدیرعامل را مطلع سازد و او را در کار و مسئولیتی که برعهده گرفته یاری دهد.

۵- عضو شرکت تعاونی باید به مسئولیتی که با قبول عضویت بر عهده اوست وقوف داشته باشد و اگر انجام وظایفی از او خواسته شود و او از عهده آن کار برمی آید آمادگی از خود نشان دهد. اگر در شرکت تعاونی کمیته هائی برای امور خرید و فروش، آموزشی، حسابداری، روابط عمومی و نظایر آن تشکیل شده باشد برحسب اطلاع و تخصص خود با آن کمیته ها همکاری نماید.

۶- انتقاد صحیح و سازنده و نشان دادن راه حل های منطقی و عملی از وظایف مهمی است که اعضاء می توانند برای جلوگیری از انحراف از اصول تعاون و کسب و کار شرافتمندانه انجام دهند. در واقع از این طریق هوشیاری و علاقمندی متود را به کارهای شرکت ابراز نمایند.

۷- یک عضو علاقمند به کار تعاونی باید با خوش بینی منطقی برای ترویج فکر تعاون و تبلیغ کار تعاون اقدام کند از هرگونه بدگویی و اشتباهاتی که روحیه سایر اعضاء را تخریب می کند احتراز

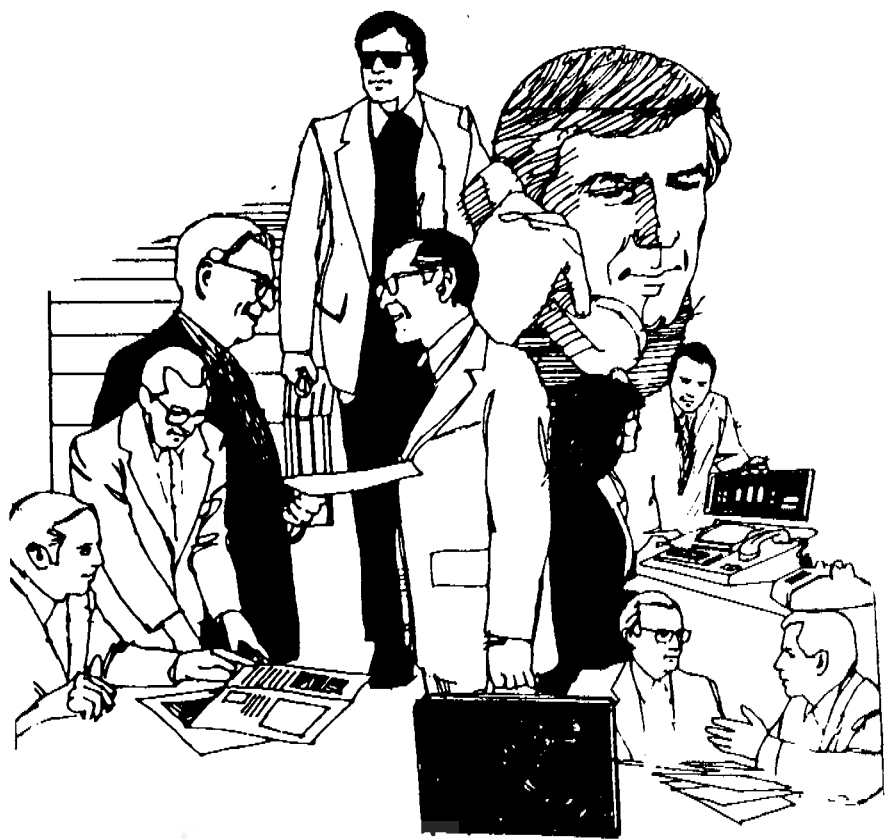
اگر روحیه و حالت همکاری در اعضاء تعاونی وجود نداشته باشد یا به علت هائی از میان برود، مؤسسه تعاونی خصلت تعاونی خود را از دست می دهد یک شرکت تعاونی نباید فقط متکی به فعالیت و کار و کوشش اعضاء هیئت مدیره و مدیرعامل خود باشد. بلکه باید از همکاری و علاقمندی کلیه اعضاء برخوردار گردد.

عضو آنست - عضو بنیانگذار و بوجود آورنده اساس و شالوده شرکت تعاونی است. شرکت تعاونی برای انجام یک کار جمعی به هیچ صورت نمی تواند موجودیت پیدا کند. شرکت تعاونی بوسیله اعضاء و برای اعضاء تشکیل می شود - شرکت تعاونی از آن اعضاء است و باید طبق رأی و اراده آنها تشکیل و اداره شود.

همانطور که هر یک از اعضاء در شرکت تعاونی وظایف و تکالیفی برعهده دارد و باید برای پیشرفت و موفقیت شرکت تعاونی خود کوشش کند، شرکت تعاونی نیز در برابر اعضاء یعنی صاحبان واقعی شرکت تعهداتی دارد. مدیران و گردانندگان شرکت باید طبق اساسنامه و مصوبات مجمع عمومی انتظارات معقول و منطقی آنها را برآورده سازند. در زیر به برخی از انتظارات اعضاء از شرکت تعاونی اشاره می شود.

انتظارات اعضاء

۱ - مهمترین انتظار یک عضو از شرکت تعاونی تلاش و کوششی است که مدیران شرکت برای تأمین منافع اقتصادی اعضاء و وصول به هدف و منظوره های مندرج در اساسنامه از خود نشان می دهند. اگر شرکت تعاونی برای تأمین احتیاجات مصرفی تشکیل شده، اعضاء انتظار دارند کالاها و خدمات مورد نیاز آنها از بهترین نوع و بامناسب ترین قیمت در اختیارشان گذارده شود و تا جایی که امکانات شرکت اجازه می دهد تسهیلات لازم برای رفاه اعضاء فراهم گردد. در شرکت تعاونی بازاریابی قیمت خرید محصولات اعضاء از جانب شرکت باید بالاتر و بهتر از پله و ران و سلف خریداران باشد.



باایمان هیچوقت تمام تقصیرها را بگردن مدیران و گردانندگان شرکت نمی اندازد. این ما اعضاء شرکت هستیم که علاقمندی و شور و هیجان خود را برای پیشبرد شرکت از دست داده ایم!!...وجود حالت بی تفاوتی و بی اعتنائی و به اصطلاح خودمانی (بمن چه) سمی است که بتدریج اساس و بنیان یک مؤسسه تعاونی را متزلزل می کند بطوریکه دیر یا زود مقاومت و توانائی خود را در برخورد با مشکلات از دست می دهد و همواره در معرض خطر نابودی قرار می گیرد.

انتظارات اعضاء از شرکت تعاونی

اولین سنگ بنای یک شرکت تعاونی

نماید. دفاع از شرکتی که در آن عضویت داریم مهمترین وظیفه ماست. اگر بر شرکت ما ایرادی وارد است باید خودمان با راهنمایی مدیران و بازرسان و ابران علاقمندی بیشتر در رفع آن اقدام کنیم.

۸ - بسیاری از شرکتهای تعاونی که دقیقاً اصول جهانی تعاون را رعایت می نمایند به تشکیل کلاسهای آموزشی و یا چاپ و انتشار نشریات تعاونی اقدام می کنند. اعضاء شرکت تعاونی که از آنها برای شرکت در کلاس تعاونی دعوت می شود باید ببعلاقمندی در این کلاسها شرکت کنند و نشریاتی که برای مطالعه در اختیار آنها قرار داده می شود بخوانند و مطالب آنرا به سایر اعضائی که نشریه را نخوانده یا نمی توانند بخوانند گوشزد کنند.

۹ - بسالآخره یک عضو با انصاف و

نیاز انسان از گذشته‌های دور او را به جستجو و کاوش در طبیعت جهت یافتن ابزار و وسائل برای زندگی راحتتر وادار می‌نموده است. از این رو، آدمی بتدریج با افزایش آگاهی خود به اهمیت و ارزش مواد مختلف موجود در طبیعت پی که دسته‌ای از این مواد را مواد معدنی تشکیل می‌داده پی برده است. بطوریکه بخاطر اهمیت این مواد در زندگی انسان حتی دورانهای تاریخی حیات انسان را بر اساس آن نامگذاری کرده‌اند. (مثل دوره مفرغ یا دوره آهن)

امروزه نقش مواد معدنی در زندگی انسان بسیار زیاد و ملموس است به گونه‌ای که بدون اغراق می‌توان گفت بدون وجود مواد معدنی زندگی دچار مشکلات بزرگ و ععیده‌ای خواهد شد. اگرچه مصارف مواد معدنی در روزگاران قدیم بسیار محدود بوده و بیشتر از مواد معدنی

آخرین وضعیت تعاونیه‌های معدنی

دفتر امور تعاونیه‌های تولیدی و خدمات تولیدکنندگان

عمده فعالیت شرکتهای

تعاونی معدنی مربوط به معادن گروه مصالح ساختمانی می‌باشد یعنی حدود ۹۰٪ فعالیت معدنی. این نسبت در بخش معدن کل کشور ۶۸٪ می‌باشد و دلیل عمده این مطلب در عدم حضور محسوس تعاونیه‌های معدنی در معادن گروه کانیهای فلزی می‌باشد که عمدتاً توسط بخش دولتی بهره‌برداری می‌گردند.



گروه معادن و صنایع طلاعات فرسنگی
روانجام علوم انسانی

وضعیت کلان تعاونیهای معدنی
تأسیس شده از ابتدا تا پایان ۷۶/۶/۳۱
«جدول شماره ۱»

(ارقام سرمایه به هزار ریال)

نام استان	تعداد تعاونی	سرمایه	اعضاء	کل اشتغال
مرکزی	۲	۱۳۴۶۰۰	۱۹	۱۹
گیلان	۰	۰	۰	۰
مازندران	۲	۱۴۸۵۰۰	۱۵	۳۰
آذربایجان شرقی	۰	۰	۰	۰
آذربایجان غربی	۳	۶۲۷۹۳۰	۲۹	۳۷
کرمانشاه	۰	۰	۰	۰
خوزستان	۱	۱۶۲۳۶	۱۱	۱۱
فارس	۳	۱۶۹۰۰۰	۲۹	۵۸
کرمان	۷	۱۲۲۷۵۰	۶۹	۷۳
خراسان	۵	۵۵۶۲۴۵	۳۷	۴۱
اصفهان	۱	۶۰۰۰۰	۸	۸
سیستان و بلوچستان	۰	۰	۰	۰
کردستان	۳	۳۳۰۰	۲۲	۲۴
همدان	۰	۰	۰	۰
چهارمحال و بختیاری	۰	۰	۰	۰
لرستان	۴	۴۲۰۰	۲۸	۳۳
ایلام	۰	۰	۰	۰
کهگیلویه و بویراحمد	۰	۰	۰	۰
بوشهر	۱	۹۰۰۰۰	۹	۹
زنجان	۱	۳۶۰۰۰	۱۲	۱۲
سمنان	۹	۹۹۹۵۰۰	۸۸	۲۰۳
یزد	۵	۶۱۴۲۰۰	۳۶	۳۶
هرمزگان	۰	۰	۰	۰
تهران	۱	۳۳۰۰۰	۹	۱۲
اردبیل	۰	۰	۰	۰
قم	۱	۱۳۷۰۰۰	۷	۷
فرا استانی	۰	۰	۰	۰
جمع	۵۱	۳۸۰۳۶۶۱	۴۲۸	۶۲۲

با عیار بالا و معادن سطحی استفاده می‌شد، اما با پیشرفت روزافزون تکنولوژی اعم از اکتشاف، بهره‌برداری و فرآوری، موادمعدنی با عیار پائین و عمق زیاد به دلیل نیاز انسان امروزی مورد استفاده قرار گرفته است. به عنوان مثال در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ معادن مس رگه‌ای با عیار بالا (۷-۸ درصد مس) اقتصادی و قابل بهره‌برداری بوده است اما هم اکنون معادن بزرگ مس پورفیری با عیار پائین (حتی ۲۵٪ مس) قابل استخراج و بهره‌برداری می‌باشد.

با عیار بالا و معادن سطحی استفاده می‌شد، اما با پیشرفت روزافزون تکنولوژی اعم از اکتشاف، بهره‌برداری و فرآوری، موادمعدنی با عیار پائین و عمق زیاد به دلیل نیاز انسان امروزی مورد استفاده قرار گرفته است. به عنوان مثال در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ معادن مس رگه‌ای با عیار بالا (۷-۸ درصد مس) اقتصادی و قابل بهره‌برداری بوده است اما هم اکنون معادن بزرگ مس پورفیری با عیار پائین (حتی ۲۵٪ مس) قابل استخراج و بهره‌برداری می‌باشد.

در کشور عزیز اسلامی ما ایران هم متناسب با دیگر نقاط جهان موادمعدنی مختلف مورد نیاز می‌باشد. وزارت معادن و فلزات مسئول و بانی اصلی در امر اکتشاف، استخراج و بهره‌برداری و فرآوری از موادمعدنی می‌باشد. بخشی از این مسئولیت را شرکت‌های تعاونی معدنی و شرکت‌های خصوصی برعهده دارند.

شرکت‌های تعاونی معدنی عمدتاً در گروه معادن مصالح ساختمانی مشغول به کار هستند و فعالیت آنها در معادن گروه غیر فلزی محدودتر بوده و در گروه معادن فلزی تقریباً فعالیت نامحسوسی دارند.

(آمار عملکرد معادن کشور در ۶ ماهه اول ۷۶ به تفکیک استانها)

نام استان	تعداد معادن فعال	استخراج (تن)	اشتغال (انسان)
آذربایجان شرقی	۱۳۷	۲۱۰۵۹۴۴	۴۱۶۰
آذربایجان غربی	۵۸	۱۳۵۱۶۶۵	۷۹۰
اردبیل	۲۴	۹۱۱۹۰۰	۲۵۱
اصفهان	۷۳	۴۸۴۵۲۸	۴۱۱۱
ایلام	۱۶	۹۴۴۷۵	۱۰۷
بوشهر	۶۴	۵۱۷۵۲۹	۸۱۵
تهران	۱۰۱	۲۹۴۲۲۲۲	۹۶۵
چهارمحال و بختیاری	۲۲	۵۸۹۱۱۸	۳۸۸
خراسان	۲۰۱	۲۵۶۲۷۰۷	۲۸۹۹
خوزستان	۵۴	۱۵۲۸۱۶۵	۶۶۴
زنجان	۶۷	۲۵۸۲۷۳	۴۲۷
سمنان	۱۶۰	۲۱۸۱۱۹۱	۳۸۹۱
سیستان و بلوچستان	۱۳۳	۲۴۰۳۸۳۹	۲۷۳۰
فارس	۳۴	۲۴۰۱۵۹	۶۸۵
قم	۱۳۷	۱۱۶۷۵۱۷	۱۲۰۰
کرمانشاه	۲۵	۱۳۷۹۳۰۰	۵۹۸
کهگیلویه و بویراحمد	۲۸	۱۷۸۹۶۰	۲۸۲
گیلان	۲۳	۱۳۱۰۹۰۰	۱۹۰۴
لرستان	۵۸	۱۲۵۶۵۲۵	۱۶۷۵
مازندران	۸۶	۱۹۱۸۶۸۰	۵۸۴۸
مرکزی	۶۶	۱۱۲۳۴۹۱	۹۵۱
هرمزگان	۲۴	۴۸۹۹۰۴	۱۲۴۹
همدان	۱۰۵	۴۱۳۷۸۳	۱۳۰۹
یزد	۵۵	۴۳۸۱۳۰۰	۳۷۴۶
جمع کل	۱۹۰۸	۲۵۸۷۲۱۷۹	۵۱۶۵۷۱۷۲۲

بخش تولیدی بقیه ادارات و خدمات)

شرکتهای تعاونی معدنی

(ارقام سرمایه به هزار ریال)

نام استان	شش ماهه اول سال ۷۶ بر حسب تن	شش ماهه اول سال ۷۵ بر حسب تن	میزان رشد بر حسب (س)
استان مرکزی	۴۶۶۲۵۵ تن	۵۶۲۲۶۳	-۹۶۱۰۸
آذربایجان غربی	۱۹۱۶۰۸ تن	۱۷۱۵۸۹	+۳۰۰۱۹
لرستان	۳۴۴۲۵۹۳ تن	۲۸۶۲۲۹	+۵۶۲۴۵
هرمزگان	۲۸۸۷۰ تن	۱۵۱۲۲	+۱۳۷۳۸
خراسان	۶۵۸۷۳۲ تن	۵۵۸۸۸۲	+۹۹۸۵۰
مازندران	۳۳۰۳۲۰ تن	۲۷۳۲۸۹	+۱۵۶۷۳۱
کرمانشاه	۱۰۰۱۰۰ تن	۵۵۶۱۲	+۲۲۲۸۷
فارس	۷۲۵۲۰ تن	۶۹۰۰۸۳	-۱۶۵۶۲
سیستان و بلوچستان	۵۵۰۰ تن	۵۳۷۳	+۱۲۷
تهران	۸۹۲۶۸ تن	۳۱۹۲۶۰	+۳۷۰۰۰۸
اصفهان	۳۴۶۷۶۳ تن	۲۲۸۹۵۵	-۲۱۹۲
زنجان	۱۸۳۶۱۱ تن	۱۶۲۸۸۳	+۲۰۲۷۲
کهگیلویه و بویراحمد	۸۲۳۵۰ تن	۳۷۱۰۰	+۲۵۳۵۰
یزد	۱۱۹۵۸۷ تن	۱۱۲۲۷۸	+۷۳۰۹
کردستان	۱۰۱۹۱۰ تن	۷۸۲۲۷	+۲۳۲۸۲
قم	۳۱۹۹۳۲ تن	۱۹۳۷۸۲	+۱۲۵۱۵۰
کرمان	۲۲۲۱۰۵ تن	۳۷۸۸۵	+۱۷۴۲۲۰
آذربایجان شرقی	۲۵۸۰۷۵ تن	۱۷۳۲۸۲	+۸۳۵۹۲
خوزستان	۹۰۵۰۰ تن	۱۰۰۵۰۸	-۱۰۰۰۸
همدان	۲۴۵۹۶ تن	۳۰۳۳۰	+۱۳۱۶۶
اردبیل	۲۲۹۲۰ تن	۳۰۱۵۰	+۲۷۸۰
گیلان	۷۲۰۰ تن	۲۵۰	+۶۸۵۰
چهارمحال و بختیاری	۲۸۷۶۸ تن	۷۲۹۷۰	-۲۵۲۰۲
ایلام	۷۵۰۰ تن	۱۶۰۱۲	-۸۵۱۲
بوشهر	۱۲۲۷۵۰ تن	۱۴۲۷۵۰	-۲۱۰۰۰
سمنان	۱۶۴۷۷۹۲ تن	۹۲۵۲۲۷	+۷۰۲۵۵۵
جمع کل	۷۳۲۸۸۷۶ تن	۵۵۳۴۴۰۷	+۱۸۰۲۴۶۹

نام استان	تعداد تعاونی	سرمایه	اعضاء	٪ اشتغال
مرکزی	۶۱	۱۳۹۹۹۳۰	۳۷۰	۷۲۶
گیلان	۱۹	۳۳۴۶۷۶	۱۳۳	۱۸۲
مازندران	۵۸	۱۱۳۳۷۵۰	۵۱۲	۱۰۱۲
آذربایجان شرقی	۲۰	۵۱۱۹۳۰	۳۵۹	۲۹۶
آذربایجان غربی	۳۰	۲۴۹۱۴۸۳	۳۶۰	۶۵۱
کرمانشاه	۷۲	۲۷۰۱۰۰	۵۱۰	۶۲۸
خوزستان	۱۰	۶۳۳۲۶	۸۰	۸۰
فارس	۸۲	۲۹۷۱۷۸۵	۱۳۷۲	۳۱۰۶
کرمان	۶۷	۱۷۱۹۸۹۰	۵۸۶	۹۹۳
خراسان	۱۱۳	۵۸۵۷۲۹	۱۵۳۹	۱۸۳۵
اصفهان	۹۳	۱۱۳۷۲۶۹	۱۵۱۴	۳۱۰۷
سیستان و بلوچستان	۱۶	۹۵۵۵۰	۱۱۰	۱۶۹
کردستان	۲۲	۲۹۹۶۰۰	۳۹۶	۵۳۰
همدان	۲۸	۳۵۲۲۰۰	۲۰۲	۲۴۳
چهارمحال و بختیاری	۲۳	۱۵۷۰۹۰	۱۵۶	۱۸۳
لرستان	۱۰۳	۲۵۹۰۸۵	۱۶۶۸	۲۲۰۷
ایلام	۶	۵۳۵۰	۲۲	۷۲
کهگیلویه و بویراحمد	۲۳	۳۵۸۶۷۰	۱۶۷	۱۹۷
بوشهر	۱۸	۳۲۲۲۰۱	۱۳۳	۱۶۶
زنجان	۳۶	۷۷۲۸۸۵	۳۰۲	۳۶۳
سمنان	۶۶	۳۳۹۳۲۸۰	۵۶۲	۱۰۰۷
یزد	۳۱	۱۰۳۸۶۸۲	۲۵۷	۳۴۰
هرمزگان	۱۹	۵۵۵۸۵۰	۱۴۸	۱۷۵
تهران	۲۳۶	۵۱۶۲۰۲۲	۲۰۶۵	۲۳۷۶
اردبیل	۱۳	۳۰۸۵۰۰	۱۰۰	۱۱۳
قم	۲۷	۴۸۰۶۰۰	۲۰۹	۲۷۵
فرا استانی	۲۰	۳۲۹۰۰۰	۱۵۶	۱۶۶
جمع	۱۳۲۲	۳۵۶۸۳۹۶۵	۱۴۰۲۲	۲۰۲۳۸

علت این امر در این گزارش درج گردیده است.

بهر روی، مسائل و مشکلات متعددی که در سر راه سرمایه‌گذاری در بخش معادن وجود دارد باعث شده است که تا کنون استقبال زیادی به سرمایه‌گذاری در این بخش نشود. بدیهی است دولت محترم با شناخت این مسئله و حذف قوانین دست و پاگیر و تصویب قوانین مؤثر و کارا بایستی نقش معادن را در اقتصاد کشور بالا ببرد که با این کار در واقع تعاونیهای معدنی هم فعال‌تر شده و نقش بیشتری را در اقتصاد

کشور، ایجاد اشتغال و رفع محرومیت و برقراری عدالت اجتماعی خواهند داشت.

تعاونیهای معدنی تأسیس شده

در ۶ ماهه اول سال ۱۳۷۶ تعداد ۵۱ شرکت تعاونی معدنی در کل کشور تأسیس گردیده است. این شرکتها دارای ۴۲۸ نفر عضو بوده و با اجرای طرح آنها جمعاً ۶۲۲ نفر اشتغال مستقیم ایجاد می‌گردد. سرمایه ثبتي این شرکتها جمعاً حدود ۳/۸ میلیارد ریال می‌باشد. (جدول شماره ۱)

استانهای: ۱ - سمنان با (۹ تعاونی) ۲ - کرمان با (۷ تعاونی) ۳ و ۴ - خراسان و یزد هر یک با (۵ تعاونی)
بیشترین تعداد تعاونی معدنی را تشکیل داده و در استانهای:

- ۱ - گیلان ۲ - آذربایجان شرقی ۳ - کرمانشاه ۴ - سیستان و بلوچستان ۵ - همدان ۶ - چهارمحال و بختیاری ۷ - ایلام ۸ - کهگیلویه و بویراحمد ۹ - هرمزگان ۱۰ - اردبیل طی ۶ ماهه اول امسال هیچگونه تعاونی معدنی تشکیل نگردیده است.

نوع ماده معدنی	تعداد معادن	عملکرد شش ماهه اول سال ۷۶
آهک	۱۷۱	۱۴۸۵۹۷۶۶
گچ	۲۲۶	۳۷۹۵۵۱۸
لاشه	۳۲۰	۷۳۶۷۶۸۸
گرانیت	۶۳	۸۲۶۰۲
مرمریت	۲۱۲	۱۴۶۸۷۰۱
تراورتن	۲۴	۲۳۳۰۵۹
چینی	۸۴	۱۸۰۶۴۸۲
مرمر	۲۱	۴۳۱۲۵
بوکه معدنی	۲۸	۶۴۱۳۵۸
زغالسنگ	۷۰	۸۷۳۳۷۰
زربین	۲	۲۹۸
بارس	۳۴	۶۷۵۷۲
زئولیت	۳	۹۰۰۰
بیتونیت	۱۱	۷۶۴۹۵
کائولن	۱۵	۲۵۱۳۵۱
خاک صنعتی	۵۰	۱۵۳۷۷۶
دیانویت	۲	—
پرلیت	۵	۴۴۲۲
نمکسنگی	۶۰	۳۶۹۱۹۹
نمک آبی	۲۲	۳۷۳۳۵۰
میکا	۲	۶۱۳
ورمیکولیت	۱	۲۵
سیلیس	۸۶	۵۰۱۱۷۰
دیولومیت	۹	۱۴۶۰۲۲
سولفات دوسود	۳۶	۱۵۵۹۱۹
فسفات	۱	—
تالک	۵	۱۹۵۲۷
فلدسپات	۱۹	۷۵۶۵۵
ماسه ریخته‌گری	۷	۹۷۹۰۰
فلورین	۶	۶۵۹۸
میروزه	۱	۷
مینریت	۱۹	۵۳۵۸۲
گل سفید	۸	۶۳۳
پایسموز	۱	۳۳۸۰۶
صندف و گوش ماهی	۵	۵۱۰۰۰
سولفات منیزیم	۱	۲۳۳

«آخرین وضعیت شرکتهای تعاونی معدنی»

تا پایان ۶ ماهه اول سال ۱۳۷۶ تعداد کل شرکتهای تعاونی معدنی سراسر کشور به رقم ۱۳۲۲ واحد رسید طی همین مدت، سرمایه ثبتی آنها حدوداً ۳۵/۷ میلیارد ریال، تعداد اعضاء آنها به رقم ۱۴۰۳۲ نفر بالغ گردید و در صورتیکه تمام طرحهای آنها به بهره‌برداری برسد، به میزان ۲۰۲۲۸ نفر اشتغال ایجاد می‌گردد.

در این رابطه استانیهای:

۱- تهران با (۲۳۶ تعاونی) ۱۱۳ - خراسان (۱۱۳) -
 تعاونی) ۲ - لرستان (۱۰۳ تعاونی) ۴ -
 اصفهان (۹۳ تعاونی) ۵ - فارس با (۸۲ تعاونی معدنی) بیشترین تعداد شرکتهای تعاونی معدنی را به ثبت رسانده‌اند. و
 استانیهای: ۱ - ایلام (۶ تعاونی) ۲ -
 خوزستان (۱۰ تعاونی) ۳ - اردبیل (۱۶ تعاونی) ۴ - بوشهر (۱۸ تعاونی) ۵ و ۶ -

گیلان و هرمزگان هر یک (۱۹ تعاونی) کمترین تعداد تعاونیهای معدنی را تشکیل داده‌اند. (جدول شماره ۲)

«بهره‌برداری از معادن»

در ۶ ماهه نخست سال گذشته تعداد ۸۰ پروانه بهره‌برداری از معدن توسط وزارت معادن و فلزات با ظرفیت استخراجی سالانه ۱/۹ میلیون تن بنام شرکتهای تعاونی معدنی صادر گردیده است.

از نظر تنوع ماده معدنی، این معادن عبارتند از: ۱ - گروه مصالح ساختمانی (۶۲ معدن) شامل ۸ نوع ماده معدنی ۲ - گروه کانیهای غیرفلزی (۱۲ معدن) شامل ۵ نوع ماده معدنی ۳ - گروه کانیهای فلزی (۶ معدنی) شامل ۴ نوع ماده معدنی.

همچنین در طول حیات وزارت تعاون یعنی از ابتدای سال ۱۳۷۱ تا پایان نیمه اول سال ۷۶ جمعاً ۶۰۳ فقره پروانه

(جدول شماره ۵)

عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ تعاونیهای معدنی به تفکیک استانی

و بر حسب اولویت میزان استخراج

ردیف	نام استان	عملکرد شش ماهه اول سال ۷۶	ردیف	نام استان	عملکرد شش ماهه اول سال ۷۶
۱	سمنان	۱۶۴۷۷۹۲ تن	۱۶	کردستان	۱۰۱۹۱۰ تن
۲	تهران	۶۸۹۲۶۸	۱۷	کرمانشاه	۱۰۰۱۰۰ تن
۳	فارس	۶۷۳۵۲۰	۱۸	خوزستان	۹۰۵۰۰
۴	خراسان	۶۵۸۷۳۲	۱۹	کهگیلویه و بویراحمد	۸۲۴۵۰
۵	مرکزی	۴۶۶۲۵۵	۲۰	همدان	۴۳۵۹۶
۶	اصفهان	۴۳۶۷۶۳	۲۱	هرمزگان	۲۸۸۷۰
۷	مازندران	۴۳۰۲۲۰	۲۲	چهارمحال و بختیاری	۲۷۷۶۸
۸	لرستان	۳۴۲۵۹۳	۲۳	اردبیل	۲۲۹۳۰
۹	قم	۳۱۹۹۳۲	۲۴	ایلام	۷۵۰۰
۱۰	آذربایجان شرقی	۲۵۸۰۷۵	۲۵	گیلان	۷۳۰۰
۱۱	کرمان	۲۲۲۱۰۵	۲۶	سیستان و بلوچستان	۵۵۰۰
۱۲	آذربایجان غربی	۱۹۱۶۰۸			
۱۳	زنجان	۱۸۳۶۱۱			
۱۴	بوشهر	۱۲۲۷۵۰			
۱۵	یزد	۱۱۹۵۸۷			

عملکرد مقایسه‌ای معادن گروه مصالح ساختمانی تعاونیها با کل کشور

نوع ماده معدنی	تعداد معادن فعال	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶	تعداد تعاونیهای معدنی فعال	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶	درصد عملکرد تعاونیهای معدنی - معادن کل کشور
سنگ لاشه	۴۲۰	۲۳۶۶۷۸۸ تن	۸۵	۸۲۶۶۰۰ تن	۱۱/۲٪
کچ	۲۳۶	۲۷۹۵۵۱۸ تن	۶۳	۹۸۲۳۹۹ تن	۶۲/۱٪
سنگ آهک	۱۷۱	۱۲۸۵۹۷۶۶	۳۰	۱۱۲۱۵۰۶	۷/۵٪
پوک معدنی	۲۸	۶۴۱۳۵۸	۱۲	۲۶۵۲۷۴	۴۱/۳٪
گرانیت	۶۳	۸۲۶۰۲	۱۱	۱۲۹۹۴	۱۶/۹٪
مرمر و تراورتن	۷۵	۲۸۷۱۸۳	۲۹	۱۹۰۸۲۹	۳۹/۳٪
چینی و مرمریت	۲۹۶	۲۲۷۵۱۸۳	۱۶۲	۱۱۸۵۱۰۲	۲۶/۲٪
جمع کل	۱۲۸۹	۱۴۰۹۳۲۹۹ تن	۴۰۲	۵۸۵۹۱۱۶ تن	۲۰/۹۷٪

بیشترین میزان تولید مربوط به استانهای: ۱- کرمان با ۹/۵ میلیون تن و اصفهان با ۴/۸۷ میلیون تن می‌باشد و کمترین عملکرد را استانهای ایلام با ۹۳۴۰۰ تن و هرمزگان با ۲۸۹ هزار تن داشته‌اند.

براساس همین آمار بیشترین تولید مربوط به بخش دولتی با ۵۸/۵٪ کل تولید بوده و تعاونیها سهمی برابر ۱۵/۲٪ را داشته‌اند. توضیح اینکه بخشی از تولید شرکتهای دولتی را تعاونیهای معدنی در قالب پیمانکاری انجام داده‌اند.

با توجه مقایسه آمار عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶، بخش معدن مربوط به تعاونیها و کل کشور نسبت واقعی ۱۵/۹۸٪ می‌باشد.

مقایسه عملکرد تعاونیهای معدنی استانها

با توجه به جدول صفحه بعد که عملکرد شرکتهای تعاونی معدنی را در سالهای ۷۵ و ۷۶ (۶ ماهه اول) به تفکیک استانها مشخص نموده درمی‌یابیم بیشترین حجم فعالیت معدنی تعاونیهای معدنی مربوط به استانهای ۱- سمنان ۲- تهران ۳- فارس ۴- خراسان به ترتیب بامیزان استخراج ۱/۶۴۷/۷۹۲ تن، ۶۸۹/۲۶۸ تن، ۶۷۳/۵۲۰ تن، ۶۵۸/۷۲۲ تن می‌باشد و استانهای ۱- سیستان و بلوچستان با ۵۵۰۰ تن ۲- کیلان با ۷۳۰۰ تن و ۳- ایلام با ۷۵۰۰ تن ۴- اردبیل با ۲۲/۹۳۰ تن ۵- چهارمحال بختیاری با ۲۷/۷۶۸ تن ۶- هرمزگان با ۲۸/۸۷۰ تن استخراج در ۶ ماهه اول سالجاری کمترین

ماده معدنی استخراج نموده‌اند.

که در مقایسه با ۵/۵۲۴/۴۰۷ تن استخراج مدت مشابه سال قبل رقم ۱/۸۰۴/۴۶۹ تن افزایش تولید داشته که رشدی معادل ۳۲/۶٪ را نشان می‌دهد این افزایش تولید عمدتاً مربوط به فعالیت معدنی تعاونیهای استان سمنان، تهران، کرمان، مازندران و قم می‌باشد. (جدول شماره ۳)

طبق آمار دریافتی از وزارت معادن و فلزات در مدت مورد نظر از ۱۷۷۶ معدن فعال کشور جمعاً ۴۵/۸۷۲/۱۷۹ تن ماده معدنی استخراج گردیده که در مقایسه بامدت مشابه سال ۱۳۷۵ که ۴۲/۶۶۶/۳۵۵ تن استخراج صورت گرفته است، ۳/۲۰۵/۸۲۴ تن افزایش تولید داشته که رشدی معادل ۸٪ را نشان می‌دهد.

بهره‌برداری بنام تعاونیها صادر گردیده که بخشی از این پروانه‌ها برای اولین مرتبه صادر و باقیمانده پس از انقضای مهلت پروانه بهره‌برداری قبلی، تجدید گردیده است. ضمن اینکه ۵۳ شرکت تعاونی معدنی نیز از طریق عقد قرارداد پیمانکاری در سینه کارهای معدنی مربوط به شرکتهای معدنی دولتی به فعالیت بهره‌برداری مشغولند.

پراکندگی استانی پروانه‌های بهره‌برداری در ۶ ماهه اول امسال مربوط به ۲۰ استان کشور بوده که بیشترین تعداد مربوط به استانهای:

۱- تهران و سمنان هر یک با (۱۰ پروانه بهره‌برداری) ۳- فارس (۹ پروانه بهره‌برداری) ۴- خراسان (۷ پروانه بهره‌برداری) ۵، ۶، ۷- در استانهای کرمان، لرستان، آذربایجان غربی هر یک (۶ پروانه بهره‌برداری) می‌باشد. ضمن اینکه در استانهای ایلام، چهارمحال بختیاری، خوزستان، سیستان و بلوچستان، مرکزی، همدان مجوزی صادر نشده است.

شرکتهای تعاونی معدنی در نیمه اول سال گذشته از تعداد ۵۰۶ معدن فعال تحت بهره‌برداری خود جمعاً ۷/۳۲۸/۸۷۶ تن

با توجه به آمار دریافتی از وزارت معادن و فلزات در ۶ ماهه اول سال گذشته ۵۲۶ معدن از کانیهای غیرفلزی فعال بوده و جمعاً عملکردی معادل ۳/۶۱۲/۴۰۵ تن داشته‌اند. از نظر میزان استخراج مهمترین معادن این گروه عبارتند از: ۱- (غال سنگ ۸۷۳۳۷۰ تن ۲- سیلیس ۵۰۱۱۷۰ تن ۳- سنگ لمک ۴۶۹/۱۹۹ تن ۴- لمک آبی ۳۷۳/۴۵۰ تن ۵- کائولن ۲۵۱/۳۵۱ تن. به این ترتیب شرکتهای تعاونی معدنی ۱۹٪ تولیدات این گروه از معادن را به ثمر رسانده‌اند.

نوع ماده معدنی	تعداد معادن فعال کل کشور	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ معادن کل کشور	تعداد تعاونیهای معدنی فعال	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ تعاونیهای معدنی	درصد عملکرد تعاونیهای معدنی - به معادن کل کشور
دولومیت	۹	۱۲۶۰۳۲ تن	۵	۲۲۸۵۷ تن	۱۶/۲٪
سیلیس	۸۶	۵۰۱۱۷۰ تن	۱۰	۱۰۵۸۲۲ تن	۲۱/۱٪
نمک	۸۲	۲۲۶۲۸ تن	۲۶	۲۵۲۰۹۵ تن	۴۰/۰٪
خاک صنعتی	۵۰	۱۵۲۷۷۶ تن	۲۶۹۵۱ تن	۱۷/۲٪	
کائولین	۱۵	۵۱۲۵۱ تن	۶	۵۶۷۲۶ تن	۲۲/۵۷٪
تالک	۵	۱۹۵۲۷ تن	۲	۲۲۰۲ تن	۱۶/۹٪
باریت	۳۴	۶۷۵۷۲ تن	۲	۱۰۶۰۰ تن	۱۵/۷٪
فلدسپات	۱۹	۷۵۶۵۵ تن	۴	۲۱۲۹۵ تن	۲۱/۵٪
منزیت	۱۹	۵۲۵۸۳ تن	۴	۷۲۲۱ تن	۱۳/۲٪
گل سفید	۸	۲۴۴ تن	۴	۵۵۹ تن	۸۸/۱٪
خاک نسوز	۲۲	۱۷۲۷۷۲ تن	۱	۲۰۰۰۰ تن	۱۱/۶٪
سولفات سدیم	۴۶	۱۵۵۹۱۹ تن	۷	۲۶۹۷۱ تن	۱۷/۲٪
پرلیت	۵	۳۲۲۲ تن	۱	۱۵۳۰ تن	۲۴/۸٪
ذغال سنگ	۷۰	۷۷۲۷۰ تن	۱۲	۲۶۲۱۹ تن	۳٪
زئولیت	۳	۹۰۰۰ تن	-	-	-
سنتزیت	۱۱	۷۶۴۹۵ تن	-	-	-
دیاتومیت	۲	-	-	-	-
سنگ	۲	۱۲ تن	-	-	-
ورمیکولیت	۱	۲۵ تن	-	-	-
مسفات	۱	-	-	-	-
سارین	۷	۷۹۰۰۰ تن	-	-	-
فیروزه	۱	۷ تن	-	-	-
پیسوسور	۱	۲۲۸۰۶ تن	-	-	-
سدر کورس	۵	۵۱۰۰۰ تن	-	-	-
براسیت	۱	۲۴۵ تن	-	-	-
سولفات منیزیم	۱	۲۴۴ تن	-	-	-
بیتومین	۲	۱۹۷۵ تن	-	-	-
خاک بپیت	۳	۱۲۰ تن	-	-	-
خاکسرخ	۲	۱۴۵۶ تن	-	-	-
بکسیت	۱	۱۰۰۰ تن	-	-	-
کرونا	۱	-	-	-	-
زاج	۱	-	-	-	-
جمع	۵۱۹	۲۴۶۰۲۵۰۹ تن	۹۰	۸۶۲۶۹ تن	۱۹٪

میزان استخراج را در اختیار داشته‌اند. (جدول شماره ۵) عملکرد تعاونیهای معدنی را به تفکیک استانها و بر اساس اولویت میزان استخراج نشان می‌دهد.

بررسی و مقایسه استخراج انواع مواد معدنی

در حال حاضر بیش از ۵۰ نوع ماده معدنی از معادن کشور استخراج می‌شود. نظارت بر فعالیت استخراجی و بقیه امور مربوط به این معادن را در وزارت معادن و فلزات مدیریتهای سه‌گانه:

- ۱- اداره کل معادن گروه مصالح ساختمانی
- ۲- اداره کل کانیهای غیر فلزی ۲- اداره کل کانیهای فلزی انجام می‌دهند. که به تبع آنها معادن تحت بهره‌برداری شرکتهای تعاونی معدنی را نیز در قالب ۲ گروه فوق مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱- گروه مصالح ساختمانی

بر اساس آمار دریافتی از مبادی زیربط طی ۶ ماهه اول سال ۷۶ از تعداد ۲۰۲ معدن فعال گروه مصالح ساختمانی تحت بهره‌برداری شرکتهای تعاونی معدنی ۶/۵۸۵/۹۱۶ تن استخراج گردیده است. ضمن اینکه ۱۴۸ معدن تعاونیها در این گروه در مدت مذکور فاقد عملکرد استخراجی بوده‌اند. در مدت زمان مشابه سال قبل (۱۳۷۵) تولیدات معدنی در گروه مصالح ساختمانی مربوط به تعاونیهای معدنی ۴/۹۷۴/۰۱۵ تن بوده است که به این ترتیب ۱/۶۱۱/۹۰۱ تن افزایش تولید را نشان می‌دهد که رشدی معادل ۲۲/۴٪ را داشته است.

در این مدت بیشترین افزایش تولید مربوط به سنگ گچ می‌باشد ضمن اینکه بغیر از مورد سنگ تزئینی مرمریت و چینی در بقیه موارد معادن گروه مصالح ساختمانی تولید افزایش داشته است. در مورد سنگهای تزئینی مرمریت و چینی در سال ۷۶ نیمه نخست نسبت به مدت مشابه

سال قبل حدود ۲۰۰ هزار تن کاهش تولید داشته است. طبق آمار دریافتی از وزارت معادن و فلزات در گروه معادن مصالح ساختمانی از ۱۲۸۹ معدن فعال در طی زمان مورد نظر ۳۱/۴۰۹/۳۹۹ تن ماده معدنی استخراج شده ضمن اینکه ۲۹۷ معدن غیرفعال نیز در این گروه بوده است. ظرفیت استخراجی تمام معادن این گروه بر حسب مجوزهای صادره ۵۱/۸۳۹/۰۰۰ تن می باشد.

بیشترین تولید معدنی در این گروه مربوط به سنگ آهک با استخراج ۱۴/۸۵۹/۷۶۶ تن می باشد.

با توجه به آمار فوق سهم فعالیت شرکت های تعاونی معدنی در این گروه از معادن ۲۱٪ استخراج کل کشور می باشد. آمار مقایسه ای عملکرد معادن به تفکیک معدن در این گروه در (جدول شماره ۶) آمده است.

به این ترتیب مشخص می گردد که عمده فعالیت شرکت های تعاونی معدنی مربوط به معادن گروه مصالح ساختمانی می باشد یعنی حدود ۹۰٪ فعالیت معدنی. این نسبت در بخش معدن کل کشور ۶۸٪ می باشد و دلیل عمده این مطلب در عدم حضور محسوس تعاونی های معدنی در معادن گروه کانی های فلزی می باشد که عمدتاً توسط بخش دولتی بهره برداری می گردند. همچنین در مورد معادن سنگ های تزئینی تحت بهره برداری شرکت های تعاونی، با استخراج ۱/۳۸۹/۹۳۷ تن ۲۱٪ کل مصالح ساختمانی تعاونی ها را فراهم می کنند که این نسبت در کل کشور با استخراج ۳/۷۲۲/۹۶۹ تن در ۶ ماهه اول سال ۷۶، ۱۱/۹٪ تولید مصالح ساختمانی کشور را شامل می گردد.

۲- گروه کانی های غیر فلزی

این گروه از معادن در مقایسه با دو گروه دیگر از تنوع بیشتری برخوردار است



(جدول شماره ۸)

مقایسه عملکرد تعاونی های معدنی در معادن فلزی با کل کشور
(۶ ماهه اول سال ۷۶)

نوع ماده معدنی	تعداد معادن فعال کل کشور	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ معادن کل کشور	تعداد تعاونی های معدنی فعال	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ تعاونی های معدنی کل	درصد عملکرد تعاونی های معدنی
سنگ آهن	۲۶	۳۹۱۵۷۲۶ تن	۶	۲۲۰۷۶ تن	۰/۵۷٪
بکسپر	۹	۹۱۲۲۷ تن	۱	۱۱۰ تن	۰/۱۲٪
سنگ مس	۱۲	۱۲۰۰۸۷ تن	۱	۵۰۰ تن	۰/۰۸٪
گروه دیت	۱۹	۱۲۶۱۸۷ تن	۱	۱۰۰۰ تن	۰/۰۷٪
فلورین	۶	۶۵۹۸ تن	۲	۶۲۲۷ تن	۹۳/۹٪
سلستین	۴	۷۷۵۰ تن	۱	۱۵۰ تن	۷۹/۳۵٪
بوگسیت	۲	۸۸۷۶۲ تن	-	-	-
سرب و روی	۱۳	۲۳۳۹۳۲ تن	-	-	-
آنتیوان	۲	۱۱۲۲ تن	-	-	-
طلا	۱	۵۹۳۰ تن	-	-	-
کیالیت	۱	۵۰۰ تن	-	-	-
جمع	۹۸	۸۵۶۹۷۱ تن	۱۳	۲۶۰۶۲ تن	۳۲٪

مقایسه آمار عملکرد شش ماهه اول سال ۷۶

تعاونیهای معدنی با معدن کل کشور

ردیف	نوع ماده معدنی	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ تعاونیهای معدنی	تعداد معادن فعال تعاونی معدنی	عملکرد ۶ ماهه اول سال ۷۶ کل کشور	تعداد معادن فعال
۱	سنگ لاشه	۸۲۶۶۰۰	۸۵	۷۲۶۷۶۸۸	۲۲۰
۲	سنگ گچ و گچ خاکی	۲۹۸۲۲۹۹ تن	۶۲	۳۷۹۵۵۱۸	۲۳۶
۳	سنگ آهک	۱۱۲۱۵۰۶ تن	۴۰	۱۲۸۵۹۷۶۶ تن	۱۷۱
۴	پوکه معدنی	۲۵۳۷۲ تن	۱۲	۴۲۱۲۵۸ تن	۲۸
۵	کرنیت	۱۲۹۹۳ تن	۱۱	۸۲۶۰۲ تن	۶۳
۶	مرمر و تراورتن	۱۹۰۸۳۹ تن	۲۹	۲۸۷۱۸۲ تن	۷۵
۷	چینی و مرمریت	۱۱۶۳۶۸۱ تن	۱۵۹	۲۳۷۵۱۸۲ تن	۲۹۶
۸	سنگ آهن	۳۲۰۷۶ تن	۶	۳۹۱۵۷۲۶ تن	۲۶
۹	مکنز	۱۱۰ تن	۱	۹۱۳۲۷ تن	۹
۱۰	مس	۱۰۰ تن	۱	۱۲۰۰۸۷ تن	۱۲
۱۱	کرومیت	۱۰۰۰ تن	۱	۱۲۶۱۸۷ تن	۱۹
۱۲	فلورین	۶۲۲۷ تن	۴	۶۵۹۸ تن	۶
۱۳	ذغال سنگ	۲۶۲۱۹ تن	۱۳	۸۷۳۳۷۰ تن	۷۰
۱۴	دولومیت	۲۲۸۵۷ تن	۵	۲۶۰۴۲ تن	۹
۱۵	سیلیس	۱۰۵۸۲۳ تن	۱۰	۵۰۱۱۷۰ تن	۸۶
۱۶	نمک	۳۵۴۰۹۵ تن	۲۶	۸۲۴/۶۲۸ تن	۸۲
۱۷	خاک صنعتی، کائولن و نالک	۸۸۶۰۷ تن	۱۴	۲۲۵۶۵۲ تن	۷۰
۱۸	باریت	۱۰۶۰۰ تن	۲	۶۷۵۷۲ تن	۳۲
۱۹	فلدسپات	۳۱۳۹۵ تن	۲	۷۵۶۵۵ تن	۱۹
۲۰	منزیت وکل سفید	۷۷۹۰ تن	۸	۵۵۲۱۷ تن	۲۷
۲۱	خاکسوز	۲۰۰۰۰ تن	۱	۱۷۲۷۷۲ تن	۲۳
۲۲	سولفات دوسود	۲۶۹۷۱ تن	۷	۱۵۵۹۱۹ تن	۲۶
۲۳	پرلیت	۱۵۴۰ تن	۱	۲۴۲۲ تن	۵
۲۴	سلسنین	۶۱۵۰ تن	۱	۷۷۵۰ تن	۴

سازی، رنگ، غذایی، تصفیه (فیلتراسیون)
روغن خوراکی، آب و ...)

سرمایه‌گذاری در این نوع معادن و صنایع فرآوری آنها از ارزش و اهمیت زیادی برخوردار است و ما را در جهت توسعه، نیل به خودکفایی اقتصادی، استقلال، اشتغال و ایجاد ارزش افزوده بالا رهنمون خواهد گردید.

شرکتهای تعاونی معدنی تا پایان ۶ ماهه اول از ۹۰ معدن فعال آن جمعاً ۶۸۶۲۶۹ تن ماده معدنی استخراج نموده‌اند که این میزان از نظر تنوع ۱۳ نوع ماده معدنی را دربرمی‌گیرد. مهمترین مواد معدنی این گروه از نظر میزان استخراج را به ترتیب ۱- سنگ‌نما با ۳۵۴/۰۹۵ تن، ۲- سیلیس با ۱۰۵/۸۲۳ تن و ۳- کائولن با ۵۶۷۲۶ تن تشکیل می‌دهند.

در سال ۱۳۷۵ و مدت مشابه ۶ ماهه اول سال ۷۶، شرکتهای تعاونی معدنی در معادن غیرفلزی ۵۴۵/۳۷۲ تن استخراج داشته‌اند که به این ترتیب در ۱۳۷۶ ۱۴۰/۸۹۷ تن افزایش تولید داشته‌اند که این رقم رشدی معادل ۲۵/۸٪ را نشان می‌دهد. که با توجه به توضیحات فوق، اقبال شرکتهای تعاونی در این جهت نویدبخش بوده و تخصصی‌تر شدن فعالیت تعاونیهای معدنی را نشان می‌دهد.

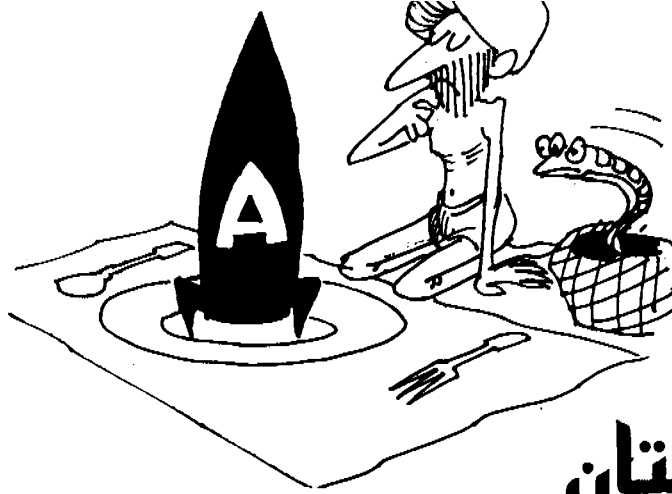
با توجه به آمار دریافتی از وزارت معادن و فلزات در ۶ ماهه اول سال گذشته ۵۲۶ معدن از کانیهای غیرفلزی فعال بوده و جمعاً عملکردی معادل ۳/۶۱۲/۴۰۵ تن داشته‌اند.

از نظر میزان استخراج مهمترین معادن این گروه عبارتند از: ۱- زغال سنگ ۸۷۲۳۷۰ تن، ۲- سیلیس ۵۰۱۱۷۰ تن، ۳- سنگ نمک ۴۶۹/۱۹۹ تن، ۴- نمک آبی ۲۷۳/۴۵۰ تن، ۵- کائولن ۲۵۱/۳۵۱ تن.

به این ترتیب شرکتهای تعاونی معدنی ۱۹٪ تولیدات این گروه از معادن را به ثمر رسانده‌اند.

استفاد از آنها بعنوان مواد اولیه بسیاری از صنایع کشور می‌باشد. (صنایع شیشه، کاشی و سرامیک، شومینه‌ها، ... لعاب

و حدود ۲۲ نوع ماده معدنی را که در کشور استخراج می‌گردند شامل می‌شود. یکی دیگر از ویژگیهای کانیهای این گروه



نقل از: کتاب گفتگوهای تعاونی
نوشته: الی کروین
برگردان از: گروه مترجمین

در هندوستان الگوهای تعاونی به بینوایان زندگی جدیدی اهداء میکند

اصلی این طرح، تشویق و ترغیب تعاونیها بعنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی اجتماعی میباشد. با بهره‌گیری از این طرح، میتوان به تعاونیها در تقویت مالی و بهینه سازی نحوه توزیع و پرداخت وام، ارائه اعتبارات، افزایش آگاهیهای عمومی و نهایتاً توسعه اقتصادی اجتماعی زندگی اعضا، کمک شایانی کرد.

این دوره های آموزشی را از طریق تعاونیها و با حضور هشت تا ده نفر به مدت پنج روز برای اعضا، جدید و سه روز برای سایر اعضا، و یک روز برای بهبود وضع زنان، افزایش رفاه خانواده و بطور کلی، حفاظت از محیط زیست، میتوان ارائه نمود.

کاشال میگوید: هدف عمده آنها این است که به مردم بیاموزند، چگونه از طرحهای توسعه اجتماعی اعلام شده توسط دولت، حداکثر بهره را در زندگی شخصی

طریق الگوهای تعاونی، شروع نمود. زنانی که زندگی خود را با گدائی سپری میکردند، در قالب گروههایی که بجای گدائی با همکاری یکدیگر به صورت انسانیهای مؤثر در اجتماع و مولدینی درآمدزا مبدل میشدند - سازماندهی گردیدند.

ام. آر. کاشال رئیس طرح آموزشی تعاونی موسوم به «NCUL» در ایالت سولان است که با وسعتی معادل ۱/۹۲۶ کیلومتر مربع، جمعیتی برابر با ۳۸۲/۲۶۸ نفر را در خود جای داده است. سرپرستی طرح در سولان شهری با ۱۵۰۰۰ نفر سکنه واقع در دهه بین کالکا، شیملا در دامنه‌های سبز و خرم میماچلاپرادش قرار داشت.

آنطور که کاشال توضیح میدهد، گویا دولت در سال ۱۹۹۴ و با هدف تحت پوشش بیشتر قرار دادن دهکده های فقیر، این طرح را از شیملا به سولان منتقل نمود. هدف

زن میانسال دست خود را از سرتا بازولمس می‌کند، از دهکده ای به دهکده دیگر می‌رود و از خانه ای به خانه دیگر - او بیش از ۵۰ سال بدینگونه زندگی کرده است. او امروزه، امور زندگی خویش را با تکیه نمی گذراند، اما بخوبی بیاد می‌آورد که زمانی تنها منبع درآمد او برای ادامه حیات، گدائی بود. او از طریق مترجم بما گفت: «در درون خود احساس بسیار بدی داشتم، احساس میکردم هیچ ارزشی ندارم».

قریب به شصت سال پیش، اتحادیه ملی تعاونیهای هند با بکارگیری طرحهای آموزشی تعاونی، او را تحت نفوذ و سیطره خویش قرار داد.

دولت هند، با استفاده از صندوقهایی که با هدف کمک مالی به ایالات توسعه نیافته، تاسیس شده بودند، این برنامه را با انگیزه توسعه اقتصادی اجتماعی و از

نصیب خود و خانواده خود نمایند؛ برنامه هائی که سابقاً یا از آن بد استفاده می‌شد و یا اینکه اصولاً حداقل استفاده از آن میشد. افرادی از دهکده‌های توسعه نیافته با افرادی از فرقه‌های مذهبی عقب مانده با یکدیگر ادغام شده و مجموعاً اشخاص مورد نظر (هدف) طرح مورد بحث را تشکیل میدهند. مدیران شرکتهای تعاونی و رهبران محلی با کمک یکدیگر نسبت به پذیرش اعضاء جدید از بین مشارکت کنندگان در دهکده های خویش، اقدام مینمایند. در درون ایالت مناطق زراعی عمده‌ای وجود دارند که هر یک دارای ده تعاونی کشاورزی میباشند. در هر یک از این منطقه حدود بیست تاسی روستا وجود دارند - تنها در داخل ایالت «دهار آمپور - گروههای خودگردان با تعداد بیش از ۱۸۴ عضو، تشکیل گردیده‌اند. در دیگر مناطق زراعی (ایالات) دو گروه کمکی شکل یافته‌اند.

طرح مورد بحث سه سال پیش و زمانی که یکی از اعضاء انجمن محلی به تأسیس یک گروه ۲۳ نفره بانوان خود گردان کمک شایانی نمود، توفیق لازم را بدست آورد این منطقه زراعی در ایالت سولان قرار دارد. همچنین «گروه خودگردان» بانگالا بیش از سه سال است که در حال فعالیت می‌باشد.

این بانوان بی‌سواد بوده و الکلیسم از مشکلات و معضلات مهم جامعه آنان بشمار میرفت، آنها با رفت و آمد از روستائی به روستای دیگر، به حضور و موجودیت خویش افزودند.

بسیاری از آنها بعنوان مارگیر امرار معاش میکردند و یا با فروش پره‌های پرندگان مخارج زندگی خود را تأمین مینمودند زمانی که طراح و مجری طرح تعاونی آموزش زنان، خانم سونیتا Thakur (تاکور) برای اولین بار، قدم در روستا گذاشت، بعلتی از زنان روستائی، سگها را تحریک نمودند تا به وی حمله نمایند.

خانم تاکور با کمک مترجم می‌گوید: آنها مرا نمی‌شناختند و به من اعتماد نداشتند. او در ادامه می‌گوید: من به تماس مداوم خویش با زنان در آن جامعه روستائی ادامه دادم و سرانجام پس از طی مدتی حدود هشت ماه، آنها طرحهای مرا پذیرفتند.

یکی از اعضاء یک گروه خودگردان می‌گوید: «ما معتقد بودیم که هیچ چیز تغییر نخواهد یافت، لیکن خانم «سونیتا تاکور» بما درباره چیزهایی که میتوانستند به کمک ما بیایند، مطالبی را بیان داشت».

خانم تاکور در این مورد که نوشیدن و گدائی کردن، بهبودی را در وضعیت زندگی زنان، بوجود خواهد آورد، با آنها به بحث و تبادل نظر می‌پرداخت. او پیرامون موضوعاتی نظیر، آموزش، بهداشت، بهسازی، چگونگی پخت مواد غذایی، بهبود شرایط عمومی زندگی و نیز تأمین سلامت خانواده با آنان به گفتگو می‌پرداخت. او اهمیت فرستادن بچه‌ها به مدرسه را مورد تأکید قرار می‌داد.

شوهران آنها، در زمینه حضور همسران خویش در گروههای خودگردان (خودیار) بسیار بی‌میل

و ناراضی بودند. در ابتدا هم تشکیلات گروههای خودیار در روستای آنها، با مخالفت شدید آنها روبرو گردید. اگرچه طراحان و مجریان طرح سعی داشتند، به مردان اطمینان لازم را بدهند، لیکن این زنان روستائی بودند که سعی در ترغیب شوهران خویش داشته و استدلال میکردند که پیوستن آنها به طرح، منافع کل خانواده را تأمین خواهد نمود.

یکی از اهداف سریع طرح «گروه زنان خودیار» یافتن راههای تولید درآمد و جلوگیری از ادامه تکدی‌گری توسط بانوان بود. طرح به آنان کمک میکرد تا بتوانند فرصتها را به موقع مورد شناسائی قرار داده و از آنها استفاده مطلوب ببرند.

آنها بر روی خاطرات گذشته زنان پیرامون مسافرت از روستائی به روستای دیگر خط بطلان کشیده و در عوض گدائی، آنان را برای ایجاد سرمایه تشویق به فروش گلویند و زیورآلات طلا می‌نمودند.

آنها، هر روز از ۸ صبح لغایت ۶ بعد از ظهر با طی مسافت پنج کیلومتر به روستاهای همجوار رفته و اجناس خود را به فروش میرساندند. زنان در فروش کالاهای خویش مستقل عمل می‌کنند، لیکن از مجموع قدرت خویش برای خرید انبوه استفاده مینمایند. هم اکنون، آنها حدود ۴۰ تا ۵۰ روپیه در روز درآمد کسب می‌کنند.

در حالیکه درآمد روزمره آنها معادل درآمد گدائی آنها بود، چه چیزی باعث تسخیر در مقام و شخصیت آنها میگردد؟

یکی از بانوان اظهار می‌دارد: موقعی که گدائی میکردم، احساس بسیار بدی داشتم. مردم از من می‌پرسیدند، اگر من قادر به تأمین نیازمندیهای مادی خویش بودم، پس چرا به گدائی می‌پرداختم.

در این میان خودشناسی و اتکا به نفس نیز بتازگی در بین آنان افزایش یافته است به گونه‌ای که تصویر آن، در راه و رسم اداره منزلشان و نحوه سرگرم کردن گردشگران (توریستها) بخوبی نمایان است. آنها به مقوله زیبایی شناسی، توجه فراوان کرده و به میهمانان و توریستها جای و بیسکویت تعارف می‌کنند!

آنها با استفاده از اعتماد به نفسی که اخیراً بدست آورده‌اند، قدرت لازم جهت رویارویی با رویدادهای گوناگون زندگی را کسب کرده‌اند. در واقع همین زنان بودند که اولین گامها را در توقف مشسروبخواری همسرانشان برداشتند. شوهران نیز بسهم خود، سعی کرده‌اند با فروش اقلامی نظیر لیوانهای چایخوری و انواع کفش، در اداره زندگی نقش مهمی ایفا کنند.

شوهران در اداره امور خانه نیز به گونه‌ای جدی دست بکار شده‌اند. آنها در حمل آب و هیزم مورد نیاز و کمک به تهیه غذای خانواده بسیار کوشا شده‌اند.

امروزه، زنان به اهمیت فراوان، فرستادن بچه‌ها به مدرسه واقف گشته‌اند. یکی از آنها میگوید: ادامه حضور فرزندانم در مدرسه و اشتغال آنان به تحصیل اهمیتی غیرقابل انکار دارد. من میخواهم

آنان در آینده مشاغل خوبی داشته باشند.

یکی از همین بانوان با شور و اشتیاق فراوان می‌گوید: «پسر من هم‌اکنون گواهینامه رانندگی با کامیون را بدست آورده است». من امیدوارم بتوانم با اخذ وامی به او در خرید یک کامیون برای خودش کمک مؤثری بنمایم.

بسیاری از این زنان تا قبل از پیوستن به طرح، عضو هیچ گروه سازمان یافته‌ای نبوده‌اند اجرای این طرح به آنها آموخت که چگونه مدیران اجرایی را انتخاب کرده و با استفاده از آئین نامه‌های مختلف، مجامع و گردمعاثیهای گوناگونی را اداره نمایند.

آنها از طریق مجامع عمومی ماهانه - توانستند یک رئیس، نایب رئیس، صندوقدار و یک منشی (کارمند دفتری) انتخاب نمایند.

این بانوان در آغاز کار طرح هر ماه حدود ۱۰ روپیه سرمایه‌گذاری می‌کردند، اما امروزه این مبلغ به ۲۰ روپیه افزایش یافته است. یکی از اعضا گروه (NGO) با اختصاص مبلغ ۲۰۰۰۰ روپیه، به توسعه بیشتر یک گروه کمک مؤثری کرده است.

و اکنون پس از گذشت سه سال و نیم، همه چیز در درون گروه بهبود قابل ملاحظه‌ای داشته است. زنان توانسته‌اند شرافت نفس و مناعت طبع فراوانی را بدست بیاورند. تجار و بازرگانانی که در ابتدای امر با اهانت زیاد آنان را از خود میراندند، اکنون به آنان وام و اعتبار پرداخت میکنند.

اغلب این اعضا در ابتدا، بی‌سواد بودند و به جای امضاء در پای اوراق، از انگشت شصت خود

جهت شناسائی و سایر امور، استفاده میکردند. لیکن در حال حاضر بسیاری از آنها خواندن و نوشتن را فرا گرفته‌اند. معذالک، اعضا گروه همچنان با مشکلات فزاینده‌ای روبرو هستند. بانکداران نسبت به آنها بی‌اعتماد هستند و با زنان به گونه‌ای فاسد تجربه و کارآیی لازم برخورد مینمایند.

طرح مذکور، بعنوان یک میانجی، در انتقال مسائل به درون جامعه، عمل مینماید. مدیر مسئول طرح آقای «کاشال» معتقد است که احترام گذاشتن روستائیان و بازرگانان به یکدیگر، از اهمیت فراوانی برخوردار میباشد.

وی می‌افزاید: در شرایطی که امری در حال پیشرفت فزاینده‌ای باشد، هر تغییر کوچکی در زندگی این زنان، بهبود قابل ملاحظه‌ای تلقی خواهد شد. کار کردن به قصد امرار معاش علاوه بر افزایش اعتماد بنفس، برای خود بانوان، عزت و احترام برای آینده بچه‌ها را نیز تأمین خواهد نمود.

بسیاری از این زنان با انواع دیگر شرکتهای تعاونی در منطقه نیز همکاری داشته‌اند.

ظرف مدت یکسال، گروه امیدوار است بتواند خود را بموجب قانون شرکتهای تعاونی به ثبت برساند.

طرح دانش (آموزش) تعاونی در جستجوی استراتژیهای جدید و ابداع راههای بهبود شرایط زندگی روستائیان میباشد. در ماه نوامبر، آنها کارگاهی را طرح ریزی کردند که در آن بتوانند به تعلیم صنایع دستی از مواد بازیافتی کیسه های پلی اتیلن، زنبیل های

الگوی تعاونی نشان داده است که می‌تواند به عنوان ابزاری بسیار مهم و مؤثر در توسعه اجتماعی و اقتصادی مطرح شود.

آنها در خصوص فرزندانشان، به راحتی اثبات میگردد.

الگوی تعاونی، نشان داده است که میتواند به عنوان ابزاری بسیار مهم و مؤثر در توسعه اجتماعی در شهر «سولان Solan مطرح شود. و سرانجام اینکه با آموزش بانوان در زمینه همکاری با یکدیگر، اصول و ارزشهای تعاون نسل جدید را از مواهب حیات بهره‌مند خواهد نمود.

آنها با همکاری با گروهها ادامه داده و بمنظور تأمین منابع مالی، در گردهمائیهای ماهانه شرکت حضوری فعال دارند. طرح مورد بحث در تسخیمین احترام و شخصیت ارزشی این افراد، نقشی در خور توجه ایفا نموده است. این ادعا از طریق نحوه حضور آنها در فعالیتهای روزمره، انجام امور خانه، قدرت گفتگوی آنها (حتی در برابر مردان جامعه) و آرزوهای

چوب خیزران به بانوان پیردازند. تحت تعلیم و نظرات کارشناسی NGO، طرح مذکور توانست هر سیزده گروه جدا از هم را یکی کرده و برای آنها فرصتهای برابری جهت همکاری با یکدیگر را ارائه نماید. زنان امیدوارند که بتوانند محصولات خویش را در بازارهای محلی به فروش برسانند.

فرصتها بی‌پایان هستند یکی از گروههای خودیار در منطقه سولان که هم‌اکنون به صورت تعاونی اداره می‌شود، بازارهای پشم خرگوشهای آنکورا را در اختیار و انحصار خود دارند. این تعاونی که در سال ۱۹۹۱ با ۳۰ نفر عضو کار خود را آغاز کرد، تعداد ۷۰ خرگوش را در آن زمان تحت مراقبت خود داشتند. این خرگوشها سالی چهار نوبت پشم چینی میشوند، که در مجموع در هر نوبت پشم چینی معادل ۳۰۰ گرم پشم تولید میشود که مبلغ حاصل از فروش آنها نیز معادل ۷۵۰ روپیه برای هر کیلوگرم میباشد.

ورود بانوان در عرصه کار و فعالیت بر اساس الگوی تعاونی، باعث گردیده است که این بانوان دارای عقایدی خاص خود باشند. یکی از اعضاء یک گروه خودیار چنین اظهار می‌دارد: من میخواهم با دریافت وام، کسب و کاری متعلق به خودم را آغاز کنم.

کارکنانی که با این طرح همکاری مینمایند، افرادی اصیل و متعهد به الگوی تعاونی هستند.



نقش دولت و تعاونیها در کاهش فقر

دولتها و تعاونیها باید با اختصاص وام به افراد ندار که منجر به ایجاد فعالیتهای اقتصادی درآمدزا و در نتیجه کاهش فقر می‌شود، سعی در شکل گرفتن رابطه میان اعتبار و فقر داشته باشند.

منبع: ماهنامه پیام یونسکو
نویسنده: ژوزه گارسون

همه چیز با این پرسش ساده شروع شد: در مبارزه با فقر چه سیاستهایی را باید در پیش گرفت و چگونه می‌توان موفقیت این سیاستها را ارزیابی کرد؟

برای پاسخ به این سؤال، ابتدا باید پدیده فقر را تعریف کرد. «فقر وضعیت کسی است که از یک سو درآمدی بسیار کمتر از سایر مردم دارد و از سوی دیگر از دستیابی به خدمات و امکانات اولیه و ضروری برای زندگی، همچون غذا، مسکن، بهداشت و آموزش محروم است.» در یک جمعیت معین، فقرا کسانی هستند که کمترین درآمد و در نتیجه کمترین مصرف را دارند. همین فقیران کسانی هستند که به دلیل بی‌بهره بودن از خدمات دولتی در بدترین شرایط زندگی می‌کنند.

در چنین بافت جمعیتی، مبارزه در راه کاهش فقر عبارت خواهد بود از تمرکز بر یک هدف مشخص. یعنی پرداختن به بهبود سطح زندگی افراد فقیر. سیاست کاهش فقر در صورتی به هدف خود خواهد رسید که افزایش پایدار درآمد این قشر از جمعیت را فراهم سازد.

برنامه‌های خودیاری: داشتن تعریفی عملی از فقر به معنای در اختیار داشتن ابزارهای مالی لازم نیست. نه کشورهای در حال توسعه و نه تعاونیها، هیچ یک منابع مالی لازم برای دادن یارانه به افراد فقیر را در اختیار ندارند، یارانه‌ای که بتواند درآمد فرد فقیر را افزایش پایدار دهد. منابع لازم برای چنین افزایش درآمدی، آن هم در مقیاسی وسیع باید از جای دیگر تامین شود.



فقیری که می‌خواهند بر این موانع چیره شوند، یاری رساند.

یکی از موانع اصلی، کمبود اعتبار است. بانکها بنا بر برداشت سنتی خود از فعالیت اقتصادی، عادت ندارند که به طرحهای کوچک اعتبار دهند، به ویژه اگر این طرحها به دست افراد ندار اجرا شوند. بنا به تعریف بانکداران افراد فقیر اعتبار ندارند و از بازپرداخت به موقع اقساط وامها عاجزند. دولتها و تعاونیها باید با اختصاص وام به افراد ندار که منجر به ایجاد فعالیتهای اقتصادی درآمدزا، و در نتیجه کاهش فقر می‌شود، سعی در شکل گرفتن رابطه میان اعتبار و فقر داشته باشند. ■

برخی از کشورهای در حال توسعه به ویژه در آسیا، خیلی زود دریافته‌اند که این «جای دیگر» می‌تواند خود مردم فقیر باشد، به شرط این که مردم خود در سیاستهای کاهش فقر مشارکت داشته باشند. به علاوه، این کشورها همچنین دریافته‌اند که بسیاری از ندارها از ابتکار و نیروی کافی برای ابداع طرحها و یا فعالیتهای کوچک برخوردارند، طرحهایی که به محض اجرا می‌توانند موجبات افزایش درآمدشان را فراهم کرده و با افزایش مستمر آن به تدریج آنان را از فقر نجات دهد، بی آن که نیازی به دخالت مستقیم و گسترده دولتها پیش آید. پس به منظور نیل به این هدف باید موانع ابداع چنین طرحهایی را شناخت و به افراد

همانطور که قبلاً نیز اشاره گردید بهره‌برداری از اینگونه معادن عمدتاً در اختیار بخش دولتی (شرکت‌های معدنی زیر پوشش وزارت معادن و فلزات) بوده معادن این گروه بیشتر بزرگ و ماده معدنی آنها کم عیار و همراه با ناخالصیها و کارخانه‌های بزرگ تولید کنسانتره و ذوب را تغذیه می‌کنند. با توجه به سرمایه‌گذاری بالای مورد نیاز در این معادن و هزینه بالای استخراج معمولاً بخش خصوصی و تعاونی کمتر تمایل به کار در این معادن نشان می‌دهند و نظر به بزرگی این معادن، پروژه‌هایی در اشل ملی را تشکیل می‌دهند. طبق آخرین آمار دریافتی از وزارت معادن و فلزات در ۶ ماهه اول سال ۷۶ مجموعاً ۹۸ معدن در این گروه فعالیت داشته و رقمی در حدود ۱۰/۸۵۶/۹۷۱ تن استخراج داشته‌اند که ۲۳/۶٪ کل تولیدات معدنی کشور می‌باشد. سهم تعاونیها و همچنین بخش خصوصی در تولیدات این گروه از معادن اندک می‌باشد و بطور مشخص تعاونیهای معدنی در دوره موردنظر از ۱۴ معدن فعال در این گروه فقط ۴۶۰۶۳ تن ماده معدنی استخراج نموده‌اند که ۰/۴۲٪ کل تولیدات فلزی می‌باشد. جدول پیوست عملکرد مقایسه‌ای تعاونیها را با کل کشور به تفکیک ماده معدنی نشان می‌دهد.

سرمایه‌گذاری جدید تعاونیها

بمنظور تجهیز ۸۰ معدن جدید تعاونیها که پروانه بهره‌برداری از آنها در ۶ ماهه اول سال ۷۶ صادر گردیده است (توضیحاً حدود ۳۰ پروانه از رقم فوق از قبل فعال بوده و مجوز آن تجدید گردیده است) و همچنین جایگزینی ماشین‌آلات مستهلک شده در معادن موجود تعاونیها در ۶ ماهه نخست سال به مبلغ ۴۰ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری نیاز می‌باشد. نیمی از این سرمایه‌گذاری از محل اعتبارات تبصره ۳ و

۵۰ قانون بودجه سال ۷۶ تأمین می‌گردد. رقم دقیق در گزارش پایان سال ارائه خواهد شد) و نیمه دیگر از محل آورده تعاونیها خواهد بود.

مشکلات و تنگناها و پیشنهادات:

الف - مشکلات

۱ - بالا بودن قیمت ماشین‌آلات معدنی از قبیل بولدوزر، لودر، دریل و اکن، کمپرسور... و همچنین اقلام مصرفی فعالیت‌های معدنی مثل مته، شیلنگ و مواد دیگر که سرمایه‌گذاری ثابت و در گردش بالایی را می‌طلبد.

۲ - عدم تمایل بانکها به پرداخت تسهیلات به متقاضیان طرحهای معدنی و در موارد تصویب، پرداخت آنرا عمدتاً منوط به ارائه وثیقه ملکی می‌نمایند.

۳ - بانکها در صورت تصویب اعتبار برای طرحهای معدنی آنرا صرفاً به ماشین‌آلات نو اختصاص می‌دهند و عمدتاً دستگاههای دست دوم را نمی‌پذیرند.

۴ - موضوع بازار فروش برای معدنکاران یکی دیگر از معضلات می‌باشد و کانهالهای خاصی برای ارائه و عرضه مواد معدنی وجود دارد (بخصوص در مورد کانیهای غیرفلزی) که تمامی معدنکاران به آن دسترسی ندارند.

۵ - دریافت عوارض و وجوهات مختلف توسط مراجعی از قبیل فرمانداری،

شهرداری، منابع طبیعی و... از بهره‌برداران معادن.

۶ - نامشخص بودن معافیت‌های مالیاتی برای فعالیتهای معدنی

۷ - کم‌توجهی به امر آموزش‌های ایمنی، فنی معدنکاران

ب - پیشنهادات:

۱ - کمک بیشتر به تعاونیهای معدنی در امر سرمایه‌گذاری از طریق اعتبارات تبصره ۳ و ۵۰ و قبولاندن بانکها به پذیرش پروانه بهره‌برداری بعنوان وثیقه با توجه به اینکه در قانون جدید معادن زمان بهره‌برداری نیز افزایش یافته است.

۲ - تهیه ماشین‌آلات معدنی و ارائه آن با شرایط مناسب‌تر در اختیار تعاونیها و اتحادیه‌های تعاونیهای معدنی برای استفاده بهینه و با صرفه‌تر از این ماشین‌آلات.

۳ - توجه بیشتر به امر آموزش معدنکاران در زمینه‌های مدیریتی، فنی، ایمنی و مالی. بمنظور ارتقاء اطلاعات و دانش آنها.

۴ - تشویق و ترغیب تعاونیهای معدنی در جهت ایجاد و فعال کردن اتحادیه‌ها بمنظور کمک به تعاونیها برای حل مشکل جمعی آنها از قبیل بازرگانی، تهیه ماشین‌آلات معدنی و سایر امور و مشکلات آنها.



به بهانه پنجم ژوئن روز جهانی محیط زیست تعاونیها و محیط زیست: تجربه برزیلی ها

نقل از : فصلنامه اتحادیه بین المللی تعاون
مترجم: سید جواد صالحی

هر سال میوه های نایاب گرمسیری با ارزش غذایی زیاد و عطر و طعم دلپذیر به صورت صنعتی تولید گردد و اینکار به همت یک برنامه کاری صورت خواهد گرفت که آقای ویت تهیه کرده است. او یکی از ۴۸ مشاور است که به

یک زندگی بهتر در همه نقاط زمین آشکار می کند. به عنوان نمونه در ناحیه آمازون فرد ویت (FRED VOIT) مثالی از این امر است که چگونه کار داوطلبانه می تواند به یک تلاش تعاونی کمک کند. به نظر می رسد، تا پایان

در پایان این قرن می توان گفت که از طریق تعاون قادریم بهترین راه را بسوی توسعه متوازن و پایدار سیاره خود پیدا کنیم. تعاون تنها یک مفهوم ذهنی نیست بلکه ظرفیت انسان را برای همکاری و ترقی و

عنوان داوطلب تعاونی ایالات حوزه آمازون را در می‌نوردند و اینکار جزئی از برنامه توسعه پایدار ناحیه آمازون است. این برنامه ابتکار مشترک وزارت تعاون روستائی و سازمان تعاونیهای برزیل (OCB) است. این برنامه به حمایت برنامه توسعه بین‌المللی تعاونی روستائی - داوطلب همکاری تعاونی ماوراء دریاها (ACDI/VOCA) و اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) متکی است. این برنامه با پوشش همه نه ایالات حوزه آمازون توصیه های نشست سران ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو را دنبال می‌کند و از توسعه اجتماعی - اقتصادی جانبداری می‌کند که بر فرایندهای خودگردانی و دوام اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی متکی باشد. در آن زمان آقای روبیرتو رودریگز در مجمع جهانی سازمانهای غیردولتی کنفرانسی بین‌المللی پیرامون تعاون و محیط زیست سازمان ترتیب داد.

توسعه و محیط زیست پایدار از ۱۹۸۴ دغدغه اتحادیه بین‌المللی تعاون بوده است یعنی زمانی که این مقولات در مباحث کنگره بین‌المللی در هامبورگ گنجانده شد. در سال ۱۹۹۵ همزمان با اجلاس یکصدمین سالروز تأسیس اتحادیه بین‌المللی تعاون مجمع عمومی اتحادیه بیانیه هویت تعاونی تعاونی را در کنگره بین‌المللی منچستر تصویب کرد. بیانیه حاوی بعد زیست محیطی در میان اصول تعاونی بود.

اکنون، در جهانی بدون مرز که با ابزار جدید ارتباطی یکپارچه شده است، تبادل دانش و فن اجرای طرحهایی را تسهیل کرده است که توسعه پایدار و مقولات زیست محیطی را هدف خود قرار داده است، مثل طرخی که با حمایت اتحادیه بین‌المللی تعاون در ناحیه آمازون اجرا می‌شود.

این نمونه‌ای است که می‌تواند مورد استفاده محیط‌های مشابه در سرتاسر

جهان واقع شود: به عنوان مثال در جنگل‌های مرطوب گرمسیری آمریکای جنوبی، آسیا یا آفریقا تجاربی به دست آمده است که می‌تواند به نفع جمعیت بومی بوده و به حفظ محیط یاری رساند.

دیگر تجربه موفق تعاون بین‌المللی برنامه تولیدکننده است که در برزیل اجرا شده است. ژاپنی‌ها و برزیلی‌ها با تلاشی مشترک ناحیه دو میلیون متر مربعی چرا دو (CERADO) را آباد می‌کنند که به اندازه



کشور مکزیک وسعت دارد. با اینکه تعاونیها مانع جریان مهاجرت از جنوب و جنوب - شرقی به آمازون می‌شوند، بهره‌برداری زراعی پایدار کمربندی طبیعی ایجاد کرده است که حافظ جنگلهای گرمسیری است. بدین لحاظ مشارکتهای بین‌المللی نظیر آنها را که برشمردیم بایستی به عنوان الگوی تعاون جهت ترویج توسعه پایدار در نظر گرفته شود.

آقای دیاندر دال پاسکوال رئیس سازمان تعاونیهای برزیل و رئیس کمیته کشاورزی اتحادیه بین‌المللی تعاون برای سه بخش قاره امریکا از همه انتظارات جهت یکپارچگی تلاشهای تعاونی در میان نه کشوری حمایت می‌کند که توافق نامه آمازون را پذیرفته‌اند، در این چارچوب است که حمایت دولت برزیل در ترویج زندگی بهتر و تضمین حفاظت از محیط زیست نقش مهمی بازی می‌کند.

نتایج حاصله هرچه باشد، شک نیست که در آستانه قرن تازه تعاون راهی استوار به سوی توسعه پایدار را به وجود می‌آورد و برای همواری این راه با کمال خوشحالی همه شرکت کنندگان مجمع عمومی اتحادیه بین‌المللی تعاون را دعوت می‌کنیم برای کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار تعاونی کشورهای حوزه آمازون به ما بپیوندند.

این نشست طی ۱۲-۱۰ دسامبر در ماناوس (MANAUS)، مرکز ایالت آمازون و به ابتکار اتحادیه بین‌المللی تعاون و سازمان تعاونیهای برزیل برپا خواهد شد. معتقدیم این تجدید پیوند تعاونیهای کشورهای حوزه آمازون کوششی خواهد بود برای برقراری خط مشی مشترک و یکپارچه جهت آینده بهتر آن زیست - بوم مهم جهان.

* نوشته سلز و لویز کارلو و البوبرا، مدیر واحد مشورתי بین‌المللی سازمان تعاونیهای برزیل

بررسی روند توسعه تعاونیهای کشاورزی از نظر تعداد و اعضا در کشور دانمارک نشان می‌دهد که به منظور افزایش توان رقابت و استفاده از صرفه‌جوییهای منتج از مقیاس دوره ۱۹۶۴-۱۹۹۶ مزارع تعاونیهای کشاورزی در یکدیگر ادغام و تشکیل نیروی اقتصادی عظیم‌تری را داده‌اند، بطوریکه از نظر تعداد کاهش ولی حجم فعالیت آنها افزایش یافته است. درصد سهم آنها از بازار تولیدات کشاورزی مویید این نکته است.

نهضت تعاونی دانمارک

مراحل توسعه تعاونیهای دانمارک
۱۸۶۰-۱۹۹۵

قبل از سال ۱۸۶۰: شرایط برای توسعه موفقیت آمیز تعاونیها ایجاد گردید.
۱۸۸۰ - ۱۸۶۰: عقاید تعاونی از کشور انگلستان وارد شد. تعاونیهای مصرف‌کنندگان در شهرها و روستاها تشکیل گردید.

۱۹۱۴/۱۸ - ۱۸۸۰: تعاونیهای لبنیات و کارخانه‌های فرآورده‌های گوشتی تشکیل و به سرعت رشد یافتند. اولین اتحادیه‌های ملی تعاونی به منظور خرید مشترک، صادرات و عرضه تشکیل گردیدند.

۱۹۴۰-۱۹۱۸: برخی از تعاونیهای مهم ورشکسته شدند. رشد در تعدادی از تعاونیها ادامه یافت برخی نیز وارد فعالیت‌های جدیدی گردیدند (تک منظوره)
۱۹۷۲ - ۱۹۴۵: بهینه‌سازی وسیع ساختاری و داخلی باعث کاهش در تعداد و بزرگ شدن تعاونیها و اتحادیه‌ها گردید.

۱۹۹۴ - ۱۹۷۲: انطباق ساختارها، تشکیلات و تولید تعاونیها شتاب گرفت. رشد در فروش و افزایش سهم بازار در اغلب فعالیت‌های تعاونی ادامه یافت.

شرایطی که موجب توسعه تعاونیهای کشاورزی دانمارک گردید:

- مالکیت انفرادی مزارع و وجود طبقه نیرومندی از کشاورزان با مقیاس متوسط مزارع

بررسی روند توسعه تعاونیهای کشاورزی از نظر تعداد و اعضا در کشور دانمارک نشان می‌دهد که به منظور افزایش توان رقابت و استفاده از صرفه‌جوییهای منتج از مقیاس دوره ۱۹۶۴-۱۹۹۶ مزارع تعاونیهای کشاورزی در یکدیگر ادغام و تشکیل نیروی اقتصادی عظیم‌تری را داده‌اند، بطوریکه از نظر تعداد کاهش ولی حجم فعالیت آنها افزایش یافته است. درصد سهم آنها از بازار تولیدات کشاورزی مویید این نکته است.

نویسنده: اول بیک‌گارد
مترجم: رقیه قدرت

سهم بالائی از بازار را به خود اختصاص می‌دهند. در جدول شماره (۲) سهم بازار برخی محصولات تعاونیهای کشاورزی، در فوریه سال ۱۹۹۶ منعکس شده است. در همین سال مجموع فروش تعاونیهای فوق معادل ۱۲ میلیارد دلار آمریکا بوده است.

نام محصول	نشانگر فعالیتها در	سهم بازار (درصد)
شیر و لبنیات	۱۰۰٪	۹۴
گوشت	۱۰۰٪	۹۷
لبنیات	۱۰۰٪	۹۸
حبوبات	۱۰۰٪	۹۹
سبزیجات	۱۰۰٪	۹۹
میوه	۱۰۰٪	۹۹
تولرکات	۱۰۰٪	۹۹
سبزیجات و گل	۱۰۰٪	۹۹
کلیه محصولات	۱۰۰٪	۹۹

جدول دو

تعاونیها در کشور دانمارک به چهار گروه عمده کشاورزی، مصرف‌کنندگان، شهری و سایر خدمات تقسیم می‌گردند. در جدول شماره یک زمینه‌های فعالیت هر یک از این گروه‌ها را نشان می‌دهد:

تعاونیها	زمینه‌های فعالیت
کشاورزی	لبنیات، گوشت، تخم‌مرغ، میوه (بسیار عمده‌ها)
مصرف‌کنندگان	کالاهای مصرفی روزانه، سوخت و مواد ناشی
شهری	- مسکن، رستوران، سالن‌ها و عمارت - حمل و نقل (تور و تاکسی) - تفریبات - کار - تفریبات
سایر	- بیمه، بانکداری، صنایع و خدمات - عرضه برق آب و گرمایش - سهام و فعالیت‌های رایجی و غیر رایجی در سطح منطقه‌ای

جدول یک

تعاونیهای کشاورزی در این کشور

- جمعیت روستائی آموزش دیده

- دمکراسی و آزادی تعاونی

- عقاید تعاونی

- رهبران مترقی

- وجود بازار برای محصولات

- چالش‌ها و نیازهای اقتصادی

- تکنولوژیهای لازم

- مسئولیت مشترک در قبال بدهیها

- معاملات شرافتمندانه

- عدم مداخله دولت (کشاورزان مسئول

تعاونیهای خود هستند)

رابطه بین اعضا و تعاونی در

تعاونیهای کشاورزی دانمارک

حقوق و انتظارات اعضا از تعاونی:

- اطمینان نسبت به خرید تضمینی

محصولات توسط تعاونی

- بهترین قیمت ممکن و مشارکت در منافع

- مالکیت مشترک تعاونی

- اطلاع دقیق از امور شرکت و موقعیت

تعاونی

وظایف و تعهدات اعضا نسبت به

تعاونی:

- بطور کامل در خدمت تعاونی

- عدم تخفیف در قیمت و عدم تأخیر در

پرداخت

- مسئولیت مشترک در قبال بدهیها و

زیانهای تعاونی

- مسئولیت در قبال انتخاب رهبران

درستکار یا برکناری رهبری

ارکان تصمیم‌گیری در تعاونیها

۱- مجمع عمومی، که در آن هر یک از

اعضا دارای یک رأی می‌باشند دارای

وظایف زیر است:

- تعیین اهداف و قوانین داخلی تعاونی

- انتخاب رئیس و اعضا هیئت مدیره

- تصویب گزارش‌های سالیانه و توزیع

سود

۲- هیئت مدیره، بعنوان بالاترین

مسئول تعاونی، دارای وظایف زیر

است:

- مسئولیت در قبال کلیه امور اقتصادی و

اجرائی تعاونی

- عزل و نصب مدیرعامل

- تعیین حدود وظایف هیئت مدیره و

مدیرعامل

- اطلاع و آگاهی از کسب و کار و توسعه

تعاونی، همچنین اطلاع از بازار و شرایط

اقتصادی

- مطلع نگهداشتن اعضا و حفاظت مستمر

از منافع اقتصادی آنان

مشخصات جنبش تعاونی دانمارک

- تعاونیها توسط مردم عادی به منظور

تامین منافع اقتصادی خود آنها تشکیل

می‌گردند.

- تعاونیها بدون دخالت یا کمک دولت

فعالیت می‌کنند.

- فعالیت کسب و کار انجام می‌دهند و با

سایر شرکت‌های بخش خصوصی در

شرایط برابر رقابت می‌کنند.

- به مدیران و کارکنان دستمزدهای رقابتی

پرداخت می‌کنند و به آنها آموزش می‌دهند.

- برای آموزش و اطلاع رسانی اعضا

هزینه می‌کنند و دارای کمیسیونی منتخب

از اعضا باصلاحیت هستند.

- مدیران متخصص، تعاونی را اداره

می‌کنند. هیئت مدیره منتخب خط مشی

شرکت را تعیین و کار مدیران را نظارت و

کنترل می‌کند.

- معمولاً تعاونیها تک منظوره یا محدود به

تعداد کمی فعالیت‌های مرتبط هستند.

- تعاونیهای نیازهای اعضا را عرضه و

بطور مستمر سودآور هستند که ادغام

نشده و تعطیل نیز نمی‌باشند.

شرح	سال	۱۹۰۳	۱۹۳۹	۱۹۶۴	۱۹۹۴
تعداد مزارع		۱۶۰۰۰	۲۱۰۰۰	۱۷۵۰۰۰	۷۰۰۰۰
تعاونیهای لبنیات					
تعداد		۱۰۴۶	۱۳۹۹	۹۰۲	۲۰
اعضا		۱۴۸۰۰۰	۱۸۹۸۰۰	۱۳۵۶۰۰	۱۴۲۰۰
کشترگاههای تعاونی					
تعداد		۲۷	۶۱	۶۲	۴
اعضا		۶۵۸۰۰	۱۹۴۰۰۰	۱۳۳۰۰۰	۳۱۷۰۰
فروشگاههای تعاونی					
فروش تخم طیور					
تعداد		۴۷۵	۸۰۰	۱۴۰۰	۱
اعضا		۳۳۰۰۰	۴۲۶۰۰	۶۰۰۰۰	۱۳۰
تعاونیهای تدارکات					
مزرعه					
تعداد		۵۰۰	۱۵۰۵	۱۶۰۵	۶۹
اعضا		۳۰۰۰۰	۹۵۳۰۰	۱۰۷۱۰۰	۴۸۴۰۰

جدول شماره (۳)

مأخذ: Baekgaard, ole, The Danish

Cooperative Movement, Feb. 1996,

آشنایی با:

مؤسسه گسترش تعاون کشاورزی آسیا

ترجمه سید جواد صالحی

بنای مؤسسه

اولین کنفرانس تعاونی کشاورزی آسیا^(۱) آوریل ۱۹۶۲ با حمایت اتحادیه مرکزی تعاونی‌های کشاورزی ژاپن^(۲) در توکیو برپا شد. یکی از قطعنامه‌های این کنفرانس تأسیس مؤسسه‌ای در ژاپن برای گسترش تعاون کشاورزی آسیا از طریق ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی به مردمی بود که خود را وقف نهضت‌های تعاونی از منطقه نموده‌اند. مؤسسه گسترش تعاون کشاورزی آسیا^(۳) در هشتم ژوئیه ۱۹۶۳ با منابعی که تشکیل شد از طریق تعاونی‌های کشاورزی ژاپن و همچنین دولت این کشور تأمین شده بود. از آن زمان تاکنون مؤسسه که سرپرستی آن با رئیس اتحادیه مرکزی تعاونی‌های کشاورز ژاپن است، تعاونگران کشاورزی خارجی را به عنوان جزئی از طرح‌های بین‌المللی تعاون تربیت کرده و نقش یک کارگزار زمینه‌یابی و پژوهش را به عهده گرفته است.

ساختمان مؤسسه بنام ساختمان یادبود هاسومی (HASUMI) نامگذاری شد

چون بدون کوشش‌های یاسوشی هاسومی فقید، رئیس وقت اتحادیه مرکزی تعاونی‌های کشاورزی، مؤسسه به وجود نمی‌آمد.

جایجائی مؤسسه

تعاونی‌های کشاورزی ژاپن سهم مهمی در نوسازی و گسترش کشاورزی این کشور پس از جنگ جهانی دوم ایفا کردند. این امر با روح همیاری و تعاون متقابل ممکن شد که پیش از جنگ در میان شرکتهای تعاونی موجود بود و همچنین فعالیت‌های منظم و جدی تعاونیها که بدان روح و جان داد.

در سال ۱۹۶۳ آقای یاسوشی هاسومی رئیس اتحادیه مرکزی تعاونی‌های کشاورزی که اولین رئیس مؤسسه بود آنرا در محوطه آموزشکده تعاون^(۴) واقع در هاچی‌مان یاما^(۵) منطقه ستاکایا-کو^(۶) توکیو بنا کرد تا مؤسسه‌ای برای رهبران تعاونی کشورهای در حال توسعه جهت مطالعه در بطن نهضت. تعاون کشاورزی

ژاپن باشد و همبستگی را در جامعه بین‌المللی ترویج کند. طی بیست و دو سال پس از این تاریخ مؤسسه حدود ۲/۲۰۰ نفر مهمان خارجی را پذیرفته است و جای خود را در میان نهادهای پژوهشی و آموزشی باز کرده است که هم خود را صرف تقویت همبستگی بین‌المللی و تفاهم متقابل در نهضت تعاون کرده‌اند.

ساختمان یادبود هاسومی، محبوب عمده مردمی است که به تعاونی‌ها، هم داخل و هم در خارج ژاپن توجه دارند و اکنون به این محل انتقال یافته است تا کارکردهای خود را وسعت بخشد و به سوی قرن بیست و یکم شروعی تازه داشته باشد با این اعتقاد که نهضت تعاونی حلقه تعاون و همبستگی را در سرتا سر جهان خواهد گسترده و شرکت کنندگان خارجی دانش خود را از کشاورزی و تعاونیهای کشاورزی عمق خواهند بخشید.

چشم اندازها

هدفهای این مؤسسه تأمین خدمات آموزشی و پژوهشی برای آنهایی است که



به نهضت تعاونی کشاورزی وابسته‌اند، به قصد پیشبرد نهضت تعاونی، و از آنجا، در جهت ارتقاء و بهبود وضعیت اجتماعی - اقتصادی که در وهله اول در کشورهای در حال توسعه برای نیل به هدفهای مذکور مؤسسه است به فعالیتهای زیر می‌پردازد: (۱) آموزش لازم برای گسترش تعاون کشاورزی؛ (۲) پژوهش لازم برای گسترش تعاون کشاورزی؛ (۳) نشر مطالب لازم برای کار آموزش و پژوهش و همچنین جمع‌آوری و پخش اطلاعات؛ (۴) مدیریت و نظارت بر تسهیلات آموزشی و پژوهشی و استقرار آن در جهت نیل به هدفها؛ (۵) دیگر فعالیتهای

غیر از آنچه که برای نیل به هدفهای مؤسسه لازم باشد - هیأت امناء و هیأت مدیره متشکل از کسانی است که در ژاپن کارهای تصمیم‌گیری و اجرایی را به عهده دارند. هیأت مشاورین متشکل از اشخاصی است که در کشورهای آسیائی به عنوان نهادهای مشورتی عمل می‌کنند.

شیوه‌های آموزشی

آموزش در مؤسسه باهماهنگی (الف) تدریس، (ب) بحث، (پ) بازدیدهای پژوهشی و (ت) گزارش‌نویسی صورت می‌پذیرد. (الف) تدریس بحث را به دنبال دارد. وسایل کمک آموزشی سمعی - بصری نظیر فیلم و اسلاید برای درک هرچه بیشتر موضوعات مورد تدریس به کار می‌رود.

(پ) شرکت در بحث براساس عناوین و موضوع تدریس صورت می‌گیرد. مربیان در این بحث‌ها به عنوان مشاور شرکت می‌کنند.

(پ) بازدیدهای پژوهشی به گونه‌ای صورت می‌گیرد که تدریس‌ها و بحث‌ها بتواند از طریق مشاهده واقعیات و عملکردهای دست اول تعاون کشاورزی

ژاپن در سطوح مختلف سازمانی کاملاً فهمیده شود.

(ت) گزارش‌نویسی کمک به فهم کامل دانش و اطلاعاتی است که در مراحل مختلف نهضت تعاون کشاورزی ژاپن به دست می‌آید.

در پایان دوره از هر شرکت‌کننده خواسته می‌شود یک گزارش نهائی بنویسد.

زندگی گروهی در مؤسسه

فرض بر اینست که همه شرکت‌کنندگان دوره‌ها به طور دسته جمعی در محوطه مؤسسه به سر برند و اصولاً محوطه، محلی برای زندگی نزدیک مردمی است که از نقاط مختلف دنیا می‌آیند.

عمده برنامه‌های آموزشی مؤسسه

۱- سمینار منطقه‌ای اتحادیه بین المللی تعاون

سمینار با حمایت اتحادیه بین المللی تعاون، اتحادیه مرکزی تعاون کشاورزی ژاپن و مؤسسه، سالانه به مدت سه هفته برای شرکت‌کنندگان کشورهای آسیائی برپا می‌شود.

۲- دوره بلند مدت آموزشی اتحادیه بین‌المللی تعاون

اتحادیه بین المللی تعاون با کمک مالی دولت ژاپن یک دوره شش ماهه جهت تقویت و بهبود مدیریت تعاونی‌های کشاورزی آسیا ترتیب داده است که مدت دومه از آن در مؤسسه تشکیل می‌شود.

۳- دوره عمومی تعاونی‌های کشاورزی

این برنامه‌ای آموزشی است که نهاد تعاون بین المللی ژاپن^(۷) آن را برای شرکت‌کنندگان کشورهای جهان سوم سفارش داده است. طول برنامه دومه است.

۴- دوره آموزشی برای تعاونگران کشورهای منتخب

این دوره‌ایست که هزینه آنرا دولت ژاپن می‌پردازد و شرکت‌کنندگان آن از دو کشور آسیائی دعوت می‌شوند.

۵- دوره آموزشی برای طرحهای مشترک

این دوره آموزشی برای کسانی تشکیل

می‌مانند، اما نگران نباشید وقتی که از رنگین کمان صعود می‌نمائید این امری کاملاً طبیعی است». این غفلت کوچک است. این مجریان وقتی که در مسیر راه (بهبود کیفیت) نمی‌توانند زمینه های قدیمی و آشنای خود را بیاوند دچار ترس و وحشت شده و اعتماد و انگیزه آنها از بین رفته و در نتیجه به سرعت از راهی که آمده‌اند به عقب برمیگردند، و از اینکه توانسته‌اند از این راه فرار کرده و همچنان در شغل خود باقی بمانند احساس خوشحالی می‌کنند.



انگیزه شروع فرایندهای کیفیتی برای شرکت‌های آمریکایی هم چندان یک مشکل نبوده است. در حال حاضر مشکل بتوان یک شرکت بزرگ را یافت که حداقل یک بار نسبت به چنین تغییراتی (بهبود کیفیت) اقدام نکرده باشد.

مایک هارمر عنوان میکند که ۵۰ تا ۷۰ درصد از شرکت‌هایی که اقدام به طرح ریزی و ساخت مجدد شرکت کرده‌اند در کارشان موفق نبوده‌اند.

تلاش‌های مدیران برای بهبود کیفیت در برخی از روش‌ها برای رسیدن به موفقیت کاملاً روشن نبوده است.

پایین بودن نرخ موفقیت به ما آموخته است که «فهم و درک» بهبود کیفیت بسیار آسانتر از اجرای آن است. دلیل این امر روشن نیست اما نشان میدهد که آنچه ما در رابطه با بهبود کیفیت به شرکت‌ها می‌آموزیم، با آنچه که آنها برای رسیدن به بهبود کیفیت نیاز دارند منطبق نیست. شکست بسیاری از تلاش‌های انجام شده برای بهبود کیفیت ناشی از ضعف برنامه ریزی، ضعف درک و فهم و یا نهایتاً ضعف اقدامات واقعی بوده است. پس پاسخ‌ها تا حد معینی صحیح هستند اما کافی نیستند. زیرا معلوم نمی‌کنند که در عمل چه اتفاقی روی داده است - آنها علل ریشه‌ای نیستند. بطور حتم، تعهد در جای وجود خواهد داشت که مدیریت در برنامه مشاوره‌ها و

افت بهبود کیفیت چرا؟!

قبل از اینکه مجریان بتوانند تصمیمات خردمندانه‌ای را در رابطه با مسیر آینده شرکت خود اتخاذ نمایند، باید آنچه را که سعی دارند بدست آورند و مسیری را که برای بدست آوردن آن باید طی نمایند ارزیابی کنند. به عبارت دیگر آنها باید اهدافشان، فرایندهای کیفیتی سودمندی که آنها را موفق می‌لمايد و میزان پیچیدگی این فرایندها را درک نمایند. تمامی فرایندها می‌توانند در یک سازمان بعنوان فلسفه مدیریت مد نظر قرار گیرند.

از: پاتول - ار - کی
برگردان: حسن مرزوقی

به عقیده من جواب در برداشت غلط ما از طبیعت رنگین کمان (بهبود کیفیت) نهفته است.

به عبارت دیگر ما نتوانسته‌ایم بگوییم که وقتی شما بخوبی وارد مسیر رنگین کمان (بهبود کیفیت) می‌شوید، این مسیر بطور ناگهانی ناپدید می‌شود و چنین به نظر می‌رسد که مجریان (طی کنندگان مسیر) در هوا بین زمین و آسمان معلق

مشاوران و تعلیم دهندگان بهبود کیفیت مدت مدیدی است که «بهبود کیفیت» را بصورت «رنگین کمانی» که به «مخزن طلا» ختم میگردد، ترسیم کرده‌اند ما نیز ذیلاً گفته‌ایم که این رنگین کمان قوس زیبای دارد اما صعود از آن بسیار مشکل است. حال سؤال این است که چرا بسیاری از تلاش‌های که با دقت فراوان برای بهبود کیفیت صورت می‌گیرد شکست می‌خورند؟

بیانیه‌ها وارد گردد. آنچه که طی فرایند تغییر باید روی داده باشد مانند بادی است که بر روی کشتی باری می‌وزد.

مجریان بطور حتم (شاید بطور ناخودآگاه) زمانی با این واقعیت مواجه می‌شوند که از آنها خواسته شده کارهایی انجام دهند که بطور کلی با چیزهای که درباره شخصیت مدیران یاد گرفته‌اند در تضاد است، غفلت کردن از آماده نمودن مجریان، مانع از ایجاد انگیزه کافی در آنها برای عبور از این سد و انجام تغییرات می‌شود. چه مجریان خودشان به دنبال بهبود کیفیت باشند و چه بر مشاوران تکیه کنند فرآیند انجام کار معمولاً با بازنگری روشهای مختلف بهبود کیفیت شروع شده، سپس یکی از این روشها انتخاب و شرکت آنرا بکار می‌گیرد.

اما بطور کلی این فرآیند اساس لازم برای انجام انتخابهای زیرکانه محسوب می‌گردد.

فرآیند کار حتی می‌تواند با موضوعاتی که اساسی‌تر هستند شروع شود از جمله:

- * محک زدن میزان انگیزش داخلی
- * تعیین اینکه برای رسیدن به نتیجه‌ای که مورد نظر ما می‌باشد چه مقدار تغییرات لازم است این امر متضمن بازنگری انتخابهای ممکنه از کیفیت و میزان ریسک مربوط به آنها می‌باشد.
- * یک بحث کامل از تغییراتی که مورد نظر ما می‌باشد.

* موانع اصلی درراه انجام تغییرات

انگیزش

چنانچه بهبود کیفیت مورد نیاز باشد اولین قدم در تصمیم‌گیری، ارزیابی این سؤال است که چرا چنین نیازی وجود دارد؟

آنچه که یک شرکت امیدوار است طی بهبود کیفیت بدست آورد، فوریت و ضرورت بدست آوردن آن، مسیر مناسب

انجام کار را تعیین می‌کند. میزان تغییرات مورد انتظار بستگی به محرک تغییرات دارد. شرکت همچنین باید شیوه مدیریت و کیفیت اجرایی خود را و منابع و رقابتی بودن خود را ارزیابی نماید.

پس از این مراحل، شرکت می‌تواند سطوح مختلف بهبود کیفیت را مورد نگرش قرار دهد، اما هنوز هم نمی‌تواند یکی را انتخاب کند تا زمانی که هر یک از این روشها درجه‌ای از تغییرات را که هر روش ایجاد می‌کند، درک نماید.

قبل از اینکه مجریان بتوانند تصمیمات خردمندانه‌ای را در رابطه با مسیر آینده شرکت خود اتخاذ نمایند، باید آنچه را که سعی دارند بدست آورند و مسیری را که برای بدست آوردن آن باید طی نمایند ارزیابی کنند. به عبارت دیگر آنها باید اهدافشان، فرایندهای کیفیتی سودمندی که آنها را موفق می‌نماید و میزان پیچیدگی این فرایندها را درک نمایند. تمامی فرایندها می‌توانند در یک سازمان بعنوان فلسفه مدیریت مدنظر قرارگیرند.

سه سطح از بهبود کیفیت به شرح زیر هستند:



* بهبود: بهبود وضعیت نیازمند بازنگری فرآیندهای موجود می‌باشد. بهبودهای کیفی در این سطح با اهداف عادی ارتباط دارند. این سطح، رابطه، جریان عادی، شعور باطنی و روش را بکار گیرد.

* طراحی مجدد: طراحی مجدد نیازمند تغییر و اصلاح می‌باشد. طراحی مجدد همچنین به اصلاح طرح موجود برای حذف مشکلات اصلی و روشها و برنامه‌های جدید مدیریتی نیاز دارد.

* بسازسازی: شامل یک تغییر کمی در وضعیت موجود می‌باشد و به یک رهبری نظری برای انجام تغییر کامل در روشهایی که انجام می‌شود نیاز دارد. بازسازی همچنین از متدها و فن آوریهای جدید استفاده می‌کند.

تغییرات کیفی سطح اول در یک چارچوب مناسب بوده و بنابراین آسانتر از تغییرات کیفی سطوح دوم و سوم می‌باشند اما این تغییرات، بهبود پویایی را به وجود نمی‌آورند. در بسیاری از شرکتها، فرایندها و سیستم‌های موجود به حد نهایی اجرایی‌شان (از نظر تغییرات سطح اول) رسیده‌اند اما هنوز هم نتایج ناامید کننده بوده‌اند.

چه تغییراتی مورد نظر است

بسیاری از شرکتها تغییرات مورد نیاز خود را در سطحی بالاتر از تغییرات سطح اول یافته‌اند ولی عملاً زمانی که دریافتند از نظر دانش و تجربه آمادگی لازم برای انجام تغییرات بالاتر از اول را ندارند، شروع به انجام فرآیندهای نظری برای برگشتن به سطح اول نموده‌اند. من شرکت‌هایی را دیده‌ام که ۱۴ دستورالعمل «دمینگ» را مورد استفاده قرار دادند و شکست خوردند. دستورالعملهای «دمینگ» شامل ۱۴ بند می‌باشد که این شرکتها دستورالعمل ۱۲ را که مربوط به حذف نرخ‌گذاری سالیانه و مدیریت هدف است کنار گذاشته‌اند، زیرا این امر مسئله تغییر

است که شرکتها قادر به انجام آن نیستند. شکست شرکتهایی که چنین اقداماتی را انجام دادند به خاطر امتناع آنها از پذیرش دستورالعمل بود، همچنین به خاطر این بود که آنها تغییر بنیانی را که رابطه این نوع تغییر با موفقیت فرایندهای بهبود کیفیت بود درک نکردند.

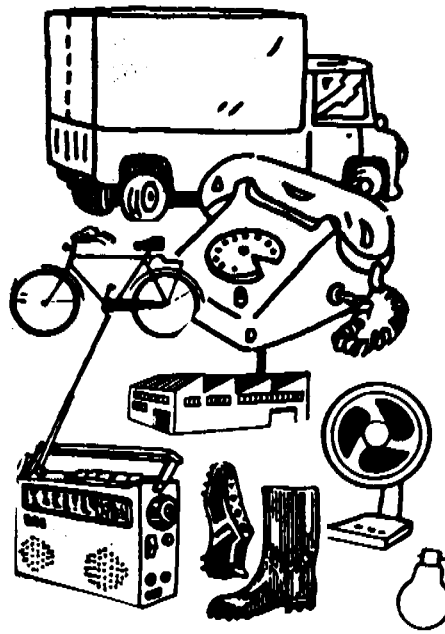
بهبود کیفیت در سطح ۲ (جایی که اصول دمینگ وجود ندارد) و سطح ۳ (لستر ترو این سطح، سطح ۴ نیز نامیده شده است) به تغییراتی نیاز دارد که در ماورای مرزهایی است که تمامی مدیران در رابطه با مدیریت آموخته‌اند. اما مدیران وقتی که در یک فرآیند بهبود کیفیت وارد می‌شوند این امر را درک نمی‌کنند و بنابراین آمادگی ارتباط با آن را ندارند. اما اگر آنها میزان ریسک را درک نمایند آیا می‌شود از عهده بهبود کیفیت در این سطح برآیند؟

جواب این است که یقیناً آنها می‌توانند آمادگی بیشتری برای تصمیم‌گیری پیدا نمایند و به همین علت آنهایی که هنوز انگیزه کافی برای انجام تغییرات ریشه‌ای دارند باید شانس بیشتری برای موفقیت داشته باشند.

لازمه درک بهتر از اینکه چرا بهبود کیفیت در ایالات متحده امر مشکلی است تحلیل ساختار تجاری این کشور می‌باشد. نگاههای ایالات متحده، اعم از تولیدی و خدماتی، سراسر بر اساس اصول آدام اسمیت فیلسوف و اقتصاددان قرن هجدهم، بنا نهاده شده است.

اسمیت یک نظریه پرداز بود و او در انقلاب صنعتی این امکان را برای تولید کنندگان پیش بینی می‌کرد که آنها می‌توانند بهره و نیروی کار خود را افزایش دهند و در نتیجه هزینه‌های خود را نه از طریق کاهش اندازه بلکه از طریق منظم کردن اسباب و لوازم کار کاهش دهند.

ایده اصلی او عبارت بود از تقسیم کردن کارها به تعدادی کار کوچک که هر



کدام توسط یک متخصص مهارت یافته در یک کار، انجام می‌شود.

مزیت حاصل از مهارت افزایش یافته هر کار به قسمت دیگر آن و اختراع تعداد زیادی ماشین آلات است که کار نیروی کار را تسهیل نموده و در نتیجه یک شخص را قادر ساخته است که به اندازه تعداد زیادی کارگر، کار انجام دهد.

امروزه نگاههای اقتصادی پیشرفته تحت اصل بنیادین زیر کار میکنند:

تقسیم و ساده سازی کار که باعث کارگران دارای مهارت کمتری مورد استفاده قرار گیرند بدین ترتیب مدیریت این کار نیز از طریق مشابهی رشد و نمو یافته است. همچنانکه حلقه‌های کارهای کوچک بیشتر شده است، مدیریت نیز به بخشهای کوچکتر و غیرمتمرکزتری به منظور سرپرستی کردن این کارهای کوچک، تقسیم شده است.

اماطی سالیان زیاد برای توسعه،

قدمهای بیشتری در راه افزایش این حلقه‌ها نیاز بوده و در نتیجه به کارگران متخصص بیشتری نیاز بوده است. در این راه شرکت‌های بزرگتر به قدمها و مدیریت بیشتر نیاز داشته‌اند. میزان پیچیدگی سیستمی که کارهای آن به قطعات کوچکتر تقسیم شده و نیز میزان نیاز مدیریت بیشتر برای کنترل آنها این راه را تعیین میکنند.

این ساختار تجارت ایالات متحده است که برای از بین بردن وضعیت قبلی به سوی درک اساسی تجارت بهتر حرکت میکنند. در این رابطه نظریه فردریک تایلور فیلسوف قرن نوزدهم نیز صحیح است. تایلور یکی از پیشگامان علم مدیریت در عصر ماشین بود. وی اصل تفکیک برنامه ریزی (مدیریت) از اجرا (نیروی کار) را ترویج نمود او معتقد بود مدیریت خوب «هنر انتقال روان ایده مجریان به دست کارگران» است وی حتی از این هم فراتر رفت بطوری که عنوان نمود «هر تغییری که کارگران در برنامه ایجاد میکنند یک امر مہلک برای موفقیت شرکت است». مفاهیم بنیانی اسمیت و تایلور همانند «دو سنگ نوشته» هستند چرا که پایه علمی و تجربه دیگری در این رابطه وجود ندارد.

انجام برخی از تغییرات مورد نیاز برای رقابت در شرایط جدید بسیار مشکل است و این دشواری نیز فراگیر شده است با این حقیقت که تنها تعداد بسیار اندکی از مدیرانی که نسبت به تغییرمبادرت کرده‌اند مفهوم واضح بهبود کیفیت را درک کرده‌اند. ایده‌های ترویج شده بوسیله این صاحب نظران برای زمان خودشان مناسب بوده و به تحقق یافتن پیشرفتهای بزرگی در بهره‌وری کمک نموده است اما این نظریه‌ها امروزه مناسب نیستند.

ژاپن برعکس ایالات متحده، ایده‌های منسوخ شده را مبنای کار خود قرار نداده است. فلسفه مدیریت تجاری آنها بر روی آموخته‌های والت شورات، پیتر دراگر و

دبلیو ادواردز دمیگ است که همگی از پیشگامان آمریکایی قرن بیستم کیفیت هستند.

ژاپن نظریات این مردان را برای بکارگیری یک سبک جدید در اجرا مورد استفاده قرار داده است. ویژگیهای بارز این نحوه اجرای جدید عبارتند از:

- * امکان انتقال ایده‌ها و افکار به تولیدات طی یک زمان بسیار کوتاه.
- * امکان بهره‌گیری از تکنولوژی.
- * امکان در جهت پذیرش سریع شرایط بازار جدید.

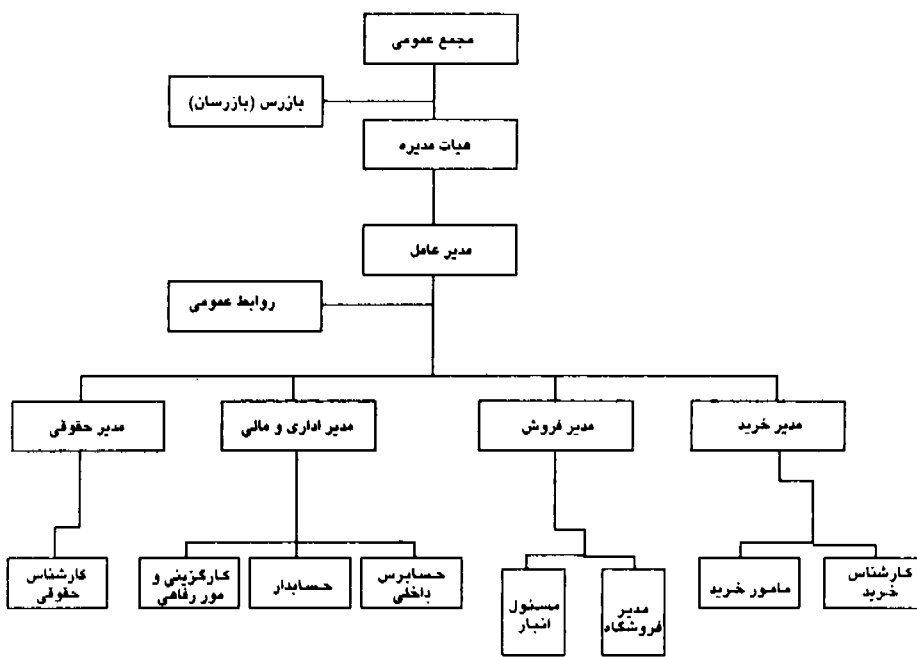
پذیرش این اصول بدان معنا نیست که بنگاههای ایالات متحده باید سعی کنند که اعمال ژاپنیها را تقلید نمایند. برعکس، بنگاههای ایالات متحده برای رسیدن به ویژگیهای بارز موفقیت، به توسعه فرایندهایی که این بنگاهها برپایه آن شکل گرفته‌اند، نیاز دارند. بوضوح، رقابت جهانی و فن آوری اطلاعاتی در سیستمهای تجاری قرن ۲۱ نیازمند این خصوصیات برجسته خواهند بود. آیا شرکت‌های آمریکایی می‌توانند چنین جهشی را انجام دهند؟

در عین حال مجریان در صورتی که بخواهند شرکت‌های خوبی بسازند باید برای انجام انتخابهای خوب آماده باشند. این از مسئولیتهای مربیان کیفیت است که باید این اطمینان را بوجود آورند که مجریان آماده‌اند.

بقیه از صفحه ۱۷

موقعیت منابع و عرضه کنندگان روابطی صمیمانه و مستمر بوجود آورید.

۴- توجه به قیمتها - قیمتهای بیش از اندازه گران و یا بیش از اندازه ارزان هر دو خطر ساز و هشدار دهنده هستند. در صورت



مراجعه نمائید.

۸- توجه به مدیریت مذاکره - مهارت و آشنایی با روشها و اصول مذاکره لازمه فعالیت در مدیریت خرید می‌باشد. کوشش نمائید تا با مطالعه و استفاده از تجربیات خود و دیگران و آشنائی با فرهنگ و ارزشهای دیگران، قدرت مذاکره و اداره جلسات مذاکره خرید را تقویت نمائید.

۹- نگرش سیستمی - همیشه در نظر داشته باشید که در تصمیم‌گیری خرید به آثار تصمیمات و همه عوامل و جوانب توجه نمائید و سازمان خرید را بعنوان یک سیستم بدانید که از مجموعه اجزای بهم پیوسته‌ای تشکیل شده و تحت تاثیر عوامل محیطی گوناگون می‌باشد. بعنوان مثال در گزینش منبع نهائی باید از ارتباط بین قیمت، خوشنامی، زمان، شرایط حمل و ... غافل نگردیم.

۱۰- توجه به خریداران و مشتریان فروشگاه بعنوان مدیر خرید فروشگاه تعاونی - هیچگاه فراموش نکنید خریدهای شما برای مشتریان فروشگاه و به خاطر آنهاست و زمانی موفق هستید که خریدهای شما رضایت آنها را جلب کند.

برخورد با آنها علل و انگیزه آنان را بشناسید و عجلانه هر خرید ارزانی را نپذیرید و یا هر قیمت بالائی را رد ننمائید. خرید کالا با قیمتهای مناسب در تعاونیهای مصرف در جلب رضایت اعضا و گرایش بیشتر مردم به تعاونی اهمیت زیادی دارد. مدیر خرید باید همواره اطلاعات لازم از قیمتها را داشته باشد.

۵- عدم اصرار زیاد بر روی قیمت - بیش از اندازه برای دستیابی به قیمت پائین بر روی عرضه کنندگان فشار نیاورید و اصرار نوزید، زیرا این عمل باعث عدم انجام تعهدات بطور دلخواه می‌گردد.

۶- ضمن حفظ عرضه کنندگان موجود، در جستجوی عرضه کنندگان جدید نیز باشید و برای شناخت و ارزیابی آنان در صدی از نیازهای خود را از آنان تامین نمائید.

۷- آمار و گزارشهایی در مورد کالاهای مرجوعی، مغایرتها و دیرکردها و عملکردهای ضعیف عرضه کنندگان را تهیه و نگهداری نمائید و در زمان تصمیم‌گیری برای خریدهای آتی به آنها