

تعاون، تکنولوژی و مدیریت

متن سخنرانی آقای مهندس شافعی وزیر تعاون

در انجمن فارغ التحصیلان دانشگاههای آمریکا، اروپا و اقیانوسیه

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

از اینکه این توفیق به بنده هم دست داد تا در جمع شما برادران و خواهران تحصیلکرده و فارغ التحصیل از دانشگاههای آمریکا، اروپا و اقیانوسیه شرکت کنم و دقایقی را خدمت شما باشم خیلی خوشحال هستم، به خصوص که زمان، زمان مقدسی است، ایام ماه شعبان المعظم رو به انتها است که در این ماه ما روزهای مبارکی برای عالم اسلام و عالم تشیع داشتیم و داریم و در مقدمه و مطلع ورود به ماه مبارک رمضان هستیم. ایام، ایام خیلی مبارک و میمونی است و موقعیت مکانی و زمانی جلسه نیز جالب است. خیابان بهار که جلسه در آن منعقد است و بارش برف زمستانی ذهن انسان را می برد به سمت اینکه زمستانی در بهار است. به هر حال خیلی خوشحال هستم از اینکه این توفیق امشب دست داده تا خدمت شما باشم و چند کلامی را عرض کنم.

فکر می کردم که با توجه به مشخصه این جمع که فارغ التحصیلان محترم دانشگاههای خارج از کشور هستند چه مطلبی را عنوان کنم. با خود گفتم شاید بهتر باشد در مورد تکنولوژی صحبت کنم.

تعریف تکنولوژی

تکنولوژی در این ۱۵۰ سال گذشته در دنیا ابزارهایی داشته است. از تکنولوژی و تعریف آن زیاد شنیده اید و مطلع هستید. تعریف نسبتاً جامع از تکنولوژی این است که چند عامل را در برمی گیرد: ۱- ماشین آلات و ۲- نیروی انسانی که این ماشین آلات را بتواند

به کار برند و ۳- اطلاعات، اعم از آن که نوشته می شود مثل کتابها و یا نوارها و دیسکهای کامپیوتری و نقشه ها و... و آنچه در ذهن انسان وجود دارد، و بالاخره ۴- مدیریتی که این مجموعه را بتواند بکار گیرد.

درک جامعه امروز از عوامل تکنولوژی در حقیقت این چهار عامل است: ماشین آلات، نیروی انسانی، اطلاعات و مدیریتی که این سه عامل را بتواند اداره و هدایت کند. اگر آن سه عامل باشد ولی عامل اصلی که مدیریت است نباشد، مثل دانه های تسیحی است که نخ در آن نباشد که اسباب دردسر است و تسیح بدون نخ بکار نمی آید و اگر مدیریت نباشد یک همچون چیزی است.

مقداری واضح تر و روشن تر بگوئیم، اگر یک اتومبیل را در نظر بگیریم که یک مجموعه و متشکل از تعدادی قطعات است، ولی اگر کسی آن قطعات را نظم و ترتیب ندهد و هر قطعه ای را جای خودش قرار ندهد، تبدیل به اتومبیل نخواهد شد. اگر ما لاستیک و شیشه و موتور و دیگر قطعات تشکیل دهنده اتومبیل را بدون اینکه هر قطعه ای را در جای خودش قرار نگیریم روی هم انباشته کنیم، این ماشین نیست و کاری که از پیش نمی برد هیچ، بلکه اسباب دردسر هم خواهد شد. مدیریت هم یک همچون چیزی است، مدیریت و سازماندهی این منابع و عوامل خیلی مهم تر است.

رابطه سازمان و تکنولوژی

غیر از امر مدیریت که جا دارد روی آن تأمل بشود، من می خواهم از مجموعه شرایط این نتیجه را بگیرم که پدیده تکنولوژی، پدیده ای

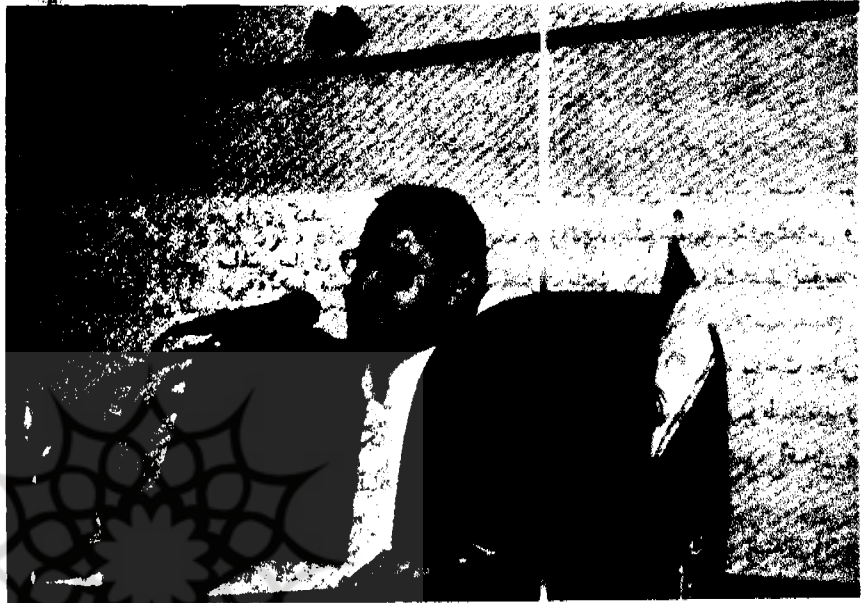
بیشتر سازمانی و تشکیلاتی است تا فردی. یعنی شما اگر گوئید ماشین آلات برای خودش کار کند و سازمان مشخصی و جایگاه مشخصی در آن سازمان نداشته باشد، مثل این است که اطلاعات در دفاتر و انبارها وجود داشته باشد، کامپیوتر، ای زیادی را در دفاتر و در کشور داشته باشیم و نیروهای انسانی تک تک باشند که کار کنند، ولی یک سازمان مشخصی نباشد که از آنها در جای خودش کار بخواهد. اگر چه عواملی ممکن است باشند، ولی در چنین صورتی تکنولوژی نه ابداع خواهد شد و نه اگر بنا باشد که از جایی به جایی منتقل شود، منتقل خواهد شد.

پس اهمیت تکنولوژی، ماهیتی سازمانی است و اهمیت فردی نیست. ما اگر نیروهای انسانی تحصیل کرده زیادی داشته باشیم، مثل شما حضرم محترم که اینجا تشریف دارید، ولی از این عوامل به شکل سازمانی استفاده نکنیم، کاری از پیش نخواهیم برد. تکنولوژی هم از جمله این نوع مقولات است. مقوله ای است ماهیاً سازمانی نه فردی. روی این اصل است که وقتی انسان قدری در مورد کشورهای پیشرفته و صنعتی دقیق می شود می بیند در آنها به طور طبیعی از سازمانها برای ابداع تکنولوژی، و یا انتقال آن استفاده شده است. آنها، نهادها و سازمانهایی برای ابداع و ایجاد تکنولوژی، و یا انتقال تکنولوژی به وجود آورده اند.

در کشورهای غربی، شرکت های سهامی خاص، در ابتدا در اواسط قرن نوزدهم میلادی ایجاد شد و این امر در کشورهای غربی و مشخصاً، و یا: در کشورهای انگلستان، آلمان، فرانسه و ایتالیا اتفاق افتاده و از کشوری تا

در کشورهای صنعتی غرب، ابداع، رشد و یا انتقال تکنولوژی، همراه با سازمان بوده و دانشمندان هم که تربیت شده‌اند، اطلاعات علمی و فنی آنها هنگامی به ثمر رسیده است که از طریق نهادها، شرکتها و یا سازمانها به کار گرفته شده است.

درک جامعه امروز از عوامل تکنولوژی شامل: ماشین آلات، نیروی انسانی، اطلاعات و مدیریت می‌باشد. ولی عامل اصلی مدیریت است که فقدان آن در کنار سایر عوامل، همانند دانه‌های تسبیحی است که نخ در آنها نباشد.



مثلاً سهام شرکت شل از طریق شبکه‌های کامپیوتری اینترنت در بازار سنگاپور و توکیو معامله می‌شود و کسی که در خانه‌اش نشسته است با استفاده از کامپیوتر شخصی خود خرید و فروش می‌کند و یک چنین بازار وسیعی برای سرمایه ایجاد شده است.

پس می‌بینید آن بخشی از عوامل تکنولوژی که به سرمایه و ماشین آلات مربوط می‌شود، الان براحتی قابل انتقال و جابجایی است و همین طور اطلاعات که دومین عامل مهم تکنولوژی می‌باشد، امروز به راحتی جریان پیدا کرده است. تا ۱۰، ۲۰ سال پیش، وقتی بحث رقابت کامل را در اقتصاد عنوان می‌کردند می‌گفتند: ما جایی در دنیا نداریم که رقابت کامل اقتصادی وجود داشته باشد، چرا که رقابت کامل در جایی به وجود می‌آید که علاوه بر چهار عامل رقابت «خالص»، یک عامل مهم: انتقال و جریان راحت اطلاعات نیز وجود داشته باشد، یعنی خریدار باید بتواند به اطلاعات لحظه‌ای مربوط به اقلامی که فروخته می‌شود، دسترسی داشته باشد، فروشنده هم همینطور. این جریان اطلاعات، امروز بوجود آمده و تکنولوژی می‌تواند از این عامل هم به خوبی و به راحتی استفاده کند.

شرایط ابداع و انتقال تکنولوژی

گفتیم که تکنولوژی ماهیتاً سازمانی است. در بعضی جاها این سازمانها، دولتی و متمرکز یا به اصطلاح با مالکیت عمومی است. این یک نوع از سازمانها است و نوع دیگر سهامی‌های خاصی است که پس از تکامل آنها به شکل سهامی عام، امروزه سهامشان از طریق بورس عرضه می‌شود. ممکن است امروز یک ژاپنی در کشوری غیر از ژاپن مثلاً در سنگاپور و یا کشور دیگری بنشیند و سهام شرکت غیر ژاپنی و غیرسنگاپوری را معامله کند و دستور بدهد که مثلاً از حسابش در لندن پول بردارند و به حساب یک شرکتی در امریکا پول بریزند و سهام آن شرکت را بتواند بخرد.

می‌بینید که چگونه این سازمانها، توانسته‌اند هم برای سرمایه‌گذاری و هم ایجاد

روسه می‌بینیم که سازمانهایی عریض و طویل و با مالکیت دولتی ایجاد گردیده است که شکل افراطی سازمانهای جمعگرای غربی بوده است.

در همه موارد مذکور یک چیز روشن و مشترک است و آن اینست که رشد تکنولوژی و ابداع تکنولوژی و انتقال آن، همراه با سازمان بوده و اطلاعات علمی و فنی دانشمندان آنها هم وقتی به ثمر رسیده که از طریق نهادها، شرکتها و یا سازمانهایی، به کار گرفته شده است. امروزه هم همینطور است، منتهی امروز در کشورهایی با تفکر غربی و سرمایه‌داری، بیشتر شرکتهای سهامی خاص، به شرکتهای سهامی عام تبدیل شده‌اند و عمدتاً از طریق بورس است که انباشت سرمایه ایجاد شده است. شاید بسیاری از این شرکتهای سهامی عام امروزی چند ده سال پیش، سهامی‌های خاص بوده‌اند. امروزه می‌بینید که

کشور دیگر هم فرق می‌کرده است و این گونه نهادها در کشوری مثل ایتالیا بیشتر، جامعه‌گرا، و در جایی مثل انگلیس، بیشتر فدرگرا و به صورت شرکتهای سهامی خاص بوده‌اند و امروز هم همینطور است: مثلاً در ایتالیا شرکتهایی مثل شرکت انی که شرکت عظیم دولتی است، چند ده شرکت بزرگ، را تحت پوشش دارد که فقط یک واحد آن، در جنوب سالانه، حدود ۱۰ میلیون تن فولاد تولید می‌کند.

بنابراین، این نهادها و سازمانها در کشورهای مختلف، غربی صنعتی عمدتاً دو نوع بوده است: یا شرکتهای سهامی خاص بوده نظیر کشورهای انگلوساکسون یا از نوع شرکتها و سازمانهایی جمعگرا و با مالکیت عمومی و دولتی بوده مثل ایتالیا و کشورهای اسکاندیناوی. البته به جوامع شرقی نزدیکتر می‌شویم، در کشورهای اروپای شرقی و

برای انتقال تکنولوژی، به آدم‌هایی نیاز داریم که قدرت تشخیص این را داشته باشند که چه چیزی را باید بخرند و آنرا که خریده‌اند به چه شکلی منتقل کنند. انتقال تکنولوژی با انتقال مثلاً یک تن کتاب و دفتر و فایل و امثال آنها متفاوت است.

اگر به دنبال رشد تکنولوژی در کشور هستیم، که برای عزت و سربلندی و توسعه لازم است، سازمانهایی لازم داریم تا بتوانیم به ایجاد تکنولوژی بپردازیم و عنداللزوم آنرا بخریم و منتقل کنیم.

وقتی مراجعه می‌کنید به بعضی از کارخانجات بزرگ کشور، می‌بینید سرمایه عظیمی در آنجا خوابیده است و استفاده‌های لازم نمی‌تواند انجام بگیرد چرا؟ چون تشکیلات مناسبی نیست که بتواند از آن بهره‌برداری کند.

مجموعه‌هایی نظیر ماشین‌سازی اراک ICOR (سرمایه‌گذاری تقسیم بر میزان محصول و تولیدات) کارخانجاتی نظیر ماشین‌سازی اراک و... در کشورهای صنعتی پیشرفته مثل آلمان در حدود یک است. یعنی در ازاء یک میلیارد دلار در سال سرمایه‌گذاری سالیانه یک میلیارد دلار محصول تولید می‌کند. این ضریب در مورد کشوری مثل کشور ما در حدود ۵ است. یعنی یک میلیارد دلار که سرمایه‌گذاری می‌شود سال بعد ۲۰۰ میلیون دلار می‌توانیم محصول بگیریم، (اگر بتوانیم بگیریم).

این وضع هم طوری نیست که یک شبه بشود درستش کرد، مربوط به دولت تنها هم نیست، باید این فضا در کشور وجود داشته باشند. بوسیله چه کسانی؟ عوامل لازم دارد. از جمله آن عوامل یکی از آدمهایی هستند که بتوانند اصلاً مطلب را بفهمند، نسبت به مطلب اشراف پیدا بکنند، تک‌تک را بفهمند و فرهنگ اینکار را داشته باشد و همین نسخه‌ای است که گفتیم: سازمانهای توانمندی که قابلیت درک و هضم چینی مفاهیمی را داشته باشند،

و انتقال تکنولوژی از ابزارهای موجود استفاده کنند که یکی از آنها بحث سرمایه و جابجایی آن است. البته ما الان در این وضعیت نیستیم که از این تکنولوژی و از این امکانات موجود و از بعضی از آن روشهایی که در دنیای صنعتی مرسوم است استفاده بکنیم، ولی از بیان این مطالب باید یک نتیجه بگیریم و آن این است که اگر دنبال رشد تکنولوژی در کشور هستیم، که برای عزت و سربلندی و توسعه لازم است، سازمانهایی را لازم داریم تا بتوانیم به ایجاد و خلق تکنولوژی به پردازیم و عنداللزوم هم تکنولوژی را بخریم و منتقل بکنیم.

برای خریدن تکنولوژی، ما آدمهایی را لازم داریم که اصلاً قدرت تشخیص این را داشته باشند که چه چیزی را باید بخرند، و این را که خریده‌اند، به چه شکلی بردارند بیاورند و به چه شکلی قابل انتقال است. با انتقال مثلاً یک تن کتاب و دفتر و نقشه و فایل و امثال اینها که تکنولوژی منتقل نمی‌شود. ما الان در کشورمان این را به عینه می‌بینیم که در هر اداره‌ای تعدادی ماشین‌آلات، ماشین‌آلاتی که می‌توانند روزی چقدر بهره‌وری برای دارنده آن داشته باشند گذاشته شده و گاهی پوششی هم رویش کشیده یا کشیده نشده است. آنهایی که کشیده‌اند یکقدری دقت بیشتری کرده‌اند که گرد و خاک خیلی داخلش نرود. یا بعضاً مثلاً

یکی از لوازم کار انتقال تکنولوژی، سازمان است. یک روش، شرکتها و سازمانهای دولتی، یک روش شرکتهای سهامی خاص و عام و روش دیگر می‌تواند شرکتها و اتحادیه‌های تعاونی باشد.

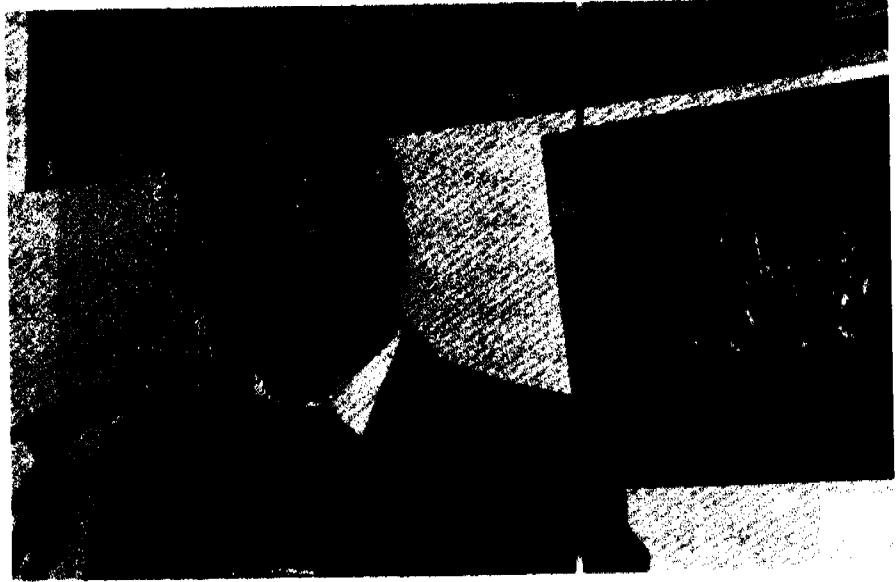
کارگزار، کارشناسان متخصصین و مدیریت نای فهم و دانشمند در چنین مجموعه‌هایی وجود داشته باشند و فضا در آنها، فضای سازندگی بیشتر و بهره‌وری بالاتر و کسب عزت و افتخار برای خودشان و سازمانشان و کشورشان باشد. و مجموعه بتواند از این یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری، یک میلیارد دلار محصول به جامعه تحویل بدهد.

در این مجموعه، همه چیز به همدیگر پیوند دارد، ماشینش، سطح تکنولوژی‌اش، نیروهای انسانی که باید از این ماشین‌ها بهره‌برداری کنند و مدیریتی که بتواند این مجموعه را به هم دیگر وصل بکند و مهمترین هم همین مدیریت است. هم مدیریت زمانی، هم مدیریت اجتماعی و کلان کشور. منتهی همه اینها به هم پیوسته است.

از بحزم دور نشوم، اگر چه مباحث خیلی متعددی می‌تواند به این بحث مربوط باشد و می‌شود ساعتها از صحبت‌های خود آقایان و خانمها هم استفاده بکنیم.

این سقوله تکنولوژی و انتقال آن و سازمانهایی که بتوانند آنرا ایجاد بکنند و یا به اصطلاح انتقال بدهند و هضم کنند، موضوع بسیار مهم است. ای بسا تکنولوژی‌هایی که از کشورهای دیگر پول داده می‌شود و خریداری می‌شود و بعضی خیال می‌کنند که با پول دادن و خریدن تکنولوژی انتقال می‌یابد. ولی باید توجه داشت که این امر مثل خریدن پرتقال نیست. مثلاً گاهی ۱۰۰ میلیون دلار پول داده می‌شود و یک تکنولوژی ظاهراً خریداری می‌شود و هضم آن به این راحتی نیست و زمان لازم دارد.

مثلاً ولاد مبارکه را فرض کنید که ۴ میلیارد دلار، کم یا بیش برای آن هزینه می‌شود و برای فهمیدن این، برای اینکه آدمهایی بروند و کار مرتبط به آنرا یاد بگیرند و آموزش ببینند و با صورت کاربردی آشنا بشوند و به کشور منتقل بکنند، آیا همین که یک سال بروند آنرا کار بکنند، مثل یک کارگری که ۲۰ سال، در شرکت ایتالیایی کار کرده،



یکی از شرکتهای تعاونی سویس، میگرو نام دارد که در سال ۱۹۹۴، ۱۲ میلیارد دلار فروش داشته است. این شرکت تعاونی، ۱/۶ میلیون نفر از جمعیت ۶/۸ میلیون نفری سویس را زیر پوشش دارد.

می‌توانند آموزش ببینند؟ و آیا اساساً این انسانی که ما برای آموزش می‌فرستیم، مثل آن دیپلمه ایتالیایی است؟ و یا فهم و معور و به اصطلاح نگرشش به تکنولوژی همان گونه است که آن کارگر ایتالیایی می‌فهمد؟ نه اینها اینطوری نیست و به هر حال هم زمان لازم خواهد داشت و هم فضایی آموزش‌گیرنده باید در آن آموزش ببیند و ساخته شود.

انواع سازمانهای اقتصادی

حالا برگردیم به بحث انتقال تکنولوژی که گفتیم یکی از لوازم کار، سازمان است. یک روش، شرکتها و سازمانهای دولتی، یک روش شرکتهای سهامی خاص که امروزه در دنیا به شرکتهای عام تبدیل شده است. نه اینکه خاصها از میدان به در شده‌اند، آنها هم کار خودشان را می‌کنند، منتی آن شرکتهایی که عمده تجارت جهانی را در کشورهای غربی بعهده دارند، شرکتهای بزرگ غربی هستند که معمولاً هم به صورت سهامی عام هستند.

عدد و رقم این شرکتها را شما بالای ۷۰٪ در نظر بگیرید که معاملات تجاری، جهانی را بعهده دارند. ما البته نسبت به آنها عقب

است، گروه‌های صنعتی مثل بهشهر توانسته‌اند سهام جدیدی را منتشر سازند و سرمایه‌شان را از طریق مشارکت مردمی گسترش دهند. ما باید از این روش‌های تجربه شده دنیا برای رشد تکنولوژی در کشور و انتقال تکنولوژی استفاده کنیم و یکی از آن راهها ایجاد شرکتها است البته زمان بورس می‌باید دقت‌های لازم را در معاملاتی که در بورس انجام می‌شود اعمال نماید تا اعتماد بوجود آمده آسیب نبیند. ما در ایجاد شرکتهای سهامی خاص و همچنین شرکت‌های دولتی اقلماً یک چیزی حدود ۱۰۰ سال نسبت به غربها عقب هستیم، سابقه تاسیس اینگونه شرکتها در غرب به سال‌های ۱۸۳۰-۱۸۴۰ حتی جلوتر برمی‌گردد. مثلاً بینید کمپانی هند شرقی را انگلیسی‌ها چه زمانی ایجاد کردند؟ چقدر هم گسترده فعالیت نمودند. حتی از طریق آن شرکتها توانستند سیاستهای استعماری خودشان را در شبه قاره هند اعمال کنند و یا شرکت‌های نفتی اروپایی و امریکایی در نیمه دوم قرن نوزدهم رقابت‌های فشرده‌ای را در روسیه تزاری و مناطق نفت‌خیز باکو پشت سر گذاشتند.

سازمانهای موفق تعاونی

این عقب‌ماندگی اختصاص به تاسیس شرکت‌های خصوصی یا دولتی ندارد، از لحاظ شرکت‌های تعاونی نیز شاهد عقب‌ماندگی هستیم. شما ببینید که اولین شرکت تعاونی دنیا به شکل منسجم و اینکه اساسنامه خاص داشته باشد، در سال ۱۸۴۴ در راجدیل انگلستان در نزدیکی‌های منچستر ایجاد شد.

بعضی جاها از تعاونی‌ها به خوبی استفاده کرده‌اند. مثلاً در سوئیس دو شرکت مهم تعاونی وجود دارد که یکی از آنها میگرو نامیده می‌شود که در سال ۱۹۹۴، ۱۲ میلیارد دلار فروش داشته است، یعنی تقریباً معادل فروش نفت ما. این شرکت از جمعیت ۶/۸ میلیون نفری سوئیس ۱/۶ میلیون نفر را تحت پوشش داشت.

شرکت تعاونی دیگری در سوئیس وجود

هستیم، شرکت‌های سهامی خاصمان عقب است. از عمر شرکت‌های سهامی خاص در کشور ما بیش از ۵۰، ۶۰ سال نمی‌گذرد. سابقه شرکت‌های سهامی عام ظاهراً از سال ۴۶ به این طرف است، آنهم به زور قانونمدی و اینکه کارگران را در بنگاههای اقتصادی الزاماً باید مشارکت داد. حالا اینکه این قانون هم درست اجرا شد یا نشد، اصلاً بحثی نمی‌کنم. ولی به زور قانون در کشور ما خواسته‌اند که سهامی‌های عام را راه بیاندازند و بدلیل فقدان فضا و فرهنگ مشارکت عمومی، اینگونه شرکتها توسعه لازم را پیدا نکرده است.

این بحث شرکت‌های سهامی عام در کشور نه قبل از انقلاب توانست جای خودش را پیدا بکند نه حتی بعد از انقلاب، تا همین چند سال پیش که فعالتر کردن بورس جزو سیاستهای دولت قرار گرفت. اگر چه هنوز هم شرکت‌های سهامی عامی که بتوانند به شکل گسترده از مشارکت مردم استفاده کنند وجود ندارند و بوجود نیامده‌اند. شرکت‌های قدیمی هم مثل ایران خودرو و دیگران، هم در حد محدودی فعالیت کرده‌اند.

اخیراً به هر ترتیب، یک حرکتی راه افتاده

برای مشارکت در توسعه و سازندگی کشور و برای ابداع تکنولوژی و یا انتقال آن، شما می‌توانید شرکتهای تعاونی چند منظوره عام تشکیل دهید. تعاونی چند منظوره می‌تواند: تولید کند، توزیع کند و یا در ساخت مسکن، طراحی‌ها و مشاوره‌ها مشارکت نماید و یا کار نظارت انجام دهد و حتی دانشگاه تاسیس کند.

درد بنام کپ (Coop)، مخفف کئوپراتیو (Cooperative)، شرکت کپ هم در سال ۱۹۹۴، ۱۰ میلیارد دلار فروش سالیانه داشت، فروشش هم خرده‌فروشی بوده، بنابراین هر دو تای اینها شرکتهایی هستند که مایحتاج مردم را تامین می‌کنند، ضمن اینکه سرمایه‌گذاری‌هایی هم کرده‌اند. کارخانه هم دارند و موسسات دیگری هم ایجاد کرده‌اند که به آن شرکت مادر، خدمات می‌دهند. در آن شرکت اول، سالیانه ۵۰ میلیون دلار برای چاپ یک مجله هزینه می‌شود. که نسخه‌های آن به دست همه اعضا می‌رسد.

هر وقت در ایران صحبت از تعاونی می‌کنیم بعضی‌ها خیال می‌کنند تعاونی یعنی فقط همین تعاونی‌هایی که در محلات هستند و نخود و لوبیا می‌فروشند و گاهی هم با شهروروستا اشتباه می‌کنند حال آنکه، این طور تعاونی‌های معظمی هم در دنیا وجود دارند. شرکت تعاونی میگو و سالانه ۱۲۰ میلیون دلار صرف هزینه‌های فرهنگی می‌کند.

نحوه تشکیل آن شرکت هم جالب است به این شکل بوده است که آقا و خانمی به نام «تات و ایلر» در سال ۱۹۲۵ یک شرکتی درست کرده بودند به نام میگو. خدا به اینها بچه نداده بود و اینها تا سال ۱۹۴۱ کار می‌کنند. بعد به این فکر می‌افتند حالا که خدا به آنها بچه نداده این شرکت را از خودشان باقیات و الصالحات قرار بدهند. بعضی‌ها خیال می‌کنند باقیات و الصالحات مخصوص ما است. نه خیر، آنها هم دارند. بعد این آقا و خانم سهام ۳۰ فرانکی چاپ می‌کنند و این سهام را بین مشتریانشان توزیع می‌کنند و می‌گویند بخش قابل توجهی از این سرمایه‌ای که حاصل شده در اثر خرید شما آقایان و خانم‌ها از شرکت ما جمع شده است. ما این

۳۰ فرانک را به شما بلاعوض می‌دهیم. ۳۰ هزار قبض در آن سال چاپ می‌کنند و بین مردم توزیع می‌کنند و امروزه هم هنوز سهام می‌فروشند و مردم هم استقبال می‌کنند.

یا مثلاً شرکتی هست در ایتالیا به نام «ساکمی» شاید بعضی‌ها با آن آشنا باشند. این شرکت «ساکمی» ایتالیا که سازنده ماشین آلات کاشی و چینی و امثال آن است، یک شرکت معتبری است که قبلاً یک شرکت خصوصی بود و ورشکست شده بود. یک خانمی (قابل توجه خانمهای مجلس) از کارکنان این شرکت ساکمی علمدار قضیه می‌شود و آقایان و خانمها «کارکنان کارخانه» را بسیج می‌کنند که یک تعاونی درست می‌کنیم بین خودمان و این شرکت را اداره می‌کنیم و نمی‌گذاریم که از بین برود و الان هم آن شرکت به شکل تعاونی اداره می‌شود.

مورد مهم دیگری که در مورد تعاونی می‌خواهم مثال بزنم اتحادیه بین‌الملل تعاون است. این اتحادیه در سال ۱۸۹۵ میلادی بوسیله تعاونیهای معتبر آنروز در شهر منچستر انگلستان بنیانگذاری شده است و تنها اتحادیه به این وسعت است که در طی یکصد سال گذشته علیرغم جنگها و افت ذخیره‌های اقتصادی، سیاسی، فوهنگی، همچنان پابرجاست و در شهریور ماه امسال (۷۴) یکصدمین سال خود را پشت سر گذاشت و امروزه بیش از ۷۵۰ میلیون نفر از طریق عضویت در تعاونیهای کشورهای خود به نوعی به این اتحادیه اتصال دارند و در این میان عضویت شرکت‌های تعاونی اروپایی چشمگیرتر است.

خوب، تعاونی‌ها یکی قالب‌هایی هستند که می‌توانند به شکل عام مشارکت مردم را در سرمایه‌گذاری، خلق و یا انتقال تکنولوژی

جلب کند. من در صدد نیستم که نقش شرکتهای سهامی عام را نفی کنم و بگویم که به جای آن تعاونی‌ها را بگذارید. آن نوع شرکت‌ها در جای خودشان عمل کنند، اینها هم در جای خودشان هر دو اینها ابزارهایی هستند که می‌توانند در این راه به کشور خدمت کنند، هم در زمینه توزیع و هم از حیث تولید، و بخش تاون قدری وسیع‌تر عمل می‌کنند و با توجه به قانون اساسی و قانونی که ما داریم، در همه زمینه‌ها می‌تواند به فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی ردم شکل دهد.

من ادل بحثم را در همین جا خلاصه می‌کنم، اگر چه می‌تواند کش‌دارتر از این باشد. بهتر است نتیجه‌گیری کنم و نظر اجرایی را که قبلاً با بعضی برادرها صحبت کرده‌ایم خدمت شما عرض کنم.

الان در جمعی که شما هستید با در نظر داشتن تعداد دیگری که حضور ندارند (بیش از ۳۰۰ نفر در این انجمن عضو هستند). این انجمن را این مجموعه، به خیلی از منابع اطلاعاتی خارج از کشور و دانشگاه‌های خارج از کشور، ممکن است دسترسی داشته باشد. این انجمن می‌تواند ارتباطات تنظیم شده‌ای را با دوستانی که الان در خارج تحصیل می‌کنند ایجاد بکند. به نظر بنده برای اینکه انجمن بتواند در کارهای مربوط به سازندگی هم مشارکت کند خیلی مطلوب و لازم است شرکتی تاسیس کند. انجمن به خودی خود نمی‌تواند در کارهای مربوط به سازندگی و تجارت مشارکت جدی داشته باشد ولی می‌تواند در سیاست‌گذاریها کمک بکند، در مشاورتها کمک کند.

بالاخره انجام کارهای اقتصادی، تجاری و توسعه‌ای، قالب و ابزار لازم دارد. قالب آن هم شرکت است، شرکتی که بتواند با شرکتهای مختلف دنیا و شرکتهای داخل کشور رقابت کند، کار گیرد و بین اعضا توزیع کار کند از آنها استفاده بکند، آنها را برای مشارکت در توسعه و سازندگی کشور و برای ابداع تکنولوژی و انتقال تکنولوژی به کشور سازماندهی کند.



پزشک باشند بروند بیمارستان سازند کشور نیازمند بیمارستانهایی است که بتواند به مردم خدمت ارائه دهند. در قالب تعاونی‌های چندمنظوره هم می‌شود این کار را کرد، الان هم دارد انجام می‌شود، ایده آل‌های نشدنی هم نیست. الان در شیراز بیمارستانی به شکل تعاونی در حال احداث است. در کرمانشاه و اسلام‌آباد غرب هم همین‌طور. در تبریز واحدهایی از این قبیل، بزرگ و کوچک بزودی ساخته می‌شوند.

بنابراین، تعاونی فقط تعاونی مصرف نیست، بلکه همه ابعاد را شامل می‌شود. تعاون یکی از بخش‌های اقتصادی کشور است و هر کار اقتصادی را اگر بشود به شکل دولتی و خصوصی انجام داد، به شکل تعاونی هم می‌شود.

به هر حال من دعوت می‌کنم از آقایان و خانمهای عضو این انجمن که در این شرکتی که بعضی از برادرها پیش قدم شده‌اند و می‌خواهند تاسیس کنند مشارکت جدی داشته باشند. ممکن است پولی و سرمایه‌ای هم داشته باشید، ولی مهمترین سرمایه شما علم و فنی است که یاد گرفته‌اید و این سرمایه هم از آن سرمایه‌هایی است که کمتر از درآمدهای مادی آسیب‌بردار است، اگر چه همه این سرمایه‌ها هم یک روزی نخواهند بود. هر انسانی یک روزی باید هر آنچه را که امروز می‌گوید مال من است، بگذارد و برود. ولی تا وقتی که این انسان زنده است احتمال خطر برای مالش بیشتر است تا خطر برای علم و فنش و تکنیکش.

بنابراین قبول بکنیم که مهمترین سرمایه شما علمتان و فنتان و فصلتان است. البته این کار سرمایه مادی هم لازم دارد. بدون سرمایه مادی کار مادی انجام نخواهد شد. خداوند عالم هم برای انجام هر کاری یک سری علل و اسباب و وسایلی قرار داده است. سرمایه مادی هم لازم است.

تاسیس این شرکت تعاونی چند منظوره عام می‌تواند یکی از آن بستریهایی باشد که در جهت رشد و تعالی کشور و سازندگی کشور و

تعاون یکی از بخش‌های اقتصادی کشور است و هر کار اقتصادی را اگر بشود به شکل دولتی و خصوصی انجام داد، به شکل تعاونی هم می‌شود. من از شما دعوت می‌کنم در شرکتهای تعاونی مشارکت جدی داشته باشید.

شرکت تعاونی چندمنظوره

آقایان می‌توانند شرکت سه‌می خاص ایجاد کنند، منتهی با توجه به ابعاد قبیله و تعداد آقایان که اینجا حضور دارند و تخصص‌های مختلفی که دارای آن هستند، و اینکه شرکت سهامی خاص غالباً به یک زمینه خاص منتهی می‌شود. بنظر می‌رسد که سهامی خاص بستر مناسبی نباشد. ولی اگر یک شرکت سهامی عام و یا تعاونی چند منظوره ایجاد کنیم (و با استفاده از قانون تعاون و مشخصات و ویژگیهایی که برای تعاونی‌های چند منظوره عام تعریف کرده‌ایم) اهداف مختلفی را می‌توانیم تعقیب کنیم.

تعاونی چندمنظوره می‌تواند هم تولید کند و هم توزیع کند. می‌تواند در ساخت مسکن مشارکت کند، می‌تواند در طراحی مشارکت کند، می‌تواند کار مشاوره‌ای انجام دهد، می‌تواند کار نظارت انجام دهد، می‌تواند دانشگاه تاسیس کند، می‌تواند کار آموزشی انجام بدهد، و هر هدفی را که لازم است می‌توان در دل این تعاونی چند منظوره عام تعقیب کرد. منتهی محدودیتهایی هم دارد که

من الان در صدد آن نیستم همه ابعاد قضیه را برای شما بشکافم. از محدودیتهای آن این است که تعداد اعضاء باید از یک حداقلی برخوردار باشد و دوم اینکه آن منظورهایی که می‌خواهیم انجام بدهیم باید برایش طرح و برنامه داشته باشیم. این‌طور نیست شرکتی تاسیس کنیم و کلی‌گویی نمایم برای تضمین حسن انجام کار محدودیت‌هایی تعریف شده است.

خوب شما با این ۳۰۰ و اندی نفر که به اعتقاد من در حال تزیید هم هستید و مرتباً یک تعدادی فارغ‌التحصیل می‌شوند و به جمع شما می‌پیوندند، می‌توانید افرادی را که امروزه در خارج تحصیل می‌کنند نیز عضو کنید. آنوقت پروژه‌ها و طرحها را تعریف می‌کنید. یعنی این تعاونی چندمنظوره به هر حال بستری است از آن بسترها و ابزارهای لازم برای ابداع و انتقال تکنولوژی و رشد تکنولوژی برای تعالی کشور، افتخار کشور، عزت کشور.

ما اگر یک مجموعه‌ای داشته باشیم پیش از ۳۰۰ نفر متخصص در سطح دکترا، در رشته‌های مختلف، تعدادی ممکن است

گزارش عملکرد تبصره ۳ قانون بودجه سال ۷۴

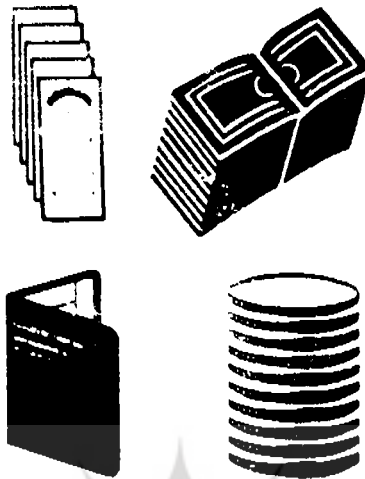
مربوط به تعاونیهای تحت پوشش وزارت تعاون تا پایان دی ماه ۱۳۷۴

براساس مفاد بند د تبصره ۳ قانون بودجه سال ۷۴ مبلغ ۵۰۰ میلیارد ریال اعتبار به تعاونیهای تحت پوشش وزارت تعاون اختصاص یافته که مبلغ ۴۰۰ میلیارد ریال آن به موجب اولین مصوبه کمیسیون بند ک تبصره فوق بین استانها تقسیم شده است.

با وجود تصویب آئین نامه اجرایی فوق در تاریخ ۷۴/۴/۴ و ابلاغ آن در تاریخ ۷۴/۴/۱۱ تعیین سهم بانکهای عامل در تاریخ ۷۴/۵/۱۲، از آنجایی که جهت ایجاد امکان استفاده از اعتبار این تبصره بعد از ابلاغ بانک مرکزی ح.ا.ا. توزیع استانی اعتبار توسط بانکهای عامل صورت میگیرد اما عملاً آخرین مرحله ابلاغ تبصره ۳ توسط بانکها تا تاریخ ۷۴/۷/۲۵ به صورت کامل انجام نگردید. با توجه به موارد فوق الذکر عملاً امکان استفاده از تسهیلات تبصره ۳ در ۷ ماهه اول سال جاری میسر نگردید، به عبارتی آنچه که تحت عنوان گزارش عملکرد تبصره ۳ تا پایان دی ۷۴ ارائه میگردد. گزارش تبصره در ۴ ماهه مهر، آبان، آذر و دی ۷۴ می باشد. براساس گزارشهای دریافت شده از ادارات کل تعاون استانها، طرحهای ارسال شده به بانکهای عامل تبصره، تعداد ۹۰۲ طرح با حجم کل سرمایه گذاری به میزان ۵۳۰/۶ میلیارد ریال بوده است.

۱- توزیع طرحها براساس نوع فعالیت

از مجموع ۹۰۲ طرح ارسال شده به بانکهای عامل ۴۲۴ طرح مربوط به صنعت، ۳۰۶ طرح مربوط به کشاورزی، ۱۳۰ طرح مربوط به خدمات و آموزش و ۴۲ طرح مربوط به معدن بوده است. همچنین از مجموع



طرحها تعداد ۶۹۶ طرح با حجم کل تسهیلات درخواستی ۲۹۵ میلیارد ریال در ردیف طرحهای مقدماتی و ۲۰۶ طرح با حجم کل تسهیلات درخواستی ۵۴/۹ میلیارد ریال در ردیف طرحهای تکمیلی قرار داشته اند.

۲- موافقتهای اصولی صادر شده

موافقت اصولی اخذ شده تعاونیها از دستگاههای مختلف نشان می دهد که ۳۴/۷ درصد موافقت اصولی صادر شده برای طرحهای مورد گزارش از طرف وزارت صنایع، ۳۵/۸۱ درصد توسط وزارت جهاد سازندگی، ۴/۵۵ درصد توسط وزارت کشاورزی، ۴/۳۲ درصد توسط وزارت معادن و فلزات، ۴/۴۳ درصد توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ۱۶/۱۹ درصد توسط وزارت آموزش و پرورش صادر گردیده است.

۳- سرمایه گذاری

بررسی طرحها نشان می دهد برای اجرای

۹۰۲ طرح تولیدی، خدماتی و آموزشی نیاز به ۵۳۰/۶ میلیارد ریال سرمایه گذاری می باشد که از ۳۴/۱٪ آن توسط تعاونگران، سرمایه گذاری خواهد شد و تامین ۶۵/۹٪ آن معادل ۳۴۹/۹ میلیارد ریال سهم سیستم بانکی خواهد بود. برای این منظور جهت گیری وزارت تعاون در تامین هر چه بیشتر سهم آورده مغاضبان ساماندهی می گردد تا فرصت بهره گیری مغاضبان بیشتری برای تحقق بند ۲ اصل ۳۳ قانون اساسی فراهم گردد.

۴- سرانه سرمایه گذاری

سرانه سرمایه گذاری ۹۰۲ طرح معادل ۵۸۸ میلیون ریال بوده است که این نسبت در طرحهای تولیدی و خدماتی به ترتیب در بخش صنعت ۷۵۵ میلیون ریال، بخش معدن ۵۵۰/۸ میلیون ریال، بخش خدمات ۴۹۵ میلیون ریال و بخش کشاورزی ۴۰۲ میلیون ریال مورد بررسی قرار گرفته است.

سرانه سرمایه گذاری اعضا در تعاونیهای تولیدی و خدماتی مبلغ ۴۶/۸ میلیون ریال و سرانه تسهیلات بانکی مورد نیاز هر عضو در تعاونیها، فوق مبلغ ۳۰/۵ میلیون ریال بوده است.

در نتیجه سرانه آورده هر عضو در سرمایه گذاری طرحهای تعاونی تولیدی و خدماتی تا پایان دی ماه ۷۴ به میزان ۱۶/۳ میلیون ریال گردیده است.

از مجموع ۹۰۲ طرح (با حجم کل سرمایه گذاری ۵۳۰/۶ میلیارد ریال) ارسال شده به بانکهای عامل مبلغ ۳۴۹/۹ میلیارد ریال توسط سیستم بانکی تامین و پرداخت خواهد شد و تامین مابقی تفاوت آن برعهده مغاضبان طرحها خواهد بود. توزیع طرحها در

ردیف	تعداد طرح	اعتبار درخواستی (میلیارد ریال)	بانک عامل	درصد به کل تسهیلات درخواستی
۱-	۲۹۸	۷۷/۹	کشاورزی	۲۲/۳
۲-	۲۴۰	۱۵۵/۵	صادرات	۴۴/۴
۳-	۱۱۷	۶۸/۱	ملت	۱۹/۵
۴-	۵۷	۱۷/۲	ملی	۴/۹
۵-	۵۳	۱۵/۷	سپه	۴/۵
۶-	۳۷	۱۵/۵	تجارت	۴/۴
کل	۹۰۲	۳۴۹/۹		۱۰۰

سرمایه گذاری مورد نظر به میزان ۲۶۲/۹ میلیارد ریال می باشد. تسهیلات درخواست شده از سیستم بانکی برای تعاونیهایی که اعضاء آنان را اینثارگران تشکیل می دهد به میزان ۱۷۵ میلیارد ریال (معادل ۶۶/۶ درصد کل سرمایه گذاری اعضاء اینثارگران) بوده است. ۴۴/۸ درصد از طرحهای تعاونیهایی که دارای اعضاء اینثارگر می باشد، در مناطق محروم اجرا خواهد شد.

لازم به توضیح است ۱۰/۹ درصد از مجموع ۹۰۲ طرح با حجم سرمایه گذاری ۵۹/۶ میلیارد ریال (معادل ۱۱/۲ درصد حجم سرمایه گذاری کل) متعلق به تعاونیهایی است که حداقل هشتاد درصد اعضاء آنان را اینثارگران تشکیل داده اند.

۸- وضعیت تحصیلات در تعاونیهایی تولیدی، خدماتی و آموزشی

۸-۱- تحصیلات اعضاء

بررسی میزان تحصیلات اعضاء ۸۲۳ طرح تعاونی تولیدی، خدماتی و آموزشی نشان می دهد که ۱۳/۹ درصد از اعضاء دارای تحصیلات لیسانس و به بالا ۸۰٪ درصد فوق دیپلم، ۲۵/۷ درصد دیپلم و ۴۲/۸ درصد دارای تحصیلات زیر دیپلم می باشند. میزان تحصیلات ۱۶/۸ درصد از اعضاء مشخص نمی باشد.

۸-۲- تحصیلات مدیران

بررسی میزان تحصیلات مدیران تعاونی های فوق نشان می دهد که ۳/۵ درصد از مدیران دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر، ۱۵/۱ درصد لیسانس، ۶/۸ درصد فوق دیپلم، ۳۱/۹ درصد دیپلم و ۳۶/۴ درصد دارای تحصیلات زیر دیپلم می باشند.

۷- طرحهای مناطق محروم و اینثارگران

۷-۱- طرحهای مناطق محروم

اجرای ۴۱/۷ درصد از کل طرحها مربوط به مناطق محروم می باشد، حجم کل سرمایه گذاری این طرحها به میزان ۲۳۲ میلیارد ریال که تسهیلات مورد نظر از سیستم بانکی به میزان ۱۴۹/۹ میلیارد ریال معادل ۶۴/۶ درصد کل سرمایه گذاری تقاضا گردیده است.

تعداد اشتغالزایی طرحهای مناطق محروم ۵۹۷۵ نفر (معادل ۱۵ درصد کل اشتغال طرحها) می باشد.

با توجه به الزام قانونی بند (ی) تبصره ۳ قانون بودجه سال ۱۳۷۴ مبنی بر تخصیص ۴۰٪ از تسهیلات اعتباری تبصره فوق به مناطق محروم، ملاحظه می گردد که ۴۲/۹ درصد از تسهیلات درخواست شده از مجموع ۹۰۲ طرح مربوط به مناطق محروم بوده است.

۷-۲- طرحهای اینثارگران

تعداد ۱۴۶۹۶ نفر اینثارگر در ۴۶۲ طرح از مجموع ۹۰۲ طرح تعاونی عضویت دارند که تعداد اشتغال آنان ۷۹۲۴ نفر بوده (معادل ۱۹/۸ درصد کل اشتغال طرحها) و حجم

بانکهای عامل به صورت ذیل بوده است:

۶- اعضاء و اشتغال

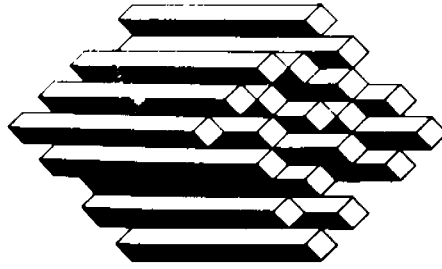
تعداد اعضاء ۹۰۲ شرکت تعاونی که طرحهای تولیدی، خدماتی و آموزشی آنان به سیستم بانکی ارجاع گردیده است، ۱۰۴۰۶۶ نفر بوده که با به مرحله اجراء درآمدن طرحهای مورد نظر، اشتغالزایی آن ۴۰۰۸۸ نفر می گردد.

اشتغالزایی طرحهای تکمیلی ۱۴۸۱۹ نفر و اشتغالزایی طرحهای مقدماتی ۲۵۱۱۹ نفر خواهد بود.

۹۴۲۴۲ نفر از مجموع ۱۰۴۰۶۶ نفر در قالب ۷۹ طرح تولیدی در تعاونیهایی چند منظوره و مرزنشینان عضویت دارند.

تعداد اعضاء تعاونیهایی تولیدی خدماتی ۹۸۲۴ نفر بوده که در قالب ۸۱۳ طرح تولیدی، خدماتی و آموزشی و با اشتغالزایی ۱۰۷۹۹ نفر قرار گرفته اند. نسبت اعضاء به شاغلین در تعاونیهایی تولیدی و خدماتی که شاخص مهمی برای سنجش و ارزیابی اجرای عدالت اجتماعی، گسترش مالکیت، و رفع استثمار می باشد، ۹۱ درصد بوده که در مقایسه با شاخص فوق در سال گذشته (۵۵ درصد) از رشد بسیار چشمگیری برخوردار بوده است.

بهره‌براری از معادن



گزارش عملکرد شرکتهای تعاونی معدنی و مقایسه آن با کل کشور

در سال ۱۳۷۳

دفتر تولید و خدمات تولیدکنندگان

مقدمه

بر اساس آمار ارائه شده از سوی وزارت معادن و فلزات در سال ۷۳ از ۱۸۰۰ معدن دارای مجوز بهره‌برداری ۱۳۰۹ مورد آن دارای فعالیت بهره‌برداری بوده‌اند که در این بین از ۱۳۰۹ معدن فعال کشور در سال ۷۳ جمعاً ۶۶/۸۳۵ میلیون تن مواد معدنی استخراج شده است. بر مبنای یافته‌های آماری اعلام شده، در میان معادن کشور از نظر نوع مواد معدنی بیشترین تعداد معادن و میزان استخراج به ترتیب با ۹۲۷ مورد و ۱۶۴ و ۴۴۶ و ۴۳ تن مربوط به معادن مصالح ساختمانی بوده است.

شرکت‌های تعاونی معدنی با انجام استخراج واقعی ۱۲/۱۷۱ میلیون تن، معادل ۱۸/۲۱٪ از کل میزان استخراج مواد معدنی کشور را بر عهده دارند.

گزارش حاضر کوششی است در بیان عملکرد شرکتهای تعاونی معدنی در سال ۷۳ و مقایسه فعالیت و جایگاه آنها در کل فعالیت معدنی کشور که با مساعی و همت کارشناسان و مدیریتهای ذربط در اداره‌های کل تعاون و معادن فلزات کشور تهیه گردیده است.

ضمن تشکر از کلیه همکاران و دست‌اندرکاران و واحدهای مربوطه امید

می‌رود که با رفع کاستی‌های موجود زمینه مناسبتری جهت رشد و توسعه و گسترش فعالیت و موقعیت تعاونیها در امر معدن فراهم شود.

آمار شرکتهای تعاونی معدنی

تا پایان سال ۷۳ تعداد شرکتهای تعاونی معدنی به ثبت رسیده به ۹۴۱ مورد رسیده است که تعداد ۸۶ مورد از شرکت‌های مزبور در سال ۷۳ به ثبت رسیده‌اند.

استانهای تهران، اصفهان، لرستان و خراسان به ترتیب با تحت پوشش قراردادن ۲۳۳، ۸۰، ۷۵ و ۶۸ مورد بیشتر از سایر استانها و استانهای ایلام، خوزستان، هرمزگان و سیستان و بلوچستان به ترتیب با ۵، ۵، ۶ و ۶ تعاونی به ترتیب کمتر از سایر استانها تشکیل تعاونی داده‌اند.

از ۹۴۱ شرکت تعاونی ۱۵۰ مورد در معادن شن و ماسه فعالیت داشته و ۷۹۱ مورد در سایر معادن (غیر از شن و ماسه و خاک رس معمولی) فعالیت دارند.

توضیح اینکه در گزارش ارائه شده عملکرد معادن غیر شن و ماسه و خاک رس معمولی مورد بررسی قرار گرفته است.

در سال ۷۳ از ۶۲۱ معدن تحت بهره‌برداری شرکتهای تعاونی معدنی ۴۵۹ معدن دارای عملکرد استخراجی بوده و از ۱۶۲ معدن نیز عملکرد استخراج مواد معدنی گزارش شده است.

از عده دلائل عدم بهره‌برداری از ۱۶۲ معدن مزبور می‌توان تجهیز و آماده‌سازی تعدادی از آنها، عدم بازار فروش - مشکلات ناشی از نرزش ماشین‌آلات سنگین و سایر هزینه‌ها را نام برد.

با این وجود تعداد معادن فعال در بخش تعاون از ۴۱۲ معدن در سال ۷۲ به ۴۵۹ معدن در سال ۷۳ رسیده و افزایشی معادل ۱۱/۴۱ درصد را نشان می‌دهد.

این نرزش در معادن سنگهای تزئینی معادل ۷/۷٪ در معادن مصالح ساختمانی ۱۵٪ و رکانیهای صنعتی ۲۶/۵ درصد بوده است.

ضمناً درصد معادن فعال مورد بهره‌برداری تعاونیهای معدنی برابر با ۷۴٪ و در کل کشور معادل ۱۶ / ۷۰٪ درصد است.

همچنین از ۶۲۱ مورد مجوز بهره‌برداری ۶۲ مورد به صورت قرارداد پیمانکاری بوده که بر اساس آن شرکت‌های تعاونی در سینه کارهای معدن تحت بهره‌برداری شرکتهای دولتی به بهره‌برداری اشتغال دارند.

در طی سال ۷۳ شرکتهای تعاونی معدنی به مقدار ۱۲/۱۷ میلیون تن مواد معدنی استخراج نموده که نسبت به سال ۷۲ با ۱۰/۶۸۷ میلیون تن مواد معدنی بهره‌برداری شده، رشدی معادل ۱۳/۹ درصد را نشان می‌دهد.

به طوری که ملاحظه می‌شود رشد میزان استخراج معادن (۱۳/۹ درصد) بیشتر از رشد افزایش تعداد معادن (۱۱/۴ درصد) تعاونیها بوده است.

ضمناً درصد مواد معدنی بهره‌برداری شده توسط تعاونیها نسبت به کل مواد معدنی

میزان استخراج مواد معدنی در استانهای مذکور برابر جدول ذیل بوده است.

نام استان	بیشترین مقدار (تن)	کمترین مقدار (تن)	درصد بر کل
تهران	۲۵۸۲۱۳۱	-	۲۱
سمنان	۲۱۶۰۵۳۰	-	۱۸
فارس	۱۱۵۰۶۶۴	-	۹/۵
خراسان	۱۰۶۸۸۸۰	-	۸/۷۸
اردبیل	-	۰/۲۸	-
گیلان	-	۱۰۲۴	-
سیستان و بلوچستان	-	۱۰۵۰	-

بهره برداری شده کشور در سال ۷۰، معادل ۱۴/۹ درصد بوده و این رقم در سال ۷۳ به ۱۸/۲۱ درصد رسیده است.

برحسب آمار ارائه شده رشد میزان استخراج مواد معدنی در سنگهای تزئینی و نما ۱/۴۸٪ در مواد اولیه مصالح ساختمانی ۱۶/۴۳ درصد و در معادن فلزی و ذغال سنگ ۱۰/۴ درصد و در سایر مواد معدنی ۸/۵ درصد بوده است.

ردیف	نام استان	(تن)	به کل
۱	آذربایجان شرقی	۳۶۳۳۳۵	٪۲/۹۸
۲	آذربایجان غربی	۳۲۴۸۶۶	٪۲/۶۷
۳	اصفهان	۷۷۴۳۶۱	٪۶/۳۶
۴	اردبیل	۸۲۸	٪۰/۰۷
۵	ایلام	۶۶۰۷۰	٪۰/۵۴
۶	یوشهر	۲۳۸۷۷۵	٪۱/۹۶
۷	تهران	۲۵۸۲۱۳۱	٪۲۱
۸	چهارمحال و بختیاری	۶۵۷۹۰	٪۰/۵۴
۹	خوزستان	۲۴۵۳۲۱	٪۲
۱۰	خراسان	۱۰۶۸۸۸۰	٪۸/۷۸
۱۱	زنجان	۳۱۱۱۱۱	٪۲/۵۶
۱۲	سیستان و بلوچستان	۱۲۵۰۰	٪۰/۱
۱۳	سمنان	۲۱۶۰۵۳۰	٪۱۸
۱۴	فارس	۱۱۵۰۶۶۴	٪۹/۵
۱۵	کردستان	۱۴۴۰۰۰	٪۱/۲
۱۶	کرمان	۱۳۷۲۰۰	٪۱
۱۷	کرمانشاه	۱۳۷۲۰۰	٪۱
۱۸	کهگیلویه و بویراحمد	۴۰۱۰۰	٪۰/۳
۱۹	گیلان	۱۳۲۴	٪۰/۰۱
۲۰	لرستان	۴۷۲۶۹۲	٪۴
۲۱	مازندران	۸۰۰۴۱۷	٪۶/۶
۲۲	مرکزی	۶۶۳۷۷۱	٪۵/۵
۲۳	هرمزگان	۴۶۱۹۳	٪۰/۴
۲۴	همدان	۷۳۶۸۲	٪۰/۶
۲۵	یزد	۲۹۱۳۴۱	٪۲/۴
	جمع	۲۱۷۱۹۸۲	٪۱۰۰

عملکرد مقایسه‌ای تعاونیهای معدنی با تفکیک استانها

در سال ۷۳ استانهای تهران، سمنان، فارس و خراسان به ترتیب با ۲۱، ۱۸، ۹/۵ و ۸/۷۸ درصد مقدار بیشتری استخراج داشته و استانهای اردبیل، گیلان و سیستان و بلوچستان به ترتیب ۰/۳، ۰/۷ و ۱ درصد مقدار کمتری از استخراج مواد معدنی در کشور را دارا بودند.

استخراج مواد معدنی برحسب نوع مواد معدنی

به منظور سهولت در بررسی انواع مواد معدنی، این مواد در سه گروه مصالح ساختمانی، سنگهای تزئینی و کانیهای فلزی به صورت زیر تقسیم بندی شده‌اند:

الف - بخش مصالح ساختمانی:

تعاونیهای معدنی در ۵۰۶ معدن و سینه کار در معادن مصالح ساختمانی دارای مجوز بهره‌برداری و یا قرارداد پیمانکاری می‌باشند. ظرفیت بهره‌برداری این تعداد معادن برابر با ۱۵/۵۱ میلیون تن می‌باشد.

برحسب گزارشات ارائه شده در ۳۷۹ معدن از ۵۰۶ معدن مزبور عملکرد استخراجی گزارش شده است. میزان استخراج واقعی بعمل آمده در ۳۷۹ معدن فوق‌الذکر برابر با ۱۱/۱۷۲/۰۶۸ تن بوده است. از ۳۷۹ معدن فعال ۱۹۵ معدن در سنگهای تزئینی و نما با میزان استخراج ۱/۸۹۱/۷۲۶ تن و ۱۸۴ معدن با استخراج ۹/۲۸۰/۳۴۲ تن فعالیت داشته‌اند.

ب - گروه کانیهای فلزی

این گروه از کانیها شامل معادن سنگ آهن، مس، سرب، روی، منگنز و ذغال سنگ بوده و بدلیل اهمیت، حجم سرمایه‌گذاری و وابستگی کارخانجات ذیربط بطور عمده توسط شرکتهای دولتی بهره‌برداری می‌شوند. شرکتهای تعاونی معدنی در این گروه از معادن دارای ۲۷ مجوز بهره‌برداری بوده که ۱۸ مورد آن فعال بوده و جمعاً ۱۴۱/۵۰۰ تن استخراج واقعی داشته‌اند. بیشترین معادن و میزان استخراج مواد معدنی در این گروه مربوط به ذغال سنگ با

تعداد ۱۱ معدن و میزان استخراج ۶۰۷۰۳ تن می‌باشد.

جدول توزیع استانی اعتبار تبصره ۳ در سال ۷۳ و مقایسه آن با سال ۷۲

ردیف	استان	سال ۷۳		سال ۷۲	
		تعداد طرح	وام تصویبی م - ر	تعداد طرح	وام تصویبی م - ر
۱	تهران	۳	۱۰۰۶	۳	۴۴۶
۲	سمنان	۶	۱۱۸۰	۳	۶۰۰
۳	زنجان	۳	۱۰۳۰	۴	۷۲۰
۴	مازندران	۴	۱۲۸۰	۲	۳۷۳
۵	لرستان	۱	۶۰۰	۲	۹۴۶
۶	کهگیلویه و بویراحمد	۵	۵۳۶	۱	۳۲
۷	کردستان	۳	۱۴۱۰	۲	۴۲۰
۸	فارس	۴	۹۸۴	۱	۲۲۰
۹	خوزستان	۲	۳۰۵		
۱۰	اصفهان	۲	۶۷۰	۲	۳۳۸
۱۱	یزد	۲	۶۳۷		
۱۲	آذربایجان شرقی	۱	۳۷	۳	۴۳۵
۱۳	سیستان و بلوچستان	۱	۵۰		
۱۴	چهارمحال و بختیاری	۳	۷۱۲	۲	۳۷۰
۱۵	آذربایجان غربی	۴	۶۵۴	۲	۲۴۰
۱۶	خراسان	۴	۱۴۰۰	۱۱	۳۶۴۸/۱
۱۷	بوشهر	—	—	۲	۵۲/۲۵
۱۸	کرمانشاه	—	—	۹	۱۶۱۱
۱۹	ایلام	—	—	۲	۲۴۰
۲۰	همدان	—	—	۲	۶۳۰
۲۱	کرمان	—	—	۶	۲۱۳۰
۲۲	گیلان	—	—	۲	۷۱۰
	جمع	۴۸	۱۲۴۹۱	۶۱	۱۴۱۶۱

ج - گروه کانیهای غیر فلزی

این گروه از معادن متنوع‌ترین گروه معدنی و شامل ۲۶ نوع ماده معدنی می‌باشد. در بعضی از انواع آن مثل پرلیت، دیاتومیت، فیروزه، پنبه نسوز فقط یک معدن در ایران منحصراً فعالیت دارند. در تعدادی دیگر از این گروه معادن نظیر: سیلیس، سنگ نمک، سولفات دوسود تعداد زیادی در سراسر کشور فعالیت دارند. از ۸۸ معدن مورد بهره‌برداری شرکت‌های تعاونی معدنی دارای مجوز در این گروه ۶۲ معدن آن در سال ۷۳ با میزان استخراج ۸۵۸/۳۹۲ تن فعال بوده‌اند. ظرفیت بهره‌برداری از آنها در سال ۷۳ برابر با ۱/۲۲۲/۰۰۰ تن و ضریب بهره‌برداری از این معادن توسط تعاونیها ۷۰/۲۴ درصد بوده است. بیشترین فعالیت در این گروه مربوط به معادن نمک با استخراج ۴۳۶۱۱ تن توسط تعاونیها بوده است.

پروانه‌های بهره‌برداری صادره در سال ۷۳

در سال ۷۳ برحسب گزارشات واصله جمعاً ۴۲ مورد پروانه بهره‌برداری جدید به نام شرکت‌های تعاونی معدنی صادر گردیده است. ۴۲ پروانه بهره‌برداری صادره شامل ۱۸ مورد استان خراسان ۱۰ مورد استان فارس ۸ مورد استان زنجان ۳ مورد استان آذربایجان غربی ۲ مورد اصفهان و یک مورد کرمان بوده است. (از سایر استانها گزارشی مبنی بر صدور پروانه جدید و اصل نشده است.) همچنین از نظر نوع مواد معدنی در ترکیب این معادن ۲۰ مورد سنگ تزئینی و نما

از محل تسهیلات بانکی و ۶۸/۷۵ درصد آن از طریق آورده اعضا تامین شده است. استانها، سمنان و کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب با ۵ و ۴ طرح معدنی بیشترین تعداد و استانهای کردستان، خراسان، مازندران و سمنان به ترتیب با ۱۴۱۰، ۱۴۰۰، ۱۲۸۰ و ۱۱۸۰ میلیون ریال بیشترین رقم تسهیلات اعطایی را خود اختصاص داده‌اند. اعتبار مصوب تمبره ۳ بخش معدن در سال ۷۳ نسبت به سال ۷۲ از نظر تعداد طرح ۲۷ درصد و از نظر تسهیلات مصوب ۱۳/۳۴ درصد کاهش نشان می‌دهد.

توضیح اینکه در سال ۷۲ جمعاً ۶۱ طرح معدنی از ۱۴/۱۶۱ میلیون ریال تسهیلات تبصره ۳ بهره‌مند شده‌اند.

۱۵ مورد معدن مواد اولیه مصالح ساختمانی و ۷ مورد سایر کانیهای غیر فلزی دیده می‌شود. سرمایه‌گذاری جدید در معادن تحت بهره‌برداری تعاونیها در سال ۷۳ برای راه‌اندازی ۴۲ معدن مورد واگذاری حدود ۳۰۰۰۰ میلیون ریال سرمایه‌گذاری جدید انجام گردیده است سرمایه‌گذاری جدید در معادن قبلی نیز برابر با ۱۰۰۰۰ میلیون ریال گزارش شده است. در سال ۷۳ جمعاً ۴۸ طرح معدنی در ۱۶ استان کشور موفق به اخذ تسهیلات اعتباری تبصره ۳ قانون بودجه به مبلغ ۱۲/۵ میلیارد ریال گردیده‌اند. به طوری که ملاحظه می‌شود جمعاً ۳۱/۲۵ درصد از سرمایه‌گذاری بعمل آمده در تعاونیهای معدنی

جدول مقایسه‌ای وضعیت و عملکرد تعاونیهای معدنی به معادن کشور در سال ۱۳۷۳

درصد فعالیت تعاونیها به کشور	ظرفیت تن	استخراج واقعی سال ۷۳ برحسب تن	تعداد معادن کشور		ظرفیت تن	استخراج واقعی سال ۷۳ برحسب تن	تعداد معادن مورد بهره برداری توانیها		نوع ماده معدنی	ردیف	سنگهای تزئینی	معدنی با اختصاصی
			فعال	غیرفعال			فعال	غیرفعال				
٪۳۵	۶۳۰۷۷۳۴	۴۸۷۶/۴۵۷	۸۶	۲۱۱	۳۶۴۴۶۰۰	۱۷۷۲۲۲۰	۳۰	۱۶۱	چینی و مرمریت	۱		
	۹۲۳۸۵۰	۳۳۱۲۴۰	۱۲	۳۱	۸۶۸۱۰۰	۸۷۸۰۶	۸	۲۰	تراورتن	۲		
	۳۳۹۴۸۰	۸۴/۹۴۳	۱۰	۲۸	۱۹۳۸۰۰	۲۲۴۰۵	۷	۱۰	مرمر	۳		
	۳۶۹۷۷۵	۷۶۱۷۰	۱۷	۲۶	۹۱۵۰۰	۹۱۹۵	۲	۴	گرانیت	۴		
٪۲۴	۱۱۷۱۰۱۰۰	۸۲۳۵۷۷۳	۵۰	۲۰۲	۵۰۸۶۰۵۰	۴۶۲۸۲۲۶	۱۷	۵۹	سنگ گچ	۵	سایر مصالح	
	۲۸۳۲۷۷۶۷	۲۳۵۰۹۱۴۹	۴۰	۱۳۶	۲۶۹۶۰۵۰	۳۲۰۷۲۲۷	۱۲	۴۲	سنگ آهک	۶		
	۱۱۸۴۴۷۶۷	۵۸۶۸۳۵۶	۱۲۳	۲۹۴	۲۶۷۲۹۰۰	۱۱۸۱۲۷۵	۴۹	۷۲	سنگ لانه	۷		
	۱۰۴۵۲۱۲	۴۶۴۰۷۶	۸	۱۹	۲۵۸۹۸۰	۲۶۳۵۹۴	۲	۱۱	یوکه معدنی	۸		
٪۰۷	۵۶۹۹۶۶۷	۴۸۳۵۹۲۸	۵	۲۱	۱۳۳۷۰۰	۵۳۶۳۰	۲	۲	سنگ آهن	۹	مواد معدنی فلزی	
	۴۹۰۷۵۰	۸۲۰۹۵۵	۱۱	۱۱	—	—	۲	—	سرب و روی	۱۰		
	۱۴۱۳۳۴۰۰	۱۳۲۱۳۰۹۵	۴	۸	۴۰۰۰	۵۵۰۰	—	۲	مس	۱۱		
	۹۴۰۰۰	۸۸۳۰۸	۳	۳	۱۹۷۰۰	۷۰۰۰	۱	۱	منگنز	۱۲		
	۱۰۸۸۰۰	۲۷۹۰۶۸	۱	۱۱	—	—	—	—	کرومیت	۱۳		
	۲۵۵۰۰۰	۱۶۴۴۴	—	۴	۳۶۰۰۰	۱۴۶۸۹	—	۲	فلورین	۱۴		
	۲۰۲۰۰۰	۱۴۸۷۱۶	—	۳	—	—	—	—	بوکسیت	۱۵		
	۱۵۰۰۰۰	۱۷۹۰۰۸	—	۱	—	—	—	—	طلا	۱۶		
	۳۰۰	—	—	۱	—	—	—	—	انتیموان	۱۷		
	۱۰۰۰۰	—	—	۳	۱	—	—	—	آلومینت	۱۸		
۱۷۲۷۶۵۰	۸۲۸۶۶۶	۱۱	۵۳	۹۴۰۰۰	۶۰۷۰۳	۴	۱۱	ذغال سنگ	۱۹			
٪۲۹	۲۳۸۵۰۰	۲۶۲۳۱۸	۵	۱۲	۲۱۹۵۰۰	۵۱۰۲۴	۳	۴	دولومیت	۲۰	مواد معدنی غیر فلزی	
	۱۹۹۴۳۵۴	۸۲۶۴۳۴	۲۹	۴۹	۲۱۷۰۰۰	۱۶۸۵۲۵	۳	۷	سیلیس	۲۱		
	۹۰۴۶۵۰	۶۵۱۰۷۴	۱۳	۳۱	۴۶۹۴۵۰	۴۳۹۶۱۱	۹	۲۰	سنگ نمک و نمک آبی	۲۲		
	۳۰۸۲۰۰	۲۲۷۹۶۸	۱۱	۲۵	۴۱۰۰۰	۵۸۴۹۲	—	۶	سولفات سدیم	۲۳		
	۴۴۷۷۴۹	۱۸۷۹۴۱	۱۳	۳۲	۷۸۰۰۰	۲۰۸۷۸	۴	۴	خاک صنعتی	۲۴		
	۱۷۲۲۰۰	۱۴۱۷۶۴	۵	۱۳	۵۱۰۰۰	۱۶۲۴۴	۱	۳	خاک نسوز	۲۵		
	۱۴۱۷۰۰	۱۴۱۵۴۱	۲	۷	۴۵۰۰۰	۵۱۸۱۰	۱	۱	کانولن	۲۶		
	۲۰۵۶۰۰	۱۱۴۶۶۳	۴	۱۵	۱۱۰۰۰	۱۰۰۰	—	۱	باریت	۲۷		
	۱۱۱۷۵۰	۸۶۰۲۲	۶	۱۱	۴۶۸۵۰	۴۴۱۲۴	۳	۵	فلدسپات	۲۸		
	۱۴۷۴۰۰	۸۵۴۰۰	—	۷	—	—	—	—	ماسه ریخته گری	۲۹		
	۸۰۲۰۰	۷۴۰۰۰	—	۳	—	—	—	—	صدف دریایی	۳۰		
	۱۲۷۷۱۰	۵۵۳۶۷	۲	۸	—	۱۲۸۷	—	۲	منیزیت	۳۱		
	۲۵۰۰۰۰	۴۴۱۶۱	۱	۱	—	—	—	—	پنبه نسوز	۳۲		
	۸۱۲۰۰	۳۱۸۷۹	۲	۶	۲۵۹۰۰	۱۳۰۰	—	۱	بتونیت	۳۳		
	۵۴۵۰	۳۱۰۸	۱	۴	۶۲۵۰	—	۱	۱	خاک سرخ	۳۴		
	۱۷۷۵	—	۲	—	—	—	—	—	خاک زرد	۳۵		
	۳۲۴۰۰	۲۵۹۴۶	۲	۵	۴۲۰۰	۱۵۰۰	—	۱	تالک	۳۶		
	۸۸۰۰	۴۳۴۳	۲	۲	۸۹۰	۸۴۳	—	۱	میکا	۳۷		
	۴۵۰۰۰	۱۱۴۰۰	—	۳	—	۴۰۰	—	۱	سلستین	۳۸		
	۸۰۰	۵۱۵	۳	۴	۹۳۰	۵۲۴	—	۳	گل سفید و گل سرشوی	۳۹		
	۸۰۰	۷۶۷	۱	۲	۱۵۰	—	۱	—	زرینخ	۴۰		
	۳۰۰۰	۷۹۴	—	۱	۵۰۰۰	۸۰۰	—	۱	پرلیت	۴۱		
	۲۰۰۰	۶۰۰	—	۱	—	—	—	—	یگماتیت	۴۲		
	۱۲۰۰۰	۸۰۰	۱	۱	—	—	—	—	نسوز آلومینی	۴۳		
	۱۰۰	۱۰۰	—	۱	—	—	—	—	دیاتومیت	۴۴		
۳۷	۸	—	۱	—	—	—	—	فیروزه	۴۵			
٪۱۸/۲۱	۹۱۱۱۷۰۲۷	۶۶۸۳۵۲۴۵	۴۹۱	۱۳۰۹	۱۷۰۲۰۵۰۰	۱۲۱۷۱۹۸۲	۱۶۲	۴۵۹	جمع			

از معادن مورد بهره برداری توانیها تعداد ۶۲ معدن و سینه کار به شکل پیمانکاری بهره برداری می شوند.



گزارش دبیرکل سازمان ملل درباره جایگاه و نقش تعاونیها در روند جدید اقتصادی اجتماعی

نقل از: خبرنامه توسعه اجتماعی، نشریه سازمان ملل نوامبر «۱۹۹۴»

ترجمه: فلورانس پاینده عضو هیئت علمی دانشگاه بوعلی سینا همدان

طی نیمه دوم سال ۱۹۹۳ و نیمه اول سال ۱۹۹۴ مقوله توسعه اجتماعی گرایش عمده و رو به رشد سیاست‌گذاری سازمان ملل بود. شاید بیش از هر زمان دیگر در تاریخ ۵۰ ساله حیات سازمان ملل مسئله توسعه اجتماعی موقعیت عمده و برگزیده‌ای را به خود اختصاص داده که این موقعیت توسط کمیته بین‌المللی به عنوان رویکردهای استراتژیک در جهت حل معضلات جهان معاصر و اتخاذ تصمیم برای اشکال ممکن توسعه و مدیریت اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. در این گزارش، رشد اخیر توسعه اجتماعی از موقعیت تاکتیکی و شاید حاشیه‌ای، به موقعیتی استراتژیک و مسخوری در رویدادها و فرآیندهای متعدد بدل شد که یکی از این مقوله‌های مهم پایگاه و نقش تعاونیها در پرتو روند اجتماعی اقتصادی جدید بود. شرکتهای تعاونی در راستای حرکت خود امکانات سازمانی را فراهم آوردند که بوسیله آنها بخش قابل توجهی از افراد جامعه بتوانند با گسترش همکاریهای اجتماعی به زمینه‌های

ایجاد مشاغل عمده، غلبه بر فقر و گرایش به هم‌نواپی اجتماعی دسترسی پیدا کنند.

مشارکت کنندگان در این شرکتهای پیگیری فعال در زمینه مسایل مورد علاقه خود و حل مشکلات می‌توانند باری از دوش دولت برداشته و در عین حال کالاهای عمومی مهمی را تولید کنند. این شرکتهای تا حد زیادی کالاهای مورد استفاده عموم را در اقتصاد بازاری رواج داده و اساساً با بهبود راندمان و کیفیت بازار و ایجاد محیط عقلایی و مردمی، مدلی برای شکل سازمان اجتماعی با قالب مردمی براساس برابری، عدالت و یارانه‌رسانی

فراهم ساختند. حرکت تعاونی و شورایی قادر است که در مرحله اقتصاد انتقالی و در حال توسعه جهان امروز در زمینه کاهش بیکاری، فقر و عدم یکپارچگی اجتماعی نقش موثری داشته باشد و از آنجا که شرکتهای تعاونی به خاطر موجودیت و وجود گسترده خود، در نیل به شرایطی که جزء اهداف دولتها و جوامع مدنی است موفق می‌باشند یک همکاری موثر

در تمام سطوح بین دولت و شرکتهای تعاونی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای بسیج فعال و تخصصی از سوی دیگر جمعیت‌هایی با تمایزات نژادی و قومی و اجتماعی از جمله اقوام بومی، در شرکتهای تعاونی که خود مالک و هدایت‌کننده فعالیت‌های آن بودند توانستند آزار ارزشمند قدرت اقتصادی را بیابند که در این صورت آنها را قادر می‌ساخت از منابع ملی بهره‌جسته و به بازارهای موجود تحت شرایط منصفانه دسترسی یابند.

هم‌چنین تعاونیها در اقتصاد بازاری پیشرفته وسایلی مناسبی برای مهاجرین فراهم ساختند. عضویت در این تعاونیها وسیله موثری در پیوند مهاجرین و پناهندگان و تمامی افراد بی‌خانمان بود. شرکتهای تجاری تعاونی تا حدی به توان نیروی خنثی‌کننده برای اشکال غیرقابل پادار اقتصادی عمل کردند و در کل قادر بودند تا کالاهای عمومی را با توجه به راندمان بهبود یافته، کیفیت و ثبات اقتصادی به طور انبوه تولید کنند. از آنجایی که شرکتهای تعاونی جاری توسط فشار آسیب‌پذیر اجتماعی، وجود می‌آیند اساساً متوجه افزایش راندمان در فراهم آوردن خدمات با کیفیت بالا برای اعضای خود بوده و نهایتاً دارای عملکرد مثبت برای مزایای اجتماعی اقتصادی گسترده بودند. به عبارت دیگر در ارتباط با ارائه کیفیت خدمات آنها به اعضاء خود به خود در ارتباط با رشد کیفیت اقتصادی تعاونیها شرایطی بوجود آورده‌اند که توسط آنها جریان ثابت سرمایه‌گذاری از بخشهای غیررسمی باعث کارآتر شدن سرمایه‌ها شوند. تعاون با هم‌چنین موجب ترقی بازار مفید شده و اساساً در عین خلاقیت و ابتکار قادر به تولید با کاهش هزینه‌های جانبی شدند. از آنجا که مزایای به دست آمده از کارایی سرمایه‌های آنها فقط اختصاص به خود اعضاء دارد دیگر خلاقیت نیل به ابداع و ابتکار چشمگیر می‌شود ارزش اضافی حاصل از راندمان تجاری افزایش یافته به طور مستقیم و مساوی بین اعضا شرکتهای تعاونی توزیع شده و اکثر آن در جوامعی صرف می‌شد که تعاونی در

آن عمل می‌کرد. افزون بر این با گرایش ثابت اعضایی که تعاونی به منظور خدمت، به علائق آنها حیاتی می‌نمود، فشار روی مدیریت کم شده و تعاونی در جهت نیل به کاری عمل می‌کرد. این واقعیت که میلیونها نفر، عضویت اداری و داوطلبانه در تعاونی در آمدند نشان از مفید بودن آنهاست. رهنمودی دیگر اهمیت بی‌چون و چرا و تاثیرات عمده تعاونیها، تاثیر همه‌جانبه تجربه‌های سرمایه‌گذاری و مهارت‌های سازمانی با رهبری و مهارت‌های تکنیکی اعضاء مدیریت و دیگر اعضاء در محدوده فعالیت‌های دیگر آنها در جامعه می‌باشد. در راستای کارکرد سازمان، تعاونیها، اعضاء با حداقل امکانات آموزشی به دنبال یافتن بیشترین بهره بودند.

برای زنان، افراد جوان، مهاجرین و گروه‌های اقلیت عضویت در تعاونی وسیله مهمی در پیشرفت آموزشی آنها بود. از آنجایی که اعضاء تعاونی از رانندگان ایجاد شده تعاونیها بهره‌مند شده بودند از گیزه آنها یافتند. تا سرمایه‌ای برای جامعه باشد

شرکت‌های تعاونی شرایط مناسبی را در خلق و ایجاد اشتغال فعال، کاهش و حوف فقر و گسترش یکپارچگی اجتماعی فراهم می‌سازند. از جمله موارد مهم برای اعضاء نیل به امنیت

اقتصادی خود و وابستگان‌شان است. تعاونیها در راستای استحکام رابطه فرد و بازار همراه با ضمانت کنترل بر فضای اقتصادی تولید ابزار و وسایل مهم و موثری هستند.

اشتغال در شرکت‌های تعاونی به عنوان اعضای کارگری، کارفرمایان و کارگران غیر عضو مرتباً افزایش می‌یابد و این فزونی اشتغال به خاطر عملکرد موثر اقتصاد ملی امکان‌پذیر می‌شود که ظرفیت و توانایی اعضاء جامعه و به ویژه زنان را در مشارکت منظم در نیروی کاری افزایش می‌دهد. در بسیاری از کشورها بهبود راندمان کار بعضاً به وسیله خدمات و کالای با قیمت مناسب که به وسیله شرکت‌های تعاونی تولید شده ایجاد می‌شود. حداقل قسمتی از این اشتغال منحصرأ ناشی از توانایی حرکت‌های تعاونی‌ها برای تنظیم سیاست‌های عمومی و روند اقتصادی می‌باشد که در آن فعالیت‌های شرکت تعاونی توسعه یافته و نمی‌تواند بوسیله سازمانهای دیگر انجام شوند. شرکت‌های تعاونی وسیله‌ای مهم و غالباً تنها وسیله هستند که توسط آن فقرا و کسانی که در خطر فرایند فقیرتر شدن هستند می‌توانند به مدد آن به امنیت اقتصادی و سطح قابل قبولی از رفاه در جامعه برسند. اشتغال ایجاد شده به وسیله شرکت‌های تعاونی جریان با اهمیتی از

درآمد را برای کاهش فقر در بین قشر وسیعی از مردم ایجاد می‌کند و راه نجاتی است برای دورنگه داشتن توده وسیعی از مردم از دام فقر. در بسیاری از کشورها بخش وسیعی از خدمات ایجاد شده به وسیله شرکت‌های تعاونی در اختیار فقرا قرار گرفته، بگونه‌ای که به غیر از این راه هرگز امکان دسترسی به چنین خدماتی توسط فقرا وجود نداشت.

نقش شرکت‌های تعاونی در حفظ اشتغال کنونی و افزایش آن و هم چنین کاهش و تخفیف فقر وسیله بسیار مهم و اساسی است که توسط آن میلیونها انسان در جامعه می‌توانند یکپارچگی داشته بر گرایش‌های کنونی عدم یکپارچگی غلبه کنند.

از یک سو عضویت زنان در شرکت‌های تعاونی وسیله‌ایست برای قدرت اقتصادی و مشارکت در فعالیت‌های سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از این امکانات و همچنین از طریق بهبود وضعیت زنان، شرکت‌های تعاونی قادر به بهبود وضعیت کودکان نیز می‌باشند. افزون بر این بعضی از شرکت‌های تعاونی ابزار موثری برای یاری رساندن به افراد بزرگسال جامعه می‌باشند این شرکت‌ها مراکز مهمی برای افراد بازنشسته به حساب می‌آیند. تا موفقیت آموزشی خود مدیران و کارمندان را در گسترده‌ای از مهارت‌ها، از باسوادی بزرگسالان تا عملکردهای تجاری بهبود بخشند. علاوه بر استفاده صحیح از منابع انسانی، شرکت‌های تعاونی اغلب باعث قرار گرفتن سرمایه و منابع طبیعی در خدمت اقتصاد بودند. پس‌اندازها و اعتبارات تعاونیها با اعتبارات اتحادیه‌ها قادرند تا از سرمایه‌های موجود حتی در بدترین شرایط از جوامع استفاده کنند. تاثیر شرکت‌های تعاونی بر توزیع درآمد و ثروت باعث کاهش فقر اقتصادی می‌گردد که عدم توازن رمی‌خیزد. در واقع تعاونیها فرصتهایی را که به خاطر عدم توانایی کامل فقرا در مدیریت بر منابع طبیعی و سرمایه انسانی خود از دست می‌روند بازیابی می‌کند. پایین آوردن هزینه‌ها برای جامعه برای بخش وسیعی از محرومین و



بررسی مقایسه‌ای وضعیت عمومی و فعالیت اعتباری

شرکتهای تعاونی اعتباری کشور در سالهای ۷۲-۷۳

از: اداره کل امور تعاونیهای مسکن، مصرف و اعتبار (اداره مصرف و اعتبار)

مقدمه

همگام با تحولات سریع اقتصادی، علاقمندی افراد به افزایش توان اقتصادی به طور توأمان و به صورت انفرادی رو به فزونی است. با مروری بر تجربه کارشناسان سایر کشورها، به نظر می‌رسد در شرایط موجود اقشار کم توان جامعه ما تنها به یاری تشکلهای تعاونی می‌تواند تنگناهای مالی و فشارهای اقتصادی را تعدیل نمایند. از این رو نقش بخش تعاون جمهوری اسلامی ایران که قانوناً وظیفه تولید بخش مردمی اقتصاد را دارد، به عنوان شیوه‌ای عدالت گستر غیر قابل انکار بوده و وظیفه این بخش برای توسعه مجموعه وسیعی که تحت پوشش دارد بسی سنگین است.

حساسیت موضوع تا به اینجاست که جهانیان نیز متفق‌القول تحقق بسیاری از ارزشهای اساسی نظیر برابری، عدل، انصاف و اتحاد در جوامع جهانی را تنها از طریق توسعه نظام تعاونی عملی می‌دانند.

در بین رشته‌های گوناگون فعالیتهای تعاونی در کشور، اهمیت خدمات تعاونیهای اعتبار به عنوان موسسات اعتباری غیرانتفاعی به خصوص برای قشرهای کارمندی و کارگری بر کسی پوشیده نیست. بدین جهت و به لحاظ اهمیت وظیفه‌ای که این دسته از تعاونیها برعهده دارند، ضرورت حمایت قاطع از آنها و سعی در هدایت و جذب نقدینگی‌های مردمی (افزون بر کارگران و کارمندان) می‌تواند ره‌گشای مناسبی در افزایش توان مالی و یاری رساندن به اعضاء اینگونه تعاونیها باشد تا از این طریق بدون درگیری در سیستم

پیچیده بانکی سریعاً موفق به کسب اعتبارات موردنیاز برای رفع نیازهای آنی خود گردند. تعاونیهای اعتبار عتیرغم سابقه فعالیت طولانی خود تاکنون موفق به کسب جایگاه واقعی خود به عنوان پشتوانه مالی در بخش تعاون نگردیده‌اند. از این رو توجه جدی به سیاستگزاری مثبت در امور مربوط به پس‌انداز اعضاء و کمک به شناسایی منابع اعتباری و جذب و توزیع اعتبارات لازم مشکل‌گشای فعالیت آنان خواهد بود.

لهذا از آنجا که عصر حاضر، عصر اطلاعات است و سلامت نظامهای اطلاعاتی در صحت اداره بخشهای مختلف اقتصادی تاثیر مستقیم دارد، تاکنون طبق برنامه و به یاری آمار و اطلاعات موجود، به طور ادواری سلسله گزارشاتی از نحوه فعالیت تعاونیهای اعتبار تهیه شده و اینک گزارشی مقایسه‌ای از وضعیت عملکرد این گونه تعاونیها در سنوات ۷۲ و ۷۳ تقدیم می‌گردد تا شاید از این طریق عندالزوم امکان سیاستگزاریهای حمایتی از آنها فراهم گردد.

به طور خلاصه اطلاعات و آمار ارائه شده در گزارش حاکیست که از مجموع ۶۱۳ تعاونی اعتبار موجود در کشور ۴۲۰ تعاونی فعال و بقیه را کد و فاقد فعالیت مثبت هستند که لزوماً می‌بایست اقدام قاطع نسبت به بازیافت و یا انحلال آنها صورت پذیرد. ضمن آنکه تعاونیهای فعال نیز به گونه‌ای مشمول حمایتهای دولتی گردیده و بعضاً به منظور تقویت بنیه مالی و امکان ادامه فعالیتهای اعتباری تشویق به ادغام در یکدیگر گردند. لازمه ایجاد انگیزه ادغام نیز آموزش مستمر و

ترویج مفهیم تعاونی به طور گسترده در جامعه است:

از کل ۲۰۷۱۸۷ نفر اعضاء تعاونیهای اعتبار حدود ۱/۶۳٪ عضو تعاونیهای اعتبار کارمندی و ۳۶٪ عضو تعاونیهای کارگری و مابقی متعلق به سایر تعاونیهای اعتبار می‌باشند. کل سرمایه تعاونیهای اعتبار در پایان سال ۷۳ به حدود ۴۵۴۸۸ میلیون ریال رسیده که از این مبلغ ۴۲۳۵۱ میلیون ریال یعنی حدود ۱/۹۳٪ متعلق به اعضاء تعاونیهای اعتبار کارمندی و ۳۰۸۵ میلیون ریال به تعاونیهای کارگری و ۵۲ میلیون ریال مربوط به سرمایه اعضاء سایر تعاونیهای اعتبار است.

لازم به ذکر است فزونی سرمایه در تعاونیهای اعتبار کارمندی نسبت به سایر تعاونیها فقط از کسر سهم شرکت از حقوق ماهانه اعضاء به طور مستمر در طی دوران عضویت ناشی می‌گردد که به هر حال راهی مثبت برای افزایش سرمایه در تعاونیهای اعتبار است. پیشنهاد می‌گردد سیاستهای انگیزشی برای افزایش سرمایه در سایر انواع تعاونیهای اعتبار طرح‌ریزی شود زیرا در غیر این صورت ادامه فعالیت مثبت آنها بعید به نظر می‌رسد.

استان تهران با ۱۵۶ شرکت تعاونی اعتبار بیشترین تعداد و استان کهگیلویه و بویراحمد کمترین تعداد تعاونیهای اعتبار را دارا می‌باشد که با توجه به وسعت و جمعیت منطقه چندان جای بحث نیست. بیشترین تعداد تعاونیهای اعتبار غیرفعال در استان گیلان است که ریشه‌یابی و بررسی دقیق موضوع ضرورت جدی دارد.

تعداد وامهای پرداخت شده در سال ۷۳

در زمینه‌های گوناگون حتی در جهت حمایت از سایر تعاونیها نیز بدست آورد که خود اهمیت قابل توجهی را برای تعاونیهای یاد شده در بر خواهد داشت.

تعداد شرکتهای تعاونی اعتبار تا پایان سال ۷۳

از مجموع ۶۱۳ تعاونی اعتبار موجود در کشور ۴۲۰ شرکت تعاونی اعتبار فعال می‌باشند که از این تعداد حدود ۳۰۱ شرکت تعاونی اعتبار کارمندی و ۱۱۴ شرکت تعاونی اعتبار کارگری و ۵ شرکت تعاونی اعتبار (آزاد) فعال می‌باشند و ۱۹۳ شرکت تعاونی غیر فعال می‌باشند که حدود ۳۱/۵ درصد از کل را تشکیل می‌دهند. و از این تعداد ۱۳۵ شرکت تعاونی کارگری، ۵۴ شرکت کارمندی و ۴ شرکت تعاونی اعتبار آزاد می‌باشند.

جدول ۱: تعداد شرکتهای تعاونی اعتبار کارگری و کارمندی با مشخصه فعال و غیرفعال تا پایان سال ۷۵

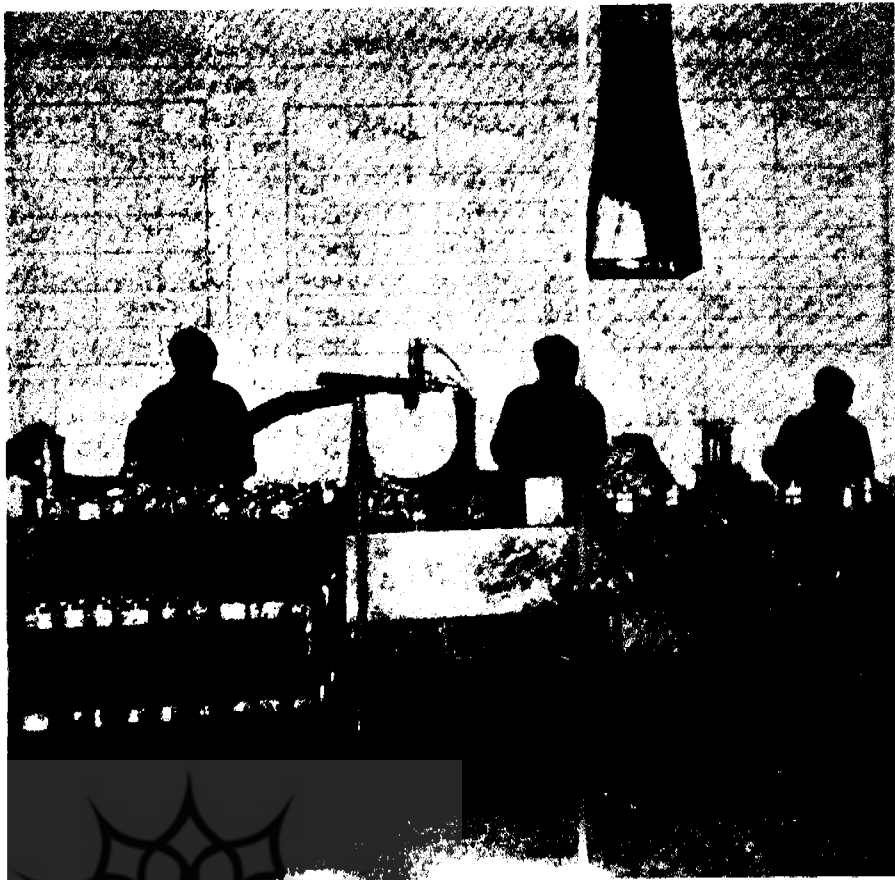
نوع تعاونی	فعال	غیرفعال	جمع
کارمندی	۳۰۱	۵۴	۳۵۵
کارگری	۱۱۴	۱۳۵	۲۴۹
سایر	۵	۴	۹
جمع	۴۲۰	۱۹۳	۶۱۳

توزیع استانی شرکتهای تعاونی اعتبار

استان تهران با ۱۵۶ شرکت تعاونی اعتبار بیشترین و استان کهگیلویه و بویراحمد با یک شرکت تعاونی اعتبار کمترین تعداد تعاونی اعتبار را تا پایان سال ۷۳ دارا می‌باشند. و بیشترین تعاونی اعتبار غیر فعال را استان گیلان با تعداد ۵۴ تعاونی اعتبار داراست.

تعداد اعضا

از مجموع ۲۰۷۱۸۷ نفر اعضا تعاونیهای اعتبار تا پایان سال ۷۳ حدود ۱۳۰۸۶۲ نفر عضو تعاونی اعتبار کارمندی معادل ۶۳/۱ درصد و ۷۴۵۴۳ نفر عضو تعاونی اعتبار کارگری معادل ۳۶ درصد و باقی اعضا سایر تعاونیهای اعتبار می‌باشند. از کل ۱۶۲۸۸۳ نفر اعضا فعال تعاونیهای اعتبار تا پایان سال ۷۳ حدود ۷۳/۱ درصد



۵- سرمایه‌گذاری در امور اقتصادی و تولیدی به منظور ایجاد حداکثر ارزش افزوده در پس‌اندازهای اعضا
۶- هدایت نقدینگی به صورت فعالیتهای سالم اقتصادی.

نیز حدود ۲۳ درصد نسبت به سال ۷۲ افزایش نشان می‌دهد. و میزان وا پرداخت شده در سال ۷۳ حدود ۴/۶ درصد نسبت به سال ۷۲ کاهش داشته است.

وضعیت و عملکرد شرکتهای تعاونی اعتبار سراسر کشور (۱۳۷۲ و ۱۳۷۱)

اهداف

شرکتهای تعاونی اعتبار موسسات مالی اعتباری غیرانتفاعی هستند که از اهمیت و ارزش ویژه‌ای در بین قشر کارمندی و کارگری برخوردار هستند و اهداف اساسی ذیل را تعقیب می‌نمایند.

- ۱- سیاست‌گذاری در امور مربوط به پس‌انداز اعضا
- ۲- استفاده بهینه از جمع پس‌اندازهای کوچک اعضا
- ۳- بررسی نیازهای مالی و اعتباری اعضا
- ۴- شناسایی منابع اعتباری و جذب و توزیع اعتبارات لازم جهت حل مشکلات مالی اعضا

اهمیت:

اهمیت و لزوم فعالیت تعاونیهای مزبور علاوه بر ضرورت حفظ آن در حال حاضر می‌تواند ره‌گشای مناسبی در یاری رساندن به اعضا خود که از افتخار آسیب‌پذیر می‌باشد تلقی گردد، زیرا دریافت وام و تسهیلات از بانکها و دیگر مراکز اعتباری به سهولت امکان‌پذیر نیست.

برای پیشبرد اهداف موردنظر به لحاظ کمی و کیفی نیاز به جمع‌آوری اندوخته‌های مردم افزون بر کارمندان و کارگران است که این اندوخته‌ها می‌تواند پشتوانه خوبی در راه‌اندازی فعالیتهای اقتصادی تعاونیهای اعتبار و رفع نیازمندیهای اعضا آن باشد و مسلماً با کسب ذخایر کافی می‌توان نتایج نسبتاً مطلوبی

جدول ۲- تعداد اعضاء فعال و غير فعال تعاونیهای اعتبار تا پایان سال ۷۳

شرح	کارمندی	کارگری	سایر	جمع
تعداد اعضاء	۱۱۹۰۴۶	۴۲۸۱۱	۱۰۲۶	۱۶۲۸۸۳
درصد	۷۳/۱	۲۶/۳	۰/۶	۱۰۰
تعداد اعضاء غير فعال	۱۱۸۱۶	۳۱۷۳۲	۷۵۶	۴۴۳۰۴
درصد	۲۶/۷	۷۱/۶	۱/۷	۱۰۰
جمع	۱۳۰۸۶۲	۷۴۵۴۳	۱۷۸۲	۲۰۷۱۸۷
درآمد	۶۳/۱	۳۶	۰/۹	۱۰۰

جدول ۳- میزان سرمایه شرکتی تعاونیهای اعتبار تا پایان سال ۷۳

(ارقام به میلیون ریال)

شرح	کارمندی	کارگری	سایر	جمع
فعال	۴۲۱۲۷	۲۹۵۰	۲۹	۴۵۱۰۶
درصد	۹۳/۴	۶/۵	۰/۱	۱۰۰
غير فعال	۲۲۴	۱۳۵	۲۳	۳۸۲
درصد	۵۸/۶	۳۵/۴	۶	۱۰۰
جمع	۴۲۳۵۱	۳۰۸۵	۵۲	۴۵۴۸۸
درصد	۹۳/۱	۶/۸	۰/۱	۱۰۰

آن به تعاونیهای اعتبار کارمندی و ۲۶/۳ درصد آن به تعاونیهای اعتبار کارگری و مابقی به سایر تعاونیهای اعتبار، تعلق دارند و از حدود ۴۴۳۰۴ نفر اعضاء غير فعال تعاونیهای اعتبار حدود ۳۱۷۳۲ نفر کارگری ۱۱۸۱۶ نفر کارمندی و مابقی اعضاء تعاونیهای اعتبار آزاد (سایر) می باشند.

سرمایه

سرمایه شرکتی تعاونی اعتبار در پایان سال ۷۳ به حدود ۴۵۴۸۸ میلیون ریال می رسد که از این مبلغ ۴۲۳۵۱ میلیون ریال آن مربوط به تعاونیهای اعتبار کارمندی (۹۳/۱ درصد) و ۳۰۸۵ میلیون ریال مربوط به تعاونیهای اعتبار کارگری و ۵۲ میلیون ریال مربوط به سایر (آزاد) تعاونیهای اعتبار می باشد.

از مجموع سرمایه تعاونیهای اعتبار ۳۸۲ میلیون آن مربوط به تعاونیهای اعتبار غير فعال است که از این مبلغ ۵۸/۶ درصد مربوط به تعاونیهای اعتبار غير فعال کارمندی ۳۵/۴ درصد از آن تعاونیهای اعتبار غير فعال کارگری است و از مجموع سرمایه تعاونیهای اعتبار فعال (۴۵۱۰۶) میلیون ریال ۹۳/۴ درصد آن تعاونیهای اعتبار فعال کارمندی و ۶/۵ درصد آن مربوط به تعاونیهای اعتبار فعال کارگری است.

تعداد وامهای پرداختی

در پایان سال ۷۳ تعداد وامهای پرداختی تعاونیهای اعتبار ۷۰۰۱۴ فقره بوده که نسبت به سال ۷۲-۲۳ درصد افزایش نشان می دهد و از مجموع وامهای پرداخت شده در سال

۷۳ حدود ۵۰۱۷۷ فقره آن (۷۱/۷ درصد) توسط تعاونیهای اعتبار کارمندی و ۲۸/۳ درصد آن توسط تعاونیهای اعتبار کارگری پرداخت شده است.

مقایسه تعداد وامهای پرداخت شده توسط تعاونیهای اعتبار کارمندی در سال ۷۳ نسبت به سال ۷۲ نشان می دهد که این تعاونیها در سال ۷۲ - ۳۶/۲ درصد و در سال ۷۳ - ۴۳/۴ درصد بیشتر از تعاونیهای اعتبار کارگری وام پرداخت نموده اند.

میزان وام پرداخت شده

میزان وام پرداخت شده توسط تعاونیهای اعتبار در پایان سال ۷۳ حدود ۶۱۲۱۰ میلیون ریال بوده که در مقایسه با سال ۷۲ حدود ۴/۶ درصد کاهش نشان می دهد. از

جدول ۴- تعداد وامهای پرداخت شده توسط تعاونیهای اعتبار در سالهای ۷۲ و ۷۳

شرح	۷۲			۷۳			تعداد وام تغییرات
	کارمندی	کارگری	جمع	کارمندی	کارگری	جمع	
تعداد وام (فقره)	۳۸۷۵۹	۱۸۱۸۳	۵۶۹۴۲	۵۰۱۷۷	۱۹۸۳	۷۰۰۱۴	۲۳
درصد	۶۸/۱	۳۱/۹	۱۰۰	۷۱/۷	۲۸/۳	۱۰۰	-

در این جدول تعداد وامهای پرداخت شده توسط ۵ تعاونی اعتبار آزاد جزء تعاونیهای اعتبار کارگری محسوب شده است. متوسط تعداد وام بر حسب هر تعاونی در سال ۷۲ - ۱۵۹/۵ فقره و در سال ۷۳ - ۱۶۶/۷ فقره بوده است.

جدول ۵- میزان وامهای پرداخت شده توسط تعاونیهای اعتبار در سالهای ۷۲ و ۷۳

ارقام به میلیون ریال

شرح	۷۲			۷۳			تعداد وام تغییرات
	کارمندی	کارگری	جمع	کارمندی	کارگری	جمع	
میزان وام میلیون ریال	۴۵۴۲۹	۱۸۶۱۸	۶۴۰۴۷	۴۴۷۳۶	۱۶۴۷۰	۶۱۲۱۰	(۴/۶)
درصد	۷۰/۹	۲۹/۱	۱۰۰	۷۰/۱	۲۹/۴	۱۰۰	-

میزان وام تعداد ۵ تعاونی اعتبار آزاد در سرجمع میزان وام تعاونیهای کارگری منظور شده است.

آمار و اطلاعات تعاونیهای اعتبار ۱۸ استان در سالهای ۷۲ و ۷۳

ردیف	نام استان	تعداد اعضا	مداد : تلافی	سرمایه اولیه	سرمایه فعلی	تعداد وامهای پرداختی اعتباری بانکها		میزان وامهای پرداختی لرض الحسنه و سایر منابع		میزان استفاده از تسهیلات اعتبار بانکها		میزان استفاده از تسهیلات اعتباری صندوقهای صندوقهای لرض الحسنه و سایر منابع	
						۱۳۷۲	۱۳۷۳	۱۳۷۲	۱۳۷۳	۱۳۷۲	۱۳۷۳	۱۳۷۲	۱۳۷۳
۱	همدان	۲۲۳۶	۲۳۲	۶۴۶۸۵۰۰۰	۳۳۴۰۴۰۰۰۰	۱۰۳۰	۱۶۴۷	۲۸۲۳۸۰۰۰۰	۵۰۶۴۳۰۰۰۰				
۲	یزد	۲۲۷	۸۸۱	۶۷۳۷۴۷۰	۱۶۰۳۶۲۰۲۱	۵۹۰	۵۹۰	۳۳۷۵۹۹۰۰۰	۳۶۹۷۲۵۰۰۰			۲۴۵۶۷۰۰	
۳	ایلام	۶۴۶	۶۵۰	۸۷۰۰۰۰	۹۷۹۷۹۴۵	۳	۵	۱۲۰۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰۰				
۴	کردستان	۲۳۰۰	۵۱۴	۷۸۱۹۵۴۵۰	۱۱۱۶۰۵۱۲۹۷۳	۱۱۱۴	۱۵۰۸	۳۷۰۸۲۲۰۰۰	۸۵۴۷۶۳۰۰۰			۸۶۰۰۰۰۰	
۵	خوزستان	۶۹۸۱	۱۱۶۰۵	۵۵۷۰۳۴۵۰۰	۸۶۸۱۸۵۶۱۵	۵۴۲							
۶	سیستان و بلوچستان	۳۲۸	۳۶۱	۳۹۳۴۰۰۰	۳۹۳۴۰۰۰	۳۰۳							
۷	زنجان	۱۰۲۵	۵۳۴	۴۵۵۵۰۰۰	۱۰۶۱۶۶۸۲۸۷	۱۸۳۱						۱۳۶۲۹۰۰۰	
۸	بوشهر	۱۸۴	۸۰۱	۷۱۷۹۰۰۰	۸۳۵۶۰۰۰	۳۷۰							
۹	کهگیلویه و بویراحمد	۱۶	۲۰	۳۵۲۹۳۰	۲۸۰۷۹۳۰	۱۰						۸۲۶۸۷۵۰	
۱۰	اصفهان	۴۰۳	۱۱۵	۱۵۴۷۹۵۰۰	۲۹۶۷۸۷۳۳۵	۲۷۹						۵۲۰۶۶۹۴۲	
۱۱	تهران	۲۰۱۶۲	۳۸۷۰۱	۱۹۳۲۰۵۷۸۶۲	۵۲۵۰۲۵۳۵۵	۱۶۹۸۱						۱۹۵۶۷۴۶۸۳	
۱۲	گیلان	۱۳۱۱	۴۵۵	۱۸۵۳۲۰۰۰	۵۷۷۴۹۷۸۷۷	۲۶۶۷						۱۸۳۷۵۰۰۰	
۱۳	سمنان	۴۴۸	۵۵	۲۳۳۹۸۰۰۰	۲۷۵۲۶۰۰۰	۲۲۱						۳۷۷۰۰۰۰۰	
۱۴	مرکزی	۷۲۳	۱۰۸	۳۱۷۷۰۰۰۰	۹۰۳۵۷۸۲۳	۲۱۰						۱۷۵۰۰۰۰۰	
۱۵	کرمانشاه	۹۹۸	۶۶۴	۴۶۰۴۰۰۰	۱۴۱۲۵۳۱۰۰۰	۲۳۷۱							
۱۶	مازندران	۳۰۰۷	۱۱۰۱	۱۲۹۰۱۹۴۹۸	۲۳۷۲۰۴۲۹۳۷	۳۱۸۸						۱۶۴۸۷۵۰۰	
۱۷	آذربایجان غربی	۷۸۲۱	۳۰۶	۸۱۶۹۱۰۰۰	۱۰۲۸۲۶۸۸۱۹	۲۲۰۲۴						۱۹۰۵۰۰۰۰۰	
۱۸	هرمزگان	۱۱۸۴	۱۵۰	۲۸۴۱۴۰۰۰	۷۹۱۱۲۱۴۹۰	۳۱۸						۱۹۹۸۳۶۰۰۰	
	جمع	۵۰۰۱۰	۱۲۵۵	۲۹۸۵۹۲۱۰	۳۲۹۲۶۵۶۷۱۲	۲۲۰۵۲						۷۲۰۵۲۸۳۳	

وضعیت کلان تعاونیهای اعتبار
تعاونیهای تاسیس شده از ابتدا تا ۷۳/۱۲/۲۹

ردیف	نام استان	تعداد تعاونی	سرمایه	تعداد اعضا	کل اشتغال
۱	مرکزی	۱۹	۶۵۱۰۷	۱۴۶۲	۱۵
۲	گیلان	۵۵	۲۴۹۴۳۲	۱۰۵۹۲	۳
۳	مازندران	۳۳	۲۳۴۵۷۲	۱۴۷۱۸	۱۴
۴	آذربایجان شرقی	۲۶	۷۸۹۵۸۴	۱۲۴۲۷	۱۹
۵	آذربایجان غربی	۷۰	۳۵۲۵۰۶۵	۲۸۹۸۳	۷۸
۶	کرمانشاه	۱۹	۳۷۲۹۰۱	۸۱۵۳	۱۱
۷	خوزستان	۳۳	۱۵۰۱۸۷۲	۱۴۱۲۶	۱۵
۸	فارس	۲۰	۵۸۹۲۸	۲۲۰۱	۰
۹	کرمان	۱۰	۳۴۶۴۴	۳۵۴۸	۱
۱۰	خراسان	۵۱	۸۸۷۷۱۸	۲۰۶۲۰	۲۴
۱۱	اصفهان	۱۱	۱۲۳۵۶۳	۱۵۱۸	۰
۱۲	سیستان و بلوچستان	۳	۳۴۵۰	۲۹۵	۰
۱۳	کردستان	۱۶	۲۹۱۷۳۲	۶۵۷۵	۵
۱۴	همدان	۲۱	۴۹۲۵۸۶	۲۶۹۱	۶
۱۵	چهارمحال و بختیاری	۶	۲۰۵۴۹	۶۱۴	۰
۱۶	لرستان	۵	۵۷۴۹۷	۲۳۴۱	۱
۱۷	ایلام	۶	۱۸۰۰۹۴	۱۲۹۶	۲۸
۱۸	کهگیلویه و بویراحمد	۱	۲۰۸۸	۲۰	۰
۱۹	بوشهر	۳	۷۶۴۳	۸۲۸	۰
۲۰	زنجان	۱۴	۵۸۱۸۰۷	۵۴۲۲	۷
۲۱	سمنان	۹	۵۷۹۸۵	۵۲۶	۳
۲۲	یزد	۱۲	۴۳۸۸۱	۹۴۳	۰
۲۳	هرمزگان	۷	۶۴۰۶۱۷۱۴	۲۵۷۲	۸
۲۴	تهران	۱۵۶	۳۵۷۱۲۳۳	۶۳۴۱۸	۸۷
۲۵	اردبیل	۷	۲۶۶۰۵	۱۲۹۸	۱
	جمع کشور	۶۱۳	۱۱۱۲۳۲۲۶۰	۲۰۷۱۸۷	۲۴۶

رضایت کلیه اعضا به آسانی میسر نیست. از طرفی عدم مساعدت سیستم بانکی آشور به بالا بودن نرخ بهره نیز از عمده عوامل است که تامین اعتبار مورد نیاز از سایر منابع با اشکال مواجه می نماید و مقرون به صرفه و صلاح اقتصادی برای این تعاونیها نیست بعلاوه موسسات و دستگاهها مربوطه نیز از تامین منابع مالی و حتی کار پرسنلی برای تعاونیهای وابسته به خود تغلل می ورزند و در حقیقت آینده فعالیت این دسته از تعاونیها به جز تعداد معدودی از آنان، در صورت عدم تقویت بنیه مالی و کادر مدیریتی و همچنین عدم نظارت دقیق ارگانهای مسئول چندان امیدوار کننده و روشن نیست. نتایج این ضعف و کستیها به وضوح در آمار ارائه شده از تعاونیهای مذکور در متن گزارش حاضر دیده می شود به گونه ای

گزارش کلان تعاونیهای اعتبار
تعاونیهای تاسیس شده از ابتدا تا ۷۳/۱۲/۲۹

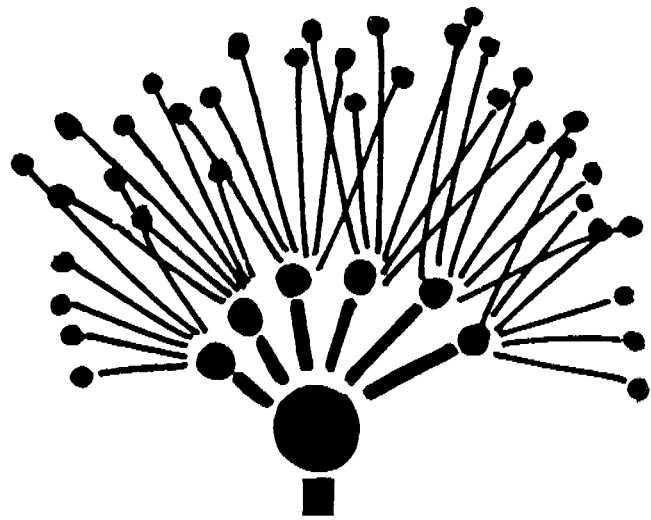
ردیف	گرایش	تعداد تعاونی	تعداد اعضا	سرمایه	کل اشتغال
۱	کارمندی	۳۵۵	۱۳۰۸۶۲	۱۰۸۳۷۰۵	۲۸۹
۲	کارگری	۲۴۹	۷۴۵۴۲	۲۰۶۸۲۰	۳۵
۳	سایر	۹	۱۷۸۳	۵۷۳۶	۲
	جمع	۶۱۳	۲۰۷۱۸۷	۱۱۱۲۳۲۶۰	۲۴۶

تجدید در صفحه ۷۱

(ارقام سرمایه به هزار ریال)

منحصر گردیده است.

- با توجه به شرایط بازرگانی خارجی کشور، تاثیر آن بر فعالیتهای تعاونیهای مرز نشین بین تعاونیها عملاً در سال ۱۳۷۳ از فعالیت چسبگیری برخوردار نبوده و واردات آنها در سال ۱۳۷۳ رقمی حدود ۱۸۹۲۷ میلیون ریال بوده (براساس نرخ ارز صادراتی سه هزار ریال برای هر عضو ۳/۵ دلار) که حدود ۰ درصد آن از محل سهمیه سال ۱۳۷۲ و رد و ترخیص شده است.



وضعیت اقتصادی و عمومی شرکتهای تعاونی مرز نشینان استانهای جنوبی کشور

تا پایان سال ۱۳۷۳

مرز نشین نشان می‌دهد که تعاونیهای ذیربط در مورد صادرات از ۹۶ درصد ظرفیت صادراتی^(۱) و نیز ۴۵ درصد ظرفیت واردات و تسهیلات مجاز خود به دلایل عدیده نتوانسته‌اند استفاده نمایند.

- در سالهای گذشته حمایت‌های قانونی دولت از مرز نشینان از ثبات لازم برخوردار نبوده است من باب مثال در حالی که در سال ۱۳۶۳ کلیه کالاهای وارداتی تا سقف ۳۰ هزار ریال برای هر مرز نشین مشمول معافیت بوده لیکن طی سالهای ۶۴ و ۶۵ این میزان معافیت با ۳۰ درصد کاهش روبرو بوده و حق ثبت سفارشی نیز با ۳۰ درصد افزایش مواجه بوده است.

- نوع و مقدار کالاهای قابل صدور و ورود به کشور توسط تعاونیهای مرز نشین نیز از روند ثابتی برخوردار نبوده است کمالینکه در سال ۶۱ ورود انواع کالاهای ۴۳ قلم در سالهای ۶۶ تا ۷۲ به ۲۲ قلم و در سال ۷۲ به ۴۵ قلم و در سال ۷۳ به ۲۲ قلم محدود و

خلاصه یافته‌های گزارش

براساس گزارشی که در پی از نظر خوانندگان محترم می‌گذرد، در حدود ۳۵۹ هزار خانوار با بیش از ۱۸۰۰۰۰ نفر افراد تحت تکفل تحت پوشش تعاونیهای مرز نشینان هستند که با سرمایه‌ای بالغ بر ۱۳۲۴۳ میلیون ریال متشکل در ۸۷ تعاونی مرز نشین به ثبت رسیده از خدمات و منافع آنها بهره‌مند می‌باشند.

- سهم سالیانه صادرات هر عضو خانوار طی دوره (۷۳-۶۸) به طور متوسط رقمی حدود ۱۸۷۲ ریال یعنی ۹۱۷۳ ریال برای هر خانوار بوده است.

- سهم سالیانه واردات هر عضو خانوار طی دوره (۷۳-۶۸) به طور متوسط رقمی حدود ۳۲۰۳۹ ریال بوده است که این بدان معنی است که هر خانوار ۱۵۷ هزار ریال واردات داشته است.

- مقایسه متوسط صادرات و واردات با حداکثر تسهیلات مجاز برای هر عضو

اهم مشکلات تعاونیهای مرز نشین

- تعاونیهای مرز نشین علی‌رغم آنکه مشمول تسهیلات و معافیت‌های ویژه در قانون صادرات و واردات و آئین‌نامه (معاف از کارت بازرگانی، معاف از ثبت سفارش کالا و واردات آلا تا سقف یک میلیون ریال برای هر عضو در قبال صادرات) مربوط می‌باشند عملاً برای صادرات کالاهای خود ناگزیرند از مقررات و ضوابط معمول در مورد سایر صادرکنندگان (سپردن پیمان ارزی، برگرداندن ارز به سیستم بانکی...) تبعیت نمایند و در عین حال در نال صدور کالا به خارج کشور از واردات آلاهای مجاز آنها ممانعت بعمل آید.

- تجارت و کاهش سالیانه لیست کالاهای

قابل ورود و معافیت‌های مربوطه

- حاف تعدادی از تعاونیهای مرز نشین از شمول نقط مرزی.

پیشنهادهای

- اعدال تسهیلات مقرر در قانون صادرات و واردات و رفع محدودیتهای و موانع واردات کالا برای تعاونیهای مرز نشین.

- حداقل اجازه ورود ۶ قلم ارزاق عمومی

(برنج، روغن، چای، شکر، تهرندی، ادویهجات) و مورد نیاز تعاونیهای مرز نشین بدون انتقال ارز حداکثر تا سقف صد میلیون دلار (به طور متوسط هر عضو ۵۰ دلار) و اجازه ورود سایر کالاهای مورد نیاز مرز نشینان در قبال صادرات کالا.

وضعیت اقتصادی و عمومی شرکتهای تعاونی مرزنشین استانهای جنوبی کشور تا پایان سال ۱۳۷۳ مقدمه

جدول شماره (۱) مقایسه نسبت درصد شاغلین به کل جمعیت استانهای
جنوبی و کشور

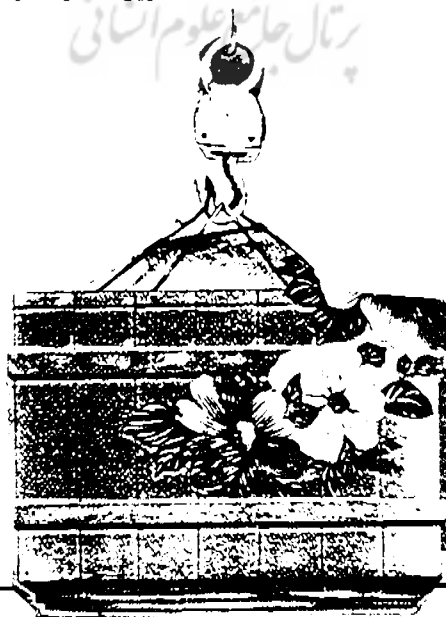
کشور	استانهای جنوبی کشور					شرح (۱)
	سیستان و بلوچستان (۶)	فارس (۵)	هرمزگان (۴)	خوزستان (۳)	بوشهر (۲)	
۵۵۸۰۰	۱۴۵۵	۳۵۴۴	۹۲۴	۳۱۷۶	۶۹۴	کل جمعیت (هزار نفر)
۱۳۱۰۰	۲۸۱	۳۲۳	۱۸۶	۵۷۶	۱۳۴	شاغلین (هزار نفر)
۲۳/۵	۱۹/۳	۹/۱	۲۰/۱	۱۸/۱	۱۹/۳	نسبت درصد شاغلان به کل جمعیت

ماخذ: اطلاعات جمعیتی مرکز آمار ایران سال ۷۰

صدور پروانه (مصوب سال ۱۳۳۱) در حالی که اقدام به صدور کالا، منوط به اخذ پروانه تجارت خارجی بود، ساکنین مناطق مرزی از داشتن پروانه تجارت خارجی مستثنی و در صورتی که ارزش صادرات آنان کمتر از یک صد هزار ریال بود معاف بودند و کالاهایی که ساکنین مناطق مرزی، به طور مبادله‌ای از کشورهای همجوار وارد می‌نمودند از پرداخت عوارض یک در هزار تشویق صادرات معاف بود.

به مرور زمان این تسهیلات در قوانین و مقررات صادرات و واردات برای ساکنین مناطق مرزی افزایش یافت، تا آنکه در سال ۱۳۴۴ فعالیت این گروه تحت عنوان قانون مبادلات مرزی که در بیست و یکم بهمن ماه همین سال به تصویب هیات دولت رسید و به عنوان یک قانون خاص مرزنشینان با اعطای تسهیلات ویژه و معافیت‌های حقوقی گمرکی و سود بازرگانی برای مناطق درجه یک، درجه ۲ و درجه ۳ به نظم درآمد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی و بروز پاره‌ای از مشکلات اقتصادی (مانند حصر اقتصادی، جنگ تحمیلی، افزایش قیمت‌ها و چند نرخی شدن ارزش و کمبود کالاهای اساسی) و به منظور جلوگیری از سوءاستفاده‌ها و اقدامات ناسالم تجاری و حقوق حقه مرزنشینان از سال ۶۱ با تشکیل شرکت‌های تعاونی مرزنشینان ترتیبات اجرای مقررات مبادلات مرزی توسط این تعاونیها فراهم گردید و به تدریج طیف وسیعی از جمعیت مناطق مشمول تسهیلات مبادلات مرزی شدند و به تبع آن آثار مثبتی نظیر

۷- کاهش هزینه‌های ملی
۸- بهبود وضع مردم منطقه از طریق تامین بخشی از درآمد آنان.
نظری بر تاریخچه قوانین و مقررات بازرگانی خارجی کشور بیانگر آن است که از اولین سالهای به نظم درآمدن فعالیت بازرگانی خارجی در ایران ساکنین مناطق مرزی همیشه به عنوان گروهی متمایز از عوامل بازرگانی کشور مورد توجه و مطرح بوده‌اند و بر همین اساس پس از تاسیس گمرک ایران توسط بلژیکی‌ها به هر نفر اجازه داده شد که کالاهایی مانند دام زنده، علوفه و غلات را به میزان ۱۰۰۰ ریال به خارج از کشور صادر نماید که این مبلغ بعدها به ۱۵۰۰ ریال افزایش یافت و به آنان اجازه ورود کالاهایی نظیر چای، برنج و پارچه که ورود آنها در انحصار دولت بود داده می‌شد.
این امتیازات برای مرزنشینان ادامه داشت تا اینکه براساس لایحه قانون تشویق صادرات و



از سالیان دور همواره فعالیه، بازرگانی ساکنین مناطق مرزی مخصوصاً استانهای جنوبی کشور به عنوان گروهی متمایز از دیگر عوامل بازرگانی خارجی کشور مطرح بوده است و بنا به ضرورت‌های خاص اقلیمی و موقعیت جغرافیایی این مناطق از نظر اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در زمانهای مختلف قانون توجهات خاص بوده، زیرا فاصله آب‌ماندگی توسعه اقتصادی و اجتماعی و انسانی مناطق مذکور نسبت به کل کشور خصوصاً نواحی مرکزی و شمالی کشور آشکار و مختصر بررسی در شاخص‌های منطقه‌ای سواد، بهداشت، اشتغال و درآمد مناطق فوق‌معرف این عقب‌ماندگی نسبت به کل کشور می‌باشد. به عنوان مثال نسبت درصد شاغلین به کل جمعیت در استانهای جنوبی کشور ر مقایسه با متوسط رقم مشابه در سطح کشور پایین‌ترین می‌باشد.

با توجه به شرایط همواره در راستای توسعه اقتصادی این مناطق اعطای تسهیلات برای مبادلات مرزی به مرزنشینان با اهداف زیر مورد توجه قانونگذاران و دولتها در ادوار مختلف بوده است.

- ۱- سرعت بخشیدن به توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق جنوبی کشور.
- ۲- کمک به صادرات غیرنفتی و مبادلات مرزی
- ۳- فراهم آوردن زمینه اشتغال و کمک به حل مسائل و مشکلات سیاسی و فرهنگی این مناطق
- ۴- پیش‌گیری از مهاجرت نیروی انسانی و تخلیه مناطق
- ۵- افزایش توان اقتصادی و قدرت خرید خانوارهای مرزنشین
- ۶- تامین بخشی از کالاهای اساسی موردنیاز آنها

تشویق و ترغیب مرزنشینان به ماندن در مرزها و جلوگیری از تخلیه مرزها و مهاجرت آنها و بهبود معیشت ساکنین مناطق مرزی را بدنبال داشت.

تجربه و قرائن نشان داده است که هرگاه تسهیلات و حمایت از مرزنشینان مناطق جنوبی کشور کاهش یافته، مرزنشینان اقدام به مهاجرت از محل سکونت خود نموده و مبادلات قاچاق کالا نیز افزایش یافته است که این موضوع مورد تأیید مقامات سیاسی، انتظامی و سایر مسئولین ذیربط می‌باشد.

وضعیت عمومی شرکتهای تعاونی مرزنشینان

تعداد ۸۷ شرکت تعاونی مرزنشینان در سطح استانهای جنوبی به ثبت رسیده‌اند که ۵۲/۹ درصد تعاونیها در استانهای بوشهر و هرمزگان و ۲۱/۸ درصد در استان سیستان و بلوچستان و بقیه در استانهای خوزستان و فارس قرار دارند.

تعداد اعضای شرکتهای تعاونی مرزنشین ۳۵۹۰۶۷ نفر در سطح استانهای جنوبی می‌باشند که از این تعداد ۲۸/۱ درصد در استان بوشهر، ۱۹/۸ درصد استان هرمزگان، ۲۰/۹ درصد در استان سیستان و بلوچستان، ۲۵/۷ درصد در استان خوزستان و ۵/۵ درصد مربوط به استان فارس تا پایان سال ۷۳ بوده است.

وضعیت جاری شرکتهای تعاونی مرزنشین

- تعداد افراد تحت پوشش شرکتهای تعاونی مرزنشین تا پایان سال ۱۳۷۳ بالغ بر

۱۸۰۳ هزار نفر می‌باشد که از این تعداد ۲۷/۴٪ تحت پوشش شرکتهای تعاونی مرزنشینان استان بوشهر، ۲۵/۱ درصد تحت پوشش شرکتهای تعاونی استان خوزستان، ۲۱/۴ درصد تحت پوشش تعاونیهای استان سیستان و بلوچستان و ۱۹/۷ و ۶/۴ درصد تحت پوشش شرکتهای تعاونی مرزنشینان استانهای هرمزگان و فارس بوده‌اند.

با توجه به تصویب نامه شماره ۳۰۵/۵۶۶۸۲ ت مورخ ۷/۱۱/۷۲ هیات محترم وزیران و حذف و تقلیل تعدادی از کالاهای اعضای تعاونیهای مرزنشینان و همچنین حذف تعدادی از شرکتهای تعاونی مرزنشین از شمول مقررات قانون صادرات و واردات و سایر عوامل موثر بر صادرات و واردات کشور، مشکلات عدیده‌ای را برای مرزنشینان فراهم نموده است به طوری که تعداد ۳۱ شرکت تعاونی از ۸۷ شرکت تعاونی با پوشش داشتن ۵۴۴ هزار نفر از شمول تسهیلات مبادلات مرزی (حدود ۳۰ درصد) حذف گردیده‌اند. این در حالی است که رقمی حدود ۲۵۵ هزار نفر به جهت الحاق نقاطی از استانهای خوزستان و سیستان و بلوچستان به نقاط مشمول تسهیلات مبادلات مرزی اضافه گردیده است.

- میزان سرمایه شرکتهای تعاونی مرزنشینان استانهای جنوبی کشور تا پایان سال ۷۳ بالغ بر ۱۳۲۴۳ میلیون ریال بوده که از این میزان ۳۶/۴ درصد مربوط به تعاونیهای استان خوزستان و ۲۶/۸ درصد مربوط به تعاونیهای هرمزگان و ۱۹/۹ و ۱۲/۵ و ۴/۷ درصد به ترتیب مربوط به سرمایه تعاونیهای مرزنشینان استانهای بوشهر، سیستان و بلوچستان و فارس می‌باشد.

با توجه به اطلاعات و آمار جدول فوق سرانه مبلغ سرمایه‌گذاری هر فرد تحت پوشش شرکتهای تعاونی مرزنشینان ۷۳۴۳ ریال بوده که بسیار آیین‌تر از متوسط سرمایه‌گذاری هر عضو در تعاونیهای مصرف در سطح کشور (مبلغ ۲۴۷۰۰ ریال) می‌باشد.

شرکتهای تعاونی مرزنشین در طی سالهای (۷۳، ۱۸) حدود مبلغ ۲۰۲۱۶ میلیون ریال صادرات بالاهای غیر نفتی داشته‌اند. متوسط رشد سالیانه صادرات شرکتهای تعاونی مرزنشینان طی برنامه اول توسعه (۷۲-۶۸) ۱۱/۵ درصد بوده است.

- سهم سالیانه صادرات هر عضو خانوار طی سالها، مذکور به طور متوسط ۱۸۷۲ ریال یعنی حدود ۹۱۷۳ ریال برای هر خانوار بوده است

جدول شماره (۳) درصد و تعداد اعضای تعاونیهای مرزنشینان در

استانهای جنوبی کشور تا پایان سال ۷۲

استان شرح (۱)	جمع (۲)	بوشهر (۳)	هرمزگان (۴)	سیستان و بلوچستان (۵)	خوزستان (۶)	فارس (۷)
تعداد اعضا	۳۵۹۰۶۷	۱۰۱۰۱۷	۷۱۱۱۸	۷۵۰۲۳	۹۲۱۴	۱۹۷۹۵
درصد	۱۰۰	۲۸/۱	۱۹/۸	۲۰/۹	۲۵/۱	۵/۵

جدول شماره (۴) تعداد افراد (تحت پوشش، حذف شده و باقیمانده)

تعاونیهای مرزنشینان در استانهای جنوبی کشور

شرح (۱)	جمع (۲)	درصد (۳)	بوشهر (۴)	استانهای جنوبی کشور		
				هرمزگان (۵)	سیستان و بلوچستان (۶)	خوزستان (۷)
تحت پوشش	۱۰۸۳	۱۰۰	۴۹۵	۳۵۶	۳۸۶	۴۵۱
حذف شده	۵۳۴	۳۰/۲	۲۴۷	۳۸	۸۰	۶۴
باقیمانده	۱۳۵۹	۶۹/۸	۲۴۸	۳۱۸	۳۰۶	۳۸۷

جدول شماره (۲) درصد و تعداد تعاونیها در استانهای جنوبی کشور تا

پایان سال ۷۳

استان شرح (۱)	جمع (۲)	بوشهر (۳)	هرمزگان (۴)	سیستان و بلوچستان (۵)	خوزستان (۶)	فارس (۷)
تعداد تعاونی	۸۷	۲۲	۲۴	۱۹	۱۳	۹
درصد	۱۰۰	۲۵/۳	۲۷/۶	۲۱/۸	۱۴/۹	۱۰/۴

جدول شماره (۵) درصد و میزان سرمایه شرکتهای تعاونی مرزنشینان

استانهای جنوبی کشور تا پایان سال ۷۳

(ارقام به میلیون ریال)

استان شرح (۱)	جمع (۲)	بوشهر (۳)	۵ مرگان (۴)	سیستان و بلوچستان (۵)	خوزستان (۶)	فارس (۷)
سرمایه (میلیون ریال)	۱۳۲۴۳	۲۶۲۸	۲۵۴	۱۶۵۴	۴۸۲۶	۵۷۸
درصد	۱۰۰	۱۹/۹	۲/۶	۱۲/۵	۳۶/۴	۴/۷

جدول شماره (۶) میزان صادرات کالاهای غیر نفتی شرکتهای تعاونی

مرزنشینان در سالهای ۶۸ لغایت ۷۳

سال استان	جمع (۲)	۶۸ (۳)	۶۹ (۴)	۷۰ (۵)	۷۱ (۶)	۷۲ (۷)	۷۳ (۸)
جمع	۲۰۲۱۶	۵۱۷۳	۳۳۵۶	۱۰۸۱	۳۳۹۰	۶۵۸۸	۶۲۸
بوشهر	۱۰۸۸۷	۳۲۶۰	۲۱۳۱	۵	۲۲۳۷	۳۱۹۶	۵۸
هرمزگان	۲۶۷۴	۹۹۰	۱۱۱۸	۸۲۸	—	۱۷۳۸	—
سیستان و بلوچستان	۲۹۹	۹۰	۵۰	—	۴۵	—	۱۱۴
فارس	۱۸۵۹	۸۳۳	۳۱	—	۵۳۸	۴۵۷	—
خوزستان	۲۴۹۷	—	۲۶	۲۴۸	۵۷۰	۱۱۹۷	۴۵۶

آمار و اطلاعات جدول فوق شان می دهد

که اعضای شرکتهای تعاونی مرزنشینان (به دلیل کمبود سرمایه و سایر عوامل موثر بازرگانی خارجی کشور و عدم ابداع به موقع آئین نامه های مربوطه) در سالهای مذکور نتوانسته اند از واردات بالقوه و املاجات خود استفاده نمایند.

مثلاً در سال ۷۲ هر عضو تعاونی مرزنشین تا سقف پنجاه هزار ریال، یا حدود هفتصد و پانزده دلار می توانسته واردات داشته باشد، در صورتی که در عمل هر مرزنشین کمتر از ۵۰ دلار واردات داشته یعنی مرزنشینان از ۴۵ درصد ظرفیت وارداتی خود استفاده ننموده اند.

- سهم سالیانه واردات هر عضو خانوار مرزنشین طی دوره (۶۸-۷۳) به طور متوسط رقمی حدود ۳۲۰۳۹ ریال یعنی هر خانوار حدود ۱۵۷ هزار ریال واردات داشته است.

- حدود ۸۰ درصد واردات سال ۷۳ مرزنشینان از محل سهمیه سال ۷۲ بوده است.

روند معافیتهای شرکتهای تعاونی مرزنشینان طی سالهای ۶۳-۷۳

در سالهای گذشته حمایتهای انون دولت از شرکتهای تعاونی مرزنشین همواره دستخوش تغییرات متعدد بوده و هیچگاه از سیاستهای ثابتی در این زمینه برخوردار نبوده اند. همان طوری که در جدول شماره ۸ مذکور است میزان معافیتهای اعضای شرکتهای تعاونی مرزنشین از حقوق و عوارض گمرکی و حق ثبت سفارش کالا در سالهای مختلف تفاوتهای فاحشی دارند. مثلاً در سال ۱۳۶۳

عوارض گمرکی وارد نمایند. در حالیکه در سالهای ۶۶-۷۱، ۳۱ قلم کالا با میزان ۳۰٪ معافیت از حقوق و عوارض گمرکی با پرداخت ۴۰٪ بابت حق ثبت سفارش قابل ورود بود. در سال ۷۲ این تعداد اقلام از ۳۱ قلم کالا به ۴۵ قلم کالا افزایش یافت ولی از نظر معافیت از حقوق و عوارض گمرکی و حق ثبت سفارش تغییری حاصل نگردید.

در سال ۱۳۷۳ تعداد ۴۵ قلم کالا به ۲۲ قلم کاهش یافت لیکن ارزاق عمومی از پرداخت ۵۰ تا حداکثر ۱۰۰ درصد از حقوق و عوارض گمرکی معاف و در مورد سایر کالاها و لوازم خانگی بین ۲۵ تا ۵۰ درصد معاف می باشند.

اهم مشکلات تعاونیهای مرزنشینان

۱- تعاونیهای مرزنشین علیرغم آنکه

کلیه کالاهای وارداتی تا سقف ۳۰ هزار ریال از معافیت کامل برخوردار بودند و در سالهای ۶۴ و ۶۵ این میزان معافیت به ۵۰٪ کاهش و ۱۵٪ نیز بابت حق ثبت سفارش افزایش یافت و در سالهای ۶۶ الی ۷۲ رقم معافیت به ۳۰٪ کاهش و حق ثبت سفارش کالا مجدداً نیز از ۱۵٪ به ۳۰٪ افزایش یافت.

- نوع و مقدار کالاهای قابل ورود و صدور اعضای تعاونیهای مرزنشین از روند مشخصی پیروی نمی کند و این نشانگر عدم شناختن کارشناسان مربوطه از میزان کالاهای مورد نیاز و همچنین از الگوی مصرف و نیازهای اساسی خانوارهای مرزنشین دارد.

در سال ۶۵ تعاونیهای مرزنشین و یا دارندگان مبادلات مرزی می توانستند حدود ۴۳ قلم کالا با میزان ۵۰٪ معافیت از حقوق و

جدول شماره (۷) میزان واردات شرکتهای تعاونی مرزنشینان استانهای

جنوبی کشور طی سالهای ۶۸-۷۳

(ارقام به میلیون ریال)

سال استان	جمع (۲)	۶۸ (۳)	۶۹ (۴)	۷۰ (۵)	۷۱ (۶)	۷۲ (۷)	۷۳ (۸)
جمع	۳۴۶۰۲۱	۳۹۵۰۷	۲۴۸۰۱	۲۱۴۵۵	۵۳۵۰۶	۱۷۷۸۲۵	۱۸۹۲۷
بوشهر	۱۲۵۶۲۸	۲۳۳۷۸	۱۷۸۲۳	۱۶۹۲	۲۵۱۲۰	۵۸۶۱۶	—
هرمزگان	۸۱۷۸۶	۸۹۹۸	۹۲۱۳	۶۱۶۱	۸۳۶۵	۳۶۷۸۹	۱۲۲۶۰
سیستان و بلوچستان	۸۳۷۸۰	۴۱۱۰	۲۷۴۹	۹۵۹۹	۱۴۳۳۸	۴۵۱۱۷	۶۶۶۷
فارس	۱۸۴۱۰	۲۰۲۸	۱۲۳۰	۷۹۶	۸۱۷	۱۳۴۵۹	—
خوزستان	۳۶۶۹۷	۱۹۸۴	۲۷۸۶	۳۲۰۷	۴۵۷۶	۲۳۸۴۴	—

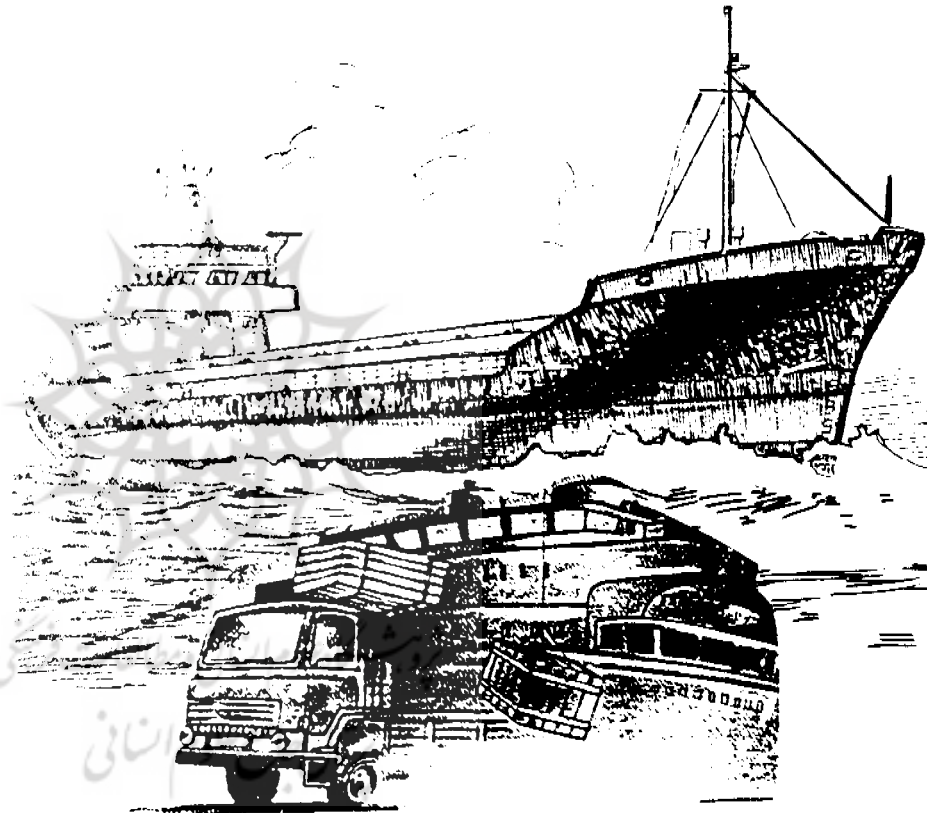
جدول شماره (۸) میزان معافیت شرکتهای تعاونی از حقوق و عوارض

گمرکی و حق ثبت سفارش کالا

سال	شرح	میزان فعالیت	حق ثبت سفارش کالا	توضیح
۱۳۶۲		٪۱۰۰	—	کلیه کالاها
۱۳۶۴		٪۵۰	—	کلیه کالاها
۱۳۶۵		٪۵۰	٪۱۵	کلیه کالاها
۱۳۶۶ الی ۱۳۷۲		٪۴۰	٪۴۰	کلیه کالاها
سال ۱۳۷۳				
٪۱۰۰	برنج خوراکی - جای سیاه			
٪۵۰	روغن نباتی خوراکی - جامد و مایع - قند و شکر - ترهندی - ادویه - چرخ خیاطی			
٪۳۰	فلاسک جای - کمپرسور یخچال و کولر			
٪۲۵	مونور لیزر انور برق تا ۲۰ کیلووات			
	نامشخص چوب چهار تراش - چوب ساج - موتور برای قایق و لنج - دستگاه و ابزار بخاری برای لنج سازی - میخ مخصوص لنج سازی - روغن سفید - سیم گرگور - لاستیک رونی ونوبی و سایر نقلیه - قلاب ماهیگیری - قطعات یدکی ماشین آلات کشاورزی			

جدول شماره (۹) تعداد کالا و درصد عافیت از حقوق و عوارض گمرکی و حق ثبت سفارش اعضای شرکتهای تعاونی مرزنشینان در سالهای ۶۵-۷۳

سال	۶۵	۶۶-۷۱	۷۲	۷۳	شرح
	۲۳	۳	۴۵	۲۲	تعداد اقلام
	۷۱۴	۷۱	۷۱۴	۳۳۲	واردات (دلار)
	۵۰	۳	۳۰	۵۰-۲۵	درصد معافیت از حقوق و عوارض گمرکی
	۵۰	۷	۷۰	—	درصد پرداخت حقوق و عوارض گمرکی
	۱۵	۳	۳۰	—	درصد حق ثبت سفارش



موانع واردات کالا برای تعاونیهای مرزنشین.

۲- حداقل اجازه ورود ۶ قلم ارزاق عمومی و مورد نیاز تعاونیهای مرزنشین (برنج، روغن، چمن، شکر، ترهندی و ادویهجات) بدون انتقال ارز حداکثر تا سقف صد میلیون دلار (به صورت متوسط هر عضو ۵۰ دلار) و اجازه ورود سایر کالاها مورد نیاز مرزنشینان در قبال صادرات کالا.

۳- در مورد صادرات کالا توسط شرکتهای تعاونی مرزنشین به جای پیمان ارزی، تعهدنامه تعاونیها به گمرک و بانک مرکزی مورد قبول واقع شود تا پس از واردات کالا نسبت به لغو تعهدنامه اقدام گردد.

۴- الحاق نقاط حذف شده به مناطق مشمول نقل مرزی.

۵- تعیین سهمیه مناسب از کالاهای اساسی تولید داخلی با نرخ تشبیهی برای تعاونیهای فوق.

۶- بازگشت لیست کالاهای قابل ورود مرزنشینان با نظر نوع و تعداد به مقررات سال ۷۲.

۷- شمول معافیتهای مالیاتی مناطق محروم کشور به شرکتهای تعاونی مرزنشینان.

۱- مبنای محاسبه میزان صادرات و واردات در گمرکات کشور تا سال ۷۲ به ازای هر دلار ۷۰ ریال و سال ۷۳ نرخ ارز صادراتی وارداتی ۳۰۰۰ ریال در نظر گرفته شده است.

کالاهای مجاز آنها نیز ممانعت به عمل می آید.

۲- تغییرات و کاهش سالیانه لیست کالاهای قابل ورود و معافیتهای مربوطه

۳- حذف تعدادی از تعاونیهای مرزنشین از شمول نقاط مرزی

۴- کمبود منابع مالی و نقدینگی

۵- عدم معافیت از مالیات

پیشنهادها

۱- اعمال تسهیلات مقرر در قانون صادرات و واردات و رفع محدودیتها و

مشمول تسهیلات و معافیتهای ویژه در قانون صادرات و واردات و آئین نامه مربوط (نظیر معاف از کارت بازرگانی و حق ثبت سفارش کالا و واردات کالا تا سقف یک میلیون ریال برای هر عضو) می باشد، عملاً برای صادرات کالاهای خود ناگزیرند از مقررات و ضوابط معمول در مورد سایر صادرکنندگان (سپردن پیمان ارزی، برگرداندن ارز به سیستم بانکی...) تبعیت نمایند و در عین حال در قبال صدور کالا به خارج از کشور از واردات



نقش تبلیغ در موفقیت

شرکتهای تعاونی

ترجمه و اقتباس: دکتر غلامعلی سرمد

فروش مستقیم می‌تواند به صورتهای مختلف انجام شود. فروش در محل تولید یا در جایی نزدیک به محل تولید عرضه کالا توسط اعضاء و کارکنان سازمان یا موسسه به مشتریان در منازل آنها، ارائه کالاهای تولید شده در غرفه‌ها و بازارچه‌هایی که به قصد «تولید به مصرف» تأسیس می‌شود.

مردم برای کالاها و خدمات و سپس تشدید این علاقه‌مندی برای تبدیل آن به نیاز. طبعاً، هنگامی که نیازی احساس شد، صاحب نیاز در صدد رفع آن برخواهد آمد. تصادفاً درباره این موضوع بحثهای فراوان درگرفته و عده‌ای از آن انتقاد کرده‌اند. منتقدان می‌گویند که شما با این کار بیش از آنکه به مردم فرصت اندیشه کردن بدهید، عواطف و احساسات آنها را تحریک می‌کنید. به این ترتیب، برای تبلیغ یک پودر لباسشویی، زن خانه را به مادری خوب و همسری دلسوز تبدیل می‌کنید، حال آنکه این دو موضوع ارتباطی با یکدیگر ندارد. در عین حال، عده زیادی نیز از آن دفاع می‌کنند و عقیده دارند که حتی آگاهی احساسی هم از بی‌اطلاعی بهتر است.

۳- نقش متقاعدکننده، یا کامل کردن دو نقش نخست از راه اثبات حداقل نظری یا عملی این نکته که آنچه تبلیغ شده و می‌شود موثرترین وسیله رفع نیاز مصرف‌کننده است و آنچه امروز این نیاز را برطرف می‌سازد، در آینده نیز با همین کیفیت و کمیت در دسترس او قرار خواهد گرفت.

از سوی دیگر، برای آنکه مدیران بتوانند در امر تبلیغ موفق باشند، لازم است نکات متعددی را مورد توجه قرار دهند. هدف تبلیغ، فروش بیشتر کالاها و خدمات و از این طریق کسب درآمد زیادتر است. طبق سنت، آگاهی در مطبوعات و رسانه‌های خبری، نشریه‌های ادواری و محلی، استفاده از رادیو و تلویزیون، ارسال نامه و کارت و پوستر از طریق پست برای مشتریان و استفاده از امکانات تئاتر و سینما از جمله متداولترین روشهای تبلیغ بوده است. اما باید دانست که هر شرکت یا موسسه برای توفیق در تبلیغ باید نوع وسیله خبری را که با کالاها یا خدمات او بیشترین مناسبت را دارد، انتخاب کند. برای این منظور، شایسته است نکاتی نظیر آنچه در زیر می‌آید، مورد توجه قرار گیرد:

الف - نوع کالا یا خدمات، زیرا برای مثال

خدمات به منظور کسب درآمد، هر چند در بلندمدت این امر به ثبات موسسه یا شرکت و ادامه فعالیت آن نیز منتهی می‌شود. اما برای نیل به چنین مرحله‌ای، تبلیغ باید سه نقش زیر را به خوبی ایفا کند:

۱- نقش اطلاع‌رسانی، یا دادن آگاهی به مردم درباره کم و کیف کالاها و خدماتی که برای آنها عرضه می‌شود یا قرار است در آینده عرضه شود. به بیان دیگر شناساندن کالاها و خدمات جدید به مشتریان بالقوه و افزودن بر تعداد مشتریان موجود، در قلمرو این نقش تسلیغات قرار می‌گیرد. طبعاً، نحوه اطلاع‌رسانی باید به گونه‌ای باشد که هر چه بیشتر توجه مردم را به خود جلب کند.

۲- نقش ترغیب، یا ایجاد علاقه‌مندی در

با آنکه شرکتهای تعاونی، جنبه عام‌المنفعه دارد و به درستی نمی‌توان تبلیغ را از وظایف اساسی آنها دانست، اما به دلایل متعددی از جمله رقابت شدید بخش خصوصی با این گونه شرکتهای، لازم است مدیران آنها با اصول و موازین تبلیغ آشنایی داشته باشند تا بتوانند در کار خود موفقیت زیادتری کسب کنند. درواقع، به طوری که ژاپنی‌ها عقیده دارند، تبلیغ کلید توفیق است، ولی باید دانست که این سخن در مورد تمامی انواع تبلیغ صدق نمی‌کند، بلکه لازم است برای ارائه تبلیغات موفق نکات چندی مورد توجه قرار گیرد که تعدادی از آنها موضوع بحث خاصی است.

در حقیقت، نقش اساسی و اولیه تبلیغ عبارت است از کمک به فروش کالاها یا

- در حقیقت نقش اساسی و اولیه تبلیغ عبارت است از کمک به فروش کالاها یا خدمات به منظور کسب درآمد، این امر در بلندمدت به ثبات موسسه یا شرکت و ادامه فعالیت آن منتهی می‌شود.

موجودی یا عرضه کالاها و خدمات را جذب می‌کند. در آن صورت، چون عده‌ای از مشتریان به هدف خود نمی‌رسند، به احتمال زیاد تبلیغات آینده نیز زیر سوال قرار می‌گیرد. به تجربه می‌توان گفت که حتی دیگر کالاها و خدمات موسسه نیز از این امر تأثیر سوء می‌پذیرد. مخصوصاً هرگاه موسسه می‌خواهد از راه تبلیغ ازارهای تازه‌ای پدیدآورد، باید از موجودی و استمرار کالاها و خدمات خود اطمینان داشته باشد، زیرا از دست دادن بازارهای جدید ساده، اما جذب دوباره آن بسیار مشکل است.

ح - استفاده از کارشناس از جمله توصیه‌هایی است که باید در امر تبلیغات مورد توجه قرار گیرد. در واقع، همواره به موسسات توصیه می‌شود که اگر تبلیغ‌گران ورزیده ندارند، تبلیغ نکنند، یا این امر را به متخصصان خارج از موسسه واگذار کنند، زیرا تبلیغ بد از تبلیغ نکردن هم زیانهای بیشتری را موجب می‌شود. به بیان ساده‌تر، می‌توان تبلیغ بد را با بهر دادن بودجه و احتمالاً بدنام کردن موسسه برابر دانست.

ط - روابط عمومی شایسته عامل دیگری است که متأسفانه در تعدادی از سازمانها مورد توجه قرار نمی‌گیرد. این امر نه فقط مشتریان بالقوه و بالفعل را شامل می‌شود، بلکه جنبه روابط انسانی آن به کارکنان سازمان یا موسسه باز می‌گردد. در حقیقت، هرگاه رابطه مدیریت با کارکنان دوستانه و منطقی و منصفانه نباشد، به سادگی می‌توان پیش‌بینی کرد که هر چه برای کالاها و خدمات آن سازمان تبلیغ شود، بی‌تفاوتی یا بدبینی کارکنان آن، تبلیغات را خنثی خواهد کرد حتی در مواقعی که تجربه اثبات

همواره مددکار تبلیغ‌کنندگان باشد. اگر شما تاکنون از تبلیغ رادیویی نتایج خوبی گرفته‌اید، تجربه حکم می‌کند که به این روش ادامه دهید. تازگی که همچنان روش یاد شده موثر باشد. طبعاً، در هر جا احساس کردید که تبلیغ رادیویی کارآمد نیست، می‌توانید روش دیگری برای معرفی کالاها یا خدمات خود جستجو کنید.

و - بودجه تبلیغات از مهمترین عواملی است که می‌تواند در کم و کیف آن تأثیر داشته باشد. البته ممکن است شرکت‌های کوچک یا بزرگ نتوانند در کوتاه مدت بازده تبلیغات را به عدد و رقم تبدیل کنند تا بتوانند برای تبلیغات بعدی بودجه مشخصی اختصاص دهند. اما در هر صورت تعیین بودجه تقریبی و استفاده از آن در مناسبترین زمان ممکن به عنوان یک عامل سودمند مطرح می‌شود.

ز - رابطه افزایش عرضه با امکانات عامل دیگری است که هرگاه از آن غفلت شود، زیانهای قابل ملاحظه‌ای را موجب می‌شود. به بیان دیگر، در هنگام طراحی تبلیغات باید توان موسسه یا شرکت برای پاسخگویی به نیاز مشتریان محاسبه شود. این امر در خصوص موسساتی نظیر تعاونیهای تولید و توزیع، یا تعاونیهای خدمات بیش از بقیه صدق می‌کند. تصادفاً این اتفاق است که در جاهای متعدد رخ می‌دهد و تبلیغات مشتریانی زیادتر از

مواد غذایی را باید از طریق نشریه‌های ویژه زمان تبلیغ کرد، زیرا خانها بیش از آقایان نسبت به مواد غذایی حساسیت نشان می‌دهند. برعکس، آنچه به امور ساختمانی مربوط می‌شود، بیشتر جنبه مردانه دارد، حال آنکه بعضی از کالاها و خدمات را نمی‌توان با برچسب زنانه یا مردانه مشخص کرد.

ب - نوع بازار، نظیر این که هدف تبلیغ‌گر بازار محلی یا منطقه‌ای یا سراسر یک کشور باشد. به این ترتیب، اگر نوع کالا یا خدمات بیشترین مناسبت را با مشتریان محلی داشته باشد، بهتر است از طریق رادیو یا مطبوعات محلی تبلیغ شود، در صورتی که هرگاه بتوان تصور کرد که مشتریانی در سطح منطقه‌ای یا فراتر از آن دارد، باید وسیله دیگری برای این منظور پیدا کرد.

ج - افراد مورد نظر، یا کسانی که تصور می‌رود مشتریان آینده کالاها یا خدمات خواهند بود، از جمله عواملی هستند که کم و کیف تبلیغات را تعیین می‌کنند. به این ترتیب، کالاهای تخصصی در نشریه‌های تخصصی تبلیغ می‌شود، حال آنکه تبلیغات مربوط به جوانان را می‌توان از طریق نشریه‌های ویژه این گروه‌های سنی عرضه کرد.

د - آشنایی با مشتریان یا اسامی آنان از دیگر عوامل موثر در این قضیه است. در واقع، چنانچه صاحب کالاها یا خدمات تعدادی اسم در اختیار داشته باشد، شاید بهترین نوع تبلیغ، ارسال نامه به نشانی افراد باشد. طبعاً، چون نامه‌ها را می‌توان نسبتاً مفصل نوشت، در آن می‌توان به جزئیات پرداخت به نحوی که به تعداد زیادی از سوالات احتمالی مشتریان پاسخ داده شده باشد.

ه - تجربه یا سوابق تبلیغات می‌تواند

- روابط عمومی شایسته عاملی است که متأسفانه در برخی از سازمانها مورد توجه قرار نمی‌گیرد. این امر نه فقط مشتریان بالقوه و بالفعل را شامل می‌شود، بلکه جنبه روابط انسانی آن به کارکنان سازمان یا موسسه است.

- لازم است هر سازمان یا موسسه اقتصادی در اذهان مشتریان خود تصویری مطلوب و خوشایند داشته باشد و بکوشد این تصویر را تا حد امکان در همین سطح حفظ کند. به دست آوردن این تصویر ممکن است از راه تبلیغات امکان پذیر باشد، اما حفظ آن با تبلیغ تقریباً ناممکن است مگر آنکه کارکنان سازمان پشتیبان تبلیغات و ارائه دهنده کالاها و خدمات مناسب در اسرع وقت و با کیفیت خوب باشند.

جایی نزدیک به محل تولید، عرضه کالا توسط اعضا و کارکنان سازمان به مشتریان در منازل آنها، ارائه کالاهای تولید شده در غرفه‌ها و بازارچه‌هایی که به قصد «تولید به مصرف» تاسیس می‌شود، فروش از طریق نمایندگان سازمان تولیدی که همه با نرخ یکسان کالاها را عرضه می‌کنند، و امثال آن.

۲- فروش از طریق شخص ثالث که می‌تواند توسط نمایندگیهای نسبتاً مستقل عرضه شود، یا توسط شبکه توزیع به بازار عرضه گردد. برای مثال، ناشران یا کتابهای خود را فقط به یک شبکه توزیع می‌سپارند تا شبکه در بین کتابفروشیهای طرف قرارداد خود توزیع کند. یا هر ناشر با تعدادی کتابفروشی ارتباط دارد و کتابهایی را که چاپ می‌کند، توسط آنها به فروش می‌رساند. در این حالت، کنترل یا نظارت تولیدکننده چندان زیاد نیست، هر چند به طور غیرمستقیم می‌تواند بر کار طرفهای مورد قرارداد خود نظارت داشته باشد.

۳- فروش شبکه‌ای، یا عرضه کالاها توسط مجموعه‌ای متشکل از تولیدکننده، عمده‌فروش، خرده‌فروش و مصرف کننده که معمولاً ویژه سازمانهای بزرگ و شرکتهای تعاونی گسترده است و به همین دلیل به جزئیات امر نمی‌پردازیم، زیرا مخاطبان این مقاله مدیران شرکتهای تعاونی هستند.

۴- و بالاخره فروش پستی یا روشی که در تعدادی از کشورهای جهان به کار گرفته شده و در مجموع بازده خوبی هم داشته است. برای این منظور، لازم است تولیدکننده در تبلیغات خود نشانی دقیق سازمان را به اطلاع مشتریان بالقوه برساند و به آنها بگوید که شیوه ارسال کالاها پستی است. طبعاً، این کار در صورتی موفقیت آمیز است که شبکه پستی گسترده و مجهز باشد. ثانیاً، نسبت به خدمات پستی اطمینان کافی وجود داشته باشد. ثالثاً، ماهیت کالاها به گونه‌ای باشد که در جابه‌جایی با پست خطر شکستن یا ضایع شدن آن وجود نداشته باشد. و رابعاً، سرعت عمل پست جایی برای کلاهی مشتریان باقی نگذارد.

می‌توان به طرق متعدد، از جمله به روشهای زیر اقدام کرد:

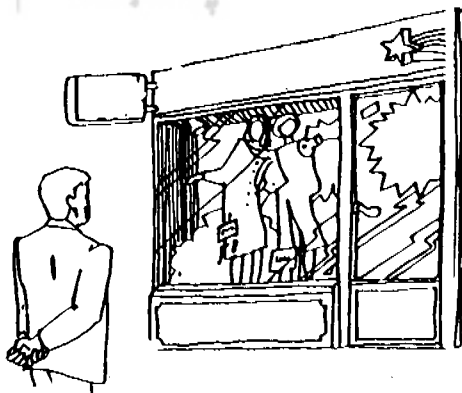
۱- فروش مستقیم، یا تحقق آنچه در تبلیغات به نام «از تولید به مصرف» خوانده می‌شود. طبعاً، این کار به امکانات سازمان برای عرضه کالاها و بستگی تام دارد. مسلماً، چنانچه بتوان به این ترتیب اقدام کرد، از مقادیر قابل ملاحظه‌ای هزینه‌های حمل و نقل و تخفیف‌هایی هم آنها هزینه‌های حمل و نقل و تخفیف‌هایی است که برای عاملین فروش یا شبکه توزیع در نظر گرفته می‌شود. این کار برای موسسات کوچک نظیر شرکتهای تعاونی بسیار عملی و بسیار سودآور است، حال آنکه سازمانهای بزرگ به طور معمول نمی‌توانند از چنین روشی استفاده کنند.

فروش مستقیم می‌تواند به صورتهای مختلف انجام شود. فروش در محل تولید یا در

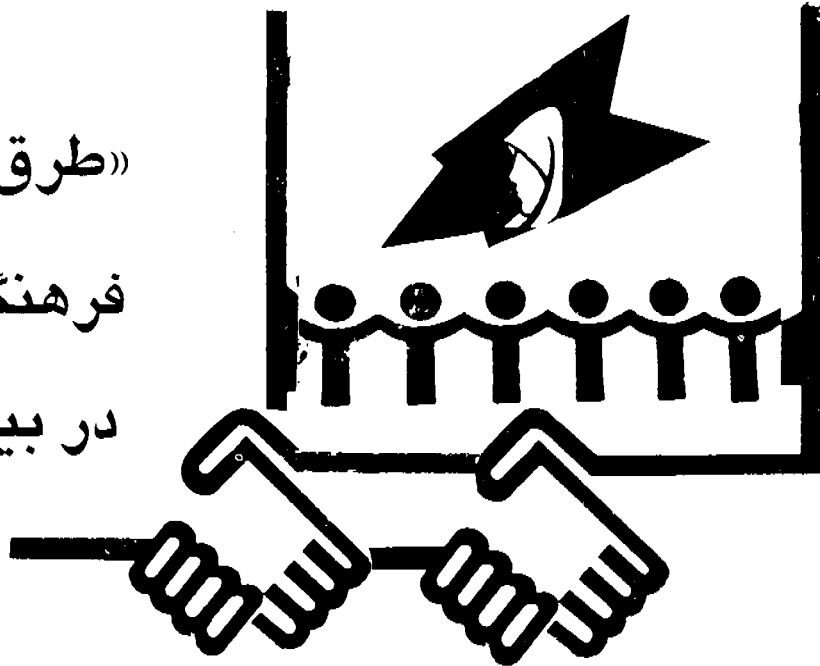
شده که نارضایتی کارکنان از سازه ن دقیقاً یک عامل تبلیغاتی منفی برای سازمان بوده و سازمان به زیان و گاه به ورشکستگی سوق داده شده است.

به تعبیر دیگر، لازم است هر سازمان در اذهان مشتریهای خود تصویری مطلوب و خوشایند داشته باشد و بکوشد این تصویر را تا حد امکان در همین سطح حفظ کند. به دست آوردن این تصویر ممکن است از راه تبلیغات امکان پذیر باشد، اما حفظ آن با تبلیغ تقریباً ناممکن است. مگر آنکه کارکنان سازمان پشتیبان تبلیغات و ارائه دهنده کالاها و خدمات در اسرع وقت و با کیفیت خوب باشند.

ی - توزیع یا ارائه مناسب کالاها یا خدمات می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای در توفیق تبلیغات داشته باشد. برای این منظور



«طرق توسعه فرهنگ تعاون در بین زنان»



اگر بخواهیم به آینده زنان و جامعه به صورت ریشه‌ای و عمیق بنگریم باید برنامه‌ریزی صحیح و درستی برای قشر عظیم و مستعد زنان داشته باشیم... یکی از موثرترین شیوه‌های ممکن گسترش فرهنگ تعاون و همکاری در بین زنان و تشکل آنان در واحدهای تولیدی و خدماتی تعاونی می‌باشد.

از: ابوالقاسم سلیمانی سوچلمایی

نظری به دیدگاه اسلام در مورد زن

اصولاً زن و مرد یک سلسله وظایف خاصی دارند که آنها را از لحاظ تکالیف جدا می‌کند، در اسلام چون از ناحیه تکالیف تفاوتی بین زن و مرد وجود دارد و برخی از مناصب اجتماعی را اسلام به زنها نداده است (مثل قضاوت کردن)، لذا عده‌ای از این موضوع سوءاستفاده کرده و اشکالاتی را مطرح می‌سازند و برخی را عقیده بر این است که ارزش مرد بیشتر از زن است ولی باید گفت که از نظر قرآن کریم ملاک برتری جنسیت نیست. یعنی مرد به خاطر مرد بودنش و زن به خاطر زن بودنش از یکدیگر برتر نیستند و اسلام هیچگاه زنان را حقیرتر از مردان نمی‌داند، سخن قرآن این است که هم مرد و هم زن می‌توانند به درجات بالای کمال برسند و می‌فرماید:

«هرکسی که عمل شایسته‌ای داشته باشد چه زن و مرد، اگر ایمان داشته باشد ما به آنها حیات طیبه می‌بخشیم و پاداش آنها را به بهترین اعمالی که انجام داده‌اند» می‌دهیم.

در سوره نساء آیه ۱۲۴ می‌فرماید: «کسی که اعمال صالح را انجام بدهد چه زن و چه مرد در حالی که ایمان آورده خداوند او را وارد بهشت خواهد نمود و کوچکترین ظلمی در حق کسی نخواهد شد». از نظر قرآن انسان دارای یک سلسله ویژگیهایی است که موجب می‌شود از یک سلسله حقوق خاص که ما آن را حقوق انسانی می‌نامیم برخوردار باشد که حیوان از آن بی‌بهره است. از سویی هر استعداد طبیعی مبنای یک حق طبیعی است، به طور مثال انسان چون استعداد درس خواندن را دارد حق درس خواندن را نیز دارا است و یا چون انسان استعداد در رسیدن به مقام خلافت خدا در زمین را دارد حق آنرا نیز دارا می‌باشد، لذا اسلام زنان و مردان را آفریده خدا می‌داند که همه آنها اشرف مخلوقات هستند و اگر از استعدادهای خود در جهت کمال استفاده کنند چه زن و چه مرد سیر صعودی را طی خواهد نمود و جانشین خدا روی زمین و اشرف مخلوقات خواهد شد. در نتیجه چنین می‌توان بیان نمود که هم زن و هم مرد استعداد کمال جویی را دارند و هر دو می‌توانند با تلاش

و جدیت و با استفاده از اسباب و وسایل موردنیا به کمال نهایی برسند و این در صورتی بصر است که زن و مرد همدیگر را تکمیل کنند. به عبارتی اگر زنان و مردان مکمل هم باشند هیچ وقت احساس سلطه جوی در آنها بروز نمی‌کند، اما انسانها از نظر حقوق طبیعی یک سلسله حقوق متساوی و مستشابه دارند و در عین حال دارای یک تفاوتی نیز می‌باشند که این تفاوتها به حقوق اکتسابی مربوط می‌باشند. لذا این امر باعث می‌شود زن و مرد دارای حقوق نامشابه شود. به بارتی زن با داشتن یک نوع استعداد خاص خود دارای حقوق خاص نیز هست و مرد نیز دارای استعدادهایی است که حقوق خاصی برایش ایجاد می‌کند، اما این عدم تشابه در حقوق اکتسابی به معنی تفاوت در حقوق طبیعی و انسانی بین زن و مرد نیست که به موجب آن مرد برتر از زن تلقی گردد، از نظر اسلام زن مخلوق خداست و از آنجایی که روح خداوند در او دیده شده می‌تواند به بالاترین درجات کمال برسد و هیچ تفاوتی بین زنان و مردان از این حیث موجود نیست.

«نقش فعلی زنان در امور ولیدی و فعالیت‌های اقتصادی»

تقریباً نیمی از جمعیت ممالک جزین سوم از جمله ایران را زنان تشکیل می‌دهند و در هر جمعیتی فضای زیادی را به خود اختصاص داده‌اند، لیکن به دلایل مختلف، از جمله فرهنگ حاکم بر جامعه و آداب و رسوم و طرز تلقی و باورها در خصوص زنان، ضعف آموزش برای زنان، عدم مشارکت زنان در فعالیتهای مهم اقتصادی، اجتماع، محدود بودن فعالیت اکثر زنان در محیط خانه و... تاکنون از استعدادهای سرشار و نهفته آنان در حد مطلوب در حرکت و به گردش درآوردن چرخشهای اقتصادی و اجتماعی استفاده نگردیده است، با آنکه زنان در - واقع جهان سوم بویژه، در امور کشاورزی نقش غیرقابل انکاری دارند لیکن برنامه‌ریزی لازم به منظور سوادآموزی و وارد نمودن آنها در کارهای مدرن و پیشرفته از جمله کشاورزی، صورت نپذیرفته است. در موسسات تجاری نیز وضعیت به مراتب وخیم‌تر از بخش کشاورزی است و زنان چنانچه به استفاده موسسات تجاری درآیند صرفاً در کارهای ماشی‌ای که جامعه چندان اهمیتی برای آنها قائل نیست باقی خواهند ماند، بندرت اتفاق می‌افتد که زنان در پستهای حساس و مهم قرار گرفته و ابراز عقیده کنند، به عبارتی زنان به نسبت مردان در وصول به مشاغل مهم و موثر که مورد قبول جامعه باشد شانس کمتری دارند. و اغلب آنان به سوی مشاغلی نظیر گلدوزی، خیاطی، بافندگی و آشپزی گرایش دارند. هر چند که انجام این امور از طریق زنان بهتر صورت می‌گیرد لیکن این امر نباید مانعی در جهت رسیدن به مشاغل دیگر در خصوص زنان باشد، متأسفانه در جوامع - جهان سوم وضعیت شغلی زنان بگونه‌ای است که معمولاً یا مجبور به ماندن در خانه و انجام امور خانواده هستند و یا اینکه غالباً در شغل‌های غیرحساس که از نظر جامعه اهمیت چندانی ندارد به کار مشغولند. باورهای موجود نه تنها باعث محدودیت اشتغال در بین زنان می‌شود بلکه

خود عاملی است که زنان جامعه را از ادامه تحصیلات عالی باز می‌دارد و در حقیقت انگیزه و نیروی محرکه را از آنان سلب می‌کند و پیشرفت و ترقی آنها را محدود و یا مسدود می‌نماید.

«شیوه‌های توسعه فرهنگ تعاون در بین زنان»

جامعه‌ای که تصمیم دارد زننده و پایدار باشد باید از همه نیروهای موجود حداکثر استفاده را بنماید و زنان که نیمی از اجتماع بشری را تشکیل می‌دهند بایستی نقش مهمی در پیشرفت جامعه داشته باشند، از سویی باید توجه داشت که اشتغال زنان، تواناییهای آنان و عکس‌العمل‌های جامعه در قبال اشتغال زنان از مهمترین مسائل اجتماع ماست.

دختران و زنان شاغل در کشورمان به نسبت کل جمعیت رقم بالایی را تشکیل نمی‌دهند یکی از عواملی که تعیین‌کننده اشتغال زنان می‌باشد مسئله تحصیلات آنان است و براساس آمارهای جمعیتی نسبت زنان دارای تحصیلات عالی به کل جمعیت زنان کشور یکی است.

تحقیقات جمعیت‌شناسی و جامعه‌شناسی حاکی از آن است که توان و قابلیت‌های تجربی و علمی زنان در جامعه، هنوز به درستی شناخته نشده است و زنان جامعه ما در مشاغل بالایی جامعه نقش ناچیزی دارند، اگر بخواهیم به آینده زنان و جامعه به صورت ریشه‌ای و عمیق



بنگریم باید برنامه‌ریزی صحیح و درستی برای قشر عظیم و مستعد زنان داشته باشیم و با توجه به امکانات کشور جهت اشتغال افراد بیکار و جویای کار در بخشهای اقتصادی لازم است که بخش زیادی از اوقات فراغت زنان با برنامه‌ریزی صحیح پر شود، یکی از موثرترین شیوه‌های ممکن گسترش فرهنگ تعاون و همکاری در بین زنان و تشکیل آنان در واحدهای تولیدی و خدماتی تعاونی می‌باشد.

دسترسی به این مهم با توجه به وجود زمینه‌های تعاون در بین زنان شهری و روستایی میسر و قطعاً نتیجه بخش خواهد بود. تحقیقات محققین نشان می‌دهد که از زمانهای دور نوعی تعاون و همیاری به صورتی سنتی ولی منسجم در میان زنان ایرانی وجود داشته است که منشاء درآمدهای اقتصادی بالایی بوده است، از جمله این گونه تعاونیها می‌توان به تعاونی سنتی «شیرواره» اشاره نمود که در گذشته در اکثر روستاها و ایلات و حتی شهرهای ایران وجود داشته است و هنوز نیز در بسیاری از مناطق و روستاها و ایلات ایران وجود دارد که خاص زنان بوده و کلیه امور آن توسط زنان «هموره یا همواره» انجام می‌شد. از انواع دیگر تعاونی در بین زنان باید از همیاری در وچین کردن، همیاری در نشاء کردن، همیاری و تعاون در جمع‌آوری محصول کشاورزی و غیره را نام برد و از نمونه‌های بسیار بارز و مشخص آن می‌توان به همکاری و همیاری زنان کشور ما در تهیه غذا و لباس جهت رزمندگان اسلام در طی جنگ تحمیلی نام برد که اثرات عینی تعاون در این زمان قابل مشاهده و رویت بود، با این توضیحات اگر بخواهیم فرهنگ تعاون و همکاری را در بین زنان جامعه توسعه دهیم پیشنهاد می‌گردد که پیش از هر کاری باورهای منفی و برداشتهای ناصحیح از زن را از اذهان مردان جامعه خارج و یا حداقل تعدیل کنیم. به طوری که در اثر آن جامعه به نقش زن واقف گردد و مقدار بیشتری از انجام امور اقتصادی و اجتماعی را به عهده زنان گذارد، اگر موفق به این امر شویم می‌توانیم اهداف بعدی خویش را مطرح کنیم. به عبارتی اولین قدم در جهت

- تحقیقات نشان می‌دهد که از زمانهای دور نوعی تعاون و همیاری به صورت سنتی ولی منسجم در میان زنان ایرانی وجود داشته است که منشاء درآمدهای اقتصادی بالایی بوده است، از جمله این گونه تعاونیها می‌توان به تعاونی «شیرواره» اشاره نمود که در گذشته و در اکثر روستاها و حتی شهرهای ایران وجود داشته است.

مشارکت زنان در فعالیتهای تولیدی و اقتصادی زدودن افکار نادرست و پالایش برخی اعتقادات خرافی موجود در مورد زنان است، اگر بخواهیم اقتصادی پویا داشته باشیم باید از تمام امکانات بنحو مطلوب استفاده نماییم و یکی از مهمترین شاخصها در این خصوص افزایش میزان اشتغال و ازدیاد فرصتهای شغلی برای بانوان کشور است تا آنها صرفاً از انجام امور حاشیهای و کم‌اهمیت خارج شده و به کارهای مهم دسترسی پیدا کنند.

با توضیحات فوق چنانچه زمینه لازم در جامعه بوجود آید به سهولت می‌توان به نشر و توسعه هر پدیده اجتماعی آن طور که مدنظر می‌باشد اقدام نمود، توسعه فرهنگ تعاون در میان زنان نیز از این امر مستثنی نبوده و بشرط فراهم شدن زمینه‌های اجتماعی مناسب می‌توان از طریق ذیل به گسترش و توسعه آن اقدام نمود:

۱- توسعه فرهنگ تعاون به همراه آموزش و سوادآموزی در بین زنان:

یکی از بهترین شیوه‌های افزایش معلومات و اطلاعات برخورداری از مزیت سواد است. چنانچه آموزش و سوادآموزی زنان را به عنوان یکی از عوامل مهم پیشرفت اجتماعی و اقتصادی بدانیم، که قطعاً نیز چنین است. در این صورت کنار توسعه فرهنگ تعاون به راحتی صورت خواهد گرفت. زیرا در صورت باسواد بودن افراد اولاً اجراء هر برنامه اقتصادی و اجتماعی در زمان محدودتر و با هزینه کمتری صورت می‌پذیرد. ثانیاً چون پذیرش توسط خود افراد انجام می‌گیرد ماندگاری و وابستگی به آن نیز بیشتر می‌باشد، لهذا چنانچه ترتیبی اتخاذ شود که به همراه سوادآموزی به توسعه فرهنگ تعاون و مزایای آن نیز پرداخته شود موفقیت در آن حتمی و ریشه‌ای خواهد بود، در نتیجه پیشنهاد می‌گردد

وزارت تعاون ضمن هماهنگی با آموزش و پرورش و نهضت سوادآموزی به امر توسعه فرهنگ تعاون نیز پردازد.

۲- برقراری ارتباط با سازمانهای ذیربط در امور زنان:

یکی دیگر از شیوه‌های توسعه فرهنگ تعاون در بین زنان، ایجاد ارتباط با سازمانهایی که به نوعی امور مربوط به جامعه زنان را انجام می‌دهند می‌باشد، هماهنگی با این سازمانها و انتقال مفاهیم و اصول و اهداف بخش تعاون به زنان تحت پوشش از سوی مسئولین ذیربط قطعاً موثر و مفید خواهد بود.

۳- تشکیل گروه مشاوره زنان در ادارات کل تعاون استانها:

با توجه به اینکه شیوه تعاون به شکل امروزی آن، همانند بسیاری از پدیده‌های اقتصادی، اجتماعی قدمت چندانی در ایران ندارد میزان شناخت و آشنایی از نحوه و ضوابط تشکیل واحدهای تعاونی به شکل



رسمی بو یژه در میان زنان پایین است، لذا پیشنهاد می‌گردد که وزارت تعاون مقدمات تشکیل گد وه مشاوره زنان در سطح ادارات کل تعاون را حتی‌المقدور با عضویت زنان شاغل در بخش تعاون فراهم نماید. وظیفه این گروه ته ویج و تبیین فلسفه تعاون، ایجاد انگیزه، راهنمایی و هدایت در انتخاب طرحهای مناسب، همکاری در جهت تشکیل شرکت ته ونی و نیز اخذ مجوزهای لازم و سایر امور مربوطه می‌تواند باشد.

۴- شناسایی زمینه‌های تعاون و همکاری بین زنان و تهیه فیلم و نمایش آن:

ایجاد ارتباط با گذشته به منظور بهبود وضعیت آینده از امور اجتناب‌ناپذیر در برنامه‌ریزی است. قبلاً گفته شد که در بین زنان کشورمان نمونه‌های فراوانی از فعالیتهای تعاونی وجود داشته است، لذا آنگاه نمودن زنان امروز از نقش مادران و گذشته‌گانشان توسط فیلمهای آموزشی یکی از شیوه‌های موثر در ایجاد انگیزه جهت فعالیت در قالب شرکتها، تعاونی، متناسب با ویژگیهای اقتصادی اجتماعی زمان حال می‌باشد. علاوه بر این می‌توان از سایر رسانه‌های گروهی علی‌الخصوص رادیو که بیش از سایر وسایل ارتباط جمعی در دسترس می‌باشد استفاده نمود و ضمن تهیه برنامه‌های مناسب نسبت به بخش آن در زمانهای مطلوب اقدام و زنان را به تشک در واحدهای تعاونی تشویق و ترغیب نمود. توجه کنیم که زمانهای مطلوب مواقعی از شبانه‌روز است که زنان فرصت شنیدن برنامه‌های رادیویی را دارند.

۵- برگزاری سمینارها و گردهمایی و جلسات:

یکی دیگر از شیوه‌های توسعه فرهنگ تعاون در بین زنان و تشویق آنها به منظور

آنچه که لازم است مریبان تربیتی درباره تعاون بدانند

از: علیرضایی

اداره کل تعاون استان ایلام

«فرهنگ تعاونی در ایران»

مقصود از فرهنگ تعاونی مجوعه آداب و رسوم، سنت‌ها و روشهایی است که از گذشته در جامعه ما وجود داشته و مبین روح همکاری و مشارکت همگانی در آن است. نظر به اینکه فلسفه تعاون در حقیقت، همکاری در حل مشکلات و چاره‌جویی برای یافتن بهترین راهها برای انجام کار و حل معضلات است و به دور از قدرتهای حاکمه در هر رنگ و شمایل و عقاید و جهت‌گیریهای آنها عمل می‌نماید. بنابراین تعاون را راهی نوین در میان نظامهای اقتصادی دانسته‌اند. به عبارت دیگر صاحب‌نظران با سرام و مشربوبی فکری متفاوت به اتفاق، تعاونی و جامعه تعاونی را راهی نوین میان سرمایه‌داری لحام گسیخته و بی‌بند و بار که موجب نابسامانیهای اجتماعی می‌باشد از سویی و اقتصاد دولتی کامل که نتیجه و خیمی بلحاظ ایجاد اختناق و نابودی آزادی فردی و اجتماعی به بار می‌آورد و نمونه آن در دنیا کم نیست، دانسته‌اند.

در اقتصاد سرمایه‌داری بهره‌کشی فرد از افراد دیگر حاکم است ولی در اقتصاد تعاونی برخلاف اقتصاد سرمایه‌داری کمک و همکاری متقابل را اساس و مبنای کار خود قرار داده است و عدالت و آزادی فردی و یک حس بسیار قوی و نیرومند ناشی از برادری را در فرد فرد اعضای چنین جامعه‌ای پدید می‌آورد. در جامعه‌ای که روح تعاون وجود دارد همه افراد آن در فقر و غنا و در خوشبختی و بدبختی یکدیگر شریک و سهیل هستند.

از خصوصیات نهضت تعاونی برانگیختن حس دوستی و رفاقت و برادری میان افراد است. کشمکشهای طبقاتی با روح تعاونی

سازگار نیست و این مکتب، تعاون در بقا را، جایگزین تنازع بقا می‌نماید و رقابتهای مخرب را به همکاری بدل می‌سازد. همان گونه که اعضای بدن مثل دو دست، دو پا و پلکها و ردیف دندانهای بالا و پایین به یکدیگر کمک می‌کنند و به همدیگر نیاز دارند ما انسانها نیز در همه حال به یکدیگر نیازمندیم.

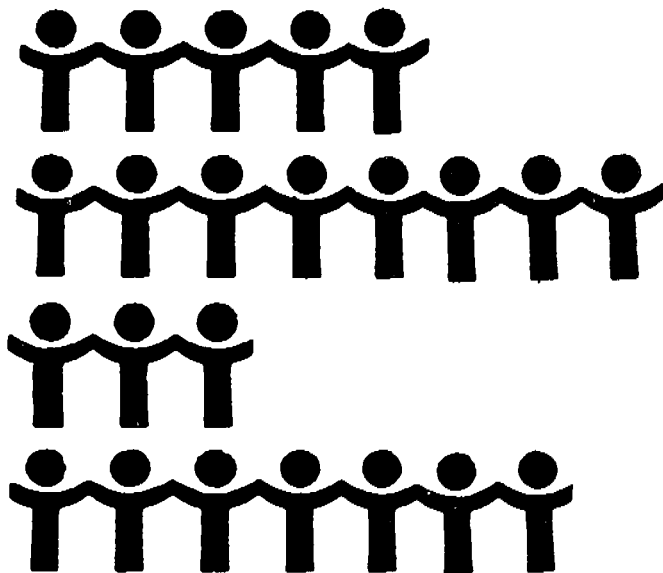
در ادبیات پر بار و پرافتخار ما هر جا سخن از نوع‌پروری و نوع‌دوستی و معاضدت با دیگران مطرح است، روح تعاون به معنی عام کلمه مطرح است و ادبیات غنی فارسی مشحون از این روح و روحیه است، حالا خواه خواست مردم باشد یا الزام طبیعت در هر صورت انسان مدنی الطبع است و معیشت او جز با تعاون ممکن نیست و در معنی دیگر می‌توان گفت که طبیعت و جغرافیایی زندگی، ما را وادار و مجبور می‌کند که برای غلبه بر مشکلات طبیعی با یکدیگر متحد شویم و قدرت خود را برای چیره شدن بر آن به کار گیریم. از سه گونه ستیز که انسان با نفس خودش و با انسانهای دیگر و با طبیعت دارد مجبور است دو گونه اول را کنار بگذارد و با طبیعت در آویزد مثلاً استفاده اقتصادی از آب و زمین جز با همکاری داوطلبانه در طول تاریخ ممکن نبوده است.



برای پی‌بردن به مفهوم تعاون، ورق زدن تاریخ خیلی ضرورت ندارد. هم اکنون هم در جامعه روستایی هر روز و در هر فصل نمونه‌های فراوانی از کارهای دسته جمعی را می‌بینیم و این همان تعاون به معنی عام آن است. پیشینه تعاونی در جامعه ما اگر چه غیررسمی ولی به درازای تاریخ سابقه دارد مالکیت مشترک و مشاعی زمین و ابزار کاشت و غیره نمونه دیگر است. اجتماعات سنتی که اقتصاد بسته دارند و در حقیقت به طور مشترک خود تولیدکننده و خود مصرف‌کننده‌اند همکاری و همبستگی‌های قوی‌تر و ریشه‌دارتری دارند که می‌توان آنرا تعاونی کهن نامید، جوی‌روبی، لایروبی کوره قنات از مادر چاه تا مظهر قنات، لایروبی و تعمیر استخر کشاورزی، همیاری و در بازسازی استخرها یا آبگیرها، هرنگ‌روبی، که رویدن قناتهای روباز بوده است، همه و همه با اسمهای متفاوت در نقاط مختلف ایران اقدامات تعاونی کهن است، دامداری و درو و خرمن کوبی و حمل و نقل محصول و احداث منزل و اقدام به کاه‌گل پشت‌بام کارهایی است که همواره با یک کوشش جمعی متقابل انجام می‌یافت. بدیهی است که این امور به معنی خاص امروز و مورد نظر ما تعاونی رسمی نیستند. در خصوصیات تعاونیهای عام و خاص مشترکات فراوان است ولی همین اشکال سنتی همکاری نوعی تعاونی تولید است.

نکته مهم که بایستی در نظر داشته باشیم این است که تعاون نوعی کار کردن و همکاری متقابل است و نه فقط زیستن با یکدیگر.

تعاونی سنتی شکل خاصی ندارد، متعلق به کسی نیست، حد و مرز نمی‌شناسد، مخلوق جامعه و شرایط ویژه آن است و به تناسب ظرف اجتماعی شکل می‌پذیرد و آمیخته با خلیقات مردم است. یک رویه نیست، هم جنبه



اجتماعی دارد و هم جنبه اقتصادی، پدیده‌ای درهم بافته است.

و اما تعاونی رسمی عبارت است از یک سلسله عملیات و اقدامات قانونی مبنی بر اساسنامه و آیین‌نامه‌هایی است که کلیه فعل و انفعالات اقتصادی، اجتماعی را در داخل یک گروه جمعیتی پیش‌بینی و محدود و مقید می‌سازد.

«تعاونی در قوانین ایران»

نهضت تعاون در ایران نهضتی است جوان و مجموعاً می‌توان گفت متجاوز از نیم قرن از نخستین آثاری که در مورد شرکتهای تعاونی در قوانین ما به چشم می‌خورد می‌گذرد. در حدود ۷۰ سال پیش یعنی ۱۲ خرداد ماه ۱۳۰۴ شمسی با تدوین قانون تجارت در فصل دوم ماده ۱۰۷ قانون مذکور از شرکتهای تعاونی بدین صورت یاد می‌شود:

شرکت تعاونی بر دو قسم است: شرکت تعاونی تولید، شرکت تعاونی مصرف.

در سال ۱۳۱۱ شمسی قانون تجارت ایران با توجه به مطالعاتی که در قوانین سایر کشورها به عمل آمد به خصوص با استفاده از قوانین تجاری فرانسه مورد تجدیدنظر قرار گرفت و به تصویب قوه مقننه آن زمان رسید. ماده ۲۰ آن شرکتهای تعاونی را یکی از انواع

شرکتهای تجاری به حساب آورد. بحث هفتم آن از ماده ۱۹۰ تا ۱۹۴ به توصیف شرکتهای تعاونی تولید و مصرف پرداخته است.

کار تعاون در روستاهای ایران از سال ۱۳۲۵ با تشکیل صندوق تعاون روستایی در مراکز شهرها توسط بانک تعاون کشاورزی به منظور کمک به کشاورزان و خرده مالکان شروع شد اما به دلیل آنکه این صندوق‌ها در شهرها قرار داشتند نتوانستند آن چنان که لازم است به روستاییان خدمت نمایند، به همین خاطر از سال ۱۳۲۷ تصمیم گرفته شد که شرکتهای تعاونی روستایی در مراکز روستاها تشکیل شوند. تا سال ۱۳۲۷ که در نخستین بودجه عمرانی برنامه‌ای که توسط دولت وقت تهیه گردید و در آن اعتباری جهت گسترش و بسط شرکتهای تعاونی در نظر گرفته شده بود فعالیت در جهت تامین و یا منافع شرکتهای تعاونی به چشم نمی‌خورد.

در سال ۱۳۳۲ لایحه شرکتهای تعاونی در ۱۴ ماده به قوه مقننه تسلیم شد در مرداد سال ۱۳۳۴ با ۱۱ ماده به تصویب رسید. این اولین قانون شرکتهای تعاونی بود که به طور مستقل و جدا از سایر قوانین موضوعه به تصویب قوه مقننه آن روز رسید ولی این قانون نیز جوابگوی واقعی شرکتهای تعاونی از لحاظ تامین ضمانت اجرای برنامه شرکتهای

اجرای اصل تعاونی نبوده و بعد از طی این مراحل در قانون اصلاحات ارضی نیز از تعاونیها ذکری به میان آمده بود به طوری که لزوم عضویت در شرکتهای تعاونی را برای زارعین پیش‌بینی کرده بود.

در سال ۱۳۴۲ اساسنامه سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران به تصویب رسید. به موجب ماده ۵ این اساسنامه هدف سازمان مزبور بدین شرح بیان گردید:

هدف اصلی سازمان عبارت است از کمک به پیشرفت نهضت تعاون در مناطق روستایی. کمک اعتباری به اجرای برنامه‌هایی که اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی روستایی مستقیماً و یا با کمک سازمانهای عمرانی منطقه‌ای مربوطه به منظور بهره‌برداری کامل از عوامل کثاوری تنظیم نمایند.

سازمان مرکزی تعاون از سال ۱۳۴۶ زیر نظر نخست‌وزیری قرار گرفت، اولین اقدام این سازمان مطالعه و تحقیق تطبیقی در قوانین تعاونی سایر کشورهای جهان و تنظیم قوانین جامعی برای شرکتهای تعاونی بود. در نتیجه قانونی در ۲۵ فصل و ۱۴۹ ماده شامل مقررات مربوط به ثبت شرکتهای و وظایف مجامع عمومی و هیئت مدیره و بازرسان شرکتهای تعاونی، انواع شرکتهای تعاونی، نحوه ادغام و عضویت در اتحادیه‌های تعاونی و بالاخره نظام و تشکیلات تعاونی، تسلیم مجلس شد.

قانون الحاق سازمان مرکزی تعاون کشور به وزارت تعاون و امور روستاها در نیمه فروردین ۱۳۵۰ به این وزارتخانه ابلاغ شد. و لایحه تحت بررسی پس از دو ماه از تشکیل وزارت معنکور به تصویب مجلس وقت رسید و به صورت آزمایشی به اجرا درآمد.

فعالیت‌های تعاونی‌ها پس از پیروزی، انقلاب اسلامی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، شاهد گسترش سریع تعاونیها، در سراسر کشور بوده‌ایم، طوری که در فاصله بهمن ماه

۱۳۵۷ تا پایان مهرماه ۱۳۶۱ تعداد شرکت‌های تعاونی شهری غیر کارگری با شتاب و آهنگی سریع رو به افزایش بود. در این مدت جمعاً ۶۲۶۴ شرکت بر تعداد این تعاونیها افزوده شد. و در این تغییرات تعاونیهای تهیه و توزیع، تعاونیهای تولیدی و صنایع دستی با افزایش ۸۰ شرکت و ۲۲۸۵ درصد رشد حداقل افزایش را داشته‌اند.

جایگاه تعاونی در قانون اساسی

در قانون اساسی سابق اساساً اقتصاد و نظام اقتصادی صحبتی به میان نیامده و تبعاً از تعاون هم سخنی گفته نشده بود. اما در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران علاوه بر آنکه در اصل ۳ (بند ۱۵) و در اصل ۴۳ و ۴۴ صریحاً از تعاون نام می‌برد. در بسیاری از اصول برای دولت تکالیف و وظایفی را مطرح می‌کند که با آرمان‌های تعاونی منطبق است. مهمترین اصلی که در قانون اساسی در مورد تعاونی آمده اصل ۴۴ است که در آن به طور مشخص تعاون را یکی از بخشهای سه‌گانه نظام اقتصادی جمهوری اسلامی معرفی می‌کند این ماده اشعار می‌دارد:

«نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است.»

بخش دولتی شامل کلیه صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری، بیمه، تاسیس نیروگاه سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی، رادیو و لمویزیون، پست و تلگراف و تلفن، هوپیمایی، کشتیرانی، راه و راه آهن و مانند اینها است که به صورت مالکیت عمومی در اختیار دولت است. بخش تعاونی شامل شرکتها و موسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود. بخش خصوصی شامل آنست از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است.

مالکیت در این سه بخش تا جایی که با اصول دیگر این فصل مطابق باشد و از محدوده قوانین اسلام خارج نشود و موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور گردد و مایه زیان جامعه نشود، مورد حمایت جمهوری اسلامی است. تفصیل ضوابط و قلمرو و شرایط هر سه بخش را قانون معین می‌کند.

این تاکید قاطعانه خود بر اهمیت تعاونیها در عرصه قانون افزوده، تعاونیها گسترش چشم‌گیری یافتند که بهترین دلیل این گسترش را باید در همان اصول مندرج در قانون اساسی دانست.

البته روح حاکم بر قانون اساسی خود حاکی از این است که تعاونیها باید مورد حمایت و گسترش و تقویت قرار بگیرند تا وسیله‌ای در خدمت مستضعفین باشند.

در نظام جمهوری اسلامی بهای زیادی به تعاونیها داده شد و در قانون اساسی به ویژه تعاونی‌هایی که تکیه اصلی آنها بر قشر مستضعف جامعه باشد مورد توجه قرار گرفته است. نیاز آینده جامعه نیز توجه هر چه بیشتر به تعاونیها را ایجاب می‌کند و سیاست دولت دایره به گسترش تعاونیها است.

روند رشد رو به افزایش تعاونیها که پس از انقلاب اسلامی شروع شده بود هنوز هم ادامه دارد.

مجلس شورای اسلامی، در جلسه چهارشنبه مورخ سیزدهم شهریور ماه ۱۳۷۰ قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی



ایران را تصویب کرد و شورای نگهبان در تاریخ ۷۰/۶/۲۴ آن را تایید نمود و این گامی مهم در تقویت بنیان تعاونیها محسوب می‌شد. طرح قانون تعاونیها در دی ماه ۱۳۶۲ تقدیم مجلس شده بود و یکی از جنجالی‌ترین طرح‌های پس از انقلاب اسلامی بود که نزدیک به هشت سال در مجلس تحت بررسی قرار داشت.

سرانجام اقدام دولت دایره بر تاسیس وزارت تعاون در ۱۳۷۰ گام موثر دیگری در حمایت از تعاونی بود.

«اصول تعاون، مصوب اتحادیه بین‌المللی تعاون»^(۱)

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

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

«اصول ششگانه تعاون (به اختصار) به شرح زیر است:»

۱- عضویت اختیاری و آزاد. عضویت در شرکتهای تعاونی باید بدون قید و بند تصنیعی و

- توسعه منابع انسانی.
- مسئولیت اجتماعی و مسئولیت نسبت به محیط زیست.
- همکاری ملی و بین‌المللی.



«شرکت‌های تعاونی آموزشی»

در یک شرکت تعاونی مصرف آموزشی، مانند دیگر شرکت‌های تعاونی، هیئت مدیره شرکت مسئولیت بازرگانی را به عهده دارد و منابع مالی شرکت تعاونی و جلب رضایت اعضاء که در عین حال مشتریان آن هم هستند، بگسترش فعالیت و تحکیم مبانی اقتصادی شرکت می‌شود.

«نکات قابل توجه در اداره شرکت‌های تعاونی آموزشی»

اولیاء محترم مدارس و مربیان گرامی، نایبستی را با به جای هیئت مدیره تصمیم بگیرید، با که در کنار آنها فقط باید نقش هدایتگر داشته باشند و این هیئت مدیره است که باید به چگونه برآوردن نیازها بیندیشند و احتیاجات را برآورد کرده سپس متناسب با سرمایه و امکانات چیزهای مورد علاقه و استفاده کثرت دانش آموزان را به میزان مورد نیازش خریداری و با سود ناچیز بفروش برسانند.

صد درصد بایستی سعی شود که دانش آموزان خود بحث و اتخاذ تصمیم نمایند و در امر انتخاب کالا و خرید مباشرت مستقیم داشته و - وود آنها به امر عرضه و فروش و بسته‌بندی و انبار کردن و صندوقداری و امور دیگر بپردازند. در غیر این صورت ما به هدف خود در تشکیل شرکت تعاونی و شناساندن روح تعاون، به دانش آموزان موفق نخواهیم شد. به بیای دیگر، رعایت این موضوع که مربیان و اولیاء محترم مدارس ملزم هستند که به جای دانش آموزان تصمیم نگیرند، تا آنجا اهمیت دارد که همگان خود را موظف بدانیم که دانش آموزان خود امر تعاونی را شخصاً اداره نمایند والا شرکت تعاونی دکه‌ای

اعضا به اشکال زیر تخصیص یابد:
الف: برای توسعه معاملات تعاونی.
ب: برای ارائه خدمات عمومی.
ج: برای توزیع بین اعضاء متناسب معاملات هر یک با تعاونی.
۵. تعلیمات تعاونی. تمام شرکت‌های تعاونی باید برای آموزش اعضاء، مقامات و کارکنان خود و عموم مردم در زمینه‌های اصول و فنون تعاونی از نظر اقتصادی و دمکراسی اقدامات شایسته معمول دارند.

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

«ارزشهای اساسی تعاونی»

طبق مصوبات سی‌امین کنگره اتحادیه بین‌المللی تعاون که در سال ۱۹۹۲ در توکیو تشکیل گردید ارزشهای اصلی تعاون عبارت است از:
- انجام فعالیتهای اقتصادی به منظور رفع نیازهای اعضاء.
- مشارکت و سهم بودن در دمکراسی.

هرگونه تبعیض اجتماعی نژادی و فرقه‌گرایی برای تمام کسانی که بتوانند از خدمات شرکت استفاده کنند و مسئولیت‌های ناشی از عضویت را بپذیرند، اختیاری و آزاد است.

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

۳- سود محدود برای سرمایه. در صورت امکان تخصیص سود به سهام، حداکثر نرخ آن باید تعیین شود.

۴- تخصیص منصفانه مازاد. نتایج اقتصادی حاصل از عملکرد شرکت به اعضاء آن تعلق دارد و باید به طریقی تقسیم گردد که هیچگاه منفعت عضوی از محل هزینه دیگر اعضاء نباشد. مازاد درآمد ممکن است با نظر

بی‌خاصیت خواهد بود که سزاید، مدرسه هم می‌تواند آنرا به میل خود بگرداند و در آن صورت نامیدن اینگونه دکه به شرکت تعاونی بی‌مسمی است و برای آتیه نخواهیم توانست تعاونگرانی معتقد به کار جمعی بری برآوردن نیاز مشترک، تربیت کنیم.

تعاون به فرزندان ما چه می‌آموزد؟

تعاون مفاهیم ارزنده بسیاری را به فرزندان ما می‌آموزد یا عملاً خواهد آموخت، که برخی از آنها به شرحی که درجی می‌آید فهرست می‌شود:

الف: اقتصاد بالنده کلان جامعه آینده ما که بخش اعظم آن تعاونی خواهد بود چگونه بایستی اداره شود؟ درسهای ابتدایی این چگونگی مانند هر آنچه که فرزندان این مرز و بوم در آینده به آن نیاز دارند، امروز در آموزشگاه می‌آموزند بایستی در مدرسه آموخته شود.

ب: در تعاونی آموزشگاهی است که دانش‌آموزان مطالعه و تجزیه و تحلیل درست را می‌توانند بیاموزند. فی‌المثل طری عمل کنند که ضرر به بار نیآورند بلکه بدین اجحاف به اعضاء سود عادلانه نیز داشته باشند خرید و فروش و هم موجودی انبار را در دست کنترل کنند.

ج: در تعاونی آموزشگاهی است که برای اولین بار دمکراسی را لمس و تجزیه می‌کنند و پی به شخصیت انسان می‌برند.

د: به تدریج با اصول تعاون آشنا می‌گردند.

ه: به طور غیرمستقیم از تجربه‌های ارزنده مریبان خود منتفع می‌شوند. و کم‌کم آینده‌نگر بار می‌آیند.

و: در تعاونی آموزشگاهی است که می‌فهمند آنچه می‌بایستی بر عقرات و سرنوشت بشر حاکم باشد انسانها باید باشند نه سرمایه. در عین حال ارزش پول را درک می‌نمایند.

ز: سازماندهی و رعایت ضابط و سلسله

مراتب و تقسیم کار و مشاوره یعنی تحمل و احترام به عقاید دیگران نیز درسهای دیگری است که در تعاونی آموزشگاهی به تدریج به آن پی می‌برد.

«اصل آموزش»

بزرگترین عامل موفقیت یک تعاونی ناشی از اعتقاد اعضاء آن است و اعتقاد فداکارانه و صمیمانه به صورت واقعی، ایجاد نمی‌شود مگر به آموزش. هدفهای مقدس و روح عدالت اقتصادی و اجتماعی تعاون گسترش نمی‌یابد، مگر به آموزش. بدین لحاظ است که پیشقدمان نهضت تعاون آموزش را به عنوان یک اصل در تعاون قرار دادند. ما هم با درک و قبول این مفهوم مهم است که در صدر برنامه آموزش خود گروه سنی جوانان را قرار داده‌ایم زیرا که امیدها و تعاونگران آینده مملکت می‌باشند. ولی مطلب غیرقابل قبول همانا تفاوت قابل شدن بین جنس زن و مرد در آموزش است. به کارگیری وسایل مختلف سمعی و بصری به طور موثر آموزش را تعمیق می‌بخشد. ارائه الگوهای موفق تعاونی و نحوه عملکرد آنها همواره از وسایل خوب آموزشی به شمار می‌رود.

مجمع عمومی سالیانه شرکت تعاونی گو اینکه به منظور تعیین خط و مشی کلی شرکت و تغییرات مدیرات و به مثابه پارلمان شرکت محسوب می‌شود در عین حال یکی از بهترین وسیله‌های آموزش بویژه در زمینه دمکراسی می‌باشد و مریبان خوب و هشیار کسانی هستند که مجمع عمومی را به جشن سالیانه تاسیس



شرکت تعاونی نیز تبدیل نمایند و اینجاست که مریبان محترم تربیتی بایستی برای تصدی امر مشاور تعاونی، تربیت شوند. که هم رل مروج فی را بازی کنند و هم به عنوان احیاگر و مبلغ مبرز تعاون عمل نمایند. البته پایین آوردن سطح وظیفه مشاور به یک رابط تجاری اشتباه محض است و این به نحوه اقدام خود مریبی پرورشی بستگی دارد.

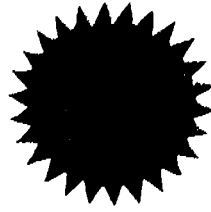
«مدیران شرکت تعاونی (هیئت مدیره، بازرسان و مدیرعامل)»

موفقترین تعاونیها شرکتیهای هستند که مجمع عمومی آنها با چشم و گوش باز لایقترین مدیران را برای اداره تعاونی انتخاب می‌کنند. تعداد افرادی که از طرف مجمع عمومی به عنوان هیئت مدیره انتخاب می‌شوند به عنوان یک کادر اداره کننده شرکت مسئولیت کلی اداره تعاونی را به طور مشترک دارند که از بین خود یک رئیس و یک نایب رئیس و یک منشی انتخاب می‌کنند وظایف هیئت مدیره و بازرسان و تعداد آنها و مدت ماموریتشان در اساسنامه ذکر می‌شود. هیئت مدیره خارج از اعضاء خود از بین اعضاء شرکت و یا غیر آن، فردی را به نام مدیرعامل انتخاب می‌کنند.

مدیرعامل همواره مجری مصوبات هیئت مدیره است. هیئت مدیره در وظایف اجرایی مداخله نمی‌کند ولی کنترل مقررات و خط و مشی تصویب شده خود را به عهده دارد. خدمت هیئت مدیره رایگان ولی مدیرعامل متناسب با شایستگی و گسترش فعالیت خود می‌تواند با تصویب هیئت مدیره دستمزد دریافت کند.

«وظیفه مدیرعامل»

مدیرعامل وظایفی در سطح هیئت مدیره دارد ولی در هر صورت مجری مصوبات هیئت مدیره است و عزل و نصب او توسط



بررسی راههای تعمیم فرهنگ سختکوشی در سازمانها

از: سیدهاشم هدایتی

بازسازی فکری مستمر و بالا بردن مهارتهای لازم در زمینه کار.

- جامع نگری و برخورداری از مهارت درک مفاهیم

نظر دیگری حاکی است که: سختکوش کسی است که برای رسیدن به هدف، تلاش بیشتر نماید و با صرفه‌جویی در زمان و هزینه موجب بالا رفتن کارایی بشود. سختکوش کارها را در آمتین زمان و اولین فرصت انجام داده و علاوه بر وظایف مقرر، کار انجام می‌دهد.

عده‌ای نیز بر این باورند: فردی را می‌توان سختکوش نامید که حداقل کار مفید وی برابر با شانزده ساعت باشد و کارهای او همه در راستای هدف، از پیش تعیین شده باشد.

به تعبیر دیگر وی وظایف را به نحو احسن انجام می‌دهد و در حالیکه وظیفه او انجام گوشه‌ای از وظایف مربوطه به یک هدف است، می‌کوشد نقش بیشتری را ایفا نماید و به هر طریق اهداف تحقق یابند. سختکوش یعنی پی‌گیری و میر منقطع کوشش کردن تا جایی که کار به نجه برسد. فرد سختکوش محال است کارها را خود را بی‌نتیجه بگذارد، لازمه این امر ایما، به هدف است. فرد سختکوش هم کارش سخت است و هم تمام هم و غم خود را مصروف کارش می‌نماید و با جدیت تلاش می‌کند و وقت هدر رفته ندارد حتی از اوقات فراغت و تفریح و سرگرمی برای تقویت و بازسازی جسمی و روحی بهره می‌گیرد. مشاهده عینی افراد سختکوشی و بررسی ویژگیهای آنان ما را اقناع می‌نماید که سختکوشی، در صورتی حاصل می‌شود که نکات زیر واقع شوند:

- ۱- وجود هدف شناخته شده و مشخصی که برای تا نشکر دستیابی به آن ممکن و ایمان به هدف دوی بوجود آمده باشد.
- ۲- رعایت قلبی از کار و خشنودی از هدف. تمایل و رغبت برای نیل به انجام امور و انگیزش دوی.

آیا ضمن تحصیل به کار نیز می‌پردازد؟ سوابق وی در مورد علاقه به راحت طلبی و راه‌حلهای ساده و کم زحمت و وضعیت ظاهری و نیروی بدنی فرد... تا چه اندازه است؟

پس از صحبت با افراد مختلف در سطوح مدیریتی و مشاهده افرادی که در عرف محل سختکوش خوانده می‌شدند موارد قابل توجهی حاصل شد که ما را در تبیین بهتر مطالب یاری می‌رساند. ماحصل دیدگاههای مختلف بشرح زیر است:

برخی می‌گویند نسبت سختکوشی در افراد اعتباری است و تلقی‌های متفاوت بوجود آورنده این نسبتها هستند و آدمهایی که پر تلاش‌اند را معمولاً سختکوش می‌نامند. عده‌ای فطرتاً و ذاتاً سختکوش هستند گرچه مقداری نیز اکتسابی است.

بطور کلی مشخصات افراد سختکوش در این نظریه عبارتند از:

- بیشتر در سر کار خود حضور داشته باشد، صبح زودتر از همه به محل کار خود بیاید و دیرتر از همه ترک محل کار نماید.
- صراحت و عدم ملاحظه‌کاری، در روابط با دیگران.
- تداوم و استمرار در پی‌گیری کارها و برخورداری از انرژی کافی برای اتمام کار محوله.
- بدست آوردن موفقیت‌های مکرر در مقایسه با افراد مشابه در نیل به اهداف.

سختکوشی از نظر لغوی به معنای سخت کوشنده، بسیار کوشا و پرجاک و کسی که کوشش بسیار کند، است و در زبان عربی فعال و فعلیل و در انگلیسی Hard Wark و Active هم معادل آن است.

سختکوشی یک مفهوم نسبی است، هر فرد، گروه و فرهنگ خاص، تعریف ویژه‌ای از سختکوشی ارائه می‌دهد. برای انجام هر کاری، استاندارد به خصوصی وجود دارد که در حد معمول و عادی، غالب افرادی که مشخصاتی تقریباً مشابه دارند قادر به انجام آن خواهند بود. درصدی از افراد که در حد پائین‌تری به انجام کاری مبادرت می‌ورزند کم‌کار، تنبل و یا ناتوان خوانده می‌شوند و افرادی که در حد بالاتری از استاندارد و معمول به انجام همان کار بپردازند سختکوش نامیده و رفتار آنها را سختکوشی می‌نامیم. بنابراین تعریف سختکوشی عبارتست از: برانگیختن افراد به منظور پیشرفت تا حد صددرصد توان و برای تعیین مصادیق سختکوشی می‌توان از سئوالاتی به شرح زیر بهره گرفت:

زندگی شخصی تا چه حد نمایانگر عادت وی به کار سخت و طولانی است؟ نمرات تحصیل فرد در چه سطحی می‌باشد؟ میزان تأمین مخارج تحصیل توسط فرد، میزان علاقه به نظم و یا ابالی‌گری میزان تعهد و قبول کار تمام وقت، میزان کار بیش از حد چقدر است

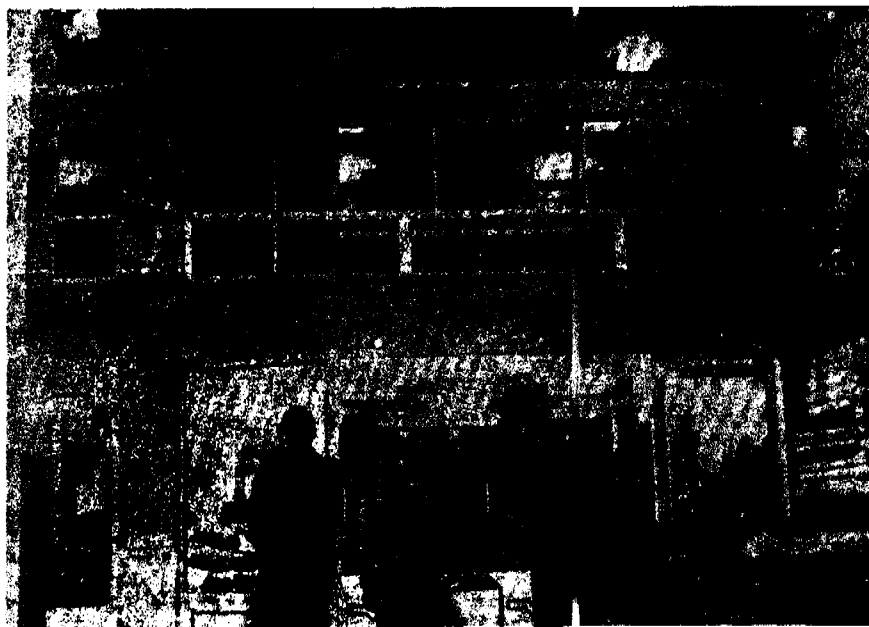
در همین رابطه باید گفت مجبور کردن افراد برای تلاش بیشتر و سختکوشی امری عیب و بی نتیجه است چرا که سختکوشی زمینه لازم دارد و مادام در فردی زمینه سختکوشی موجود نباشد اجبار او منجر به کوشش بیشتر، در درازمدت نخواهد شد.

دانشمند مذکور می‌گوید: بین انگیزه، ادبیات، فرهنگ، مردم و میزان رشد اقتصادی یک کشور، رابطه وجود دارد. مردم کشوری که همواره در اندیشه انجام دادن بهتر کارها می‌باشند و این فکر در ادبیات نیز دیده می‌شود، از جهت اقتصادی نیز عملاً کارها را بهتر انجام می‌دهد وی از وجود الگوهای توصیه به سختکوشی در فرهنگ و ادبیات چین و عکس آن در ادبیات هند اشاره می‌نماید که هر یک در شخصیت سختکوشی و یا بی‌علاقه بودن به کار و اکتفای به حداقل تاثیر جدی بر جای می‌گذارد. (۵)

در جامعه‌ای که فرهنگ و ادبیات آن مشوق افراد و داعی به اصل «اگر بخواهی می‌توانی» است و افراد را به درک واقعی فرا می‌خواند با جامعه‌ای که مبلغ یاس و ناامیدی در امکان دسترسی به اهداف است، اشخاص یکسان و مشابهی تربیت نخواهند شد و فرهنگ حاکم بر این دو جامعه افراد متفاوتی عرضه خواهند نمود.

لذا موانع سختکوشی و توسعه آن در جامعه را به شرح زیر می‌توان خلاصه نمود:

- ۱ - عدم وجود فرهنگ و ادبیاتی که مروج و مبلغ تلاش، کوشش و پرکاری است.
- ۲ - عدم وجود سیستم ارزشیابی مبتنی بر نظام شایستگی، که منجر به گسترش یاس و از بین بردن خلاقیت و ابتکار و علاقه به رشد و ترقی شده و در نتیجه موجب عدم رغبت در تلاش بیشتر می‌شود.
- ۳ - عدم وجود فرهنگ پاداش و سیستم تشویق و تنبیه.
- ۴ - عدم وجود دافعه و تاکید بیش از حد بر جاذبه که یکنوع امنیت خاطر در افراد باعث در جازدن و عدم تلاش بیشتر است.



عادت و امر بدیهی و نیز به مثابه ملکه برای افراد مطرح می‌شود. پروفیسور مک کلند معتقد است: بعضی از افراد برای انجام دادن کارها نوعی تمایل ظاهراً ذاتی یا درونی دارند که این تمایل در دیگران مشاهده نمی‌شود.

مدارک و شواهد موجود و مطالعات در زمینه علل اینکه بعضی از مردم همیشه درباره انجام دادن بهتر کارها فکر می‌کنند و در شکار شغل‌های گوناگون موفق‌تر از دیگران هستند نشان می‌دهد که این خصوصیت ارثی نیست و در ایجاد آن، آموزش و به طور کلی تعلیم و تربیت و محیط خانوادگی و نیز محیط به معنای وسیع آن نقش مهمتری دارد. در توضیح این مطلب باید گفت: وقتی پدر و مادر برای خود هدف‌های بزرگ و قابل دسترسی را در نظر می‌گیرند و برای رسیدن به این هدفها، کوشش می‌کنند و فرزندان خود را نیز در راه رسیدن به هدفهای خود، تشویق می‌کنند، احتمال اینکه فرزندان این خانواده‌ها در مقایسه با کودکان دیگر انگیزه پیشرفت داشته باشند بیشتر است (۳)

۳- عوامل محیطی، امر از سازمان، فرهنگ، سیستم ارزشیابی، رهبری و نظام تشویق و تنبیه فراهم باشد و تلاش فرد موجب شاخص شدن در جمع و ایجاب مشارکت اجتماعی بشود - انگیزش‌های بیرونی و محیطی فراهم باشد.

۴- علاوه بر انگیزش‌های درونی و بیرونی، وجود زمینه شخصیتی و استعداد ای ذاتی، که یک نوع موهبت خدایی تلقی می‌شوند، نیز الزامی به نظر می‌رسد به نحوی که بدون زمینه ذاتی هر چند افراد در جهت کسب شرایط و ویژگیهای سختکوشی تلاش نمایند توفیق کامل حاصل نمی‌شود.

به طوری که از نکات فوق استنباط می‌شود، وجود یک زمینه درونی و استعداد خدادادی برای سختکوشی افراد لازم است در این رابطه باید به این نکته توجه شد که بسیاری از زمینه‌های ذاتی، که جزو شخصیت افراد به حساب می‌آیند در طی زمانه و دوره‌های متمادی متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه و محیط‌های زندگی تربیتی و آموزشی بوجود می‌آیند تا جایی که یک رفتار - اص به عنوان

۵- امنیت شغلی بیش از حد و عمد وجود رابطه بین کار و دستمزد و اکتفا سازمان به حضور صرف کارکنان در محل کار.

۶- سوء برداشت از اصل توصیه به قناعت، زهد و بی‌علاقگی به دنیا.

۷- تقدم افراد غیرمطلع بر افاضل که منجر به خالی بودن الگوها از افراد پرتلاش می‌شود.

۸- وجود مذاهب و افکار خرافی و سوء برداشت یا برداشت ناقص از سرنوشت شفاعت و انتظار.

۹- خودباختگی و عدم اعتماد به نفس. سختکوشی از آنجا که فعل انسان است

یک نوع رفتار محسوب می‌شود، رفتاری که خود را در اشکال و قالبهای مختلف نشان می‌دهد. اینکه این رفتار خاص چگونه بوجود می‌آید و چه عواملی مانع از پیدایش آن در افراد می‌شود مورد بحث قرار گرفت. براساس آنچه مذکور افتاد سختکوشی آن سان حادث می‌شود که:

اول زمینه شخصیتی در فرد موجود باشد. ثانیاً محیط خانوادگی، الگوها و جامعه مشوق و مبلغ سختکوشی برای فرد باشند.

ثالثاً، فرهنگ، ادبیات، دین و فرهنگ حاکم با دیده تحسین به سختکوشی بنگرند.

و چنانچه افراد جامعه، نهادهای اجتماعی و حاکمیت و الگوها در صدد تقویت تلاشگری

و سختکوشی برآیند این حرکت در درازمدت به یک فرهنگ پایدار مبدل گشته و فرهنگ و شخصیت سختکوشی را می‌سازد چنانچه

چینی‌ها و ژاپنی‌ها و تا حدی کره‌ایها معروف به این شخصیت‌اند. در این بخش سعی می‌شود

راههای فعلیت یافتن رفتار و فرهنگ سختکوشی در سازمان و جامعه با استناد به

تعلیمات اسلام، نظریات علمای رفتار و مشاهده مصادیق سختکوشی در جامعه بیان

گردد.

اهداف و مقاصد جذاب و قابل وصول

در هدف‌گذاریه‌ها، هدفگذاران بایستی توجه داشته باشند، مادام که اهداف منطقی قابل

وصول و جذاب برای افراد تعیین نگردد، توقع تلاش، آنهم تلاش وسیع و گسترده و خارج از وصول از سوی آنان امری عبث و بیهوده

است. هر فردی برای اهداف و مقاصد خاصی تلاش می‌کند افراد وقتی با تمام توان در راه

نیل به هدف یا اهدافی کوشش می‌نمایند که در رسیدن به آن اهداف یکی از نیازهای متعدد

طبیعی و منطقی آنها برآورد شود. لذا در این مورد آشنایی هدفگذاران با نیازهای افراد و سطوح و شدت و ضعف آنها از اهمیت به

سزائی برخوردار می‌باشد. نکته حائز اهمیت دیگر: واقع‌بینی، توجه

به توان افراد و در نظر گرفتن عوامل موثر و موانع سر راه، در هدفگذاری است. تاکید

صرف بر آرمانها، رسالت و مقاصدی که امکان وصول آنها موجود نیست به مرور باعث

سرخوردگی افراد و در نتیجه عدم رغبت در تلاش و یاس و ناامیدی می‌شود.

۲- سیاستها، خط‌مشی‌ها و قوانین:

سیاستهایی که به عنوان راهنما و تعیین کننده جهت حرکت بکار می‌روند باید ضمن رعایت منطقی و ممکن بودن، به نحوی

انتخاب شوند که به تلاشگری و سختکوشی عنایت خاصی داشته باشند. سیاستها باید مبلغ

کار، تلاش و کوشش باشند قوانین نیز که باید آنها و نیایدها را در چارچوب سیاستها و اهداف

بیان می‌کنند، باید ملاکهای صریح، روشن و تعریف شده را برای تشخیص عناصر موفق

ارائه نموده آثار و نتایج کوشش و تبلی را به طور واقعی در معرض دید قرار داده تا افراد در

همان گام اول به نتایج فعالیت‌های خود باور

یابند.

۳- الگوها:

معرفی الگوها و شأن و موقعیتی که در سازمان خواهد داشت، نقش بسیار مهمی در احیاء یا مرگ فرهنگ سختکوشی ایفاء می‌نمایند. براساس عبارت الناس علی دین

ملوکهم باید کفایت پس از اهداف و خط‌مشیها و قوانین، الگوها در ترویج فرهنگ سختکوشی اهمیت بسیار بالایی برخوردارند چرا که الگوها، یعنی افراد و اشخاصی که به عنوان اسوه معرفی می‌شوند. درواقع مبین تلویحی این ستوراند که: ای رهروان وای کسانی که در سازمان مشغول کار هستید شما باید آنگونه باشید که لیدرو راس سازمان شما و سران شما هستند.

این یک، احساس طبیعی در افراد یک سازمان است که معمولاً علاقه‌مند و خواهان رسیدن به مقام و جایگاهی هستند که راس سازمان، ارشاد سازمان و مدیران سازمان در آن قرار دارند.

اگر چه نژادی نیز یافت می‌شوند که در راس سازمان واقع نشده اما به دلیل ویژگیهای شخصی و قدیت و جاذبه فردی بعنوان الگوی عده‌ای قرار می‌گیرند. لکن منظور ما از این بحث افرادی است که سیستم و سازمان به عنوان الگو آنها را معرفی می‌نماید. خواه ناخواه پس از مدتی اکثریت جامعه به آن سمتی هدایت خواهد شد که الگوی سازمان، مبلغ و مروج آن است. اگر فرد یا افرادی سختکوش در راس سازمان قرار بگیرند به مرور سختکوشی بین قدرتمندان به سایر افراد سرایت نموده و در درازمدت فرهنگ سختکوشی ر بوجود می‌آورند.

سازمانی که عناصر ضعیف‌النفس و دون را در مسند امور می‌نشانند، نباید منتظر تحقق فرهنگ سختکوشی در خود باشد. سازمانی که





تنها هنگامی به کار می‌پردازند که اجر و پاداشی در خور آن بدست آورند. اگر فردی دریابد که سازمان وی، افراد به نسبت کار و کوشش پاداش و مزد نمی‌گیرند، چه انگیزه و رغبتی در وی می‌ماند که کار کند و بهتر و بیشتر از دیگران هم کار کند؟ وقتی در سازمانی، سیستم ارزشیابی عقلایی حاکم نباشد، افراد بر اساس شایستگی به کارها گمارده نشوند، افراد پرکار تشویق نشوند، و افراد کم کار تنبیه نگردند، انگیزه کار بهتر و بیشتر در افراد خواهد مرد. خلاقیتها و ابتکارات دفن می‌شوند. فرهنگ سختکوشی جای خود را به حفظ ظاهر و وضع موجود خواهد سپرد. لذا فرهنگ سختکوشی هنگامی در سازمان جان خواهد گرفت که یک رابطه منطقی بین شایستگی‌ها، قابلیت‌ها، تلاشها، کوششها و پاداش و فرد برقرار گردد. در سازمانهای دولتی ایران بعلت اینکه اغلب افراد در ازاء کار بیشتر و بهتر مزد دریافت نمی‌کنند و مزد آنها به خاطر حضورشان در محل کار است، انگیزه‌ای برای کار بیشتر باقی نمی‌ماند. افراد می‌دانند کار کم و زیادشان در پاداش آنها تاثیری ندارد چرا بیشتر کار کنند. دلیلی برای کوشش زیادتر از حد معمول در سازمان وجود ندارد بالعکس در موسسات بخش خصوصی چون مزد افراد متناسب با کار آنهاست انگیزه برای کار بیشتر وجود دارد. در واقع وجود یک نوع احساس امنیت شغلی در مراکز دولتی مانع از توسعه فرهنگ سختکوشی است. شاید قرار گرفتن در یک حالت خوف و رجا انگیزه‌اش برای کار بهتر و بیشتر باشد.

پی‌نوشتها:

- ۱- ساعتچی: محود روانشناسی در کار سازمان و مدیریت، تهران مراکز آموزش دولتی ۱۳۶۹ - ص ۱۴۲
- ۲- همان منبع ص ۳۷۴
- ۳- همان منبع ص ۳۸۲
- ۴- همان منبع ص ۳۸۵

مبدل خواهد شد که افراد باور داشته باشند که، سرنوشت آنها در دست خودشان است اگر سستی بورزند خداوند دلیلشان خواهد ساخت و اگر فعال و پرنشاط درصدد ایجاد جامعه‌ای سالم مملو از صفا و عدالت انصاف باشند خداوند نیز آنها را یاری خواهد نمود.

افراد باید به این اصل مهم قرآنی باور داشته باشند. ان الله لا یغیر ما بقوم حتی یغیروا ما بانفسهم

اگر چنین شد هم معاد معنای واقعی می‌یابد، هم انتظار و هم سرنوشت سازمانی که در یک محیط عقلایی قرار دارد و دین و مذهب حاکم بر آن مشوق علم، تحقیق و کنکاش و دلیل‌یابی است و خواهد توانست فرهنگ تلاش و کوشش را به خوبی در خود بیابد و بالعکس در جامعه‌ای که باورها بر این استوار است که: ما خواهیم مرد. عاقبت ما معلوم است. سرنوشت ما از اول رقم خورده است پس تلاش ما چه نتیجه‌ای دارد؟ و یا اگر بدون تلاش منتظر کس دیگری باشد تا سرنوشت او رقم یزند و به بهانه قناعت، سستی بورزد، چگونه سختکوشی به بار نشسته و تعمیم می‌یابد؟

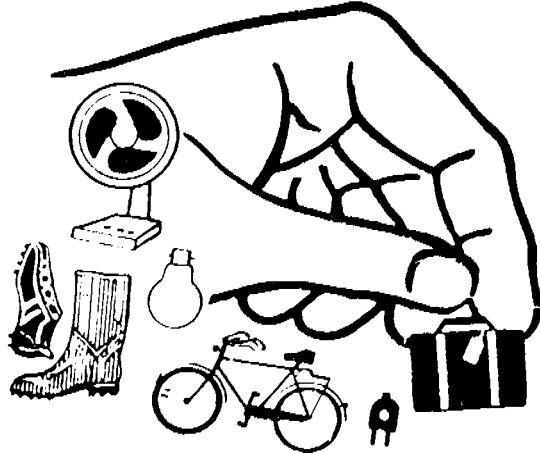
۵- رابطه منطقی بین کار و مزد:

بر اساس برخی تئوریهای رفتاری، افراد

افراد خود باخته و فاقد اعتماد به نس و ترسو را به عنوان رهبر و هدایتگر برگزیند، هیچگاه شاهد توسعه فرهنگ پرکاری در خود نخواهد بود. سازمانی که افراد به قربان‌گو. فاقد رای و تدبیر را اسوه عناصر خود قرار دهد چگونه می‌تواند فرهنگ ابتکار، خلاقیت، پیشرفت، تلاشگری را در خود جای دهد.

۴- گسترش فرهنگ علمی:

واقع‌بینی و به رسمیت شناختن عقل، استدلال و منطق در امور و پرهیز از خرافات و آداب و سنن قدیمی غیر معقول. گام دیگری در راستای توسعه فرهنگ سختکوشی در سازمان است. در سازمانی که جو حاکم بر آن تکریم سستی و قناعت و زهدگرایی مفرط و بی‌علاقگی به دنیا را رواج می‌دهد. و به بهانه سرنوشت محتوم، از هر گونه تلاش و کوشش افراد را باز می‌دارد، نخواهد توانست فرهنگ سختکوشی را به فیت درآورد. سازمانی که افراد بی‌تحرک در کنجی خزیده و با این امید که نجات ب‌غشی بیاید و آنها را به سعادت برساند، از هر گونه اقدامی برای پیشرفت و ترقی دوری بگزیند، چگونه قادر به توسعه فرهنگ پرکاری در خود خواهد شد؟ سختکوشی هنگامی به فرهنگ سازمانی



به کسب و کار خود رونق دهید

قسمت پنجم

مترجم: محمد بلوریان نهرانی

کرده است.
 (از ساعت ۱۰ تا ۱۰/۱۵)، توقف: ۱۵ دقیقه
 ● کارگر کالای ساخته شده را به خارج از کارگاه حمل می‌کند.
 (از ساعت ۱۲/۱۵ تا ۱۲/۳۰)، توقف: ۱۵ دقیقه
 ● دستگاه به علت نقص فنی متوقف شده است.

(از ساعت ۳ تا ۳/۵۰)، توقف: ۵۰ دقیقه
 ● کارگر زودتر از ساعت مقرر کار را خاتمه می‌دهد.

(از ساعت ۴/۵۰ تا ۵)، توقف: ۱۰ دقیقه
 جمع ساعات توقف دستگاه ۲ ساعت = ۱۲۰ دقیقه

بخاطر توقف‌های دستگاه، زمان واقعی کار دستگاه ۸ ساعت در شیف‌ت به ۶ ساعت در شیف‌ت کاهش یافته است.

کل ساعات کار ماشین ۸ ساعت (۴۸۰ دقیقه)

کسر می‌شود ساعات توقف ماشین ۲ ساعت (۱۲۰ دقیقه)

نتیجه: ساعات کار ماشین ۶ ساعت (۳۶۰ دقیقه)

به عبارت دیگر، $\frac{1}{4}$ از کل ساعات کار دستگاه (یعنی ۲۵٪) بدون استفاده و عاطل مانده است.

حالا به ساعت شماره (۳) در همین صفحه توجه کنید و آنرا با ساعت شماره (۲) مقایسه نمایید.

در ساعت شماره (۳) فقط یک ناحیه به رنگ خاکستری تیره وجود دارد (باقی مانده است).

حالا ببینیم چه اتفاقی افتاده است:
 ● کارگر راس ساعت مقرر کار خود را شروع می‌کند.

صرفه جویی در وقت: ۱۵ دقیقه
 ● کارگر مجبور نیست کالای ساخته شده

دستگاه خود به نحو صحیح استفاده نمی‌کنید. در کارگاه شما، بدلائل زیر چندین مورد توقف تولید وجود دارد:

● کارگر دیرتر از ساعت مقرر در سرکار حاضر می‌شود.

(از ساعت ۸ تا ۸/۱۵)، توقف: ۱۵ دقیقه

● دستگاه باید مجدداً تنظیم شود.

(از ساعت ۹/۴۵ تا ۱۰)، توقف: ۱۵ دقیقه

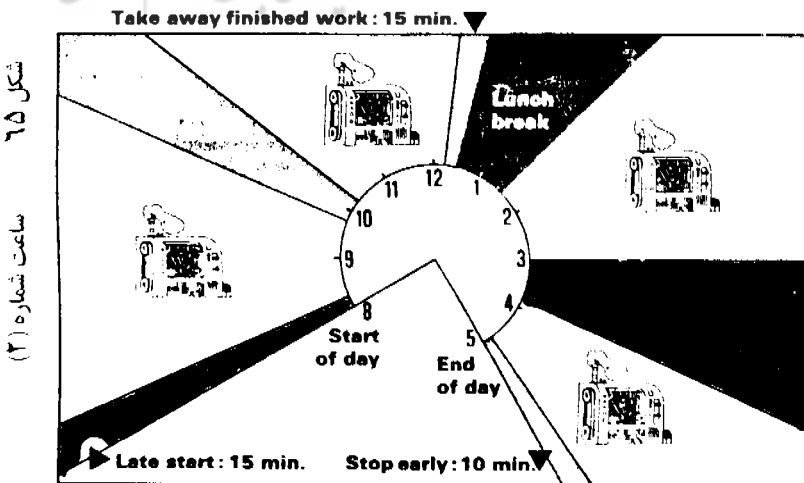
● کارگر برای سیگار کشیدن کار را ترک

حال به مثال دیگری توجه کنیم که در ساعت شماره (۲) در همین صفحه نشان داده شده است.

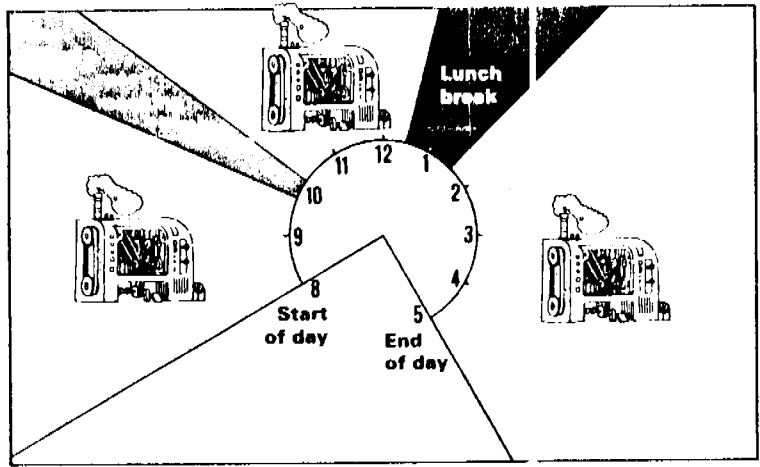
در ساعت شماره (۲)، پنج ناحیه به رنگ خاکستری سیر وجود دارد.

هر کدام از نواحی خاکستری سیر نشان دهنده زمانی هستند که دستگاه به علتی متوقف شده است، البته به غیر از یک ساعتی که به خاطر صرف نهار با رنگ سیاه مشخص شده است.

ساعت شماره (۲) نشان می‌دهد که شما از



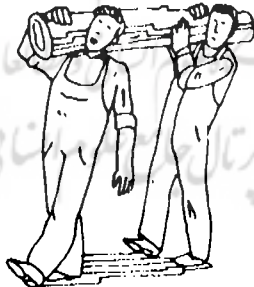
شکل ۶۵ ساعت شماره (۲)



نگهداری دستگاه

نگهداری دستگاه به معنی مراقبت از دستگاه و تجهیزات آن، شامل دستگاه اصلی، قطعات آن، سیم‌کشی‌ها و قسمت‌های الکتریکی به کمک بازدیدهای دائمی، روغن‌کاری، گریس‌کاری و تعویض قطعات فرسوده است، قبل از اینکه باعث توقف دستگاه شود.

برای اینکه دستگاه به طور صحیح کار کند، نگهداری و مراقبت دائمی باید انجام شود؛ مثلاً، هفته‌ای یکبار، روغن‌کاری و گریس‌کاری؛ ماهی یکبار، کنترل قسمت‌هایی که مرتباً فرسوده می‌شوند و هر سه ماه یکبار، کنترل قسمت‌های الکتریکی باید انجام شود.



جابجایی اشیاء با دست به کندی صورت می‌گیرد.

هر قدر قیمت یک دستگاه بیشتر باشد، نگهداری و مراقبت صحیح از آن اهمیت بیشتری دارد.

اگر مجبور هستید دستگاهی را برای یک مدت طولانی متوقف کنید و تعمیرات یا تغییراتی روی آن انجام دهید، با برنامه‌ریزی قبلی و در بهترین شرایطی که می‌توان دستگاه را متوقف کرد، نسبت به این امر مبادرت کنید.

را به خارج از کارگاه حمل کند.

صرفه جویی در وقت: ۱۵ دقیقه
● دستگاه بعلت نقص فنی متوقف نمی‌شود.

صرفه جویی در وقت: ۵۰ دقیقه
● کارگر زودتر از ساعت مقرر کار را تعطیل نمی‌کند.

صرفه جویی در وقت: ۱۰ دقیقه
جمع کل زمان صرفه‌جویی ناشده ساعت ۱/۵ = ۹۰ دقیقه

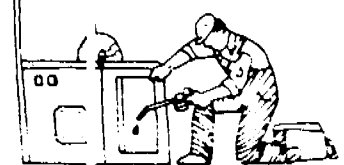
بهبود مدیریت موجب شده است ۱/۵ ساعت در زمان کار دستگاه صرفه جویی شود. یعنی زمان واقعی کار دستگاه از ۶ ساعت به ۷/۵ ساعت افزایش یافته است. این مطلب به نحو دیگری در ذیل نشان داده می‌شود:

کل زمان کار دستگاه (۴۸۰ دقیقه) ۸ ساعت کسر می‌شود: زمان توقف دستگاه (۳۰ دقیقه) ۱/۲ ساعت

نتیجه: زمان واقعی کار دستگاه (۴۵۰ دقیقه) ۷/۵ ساعت

به عبارت دیگر، دستگاه فقط در یک شانزدهم (۶ درصد) از زمان کار واقعی خود متوقف شده است.

نگهداری و مراقبت دائمی از توقف دستگاه جلوگیری می‌کند.



شکل ۶۷

توقف دستگاه براساس برنامه‌ریزی قبلی و به هنگام نیاز به مراتب بهتر از این است که ناگهان از کار باز ایستد. با نگهداری صحیح از توقف و خرابی دستگاه جلوگیری می‌شود.

ما قبلاً گفتیم که در بعضی از حرف و مشاغل، زمان لازم برای رساندن مواد اولیه به پای دستگاه و خوراک دادن به ماشین بیش از زمان برش یک قطعه یا انجام کار توسط دستگاه است. هم چنین ممکن است، زمان لازم برای پیاده کردن قطعه آماده از دستگاه، بیش از زمان کار دستگاه باشد. این امر در مورد کارهای نجاری به ویژه جابجایی قطعات بزرگ الوار و کارهای فلزی به ویژه در مورد صفحات فلزی صادق است، زیرا صفحات فلزی بزرگ و سنگین است. در مورد کارهای خیاطی و لباس‌دوزی نیز می‌تواند این مثال صادق باشد بویژه وقتی که یک لباس یا پیراهن در مرحله تکمیل است



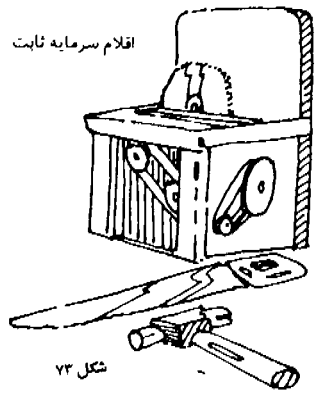
شکل ۶۹

جابجایی اشیاء با چرخ‌دستی به سرعت صورت می‌گیرد.

اگر فقط بتوانید زمان جابجایی و اجرای کار در هر فعالیت را کم کنید، توانسته‌اید تولید خود را افزایش دهید. بسیاری از صاحبان حرف و مشاغل، هزینه‌های گزافی برای خرید دستگاه‌های مدرن و با سرعت زیاد متحمل می‌شوند، اما بیشترین مقدار تولید ممکن را بخاطر اینکه زمان جابجایی و اجرای کار را کاهش نمی‌دهند، از دست می‌دهند.

اگر به کار و کسبی اشتغال دارید که با مواد اولیه سنگین و جابجایی‌های دشوار سروکار دارید، فکر کنید چگونه می‌توانید زمان جابجایی و اجرای کار را کاهش دهید و در این مورد از نظریات مشورتی دیگران استفاده نمایید.

کاهش هزینه محبوس شدن سرمایه در گردش پول نقد، مهمترین قسمت از سرمایه

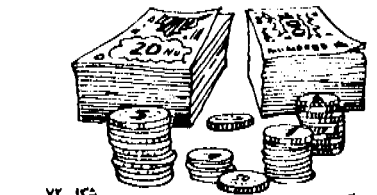


اقلام سرمایه ثابت

شکل ۷۳

برای گردش امور بازرگانی است. پول نقد شما را قادر می‌سازد مواد اولیه لازم را خریداری کنید، دستمزد کارگران و هزینه‌های اداری را پردازید، و پرداختی‌های دیگری مانند اجاره، حق بیمه، هزینه تلفن و غیره را انجام دهید. جریان ورود نقدینگی (پول نقد) به کار و کسب شما از یکی از پنج طریق زیر است:

- از محل پس‌انداز شخصی شما.
- از محل وام‌هایی که از بانک دریافت می‌کنید.
- از دوستان و آشنایان (وام).
- از محل فروش نقدی کالاها.
- و بالاخره از محل فروش نقدی کالاهایی که شما آنها را به طور نسیه خریداری کرده‌اید.



شکل ۷۲

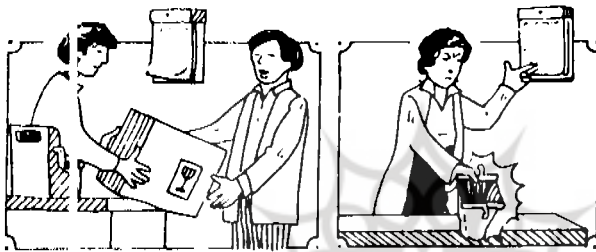
سرمایه در گردش

در هنگام شروع یک کار و کسب معین، نقدینگی شما از محل پس‌انداز شخصی یا از محل وام تأمین می‌شود. شما در درجه اول از محل این نقدینگی، ماشین‌آلات، ابزار، تجهیزات و سایر اقلام سرمایه ثابت را خریداری می‌نمائید. اقلام فوق از این نظر سرمایه ثابت نامیده می‌شوند که برای مدت خیلی زیادی در حرفه و شغل شما به طور ثابت موجود و مورد استفاده قرار می‌گیرند. آن قسمت از سرمایه که برای خرید و تهیه

اقلام سرمایه‌گذاری ثابت استفاده نمی‌شود، سرمایه در گردش نام دارد. در طول دو ماه اول تولید یا مدتی در همین حدود، شما از سرمایه در گردش برای خرید مواد اولیه، قطعات و مسلزومات مورد نیاز در تولید، دستمزد کارگران، حقوق کارکنان و سایر هزینه‌ها استفاده می‌کنید. پس از آن، هزینه‌های شما از محل وصول ناشی از فروش تولیدات شما پرداخت می‌شود.

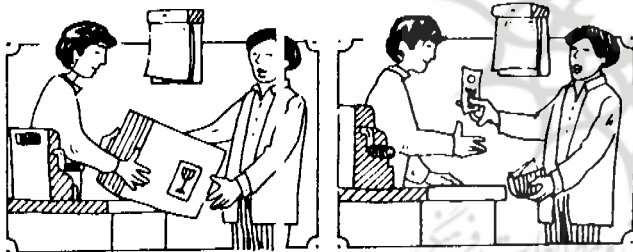
شما معمولاً به یکی از دو روش زیر وجود نقد را دریافت می‌کنید:

- دریافت فوری ناشی از فروش نقد.
- و یا دریافت مدت‌دار ناشی از فروش



شکل ۷۱

فروش نسیه یعنی دریافت مدت‌دار



شکل ۷۰

فروش نقد یعنی دریافت فوری

نسیه، زیرا خریداران شما معمولاً پس از مدتی صورت‌حساب‌های شما را می‌پردازند.

پول نقدی که شما از محل فروش (تولیدات یا کالاهای خود) به دست می‌آورید، سرمایه در گردش جدید شما محسوب می‌شود.

این مبالغ اندکی بیشتر از مبالغی است که شما برای ساختن کالاهای فروش رفته صرف کرده‌اید، زیرا در این داد و ستد شما سودی به دست آورده‌اید. حالا شما با این مبالغ جدید، مواد اولیه و قطعات بیشتری خریداری می‌کنید و آنها را به صورت کالاهای ساخته شده و قابل مصرف تبدیل می‌کنید. مجدداً، با فروش

این کالاها، سرمایه در گردش شما افزایش می‌یابد (ضمناً اینکه سود حاصله یعنی تفاوت مبالغ بدست آمده جدید، از مبالغ صرف شده برای ساختن کالاهای فروش رفته نیز بیش از پیش افزایش یافته است - مترجم). حالا متوجه می‌شوید که ترا به این قسمت از پول نقد، سرمایه در گردش گفته می‌شود: زیرا این پول برای شما کار می‌کند؛ این پول به شما کمک می‌کند تا سودی بدست آورید.

طبیعتاً، به از انجام هر هزینه، هر قدر پول شما سریع‌تر سرگردد، شما سریع‌تر سودی بدست می‌آورید و سریع‌تر نقدینگی یا سرمایه در گردش شما افزایش می‌یابد. بنابراین

مواد اولیه‌ای آه خریداری می‌کنید باید هر چه زودتر پردازش شده و به صورت یک کالای آماده فروش درآید. بدین ترتیب، آن کالاها به فروش رفته و مبالغ دریافتی ناشی از فروش به نوبه خود با کار و کسب شما برمی‌گردد.

حسب شدن مواد اولیه در هر کدام از قسمت‌های کارگاه برای یک مدت طولانی، بسیار بد است. هر قدر مواد اولیه موجودی بیشتری در کارگاه شما راکد و یا انباشته شده باشد، سرمایه در گردش شما بیشتر محبوس شده است.

شما باید برنامه‌ریزی تولید خود را به نحوی انجام سازاندهی) نمائید که با حداقل

کسب خود را گسترش دهید.

با بهره‌برداری بهتر از سرمایه در گردش، سود خود را افزایش دهید - سرمایه خود را حبس نکنید.

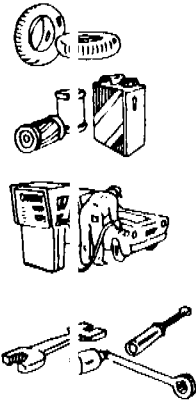


شکل ۸۶

انجام خدمت

صنایعی که خدمت ارائه می‌دهند، معمولاً کالا تولید نمی‌کنند، بلکه خدماتی انجام می‌دهند که مورد نیاز عموم مردم یا بخشی از آنهاست.

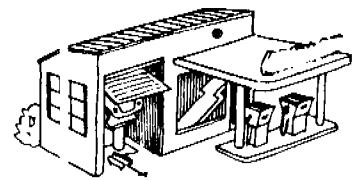
عموماً تعداد حرف و مشاغلی که در بخش صنایع خدماتی وجود دارند، بیشتر از تعداد آنها در بخش صنعت و تولید است. از جمله صنایع خدماتی می‌توان گاراژها و سایر کارگاه‌های تعمیراتی، تعمیرگاه‌های رادیو و تلویزیون، خشک‌شویی‌ها، خدمات حمل بار و مسافر، هتل‌ها، رستوران‌ها و نوشابه‌فروشی‌ها را ذکر کرد.



شکل ۸۷

صاحبان مشاغل در بخش خدمات ممکن است فکر کنند که قسمت «تولید» در این کتاب برای آنها مفید نیست. اگر چه حقیقتاً می‌توان گفت که بعضی از خدمات مانند گاراژها و تعمیرگاه‌ها و خشک‌شویی‌ها، خیلی به صنعت نزدیک هستند، شکل ۸۷ در حالیکه بنگاه‌های دیگر مانند محل‌های صرف نوشابه، ممکن است خیلی با صنعت فاصله داشته باشند. اگر چه صنایع خدماتی، عموماً برای ساختن یک محصول، مواد اولیه به کار نمی‌برند. (استثناً رستوران‌ها از مواد اولیه استفاده می‌کنند)، آنها با استفاده از لوازم یدکی برای تعمیرات، سوخت، گرما، نیروی برق، آب مصرفی برای شستشو و نظافت، هم‌چنین استفاده از آب در دستگاه‌ها، بنگاه خود را اداره می‌کنند. آنها هم‌چنین از نیروی کار برای تعمیرات، راه‌اندازی دستگاه، نظافت، پختن و خدمت دادن در رستوران‌ها استفاده می‌کنند و از تجهیزات و ابزار و ماشین‌آلات و ساختمان‌ها نیز مانند یک بنگاه تولیدی بهره‌برداری می‌نمایند.

برای انجام یک خدمت به طور موثر، ما باید از همان روش‌هایی که در تولید کالا

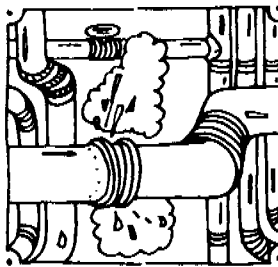
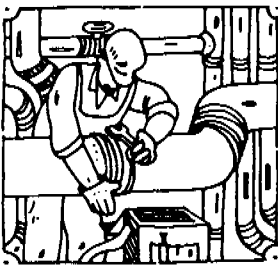


استفاده می‌کردیم، استفاده کنیم. اولین قدم این است که شما هزینه‌های خود را بشناسید.

همان روش‌هایی که برای کاهش ضایعات و اطمینان از بهره‌برداری صحیح از وقت ماشین‌آلات و نیروی انسانی در یک بنگاه تولیدی مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌تواند در یک بنگاه خدماتی نیز مورد استفاده قرار گیرد، می‌تواند در یک بنگاه خدماتی نیز مورد استفاده باشد. هم‌چنین، عامل ایمنی نیز می‌تواند به همان اندازه که در واحد تولیدی مهم بود در یک واحد خدماتی دارای اهمیت باشد. برای درک بهتر روش‌های مورد اشاره در فوق، لطفاً به قسمت «تولید» مراجعه و مطالب را مجدداً مطالعه کنید.

هزینه‌های خود را بشناسید:

شناخت هزینه‌های اقلام یا اقدامات



شکل ۸۸

مختلف، این امکان را به وجود می‌آورد که اولین حمله به بزرگترین قلم هزینه انجام شود. در بنگاه‌های تولیدی، معمولاً بزرگترین قلم هزینه متعلق به مواد مستقیم است اما در بنگاه‌های خدماتی ممکن است دستمزد مستقیم، سوخت یا سایر اقلام هزینه واجد صفت بزرگترین باشند. برای کاستن از این نوع هزینه‌ها، شما می‌توانید همان روش‌هایی را که قبلاً زیر عنوان «تولید» ذکر شده، به شرح زیر مورد استفاده قرار دهید.

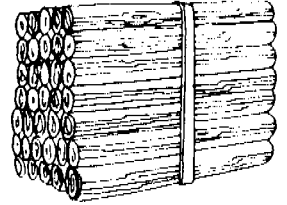
● تحویل سریع کالای آماده به فروش به مشتری بعد از اینکه کالا (قانوناً - مترجم) فروخته شد، و اخذ هر چه بیشتر و هر چه سریع‌تر پیش دریافت.

● حصول اطمینان از اینکه مترسانی که خریدنسیه انجام می‌دهند، قطعاً در طول مدت دو ماه بعد از خرید و دریافت عین کالا، نسبت به پرداخت وجه اقدام کنند پس انداز نقدی شما به قرار زیر است:

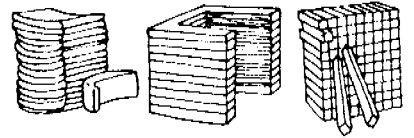
$$30000 - 5000 = 15000$$

حالا، شما با سرمایه در گردش که خیلی کمتر محبوس شده است، به همان میزان قبلی تولید کرده‌اید. با این پول نقد اضافی که در دست دارید، اکنون می‌توانید خرده‌های خود را تامین مالی کنید و یا هزینه‌های دیگری را بدون احتیاج به اخذ وام پرداخت مائید. شما، حتی ممکن است با این مبلغ مزاد، کار و

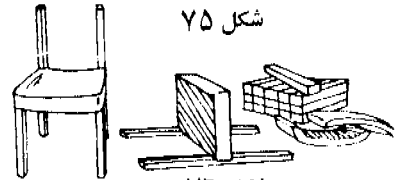
مواد اولیه و کالاهای نیم ساخته موجود در کارگاه، عملیات تولید آغاز شود. با نگاهی به مثال‌های زیر متوجه می‌شوید که با وجود مواد اولیه و یا کالاهای نیم ساخته چه مقدار از سرمایه در گردش محبوس می‌ماند.



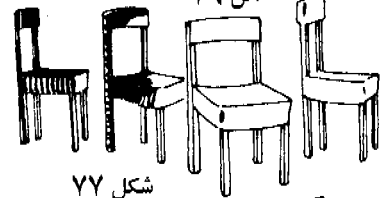
شکل ۷۴



شکل ۷۵



شکل ۷۶



شکل ۷۷



شکل ۷۸



شکل ۷۹

۱- انبار مواد اولیه - سرمایه در گردش

حس سرمایه در گردش به خاطر ۱۰۰۰۰ مواد اولیه: ۱۰۰۰۰

۲- قسمت پردازش

حس سرمایه در گردش وجود کالاهای نیم ساخته: ۵۰۰۰ +۵۰۰۰

۳- قسمت مونتاژ (سوار کردن)

حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالاهای ناقص: ۵۰۰۰ +۵۰۰۰

۴- قسمت تکمیل

حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالاهای کامل نشده: ۲۵۰۰ +۲۵۰۰

۵- قسمت بازرسی

حس سرمایه در گردش بخاطر انتظار کالا برای بازرسی: ۲۵۰۰ +۲۵۰۰

۶- انبار کالاهای ساخته شده

حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالای آماده به فروش در انبار: ۵۰۰۰ +۵۰۰۰

کل مبالغ سرمایه حبس شده به صورت انواع موجودی: ۳۰۰۰۰ =۳۰۰۰۰

هر چه موجودی بیشتری نگهداری کنید، سرمایه بیشتری را حبس کرده‌اید و سرمایه در گردش کمتری در اختیار دارید. حالا به مثال‌های زیر نگاه کنید و توجه نمایید که با انجام بعضی اصلاحات و تغییرات، چه نتایجی بدست آمده است.

۱- انبار مواد اولیه

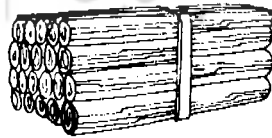
حس سرمایه در گردش بخاطر مواد اولیه: ۵۰۰۰ +۵۰۰۰

۲- قسمت پردازش

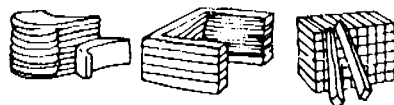
حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالای نیم ساخته: ۲۵۰۰ +۲۵۰۰

۳- قسمت مونتاژ (سوار کردن)

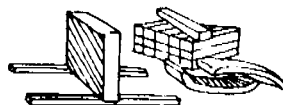
حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالاهای



شکل ۸۰



شکل ۸۱



شکل ۸۲



شکل ۸۳



شکل ۸۴



شکل ۸۵

ناقص: ۱۵۰۰ +۲۵۰۰

۴- قسمت تکمیل

حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالاهای کامل نشده: ۱۲۵۰ +۱۲۵۰

۵- قسمت بازرسی

حس سرمایه در گردش بخاطر انتظار کالا برای بازرسی: ۱۲۵۰ +۱۲۵۰

۶- انبار کالاهای ساخته شده

حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالای آماده فروش در انبار: ۲۵۰۰ +۲۵۰۰

کل مبالغ سرمای حبس شده به صورت انواع موجودی: ۱۵۰۰۰ =۱۵۰۰۰

در مثال بالا، شما می‌توانید با سرعت بخشیدن به انبار موجودی جنسی از کارخانه به خارج، زمان، حس سرمایه خود را کاهش دهید. شما این کار را به چند طریق می‌توانید انجام دهید. ما قبلاً در مورد برخی از روش‌های اصلاحی که شما می‌توانید آنها را به کار بندید (به شرح زیر)، صحبت کرده‌ایم:

- اصلاح نقشه جانمایی کارگاه
- اصلاح طرز چیدن میزکار
- نگهداری و تعمیرات بهتر ماشین‌آلات
- سرعت بیشتر در نصب و پیاده کردن قطعه از دستگا.
- کاهش زمان کار دستگاه
- هم‌چنین، شما می‌توانید با اقدامات زیر زمان حس سرمایه خود را کاهش دهید:

تعاونی‌ها از جمله ابزارهایی هستند که می‌توانند مشارکت مردم را به شکل عام جلب کرده و به کشور خدمت نمایند. بخش تعاون در این زمینه وسیعتر عمل می‌کند.

به وسیله شما آقایان و خانمهایی که الحمداً... این تشکل را ایجاد کرده‌اید، به کار گرفته شود. البته دولت هم معمولاً به تعاونی‌ها کمک می‌کند. اگر خواسته باشید از طریق ایجاد این شرکت فعالیت‌هایی را انجام بدهید دولت وام‌هایی در اختیار شما قرار خواهد داد. امر مسکن از جمله این کارها است، انشگاهای غیرانتفاعی و مدارس غیرانتفاعی از جمله این موارد است، ما این استعدادها نباید کم بگیریم تک تک شما مثل دانش‌آموزان تسبیح خواهید بود ولی در جمع یک مجموعه کارآ و با بهره‌وری بالایی ان‌شاء... خواهید داشت ان‌شاء... ما هم خدمت شما هستیم.

سوال: با عرض معذرت بفرمایید که برای عضویت در تعاونی حداقل چند نفر باید باشند.

جواب: بستگی به نوع کاری دارد که می‌خواهید انجام دهید، ولی این نکته را اضافه کنم که از نظر ما هر چه تعداد اعضاء بیشتر باشد مطلوبتر است و در تعاونی‌های چندمنظوره‌ای عام باید اعلام شود که عضویت برای عموم آزاد است و از این نتایج سید که اگر همه آمدند و سهم خریدند پس ما چه می‌شویم. در اساسنامه، ما موافقی را قرار می‌دهیم که مدیران باید دارای شرایطی باشند که اگر آنرا احراز نکردند مدیر نشوند. می‌شود اینکار را کرد تا شرکت در آینده آسیب نیند و شما هر چه قادر باشید که تعداد اعضای بیشتری جذب کنید حتی غیر از خودتان، غیر از فارغ‌التحصیلان خارج از کشور، حتی از توده مردم هم عضو بگیرید و جلب سرمایه کنید، هم به نفع خودتان است و هم به قدرتمندتر شدن شرکتتان کمک می‌کند. شرکت بی‌سرمایه مثل فرماده بی‌لشکر است. درست است که سرمایه بی‌هایی دارد ولی خوبی‌هایی هم دارد و بدون ابزار و پول نمی‌شود کار کرد. اگر منافع سرمایه‌داری به

جیب یک اقلیتی برود قبیح است ولی اگر منافعش به جیب یک اکثریتی برود مطلوب است. پس اگر شما بتوانید تعداد اعضایتان را هر چه بیشتر بکنید و از توده مردم استفاده کنید که شرکتتان قدرتمندتر شود بهتر است.

سوال: در مورد انتقال تکنولوژی الگوهای که معمولاً ارائه می‌شود، مربوط به جاهای دیگر است و خیلی شسته رفته. بعضی‌ها آن را که مربوط به شرایط زمانی و مکانی خودش می‌باشد مطرح می‌کنند. کمتر به نظر می‌رسد الگوهای در داخل کشور و با توجه به شرایط خودمان طراحی می‌شود و دعوت می‌شود که به این سمت حرکت کنیم. چون جنابعالی، هم به ابداع و هم به خرید تکنولوژی تاکید می‌کردید، می‌خواهم بگویم وقتی الگوی شسته رفته مطرح می‌شود نقش تفکر و نیروی متفکر داخلی کم رنگ می‌شود، چون آن تکنولوژی، متخصص خودش را می‌خواهد و قدم بعدی هم احتمالاً این می‌شود که حالا که تکنولوژی را خریدیم، متخصص را هم می‌خریم. در این رابطه توضیحی بفرمایید.

جواب: بنده هم معتقد نیستم که با صرف خرید، تکنولوژی منتقل می‌شود. در عراض هم تکیه داشتم به این مطلب که صرف این که چند میلیون تومان یا چند میلیون دلار بدهیم و ماشین‌آلات و یا مثلاً کتاب و نقشه و کاغذ و... بخریم، ممکن است که تعدادی از عوامل تشکیل دهنده تکنولوژی را منتقل کنیم. گفتم که تکنولوژی حداقل دارای ۴ عامل

یا جزء است، ماشین‌آلات یکی از آن ۴ عامل است. با خرید ماشین‌آلات تنها، تکنولوژی منتقل نمی‌شود، حتی با خرید اطلاعات نیز معلوم نیست که تکنولوژی منتقل بشود. دو عامل دیگر دارید که هر دو عامل انسانی است البته آن عامل اطلاعات هم نیمی انسانی نیمی غیرانسانی است (منظورم غیرانسان است، غیراخلاقی مورد نظر نیست) آن دو عامل یکی نیروی انسانی است که این ماشین‌آلات را باید رهبری کند و توانایی فهم و جذب و همضم اطلاعات را داشته باشد و یا حداقل، آموزش ببیند و در فضایی قرار بگیرد که بتواند جذب کند. این یک مطلب.

مطلب دوم مدیریت است. مدیریت، عامل بسیار مهمی است. اگر ما واقعاً مدیر داشته باشیم خیلی از کارها را می‌توانیم حل بکنیم. مدیر تکنولوژیست کسی است که بتواند ماشین‌آلات را بشناسد به اطلاعات ذیربط اشراف و دسترسی داشته باشد و عوامل انسانی تحت امر و سایر عوامل در اختیار را به خوبی سازماندهی کند، از تخصص‌ها در جای خود استفاده کند و سازمانی با بهره‌وری و کارایی بالا را هدایت و نظارت کند و عنداللزوم حمایت نماید. در صورتی که چهار عامل یا چهار جزء تکنولوژی که فوقاً اشاره شد مهیا شود، ابداع تکنولوژی در داخل نیز حمایت خواهد شد و فضای قابل رشد تکنولوژی مهیا خواهد شد.

سوال: آیا شما سنگاپور را به عنوان الگو می‌پذیرید.

جواب: من هیچ الگویی را نمی‌پذیرم من اصلاً به هیچ الگویی و هیچ نسخه‌ای و اینکه این الگو را بیاوریم در ایران پیاده کنیم قائل نیستم. من معتقدم هر کشوری باید درد خودش

من عقیده دارم هر کشوری باید درد خودش را به‌شناسد و متناسب با استعدادها، توانایی‌ها، ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها، فرهنگ، مسائل اجتماعی، فنی و سابقه تاریخی خودش تصمیم بگیرد که چه کار باید بکند. من به پیروی صرف از هیچ الگویی از الگوهای رایج معتقد نیستم البته استفاده از تجارب دیگران را مفید می‌دانم.