

# 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 می‌توانند 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

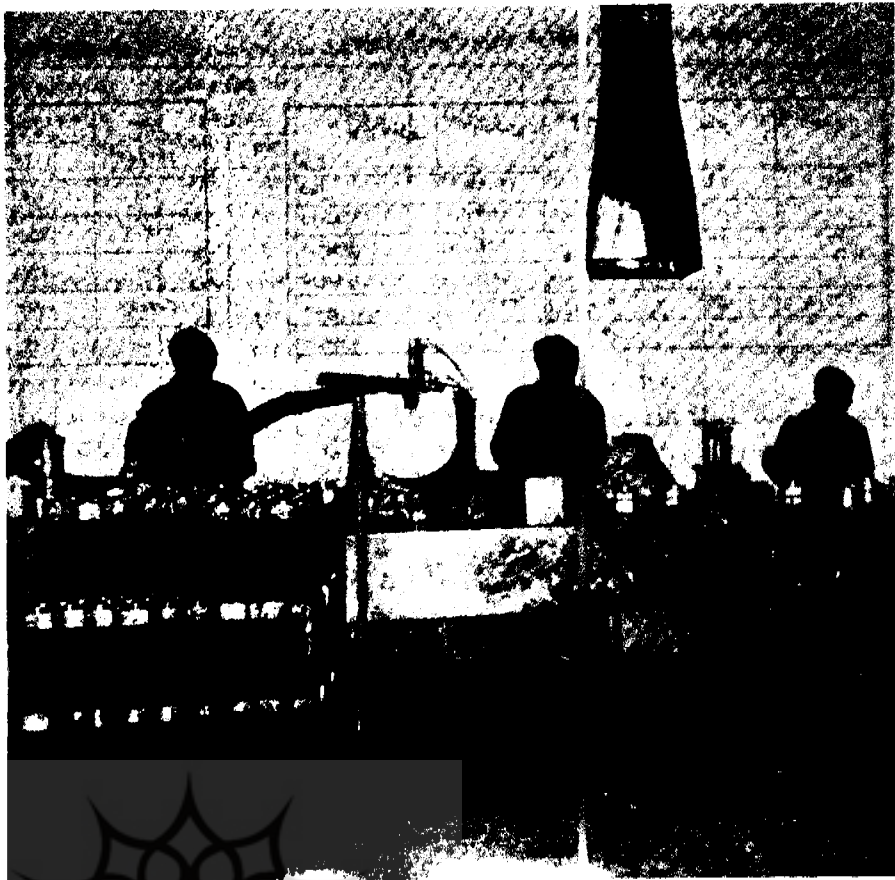
نوع تعاونی	فعال	غیرفعال	جمع
کارمندی	۳۰۱	۵۴	۳۵۵
کارگری	۱۱۴	۱۳۵	۲۴۹
سایر	۵	۴	۹
جمع	۴۲۰	۱۹۳	۶۱۳

## 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 افشار 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 تعاونيهای اعتبار تا پايان 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- ميزان سرمايه شرکتي تعاونيهای اعتبار تا پايان سال ۷۳

(ارقام به ميليون ريال)

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

### سرمايه

سرمايه شرکتهای تعاونی اعتبار در پايان سال ۷۳ به حدود ۴۵۴۸۸ ميليون ريال می رسد که از اين مبلغ ۴۲۳۵۱ ميليون ريال آن مربوط به تعاونيهای اعتبار کارمندی (۹۳/۱ درصد) و ۳۰۸۵ ميليون ريال مربوط به تعاونيهای اعتبار کارگری و ۵۲ ميليون ريال مربوط به ساير (آزاد) تعاونيهای اعتبار می باشد.

از مجموع سرمايه تعاونيهای اعتبار ۳۸۲ ميليون آن مربوط به تعاونيهای اعتبار غير فعال است که از اين مبلغ ۵۸/۶ درصد مربوط به تعاونيهای اعتبار غير فعال کارمندی ۳۵/۴ درصد از آن تعاونيهای اعتبار غير فعال کارگری است و از مجموع سرمايه تعاونيهای اعتبار فعال (۴۵۱۰۶ ميليون ريال) ۹۳/۴ درصد آن تعاونيهای اعتبار فعال کارمندی و ۶/۵ درصد آن مربوط به تعاونيهای اعتبار فعال کارگری است.

### تعداد وامهای پرداختی

در پايان سال ۷۳ تعداد وامهای پرداختی تعاونيهای 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 تعاونيهای اعتبار کارمندی و ۲۸/۳ درصد آن توسط تعاونيهای اعتبار کارگری پرداخت شده است.

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

### ميزان وام پرداخت شده

ميزان وام پرداخت شده توسط تعاونيهای اعتبار در پايان سال ۷۳ حدود ۶۱۲۱۰ ميليون ريال بوده که در مقایسه با سال ۷۲ حدود ۴/۶ درصد کاهش نشان می دهد. از

کل وام پرداخت شده توسط تعاونيهای اعتبار در سال ۷۳ حدود ۷۰/۱ درصد آن توسط تعاونيهای اعتبار کارمندی ۲۹/۹ درصد آن توسط تعاونيهای اعتبار کارگری بوده است.

متوسط ميزان وام دریافتی هر عضو در تعاونيهای اعتبار در سال ۷۲ حدود ۴۵۳ هزار ريال و در سال ۷۳ حدود ۳۷۶ هزار ريال بوده است.

### نتيجه

همان گونه که ذکر گردید سرمايه شرکتهای تعاونی اعتبار عمدتاً از طريق سرمايه گزاري نقدي اعضاء که خود از درآمد چندانی برخوردار نیستند تامین می شود. برای اين تعاونيهای دليل قلت سرمايه امکان وام دهی به موقع و حل مشکلات اعتباری و نهایتاً جلب

جدول ۴- تعداد وامهای پرداخت شده توسط تعاونيهای 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 اين جدول تعداد وامهای پرداخت شده توسط ۵ تعاونی اعتبار آزاد جزء تعاونيهای اعتبار کارگری محسوب شده است. متوسط تعداد وام برحسب هر تعاونی در سال ۷۲ - ۱۵۹/۵ فقره و در سال ۷۳ - ۱۶۶/۷ فقره بوده است.

جدول ۵- ميزان وامهای پرداخت شده توسط تعاونيهای اعتبار در سالهای ۷۲ و ۷۳

ارقام به ميليون ريال

شرح	۷۲			۷۳			تعداد وام تغییرات
	کارمندی	کارگری	جمع	کارمندی	کارگری	جمع	
ميزان وام ميليون ريال	۴۲۴۲۹	۱۸۶۱۸	۶۴۰۴۷	۴۴۷۳۶	۱۶۴۷	۶۱۲۱۰	(۴/۶)
درصد	۷۰/۹	۲۹/۱	۱۰۰	۷۰/۱	۲۹/۹	۱۰۰	-

ميزان وام تعداد ۵ تعاونی اعتبار آزاد در سرجمع ميزان وام تعاونيهای 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		۹۳۳۸۱۳۳	۹۶۸۵۹۰۵۵				
۷	زنجان	۱۰۲۵	۵۳۴	۴۵۵۵۰۰۰	۱۰۶۱۶۶۸۲۸۷	۱۸۳۱	۲۰۲۱	۲۷۶۶۴۰۰	۹۹۸۶۲۲۷۷			۱۳۶۲۹۰۰۰	
۸	بوشهر	۱۸۴	۸۰۱	۷۱۷۹۰۰۰	۸۳۵۶۰۰۰	۳۷۰	۴۲۷	۸۱۰۴۸۶۰۰	۱۷۴۷۱۸۴۰۰				
۹	کهگیلویه و بویراحمد	۱۶	۲۰	۳۵۲۹۳۰	۲۸۰۷۹۳۰	۱۰	۳	۸۲۶۸۷۵۰	۲۰۵۰۰۰۰				
۱۰	اصفهان	۴۰۳	۱۱۵	۱۵۴۷۹۵۰۰	۲۹۶۷۸۷۳۳۵	۲۷۹	۱۱۰۰۰۰	۱۶۰	۸۲۲۴۴۰۰۰		۵۲۰۶۶۹۴۲		
۱۱	تهران	۲۰۱۶۲	۳۸۷۰۱	۱۹۳۲۰۵۷۸۶۲	۵۲۵۰۲۵۳۵۵	۱۶۹۸۱	۱۳۹۰۲	۳۶۰۶۳۰۵۷۳۲	۳۸۲۲۶۳۵۱۶۲		۲۷۰۲۵۳۳۸	۱۹۵۶۷۴۶۸۳	
۱۲	گیلان	۱۳۱۱	۴۵۵	۱۸۵۳۲۰۰۰	۵۷۷۴۹۷۸۷۷	۲۶۶۷	۳۸۲۲	۶۷۷۷۹۲۳۳۴	۸۶۹۸۹۶۶۳۷		۸۱۴۵۵	۱۵۱۱۸۲۶۳۰۷	
۱۳	سمنان	۴۴۸	۵۵	۲۳۳۹۸۰۰۰	۲۷۵۲۶۰۰۰	۲۲۱	۱۵۵	۶۴۷۰۵۸۸۰	۲۸۷۰۷۱۶۰			۱۸۳۷۵۰۰۰	
۱۴	مرکزی	۷۲۳	۱۰۸۰	۳۱۷۷۰۰۰۰	۹۰۳۵۷۸۲۳	۲۱۰	۳۰۱	۷۸۵۵۸۴۰۰	۱۳۷۵۱۰۰۰۰			۳۷۷۰۰۰۰۰	
۱۵	کرمانشاه	۹۹۸	۶۶۴۰	۴۶۰۴۰۰۰	۱۴۱۲۵۳۱۰۰۰	۲۳۷۱	۲۵۹۴	۹۷۵۱۷۴۷۰۰	۱۱۵۸۰۱۹۰۰۰			۱۷۵۰۰۰۰۰	
۱۶	مازندران	۳۰۰۷	۱۱۰۱۰۱	۱۲۹۰۱۹۴۹۸	۲۳۷۲۰۴۲۹۳۷	۳۱۸۸	۴۴۵۲	۱۵۰۵۹۱۵۴۰۰	۲۳۰۷۶۳۰۷۰۰		۲۵۸۱۲۵۰۰	۳۵۹۰۰۰۰۰	
۱۷	آذربایجان غربی	۷۸۲۱	۳۰۶۰	۸۱۶۹۱۰۰۰	۱۰۲۸۲۶۸۸۱۹	۲۲۰۲۴	۱۳۵۱۶	۷۰۳۱۹۰۹۸۴۲	۲۸۵۱۹۹۹۰۰			۱۹۰۵۰۰۰۰۰	
۱۸	هرمزگان	۱۱۸۴	۱۵۰	۲۸۴۱۴۰۰۰	۷۹۱۱۲۱۴۹۰	۳۱۸	۴۴۹	۳۴۰۳۲۷۰۰۰	۲۴۲۲۰۵۰۰۰			۱۹۹۸۳۶۰۰۰	
	جمع	۵۰۰۱۰	۱۲۵۵۷	۲۹۸۵۹۲۱۰	۳۲۹۲۶۵۶۷۱۲	۲۲۰۵۲	۲۵۹۹۹	۵۶۸۷۲۵۰۲۰۳	۲۷۱۹۸۲۳۷۹۱۱		۵۲۸۵۷۹۲۸	۳۰۰۲۲۶۲۸۰۷	

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	۲۲۴۵۷۲	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

(ارقام سرمایه به هزار ریال)

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 تعاونیهای نیست به علاوه موسسات و دستگاهها مربوطه نیز از تامین منابع مالی و حتی کار پرسنلی برای تعاونیهای وابسته به خود تغافل 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 کاستیها به وضوح در آمار ارائه شده از تعاونیهای مذکور در متن گزارش حاضر دیده می شود به گونه ای

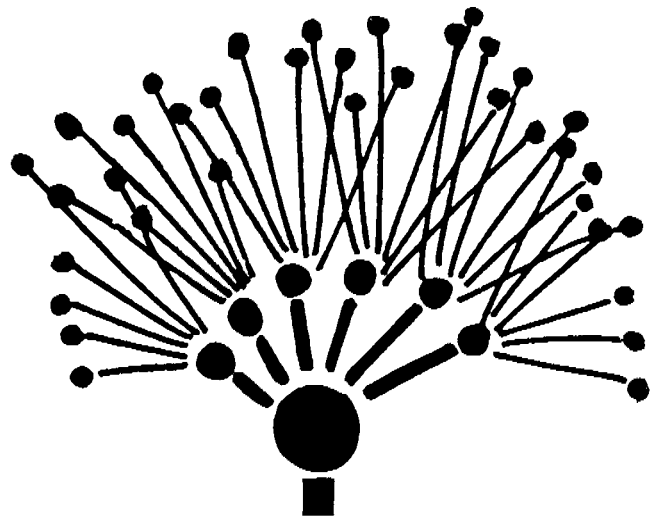
گزارش کلان تعاونیهای اعتبار

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	۳۲۶

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

### 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

مرز نشین نشان می‌دهد که تعاونیهای ذیربط در مورد صادرات از ۹۶ درصد ظرفیت صادراتی<sup>(۱)</sup> 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 حالیکه 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

### 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 کالا 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 کالاهای 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 استانیهای جنوبی کشور تا پایان سال ۱۳۷۳ مقدمه

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

کشور	استانیهای 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

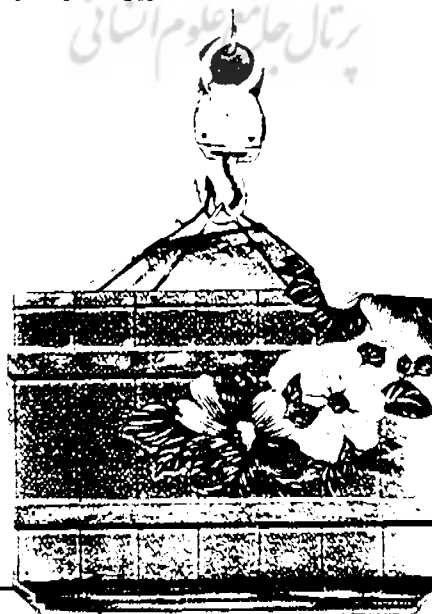
ماخذ: اطلاعات جمعیتی مرکز آمار ایران سال ۷۰

## 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 رقیماً 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

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

تشویق و ترغیب مرزنشینان به ماندن در مرزها و جلوگیری از تخلیه مرزها و مهاجرت آنها و بهبود معیشت ساکنین مناطق مرزی را دنبال 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 سالهای 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 فارس (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

مرزنشین 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 انوئی 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	۳۷۴۹	۹۵۹۹	۱۴۵۳۸	۴۵۱۱۷	۶۶۶۷
فارس	۱۸۴۱۰	۲۰۲۸	۱۲۳۰	۷۹۶	۸۱۷	۱۳۴۵۹	—
خوزستان	۳۶۶۹۷	۱۹۸۴	۲۷۸۶	۳۲۰۷	۴۵۷۶	۲۳۸۴۴	—



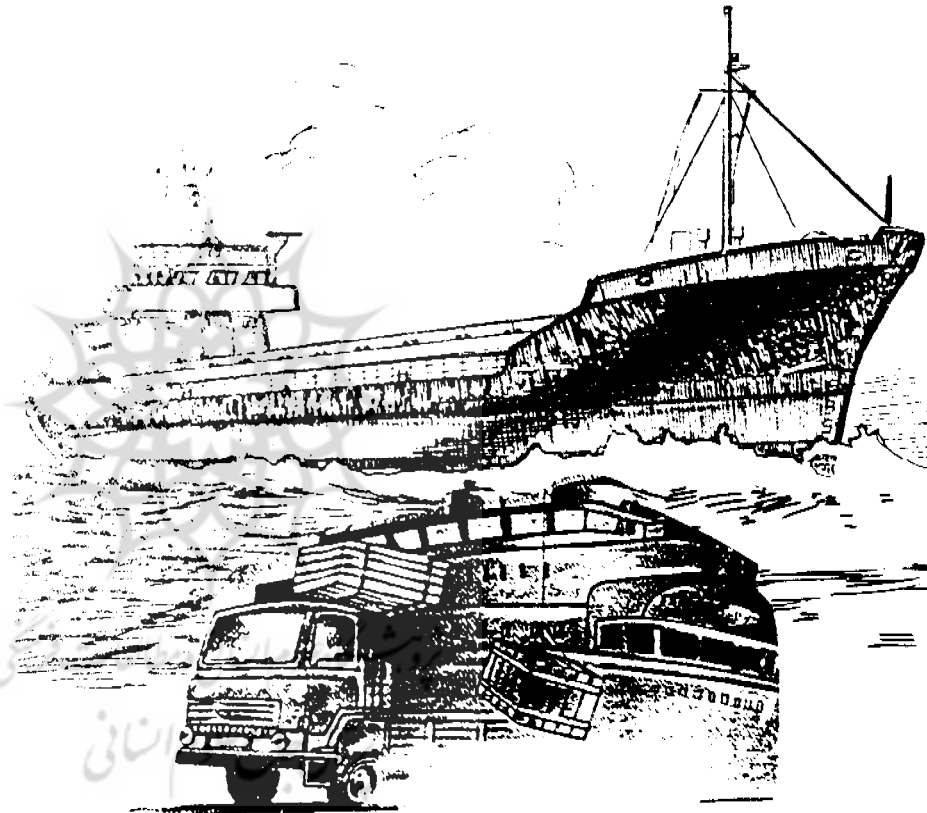
جدول شماره (۸) میزان معافیت شرکتهای تعاونی از حقوق و عوارض

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			
٪۴۰	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 تشبیتی 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 مصرف کننده 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 اطلاع رسانی، 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 اطلاع رسانی 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. در واقع، 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 اثر نکرده 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:

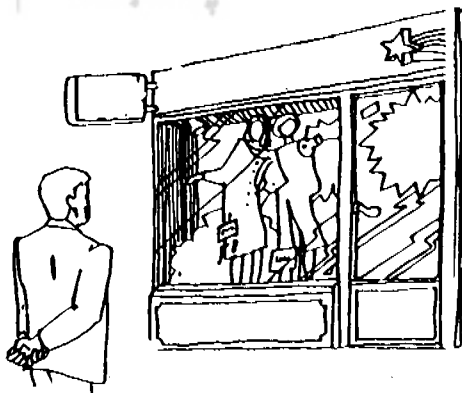
۱- فروش مستقیم، یا تحقق آنچه در تبلیغات به نام «از تولید به مصرف» خوانده می‌شود. طبعاً، این کار به امکانات سازمان برای عرضه کالاها و بستگی تام دارد. مسلماً، چنانچه بتوان به این ترتیب اقدام کرد، از مقادیر قابل ملاحظه‌ای هزینه‌های حمل و نقل و تخفیف‌هایی هم آنها هزینه‌های حمل و نقل و تخفیف‌هایی است که برای 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

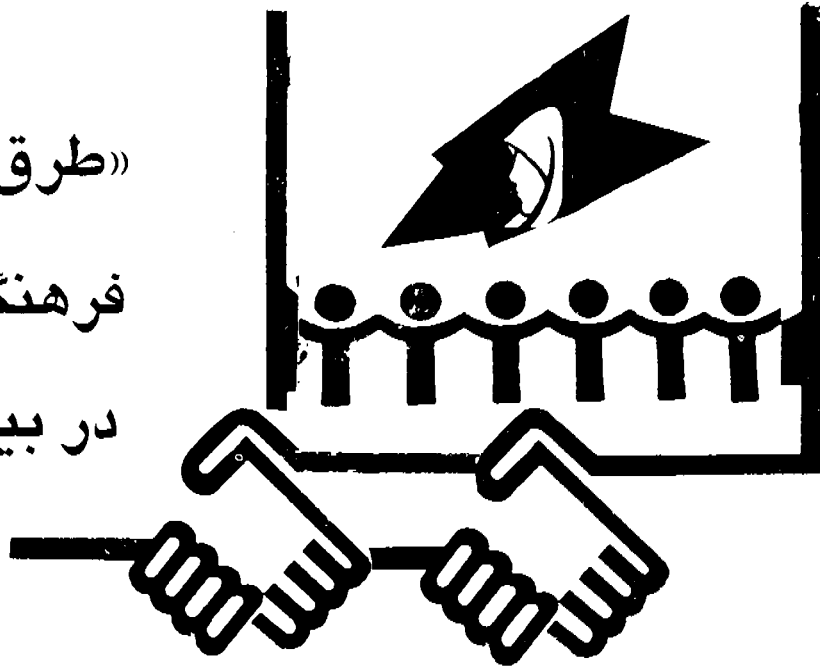
شده که نارضایتی کارکنان از سازه ن دقیقاً یک عامل تبلیغاتی منفی برای سازمان بوده و سازمان به زیان و گاه به ورشکستگی سوق داده شده است.

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 چرخ‌های 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 ماشینی 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 وخیمی 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 افراد 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.

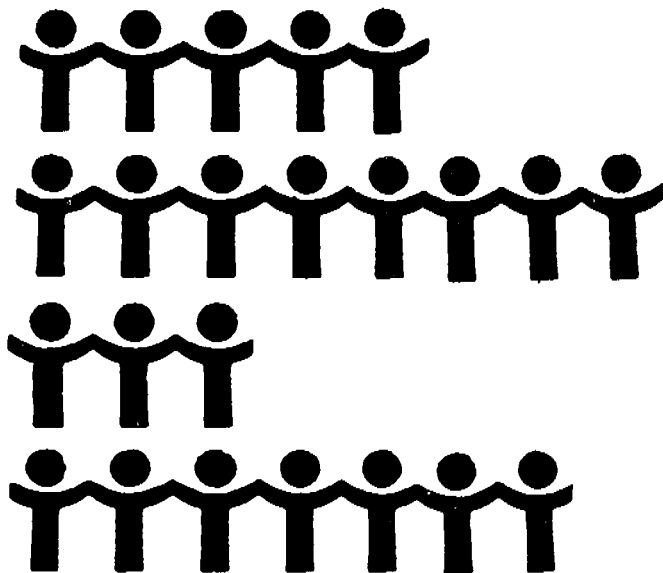


برای پی‌بردن به مفهوم تعاون، ورق زدن تاریخ خیلی ضرورت ندارد. هم اکنون هم در جامعه روستایی هر روز و در هر فصل نمونه‌های فراوانی از کارهای دسته جمعی را می‌بینیم و این همان تعاون به معنی عام آن است. پیشینه تعاونی در جامعه ما اگر چه غیررسمی ولی به درازای تاریخ سابقه دارد مالکیت مشترک و مشاعی زمین و ابزار 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 یافته 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 کثرت‌آورزی 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



## «اصول ششگانه تعاون (به

### اختصار) به شرح زیر است:»

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

ایران را تصویب کرد و شورای نگهبان در تاریخ ۲۴/۶/۷۰ 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»<sup>(۱)</sup>

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.

- 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 دانش‌آموزان را به میزان مورد نیازش خریداری و با سود ناچیز بفروش برسانند.

صد درصد بایستی سعی شود که دانش‌آموزان 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 دانش‌آموزان موفق نخواهیم شد. به بیان دیگر، رعایت این موضوع که مربیان و اولیاء محترم مدارس ملزم هستند که به جای دانش‌آموزان تصمیم نگیرند، تا آنجا اهمیت دارد که همگان خود را موظف بدانیم که دانش‌آموزان خود 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 پی‌می‌برد.

## «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.

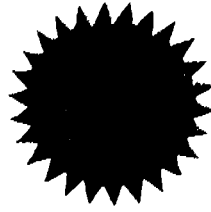
## «مدیران شرکت تعاونی (هیئت مدیره، بازرسان و مدیرعامل)»

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 صرفه جویی 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 می توان 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 گوشه ای از وظایف مربوطه به یک هدف است، میگوید 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 بی نتیجه بگذارد، لازمه این امر ایمان، به هدف است. فرد سختکوش هم کارش سخت است و هم تمام هم و غم خود را مصروف کارش می نماید 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 می نماید که سختکوشی در صورتی حاصل می شود 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 می پردازد؟ 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 می شدند موارد قابل توجهی حاصل شد که ما را در تبیین بهتر مطالب یاری می رساند. ماحصل دیدگاههای مختلف بشرح زیر است:

برخی می گویند نسبت سختکوشی در افراد اعتباری است و تلقی های متفاوت بوجود آورنده این نسبتها هستند و آدمهایی که پر تلاش اند را معمولاً سختکوش می نامند. عده ای 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 ملاحظه کاری، در روابط با دیگران.
- تداوم و استمرار در پیگیری کارها و برخورداری از انرژی کافی برای اتمام کار محوله.
- بدست آوردن موفقیت های 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 ویژه ای از سختکوشی ارائه می دهد. 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 پائین تری به انجام کاری مبادرت می ورزند کم کار، تنبل و یا ناتوان خوانده می شوند و افرادی که در حد بالاتری از استاندارد و معمول به انجام همان کار بپردازند سختکوش نامیده و رفتار آنها را سختکوشی می نامیم. بنابراین تعریف سختکوشی عبارتست از: برانگیختن افراد به منظور پیشرفت تا حد صد درصد توان و برای تعیین مصادیق سختکوشی می توان 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 می باشد؟ میزان تامین مخارج تحصیل توسط فرد، میزان علاقه به نظم و یا ابالی گری میزان تعهد و قبول کار تمام وقت، میزان کار بیش از حد چقدر است

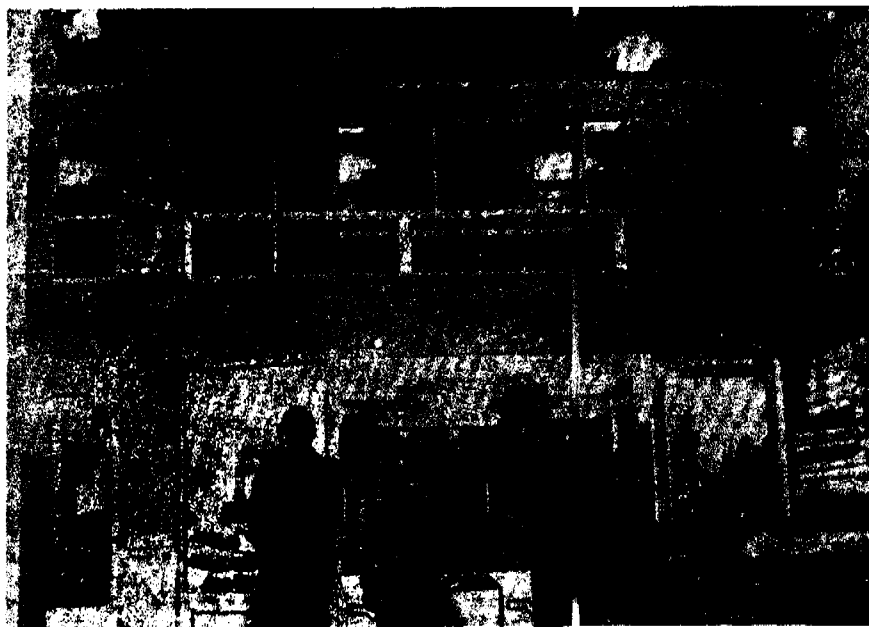
در همین رابطه باید گفت مجبور کردن افراد برای تلاش بیشتر و سختکوشی امری عیب و بی نتیجه است چرا که سختکوشی زمینه لازم دارد و مادام در فردی زمینه سختکوشی موجود نباشد اجبار او منجر به کوشش بیشتر، در درازمدت نخواهد شد.

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 اکتفای 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

داشته باشند.

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 قدرت 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 کم‌کار 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:

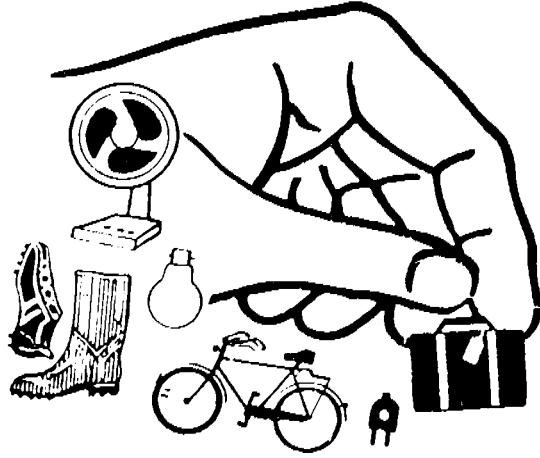
بر اساس برخی تئوریهای رفتاری، افراد

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)

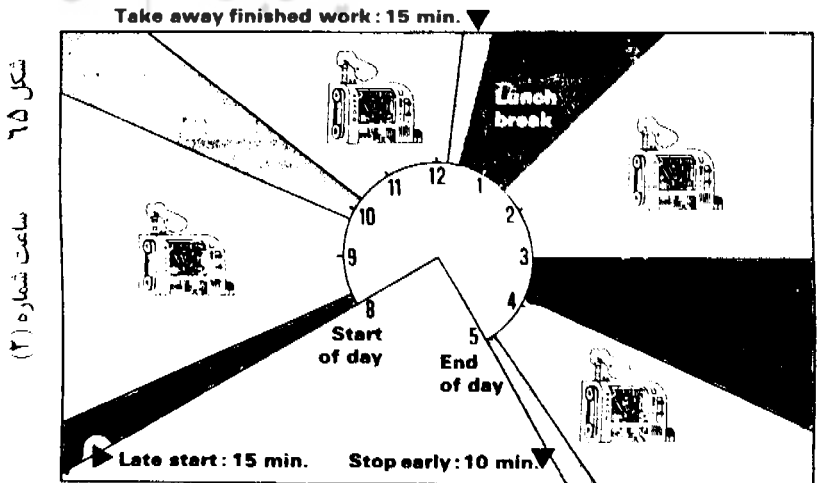
به عبارت دیگر،  $\frac{1}{4}$  از کل ساعات کار دستگاه (یعنی ۲۵٪) بدون استفاده و عاطل مانده است.

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.

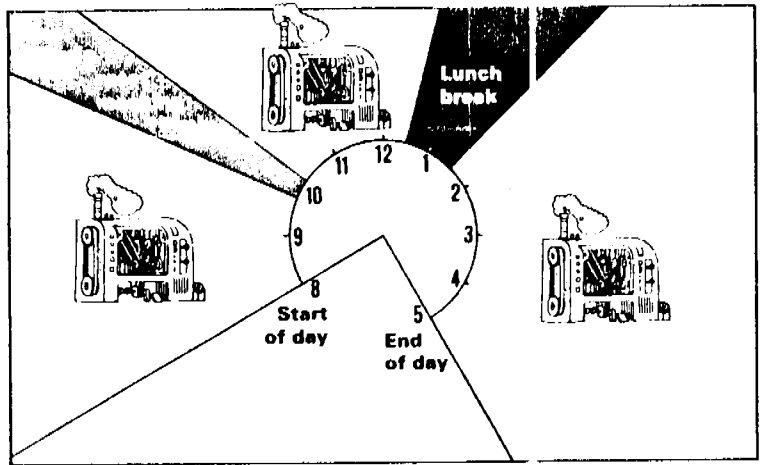
صرفه جویی در وقت: ۱۵ دقیقه  
 ● کارگر مجبور نیست کالای ساخته شده

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)



را به خارج از کارگاه حمل کند.

صرفه جویی در وقت: ۱۵ دقیقه

● دستگاه بعلت نقص فنی متوقف نمی شود.

صرفه جویی در وقت: ۵۰ دقیقه

● کارگر زودتر از ساعت مقرر کار را تعطیل نمی کند.

صرفه جویی در وقت: ۱۰ دقیقه

جمع کل زمان صرفه جویی نده ساعت

۱/۵ ساعت = 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 می شود:

کل زمان کار دستگاه (۴۸۰ دقیقه) ۸ ساعت

کسر می شود: 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 می کند.



شکل ۶۷

## نگهداری دستگاه

نگهداری دستگاه به معنی مراقبت از دستگاه و تجهیزات آن، شامل دستگاه اصلی، قطعات آن، سیم کشی ها و قسمت های الکتریکی به کمک بازدیدهای دائمی، روغن کاری، گریس کاری 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، هفته ای یکبار، روغن کاری و گریس کاری؛ ماهی یکبار، کنترل قسمت هایی که مرتباً فرسوده می شوند و هر سه ماه یکبار، کنترل قسمت های الکتریکی باید انجام شود.



شکل ۶۸

جابجایی اشیاء با دست به کندی صورت می گیرد.

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 برنامه ریزی قبلی و در بهترین شرایطی که می توان دستگاه را متوقف کرد، نسبت به این امر مبادرت کنید.

توقف دستگاه براساس برنامه ریزی 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 می شود.

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 لباس دوزی نیز می تواند این مثال صادق باشد بویژه وقتی که یک لباس یا پیراهن در مرحله تکمیل است



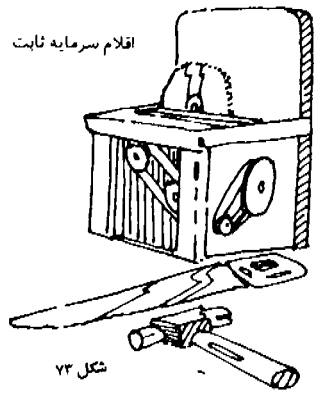
شکل ۶۹

جابجایی اشیاء با چرخ دستی به سرعت صورت می گیرد.

اگر فقط بتوانید زمان جابجایی و اجرای کار در هر فعالیت را کم کنید، توانسته اید تولید خود را افزایش دهید. بسیاری از صاحبان حرف و مشاغل، هزینه های گزافی برای خرید دستگاه های مدرن و با سرعت زیاد متحمل می شوند، اما بیشترین مقدار تولید ممکن را بخاطر اینکه زمان جابجایی و اجرای کار را کاهش نمی دهند، از دست می دهند.

اگر به کار و کسبی اشتغال دارید که با مواد اولیه سنگین و جابجایی های دشوار سروکار دارید، فکر کنید چگونه می توانید 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

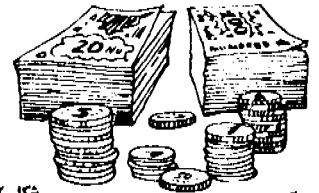
شکل ۷۳

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

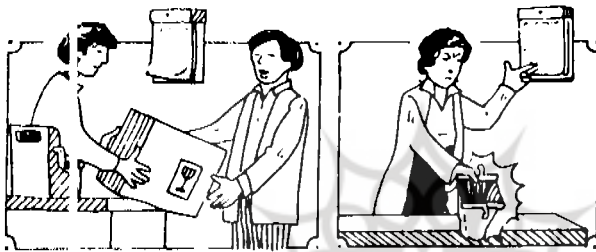
سرمایه در گردش

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 و جود ناشی از فروش تولیدات شما پرداخت می‌شود.

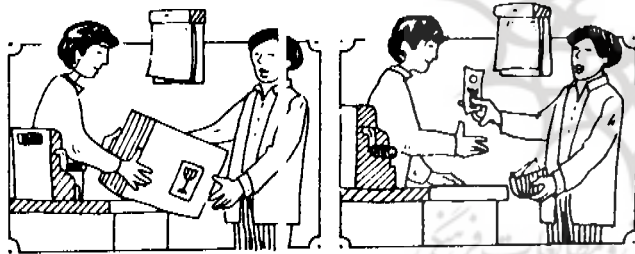
شما معمولاً به یکی از دو روش زیر وجود نقد را دریافت می‌کنید:

- 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 کالاها از 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 کالاها 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 کالاها از 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 برگردد، شما سریع‌تر سودی بدست می‌آورید و سریع‌تر نقدینگی یا سرمایه در گردش شما افزایش می‌یابد. بنابراین

مواد اولیه‌ای که خریداری می‌کنید باید هر چه زودتر پردازش شده و به صورت یک کالا 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.

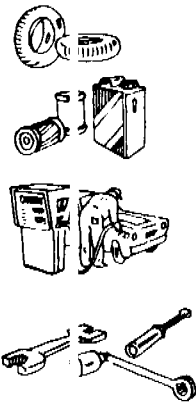


شکل ۸۶

### انجام خدمت

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

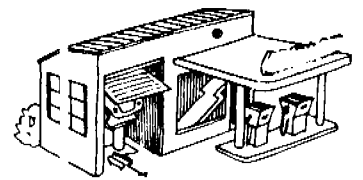
عموماً تعداد حرف و مشاغلی که در بخش صنایع خدماتی وجود دارند، بیشتر از تعداد آنها در بخش صنعت و تولید است. از جمله صنایع خدماتی می‌توان گاراژها و سایر کارگاه‌های تعمیراتی، تعمیرگاه‌های رادیو و تلویزیون، خشک‌شویی‌ها، خدمات حمل بار و مسافر، هتل‌ها، رستوران‌ها و نوشابه‌فروشی‌ها را ذکر کرد.



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

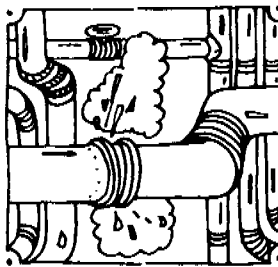
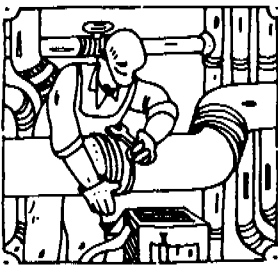


استفاده می‌کردیم، استفاده کنیم. اولین قدم این است که شما هزینه‌های خود را بشناسید.

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.

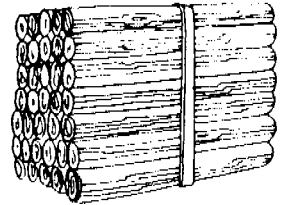
● تحویل سریع کالای آماده به فروش به مشتری بعد از اینکه کالا (قانوناً - مترجم) فروخته شد، و اخذ هر چه بیشتر و هر چه سریع‌تر پیش دریافت.

● حصول اطمینان از اینکه مترسانی که خریدن سیه 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:

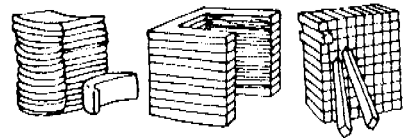
$$30000 - 5000 = 15000$$

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

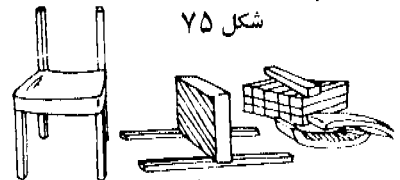
مواد اولیه و کالاهای نیم ساخته موجود در کارگاه، عملیات تولید آغاز شود. با نگاهی به مثال‌های زیر متوجه می‌شوید که با وجود مواد اولیه و یا کالاهای نیم ساخته چه مقدار از سرمایه در گردش محبوس می‌ماند.



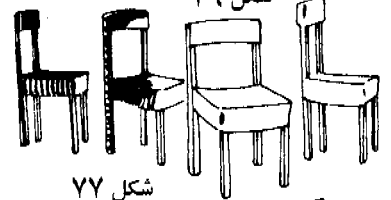
شکل ۷۴



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 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

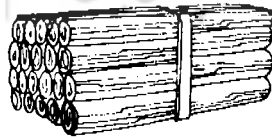
حس سرمایه در گردش بخاطر مواد اولیه: ۵۰۰۰ +۵۰۰۰

۲- قسمت پردازش

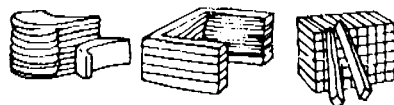
حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالای نیم ساخته: ۲۵۰۰ +۲۵۰۰

۳- قسمت مونتاژ (سوار کردن)

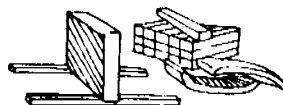
حس سرمایه در گردش بخاطر وجود کالاهای



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

هم چنین، 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 نبیند 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

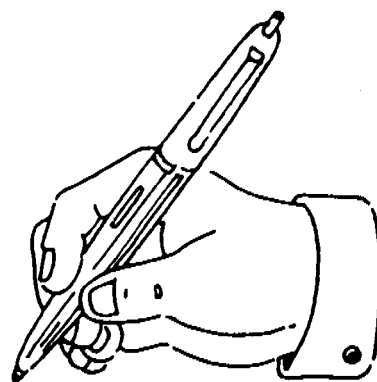
یا جزء است، ماشین‌آلات یکی از آن ۴ عامل است. با خرید ماشین‌آلات تنها، تکنولوژی منتقل نمی‌شود، حتی با خرید اطلاعات نیز معلوم نیست که تکنولوژی منتقل بشود. دو عامل دیگر دارید که هر دو عامل انسانی است البته آن عامل اطلاعات هم نیمی انسانی نیمی غیرانسانی است (منظورم غیرانسان است، غیراخلاقی مورد نظر نیست) آن 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.



## کنترل مدیریت

نوشته: روبرت استرموز مشاور سابق دفتر منطقه‌ای مدیریت تعاونی بانکوک - تایلند

۱- مقاصد و وظایف کنترل مدیریت در صورتی که با رانندگی یک اتومبیل مقایسه شود به خوبی روشن می‌گردد. روش تفکر، شیوه‌های اجرایی و انجام کار رانندگی را می‌توان مرحله به مرحله و به نحوی با کار کنترل و نظارت یک موسسه داد و ستد مطابقت داد زیرا تصمیمات صحیح و به موقع در امر رانندگی همانند موسسات اقتصادی نقشی حیاتی دارد. پیش از آنکه راننده پشت فرمان اتومبیل قرار گیرد باید ابتدا تصمیم بگیرد که به کجا برود و مقصد کدامست و سپس درباره بهترین جاده تصمیم اتخاذ کند.

این موضوع به خوبی با هدفهای موسسه داد و ستد که به وسیله هیات مدیره یا توسط مدیریت عالی موسسه تعریف می‌شود مقایسه می‌گردد بنابراین، بودجه کل نیز باید با پیش‌بینی‌های کوتاه و درازمدت باید در واحدهای بزرگ داد و ستد به منظور بررسی استانداردهای داخلی تعیین شود.

۲- یک راننده محتاط قبل از اینکه مبادرت به مسافرت نماید بررسیهایی را از اتومبیل و سایر قطعات آن به عمل می‌آورد تا ببیند که آیا سالم به مقصد خواهد رسید یا خیر

و مسافرتش و بار آنها در وضع خوبی هستند. ابتدا نامبرده آب رادیاتور را ملاحظه می‌کند و سپس لوله‌های لاستیکی مورد توجه قرار می‌گیرد تا اگر لوله‌ای پوسیده و سوراخ شده است آن را تعویض کند. تسمه پروانه را نیز واری می‌کند و روغن موتور و روغن ترمز را امتحان کرده و اگر شخص دقیق باشد تردیدی نخواهد داشت که زیر اتومبیل رفته و بدون اینکه توجهی به خاک آلودگی لباسش داشته باشد قسمتهای جلوی اتومبیل، کمک فترهای جلو، روغن جعبه دنده و سایر قطعات زیر موتور را بازدید می‌کند. ضمناً اتومبیل را به محل سرویس می‌برد تا گریس کاری شده و قسمتهای خارجی آن نیز باز دید شود. بدیهی است که این پیش درآمدها و مقدمات مستقیماً با کار مدیر خردمندی که شروع به فعالیت می‌کند و مدیر جدیدی که قبل از تحویل گرفتن کار مدیریت یک موسسه تعاونی بزرگ که در حال حاضر در چندین کشور آسیایی وجود دارند چه باید بکند، قابل مقایسه است.

۳- مدیر جدید نباید مبادرت به تحویل و عهده‌داری وظایف اجرایی نماید تا اینکه

رضایت نامبرده نسبت به ارزش دارایی مندرج در ترازنامه یا ترازنامه آزمایشی مربوط به روزی که عهده‌دار مسئولیت گردیده جلب شود. او باید در وضعی باشد که بتواند نسبت به بازرسی و تعیین موجودی کالا اقدام کرده و اگر در تمام شعبه‌ها موفق به این کار نشود ارزش کالاها را با توجه به ترازنامه‌ها معین نماید. او باید وجوه نقدی و موجودی حساب بانک را بررسی نموده و اطمینان حاصل کند که واقعاً چنین وجوهی وجود دارد و سپس آنها را با دفاتر مالی مطابقت نماید. وی باید در وضعی حالتی باشد که بررسی خارجی روی تمام حسابهای بدهکاران را در حضور خود، درخواست نماید. در مورد بدهکاران خارجی او باید تقاضای صورتحساب کند که در آن تایید شده است که آنها مقروض هستند و چگونگی در دفاتر مربوطه نیز نشان داده شده است. او باید درباره موجودی کالا مانند لوازم و اثاث، بررسی کامل نماید و اگر فهرست آنها تهیه نشده است در مورد شماره‌گذاری آنها با ذکر مالکیت اصرار ورزد تا اطمینان حاصل کند که توری در دارایی ایجاد نشده است او باید درخواست بررسی کاملی از طلبکاران (بیشتر آنها فروشندگان) بعمل آورده تایید مانده حساب آنها را در آخرین تاریخ روز بدست آورده تا مطمئن شود که حساب، طلبکاران چه آن حسابهایی که به طور مساده پرداخت شده و چه آنها حسابهایی که ارای مانده حساب بوده و مورد مطالبه است صحیح می‌باشد. او باید این کنترل و بازرسی را حتی نسبت به حسابهایی که مانده آن صفر بوده و در دفاتر نشان داده شده است دنبال نموده و بایستی بازرسی را در مورد حسابهای شرکت در مدت ۱۲ ماه گذشته ادامه دهد.

۴- مدیر جدید باید همچنین هنگام تحویل گرفتن پست خود، خط و مشی و رویه موسسه را به در نظر مورد بررسی قرار دهد. در اولین وهله مدیر باید قانع شود که این رویه‌ها مناسب بوده و در ثانی بایستی راضی

باشد که روش ثبت معاملات موسسه به نحوی انجام می‌شود که تمام اطلاعات لازم را از نظر خطرات و خسارات در دسترس می‌گذارند و در ضمن هنگامی که عملیات موسسه از مسیر اصلی خود انحراف پیدا می‌کند چگونگی را مشخص می‌سازند.

۵. با مشاهداتی که به عمل می‌آورد چنین نتیجه‌گیری نماید که هدفهای مورد نظر، مطالعه و بررسی مسیر حرکت و بازدید توأمیل و نیز امتحان قسمتهای مختلف آن حیثاً دچار نقص فنی نباشد معمولاً هنگامی که مدیر موسسه‌ای کار و مسؤلیت خود را به - نانشین خود واگذار می‌کند چنین استنباط می‌شود که آن کار صورت نمی‌گیرد و نتیجه این می‌شود که مدیر جدید خود را با مشکلات زیادی مواجه می‌بیند که در قبال آنها هیچگونه مسؤلیتی را احساس نمی‌کند و در ضمن هیات مدیره به سختی قادر خواهد بود که مسؤلیت آنها را به عهده نامبرده قرار دهد.

بنابراین ضروری است که مقرراتی جهت نحوه عمل تحویل و تحول در شرکت‌های تعاونی مصرف بزرگ از طرف هیات مدیره یا بوسیله هر دو دستگاه تهیه و تنظیم گردد. در صورتی که چنین مقرراتی تدوین نشده و از آن پیروی نگردد مسؤلیت مدیریت کاهش یافته است در حالیکه به مسؤلیت مدیریت باید توجه دقیق بشود و وظیفه آن سطحی فرض نگردد این خنده‌آور است که واحدهای تعاونی بزرگ مدیران اجرایی خود را عوض کنند بدون اینکه از آنها بخواهند که وضع کلی سازمان و چگونگی فعالیت آن را برای مدیران جدید تشریح کرده و آثار راهنمایی کنند. ضمناً این موضوع نیز عجیب است که با نبودن رویه و خط و مشی مربوط به انتقال در سطح مدیریت عالی، خاتمه خدمت یک نفر فروشنده شعبه و انتخاب جانشین او به شغل فروشنده امر تحویل و تحول و بررسی و کنترل و تهیه صورتجلسه تحویل و نیز تعیین مسؤلیت و وصول خسارات در صورت امکان از فروشنده قبلی و تصفیه حساب و نیز



انتقال تعهد به کارمند جدید تماماً طبق مدارک امضا شده تایید گردیده و جزء اسناد نگاهداری می‌شود. بنابراین رویه و طرز عمل انتقال یک نفر مدیر اجرایی که در سطح مدیریت عالی است باید عیناً مانند تشریفات انتقالی یک نفر فروشنده باشد و شخص منتقل شده باید اوضاع کار و فعالیت و نیز وضع مالی شرکت را برای مدیر جدید تشریح نموده و او را در جریان امور بگذارد.

۶. حال مجدداً اشاره به اتومبیل می‌شود که هنگام حرکت، راننده متوجه جاده علایم راه و دیوارهای دو طرف جاده است. همین طور مدیر یک موسسه باید از توسعه کار پیوسته اطلاع داشته و در جریان امور باشد بدین معنی که میزان هزینه‌ها، درآمد، سود، وجوه نقدی و امه‌های وصولی و سایر جهات و فعالیت موسسه را به وسیله معیارهای خارجی مورد بررسی و توجه قرار دهد. آیا چنین بررسی برای یک شرکت تعاونی مصرف

بزرگ امکان دارد؟ پاسخ این است که آمار موسسه تعاونی در غالب کشورهای آسیایی هنوز در مرحله ابتدایی است. همین طور که موسسه تعاونی تمرکز یافته و به صورت واحدهایی توسعه می‌یابد برای سازمانهای در سطح بالا استخدام کارشناسان آمار که بتوانند معیارهای مفید و قابل اطمینانی طرح‌ریزی کرده و در نتیجه مدیریت مالی و عملیات را در اجرای وظایف خود در شرکت‌های تعاونی مصرف راهنمایی کنند امری پراهمیت است. در اروپا چنین تعاونی‌هایی وجود دارد و در آنجا اعضای هیات مدیره و سایر پرسنل حتی کارمندان جزء از وضع مالی شرکت‌های تعاونی خود کاملاً آگاه می‌باشند و برای این منظور از معیارها یا استانداردهایی استفاده می‌کنند که مورد عمل حدود ۱/۳ شرکت‌های تعاونی موجود است که دارای وضع مالی کاملاً رضایتبخشی هستند. در برخی از نهضت‌های تعاونی رویه این بوده است که



سالیان درازی هزینه‌ها را طبقه‌بندی کرده و برای گروه‌های مختلف هزینه استانداردهای طرح کنند تا مدیران بتوانند با مقایسه این استانداردها تشخیص دهند که آیا شرکت‌های تعاونی آنها فعالیت‌هایی بالاتر یا پایین‌تر از این استانداردهای هزینه داشته‌اند. بنابراین موقع آن فرا رسیده است که هر سازمان نسبت به ایجاد «اداره استانداردها» اقدام نموده و کارشناسی را برای این منظور استخدام کند و ضمناً افرادی را که دارای تجارب عملی وسیعی در زمینه طرح‌ریزی استانداردهای مالی و عملیاتی هستند به کار بگمارد تا یک شرکت تعاونی را از نظر فعالیت‌هایی که داشته است بتوان ارزشیابی نموده و تعیین کرد که نتیجه فعالیتش عالی، خوب، متوسط، ضعیف یا خیلی ضعیف بوده است و اگر وضع شرکتی خیلی ضعیف باشد دلیل بر آن است که ابدأ مدیریت نداشته است.

۷- همان طوری که گفته شد در موقع راندگی شخص راننده پشت فرمان می‌نشیند و نه تنها جاده جلوی خود را دقیقاً زیر نظر دارد و اطمینان دارد که راه صحیح او به سوی مقصد است بلکه نامبرده نظری هم به دستگاه‌های داخلی جلو ماشین می‌افکند تا اگر خطری از نظر موتور او را تهدید می‌کند زود متوجه شده و در رفع آن اقدام کند. او باید دستگاه سوخت‌سنج را بازدید کرده تا موقع سوخت‌گیری مجدد را بداند، حرارت‌سنج را نگاه کرده تا حرارت موتور را در نظر داشته باشد و نیز دستگاه باتری‌سنج را برای ولتاژ و قدرت باتری ملاحظه کرده و ضمناً تهویه هوا را که خود اثر خوبی روی مسافرن او دارد تنظیم نماید. بهمین ترتیب مدیر یک موسسه باید مرتباً وضع مالی را با توجه به صورت موجودی نقدی مورد بررسی قرار داده تا چنانچه به طور ناگهانی متوجه کسری بشود دچار شگفتی نگردد و به علاوه وضع خرید فصل و اوضاع مشابه دیگر را در نظر داشته باشد. نامبرده باید بودجه سالیانه و حجم معاملات موسسه را بررسی کرده تا مبدا موسسه از هدف‌های پیش‌بینی شده انحراف حاصل کرده

باشد. ضمناً او باید از گزارش عملیات ماهانه که در آن ضعف فعالیت شعب و ادارات موسسه قید شده است درس عبرت گرفته و برای جلوگیری از زیانهای غیرقابل جبران و شدید اقدام به موقع بعمل آورد.

۸- در حقیقت آیا مدیران عالی همان وضعی را که راننده اتومبیل داشته و دارای وسایلی برای آگاهی از خطر بوده دارند؟ آیا آنها بودجه تفصیلی و مورد نیاز خود را به نحوی تعیین کرده‌اند که بتوان کنترل داخلی شدیدی را اعمال کرد؟ آیا آنها صورتحسابهای مربوط به وجوه نقدی را در دست دارند تا آنها را در پیش‌بینی نیازمندیهای مالی و تامین آن کسب کنند؟ آیا آنها گزارش‌های عملیاتی موسسه را که در آن میزان بهره ناخالص و تمام هزینه‌ها و عایدی هر شعبه خرده‌فروشی و هر اداره عملیاتی به تفکیک قید شده در اختیار دارند؟ آیا آنها گزارش‌هایی به طور مرتب دریافت می‌کنند که در آن وصولیهای مربوط به حساب بدهکاران و اختطاریه‌های مربوط به فساد و ادعاهای مربوط به وام‌های مشکوک در آن قید شده باشد؟ آیا آنها تعدادی از چک‌های مشکل‌الوصول را نقد می‌کنند که ارتباط به فروش کالا، اثاثیه و سایر داراییها دارد و خود را قانع می‌سازد که کمبودی وجود ندارد و در صورت بودن کسری حدود آن متعارف است؟ آیا آنها گزارش‌هایی دریافت می‌دارند که در آن نشان داده شده باشد که انواع کالاها طبق معیارها و استانداردهای مطلوب است یا نه؟ آیا گزارش‌های درباره میزان فروش هر ماه تهیه می‌گردد تا چگونگی فعالیت فروش را متناسب با کار فروشندگان نشان دهد و به علاوه حداکثر استفاده از وجود آنان را مشخص سازد؟

۹- بطور کلی مشاهدات نشان داده است که چنین مدیریتی معمولاً اعمال نمی‌گردد. بعضی اوقات سؤال می‌شود که آیا واقعاً این مدیریت ضروری است یا خیر؟ به نظر مؤلف با توجه به حجم فعالیت‌های تعاونی و پیشرفت روزافزون که در شرکت‌های تعاونی مصرف

بزرگ در کشورهای هندوستان، سیلان، هنگ‌کنگ، ژاپن و شاید در چند کشور دیگر صورت می‌گیرد مدیریت خوب یکی از بهترین عوامل کنترل محسوب می‌شود. بنابراین با اعمال کمتر، مدیریتی مناسب به نحو ساده‌ای که موجبات افزایش هزینه اداری را فراهم نیاورد، می‌توان از افزایش هزینه‌ها جلوگیری کرد.

۱۰- در این نوشتار منظور این نیست که روشهای مخف تعیین بودجه و چگونگی تهیه صورتحساب وجوه نقدی را شرح دهیم. اما براساس مشاهداتی که از یک فروشگاه بزرگ مصرف شهری به عمل آمد می‌توان روشی را در موسسه‌ای که میزان حجم معاملاتش در یک سال بالغ بر ۴/۵ میلیون متر مکعب کالا می‌باشد و بوسیله یک اداره مرکزی، یک انبار مرکزی، شعبه منسوجات و ۱۴ شعبه دیگر مواد غذایی و سایر اجناس اداره می‌شود تعمیم داد. مسأله‌ای که مشاورین در تجدید سازمان روشهای حسابداری و تهیه گزارش با آن مواجه شدند همانا رویه‌های قدیمی بوده که ضمن مطالعات خود بدان پی‌بردند. مثلاً یک حساب بانکی که چند ماه از مفاصا حسابش گذشته بود را مورد بررسی قرار دادند و وقتی که مفاصا حساب شد معلوم گردید که چند فقره چک دو مرتبه از دفتر روزانه به دفتر کل وارد شده و برای چندین چک باطل شده در دفاتر مربوطه برگشتی منظور نشده است. در حالیکه این اشتباهات به وسیله حسابرسی داخلی دیده نشده و اگر به طور مداوم و مرتبی امر مفاصا حساب عملی می‌شد چنین وضعی پیش نمی‌آمد. نمونه‌های زیادی از این قبیل اشتباهات و غفلتها دیده می‌شد و نقص در ثبت و نگاهداری دفاتر و اسناد طوری حادی بود که شخص مدیر در صورتی که به دفاتر و اسناد خود اعتماد داشت به کلی نگران می‌شد و منظور از ذکر این مطلب ناراحت کردن نامبرده که طرز اداره و ریاستش ضعیف بوده، نمی‌باشد. بنابراین باید گفت که کار مدیریت حسابداری و تهیه و



گفتگو نموده و در طرح و کشف طریقه اقدام کمک کند. هیات مدیره باید تشکیل جلسات ماهانه را تعمیم داده تا در این جلسات اعضا بتوانند از محتویات گزارش عملیات ماهانه اطلاع حاصل کنند و به علاوه درباره اقدام مفیدی که مدیر انجام آن را لازم تشخیص می‌دهد تشریح مساعی و همکاری نمایند. جلسات کارمندان با اعضای مدیریت و گروه مدیران غیر ارشد بایستی هر ماه مرتباً تشکیل گردد. در چنین جلساتی مدیرکل باید نسبت به ارزش کار جلسه قبل اظهاراتی بنماید. اگر هر فردی از مدیران شعب خرده‌فروشی نسخه‌ای از گزارش فعالیت ماهانه دریافت کند ضروری نخواهد داشت و بعلاوه با مطالعه و تفسیر آن می‌تواند اطلاعات مفیدی کسب نماید.

۱۳ - احتیاج به کنترل مدیریت این قدر شدید است که سایر امکانات مربوط به معرفی آن باید در مدتی کوتاه بررسی شود. تفکر درباره سایر هدفهای موثر عبارت از سازمان مراکز حسابداری است که یک سرویس متمرکز حسابداری ماشینی را به وجود می‌آورد همانطوری که در تعاونیهای مصرف در کشورهای اسکانندیناوی دیده می‌شود. اکنون درباره چگونگی تاسیس مراکز کوچک حسابداری که کلیه فروشگاههای مصرف و فروشگاههای بزرگ تعاونی کشور را با خدمات محاسباتی خود دربرگیرد بحث و گفتگو می‌شود. در نتیجه بررسی برآورد شده

است که، هزینه نصب ماشینهای مزبور، به کار گماردن کارمندان موردنیاز که از طرف فروشگاه هر مرکز حسابداری حقوق آنها پرداخت شود. استخدام تعدادی کارمند جهت تعیین موجودی کالا که به طور مداوم در امر بازرسی و کنترل کالا اشتغال داشته باشند و در ضمن از ماشینهای جدید کمک بگیرند و نیز تامین کارمند برای هر مرکز حسابداری با کارمندان اداری و عملیاتی لازم، از جمله اقداماتی است که باید به عمل آید. اولین محاسبه نشان می‌دهد که یک مرکز حسابداری

افزایش بهره ناخالص و کمکهای خالص توجه نمایند. مدیریت باید همچنین درباره هزینه‌های عمومی مربوط به حجم معاملات و تغییرات سالانه آن قضاوت نماید و با مطالعه آمار فعالیت که از طرف سازمان عالی منتشر شده موارد را بررسی نمایند و در صورتی که این سازمان چنین خدمتی را توسعه داده باشد منبع اصلی قضاوت را باید در اوضاع و شرایط محلی جستجو کنند.

۱۲ - بنابراین اطلاعاتی که به وسیله گزارش عملیات ماهانه و سایر بازرسیها به دست می‌آید باید با اقدامات شایسته‌ای در جهت بهبود نقاط ضعف توأم نموده و از آنها پیروی کرد بدین معنی که از کاهش خدمات جلوگیری شده و با گسترش خدمات فروش قیمت واحد تثبیت شود. سازمان عالی باید مشاورینی مخصوصاً در رشته‌های موجودی کالا و مدیریت فروش، حسابداری و امور اداری انتخاب کند تا بتواند درباره دروس مربوط به وسایل بازرسی مدیریت بحث و

تنظیم گزارشهای مربوطه تحت اوضاع و احوالی که در فروشگاه تعاونی مورد بحث حکمفرما بوده احتیاج به صرف وقت زیادی دارد.

۱۱ - گزارش عملیات ماهانه و بازرسی و کنترل محاسبات چگونه بایستی از طرف مدیریت مورد استفاده قرار گیرد؟ چه کسی باید از این وسایل استفاده کند؟ تا به حدودی هیات مدیره باید درباره محتویات گزارشها از ماهی به ماه دیگر اطلاع داشته باشد؟ تا چه حدودی باید اطلاعات به تمام کارمندان که دارای مسوولیت معینی در انجام کار هستند داده شود؟ اعضای مدیریت عالی حتی مدیر کل، معاون مدیر کل و حسابدار باید برای مطالعه ارقام مندرج در گزارش عملیات ماهانه و ارزیابی آنها تعلیماتی را ببینند - به فروش شعب را مقایسه نموده و ارقام مربوطه را بررسی و نیز ارقام سال قبل را با آنها مقایسه کرده و چگونگی پیشرفت و یا عدم موفقیت شعب را درک کنند و مخصوصاً درباره نسبت

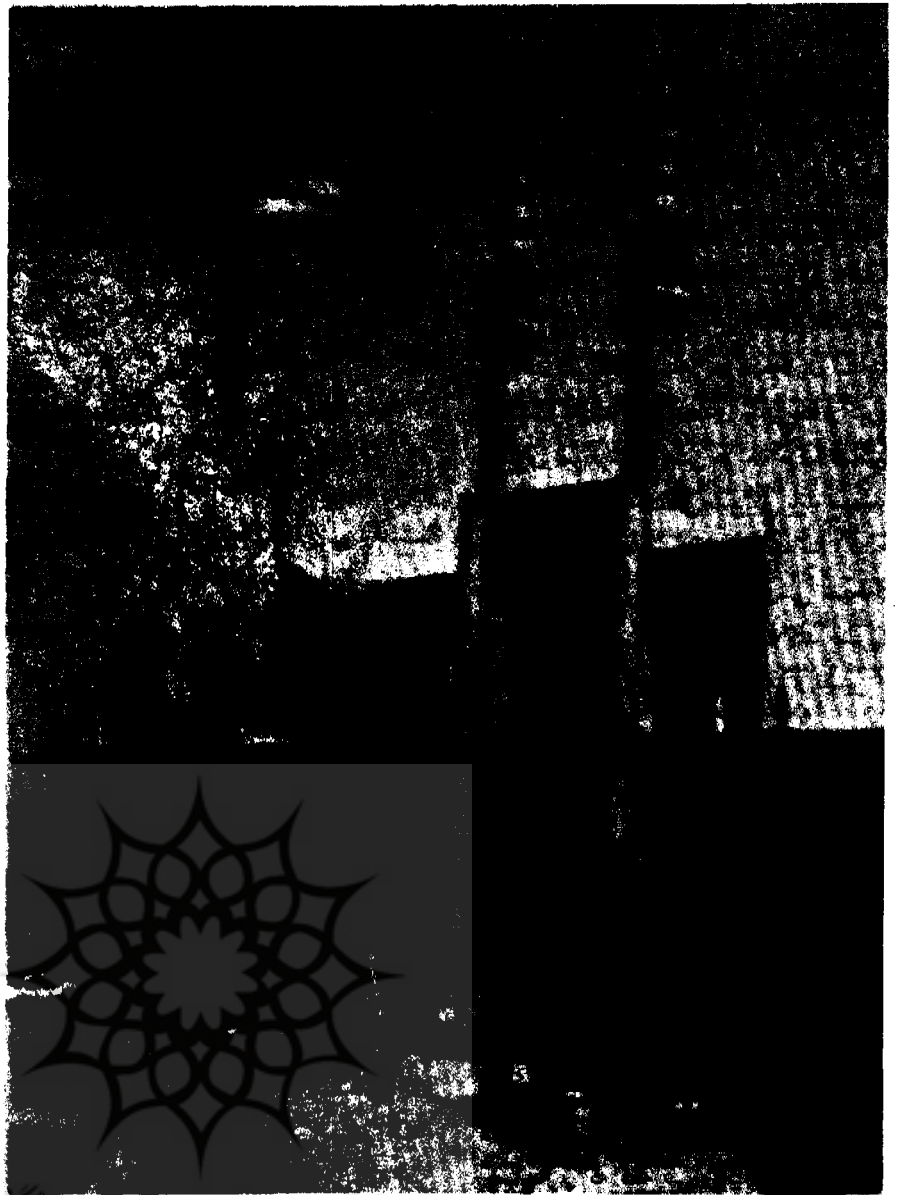
می دهند.

استان یزد از جمله استانهایی در کشور است که دارای سابقه طولانی در صنعت می باشد. و صاحبان کارگاههای کوچک بافندگی در این استان از قدیم الایام به تولید انواع منسوجات مورد نیاز عامه مردم مشغول بوده اند. در حال حاضر استان یزد در مقایسه با سایر استانها، کشور از نظر درصد اشتغال در واحدهای صنعتی دارای رتبه اول و از نظر سرمایه گذاران صنعتی حایز رتبه دوم می باشد. استان یزد از نظر موقعیت عمومی همان طور که ذکر شد در مرکز کشور واقع شده است و این وضعیت باعث تسهیل ارتباطات مناسب و سریع با استانهای صنعتی کرمان و اصفهان و نیز دسترسی ویژه به مبادی ورودی کشور شده است.

کشاورزی در این منطقه بدون توجه به کم آبی و محدود بودن زمینهای حاصلخیز با استفاده از قنات «که گاهی طول آن به ۴۰ کیلومتر می رسد» به کشت و زرع اشتغال دارند.

انار یزدی از جایگاه ویژه ای در میان محصولات مرغی ایران برخوردار است که بعلاوه مرغوبیت مقادیری از آن به کشورهای همجوار و اروپا صادر می شود. زعفران بهایاد و پشمک و اقلوا و قطاب و... یزد و ارده و حلوا در اردکان از موقعیت خاص خود حتی در کشورهای دور و نزدیک برخوردار است. مساجد و حسینیه ها و تکایای یزدی و همچنین عبا تنگه و زیارتگاه زردشتیان هر بازدیدکننده ای از این شهر باستانی را به خود می خواند. زبدان سکندر، امامزاده غریب و... محل بازدید تازه واردان به شهر یزد است.

بیمارستانهای مجهز و هتلها و مراکز آموزش عالی که افراد را به دلایل گوناگون به یزد کشاند و می کشاند چهره این شهر و مردمانش را تا حدی تغییر داده ولی نتوانسته است صداقت و آن لهجه زیبای یزدی را تغییر دهد و یزدیها به هر کجا که بروندی حتی به خارج از کوه و در لهجه یزدیشان معرفشان است.



تکیه امیر چقماق واقع در میدان امیر چقماق یزد

## گشت و گذاری در یزد، دارالعبادة سرزمین سختکوشی و تلاش استان تشریک مساعی و تعاون

کشوری دارای ۷ شهرستان و ۱۳ بخش و ۳۸ دهستان است. این استان یکی از سرزمینهای باستانی و کهن است که سابقه آنرا به هزاره سوم قبل از میلاد نسبت می دهند. ۹۸/۹۶٪ جمعیت آنرا مسلمانان و ۱/۰۴٪ دیگر را هموطنان زردشتی، کلیمیان و... تشکیل

استان یزد با وسعت حدود ۷۳۵۵۹ کیلومتر مربع و جمعیت ۷۶۲۰۰۰ نفر در قلب ایران واقع شده است. یزد را با نام دارالعبادة نیز می شناسند که نشان از خوی و خصلت مردم متقی و پرهیزکار این خطه مرکزی ایران است. استان یزد براساس آخرین تصمیمات

یکی از خصوصیات یزد دینا هسمانا خونگرمی و پیشقدم شدن در کارهای خیر است.

یزدینا در کارهای دسته جمعی همیشه پیشقدم هستند بطوری که یکی از ثمرات آنرا می توان در موفقیت شرکتهای تعاونی در این استان دانست. تعداد شرکتهای تعاونی که تا پایان سال ۱۳۷۳ به ثبت رسیده اند بالغ بر ۵۳۳ شرکت تعاونی و با سرمایه ی بالغ بر ۱۰۶۴۲۴۴۶۰۰۰ ریال که ۱۱۶۹۷۳ نفر در آن عضویت دارند.

تعداد شرکتهای تعاونی بر حسب نوع فعالیت و سرمایه به شرح زیر می باشد:

نوع تعاونی	تعداد شرکت	تعداد اعضا	زبان سرمایه
۱- تولید و کشاورزی	۱۰۸	۳۰۲۴	۱۱۳۲۸۲۰ (هزار ریال)
۲- تولیدی صنعتی	۹۰	۱۱۶۱۳	۳۱۹۴۰۰۰
۳- تولیدی معدنی	۱۶	۲۰۴	۱۴۱۲۸
۴- خدماتی	۱۶	۲۷۰۰	۳۲۲۹۵
۵- مسکن	۸۹	۱۲۸۹۷	۴۳۴۳۳
۶- فرش دستباف	۸	۱۰۶۹۵	۸۳۶۴۰
۷- تأمین کننده نیاز			

تولیدکنندگان	۲۸	۳۴۶۹	۱۰۱۳۸۰۷
۸- تأمین کننده نیاز			
مصرف کنندگان	۱۶۶	۶۹۲۰۷	۲۳۴۰۳۰۴
۹- اعتبار	۴	۹۲۱	۳۳۰۰۰
۱۰- حمل و نقل	۷	۱۲۴۳	۱۳۴۴۷۲

سخت کوشی مردمان یزدی باعث گردیده تا بر علیه موانع و مشکلات طبیعت از جمله کم آبی فایق آیند و در زمینه های گوناگون که شاید کمتر ذهنی آمادگی پذیرش آنرا داشته باشد، با مطالعه و فراهم آوردن زمینه های لازم، فعالیت ظاهراً غیرممکن را ممکن ساخته که می توان به طور مثال فعالیت در قالب شرکتهای تعاونی را نام برد

شرکتهای تعاونی از بالندگی و تحرک خاصی برخوردارند بطوریکه بنابه اظهار یکی از مدیران شرکتهای تعاونی بالاترین سرمایه یک شرکت تعاونی در استان همانا اعضاء فعال و علاقمند آن است که با هیچ سرمایه ای قابل مقایسه و قابل جایگزینی نمی باشد. جهت آشنایی بیشتر با فعالیتهای شرکتهای تعاونی و جایگاه آن در استان با مدیرکل تعاون

آقای مهندس رضوی دشتی مصاحبه ای انجام داده ایم که توجه شما را به آن جلب می نمایم: س: آقای رضوی ضمن تشکر از وقتی که در اختیار ما گذاشته اید، لطفاً موقعیت و جایگاه شرکتهای تعاونی در استان را بیان فرمائید:

ج: خدمت شما عرض کنم که استان یزد یکی از استانهای مستعد جهت فعالیت و کارهای گروهی و جمعی است و بهمین علت مدیران شرکتهای تعاونی به خوبی قادرند با بهره گیری از امکانات بالقوه شگفتی های بزرگ بیابند.

س: آقای رضوی در سال جاری چه تعداد شرکت تعاونی در استان تشکیل شده و اشتغالزایی در این بخش چه میزان بوده است؟

ج: تعداد شرکتهای تعاونی که تا پایان دیماه سال جاری تشکیل شده بالغ بر ۵۸ فقره است که موجب اشتغالزایی مستقیم خواهد گردید.

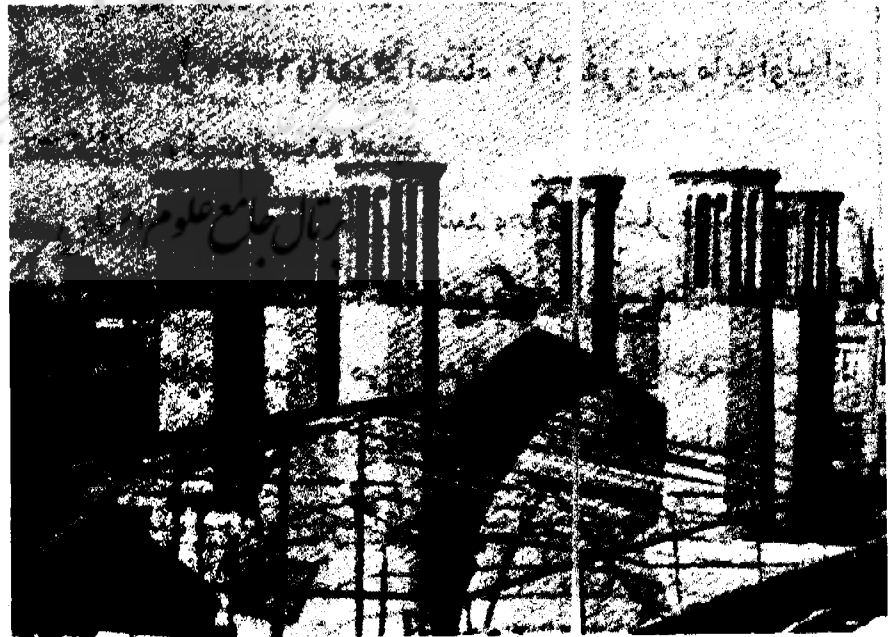
س: لطفاً تسهیلات اختصاص داده شده به استان در بخش تعاون را اعلام نموده بفرمائید و چند درصد از اعتبارات و تسهیلات تاکنون جذب گردیده است؟

ج: کل تسهیلات و اعتبارات بخش تعاون در استان از بابت تبصره ۳، مبلغ ۱۳۰۰۰ میلیون ریال و تبصره ۴، ۱۰۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال است که با توجه به اشتیاق مردم تلاشگر استان و ارائه طرحهای ارزشمند پیش بینی می کنم که ما نیاز به اعتبارات بیشتری داریم تا درخواستهای مدیران شرکتهای تعاونی مان را جوابگو باشیم.

س: آقای مدیرکل لطفاً در مورد وظایف اداره کل تعاون و نحوه نظارت بر کار شرکتهای تعاونی مطالبی را بیان فرمائید.

ج: وظیفه اصلی اداره کل در ارتباط با شرکتهای تعاونی را می توان در چند بخش و به شرح زیر دانست:

الف) راهنمایی متقاضیان تشکیل شرکت تعاونی که در این رابطه سعی می گردد فعالیت هایی که در استان می تواند از موفقیت خوبی برخوردار گردد شناسایی و به آنان پیشنهاد می گردد. همچنین با توجه به نوع فعالیت و زمینه ای که شرکت تعاونی می خواهد



آب انبار شش بادگیری یزد سمبل زیبایی و تکنیک

تشکیل گردد، محل استقرار مناسب در استان به آنان پیشنهاد می‌شود.

ب) آموزش متقاضیان تشکیل شرکت تعاونی با برپایی دوره‌های کوتاه‌مدت جهت آشنا نمودن اعضای هیئت موسس با نحوه تکمیل فرمها و مدارک قانونی.

ج) آموزش مدیران شرکتهای تعاونی با توجه به تنوع شرکتهای تعاونی، در این خصوص سعی می‌گردد با استفاده از اساتید دانشگاه و افراد متخصص در رشته‌های مورد نیاز و با توجه به فعالیت شرکتهای تعاونی، اداره کل تعاون دوره‌های آموزشی متعددی را به منظور بالا بردن سطح آگاهی علمی و عملی مدیران شرکتهای تعاونی برگزار می‌نماید.

د) بررسی درخواست استفاده از تسهیلات بخش تعاون توسط مدیران شرکتهای تعاونی و اقدام لازم در این زمینه.

ه) نظارت بر کار شرکتهای تعاونی از طریق بازدیدهای دوره‌ای که توسط کارشناسان اداره کل صورت می‌گیرد.

س: آقای رضوی به مسئله آموزش مدیران شرکتهای تعاونی اشاره فرمودید لطفاً در این مورد بیشتر توضیح دهید.

ج: اجازه بدهید خدمتان عرض کنم که این اداره کل برحسب چارت سازمانی دارای زیر مجموعه‌ای به قرار زیر است:

۱- اداره امور تعاونیها که مسئولیت تشکیل و تخصیص تسهیلات و کارهای نظارتی را همکارانمان در اداره امور انجام می‌دهند.

۲- اداره مالی و اداری و حقوقی که مسائل حقوقی شرکتهای تعاونی را پیگیری و همچنین مسائل اداری را انجام می‌دهد.

۳- اداره آموزش و تحقیقات این اداره در سالجاری با برگزاری تعداد ۵۷ دوره به مدت ۹۶۷ ساعت بالغ بر ۴۳۲۴ نفر از مدیران، بازرسین و اعضاء و همچنین کادر شاغل در شرکتهای تعاونی را تحت آموزش قرار داده و نسبت به افزایش اطلاعات اقدام نموده است. در زمینه‌های تخصصی و کاری مرتبط با کار شرکت تعاونی و همچنین آشنایی هر چه بیشتر با مقررات بخش تعاون و مسائل حقوقی و چگونگی جذب اعتبارات اقدام نموده است. آقای رضوی ضمن تشکر مجدد اگر مطلبی ناگفته مانده لطفاً بیان فرماید.

- مزید ابلاغ باید گفت صندوق تعاون با تلاش فراوان در استان شروع به کار نموده که از هم اکنون آمادگی خود را جهت پرداخت تسهیلات به اتحادیه‌ها و تعاونیهای استان اعلام می‌دارد.

## شرکت تعاونی کامیونداران استان یزد

شرکت تعاونی کامیونداران استان یزد در سال ۱۳۶۱ با تعداد اعضا ۲۷۰ نفر و سرمایه اولیه‌ای معادل سیصد و سی میلیون ریال تشکیل و به ثبت رسیده است.

این شرکت تعاونی در حال حاضر دارای ۸۴۷ نفر عضو می‌باشد و با در اختیار داشتن انواع کامیون و کامیونت و امکاناتی نظیر ترمینالی به وسعت ۳۰ هزار مترمربع که شامل تاسیسات خدماتی و رفاهی همچون مسجد، استراحتگاه، تعمیرگاه می‌باشد آمادگی خود را جهت حمل بار از مبداء یزد به کلیه نقاط کشور و بالعکس اعلام می‌دارد. متقاضیان استفاده از خدمات شرکت تعاونی کامیونداران استان یزد می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۵۳۸۸۹-۳۵۱ تماس حاصل نمایند.

# معرفی چند شرکت تعاونی موفق در استان یزد

## شرکت تعاونی زیلوبافان میبد



آقای میرمحمدی می گوید: البته این بدان معنی نیست که دیگر به این هنر توجهی نمی شود بلکه با توجه به خصوصیات هنری بافت، رنگ و طرحهای زیبای زیلوی میبد این هنر مجدداً مورد استقبال قشرهای مختلف مردم قرار گرفته است و سفارشهای خوبی از سراسر کشور بویژه از جانب مسوولین آموزش و پرورش دریافت داشته ایم.

سیدرضا میرمحمدی درباره تولید سالیانه توسط اعضا و همچنین دیگر تولیدات و شرایط و امکانات شرکت تعاونی زیلوبافان میبد می گوید: محل ساختمان شرکت تعاونی زیلوبافان میبد در زمینی به وسعت ۲۵۰۰ مترمربع قرار دارد و دارای ساختمانی به

مساحت ۲۰۰۰ مترمربع است که شامل انبارها، محل دستگاهها و دفتر اداری می گردد و عمده تولیدات آن زیلو است که با توجه به میزان و مورد سفارش سالیانه در حدود ۴۰۰۰ قطعه می باشد و علاوه بر آن تعدادی از اعضا نیز به کار تولید پارچه تنظیف اشتغال دارند که میزان تولید این پارچه نیز در حدود ۷۵۰۰۰۰ مترمربع است. مدیرعامل شرکت تعاونی یزد درباره نحوه ارتباط مشتریان با شرکت تعاونی زیلوبافان گفت: اگر کسی به میبد بیاید و سراغ شرکت تعاونی زیلوبافان را بگیرد به دفتر شرکت راهنمایی خواهد شد و چنانچه قصد تماس تلفنی و یا مکاتبه داشته باشد می تواند با شماره

تلفن ۰۳۵۴۴۷۷۷۰.

فاکس شماره ۰۳۵۴۴۵۸۵۷. با ما تماس برقرار نموده و یا با آدرس میبد - بلوار مدرس - فلکه معلم - شهرک شهدا شرکت تعاونی زیلوبافان میبد مکاتبه نماید.

میرمحمدی می گوید: برای بافتن فقط یک مترمربع از زیلو، بافنده هنرمند آن زحمات فراوانی را متحمل می گردد و جالب است بدانید که برای بافت تنها یک مترمربع از آن بافنده در پشت دستگاه بافت در حدود ۱۸ کیلومتر راه می رود و تحقیقاً به همین خاطر است که زیلوهای تهیه شده توسط هنرمندان میبدی دارای مرغوبیت خاصی است و مورد توجه هنردوستان بویژه علاقه مندان به صنایع دستی است. وی می افزاید: در حال حاضر زیلویی در مسجد جامع میبد موجود می باشد که از سابقه ای متجاوز از ۷۰۰ سال برخوردار است و تا چندی پیش تقریباً در همه نقاط استان یزد و بسیاری از مناطق کشور از تولیدات زیلوی مردم منطقه میبد در امکان متری که صحن مساجد و کف منازل استفاده می گردید که متأسفانه بعد از ظهور و پیدایش فرش ماشینی، صنعت زیلوبافی، این هنر و صنعت ظریف و دیربای ما مورد بی مهری قرار گرفته است.

شرکت تعاونی زیلوبافان میبد از جمله شرکتهای تعاونی با سابقه در استان یزد است که با حدود نیم قرن فعالیت جزء ولین شرکتهای تعاونی تاسیس یافته در این استان محسوب می گردد. آقای سیدرضا میرمحمدی مدیرعامل شرکت تعاونی مزبور درباره پیشینه این شرکت تعاونی موفق می گوید:

شرکت تعاونی زیلوبافان میبد در سال ۱۳۵۱ با عضویت ۸۵۶ نفر که ۶۳۵ نفر آنان مردان و ۲۲۰ نفر بقیه بانوان بافنده بودند، تشکیل شد و در حال حاضر نیز بیش از ۱۱۰۰ نفر از خواهران بافنده را تحت پوشش دارد.

آقای میرمحمدی می افزاید: سابقه هنر ظریف و اصیل زیلوبافی در شهرستان میبد به صدها و شاید به بیش از هزار سال برسد و در واقع هنر حیرت انگیز و ظریف زیلوبافی از صنایع دستی باستانی منطقه میبد استان یزد است.



## شرکت تعاونی بافندگان یزد

شرکت تعاونی بافندگان یزد با ۲۷۰۵ عضو یکی از بزرگترین تعاونی‌های تولیدی در سطح استان می‌باشد. این شرکت تعاونی در سال ۱۳۶۰ با سرمایه‌ای معادل ۵ میلیون تومان و با عضویت سه هزار نفر شروع به کار نمود و هم اکنون دارای سرمایه‌ای برابر چهارصد و پنجاه میلیون تومان می‌باشد که با برنامه‌ریزی انجام شده انشاء... این میزان سرمایه تا پایان سال ۷۴ به ۵۰۰ میلیون تومان افزایش می‌یابد که رشد بسیار خوبی را نشان می‌دهد.

آقای میرعلی شمسی مدیرعامل شرکت تعاونی بافندگان یزد ضمن اظهار مطالب فوق می‌گوید: علیرغم مشکلاتی که در سر راه خرید ماشین‌آلات ریسندگی وجود داشت ولی با حمایت مسئولان خصوصاً کارگزاران محترم وزارت تعاون به زودی کمبود منابع ارزی و ریالی مرتفع می‌گردد و پروژه بزرگ ریسندگی این تعاونی با ظرفیت ۲۰۰۰ تن در سال به بهره‌برداری می‌رسد.

مدیرعامل شرکت تعاونی بافندگان یزد با اشاره به سیر صعودی تولیدات اعضای این تعاونی اظهار می‌دارد تولیدات تحت پوشش این تعاونی شامل پارچه‌های ماشینی و دستی

نفیس ابریشمی، ترمه، قرامی سرداری، لیلی و معجون، جاجیم، رومیزیهای پبچون و انواع پارچه‌های سنتی است که مصرف داخلی و خارجی دارد و هم از نظر قیمت و هم از حیث کیفیت با نوع خارجی خود رقابت می‌کنند.

حاج محمود تاج نیا رئیس هیئت مدیره این شرکت با تاکید بر ظرفیت بالای تولیدات این شرکت و مهارت و تخصص تجربی اعضای جهت توسعه و گسترش صنعت بافندگی در یزد اظهار می‌دارد: رشد سریع این شرکت نشان دهنده بالندگی و توجه و علاقه اعضای این شرکت به تولید بیشتر و کیفیت بهتر است.

رئیس هیئت مدیره شرکت تعاونی بافندگان یزد ضمن تشریح برنامه‌های آتی این شرکت می‌گوید: همگام با برنامه‌های عمرانی و توسعه کشور در جهت نیل به اهداف خودکفایی و افزایش تولید، این شرکت با بهره‌برداری از پروژه ریسندگی با ظرفیت دو هزار تن موجبات اشتغال ۱۳۵ نفر را به طور مستقیم فراهم نموده و همچنین موجبات اشتغال ۶۵۰ نفر را در صنایع وابسته به آن فراهم می‌آورد و می‌افزاید: پس از بهره‌برداری از پروژه ریسندگی امیدواریم با عنایت خداوندی اقدام به تاسیس کارخانه

چاپ و تکمیل پارچه‌های تولیدی اعضای که موافقت اصولی آن اخذ گردیده است بنمائیم.

آقای میرش سی مدیرعامل شرکت تعاونی بافندگان یزد نیز می‌گوید: کارهای کارخانه ریسندگی شامل ساختمان اداری در دو طبقه به مساحت ۹۱۸ مترمربع و ساختمان رفاهی به مساحت ۶۰ مترمربع و ساختمانهای کارگاههای جزی با ۸۲۰ مترمربع به اتمام رسیده و آماد بهره‌برداری است. همچنین پست برق این مجموعه با ظرفیت ۱۴۰۰ کیلووات با تجهیزات کامل آماده بهره‌برداری می‌باشد و کارده ریسندگی که به مساحت ۱۰۵۰۰ متر مربع در زمینی به مساحت ۲۷۵۰۰ متر مربع در حال احداث است پیشرفتی معادل ۸۵٪ را داشته است. علاوه بر اینها دو انبار تولیدات در کیلومتر ۳ جاده یزد اصفهان به مساحتهای ۵۰۰۰ و ۴۰۰۰ مترمربع به اتمام رسیده است که انبارهای سرپوشیده آنها ۸۵۰ مترمربع است.

رئیس هیئت مدیره شرکت از بذل توجه و حمایت مسئولین و کارگزاران بخش تعاون تشکر نموده و شد تعاونی را در دو سال اخیر مدیون رهنمودها و برنامه‌ریزی‌های مفید وزیر محترم تعاون دانست.

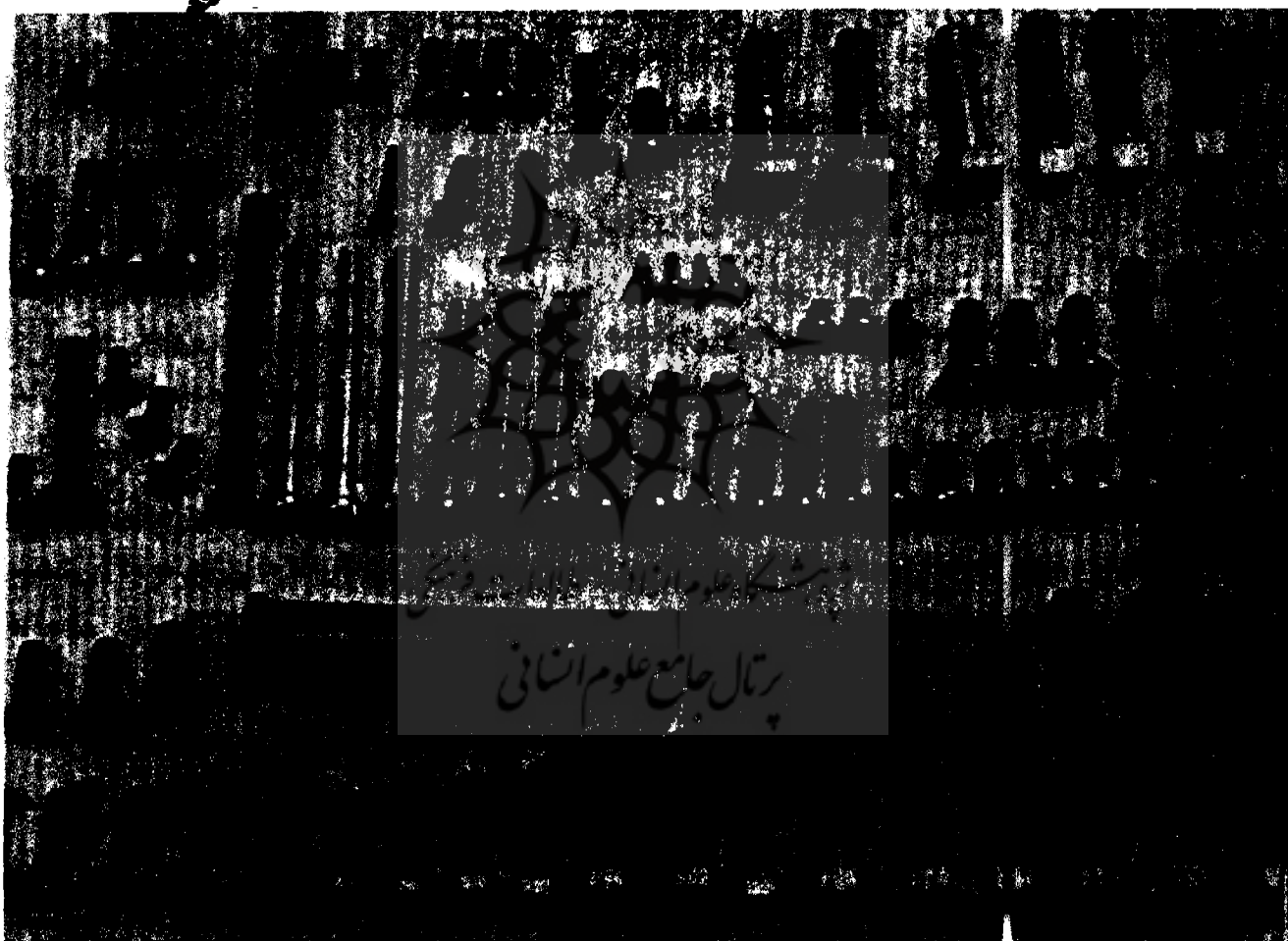


## شرکت تعاونی ۱۱۸ پیزه

- تولیدکننده انواع پیچهای استوانه‌ای، سر تخت، دوسو، چهارسو، ترمینالی و شش گوش در قطرهای ۲/۵ الی ۸ میلی‌متر و در اندازه های ۴ الی ۱۰۰ میلی‌متر.
- انواع پیچ‌های خودکار ۲/۹ الی ۶/۳ میلی‌متر با عملیات حرارتی

9

سازنده انواع پیچهای مخصوص و سفارشی و انواع پرچ چکشی و فکهای ثابت مطابق نمونه و نقشه.

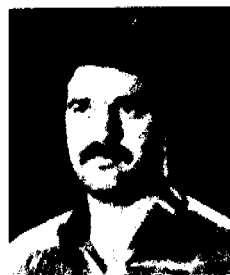


دفتر مرکزی تهران - میدان حسن آباد - پاساژ حسن آباد - شماره ۲۶  
تلفن ۶۷۷۶۶۰ - فاکس ۶۴۵۷۲۹۷ - فروشگاه تهران - میدان قزوین - پاساژ امید پلاک ۲  
تلفن: ۵۴۹۰۸۷ - دفتر یزد - بلوار جمهوری اسلامی شماره ۷۲۵ - تلفن: ۵۲۸۵۴



## با شرکت تعاونی یزد آلومینیوم

### آشنا شویم



شرکت تعاونی یزد آلومینیوم در سال ۱۳۵۹ با همفکری گروهی از فارغ التحصیلان و در راستای اهداف عالی و بلند شهید مظلوم دکتر بهشتی، با سرمایه اولیه‌ای معادل یک میلیون ریال تشکیل گردیده و فعالیت خود را آغاز نمود. آقای شیشه‌بری مدیرعامل شرکت تعاونی یزد آلومینیوم درباره اهداف و کیفیت فعالیت این شرکت می‌گوید: بعد از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی، با استعانت از اندیشه‌های والای شهید مظلوم دکتر بهشتی (که به حق پایه‌گذار قانون تعاون در کشورمان بودند و در راستای ایجاد اشتغال دولت و حمایت از افراد فاقد سرمایه تلاشها و زحمات فراوانی را متحمل شدند) با استفاده از تسهیلات چهار (۴) دو میلیون و پانصد هزار ریال اعطایی دولت و حمایت‌های مسئولین اقدام به ایجاد شرکت تعاونی تولیدی یزد آلومینیوم نمودیم. این شرکت تعاونی در حال حاضر با در اختیار داشتن ماشین‌آلات پیشرفته‌گرفته بر، قیچی آلومینیوم بر، دستگاه پرس با قالبهای سمبه‌مالتیز، پرس ضربه و واحد ریخته‌گری قادر است در یک، شیفیت کاری بالغ بر پنج تن شمش آلومینیوم را تهیه و عرضه نماید. کارخانه این شرکت تعاونی همچنین در زمینه‌های ذوب و نورد آلومینیوم و گرده آلومینیوم جهت تفلون‌کاران فعالیت دارد و آمادگی خود را جهت دریافت سفارش از سراسر کشور اعلام می‌دارد.

آدرس ما: یزد شهرک صنعتی مهدی آباد است و شماره تلفن تماس با ما نیز ۴۳۷۱۰ است.

## شرکت تعاونی نگارین بافت یزد

شرکت تعاونی نگارین بافت یزد با حضور فعال و پرثمر ۱۰ نفر از جانبازان ایثارگر یزد و با بهره‌گیری از مبلغ ۱۰۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال از تسهیلات بخش تعاون و آورده نقدی ۱۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال اعضاء در نیمه دوم سال ۷۳ به بهره‌برداری رسید.

آقای علیرضا منصور، مدیرعامل شرکت تعاونی نگارین بافت یزد که خود یکی از جانبازان ایثارگر می‌باشد در گفتگویی ضمن اعلام مطلب فوق به تشریح فعالیتها و تولیدات این شرکت پرداخت و اظهار داشت: شرکت تعاونی نگارین بافت یزد در نیمه دوم سال ۷۳ به بهره‌برداری رسید و کار خود را با ۵ دستگاه بافندگی که از خارج وارد شد، در زمینی به مساحت ۵ هزار مترمربع و زیربنای ساختمان کارگاهی ۱۲۰۰ مترمربع در شهرک صنعتی مهدی‌آباد آغاز کرد. مدیرعامل شرکت نگارین بافت با اشاره به تجهیزات پیشرفته‌ای که در زمینه تولید در این تعاونی به کار گرفته شده است، گفت: تجهیزات این کارخانه از پیشرفته‌ترین دستگاههای روز می‌باشد که نظیر آن در سطح کشور و صنایع بافندگی نادر است، به طوری که تولیدات این شرکت از نظر کیفی بسیار قابل توجه است.

منصوری با اظهار این مطلب که تولیدات این شرکت قابل رقابت با تولیدات مشابه خارجی می‌باشد، اضافه کرد: تولیدات این کارخانه شامل انواع پارچه چادری، کت و شلوار، پیراهن و پارچه‌های کج راه، رومبلی، پارچه مخصوص صندلی اتومبیل و پتو می‌باشد و در آینده قادر خواهد بود با الگوبرداری از انواع پارچه‌های خارجی، تولیدات خود را با کیفیت بهتر و ۵۰٪ ارزانتر از قیمت مشابه خارجی، به بازار عرضه نماید.

مدیرعامل شرکت تعاونی نگارین بافت با اعلام آمادگی پذیرش کلیه سفارشات داخلی و خارجی در خصوص میزان تولیدات این شرکت گفت: با توجه به بکارگیری تجهیزات پیشرفته و تلاش پرسنل متعهد، این شرکت قادر است سالانه بالغ بر ۳۰۰ هزار متر پارچه و یا ۱۰۰ هزار تخته پتو به بازار عرضه کند.



متقاضیان می‌توانند به درس یزد شهرک صنعتی مهدی‌آباد - شرکت تعاونی نگارین بافت یزد مکاتبه و یا با شماره تلفن ۳۴۱۶۷-۰۳۵۱ یزد تماس حاصل نمایند.

# تولید ۷۰۰ تن کارتن با مجهزترین دستگاههای چاپ در شرکت تعاونی کارتن اطلس یزد

مدرن چاپ و تولید انواع کارتن با جنس و کیفیت مرغوب، یکی از بهترین شرکتهای کارتن سازی است که در منطقه یزد فعالیت دارد.

علیرضا دهقان مدیرعامل شرکت تعاونی کارتن اطلس یزد با اشاره به طرحهای توسعه این شرکت جهت تولیدات جعبه های مقوایی و دیگر موارد مورد نیاز صنایع و کارگاههای تولیدی گفت: این شرکت آمادگی دارد تا با پذیرش انواع سفارشات و تحویل آنها در اسرع وقت، خدمات خود را به صنایع تولیدی برای عرضه توابعاتشان ارائه کند.

وی گفت: یکی از طرحهایی که از سوی اداره کل تعاون یزد برای رفع این مشکل ایجاد شده «صندوق تعاون» است که جای تقدیر و تشکر دارد. فعالیت این صندوق نیاز به سرعت عمل بیشتری دارد که امیدواریم با همت و تلاش مدیریت محترمی که دلسوزانه پیگیر امور هستند، عملی شود. همچنین از مسوولین استان و مدیران بانکها تقاضا داریم که با اتخاذ تدابیری در جهت گشایش اعتبار خاصی برای تعاونیها ما را ر امر تولید و چرخش امور شرکت یاری کنند.

وی در پایان ضمن قدردانی از مدیریت و پرسنل فعال اداره کل تعاون استان یزد و دیگر ادارات و سازمانهایی که این شرکت را یاری رسانده اند، اظهار داشت: بدون شک بخش تعاونی در آینده کشورمان نقش تعیین کننده ای خواهد داشت. لذا باید بیش از پیش سرمایه های سرگردان را ب این سمت جهت داده و با حمایت بیشتر از تعاونیها، راه رشد اقتصادی کشور را فراهم کرد.

آدرس شرکت تعاونی یزد - شهرک صنعتی مهدی آباد - تان: ۴۶۷۴۸



شرح عکس: مراسم افتتاح شرکت تعاونی اطلس یزد با حضور معاون برنامه ریزی استانداری، مدیرکل تعاون، معاون بانک صادرات استان و کارشناسان

مترمربع زمین دیگر نیز جهت توسعه شرکت در نظر گرفته شده است.

وی در زمینه میزان تولید این شرکت اظهار داشت: ظرفیت تولید سالانه در حال حاضر و در یک شیفت کاری، ۱۵۰۰ تن است که در صورت نیاز و با اضافه کردن یک یا دو شیفت کاری، این میزان تا چند برابر قابل افزایش خواهد بود.

مدیرعامل شرکت کارتن اطلس ضمن تشریح مراحل مختلف تولید کارتن و اهمیت آن در صنایع بسته بندی گفت: بطور یقین در صنایع امروزی یکی از ویژگی های مهم در عرضه تولیدات و رقابت محصولات اقتصادی، شکل عرضه آنها است. یکی از این موارد نوع بسته بندی و کیفیت مطلوبی است که باید به کار گرفته شود.

وی افزود: با توجه به این مهم، شرکت تعاونی کارتن اطلس با بکارگیری دستگاههای

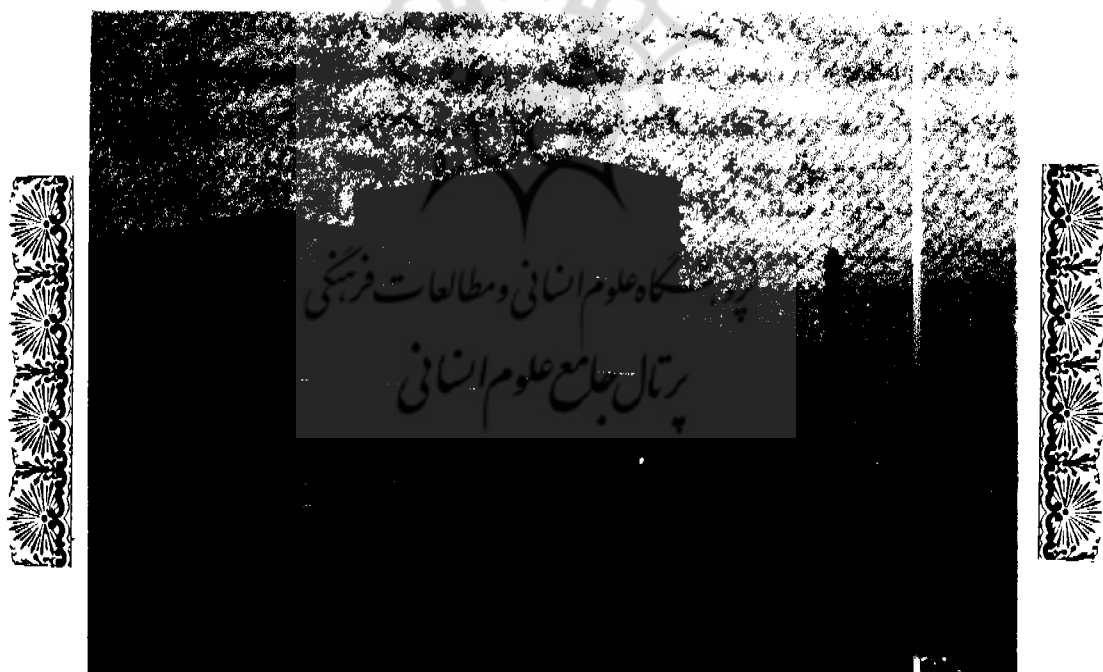
شرکت تعاونی کارتن اطلس با بکارگیری مجهزترین دستگاههای چاپ یکی از مدرن ترین شرکتهای کارتن سازی در استان یزد است. این شرکت در حال حاضر و با توجه به تولید ظرفیت ۱۵۰۰ تن از انواع و اقسام کارتن رایکاتی و معمولی در اندازه های مختلف، یکی از شرکت تعاونی های فعال در یزد محسوب می شود.

علیرضا دهقان مدیرعامل شرکت تعاونی کارتن اطلس طی گفتگویی در خصوص فعالیت های تولیدی این شرکت و جایگاه آن در زنجیره صنعتی و اقتصادی استان گفت: این شرکت در سال ۱۳۷۴ با هدف ارائه خدمات در زمینه ساخت انواع کارتن و تامین نیاز صنایع و کارخانجات تولیدی استان، در زمینی به مساحت ۳۵۰۰ مترمربع و زیربنای ۱۱۰۰ مترمربع تاسیس شد. در حال حاضر ۳۵۰۰

## شرکت تعاونی نقش بافان زارچ

شرکت تعاونی نقش بافان زارچ در سال ۱۳۶۰ با سرمایه اولیه ۱۸۳۰۰۰۰ ریال و عضویت ۹۵ نفر تشکیل و به ثبت رسید. شرکت تعاونی نقش بافان زارچ در حال حاضر دارای سرمایه‌ای بالغ بر یکمصد و نود میلیون ریال است که در جهت تامین مواد اولیه اعضا بافنده به کار برده می‌شود. شرکت تعاونی نقش بافان زارچ با تلاش مستمر و پیگیری هیات مدیره و مدیرعامل منتخب اعضا فعالیت، چشمگیر داشته است به طوری که طی مدت ۴ سال اخیر توانسته است با ایجاد تاسیساتی مثل انبار مواد اولیه و کالا، ساختمان اداری و... با وسعت ۸۰۰ متر مربع، گام‌های موثری را در جهت توسعه فعالیت‌های خود بردارد.

آقای باقرپور مدیر عامل شرکت تعاونی نقش بافان زارچ تولیدات این شرکت تعاونی را انواع پتو، پارچه متقال، دسمال ابریشمی، روکش مبلی و چادر شب نام می‌برد و آمادگی این تعاونی را جهت عرضه تولیدات فوق‌الذکر حسب سفارش و به مقیاس و میزان وسیع و نیز طرح‌های گوناگون در سراسر کشور اعلام می‌نماید.

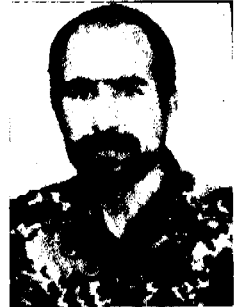


آدرس این تعاونی: یزد - خیابان پاسداران شرکت تعاونی نقش بافان است. متقاضیان و علاقه‌ندان به استفاده از خدمات شرکت تعاونی مزبور می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۳۳۵۵-۲۲۳۳ (۰۳۵۴۷) تماس حاصل نمایند.



## شرکت تعاونی تولیدی

### فروش و صنایع دستی بافقی



مهندس

شرکت تعاونی تولیدات اعضا را خریداری نموده و سپس به استانهای همجوار و مازاد آن را به کشورهای حوزه خلیج فارس صادر می نماید.

شرکت تعاونی تولیدی فروش و صنایع دستی بافقی به منظور به بافی قالی و صنایع دستی بافقی نسبت به برگزار دوره های خاص با استفاده از امکانات اداره کل تعاون و شرکت تعاونی اقدام و تاکنون نسبت به آموزش حدود ۵۰ نفر از اعضاء در زه به های مذکور فعالیت نموده است.

آقای بمانعلی کارگران رییس هیئت مدیره شرکت تعاونی با اشاره به تعداد ۲۵۰ نفر بافنده، در ارتباط با فعالیت های شرکت تعاونی اظهار می دارد: اگر این شرکت تعاونی تشکیل گردیده بود، تا چند سال دیگر اثری از این هنر ظریف باقی نمی ماند و دیگر امکان استفاده از جاروها و حصیرها و... که در مقایسه با انواع مشابه آن که از دوام بیشتر و قیمت کمتری برخوردارند وجود نداشت.

آقای طالعی نیز با تشکر از حمایت های مسئولین اداره کل تعاون، فرمانداری بافقی و دیگر مسئولین استان شهرستان که زمینه تشکیل و فعالیت شرکت تعاونی را فراهم نموده می گوید با توجه به مرغوبیت کالا و قیمت آن این شرکت تعاونی آمادگی همکاری و ارائه محصولات خود را جهت استفاده اعضاء اتحادیه ها و شرکتهای تعاونی مصرف کارمندی و فرهنگی و... اعلام می دارد.

آدرس شرکت تعاونی:

شرکت تعاونی تولیدی فروش و صنایع دستی بافقی بنابه نیاز منطقه و در راستای تقویت و بهینه سازی استعدادهای بالقوه شهرستان بافقی موجودیت یافت.

این شرکت تعاونی تولیدی و صنایع دستی با عضویت تعداد ۱۲۳ نفر و با سرمایه ای معادل ۱۰۲۶۰۰۰۰ ریال در تاریخ ۷۴/۳/۹ به ثبت رسید.

آقای غلامرضا طالعی مدیرعامل شرکت تعاونی اظهار می دارد هدف اولیه شرکت تعاونی تشکیل دادن به هنرمندان بافقی که در زمینه های صنایع دستی از قبیل فرش و هنرهای دستی دیگر که مواد اولیه آن از الیاف خرما تهیه می گردد، (مانند ساک، حصیر، جارو، بابزن و پارو و...) بود که خوشبختانه با موافقت اداره کل تعاون با تشکیل و حمایت از آن اکثر قریب به اتفاق شاغلین در این رشته ها متقاضی عضویت در شرکت تعاونی گردیدند و با مساعدتهای اداره کل تعاون شرکت مذکور در تاریخ ۷۴/۳/۹ به ثبت رسید و در تاریخ ۷۴/۱۰/۱۰ با حضور مدیرکل تعاون، ریاست سازمان صنایع دستی و تنی چند از مسئولین شهرستان بافقی افتتاح گردید.

این شرکت تعاونی در حال حاضر در زمینه های تولید قالی در ابعاد گوناگون و همچنین مبلمان حصیری به تعداد ۱۲۰۰ عدد در سال و همچنین ساکهای حصیری و جارو بابزن و... فعالیت می نماید این

بافقی: خیابان وحشی بافقی جنب اداره پست و تلگراف

بلوار ورودی صنایع دستی - جنب بانک مسکن

تلفن تماس: ۴۳۹۲ و ۵۰۱۰

# شرکت تعاونی سپیددانه یزد

شماره ثبت ۱۹۶۷

با فعالیت جدیدترین کارخانه خوراک دام و طیور متعلق به شرکت تعاونی سپیددانه یزد آشنا شویم:

شرکت تعاونی سپیددانه یزد تولیدکننده خوراک دام و طیور در زمینی به مساحت ۶۰۰۰ متر مربع و با زیربنای ۱۲۰۰ متر مربع که شامل سالن تولید، انبارهای مواد اولیه، ساختمان اداری و پارکینگ می باشد در آذرماه سال جاری به بهره برداری رسیده است و عملیات اجرایی تاسیسات این شرکت تعاونی از فروردین سال جاری آغاز شده بود و ظرف مدت ۹ ماه به اتمام رسید.

این شرکت تعاونی با صرف سرمایه ای معادل ۷۳۰ میلیون ریال تاسیس گردیده که از این میزان چهارصد و ده میلیون ریال آن از طریق اعتبارات تبصره ۳ و بقیه آن آورده اعضا بوده است. کارخانه شرکت تعاونی سپیددانه یزد قادر است سالانه ۱۱ هزار تن خوراک طیور و ۵ هزار تن خوراک دام تولید نماید. که بدین ترتیب می تواند مشکل دامداران و مرغداران شهرستان ابرکوه را برطرف نماید.

ماشین آلات خط تولید این کارخانه مجهز به تکنولوژی پیشرفته بوده و ظرفیت تولید آن قابل افزایش تا دو برابر می باشد.

اعضاء، هیات مدیره و مدیرعامل این شرکت تعاونی بدینوسیله مراتب تقدیر و سپاس خود را از مسئولین بخش تعاون استان یزد ویژه مدیرکل تعاون آقای مهندس رضوی دشتی، فرماندار محترم شهرستان ابرکوه آقای شکوهی و سرپرستی بانک ملت آقایان ایوبی و قهرمانی که در راه اندازی این واحد تولیدی نقش به سزایی داشته اند اعلام می دارند.



آدرس کارخانه: ابرکوه - جاده شیراز - ناحیه صنعتی تلفن: ۰۷۲۴۴-۳۶۷۱ فاکس: ۰۷۲۴۴-۴۶۷۶

دفتر یزد: بلوار ولی عصر (عج) - جنب مخابرات تلفن ۵۸۸۲۸

تمامی ابزارها، اجرایی خود را نیز به کار می‌گیرد.

مدیرعامل اتحادیه مرکزی تعاونی‌های کارمندی گفت: با اجرای مفاد طرح کمک‌های غیرنقدی به کارکنان دولت ما قادر خواهیم بود در کوتاه‌ترین زمان ممکن اقلامی را که توسط وزارتخانه‌های بازرگانی، تعاون و دستگاههای تامین کننده اعلام می‌شود در اختیار کارمندان دولت قرار دهیم.

وی افزود: اگر کمک‌های غیرنقدی، شامل کالاهای مناسب و اساسی باشد قطعاً در بازار تاثیر گذار شده و تا حدودی مشکلات اقتصادی کارکنان دولت را برطرف خواهد کرد.

مدیرعامل اتحادیه مرکزی تعاونی‌های کارمندی گفت: در واقع این اقدام تقدیر و تشکر از زحمات بی‌دریغ کارمندان دولت است.

مصطفی راجی مدیرعامل شرکت تعاونی سازمان بهزیستی کشور گفت: طرح پرداخت کمک‌های غیرنقدی به کارکنان دولت تا حدودی سبب کاهش تورم و رشد نقدینگی می‌شود.

وی افزود: تجربه نشان داده است که همه ساله با افزایش حقوق کارمندان به تدریج قیمت اجناس نیز افزایش می‌یابد اما با اجرای این طرح، خود به خود قیمت کالاها تا حدودی ثابت خواهد ماند.

مدیرعامل شرکت تعاونی سازمان بهزیستی گفت: وقتی که نیازهای اساسی حدود ۲ میلیون خانوار کارمند از طریق تعاونی‌ها تامین شود، به مراتب، تقاضای خرید در بازار کاهش خواهد یافت.

روزنامه جهان اقتصاد شماره ۵۱۰ - ۲۶/۱۱/۲۴

### ۳۳ طرح تعاونی در استان سمنان به بهره‌برداری رسید

مدیرکل تعاون استان سمنان اعلام کرد ۳۳ طرح تعاونی در زمینه‌های مختلف تولیدی خدماتی در سال جاری در این استان مورد



## تعاون در آئینه مطبوعات

روزنامه جمهوری اسلامی شماره ۴۸۳۹  
۲۴/۱۱/۲۴

۷۳ طرح تعاونی در خراسان بهره‌برداری و ۱۲۰۰ نفر مشغول به کار می‌شوند

بردسکن - روزنامه جمهوری اسلامی: با بهره‌برداری از ۷۳ طرح تعاونی در استان خراسان ۱۲۰۰ نفر مشغول به کار می‌شوند.

این مطلب را مدیرکل تعاون استان خراسان که جهت افتتاح نمایندگی اداره تعاون به شهرستان بردسکن سفر کرده بود طی گفتگویی با خبرنگار ما اعلام کرد و افزود: مبلغ ۲ میلیارد و ۶۱۴ میلیون ریال سرمایه اولیه در اختیار این تعاونیها قرار گرفته که بین ۶۰ تا ۸۰ درصد پیشرفت کاری داشته است.

وی اعتبارات این اداره کل را در سال جاری بالغ بر ۳۲ میلیارد ریال ذکر کرد و اظهار داشت: شهرستان بردسکن دارای ۲۵ تعاونی در قالب صنعتی، کشاورزی، تولیدی مصرفی می‌باشد که طی ماه گذشته ۴۱۰ میلیون ریال تسهیلات در اختیار سه تعاونی صنعتی و کشاورزی جدیدالتاسیس بردسکن قرار گرفته و تا پایان سال، ۹۰ میلیون ریال اعتبار دیگر به آن اضافه خواهد شد.

وی در پایان گفت: از آنجا که بردسکن دارای استعداد جهت ایجاد تعاونیهای دیگر است در سال آینده در زمینه تخصیص اعتبار مساعدت بیشتری خواهد شد.

خبرگزاری جمهوری اسلامی - ۲۴/۱۱/۲۹

### کمک غیرنقدی به کارکنان دولت تورم و نقدینگی را کاهش می‌دهد

تهران - خبرگزاری جمهوری اسلامی

اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مصرف کارمندی اعلام کردند در صورت تدوین و ابلاغ آیین‌نامه اجرایی پرداخت کمک‌های غیرنقدی به کارمندان دولت در کوتاه‌ترین زمان آماده اجرای این طرح هستیم.

به گفته مدیران و مسئولان تعاونی‌ها و اتحادیه‌های کارمندی اگر آیین‌نامه اجرایی طرح پرداخت کمک‌های غیرنقدی به کارکنان دولت به طور دقیق و اصولی تدوین شود، قدرت خرید کارمندان افزایش خواهد یافت.

برخی از آنان می‌گویند: تامین کالاهای اساسی کارمندان به طور ماهانه، سبب کاهش تقاضای خرید حدود ۲ میلیون خانوار کارمند از بازار شده که همین امر تا حدودی مانع از رشد قیمت‌ها می‌شود.

مصطفی اسلامی‌نسب، مدیرعامل اتحادیه مرکزی تعاونی‌های مصرف کارکنان دولت در گفت و گو با خبرنگار گروه گزارش خبرگزاری گفت: تمامی شبکه تعاونی‌های سراسر کشور از طرح کمک‌های غیرنقدی به کارمندان دولت استقبال می‌کنند و در صورت ابلاغ آماده اجرای این طرح هستند.

وی افزود: این اتحادیه با بیش از ۱۳۰۰ تعاونی در سراسر کشور برای اجرای این طرح

بهره‌برداری قرار گرفت.

داریوش اسلامی دیروز گفت این تعاونیها در بخشهای کشاورزی، صناعی، معدنی، صنایع دستی، صنایع تبدیلی و ... تعاونیهای خدماتی شامل حمل و نقل درون شهری و بیرون شهری فرهنگی و هنری و خدمات اداری فعالیت دارند.

وی کل سرمایه‌گذاری این طرحها را ۲۲ میلیارد و ۹۵۷ میلیون ریال اعلام کرد و گفت از این رقم ۱۱ میلیارد و ۵۸۲ میلیون ریال آن سهم آورده‌های اعضای این تعاونیها و بقیه از محل سهم تسهیلات تبصره ۳ وزارت تعاون تامین شده است.

اسلامی افزود: تعاونیهای مذکور دارای ۸۷۶ نفر عضو هستند و با ایجاد آنها ۹۰۷ فرصت شغلی در این استان فراهم شد.

مدیرکل تعاون استان سمنان طرحهای پسته‌کاری، تولید مرغ و تخم مرغ تولید وسایل پزشکی، ریسندگی نخ، تولید مواد غذایی و استخراج سنگهای معدنی را از مهمترین زمینه‌های فعالیت این تعاونیها اعلام کرد.

روزنامه اخبار شماره ۲۸۹ / ۲۰ / ۱۱ / ۷۴

## توزیع کالا و تعاونیها

مدیرعامل شرکت خدمات تعاون کشور اعلام کرد: از هفته آینده بیش از ۳۰۰ تن کره وارداتی و یک هزار دستگاه تلویزیون رنگی تولید داخل از طریق تعاونیهای راسر کشور توزیع می‌شود.

توزیع کالا از طریق تعاونیها اقدام بسیار مناسب و به جایی است زیرا به تجربه ثابت شده که توزیع کالا از طریق تعاونیها، به مراتب سالم و صحیح‌تر، درست‌تر، مطمئن‌تر و بهتر از سایر روش‌های توزیع صورت می‌گیرد و در این شیوه بیش از سایر شیوه‌های توزیع کالا مستقیم به دست مصرف‌کننده می‌رسد. آن هم با سودی عادلانه، در حالی که در سیستم‌های توزیع بازار، کالاها در برخی موارد چندین دست، در دست دلالان می‌چرخد و با قیمتی به مراتب بالاتر از قیمت

واقعی به دست مصرف‌کننده اصلی می‌رسد یا اصولاً نمی‌رسد.

سیستم توزیع تعاونی امتحان خود را در ایران به خصوص در سال‌های جنگ تحمیلی به خوبی پس داده و رو سفید از معرکه بیرون آمده است. پس از جنگ نیز تعاونیها نقش قابل توجهی در توزیع عادلانه کالا در جامعه به عهده داشته‌اند.

تشکیل وزارت تعاون، نشان دهنده تاکید مسئولان کشور بر گسترش تعاونیها بود. اما این وزارتخانه از بدو تاسیس تاکنون از توجه کافی و لازم بهره‌مند نشده است و بودجه، امکانات، تسهیلات مورد نیاز آن، چنان که باید و شاید تامین نشده است.

در حالی که شایسته است امکان لازم از سوی مسئولان فراهم آید تا تعاونیها از جایگاه مناسب خود در کشور بهره‌مند شده و سهم و نقش در خور در تولید و توزیع کالا و خدمات ایفا کنند. کره و تلویزیون از جمله کالاهایی است که در ایام اخیر به شدت افزایش قیمت داشته و جزو کالاهای کمیاب به حساب می‌آیند.

توزیع ۳۰۰ تن کره وارداتی و یک هزار دستگاه تلویزیون از طریق سیستم تعاونی کشور اقدام درستی است. اما کافی نیست. این حجم کالا تنها بخش کمی از کالاهایی را تشکیل می‌دهد که روانه بازار کشور می‌شود. این حجم را می‌بایست افزایش داد؛ زیرا توان سیستم توزیع تعاونی کشور به مراتب بیش از آن حجم موجود است.

روزنامه سلام شماره ۱۲۶۵ / ۲۳ / ۱۱ / ۷۴

## ۱۳۹ تعاونی تولید و مصرف در سطح استان کرمان تشکیل شد

سرویس خبر - شهرستانها:

در راستای رشد و توسعه تعاونیهای تولیدی و ایجاد فرصتهای شغلی مولد در ده ماه گذشته سال جاری ۱۳۹ تعاونی با عضویت ۴ هزار و ۱۵۶ عضو در سطح استان کرمان تشکیل شده است.

مدیرکل تعاون استان کرمان گفت: از این تعداد ۳۴ تعاونی کشاورزی ۱۶ تعاونی دامداری ۱۴ تعاونی خدماتی و فنی و مهندسی ۷۵ تعاونی چندمنظوره، مسکن، معدنی، مرغداری، فرشبافی و حمل و نقل است.

مهندس مهدی طیب‌زاده افزود: در سال جاری از محل اعتبارات تبصره‌های قانون بودجه مبلغ ۲۶ میلیارد ریال برای امور کشاورزی، دامداری و فعالیتهای فرشبافی، طرحهای تولیدی و احداث مسکن به منظور اسکان و اجرای طرحهای خودجوش عشایر در قالب تعاونیها و انگذار شده است.

وی همچنین گفت: ۱۶ میلیارد و ۴۵۰ میلیون ریال جهت احداث مدارس غیرانتفاعی خود اشتغالی امور فرهنگی و هنری صنایع تبدیلی و ایجاد تعاونیهای حمل و نقل به اعضای این تعاونیها پرداخت شده است.

وی افزود: با توجه به استقبال مردم در خصوص تشکیل تعاونیها در آینده سقف اعتبارات این اداره کل از ۵۰ میلیارد به ۷۵ میلیارد ریال افزایش خواهد یافت.

روزنامه جمهوری اسلامی شماره ۴۸۲۹ / ۲۴ / ۱۱ / ۷۴

## مرکز آموزش عالی تعاون شعبه اصفهان از سال تحصیلی آینده فعال می‌شود

اصفهان - روزنامه جمهوری اسلامی: مرکز آموزش عالی تعاون شعبه اصفهان از سال تحصیلی آینده راه‌اندازی می‌شود. این مرکز در ۳ رشته مدیریت، بازرگانی و حسابداری از طریق کنکور سراسری برای مقطع کاردانی دانشجو می‌پذیرد.

مهندس خاتون‌آبادی مدیرکل تعاون استان اصفهان در گفتگو با خبرنگاران با اعلام این خبر افزود: در آینده انشاء... در رشته کارشناسی نیز دانشجو می‌پذیریم. وی در ادامه عملکرد سال جاری این اداره کل را بیان نمود و گفت: در سال جاری از محل تبصره ۳ بودجه، رقمی حدود ۱۴/۵ میلیارد ریال برای



بخش تعاون استان تخصیص داده شد که به ۶۴ طرح تصویبی اداره کل در زمینه‌های کشاورزی، صنعت و معدن، صنایع دستی، صنایع تبدیلی کشاورزی، طرحهای علمی فرهنگی و مدارس غیرانتفاعی تقسیم شده است ولی این طرحها به بیش از ۲۸ میلیارد ریال اعتبار نیاز دارد.

وی افزود: در صورتی که تسهیلات تبصره‌ای افزایش یابد می‌توانیم واحدهای بیشتری را سرویس داده و نقش خوبی در ایجاد اشتغال داشته باشیم.

وی اضافه کرد در سال گذشته ۶۸ طرح تولیدی در بخشهای مختلف تولیدی، خدماتی و فرهنگی با بیش از ۵ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری به تصویب رسید که از محل تبصره ۳، ۲/۵ میلیارد تومان اعتبار بانکی به این واحدها اختصاص یافت.

مدیرکل تعاون استان اصفهان افزود: با تخصیص این اعتبارات به تعاونیها ۱۲۹۸ فرصت شغلی ایجاد شده است.

وی افزود: در برنامه سال ۷۵ وزارت تعاون، تاسیس ۱۰۰ اداره تعاون در

شهرستانهای کشور پیش‌بینی شده است که انشاء... در استان اصفهان شاهد تاسیس ادارات تعاون در شهرهای مختلف خواهیم بود.

وی در ادامه به طرحهایی که در دهه مبارکه فجر افتتاح می‌شود اشاره کرد و گفت: همزمان با ایام... دهه فجر ۷ تعاونی جدید در استان اصفهان افتتاح می‌شود که یکی از آنها طرح یکپارچگی اراضی کشاورزی روستای زمان‌آباد در منطقه زرین‌شهر است و طی آن ۱۸۰ هکتار اراضی این روستا یکپارچه می‌شود و در این خصوص ۶۰۰ میلیون ریال از محل تبصره ۳ بودجه سال ۷۳ تخصیص داده شده است.

وی در پایان خاطر نشان کرد تا آخر اسفند ۱۲۰ تعاونی آموزشی در مدارس استان ایجاد خواهد شد.

روزنامه اطلاعات شماره ۲۰۷۰۴-۲۴/۱۱/۲۶

### کره وارداتی و تلویزیون رنگی در فروشگاههای تعاونی توزیع می‌شود

\* از هفته آینده بیش از ۳۰۰ تن کره

وارداتی و یکپارچه دستگانه تلویزیون رنگی تولید داخل از طریق تعاونیهای سراسر کشور توزیع می‌شود.

مدیرعامل شرکت خدمات تعاون کشور در گفت و گو با واحد مرکزی خبر با اعلام این مطلب افزود: تعداد قابل توجهی انواع لاستیک اتوبوس و کامیون به ارزش بیش از یک میلیارد ریال خریداری شده است که طی دو هفته آینده راستانهای گیلان و کردستان بین متقاضیان توزیع خواهد شد.

وی همچنین افزود: اسفند ۲۰ میلیارد ریال به منظور پشتیبانی از تعاونیهای توزیعی، تولیدی، معدنی و صنایع دستی تخصیص یافته است.

وی گفت: به تعاونیهای تولیدی که بتوانند در بخش صادرات فعالیت کنند تسهیلات بانکی تعلق می‌گیرد.

وی در پایان گفت: شرکت خدمات تعاون کشور در سال جاری بیش از یک میلیون دلار فرش، خشکبار و میوه به کشورهای اروپایی صادر کرده است.

مزایای بخش تعاون و محاسن مادی و معنوی کارگروهی بیان گردد، این شیوه هر چند که محدودیت دارد لیکن چون نوعی آموزش چهره به چهره تلقی می‌گردد تاثیر آن زیاد خواهد بود، حضور مسئولین امر در این گردهمایی‌ها مایه دلگرمی و امید به آینده آنان خواهد بود.

### ۶- به عضویت درآوردن زنان در طرحهایی که با ویژگیهای جسمی و روحی آنها تناسب دارد

در این خصوص پیشنهاد می‌گردد ادارات کل تعاون در زمان ارائه طرحهای پیشنهادی جهت تشکیل شرکت‌های تعاونی بررسیهای لازم را بعمل آورده و چنانچه طرحهای مزبور از هر حیث متناسب با فیزیک بدنی، خصوصیات روحی و روانی زنان تشخیص

داده شد تمهیداتی را به منظور عضویت آنها در تعاونیهای مزبور فراهم نمایند.

علاوه بر شیوه‌های فوق‌الاشاره می‌توان روشهای دیگری از قبیل: بازدید از فعالیت زنان شاغل در واحدهای تولیدی و خدماتی، دادن پستهای -یجرتی در شرکتهای تعاونی به زنان، ارائه آمار و ارقام مربوط به فعالیت و اثرات مثبت زنان در بهبود و پیشرفت اقتصادی، تشویق و ترغیب زنان جهت حضور بهتر و موثرتر در مجامع عمومی شرکتهای تعاونی که در آن عضویت دارند و... را بیان نمود.

اعمال کلیه شیوه‌های فوق خود مشروط و مقید به تلاش همگانی بخش تعاون و سازمانهای ذربط و نیز تامین اعتبارات و اسباب و وسایل لازم در این خصوص است.



بقیه از صفحه ۳۶

تشکیل شرکتهای تعاونی، برگزاری سمینارها و گردهمایی و جلسات منظم و هدفدار می‌باشد. در این جلسات با استفاده از افراد مجرب و موجه سعی شود ضمن بیان ارزش و مقام زن و نقش آنها در طی تاریخ، اهداف و اصول و

منابع و مأخذ

اطلاعات و انجام امور محاسباتی با ماشینهای کامپیوتری بهترین جوابگوی احتیاجات می‌باشد. برای هر مرکز حسابداری از طرحهای آزمایشی به منظور بالا بردن سطح مدیریت در موسسات بین‌المللی تعاونی بزرگ استفاده می‌گردد و این امر یا از طرف نمایندگان متخصص سازمان ملل یا کارشناسان سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد و یا با کمک هر دو دسته از کارشناسان صورت می‌گیرد.

## بقیه از صفحه ۲۱

کنترل قدرت ثروتمندان برای استفاده از منابع اجتماعی به مقصد بهره‌وری و ساختار اجتماعی متعادلتی در یک تعاون منطقه‌ای و موضعی بهتر همراه با کاهش فقرهای اقتصادی موضعی مانند استشار نفاط فراموش شده روستایی و محله‌های متراکم، شهر از جمله عملکردهای تعاونیهاست.

در حوزه عملکردی روستایی، تعاونیها از اقتصاد روستایی حمایت کرد کارآیی و راندمان آنها را افزایش داده و از سرمایه‌های اعضا حمایت می‌کنند. آنها ابزار کمک‌رسانی و بهبود بخشند جامعه روستایی با کیفیت بالا بودند. در مناطق روستایی تعاونیها استفاده صحیح از منابع مشترک سرمایه‌گذاری بدون بهره را ممکن ساخته و در کاهش فقر اقتصاد روستایی کمک و یاری رساندند. آنها موارد سرمایه‌گذاری در محدوده کم را میسر ساخته، خدمات کاملاً مورد نیاز را برای افرادی که هیچ جایگزینی برای آنها نداشته فراهم ساخته و باعث یکپارچگی بیشتر جامعه روستایی شدند. به خاطر اهمیت نقششان در تعادل منطقه‌ای، تعاونیها در کاهش مهاجرت روستاییان موفق بودند. با کاهش فقر و بهبود عملکرد اقتصاد خانواده و مهمتر از همه بهبود منزلت زنان تعاونیها باعث کاهش بارداری شدند و افزون بر این بعضی از تعاونیها و اصولاً جنبش‌های تعاونی برنامه تنظیم خانواده را به عنوان نقش مهمی در رفاه اعضا خانواده مطرح کردند که باعث روند کاهش فقر و کاهش تعداد فرزندان در خانواده‌ها شده است.

- گزارش وضعیت کلان تعاونیهای اعتبار کشور تا پایان سال ۱۳۷۳ تهیه شده در دفتر امور اقتصادی و برنامه‌ریزی وزارت تعاون.

- اطلاعات و گزارشات آماری ارسالی از ادارات کل تعاون استانها.

- گزارش وضعیت کلان تعاونیهای اعتبار کشور تا پایان سال ۱۳۷۲.

روش آماری

در این گزارش اطلاعات مربوط به ۶۵٪ از تعاونیهای اعتبار فعال کشور مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتایج از جزء به کل تعمیم داده شده است.

ضمائم گزارش

۱- جدول اطلاعات اولیه و فعلی تعاونیهای اعتبار ۱۸ استان کشور در سنوات ۷۲ و ۷۳

۲- گزارش وضعیت کلان تعاونیهای اعتبار تا پایان سال ۷۳

۳- گزارش وضعیت کلان تعاونیهای اعتبار تا پایان سال ۷۳ به تفکیک استانها

۴- گزارش وضعیت کلان تعاونیهای اعتبار تا پایان آبانماه / ۷۴

## بقیه از صفحه ۵۵

که از نظر تشکیلاتی بتواند جوابگوی احتیاجات امور حسابداری در حدود چهل فروشگاه مرکزی و فروشگاه بزرگ با حجم معاملات کالایی در حدود ۱۶۰ متر مکعب در طول روز از طسریق ۶۰۰ شعبه خرده‌فروشی باشد هزینه‌اش تقریباً در سال معادل ۴ درصد فروش خواهد بود. چون کارمندان حسابداری در فروشگاههای محلی را می‌توان تقلیل داد و حسابرسی داخلی را نیز منسوخ کرد. هر فروشگاه قادر خواهد بود که هزینه حسابداری متمرکز شده و مدیریت متمرکز شده جهت تهیه گزارشها را بدون هیچگونه اشکالی بپردازد. با آزمایشات اولیه که در این مورد به عمل آمده است چنین به نظر می‌رسد که طرحی در این خصوص با صرفه و امکان‌پذیر خواهد بود.

۱۴- این برآوردها براساس سیستم انجام امور محاسباتی منظم بدون استفاده از ماشینهای حساب دیجیتال و کامپیوتری بوده است. حال مناسب خواهد بود که در این مورد پارا فرائر گزارده و نتیجه بگیریم که سیستم تهیه

که از تعداد ۶۱۳ تعاونی اعتبار موجود کشور ۱۹۳ شرکت یعنی بیش از ۳۰٪ آنها در حال حاضر غیرفعال بوده و لزوماً برای حل عاجل این معضل به طور جسده، می‌بایست چاره‌اندیشی شود.

در شرایط موجود به نظر می‌رسد فقط کمک و حمایت مستمر و قاطع موسسات و منابع اعتباری درون بخش تعاون و عمدتاً صندوق تعاون سازنده و مثبت خواهد بود. بشرط آنکه برنامه‌ریزی اجرای آن از نظر زمانی چندین به درازا نکشد در این رابطه پیشنهاداتی نیز به شرح ذیل به صندوق تعاون ارائه گردیده که حمایت وزارت، تعاون در تحقق آن کار ساز خواهد بود.

بنابراین اعطای وام قرض الحسنه به تعاونیهای اعتبار توسط صندوق تهون در ازای سپرده‌گذاری تعاونیهای اعتبار در صندوق مذکور بهتر است با میزان وام اعطایی با توجه به مبلغ و مدت توقف سپرده تعاونیهای اعتبار در صندوق تعاون به شرح زیر تعیین گردد:

۱- در ازای هر ۶ ماه سپرده‌گذاری تعاونیهای اعتبار در صندوق تعاون معادل یک برابر موجودی.

۲- در ازای هر ۹ ماه سپرده‌گذاری تعاونیهای اعتبار در صندوق تعاون معادل ۱/۵ برابر موجودی.

۳- در ازای هر یکسال سپرده‌گذاری تعاونیهای اعتبار در صندوق تعاون معادل ۲ برابر موجودی.

علاوه بر پیشنهادات فوق، سایر اقدامات نظیر ترغیب اعضا تعاونیها، اعتبار به پس‌انداز بیشتر و جستجوی طرق اصولی جلب همکاری سایر موسسات اعتباری با تعاونیهای اعتبار در مورد واگذاری اعتبارات ارزان بهره از دیگر تمهیداتی است که می‌بایست توسط مسئولین محترم بخش به مورد اجراء گزارده شود.