

توسعه خوداشتغالی برای زنان ویژگیهای زنان کارآفرین و موفق

مأخذ: NISIET وابسته به U.N.D.P مترجم: طاهره فرخی

تواناسازی زنان و مشارکت آنان در کلیه زمینه‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی از عوامل دستیابی به توسعه پایدار بوده و ضرورت بنیادین دارد. شواهد موجود در جهان نشاندهنده این واقعیت است که زنان معمولاً تعصب بیشتری به ارتقاء سطح زندگی خانواده دارند و حال آنکه در کلیه جوامع جهانی اعم از کشورهای پیشرفته صنعتی، در حال توسعه و یا توسعه نیافته بعنوان فقیرترین فقا در بین اقشار مختلف جامعه شناسائی و معرفی شده‌اند.

اگرچه قبول این واقعیت بسیار تلخ و ناگوار است، اما رنگ بیداری جوامع بشری را نیز برای ایجاد فرصتهای شغلی بیشتر و اجازه حضور فعالتر زنان در عرصه‌های مختلف به صدا درآورده و بسیج عمومی ارگسنانهای دولتی¹ و سازمانهای غیردولتی² را در پی داشته است.

در حال حاضر تحقیق و مطالعات بسیاری در مورد زمینه‌یابی فعالیتهای موارد اشتغالزا موافق با شرایط و توانائیهای جسمی و روحی زنان و متناسب با ویژگیهای خاص اقلیمی و سنن و آداب اجتماعی در کلیه کشورهای جهان در جریان است. نتایج مطالعات انجام شده اکثراً تاکید و توجه خاص بر ضرورت حمایت و کمک دولتها در جهت لغو قوانین دست و پاگیر و تسهیل شرایط دسترسی

زنان به اعتبارات مورد نیاز، علی‌الخصوص در کشورهای در حال توسعه دارد. بنابراین، مطالعه ثمره تجربیات موفق کشورها در زمینه راه‌اندازی فعالیتهای کارآفرینی به وضوح نشان می‌دهد که اجرای طرحهای مولد و اشتغالزا معمولاً با مدیریت سازمانهای غیردولتی موفق‌تر بوده است، زیرا به لحاظ اثرات مشکلات اجرای پروژه‌های خوداشتغالی از طریق ارگانهای دولتی ناگزیر این گونه فعالیتهای به سمت و سوی سازمانهای غیردولتی سوق داده شده است.

اگرچه این امر را نمیتوان بمعنای نفی لزوم نظارت و سیاستگذاریهای دولتی در وضع قوانین تسهیل کننده در راستای مصالح عمومی تلقی نمود اما از طرفی ضمن تاکید بر نقش هدایتی، حمایتی و نظارتی دولت و همچنین سازمانهای غیردولتی، یادآوری این نکته مهم است که تحقق توسعه کارآفرینی در درجه اول نیاز به حضور کارآفرینان آموزش دیده ماهر و کارآمد و به‌مراه آن انجام تحقیق و تفحص در ویژگیهای کارآفرینی و اشاعه نتایج این پژوهش برای الگوبرداری سایرین و علاوه بر آن توسعه فعالیتهای خوداشتغالی در چارچوب قوانین و منابع موجود به، شرط اصلی صحت جریان این گونه فعالیتهای جامعه خواهد بود.

خصوصیات زنان کارآفرین موفق

طی سالهای اخیر پژوهشهای وسیعی

در خصوص بررسی زوایای مختلف شخصیتی و رفتاری زنان کارآفرین انجام گرفته و حال آنکه در مجموع ارائه یک الگوی مشخص و دقیق برای شناسائی استعداد طبیعی برای کارآفرینی کلاً به‌بوته فراموشی سپرده شده است.

بدین لحاظ بنظر می‌رسد روند تحقیقات بعدی می‌بایست در راستای کسب اطلاعات افزونتر در باب چگونگی اجرای فعالیتهای کارآفرینی تحت شرایط دشوار و نحوه مقاومت در برابر سختی کار طرح‌ریزی شود.

اضافه مینماید مادامیکه نتایج اکثر مطالعات اجتماعی در زمینه توسعه گویای لزوم تاکید و توجه بیشتر و نگرش عمیق بر مقوله کارآفرینی باشد، ایجاد فضای توافق و حصول اطمینان از امکان دسترسی عمومی به دانش و اطلاعات مورد نیاز در زمینه خوداشتغالی و افزون بر آن، استمرار برگزاری جلسات مباحثه و مناظره در باب موضوع مورد نظر از اهمیت زیادی برخوردار است.

تیمون جی/ای. Jimmon J.H در تعاریفی که از واژه خوداشتغالی و نقش مورد انتظار از کارآفرینان موفق اعم از زن و یا مرد ارائه داده است، از چهارده صفت بارز و مشترک در وجود این افراد بطور خلاصه بدین شرح نامبرده است:

۱- انرژی و تحرک

در درون هر کارآفرین منابع عظیمی از انرژی و قدرت پیشرفت نهفته است. وی

کارآفرین موفق از قاطعیت لازم برخوردار و اشتیاق پیروزی بر دشواریهای موجود و حل مسائل و مشکلات در راستای تکمیل و بهبود کیفیت کار را دارد. قرار گرفتن در شرایط دشوار تهدیدی برای وی محسوب نمی‌شود و در حقیقت حس اعتماد بنفس و خوش بینی مفهوم مشکلات را در قالب این عبارت در نظرش مصور می‌سازد که "هموار نمودن بستر کار و تخفیف شرایط ناممکن فقط مستلزم صرف وقت بیشتری است" و یا به قولی هیچ چیز غیرممکن نیست. معمولاً سهولت و یا دشواری وضعیت موجود ذره‌ای از علاقه آنان نسبت به کار خود نمی‌کاهد. و همین واقع بینی کمک می‌کند که تشخیص دهند چه کاری را می‌توانند و یا نمی‌توانند انجام دهند و چه موقع باید از دیگران برای حل یک مسئله دشوار ولی بسیار ضروری کمک بخواهند.

۶- تعیین هدف

کارآفرین در جهت هدف معینی حرکت می‌کند و باتوجه به بافت شخصیتی خاص خود و الزامات درونی قادر است چارچوب مشخصی را برای فعالیت خود ترسیم کند. حتی اگر اهداف مورد نظرش بسیار دور از دسترس و یا مستلزم تلاش و صرف وقت طولانی باشد باز هم در نظر وی رسیدن به هدف حتمی و بشکل واقعی قابل وصول خواهد بود. کارآفرینان کلاً سریع‌العمل بوده و معمولاً سمت و سوی اقداماتشان در جهت هدف مورد نظر است.

روانشناسان معتقدند در درون اینگونه اشخاص انگیزه قوی "نیاز به موفقیت" نهفته است و بهمین دلیل برای عامل زمان ارزش زیادی قائلند و عموماً برای اجتناب از تأخیر در انجام کار ساعتهایشان را چنددقیقه جلوتر از وقت اصلی تنظیم می‌کنند.

۷- قدرت ریسک پذیری متعادل

افراد موفق ترجیحاً به ریسک حساب



مشخص و متمایز می‌کند، قدرت انجام کار مستمر و مداومت وی در یک فعالیت مشخص است چنین فردی بجای اقدامات شتابزده و استفاده از سرمایه ایجاد آن کار و فعالیت مداوم، سرمایه بالقوه‌ای را در خود ایجاد و شالوده محکمی را در بنای هر اشتغال مولد پی‌ریزی مینماید این افراد از درون خود را بشدت ملزم به مبادرت به اجرای طرحهای بلندمدت و کار در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر را احساس می‌کنند هرچند که دستیابی و تحقق آن هدف در آینده بسیار دور میسر شود.

۴- پول بعنوان ملاک سنجش

پول در ضمیر کارآفرینان معنای متفاوتی دارد. به اعتقاد آنان پول وسیله و عاملی برای حفظ امتیاز لیافت و استعداد آنان بوده و ابزاری چون درآمدهای حاصله، بازده سرمایه و سودخالص همگی بعنوان مقیاسی برای ارزیابی میزان کارآئی و شایستگی آنان در به ثمر رساندن اهداف مورد نظر تلقی می‌شود در حقیقت پول بدست آمد ملاک اندازه‌گیری میزان موفقیت اجرای کار است.

۵- قدرت حل و فصل مداوم مسائل و مشکلات

دارای ظرفیت انجام کار مداوم و طولانی طی روز داشته و همراه با کار توانائی انجام فعالیت‌های ورزشی و تفریحات دلخواه را همواره در خود احساس می‌کند نیاز وی به خواب در شب و روز کمتر از حد افراد عادی است. لازم به تذکر است که نتیجه بسیاری از تحقیقات نشان میدهد که داشتن انرژی و تحرک زیاد از جمله خصوصیات مطلوب سرمایه‌گذاران است که غالباً در کارآفرینان موفق نیز این خصیصه مشهود است.

۲- اعتماد به نفس

اعتقاد عمومی بر این است که یک کارآفرین موفق عملاً از اتکاء به نفس بالائی برخوردار است که این خصلت حسن ایمان و اعتقاد به نیروی درونی و احساس توانائی دستیابی به اهداف مورد نظر در وی ایجاد می‌نماید.

این دسته از افراد معمولاً نقش جبر در سرنوشت بشر را باور نداشته و معتقدند پایه‌ریزی زندگی آینده و تعیین سرنوشت به دست خود انسان است.

۳- تداوم در کار

از صفاتی که یک کارآفرین خلاق و سازنده را از سایر فن‌آفرینان خلق‌الساعه

کارآفرین موفق از قاطعیت لازم برخوردار و اشتیاق پیروزی بر دشواریهای موجود و حل مسائل و مشکلات در راستای تکمیل و بهبود کیفیت کار را دارد. قرار گرفتن در شرایط دشوار تهدیدی برای وی محسوب نمی‌شود و در حقیقت حس اعتماد بنفس و خوش بینی مفهوم مشکلات را در قالب این عبارت در نظرش مصور می‌سازد که هموار نمودن بستر کار و تخفیف شرایط ناممکن فقط مستلزم صرف وقت بیشتری است و یا به قولی هیچ چیز غیرممکن نیست.

مورد تأیید قرار می‌دهد و در پالایش مسیر فعالیت میزان تمرکز بر جنبه‌های مختلف خوداتکائی بطور قابل ملاحظه‌ای به آنان کمک می‌نماید.

عقیده محققین نظری و پژوهشگران میدانی متفقاً بر اینست که کارآفرینان ماهر فعالانه در صدد نوآفرینی و ابداع، حل مسائل و مشکلات اجرائی و نهایتاً پر کردن خلاء وجود رهبری بوده و تمایل به هدایت جریان امور را دارند و همچنین علاقمندند که در محیط کار شرایطی فراهم شود که طی آن بتوانند میزان اثر نفوذ شخصی خود را در حل مسائل و مشکلات کاری مورد ارزیابی قرار دهند.

۱۱- استفاده از منابع

نتایج بسیاری از مطالعات سالهای اخیر نشان داده که کارآفرینان موفق بخوبی واقفند که چه موقع و چگونه با استفاده از امکانات داخلی و خارجی شرکتی را تاسیس نموده و از نیروهای تخصصی و تسهیلاتی مورد نیاز برای تکمیل اهداف خود بهره گیرند. آنان صرفاً ب فکر توفیق شخصی و فعالیت انفرادی در جهت دستیابی به هدف مورد نظر نبوده و خود را از کمک دیگران بی‌نیاز احساس نمی‌کنند.

وجود چنین خصوصیتی در ظاهر بسیار عجیب و فقدان نبوغ و نوع‌آوری و عدم اتکاء به خود را نشان می‌دهد. حال آنکه تمایل به تکاپو در جهت بهره‌مندی از منابع خارجی کلید اصلی خصیصه ویژه‌ای است که ما از آن بعنوان "وجود ظرفیت بالا" در کارآفرینان موفق یاد می‌کنیم.

اکتسای خود به نحوه اجرای نقش و بخصوص اجرای صحیح آن توجه کامل دارند که این توجه از احساس مسئولیت ناشی از خصوصیت کارآفرینی آنان سرچشمه می‌گیرد.

در اینجا لازم به ذکر است که استفاده از اطلاعات اولیه بدون داشتن مهارت و تخصص و تجربه اجرائی لازم به خودی خود به کارآفرین امکان شناخت نقاط قوت و ضعف فعالیت‌های اجرائی خود را نمیدهد. لیکن بطور معمول در درون کارآفرینان موفق همواره تمایل و توان استفاده از اطلاعات پایه اولیه کاملاً احساس می‌شود که با توسل بدان در مسیر صحیح به توسعه فعالیت‌های اجرائی خود رونق بخشید و مضافاً دسترسی به آمار و اطلاعات اولیه یک فرصت عالی برای تکامل شخصیت کارآفرینی در آنان ایجاد می‌نماید. در غالب اوقات توان بالای حرکت جسمی (توان مکانیکی) و تمایل طبیعی به نوآوری همگام با ویژگیهای درونی جزء تفکیک‌ناپذیر شخصیت وجودی افراد کارآفرین محسوب می‌شود.

۱۰- نوآوری و مسئولیت فردی

مطالعه تاریخچه کارآفرینی نشان میدهد که تصور عمومی در مورد این افراد بر این است که آنان معمولاً دارای شخصیتی مستقل و افرادی بشدت متکی بخود و نوآفرین بوده و در عرصه اقتصاد آزاد قهرمان و بی‌رقیب هستند.

مطالعات و تحقیقات جدید در زمینه شخصیت کارآفرینان وجود برخی از صفات مشترک عمومی را در بین این افراد

شده و متعادل تن در می‌دهند و به فعالیت‌هایی گرایش دارند که شانس موفقیت در آن نه چندان دیر است که حالت قمار به خود بگیرد و نه چندان وسیع که به شکل امری حتمی و مسلم تصور شود.

تا اندازه‌ای میتوان گفت که ترجیحاً آنچنان ریسکی مورد نظر آنان است که طی یک فعالیت معقول و حساب شده و همراه با تلاش، شانس موفقیت را بهمراه داشته و شرایط مطلوبی را که نتایج آن بیشتر متأثر از توانائی و سعی و کوشش شخصی آنان و نه صرفاً شانس است را ایجاد نماید. این خصوصیت کارآفرینی یکی از مهمترین عواملی است که دلالت بر نحوه تصمیم‌گیری داشته و نهایتاً به موفقیت و یا شکست فعالیت اقتصادی می‌انجامد. به طوری که در ظاهر چنین بنظر می‌آید که آنها کاملاً به عدم وجود هیچگونه مخاطره‌ای بر سر راه فعالیت خود آگاهی و اطمینان دارند.

۸- رفتار مناسب در مقابل شکست (نحوه مواجهه با شکست)

کارآفرین از شکست ترسی بخود راه نمیدهد. زیرا از آنجا که همواره سودای موفقیت در سر دارد، لهذا در برابر شکست احتمالی از خودنا سازگاری و ناشکیبائی بروز نمیدهد. اگر زمانی تحت شرایط بسیار دشوار احتمال شکست مختصر وجود داشته باشد به راحتی قادر است با مبادرت به کارهای کم مسئولیت‌تر موفق به جبران شکست شود.

۹- استفاده از اطلاعات اولیه (Feedback)

کارآفرینان در ایفای نقش بشدت

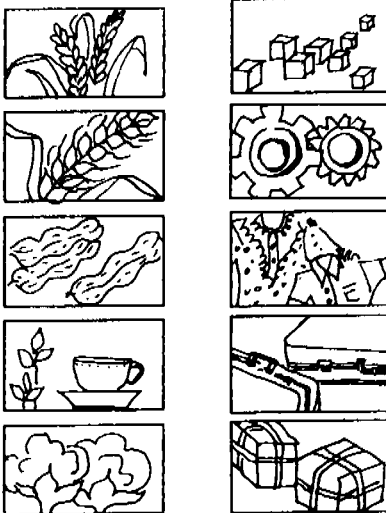
۱۲- ایستادگی در برابر معیارهای تحمیلی شخصی (اعمال نفوذ شخصی)

رقابت در معنای خود یک مفهوم گمراه‌کننده را دربردارد. تشخیص تفاوت بین رقابت با دیگران در شرایطی که معیارهای اجرایی مشهود و معین وجود ندارد و رقابت با معیارهای تحمیلی شخصی بسیار اهمیت دارد.

رقابت در جهت دفع دیگران در بطن خود اضمحلال شخصی را نیز در بر دارد. بطور مثال تعیین قیمت کمتر از ارزش برای کالایی که قیمت آن در نوسان می‌باشد از مواردی است که رقابت نامعقول را نشان می‌دهد و تابع هیچ معیار اخلاقی نیست.

این‌گونه جهت‌گیریهای نامعقول بیشتر متجر به بروز واکنش در مقابل اقدامات دیگران شده و فعالیتهای اصلی مورد نیاز برای ظهور و نمایش توان شخصی در جهت واقعیت بخشیدن به اهداف، ظرفیتهای و کسب منابع موجود را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد.

رویارویی با معیارهای تحمیلی شخصی یک رقابت درونی است و مثال بارز آن قهرمانان جهانی شنا و یا دو هستند که بیش از آنکه در مسابقات به فکر رقابتی خود باشند به حفظ رکورد جهانی خود می‌اندیشند. مشابه با این مثال، در درون کارآفرینانی که از قدرت اجرایی بالا برخوردارند، همواره روحیه رقابت درونی حاکم بوده که بواسطه آن و بطور مداوم در سود ارائه کار بهتر هستند.

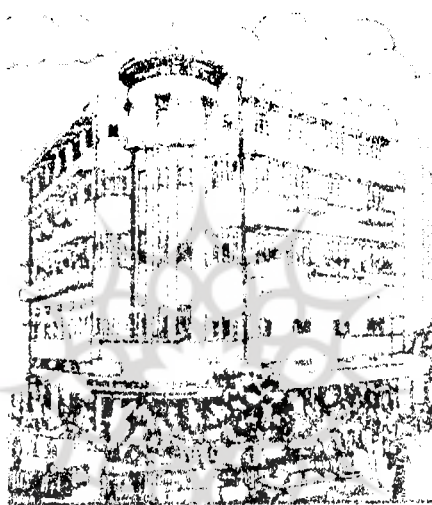


موفقیت و یا شکست دقیقاً به وجود انگیزه درونی کسب موفقیت از طریق تن دادن به یک ریسک معتدل در فعالیتهای اقتصادی مربوط می‌شود. نتیجه بسیاری از مطالعات و تحقیقات بر وجود رابطه مستقیم بین نحوه فعالیت و اصول اعتقادی و کارآفرینان صحه می‌گذارد. آنان معتقدند که کنترل مشکلات خوداشتغالی بیشتر تحت تأثیر عوامل خارجی است تا درونی و به شانس و شرایط موجود نیز بستگی دارد.

۱۴- توان مقاومت در برابر احتمالات و ابهامات

توان مقاومت کارآفرینان در برابر وضعیت مبهم و قدرت تصمیم‌گیری آنان در شرایط نامعلوم کاملاً به ثبوت رسیده است و دقیقاً در نقطه مقابل مدیران حرفه‌ای، کارآفرینان قادر به ادامه کار در شرایط نامشخص تا سخت‌ترین مراحل چه از جنبه عملی و چه در زمینه مسئولیت‌پذیری و یا مسائل امنیتی می‌باشند. در قاموس کارآفرینی تأمین امنیت شغلی و ابقاء در کار در مقایسه با مدیران هم‌تای آنان از اهمیت بالنسبه کمتری در سلسله مراتب تداوم کارآفرینی برخوردار است.

«فیریچ آر.دی. ایچ» و «پروشن سی» در کتاب مشترک خود با عنوان «زن کارآفرین» درباره سرمایه و اداره امور مالی و مدیریت یک واحد اقتصادی موفق خاطرنشان می‌نمایند که زن کارآفرین فردی متکی بخود، خلاق، پرشور، باشعور و سازگار است. وی در برابر کلیه امور و مسایل واقعی و تصمیم‌گیریهای آنی و ضروری، همچون: انجام ملاقاتها، شرکت در جلسات، پرداخت حقوق استخدام و اخراج کارکنان اقدام لازم بعمل آورده و به هنگام رویارویی با کمبود نقدینگی و عدم ثبات مالی و نقصان دارایی مسئول جوابگویی بستانکاران می‌باشد.



۱۳- نقطه کنترل داخلی

عموماً کارآفرینان در فعالیتهای اقتصادی خود به حاکمیت شانس و سرنوشت و یا هر عامل خارجی دیگر که خارج از حیطه کنترل شخصی باشد اعتقادی ندارند و ترجیحاً تمایل به باور این نظریه دارند که هر اقدامی میتواند تحت کنترل و نفوذ شخصی باشد. تمایل به شناخت رابطه بین علت و معلول هر نوع

رویارویی با معیارهای تحمیلی شخصی یک رقابت درونی است و مثال بارز آن قهرمانان جهانی شنا و یا دو مسابقات به فکر رقابتی خود باشند به حفظ رکورد جهانی خود می‌اندیشند. مشابه با این مثال، در درون کارآفرینانی که از قدرت اجرایی بالا برخوردارند، همواره روحیه رقابت درونی حاکم بوده که بواسطه آن و بطور مداوم در سود ارائه کار بهتر هستند.

تعاون در سرزمینهای دور

دور



کلمبیا، انجمن تعاونیهای کله‌داران خصوصی مغولستان، و سندیکا‌های تعاونی اتحادیه میانمار در آی.سی.ای. و اظهار تأسف از تصمیم تعاون سوئیس برای خاتمه عضویت خود در پایان سال ۱۹۹۸.

* تصویب اظهارنامه‌های مالی ۱۹۹۷ که در مجموع، مازادی اندک را در پایان سال نشان می‌دهد و همچنین بودجه سال ۱۹۹۸ و ۱۹۹۹.

نشست بعدی این هیأت در ۱۷ اکتبر در پاریس برگزار خواهد شد. در این نشست، مسائل اقتصادی جاری که تعاونیها در تمامی مناطق جهان با آن روبرو هستند و همچنین تغییرات سیاستهای تعاونی احتمالی در ساختارها و فعالیتهای آی.سی.ای. مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

هیأت مذکور در روز ۱۸ اکتبر طی دیداری با رهبران هیأت‌های تخصصی آی.سی.ای. درخصوص روشها و تغییرات ضروری آینده به بحث خواهند نشست.

نقل از خبرنامه آی سی ای شماره ۲ - ۱۹۹۸
(اتحادیه بین‌المللی تعاون)
برگردان از: گروه مترجمین



اروپا جایگاه رسمی آی.سی.ای در شورای اروپا

اتحادیه بین‌المللی تعاون از ۱۵ ژانویه ۱۹۹۸ به عنوان یک سازمان بین‌الدلی غیردولتی در شورای اروپا (COE) از جایگاه مشاوره‌ای برخوردار شد.

شورای اروپا یکی از قدیمی‌ترین سازمانهای سیاسی بین دولتها در اروپاست و سال آینده مراسم بزرگداشت پنجاهمین سالگرد آن برگزار خواهد شد.

مقر این شورا در استراسبورگ قرار دارد و با برخورداری از ۲۰ کشور عضو در زمینه مسائلی چون تحکیم همکاریهای سیاسی، اجتماعی، قانونی و فرهنگی و همچنین تعالی ارزشهای انسانی در سراسر اروپا سر و کار دارد. مجمع

زنان در مجامع منطقه‌ای سال جاری و برگزاری گردهمایی و مجمع عمومی در سال آینده.

* برگزاری همایش جوانان و مسابقه مقاله‌نویسی در ارتباط با گردهمایی و مجمع عمومی سال آینده در شهر کیپک.

* پذیرفتن خانم ب. پادانو، عضو هیأت مدیره فدراسیون ملی تعاونیهای پسانداز و اعتبار شهر بنین به عنوان همکار در هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی تعاون.

* ارائه پیشنهاد به مجمع عمومی سال ۱۹۹۹ در مورد برگزاری مجمع عمومی سال ۲۰۰۱ در کره.

* تصویب سیاست توسعه جدید آی.سی.ای که مبنای مباحث کارگزاران توسعه و اجرای راهکارهای منطقه‌ای خواهد بود.
* پذیرش درخواست عضویت اوسیمک

نشست هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی تعاون در ژاپن

هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی تعاون (آی.سی.ای)، طی اجلاس ماه آوریل در ژاپن، تصمیماتی را به این شرح اتخاذ نمود:
* تشکیل یک گروه فعال در مسائل قانون تعاون به سرپرستی دکتر ایوان پیریکلیل از جمهوری چک، این گروه کار را با ایجاد بانک اطلاعاتی قوانین تعاون آغاز خواهد نمود همچنین در ادامه جلسه، پیگیری اقدامات در اجلاس آتی هیأت پیشنهاد شد.
* اعطای اختیارات به مدیریت در مورد استفاده از اعضاء علاقمند به مشارکت در یک گروه جدید کاری در مسائل صلح سبز و اصول اخلاقی و برگزاری نشست مقدماتی در ماه اکتبر در پاریس.
* تشویق اعضاء به حضور گسترده‌تر

پارلمانی این شورا متشکل از اعضاء مجالس ملی کشورها می باشد.

تفاوت بین شورای اروپا و اتحادیه اروپا در این است که اتحادیه اروپا تنها از حضور ۱۵ کشور عضو بهره مند است و هدف اصلی آن دستیابی به وحدت اقتصادی و سیاسی است. پارلمان اروپا مجمع اتحادیه اروپا می باشد که اعضاء آن مستقیماً از طریق انتخابات برگزیده می شوند.

تعداد کنونی سازمانهای غیردولتی که از جایگاهی همسنگ با اتحادیه بین المللی تعاون برخوردارند، طی چند سال گذشته افزایش چشمگیری داشته و به ۲۵۰ سازمان رسیده است.

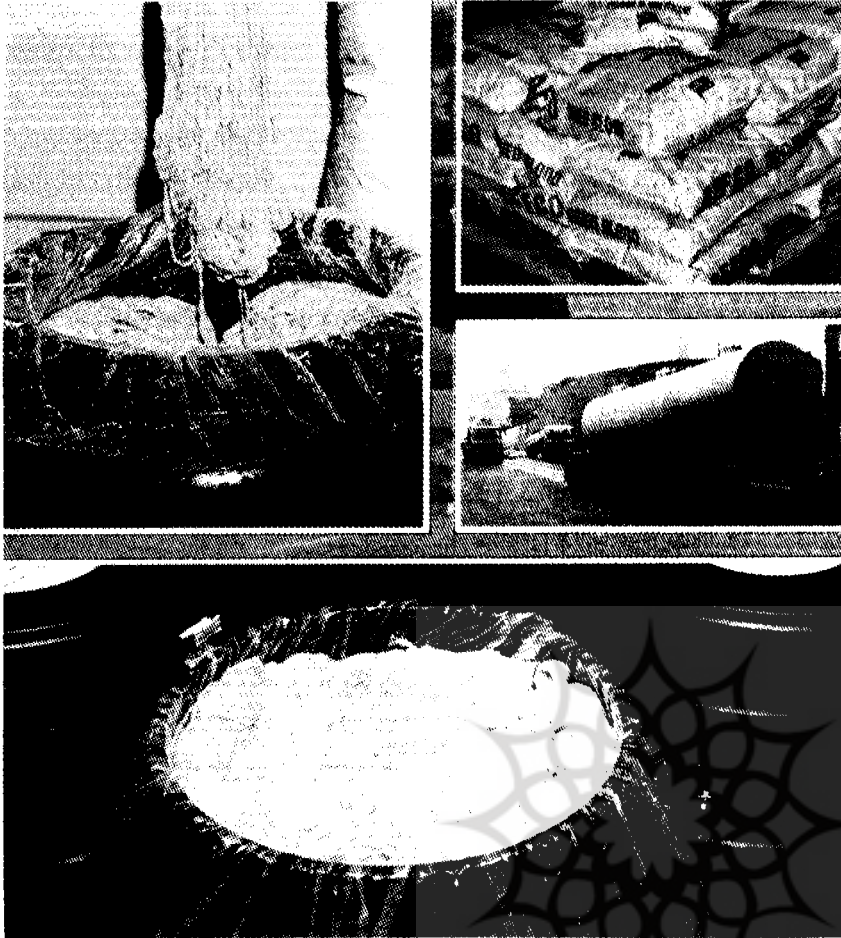
این رقم رو به رشد نشانگر توجه بیش از پیش شورای اروپا نقش سازمانهای غیردولتی در ساختارهای ملی سیاسی - اقتصادی و همچنین تعالی اهداف شورای اروپاست.

این جایگاه مشاوره ای، اتحادیه بین المللی تعاون را به شرکت در اجلاس عمومی سالانه سازمانهای غیردولتی مجاز می نماید. اولین اجلاس آی.سی.ای در ۲۸ ژانویه سال جاری در استراسبورگ برگزار شد. اجلاس مذکور با همکاری کمیته سازمانهای غیردولتی با پیشینه ای ۲۰ ساله تشکیل شد.

کمیته سازمان غیردولتی برای نخستین بار در تاریخچه خود در اواخر اکتبر به اجلاس سران کشورها دعوت شد و بیانیه ای را تسلیم این اجلاس نمود. اتحادیه بین المللی تعاون نیز به عنوان ناظر در مجامع پارلمانی حاضر شد.

پس از برپائی مجمع منطقه ای آی.سی.ای در سال ۱۹۹۴، کشورهای متعلق به منطقه اروپا بر اساس ضوابط شورای اروپا معرفی می شدند.

شورای اروپا طرحهای تعاونی ویژه ای با کشورهای اروپای مرکزی و شرقی



حکومتهای محلی و منطقه ای و مسائل حقوقی.

کشورهای عضو

هم اکنون ۲۰ کشور عضو در شورای اروپا وجود دارد. این کشورها عبارتند از: آلبانی، آندورا، اطریش، بلژیک، بلغارستان، کرواسی، قبرس، جمهوری چک، دانمارک، استونی، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، مجارستان، ایسلند، ایرلند، ایتالیا، لتویا، لیختن اشتاین، لیتوانی، لوکزامبورگ، مالتا، مولداوی، هلند، نروژ، لهستان، پرتغال، رومانی، روسیه، سان ماریو، اسلواکی، اسلوانیا، اسپانیا، سوئد، سوئیس، جمهوری یوگسلاوی سابق، ماسدوینا، ترکیه، اوکراین و انگلستان.

استقبال بلاروس از بخش

(CEEC) ترسیم نموده است تا به این کشورها در راه اصلاحات دموکراتیک کمک نموده و مشارکت آنان در فعالیتهای شورای اروپا تضمین شود. امروزه ۱۶ کشور اروپای مرکزی و شرقی عضو این شورا هستند و برخی دیگر مدعوین دائمی محسوب می شوند.

فعالیتهای انجام شده در شورای اروپا بر تمامی جنبه های زندگی این کشورها تاثیرگذار بوده و برنامه کاری آن، گستره وسیعی از مسائل حیاتی بشری را پوشش می دهد که بسیاری از این مسائل با علائق سازمانهای عضو آی.سی.ای ارتباط مستقیم دارد. از جمله این موارد عبارتند از: حقوق بشر، رسانه ها و ارتباطات، امور اجتماعی و اقتصادی، آموزش، میراثهای فرهنگی، ورزش، جوانان، محیط زیست،

رئیس بخش اروپایی آی.سی.ای، لارس هیلپوم و مدیر منطقه‌ای اروپا، گابریلا سوزانسکی در تاریخ ۱۱ الی ۱۳ می از بلاروس دیدن کردند، هدف از این سفر آشنایی با فعالیتهای ۱۴۷ تعاونی مصرف تابع بلکوپ سایوز بود. براساس اظهارات ویکتور ولادیکف، رئیس نهضت، فعالیتهای تعاونی به شکلی سازنده رو به توسعه می‌رود و چندین فروشگاه تعاونی در مرکز کشور افتتاح شده است. هرچند اکثر واحدهای تعاونی بیشتر در مناطق روستایی وجود دارد که این امر تنها ارائه‌دهنده خدمات بشمار می‌روند، اما مشاغل خصوصی رو به رشد هستند. دامنه فعالیت تعاونیهای مصرف بسیار گسترده است، از جمله کسب خرده‌فروشی، تولید کالاهای مصرفی گوناگون، خرید و فرآوری محصولات کشاورزی، صادرات - واردات، تأمین خواروبار عمومی، ساخت‌وساز و حمل‌ونقل همچنین طی سالهای اخیر با کشورهای چوچون آلمان، ایتالیا، سوئیس، لهستان، مجارستان، لاتویا و روسیه سرمایه‌گذاریهای مشترکی صورت گرفته است بعلاوه بلکوپ سایوز نیز بانک و شرکت بیمه خود را تأسیس نموده است.

همچنین نزدیک به ۲ میلیون نفر در شرکتهای تعاونی مصرف آن کشور عضو هستند و علاوه بر اعضاء فعال، در حدود ۱۱۸۰۰۰ نفر شاغل در این شرکتهای وجود دارد. همچنین ۵۰ درصد جمعیت از خدمات شرکتهای تعاونی مصرف بهره‌مند می‌شوند.

در اینجا هیچگونه قانونی بر تعاونیها حاکم نیست، بلکه هر مسأله، توافقنامه‌ای با تشریک مساعی دولت به امضا می‌رسد، طی نشست با آقای سرچی لینک، نخست وزیر جمهوری بلاروس اعلام شد که پیش‌نویس قانونی نیز در دست تهیه است.

این مجمع در تاریخ ۱۶-۱۵ اکتبر ۱۹۹۸ در پاریس برپا خواهد شد. موضوع اصلی حول محور مسائل و رقابتهای می‌چرخد که امروزه تعاونیها در بخشهای شرقی و غربی اروپا با آن رو در رو هستند.

سخنرانان برجسته از هر دری سخن خواهند گفت و در مورد تهدیدهای جدی از جمله تعاون سستیزی، تبدیل تعاونیها به شرکت خصوصی تجربه‌های خود را با ما در میان می‌گذارند همچنین مدعوین به تحلیل دلایل پرداخته و راه‌حلهای پیشنهاد می‌کنند. سایر سخنرانان در مورد فرصتهای طلایی برای توسعه فعالیتهای تعاونی، تشکیل تعاونیهای جدید و اشتغالزایی سخن خواهند گفت.

یکی از ویژگیهای مجمع منطقه‌ای امسال، انتخابات شورای اروپایی آی.سی.ای خواهد بود. تعیین یک رئیس، دو نایب‌رئیس و ده عضو شورا می‌بایست حداکثر تا ۱۴ سپتامبر برای دفتر منطقه‌ای آی.سی.ای در اروپا انجام شود. نامزدهای احتمالی باید از هم‌اکنون مطرح و زنان نیز به داوطلب شدن در انتخابات ترغیب شوند. نشستهای چندین سازمان تخصصی آی.سی.ای و مدیران منطقه‌ای، مقدم بر مجمع منطقه‌ای انجام خواهند شد.

بلافاصله پس از برگزاری مجمع، هیأت مدیران آی.سی.ای و هیأت کوپاک با یکدیگر ملاقات خواهند کرد.

سازمانهای فرانسوی به عنوان میزبان قصد دارند در جلسات کار و دیگر رویدادهای عمومی، محیطی مطلوب فراهم سازند.

برای کسب اطلاعات بیشتر با دفتر منطقه‌ای آی.سی.ای اروپا در ژنو با گابریلا سوزانسکی، مدیر منطقه‌ای اروپا، به شماره تلفن ۸۸۲۱ ۲۹۹ (۴۱۲۲) یا نمابر ۲۱۲۲ ۷۹۸ (۴۱۲۲) تماس حاصل فرمائید.

به منظور ارزیابی نتایج موقت طرح مشترک آی.سی.ای و اتحادیه اروپا که با عنوان آمار و اطلاعات تعاونیهای اروپایی و حمایت تا آخرین مرحله اجرای این طرح، کارگاه آموزشی اروپایی آی.سی.ای با موضوع آمار و اطلاعات مربوط به تعاونیهای اروپایی در تاریخ ۷ الی ۹ می ۱۹۹۸ در دفتر مرکزی سازمان بین‌المللی کار (ILO) در ژنو برپا شد. در این دوره آموزشی مجموعاً ۳۴ شرکت‌کننده از ۱۶ کشور اروپایی و دو وابسته اروپایی (آکم و سکوپ)، کارکنان و مشاوران آی.سی.ای، ناظران سازمان بین‌المللی کار و نمایندگان EU-DG حضور داشتند، تحلیلها، سخنرانیهایی و مباحث بر مسائل زیر تأکید داشت:

- * استنتاج موقت از آمار تعاونیهای اروپا
- * ویژگیهای فنی بانک اطلاعات آی.سی.ای
- * آمار و اطلاعات تعاونی هر کشور
- * رهنمودهایی برای به روز کردن و انتشار اطلاعات آینده
- * آزمایش بانک اطلاعاتی آی.سی.ای در دفتر مرکزی آی.سی.ای.

کارگاه مزبور همچنین این فرصت را برای تمامی شرکت کنندگان فراهم ساخت تا سیمای آماری تعاون کشور خود را ارائه و در مورد آن اظهار نظر کنند، سپس این آمار را تصویب و یا اصلاح آن را درخواست نمایند. پس از یک روز و نیم بحث آزاد و فشرده که طبقه‌بندیها و آمار ملی و منطقه‌ای خاص را به همراه داشت، شرکت‌کنندگان نتایج و پیشنهادهای ذیل را تصویب نمودند:

- * توافق بر سر نهایی کردن طرح کنونی آی.سی.ای و اتحادیه اروپا و تضمین همکاری کشورها برای اعتبار بخشی به آمار تعاون تا تاریخ ۱۵ ژوئن ۱۹۹۸
- * انجام تلاشهایی برای تفسیر دقیق آمار

مقایسه‌ای تعاون در اروپا و ایجا
همبستگی و ارتباط منطقی بیشتر با
طبقه‌بندی سنتی در بخش اقتصادی

* استدلال این نکته که افزودن طبقه‌بندیهای
جدید تعاون با در نظر گرفتن روابط موجود
بین تعاونیها و اعضاء آنها و ویژگیهای
عضویت در تعاونی (کساربران/
مصرف‌کنندگان: سرمایه‌گذاران، کارکنان)
خالی از فایده نیست.

* تضمین به هنگام کردن آمار و اطلاعات
تعاونی بطور سالانه بر اساس ابتکارات
آی.سی.ای. با همکاری رابطین کشورها که
بطور دائمی با رأی اعضاء آی.سی.ای در
هر کشور تعیین می‌شوند.

* مرحله بعدی به هنگام کردن این آمار و
اطلاعات با استفاده از پرسشنامه‌های ساده
و سازینی شده و پیشنهادهایی برای
طبقه‌بندی بخشها و تعاریف تعاونی از
جمله مسئله حمایت از مؤسسات اقتصادی
یارانه‌ای بود.

* ارائه آمار موثق از تعاونیهای اروپا در
مجمع منطقه‌ای اروپا در پاریس

کارگاه توسعه

یک کارگاه توسعه اروپایی در تاریخ ۱۲
اکتبر و بلافاصله پس از مجمع منطقه‌ای، در
پاریس برپا خواهد شد. اطلاعات مربوط به
نیازهای توسعه و همچنین کمکهای ارائه
شده در پاسخ به پرسشنامه منتشر شده در
چارچوب طرح آمار اروپا دریافت شد. این
بررسی نشان می‌دهد که در زمینه‌هایی
چون آموزش مدیریت، خدمات مالی،
بازاریابی و قانونگذاری، نیاز بیشتری به
کمک وجود دارد، بخش اروپایی آی.سی.ای

به دنبال این بررسی و برای ارائه پاسخ
بهرتر به درخواستهای کمک، به برپایی یک
کارگاه بحث و مشاوره مباحث توسعه
تمایل پیدا کرد.

اهداف این کارگاه، تشکیل یک
گروهی برای مباحثه بین شرق و غرب و

ایجاد فرصتی برای آی.سی.ای به منظور
شناسایی زمینه‌های علائق مشترک است
این امر می‌تواند اساس برنامه‌های
منطقه‌ای و شبه منطقه‌ای باشد.

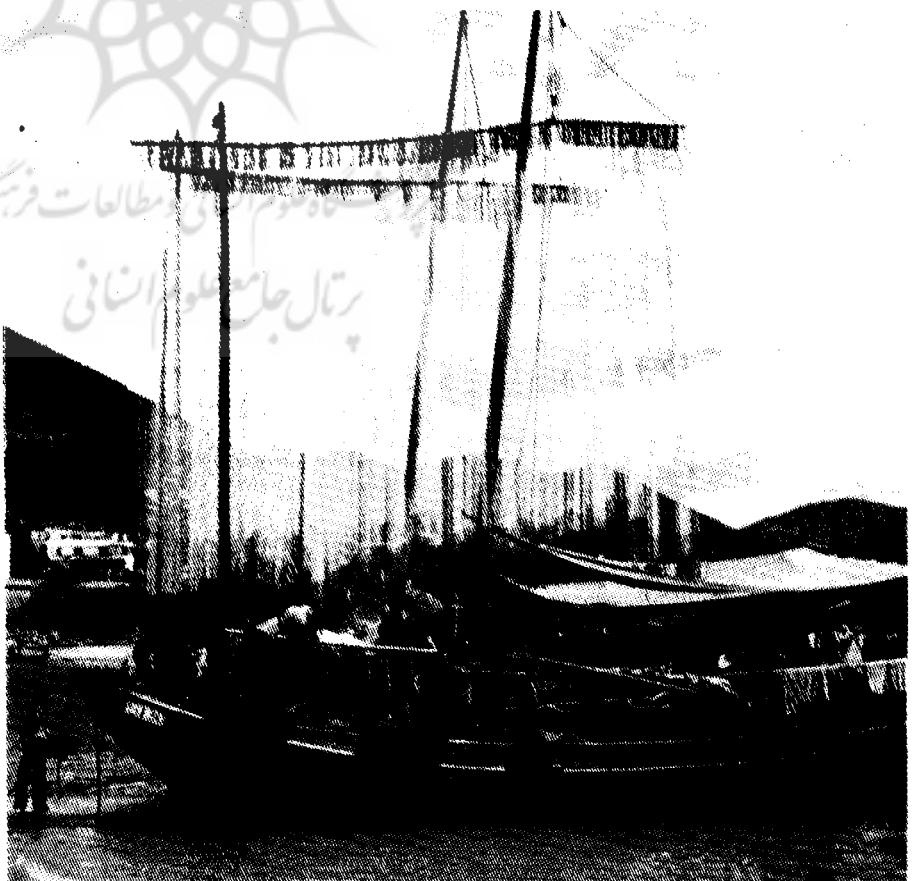
تمامی سازمانهای عضو ذینفع در
آی.سی.ای در اروپای مرکزی و شرقی و
کشورهای تازه استقلال یافته در آینده
نزدیک نامه‌ای مبنی بر درخواست ارسال
جزئیات بیشتر و اطلاعات خاص در مورد
نیازهای توسعه‌ای خود دریافت خواهند
نمود. همچنین یک یادداشت مفصل در
مورد اینگونه کمکها تهیه شده است که
برای بحث در اختیار کارگاه قرار خواهد
گرفت.

آسیا و اقیانوسیه

دیدار رئیس آی.سی.ای از
سنگاپور

روبرت رودریگ، رئیس آی.سی.ای طی
دیدار خود از سنگاپور در ماه آوریل،
خاطر نشان کرد که نهضت تعاون
سنگاپور، در تأمین هرچه بهتر نیازهای
اقتصادی و اجتماعی اعضاء، با کمک به
تعاونیهای منطقه، نقش ارزنده‌ای ایفا
می‌کند.

فدراسیون ملی تعاون سنگاپور (SNCF)
با عضویت نزدیک به یک میلیون نفر، از
سال ۱۹۸۲ عضو آی.سی.ای بوده است.
نهضت تعاون سنگاپور همواره از طریق
مشارکت در فعالیتهای برنامه‌های
سازمان یافته از طرف آی.سی.ای و دفتر
منطقه‌ای آن، حمایت خود را از این حرکت
نشان داده است. آقای رودریگ در دیدار
خود از دفاتر نخست‌وزیر، وزارت توسعه
همگانی و یک عضو پارلمان ساحل شرق،
احتمال ایجاد دفتر طرح و برنامه در
سنگاپور را بررسی نمود. تعاونیها در
منطقه می‌توانند با کمک از دفتر از
تجربه‌های سنگاپور بهره‌مند شده و این
الگوی موفق نهضت تعاون را در کشورهای





بالای زندگی داشته باشد. پیشبرد برابری ممکن است به تسهیم نابرابری منابع بیاتجامد زیرا برخی مردم مثل بیماران، معلولان و ضعفا ممکن است بیش از دیگران نیاز به حمایت داشته باشند تا به سطح قابلیت یکسان برسند.

- **تداوم:** توسعه انسانی پایدار باید نیاز نسل کنونی را بحیوی مرتفع کند که موجب فدا شدن توان نسلهای آینده در تأمین نیازهایشان نشود.

- **امنیت:** هر فرد باید از حداقل امنیت شغلی، زندگی کردن، نظامی و... برخوردار باشد. امنیت انسانی یعنی تأمین در برابر تهدیدهای گرسنگی، بیماری، ستم، محافظت در برابر گسستگی‌های ناگهانی و مضر در الگوهای روزمره زندگی در خانه، کارخانه و جامعه.

۲- **شاخصها:** برای توسعه انسانی شاخصهایی در نظر گرفته شده که تا حدودی برخی از ابعاد آنها بطور کمی نشان دهد.

- **شاخص توسعه انسانی:** این شاخص شامل میانگینی از سه شاخص امید به زندگی، میزان تحصیلات و سواد و شاخص تعدیل شده سرانه تولید ناخالص داخلی واقعی است (انسان تحصیل کرده، تندرست با طول عمر طولانی و دارای درآمد بالا). حد نهایی و مطلوب آن ۱ است.

- **شاخص توسعه انسانی بر مبنای جنسیت:** در این شاخص، شاخص‌های امید به زندگی، تحصیلات و سرانه تولید ناخالص داخلی باتوجه به تفاوت دستاوردهای زن و مرد تعدیل میشود.

- **شاخص توان بخشی یا توسعه برابری زن و مرد:** این شاخص از میانگین تراز شده سه شاخص درآمدی، شغلی و سیاسی است یعنی شاخص درصد سهم زن و مرد در پستهای اداری و مدیریتی و همچنین در مشاغل فنی و تخصصی، شاخص درصد سهم زن و مرد در

نگاهی به مهمترین نکات گزارش توسعه انسانی سال ۱۹۹۶ سازمان ملل متحد

قسمت ۲

ب - چشم‌انداز آینده (۱۵ سال آتی تا سال ۲۰۳۰) براساس ادامه روند موجود الگوهای فعلی رشد

۱) تولید ناخالص داخلی ۲ برابر میشود، از این میان سهم کشورهای در حال توسعه از ۱۶ درصد (۱۹۹۲) به ۳۳ درصد خواهد رسید درحالیکه ۸۵ درصد از جمعیت جهان را در اختیار خواهند داشت.

۲) عدم تعادل منطقه‌ای افزایش خواهد یافت: سهم آفریقای زیرصحرای ۱/۲ درصد به ۰/۴ درصد، سهم کشورهای کمتر توسعه یافته به ۰/۲ درصد، سهم اروپای شرقی و اقیانوس شرقی سابق کمتر از ۳٪ خواهد شد در حالیکه سهم کشورهای صنعتی اگر بیشتر نشود لااقل ثابت خواهد ماند.

۳) درآمد سرانه کشورهای صنعتی به ۲۰ تا ۵۰ هزار دلار خواهد رسید درحالیکه مثلاً در آفریقای زیرصحرای حداکثر به چندصد دلار میرسد.

ضمیمه شماره ۳:

۱- **تعریف توسعه انسانی و ابعاد آن:** توسعه انسانی و ابعاد آن مرتباً در پرتو انتقادهای بازبینی میشود لکن فعلاً اینگونه تعریف شده که توسعه انسانی توسعه‌ای با ابعاد زیر است:

- **توان بخشی:** انسانها نباید استفاده‌کنندگان منفعل فرایندی باشند که دیگران آنها طراحی و مهندسی کرده‌اند. انسان باید کارگزار فعال توسعه خود باشد. باید به قابلیت‌های مردم توان و آزادی داد تا بهره ببرند.

- **تعاون:** چنانچه مردم در کنار یکدیگر به خوشی زندگی کنند و اگر به شیوه غنای متقابل با هم تعاون داشته باشند بر دامنه گزینه‌های فردی آنها افزوده میشود.

- **برابری:** برابری در قابلیت‌های اساسی و فرصتهای بنیادی باید ایجاد شود. هرکس باید فرصتی برای تحصیل، زندگی سالم، تندرست و طولانی و کسب درآمد و سطح

کرسی‌های پارلمانی، شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی برای زن و مرد مزدبگیر.

- معیار فقر قابلیت: این معیار به نبود سه قابلیت اساسی توجه دارد. قابلیت خوب تغذیه شدن و تندرست ماندن که با «درصد کودکان زیر ۵ ساله‌ای که کم‌وزن هستند» اندازه‌گیری میشود. قابلیت تولید مثل بهداشتی که با «نسبت زایمانهایی که بدون کمک متخصص زایمان انجام میشود» اندازه‌گیری می‌شود و قابلیت تعلیم و دانش‌آموزی که با «نسبت زنان و دختران بی‌سواد» یا «درصد نرخ بیسوادی زنان» اندازه‌گیری میشود. هر سه با هم جمع و بر ۳ تقسیم میشود تا فقر بدست آید که هرچه کمتر باشد فقر قابلیت کمتر است.

ضمیمه ۴:

تصویر جهان از نظر ابعاد و شاخص‌های توسعه انسانی

۱- تندرستی و بهداشت:

- در آفریقای زیر صحرای بازاء هر ۱۸ هزار نفر تنها یک پزشک وجود دارد در حالیکه در کشورهای صنعتی بازاء هر ۳۹۰ نفر یک پزشک وجود دارد. این رقم در کشورهای در حال توسعه ۶ هزار نفر و در آمریکای لاتین ۱۰۰۰ نفر میباشد. تنها در کشورهای در حال توسعه در هر سال حدود ۱۷ میلیون نفر بر اثر بیماری‌های قابل علاج می‌میرند.

- نرخ مرگ و میر نوزادان در کشورهای در حال توسعه ۷۰ در هزار، در آسیای جنوبی ۸۵ در هزار، آفریقای زیر صحرای ۹۷ در هزار، در آسیای خاوری (بجز چین) حدود ۲۰ در هزار بوده است.

- میانگین مرگ و میر مادران به هنگام زایمان در کشورهای صنعتی ۳۳ نفر در صد هزار نفر است در حالیکه این رقم در آسیای خاوری ۹۵ نفر، در کشورهای در حال توسعه ۲۸۴ نفر و در آفریقای زیر صحرای ۹۲۹ نفر در هر صد هزار نفر است (حدود ۲۸ برابر کشورهای صنعتی)

در کشورهای در حال توسعه تقریباً یک سوم جمعیت (۱/۳ میلیارد نفر) در فقر زندگی می‌کنند و در کشورهای صنعتی نیز هنوز بیش از ۱۰۰ میلیون نفر زیر خط فقر گذران امور میکنند در این کشورها همچنین بیش از ۵ میلیون نفر نیز بیکار جویای کار وجود دارد و این در حالی است که ۴۰ درصد از افراد فقیر تنها ۱۸ درصد از درآمدها را به خود اختصاص داده‌اند.

- بیش از ۱۵ نفر از مردم جهان به ویروس ایدز آلوده‌اند که بیش از ۲۰ میلیون نفر آن در آفریقای زیر صحرایند. حدود ۹۰ درصد (۱۳ میلیون نفر) در کشورهای در حال توسعه و مابقی در کشورهای صنعتی هستند. (حدود ۲ میلیون نفر)

- در کشورهای در حال توسعه ۳۰ درصد از مردم (۱ میلیارد نفر) از آب سالم محرومند به ۸۰۰ میلیون انسان غذای کافی نمیرسد و حدود ۵۰۰ میلیون نفر نیز دچار کم‌غذایی مزمن هستند. در آفریقای زیر صحرای نیز ۱/۳ مردم منطقه (۱۷۰ میلیون نفر) به غذای کافی دسترسی ندارند و نیز ۲۳ میلیون کودک سوء تغذیه داشته و ۱۶ درصد نوزادان با کاهش وزن همراهند.

- متوسط امید به زندگی در کشورهای صنعتی ۷۵ سال است در حالیکه در آفریقای زیر صحرای کمتر از ۵۱ سال می‌باشد. این رقم در کشورهای در حال توسعه ۶۲ سال و در آمریکای لاتین ۷۰ سال است.

۲- سواد و تحصیلات:

- در آفریقای زیر صحرای ۵۰ درصد از لازم‌التعلیم‌های ابتدایی و ۶۲ درصد از واجدین متوسطه از تحصیل محرومند. تعداد محرومین دختر و پسر ابتدایی و متوسطه بیش از ۸۰ میلیون نفر است. تنها نیمی از کلاس اولیها به کلاس پنجم میرسند.

در کشورهای در حال توسعه نیز ۲۳ درصد از لازم‌التعلیم‌ها هنوز از تحصیل محرومند (حدود ۱۲۰ میلیون دبستانی و ۲۷۵ میلیون متوسطه‌ای).

- نرخ بیسوادی در افراد بالای ۱۵ سال (۱۹۹۳) در کشورهای در حال توسعه ۳۹ درصد، آمریکای لاتین ۱۴ درصد، آفریقای زیر صحرای ۴۵ درصد و آسیای جنوبی ۵۱ درصد است.

۳- فقر مالی و درآمد:

در کشورهای در حال توسعه تقریباً ۱/۳ جمعیت (۱ میلیارد نفر) در فقر زندگی می‌کنند. در کشورهای صنعتی نیز هنوز بیش از ۱۰۰ میلیون نفر زیر خط رسمی فقر زندگی می‌کنند و بیش از ۵ میلیون نفر هم بی‌خانمانند. در این کشورها هنوز بیش از ۳۰ میلیون بیکار جویای کار وجود دارد و ۴۰ درصد از فقیرترین آنها ۱۸ درصد از درآمدها را بخود اختصاص داده‌اند. نرخ مزد زنان در کشورهای صنعتی کمتر از ۱/۲ مردان است. تعداد بی‌خانمانهای جهان که در خیابانها زندگی می‌کنند به بیش از ۱۰۰ میلیون نفر رسیده است. بیش از ۱ میلیارد نفر نیز در اقامتگاههای نامناسب زندگی می‌کنند.

۴- امنیت:

- در فاصله ۱۹۸۵ - ۱۹۷۵ جنایت‌های گزارش شده در سطح جهان سالانه ۵ درصد افزایش یافت یعنی از رشد جمعیت پیشی گرفت.

- در آسیا هر سال بیش از ۱ میلیون کودک و عمدتاً دختران به زور به فحشا کشیده میشوند. در کشورهای صنعتی بیش از ۱۳۰ هزار تجاوز به عنف در هر سال (به دختران و زنان) گزارش می‌شود.

- در پایان سال ۱۹۹۴، در سراسر جهان ۲۷ میلیون آواره و پناهنده شده

بودند. امروز بازار هر ۲۰۰ نفر یک نفر پناهنده یا آواره است.
۵- محیط زیست:

امروزه در کشورهای در حال توسعه عرضه سرانه آب به $\frac{۱}{۳}$ آن در ۱۹۷۰ کاهش یافته است. حدود ۱۰ میلیون جریب جنگل هر ساله از بین می‌رود. حدود ۷۰۰ میلیون انسان در معرض تنفس دود ناشی از سوختن فضولات آلی هستند.
در کشورهای صنعتی هر سال به خاطر

آلودگی هوا خسارتی معادل ۲۵ میلیارد دلار به جنگلها وارد می‌شود مردم کشورهای صنعتی در حالیکه تنها $\frac{۱}{۵}$ جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند لکن ۹ برابر مردم کشورهای در حال توسعه انرژی تجاری مصرف می‌کنند. در کشورهای در حال توسعه حدود ۲۰۰ میلیون انسان از کویری شدن مناطق حاصلخیز آسیب دیده‌اند. در آفریقای زیرصحرای نیز طی ۵۰ سال گذشته سالانه $\frac{۱}{۳}$ میلیون هکتار زمین حاصلخیز به صحرای تبدیل شده است.

۶- شاخص فقر قابلیت:

در اغلب کشورهای جهان فقر قابلیت گسترده‌تر از فقر درآمد است. در کشورهای در حال توسعه ۲۷ درصد از مردم زیر خط فقر قابلیت هستند (بیش از $\frac{۱}{۶}$ میلیارد نفر)

۷- شاخص توسعه انسانی:

الف - در سال ۱۹۹۳ از ۱۷۴ کشوری که شاخص توسعه انسانی در آنها محاسبه شده است، ۵۷ کشور در زمره توسعه بالای انسانی، ۶۹ کشور در زمره میانی و ۲۸ کشور در زمره پایین توسعه انسانی هستند. از این میان بترتیب کانادا، آمریکا، ژاپن و هلند در رأس (بترتیب با شاخص‌های ۰/۹۵۱ تا ۰/۹۳۸) و کشورهای سومالی، سیرالئون و نیجر در قعر جدولند (با شاخص‌های ۰/۲۲۱ تا ۰/۲۰۴).
ایران با شاخص توسعه انسانی ۰/۷۵۵،

در ردیف ۶۶ قرار دارد. برخی از کشورهای همجوار ایران مثل بحرین، امارات، قطر، کویت، روسیه و عربستان در ردیفهای بالاتر از ایران قرار دارند اما برخی کشورهایی که بنظر میرسید وضع بهتری دارند در ردیفهای پایین‌تر از ایران قرار دارند نظیر چین (۰/۶۰۹)، (۰/۵۴۰)، مصر (۰/۶۱۱)، اندونزی (۰/۶۴۱)، ترکیه (۰/۷۱۴)، کوبا (۰/۷۲۶) و برخی دیگر مثل رومانی و اوکراین.

ب - ردیف‌بندی کشورها بر حسب شاخص توسعه انسانی یا ردیف‌بندی آنها بر حسب سرانه تولید داخلی واقعی بسیار متفاوت است مثلاً ۱۶ کشور از نظر شاخص توسعه انسانی ۲۰ ردیف بالاتر از شاخص درآمدی خود قرار دارند و برعکس ۲۱ کشور نیز از نظر شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی، ۲۰ ردیف بالاتر از شاخص توسعه انسانی قرار دارند. همچنین، ردیف‌بندی نشان می‌دهد که کشورهای با درآمد مشابه، دستاوردهای توسعه انسانی متفاوت داشته‌اند و بالعکس.

برخی کشورها مثل برزیل، نیجریه و پاکستان که در بالای جدول طبقه‌بندی بر حسب درآمد هستند در پایین جدول طبقه‌بندی بر حسب شاخص توسعه انسانی قرار گرفته‌اند و برخی کشورها مثل کاستاریکا، کوبا و سریلانکا گرچه از نظر درآمدی میان حال به شمار می‌روند ولی در بالای جدول توسعه انسانی صعود کرده‌اند.

ردیف ایران از نظر شاخص توسعه انسانی (۶۶) است که ۷ ردیف پایین‌تر از ردیف درآمدی آن است (۵۹)

۸- شاخص توسعه بر مبنای جنسیت:

این شاخص برای ۱۳۷ کشور محاسبه شده است. کشورهای سوئد، کانادا، نروژ و آمریکا بالاترین ردیف و کشورهای افغانستان، سیرالئون و نیجر پایین‌ترین ردیف‌ها را بخود اختصاص داده‌اند. ایران

نیز از نظر این شاخص در میان ۱۳۷ کشور در ردیف ۷۵ است و ۱۸ ردیف با شاخص توسعه انسانی فاصله دارد (شاخص توسعه انسانی ایران در میان ۱۳۷ کشور مذکور ۵۷ است).

از ردیف‌بندی شاخص توسعه بر حسب جنسیت چند نتیجه‌گیری حاصل می‌شود:

الف - هیچ جامعه‌ای با زنان رفتاری با مردان ندارد.

ب - حذف نابرابریهای زن و مردم منوط به برخورداری از یک درآمد بسیار بالانمی‌باشد.

ج - برابری زن و مرد لزوماً با رشد اقتصادی بسیار بالاتر تباط دارد.

د- کشورهای با شاخص بهتر، از تنوع فرهنگی، سیاسی، نژادی و... گسترده‌تری برخوردارند.

۹- شاخص توان بخشی:

این شاخص برای ۱۰۴ کشور محاسبه شده است. کشورهای نروژ، سوئد، دانمارک و فنلاند در ردیفهای اول تا چهارم و کشورهای موریتانی، کومور و نیجر در ردیفهای ۱۰۲، ۱۰۳ و ۱۰۴ می‌باشند. ایران نیز از نظر این شاخص در سطح بسیار پایینی (ردیف ۹۰) قرار دارد. (در میان ۱۰۴ کشور مذکور ردیف ایران از نظر شاخص توان‌بخشی ۹۰ است در حالیکه از نظر شاخص توسعه انسانی بر مبنای جنسیت ۵۴ و از نظر شاخص توسعه انسانی در ردیف ۴۸ قرار دارد). هیچ کشوری از نظر میزان این شاخص از $\frac{۰}{۸}$ تجاوز نمی‌کند.

۱۰ کشور بین $\frac{۰}{۶}$ تا $\frac{۰}{۸}$ و ۲۹ کشور نیز پایین‌تر از $\frac{۰}{۳}$ می‌باشند که ایران جزء این کشورهاست. هنوز اکثر کشورها تا رسیدن به مرحله گستراندن فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی به روی زنان راه درازی در پیش دارند. البته شاخص توان بخشی دارای اشکالاتی است به شغل زنان در بیرون از خانه و مزد و دستمزد آنها متکی است در حالیکه در اغلب کشور زنان به کار

نتایج:

الف: ۱ درصد افزایش در سرانه تولید ناخالص داخلی در ۱۹۹۳، ۱۳ درصد امید به زندگی را افزایش داده و از نرخ مرگ و میر کودکان در ۱۹۹۳ به اندازه ۱ درصد کاسته است.

۱ درصد افزایش در هزینه اجتماعی موجب ۳ درصد کاهش در مرگ و میر کودکان میشود.

۱ درصد افزایش در سهم درآمد ۲۰ درصد از فقیرترین اعضای جامعه، ۷ درصد از میزان مرگ و میر کودکان کم می‌کند.

ب: در ۱۹۷۰، ۱۱ درصد افزایش در میانگین نرخ رشد سرانه تولید ناخالص داخلی، کوتاهی امید به زندگی را ۲/۲ درصد کاهش میدهد و از مرگ و میر کودکان به اندازه ۱۶ درصد کاسته می‌شود.

۱ - ۱ درصد افزایش در میانگین سهم تولید ناخالص داخلی سرمایه‌گذاری شده در بهداشت و آموزش و پرورش (هزینه اجتماعی) کوتاه شدن امید به زندگی را ۱ درصد و نرخ مرگ و میر کودکان را ۲۴ درصد کاهش میدهد.

ج: ۱۰ درصد افزایش در امید به زندگی در ۱۹۷۰ معادل ۵/۷ سال میتوانست سالی ۱/۱ درصد بر میانگین نرخ رشد سرانه تولید ناخالص داخلی بیفزاید.

از نتایج چنین برمی آید که رشد درآمد، افزایش هزینه اجتماعی و توزیع برابرتر درآمد، همگی در توسعه انسانی تاثیر مثبت تعیین کننده دارند و بالعکس هر قدر امید به زندگی بیشتر باشد درآمد سرانه بالاتر است.

۲) سابقاً چنین تصور میشد که بین رشد و برابری یک رابطه متقابل وجود دارد و توزیع برابر درآمدها موجب تحت‌الشعاع قرار گرفتن مشوقها و در نتیجه پایین آمدن درآمد افراد میشود. فرض میشد اغنیا به تشویق و دلگرمی بیشتری برای پس انداز و



۲۰۰ سال وقت لازم دارند تا به سطح بالای توسعه انسانی برسند! در این میان کشوری مثل چین به ۲۵ سال و کشوری مثل هند به ۱۰۰ سال زمان نیاز دارد.

ضمیمه شماره (۵)

اضافات بر رابطه رشد اقتصادی و توسعه انسانی

۱) به منظور بررسی پیوند میان رشد اقتصادی و توسعه انسانی یک مطالعه اقتصادسنجی صورت گرفته است. در اولین بخش، تاثیر رشد اقتصادی، هزینه اجتماعی و توزیع درآمد بر سطوح و تغییرات در شاخص توسعه انسانی (امید به زندگی و مرگ و میر کودکان) بررسی شد.

در دومین بخش، با نگاهی به تاثیر امید به زندگی بر سرمایه‌گذاری ناخالص داخلی و توزیع درآمد بررسی بعمل آمد. حاصل بررسی نشان داد که رابطه مثبت و دوجانبه‌ای میان توسعه انسانی و رشد اقتصادی وجود دارد.

خانه‌داری و بدون دستمزد رسمی مشغولند و این نکته در شاخص لحاظ نشده است.

بسیاری از فعالیتهایی که در جامعه صورت می‌گیرد ناشناخته و بی‌ارزش میماند. گزارش ۱۹۹۵ برآورد کرده است علاوه بر ۲۳ تریلیون دلار حاصل کار جهانی ثبت شده در ۱۹۹۳، ۱۶ تریلیون دلار کار در جامعه مثل خانه‌داری نیز صورت گرفته که ۱۱ تریلیون دلار آن به زنان اختصاص دارد که آنهم عمدتاً در کشورهای در حال توسعه است و این بخوبی نقض شاخص توان بخشی را نشان میدهد. تلاشهایی در جریان است تا کار خانگی و خانه‌داری نیز در نظام محاسبات ملی ملل متحد گنجانده شود.

۱۰- چشم‌انداز ۱۵ سال آتی (تا سال ۲۰۳۰)

از نظر وضع توسعه انسانی با حفظ روند کنونی چنین است که کشورهای دارای وضع متوسط ۱۷ سال و کشورهای دارای توسعه انسانی سطح پایین بیش از



کند و کاوی در:

جهان اقتصاد

قسمت دوم

همکاری مردم با هم

هنگامی که مردمی طی مدت طولانی در کنار هم زندگی می‌کنند هنجارها و ارزش‌ها و باورهای مشترکی را پرورش می‌دهند که موجب غنای زندگی و کارشان می‌شود. آنها دارای سرمایه اجتماعی‌اند. این سرمایه مکمل سرمایه فیزیکی و انسانی است و آنها می‌توانند به شیوه‌ای کارآمدتر از سرمایه‌های مزبور استفاده و آنها را اداره کنند.

هزینه‌های معاملات سودگرانه را پایین می‌آورد و محیطی به وجود می‌آورد که در آن سرمایه‌گذاری، پس‌انداز و اشتغال امکان رشد دارد. بدین ترتیب در رشد اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کند.

مهمتر این که سرمایه اجتماعی برای توسعه انسانی اهمیت تعیین‌کننده‌ای دارد. مردم که به صورت یک بدنه فعال، همبسته و قوی، از طریق گروه‌های اجتماعی یا سازمان‌های غیردولتی عمل می‌کنند می‌توانند دستاوردهای

از دستاوردهای فردی داشته باشند. این نیز فضای فعالیت بیشتری را در اختیار کسانی می‌گذارد که بدون آن، ضعیف و ناتوانند.

هنگامی که بدین طریق مردم با هم کار می‌کنند به ایجاد یک چرخه مطلوب کمک می‌نمایند که یکی از شکل‌های سرمایه اجتماعی بر شکل دیگر بنا می‌کند. راه‌گزین یعنی انحطاط سرمایه اجتماعی و رفتن آن به سوی رفتار فردگرایانه و خودخواهانه، یک چرخه فاسد است که راه را به سوی آن، خشونت و جنایت هموار می‌سازد.

یک هویت جمعی مطمئن موجب تشویق پایداری می‌گردد. هنگامی که مردم با جامعه خود احساس هویت کنند خواهان بقای آن می‌شوند. و با این هدف یک چشم‌انداز بلندمدت پیدا می‌کنند و به تشویق انواع توسعه پایدارتر می‌پردازند.

سرمایه اجتماعی علاوه بر نقشی که در زندگی جمعی دارد از نفوذ، تاثیر گسترده‌ای برخوردار است یعنی بر تمامی فرایندهای

تاثیر می‌گذارد: اگر نهادهای ملی و محلی ریشه محکمی در هنجارها و ارزش‌های مشترک داشته باشند به احتمال زیاد به شیوه‌ای باز و شفاف اداره می‌شوند و امکان فساد و عدم کارایی بسیار کم می‌شود.

سرمایه اجتماعی در موفقیت توسعه انسانی در بسیاری از کشورها نقش مهمی برعهده داشته است. در سوئد، دهها ترکیب موفقیت‌آمیز رشد اقتصادی و پیشرفت در رفاه انسانی، بر پایه اجماع بخش‌های متعدد جامعه و از جمله کلیسا، اتحادیه‌های کارگری، کارفرمایان، حزب‌های سیاسی و دولت بنا شده است. در ژاپن پیشرفت خارق‌العاده ۳۰ سال گذشته عمیقاً در سنت‌های اجتماعی همکاری و تعاون ریشه دارد. در سایر کشورها تجربه تا بدین حد با توفیق رو به رو نبوده است: بخشی از علل فروپاشی اتحاد شوروی را می‌توان نبود «فضای مدنی» کارآمد خارج از نظام دولتی دانست.

پس چگونه سرمایه اجتماعی

تحول و توسعه می‌یابد؛ در بسیاری از جنبه‌ها این ربطی به دولت ندارد اغلب تشکلهای تعاون، خود به خودی‌اند و بدون نفوذ تاثیر دولت به کارشان ادامه می‌دهند. اما دولت‌ها می‌توانند نقش داشته باشند و از یک سو از راه هزینه‌های آموزشی بر قابلیت‌های مردم در زمینه‌های تعاون و همکاری بیفزایند و از سوی دیگر تضمینی به وجود آورند که اجزای متعدد و جدای از هم جامعه مدنی برای توسعه و تحقیق استعداد‌های بالقوه مردم از فضا و آزادی کافی برخوردار است.

معیار جدید ثروت ملی

بانک جهانی در حال بررسی راه جدیدی برای اندازه‌گیری ثروت ملی است. هرچند شیوه‌های ارزیابی خام است اما نتایج تکان‌دهنده‌ای به بار آورده است. اقتصاددانان از مدت‌ها پیش بر آن بوده‌اند که مهمترین عنصر تشکیل‌دهنده ثروت مولد یک کشور سرمایه فیزیکی (دارایی‌های تولید شده) است. اما بنا به ارزیابی بانک جهانی در ۱۹۹۲ کشور، سرمایه فیزیکی به طور متوسط تنها ۱۶ درصد ثروت را تشکیل می‌دهد سرمایه طبیعی مهمتر است و ۲۰ درصد سرمایه را تشکیل می‌دهد. از آن هم مهمتر سرمایه انسانی است که ۶۴ درصد ثروت را تشکیل می‌دهد.

سیطره سرمایه انسانی به خصوص در کشورهای برخوردار از درآمد بالا بارزتر است: در پاره‌ای کشورها مثل آلمان، ژاپن و

سوئیس ۸۰ درصد کل ثروت را تشکیل می‌دهد. در افریقای زیر صحرای که منابع انسانی توسعه چندانی نیافته بیش از نیمی از ثروت را منابع طبیعی تشکیل می‌دهد. این امر اهمیت استفاده از منابع طبیعی در کشورهای فقیر را به منظور ارتقای قابلیت‌های بیشتر انسانی نشان می‌دهد.

بانک در ضمن به کارگیری شیوه‌ای از ارزیابی را آغاز کرده است که معلوم می‌کند مجموع ثروت دستخوش افزایش بوده است یا کاهش، این معیار پایداری را «پس انداز اصیل» می‌نامند و نشان می‌دهد هر کشور چه میزان بر ارزش خالص خود افزوده و یا از آن کاسته است. در این معیار مصرف استهلاک سرمایه فیزیکی، و تهی شدن منابع طبیعی را از برون داده کسر می‌کنند باز هم مستأسفانه تهی شدن سرمایه انسانی به حساب نیامده است.

کشورهایی که در این زمینه رکورد خوبی دارند عبارتند از: هنگ‌کنگ، ژاپن، کره جنوبی و سنگاپور، آسیای خاوری با نرخ پس‌انداز اصیل سریعاً در حال افزایش از دهه ۱۹۸۰ به بعد توانسته است در اواخر دهه ۹۰ نرخ مزبور را به ۱۵ درصد تولید ناخالص ملی برساند. آسیای جنوبی نیز نرخ مثبتی داشته که تاحدی از نرخ بالا کمتر بوده است - افریقای زیر صحرای از اواخر دهه ۱۹۷۰ پس انداز منفی داشته است. در اواخر دهه ۱۹۸۰ نرخ سالانه پس‌انداز منفی به ۱۳ درصد تولید ناخالص ملی رسید در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰

خاورمیانه، افریقای شمالی، امریکای لاتین و حوزه کارائیب نیز در حال پس‌انداز منفی بوده‌اند.

هرچند معیار ثروت، روشنگر است اما کمبودهایی نیز دارد. برای مثال از سرمایه طبیعی فقط زمین، آب، جنگل و ثروت‌های زیرزمینی را به حساب می‌آورد و ارزش آنها برای بشریت را تنها با معیار پول برآورد می‌کند. بنابراین اقلامی مثل تنوع گونه‌های زیستی، که کارکرد اقتصادی آنها امری مسلم است به حساب نمی‌آید. ضعف دیگرش در آن است که منابع انسانی را به طور مستقیم برآورد نمی‌کند. به جای آن درآمد آینده کشور را برآورده می‌سازد و برای محاسبه کل سرمایه کنونی از نرخ تنزیلی استفاده می‌کند.

اما در مجموع، یک محدودیت اساسی در کل تجربه وجود دارد. برابر کردن رفاه انسانی با ارزش پولی سرمایه آن همان خطر را دربردارد که درآمد را با توسعه انسانی برابر بگیریم، باید ثروت مولد را به ثروت انسانی برگرداند بر قابلیت‌های مردم افزود تا یک زندگی سالم، شکوفای رضایت‌بخش و همراه با تحصیلات اداره شود. پس به سادگی نمی‌توان آن را به ارزش پولی اعم از درآمد یا ثروت تنزل داد.

تصدی کارهای بدون مزد

بسیاری از فعالیت‌هایی که در جامعه صورت می‌گیرد ناشناخته و بی‌ارزش می‌ماند. کار در خانه و در جامعه از جمله این فعالیت‌هاست. در کشورهای



صنعتی نزدیک به دوسوم جمع وقت کاری زنان و تنها یک سوم وقت کاری مردان - حساب نشده و ناشناخته می ماند. در کشورهای در حال توسعه نسبت برای زنان همان دوسوم و برای مردان کمتر از یک چهارم است.

گزارش توسعه انسانی ۱۹۹۵
برآورد کرده است که علاوه بر ۲۳ تریلیون دلار حاصل جهانی کار ثبت شده و در ۱۹۹۳، ۱۶ تریلیون دلار کارخانه داری و کار در جامعه نیز صورت می گیرد از این حاصل نادیدنی ۱۱ تریلیون دلار به زنان اختصاص دارد.

در اغلب کشورهای زنان بیش از مردان کار می کنند. در ژاپن مشقت کار زنان ۷ درصد بیش از کار مردهاست. این نسبت در اتریش ۱۱ درصد و در ایتالیا ۲۸ درصد است.

زنان در کشورهای در حال توسعه بیش از زنان کشورهای صنعتی در مقایسه با مردان کار می کنند.

و در مجموع سهم کار زنان ۱۲ درصد بالاتر از سهم مردان است این نسبت در روستاها به ۲۰ درصد می رسد زنان روستایی کنیا ۳۵ درصد بیش از مردان کار می کنند.

در پاره ای کشورهای مشقت کار زنان بیش از اندازه است. زنان هندی هفته ای ۶۹ ساعت کار می کنند در حالیکه ساعات کار مردان از ۵۹ تجاوز نمی کند. زنان نیپالی ۷۷ ساعت و مردان هفته ای ۵۶ ساعت کار می کنند. در مولداوی زنان هفته ای ۷۴ ساعت و در قرقیزستان هفته ای بیش از ۷۶ ساعت کار می کنند.

تلاش هایی در جریان است تا کار خانگی و خانه داری در نظام محاسبات ملی ملل متحد گنجانده شود. در مرور و تجدیدنظر در محاسبات سال ۱۹۹۳ برون داد (Output) اقتصادی همه کالاهای تولید شده در خانه برای مصارف شخصی به حساب آمده است. در این بازبینی محاسبات جانبی ثبت کامل همه کارهای غیربازاری و از جمله خدمات خانگی منظور شده است.

تنها هنگامی که کار خانگی و خانه داری و کارهای اجتماعی نیز کلاً به صورت کمیت درآیند و معادل پولی آنها برآورد شود کار زنان چنان که بایسته و در خور است شناخته و ارزش گذاری خواهد شد.

منبع: بانک جهانی b ۱۹۹۵

کلن ۱۹۹۸ پانامام ۱۹۹۳، دوایلدر ۱۹۹۵a

بقیه از صفحه ۳۷

خود منطبق و پیاده کنند. دفتر طرح و برنامه همچنین می تواند به عنوان محل نشر و اشاعه اصول و آرمانهای تعاون در منطقه مورد استفاده قرار گیرد.

آقای رودریگ همچنین بر فرصتها و همکاریهای تجاری گوناگون در پروژه های توسعه تعاون انگشت گذارد و صنعت گردشگری را به عنوان یکی از همین فرصتها نام برد. به پیشنهاد وی، تعاونیها در منطقه می توانند با هم متحد شده و با ارائه فکریهای بکر و بدیع، کشورهای متبوع خود را برای اعضاء تعاونیها به نقاط سیاحتی تبدیل کنند.

این مباحث همچنین برنامه ها و فعالیتهای جدید آ.سی.ای را شامل

می شود که از سوی آ.سی.ای و دفاتر منطقه ای آن به منظور رفع نیازهای اجتماعی و اقتصادی رو به رشد این منطقه تدوین می شوند.

این اولین دیدار آقای رودریگ با عنوان رئیس آ.سی.ای از سن پترزبورگ بود. در این سفر، آقای بروس تورودا، سن، مدیرکل آ.سی.ای و ری.ای و ری.ای، مدیر منطقه آسیا و اقیانوسیه وی را همراهی می کردند.

به رسمیت شناختن تعاونیها از سوی بانک توسعه آسیا (ADB)

بانک توسعه آسیا برای ایجاد ارتباط با سازمانهای تعاونی فعال در توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه آسیا و اقیانوسیه، یک کانون در دفتر مرکزی خود در مانیل ایجاد نمود. آقای م. ساتو، رئیس بانک توسعه آسیا، این تصمیم را در

نشستی با آقای بروس تورودا، سن، مدیرکل آ.سی.ای و رهبران تعاون آسیایی حاضر در مانیل به مناسبت برگزاری کنسرسیوم گروه محققان که از سوی دفتر منطقه ای آسیا و اقیانوسیه آ.سی.ای برپا شده بود اتخاذ نمود در این نشست ناتکو (NATCCO) برپا شده بود به عنوان سازمان عضو آ.سی.ای اعلام گردید.

بعلاوه آقای ویلیام ج. استوب، کارشناس ارشد توسعه اجتماعی، به عنوان محور ارتباطی با بانک توسعه آسیا انتخاب شد. آقای ساتو همچنین اظهار نمود که بانک توسعه آسیا، سازماندهای با سابقه برای شرکت در گردهمایی جهانی آ.سی.ای خواهد فرستاد. این گردهمایی در تاریخ ۲۹-۳۱ اکتبر در شهر سنول، کره و به دنبال مجمع منطقه ای آسیا و اقیانوسیه آ.سی.ای برگزار می شود.

- رئیس جلسه باید کوشش کند نظرات، انتقادات و پیشنهادات اعضای حاضر در جلسه را روی تخته سیاه بنویسد تا تمام حاضرین در جریان آن قرار بگیرند.

- پاسخگویی به انتقادات و سئوالات اعضا را با توجه به مسئولیت و حیطة وظایف، به مدیران مربوط ارجاع دهد.

- رئیس جلسه باید در هنگام بحث و مذاکره کوشش کند نقطه نظرات مخالف و موافق را دسته‌بندی کند. این امر بویژه برای حصول به نتیجه بهتر و رأی‌گیری بسیار حائز اهمیت است.

- وی باید ترتیبی اتخاذ کند که محور بحث تنها بر روی نظرات مخالف یا موافق متمرکز نشود. بلکه هم مخالفین و هم موافقین در بحث شرکت کنند. حالت ایده‌آل آن است که به ترتیب یک موافق و یک مخالف صحبت کنند.

- باید نتایج بحث را در هر مورد دقیقاً مشخص کند و با حروف درشت روی تخته سیاه بنویسد.

- بهتر است در صورت امکان از وسایل سمعی - بصری نیز استفاده کند. استفاده از این وسایل جلسه را برای اعضا جذاب و لذتبخش خواهد کرد. آنان توسط وسایل سمعی و بصری انگیزه بیشتری برای شرکت فعال در مباحثات خواهند داشت.

- در طول برگزاری جلسه، وی باید سعی کند اعضای حاضر را با ذکر نام آنها مورد خطاب قرار دهد نه به اشاره دست و ایما و اشاره.

ج - پایان جلسه

در پایان جلسه مجمع عمومی، پس رأی‌گیری و بحث و گفتگوها، نتایج و تصمیمها برای حاضرین اعلام می‌شود و براساس جریان کلی جلسه خلاصه مذاکرات و نتایج در صورت جلسه‌ای تنظیم می‌گردد. به طور کلی مهمترین نکاتی که در پایان جلسه از سوی رئیس جلسه و با

همکاری مدیران تعاونی باید اعمال شود، عبارتند از:

- در پایان جلسه، رئیس جلسه و بعد از وی رئیس هیئت مدیره باید از همه اعضای حاضر و مدیران تعاونی تشکر کند.

- برای انعکاس نتایج و تصمیمات اخذ شده به اعضای حاضر باید از تخته سیاه به نحو منطقی استفاده شود.

- رئیس جلسه باید مباحث مطرح شده را خلاصه و جمع‌بندی کند و به اطلاع حاضرین برساند.

- مدیران تعاونی بوسیله افرادی که از قبل تعیین کرده‌اند، از اعضای حاضر در جلسه پذیرایی کنند.

- رئیس جلسه و مدیران تعاونی به اتفاق یکدیگر بر تنظیم صورت جلسه وقت کافی مبدول کنند. در صورت جلسه باید دقیقاً مطالب مربوط به مباحثات، نتایج و تصمیمات به عمل آمده یادداشت و ثبت شود. در غیر این صورت ضمن آن که موجب سلب اطمینان اعضای تعاونی از مسئولین مربوطه می‌شود، بسیاری از اعتراضات آنان را در پی خواهد داشت.

- صورت جلسه تنظیمی باید به رؤیت اعضای حاضر در جلسه برسد و حتی‌المقدور همه اعضا ذیل آن را امضاء کنند.

- هرچه سریعتر و ترجیحاً روز بعد از برگزاری جلسه، تصمیمات اخذ شده به صورت یک اعلامیه در تابلوهای اعلانات شرکت تعاونی نصب گردد و اگر امکانات اجازه داد به تعداد کافی از آن کپی گرفته شود و به همه اعضای تعاونی تسلیم گردد.

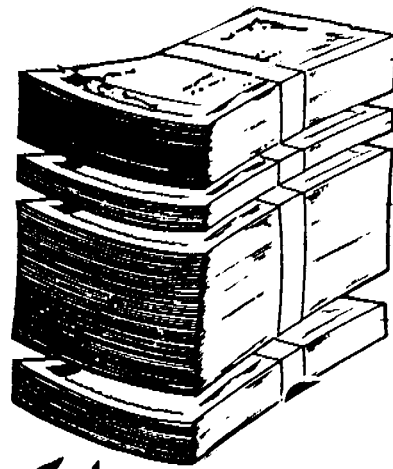
□ منابع

- سازمان مرکزی تعاون. "راهنمایهای عملی مجلسی آموزش تعاون". جلد اول - نشریه شماره ۱۱۲ - تهران ۱۳۵۶
- بهرامی، ابرج، "اصول شرکتهای تعاونی" انتشارات دانشگاه ملی ایران، تهران ۱۳۵۵
- لیسدلوا، اف. "آموزش و ترویج در نهضت تعاون. انتشارات سازمان مرکزی تعاون - نشریه شماره ۸. تهران ۱۳۴۶
- سازمان مرکزی تعاون، "بیانید به کمک هم شرکت تعاونی بهتری بنا کنیم. "آبان‌ماه ۱۳۵۵. تهران
- رشیدپور، ابراهیم. "آموزش سمعی و بصری" تهران. ۱۳۵۵
- عباسی، محمدرضا. "کاربری رسانه‌های آموزشی در ترویج و آموزش بزرگسالان." مجله جهاد. مهر و آبان ۱۳۷۴ (شماره ۱۷۷-۱۷۶)

بقیه از صفحه ۲۹

تعاونیهای آموزگاران مدارس

مؤسسان و گردانندگان این تعاونیها، آموزگاران مدارس ابتدایی و دبیرستانها هستند و تحت پوشش اتحادیه بازرگانی مربوط ۴۰ خود قرار دارند. ۷ درصد از کل فروش این تعاونیها را سواد غنایی و مابقی را مواد غیر خوراکی تشکیل می‌دهد. اعضا این تعاونیها معمولاً کالاهای مورد نیاز را پس از مراجعه به اوراق راهنمایی که اتحادیه تعاونیهای مصرف تهیه کرده‌اند، به وسیله پست سفارش می‌دهند. تعاونیهای آموزگاران مدارس، به منظور فراهم کردن لوازم التحریر، وسایل ورزشی و عواریدی از این قبیل برای دانش‌آموزان، اقدام به گشودن شرکتهای جداگانه کرده‌اند که متعلق به آنها است و به وسیله خودشان اداره می‌شود.



واقعۀ تاریخی در بانکداری تعاونی

تجربه شبکه تعاونی زنان هند

موفقیت‌های ناشی از داد و ستد به شیوۀ تعاونی در مقایسه با دیگر اشکال متفرقه معاملات تجاری، صرفاً از طریق تشویق اعضاء جهت مشارکتهای اقتصادی - اجتماعی خویش و در چارچوب یک تحرک دموکراتیک، بدست آمده است. تعاونیها محیطی خلق کردند که در آن افراد با درک تعهد و مسئولیتهای اجتماعی توانستند برای توسعه جوامع گوناگون تلاش و کوشش نمایند. تعاون بسیار فراتر از یک ایدئولوژی خود را نمایانده است. این تجربیات بوضوح، توانائی نهضت تعاون را جهت ارائه راه کارهای مناسب و مؤثر برای رفع نیازمندیهای اعضاء و موکلین آنها و نیز انطباق استراتژیهای برگزیده برای از بین بردن موانع پیشرفت سطح زندگی اعضاء به اثبات رسانده است.

مأخذ: نشریه گفتگوی تعاونی ICA
شماره ۱۹۹۸
برگردان از: گروه ترجمه

نهضت تعاون در هند:

در پنجاهمین سالگرد استقلال هند، نهضت تعاون نیز، این رویداد را جشن می‌گیرد. ارزشهای دموکراتیک و جوهر (روح) اختیار، نقاط برجسته و والای این دو رویداد یعنی استقلال و نهضت تعاون بوده‌اند. بدین روی، پیشگامان تأسیس تعاونیها در هندوستان، تعاونیها را تنها وسیله ایده‌آل برای رفع نیازهای شدید اقتصادی و اصلاح ساختار اجتماعی تلقی می‌کنند.

طی سالیان دراز، این دیدگاه از طریق اقدامات زائد بوروکراتیک و دخالت‌های

محیطی خلق کردند که در آن افراد با درک تعهد و مسئولیتهای اجتماعی توانستند برای توسعه جوامع گوناگون تلاش و کوشش نمایند. تعاون بسیار فراتر از یک ایدئولوژی خود را نمایانده است. این تجربیات بوضوح، توانائی نهضت تعاون را جهت ارائه راه کارهای مناسب و مؤثر برای رفع نیازمندیهای اعضاء و موکلین آنها و نیز انطباق استراتژیهای برگزیده برای از بین بردن موانع پیشرفت سطح زندگی اعضاء به اثبات رسیده است.

زمینه لازم جهت فعالیت زنان کارگر در هند، که در قالب یک نهضت اجتماعی زنان در بخش غیررسمی ظاهر شد، توسط خانم «جیایا، ونا چالام» و بمنظور سازماندهی زنان فقیر در هندوستان و از طریق فعالیتهای تجاری در ساختاری که مشارکت اعضاء را در تمام سطوح

بی‌مورد و متعاقباً موانع فراوانی که در مسیر تکامل تعاون پدید آمد، از شکل و محتوای اولیه و حقیقی خویش دور ماند. سطح پائین سواد و آموزش عمومی و دیگر معضلات اجتماعی موجود در جامعه هند، دولت را ملزم به بررسی، ارزیابی و نهایتاً ارائه راه کارهای مربوط به رفع این قبیل نابسامانیها کرد که در نتیجه، دخالتها شروع شده و از همین جا، تجاوز به استقلال داخلی و عدم وابستگی ساختار تعاونیها آغاز گردید!

«مشارکت اعضاء: کلید موفقیت»

موفقیت‌های ناشی از داد و ستد به شیوۀ تعاونی در مقایسه با دیگر اشکال متفرقه معاملات تجاری، صرفاً از طریق تشویق اعضاء جهت مشارکتهای اقتصادی - اجتماعی خویش و در چارچوب یک تحرک دموکراتیک، بدست آمده است. تعاونیها

تصمیم‌گیری فراهم می‌نمود، آغاز کردید. این نهضت فراگیر و جامع زنان در واقع نشانه‌دهنده نیازهای شدید و حاد زنان فقیر در هند به تعلیم و تربیت، بهداشت و درمان، تقویت بنیه مالی و اعتبار، بود.

در شرایطی که راهکارهای دیگری برای بیرون کشیدن فقرا از این دور و تسلسل فقر وجود نداشت، پرداخت اعتبار تنها انتخاب ممکن بود و اعتبار، تدارکات لازم جهت انتقال زنان از مرحله فقر به ثبات اقتصادی اجتماعی، در جوامعی که در آنها کار و زندگی می‌کنند - را فراهم می‌آورد.

شبکه تعاونی زنان هند، بعنوان بازوی اعتباری و مالی مجمع زنان کارگر و با انطباق کامل و پیروی از قوانین و مقررات مؤسسه مرکزی ثبت تعاونیها وابسته به دولت هند، پی‌ریزی و شروع بکار نمود. این شبکه تعاونی که در ابتدا دارای ۸۰۰ عضو بود، امروزه به یک نهضت تعاونی دارای ۴۵۰/۱۰۰۰ عضو «زن» فعال مبدل شده است. بانکهای تعاونی زنجیره‌ای وابسته به (ICNW)، که در آغاز بعنوان الگوهای تجربی نسبتاً کوچکی در ایالت «مدرس» شروع بکار کرد، بزودی مبدل به نهضتی فراگیر و تمام عیار، متشکل از هزاران زن دارای حق

مشارکت و فعال در ۱۵ زمینه مختلف منطقه‌ای، فرهنگی زیباشناسی و متون مذهبی اخلاقی، بکار خود ادامه داد. این رشد چشمگیر، صرفاً بلحاظ تعهد و ایده‌های اخلاقی معنوی سازمانی که بعنوان ریشه‌های اصلی و عمیق هویت و بوجود آورنده یک بانک تعاونی شناخته میشد، امکان‌پذیر گردید.

* شکستن رسم و رسوم:

از همان آغاز کار و در نخستین وهله، ICNW سعی بر این داشت تا این نظریه را که افراد فقیر بلحاظ عدم توانائی در بازپرداخت وامهای دریافتی، افرادی قابل اعتماد برای سیستم‌های بانکی نیستند را با ارائه میزان برجسته ۹۵ درصد بازپرداخت وامهای دریافتی، از اذهان عمومی پاک نماید.

این مسئله بدون به مخاطره افکندن تعهدات بانک نسبت به رسیدگی به فقیرترین اقشار زنان، انجام گردید. ICNW تأکید کرده است که افراد فقیر بی‌راستی شایسته و سزاوار دریافت اعتبارات و کمکهای مالی هستند. در همین راستا، عملیات بانکی غیررسمی و قابل تغییر، کلید موفقیت ICNW تلقی می‌شوند، در ابتدا،

شرایط پرداخت وام و اعتبار، توسط بانکهای ملی شده و براساس ضمانتی که از سوی خانواده، مجمع زنان کارگر و بمنظور قسط بندی وامها و حصول اطمینان از بازپرداخت آنها، تنظیم و اعلام گردید - ساختار رسمی و مقررات ویژه بانکداری، موانع اصلی را مطرح نمود؛ بدین ترتیب که این موانع قادر نبودند که در قبال میزان فزاینده و بسیار سریع عضوگیری خود را وفق دهند و در نتیجه نمی‌توانستند از عهده پرداخت وامهای کوچک فراوان و رو به تزاید، برآیند.

* تسهیلات رفع نیازهای ویژه:

یکی از دلایل عمده موفقیت بانک ICNW این است که این بانک همواره نسبت به رفع نیازمندیهای مشتریان و در نظر گرفتن اولویت در ارائه خدمات به آنها، از حساسیتهای خاصی را تعقیب نموده است. این بانک همیشه و بطور مداوم با بکارگیری روشهای بدیع در عملیات بانکی، به‌گونه‌ای که دسترسی به وامها در فضائی بسیار دوستانه و قابل دسترس فقیرترین اقشار امکان‌پذیر بوده است، عمل نموده است.

در سیستم بانکداری ICNW، اندوخته عضو، پیش شرط دریافت وام نمی‌باشد، حتی میزان سهم دریافت شده از اعضاء، پس از پرداخت وام به عضو، جمع‌آوری و برای عضو، انباشته میگردد. تمام این اقدامات جهت حصول اطمینان از این امر است امکانات مالی و اعتباری در دسترس زنان فقیر و بی‌چیز قرار خواهد گرفت، انجام میشود.

سرمایه اولیه ICNW بمیزان ۱۸/۲ میلیون روپیه هم اکنون به ۲۱۰ میلیون روپیه افزایش یافته و به‌این ترتیب یک شبکه بانکی معتبر و پایدار جهت ارائه خدمات به زنان فقیر از طریق مشارکت جدی اعضاء در تمامی سطوح عملیات اعتباری پدید آمده است.



روح و تعهد زنان در سیستم ICNW به گونه‌ای است که در بالاترین سطح اشتیاق و با ذوق فراوان، نظارت اولیه دولت بر تعاونیها را به یک راه و رسم زندگی تبدیل کرده و باین ترتیب به خود کمک کرده‌اند تا از فقر فزاینده رها شده و بجای آن از یک الگوی آموزشی فرهنگی استفاده کرده و میلیونها زن کارگر در هند و جنوب شرقی آسیا را به استفاده از این الگو در زندگی خویش، ترغیب نماید.

مبنای افزایش خدمات به ۳۰۰/۰۰۰ عضو (که از بین آنها تعداد ۲۴۰/۰۰۰ نفر یعنی همان ۸۰ درصد اعضا فقیری که زیرخط فقر زندگی می‌کنند)، طرح ریزی گردیده است. برنامه‌های ICNW با هدف خارج کردن ۳۵ درصد اعضا از زیر خط فقر، اعلام گردیده است. خدمات وابسته جنبی از قبیل طرحهای باننشستگی و تأمین معاش که هم اکنون ۶۲۰ عضو را دربرمی‌گیرد، بگونه‌ای طراحی شده‌اند که در آینده تعداد ۱۲۰۰ نفر را تحت پوشش بگیرد. خدمات توسعه تجارت و کسب و کار از جمله آموزش، کمکهای فنی و بازاریابی که در حال حاضر به ۲۱۴۰۰۰ عضو ارائه میشود، باهدف ارائه به افزون بر ۴۵۰۰۰۰ نفر عضو در آینده مورد نظر، تنظیم گردیده‌اند. پیشنهادات خاص ICNW برای اجرا تا سال ۲۰۰۵ براساس افزایش خودکفائی مالی ۱۰۳ درصدی فعلی اعضا به ۱۲۰ درصد در سال مذکور، پیش‌بینی و ارائه گردیده‌اند.

* تنظیم استانداردهای زندگی برای میلیونها نفر:

بانک ICNW، گواه روشنی است بر این مدعا که نهضت تعاون همانگونه که طراحی شده است، نهضتی است دموکراتیک، دارای استقلال داخلی و اختیار، که میتواند برآستی تمامی نیازمندیهای یک انقلاب اجتماعی اقتصادی را از پائین‌ترین سطوح جامعه تا بالاترین رده، فراهم نماید.

روح و تعهد زنان در سیستم ICNW به‌گونه‌ای است که در بالاترین سطح اشتیاق و با ذوق فراوان، نظارت اولیه دولت بر تعاونیها را به یک راه و رسم زندگی تبدیل کرده و باین ترتیب به خود کمک کرده‌اند تا از فقر فزاینده رها شده و بجای آن از یک الگوی آموزشی فرهنگی استفاده کرده و میلیونها زن کارگر در هند و جنوب شرقی آسیا را به استفاده از این الگو در زندگی خویش، ترغیب نماید.

پی‌نوشت: ICNW: شبکه تعاونیهای زنان هند.

وامهای جاری تعداد ۱۶۵/۳۰۰ نفر را نشان میدهد. برنامه ICNW تا سال ۲۰۰۵، بر



* افراد ذینفع: اعضا و مدیران (رهبران)

بدین ترتیب بانک ICNW در کنار یک گروه پرداخت کننده وامهای اعتباری تکوین یافته و به حیات خود ادامه میدهد. تمامی مراحل عملیات بانک توسط زنان اقشار پایین جامعه انجام گرفته و از طریق شناسائی یک گروه بالقوه جهت حصول اطمینان از بازپرداخت ماهانه وامهای دریافتی و بدون تأخیر بکار خود ادامه میدهند.

حتی مدیریت رسیدگی به عدم بازپرداخت وامها، توسط خود سازماندهندگان بانک، شکل گرفته و آنان هستند که پذیرای مسئولیت شده‌اند. بر مبنای همین روش مشارکتی است که ایده روند رشد مدیریت مشارکتی از پائین‌ترین سطح تا بالاترین رده مسئولیت، شکل گرفته و بتدریج ارتقاء یافته است.

اکثریت عظیمی از مدیران اداری، روسای هیات مدیره و اعضا در حقیقت همان فروشندگان کیک برنجی، دست‌فروشان، ماهیگیران، یراق دوزان و افزارندهای سابق میباشند که در حقیقت به‌عنوان سربازان و سرجوخه‌های سازمانهای خویش آغاز بکار کرده و در نهایت به مقام جانشین رئیس و خزانه دار آن سازمانها دست یافته‌اند.

* طرحها و برنامه‌های آینده

امروزه، نمایه اعضا دریافت‌کننده

نقش قدرت در سازمان

جلب همکاری و اخذ نظرات ارشادی به معنای نوعی کنترل غیرمستقیم فعالیت‌های پروژه است، کارها را در مسیر مناسب‌تر هدایت می‌کند، سیر حرکت را آرام و مؤثر می‌سازد، و اجرای حتمی آن را تضمین می‌کند. در نتیجه، مدیر می‌تواند با آسودگی خیال به کار خود ادامه دهد.

رژایت ماس کنترا^۱

ترجمه: دکتر غلامعلی سرمد

چون اکثر دستاوردهای ناشی از نوآوری با فعالیت‌های سازمان در ابعاد صف و ستاد آن برخورد پیدا می‌کند و ممکن است در نظم کارها اختلال ایجاد کند، لازم است مدیران پیشگام ابزاری فراتر از آنچه پست سازمانی در اختیار آنان می‌گذارد، داشته باشند. نوآوری‌ها سایر وظایف و زمینه‌های کاری را نیز دربرمی‌گیرد و به اطلاعات، توافقات و منابعی فراتر از آنچه برای فعالیت‌های روزمره نیاز داریم، وابسته است حتی مدیران تحقیق و توسعه نیز که انتظار داریم مبدع نوآوری باشند به اطلاعات، پشتیبانی و منابع زیادتری برای پروژه‌های مهم و بزرگ نیاز دارند. همچنین، لازم است بودجه‌های زیادتری در اختیار آنان قرار گیرد، زیرا در غیراین صورت احتمال توفیق آنان و پروژه اندک است.

چون مدیران پیشگام به منابع اضافی نیاز دارند، ناچار از مرز فعالیت‌های متداول سازمانی فراتر می‌روند. به همین دلیل، به

قدرت نیاز دارند. مشاهدات متعدد نشان می‌دهد که نداشتن قدرت به معنی باختن یا سقوط است. به بیان دیگر، نداشتن قدرت (نداشتن قدرت تجهیز منابع و نیروهای انسانی برای انجام امور) مدیران را به افرادی تبدیل می‌کند که بیش از هرچیز در تلاش برای پاسداری از مرزهای مدیریت خود هستند و به همین دلیل برای بهسازی سازمان کمتر دست همکاری به سوی دیگران دراز می‌کنند. در عین حال، هرگاه مدیران قدرت بالقوه داشته باشند ولی آن را در کارهای مولد سرمایه‌گذاری نکنند، قدرت یاد شده به تدریج نزول می‌کند یا راه پیشرفت را مسدود می‌سازد.

به علاوه، هنگامی که تعادل قدرت بین افراد برقرار نباشد، این عدم تعادل مسأله‌ساز می‌شود، برای آنکه قدرت به نتایج مطلوب برسد، لازم است مانند پول در گردش باشد. برای آنکه نوآوری را تحقق بخشند، لازم است مدیران در جریان گردش قدرت قرار گیرند تا بتوانند از آن استفاده کنند. به این تعبیر، قدرت سازمانی نوعی داد و ستد است: یعنی قدرت به صورت بالقوه وجود دارد تا اینکه کسی آن را

بگیرد، سرمایه‌گذاری کند، و نتایج مطلوب از آن به دست آورد.

آنچه باعث می‌شود مدیران به نوآوری نایل شوند، بدین شرح است: باید تا مرزهایی فراتر از فعالیت‌های معمولی را ببینند، نباید از قدرت به صورت انفرادی استفاده کنند بلکه می‌بایست آمادگی قبول همکاری دیگران را داشته باشند، باید بتوانند به راحتی و بدون مزاحمت از قدرت استفاده کنند، و مهمتر از همه اینکه قدرت را به دست بیاورند نه اینکه در انتظار اعطای آن توسط رده‌های بالاتر سازمان بنشینند. برای رسیدن به قدرت و دست زدن به ابتکار و پیشگامی سه پیش شرط لازم است: (۱) جمع آوری اطلاعات، (۲) در اختیار گرفتن منابع، (۳) جلب حمایت دیگران. ممکن است مدیران بتوانند قسمتی از این ملزومات را در حوزه فعالیت خود تأمین و از آن استفاده کنند؛ برای این منظور باید نسبت به تجهیز امکانات و نیروی انسانی موجود توانا باشند. در عین حال، لازم است اطلاعات و منابع و حمایت باقی مانده را از سایر واحدهای سازمان - همراه با بودجه و نیروهای انسانی اضافی و مانند آن - تأمین نمایند. در واقع، می‌گویند نوآوری کار مدیرانی است که همواره در جستجوی منابع انسانی و غیرانسانی اضافی در داخل و مخصوصاً خارج سازمان باشند. بی‌شک این منابع و بودجه‌های مربوط به نسبت نوع کار و سازمان، متفاوت و متغیر است، هرچند در هر صورت به دست آوردن آن به صرف انرژی و وقت و دقت مدیران بستگی دارد.

مراحل انجام کار یک پروژه: نمونه‌ای از طرز کار مدیران قدرتمند

به طور کلی مراحل انجام یک پروژه جدید و توأم با پیشگامی را بدین شرح برمی‌شمارند: (۱) تعریف پروژه (جمع آوری و استفاده از اطلاعات برای شکل دادن یا تدوین یک پروژه سالم و شدنی)، (۲)



جلب همکاری (تدوین شبکه همکاری بین منابع مختلف)، ۳ اقدام (کاربرد امکانات، اطلاعات، و حمایت‌های جلب شده برای انجام امور). آنچه در زیر می‌آید، توضیحاتی مفصل‌تر درباره این مراحل است.

تعریف پروژه: پیش از تعریف پروژه لازم است مدیر، مسأله را شناسایی کند. اعضای هر سازمان درباره راه‌های رسیدن به هدف دیدگاه‌های یکسان ندارند، و به این دلیل کشف علل این تفاوت آراء برای توفیق مدیر اهمیت فراوان دارد.^۳

آنگاه که اطلاعات پراکنده‌ای از منابع مختلف گردآوری شد، جمع بندی آن برای نیل به هدف مشخص آغاز می‌شود. سپس لازم است مدیر با رده‌های بالاتر از خودش مشورت نماید، هرچند ممکن است به سادگی حاضر نباشند او را راهنمایی کنند. در عین حال، طرح کلیات و شمه‌ای از اطلاعات به دست آمده با آنها معمولاً خالی از اشکال و مددکار مدیر است.

مسأله مشورت درخصوص تبادل نظر مدیر با زیردستان نیز مطرح است، اگرچه در اینجا نیز احتمال دارد مدیر نتواند راهنمایی‌های چندان چشمگیری از آنها دریافت کند. با اینحال، کسانی که در کار خود تخصص دارند یا مدتی در پست‌های مدیریتی فعالیت کرده‌اند، به صورت بالقوه مشاوران خوبی هستند، هرچند کارمندان معمولی نیز می‌توانند مشاوران خوبی باشند.

به این ترتیب، اگرچه سرآغاز کار پروژه دادن مأموریت به مدیر برای اجرای آن است، اما عملاً اجرای آن پس از طی مراحلی که به اختصار اشاره شد، آغاز می‌شود. در واقع، مدیر خلاق بسیار کم به اندیشه‌های خودش، و بسیار زیاد به آنچه از اینجا و آنجا گردآورده تکیه می‌کند، اگرچه در نهایت باید آخرین تصمیم را خودش اتخاذ کند.

جلب همکاری از اینجا بهره‌برداری از

که تقریباً همزمان با مرحله جلب همکاری شروع می‌شود و طی آن مدیر بازیگران اصلی پروژه را مشخص می‌سازد. بنابراین، تنها برای سهولت بحث، اقدام از "جلب همکاری" جدا و طی بحث مستقل عرضه می‌شود.

در مرحله اقدام، اشخاصی که برای انجام کار پروژه انتخاب شده‌اند، به صورت یک نیروی کار سازماندهی می‌شوند، توضیحات لازم به آنان داده می‌شود، مشاغل هر کدام مشخص می‌شود که مدیر آنها را برای وظایف جدیدشان آماده می‌کند، اندیشه‌ها و پیشنهادهای آنان را می‌پرسد تا هم نظرات آنان را اصلاح و هم در پیشبرد کارها از آن استفاده کند، و سهمی را که از منافع نصیب هرکس خواهد شد، مشخص می‌کند. در نتیجه، انتظار می‌رود همگان با تعهد لازم کار را آغاز کنند و به انجام برسانند.

در خلال انجام کار مدیران چهار وظیفه دارند: اینک جزئیات فنی پروژه و کارهای واقعی مرتبط با اهداف پروژه در اختیار اعضای گروه است. البته مدیران برای انجام کار اظهارنظر یا در آن مشارکت می‌کنند، اما وظیفه اصلی آنها حول حفظ

منابع در پرتو حمایت دیگران آغاز می‌شود. این حمایت باید از واحدهای مختلف و افراد متعدد سازمان جلب شود. برقراری روابط دوستانه با منابع انسانی ناآشنا، حفظ روابط دوستانه با آشنایان سابق، و بهره‌برداری از این حمایتها از ارکان اساسی قدرت و موفقیت مدیران است. در واقع، با مشورت و جلب حمایت می‌توان یک شبکه ارتباطی ایجاد کرد که ضمن ارائه نظرات جدید، گاه و بیگاه اشتباهات احتمالی را به مدیر یادآور شود تا این بازخورد در پیشبرد کارهای بعدی مورد استفاده قرار گیرد.

به بیان دیگر، جلب همکاری و اخذ نظرات ارشادی به معنای نوعی کنترل غیرمستقیم فعالیت‌های پروژه است، کارها را در مسیر مناسبتر هدایت می‌کند، سیر حرکت را آرام و مؤثر می‌سازد، و اجرای حتمی آن را تضمین می‌کند. در نتیجه، مدیر می‌تواند با آسودگی خیال به کار خود ادامه دهد.

اقدام به معنی این است که کار پروژه از این لحظه شروع می‌شود، زیرا به طوری که دیدیم، در مرحله دوم کار عملی آغاز شده است. بنابراین، اقدام را باید فعالیتی دانست

مرزها و هماهنگی پروژه و اعضای آن دور می‌زند.

بنابراین، نخستین وظیفه مدیر حل و فصل اختلافاتی است که احتمال می‌رود در ضمن انجام کار بروز کند. مدیران پیشگام به نخستین نشانه‌های بروز اختلاف توجه دارند و فوراً در صدد چاره‌جویی برمی‌آیند. اصولاً در اینگونه موارد، مقاومت در برابر آنچه حادث می‌شود کارها را تسهیل می‌کند و راهی را که ممکن است مسدود شود، گشاده نگاه می‌دارد.

در همین مقوله، لازم است مدیران به انتقادهای التفات ویژه داشته باشند. در واقع، باید دانست که همیشه انتقادهای از روی لجاجت یا به قصد کارشکنی نیست، بلکه می‌توان از آن بدین سبب استقبال کرد که حالت باز خورد دارد و نقاط ضعف را به آگاهی مدیر می‌رساند.

صرف وقت زیادتر برای تشکیل جلسات گفت و شنود رسمی و غیررسمی از دیگر کارهایی است که باید انجام شود، ضمن اینکه می‌بایست مدیر خود را برای این جلسه‌ها آماده کند. در واقع، آمادگی برای شرکت در این جلسات و شنیدن انواع سخنان و هشدارها و انتقادهای موجب می‌شود، که مدیر با خوشبینی زیادتری گفته‌ها را بشنود، چالشهایی را بشناسد، تا حد امکان حالت دفاعی در بخش به خود نگیرد، و در نهایت تمامی این مطالب را از صافی قضاوت سرشار از واقع بینی خود بگذراند تا بتواند به نحو احسن از آن استفاده کند.

دومین وظیفه مرحله اقدام، حفظ سرعت حرکت است. به طور معمول کم کاری و کندکاری پدیده‌های متداول در اکثر نقاط جهان است، که طبعاً اگر کار در جریان سنگین باشد، چنین حالاتی زیادتر دیده می‌شود. به بیان دیگر، اکثر انسانها علاقه دارند کارهای عادی و حتی تکراری انجام دهند. به همین دلیل، مدیران نوآور در



ترغیب زیردستان به عدول از عادت یا سنت یا مشکلاتی مواجه می‌شوند که باید پیش از شروع کار خود را برای آن آماده سازند.

از جمله راههای غلبه بر روحیه کم کاری و کندکاری، استفاده از عوامل انگیزشی است که نیازی به بازگویی ندارد، زیرا تقریباً همه این عوامل را می‌شناسند. با اینحال، شایان یادآوری است که مدیران پیشگام از همان آغاز کار به عوامل انگیزشی متوسل می‌شوند نه اینکه در انتظار بمانند تا هر وقت سرعت کند شد، از آن استفاده کنند.

دیگر نکته شایان یادآوری، مهارت مدیر در تشکیل گروهی است که می‌بایست کارها را انجام دهند. یکی از این مهارتها، ترغیب تک تک کارکنان به یاری عوامل انگیزشی است. برای مثال، لازم است به همه اطمینان داده شود که رده‌های بالا از پروژه و اعضای آن حمایت می‌کنند.

سومین وظیفه را می‌توان طراحی مجدد نامید. توضیح اینکه معمولاً در جریان کار و همراه با پیشرفت آن نکات و مسایلی مطرح می‌شود که لازم است در طرح اولیه هر کار یا پروژه تغییراتی داده شود. برای مثال، ممکن است در جریان کار این نتیجه حاصل شود که استفاده از کامپیوتر در حدی که

تصور می‌رفت کارساز نیست. حال اگر برای کاربرد کامپیوتر برنامه‌ریزی قابل ملاحظه‌ای صورت گرفته باشد، اینک که باید نیروهای انسانی جانشین کامپیوتر شوند، لازم است این موضوع قبل از طراحی مجدد به اطلاع اعضای پروژه برسد.

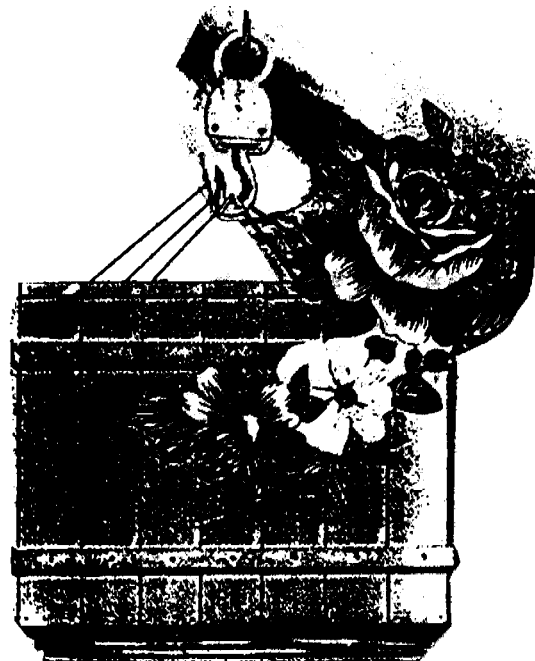
و بالاخره چهارمین وظیفه را ارتباطات برون سازمانی می‌دانیم. دیدیم که پروژه با جمع‌آوری اطلاعات شروع شد، ولی اینک لازم است اطلاعاتی به خارج داده شود. برای مثال، اکثر مدیران ترجیح می‌دهند مطالبی را به روزنامه‌ها یا سایر مطبوعات بسپارند تا هم رده‌های بالا، هم کارکنان پروژه و هم سایر همکاران از نتایج کار و دستاوردها آگاه شوند. طبعاً هرچه سرمقاله‌های مطبوعات به چنین اخباری اختصاص داده شود، تاثیر روانی آن بر گروه کار زیادتر خواهد بود و بی‌تردید برای حفظ دستاورد و شهرت خود بیشتر تلاش خواهند کرد. بدون تردید، هرگاه به اقداماتی شبیه الصاق بریده‌های جراید در راهروها، یا خواندن خبرهای نسبتاً کوتاه در مراکز تجمع متوسل شوند، مدیران می‌توانند به اعضای گروه بازخورد زیادتری بدهند و برای آنان عوامل انگیزشی زیادتری فراهم کنند.

در مجموع، می‌توان روشهایی را که مدیران آدرتمند و پیشگام بکار می‌برند، یا باید بکار ببرند، به شرح زیر خلاصه کرد:

۱- هرچند گاه و بیگاه قدرت نمایی ضرورت پیدا می‌کند، بهتر است بیش از آنکه دستور می‌دهند، زیردستان را تشویق کنند.

۲- تشکیل جلسات متشکل از کلیه اعضای گروه یا زیردستان، و استفاده از آن به شرحی که گذشت، یک روش کارآمد است.

۳- نظرخواهی از مشتریان یا مصرف‌کنندگان خارج از سازمان و استفاده از آن، چه رأساً توسط مدیر و چه پس از بحث درباره آن با زیردستان، یک



مقدمات صادرات

اطلاعات مورد نیاز را می‌توان از موسسات اقتصادی بین المللی، نهادهای اقماری سازمان ملل متحد و سازمان جهانی تعرفه و تجارت نیز دریافت کرد با همه اینها، کسانی که می‌خواهند به شناخت وسیعتری درباره بازار کالاهای خاص نایل شوند، بهتر است در خود بازارها حضور به هم رسانند و یا با حضور در نمایشگاههای تجارتي و تخصصی رشته‌های مربوط در سایر کشورهای جهان، با موسسات خریدار و توزیع کننده کالا در مناطق جغرافیایی مختلف مربوط بشوند.

سرمایه و سود مناسب آن بهره بگیرد. در صدور محصولات کشاورزی و غذایی مراحل متعددی وجود دارد که ناکارایی عملکردها در هر مرحله موجب بروز ناکامی در رسیدن به مقصود نهایی می‌گردد و به دلیل فساد پذیری محصول صادراتی، خسارت سنگینی نیز به صاحب کالا و صادر کننده وارد می‌شود که در شرایط شکننده امروز اقتصادی کشور که صنایع غذایی از کمبود ملی شدیدی در رنج هستند، قابل جبران نیست. این مراحل را به ترتیب اهمیت مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱- انتخاب بازار مناسب برای صدور کالا: کدام محصول را با کدام کیفیت و با

ورود به بازارهای خارجی احتیاج به تمهیداتی بسیار بیش از آنکه برای توفیق در بازار داخلی مورد نیاز است، دارد و دانش و روشی می‌طلبد که صادرکنندگان ایرانی کمتر با آن آشنا هستند. گفته می‌شود مهمترین اهرم موفقیت در این بازارها تبلیغ است که صنعتگران اروپایی گاه بیش از سرمایه‌ای که برای ایجاد خود صنعت لازم است برای تبلیغ تولیدات همان صنعت هزینه می‌کنند. با چنین نگرشی معلوم است که پیش از ورود محصول به بازار جو بسیار مناسبی برای جذب آن به وجود می‌آید که سرمایه گذار می‌تواند از آن برای بازگرداندن

کدام نرخ به کدام بازار، باید صادر کرد. این مهمترین کاری است که باید قبل از شروع هر برنامه صدور محصولات غذایی انجام گیرد. شناخت بازار به تولید کننده و صادر کننده، هر دو امکان می‌دهد که با چشم بازتری وارد رقابت با دیگر حریفان بازارهای بین المللی برآیند.

برای انتخاب بازار مناسب کارهای زیادی می‌توان انجام داد که مرحله اول آن جمع آوری اطلاعات اولیه درباره هر بازار است. در جهان معاصر در هر عرصه تولیدی کشورهایی شهره‌اند. نهادهای بزرگ و فراگیری وجود دارد که اطلاعات مربوط به بازرگانی بین المللی را بازتاب می‌دهند. خوشبختانه بانکهای اطلاعاتی و سیستم‌های کارآمدی مانند شبکه «اینترنت» نیز وجود دارد که امکانات وسیع ارتباطی را در اختیار هر جستجوگری قرار می‌دهد.

اطلاعات مورد نیاز را می‌توان از موسسات اقتصادی بین المللی، نهادهای اقماری سازمان ملل متحد و سازمان جهانی تعرفه و تجارت نیز دریافت کرد با همه اینها، کسانی که می‌خواهند به شناخت وسیعتری درباره بازار کالاهای خاص نایل شوند، بهتر است در خود بازارها حضور به هم رسانند و یا با حضور در نمایشگاههای تجارتي و تخصصی رشته‌های مربوط در سایر کشورهای جهان، با موسسات خریدار و توزیع کننده کالا در مناطق جغرافیایی مختلف مربوط بشوند.

اما عواملی که در انتخاب بازار مناسب باید مطرح بشود، نخست تقاضای موجود در بازار و در مرحله بعدی سلیقه بازار مصرف است. این شناخت امکان می‌دهد که صادر کنندگان از میان تولیدات کشور همان‌هایی را برگزینند که امکان بیشتری برای توفیق توسعه بازار آنها در کشور مقصد وجود دارد.

مؤسسات بازرگانی بین المللی معمولاً وضعیت تولید و فروش اکثر محصولات را که در قلمرو تجارت بین المللی می‌کنند، به صورت روزمره مورد بررسی قرار می‌دهند و گزارشهای هفتگی، فصلی و سالانه درباره روند معاملات تهیه می‌کنند می‌شود باید همه این محاسبات را در خود داشته باشد و به گونه‌ای برآورد بشود که کالا در سطح خرده فروشی بتواند با محصولاتی که از سوی دیگران به همان بازار عرضه می‌شود، رقابت کند. صادر کننده باید از طریق دستکاری روی هر یک از شاخص‌های اثر گذار بر روی قیمت تمام شده، قیمتی را که خریدار پیشنهاد می‌کند به پایین‌ترین سطح کاهش بدهد.

برای مثال خرید یکجای کالا باعث تفوق در تعیین قیمت اولیه واحد محصول می‌شود. این کار به پایین آمدن هزینه بسته بندی نیز در سطح انبوه یاری می‌رساند. هزینه‌های حمل با کسب اندکی تجربه و استفاده از بهترین روش‌های حمل اعم از ساده و یا مرکب می‌تواند کاهش یابد و در نهایت کاستن از قیمت نهایی فروش کالا به مصرف کننده را مقدور سازد. هدف نخست از ورود به بازارها کسب منافع دراز مدت به جای دل بستن به سودهای کوتاه مدت باید باشد. در حقیقت سود اصلی در صادرات از طریق صدور انبوه قابل تامین است و صدور محموله‌های کوچک معمولاً جز در موارد خاص متضمن سودی نخواهد بود.

۴- کسب اطمینان از تداوم برنامه صادرات:

با انتخاب محصول مناسب و مرغوب و تعیین نرخ قابل رقابت، کار نفوذ در بازارهای خارج هنوز تمام نشده است. تداوم برنامه صادرات نیز در جای خود دارای اهمیت زیادی است. مشتری خارجی تنها با تداوم دسترسی به یک محصول منتخب می‌تواند از بازار آن پشتیبانی کند، بنابراین صدور مقطعی یک محصول به



حمل کالا مرتباً ادامه یابد تا کاستی‌های موجود کالا در بازار فروش، بر حجم فروش اثرات منفی نگذارد. یک فعالیت صادراتی زمانی پویا و ماندگار خواهد بود که مانند رودخانه‌ای آرام، جاری باشد.

ایجاد مؤسسات محلی و گماردن مدیران فروش برای استقرار در محل می‌تواند یکی از راههای کسب چنین اطمینانی باشد. این مدیریت با کنترل منظم موجودی انبارها و دسترسی به اطلاعات مربوط به کشش بازار می‌توانند در هر حال بهترین توصیه‌ها را برای تنظیم امور حمل و توزیع به عمل آورند.

۵- حمل و نقل و سالم رسانی محصول به بازار:

بعد از آن که همه مراحل اولیه مانند: انتخاب و سفارش کالا و هم چنین انتخاب مشتری و عقد قرار داد فروش انجام گرفت، نوبت بارگیری و حمل کالا فرا می‌رسد. در این مرحله انتخاب بهترین راه حمل و

بازارهای خاص حتی اگر منافع کوتاه مدت بیشتری نیز بدان متصور باشد، نمی‌تواند موقعیت ماندگاری در اختیار صادرکننده بگذارد.

بدون شک شروع هر کاری در ابتدا سرمایه گذاریهای مقدماتی زیادی می‌طلبد که می‌تواند به گرانتر تمام شدن هزینه عملیات بازرگانی منجر بشود. اما با ادامه کار هزینه‌های اولیه سرشکن شده و سهم آن اثر ناچیزی بر کل قیمت فروش می‌گذارد. بنابراین عملکرد صادرات تنها زمانی موفق خواهد بود که برنامه صدور کسالی خاص برای دوره درازمدت با خریداران کالا در کشورهای دیگر است. بنابراین مذاکرات باید بر مبنایی استوار شود که حصول به این هدف را امکان پذیر کند.

همزمان با کسب این اطمینان باید از روند دریافت محمولات صادراتی از سوی تولید کننده نیز مطمئن شد. باید جریان

وسيله نقلیه، خود یک فعالیت تخصصی و موثر است. طبقاً صادرکنندگان از ابتدا بر این روش‌ها وقوفی ندارند، اما به تدریج در می‌یابند که حمل کالا از چه مسیری هایی با که مطالعه آنها هر تولید کننده‌ای را به صورت کامل در جریان وضعیت بازار، حجم تقاضا، تنگناها و غیره قرار می‌دهد. برای گام نهادن در یک قلمرو ناشناخته و تاریک، چراغی لازم است که در این امور خاص همان دسترسی به اطلاعات روز درباره وضعیت کالا و بازار است.

۲- کسب اطمینان از کیفیت محصول صادراتی:

بازارهای خارج از کشور هر کدام به میزان خاصی در مورد کیفیت محصولات غذایی وارداتی حساسیت دارند. موضوع بسته بندی کالا نیز نباید از نظر دور بماند. بنابراین انتخاب جنس مناسب برای بازار مورد نظر مهمترین کاری است که باید در این مرحله مورد توجه قرار گیرد.

صدور محصولات نامرغوب حتی در بازارهایی نیز که کیفیت فدای قیمت نازل فروش می‌شود، در درازمدت به بازارهای خارجی صدمه می‌رساند. دیدیم که در مورد محصول ماکارونی کشور که در داخل با استقبال روبه روشد و فروشندگان خارجی را از بازار بیرون راند، در منطقه آسیای میانه که با شوق و ذوق از این محصولات استقبال کردند، چه اشتباهاتی مرتکب شدیم و بازار آماده این منطقه را به افول کشاندیم.

تجربه تلخ صدور ماکارونی به کشورهای آسیای میانه و ماورای قفقاز نشان می‌دهد که موضوع کیفیت حتی در این بازار نیز که طالب اجناس ارزانتری است تا چه حد می‌تواند به عدم موفقیت و ناپایداری بازار منتهی بشود. در حالیکه بازار گسترده منطقه تولیدکنندگان ماکارونی ایران را به شوق برای افزایش تولید کشاند و واحدهای صنعتی متعددی

پا به عرصه وجود گذاشتند، اما عملکرد نامناسب صادرکنندگان که بخشی از آنها با خود صنعت نیز ارتباطی نداشتند و محصول داخلی را به صورت دست دوم خریداری می‌کردند، بروز رقابت ناسالم برای پایین نگاه داشتن قیمت و در نتیجه کاهش کیفیت محصول صادراتی موجب شد که محصول ایران در این بازارها بدون فروش بماند و تقلای صادرکنندگان علیرغم نرخ بالای محصولات ترکیه در این بازار که با کیفیت ثابتی عرضه می‌شد، راه نفوذ این محصولات را سد کند.

محصولات صادراتی کشاورزی و غذایی برای ماندگاری در بازار جهانی بیش از همه چیز بر ثبات کیفیت و حفظ آن در سطحی معتدل نیاز دارد. بنابراین صادرکنندگان در مرحله انتخاب جنس باید دقت فزاینده‌تری معمول دارند و همه تمهیدات را به کار برند تا صنایع تولیدی هر رشته محصولی استاندارد و یکنواخت برای صدور در اختیار آنها قرار بدهند.

۳- تعیین قیمت مناسب برای بازارهای خاص:

حساسیت مشتریان در بازارهای مختلف نسبت به قیمت کالاها یکنواخت نیست و بیشتر با شرایط اقتصادی کشور مقصد وضعیت ذائقه و سلیقه مشتریان بستگی دارد.

به همین خاطر تعیین قیمت تمام شده برای سطح خرده فروشی، اهمیت شایانی در توفیق یک برنامه صادراتی کارآمد دارد.

قیمت فروش هر کالا در سطح خرده فروشی بر آیند قیمت تمام شده محصول در محل کارخانه یا واحد تولیدی، هزینه‌های پردازش و بسته بندی نهایی، هزینه‌های حمل، هزینه‌های توزیع و سود عوامل نهایی توزیع است. البته باید مبلغی نیز برای سود کل عملیات در قیمت گذاری نهایی منظور بشود تا صادرکننده نیز از این فعالیت سود مناسبی ببرد و به ادامه

فعالیت راغب بماند.

قیمتی که به خریدار اول پیشنهاد در دسر کمتری همراه است و محموله زودتر به مقصد می‌رسد. البته شرکت‌های حمل و نقل جاده‌ای بین‌المللی و کارگران شرکت‌های حمل دریایی نیز می‌توانند نظرات کارشناسی مناسبی در این زمینه ارائه بدهند. رانندگان کامیون‌های که در مسیرهای بین‌المللی رفت و آمد می‌کنند بهترین کسانی هستند که می‌توانند موقعیت هر محور را برای صادرکننده کالا تشریح کنند.

همراه با انتخاب مسیر و بحث بر سر نرخ حمل، صادرکننده باید تصمیم مناسب را نیز در مورد وسیله نقلیه بگیرد. با توجه به زمان طی فاصله، فصل حمل و شرایط لازم برای کالای مورد حمل، می‌توان وسیله مناسب‌تری را از شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی خواستار شد. در حمل مرکب قصد آن است که کالا سریعتر و با هر وسیله‌ای که به اصطلاح «دم دست بود» به مقصد برسد. نکاتی که در انتخاب مسیر و وسیله حمل کالا حتماً باید مورد توجه قرار گیرد، مناسب بودن وسیله حمل با نوع محموله است. اگر کامیون از مناطقی می‌گذرد که گرمای هوا در فصل تابستان به فساد محموله منتهی بشود، باید مسیر را از محور سردسیرتری انتخاب کرد و یا وسیله نقلیه‌ای به کار گرفت که امکان نگاهداری محموله را در درجه حرارت مناسب داشته باشد.

برخی محصولات مانند سیب زمینی و پیاز را می‌توان به صورت فله‌ای در داخل گونی یا جعبه حمل کرد و نیاز به تمهیدات نگهداری خاصی ندارد، اما اگر این کار در اواسط تابستان انجام گیرد و مسیر کلا از مناطق گرم بگذرد، باید زمان حمل بسیار کوتاهتر بشود. در فصل زمستان از محمولات سبزی و میوه در مناطق سردسیر ممکن است دچار یخ زدگی شود و

به صورت مطلوبی به مقصد نرسد. تمامی این نکات باید در انتخاب مسیر و وسیله جابه جایی کالا ملحوظ نظر قرار گیرد.

استفاده از کانتینر برای حمل محمولات بسته بندی شده که قابلیت انباری طولانی تری دارند در هر مورد بهترین انتخاب است که در همه روشهای حمل مرکب می تواند به کوتاه شدن عملیات جابه جایی کمک برساند. در یک کلام مرحله حمل باید با دقت برنامه ریزی بشود تا محموله

در زمان مناسب و تعیین شده در قرار داد به دست مشتری برسد.

۶- پشتیبانی از بازار و حمایت از مصرف کننده:

با یافتن بازار و مشتری و تحویل کالا در زمان تعیین شده در قرارداد فروش، مسئولیت صادر کننده تمام می شود. او باید پیوسته در کنار فروشنده نهایی قرار گیرد تا به نیازهایی که از سوی بازار مطرح می شود پاسخی مناسب بیابد. وضعیت فروش کالا در سطح خرده فروشی در

بازارهای مختلف نیاز به اعمال مدیریتی کارساز در روند جمع آوری اطلاعات و دریافت و اعمال پیشنهادهای خریداران دارد. این مرحله در حقیقت تضمینی برای ادامه فعالیت صدور و محکم تر کردن جایگاه محصول صادراتی در بازار مقصد است.

مأخذ - کتاب چهارمین راهنمای جامع صنایع غذایی ایران
- انتشارات آفرینان
- خرداد ۷۷

بقیه از صفحه ۵

کادر اجرایی و اداری خود بپردازند و بدین وسیله پیشرفت تعاونی را تضمین نمایند.

این ضرورتی است که باید به طور جدی مورد توجه قرار دهیم و از هرگونه تنگ نظری در این زمینه بپرهیزیم. طبیعی است که در راه حصول به این مقصود نظارت و هدایت و برنامه ریزی وزارت تعاون میتواند بسیار تعیین کننده راهگشا و نتیجه بخش باشد.

کار خواهد داشت. در چنین مواردی می توان قرار داد مشترکی برای تقسیم درآمد، بین نیروی کار و تعاونی مصرف منعقد نمود که متضمن منافع و مصالح طرفین باشد و جهت تامین سرمایه از امکانات اعتباری تبصره ها کمک گرفت.

مورد مهم دیگری که در همه انواع تعاونیها کمتر به آن توجه شده است، به کارگرفتن کادر اجرایی تحصیل کرده و متخصص به منظور پیشبرد اهداف تعاونی و مقاصد هیاتهای مدیره می باشد.

بسیاری از هیاتهای منتخب مجامع عمومی، تمایلی به جذب نیروهای متخصص به عنوان کادر اجرایی تعاونیها نشان نمی دهند و غالباً رأساً و بدون داشتن تخصصهای فنی و بازرگانی لازم، تعاونیها را اداره می کنند.

نتیجه آن است که منافع اقتصادی چندان که مورد انتظار است رعایت نشده و علاوه بر آن، با سرآمدن مدت مأموریت و انتخاب مدیران جدیدی به جای آنها تجربه کسب شده عملاً از اختیار تعاونی خارج گردیده دور جدیدی از آزمایش و خطا آغاز میشود.

براین اساس بسیار ضروری است که در هر یک از تعاونیها به جذب و تربیت نیروی متخصص، متناسب با زمینه فعالیت بپردازیم و در ترکیب پرسنلی تعاونیها تناسب معقولی بین سطوح تحصیلی برقرار سازیم. در شرایط و فور نیروهای تحصیل کرده و متخصص در کشور قابل قبول نیست که در بعضی از تعاونیها و حتی اتحادیه های بزرگ، تعداد متخصصان بسیار محدود باشد. بدین لحاظ هر یک از تعاونیها می توانند از طریق جذب جوانان و فارغ التحصیلان به تقویت

ماهنامه تعاون آگهی

می پذیرد

تلفن:

۶۴۱۷۰۲۳

دورنگار:

۶۴۹۹۶۲۳



صنایع بسته بندی جهان، وضعیت آینده

سالانه حدود ۵۰ درصد از محصولات کشاورزی جهان به خاطر عدم گسترش صنعت بسته بندی از بین می‌رود و اگر افزایش جمعیت جهان را در یک سوی این مسأله قرار دهیم و طبق آمار رسمی به این نتیجه برسیم که جمعیت ۴ میلیارد نفری جهان در سال ۲۰۰۰ به ۷ میلیارد و در سال ۲۰۲۵ به ۱۵ میلیارد نفر خواهد رسید به اهمیت موضوع پی خواهیم برد.

جهت ضروری است. مسأله دیگری که باید در صنعت بسته بندی مورد توجه قرار گیرد، اهمیت دادن به مقوله حفاظت محیط زیست است. در عین حال، باید ترتیبی داده شود تا مواد و مصالحی که در صنعت بسته بندی مصرف شده است، بار دیگر مورد استفاده قرار گیرد و در اجرای این منظور، عنایت به مسأله حفظ محیط زیست و جلوگیری از آلودگی امری بسیار ضروری است.

سالانه حدود ۵۰ درصد از محصولات کشاورزی جهان به خاطر عدم گسترش صنعت بسته بندی از بین می‌رود و اگر افزایش جمعیت جهان را در یک سوی این مسأله قرار دهیم و طبق آمار رسمی به این نتیجه برسیم که جمعیت ۴ میلیارد نفری جهان در سال ۱۹۸۰، در سال ۱۹۸۵ به ۵

اروپایی ۱۱۶ کیلو، آمریکا ۲۵۰ و کشورهای جهان سوم فقط ۵ کیلو گرم است!

برای اینکه به آینده صنایع بسته بندی و همچنین پیشرفتهای که این صنعت در سالهای آتی خواهد کرد، آگاه شویم باید عوامل و فاکتورهای متعددی را مورد نظر قرار دهیم، که مهمترین آن عبارتند از: فن‌آوری جدید، تغییرات وسایل و سیستمهای بسته بندی، میزان موجودی نفت خام و کفایت یا عدم کفایت آن برای جمعیت کنونی جهان.

نفت خام به عنوان ماده اولیه صنایع بسته بندی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، ضمن اینکه برای تهیه مواد جنبی همانند سوخت و تولید انرژی به منظور گردش چرخهای صنعت، وجود آن از هر

بزرگترین مصرف کننده صنایع بسته بندی، بخش صنایع مواد غذایی است که حدود ۵۰ درصد از این صنعت را به خود اختصاص داده است. پس از آن صنایع دارویی با ۲۰ درصد و صنایع آرایشی با ۱۵ درصد در ردیف دوم و سوم قرار دارند. ضمن اینکه صنایع دیگر از جمله صنایع شوینده، روغن، گریس، اسباب بازی، سموم دفع آفات، رنگهای ساختمانی و نساجی با ۱۵ درصد در ردیفهای بعدی واقع شده‌اند.

پیشرفت و ترقی اقتصادی یک جامعه یا یک کشور را می‌توان از میزان استفاده آن جامعه یا کشور از صنایع بسته بندی ارزیابی کرد. طبق یک آمار رسمی، مصرف سرانه هر نفر در سال در کشور فرانسه ۱۶۰ کیلو، آلمان ۱۹۰ کیلو، کشورهای

میلیارد نفر و در سال ۲۰۰۰ به ۷ میلیارد و در سال ۲۰۲۵ به ۱۵ میلیارد نفر خواهد رسید به اهمیت موضوع پی خواهیم برد. یک آمار رسمی دیگر به ما می‌گوید: در سال ۲۰۰۰ حدود ۸۰۰ میلیون نفر از گرسنگی رنج خواهند برد و بدین سبب هر روز که می‌گذرد به اهمیت صنعت بسته بندی بیشتر پی خواهیم برد و شاهد قوس صعودی مسأله خواهیم بود.

حال که به اهمیت صنعت بسته بندی و نقش آن در جهان پی بردیم، با این پرسش روبرو هستیم که چه بکنیم تا در این زمینه از کشورهای پیشرفته جهان، عقب نمانیم؟ پاسخ دادن به این پرسش، چنین ضرورت‌هایی را به ما نشان می‌دهد:

□ تأسیس یک مرکز علمی - پژوهشی در صنعت بسته بندی توسط مسئولین امور، علاقه‌مندان و صاحبان صنایع.

□ برطرف کردن قوانین دست و پا گیر و ایجاد تسهیلات لازم در امر واردات مواد اولیه صنعت بسته بندی و حمایت همه

جانبه و پیگیر از آن.

□ کنترل شدید کارگاه‌های تولید کننده مواد غذایی و مخصوصاً مواد فاسد شدنی توسط مسئولان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، و الزام آنان مبنی بر عرضه کالا در بسته بندی به منظور جلوگیری از ضایعات و همچنین حفظ سلامت جامعه

□ شرکت در نمایشگاه‌های بین المللی و برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و تشکیل کنفرانس و سمپوزیومها و دعوت کارشناسان جهانی به منظور تشریح و تبیین اهمیت صنعت بسته بندی و ضرورت توجه به آن.

بسته بندی عبارت از محافظی است که سلامت کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مرحله مصرف حفظ می‌کند اساسی‌ترین هدف بسته بندی فراهم کردن سالم‌ترین و اقتصادی‌ترین طریقه تحویل کالا از نقطه تولید به مصرف کننده است. بنابراین بسته بندی به عنوان یک عمل

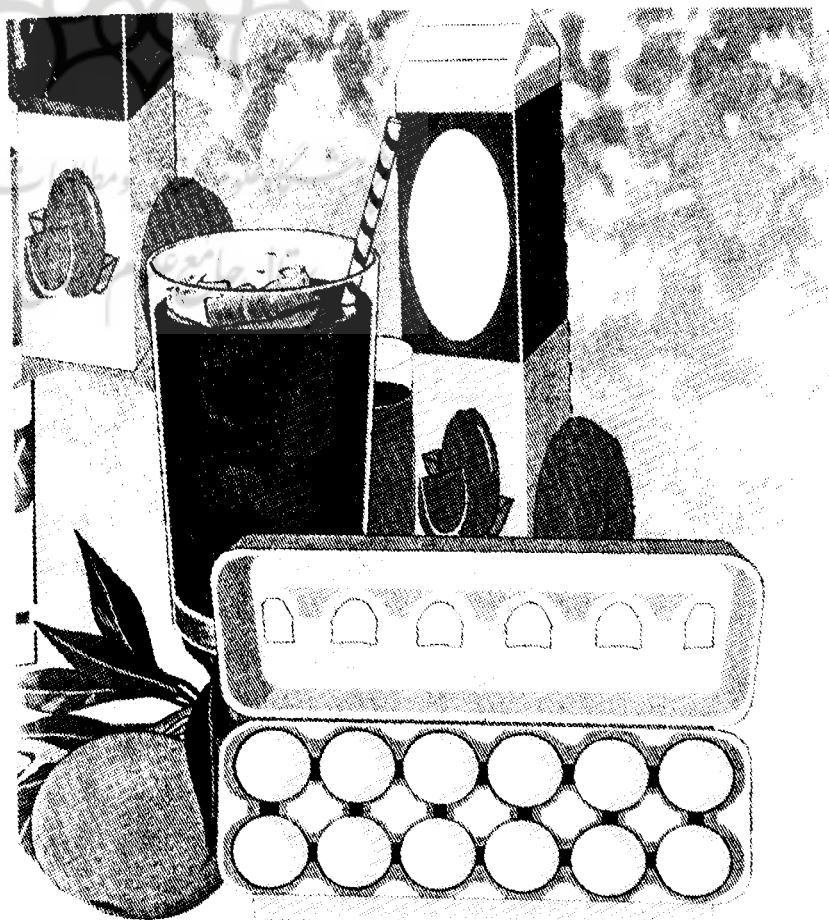
قوی و موثر در سیر طولانی تولید، توزیع و بازار یابی عمل می‌کند.

امروزه بسته بندی با گسترش روزافزون تولیدات گوناگون صنعتی و توسعه مراکز عرضه کالاها که به صورت سلف سرویس عمل می‌کنند و تنوع تولیدات و ترکیبات مواد به کار رفته، یک وسیله ارتباطی مستقیم بین تولید کننده و مصرف کننده است. از طراحی بسته که علاوه بر جنبه کاربردی آن مطرح است، گرفته تا جنبه جذابیت کالا و اطلاعاتی که توسط برچسب‌های اطلاعاتی مصرف کننده منتقل می‌کنند و علایم ایمنی که رعایت نکات لازم در نگهداری و جابه جایی و شرایط حمل و نقل یا مصرف محتوی را به روی بسته بندیها مشخص می‌سازد، بسته بندی را به عنوان یک عامل مهم ارتباطی مطرح می‌سازد. بنابراین با توجه به تحولات دنیای صنعت امروز، بسته بندی یک وسیله مهم صنعتی با یک استراتژی است که برای محافظت و ارتقای کیفیت محصول به کار می‌رود.

اهمیت بسته بندی در جهان امروز برای تولید کنندگان محصولات کشاورزی، غذایی و بهداشتی به حدی است که طراحی بسته بندی را مرز تعیین کننده در رقابتهای خود به حساب می‌آورند. این آگاهی اهمیت استراتژیک بسته بندی و طراحی آن را بیشتر آشکار می‌سازد و ایجاب می‌کند که با انجام تحقیقات برای بهتر کردن کیفیت بسته بندی و طرحهای آن بکوشند تا بتوانند قرارهای موجود خود را حفظ یا بازارهای جدیدی را به روی خود بگشایند. لذا مدام به دنبال روشهای جدیدتر، مواد مناسب‌تر و طراحی جذاب‌تر هستند. در این میان باید توجه داشت که «کیفیت بهتر و هزینه کمتر» همیشه برنده خواهد بود.

وضعیت بسته بندی در ایران

باید به این اصل توجه داشت که پیشرفت صنعت بسته بندی در هر کشور



رابطه مستقیم با سایر صنایع در آن کشور دارد.

یعنی با توجه به سطح توانایی تکنولوژی موجود در هر کشور برای ساخت و عرضه کالاهای متنوع، صنعت بسته بندی که جزو اینک صنایع است، رشد می‌کند. طراحی و ساخت بسته بندی‌های لازم برای کالاهای جدید تولید شده به منظور رقابت در ابزارهای داخلی و خارجی، امکانات و ابتکاراتی به وجود می‌آورد که با کسب تجربیات جدید در بازار، رقابتها پویاتر و کارآمدتر می‌شود. در کشور ما صنایع بسته بندی در همه انواع خود اعم از کارتنها، ظرفهای فلزی، ظرفهای شیشه‌ای، ظرفهای پلاستیکی، ظرفهای چوبی و بسته‌های کاغذی و مقوایی وجود دارد. اما باید اذعان داشت که به علت عدم وجود دانش فنی لازم و کم توجهی به کیفیت و فرسوده بودن برخی از صنایع بسته بندی، و عدم امکان دسترسی به تکنولوژی مدرن، با کمبودهای چشم‌گیری روبروست. در حالی که در سالهای اخیر در سایر کشورها این صنعت با شتاب زیادی پیشرفت کرده است، نبودن رقابت در بین تولیدات داخلی، عامل این کمبودها است. در چند سال دوران جنگ تحمیلی به علت تنگناهای اقتصادی، عملاً بسته بندی به عنوان یک عامل تحمیلی مورد بی‌اعتنایی قرار گرفت. امروز نیز به خاطر هزینه فوق العاده‌ای که برای سرمایه‌گذاری جهت واردات تکنولوژی مدرن لازم است، کمتر رغبتی به سرمایه‌گذاری در این بخش از صنعت دیده می‌شود.

با اینکه در چند ساله اخیر با وارد شدن در بازارهای خارجی به خصوص در زمینه اقلام جدیدی از محصولات غذایی کشاورزی، سبزی، میوه و گل و غیره دریافته‌ایم که ارزش افزوده بسته بندی بر روی صادرات تا چه اندازه حائز اهمیت است و تفاوت کالای فله با کالای بسته

بسته بندی عبارت از محافظتی است که سلامت کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مرحله مصرف حفظ می‌کند. اساسی‌ترین هدف بسته بندی فراهم کردن سالم‌ترین و اقتصادی‌ترین طریقه تحویل کالا از نقطه تولید به مصرف کننده است. بنابراین بسته بندی به عنوان یک عمل قوی و موثر در سیر طولانی تولید، توزیع و بازار یابی عمل می‌کند.



بندی شده به طور اصولی و بازار پسند، اختلاف بسیار دارد ولی هنوز متأسفانه ۹۹ درصد از پسته صادراتی به صورت فله صادر می‌شود. در این صادرات ارزش افزوده نصیب سایر کشورها که با بسته بندی مناسب آنها را عرضه می‌کنند، می‌شود.

کم توجهی به کیفیت چاپ که یکی دیگر از عوامل مهم در بسته بندی کالاها است، در جذابیت آن نقش مهمی دارد. در این زمینه نتوانسته‌ایم کار قابل رقابتی عرضه کنیم و لازم است که این فقدان نیز جبران شود. همچنین ناقص بودن برچسب‌های اطلاعاتی و کدزنی و عدم ارائه اطلاعات بهداشتی و فنی لازم به مصرف کنندگان از دیگر نواقص کار در صنعت بسته بندی است.

به طور کلی باید اذعان داشت که صنعت بسته بندی موجود در کشور نیاز به باز

سازی از یک سو و دستیابی به تکنولوژی مدرن از سوی دیگر دارد. زیرا با وضع موجود نمی‌توان در بازارهای رقابت صادراتی با امکاناتی که رقبای ما از آن برخوردار هستند انتظار موفقیت داشت.

استاندارد و بسته بندی

از آن جایی که بسته بندی، تکنولوژی لازم برای حفظ و نگهداری سلامت کالا در مقابل خطرهای گوناگون از قبیل فساد ضربه، لرزش، فشار و شرایط جوی درانبارها و شبکه توزیع است، بنابراین باید با توجه به اصول علمی یعنی همان استانداردها مناسب‌ترین محافظ همراه با تمهیدات لازم را و با توجه به ویژگیها و طبیعت کالاهای مورد نظر به کار گرفت تا کالا پس از طی مراحل مختلف نگهداری، جابه جایی، حمل و نقل و شرایط گوناگون آب و هوایی از راههای زمینی، دریایی و هوایی سالم به دست مصرف کننده برسد.

در هر یک از این موارد باید بسته بندی خصوصیات و ویژگیهای خاص خود را داشته باشد. هم چنین ممکن است عوامل اختصاصی برای بعضی از محصولات یا تولیدات صنعتی مطرح باشد که لزوم طراحی بسته بندی پیچیده‌تری را طلب کند و سیستمهای حمل و نقل مکانیکی یا اتوماتیک، اغلب در طراحی ابعاد بسته‌ها مورد توجه خاص قرار گیرد.

با توجه به مطالب مطرح شده رعایت اصول استانداردهای بسته بندی تدوین و به اجرا گذاشته شود. برای وارد شدن در بازارهای صادراتی اصول تدوین شده در استانداردها باید متناسب با نیازهای این گونه بازارها تنظیم شود. زیرا هر چند که برای یک تولید کالا، سرمایه، انرژی و نیروی انسانی صرف می‌شود، در صورتی که با اصول لازم، بسته بندی نشود تمام زحمات به هدر می‌رود و کالا سالم به بازار فروش یا به دست مصرف کننده نخواهد رسید.



رعایت استانداردهای بسته بندی یکی از مهم‌ترین عوامل نگهداری و توزیع محسوب می‌شود. با توجه به استاندارد بودن وسایل نگهداری و جابه جایی و حمل و نقل بین المللی مانند پالت‌ها، انبارها، کانتینرها و دیگر وسایل حمل و نقل زمینی، دریایی و هوایی، رعایت استانداردهای بسته بندی اجتناب‌ناپذیر شده است. عدم رعایت آنها معنی ناهماهنگی با سیستم داد و ستد بین المللی است که منجر به شکست در صحنه تجارت جهانی خواهد شد.

مهمترین نوع بسته بندی از نظر جابه جایی و حمل کالا در داخل یا خارج از کشور کارتن‌ها هستند. در این مورد تا کنون ۴۹ استاندارد تدوین شده است که به طور مستقیم یا غیر مستقیم مربوط به بسته‌های حمل و نقل می‌شود. از جمله برای ویژگیهای کاغذ لاینر و فلو تینگ که مهم‌ترین اجزای تشکیل دهنده مقوای کارتن‌ها هستند، دو استاندارد ملی تدوین شده است. در این استانداردها کلیه ویژگیهای لازم برای این نوع کاغذ مشخص شده که بر اساس روشهای آزمایشی مدون، کیفیت آنها قابل ارزیابی و نظارت است.

در مورد قوطیهای فلزی که مهم‌ترین وسیله بسته بندی برای صنایع تبدیلی مواد

غذایی در کشور ما به حساب می‌آیند استانداردهایی تدوین شده است که اهم آنها عبارتند از:

استاندارد ویژگیهای ظرفهای فلزی غیر قابل نفوذ برای بسته بندی مواد غذایی و ویژگی لاکهای مورد مصرف در این نوع ظرفها و روشهای آزمون مربوط به آنها. با توجه به اهمیت این نوع بسته بندی در نگهداری مواد محتوی خود و رعایت طول عمر نگهداری مواد به طور بهداشتی و سالم، این استانداردها از سال ۱۳۶۴ اجباری اعلام شده است. با توجه به اجباری بودن استاندارد لاکهای مصرفی برای ظرفهای فلزی مواد غذایی که تماماً وارداتی هستند، نمونه‌های این لاکها به مؤسسه استاندارد ارسال و بر روی ورقهای مربوطه بر اساس مشخصات فنی مربوط به آنها نشانده و آزمایش می‌شوند.

مرحله دوم کنترل قوطیهای خالی است و مرحله سوم آزمون قوطیهای پر شده است که با توجه به اثرات ناشی از محصول، این ظرفهای فلزی مورد آزمایش قرار می‌گیرند.

استانداردهای دیگری که در مورد ظرفهای فلزی تدوین شده عبارتند از: ویژگیهای قوطی رنگ، ضد یخ، روغن گریس،

قوطیهای اثر و سل برای حشره کشها، قوطیهای فلزی برای مصارف عمومی، قوطیهای فلزی پسته، قوطیهای فلزی سه تکه نوشابه‌های گازدار، قوطیهای استوانه‌ای آلومینیومی برای بسته بندی قرصهای دارویی، بشکه‌های فلزی و غیره....

در حال حاضر مشکل عمده‌ای که در رابطه با ظرفهای شیشه‌ای وجود دارد یکی مربوط به ناخالصیهای موجود در مواد اولیه تولید شیشه است که باعث می‌شود این ظرفها از رنگ و شفافیت لازم برخوردار نباشند. دیگری مربوط به عدم تقارن، غیر یکنواختی جدار ظرفها و وجود انواع ترکها و حتی گاهی زواید داخلی است که از کیفیت ظرفهای شیشه‌ای داخلی کاسته است. با توجه به این رشته از صنعت بسته بندی خود کفاترین صنعت، از نظر نیاز مواد اولیه است. با رفع نواقص مذکور به وسیله صنعتگران ظروف شیشه‌ای می‌تواند جای خود را هر چه بیشتر در بازار مصرف باز کند.

مشکل فعلی که در مورد بطری نوشابه‌ها مطرح است و باعث ضایعات فراوان در هنگام پر کردن، می‌شود عدم تقارن دهانه بطری با خود بطری است که فشار وارده یکنواخت توزیع نمی‌شود و در

نتیجه باعث شکستن بطریها می‌شود.

در زمینه تحقیقات نیز علاوه بر انجام تحقیقات لازم برای تدوین استانداردها، به خصوص استانداردهایی که دارای منابع لازم داخلی، خارجی و یا بین‌المللی نیستند، سایر تحقیقات لازم با توجه به امکانات بسیار محدودی که در زمینه در اختیار مؤسسه قرار می‌گیرد انجام می‌شود. یکی از طرحهای تحقیقاتی انجام شده در زمینه بسته بندی، تحقیق در مورد امکان کاهش میزان پوشش قلع در ورقهای به کار رفته برای ساخت ظرفهای فلزی غیر قابل نفوذ است که با توجه به ویژگیها و ترکیبات سنتی مواد غذایی در ایران انجام پذیرفته است. علاوه بر استانداردهای اختصاصی تدوین شده در زمینه بسته بندیهای گوناگون، تدوین استاندارد ویژگیهای هر کالا، سرفصلی به نام بسته بندی اختصاص یافته است که خصوصیات لازم برای بسته بندی آن کالا را به طور کلی مشخص می‌کند

تکنولوژی بسته بندی

بسته بندی عبارت است از: در بر گرفتن محصولات، اقلام و یا بسته‌ها در یک کیسه، جعبه، لیوان، سینی، قوطی، لوله، بطری و یا فرم دیگری از ظروف که بتواند یکی از اعمال عمده زیر را انجام دهد:

۱- در برگرفتن برای حمل و نقل و استفاده از محصول -

این ابتدایی‌ترین عملی است که یک بسته انجام می‌دهد. علت اصلی استفاده از یک بسته این است که بتوان محصولی را از محلی به محل دیگر منتقل کرد. بسته بندی، به افراد این فرصت را می‌دهد که نه تنها آن چه را که ممکن است در دست حمل کنند، بلکه هر چه را که نمی‌توانند یا دست حمل کنند بتوانند از محلی به محل دیگر منتقل کنند. مثل پودر رخت شویی یا روغن مایع.

۲- محافظت -

منظور از محافظت این است که بتوان محصول داخل ظرف را از شرایط محیط

برای افراد مختلف بسته بندی و تکنولوژی آن، معانی مختلف دارد. برای مثال مصرف کننده به بسته به عنوان یک محصول، زمانی نگاه می‌کند که آن بسته خراب بشود و تا زمانی که سالم است به آن توجهی ندارد. از نظر مصرف کننده بسته فقط به این خاطر خرید می‌شود که دور ریخته شود. تولید کنندگان مواد غذایی به بسته به عنوان یک عامل هزینه تولید و کاربرد در کارخانه نگاه می‌کند. یک سوم تا نیمی از هزینه تولید مواد غذایی صرف مواد و ماشینهای بسته بندی می‌شود. بازار یاب و تبلیغ کننده به بسته به عنوان یک وسیله گران قیمت و پر نفوذ برای بازار یابی نگاه می‌کند. باید توجه داشت که خود بسته نیز در فروش نوع بخصوصی از مواد غذایی دخالت دارد. در حقیقت خود بسته از نظر تبلیغات، ارزان‌ترین شیوه تبلیغات است.

خارجی حفظ کرد. بعد دیگر مربوط به محافظت محیط از مواد درون یک ظرف می‌شود نظیر مواد شیمیایی، برای مثال، محصولات خشک به رطوبت خیلی حساس هستند و رطوبت به آنها صدمه می‌زند. از طرف دیگر محصولاتی وجود دارند که در اثر از دست دادن رطوبتشان در اثر تماس با هوای خشک صدمه می‌بینند. اکسیژن هوا به راحتی می‌تواند بعضی از مواد غذایی را اکسیده کند و بسته می‌تواند محصول را از اثر اکسیژن حفظ کند. این مسأله به خصوص برای محصولات چربی دار بسیار مهم است، زیرا اکسیژن به راحتی چربی را اکسیده می‌کند و با باعث تغییر رنگ، از بین رفتن سلامت مواد غذایی و تولید بوهای ناخواسته می‌شود. باید نوشابه‌های گازدار در بطریهایی نگهداری شوند که از فرار گاز کربنیک جلوگیری کند. به علاوه گذاشتن محصول در دو بسته داخلی و خارجی باعث می‌شود که محصول در حمل و نقل و جابه جایی صدمه نبیند.

۳- انتقال اطلاعات -

بر روی بسته‌های توان اطلاعاتی نظیر نوع محصول، کیفیت، مقدار، تاریخ مصرف و تولیدکننده و قیمت محصول را به اطلاع مصرف کننده رساند. این انتقال اطلاعات از طریق چاپ روی بسته، برچسب زدن روی بسته و یا شفاف بودن ظرف امکان‌پذیر است. دکوراسیون طرح روی بسته باید آنچنان جالب باشد که مصرف کننده را ترغیب به خرید کند. ارزش غذایی محصول هم باید روی بسته نوشته شود تا مصرف کننده به درستی بداند محصول داخل بسته چه نقشی در سلامت و تغذیه او دارد.

۲- کارایی بسته -

منظور از کارایی این است که بسته طوری طراحی شود که مصرف کننده به راحتی از محصول آن استفاده کند. فرم باز کردن در قوطی و یا بطری، واحد مصرف، تقسیم کردن محصول به چند قسمت،

یک آمار رسمی دیگر به ما می‌گوید: در سال ۲۰۰۰ حدود ۸۰۰ میلیون نفر از گرسنگی رنج خواهند برد و بدین سبب هر روز که می‌گذرد به اهمیت صنعت بسته بندی بیشتر پی خواهیم برد و شاهد قوس صعودی مسأله خواهیم بود.

۲- لوله‌های فلزی انعطافی که برای خمیر دندان و رنگها از آنها استفاده می‌شود.

۳- کارتنهای کوچک تاشو که مهم‌ترین نوع بسته بندی برای مصرف شخصی است، مانند کارتن شیر.

۴- کارتنهای حمل و نقل مقوایی که جای صندوقهای تخته‌ای را گرفتند.

۵- در بطریها که برای بستن بطریهای شیشه‌ای مورد استفاده قرار گرفتند.

در اواخر قرن نوزدهم و ابتدای قرن بیستم، تولید مکانیزه غذاهای بسته بندی در آمریکا ظاهر شد. در همین زمان هنر گرافیک برای انتقال بهتر اطلاعات در خدمت صنایع بسته بندی مصرفی درآمد. در سال ۱۸۹۹ میلادی شرکت بیسکویت سازی یونیدا اولین واحد بسته بندی بیسکویت را برای مصرف شخصی به بازار معرفی کرد. بدین ترتیب برای اولین بار مصرف کنندگان قادر شدند که یک بسته بیسکویت بخرند بی آن که مجبور باشند این بیسکویت را به شکل فله از فروشگاه بخرند. این نوع بسته بندی باعث بهتر نگهداشتن مزه و بافت بیسکویت شد.

برای افراد مختلف بسته بندی و تکنولوژی آن، معانی مختلف دارد. برای مثال مصرف کننده به بسته به عنوان یک محصول، زمانی نگاه می‌کند که آن بسته خراب بشود و تا زمانی که سالم است به آن توجهی ندارد. از نظر مصرف کننده بسته فقط به این خاطر خرید می‌شود که دور ریخته شود. تولید کنندگان مواد غذایی به بسته به عنوان یک عامل هزینه تولید و کاربرد در کارخانه نگاه می‌کند. یک سوم تا نیمی از هزینه تولید مواد غذایی مصرف مواد و ماشینهای بسته بندی می‌شود.

برای حمل و نقل و ذخیره غذا استفاده می‌شد، در مناطق استوایی هنوز از بامبو برای ذخیره کردن مواد غذایی استفاده می‌شود. از پوست حیوانات نیز برای ساخت پارچه‌های ضخیم که در نهایت برای بسته بندی مورد استفاده قرار می‌گیرند، استفاده می‌شود. در مناطق خرما خیز خاورمیانه از برگ خرما برای بسته بندی خرما استفاده می‌شود.

در اواخر قرن هیجدهم میلادی یک تغییر عمده در اقتصاد غرب صورت گرفت و ماشینهای صنعتی همراه با توسعه تکنولوژی وارد عرصه تولید شد. این انقلاب صنعتی باعث توسعه و بهبود کیفیت ظروف و ساخت آنها و پیشرفت چشمگیر در صنعت بسته بندی شد. این پیشرفتها شامل:

۱- تولید قوطی فلزی که امروزه بیشترین مصرف را در دنیا برای مواد غذایی تولید شده دارد.



پیچیده شدن محصول با هم، استفاده دوباره از بسته قوطی‌هایی با محتویات تحت فشار و کیسه‌هایی که قابل حرارت دادن هستند مثال‌هایی هستند که می‌توان نام برد.

تاریخچه و انواع بسته بندی

سیستمهای بسته بندی بردو نوع است، مصرفی و صنعتی. بسته‌های مصرفی برای مصرف کننده شخصی تهیه می‌شود این بسته‌های صنعتی برای مصرف در کارخانه‌ها مونتاز، خدمات موتوری و تعمیرگاهها طراحی می‌شود. این بسته‌ها معمولاً از واحدهای بزرگ و سنگین ساخته شده‌اند و هیچ گونه تزئین و یا دکوراسیونی روی آنها نیست. معمولاً آن چه که روی این نوع بسته‌ها نوشته می‌شود شیوه‌های استفاده و یا باز و بسته کردن آنها است.

تاریخ نشان داده است که در ابتدای تمدن بشری نیازی به بسته بندی غذا نبود بلکه مردم برای به دست آوردن غذا از محلی به محل دیگر می‌رفتند تا آن که پناهگاههای دائمی برای خود پیدا کردند، یا ساختند.

در چنین شرایطی ناچار بودند غذا را از مظهرهای مختلف جمع آوری کرده و به محل سکونت خود بیآورند. این نیاز باعث شد که اولین نوع بسته بندی، نظیر کدوهای خشک شده، صدفها، برگها و پوست حیوانات و دیگر مواد طبیعی مورد استفاده قرار بگیرد. در خاور میانه برای انتقال آب، شیر و ماست و روغن یا دوغ از پوست حیوانات اهلی استفاده می‌شود. در اسپانیا از مشک برای نگهداری مایعات استفاده می‌شود در ادوار قدیم از شاخ حیوانات

بازار یاب و تبلیغ کننده به بسته به عنوان یک وسیله گران قیمت و پر نفوذ برای بازار یابی نگاه می‌کند. باید توجه داشت که خود بسته نیز در فروش نوع بخصوصی از مواد غذایی دخالت دارد. در حقیقت خود بسته از نظر تبلیغات، ارزان‌ترین شیوه تبلیغات است. و سرانجام برای توزیع کننده، بسته به عنوان وسیله توزیع، انبار کردن، روی هم گذاشتن و به معرض فروش گذاشتن در نظر گرفته می‌شود.

خصوصیات یک بسته بندی

یک بسته باید خصوصیات زیر را داشته باشد:

۱- بسته باید قابل توجه باشد که بتواند به فروش کمک کند. اگر مصرف کننده، چنان بسته‌ای را نخرد باید طرح دیگری در نظر گرفت.

۲- بسته باید عملی را که به آن واگذار شده به خوبی انجام دهد. یعنی این که از نظر مواد، طرح و انجام عمل، کارایی داشته باشد.

در غیر این صورت مردم دوباره آن را نمی‌خرند.

۳- بسته باید از نظر اقتصادی به صرفه باشد، به طوری که کارخانه‌ها بتوانند آن محصول را در بازار رقابت نگه دارند.

۴- بسته باید با دوام باشد تا بتواند در برابر شرایط ناهنجار حمل و نقل خراب نشود. هر چه شرایط ناهموارتر باشد، بسته باید از نوع محکمتری ساخته شود.

۵- بسته باید طبق قوانین دولت و به خصوص با در نظر گرفتن مسأله محیط زیست ساخته شود. نظر مردم و به خصوص قابلیت دوباره استفاده کردن از بسته دو مسأله مهمی هستند که باید در نظر گرفته شود.

خلاصه آن که در هر مرحله‌ای از مراحل بالا، اگر بسته‌ای قادر به انجام عمل خود نباشد، باید بسته را از بازار خارج و پس از بهبود دوباره وارد بازار کرد. امروز

در امریکا و اروپا بسته بندی، تمام ۲۰۰ نوع مختلف صنایع تولیدی را در بر می‌گیرد. در این میان در امریکا قریب ۲۰۰ هزار شرکت تولید کننده و شرکتهای خدماتی از تکنولوژی ترازه بسته بندی استفاده می‌کنند. و حدود یک میلیون نفر در صنعت بسته بندی مشغول به کار هستند. بنا به قولی این صنعت، بزرگترین کارفرمای حقوق بده در آمریکاست. در آمریکا ۷۵ درصد تمام محصولات تولید شده بسته بندی می‌شود. این صنعت به تنهایی در سالهای اخیر توانسته بالغ بر ۵۵ میلیارد دلار محصولات تولید شده را در آمریکا بفروشد. تخمین زده می‌شود که تا سال ۲۰۰۰ مقدار فروش صنایع بسته بندی به ۷۰ میلیارد دلار برسد.

در بسته بندی از مواد مختلف استفاده می‌شود. در اروپا و آمریکا ۵۰ درصد کل کاغذ و مقوای تولید شده صرف بسته بندی می‌شود. ماده دیگری که زیاد به مصرف می‌رسد شیشه است که به تدریج جای خود را به پلاستیکهای مختلف می‌دهد. در این مورد در اروپا و امریکا قریب ۲۵ درصد کل شیشه تولیدی صرف ساخت بطری و دیگر ظروف شیشه‌ای، برای بسته بندی جامدات و مایعات می‌شود.

پلاستیک به خاطر سبکی وزن، به تدریج بازار بزرگتری را به خود اختصاص می‌دهد. امروزه صنایع بسته بندی در اروپا و آمریکا ۲۹ درصد کل پلاستیک تولید شده را مصرف می‌کنند که این درصد همواره در حال رشد است مشکل عمده پلاستیک، مقاومت آن در برابر از بین رفتن در اثر عوامل طبیعی است که خوشبختانه در اثر تولید مواد جدید پلاستیکی، این مشکل در آینده به مقدار قابل توجهی کاهش خواهد یافت. از فلزات تولیدی ۲۳ درصد کل آلومینیوم و ۸ درصد کل فولاد تولید شده صرف بسته بندی می‌شود.

در امریکا و اروپا جایگاه صنایع بسته

بندی در میان دیگر صنایع هر ساله بهبود می‌یابد به طوری که امروز صنعت بسته بندی سومین صنعت بزرگ غرب شناخته می‌شود.

در یک بسته به طور عملی چهار فاکتور مختلف نقش تعیین کننده دارند:

۱- کاربرد و فرم بسته -

از نظر کاربرد و فرم بسته سه نوع بسته تشخیص داده می‌شود، این بسته‌ها، بسته اولیه، بسته ثانویه و بسته ثالثه نامگذاری شده‌اند.

بسته اولیه، بسته‌ای است که در تماس مستقیم با محصول تولیدی است. این بسته اولین لایه محافظت در برابر شرایط خارجی است. برای مثال قوطی نوشابه گازدار، در ضمن بطری شیشه‌ای و یا قوطی کنسرو.

فرم دوم، بسته ثانویه است که همیشه در خارج بسته اولیه قرار می‌گیرد. این بسته، گاه می‌تواند دو یا چند بسته اولیه را در بر گیرد، برای مثال کارتن مقوایی و یا جعبه چوبی و یا پلاستیکی بطریهای نوشابه گازدار. در ضمن بسیاری از محصولات بسته ثانویه ندارند.

فرم سوم، بسته ثالثه است. این بسته عملاً در حمل بسته‌های دیگر از نقطه‌ای به نقطه دیگر عمل می‌کند. برای مثال صندوقهای تخته‌ای و یا کارتنهای مقوایی بزرگ، بسته ثالثه در نظر گرفته می‌شوند. این نوع بسته، معمولاً توسط مصرف کنندگان دیده نمی‌شود و عملاً نقش محافظ را برای بسته‌های مصرفی بازی می‌کند. این بسته‌ها به خاطر استحکامی که دارند، به خصوص در حمل و نقلهای طولانی نقش عمده‌ای دارند.

فاکتور دوم در بسته بندی، مواد بسته بندی است. بسته‌ها از موادی ساخته می‌شوند که عمل آنها جدا کردن محصول از محیط اطراف است. همان طور که قبلاً گفته شد این مواد به طور عمده شامل

کاغذ، مقوا، شیشه، فلزات، پلاستیکیها و چوب است. در این میان تعداد زیادی مواد جانبی نظیر چسب و جوهر چاپ نیز مصرف می‌شود.

فاکتور سوم در بسته بندی، ماشینهای بسته بندی هستند. این ماشینها می‌توانند شامل ماشینهای باشند که مواد اولیه را به کاغذ پلاستیکی تبدیل می‌کند. به طور کلی دو گروه ماشین در بسته بندی مورد استفاده قرار می‌گیرند. اول، ماشینهایی که ورقه پلاستیکی را به ظرف شکل گرفته شده تبدیل می‌کنند، در آنها را می‌بندند و در بسته‌های ثانویه یا ثالثه جا می‌دهند.

فاکتور چهارم که نقش کلیدی در این صنعت دارد، مردم هستند. به رغم پیشرفت چشم گیر ماشینهای اتوماتیک و نیمه اتوماتیک، بخش زیادی از بسته بندی توسط دست صورت می‌گیرد. برای این منظور افراد باید آموزش کافی را ببینند و با کار مناسب، مدیریت تولید را به نفع تولید بهتر جهت بدهند. از طرف دیگر به علت این که استفاده کنندگان از محصولات بسته بندی شده مصرف کنندگان هستند، آنها عملاً با نظر خود و یا خریدن یک بسته به صنایع بسته بندی جهت می‌دهند. این مسأله به تنها مهم‌ترین عامل تولید بسته به نظر می‌رسد بلکه بدون دخالت دادن نظر مصرف کنندگان، هیچ گونه پیشرفتی در شکل و نوع بسته نمی‌توان توقع داشت. امروزه فقط در آمریکا یک فرد، در سال، حدود ۲۷۰ کیلو گرم از بسته‌های مختلف مصرف می‌کند. این مصرف به نظر می‌رسد که طی چند سال آینده نیز تقریباً ثابت بماند. طبیعتاً برای چنین مصرف بالایی از مواد صنایع بسته بندی، تولید کنندگان باید حساسیت زیادی نسبت به نظر مردم داشته باشند تا بتوانند همواره بخشی از بازار را به تولیدات خود اختصاص دهند.

مسائل امروز بسته بندی ایران

در ایران صرفه جویی در هزینه تمام

شده و گاه دست نیافتن به مواد اولیه بسته بندی بسیاری از کارها را بدون توجه به محاسبات اقتصادی و گاه بهداشتی، از بسته بندی مطلوب خود محروم کرده است. این عامل حتی به بعضی از اقلام وارداتی نیز سرایت کرده و مثلاً کبره و روغن فله کوپنی را که در بقالیها و مغازه‌های کوچک بریده و توزیع می‌شود، به صورتی غیر بهداشتی درآورده است. از سوی دیگر نبود یا کمبود یا گرانی بیش از اندازه ظرف و بسته بندی، بسیاری از واحدهای تولیدی را به تعطیلی کشانده است. این وضع در مورد مایعاتی که در شیشه یا بطری پلاستیکی عرضه می‌شود، مشهودتر است. این نکات ارزش یادآوری را دارد:

۱- آنچه کمبود مواد لازم برای بسته بندی را به یک مشکل و یک امر زیان آور اقتصادی درآورده است اثر آن روی صادرات «غیر نفتی» است. اما در عین حال توسعه این رشته از صادرات در سالهای اخیر، صنعت بسته بندی را سرپا نگهداشته و در بعضی زمینه‌ها باعث رشد، خلاقیتها و ارائه ابتکارهای جدیدی شده است که می‌تواند تشویق شود و توسعه یابد.

۲- بسته بندی در کار صادرات غیر نفتی، چندان جدی و مسأله ساز است که می‌بایست دولت به عنوان گامی در راه توسعه صادرات، امکان ورود ماشین آلات جدید بسته بندی و مواد لازم را فراهم آورده و با تسهیلات در اختیار واحدهای صادر کننده قرار دهد. در این مورد می‌توان به تجربه مفیدی که پس از تسهیلات فروش چوب به بهای دولتی برای بسته بندی کالاهای صادراتی حاصل آمد، اشاره کرد.

۳- مثالهای متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد فراهم آوردن امکان تهیه بسته بندی‌های ارزان و زیبا و مناسب در داخل کشور، خواهد توانست به میزان قابل توجهی صادرات غیرنفتی را گسترش دهد و از ضایعات در این زمینه که عملاً موجب

کاهش درآمد ارزی مملکت خواهد شد جلوگیری کند. تهیه فهرستی از کالاهای دارای بازار صادراتی که به جهت نداشتن بسته مناسب، صادر نشده‌اند، می‌تواند یک نتیجه‌گیری اقتصادی - علمی در این زمینه را آسان کند.

۴- در مورد میوه، خشکبار، مواد بهداشتی و پاک کننده می‌توان تأثیر منفی فقدان بسته بندی مناسب را به خوبی مشاهده کرد. در سال ۱۳۶۶ که بورس برای صدور میوه ایران - به جهت اعلام لغو پیمان ارزی - آغاز شد، عملاً بیش از نیمی از میوه‌های صادر شده، در اثر نداشتن بسته بندی مناسب ضایع شده و در مورد بقیه نیز سود اصلی آن به جیب پخش کنندگان خارجی وقت که عملاً میوه صادراتی را که به صورت فله صادر شده بود در بسته بندی مناسب گذاشته و گاه به سه برابر قیمت خرید در بازارهای جهانی عرضه کردند. این امر در مورد مرکبات و انار به خوبی قابل اندازه‌گیری بود.

هم اکنون در دو نقطه از شیخ نشینهای جنوب خلیج فارس، تاجران وجود دارند که کالاهای رسیده از ایران را در بسته بندی‌های کوچک و متناسب توزیع کرده و دوباره آن را صادر می‌کنند که از این راه سود کلانی نصیب آنها می‌شود.

پسته و خشکبار ایران که در گونیهای ۲۰ کیلویی صادر می‌شود، در آنجا در بسته‌های ۱۰۰ تا ۲۰۰ گرمی بسته بندی و به بازارها عرضه می‌شوند. در این تغییر شکل عرضه، گاه محصولات ایران نام و عنوان دیگری به خود می‌گیرند.

۵- یکی از زیانهای بارز رکورد صنعت بسته بندی در ایران، صادرات کلی و فله کالاهای است که عملاً باعث می‌شود که از میزان ارزآوری کالاهای به میزان زیادی کاسته شده و سود آن نصیب دیگران شود. کافی است، به بسته بندیهای چند تایی پسته و بادام ایران که در فروشگاهها،

مشکلات زیست محیطی و ابتکار تعاون

در منطقه آسیا - اقیانوسیه

سوابق تاریخی نشان می‌دهد که تعاونیها نیازهای اجتماعی - اقتصادی جوامع را بطور کامل تحقق بخشیده‌اند و در بسیاری از کشورها به موفقیت‌هایی دست یافته‌اند. تعاونیها اساساً با حمایت خانواده‌هایی با درآمد کم یا متوسط تشکیل می‌شوند تا آنان را از نظر رفاهی و سطح خودکفایی به درجه مطلوب برسانند.



اشاره:

رابی تولوس، مدیر منطقه آسیا و اقیانوسیه سی. ای، مقاله حاضر را در سمپوزیوم بین‌المللی ابتکارات زیست محیطی تعاون ارائه نمود. این سمپوزیوم از سوی اتحادیه تعاونی مصرف ژاپن در تاریخ ۲۵ اکتبر ۱۹۹۷ در دانشگاه واسدا - توکیو برگزار شد.

عنوان «آینده مشترک ما» تهیه و ارائه نمود. از آن پس، در باب هزینه‌های رشد اقتصاد مبتنی بر الگوهای جدید در اقتصاد متمایل به بازارهای خارجی، بویژه هزینه منابع طبیعی و سیستمهای زیست محیطی که خود منشاء فعالیت اقتصادی و رفاه انسانی هستند، پرسش‌هایی مطرح شد. این فرصتها و دست‌یافته‌ها، توأمان با تهدیدهایی که بطور جدی محیط زیست جهانی را در فشار می‌گذارند، نهضت تعاون را در چنان هزار تویی کم می‌کند، که راه کمک برای حفظ و حمایت از محیط زیست را مشکل می‌یابد. به همین هدف، دفتر منطقه‌ای آسیا و اقیانوسیه اتحادیه بین‌المللی تعاون (IDA ROAP) به برپایی یک سلسله کارگاههای آموزشی و انتشار مجموعه‌ای از نشریات اقدام نمود که نخستین آنها چکیده‌ای با عنوان «جایی برای زیستن - نقش تعاونیها در حمایت از محیط زیست» بود و در سال ۱۹۹۰ منتشر شد.

اولین بار در سال ۱۹۹۵ مجموعه‌ای از تعهدات اتحادیه بین‌المللی تعاون (آی.سی.ای) در قبال توسعه پایدار، عیناً به اصول جدید این اتحادیه با مضمون «احساس مسئولیت در قبال جامعه» منتقل شد.

به همین اعتبار، سال ۱۹۹۵ اهمیت خاصی برای تعاونگران سراسر دنیا دارد چرا که در این سال تدوین و پذیرش رسمی بیانیه هویت تعاون آی - سی - ای (ICIS) و اساساً بیانی نو از تعاریف، ارزشها و اصول تعاونیها ارائه شد تا هرچه بهتر جو

می‌برند. اینگونه برنامه‌ها فرصتی حیاتی برای عمل به تعهدات بنیادین ملی و منطقه‌ای در ارتباط با توسعه پایدار انسانی و اقتصادی فراهم می‌کند.

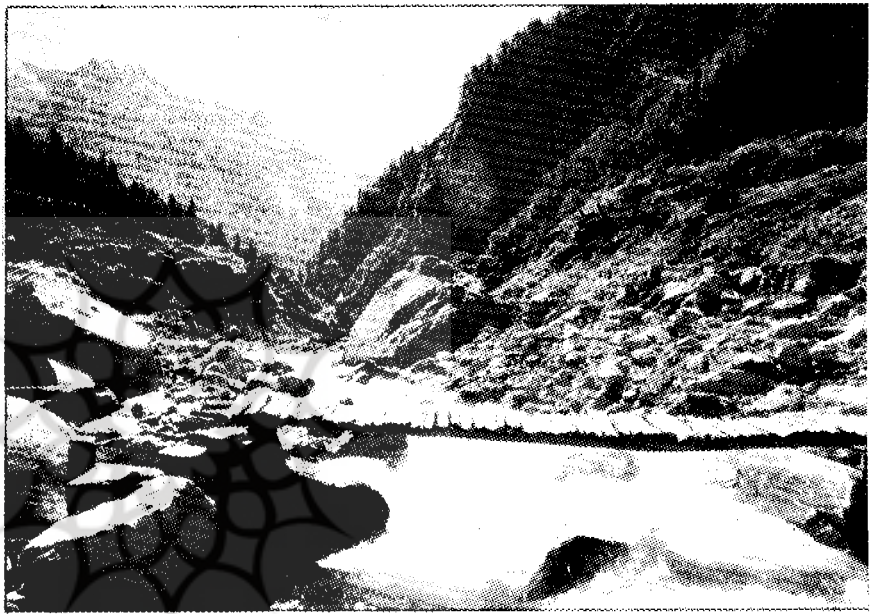
در سال ۱۹۷۲ سازمان ملل متحد، کنفرانس محیط زیست انسانی استکهلم را برگزار نمود که در نهایت به تصویب «برنامه محیط زیست سازمان ملل» انجامید.

بیستمین سالگشت این کنفرانس با عنوان «اجلاس زمین» در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو منعقد شد. پیش از این اجلاس، سازمان ملل بانی برگزاری کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED) بود که در سال ۱۹۸۷ گزارشی با

از مجله گفتار تعاون
جلد ۷ شماره ۳
سپتامبر - دسامبر ۱۹۹۷
نوشته: رابی تولوس
مترجم: مرجانه سلطانی

پیشگفتار

در حالیکه تعاونگران سراسر دنیا از عمق فجایع زیست محیطی دهه ۱۹۸۰ در بهت و حیرت بسر می‌برند، بسیاری از سازمانهای عضو اتحادیه بین‌المللی تعاون (آی.سی.ای)، همچون اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن (JCCU) انجمن تعاون کانادا (CCA) و مرکز تعاون سوئد (SCC) با ابتکار عمل و برنامه‌های خود، آگاهی عمومی را در مورد سیر قهقرایی محیط زیست بالا



مصرف ژاپن خود را متعهد به انجام این ضرورت مهم داشته تا نقش تعاونیها در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع محل زیست آنها پررنگتر از گذشته شود.

بر اکثر تعاونگران این منطقه پوشیده نیست که پاره‌ای از ابتکارات توسعه‌ای اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، «نسل جدید» تعاونیها را بوجود آورد که همه در زمینه‌هایی چون بهداشت جامعه، جوانان، امور زنان و حمایت از محیط زیست فعال هستند. ابتکارات توسعه‌ای اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن از مفهوم توسعه پایدار به گونه‌ای حمایت می‌کند که نیازهای ضروری قشر کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه تامین شود و در عین حال محدودیتهای ناشی از مسائل فن آوری و جامعه که گاه بر توان محیط زیست در تامین اینگونه نیازها اثر معکوس دارد را نیز از نظر دور نخواهد داشت.

سوابق تاریخی نشان می‌دهد که تعاونیها نیازهای اجتماعی - اقتصادی جوامع را بطور کامل تحقق بخشیده‌اند و در بسیاری از کشورها به موفقیت‌هایی دست یافته‌اند. تعاونیها اساساً با حمایت خانواده‌هایی با درآمد کم یا متوسط تشکیل می‌شوند تا آنان را از نظر رفاهی و سطح خودکفایی به درجه مطلوب برسانند. تعاونیها تنها با حضور خود به نیروی بازدارنده‌ای می‌مانند که اثرات منفی ناشی از تدابیر رشد و توسعه و پیامدهای سوء آن را که گاه به غفلت از محیط زیست می‌انجامد، تسکین و تخفیف می‌دهند. یکی از ابعاد موفقیت تعاونیهایی که ریشه در بطن مردم دارند، به این حقیقت باز می‌گردد که اینگونه تعاونیها قابل و قادر به تامین نیازهای اعضای از طریق ارائه خدماتی چون اعتبار، تولید، بازاریابی فرآوری محصولات، عرضه محصولات کشاورزی و گردآوری ذخایر مالی می‌باشند. اگرچه

مردمی و خدمتگزار به مردم، پیوند محکمی با جوامع خود دارند. بر تعاونیها فرض است که اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» را به فعل برسانند، چرا که توسعه پایدار، ابتدا باید نیازهای اولیه جامعه را به شکلی مرتفع نماید که اعضاء و معیارهای مصرف را در چارچوب امکانات بوم شناختی خود بشناسند و بپذیرند. مفهوم واقعی توسعه پایدار را می‌توان در فرایند تغییر در کساربرد منابع، مدیریت سرمایه‌گذاریها، نوع گرایش در توسعه فن آوری و تغییرات نهادی جستجو کرد که همه توانش لازم برای برآوردن نیازهای امروز و فردای انسانها را تقویت می‌کنند. از اینرو بسیار بجاست که سمپوزیوم بین‌المللی به میزبانی اتحادیه تعاونیهای

متحول اجتماعی - اقتصادی جهان بازتاب یابد.

در متن اصول تعاون سال ۱۹۹۵ و مقایسه آن با سند سال ۱۹۶۶ تغییرات عمده‌ای به چشم می‌خورد. به متن جدید دو اصل اضافه شده و دو اصل سند قبلی در هم ادغام و به یک اصل تبدیل شده است. اولین اصل جدید، «استقلال و عدم وابستگی» تعاونیهاست که در واقع بر نظارت و هدایت تعاونیها به دست اعضاء تأکید دارد. دومین اصل جدید که به اعتقاد نگارنده مقاله، ارتباط بسیار نزدیکی با موضوع سمپوزیوم بین‌المللی تعاون دارد، اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» است.

تعاونیها به عنوان سازمانهایی کاملاً

در متن اصول تعاون سال ۱۹۹۵ و مقایسه آن با سند سال ۱۹۶۶ تغییرات عمده‌ای به چشم می‌خورد. به متن جدید دواصل اضافه شده و دواصل سند قبلی در هم ادغام و به یک اصل تبدیل شده است.

اولین اصل جدید، «استقلال و عدم وابستگی» تعاونیهاست که در واقع بر نظارت و هدایت تعاونیها به دست اعضا تأکید دارد. دومین اصل جدید که به اعتقاد نگارنده مقاله، ارتباط بسیار نزدیکی با موضوع سمپوزیوم بین‌المللی تعاون دارد، اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» است.

از آنجا که نیروهای خارجی نمی‌توانند مدیریت منابع طبیعی و محیط زیست را تحمیل کنند، با تأکید بر تفویض تصمیم‌گیری و رویکردهای سازندهٔ اجماع‌پذیر در زمینه توسعه اجتماعی، باید کار را به مردم هر کشور سپرد.

مسائل زیست محیطی در طبیعت چند بعدی است و تنها رویکردی چندوجهی می‌تواند توازن را بین کاربرد منابع و رشد اقتصادی برقرار کند و بدین شکل اثرات نامطلوب بر محیط زیست را به حداقل برساند. حقیقت مطلب آن است که دیگر نه دولتها می‌توانند به تنهایی با مسائل زیست محیطی دست و پنجه نرم کنند و نه دانشمندان و اهل علم به تنهایی قادر به حل این معضل جدی هستند.

دولتها و دانشمندان باید به پشتوانهٔ مشارکت مردمی و تلاش توده‌ها، دانش و شناخت زیست محیطی را ارتقاء بخشند.

دولتها نیازمند چارچوبهای نهادینهٔ مشخصی هستند که جوامع را در حل مشکلات زیست محیطی درگیر کند. در این بافت، تعاونیها با حمایت از گروههای کارشناس و خبره که دانش فنی و علمی خود را بی‌دریغ عرضه کنند، می‌توانند نقش ارزنده‌ای در پیشبرد برنامه‌های آموزش اعضا اداء نمایند.

مادامیکه رشد اقتصادی در آسیا و اقیانوسیه چشمگیر بوده است،^۱ دیگر نمی‌توان انتظار داشت که این سناریوی

مسائل زیست محیطی، بیش از آنکه بر اثرات زیانبار مسامحه در محیط زیست دقت و مراقبت کنند، به راهیابی علتها متمرکز شوند.

بر همین منوال، با بالا رفتن سطح آگاهی و شناخت بخش تعاون در سراسر جهان، سیاستهای ترسیم شده تا برنامه‌های عملی منسجم با امعان نظر به ملاحظات زیست محیطی و اقتصادی دنبال شود. در واقع ژاپن، اروپا و آمریکای شمالی پیشگامان این حرکت جدید بودند.

با این وجود، تعاونیها در بسیاری کشورهای منطقه آسیا و اقیانوسیه بیش از پیش به موضوع محیط زیست به موازات مسائل مربوط به زنان علاقمند شده‌اند.

به عنوان شاهدهی بر این مدعا، می‌توان ابتکار عملهای جسورانهٔ تعاونیهای کشاورزی IFFCO در هند و NACF در کره را مثال آورد که بی‌تردید توجه بی‌پیرایه و از سرصدق آنان را به محیط زیست نشان می‌دهد. بخش اتحادیه اعتبار در برخی کشورهای آسیایی از پیش سیاستهای اخلاقی پرداخت وام را اختیار کرده که اهداف آن با حفظ و حراست از محیط زیست هماهنگ است.

حال که بازار بحثهای مربوط به محیط زیست در این منطقه داغ می‌باشد، بر ما تعاونگران است که موقع را مغتنم شمرده و تعاونیها را از پشت صحنه به مقابل دید و قضاوت همگان هدایت کنیم.

در گذشته تعاونیها اینگونه خدمات را بسرعت و دقت کافی عرضه می‌نمودند، اما اکنون تأمین نیازهای اعضا تنها به صرف نشان دادن میزان کارایی تعاونی دیگر پذیرفتنی نیست. آنچه باید در سرفصل روایت تعاون و تعاونی قرار گیرد، اثرات سوء منتج از تولید و مصرف در محیط زیست است.

از اینرو، اقدام اتحادیهٔ تعاونیهای مصرف ژاپن در برداشتن این گام هشداردهنده و برپایی مجدد سمپوزیوم بین‌المللی، قطعاً دستور کار جدیدی را برای تحولات منطقه‌ای و جهانی پیش روی تعاونیها قرار خواهد داد. تعاونیها غالباً با سنگین نمودن بار تعهدات اقتصادی خود، به بیراههٔ افراط می‌روند و بی‌آنکه تعمدی در کار باشد راه حقیقت را که بدون توجه و مراقبت از محیط زیست و اجرای برنامه‌هایی در جهت پیشرفت اجتماعی نمی‌توان به توسعه پایدار دست یافت، از چشم آنان پنهان می‌ماند. در کمتر از دو دههٔ پیش، دولتها در کشورهای صنعتی و همچنین کشورهای در حال توسعه سیاستهای "Trydown" را اتخاذ می‌کردند که صرفاً بر توسعه اقتصادی به بهای قربانی کردن محیط زیست متمرکز بود. اما صورت مسئله طی دههٔ گذشته، بخصوص پس از اجلاس زمین در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو بطور چشمگیری تغییر کرد و در نتیجه دولتها و سازمانها باتوجه به

نیک فرجام در مورد مسائل زیست محیطی منطقه نیز تکرار شود. مکانیزم کنونی تولید، و به عبارتی صنعتی شدن برای رشد اقتصادی، می‌تواند تحلیل و فرسایش بیشتر منابع طبیعی و ترس از نابودی تدریجی محیط زیست را به دنبال داشته باشد. از سوی دیگر، با رشد جمعیت و تشدید فعالیت‌های کشاورزی، شهرنشینی عمومیت یافتن فقر و بالا رفتن سطح مصرف در برخی بخش‌های جامعه، فرسودگی مستمر در منابع رخ می‌دهد.

استهلاک سریع منابع طبیعی، بارانهای رادیو اکتیو که میزان آلودگی در هوا و آب را افزایش می‌دهد، تراکم جمعیت شهرنشین، ضایعات جامد و سخت و گرم شدن کره زمین، نیاز مبرم به تسریع توسعه پایدار در منطقه را نشان می‌دهد.

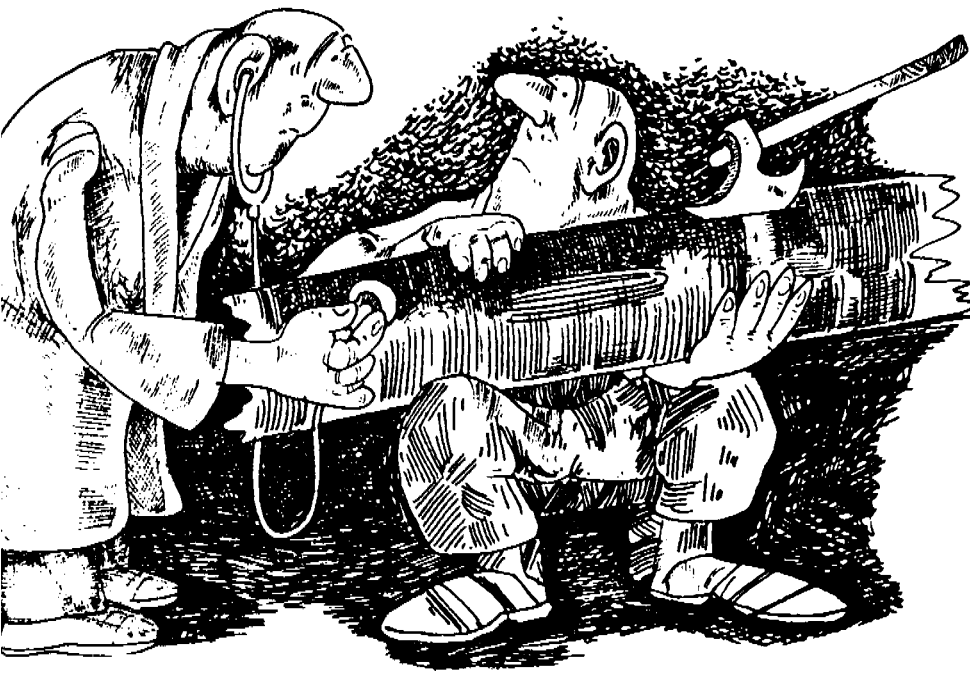
با رخداد سومین اجلاس کنفرانس Cop-3 در تاریخ دسامبر ۱۹۹۷ در کیوتو، ابتکار تازه اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، اقدامی بجا و در خور بود چرا که درست پس از آن هفتمین سمینار آسیا و اقیانوسیه با موضوع تغییرات جوی در اوائل جولای ۱۹۹۷ در فوجی یوشیدا، ژاپن برگزار شد. دست آورد کنفرانس فوجی یوشیدا، و سمپوزیوم بین‌المللی اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، انگیزه لازم برای برپایی اجلاس Cop-3 را تأمین نمود.

گرم شدن کره زمین

زمانیکه این نوشتار در دست تهیه بود، فاجعه‌ای در سوماترای شمالی واقع در اندونزی روی می‌دهد و طی آن ۲۳۴ انسان در حادثه سقوط هواپیما به دلیل مه‌گرفتگی فرودگاه کشته می‌شوند.

در این حادثه شوم، مه غلیظ جنگل مقصر شناخته می‌شود و چاره زدودن مه در آتش زدن زمینهای جنگلی جزیره بورتو و سوماترا در اندونزی دیده می‌شود!

وسعت آتش به اکثر مناطق اندونزی،



در جهان بشمار می‌رود، بیش از هر کشور دیگری در جهان آسیب خواهد دید.

طبق گزارش نشست بین دول سازمان ملل در خصوص تغییرات جوی (IPCC)، انتشار گازهای گلخانه‌ای ناشی از فعالیت‌های انسانی، چهره و آب و هوای زمین را بشدت دستخوش تغییر نموده است. تا سال ۲۱۰۰، میانگین دمای کره خاک، بین ۲ تا ۲/۵ درجه سلسیوس افزایش خواهد یافت. این افزایش تخمینی در حرارت نشانگر گرم شدن زمین با سرعتی پنج برابر بیش از قرن گذشته می‌باشد.

«تغییرات جوی» به هرگونه تغییراتی در آب و هوا در طول زمان مربوط می‌شود که گاه منشاء آن تنوع‌پذیری طبیعی و گاه فعالیت انسانی است. تغییرات جوی از دیرباز با علت نیروهای طبیعی رخ می‌داد اما اکنون بخشی از آن از دست‌اندازی انسان در طبیعت ناشی می‌شود. فعالیت‌های انسانی در طول ۲۰۰ سال اخیر، بویژه احتراق ناشی از سوخت‌های فسیلی موجب انتشار قابل ملاحظه گازهای گلخانه‌ای با منشاء انسانی و عمدتاً دی‌اکسید کربن شده است. انتشار اینگونه گازها، ساختار شیمیایی جو را برهم زده و همین تغییرات

مالزی، برونزی، سنگاپور و بخش‌هایی از جنوب جزایر فیلیپین و جنوب تایلند نیز کشیده شد. گفته می‌شود درصد بالایی از این آتش‌سوزیها توسط شرکت‌های دست اندرکار امور جنگلها و مالکین اراضی جنگلی با نیت پاک کردن این مناطق به ارزانترین روش صورت گرفته است.

این مصیبت اکولوژیکی و انسانی، مثالی ساده از عملکرد شرکتها و زمیندارانی است که خواهان بیشترین بهره‌برداری در کمترین مدت ممکن به بهای از بین رفتن محیط زیست هستند. دود ناشی از این آتش‌سوزیها به گرم شدن کره زمین دامن می‌زند چرا که درجه حرارت اقیانوس به دلیل مجاورت به محل حریق بطور قابل ملاحظه افزایش یافته است.

کارشناسان معتقدند اگر گرم شدن کره زمین با آهنگ کنونی ادامه یابد، اکثر زمینهای مجمع‌الجزایر اندونزی در زیر آب مدفون خواهد شد. مناطق ساحلی نسبت به نوسانات جوی بسیار حساسند و در نتیجه سطح آب دریاها به بالا می‌آید. به همین دلیل اندونزی که اکثر اراضی آن با دریا احاطه شده و خط ساحلی آن طولانی‌ترین

شیمیایی باعث تشدید «اثرات گلخانه‌ای» شده است، گویی گازها در زیرپوشش جو زمین به دام افتاده و راه گریز ندارند.

«گرم شدن کره زمین» به افزایش نسبی دمای زمین در بلند مدت بازمی‌گردد.

مشاهدات گویای آن است که میانگین دمای سطح کره زمین به نسبت ۰/۸ درجه فارنهایت در طول قرن اخیر افزایش یافته است. بررسیها نشان می‌دهد که این سیر گرم شدن زمین به شکلی خارق العاده وسیع، سریع و مدید است که می‌تواند دلیلی بر تأثیرات سوء انسانی باشد. حساس نمودن اعضاء تعاونیها به اثر تغییرات جوی و گرم شدن کره زمین کار آسانی نیست. پیش از هر چیز باید گفت: که در مورد مسئله آب و هوا بازاری برای داد و ستد و معامله و بالطبع جذبه‌ای وجود ندارد. از اینرو باید با نشان دادن اثرات گرم شدن زمین بر انسانها، ارزش پرداختن به مسائل اقلیمی را به افکار عمومی انتقال دهیم و سپس آنان را مورد سؤال قرار دهیم که برای جلوگیری از برخی اثرات منفی تغییرات جوی در حال و آینده، تا چه حد مایل به «ایثارند».

راه دیگر برای پی بردن به ارزش این مسئله، توجه به ارتباط بین گرم شدن زمین و سلامتی انسان است. مالاریا و تب مالاریا یکی از مهمترین نمونه‌های امراض اقلیمی است.

طیف جغرافیایی مالاریا معمولاً به مناطق استوایی و نیمه استوایی محدود می‌شود چرا که انگلهای مالاریا برای رشد به میانگین درجه حرارت بالای ۱۶ درجه سلسیوس نیاز دارند. اما ردپای مالاریا در ارتفاعات بلند آفریقا و در شرایط غیرمتعارف و نابهنگام نیز مشاهده شده است. افزایش دمای سطح دریاها ناشی از مسائل جوی به حادث شدن خطر بزرگ و بای آبزیان و مسمومیت جانداران صدف دار می‌انجامد.^۲

ابتکارات توسعه‌ای اتحادیهٔ تعاونیهای مصرف ژاپن از مفهوم توسعه پایدار به گونه‌ای حمایت می‌کند که نیازهای ضروری قشر کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه تامین شود و در عین حال محدودیتهای ناشی از مسائل فن آوری و جامعه که گاه بر توان محیط زیست در تأمین اینگونه نیازها اثر معکوس دارد را نیز از نظر دور نخواهد داشت.

مهاجرت انسانها و آسیب به شالوده سلامت انسان که در نتیجه افزایش گونه‌پذیری اقلیمی و خشونت تغییرات ناگهانی آب و هوا پیش می‌آید، می‌تواند پناهگاههای انسانی و زیرساخت سلامت بشر را تهدید نموده و بطور غیرمستقیم به انتقال بیماری کمک کند. آسیب‌پذیری انسان به بیماریها می‌تواند با سوء تغذیه ناشی از اثرات جوی بر کیفیت محصولات کشاورزی دوچندان شود.^۳

بنابراین شناخت اثرات جوی بر سلامت انسان اهمیت حیاتی دارد و از آنجا اکثر اعضاء تعاونیها در مناطق روستایی از قشر کشاورز هستند، دست زدن به مبارزه برای کاهش گازهای گلخانه‌ای نیز امری جدی است.^۴

بالا رفتن حرارت کره زمین می‌تواند پیامدهای ناخوشایندی برای تولیدات کشاورزی ببار آورد. شاید پاره‌ای اثرات سودمند باشد، اما بسیاری اثر معکوس دارد. تغییرات اقلیمی نه تنها کیفیت تولیدات کشاورزی را متأثر می‌سازد، بلکه می‌تواند کشاورزان را به اجبار به کشت محصول

خود در دیگر مناطق به نسبت شرایط متغیر آب و هوایی وادار نماید. برای نمونه، مطالعات انجام شده در ویتنام از این حقیقت غمانگیز پرده برمی‌دارد که منطقه شمالی این کشور، بویژه دلتای روخانه سرخ حساسترین منطقه به تغییرات جوی کنونی است.^۵

نوسانات میزان بارندگی در این نقطه از زمین شدیدتر بوده و خشکسالی و جاری شدن سیل غالباً به محدود شدن میزان ثمرات کشاورزی منجر می‌شود، آسیب‌پذیری مناطق جنوبی ویتنام احتمالاً به افزایش بیشتر دمای زمین کمک می‌کند. هرچند در گذشته شرایط جوی پایدار و اثرات منفی بر کشاورزی کمتر شایع بود،

اما اکنون این تغییرات با آهنگی شتابدار حرکت می‌کند. خشکسالی فزاینده در ویتنام جنوبی که با افزایش دمای هوا، اتلاف آب را به صورت تبخیر بهمراه خواهدداشت، می‌تواند اثری جدی بر گرم شدن زمین بر جای گذارد.

دامنهٔ محصولات قابل کشت کاهش می‌یابد. با افزایش دما و رطوبت در ماههای زمستان، بیماری طاعون هرچه بیشتر شایع می‌شود. و با در نظر گرفتن روشهایی که در آینده متداول خواهد شد، دلتای کلونگ و مناطق ساحلی، از آسیب پذیرفتن نقاط نسبت به تغییرات ناشی از گرم شدن زمین خواهند بود.

واکنش تعاونیها

از اثرات گرم شدن زمین درسهایی بسیاری می‌توان آموخت. رهبران تعاونی باید آگاه باشند که یک رهیافت جامع و مانع برای توسعه کارساز خواهد بود. تعاونیها باید بدانند که شیوه‌های بازدارنده چاره سازند و نه اکتفا به شیوه‌های واکنشی.

اگر تعاونیها با کاراتر و فعالتر نمودن خود، واکنشی در مقابل جهانی‌سازی نشان بدهند، کاری عقلایی کرده‌اند، اما الزاماً بهترین گذر را نکرده‌اند، همواره بین گذر

توسعه اقتصادی و نیاز به حفاظت از محیط زیست بر مبنای اصول پایداری، تعارضی فطری وجود دارد. تعاونیها باید مکانیسمی ایجاد کنند تا دلبستگیهای زیست محیطی خود را با سیاستهای رشد اقتصادی تعاونی عجین نموده و از بین تلفیق، تعارض فطری را به وحدت تبدیل کنند.

با استناد به اصل شماره ۱۷ بیانیه ریو، ارزیابی اثرات زیست محیطی، هرگاه تعاونیها وارد عمل شوند، نیاز به طرح و برنامه ریزی دارد. این ارزیابی همچنین باید با برآورد خطرات زیست محیطی همراه باشد تا خطرات غیرضروری ناشی از فعالیت‌های تعاونی در اکوسیستم طبیعی را کاهش دهد.

الف - ارزیابی اثرات زیست محیطی

ارزیابی اثرات زیست محیطی عبارتست از نوعی بررسی و تحلیل فعالیتهای از پیش طراحی شده که با هدف تأمین توسعه بهنجار و پایدار زیست محیطی انجام می‌شود. ارزیابی موثر اقتصادی اثرات زیست محیطی طرحها نیازمند خوراک اطلاعاتی کاملی از مسائل محیط زیست است. از اینرو به تعاونیها قویاً پیشنهاد می‌شود که اگر خواستار رسیدن به پایداری هستند، ارزیابی اثرات زیست محیطی را در درجه توسعه طرحهای خود بگنجانند.

هرچند بسیاری از سیاستها به نفع پیشبرد رشد اقتصادی سوگیری شده‌اند، اما باید در سیاستگذاریهای جدید با استفاده از اینگونه ارزیابیهای زیست محیطی، بی‌آنکه رشد اقتصادی به مخاطره افتد، هدفی بلند مدت را برای حفظ پایداری در پیکر اقتصاد تزریق نمود.

بسیار منظر، روش‌شناسی (IAE) (ارزیابی اثرات زیست محیطی) باید به نحوی انجام شود که ارزشهای پولی متناسب با تغییرات اثرات فیزیکی ناشی از گرم شدن زمین و دیگر مسائل زیست

محیطی مشخص گردد. کشورهای چین، هند، اندونزی، مالزی، پاکستان، فیلیپین، سریلانکا و تایلند، شرایط و مقررات قانونی لازم برای مؤسسات دولتی را مقرر نموده‌اند تا تأییدیه ارزیابی اثرات زیست محیطی برخی طرحهای خاص کسب شود.

روش ارزیابی اثرات زیست محیطی که در حال حاضر اجرا می‌شود، کمابیش با معیارها مطابقت داشته و مراحل اصلی بررسی، آزمونهای اولیه در محیط زیست، تهیه گزارشهای مربوطه، مرور یافته‌ها و تصمیم نهایی، کنترل و حسابرسی را دربرمی‌گیرد. بسیاری از کشورها براساس برخی عوامل به بررسی طرحها می‌پردازند: اثرات بالقوه زیست محیطی آنها، بکارگیری طرح کلی و فرمول‌بندی

بقیه از صفحه ۵

اقدام سودمند و مؤثر است.

۴- اعتراف به نقش ارزشمند زیردستان در پیشرفت امور، و اظهار صریح و همراه با تشکر آن گاه و بیگاه می‌تواند مکمل سایر روشهای انگیزشی باشد.

۵- توزیع عادلانه درآمدها و پاداشها امری است که باید جداً مورد توجه قرار گیرد.

۶- بازخواست و حتی تنبیه منطقی را نباید از نظر دور داشت، زیرا در جای خود نوعی تشویق برای کسانی محسوب می‌شود که خوب کار کرده‌اند.

۷- استفاده از برخی سنتها یا روشهای سنتی غلط نیست مشروط بر آنکه این سنتها مانع حرکت و ادامه کار نباشد. برای مثال، نگاه داشتن تعدادی از اسرار و رموز کار به صورت محرمانه از جمله کارهایی است که ریشه و تاریخ کهن مناسبات بشری دارد و به نظر نمی‌رسد هیچوقت از روابط انسانی حذف شود.

۸- حل عادلانه و سیاستمدارانه مشکلات

شده، تهیه پرسشنامه‌ها، فهرست علامت‌گذاری شده، و تهیه ماتریس برای نمایش عددی، بررسی مقدماتی محیط زیست^۱ است.

تعاونیها از نظر پیوند محکم با اعضاء خود و بالطبع با جامعه، بر دیگر نهادها رجحان دارند. از اینرو آموزش و تربیت تعاون به همان نسبت که به مسائل زنان و توسعه می‌پردازد، نباید از موضوع محیط زیست غافل بماند، چرا که بدین ترتیب نه تنها از تأمین نیازها اعضاء عدول نشده است، بلکه همسنگ با اهداف بلندمدت حفظ پایداری نیازها نیز وسعت خواهند یافت، به دیگر سخن، ارزیابی اثرات زیست محیطی معجونی شفافبخش از دو اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» و «مشارکت اقتصادی اعضاء» تعاونی است.

احتمالی ارزشی یا عقیدتی یا سیاسی بدون توسل به زور و نیروهای خارج از سازمان، از جمله توصیه‌هایی است که به استناد بررسیهای انجام شده ارزش اندیشیدن دارد. در هر سازمان هرچه سرو صدای کمتری به خارج نفوذ کند، احتمال توفیق آن افزایش می‌یابد.

۹- مخاطره از ویژگیهای همیشگی مدیران قدرتمند و پیشگام بوده و هست و به نظر می‌رسد مخاطره‌های حساب شده همواره بخشی از کارهای مدیران نوآور باشد.

۱۰- و بالاخره باید مجدداً به استفاده حتمی و همیشگی از نظرات سازنده و حتی انتقادآمیز زیردستان اشاره کرد که سودمندی آن بارها اثبات شده است.

1. Rosabeth Moss Kanther

2. Feasible

۳. از اینجا به بعد مثالهای نویسنده حذف شده تا اختصار رعایت شود ضمن اینکه مثالا با شرایط جامعه ما همخوانی ندارد.

4. Challenges

5. Risk Taking

John T.Kao.The Entrepreneurial

Organization, Printice - Hall,1991.

- اگر هدف جلسه ارائه گزارش فعالیتها یا عملکرد مالی تعاونی است، می‌بایست هرگونه اطلاعات مربوط را مدیران تعاونی بسیار ساده، روان و کوتاه تنظیم کنند تا هنگامی که در جلسه، نماینده آنان (معمولاً رئیس هیئت مدیره) این گزارش را به اطلاع اعضاء می‌رساند، موضوع را به راحتی درک کنند و احساس خستگی نکنند. بدیهی است اعضاء جلسه عموماً بزرگسالان هستند که از سخنرانیهای طولانی و رسمی سریعاً خسته می‌شوند.

به کمک بسیج همگانی و برنامه‌ریزی صحیح از طریق رسانه‌های عمومی (انجام این قبیل اقدامات، در مقایسه با سایر برنامه‌های توسعه خوداشتغالی بازده مساعدتری داشته است).

۲- برگزاری دوره‌های آموزشی یک‌هفته‌ای با عنوان "شرکت در آزمایشگاه ایجاد انگیزه" با پیروی از طرح اصولی دیوید مک لین و با ایجاد تعدیل مناسب در محتوی طرح توسط هیأت علمی مجرب و آموزش دیده دانشگاهی.

۳- اجرای طرح سه‌مرحله‌ای شناسائی و برنامه‌ریزی تولید مناسب با اتکاء به پشتوانه اطلاعاتی قوی در زمینه آخرین اطلاعات در مورد خطوط مختلف تولید همراه با ارائه سخنرانی توسط کارشناسان با سابقه و معروف در رشته‌های مختلف و بالاخره مباحثه، مناظره و تبادل نظر کارآفرینان شاغل با متخصصین دیگر کارشناسان.

۴- اجرای طرحهای منظم همکاری فی‌مابین شرکت‌کنندگان در دوره‌ها با مقامات دولتی باتوجه به واقعیتهای موجود و مسائل و مشکلات حاد، ای که عملاً با آن روبرو هستند.

۵- هیأت علمی کلیه رشته‌های تخصصی مؤسسه ملی توسعه سرمایه‌گذاریهای کوچک همگی دست اندرکار برگزاری این دوره‌ها می‌باشند.

۶- آموزشهای عملی؛ بخش عمده و نقطه قوت دوره‌های اجرائی آموزش توسعه خوداشتغالی مرکز اطلاع رسانی (۴) این توسعه سرمایه‌گذاریهای کوچک است.

مشابه همتای مرد خود بوده و در اغلب جنبه‌های شخصیتی همانند وی عمل می‌کند.

نمودار زیر در گرونی ویژگیهای شخصیتی را در زنان کارآفرین نشان می‌دهد:

- منفعل ← نیروبخش و پراثری
- وابسته ← مستقل
- بی‌کفایت ← شایسته
- منزوی ← اجتماعی
- واقع‌گرا ← آرمانی
- متزلزل ← متکی بنفس
- شکیبیا ← کمال‌طلب
- خونسرد ← پراشتیاق
- خشک ← انعطاف‌پذیر
- مردد ← هدفدار

بطور خلاصه انگیزه و عوامل لازم برای شروع یک فعالیت: تجاری به ترتیب اولویت عبارتند از:

- استقلال رأی، رضایت شغلی
- میل به موفقیت، فرصت مناسب
- پول، قدرت

- ضرورت اقتصادی، تأمین شغلی

بطور خلاصه وجود انگیزه‌هایی نظیر رضایت شغلی و میل به موفقیت توأم با استقلال تأثیر مثبتی در کلیه زمینه‌های تجاری داشته و موجب ایجاد عزم و اراده قوی برای نیل به موفقیت می‌شود.

برخی از ویژگیهای اجرای برنامه‌های آموزش بین‌المللی توسعه خوداشتغالی که توسط "NISIE" به اجرا درآمده؛ بدین شرح است:

۱- شناسائی و گزینش کارآفرینان مستعد

زن کارآفرین در گردونه امور هیچگاه عهده‌دار نقش فرعی نیست و هرگز وقت خود را صرف انجام بررسیهای طولانی و مصلحت‌اندیشی بی‌مورد و اتلاف هفته‌ها وقت برای دریافت نصایح و نظرات دیگران جهت تصمیم‌گیری در امور نمی‌نماید. وظیفه وی بالا بردن رشد فعالیت اقتصادی و ایجاد دارائی و کسب درآمد است، پاداش وی نیز هم از جنبه مادی و هم از نظر معنوی بسیار با ارزش و بزرگ است.

در نظر وی عقب‌نشینی از این موضع بهر دلیل به بهای قربانی کردن خود چه از جنبه احساسی و چه مادی خاتمه خواهد یافت.

زنان کارآفرین نیاز به صرف انرژی بسیار برای کسب درآمد و موفقیت در فعالیت اقتصادی خود دارند، زیرا هر نوع موفقیتی بستگی تام به سرعت و شدت جریان کار دارد. از آنجا که وی مالک مستقیم و صاحب کار است، لذا می‌بایست الهام‌بخش و مشوق سایر کارکنان باشد. میزان عمق این قابلیت بستگی تام به میزان اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری وی دارد.

اغلب زنان کارآفرین بسیار پراثری، مستقل، متکی بنفس، اهل رقابت و بسیار هدفدار هستند و معمولاً به امور کلی و عمومی بیش از مسائل خاص توجه دارند و میزان نرمش و انعطافشان در برابر مسائل همواره بیش از سرسختی آنان است.

خصوصیات زنان کارآفرین ناقض این عقیده که "زنان بشدت وابسته و منفعل هستند" بوده و بر آن بطلان کشیده است. در حقیقت عملکرد یک زن کارآفرین دقیقاً

برگزاری این دوره در خارج از محیط کار عملی نیست و لزوماً یادآوری می‌گردد که مفهوم آموزش عملی و ادغام این مفهوم با برنامه آموزش توسعه خوداشتغالی از طرح‌های ابتکاری NISIET است.

این مؤسسه آموزش‌های عملی خود را بر طبق نیازمندی‌های خاص شرکت‌کنندگان برنامه‌ریزی و ترتیب می‌دهد و در طی این مراحل تسهیلات لازم برای دستیابی شرکت‌کنندگان به اطلاعات دست اول در زمینه‌های مختلف از قبیل: نحوه گزینش تولیدات مناسب، طراحی کارخانه، ایجاد کارخانه، برنامه‌ریزی تولید، دسترسی به مواد خام و مدیریت عمومی کارخانه را ارائه می‌نماید.

تبادل نظر با مدیران و صاحبان کارخانجات، شرکت‌کنندگان را در شناخت زوایای دقیق و ظرایف مطالب فوق‌الذکر کمک نموده و یک تصویر واقعی از مشکلات فراراه‌اندازی یک واحد کاری مشابه ارائه می‌نماید. به تجربه ثابت شده که این تمرین از نقطه نظر کارآفرینی کاملاً رضایتبخش بوده و اغلب شرکت‌کنندگان این بخش از تمرینات را در برنامه آموزشی مفیدترین بخش کار ذکر نموده‌اند.

نظارت و حمایت‌های بعد از آموزش

اهمیت اعمال نظارت بعد از آموزش برای مؤسسات برگزارکننده دوره‌های توسعه خوداشتغالی به اندازه‌ای اهمیت دارد که اقدام به تهیه دیسکتهای آموزشی حاوی اطلاعات دقیق برای کمک به تبدیل یک فرد عادی به یک کارآفرین می‌نمایند. زیرا اغلب کارآفرینان حتی پس از طی دوره آموزشی با هزاران ابهام از جنبه اشکالات شخصی و نیز در ارتباط با مؤسسه روبرو خواهند بود. علاوه بر آن در خلال گزینش یک محصول تولیدی مناسب، انتخاب خط تولید و تهیه پروژه نیاز به برخورداری از راهنمایی و کمک قبل از اجرای هر طرح وجود دارد.

اجرای هر طرح در مقیاس وسیع نیاز به حمایت و مشاوره بعد از طی دوره آموزشی داشته و می‌بایست توسط هیأت علمی ذی‌ربط انجام می‌شود تا شرکت‌کنندگان به مدد اقدامات بعدی و حمایت آنان از خود یک کارآفرین بسازند.

1. Governmental Organisations.
 2. Non Governmental Organisations.
 3. National Institute of Small Industry Extension Training.
 4. Entrepreneurship Development.
- مرکز اطلاع‌رسانی نوسه سرمایه‌گذارهای کوچک =



بقیه از صفحه ۶۳

رستورانها، خطوط هواپیمایی عرضه می‌شوند، توجه کنیم یک ضرورت و تقسیم ساده نشان خواهد داد که چه سودی از دست تولید کنندگان و صادرکنندگان ایرانی بیرون رفته است.

۶- در بسیاری از موارد، وارد کردن بسته‌های مناسب - با طراحی متخصصان ایرانی - که در خارج ساخته شده نیز مقرون به صرفه است. در این موارد می‌باید قوانین گمرکی اجازه ورود موقت این بسته‌ها را بدهد. اما به علل نامعلوم عملاً مشکلات اداری مانع از آن شده است تا صادرکنندگان ایرانی از این شیوه هم استفاده کنند.

۷- رکورد صنعت بسته بندی در ایران را می‌توان ناشی از دو عامل دانست: نخست

فقدان، کمبود و گرانی مواد و وسایل و بی‌علاقگی و ناآگاهی صادرکنندگان، که به علت نا آشنایی با بازار مصرف و برداشتهای تکنیکی و هنری بسته بندی، فروش عمده و ارزان و بی دردمس را ترجیح می‌دهند.

۸- بازار شیخ نشینهای جنوبی که میزان هنگفتی از کالاها، از آن جا دوباره صادر می‌شود، به عنوان ویتترین و آزمایشگاهی در اختیار صادرکنندگان ایرانی است تا به زمینه‌ها شکل و بسته بندی کالاهای متنوع و رقیب بی‌پرده و بر اساس آن نحوه ارائه کالاهای خود را انتخاب کنند. البته این ویتترین بیشتر به کار مسؤولان اجرایی و تصمیم‌گیرندگان می‌آید تا به اهمیت داشتن یک بسته بندی مناسب برای کالاهای صادراتی پی می‌برند، و در صدد فراهم آوردن امکان ساخت بسته‌های مناسب و مدرن در داخل کشور باشند. وگرنه، طراحان و متخصصان بسته بندی با این بازار و اصولاً بازار جهانی آشنایی کافی دارند و نبود امکانات در داخل، مانع آنها برای ایفای سهم و نقش خود در توسعه صادرات غیر نفتی می‌شود.

۹- کمبودهای داخلی، با همه ابعاد گسترده و محدود کننده خود، در بعضی جهات نیز مفید افتاده است چرا که طراحان ایرانی ناگزیر ابتکارهای فوق‌العاده جالبی به کار برده‌اند. هم چون ارائه یک ادکلن داخلی در بسته مقوایی، یا بسته بندیهای حصیری برای خرمای صادراتی که البته هیچ کدام از اینها به علت گرانی قیمت تمام شده ادامه نیافت. ولی همان عرضه محدود آنها، در نمایشگاه‌های خارج و استقبال فوق‌العاده‌ای که از آن شد نشان دهنده این بود که با اندکی حمایت می‌توان از ابتکارات طراحان داخلی بهره گرفت و محدودیتها را دور زد.

مأخذ: سومین راهنمای جامع صنایع غذایی و صادراتی ایران