

اصول تعاون، ده سال پس از تصویب

• قسمت اول

• نویسنده: جانستون بیرجال

مقدمه

یکی از اهداف اصلی اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) به هنگام‌سازی و تفسیر اصول تعاون است. اتحادیه بین‌المللی تعاون، این هدف را در سالهای ۱۹۳۷، ۱۹۶۶ و اخیراً در سال ۱۹۹۵ تحقق بخشیده است. این مقاله، در پی یافتن پاسخ این پرسش است که آیا رابطه بین ارزشها و اصول تعاون به خوبی درک شده است؟ هدف دیگر این است که اثرات جهانی شدن و پیشرفت‌های بدست آمده در طول این ۱۰ سال پس از آخرین تجدیدنظر در اصول تعاون (۱۹۹۵) مورد بحث قرار گیرند و بررسی نماییم آیا این اصول، موجبات «پیشرفت تجاری تعاونی‌ها» را فراهم آورده‌اند. تجدیدنظر در اصول در سال ۱۹۹۵، پیامد مشکلات فزاینده‌ای بود که از ماهیت تعاونی‌ها ناشی می‌شد و بخوبی توسط «آلکس لیدلاو» که سه بحران را برای توسعه تعاونی‌ها برشمرده است، تشریح شده‌اند: اول بحران اعتبار بود، تعاونی‌ها هنوز هم می‌بایست حیات خود را به عنوان یک سازمان تجاری به اثبات می‌رسانند. دوم بحران مدیریت تعاونی‌ها بود؛ زیرا هر چه تعاونی‌ها بزرگتر می‌شدند، با مشکل چگونه فعال نگهداشتن اعضا و حفظ قدرت تکنوکراتیک (فن سالارانه) مدیران شان روبرو می‌شدند. سوم بحران ایدئولوژیکی بود؛ «شکی فرسایشی در مورد هدف اصلی تعاونی‌ها و اینکه آیا آنها دارای نقش محدود همانند یکی از انواع بنگاههای اقتصادی می‌باشند» شیوه تجدیدنظر و به هنگام‌سازی (اصول)، بسیار دموکراتیک بود؛ بحث

ابتدایی در اواخر دهه ۱۹۸۰ آغاز شد و در کنگره توکیو به سال ۱۹۹۲ ادامه یافت و با قبول ارزشها و اصول جدید در کنگره سال ۱۹۹۵ منجر به نقطه اوج خود رسید. آن چه که در مورد این تجدیدنظر متفاوت به نظر می‌رسید، این بود که نه تنها به هنگام‌سازی اصول را جدید را انجام داد؛ بلکه یک بیانیه هویت و دو مجموعه از ارزشها (اساسی و اخلاقی) را به تصویب رساند که زمینه‌ساز اصول (تعاون) بودند. هدف شرکت‌کنندگان مشخص بود: ترسیم یک سنت دیرینه برای روزآمد نمودن ایده تعاون. آنها امیدوار بودند تا نهضت تعاون را حیاتی دوباره ببخشند و مسیر آینده آن را مشخص نمایند. این ایده از بیرون چگونه به نظر می‌آید؟

تصور من این است که تعداد زیادی از سازمان‌های تجاری گوناگون در سراسر جهان بوجود آمده‌اند که رهبران آنها احساس می‌کردند دارای مشترکاتی می‌باشند و مشغول به نوعی فعالیت دو جانبه هستند.

کل این فرآیند، برای صاحب‌نظران دانشگاهی، عجیب به نظر می‌رسید. از منظر فلسفه اجتماعی سیاسی، شیوه معمولی عملی کردن اصول، این است که با ارزش‌های اساسی مانند برابری و آزادی آغاز نماییم و کار را به پیش ببریم. به عنوان مثال، جی، اس میل دغدغه آزادی داشت، اما سرانجام استدلالی قوی برای ایجاد تعاونی‌های کارگری را مطرح نمود تاوانی مورخ انگلیسی نگران غفلت از اتحاد و برادری بود این نگرانی، او را به ستایش از دستاوردهای جنبش تعاونی‌های مصرف، هدایت نمود. این رویکرد، در تاریخ اندیشه‌های تعاونی به دفعات به

• مترجم: اصغر بیان

وقوع

پسیوسته و هر کشور فلسفه پردازان خاص خود را دارد که به ترسیم آن می‌پردازند. هر چند که نوعی شکاکیت سنتی در بین تعاونگران در خصوص سیستم‌ها وجود دارد که بیشتر ناشی از تفکر محض است و نه تجربه. به عنوان مثال، پیشگامان را جدید تحت تاثیر «رابرت اون» بودند؛ اما می‌توانیم بگوییم نفوذ ایشان کمتر از تعاونگران بیشتر تجربی نظیر «ویلیام کینیگ» بود که اصول خود را با مشاهده مردمی که سعی در اداره فروشگاههای تعاونی داشتند، تنظیم نمود.

همانگونه که «ویل واتکینز» در اثر خود در زمینه اصول تعاون، اشاره می‌نماید: اعتبار اصول تعاون بر مبنای تجربه و عقل سلیم تعداد زیادی «از صاحب‌نظران» شکل گرفته و نه الهام چند نفر معدود.

روش دیگر، به دنبال فهم منطق اساسی فعالیت تجاری عضو محور و استنتاج بعضی اصول از آن می‌باشد. به منظور تعیین سیاست‌های اساسی که یک فعالیت اقتصادی عضو - مالک محور حقیقی باید دنبال نماید، ما می‌توانیم اصول عضویت آزاد و داوطلبانه، جدا کردن سود از پاداش به سرمایه، حق رأی اعضا به عنوان یک فرد و بهره‌مندی اعضا از سود شرکت به نسبت استفاده‌ای که از خدمات تعاونی به عمل می‌آورند و نظایر آن را استنتاج نماییم.

آن چه را که این روش می‌تواند حاصل نماید، این است که اصول توجه

جدول ۱ - ارزشهای تعاونی و اصول بازآرایی شده

ارزشهای درجه اول	ارزشهای درجه دوم	اصول	فعالیت‌های تعاونی
ارزشهای سیاسی	دموکراسی	داوطلبانه / عضویت آزاد	استراتژی عضوگیری
آزادی	تساوی حقوق	کنترل دموکراتیک اعضا	آموزش و تعلیم مدیران
برابری	خوداتکایی	مشارکت اقتصادی اعضا	برگه‌های «سود سهام»
اتحاد	اعتماد به نفس	خودگردانی و استقلال	افزایش سرمایه داخلی
		آموزش، کارورزی و اطلاع‌رسانی	بازاریابی باتوجه به تمایزات تعاونی
ارزشهای اخلاقی		همکاری بین تعاونی‌ها	حمایت از تأسیس فدراسیون و خدمات مشترک تعاونی
صداقت / درستکاری		توجه به جامعه	سودرسانی به جامعه
صمیمیت	-	-	-
مسئولیت اجتماعی	-	-	-
مراقبت از دیگران	-	-	-

به جامعه و آموزش را نمی‌توان از آن بدست آورد، زیرا این اصول، ناظر بر افسردگی است که خارج از حیطه فعالیت اقتصادی شرکت قرار دارند. به همین منوال، همکاری بین تعاونی‌ها را نیز نمی‌توانیم از آن استنتاج نماییم، زیرا اصل اتحاد بین سازمانها، به ندرت می‌تواند از تجزیه و تحلیل فعالیت‌های داخلی یک سازمان بدست آید. روش به کار گرفته شده در سال ۱۹۹۵، یک راه میانه بین این دو روش دانشگاهی را ارائه نمود و آن رویکردی مدبرانه برای وضع اصولی بود که اجماع عملی در زمینه آن چه که تعاونگران آن زمان مهم می‌پنداشتند را بدنبال داشته باشد. این گفته بدین معنی است که ارزشها و اصول غیرقابل تغییر نیستند و می‌توان آنها را مجدداً با توجه به شرایط اقتصادی متغیر کنونی، مورد بررسی قرار داد.

آیا اصول تعاون نیاز به کار بیشتری دارند؟

ارزشها و اصول، بیش از یک فهرست راهنما هستند و هیچ کوششی در جهت رتبه‌بندی ارزشها به لحاظ اهمیت و یا پیوند مستقیم آنها با اصول و فعالیت‌های اقتصادی، به عمل نیامده است.

از سال ۱۹۹۵، کارهای زیادی در جهت ارتباط بین ارزشها و اصول باید انجام شده باشد تا ارتباط بین کلام جدید و موضوعات تعاونی معاصر را نشان دهد. به عنوان مثال، جدولی وجود دارد که بین ارزشهای سیاسی و اخلاقی و بین ارزشهای درجه اول (که خودشان هدف محسوب می‌شوند) و ارزشهای درجه دوم (که وسیله‌هایی برای رسیدن به اهداف ارزشهای رده اول می‌باشند) تمایز قائل می‌شود و سپس به طور مستقیم، ارتباط بین اصول با فعالیت‌های مشخص تعاونی را برقرار می‌نماید. (جدول شماره ۱)

برابری و اتحاد» معمولاً به عنوان هدف در نظر گرفته می‌شوند و شرایطی برای یک زندگی خوب، هر چند که از برخی جهات ما نمی‌توانیم نقش یکی از آنها را پررنگ‌تر در نظر بگیریم بدون آن که از اهمیت دیگری بکاهیم. بنابراین، باید بین آنها اهم و مهم قائل باشیم. فلاسفه سیاسی درباره ماهیت این انتخاب توافق ندارند؛ عده‌ای طرفدار سرسخت آزادی و عده‌ای نیز طرفدار برابری می‌باشند. و رای این نکته، ما می‌توانیم هر دو موضوع آزادی و برابری را به حداکثر برسانیم، از طریق طرح این موضوع که مقدار معینی از برابری به ویژه در زمینه فرصتها موردنیاز است تا مردم، آزادی مثبت داشته باشند، هر چند که اقدام دولت برای ارتقاء برابری، به سمت استفاده از تهدید و اجبار خواهد رفت و آزادی‌های فردی مردم را کاهش خواهد داد اما اشتراک نظر، زمانی حاصل می‌شود که تعیین نماییم کجا باید این انتخاب را انجام دهیم؛ ما هر چه بیشتر به فکر

اول، ارزشهای اخلاقی به خودی خود، ارزشمند هستند و می‌توان آنها را به سادگی با فعالیت تجاری تعاونی، مرتبط نمود. اما بررسی نگاه متمایز تعاونی نسبت به آنها مشکل می‌باشد. تعاونی نیازمند فضایی است که در آن، بازار به خوبی فعالیت نماید، قدرت سیاسی تحت کنترل باشد و جامعه مدنی به وجود آمده باشد. درستکاری/صداقت، پیش شرط کارکرد بازار؛ صمیمیت پیش شرط دموکراسی و مسئولیت اجتماعی، پیش شرط ایجاد جامعه مدنی می‌باشد. با این وجود؛ تعاونی‌ها صرفاً می‌توانند نقش خود را ایفا نمایند و توافقی در این زمینه وجود دارد، مراقبت بیش از حد از دیگران به معنی غفلت از اعضا خواهد بود، در حالی که، درستکاری به معنی تقسیم اطلاعات حساس تجاری با رقبا نمی‌باشد بالعکس، ارزشهای سیاسی می‌توانند به طور مستقیم با اصول پیوند داده شوند؛ اما به شرطی که در وهله اول، اهداف را از ابزار جدا نماییم. سه گانه مشهور «آزادی،

در یک سیستم اقتصادی مبتنی بر نابرابری، دولت ناچار به دخالت می‌شود تا از ادامه

مشارکت

اقتصادی اعضا و خوداتکایی به مثابه

خودگردانی و

استقلال می‌باشند. یک منطلق

درونی در این موضوع وجود دارد

که پیوند برخی ارزشها و اصول را برقرار می‌سازد. هر چند که تمام پیوندها بین اصول و ارزشها این چنین آشکار نمی‌باشند.

اصل توجه به جامعه می‌تواند ناشی از ارزشهای اخلاقی، مسؤلیت اجتماعی و توجه و مراقبت از دیگران باشد. اما این یک توتولوژی (این همان‌گویی است)، ما باید نگران دیگران باشیم، زیرا ما نگران دیگران هستیم. در وهله اول، اصل همکاری بین تعاونی‌ها تنها می‌تواند از دیدگاهی عمل‌گرایانه مورد بحث قرار گیرد، به گونه‌ای که یک تعاونی بتواند هر چه بیشتر خوداتکا باشد. این اصل در صورتی می‌تواند متقاعد کننده باشد که تعاونگران به دیدگاهی مشترک در مورد سیستم اقتصادی منصفانه‌تر نایل آیند و اعتقاد داشته باشند که تعاونی‌ها می‌توانند تامين‌کننده آن باشند.

حتی قوی‌ترین استدلالها، که ممکن است ما آن را دستاورد برابری یکسان بنامیم نیز ضعف‌های خاص خود را دارند. مشکل اینجاست که هر کس می‌تواند تعاونی تشکیل دهد؛ از تعاونی‌های روستاییان بی‌زمین که برای نگهداری یک گاو، زمین اجاره می‌کنند تا تعاونی‌های کشاورزان متمول که به دنبال فرآوری و صادرات محصولات خود می‌باشند و یا تعاونی‌های کارگران حاشیه‌نشین در اقتصاد غیررسمی که به دنبال بیمه برای متخصصان که در جستجوی یک پانسون راحتند. تعاونی‌های بانکداری نیز بدون اینکه فصدی داشته باشند، چرخه پول را از اقتصاد روستایی به اقتصاد شهری تسهیل می‌کنند.

به طور کلی، تعاونی‌ها به افراد کم‌درآمد منفعت می‌رسانند، اما نه لزوماً

حیات شهروندان مطمئن شود؛ اما با انجام این عمل، آزادی را به خطر می‌اندازد. برابری

اقتصادی؛ از طریق خودیاری و همچنین خوداتکایی تحقق می‌پذیرد و

نیاز به مداخله دولت برای اصلاح نابرابری‌ها را کاهش خواهد داد.

بنابراین به لحاظ نظری، تعاونی‌ها دارای ظرفیت لازم برای انجام

این کار می‌باشند. در حالی که سایر بنگاههای اقتصادی فاقد

فعالیت

اقتصادی

این ظرفیت هستند. در نتیجه، تعاونی‌ها می‌توانند بیایم که منجر به

افزایش عدم برابری

برای اعضای خود برابری رایج ارمغان بیاورند نخواهد شد. از آنجا که

تعاونی‌ها به نسبت معاملات

اعضا، به آنها پاداش می‌دهند

و نه به نسبت میزان سرمایه،

دارای ساختار منصفانه‌تری به نظر

می‌رسند.

و بدین لحاظ، نیاز به مداخله دولت

برای اصلاح نابرابری‌ها

در یک سیستم اقتصادی مبتنی بر نابرابری، دولت ناچار به دخالت می‌شود تا از ادامه حیات شهروندان مطمئن شود؛ اما با انجام این عمل، آزادی را به خطر می‌اندازد. برابری اقتصادی؛ که دموکراتیک نیز می‌باشد، از طریق خودیاری و همچنین خوداتکایی تحقق می‌پذیرد و نیاز به مداخله دولت برای اصلاح نابرابری‌ها را کاهش خواهد داد. بنابراین به لحاظ نظری، تعاونی‌ها دارای ظرفیت لازم برای انجام این کار می‌باشند. در حالی که سایر بنگاههای اقتصادی فاقد این ظرفیت هستند. در نتیجه، تعاونی‌ها می‌توانند برای اعضای خود برابری رایج ارمغان بیاورند و بدین لحاظ، نیاز به مداخله دولت برای اصلاح نابرابری‌ها را کاهش می‌دهند.

با توجه به نکات فوق ارزشهای درجه دوم مانند دموکراسی، برابری و خودیاری، بیشترین توجه را به خود جلب می‌نمایند و اصول کلیدی، به طور مستقیم از آنها منتج می‌شوند؛ دموکراسی به مثابه کنترل دموکراتیک اعضا و برابری به معنی

را کاهش می‌دهند. دیگران

باشیم و آنها را

مانند خودمان در نظر

بگیریم، آمادگی بیشتری برای

اعطای آزادی به آنها خواهیم داشت. پس،

ارزشهای درجه دوم مورد توجه قرار

می‌گیرند. دموکراسی، زیباترین مفهومی

است که می‌توانیم از طریق تعامل بین

آزادی و برابری، بدان دست یابیم. تاکنون،

استدلالهای مشهودی برای فعالیت تجاری

تعاونی ارائه نشده است. لذا وقتی که ما از

دیدگاه تعاونی به ارزشهای: انصاف،

خودیاری و خوداتکایی می‌نگریم، به طلا

دست می‌یابیم و به قوی‌ترین استدلال

برای (برتری) تعاونی می‌رسیم.

بازار آزاد، به سوی عدم برابری قدم

برمی‌دارد و نمی‌تواند دسترسی افراد به

نیازهای اساسی‌شان را تضمین نماید. اگر

ما بتوانیم شیوه‌ای را برای انجام فعالیتهای

اقتصادی پیدا کنیم که ثمرات آن به طور

منصفانه بین مردم توزیع شود؛ ما

توانسته‌ایم راهی را برای توزیع ثمرات

به نیازمندترین آنها. تعاونی‌ها، برابری داخلی را رعایت می‌کنند اما لزوماً نیرویی برای ایجاد تساوی بیشتر محسوب نمی‌شوند. به طور کلی می‌توان گفت که تعاونی‌ها بیشتر برای افراد کم درآمد و دارای درآمد متوسط مفیدند، اما بحث را باید بیشتر بر موارد عملی متمرکز کرد و نه تئوری.

هنگامی که به مرحله بعد می‌رویم؛ یعنی ارتباط هفت اصل تعاون با فعالیت‌های تجاری، با زمینه‌های جدی‌تری روبرو می‌شویم. درک این موضوع که چگونه اصل عضویت دموکراتیک مستلزم استراتژی ارتباط اعضا، خط مشی ارائه اطلاعات و نظایر آن است نباید مشکل باشد. کاملاً آشکار است که برای مشارکت اعضا در منافع اقتصادی، نیازمند پرداخت برخی سودهای حمایتی هستیم. اما این موضوع کمتر مشخص است که چگونه اصل منافع اعضا با اصل توجه به جامعه هماهنگ می‌شود، زیرا به هر دوی آنها از محل مازاد برگشتی پرداخت می‌گردد. به عنوان مثال، یک تعاونی مصرف بزرگ ممکن است ناچار باشد تصمیم بگیرد که به توسعه انواع تعاونی‌های جدید بپردازد یا به سازمانهای اجتماعی کمک نماید. کارت الکترونیکی تقسیم سود را می‌توان صرفاً برای کلیه مشتریان و یا فقط برای اعضا صادر کرد. تصمیم‌گیری عملی برای اعضا و مدیران تعاونی مشکل است، زیرا آنها باید برای انتخاب ارزشها و اصول، سبک و سنگین کنند.

و سرانجام، دیدگاهی وجود دارد مبنی بر اینکه تعاونی‌های فعال در سطح بازارهای جهانی - بویژه تعاونی‌های بازاریابی و فرآوری محصولات کشاورزی - نمی‌توانند به درونی کردن ارزشها و اصول اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) بپردازند، اما برای بقای خود، ناچار از به کارگیری اصول کم اهمیت‌تر و خودمحورتر می‌باشند.

در سال ۱۹۸۷، اداره کشاورزی ایالات متحده آمریکا، سه اصل مالکیت کاربر

(استفاده‌کننده)، کنترل کاربر و منافع کاربر را پذیرفت تا پاسخی نسبی به سه اصل اول اتحادیه بین‌المللی تعاون داده باشد. برخی اصول، صرفاً از منطق درونی تعاونی نشأت می‌گیرند و در زمینه مسؤلیت اجتماعی وسیع‌تر، حرفی برای گفتن ندارند؛ اما دستاوردهای تجاری آنها را شفاف‌تر و آسان‌تر می‌توان نشان داد.

بیان تمام این مسائل، به این معنی است که در مورد اصول تعاون کارهای بیشتری باید انجام شود. برای ارزیابی شیوه‌های ارتباط بین اصول و ارزشها و مهمتر از آن، راههایی که فعالیت‌های تجاری را در آنها متجلی می‌سازد؛ نیازمند تامل جدی‌تری می‌باشیم.

سؤالات اساسی، عبارتند از: تاثیر ارزشها، اصول و بیانیه هویت تعاونی که طی ۱۰ سال گذشته به کار گرفته شده‌اند، چه بوده است؟ آیا آنها موجبات تحقق دستاورد تجاری تعاونی را فراهم آورده‌اند؟ هر چند که پیش از پاسخ به این سؤالات، ما نیازمند درک اثرات جهانی شدن می‌باشیم.

تعاونی‌ها و محیط متحول

جهانی شدن برای تعاونی‌ها هم تهدید است و هم فرصت، اما برای شناخت دقیق آن، باید دو سوال مطرح نماییم: جهانی شدن چیست و گستردگی آن تا کجاست؟ یک تعریف ساده، آن را فرآیندی کاملاً اقتصادی به حساب می‌آورد: «برداشتن مرزها برای انجام تجارت آزاد و ادغام یکپارچگی هر چه بیشتر اقتصادهای ملی. اما یک تعریف جامع‌تر، شامل عوامل فرهنگی نیز می‌شود: یکپارچگی بیشتر کشورها و مردم سراسر جهان که موجبات کاهش زیاد هزینه‌های حمل و نقل و ارتباطات را فراهم می‌کند و شکستن مرزهای ساختگی برای جریان آزاد کالاها، خدمات، سرمایه، دانش و تاحدی محدودتر مردم آنسوی مرزها. ممکن است که ما، جهانی شدن اقتصاد

را یک تهدید و جهانی شدن فرهنگی را یک فرصت به حساب آوریم و یا بالعکس. به عنوان مثال، میزان فزاینده پیوندهای فرهنگی، باید به گسترش اصول تعاون از کشوری به کشور دیگر کمک نماید، اگر چه در همان حال، مردم تحت تاثیر بمباران تبلیغات تصویری سرمایه‌گذاران یا مالکان (شرکتهای تجاری) به عنوان شیوه‌ای عادی برای انجام فعالیت اقتصادی قرار خواهند گرفت. سوال دوم این است که گستردگی جهانی شدن تا کجاست؟ اقتصاددانان در این زمینه بحث می‌کنند. ممکن است اینگونه نشان داده شود که ثمرات اقتصادی صادرات به بخش بزرگتری از جمعیت جهان در مقایسه با دهه ۱۹۲۰ میلادی می‌رسد؛ هر چند که در آن زمان، اقتصادهای محلی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بود. می‌توانیم بین گردش آزاد سرمایه - که بسیار گسترده است - و جریان یا گردش کالا که هنوز هم اساساً محدود به بازارهای منطقه‌ای جهانی است تا بازارهای واقعاً جهانی، تمایز قابل شویم. پرسش در زمینه سرعت تغییرات از اهمیت برخوردار است، زیرا اگر کمتر از حد انتظار باشد، برای تعاونی‌ها فرصت شناخت بیشتر چالشها فراهم می‌شود؛ اما در جایی که این سرعت زیاد باشد، وضعیت اضطراری پیش می‌آید. به عنوان مثال، اگر فشار از ناحیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای فراملیتی کم باشد؛ تعاونی‌های مصرف احساس خواهند نمود که می‌توانند درون مرزهای ملی باقی بمانند و بر تفاوت‌های خود با دیگر رقبای داخلی تمرکز نمایند اما، اگر «المارت» و IKEA به فشارهای خود ادامه دهند، این استراتژی ممکن است نیاز به بازنگری داشته باشد.

با پیچیده‌تر شدن امور، سرعت تغییر با توجه به وقایع بازار ممکن است متفاوت باشد؛ فرآوری محصولات کشاورزی

یکی دیگر از مسائل پیچیده، اثرات اقتصاد جهانی شدن بر افزایش

نابرابری‌ها در داخل کشورها و بین کشورها می‌باشد. این موضوع، اثر

متفاوتی بر تعاونی‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه خواهد

داشت. برخی از این اثرات سودمند و برخی دیگر زیان‌آور هستند. به

عنوان مثال، تعاونی‌های جنوب آسیا و چین ممکن است از این کامیابی

بهره‌مند شوند؛ در حالی که تعاونی‌های صحرای آفریقا - یعنی جایی

که تولید اقتصادی در حال کاهش است - ممکن است از چرخه اقتصاد

خارج شوند. از طریق توسعه تجارت عادلانه بین تعاونی‌های کشورهای

توسعه یافته و در حال توسعه، تعاونی‌ها می‌توانند برای توسعه منافع

دوجانبه، همکاری نمایند. تجارت آزاد و از بین بردن موانع تعرفه‌ای، به

این فرآیند کمک خواهد کرد.

ممکن است در سطح منطقه‌ای باقی بماند در حالی که سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای وابسته به تهیه کنندگان مواد غذایی، اصولاً وابسته به بازارهای ملی باشند.

یکی دیگر از مسائل پیچیده، اثرات اقتصاد جهانی شده بر افزایش نابرابری‌ها در داخل کشورها و بین کشورها می‌باشد. این موضوع، اثر متفاوتی بر تعاونی‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه خواهد داشت. برخی از این اثرات سودمند و برخی دیگر زیان‌آور هستند. به عنوان مثال، تعاونی‌های جنوب آسیا و چین ممکن است از این کامیابی بهره‌مند شوند؛ در حالی که تعاونی‌های صحرای آفریقا - یعنی جایی که تولید اقتصادی در حال کاهش است - ممکن است از چرخه اقتصاد خارج شوند. از

طریق توسعه تجارت عادلانه بین تعاونی‌های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، تعاونی‌ها می‌توانند برای توسعه منافع دوجانبه، همکاری نمایند. تجارت آزاد و از بین بردن موانع تعرفه‌ای، به این فرآیند کمک خواهد کرد؛ اما تعاونی‌ها در جهان توسعه یافته با رقابتی بزرگتری روبرو خواهند شد. قبلاً این رقابت به طور غیرمستقیم بین تعاونی‌های تولیدکننده محصولات اولیه مانند پنبه، قهوه و برنج در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه وجود داشته است. در حال حاضر، زیان ناشی از عدم موازنه بازرگانی، متوجه فقیران و تعاونی‌هایی است که برای فقرا تشکیل شده‌اند.

سرانجام اینکه، جهانی شدن یک مفهوم خنثی و بیطرف نیست. جهانی

است. یعنی اینکه تعاونی‌ها باید به توسعه دو راهبرد متمایز و متضاد بپردازند که به طور خلاصه عبارتند از:

* تفکر منطقه‌ای و عمل در سطح

جهانی

* تفکر جهانی و عمل در سطح

منطقه‌ای

پی‌نویس‌ها:

۱- Trilogy

۲- Tautology

۳- Pragmatic

۴- Internalize

۵- User

۶- Walmart

* Johnston Birchall

● ادامه دارد

شدن به لحاظ معنات‌شناسی، توسط افراد با منافع متفاوت به کار گرفته می‌شود، مثل افرادی که در این زمینه بحث می‌کنند تا مشخص کنند تعاونی‌هایشان در این یا آن مسیر، قدم بردارد. بحث‌های بیشتر در زمینه ادغام، عقلانیت و حتی عدم وابستگی، ما را وادار به استفاده از علم معانی می‌کند. به عنوان مثال، مدیران کنونی تعاونی‌های کشاورزی ایرلند معتقدند که به دلیل جهانی شدن، راهی جز تبدیل به یک شرکت با مسئولیت محدود باقی نمانده است؛ در حالی که در سایر کشورها نظیر دانمارک، شیوه‌هایی اتخاذ شده که حافظ یکپارچگی اعضا می‌باشد.

اتحادیه بین‌المللی تعاون، نیازمند نیل به خودآگاهی و تلاش جدی در این زمینه