

# اصول مذاکره

از: فرشید خادم

بهترین کسی که می‌توان با او پشت میز مذاکره نشست فردی است که خود و رشته کاری‌اش را به خوبی می‌شناسد. بدترین فرد، کسی است که می‌ترسد و خیلی بدتر از آن، یک فرد غیرمنطقی است.

مذاکره‌کنندگان خوب می‌توانند روشن و سریع فکر کنند. آنها خونسرد، منضبط و صبور هستند. می‌توانند به سادگی احساسات خود را کنترل کنند و خیلی دیر مسایل را شخصی تلقی می‌کنند. با وجودی که مسایل را به خوبی به طرف مقابل انتقال می‌دهند ولی الزاماً حراف نیستند. قابلیت انعطاف و خشوش خلقی نیز از صفات مهم یک مذاکره‌کننده خوب می‌باشند.

## ● آمادگی جهت مذاکره

آگاهی و آمادگی یکی از مهمترین ابزارهای حل و فصل مذاکرات می‌باشد و این آگاهی باید قبل از نشستن پشت میز مذاکره کسب شده باشد. در شرایط مساوی، طرفی که آمادگی بهتری کسب کرده است شانس بیشتری جهت حصول به یک توافق مساعد را خواهد داشت. نکته مهمی که در زمان آماده شدن برای مذاکره باید در نظر داشت این است که سعی شود عناوین مذاکره به صورت مجزا و نه پیوسته، عنوان شوند.

هر موضوع باید مستقلاً قابل مذاکره باشد و نه به صورت جزئی از موضوعات قبل و بعد از آن. دلیل این امر این است که طرف مقابل شما ممکن است اولویت‌های دیگری داشته باشد و بخواهد ابتدا، در مورد موضوع خاصی صحبت کند و یا این که شما ممکن است بخواهید که در حین مذاکره به موضوع خاصی بپردازید و در مورد آن امتیاز بگیرید.

دلایلتان را محدود کنید. فکر نکنید با عنوان کردن تعداد زیادی دلیل جهت پشتیبانی

همکاری انسانی در مذاکرات وجود دارد که «در یک مذاکره موفق همه برنده می‌شوند.» در اینجا بایستی به دو نکته مهم اشاره نمود. اول این که موافقت‌نامه‌ای که طرفین از آن منتفع شوند بیشتر از توافقی که در آن یک طرف شکست می‌خورد دوام می‌آورد.

نکته دوم در واقع بیان این حقیقت است که بسیاری از مذاکرات جزئی از روابط مستمر فی‌مابین طرفین مذاکره می‌باشند. اگر من در یک مذاکره شما را شکست دهم، اولین چیزی که به فکر شما خواهد آمد تلافی است. در بیشتر مذاکرات پایان واقعی وجود ندارد. اگر شما امروز احساس طرف مقابل را جریحه‌دار کنید به احتمال قوی روزی هم او مقابله به مثل خواهد نمود. این امر را در نظر داشته باشید که مذاکره یک بازی نیست.

هدف باید رسیدن به یک توافق باشد و نه رسیدن به پیروزی مطلق و گرنه حتی تحت بهترین شرایط، پیشرفت‌ها کوتاه‌مدت خواهند بود. البته این به آن معنی نیست که یک مذاکره‌کننده خوب باید از موضع ضعیف صحبت کند و یا این که از نقاط قوت خود بهره‌برداری نکند. رقابت، مفید و لازم است ولی در پایان، نتیجه باید به جای از پای درآوردن حریف متوجه یافتن یک راه‌حل جامع باشد.

## ● یک مذاکره‌کننده خوب کیست؟

«وقوف بر فوت و فن مذاکره، از آنجایی که در بسیاری از موارد می‌تواند تفاوت بین جنگ و صلح را معنا دهد، نقش بسیار مهمی در روابط بین‌الملل و تجارت ایفا می‌کند و می‌تواند بر همه چیز، از قیمت لوازم یدکی تا ادغام چند موسسه تجاری تاثیرگذار باشد.»

مذاکرات رسمی و غیررسمی زندگی روزمره ما را تحت تاثیر قرار می‌دهند. در واقع هرگاه که مردم به منظور تغییر روابط موجود تبادل نظر می‌کنند و در هر زمان که برای حصول توافق در مورد مسأله‌ای با هم روبه‌رو می‌شوند، مسأله «مذاکره» مطرح می‌شود. برخی مذاکرات ساختاری جدی دارند و برخی دیگر عادی و تصادفی هستند. مذاکرات کارگری، معامله با فروشندگان و یا مشتریان از انواع عادی مذاکره در دنیای تجارت هستند. مضافاً اینکه مذاکره بر سر مسایل سررسیده‌ها، موجود بودن منابع، میزان کار، محدودیت اختیار و دامنه مسئولیت نیز به نوبه خود از مواردی هستند که غالباً اینگونه مذاکرات را شامل می‌شوند.

## ● اولین اشتباه؛ من برنده، شما بازنده

یک مکتب فکری در مذاکره، سخن از روش‌هایی برای غلبه بر حریف، بردن مسابقه و پیشبرد یک طرفه امور به میان می‌آورد. ولی در واقع تفاوت بسیار مهمی بین دانستن چند شیوه مبتنی بر حلیه‌گری و یا آگاهی از مراحل

قیمت‌های وی بیش از حد بالا هستند یا خیر؟

### ● روش‌های مذاکره

روش‌های خاصی وجود ندارد که قابل به کارگیری در کلیه مذاکرات باشد. روش‌های زیر فقط تعداد محدودی از ابزارهای فراوانی هستند که یک مذاکره‌گر می‌تواند با توجه به موقعیت، از آنها استفاده نمایند.

#### پردبازی

در مقابل طرف صبور باشید، به وی اجازه دهید تا بتواند وضعیت شما را ارزیابی کند و در مورد خودش نیز تجدیدنظر نماید. صبر کنید تا عوامل دیگری به وجود آیند.

#### شگفتی!!

ناگهان تغییر حالت دهید. در مورد یکی از موضوعات مورد بحث موضوع سرسختی اتخاذ کنید. حالت گفتار تان را از آرام به تند تغییر دهید.

#### عقب‌نشینی ملایم

موضوعی را که طرف تان در مورد آن توقع یک درگیری دارد آگاهانه واگذار کنید.

#### عقب‌نشینی ظاهری

بدون عوض کردن موضع واقعی تان، عقب‌نشینی کنید. یک مشتری شکایت می‌کند که قیمت‌های شما خیلی بالا هستند. شما قبول می‌کنید که مطلب را بررسی کنید. بعداً روی همان قیمت‌های اصلی پافشاری کنید.

#### تعیین حدود

برای قطع مذاکرات یک تاریخ تعیین کنید. زمان پوشش مذاکرات، مسایل مطرحه و یا دامنه موافقت‌نامه مذاکره شده را محدود کنید.

#### وانمود کردن

بر اهمیت یک امتیاز که حقیقتاً برایتان کم ارزش است، تاکید کنید. به منظور گمراه کردن



اهداف، در موضوع قوی‌تری خواهید بود. هر چه بیشتر دلیل بیاورید احتمال این که طرف شما آنها را رد کند و باین که مذاکره را به طرف مسایل غیراصولی سوق دهد بیشتر می‌شود. دلایلتان را محدود کنید تا موضع قوی‌تری داشته باشید.

### ● شناخت حریف

بسیاری از استراتژی‌ها و روش‌هایی که در مذاکره به کار خواهید بست بستگی به عکس‌العمل احتمالی حریفان تان دارند. در مورد سوابق حریف تحقیق کنید. آیا وی در رشته حسابداری تحصیل کرده و یا در رشته حقوق، چند سال است که برای شرکت فعلی کار می‌کند و سایر اطلاعاتی که می‌توان به دست آورد.

این اطلاعات سرنخی خواهند بود برای شما که بتوانید حدس بزنید وی چگونه در مذاکرات عکس‌العمل نشان خواهد داد، طرز فکرش چگونه است و اولویت‌های وی کدامند. همچنین رفتار وی را در شرایط مشابه بررسی کنید. در مذاکره چه حالتی به خود می‌گیرد؟ تا چه حد انعطاف‌پذیر است، چقدر تابع احساسات می‌شود و بالاخره نفوذ او را بررسی کنید. چه مقامی در شرکت دارد؟ چقدر اختیار دارد، به چه کسی گزارش می‌دهد و نتیجه مذاکرات چه مفهومی برای وی خواهد داشت؟

### ● شناخت وضعیت

مذاکرات تحت ساختارهای گوناگونی انجام می‌پذیرند. در مورد شناسایی وضعیت همیشه سوالاتی از این قبیل از خودتان بپرسید: - آیا در این مذاکرات مجازات‌هایی، از قبیل مجازات جهت بلوف زدن، وجود خواهد داشت؟

- آیا کسی محدودیت زمانی برای این مذاکرات وضع کرده است و یا این که به طور طبیعی محدودیت زمانی وجود دارد؟  
- در صورت رسیدن به بن‌بست در مذاکرات چه بهایی باید پرداخت؟

### ● شناخت موضوع

اول هدف‌های خود را مشخص کنید. از این مذاکرات چه می‌خواهید؟ هدف‌هایتان را حتی‌المقدور قابل انعطاف طرح‌ریزی کنید. مذاکره با هدف‌های غیرقابل انعطاف اغلب منجر به بن‌بست می‌شود.

در مرحله بعدی دقیقاً موضوع را شناسایی نمایید. مسایل باید جنبه عملی داشته باشند. به عنوان مثال بالا بودن قیمت فروشنده حقیقتاً موضوع یک مذاکره نیست. به جای آن موضوع می‌تواند درصد منفعت وی، توانایی شما برای قبول این قیمت، شرایط بازار و غیره باشد. حل و فصل این مسایل می‌تواند به خودی خود تعیین‌کننده این امر گردد که آیا

تحت نظارت داشته و اداره می‌کردند. فروش ناشی از خرده‌فروشی در شرکتها و مراکز مذکور رقمی معادل ۴۰ بیلیون مارک بود که باین ترتیب تعاونیهای مصرف حدود ۲۰٪ از درآمدهای ناشی از خرده‌فروشی را در سطح کشور بخود اختصاص می‌دادند. به علاوه طی این مدت، ارزش تولیدات ارائه شده هم رقمی بالغ بر ۶ بیلیون مارک برآورده شده بود.

در مجموع تعاونیهای مصرف ۲۲۵۰۰۰/ نفر را در استخدام خود داشتند و در حدود ۴/۶ میلیون نفر نیز در این شرکتها عضویت یافته بودند. سود سهام بر اساس سرمایه شخصی عضو و کم و بیش درصدی ثابت به اعضاء پرداخت می‌شد که این درصد برای هر سال رقمی معادل یکصد مارک تعیین گردیده بود.

۲- اتحاد دوباره دو آلمان در سوم اکتبر ۱۹۹۰ و «قانون تعاونی جمهوری فدرال آلمان» پایه و اساس قانونی برای تجدید ساختار تعاونیهای مصرف فعال در مناطق گوناگون (آلمان شرقی) سابق شده و نهایتاً تغییر و تحولات شگرفی در آئین‌نامه‌های موجود دارد برجای گذارد؛ ورود به بازار اقتصاد، مبارزات و تلاشهای فراوانی را برای تعاونیهای مصرف ببار آورد. لذا نه تنها شرایط تهیه و اجرای یک طرح و نقشه مرکزی از بین رفت، بلکه شرکت‌های خرده‌فروش می‌بایست تحت شرایط بسیار سخت رقابت به مراکز مصرف صرفاً سودرسان و پرمفعت تبدیل می‌شدند. بدین ترتیب ۱۲ اتحادیه استانی می‌بایست با شرکت‌های تعاونی مصرف جدا از هم و تعاونیهای مصرف جدیدی که خودکفا شده بودند، با هم ادغام شده و به ثبت می‌رسیدند.

همچنین به تشکیل شرکت‌های تولیدی زنجیره‌ای از بین ۶۲ شرکت تعاونی تولیدی موجود، از دیگر جنبه‌های اقدام فوق‌الذکر بود قابل توجه است که بسیاری از این قبیل

## تعاونیهای مصرف در بخش جدید آلمان

شرکت‌های تعاونی مصرف متعلق به «برلین شرقی» سابق، اتحادیه‌ای جدید بنام: اتحادیه تعاونی مصرف تأسیس کردند که دارای ماهیتی بصورت تعاونی مصرف بودند. تعاونیهای تولید کننده کالاهائی همچون نان، انواع گوشت و نوشیدنیهای گوناگون، در قالب اتحادیه‌های استانی متمرکز گردیدند. طی همین دوره ۲۸ شرکت تولیدی بزرگ که در تولید کالاهائی مثل انواع صابون، ادویه‌جات، قهوه و حبوبات، در کنار فروشگاه‌های بزرگ در برلین و سایر استانها فعال بودند، بخش مهمی از محصولات تولیدی اتحادیه مرکزی را تشکیل می‌دادند.

در دوره شرکت‌های تعاونی مصرف بطور کلی حدود -/۳۰۰۰ مرکز خرده فروشی و نزدیک به -/۶۰۰۰ رستوران را

تعاونیهای مصرف در آلمان از قدمتی صد ساله برخوردار هستند. در سال ۱۹۰۰ میلادی اتحادیه‌ای متشکل از تعاونیهای مصرف بنام اتحادیه مرکزی مصرف‌کنندگان آلمان تأسیس گردید. در سال ۱۹۴۹ و در آلمان تحت سلطه شوروی سابق در اولین همایش تعاونیهای مصرف، اتحادیه جدیدی بنام (اتحادیه شرکت‌های تعاونی مصرف آلمان) تأسیس شد.

تا سال ۱۹۸۹، یعنی آخرین سال موجودیت «آلمان شرقی»، ۱۹۸ شرکت تعاونی مصرف که عموماً در هر یک از مناطق یا شهرهای بزرگ فعال بودند، وجود داشته‌اند و شرکت‌های تعاونی مصرف نیز در هر استان در قالب یک اتحادیه تعاونی، سازماندهی می‌شدند. بدین ترتیب در ۱۴ استان، اتحادیه‌ها و

شرکتها تا قبل از اجرای طرح مذکور، می‌بایست برای همیشه تعطیل می‌شدند.

بسیار این وجود، شرکتهای تعاونی مصرف کاهشی چشمگیر داشتند بطوریکه از ۱۹۸ شرکت فعال عملاً به ۵۱ شرکت کاهش یافتند که بخش عمده‌ای از آن ناشی از طرح ادغام بوده است. در این بین، تعداد ۳۶ شرکت از شرکتهای موجود توانستند به فعالیت خویش ادامه دهند اما دیگران هم اکنون یا ورشکست شده و یا در حال تصفیه هستند.

علاوه بر این، تعداد ۳۳ تعاونی مصرف که با عنوان وی - دی - کا معرفی می‌شوند، در سال ۱۹۹۴ بامیزان فروش رقمی معادل ۳ بیلیون مارک ۱۲۰۰۰ نفر را در استخدام داشته و تعداد ۲۰۰۰ مرکز خرده‌فروشی را اداره می‌کردند. در این قبیل تعاونیهای مصرف ۱/۶ میلیون نفر عضو سازماندهی شده‌اند. «وی - دی - کا» بلحاظ قانونی به فعالیت خود تحت عنوان شرکتهای تعاونی ثبت شده ادامه می‌دهند.

\* زمینه‌های فعالیت وی - دی - کا شامل موارد ذیل هستند:

- مشارکت در تجارت و هتل‌داری؛  
- فعالیتهای صنعتی (وی - دی - کا دارای ۵ شرکت تولیدی با ۳۹۷ مستخدم اعم از کارگر و کارمند و درآمدی معادل ۱۴۳ میلیون مارک در سال ۱۹۹۴ می‌باشد).  
- فعالیت در زمینه مستغلات.

\* مدیرانی که در رأس وی - دی - کا قرار دارند عمده وظیفه خود را در ارتقاء و حمایت از سازمانهای عضو می‌بینند. این وظیفه بویژه بطرق ذیل انجام می‌شود:

- حمایت از منافع و علائق اعضاء در سطوح ملی و بین‌المللی، بخصوص در ارتباط با اتحادیه‌ها، سازمانها و مؤسسات آموزش حقوق مدنی و حقوق بین‌المللی عمومی.

- ارتقاء سطح منافع اعضاء

- مراقبت از منافع اقتصادی زیرمجموعه‌های باخویش، تولید انواع مواد غذایی و غیر غذایی و انجام خدمات مربوطه؛

- ارائه مشورتهای لازم به اعضاء؛

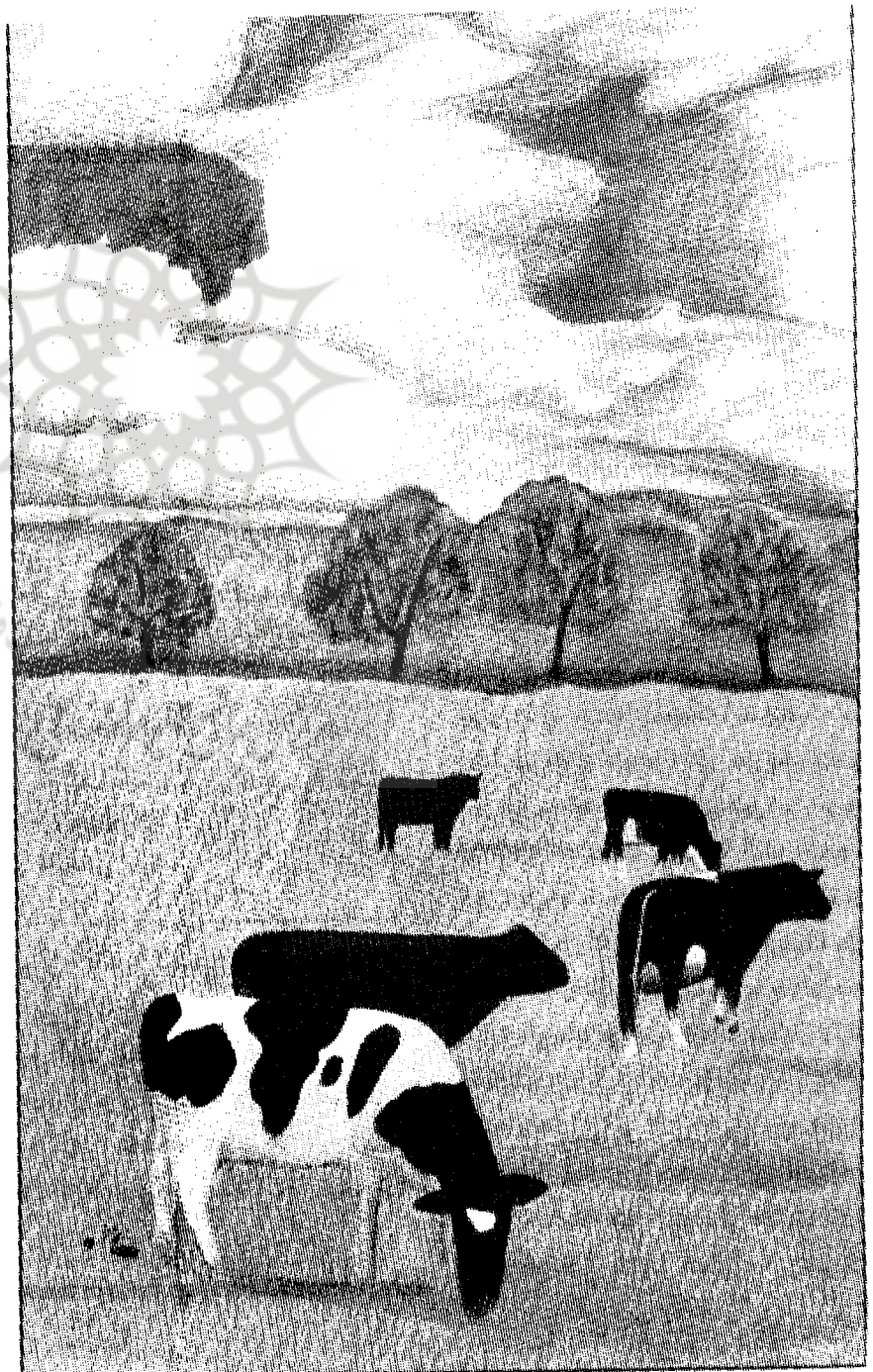
- اجاره دادن مستغلات؛

- مشارکت در فعالیتهای سایر شرکتهای تولیدی غیرتعاونی؛

۳ - در ایالات جدید، جمهوری فدرال آلمان، شرکتهای تعاونی مصرف فعال در آینده نیز به موجودیت خویش ادامه می‌دهند. اما در بخش شرقی آلمان این تعاونیها تمام زمینه‌های فعالیت را پوشش نمی‌دهند.

مشکل اصلی تمام تعاونیهای مصرف آلمان این است که آنها اطمینان لازم را در خصوص مایملک و دارائیهای خویش احساس نمی‌کنند، چرا که در «جمهوری دموکراتیک آلمان» سابق، مالکیت ساختمانها و اصولاً مالکیت زمین برسمیت شناخته نمی‌شدند.

اساساً در روابط جدید بین اعضاء و تعاونیهای آنها و نیز در زمینه بسط و توسعه منافع اعضاء، همواره تعهدات مکتوبی وجود دارند.



پول و نقش آن به عنوان یک عامل انگیزشی از مدتها قبل مطرح بوده، هرچند در این زمینه نمی‌توان به نتایج یکسان دست پیدا کرد. یعنی عقاید در جهت افراط و تفریط سیر می‌کند و در حالی که عده‌ای برای پول اهمیت اندکی قایل می‌شوند، کسانی هم هستند که آن را بزرگترین و حتی تنها عامل انگیزشی می‌دانند. گروه اخیر بر این باورند که با پول می‌توان کم‌تحرک‌ترین کارکنان را به فعالیت ترغیب کرد به نحوی که حداکثر تلاش خود را مبذول دارند. به نظر اینها "پول" به معنی اعم کلمه کارساز است که حقوق، مزایا، پاداش، کارانه، داشتن سهم در واحد فعالیت سودآور، و امثال آن را شامل می‌شود.

برعکس، گروه نخست عقیده دارند که در بحث از انگیزه نکات بسیار ظریفی وجود دارد که نمی‌توان و نباید آن را با پول سنجید. به نظر اینها لازم است انگیزه را از رضایت شغلی جدا کرد و این دو را به عنوان دو پدیده متفاوت و حتی مستقل از یکدیگر بررسی نمود. در واقع، رضایت شغلی را می‌توان به سادگی ایجاد کرد، هرچند ممکن است کسانی که از مشاغل خود راضی هستند از نظر معیشتی چندان وضع مطلوبی نداشته باشند.

از جمله طرفداران دیدگاه اخیر، "پیتردراکر" است که مسأله رضایت شغلی و انگیزه‌های کاری را در تاریخچه هر سازمان یا جامعه بررسی می‌کند. برای مثال، وی عقیده دارد که اگر بر محیط کارترس حاکم باشد، نمی‌توان انتظار داشت که کارکنان از مشاغل خود راضی باشند. ترس از اخراج و بیکاری، ترس به دلیل رواج تکنولوژی و ناتوانی یا توان اندک کارکنان برای کنار آمدن با آن، ترس از عدم امنیت شغلی به هر دلیل از جمله وسایل و ابزار کمتر مطمئن یا محیط کاری نه چندان قابل اعتماد، همه عواملی هستند که می‌توانند به نارضایتی شغلی منجر شوند.



## آیا غیر از پول انگیزه‌ای برای

## کارکنان وجود دارد؟

جان والش

ترجمه و اقتباس: دکتر غلامعلی سرمد

اگر بر محیط کارترس حاکم باشد، نمی‌توان انتظار داشت که کارکنان از مشاغل خود راضی باشند. ترس از اخراج و بیکاری، ترس به دلیل رواج تکنولوژی و ناتوانی یا توان اندک کارکنان برای کنار آمدن با آن، ترس از عدم امنیت شغلی به هر دلیل از جمله وسایل و ابزار کمتر مطمئن یا محیط کاری نه چندان قابل اعتماد، همه عواملی هستند که می‌توانند به نارضایتی شغلی منجر شوند، حال آنکه هیچکدام مستقیماً و صریحاً با پول ارتباط ندارند.

حال آنکه هیچکدام مستقیماً و صریحاً با پول ارتباط ندارند.

از سوی دیگر، اعتماد به نفس، استقلال عمل، دریافت بازخورد مثبت از همکاران و کارفرمایان و حتی جامعه، و مشخصات فردی و صفات شخصیتی کارمندان از جمله عواملی است که می‌تواند رضایت شغلی ایجاد کند، هرچند باز هم بین این عوامل و پول رابطه‌ای آشکار و تعیین کننده وجود ندارد.

باتوجه به آنچه گذشت، و براساس بررسیهایی که در زمینه عوامل انگیزشی به عمل آمده، می‌توان عوامل غیرپولی زیر را در انگیزش کاری مؤثر دانست:

۱- **مسئولیت و دستاورد:** هرگاه کارکنان به شیوه‌ای تربیت شده باشند که در قبال انجام کار مسئولیت احساس کنند و با تعهدی دلسوزانه به کار بپردازند و همچنین از جمله افرادی باشند که خوب انجام دادن کار برای آنها مهم باشد، این دو احساس بر روی هم می‌تواند انگیزه‌های مهمی بر ایشان فراهم سازد، زیرا احساس می‌کنند که به بهترین وجه ممکن تلاش کرده‌اند و حاصل این تلاش را آشکارانه ملاحظه نموده‌اند.

۲- **حیثیت اجتماعی و حرفه‌ای:** کاری که فرد انجام می‌دهد از دو جهت حائز اهمیت است؛ یعنی می‌تواند از لحاظ حرفه‌ای و تخصصی اهمیت داشته باشد که این کار جنبه‌ی درون سازمانی دارد اگرچه به صورت خفیف‌تر جنبه‌ی برون سازمانی آن نیز چشمگیر است. برای مثال اگر کارمند یک سازمان تولید لوازم منزل به تعمیرگاه این لوازم برود و از تعمیرکار بشنود که کالای تولیدی سازمان او به ندرت برای تعمیر برده می‌شود، از اینکه حاصل تلاش تخصصی او و همکارانش کالاهای مرغوب است، احساس رضایت خواهد کرد. همچنین، هنگامی که عضو یک سازمان به طرق مختلف متوجه می‌شود که مردم برای

**لابد شما هم ایام تحصیل را فراموش نکرده‌اید که چون یک مسأله ریاضی را حل می‌کردید، چقدر شادمان می‌شدید. حل مسأله در هر سنی برای انسان جالب توجه و محرک حل مسایل زیادتر است.**

حرفه و سازمان او ارزش قایل می‌شوند و کار آنها را در جامعه از جهات متعدد سودمند و قابل احترام می‌دانند، انگیزه‌ی او برای بهتر و بیشتر کار کردن، زیادتر خواهد شد. بی‌تردید، این دو عامل می‌تواند در انجام کارهای بیشتر و پیچیده‌تر، و در تلاش کارمندان برای نوآوری، تاثیر فراوان داشته باشد.

۳- **علاقه‌مندی به کار و کار کردن:** اگرچه ممکن است معدودی از افراد علاقه‌ای به کار کردن نداشته باشند اما به نظر می‌رسد اکثر انسانها بیکاری را دوست ندارند و برعکس از اشتغال لذت می‌برند. چنین افرادی از مشکلات محیط کار نمی‌ترسند، بلکه در پرتو علاقه‌مندی ذاتی خود به کار، این مشکلات را حل می‌کنند تا از حل آن لذت ببرند. لابد شما هم ایام



تحصیل را فراموش نکرده‌اید که چون یک مسأله ریاضی را حل می‌کردید، چقدر شادمان می‌شدید. حل مسأله در هر سنی برای انسان جالب توجه و محرک حل مسایل زیادتر است.

۴- **قدرشناسی رده‌های بالاتر:** کارمند یک سازمان مانند عضو یک خانواده است. در خانواده والدین می‌توانند با قدرشناسی از زحمات فرزندان خود آنها را به تلاش بیشتر تشویق کنند؛ در سازمان نیز مدیران شایسته و والدین مآب به همین روش اقدام می‌کنند.

۵- **تاثیر پذیری از دیگران:** اگرچه ممکن است معدودی از کارکنان یک سازمان افرادی بی‌تفاوت باشند و به دیگران اهمیت ندهند یا آرای دیگران را درباره‌ی خودشان جدی نگیرند، اما به طور معمول انسانها از همکاران خود درس می‌گیرند و در اکثر مواقع با آنان همپا می‌شوند. در ارتباط با این نکته، می‌توان به مدیران توصیه کرد که هرگاه احساس کردند یک نفر از معدود افراد گروه نخست در سازمان وجود دارد، بکوشند که تا حد امکان او را در کنار کسانی قرار دهند که سختکوش و پراکارند. احتمال اینکه یک سیب گندیده تمامی سیبها را فاسد کند، بسیار بعید است، زیرا این سیبها همه انسان هستند و انسان موجودی انحصاراً تأثیرپذیر نیست، ضمن اینکه تاثیر پذیری جمع درستکار از فرد یا اقلیت کم‌کار بسیار بعید به نظر می‌رسد.

۶- **لوازم و ابزار مناسب:** این حکم کلی است و هرکسی برای انجام کار خود به ابزار مناسب نیاز دارد، حتی در انجام کارهای شخصی و غیرموظف نیز مناسبیت ابزار و وسایل یک شرط اساسی است، کمالینکه اگر دانش‌آموز برای سرگرمی نقاشی کند و کاغذ یا قلم مناسب نداشته باشد، به احتمال زیاد از ادامه‌ی فعالیت دلسرد خواهد شد. اما هنگامی که مسأله کار اداری مطرح باشد، قضیه حادثتر و

**اعتماد به نفس، استقلال عمل، دریافت بازخورد مثبت از همکاران و کارفرمایان و حتی جامعه، و مشخصات فردی و صفات شخصیتی کارمندان از جمله عواملی است که می‌تواند رضایت شغلی ایجاد کند، هرچند باز هم بین این عوامل و پول رابطه‌ای آشکار و تعیین کننده وجود ندارد.**

ممکن است در مواقعی هیچ واکنشی از رده‌های بالا مشاهده نشود، اما چون شما به وظیفه انسانی خودتان عمل کرده‌اید، برای جلب رضایت کارکنان کافی است.

۱۴- **تفویض اختیار** به افراد شایسته و کسانی که می‌توانند برخی از کارها را در حد خودتان انجام دهند، یک اقدام دلگرم کننده است. بالاخره همه دوست دارند ترقی کنند و از اینکه ترقی کرده‌اند، خوشوقتی و غرور احساس کنند. به علاوه، قرار نیست شما همیشه پدر بمانید، بلکه لازم است جانشینان آینده را خودتان تربیت کنید.

۱۵- **تأمین فضای مناسب کاری** مخصوصاً برای کسانی که در تنهایی کارکردن را دوست دارند، یا در ازدحام اتاق یا محل کار نمی‌توانند با حواس جمع کار کنند. برعکس، فراهم کردن امکان کار گروهی برای کسانی که دوست دارند همواره در گروه و با گروه کار کنند. به علاوه، حذف عوامل مزاحم مثل سر و صدا از محیط کار یک شرط اساسی برای خوب کار کردن است، کمالینک گرما، سرما، نور و مانند آن نیز به نوبه خود قابل ملاحظه است. وجود فاصله بین میزها و صندلیها نیز می‌تواند برای تحرک کارکنان امکان بهتری فراهم سازد.

۱۶- **جدا کردن افراد کمتر مطلوب** مانند کسانی که سیگار می‌کشند یا در هنگام کار با خودشان زمزمه یا صحبت می‌کنند از دیگران، یا به هر دلیل مشکل ساز می‌شوند، نیز می‌تواند یک عامل انگیزشی باشد، هرچند مدیر خوب سعی می‌کند این عادات بد را از چنین اشخاصی بگیرد و به تدریج آنها را به دیگران نزدیک کند.

شود که یکی از مزایای آن، بوجود آمدن این احساس در کارمندان است که با فراگیری مطالب جدید، یا تجدید دیدار با یادگیریهای قبلی در سازمان باقی خواهند ماند و سازمان به خدمات آنان نیاز خواهد داشت. هرگاه شما احساس کنید که کسی یا سازمانی به شما احتیاج دارد، رضایت خاطر زیادتری کسب خواهید کرد.

۱۲- **نظر خواهی از کارکنان و مشورت** با آنان روش دیگری است که در کارمند احساس مهم بودن ایجاد می‌کند. همچنین، هرگاه مدیر بتواند در نقش یک مشاور خوب و رازدار و مدد رسان ظاهر شود، کارکنان او رضایت زیادتری کسب می‌کنند، زیرا به چشم یک سرپرست دلسوز و علاقه‌مند به حل مسایل و مشکلات زبردستان به او می‌نگرند.

۱۳- **انعکاس اقدامات کارکنان** به رده‌های بالاتر با ذکر نام و مشخصات آنان از جمله اقداماتی است که در کارکنان این ذهنیت را دامن می‌زند که مدیر آنان حق کسی را ضایع نمی‌کند. مخصوصاً اگر پیشنهادهای سازنده‌ای دریافت می‌کنید، شایسته است آن را به نام پیشنهاد دهنده به مدیران بالاتر از خود گزارش کنید. البته



جدی‌تر می‌شود، زیرا اظهار نظر همکاران و قضاوت روسا بر حساسیت موضوع می‌افزاید. به این دلیل، هرچه ابزار بهتر و دقیق‌تر و کارآمدتر باشد، حاصل کار بهتر و رضایت خاطر کارمند بیشتر خواهد بود.

۷- **چرخش شغلی**: هرگاه امکان جابه جایی کارکنان وجود داشته باشد، می‌توان با نظر و رضایت خودشان محیط کار و یا نوع کار آنان را تغییر داد تا تنوع ناشی از این امر بر تازگی موضوع بیفزاید و از خستگی و ملال خاطر آنان بکاهد.

۸- **امکانات رفاهی - ورزشی**: اگر محیط و ساعات انجام کار به گونه‌ای است که کارکنان دقیق و ساعاتی را وقت آزاد دارند، می‌توان در محیط کار امکانات رفاهی - ورزشی چندی را ایجاد کرد تا اوقات فراغت آنان در این مکانها بگذرد، و پس از استراحت لازم کار را شروع کنند.

۹- **تغییر دادن روش انجام کار**: بجز در معدودی از کارها که جنبه سنتی یا صنعتی ویژه یکساخت دارد، می‌توان در اکثر مشاغل در روشهای انجام کار تغییراتی ایجاد کرد تا روحیه تازه‌ای به کارکنان داده شود. با این حال، و چنانچه تغییر روش امکان‌پذیر نباشد، می‌توان با تغییر دادن دکوراسیون محل کار چنین فضایی ایجاد کرد. همچنین با تغییر گاه و بیگاه ساعات کار و استراحت به ایجاد تنوع اقدام نمود تا از یکنواختی انجام کار جلوگیری شود.

۱۰- **فراهم کردن اطلاعات**: برای انجام کار از دیگر روشهای غیرپولی برای جلب رضایت کارکنان است. در این مورد می‌توان رابطه کارکنان و واحد اطلاع رسانی را تقویت کرد.

۱۱- **فراهم کردن امکانات بازآموزشی** و پیش آموزی از دیگر اقداماتی است که می‌تواند در بهسازی روحیه کارکنان بسیار موثر باشد. این کار به نوبه خود مزایای چندی دارد که از حوصله بحث حاضر خارج است، اما کافی است اشاره

## جدول ۴. دریافتی ماهانه هر شاغل در شرکت تعاونی صیادی مهدی بوشهر

نام شرکت تعاونی	استان	سرمایه اولیه	اعضا	شاغلین	دریافتی ماهانه هر شاغل
شرکت تعاونی صیادی مهدی	بوشهر	۱۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۰ نفر	۲۵ نفر	۲۵۰۰۰۰ ریال

باید باشد بسیار زیاد است و لذا برای دسترسی به ذخایر عظیم آب زیان راه بسیار طولانی در پیش رو داریم، که جز از طریق فراخوانی عمومی و بکارگیری سرمایه‌ها و نیروی انسانی کشور دستیابی به آن ممکن نخواهد بود.

باتوجه به آنچه ذکر شد به نظر می‌رسد ایجاد شرکتهای تعاونی صیادی راه حل مناسبی است که نه تنها موجب اشتغال بکار بیکاران مناطق محروم کشور را فراهم می‌سازد بلکه می‌تواند نقش مهمی در تأمین پروتئین مورد نیاز افراد جامعه و ثبات قیمت فرآورده‌های پروتئینی در سطح کشور ایفا نماید.

علی‌رغم کاستیهای موجود به خصوص تنگناهای موجود در دستیابی به اعتبارات بانکی تا آذرماه ۱۳۷۴ تعداد ۲۱۰ شرکت تعاونی صیادی و شیلات با ۷۴۸۲ عضو و ۷۷۴۸ نفر شاغل تشکیل شده است که یک نمونه از آنها و تاثیر فعالیت آنها در ایجاد اشتغال و درآمد برای اعضا و شاغلین آن ذکر می‌گردد.

علاوه بر این، ایجاد شرکتهای تعاونی صنعتی و معدنی از دیگر امکاناتی است که می‌تواند جهت رفع محرومیت از مناطق روستایی به کار گرفته شود.

علی‌رغم وجود ذخایر معدنی سرشاری که در کشور وجود دارد، براساس آمار سال ۱۳۷۰ کل شاغلین در بخش استخراج معادن ۱۰۱ هزار نفر بوده که حدود ۰/۸ درصد از کل شاغلین کشور را دربرمی‌گیرد، به همین دلیل می‌توان گفت که بخش معدن از ظرفیت بالقوه زیادی برای اشتغالزایی برخوردار است. طبق قانون، معادن در اختیار دولت می‌باشند ولی در مواردی که دولت امکانات بهره‌برداری از معادن را در اختیار ندارد و یا احتمالاً در مواردی که واگذاری معادن به بخشهای غیردولتی از اشکالات اساسی برخوردار نباشد لازم است که استخراج و

بهره‌برداری از معادن به بخشهای غیردولتی واگذار شود و بر همین اساس در بند ۳ قانون جدید معادن که در تاریخ ۶۲/۳/۱ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده بهره‌برداری از معادن خاصی به بخش تعاون واگذار گردیده است. براساس این قانون بهره‌برداری از معادن بزرگ به طور کامل به بخش دولتی محول شده است. بهره‌برداری از معادن طبقه اول نظیر سنگ گچ، سنگ آهک، نمک طعام و... به بخش تعاونی و همچنین برای مدت و مقدار معین، از طریق قرارداد استخراج و فروش، به بخش خصوصی واگذار گردیده است.

باتوجه به اینکه معادن معمولاً در خارج از نقاط شهری واقع شده‌اند و شهرنشینان نیز تمایلی برای ترک شهرها و فعالیت در مناطق روستایی از خود نشان نمی‌دهند،

تشکیل شرکتهای تعاونی معدنی می‌تواند در اشتغال روستاییان مؤثر افتد. نظر به مشکلاتی که در استخراج معادن وجود دارد و همچنین نیاز این رشته فعالیت به مقدار معتدله‌ای سرمایه‌گذاری جهت انجام کارهای حفاری، خصوصیات شرکتهای تعاونی که بر پایه جمع‌آوری و انباشت سرمایه‌های اندک اعضا استوار است از یک سو، و تکیه بر نیروی کار اعضا از سوی دیگر به همراه امکانات اعتباری و آموزشی بخش تعاون می‌تواند مشوقی برای تشکیل شرکتهای تعاونی معدنی باشد که ضمن فراهم آوردن فرصتهای جدید شغلی برای روستاییان بیکار، نقش مؤثری در جذب نیروهای مازاد در بخش کشاورزی و رفع محرومیت این قشر از افراد جامعه از طریق ایجاد درآمد مناسب برای آنها دارد.

بقیه از صفحه ۵۷

را می‌توان تکمیل روند صنعتی تولید غذا به حساب آورد.

آخرین بخش از صنعت تولید و عرضه محصولات غذایی به سطح رستورانها و موسسات تولید انبوه محصول نهایی و قسابل مصرف مربوط می‌شود. در یک شرکت هواپیمایی تأمین غذای مورد نیاز مسافران، خود به صنعتی بزرگ شبیه است که تمام خصوصیات خطوط تولید صنعتی را دارد و همه شاخه‌های آن را می‌پوشاند. مصرف‌کنندگان بزرگ محصولات غذایی ناچارند برای عرضه غذا نیز دست به دامن صنعت بشوند. برای پخت و فرآوری غذای ناچارند برای عرضه غذا نیز دست به دامن صنعت بشوند. برای پخت و فرآوری غذای قابل مصرف به ماشین آلات و ابزارهای صنعتی متعددی نیاز است که تهیه آن نیز برعهده همان بخش دوم صنعت غذای است که پیشتر درباره‌اش سخن گفتیم.

ملاحظه می‌شود که صنعت غذا بسیار وسیع و پرحجم و در عین حال مهم است. نباید از این نکته تعجب کرد، چرا که این صنعت مهمترین نیاز انسانها را تأمین می‌کند و او برای سامان بخشیدن به این فعلیت هزاران سال ذوق و سلیقه خود را به کار گرفته است.

منبع: چهارمین راهنمای جامع صنایع غذایی ایران



# پرسش و پاسخ حقوقی

از سید یوسف اسماعیل صفوی

□ پرسش: آقای حسین حمید زاده بازرس اصلی یک شرکت تعاونی مصرف که اخیراً در کارخانه محل کار ایشان تشکیل شده و به ثبت رسیده است، خواستار پاسخ به پرسش‌های زیر، که در عمل برای اعضاء هیأت مدیره، مدیران عامل و بازرسان بسیاری از تعاونیها، ایجاد ابهام و اشکال نموده و پاسخ به آنها می‌تواند مورد استفاده مدیران و بازرسان تعاونیهای دیگر قرار گیرد، شده‌اند:

۱- منظور از عدم ممنوعیت قانونی که در ماده ۹ قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران و ماده ۱۲ اساسنامه به عنوان یکی از شرایط عضویت در تعاونیها قید گردیده، چیست و هیات مدیره شرکتهای تعاونی به چه طریق و شیوه‌ای می‌توانند از ممنوعیت یا عدم ممنوعیت متقاضیان برای عضویت در تعاونی مطلع شده و بر اساس آن، در مورد پذیرش یا عدم پذیرش آنان به عضویت اتخاذ تصمیم نمایند؟

۲- در صورتی که پس از پذیرش متقاضیان به عضویت به وسیله هیأت موسس به هنگام تشکیل شرکت تعاونی، که اسامی و مشخصات آنان به عنوان موسسین تعاونی به ثبت می‌رسد، یا بعد از شروع به کار هیات مدیره و بازرس یا بازرسان اصلی برای هر یک از دو رکن اخیر الذکر احراز و اثبات شود که عضو یا اعضائی با ممنوعیت قانونی برای عضویت مواجه بوده‌اند و ممنوعیت مزبور از زمان درخواست عضویت وجود داشته و کماکان ادامه یافته است، به منظور رفع تخلف، می‌بایست چه اقدامی به عمل آورند؟

۳- چنانچه ممنوعیت قانونی، پس از عضویت متقاضی در شرکت تعاونی، حادث شود، هیات مدیره از لحاظ وظیفه‌ای که در قبال اداره امور تعاونی مطابق با ضوابط قانونی بر عهده دارند یا بازرس یا بازرسان مبنای وظیفه نظارتی خویش، پس از اطلاع از موضوع چه تکلیفی در این مورد دارند؟

۴- اصولاً شرط عدم ممنوعیت قانونی، ناظر به زمان پذیرش عضو است یا آنکه در ادامه عضویت و فعالیت شرکت نیز استمرار دارد؟

○ پاسخ: با تشکر از جنابعالی که نکات مهم و حائز اهمیت

و مرتبطی را پیرامون «شرط عدم ممنوعیت قانونی» برای عضویت در تعاونی‌ها مورد توجه و پرسش قرار داده‌اید، ذیلاً به ایراد پاسخ هر مورد، با رعایت ترتیب و اختصار، مبادرت می‌نمایم:

۱- در توضیح شرط «عدم ممنوعیت قانونی» که همراه با شروط دیگری، به ترتیب در ماده ۹ قانون بخش تعاونی، تحت عنوان «شرایط عضویت در تعاونیها» احصاء و قید گردیده لازم است توجه و تذکر داده شود که چه در همین قانون و یا در قوانین دیگر، شرط یا شروط اضافهای به صورت شمول عام درمورد همه انواع تعاونیها یا خاص به تناسب نوع شرکت تعاونی، تعیین و تصریح شده است که می‌بایست آنها را به عنوان موارد و مصادیق «ممنوعیت قانونی» واجب الرعایه و لازم الاجرا دانست.

از باب مثال، در تبصره ماده ۲۱ قانون بخش تعاونی تصریح و تاکید شده است که اعضای تعاونی مکلفند مبلغ پرداخت نشده سهم خود را ظرف مدت مقرر در اساسنامه پرداخت نمایند. از مفاد این تبصره و مواد ۲۰ و ۲۱ قانون که به ترتیب اشاره به برابری سهم اعضاء در تامین سرمایه شرکت تعاونی (جز در صورت تصویب مجمع عمومی مبنی بر تأدیه سهم بیشتری توسط اعضاء در حدودی که وزارت تعاون متناسب با نوع و تعداد اعضای تعاونیها تعیین می‌کند) و ضرورت تأدیه حداقل یک سوم سرمایه بعنوان شرط تشکیل هر تعاونی، دارد، صریحاً استنباط می‌شود که خرید سهم به تعداد مقرر در اساسنامه و پرداخت حداقل یک سوم آن بصورت نقدی و مابقی تعهدی - یا بصورت آورده غیر نقدی که باید تقدیم و تسلیم شود، شرطی عمومی برای عضویت در همه انواع تعاونیهاست و عدم رعایت این شرط از جمله موارد ممنوعیت قانونی برای عضویت در تعاونیها می‌باشد.

همچنین بموجب ماده ۱۰ قانون خدمت وظیفه عمومی افرادی می‌توانند به عضویت تعاونیها پذیرفته شوند که از اداره کل وظیفه عمومی مدرکی دال بر تعیین تکلیف مشمولیت خدمت وظیفه خود به تعاونی ارائه نمایند. این مورد نیز در مورد

متقاضیان عضویت در هر تعاونی که خدمت وظیفه عمومی را انجام نداده و یا از خدمت معاف نشده‌اند و اقدام به ارائه مدرک از اداره کل مزبور دایر بر تعیین تکلیف مشمولیت خود ننمایند، از جمله موارد ممنوعیت برای عضویت در شرکت‌های تعاونی محسوب می‌شود. در تبصره ۱ ماده ۸ قانون بخش تعاونی تکلیف شده است که عضو باید در تعاونی تولیدی به کار اشتغال داشته باشد. مفهوم مخالفت تبصره ۲ ماده ۸ قانون دلالت بر آن دارد که در تعاونی چند منظوره خاص (غیر عمومی) که عضویت در آنها برای عموم آزاد نیست، متقاضیان عضویت باید ملتزم و متعهد به اشتغال در تعاونی چند منظوره غیر عمومی باشند.

در هر دو نوع تعاونی اخیر الذکر یعنی تعاونی تولیدی و تعاونی چند منظوره خاص، لازمه عضویت در تعاونی‌های مزبور اشتغال به کار در آنها می‌باشد و عدم رعایت این تکلیف قانونی، موجب ممنوعیت از عضویت می‌گردد.

عضویت افراد غیر پزشکی در شرکت تعاونی پزشکان، عضویت افراد فاقد پروانه کسب معتبر در شرکت تعاونی توزیع یک صنف، عضویت غیر کارگران در شرکت تعاونی مصرف، مسکن و غیر آنها که منحصراً برای کارگران یک یا چند کارخانه یا شرکت مشمول قانون کار تشکیل می‌شود و حتی عضویت کارگران شرکت یا کارخانه‌ای که در اساسنامه تعاونی کارگری اجازه عضویت به آنها به سبب عدم ذکر نام کارگاه مربوط داده نشده در چنین تعاونی کارگری، از جمله موارد ممنوعیت قانونی می‌باشد. مصادیق ممنوعیت قانونی جهت عضویت در شرکتهای تعاونی متشکله برای اعضای قانونی هریک از صنوف تابع قانون نظام صنفی یا تابع قوانین خاص دیگر فراوان، بوده و ذکر نام، و مختصات و مستندات هر یک نیاز به تدوین کتابچه یا جزوه، مفصلی دارد که از حوصله خوانندگان و مجال این مبحث خارج است.

در پاسخ به قسمت اخیر پرسش نخست مبنی بر اینکه هیات مدیره یک شرکت تعاونی از هر نوع که باشد به چه طریقی می‌تواند از ممنوعیت یا عدم ممنوعیت متقاضیان عضویت مطلع شود (همچنین هیات موسس که به هنگام تشکیل شرکت و تا زمان برگزاری اولین مجمع عمومی عادی، وظیفه بررسی و احراز شرایط داوطلبان عضویت در تعاونی در شرف تاسیس را برعهده دارد) به ذکر این نکته اکتفا می‌شود که تشخیص ممنوعیت یا عدم ممنوعیت قانونی متقاضیان توسط مسئولان اداره امور هر تعاونی بر اساس مبانی و مطالبی که در این بند بیان گردید، در تعاونی مشابه دیگری، که در بند ۵ ماده ۹ قانون بخش تعاونی به عنوان یکی از شرایط از عضویت مقرر گردیده،

عضویت دارد یا نه؟ زیرا به نظرمی رسد علیرغم اهمیت جلوگیری از عضویت مضاعف یک نفر در تعاونیهای مشابه، خاصه در تعاونیهای تولیدی که معمولاً به منظور استفاده از تسهیلات بانکی تخصیص یافته از محل منابع بودجه سالانه تشکیل می‌شوند و با عضویت برخی افراد در تعاونیهای تولیدی متعدد با فعالیت مشابه، که به صورت حرفه‌ای و متقلبانه بوسیله شخص خود و اقوام و آشنایان در مناطق مختلف کشور عمل کرده و در واقع با انحصار تشکیل تعاونیهای تولیدی مانع از تحقق اصل ۴۲ قانون اساسی و ایجاد اشتغال برای خیل عظیم متخصص و تحصیل کرده و نیازمند به کار شده و ضربات و صدمات جبران ناپذیری را به منابع تخصیص یافته در بودجه سنواتی و اهداف ناشی از آن که کمک به رفع مشکل بیکاری و توسعه بخش تعاونی از طریق تشکیل تعاونیهای تولیدی است، وارد می‌کنند و نیز تعدد عضویت در شرکتهای تعاونی مسکن تامین کننده نیاز مسکن اعضاء که به تضییع حق افراد محروم و فاقد مسکن تامین کننده نیاز مسکن اعضاء تعاونیهای مشابه بصورت مکانیزه و رایانه‌ای در مرکز آماری معینی ثبت شده و از تعدد عضویت افراد، حداقل در تعاونیهای یاد شده بالا جلوگیری نمود. برای جلوگیری از چنین تخلف موثری که لطمه شدیدی را برپیکره اقتصاد کشور وارد کرده و در برنامه ریزی‌های دولت اختلالات سوء و وسیعی را ایجاد می‌کند، لازم است مرکز آمار ایران و وزارت مسکن و شهر سازی و وزارت کشاورزی با وزارت تعاون هماهنگی و همکاری نموده و با ایجاد مرکز یا مراکز مجهز آماری و تهیه فهرست تعاونیهای تولیدی مشابه و شرکتهای تعاونی مسکن، اسامی و مشخصات اعضاء آنها را ثبت و در اختیار وزارت تعاون قرار دهند تا با اتخاذ تدابیر لازم مانع از افزایش بیکاران و اتلاف منابع مالی و اقتصادی کشور شده و به ساماندهی اقتصادی و تحقق عدالت اجتماعی کمک نمایند.

۲- در پاسخ به پرسش دوم خاطر نشان می‌سازد که گرچه شرایط داوطلبان عضویت در تعاونیها بدو بوسیله هیات مؤسس و پس از انتخاب هیات مدیره توسط این هیات بررسی و احراز می‌شود لیکن باتوجه به این اصل که جهل به قانون رفع مسئولیت از اشخاص نمی‌نماید و متقاضیان عضویت در تعاونی با فرض بر اینکه با قوانین و مقررات تعاونی آشنا بوده و با مطالعه و قبول اساسنامه اقدام به درخواست کتبی عضویت در شرکت تعاونی می‌کنند، در صورت داشتن ممنوعیت قانونی برای عضویت قانونی در تعاونی که می‌بایست مانع از ارائه درخواست کتبی عضویت در تعاونی به هیات موسس و سپس هیات مدیره توسط متقاضی گردد عضو

اینگونه افراد در شرکت تعاونی باطل و فاقد اعتبار بوده و اعلام بطلان عضویت ذینفع به وی بوسیله هیات مدیره و گزارش موضوع به مجمع عمومی (بدون حق حضور افرادی که عضویت آنان بلحاظ ممنوعیت قانونی از بدو عضویت باطل بوده است، در مجمع عمومی) بمنظور اعلام به ثبت شرکت‌ها و درج اسامی آنان در آگهی ثبتی کفایت می‌نماید. در صورتیکه بازرس یا بازرسان متوجه عضویت غیر قانونی افرادی در شرکت شوند مکلفند نظر خود را با ذکر دلیل کتبا جهت اجرا به هیات مدیره اعلام و چنانچه هیات مدیره علیرغم حصول اطمینان از بطلان عضویت فرد یا افرادی از اعضای شرکت بطریق فوق الذکر اقدام ننماید مرتکب تخلف شده و بازرس یا بازرسان مجمع عمومی عادی را جهت اخذ تصمیم قانونی لازم دعوت به تشکیل خواهند نمود. واحد تابع وزارت تعاون بر روند اقداماتی که باید بترتیب فوق به عمل آید و از اختیارات قانونی خود در مورد برخورد با هیات مدیره متخلف و تصمیم مجمع که می‌بایست در جهت رفع تخلف اتخاذ شود، استفاده خواهد کرد.

۳- در مواردی که ممنوعیت قانونی، پس از عضویت شخص در تعاونی ایجاد شود، مجمع عمومی عادی شرکت می‌بایست عضو یا اعضای را که در ادامه عضویت، با ممنوعیت قانونی مواجه شده‌اند، از عضویت اخراج نماید. الزام مجمع به تصویب اخراج اینگونه اعضاء از عضویت، ایجاب می‌نماید افرادی که اخراج آنان در دستور جلسه مجمع قرار گرفته است، در مجمع عمومی حضور نیابند طبعاً در صورتی که اخراج اعضاء بر خلاف مقررات به تصویب مجمع رسیده باشد، واحد مربوط به وزارت تعاون، مصوبه مجمع را با ذکر دلیل ابطال خواهد کرد.

تکلیف بازرس یا بازرسان شرکت تعاونی در مورد اعضائی که شرطی از شرایط عضویت را از دست داده‌اند، با تذکر کتبی آنان به هیات مدیره جهت برگزاری مجمع عمومی عادی بمنظور اجرای ماده ۱۳ قانون و بند الف آن دایر بر تصویب اخراج است. دعوت نکردن مجمع عمومی عادی بوسیله هیات مدیره از نظر بازرس یا بازرسانی که مراتب را به هیات مدیره کتبا تذکر داده‌اند، تخلف از مقررات قانونی و اساسنامه محسوب شده و بازرس یا بازرسان مربوط مکلف به دعوت مستقیم مجمع جهت رسیدگی و اخذ تصمیم پیرامون تخلف هیات مدیره می‌باشند.

وزارت تعاون بر حسن اجرای قانون توسط بازرس یا بازرسان، هیات مدیره و تصمیمات مجمع عمومی نظارت نموده و مطابق با اختیارات قانونی خود اقدام قانونی لازم معمول خواهد داشت.

۴- همچنانکه از دست دادن هر یک از شرایط عضویت، محجوریت یا ورشکستگی به تقصیر، ارتشاء، اختلاس یا کلاهبرداری عضو و یا عضویت در تعاونی مشابه در طول مدت عضویت، در تعاونی، موجب اخراج وی در مجمع عمومی تعاونی می‌گردد، ممنوعیت قانونی نیز ناظر به زمان پذیرش عضو نبوده و حدوث آن پس از عضویت می‌بایست منجر به دعوت مجمع عمومی عادی و اخراج عضو مربوط شود. صرفاً استرداد در خواست کتبی عضویت (موضوع قسمت صدر بند ۴ ماده ۹ قانون) است که عملاً به صورت استعفا از عضویت مطرح شده و بدون نیاز به تشکیل مجمع، مورد موافقت هیات مدیره قرار می‌گیرد.

اقتصاد جهانی تحت مدیریت نهادهای فراملی و بطرف یکپارچگی عمیق در حال حرکت است.

موافقت نامه هائی که نهادهای فراملی در زمینه بین‌المللی به امضاء می‌رسانند، موجبات تضعیف اقتصادار دولت ملی و رابطه‌ای که دولت با بخش اقتصادی، موسسات و شهروندان کشور دارد- می‌شود.

جهانی شدن با ابزاری که در اختیار دارد، موجبات تضعیف ساختارهای حمایتی بخشهای اقتصادی نظیر کشاورزی یا سازمانهایی مانند تعاونیها را فراهم می‌آورد. ناتوانی در درک جهانی

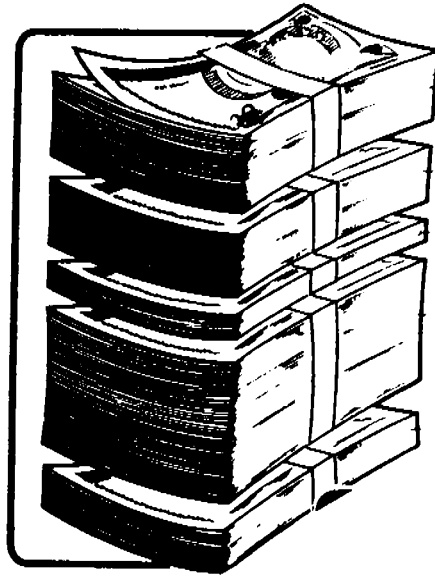
شدن و آثار آن بر روی ریشه‌های ایدئولوژیک تعاونی، موجباتی را فراهم می‌کند که تعاونی‌ها اقدام کوتاه مدتی را برای استراتژی بقاء خود برگزینند. این استراتژی موجب می‌شود که شرکت‌های تعاونی بسوی بازرگانی و کارائی اقتصادی به علاوه دسترسی به سرمایه بیرون از خود تمایل پیدا نموده که این خود نیز موجب دگرگونی وضعیت دارائی بین اعضاء و تعاونی خواهد شد.

تعاونی پایدار، آن تعاونی است که در واکنش به جریانات جهانی شدن پایه‌های اصلی خود یعنی رهبریت قوی و دارائیهای مانند اعتقادات، روابط، سرمایه‌گذاری در

نوآوریها، آموزش و روابط اعضاء را تقویت نماید.

آینده تعاونیها و مؤسسات بومی در مورد موضوع دو وجهی محلی - جهانی، مستلزم آن است که تعاونیها از طریق متحد شدن با یکدیگر به حذف برنامه کنترل‌های جهانی شده بپردازند و ضمن حفظ اهداف و اصول خود بتوانند برنامه‌های خود را با سیستم جهانی شدن سازگار نمایند. یک تعاونی کارآ، آن شرکتی است که ضمن توجه به اعضاء کارائی نهادی و توسعه گرا، توأم با کارائی اقتصادی را پیشه خود سازد.

# پاسخ به سئوالات مالی



از معصومه گنجی؛ حسابرس مشول اداره کل تعاون استان تهران

سؤال :

□ ۱- مدیر عامل شرکت تعاونی تهیه و توزیع صنف... عنوان داشته که شرکت در سال گذشته اقدام به واردات قسمتی از مواد اولیه مورد نیاز صنف نمود که مراحل قانونی و تشریفات مربوط ورود کالا مدتی به طول انجامید که پس از ورود کالا و طی مراحل ترخیص مواد خریداری شده در روزهای پایانی سال به انبار شرکت وارد گردید. در همین زمان بعلت و فور واردات و عرضه بیش از تقاضا قیمت مواد وارداتی در داخل کشور بمیزان قابل توجهی کاهش یافت، و از آنجا که طبق اساسنامه مورد عمل و رویه‌های موجود در شرکت موجودی‌های پایان دوره به قیمت تمام شده در صورت‌های مالی ثبت می‌گردد کل کالای وارداتی نیز به قیمت تمام شده در صورت‌های مالی انعکاس یافت که در نتیجه صورت‌های مالی نشانگر کسب سود قابل توجه در سال گذشته بود در عین حال، این صورت‌ها به مجمع عمومی سالانه ارائه و با تصویب مجمع عمومی تصمیمات لازم جهت تقسیم سود حاصله اتخاذ گردیده ولی با توجه به کاهش قیمت موجودی،

شرکت در سال جاری ناگزیر از فروش آنها به قیمتی بسیار نازلتر از قیمت تمام شده گردید که با توجه به مراجعه اعضاء جهت دریافت سود تصویب شده سال قبل در صورت پرداخت سود ضمن آنکه شرکت با مشکل مالی فراوان و کاهش نقدینگی مواجه خواهد شد لذا زیان حاصله در پایان سال جاری نیز ادامه فعالیت شرکت را مختل خواهد نمود و پرسیده‌اند آیا میتوان از تقسیم سود بین اعضاء خوداری نمود و سود ابرازی سال ۷۶ را جهت جبران زیان سال ۷۷ اختصاص داد یا خیر؟

○ پاسخ: در پاسخ به این همکار محترم یاد آوری می‌نماید که در اساسنامه‌های مورد عمل فعلی که بر اساس قانون تعاون سال ۱۳۷۰ تهیه و تدنیم گردیده راجع به انعکاس موجودی‌های پایان دوره به ثبت تمام شده مطالبی عنوان نگردیده و در اساسنامه‌های قبلی نیز به ثبت موجودی‌ها به قیمت تمام شده یا قیمت روز هر کدام که کمتر است اشاره شده که این امر با موضوع اصل احتیاط (حفاظه کاری) نیز هماهنگ می‌باشد و به استناد همین اصل از اصول پذیرفته شده حسابداری لازم بود که در

پایان سال گذشته موجودی کالا به قیمت خالص باز یافتنی یا قیمت جایگزینی ارزیابی و در صورت‌های مالی منعکس میگردد و چنانچه بنا بر بعضی مصالح شرکت علاقمند به انعکاس موجودی‌ها به قیمت تمام شده در صورت‌های مالی می‌بوده می‌بایست معادل پیش بینی کاهش قیمت کالای وارداتی برای آن ذخیره کاهش قیمت در دفاتر منعکس می‌گردید.

که به این ترتیب قیمت فروش کالا در سال ۷۷ موجب ایجاد زیان در سال ۷۷ نمی‌شد و از تقسیم سود بین اعضاء نیز ممانعت بعمل می‌آمد. در حال حاضر نیز می‌توانید ضمن هماهنگی با ممیز مالیاتی نسبت به محاسبه ذخیره اقدام و اظهار نامه مالیاتی سال ۷۶ را اصلاح نمایند (این مورد قبل از اتمام مدت تحویل اظهار نامه به شرکت ابلاغ شد) در این حالت تمام یا قسمتی از سود اعلام شده در مجمع منتفی خواهد شد که می‌بایست مراتب در مجمع عمومی که طبق مقررات تشکیل خواهد شد به اطلاع اعضاء رسانده شود در غیر این صورت سود، مزبور، سود قطعی شده تلقی و طبق مصوبات مجمع قابل تقسیم و پرداخت خواهد بود و در پایان سال ۷۷ نیز در صورت احراز زیان، زیان حاصله در صورت‌های مالی منعکس و در صورت پذیرش آن از طرف ممیزین وزارت امور اقتصادی و دارایی ظرف سه سال آتی از محل سودهای قابل تحصیل سنوات مربوط قابل تامین می‌باشد ولی بمنظور جلوگیری از کاهش نقدینگی، شرکت می‌تواند ضمن جلب رضایت اعضاء ذینفع از پرداخت سود خودداری و پرداخت آنرا تا بهبود وضع نقدینگی به تعویق انداخته و مبلغ مربوطه تا زمان پرداخت در سر فصل بستانکاران سود سهام قابل نگهداری می‌باشد. ضمناً در صورت موافقت اعضاء و رعایت شرایط واگذاری سهام و ارزش روز سهام می‌توانید سود اعضای متقاضی افزایش

سرمایه را به حساب سرمایه منتقل سازید.  
□ سؤال

شرکت تعاونی تهیه و توزیع صنف.. استان.. طی نامه‌ای اظهار داشته‌اند که شرکت در سال گذشته بعلت گرفتاری و مشغله مدیران، موفق به اخذ دفاتر قانونی برای سال ۷۷ نشده‌اند لذا دفاتر سال ۷۷ در تاریخ ۷۷/۲/۱۵ ثبت و در اداره ثبت شرکتها پلمپ گردیده است و پرسیده‌اند ثبت اسناد حسابداری در این دفاتر می‌بایست چگونه انجام پذیرد تا مورد ممیزین قبول مالیاتی واقع شده و مشمول تشخیص مالیات علی الراس نگردد.

○ پاسخ: با توجه به تاخیر پلمپ دفاتر، ثبت رویدادهای مالی به تاریخ وقوع در دفاتر میسر نبوده و اولین سند قابل درج در دفاتر می‌بایست پس از تاریخ پلمپ در دفاتر تحریر گردد که در این صورت دفاتر غیر قانونی نخواهد بود و در صورت لزوم برای شرکت در مراجع قانونی قابل استناد می‌باشد ولی از آنجا که بسیاری از رویدادهای مالی با تأخیر قابل توجه و بیش از حد مجاز در دفاتر انعکاس می‌یابد، دفاتر سال جاری به استناد ماده ۲۰ آئین نامه نحوه تحریر و نگاهداری دفاتر قانونی مشمول مالیات علی‌الرأس خواهد شد که طبق عرف متداول جبران خسارت وارده بعهده آن عده از دست اندرکارانی خواهد بود که در انجام وظایف محوله قصور ورزیده‌اند.

□ سؤال

شرکت تعاونی تولیدی.. اعلام داشته که شرکت در پایان سال گذشته پس از انجام بررسی‌های لازم مشاهده نمود که وجه مربوطه به برخی از فروشهای شرکت توسط فروشنده اظهار و در حسابها ثبت نشده و بهمین دلیل در پایان سال کسری قابل توجهی در حسابهای شرکت پدید آمد که پس از اطمینان از این امر مبلغ مزبور در حساب بدهی فروشنده ثبت و مقرر گردیده

که کسری حاصله توسط فروشنده تامین شود. در اینجا سؤال مورد نظر این است که وجه مزبور طی چه مدت می‌بایست از فروشنده وصول گردد زیرا فروشنده که از اعضای تعاونی است مدعی می‌باشد که مبلغ کسری می‌بایست همانند سرمایه تعهد شده وی طبق اساسنامه مورد عمل ظرف سه سال باز پرداخت گردد. در این مورد تکلیف چیست؟

○ پاسخ: هیات مدیره محترم تعاونی، لازم به ذکر است که مهمترین وظیفه هیات مدیره حفظ و حراست حقوق صاحبان سهام شرکت است که در این رابطه می‌بایست آینده نگرهای لازم مد نظر قرار داشته باشد. به این منظور در هنگام واگذاری فروشگاه، انبار، تنخواه گردان و..... به افراد اخذ تضمین کافی نیز جهت جبران برخی خسارات احتمالی آینده

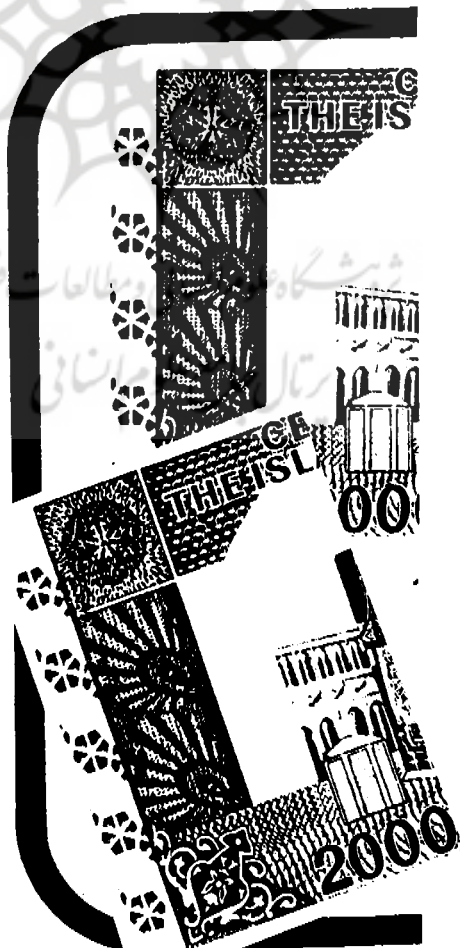
ضروری می‌نماید تا در این صورت بروز هر گونه ضرر و زیان جبران آن با مشکل مواجه نگردد.

در وضعیت موجود نیز فروشنده موظف است در اسرع وقت کسری حاصله را جبران و مبلغ کسری را به حساب تعاونی واریز نماید و در صورت عدم موافقت شرکت می‌تواند از طریق تضمین‌های مأخوذه جهت جبران زیان شرکت اقدام نماید و تامین کسری بصورت بلند مدت موجب ضرر و زیان اعضای شرکت و کاهش نقدینگی در جریان خواهد شد که در صورت امکان تامین کسری حاصله لازمست مراتب به طریق مقتضی به اطلاع صاحبان سهام رسیده و طبق نظر آنان پی‌گیری‌های لازم معمول گردد.

□ سؤال

حسابداری شرکت تعاونی مسکن.. مرقوم داشته که در سال گذشته مانده صورتحساب ارائه شده از سوی بانک با مانده دفتری این حساب مطابقت می‌نمود بهمین دلیل صورت مغایرت بانکی نیز تهیه نگردیده ولی در سال جاری یکی از اعضای شرکت با ارائه فیش بانکی دال بر واریز وجه در مرداد ماه سال گذشته مدعی است که واریزی وی بیش از مبالغ مندرج در پیش دریافتها می‌باشد ضمن آنکه فیشهای مزبور در دفاتر شرکت انعکاس داده نشده است و در صورت انعکاس مبالغ مربوطه، حساب بانک توازن و برابری خود را با صورتحساب بانک از دست خواهد داد و مغایرتی واهی در حسابها پدید خواهد آمد در این مورد چگونه می‌توان اختلاف پدید آمده را مرتفع نمود؟

○ پاسخ: همکار محترم شایان ذکر است که مطابقت مانده دفتری حساب بانک با صورت حساب ارسالی از سوی بانک دقیقاً دال بر صحت کلیه عملیات مورد نظر نمی‌باشد و به منظور کنترل عملیات بانکی و اطمینان از صحت آن شایسته است ارقام



مشابه با توجه به شماره فیشهای واریزی و چکهای صادره تطبیق داده شود زیرا این احتمال وجود دارد که برخی از اشتباهات مشابه موجب گردد که مانده حسابها علیرغم عدم صحت واقعی با یکدیگر مطابقت نماید که در مورد فعلی ممکن است معادل وجه واریزی توسط عضو مورد نظر، اشتباه برداشتی توسط بانک از موجودی شرکت صورت گرفته باشد و یا اینکه یکی از چکهای در جریان وصول شرکت با مبلغی مشابه مبلغ فیش واریزی به علت عدم وجود اعتبار در حساب صادرکننده چک برگشت خورده باشد که در این صورت عدم دریافت برگه برگشتی چک و یا عدم انعکاس آن در دفاتر؛ وجه واریز شده توسط عضو برگشت چک را خنثی نموده باشد و یا آنکه وجه واریز شده توسط عضوی دیگر با مبلغ مشابه اشتباهها دوباره در حساب منظور شده باشد و اشتباهات دیگری که اصطلاحاً اشتباهات موازی نامیده شده و یک اشتباه اثر اشتباه دیگری را خنثی میسازد. لذا با توجه به موارد فوق اشاره و مشابه آن لازم است صورتحساب بانک شرکت با حساب بانک در دفاتر مطابقت و موارد اختلاف پیگیری گردد و در صورت عدم وجود ناهمگونی در ارقام حساب بانک و صورتحساب بانکی و عدم کشف مغایرات و اشتباهات احتمالی با مراجعه به بانک و ارائه فیشهای مزبور کنترل و پیگیری لازم به عمل آید زیرا این احتمال نیز وجود دارد که فیش ارائه شده توسط عضو بدلیل اشتباه بانک در حساب مشتری دیگری انعکاس یافته باشد.

□ **سئوال** شرکت تعاونی... چنین عنوان نموده که کارخانه فعلی شرکت در سال گذشته با انعقاد قرارداد اجاره دهساله به شرط تملیک از سوی سازمان... به شرکت واگذار گردید لذا سند مالکیت آن تا پایان زمان قرارداد و اتمام اجاره‌های قابل پرداخت به نام تعاونی صادر نخواهد شد

لیکن استفاده از ملک مزبور نیازمند آن است که مبالغ قابل توجهی جهت برخی از تاسیسات و تعمیرات در آن هزینه گردد با این وصف آیا می‌توان هزینه‌هایی را در آن متحمل شد یا می‌بایست انجام این هزینه تا زمان انتقال قطعی و رسمی مالکیت به نام تعاونی به تعویق افتد که در این صورت تکلیف تعاونی تا آن زمان چیست؟

○ **پاسخ:** با توجه به اینکه در حال حاضر مکان مورد نظر در تصاحب و تملک شرکت می‌باشد و اقدام به فعالیت در آن مستلزم انجام هزینه می‌باشد، تحمل هزینه در آن مغایرتی با اصول نداشته و کلیه هزینه‌های پرداختی جهت انجام تعمیرات اساسی ساختمان و... می‌بایست در حساب ملک مورد نظر (قیمت تمام شده) ثبت و در پایان هر دوره مالی نیز طبق ضوابط وزارت دارایی برای آن ذخیره استهلاک محاسبه نمود زیرا در غیر اینصورت اولا بهره برداری از ملک مورد نظر میسر نبوده که این امر مغایر با اهداف واگذاری می‌باشد،

ثانیاً در زمان انتقال قطعی و رسمی ملک به نام تعاونی ذخیره استهلاک دهساله می‌بایست در یکسال مالی محاسبه گردد که در سال محاسبه، سود شرکت بطور صوری به میزان قابل توجهی کاهش خواهد یافت ضمن آنکه در سنوات قبل از انتقال سودی غیر واقعی در صورتهای مالی منعکس و احتمالاً بین اعضاء تقسیم خواهد شد و قیمت تمام شده بالا می‌تولیدی نیز در این سنوات کمتر از میزان واقعی گزارش و تصمیم‌گیرندگان را برای تضمین فروش با دشواری مواجه خواهد ساخت.

□ **سئوال:** حسابداری شرکت تعاونی مرغداری... اظهار داشته که شرکت پس از تاسیس و طی مراحل اولیه از دیمه سال ۷۵ به بهره برداری رسیده و در پایان سال مذکور نیز طبق مقررات اظهار نامه مالیاتی

تهیه و در موعد تعیین شده به حوزه مالیاتی ذیربط تسلیم گردیده است لیکن پس از بررسی دفاتر توسط ممیز مالیاتی مبلغ قابل توجهی از هزینه استهلاک شرکت بعنوان هزینه غیر قابل قبول برگشت و بر اساس آن مالیات شرکت محاسبه و اعلام گردیده در حالیکه ذخیره استهلاک طبق عرف معمولاً برای ماشین آلات بر مبنای ۲۵٪ محاسبه گردیده است که در صورت پرداخت مالیات ابلاغ شده اعضای شرکت با وجود سرمایه گذاری قابل توجه نه تنها سودی عایدشان نخواهد شد بلکه ناگزیر از پرداخت مبالغی نیز از وجوه شخصی میگردند که زیان آوری این امر انگیزه سرمایه گذاری را از میان خواهد برد خواهشمند است در این مورد راهنمایی لازم را مبذول دارید.

○ **پاسخ -** حسابدار محترم در نامه ارسالی مرقوم نداشتید که استهلاک مورد نظر را برای چه مدتی منظور نموده‌اید زیرا بموجب بند ۳ ماده ۱۴۹ قانون مالیاتهای مستقیم استهلاک از تاریخی قابل محاسبه می‌باشد که دارایی آماده بهره‌برداری میگردد.

که با توجه به این امر در سال ۷۵ کلاً ماشین آلات مورد نظر برای سه ماه مشمول محاسبه استهلاک خواهد شد. ضمناً طبق جدول استهلاکات وزارت دارایی نرخ استهلاک ماشین آلات جوچه کشی و مرغداری ۲۰٪ خواهد بود که با توجه به نرخ مورد محاسبه شرکت؛ ذخیره کمتر از حد مجاز نیز منظور گردیده. لذا در صورتی که با توجه به موارد مذکور هزینه برگشت شده شرکت موارد اعتراض می‌باشد می‌بایست نظر خود را حداکثر ظرف ۳۰ روز از تاریخ ابلاغ برگ تشخیص به سرممیز مالیاتی تسلیم و در خواست رسیدگی مجدد نماید که امید است همکاری لازم در جهت تقویت توان مالی تعاونی را مبذول دارند.



# تعاون در سرزمینهای دور

پنجمین اصل از اصول تعاون در خصوص هویت تعاون می‌گوید:  
تعاونیها برای اعضا، نمایندگان منتخب، مدیران و کارکنان خود وسایل آموزش را فراهم کنند تا اینان بطور مؤثر در توسعهٔ تعاونیهای خود مشارکت نمایند. آنان ماهیت و منافع تعاون را به عموم مردم و بویژه جوانان و صاحبان رأی و اندیشه معرفی می‌کنند.

رایانه‌ای، بهره‌مند شدن از سیستم چند رسانه‌ای اینترنت می‌باشد تا مطالب آموزشی بدیع و تازه را در اختیار جامعهٔ بین‌المللی تعاون قرار دهد. از اینرو ساختار آن به گونه‌ای طرح ریزی شده تا اطلاعات که به نسبت نیازهای مختلف به صور گوناگون طبقه بندی می‌شود، یعنی وب سایت، متن، تصویر، عکس، ویدئو، صدا، ارائه شود...

این محیط آموزشی با ارائه مطالب درسی دوره‌های آموزشی اطلاعات مربوط به هر دوره، تحقیقات، مصور سازی و سایر مطالب آموزشی تعاون، به توسعه نهضت تعاون و هویت تزلزل‌ناپذیر آن کمک خواهند نمود.

این سایت رایانه‌ای از سوی نهضت بین‌المللی تعاون به عنوان مرکز تجمع تعاونگران برای تحقیقات ایجاد شده است. مشارکت اعضا همچون هر تعاونی، برای موفقیت پروژه اهمیت ویژه‌ای دارد. این محیط آموزشی به تعاونگران

نیازهای انسانی را در سطح جهانی و یا در شکل پایدار آن پاسخگو باشد.

مجمع بین‌المللی مدیریت غذا و تجارت کشاورزی برای پرداختن به این مباحث، مدیران تجاری از تمامی بخشهای تجارت غذا و یاف خوراکی، دانشگامیان و اهل علوم و سیاستگذاران مسائل اجتماعی را در کنفرانس جهانی سالانه غذا و تجارت کشاورزی گرد هم آورد.

**محیط کاربردی آموزش تعاون**  
محیط کاربردی آموزش تعاون عبارتست از یک سیاست جدید رایانه‌ای که برای مریبان، مروجان، محققان، دانشجویان و مبلغان تعاونی تدارک دیده شد. این گروه می‌توانند از طریق سایت مذکور برای پیشبرد اهداف آموزش و پژوهش تعاون همکاری نمایند. محیط کاربردی آموزش تعاون با تلاشهای تعاونگران، بزودی گنجینه‌ای از مطالب و منابع مربوط به آموزش و تحقیقات تعاون را در بر خواهد گرفت. هدف از این سایت

## آمریکا جهان و غذا

هشتمین کنفرانس غذا و تجارت محصولات کشاورزی جهان از ۳۰ ژوئن الی ۲ جولای ۱۹۹۸ در شهر پونتادلاستر، اروگوئه برگزار شد. این کنفرانس با مسئولیت «مجمع بین‌المللی مدیریت غذا و تجارت کشاورزی (IAMA) و با همکاری انجمن کشاورزی برزیل، آرژانتین و دانشگاه ORT اروگوئه و USP - Pensa برگزار شد.

مجمع بین‌المللی مدیریت غذا و تجارت محصولات کشاورزی، انجمنی است متشکل از مدیران صنایع غذایی و کشاورزی از سراسر دنیا، و با ترکیب مدیران بخش عمومی، خصوصی و سازمانهای تعاونی بازرگانی، معلمان، اهل علم، سیاستگذاران و دیگر افراد با علائق مشترک، اینان معتقدند که مواد غذایی با ارزش تغذیه‌ای افزوده و زنجیرهٔ یاف خوراکی می‌بایست از نظر اقتصادی نیز با کیفیت باشد و نیازهای تغذیه‌ای و سایر

امکان ابراز عقاید و نیازها و همکاری برای رفع این نیازها از وادی تشریک مساعی و یک کاسه کردن منابع و نیز مشارکت به هر شکل و وسیله و در حد توان را به نفع دیگر اعضا خواهد داد.

رایانه‌های اپل در حال حاضر با آی.سی.ای همکاری می‌کنند تا این محیط آموزشی بر اساس همان اصول اقتصاد آموزشی بنا نهاده شود.

### اقتصاد آموزشی موضوعی اپل چیست (EOE)؟

EOE مدل قابل دسترس برای افرادی است که مایل به ایجاد بانک اطلاعاتی و بسایت هستند. این مدل بر ایجاد، تبادل و استفاده از منابعی مبتنی است که مواد آموزشی موجود وب را تامین می‌کند.

پروژه تحقیقاتی EOE توسط دانشمندان اپل ایجاد شده و سرمایه آن با کمکهای سرمایه‌ها از سازمانهای صنعتی و دولتی و دانشگاهها تامین می‌شود.

EOE سه هدف زیر را در نظر دارد:

- ایجاد محیطی باز و آزاد که مربیان، مروجان و دیگر گروههای علاقمند را برای ایجاد فرآیند آموزشی کار آمد و موثر از طریق کاربرد فن آوری مناسب و خلاق به هم پیوند می‌زند.

- رواج رویکردی نوآور که کاربران را به کاربرد مجدد مطالب موجود و تقدیر از سرمایه‌های فکری تشویق می‌کند.

- استفاده از فن آوری Cross - Platform برای ساختن کتابخانه غنی و پر محتوا از منابع قابل داد و ستد.

هرچند پروژه اقتصاد آموزشی موضوعی در آغاز راه بسر می‌برد. اما تاکنون وسایل تبادل اطلاعات، ارائه نظرات در مورد راههای بهبود کیفی پروژه‌های آموزشی وب، الگوهای تجاری و صدور مجوزها، بحث در خصوص طرق همکاری و پیشنهاد محیطهای آموزشی آینده و

امکاناتی اینچنین در اختیار اعضا قرار گرفته است.

### نقش آی.سی.ای در این میان چیست؟

اتحادیه بین المللی تعاون، پرورش و باروری منابع را یک اولویت دانسته و تلاش می‌کند اعضا دیگر تشکیلات تعاونی را به جمع کردن منابع مادی و معنوی تشویق نماید تا با ایجاد یک گنجینه مرکزی، اطلاعات به رایگان در اختیار کل جامعه بین الملل تعاون قرار گیرد و بدین شکل تعاون رادر سرتاسر دنیا تقویت نمایند.

محققان دفتر آموزش و تحقیقات رایانه اپل از طریق گروه تجارت و ارتباطات آی.سی.ای به سرپرستی بایرون، هندرسن، مدیر ارتباطات در مرکز مطالعات تعاون

مدیران و کارکنان خود وسایل آموزش را فراهم کنند تا اینان بطور مؤثر در توسعه تعاونیهای خود مشارکت نمایند. آنان ماهیت و منافع تعاون را به عموم مردم و بویژه جوانان و صاحبان رأی و اندیشه معرفی می‌کنند.

### همکاری آی.سی.ای و اپل

محیط کاربردی آموزش تعاون (VOCE) جلوه‌ایست از ارزشهای مشترک آی.سی.ای و اپل و نمونه‌ایست از دستاوردهایی که از طریق ایجاد اقتصاد آموزشی موضوعی EOE خواهد آمد. محیط کاربردی آموزش تعاون برای رفع نیازهای خاصی بکار می‌رود: آموزش و تحقیقات تعاون نیازمند یک چار چوب تعاونی محکم برای کسب موفقیت است. سهیم شدن در ارئه مطالب



آموزشی تعاون، نوآوری و بهره‌گیری تجربه، الگویی بی مانند از مسائل تجاری به دست می‌دهد که مزایای ایجاد EOE در رفع نیازهای اقتصادی را به تصویر می‌کشد.

**فعالیت محلی = فعالیت جهانی**

دانشگاه ساسکاچوان کانادا با نمایندگان آی.سی.ای دیدار کردند.

پنجمین اصل از اصول تعاون در خصوص هویت تعاون می‌گوید:

تعاونیها برای اعضا، نمایندگان منتخب،



تا چندی پیش بیشترین احتمال برای یک کاسه کردن منابع ابتدا در سطح ملی یا ملی ممکن بود. اما این فلسفه دیگر با کاربرد بدیع فن آوری موجود قابل جمع نیست. تحول اینترنت باعث بوجود آمدن پایگاهی برای تمرکز منابع شده است و به تعاونگران کمک می‌کند تا با شکستن موانع دست و پاگیر، از عملکرد محلی خود بهره‌کار را در سطح جهانی ببرند.

شبکه اینترنت به وضوح مسیر آموزش را تغییر داده است، بدین شکل که بخش رو به رشدی از مطالب در کلیه زمینه‌های آموزشی بر روی اینترنت می‌آید، وقایع و حقایق به صورت متن زنده و به تصویر کشیده می‌شوند.

## چگونگی شرکت در این محیط آموزشی

برای شرکت در این برنامه باید:

- به عضویت آن در آئید،
  - اطلاعات موجود بر روی این سایت کامپیوتری را جستجو کرده، برگردان نموده و مورد استفاده قرار دهید،
  - منابع را با ارائه مطالب جدید غنا بخشید،
  - مطالب موجود را با یکدیگر تطبیق داده و برای استفاده مناطق مختلف یا بخشهای اقتصادی این مطالب را به منابع بیفزائید،
  - مطالب موجود را به ترجمه کنید و برای بالا بردن میزان دسترسی فرهنگها و زبانهای مختلف، این مطالب را به منابع بیفزائید،
  - تقویم رویدادهای تشکیلات تعاونی خود را به بانک اطلاعاتی ارائه دهید.
- شکل طبقه بندی مطالب در این سایت رایانه‌ای به اعضا بستگی دارد:

برای مثال وب سایت‌هایی با اطلاعات مربوط به آموزش و پژوهش تعاونی، تصاویری از ارزشهای تعاون، عکسهایی از تعاونگران و رویدادهای تعاونی و غیره است. بدین ترتیب محیط کاربردی آموزش تعاون با روایتی مصور از موفقیت روبه

فزون و عملکرد واقعی تعاون مبدل می‌شود!

مرحله اول این طرح که اکنون در شبکه قابل دسترس است در ژوئن ۱۹۹۸ کامل شد و مراکزی چون رایانه اهل، مرکز مطالعات تعاونی دانشگاه ساسکاچوان، اینترنت پروکینگ ترید مارک (علامت تجاری) و آی.سی.ای بودجه آن را متقبل شده‌اند. در این مرحله، ایجاد زیر ساخت محیط کاربردی آموزش تعاون (VCCE) و بخشهای ذیل محقق شده است:

● صفحه‌خانه: شامل اطلاعاتی در مورد (VCCE)، آی.سی.ای، اینترنت و اثرات آن بر آموزش و اطلاعاتی در خصوص نحوه شرکت در این طرح.

● صفحه منابع: این صفحه شامل فهرستی است از منابع و ارتباطات وابسته به سایتهای وب که می‌توان بر اساس موضوع، بخش، منطقه و مدیوم به آنها دست یافت.

● اشخاص: فهرستی از اعضا (VCCE) و سایر رابطین

● رویدادها: فهرستی از رویدادهای تعاونی در سراسر دنیا و تقویم های تعاونیهای شخصی

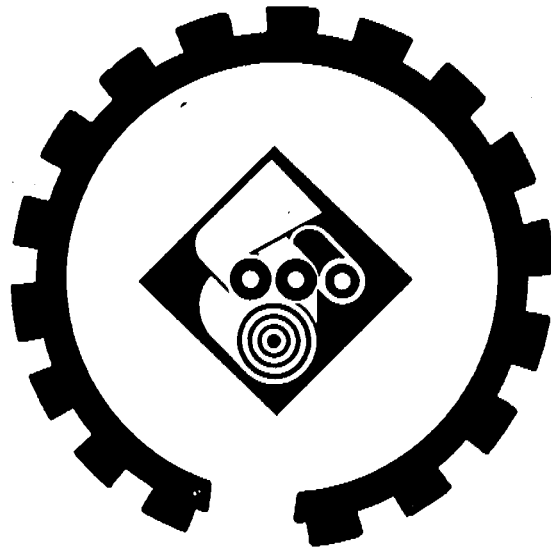
مرحله دوم این طرح عبارت است از ایجاد پایگاهی برای تحقیقات و افزودن



اطلاعات در مورد، اعضا و رویدادها و همچنین پیاده کردن صفحاتی برای کاربران و مستمعین فرانسوی و اسپانیولی. اعضا بنیانگذار طرح از جمله اشخاص حقیقی، کمیته‌ها یا سازمانهای که مایل به مشارکت در الحاق این پایگاه به جهان تعاون هستند، قادر خواهند بود توسعه این پایگاه را شاهد بوده و در عادت دادن افراد به کاربرد آن سهیم باشند.

این پایگاه که از (VCCE) بهره‌مند می‌شود و مجموعه‌ای از منابع تعاونی به منظور آموزش و تحقیقات را با طیف ارتباطی وسیعی در بر می‌گیرد: از جمله برنامه مرکز مطالعات تعاون یا آرشیوی از عکسهای تاریخی تعاونگران در گذشته یا فهرستهای از رابطین با نهضت تعاون، اطلاعاتی در مورد اعضا (VCCE) شامل آدرس، ایمیل، وب سایت و غیره، را در خود دارد که امکان برقراری ارتباط رایگان با تعاونگران علاقه‌مند به آموزش و پژوهش تعاون؛ تقویمی از کلیه رویدادهای تعاونی و همچنین ارتباط با تقویم سازمانهای تعاون؛ تشریح مساعی در جامعه جهانی تعاونگران فراهم می‌کند. برای تکمیل این طرح به ۲۰/۰۰۰ فرانک سویس نیاز است که ۸۵۰۰ فرانک آن را آی.سی.ای تریدمارک (علامت تجاری) و یک سازمان نروژی عهده دار شده‌اند. تمامی سازمانهای حمایت کننده در وب سایت (VCCE) از طریق سایت شخصی خود از امکان برخوردار خواهند بود.

برای ارائه اطلاعات به زبانهای مختلف، علاوه بر وجوه قبل، به پرداخت ۱۰۰۰ فرانک سویس اضافی به ازای هر زبان نیاز است. افراد علاقه‌مند به این خدمات جنبی می‌بایست در خواست خود را برای ترید مارک در آی.سی.ای ارسال نماید، از اینرو پیشنهاد می‌کند سایت کامپیوتری (VCCE) را ببینند، به عضویت آن در آئید و به منابع اطلاعاتی خود بیفزائید.



## بازاریابی صنعت نساجی در جهان

بررسی موردی ژاپن، تایوان، کره جنوبی و چین

حسن الوداری

عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور مرکز ماکو

مقدمه:

صنعت نساجی ایران، علیرغم گستردگی، قدمت و سابقه طولانی و درخشان خود در گذشته، چنانکه باید و شاید تاکنون نتوانسته همانند سایر صنایع رشد کند، در حالیکه کشورهای دیگری نظیر کره، تایوان و حتی بعضی از همسایگان ما مثل ترکیه و پاکستان که تا یکی دو دهه قبل در صنعت نساجی به مراتب از ما عقبتر بودند، اینک در سطح جهان جایگاه مناسبی را بخود اختصاص داده‌اند. لذا در چنین شرایطی، یکی از نخستین گامهای بلند برای اعتلای این صنعت در کشورمان می‌تواند آشنایی با وضعیت صنایع دیگر کشورها و اطلاع از چند و چون اقدامات انجام شده توسط آنها باشد. برای این منظور ابتدا کشورهای مختلفی مثل انگلستان و ایتالیا که از پیشگامان صنعت نساجی و پوشاک هستند و همچنین کشورهای اندونزی، مالزی، تایلند، چین، ترکیه و پاکستان و... که جزو تازه واردین این صنعت محسوب می‌شوند و در سالهای اخیر به موفقیت‌های چشمگیری نایل آمدند، مورد بررسی و مذاقه قرار گرفتند که از بین آنها چهار کشور ژاپن، کره جنوبی، تایوان و چین برای مطالعه تطبیقی و مشخص سازی سیاستهای مشترکشان که باعث موفقیت آنها در زمینه صنعت نساجی گردیده، انتخاب شده‌اند:

لازم به تذکر است که در تقسیم بندیهای جهانی ما به سه نسل در این صنعت برمی‌خوریم که با توجه به اهمیت این نسله‌ها و بررسی دلایل مختلف موفقیت آنها در دوره‌های زمانی مختلف و استفاده از تجارب موفقیت‌آمیز آنها از نسل اول کشور ژاپن، از نسل دوم کشورهای کره جنوبی و تایوان و از نسل سوم کشور چین را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

### گروههای موجود در صنعت نساجی و پوشاک

در بررسی بازار جهانی منسوجات و پوشاک به سه گروه از کشورها که نقش تعیین کننده‌ای در صنعت نساجی و بخصوص پوشاک دارند برخورد می‌کنیم که این سه گروه عبارتند از:

- \* کشورهایایی که از پیشگامان اولیه این صنعت بودند.

- \* کشورهایایی که در دهه ۷۰-۶۰ میلادی وارد این تجارت شدند.

- \* کشورهایایی که در چند سال اخیر سریعاً صاحب این صنعت شدند.<sup>(۱)</sup>

مهمترین کشور گروه اول انگلستان است. صنعت منسوجات و پوشاک این کشور تا پیش از دهه ۳۰ اقدار خود را آغاز کرد و دیگر هرگز به جایگاه پیشین خود بازنگشت و این روند همچنان ادامه دارد. بطوریکه در سال ۱۹۸۳ میزان واردات انگلستان از پارچه‌های بافته شده از الیاف مصنوعی به ۱۰۲ هزار تن رسید که پس هنگ کنگ این بالاترین میزان واردات در میان کشورهای غیرصنعتی است.

انگلیس نمونه‌ای از نسل اول کشورهای صاحب این صنعت است که نتوانستند خود را با شرایط بین المللی تطبیق دهند. ولی ایتالیا و آلمان بخوبی خود را هماهنگ با رقابت جهانی کردند، ایتالیا با سرمایه‌گذاری روی طرحهای ابداعی و مکانیزه کردن فن‌آوری پوشاک خود توانست در صدر جدول صادرکنندگان پوشاک جهان قرار گیرد. آلمان هم توانست مشکل گرانی نیروی کار را از طریق افزایش سرمایه‌گذاری و همچنین انعقاد قرارداد با بعضی از کشورهای اروپای شرقی مرتفع نماید و هم اکنون از صادرکنندگان عمده منسوجات و پوشاک است.

از کشورهای دیگر نسل اول که در اواخر این نسل ظاهر شده و در واقع میشود گفت حلقه ارتباطی کشورهای نسل اول با



کشورهای نسل دوم است کشور ژاپن می‌باشد که زمانی حدود ۴۰٪ صادرات این کشور را صادرات منسوجات و بخصوص پوشاک تشکیل می‌داد و در این صنعت پیشتاز بود ولی ظهور کشورهای نسل دوم یعنی کره جنوبی، تایوان و هنگ کنگ و از دست رفتن بازار صادراتی در آمریکا و همچنین از دست دادن امتیاز ارزانی کارگر، موجب ضعف این صنعت در ژاپن شد بطوریکه در سال ۱۹۸۲ این کشور خود بصورت هفتمین واردکننده پوشاک جهان درآمد، البته بر خلاف انگلستان مورد ژاپن برنامه ریزی شده و در کنترل بود و در راستای سیاستهای اقتصادی این کشور قرار داشت. (۲)

از کشورهای نسل دوم که از دهه ۶۰ به بعد پا به عرصه گذاشتند و به موفقیت‌های بالایی نیز نائل آمدند، در اینجا کشورهای کره جنوبی و تایوان را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

در سیر روند تکاملی این نسلها، کشورهای نسل سوم نظیر چین، اندونزی، مالزی، فیلیپین، تایلند، ویتنام، ماکائو، ترکیه و پاکستان و چند کشور دیگر تحت عنوان تازه واردین، وارد این صنعت شدند که از میان آنها نیز کشور چین به علت موفقیت چشمگیر نسبت به بقیه، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

#### ژاپن

ژاپن واسطه بین کشورهای نسل اول و نسل دوم است. این کشور توسعه اقتصادی خود را بعد از جنگ جهانی با عرضه منسوجات و پوشاک آغاز کرد، بطوریکه

طبق گزارشی که توسط سازمان توسعه تجارت بین المللی ژاپن تهیه شده، ۹۷ قرارداد برای پروژه‌های مشترک ژاپن و چین در سال ۱۹۹۲ امضاء شد که ۲۷ پروژه مربوط به پوشاک و منسوجات بود و اگر به این تعداد شرکتهایی را که سرمایه شان تماماً متعلق به ژاپنی‌ها بود اضافه کنیم، در سال ۱۹۹۲ بیش از ۳۰ پروژه در زمینه پوشاک و منسوجات می‌شود که بطور تخمینی در حال حاضر بیش از ۱۰۰ پروژه مشترک و شرکت ژاپنی در چین مشغول تهیه پوشاک هستند که قرار است تولیدات آنها به ژاپن فرستاده شود. (۴)

طبق آخرین اطلاعات موجود سهم تولیدی صنعت نساجی و پوشاک از کل تولیدات صنعتی ۷/۷٪ بوده و ۱۷/۲٪ کل

در دهه ۵۰ صادرات منسوجات و پوشاک ژاپن حدود ۴۰٪ از صادرات این کشور را تشکیل میداد، ولی از دهه ۶۰ به بعد بدلیل از دست دادن امتیاز ارزانی کارگر، ژاپن به سرمایه‌گذاری در دیگر کشورهای جهان که دارای کارگر فراوان و سطح دستمزد پایین بودند روی آورد که از آن جمله کره جنوبی و تایوان را می‌شود نام برد ولی باز هم بدلیل افزایش سطح دستمزد در این کشورها (در بررسی مزد کارگران که توسط موسسه بین المللی ورنو صورت گرفته، مزد ساعتی کارگران در سال ۱۹۹۱ در کره جنوبی ۳/۶ دلار و در تایوان ۵ دلار بود) ژاپن به سرمایه‌گذاری در چین بیشتری داد (نرخ ساعتی دستمزد در چین حدود ۰/۳۷ دلار است). (۳)

یکی از دلایل موفقیت ژاپن در زمینه صادرات این است که لغت «نه» در زبان تجاری آنها وجود ندارد و همیشه سعی دارند که معامله سر بگیرد لذا همیشه دوست دارند که طرف مذاکره را بخوبی بشناسند و به احساسات طرف مقابل پی برده و آن را محترم بشمارند. (۸)

یکی از اقدامات مقامات چینی برای رونق بخشیدن به صنعت نساجی و پوشاک، بهره‌گیری از تکنولوژی نوین و تمایل به جذب سرمایه‌های خارجی در این بخش از اقتصاد ملی بوده است. بنا به گفته وزیر نساجی چین در سال ۱۹۹۲ تعداد ۲۴۲ فقره پروژه سرمایه‌گذاری خارجی جدید با سرمایه‌های بالغ بر ۳۷۲ میلیون دلار در این بخش صورت گرفته است. چین در حال حاضر حدود سه هزار موسسه نساجی با سرمایه‌گذاری خارجی دارد. نظر به ارقام و آمار مذکور، جایگاه رفیع بخش صنایع نساجی در اقتصاد ملی چین بیش از پیش، اهمیت انتقال تکنولوژی ساخت ماشین‌آلات بافندگی و نوسازی این صنایع مشهود می‌گردد.

صادرات این است که لغت «نه» در زبان تجاری آنها وجود ندارد و همیشه سعی دارند که معامله سربرگرداند لذا همیشه دوست دارند که طرف مذاکره را بخوبی بشناسند و به احساسات طرف مقابل پی برده و آن را محترم بشمارند.<sup>(۸)</sup> کره جنوبی

صنعت نساجی کره با ۱۵/۱ درصد ارزش افزوده و داشتن ۲۳/۵ درصد از اشتغال و سهم ۲۵٪ از کل صادرات از جایگاه خاصی در صنعت کره برخوردار است. در سال ۱۹۹۲ کره فقط در زمینه منسوجات ۱۶ میلیارد دلار صادرات داشته است که از نتایج قانون صنایع کره بود که در سال ۱۹۸۶ با اهداف زیر اعلام گردید:

۱- تبدیل صنایع نساجی در کشور کره به صنایع مشابه کشورهای صنعتی جهان تا سال ۲۰۰۰

۲- بهبود کیفیت کالاهای تولیدی

۳- بوجود آوردن بازارهای صادراتی که در این راستا اکثر ماشین‌آلات جدید و مدرن با ماشین‌های کهنه و قدیمی تعویض گردیدند و میزان اتوماسیون از ۲۵٪ در سال ۱۹۸۶ به ۴۵٪ در سال ۱۹۸۹ افزایش یافت و برنامه‌های مفصلی برای افزایش تعداد دستگاهها تا سال ۲۰۰۰ طراحی و تنظیم شده تا به هدف کره که افزایش صادرات نساجی تا سال ۲۰۰۰ به میزان ۳۰ میلیارد دلار است جامه عمل ببوشاند.<sup>(۹)</sup>

صادرکنندگان کره‌ای از سال ۱۹۷۰ تلاشهای مختلفی را با اعمال سیاستهای حمایتی برای رفع موانع گمرکی در کشورهای توسعه یافته و مقابله با رقابت شدید بین‌المللی انجام داده‌اند، که اهم این اقدامات بشرح زیر است:

۱- سرمایه‌گذاری در کشورهای ماوراء بحار (آسیای میانه) به منظور ایجاد تولیدی محلی و نمایندگیهای فروش.

۲- طرح و اجرای سیستمهایی برای تولید

سرنوشت کالا در بازار البسه ژاپنی را تعیین می‌کند و بدین خاطر تولیدکنندگان نیز با شناخت خواسته‌های مشتری در تولید همیشه آنها را مدنظر دارند و در بازارهای خارجی نیز چنین عمل می‌کند بطوریکه بعداً در رتبه بندی کشورها اشاره خواهیم کرد ژاپنی‌ها در عرضه کالاهای با کیفیت خوب و قیمت بالا مقام نخست را دارا می‌باشند و برای تولید کالاهای باکیفیت بالا و مطابق خواست مشتری نیز گروههای کنترل کیفیت در داخل کارگاهها و کارخانه‌ها تشکیل داده‌اند که اینها عده‌ای از کارکنان هستند که به یک گروه مطالعاتی تعلق دارند و پیشنهادهای خود را بصورت گروهی ارائه می‌دهند، مسائل و مشکلات مربوط به تولید، فروش یا هر موضوع دیگری را که به شرکت و کارخانه ارتباط داشته باشد، عنوان می‌کنند و البته راه‌حلهای هر مسأله را نیز مطرح می‌سازند.<sup>(۷)</sup>

یکی از دلایل موفقیت ژاپن در زمینه

نیروی کار صنعتی در این بخش اشتغال دارند.<sup>(۵)</sup>

عواملی که باعث موفقیت ژاپنی‌ها در زمینه صنعتی نساجی و پوشاک شده است بسیاریند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد که از سوی آقای نامبو (Mr. NAMBU) صاحب یک شرکت بزرگ تجاری در سمینار آموزشی بررسی بازار البسه ژاپن در تهران عنوان گردید:

۱- تولید کالا با کیفیت خیلی بالا و مطابق با سلیقه‌های مشتری

۲- انجام خدمات بعد از فروش

۳- ارائه محصولات جدید و مدرن

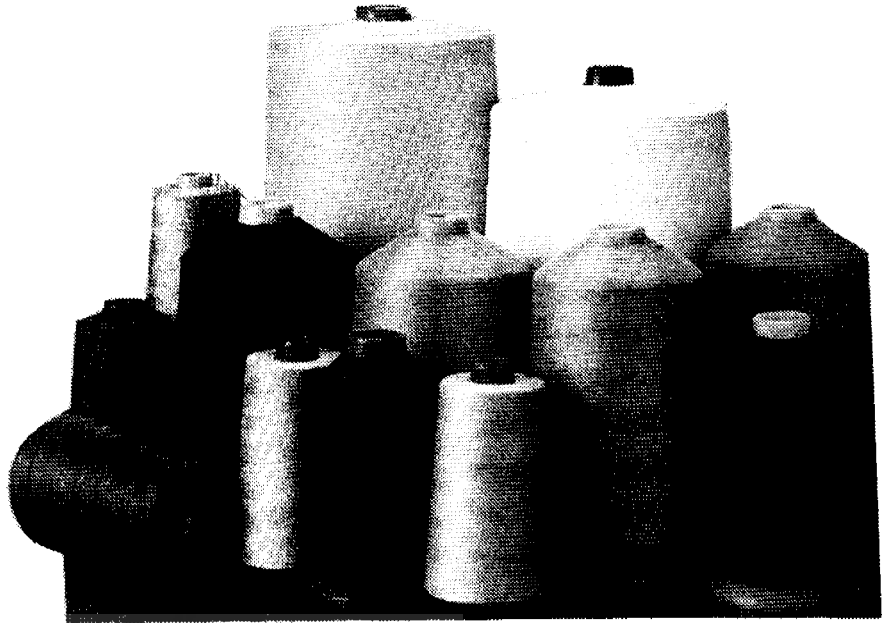
۴- تحویل بموقع کالا به مشتری

۵- تلاش فراوان در زمینه بازاریابی و شناخت بازارها، خواسته‌ها و احتیاجات آنها

۶- رسیدگی سریع به شکایات<sup>(۶)</sup>

در واقع مصرف‌کنندگان ژاپنی اکثراً به سه ملاک کیفیت، قیمت و مد حساسیت زیادی دارند و این سه ملاک عمده

- ۱- بهینه سازی هماهنگ تجهیزات تولیدی.
  - ۲- تهیه و تدارک تجهیزات و ماشین‌ابزارهای اتوماتیک
  - ۳- بهره‌گیری مناسب از ماشین‌ابزارهای نساجی داخلی
  - ۴- صرفه جویی در مصرف نیروی انسانی به هنگام عملیات تولیدی.
  - ۵- تولید با حجم اندک و تنوع فراوان و ایجاد سیستم پاسخگویی سریع به سفارشها.
- بطور کلی اهداف اساسی کره برای سال ۲۰۰۰ بشرح جدول زیر است:



مقدار صادرات	۳۰ میلیارد دلار (دوبرابر مقدار فعلی)
مقام جهانی	اولین صادرکننده منسوجات در جهان
سطح کیفیت	هم سطح ایتالیا و فرانسه
موقعیت	مرکز مد جهان
ساختار بازار	کمیترش بازار داخلی (به میزان ۵۰ درصد از کل تقاضا)

### تایوان:

تایوان یکی از مهمترین کشورهای نسل دوم است که با توجه به اهمیت خیلی بالای صنایع نساجی و پوشاک در این کشور می‌توان گفت اصولاً این کشور رشد اقتصادی خود را مرهون صنایع نساجی و پوشاک است.

افزایش هزینه کارگر (۵ دلار برای هر ساعت کار) و محدودیتهای حجمی صادرات به کشورهای اروپایی و آمریکا، تایوان را مثل کشورهای هنگ کنگ و کره به سوی تولید و صدور محصولات با ارزش بالا سوق داد و امروزه تایوان بعنوان یکی از کشورهای صادرکننده کالا با قیمت بالا (High Fashion) معروف است و به همین جهت این روزها بر روی برچسب بسیاری از لباسهای گران قیمت در اروپا و آمریکا جمله "تولید تایوان" "Made in TAIWAN" نوشته می‌شود. خواسته‌ها و علائق

کره در حال حاضر بدنبال اجرای طرحی تحت عنوان تنظیم سیاست منطقی برای بازاریابی بهتر است که هدف این طرح، رسیدگی سریع به نیاز و تقاضا است و براساس این سیستم تقاضای مصرف کننده از نظر کمی و کیفی سریعاً به قسمت تولید منعکس می‌شود، هم‌زمان با این اقدام بخش جمع‌آوری اطلاعات مورد تقویت قرار می‌گیرد و مرکز پوشاک برای مصرف‌کننده به منظور بررسی و مطالعه سلیقه و تمایلات مردم تشکیل می‌شود.

برپایه این طرح، تعداد توزیع کنندگان منسوجات افزایش می‌یابد تا از مشکلات ناشی از ازدیاد کالا کاسته شود. یکی دیگر از هدفهای این طرح، تنوع بازارهای صادراتی است، این امر وابستگی به بازارهای ایالات متحده و جامعه اروپایی را کاهش خواهد داد، همچنین در نظر است صادرات کالاهای مد روز نیز افزایش یابد. در مورد پیشرفت ساختار تولیدی نیز اقدامات زیر توسط فدراسیون نساجی کره انجام شده است:

کم از نمونه‌های متنوع و همینطور تولید نمونه‌های با ارزش افزوده بالا.

۳- بالابردن سطح کیفیت و بهره‌وری برای رسیدن به رقابت بین‌المللی. (۱۰)

مقامات صنعتی نساجی کره در شرایطی که این کشور نمی‌تواند از لحاظ قیمت بدلیل بالا رفتن سریع سطح دستمزد نسبت به بقیه کشورها (میانگین افزایش سالیانه مزد کارگران کره‌ای در دوره ۸۸ - ۱۹۸۰، ۱۱/۵ درصد، در تایوان ۶/۳ درصد و در آلمان غربی ۳/۸ درصد بوده) با آنها رقابت کند به این عقیده رسیده‌اند که بایستی توانائی این کشور را از لحاظ کیفیت محصولات نساجی حفظ کنند تا مقام جهانی کره لطمه‌ای نبیند، در حال حاضر، در میان کشورهای منطقه منسوجات کره‌ای پس از ژاپن از بهترین کیفیت برخوردارند با این وجود، صنعت نساجی کره فاقد توانائی کافی جهت ارائه طرحهای جدید است و در زمینه بازاریابی با گرایش عمده به سفارش‌های عمده و کم اهمیت دانستن سفارشهای محدودتر به تضعیف خود می‌پردازد.

بدون شک با ارتقاء بخشیدن به کیفیت تولیدات، نه تنها امکان افزایش قیمت و کسب درآمد برای چین فراهم می‌گردد، بلکه در صحنه رقابت با کالاهای مرغوب‌تر رقبای نیرومند چین در آسیای شرقی نیز موفقیت‌هایی حاصل خواهد شد، اما آنچه مهم است آینده روشن و امیدوارکننده صنایع نساجی در چین می‌باشد. مدیر منطقه‌ای یک شرکت صنعتی آلمان درباره آینده این بخش از صنایع چین می‌گوید: تا پایان قرن جاری چین به بزرگترین تولیدکننده و رهبر نساجی جهان تبدیل خواهد شد. (۱۵)

استوارترین و مهمترین بخش‌های اقتصادی در این کشور محسوب می‌شود و امیدهای فراوانی برای حضور بیش از پیش چین در بازارهای جهانی به همراه آورده است. نگاهی به ارقام و آمار تجارت خارجی چین جایگاه ویژه این بخش از صنایع را درکل اقتصاد چین نشان می‌دهد. بنابه گفته وزیر نساجی (مطرح شده در سال ۱۹۹۱) چین انتظار می‌رود میزان صادرات منسوجات آن کشور به رقم ۲۴ میلیارد دلار بالغ گردد که این رقم در سال ۹۲، نسبت به سال (۱۹۹۱) ۲۰٪ افزایش نشان می‌دهد. در ده ماهه نخست سال ۱۹۹۲ مبلغ ۶/۷ میلیارد دلار منسوجات و ۱۲/۶ میلیارد دلار پوشاک صادر شده است. این میزان صادرات ۲۹/۵٪ از کل صادرات چین بین ماههای ژانویه تا اکتبر را به خود اختصاص می‌دهد. در سال ۱۹۹۱ نیز میزان کل صادرات منسوجات و پوشاک چین بالغ بر ۱۶/۷ میلیارد دلار گردید. در کنار بازار پر رونق صادرات منسوجات و پوشاک، بازار پر رونق مصرف داخلی قرار دارد. در ده ماهه نخست سال ۹۲ میزان فروش داخلی منسوجات و پوشاک به رقم ۱۹/۳ میلیارد دلار رسید.

یکی از اقدامات مقامات چینی برای رونق بخشیدن به صنعت نساجی و پوشاک، بهره‌گیری از تکنولوژی نوین و

پرداخت حقوق مربوط به ساختن بندر. ۲- کاستن از نرخ بهره و وام‌های بانک صادرات و واردات برای صادرکنندگان به ژاپن.

۵- برداشتن محدودیت در رابطه با تعداد کارکنان خارجی برای شرکتهایی که در صادرات به ژاپن مشارکت دارند.

به همراه این تدابیر کمکی اصولی، محافظت‌بازرگانی خواستار تولید محصولات جالب توجهی هستند که بتوان به ژاپن صادر کرد. (۱۳)

تایوان در رتبه بندی کشورهای صادرکننده فرآورده‌های نساجی به بازارهای اروپا مقام سوم را کسب نموده است.

این کشور به خدمات بعد از فروش، مطمئن بودن کالا و قبول سفارش با حجم کم اهمیت زیادی می‌دهد که از این لحاظ تقریباً هم‌ردیف با کشورهای ژاپن و هنگ کنگ است و درجه اتوماسیون نیز در تایوان بالاست و بدین جهت و هم چنین بخاطر افزایش متر مربع نرخ دستمزد، این کشور قسمت بالای بازارهای جهانی یعنی قیمت و طرح و مدل بالا را برای صادرات محصولات خود انتخاب نموده است و از وجهه خوبی در بازار منسوجات و پوشاک در جهان برخوردار است. (۱۴)

چین:

صنایع نساجی و پوشاک چین یکی از

مشتریان در این کشور خیلی مهم است و تحقیقات زیادی برای کسب نقطه نظرات و سلیقه‌های مصرف‌کنندگان صورت می‌گیرد، بطوریکه یک تولیدکننده پوشاک ارزان قیمت (Low price) تایوانی که همراه یک هیئت تجاری از تایوان به تهران آمده بود در پاسخ این سؤال که با مسأله (اتیکت- آرم لیبیل) چه می‌کنید، اظهار داشت که براند ما براند مصرف‌کننده است، هر براندی که او مایل باشد ما بر روی پوشاک تحویلی خود می‌زنیم. (۱۲)

تایوان در مبادلات تجاری خود با اکثر کشورهای جهان در زمینه منسوجات و پوشاک دارای تراز مثبت بازرگانی است بجز ژاپن که تراز تجاریش در رابطه با این کشور منفی است و تجارت با ژاپن ساعت ایجاد یک کسری در آمد بالغ بر ۷ میلیارد دلار شده است دولت تایوان به منظور کاهش عدم تعادل با ژاپن در ماه ژوئیه سال ۱۹۹۲ یک تیم تحقیقی را تشکیل داد که این تیم یک برنامه ۱۵ ماده‌ای از تدابیر کمکی را اختیار کرد که تدابیر اصلی آن عبارتست از:

۱- معاف کردن شرکتهایی که به ژاپن کالا صادر می‌کنند از پرداخت حقوق مربوط به خدمات توسعه تجاری.

۲- پرداخت وام از محل اعتبارات توسعه تجارت‌های کوچک به صادرکنندگان شایسته کالا به ژاپن با بهره کم و درازمدت.

۳- معاف کردن صادرکنندگان به ژاپن از

## رتبه بندی کشورهای صادرکننده فرآورده‌های نساجی در بازارهای اروپا و عوامل آن

رتبه ←	عوامل ↓					
	اولین	دومین	سومین	چهارمین	پنجمین	ششمین
قیمت (به ترتیب افزایش)	چین	تایوان	کره جنوبی	هنگ کنگ	سنگاپور	ژاپن
خوبی کیفیت	ژاپن	کره جنوبی	هنگ کنگ	سنگاپور	تایوان	چین
خدمات بعد از فروش	ژاپن	تایوان	هنگ کنگ	سنگاپور	کره جنوبی	چین
محل بسته‌بندی	ژاپن	تایوان	هنگ کنگ	سنگاپور	کره جنوبی	چین
مطمئن بودن	ژاپن	تایوان	هنگ کنگ	سنگاپور	کره جنوبی	چین
ساخت محصولات جدید	ژاپن	هنگ کنگ	سنگاپور	کره جنوبی	چین	
قبول سفارش با حجم کم	هنگ کنگ	تایوان	سنگاپور	ژاپن	چین	کره جنوبی
سرعت در تحویل نمونه	ژاپن	هنگ کنگ	تایوان	سنگاپور	کره جنوبی	چین
بازاریابی	ژاپن	هنگ کنگ	تایوان	سنگاپور	کره جنوبی	چین
تحویل به موقع	ژاپن	هنگ کنگ	تایوان	سنگاپور	کره جنوبی	چین
رسیدگی به شکایات	ژاپن	هنگ کنگ	تایوان	سنگاپور	کره جنوبی	چین
مجموع ارزشیابی	ژاپن	هنگ کنگ	تایوان	سنگاپور	کره جنوبی	چین

(۱۸)

قدرت وارد بازار ارزان قیمت شود و به سرعت رشد کند. بطوریکه هم اکنون چین از نظر حجم بزرگترین صادرکننده پوشاک به آمریکا می‌باشد. (۱۷)

جمع‌بندی و بررسی تطبیقی سیاست‌های تشویق صادرات در کشورهای مورد بررسی:

پس از بررسی موردی چهار کشور مذکور، اینک چکیده اقدامات صورت گرفته در این کشورها جهت دستیابی به اهداف کلی توسعه صادرات عرضه می‌گردد.

بانگاهی به اقدامات صورت گرفته در این کشورها متوجه نقاط مشترکی در سیاست‌های اقتصادی آنها می‌شویم که اهم آنها عبارتند از:

۱- کاهش هزینه‌های تولیدی و ضایعات از طریق اتوماسیون سطح بالا به منظور رقابتی کردن کالاهایشان از لحاظ قیمت.

۲- بهبود کیفیت و ارائه طرح‌ها و مدل‌های جدید و مشتری پسند.

۳- تحقیقات وسیع برای دستیابی به نظرات، خواسته‌ها و علائق واقعی

مقایسه با کشورهای آسیای مانند کره و تایوان که بدلیل افزایش قیمت‌ها قدرت رقابتی خود را از دست داده‌اند و همین‌طور کشورهای جامعه اروپا مانند ایتالیا که در بازار ژاپن تضعیف شده‌اند و رونق سابق خود را از دست داده‌اند، چشمگیر است. در بررسی کشورهای مختلف مشاهده می‌شود که اندونزی، تایلند، ویتنام و دیگر کشورهای جنوب شرقی آسیا نیز رشد داشته‌اند اما رشد آنها در مقایسه با چین قابل توجه نیست. برای مثال به غیر از سهم عظیمی که چین از نظر بازار دارد، از جهت نوع کالا نیز محصولات آن حیطه گسترده‌ای را دربرمی‌گیرد و از محصولات بافته شده گرفته تا کشیاف و از پوشاک سبک گرفته تا پوشاک سنگین و همچنین انواع پوشاک زنانه، مردانه و بچه گانه را شامل می‌شود. (۱۶)

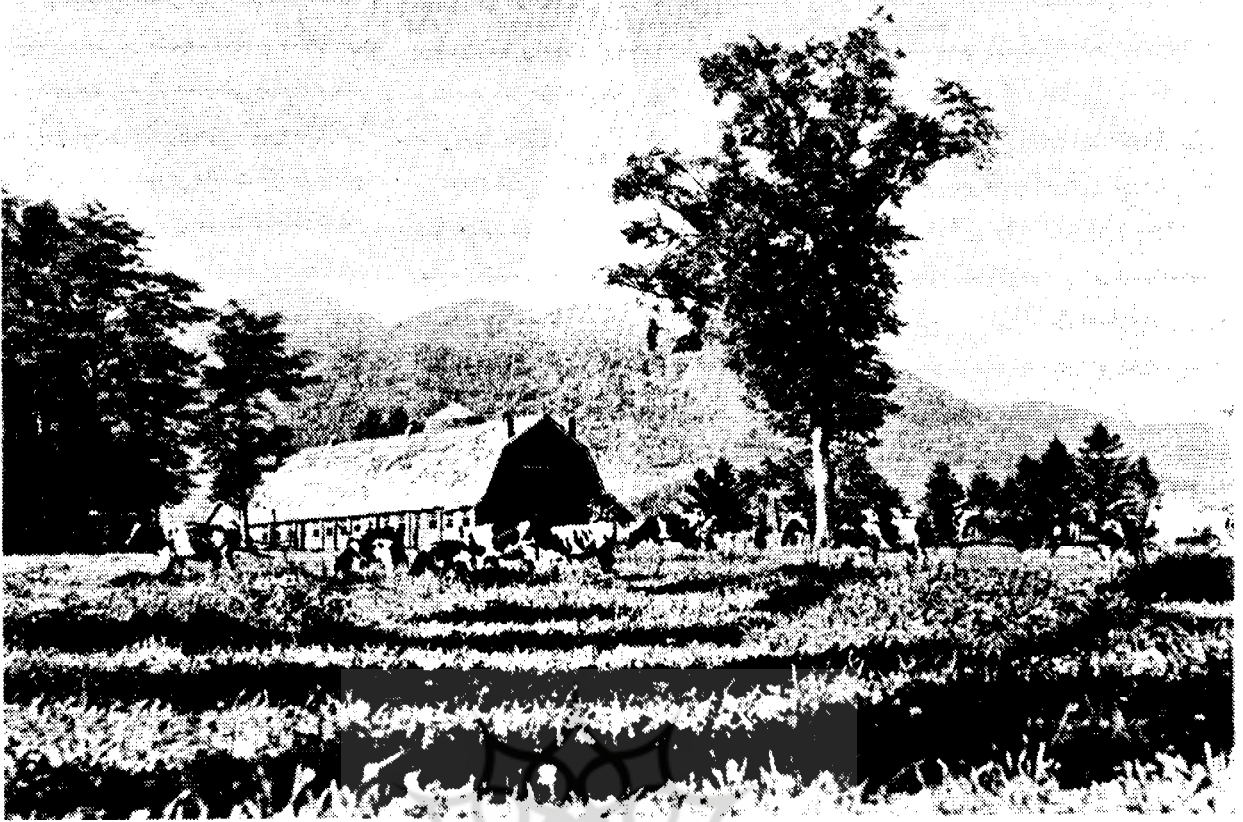
افزایش هزینه‌های کار در سه کشور پیشتاز آسیایی یعنی کره، تایوان و هنگ کنگ این شانس را به کشور چین داده است که با بهره‌گیری از نیروی کار ارزان خود با

تمایل به جذب سرمایه‌های خارجی در این بخش از اقتصاد ملی بوده است. بنا به گفته وزیر نساجی چین در سال ۱۹۹۲ تعداد ۲۲۲ فقره پروژه سرمایه‌گذاری خارجی جدید با سرمایه‌های بالغ بر ۳۷۲ میلیون دلار در این بخش صورت گرفته است. چین در حال حاضر حدود سه هزار موسسه نساجی با سرمایه‌گذاری خارجی دارد. نظر به ارقام و آمار مذکور، جایگاه رفیع بخش صنایع نساجی در اقتصاد ملی چین بیش از پیش، اهمیت انتقال تکنولوژی ساخت ماشین‌آلات بافندگی و نوسازی این صنایع مشهود می‌گردد.

در حال حاضر چین خود را برای حضور گسترده در بازار جهانی منسوجات آماده می‌کند و بدون شک الحاق مجدد چین به اتحادیه گات ضرورت سرمایه‌گذاری افزون‌تر جهت نوسازی صنایع نساجی به منظور ارتقاء بخشیدن به کیفیت تولیدات را ایجاب خواهد کرد، آنچه در حال حاضر به رونق بیش از پیش صادرات چین کمک کرده قیمت نسبتاً ارزان این کالاها در بازارهای جهانی است و از این لحاظ چین رتبه اول را بین کشورهای صادرکننده فرآورده‌های نساجی به بازارهای اروپا کسب کرده است.

بدون شک با ارتقاء بخشیدن به کیفیت تولیدات، نه تنها امکان افزایش قیمت و کسب درآمد برای چین فراهم می‌گردد، بلکه در صحنه رقابت با کالاهای مرغوب‌تر رقبای نیرومند چین در آسیای شرقی نیز موفقیت‌هایی حاصل خواهد شد، اما آنچه مهم است آینده روشن و امیدوارکننده صنایع نساجی در چین می‌باشد. مدیر منطقه‌ای یک شرکت صنعتی آلمان درباره آینده این بخش از صنایع چین می‌گوید: تا پایان قرن جاری چین به بزرگترین تولیدکننده و رهبر نساجی جهان تبدیل خواهد شد. (۱۵)

موقعیت خوب چین مخصوصاً در



# مشکلات زیست محیطی و ابتکار تعاون

در منطقه آسیا - اقیانوسیه

قسمت دوم

تعاونیها باید با تکیه بر ارزش برابری و انصاف و با اولویت دادن به قشر محروم و مسائلی رفاهی آنان، اثرات فیزیکی محیط زیست بر انسانها را نیز ارزیابی کنند. فقر هم علت و هم معلول مشکلات محیط زیست در جهان است. اگر تعاونیها بتوانند طبقه محروم دورافتاده از جامعه را به این پیکره پیوند زنند و در نتیجه تفکر "فقر علت تخریب منابع طبیعی" را از اذهان بزدايند، کاری بس بزرگ کرده‌اند.

می‌کند، چراکه: الف) تعصب کورکورانه به طرحهای متضمن بهره‌برداری بی‌رویه از منابع طبیعی را مرتفع ساخته، ب) مبانی کلیدی تدوین سیاستهای زیست محیطی را قابل لمس می‌سازد، و ج) زمینه مقایسه بین طرحهای مختلف در تعارض را برای

ضرر و زیان و سود بر مبنای ارزش‌گذاری منطقی کاربرد اطلاعات و داده‌های موثق و ادله تجربی اثرات زیست محیطی است. ارزیابی خطرات و برآوردهای کامل اقتصادی اثرات زیست محیطی، تصویری روشنتر از ارزش واقعی یک طرح ترسیم

ب - ارزیابی خطرات زیست محیطی به منظور یکپارچه کردن مراقبتهای زیست محیطی در طرحها، همگان با روش مفید ارزیابی خطرات زیست محیطی موافقت. امروزه برنامه‌ریزی طرحها، نیازمند تعیین هزینه‌های رفاهی، احتمال



استفاده از منابع نادر فراهم می‌نماید. تعاونیها باید در صف مقدم مجریان ارزیابی خطرات زیست محیطی قرار گیرند. و علت، هم‌ریشه بودن این ارزیابی با ارزش تعاونی «مسئولیت‌پذیری» است که در واقع بر سالم و بی‌نقص بودن خدمات ارائه شده به اعضاء صحه می‌گذارد و برخلاف ارزیابی خطرات زیست محیطی مورد نیاز طرحهای کلان بانک جهانی یا بانک توسعه آسیا، تعاونیها می‌توانند با سهیم شدن در ابزار «نرم‌افزاری» توانمند خود به دلیل ارتباط مستقیم با اعضاء و آموزش آنان به پیشگیری از لطمات زیست محیطی، مکمل یکدیگر باشند.

سنجش سیاستها و فعالیتهای تعاونی و به عبارتی ارزشیابی فرض و عمل آن می‌تواند تضمینی باشد بر آنکه تعهدات اقتصادی تعاونیها از مباحث زیست محیطی جدا نیست.

تعاونیها باید با تکیه بر ارزش برابری و انصاف و با اولویت دادن به قشر محروم و مسائل رفاهی آنان، اثرات فیزیکی محیط زیست بر انسانها را نیز ارزیابی کنند. فقر هم علت و هم معلول مشکلات محیط زیست در جهان است. اگر تعاونیها بتوانند طبقه محروم دورافتاده از جامعه را به این پیکره پیوند زنند و در نتیجه تفکر "فقر علت تخریب منابع طبیعی" را از اذهان بزدايند، کاری بس بزرگ کرده‌اند.

### نتیجه‌گیری:

مادامیکه بحث در باب محیط زیست به دلیل شعور عمومی و فشار گروههای طرفدار طبیعت سبز بیش از پیش با سیاست در آمیخته، تعاونیها نیز باید به جای حرف، وارد میدان عمل شوند.

اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن (JCCU) با علم به قدرت خرید مصرف‌کننده، و رواج فلسفه «مصرف‌گرایی سبز»، کالاهای طبیعت‌پذیر و قابل برگشت به چرخه محیط - زیست برای اعضاء خود

تأمین می‌نماید. طی طریقی مشابه برای دیگر تعاونیها و ایمنی بازار از وجود محصولات زیانبخش به محیط زیست ضرورت دارد.

شناخت وابستگیهای زیست محیطی نیز باید در سازمانهای تعاونی منطقه جاباز کند و اینگونه، تجربه‌های بدست آمده در تعاونیهای پیشرفته‌ای چون کشورهای ژاپن، کره و هند را دیگر تعاونیهای کشورهای در حال توسعه نیز برای نهادینه شدن و همکاری و تعاون منطقه‌ای و بین ملتها چراغی فراراه خود قرار دهند. اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن می‌تواند هدایتگر برگزارهای سمینارهای ارزیابی اثرات زیست محیطی و خطرات زیست محیطی باشد به گونه‌ای که طرحهای تعاونی در منطقه از تحلیل دقیق در تأمین معیارهای قابل قبول جهانی برخوردار باشد.

گرم شدن زمین بسیار جدی است. اگر



انتشار گازهای گلخانه‌ای مهار نشود، این آهنگ همچنان ادامه خواهد یافت. اما باید واقع‌بین بود که کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و توقف سیر گرم شدن، زمانی طولانی می‌طلبد. در این گیرودار، تعاونیها باید خوانی بگسترند که وسایل سازش با جو متحول کنونی در آن مهیا باشد. هرچند مکانیسمهای این سازگاری می‌تواند متفاوت بوده و به عبارتی با معرفی فن‌آوری نوین، تغییر سیاستها و عملکردها، اصلاحات نهادی، استفاده از الگوهای جدید کشت محصول و غیره انجام شود.

بررسی نتایج اولین کنفرانس حمل و نقل و محیط زیست آسیا و اقیانوسیه که در ماه می ۱۹۹۸ در دانشگاه ملی سنگاپور برگزار شد خالی از فایده نیست. در این کنفرانس دست‌آوردهای ۳ - Cop و مکانیسمهای لازم برای عملی کردن شبکه منطقه‌ای بررسی تغییرات جوی مورد ارزیابی قرار گرفت.

نیازی به گفتن نیست که اقدام خطیری اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن در برپایی سمپوزیوم بین‌المللی، مسئولیت تعاونگران در حفاظت بیشتر از محیط زیست را سنگینتر می‌کند و در اهمیت آن همین بس که این سمپوزیوم درست به دنبال کنفرانس جوانان، یعنی تصمیم‌گیرندگان هزاره بعدی برگزار شد. این جوانان هستند که با پیاده کردن مفهوم توسعه پایدار در هنجارهای رفتاری نو، حیاتی سالمتر و کاملتر برای انسانهای عصر جدید تضمین می‌کنند.

تعاونیها، همگام با دیگر نهادهای دولتی و غیردولتی باید شبکه‌ای بسازند که توسعه را در عمل و بطور واقعی پایدار سازد و این بدان معناست که توسعه، نیازهای حال را تأمین کند بی‌آنکه به توان نسلهای آینده در تأمین نیازهای خود لطمه بزند.

# شرکت خدمات تعاون، تحوّل جدید در توسعه خدمات

اشاره:

افزایش جمعیت و توجه سیاستگذاران به مشارکت مردم در زمینه‌های اقتصادی و پیچیده‌تر شدن چرخه اقتصاد، دولت‌ها را برآن داشته تا اهمیت بسزایی برای نظام تعاون قائل شوند. امروزه سازمان‌های تعاونی به مثابه یکی از ارکان اصلی اقتصاد جوامع، جایگاه ویژه‌ای در تولید ناخالص ملی ممالک مختلف به خود اختصاص داده‌اند.



با تشکیل وزارت تعاون و توجه بیشتر دولت به گسترش نهادهای مردمی تعاون در کشور، شرکت خدمات تعاون به منظور رفع نیازهای مختلف تعاونیها و افزایش توان آنها به توسعه فعالیتهای خود پرداخت.

خدمات بازرگانی (صادرات و واردات)، بازار یابی، ارائه مشاوره جهت طرحهای تولیدی کشاورزی و صنعتی، راه اندازی فروشگاههای عرضه محصولات تعاونی، سرمایه گذاری و مشارکت با تعاونیهای تولیدی از عمده‌ترین فعالیتهای شرکت خدمات تعاون میباشد که در برنامه سال ۱۳۷۷ افقهای نوینی در حرکت اقتصادی آن شرکت ترسیم نموده است و این در حالی است که بیشترین تمرکز فعالیت شرکت بر خدمات بازرگانی و مشاوره طرحهای تولیدی می‌باشد.

شرکت خدمات تعاون بمنظور معرض و عرضه مستقیم واحد را در سال ۷۶ میتوان در دو مقطع زمانی قبل و بعد از مدیریت جدید به شرح زیر تقسیم کرد:  
دوره اول:

- اجرای غرفه بندی برای نمایشگاههای کتاب، سالنهای ۲۲ و ۲۷ نمایشگاه جهان اسلام برای ستاد نمایشگاه، سالن ۳۵ صدا و سیما نمایشگاه بین المللی تهران.

- اجاره لوازم و غرفه بندی در نمایشگاه سنگ و معدن در خرداد و تیر ماه ۱۳۷۶.  
- برنامه ریزی، طراحی و اجرای نمایشگاه هفته تعاون با موضوع افتتاح همزمان ۷۳۶ طرح تعاونی که مورد تقدیر مقام محترم معاون اول ریاست جمهوری و

تعاونیها در موارد زیر با آنها مشارکت نموده است:

- مشارکت در خرید و فروش ۸ دستگاه اتوبوس از شهاب خودرو با همکاری تعاونی اتوبوس دارن کردستان به ارزش ۵۲۰ میلیون ریال.

- مشارکت در تولید اقلامی همچون سنگ، سنگ ظرفشویی قند حبهای بهه ارزش ۲/۳۷۵۰۰۰/۰۰۰ ریال

- مشارکت در خرید و فروش پروفیل، پلی پرو پیلین، دستگاه کالیر، تخته و تسمه و دستگاه پرس، مواد اولیه و غیره به ارزش ۲/۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

- مشارکت در واردات مواد اولیه از بلژیک به ارزش ۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۲- امور نمایشگاهی

## ۱- فعالیت بازرگانی

واحد بازرگانی طی سال ۱۳۷۶ در دو زمینه بازرگانی فعالیت داشته که اهم اقدامات آن واردات و تسهیه ملزومات و مشارکت با تعاونیها بوده که شرح آن به قرار زیر است:

### الف) بازرگانی مستقل

- واردات ۱۲۸/۳۵۲ حلقه انواع لاستیکها سبک و نیمه سنگین به ارزش تقریبی ۶ میلیون دلار

- تهیه و توزیع انواع لوازم خانگی به ارزش ۱۲/۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

- تهیه و توزیع مواد غذایی (برنج، روغن، چای) به ارزش ۱۸ میلیارد ریال

ب) مشارکت با تعاونیها: شرکت به منظور ارثه خدمات کارشناسی و ارتقاء

وزیر محترم تعاون نیز قرار گرفت .

#### دوره دوم:

در دوره دوم با توجه به تغییر سیاست شرکت جهت گسترش حیطه فعالیت خود، واحد امور نمایشگاهی و توسعه صادرات تلاش مضاعفی جهت گسترش صادرات، از طریق کمک به تعاونیهای تولیدی و به منظور آماده سازی کالاهای صادراتی آنها انجام داده است. در این راستا اقداماتی جهت برگزاری نمایشگاههایی در خارج و داخل کشور صورت گرفت که از نتایج اولیه آن میتوان به واگذاری اجرای نمایشگاه باکوبه بخش تعاون، شرکت در نمایشگاه اختصاصی ایران در کشور لبنان (بیروت) و برگزاری نمایشگاه فروش بهاره با مشارکت مرکز توسعه صادرات اشاره نمود .

#### ۳- مهمترین فعالیتهای شعب

شرکت خدمات تعاون در سطح استانهای کشور دارای ۱۸ شعبه میباشد که عمدهترین فعالیتهای آنها در سال ۱۳۷۶ به قرار زیر است :

- ارائه خدمات مشاوره‌ای به منظور تهیه و اجرای طرحهای تولیدی و خدماتی با هماهنگی دفتر مرکزی.
- بازار یابی و ایجاد تسهیلات لازم .
- انجام فعالیتهای اقتصادی و بازرگانی .
- ایجاد و برپایی فروشگاههای عرضه کالا به منظور حذف واسطه گری و عرضه مستقیم کالاهای تعاونیهای تولیدی.
- توزیع کالاهایی از قبیل لوازم خانگی شامل ۷/۷۷۳ دستگاه، مواد غذایی بمیزان

۲۰۷۲۲ تن، چتایی ۹۰/۰۰۰ مترمربع .

- فعالیتهای بازرگانی در زمینه ارائه خدمات و توزیع کالاهای گوناگون بالغ بر ۱۷/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال .

۴- مهمترین فعالیتهای فنی و مهندسی بدنبال تصمیماتی که از سوی مسئولین بخش تعاون اتخاذ گردید و بنا بر نیازی که جهت ارائه خدمات به تعاونیهای کشور در بخشهای فنی، علمی، تحقیقاتی و.. احساس میشد، واحد فنی و مهندسی از اواخر سال ۱۳۷۵ فعالیت خود را در چهارچوب اهداف و وظایف سازمانی آغاز نمود .

#### مهمترین فعالیتهایی که طی سال گذشته انجام گرفته عبارتست از:

- ارائه خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی برای متقاضیان از مرحله تشکیل تعاونی تا بهره برداری .
- مشارکت در طرحهای پیشنهادی واحدهای تعاونی در استانها با توجه به استعدادهای بالقوه هر استان .
- ارتباط با ارگانهای مرتبط باتعاونیهای سراسر کشور از جمله وزارت صنایع، بازرگانی، جهاد، کشاورزی و گمرک بمنظور جمع آوری اطلاعات و همچنین آگاهی از قوانین و مقررات .
- ارائه خدمات مشاوره‌ای به مراجعین، در خصوص انتخاب بهترین موضوع فعالیت و سیر مراحل تشکیل تعاونی.
- تشکیل جلسات متعدد کارشناسی در وزارتخانه و سایر ارگانها از جمله در وزارت کار، بنیاد مستضعفان در خصوص

مسائل مربوط به اشتغال فارغ التحصیلان، جوانان و بانوان .

- انجام بررسیهای فنی پیرامون تأمین نیازمندیهای ماشین آلات دست دوم تعاونیهای تولیدی .

- تهیه و تنظیم حدود ۲۵ طرح توجیهی فنی و اقتصادی در استان تهران و تعداد ۸۰ طرح در سایر استانها از جمله خراسان، اراک، گیلان، لرستان .

- ارائه راهکارها و برنامه ریزی لازم به منظور ارتقاء کیفیت بنا استفاده از جدیدترین شیوه‌های روز (ISO) برنامه‌های از پیش تعیین شده شرکت در سال ۱۳۷۷:

برنامه‌های پیش بینی شده شرکت در سال ۷۷ در بخشهای مختلف فعالیتهای نمایشگاهی، صادراتی، مشارکت در طرحهاو تامین نیازها به شرح زیر است:

#### الف) فعالیتهای نمایشگاهی:

- برگزاری نمایشگاههای خارجی در مناطق شرق و جنوب آفریقا، کشورهای عربی و آسیای میانه با حمایت وزارت تعاون، اتقاق تعاون و مرکز توسعه صادرات .

- برگزاری نمایشگاههای داخلی در ماههای اردیبهشت، شهریور، دی، بهمن و اسفند .

- شرکت در نمایشگاه بین المللی کالا و خدمات در مهر ماه با همکاری اتاق تعاون و هماهنگی با تعاونیهای تولید و خدماتی .

- شرکت در نمایشگاههای تخصصی دیگر ارگانها .

با توجه به تغییر سیاست شرکت جهت گسترش حیطه فعالیت خود، واحد امور نمایشگاهی

و توسعه صادرات تلاش مضاعفی جهت گسترش صادرات، از طریق کمک به تعاونیهای تولیدی و به منظور آماده سازی کالاهای صادراتی آنها انجام داده است. در این راستا اقداماتی جهت برگزاری نمایشگاههایی در خارج و داخل کشور صورت گرفت که از نتایج اولیه آن میتوان به واگذاری اجرای نمایشگاه باکوبه بخش تعاون، شرکت در نمایشگاه اختصاصی ایران در کشور لبنان (بیروت) و برگزاری نمایشگاه فروش بهاره با مشارکت مرکز توسعه صادرات اشاره نمود .

حمایت جدی وزارت تعاون و ادارات کل  
تعاون استانها.

- تهیه طرحهای فنی و مهندسی  
شرکتهای تعاونی که توسط کارشناسان و  
با همکاری و پشتیبانی وزارت تعاون و  
ادارات کل تعاون استانها انجام گرفته است  
و اعتبار آن بالغ بر ۱/۵ میلیارد ریال  
می باشد.

- مشارکت در سرمایه گذاری و ایجاد  
شرکتهای تعاونی فرااستانی با سرمایه ای  
بالغ بر ۵۰۰ میلیون ریال.  
- همکاری در ایجاد شهرکهای تعاونی  
بمنظور توسعه بی نقص و رو به تکامل  
بخش تعاون در آینده.

(د) تامین نیازهای تعاونیهای سراسر  
کشور:

- واردات کالاهای مورد نیاز  
تعاونیهای تولیدی.

- واردات کالاهای مورد نیاز تعاونیهای  
توزیع و مصرف.

- واردات کالاهای مورد نیاز  
تعاونیهای خدماتی.

- اقدام به خرید نقدی کالاهای اساسی  
مورد نیاز تعاونیهای سراسر کشور.

- خرید نقدی از تعاونیهای تولیدی و  
فروش به صورت اقساط به تعاونیهای  
توزیعی.

(ه) فعالیتهای تکمیلی:

- انجام فعالیتهای تبلیغی، تهیه  
کاتولوگ عمومی و پرورشور بمنظور  
شناساندن فعالیتهای بخش تعاون کشور

- همکاری در ایجاد تعاونیهای خاص برای  
اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهها و  
بانوان.

فعالیتهای فوق و اهداف و برنامه هایی  
که از سوی مدیریت جدید بعنوان سیاست  
عملی شرکت تعیین شده است خدمات  
شرکت را با ۱۰۰ درصد رشد روپرو  
ساخته و موجب شده تا شرکت نقش موثری  
در تقویت بخش تعاون داشته باشد.



- استاندارد کردن کالاهای تعاونیهای  
تولیدی جهت آماده سازی محصولات آنان  
بمنظور صادرات با هزینه ای قریب به  
پانصد میلیون ریال.

(ج) مشارکت در طرحهای سرمایه  
گذاری:

- مشارکت بمنظور تامین تجهیزات  
نزدیک به ۲۰۰ شرکت تعاونی که دارای یک  
میلیارد ریال سرمایه در گردش هستند، با

- بازدید از نمایشگاههای تخصصی به  
منظور انتقال دانش فنی و کسب اطلاعات و  
تجربه در زمینه واردات.

(ب) فعالیتهای صادراتی:

- صدور کالاهای تولیدی بخش تعاون

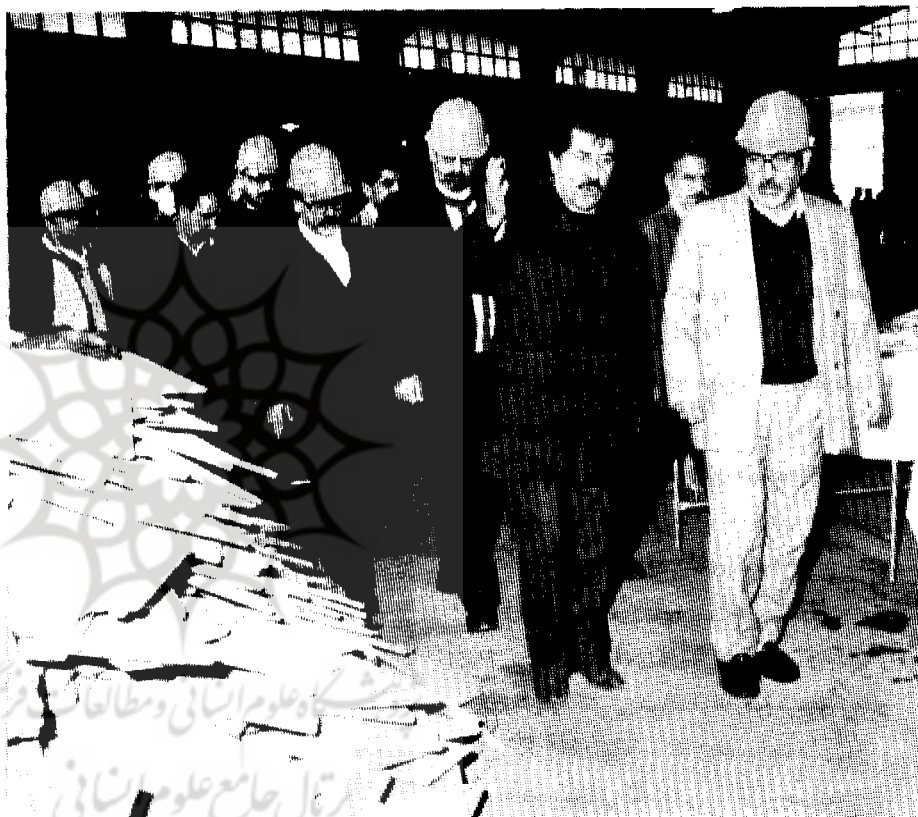
- ارائه خدمات بخش تعاون برای کالاهای  
صادراتی با هدف آشنایی و فعال نمودن  
تعاونیهای خدماتی در امر صادرات.

# شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته: پیشرفت با استفاده از توان کاری اعضا

شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته که در حال حاضر ۲۰۰ عضو دارد علاوه بر توانایی تولید سالانه ۶۰ هزار تن پروفیل، قادر است کالاهای و ملزومات مورد نیاز این صنعت را نیز تولید کند.

بهره پول به نحوی که هم اکنون در مملکت اعمال می‌شود، دشمن هر گونه سرمایه گذاری در زمینه‌های صنعتی و تولیدی است. مایخی سربلندیم که در طول فعالیت خود از یک دینار وام بانکی یا تسهیلات اعتباری صندوق تعاون استفاده نکرده‌ایم. وی اظهار می‌دارد: سال گذشته برای این شرکت یک وام ۴۰۰ میلیون تومانی تصویب شد که از طریق بانک ملی پرداخت شد. وقتی موضوع پرداخت قطعی شد، بانک رسماً اعلام کرد که بهره پول شما فلان مبلغ است. هرچند که وام تصویبی از محل تبصره ۵۰ بودجه کل کشور و نرخ سود آن کمتر بود!

غنیمی فرد درباره چگونگی تامین منابع مالی برای احداث شهرک صنعتی شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته گفت: این واقعیت را درک کردیم که با گرفتن وام، قدرت خرید خود را به اندازه بهره‌ای که باید به بانک بپردازیم، کاهش خواهیم داد. بنابراین تصمیم گرفتیم که با تکیه بر توان کاری خود وارد عمل شویم. هر جا که پول کم آوردیم موضوع را به اطلاع اعضا می‌رسانیم، اگر پشتوانه مالی تامین شد، ادامه می‌دهیم و الاخیر. وقتی شروع کردیم و پشتکار و عزم، برای رسیدن به هدف آشکار شد، فروشندگان، بدون درخواست هزینه اضافی - از فروش مدت دار مصالح به شرکت تعاونی استقبال



از گروه گزارش

(با همکاری دفتر امور تعاونی‌های تولیدی و خدمات تولید کنندگان)

از جمله دستاوردهای شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته با تکیه صرف بر کار تولیدی اعضای خود است.

دکتر هادی غنیمی فرد، مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته به ضمن انتقاد از نرخ بهره کشور می‌گوید:

هنوز هم خارج از ضوابط دست و پاگیر یک نظام بوروکراسی بیمار، تجارت، بر پایه شناخت و اعتماد متقابل کار ساز است.

بدون استفاده از وام بانکی و اعتبار موسساتی چون صندوق تعاون، پی ریزی یک شهرک صنعتی با بیش از ۳۴۰ واحد صنعتی، تاسیس بورس آلومینیوم و تلاش برای ایجاد آموزشگاه صنعت آلومینیوم،

**این شرکت تعاونی، شهرک صنعتی خود را در زمینی به مساحت یک میلیون و ۵۰۰ هزار مترمربع در حسن آباد قم، مشتمل بر ۳۴۰ واحد صنعتی و ۲۰ واحد خدماتی، در دست احداث دارد. عملیات ساختمان این شهرک از مردادماه سال گذشته آغاز شده و در حال حاضر حدود ۱۰۰ واحد ساختمان آن رو به اتمام است.**



کردند. به گونه‌ای که هم اکنون افراد مختلف، بیش از ۵۰۰ میلیون اعتبار بدون درخواست به ما داده‌اند. خدا را شکر که کارمان سامان گرفته و داریم جلو می‌رویم. مدیر عامل شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته افزود: معتقدیم این گفته که از تو حرکت از خدا برکت، واقعیت دارد. کار انسان مولد پول است. وقتی کار کردید، جامعه برای شما اعتبار قائل می‌شود و این اعتبار به دنبال خود درآمد می‌آورد.

این شرکت تعاونی، شهرک صنعتی خود را در زمینی به مساحت یک میلیون و ۵۰۰ هزار مترمربع در حسن آباد قم، مشتمل بر ۳۴۰ واحد صنعتی و ۲۰ واحد خدماتی، در دست احداث دارد. عملیات ساختمان این شهرک از مردادماه سال گذشته آغاز شده و در حال حاضر حدود ۱۰۰ واحد ساختمان آن رو به اتمام است.

در همین شهرک آموزشگاه‌های برای تدوین فنون مرتبط با صنعت آلومینیوم در فضایی به وسعت ۴۰۰۰ متر مربع گشایش خواهد یافت که هر دوره ۸۰ نفر هنر جو را آموزش می‌دهد. بعلاوه بورس آلومینیوم از دیگر واحدهای پیش بینی شده در این شهرک است.

به گفته غنیمی فرد، با افتتاح بورس آلومینیوم، که تا پایان سال جاری تحقق می‌یابد، کلیه محصولات آلومینیومی از سوی کارخانجات مختلف در آن عرضه می‌گردد و با این کار، قیمت عادلانه‌ای برای آنها تعیین می‌شود یعنی قیمتی که خریدار حاضر باشد به آن قیمت بخرد و فروشنده حاضر باشد به آن قیمت بفروشد.

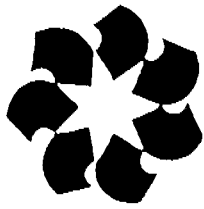
مدیر عامل شرکت تعاونی صنایع وابسته می‌گوید: در آسیا بورس فلزی نداریم و اگر فعالیت بورس آلومینیوم از سوی دولتمردان و مسئولان تأیید و حمایت شود، می‌تواند مرکز خرید و فروش فلزات آسیا را به ایران منتقل کند.

رئیس هیات مدیره شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته درباره تلاشهای این شرکت برای صدور تولیدات اعضای خود گفت چون مواد اولیه تولید پروفیل خیلی گران است، بنیة مالی شرکت برای سرمایه گذاری در امر صادرات کافی نیست. چندی قبل، به منظور جذب سرمایه برای فعالیتهای صادراتی، با شرکت خدمات تعاون به مذاکره نشستیم. آنها برای سرمایه گذاری خود ۳۰ درصد سود مطالبه کردند. حساب کردیم که در نهایت مرغوبیت کالای این شرکت با کالای خارجی برابری می‌کند اما به دلیل اینکه اولاً، رقبای خارجی، در بازارهای هدف پر سابقه‌اند، و ثانیاً: از حمایت‌های واقعی دولتها متبوع خود برخوردارند و بی‌الآخره اندکی بالا بودن قیمت تمام شده محصول ایران - که اجتناب‌ناپذیر است - کار صادرات با احتساب ۳۰ درصد سود برای

شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته، که در حال حاضر ۲۰۰ نفر عضو وابسته و پیوسته دارد، علاوه بر توانایی تولید سالانه ۶۰ هزار تن پروفیل آلومینیوم، قادر است کالاهای و ملزومات مورد نیاز این صنعت را نیز تولید نماید.

مدیر عامل این شرکت می‌گوید: هم اکنون برای وارد کردن یک دستگاه پرس آلومینیوم دو هزار تنی از خارج باید بیش از پنج میلیون دلار هزینه کرد. اما همین دستگاه را بعضی از اعضای تعاونی می‌توانند با هزینه‌ای حدود ۱۰۰ میلیون تومان ساخته و تحویل خریدار بدهند.

وی می‌افزاید: ما قادریم هر نوع پروفیل آلومینیوم را که در هرجای دنیا تولید می‌شود هم قالبش را بسازیم و هم تولیدش کنیم، با همان کیفیت و با همین دستگاههای ساخت ایران.



در مراسم افتتاح طرح‌های صنایع غذایی در استان زنجان

## وزیر تعاون: هدف اصلی شرکتهای تعاونی باید کاهش وابستگی اقتصادی و افزایش صادرات باشد

هدف نهایی شرکتهای تعاونی می‌بایست کاهش وابستگی اقتصادی و افزایش صادرات باشد و در این راه باید رقابتی همراه با رفاقت انجام گیرد.

آقای مرتضی حاجی، وزیر تعاون این مطلب را در مراسم افتتاح شرکت تعاونی تولید صنایع غذایی طارم (گیلوان) زنجان اعلام کرد و گفت: تا زمانی که وابستگی اقتصادی و تک محصولی وجود دارد، کشور احساس امنیت نخواهد کرد و با اجرای طرح ساماندهی اقتصادی سعی می‌شود تا این وابستگی به تدریج کم و کمتر شود.

وی با اشاره به این که روح حاکم بر طرح ساماندهی اقتصادی مشارکت مردمی است، گفت: پیروزی انقلاب و جنگ مدیون مشارکت مردمی است و باید از سرمایه‌های گوناگون کشور از جمله سرمایه‌های انسانی بهره‌وری مناسب کرد. آقای حاجی تأکید کرد که در شرکتهای تولیدی صنایع غذایی ۳ عامل مهم توسعه شرکت، اشتغال بیشتر و رعایت بهداشت باید مدنظر قرار گیرد.

وزیر تعاون همچنین شرکتهای تعاونی خدماتی بهارستان، تولیدی روژان، مرغداری زربال و مرکز خدماتی اتحادیه

تعاونی‌های مصرف فرهنگیان زنجان را رسماً افتتاح کرد.

گفتنی است که این پروژه‌ها دارای ۱۲۷۶ عضو هستند که در مجموع برای این پروژه‌ها ۸ هزار و ۵۲۶ میلیون ریال سرمایه‌گذاری شده است.

### ۱۲ هزار بیکار آذری جذب تعاونی‌های سرزنشیان می‌شوند.

۲۸ تعاونی سرزنشیان، تا کنون در بازارچه‌های مشترک مرزی استان آذربایجان غربی تشکیل شده است. مدیر کل کار و امور اجتماعی آذربایجان غربی گفت: در هر تعاونی سرزنشیان ۲۰۰ نفر از بیکاران آذربایجان غربی مشغول به کار شده‌اند.

وی افزود: تا پایان سال، تعداد تعاونی‌های سرزنشیان در بازارچه‌های مشترک مرزی آذربایجان غربی به ۶۰ تعاونی افزایش می‌یابد که با شروع فعالیت این تعاونی‌ها، حدود ۱۲ هزار نفر از بیکاران استان جذب کار خواهند شد.

وی همچنین گفت: تشکیل بازارچه‌های مرزی در زمینه ایجاد اشتغال در منطقه

بسیار موثر است ولی تا کنون از این پتانسیل به نحو مطلوب استفاده نشده است.

بزودی نحوه استفاده تعاونی‌ها از تسهیلات تبصره ۳۵ اعلام می‌شود. وزیر تعاون در مجمع عمومی سالیانه اتحادیه تعاونیهای مصرف کارگران سراسر کشور (امکان) گفت: بزودی نحوه استفاده تعاونی‌ها از تسهیلات تبصره ۳۵ قانون بودجه سال ۷۷ کل کشور اعلام خواهد شد.

وی افزود: وزارت تعاون قصد دارد در آینده از طریق دولت با ارائه سنوالی به مجلس شورای اسلامی سنوال نماید که آیا امتیازی که در قانون برای شرکتهای تعاونی وجود دارد با تصویب این تبصره پایرجا خواهد ماند؟

آقای حاجی همچنین ایجاد تعاونی‌های بزرگ فراگیر در مناطق مختلف کشور در جهت اتمام طرح‌های نیمه تمام و ایجاد طرح‌های جدید در کشور را از سیاست‌های آینده وزارت تعاون عنوان کرد.

بر اساس گزارش رسیده در این مجمع که علیرضا محبوب دبیر کل خانه کارگر و نماینده مردم تهران در مجلس شورای

اسلامی، ابوالقاسم سرحدی زاده رییس کمیسیون کار و امور اجتماعی و رییس هیات مدیره اتحادیه امکان، عبدالرحمن تاج الدین، نماینده مردم اصفهان در مجلس حضور داشتند آقای حاجی با قدردانی از زحمات هیات مدیره اتحادیه امکان بر ترویج فرهنگ تعاون و مشارکت مردمی در بخش تعاون تاکید کرد و گفت در طرح ساماندهی اقتصادی کشور نیز بر بخش تعاون تاکید شده است مردم بایستی در این بخش مشارکت داشته باشند. وزیر تعاون با اشاره به سیاست‌های آینده وزارت تعاون اظهار داشت: وظیفه وزارت تعاون ترویج تعاون در جامعه است و مدیریت این وزارتخانه نیز یک مروج است و نه یک مدیر.

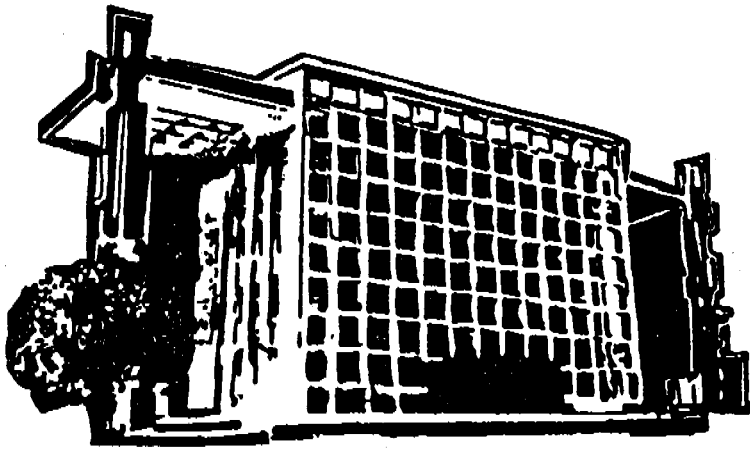
آقای حاجی از کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی به عنوان یکی از اقدامات دشمنان کشور در جهت فشار و لطمه زدن به سیاست اقتصادی کشور نام برد.

وی با تاکید بر سهیم بودن تعاونی‌ها در تبصره ۲۵ قانون بودجه سال ۷۷ کل کشور، آمادگی وزارت تعاون را برای دریافت پیشنهادات و... تعاونگران اعلام کرد.

در مجمع عمومی سالانه اتحادیه امکان، گزارش هیات مدیره و بازرسی اتحادیه و حساب مالی منتهی به ۷۶/۱۲/۲۹ به اعضای اطلاع مجمع عمومی ارایه شد که حساب مالی مذکور به تأیید رسید.

سهام سود سال‌های ۷۴، ۷۵ و نیز در این مجمع از سوی وزیر تعاون به نماینده مجمع تعاونی‌های استان مرکزی اهداو مقرر گردید در هفته تعاون به دیگر نمایندگان مجامع استانی اهداء گردد.

ابوالقاسم سرحدی زاده رییس کمیسیون کار و امور اجتماعی مجلس شورای اسلامی و رییس هیات مدیره اتحادیه امکان نیز در این مجمع با تاکید بر تلاش این اتحادیه در جهت رفاه و آسایش جامعه کارگری از روند کار اتحادیه اظهار رضایت کرد.



## طرح تاسیس بانک تعاون در دستور کار مجلس قرار گرفت

مجلس شورای اسلامی در نشست‌های علنی خود کلیات طرح تاسیس بانک تعاون را مورد بررسی قرار می‌داد.

محمد رضا خباز مخبر کمیسیون امور اقتصادی و دارایی و تعاون مجلس هدف ارایه این طرح به مجلس را جلب مشارکت هر چه بیشتر بخش‌های خصوصی و تعاونی در ارایه خدمات بانکی و توسعه و تقویت فعالیت موسسات بانکی غیر دولتی عنوان کرد.

وی گفت: بانک‌های فعال در کشور هم اکنون از عدم تعادل بین بخش‌های تعاونی خصوصی و دولتی از نظر توزیع اعتبارات بانکی رنج می‌برند و نظام بانکی به دلیل داشتن تشریفات پیچیده نمی‌تواند نیازهای اعتباری مردم را تامین کند، در حالی که تجربه کشورهای پیشرفته نشان داده است بانک‌های تعاونی در این زمینه موفقتر عمل می‌کنند.

نماینده کاشمر افزود: در صورت تصویب

بانک تعاون در مجلس، راهی مطمئن برای جمع آوری نقدینگی‌های بخش خصوصی که هم اکنون حدود ۱۲۵ هزار میلیارد ریال تخمین زده می‌شود و نیز استفاده از نقدینگی‌های اندک بخش تعاون فراهم خواهد شد.

وی تصریح کرد: در قانون اساسی تاسیس بانک‌های خصوصی ممنوع است اما اصل ۱۴۲ آن براجتناب از کارفرمای بزرگ و مطلق شدن دولت تاکید می‌کند و تاسیس بانک تعاون کمک به اجرای این اصل است. مخبر کمیسیون امور اقتصادی و

دارایی و تعاون مجلس گفت: در صورت تصویب این طرح، میزان ونحوه سرمایه گذاری، تعداد شعبات و دیگر جزئیات بانک تعاون در شور دوم و اساسنامه آن مشخص خواهد شد، هم اکنون تنها بانک‌های دولتی در کشور فعالیت می‌کنند.

در سه ماهه نخست امسال ۴۲۰ تعاونی و اتحادیه در کشور به ثبت رسیده است



در ۲ ماهه نخست امسال ۴۲۰ تعاونی و اتحادیه توسط وزارت تعاون به ثبت رسیده است.

مجموعاً ۲۲ هزار و ۸۶۰ نفر عضو تعاونیهای ثبت شده هستند و تشکیل این تعداد سبب اشتغال ۶۴۸۰ نفر شده است.

این گزارش می‌افزاید، از میان شرکت‌های ثبت شده، ۹۹ شرکت در بخش کشاورزی، ۶۴ شرکت در تعاونیهای صنعتی و ۸۸ شرکت با هدف تامین نیاز مصرف‌کنندگان کالا، تشکیل شده است.

L

تعاونی‌ها ۳۶ درصد بتر از میزان پیش بینی شده در برنامه دوم شغل ایجاد کرده‌اند.

در سال گذشته بیش از سه هزار و ۶۵۰ شرکت تعاونی در سراسر کشور ایجاد شده است که در این میان افزایش تعداد تعاونیهای تولیدی بسیار قابل توجه است.

آقای مرتضی حاجی وزیر تعاون به مناسبت هفته دولت در گفت و گوی اختصاصی با خبرنگار واحد مرکزی خبر افزود: در سال گذشته تاسیس شرکت‌های تعاونی معدنی بیش از صد درصد، شرکت‌های صنعتی ۴۵ درصد، و شرکت‌های تعاونی کشاورزی ۳۷ درصد نسبت به سال قبل از آن افزایش یافته‌اند که این امر نشان‌دهنده گرایش بخش تعاون به تشکیل شرکت‌های تعاونی تولیدی است. به گفته آقای حاجی با تاسیس تعاونی‌های جدید در سه سال گذشته هم اکنون تعداد شرکت‌های تعاونی نسبت به میزان در نظر گرفته شده در برنامه دوم توسعه ۱۹ درصد فزونی دارد و از نظر ایجاد اشتغال نیز بخش تعاون ۳۶ درصد بیش از برنامه دوم عمل کرده است.

آقای حاجی با تاکید بر این مطلب که وزارت تعاون و بخش تعاونی طلایه‌دار تحقق عدالت اجتماعی در بخش اقتصادی است، خساطر نشان کرد که با تشکیل تعاونی‌های بزرگ و فراگیر و ایجاد

اشتغال، سرمایه‌های راكد مردمی به سرمایه‌های انبوه تبدیل می‌شود و در خدمت تولید و فعالیت اقتصادی قرار می‌گیرد. به گفته وی تعاونی‌های تولیدی با ارزش افزوده‌ای که ایجاد می‌کنند موجب افزایش درآمد خانوار در شهرها و روستاها می‌شوند. وزیر تعاون وجود تعاونی‌های مصرف کارگری، کارمندی و محلات را نیز گام دیگر برای گسترش عدالت اجتماعی دانست و خاطر نشان کرد که نرخ کالاها و فروشگاههای تعاونی تابست و پنج درصد کمتر از بازار آزاد است.

### ایجاد ۱۰ هزار فرصت شغلی در اطراف تهران

با استقرار یک شرکت تعاونی سازنده مصنوعات فلزی در اطراف تهران، زمینه اشتغال ۱۰ هزار نفر فراهم شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون استان تهران، محمد کاظم انبیایی معاون امور تعاونی‌های تولیدی استان تهران در بازدید از پروژه‌های در دست اقدام این تعاونی در اراضی سعیدآباد شهریار گفت: تا کنون ۳۰ میلیارد ریال هزینه اجرای فاز اول این پروژه شده و در حال حاضر روزانه ۱۲۰ تا ۱۵۰ میلیون ریال برای تکمیل سایر پروژه‌ها هزینه می‌شود. بنابراین گزارش، در این منطقه ایجاد ۲۵۰ فرصت شغلی پیش بینی می‌شود و تا پایان مهرماه امسال تعداد ۲۲۸ کارگاه صنعتی احداث شده این مشاغل در فاز اول پروژه به اعضاء و اگذار خواهد شد.

### مدیر کل تعاون استان گلستان منصوب شد

بابرگزاری یک جلسه معارفه «محمد علی تورنگی» به عنوان مدیر کل تعاون استان گلستان حکم انتصاب خود را دریافت کرد.

در این جلسه که دکتر رضایی، معاون پشتیبانی و امور مجلس وزارت تعاون، نماینده مردم گرگان در مجلس شورای اسلامی و جمعی از مسئولان محلی حضور داشتند مدیر کل تعاون استان مازندران ضمن بیان اهداف و عملکرد تعاونیهای استان گلستان، توسعه بخش تعاون در این استان را مستعد توصیف کرد.

### جلسه بخشداران برای آشنایی با نظام تعاونی

با دعوت اداره کل تعاون استان چهار محال و بختیاری جلسه‌ای با حضور بخشداران آن استان در محل بخشداری سامان تشکیل شد.

در این جلسه که بخشداران برای آشنایی بیشتر با نظام تعاونی شرکت کردند، اهداف، مزایا و چگونگی تشکیل انواع شرکت‌های تعاونی تشریح گردید.

### بررسی مشکلات تعاونیهای بروجن

در جلسه‌ای با حضور امام جمعه و فرماندار بروجن مشکلات شرکت‌های تعاونی آن شهرستان بررسی شد.

در این جلسه که مدیر کل تعاون استان چهار محال و بختیاری نیز حضور داشت، ضمن تبادل نظر درباره مسائل تعاونیهای آن منطقه، برنامه‌های کلان وزارت تعاون، از جمله، احداث شهرک‌های تعاون و تشکیل تعاونیهای عام، توسط مدیر کل تعاون آن استان تشریح شد.

### اولین تعاونی اعتبار روستائی در بوشهر تشکیل شد.

اولین تعاونی اعتبار روستائی در روستای چاوشی از توابع بخش مرکزی شهرستان دشتی در استان بوشهر تشکیل شد.

این شرکت تعاونی با سرمایه اولیه ۸/۲

میلیون ریال و ۵۴ نفر عضو کار خود را همزمان با سالگرد ولادت امام حسن عسکری (ع) آغاز کرد.

## برگزاری همایش تعاون و اشتغال در شهرکرد

همایش یک روزه تعاون و اشتغال جوانان با حضور ۳۰۰ نفر از جوانان جویای کار استان چهارمحال و بختیاری برگزار شد.

در این همایش مدیران کل تعاون، کار و امور اجتماعی ضمن ارائه اطلاعات آماری درباره راه کارهای عملی اشتغال جوانان و برنامه‌های سال جاری برای حضور فعال جوانان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی سخن گفتند.

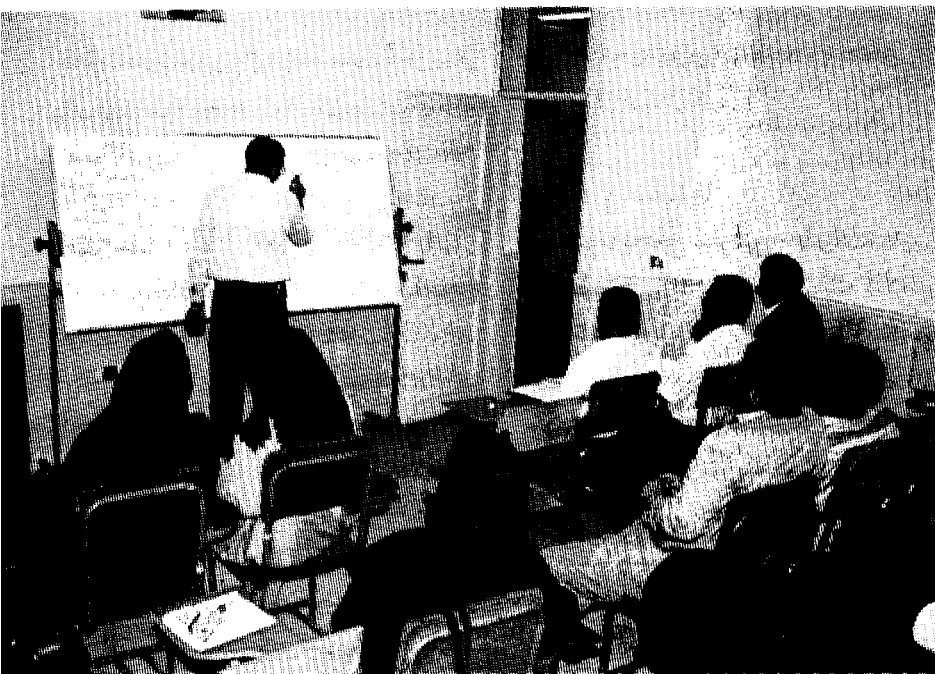
## بافت ۳۴۰۰ متر فرش ابریشمی

زنان عضو تعاونی‌های فرش دستبافت مراغه، ۳۴۰۰ متر مربع فرش ابریشمی نفیس، در سه ماهه اول سال جاری، بافتند. به گزارش اداره تعاون مراغه ارزش این فرشها بالغ بر ۲/۷ میلیارد ریال است. گفتنی است در حال حاضر پنج شرکت تعاونی فرش دستبافت با ۱۴۵۰ نفر عضو در مراغه فعال هستند که در سال گذشته مبلغ ۴۰۰ میلیون ریال از محل اعتبارات تبصره ۳ بودجه کل کشور برای خرید مواد اولیه در اختیار آنها قرار گرفت.

## تلاش برای افزایش بهره‌وری

از شهریور ماه سال جاری برنامه‌های کاربردی در زمینه اندازه‌گیری و افزایش بهره‌وری در تعاونیها شروع خواهد شد. این مطلب از سوی مدیر کل تعاون استان آذربایجان غربی در سمینار بهره‌وری و تعاون اعلام شد.

وی افزود: این اداره کل، امسال سه یا چهار تعاونی را انتخاب و فعالیتهای کمی و کیفی آنها را نسبت به سالهای قبل و بعد با یکدیگر مقایسه خواهد کرد.



## هزار ساعت آموزش در آذربایجان غربی

با برگزاری ۲۷ دوره آموزشی تعاونگران استان آذربایجان غربی ۱۰۰۳ ساعت آموزش دیدند. در این دوره‌ها، ۵۵۷ نفر از مدیران، بازرسان و اعضای تعاونیهای تحت پوشش اداره کل تعاون استان آذربایجان غربی با قانون و مقررات بخش تعاون بیشتر آشنا شدند.

## تاسیس ۲۰ شرکت تعاونی

از ابتدای سال جاری تاکنون ۲۰ شرکت تعاونی جدید در استان چهار محال و بختیاری تاسیس شد.

این شرکت‌های تعاونی که در زمینه‌های صنعت، خدمات، کشاورزی، مسکن و اعتبار فعالیت می‌کنند، ۱۳۳۶ نفر عضو دارند و سرمایه ثبتی آنها در مجموع افزون بر ۱/۸ میلیارد ریال است.

## تشکیل اتحادیه در شبستر

مقدمات تشکیل اتحادیه تعاونیهای زراعی و دامی شهرستان شبستر فراهم شد.

در جریان سفر مدیر کل تعاون آذربایجان شرقی برای بررسی مسائل و مشکلات شرکتهای تعاونی زراعی و دامی شبستر، این تشاوونیها در یک اتحادیه متشکل می‌شوند.

## برگزاری ۶۱ دوره آموزشی

در سه ماه اول سال جاری ۶۱ دوره آموزشی از سوی اداره کل تعاون آذربایجان شرقی برگزار شد.

در این دوره‌ها که در مجموع ۱۳۶۹ ساعت بطول انجامید، ۱۲۰۰ نفر از اعضای شرکتهای تعاونی شرکت کردند.

## ۶۰ تعاونی مرز نشین تشکیل می‌شود

تا پایان سال جاری حداقل ۶۰ تعاونی برای مرزنشینان در شهرهای مرزی استان آذربایجان غربی تشکیل می‌شود.

این تعاونیها که هر کدام حداقل ۲۰۰ نفر عضو خواهند داشت در بازارچه‌های مرزی فعالیت می‌کنند.

از جمله ویژگیهای این تعاونیها: آزاد بودن عضویت افراد بیکار در آنها و غیر

قابل تقسیم بودن ۳۰ درصد سود آخر سال در این شرکتهاست که باید برای ایجاد اشتغال پایدار در زمینه تولید سرمایه گذاری شود.

### آموزش ۱۳۷۴ نفر در اسلامشهر

با برگزاری ۲۲ دوره آموزشی تکدرس و ۱۳ جلسه آموزشی در مجموع ۱۳۷۴ نفر در سه ماه اول سال جاری از برنامه های آموزشی اداره تعاون اسلامشهر بهره مند شدند.

بنا به گزارش دریافتی، در کلاسهای تکدرس که مشتمل بر ۳۷۴ ساعت آموزشی بوده ۴۸۴ نفر از مدیران اعضا و کارکنان تعاونها شرکت کردند و در جلسات آموزشی نیز ۸۶۳ نفر از تعاونگران حضور داشتند.

### تولید توپ فوتبال در ابهر

با برگزاری چهار کلاس آموزشی توپ دوزی، به مدت ۳۳۶ ساعت، ۱۰۲ نفر از اعضای شرکت تعاونی صنایع دستی بانوان معراج ابهر، فن دوخت توپ فوتبال را فرا گرفتند.

### انتصاب مدیر کل جدید

حسین رضا محمدی به عنوان مدیر کل جدید تعاون استان کرمانشاه منصوب شد. در مراسم معارفه: دکتر رضایی، معاون پشتیبانی و امور مجلس وزارت تعاون، ابراهیم عزیزی نماینده مردم کرمانشاه در مجلس شورای اسلامی و جمعی از مسئولان محلی به همراه مدیران تعاونها و اتحادیه های آن استان حضور داشتند.

### تشکیل اولین تعاونی تولیدی بانوان روستایی

اولین تعاونی بانوان روستایی با هدف بسته بندی سبزیجات و خشکبار در شهرستان شهریار تشکیل شد.

این تعاونی اولین مجمع عمومی خود را با حضور ۶۷ نفر از اعضا برای تصویب

اساسنامه و اجرای انتخابات هیات مدیره و بازرسان برگزار کرد.

### کوتاه از استانهها

**آذربایجان شرقی** - شرکت تعاونی مرزنشینان جلفا، در سال گذشته کالاهای مختلف به ارزش ۵۳۰ میلیون ریال، از طریق بازارچه های مرزی، به جمهوری خود مختار نخجوان صادر کرد.

**گیلان** - در تیرماه سال جاری، ۲۰ دوره آموزشی تکدرس به مدت ۱۴۳۳ ساعت با حضور ۳۴۸ نفر از سوی اداره کل تعاون استان گیلان تشکیل شد.

**چهار محال بختیاری** - دکتر مجتهد، معاون تحقیقات و آموزش وزارت تعاون، در جمع بانوان تعاونگر شهرستان فارس برنامه ها و مزایای بخش تعاون را تشریح کرد. وی توسعه تعاونیهای زود بازده را مورد تاکید قرار داد.

**آذربایجان غربی** - برای تشکیل تعاونی صید و صیادی، نمایندگان ادارات تعاون و شیلات آذربایجان غربی: و ۵۰ نفر از روستائیان جلسه ای در روستای باغ سلفی از توابع شهرستان «شاهین دژ» برگزار کردند.

**کردستان** - گردهمایی توجیهی - آموزشی تعاونگران شهرستان بیجار با حضور بیش از ۲۳۰ نفر از مسئولان محلی، اعضای تعاونها، مدیر کل و کارشناسان تعاون استان کردستان برگزار شد.

**مرکزی** - در چهار ماه نخست سال جاری شرکتهای تعاونی «گلپاپوش دلیجان» و کاشی سنگی پارس اراک در مجموع افزون بر ۴۳۰ هزار دلار جوراب و سنگ ساختمانی به خارج از کشور صادر کردند.

ععاونیها ۳۶ درصد بتر از میزان پیش بینی شده در برنامه دوم شغل ایجاد کرده اند.

در سال گذشته بیش از سه هزار و ۶۵۰

شرکت تعاونی در سراسر کشور ایجاد شده است که در این میان افزایش تعداد تعاونیهای تولیدی بسیار قابل توجه است.

آقای مرتضی حاجی وزیر تعاون به مناسبت هفته دولت در گفت و گوی اختصاصی با خبرنگار واحد مرکزی خبر افزود: در سال گذشته تاسیس شرکت های تعاونی معدنی بیش از صد درصد، شرکت های صنعتی ۴۵ درصد، و شرکتهای تعاونی کشاورزی ۳۷ درصد نسبت به سال قبل از آن افزایش یافته اند که این امر نشان دهنده گرایش بخش تعاون به تشکیل شرکتهای تعاونی تولیدی است. به گفته آقای حاجی با تاسیس تعاونی های جدید در سه سال گذشته هم اکنون تعداد شرکت های تعاونی نسبت به میزان در نظر گرفته شده در برنامه دوم توسعه ۱۹ درصد فزونی دارد و از نظر ایجاد اشتغال نیز بخش تعاون ۳۶ درصد بیش از برنامه دوم عمل کرده است.

آقای حاجی با تاکید بر این مطلب که وزارت تعاون و بخش تعاونی طلاهدار تحقق عدالت اجتماعی در بخش اقتصادی است، خاطر نشان کرد که با تشکیل تعاونی های بزرگ و فراگیر و ایجاد اشتغال، سرمایه های راکد مردمی به سرمایه های انبوه تبدیل می شود و در خدمت تولید و فعالیت اقتصادی قرار می گیرد. به گفته وی تعاونی های تولیدی با ارزش افزوده ای که ایجاد می کنند موجب افزایش درآمد خانوار در شهرها و روستاها می شوند. وزیر تعاون وجود تعاونی های مصرف کارگری، کارمندی و محلات را نیز گام دیگر برای گسترش عدالت اجتماعی دانست و خاطر نشان کرد که نرخ کالاها و فروشگاههای تعاونی تابیست و پنج درصد کمتر از بازار آزاد است.

**تهران** - اداره تعاون شهرستان شهریار با حضور جمعی از مسئولان و رؤسای ادارات شهرستانهای «ری» «اسلامشهر» و «شهریار» افتتاح شد.

و قومی که متعرض منصب فتوی شوند، و به خطا جواب دهند مقام ایشان درکه چهارم بود. و گروهی که سخن به زبان کافران گویند تا علم ایشان بسیار نماید ایشان به درکه پنجم رجوع کنند.

و فرقه‌ای که علم خود را سبب دنباله وصیت خود میان مردمان سازند، درکه ششم مکان ایشان شود.

و زمره‌ای که کبر و عجب از جای ببرد پس اگر... بند دهند، نکیر کنند و اگر ایشان را پند دهی خشم نمایند، ایشان به درکه هفتم روند.»

احیاء العلوم غزالی

## هلاکو و المتعصم بالله

«هولاکو طبقی زر پیش خلیفه نهاد که بخورا گفت: «نمی توان خورد» گفت: «پس چرا نگاه داشتی و به لشکریان ندادی و این درهای آهنین را چرا بیکان نساختی و به کنار جیحون (دجله)

نیامدی تا من از آب توانستمی گذشت» خلیفه گفت: «تقدیر خدای چنین بود» پادشاه گفت: آنچه بر تو خواهد رفت هم تقدیر خداست.»

«رساله خواجه نصیر الدین طوسی»

## سزای فروشنده دروغگو

... اهل بازار مصر هرچه فروشنده راست گویند و اگر کسی بمشتری دروغ بگوید او را بر مشتری نشانند و زنگی بدست او دهند تا در شهر می‌گردد و زنگ می‌جنانند و منادی می‌کند که من خلاف گفتم و ملامت می‌بینم و هرکه دروغ گوید سزای او ملامت باشد.

سفرنامه ناصر خسرو

غلامی که رباعی داده بود با وزیر گفت، وزیر گفت تا از سلطان نبرسم باز ندهم، هم روزی دیگر غلام سلطان را گفت وزیر را بخواند ازو پرسید که آن برات که به آن شاعر کرده بودم دادی؟ گفت توقف داشتم که دوش مجلس بزم بود و... سلطان بفرمود و تا دوهزار دینار در اشترها بار کردند و چند کس همراه او کردند و به عماره سپردند. وزیر را بتدارک آن کار آن سال پانصد دینار زر مصادره فرمود و گفت تا بداند که سخن من در همه حال یکی باشد!»

مجمع‌انساب

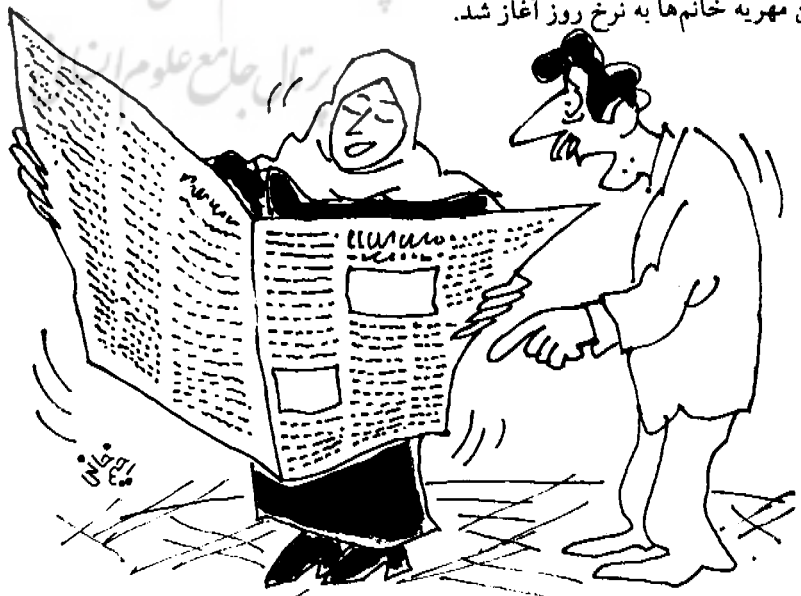
## دانشمندان در جهنم

روایتی است از معاذبن جبل که درباره دانشمندان و مقام آنان در جهنم گفته است:

«... و از علما بعضی از علم خود نگاه دارند و نخواهند که از غیر ایشان یافته شود، ایشان در درکه اول باشند از آتش و جماعتی که اگر چیزی از علم ایشان با ایشان بازگردانیده شود و یا چیزی از حق ایشان گرفته آید در خشم شوند، جای ایشان در درکه دوم است.

و طایفه‌ای که اهل شرف و توانگری را به علم و غریب حدیث خود، متخصص کنند، و اصحاب حاجت را مستحق آن ندانند، منزل ایشان درکه سوم باشد.

تعیین مهریه خانم‌ها به نرخ روز آغاز شد.



شوهر: با این علاقه داری دنبال شماره کوبین می‌گردی؟

نه بابا، دارم نرخ مهریه‌ها رو می‌خونم!

## کرده نان

«... پرویز به فرزندش گفت: زندگی لشکریان فود را وسعت مده که از تو بی‌نیاز می‌گردند، همپنین زندگی را برایشان تنگ مگیر که از تو دلگیر می‌شوند. بلکه در عطای ایشان میانه‌روی را پیش گیر و گاه نیز عطا را بافوشی از ایشان بازدار. همواره دامنه امید ایشان را وسعت ده ولی در عطا وسعت مده.»

پون منصور این گفتار پرویز را شنید به سبب بقلی که در او بود آن را پسندیده گفت: «اینست رای و تدبیر و اینست گفتار کسی که گفته است سگ فویش را گرسنه بدار تا همواره در پیات باشد.»

در این هفت یکی از امرای لشکر وی برفاسته گفت: «ای امیرالمؤمنین در این صورت می‌ترسم سبکت کرده نانی در دست دیگری ببیند و تو را (ها) کرده دنبال او بیفتد.»

تاریخ ففزی ابن طقطقی



## دکترهای هیتلر

قسى القلب‌ترین دکترهای هیتلری (دکتر منکل و دکتر همونوال) بودند. در سال ۱۹۲۴ میلادی دکتر منکل از زندانیان هیتلر (بعنوان حیوانات آزمایشگاهی استفاده می‌کرد) او داروهای مختلف را در چشم کودکان تزریق می‌کرد تا بدین وسیله راهی برای عوض کردن رنگ تخم چشم عنبیه پیدا کند این دکتر جنایتکار صدها کودک را در اثر تزریق کشت دکتر همونوال هم زنان اسیر را به بهانه سرطان رحم مورد عمل جراحی قرار میداد تا بتواند زنهائی که نازا بودند را شفا دهد ولی موفق نمیشد و او هم با این کارها صدها زن را کشته و نازا کرد.

بوسیله زالو چند نوع بیماری درمان می شود.



دیدنی بالآخره ماها واسطه درمان شدیم!



بدون شرح

بیماری فراموشی میتواند بوسیله عطسه سرایت شود.



الآن چند تا برات عطسه میکنم تمام اینارو فراموش میکنی!

# غذای سالم، انسان سالم

## توصیه‌های بهداشتی در مورد مواد غذایی

### نکات مهم در رابطه با نمک یددار

- ۱- در معرض نور آفتاب، کرما و رطوبت زیاد قرار نگیرد.
- ۲- رطوبت توسط نمک جذب می‌شود و نمک است یدات پتاسیم از ته بسته نمک خارج شود و اگر رطوبت کمتر از ۷۶ درصد باشد در سطح نمک آزاد می‌شود.
- ۳- در مناطق گرمسیری اگر نمک یددار در بسته‌های پلاستیکی و در درجه حرارت اتاق برای مدت ۳ ماه نگهداری شود ۷۵ درصد ید آن باقی می‌ماند و بعد از گذشت ۹ ماه میزان ید به ۵۰ درصد می‌رسد و پس از آن می‌تواند به کمتر از ۱۰ درصد برسد.
- ۴- بسته‌بندی نمک در ظروفی که مانع نفوذ هوا به داخل آن شود ضایعات را به حداقل می‌رساند.
- ۵- استفاده از ظروف دارای روپ پنی‌اتینی حثیت بسته‌بندی نمک یددار در شرایط آب و هوایی گرم و مرطوب توصیه می‌شود.
- ۶- بر روی هر بسته نمک یددار بایستی نکات زیر درج شود:  
الف: نمک سفید یددار.  
ب: تاریخ تولید و انقضاء (حداکثر یکسال و حداقل ۶ ماه).  
ج: نشانی سازنده و علامت تجاری.

طالبان بزرگترین صادرکننده مواد مخدر است.



حمله... به!

بزرگترین نامه‌ای که در دنیا نوشته شد.

در سال ۱۹۵۲ خان لوئیز گرودن نامه‌ای برای نامزدش دون ریس که یک سرباز آمریکایی بود و در کره انجام وظیفه می‌کرد فرستاد این نامه ۹۷۵ متر طول داشت و برای نوشتن آن خانم لوئیز گرودن یکماه وقت صرف کرد این نامه بزرگترین طوماری بود که در جهان نوشته شده بود.

### بزرگترین زبان دان دنیا

(جیوسپ کسپا دمزوفانتی) بزرگترین زبان‌دان دنیا بود او به شصت زبان صحبت میکرد و میتوانست از صدو چهارده زبان محلی و هفتادو دو لهجه ترجمه کند. او اهل کاردینال بود و در سال ۱۷۷۴ متولد شد و در سال ۱۸۲۹ زندگی را بدرود گفت.

### طمع و اسراف

خلیفه عباسی «ناصرالدین الله» در بخل و جمع مال و مصادره دارایی مردم، یگانه عصر بود، وقتی برکه‌یی را از پول طلا پر کرد، روزی در آن می‌نگریست دید که هنوز برکه از زر چنانکه باید معملی نشده و اندکی مانده است که به حد پری برسد. آهی کشید و گفت آیا روزگار بمن آنقدر مجال خواهد دارد که این برکه را پرکنم؟ اتفاقاً قبل از اینکه این آرزوی او صورت انجام گیرد فوت کرد.

گویند «المستنصر بالله» ما قبل آخرین خلفای عباسی و نواده ناصر چون آن برکه را با آن حال دید آرزو کرد که آنقدر فرصت یابد که محتویات آن را به مصرف برساند و به این مقصود نیز رسید.

کتاب الفخری

### نام و نشان

نام و نشان پس از مرگ، مثل آنست که دلمان را فوش کنیم که در وقت غروب آفتاب سایه ما از خود ما بلندتر است.

# جدول

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
				*										
				*							*			
	*	*								*				
						*								
			*							*				
						*							*	
					*									
		*					*							
						*								

### افقی:

- ۱- از سیزدهم شهریورماه که سالروز تاسیس وزات تعاون است شروع می شود - از ارکان مهم تعاون
- ۲- یادگار - ادراک - سگ بیشتر به این بیماری مبتلا می شود.
- ۳- غذایی سنتی زمستان - نوعی بیماری شایع کبدی - جانوری که در آتش نمی سوزد
- ۴- زبانۀ آتش
- ۵- خدای سنگی
- ۶- از خانواده پلنگ - نوعی تعاونی سنتی برای تقسیم شیر در روستا
- ۷- از خانواده پلنگ - نوعی تعاونی سنتی برای تقسیم شیر در روستا

- ۵- عامل بسیاری از بازی های ورزشی است - پایگاه سبیل:ژن معکوس
- ۶- دستیابی به آن از اهداف تعاونی ها است - پرنور - تکرار حرفی که ذهن کجی کودکانه هم هست.
- ۹- مارک قدیمی شیر خشک - روی سرگاه بجوئید - یازده
- ۱۰- روز - سواز آن سوا! مطالعات فزنی
- ۱۱- کوزه - جمع رقم - نوعی تعاونی با سابقه
- ۱۲- با اهمیت - از آن طرنف تکرارش صدای سگ است - واحد پول ژاپن
- ۱۳- در حمام خانگی بجوئید - اطراف زمین را فراگرفته است - واحد پول ژاپن
- ۱۴- از رنگهای کم طرفدار - می راند - مخالف راست
- ۱۵- مرکز استان فارس - دوری - ماه دهم

- ۸- رأس - رایسحه - آنچه واقع شده - برجستگی های منظم بر سطح یک شیئی
- ۹- حاشیه کتاب - عبوس - قدرت ارتجاعی دارد
- ۱۰- آنچه پشت سرقرار دارد - هند بی انتها
- ۱۱- دست
- ۱۲- رطوبت - جانشین او - مادر - ماه
- ۱۴- برای رفع نیازهای مشترک تشکیل می دهند - قضاوت - عدد، علامت
- ۱۵- بنیانگذار مکتب تعاونی نیم - منسوب به اسفناج

### عمودی

- ۱- مجامع عمومی در تعاونی ها بدست آنها اداره می شود - مخفف آتش
- ۲- آشکار - در جنوب شرقی تهران واقع و سیفی جات مرغوبی دارد - عام بی انتها
- ۳- تدبیر بدون بی! - من و تو - صد متر مربع
- ۴- بخشش - شوهر بدون فرا! - رها

### حل جدول شماره پیش

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
ی	ا	ر	*	ه	ر	ا	و	ر	ی	ن	*	و	ن	ع
ا	ن	*	ل	م	ح	*	ی	*	ن	ا	ر	*	ا	ر
ل	*	و	ا	و	ل	ج	ل	و	ا	ر	م	ر	ا	د
*	م	ا	ه	م	*	ا	ر	ا	*	ل	ی	ل	*	ر

مصرف‌کنندگان در بازارهای داخلی و خارجی.

۴- تنظیم برنامه‌های بازاریابی منطقی با توجه به آمیخته‌های بازاریابی.

۵- سعی در افزایش قدرت رقابت بین‌المللی

۶- سعی در ایجاد محیط امن برای فعالیتهای تولیدی و سرمایه‌گذاری.

۷- حمایت معقول و منطقی و برنامه‌ریزی شده از فعالیتهای تولیدی و صادراتی.

۸- تنوع بخشیدن به تولیدات.

۹- توجه شدید به فعالیتهای توزیعی و تحویل بموقع کالا به مشتری و رسیدگی سریع به شکایات.

۱۰- توجه به بسته بندی به عنوان یکی از آمیخته‌های بازاریابی و خدمات بعد از فروش.

بطور کلی عواملی که در زمینه بازاریابی باعث موفقیت کشورهای مورد بررسی و در نتیجه ورود به بازارهای اروپایی که سخت‌ترین شرایط ورودی و دارای مصرف‌کنندگان مشکل پسندی می‌باشند، به ترتیب رتبه کشورهای مورد بررسی در جدول آورده شده، به امید اینکه بتوانیم با شناخت و عمل کردن به عوامل زیر، روحی دوباره به صنعت نساجی کشورمان بدمیم.

### فهرست منابع و مآخذ

- ۱- علی شاهرادی، «تحلیلی بر بازار جهانی پوشاک» نشریه مناطق آزاد، شماره ۱۱، ص ۱۴.
- ۲- علی شاهرادی، همان منبع، ص ۱۵.
- ۳- سعید، ذهبون، دیدگاه ژاپنی، مجله صنعت نساجی، شماره ۱۲۵، ص ۲۶.
- ۴- محمد صادق، سہلانی، «صنعت نساجی در چین، مجله صنعت نساجی، دوره جدید، شماره ۱۳ ص ۴۲
- ۵- وزارت صنایع، ماهنامه جام جم - شماره ۲۲ صفحه ۳۷
- ۶- فروغ الزمان، قانونی «تحقیق و تحلیل» مجله صنعت نساجی، شماره ۱۲۳، ص ۳۱.
- ۷- ن. درداری «مدیریت ژاپنی» موسسه خدمات فرهنگی رسا، تهران ۱۳۷۱.
- ۸- پرویز، مجتهدی، «مارکتینگ و مارکتینگ بین‌الملل» مؤسسه انتشارات شیرین، تهران ۱۳۷۲.
- ۹- سید صادق، آل یاسین، «صنعت نساجی در بخشی از

عنوان یک تعاونگر پیشنهاد می‌کنم سازمانها و مسئولان ذیربط نرح بهره را تعدیل کنند. تا بهره سامان پیدا نکند تورم سامان پیدا نمی‌کند و تا تورم سامان پیدا نیابد وضعیت اقتصادی سالم نمی‌شود.

### بقیه از صفحه ۶۵

طرف مذاکره گفتگوها را طوری دنبال کنید که انگار برخی از حقایق را نمی‌دانید.

### گارد گرفتن

طرفین مذاکره را با پیشنهاداتی که به طور عمدی خیلی بالاتر و یا پایین‌تر از حد معمول است شروع کرده و بعد سعی می‌کنید تفاوت‌ها را به هم نزدیک کنند.

### تغییر سطوح

وقتی که در یک مورد پیشرفتی حاصل نمی‌شود پیشنهاد می‌کنید که یک تغییر اساسی در قضیه داده شود. به عنوان مثال، یک قرارداد قیمت را تبدیل به یک قرارداد هزینه به علاوه جایزه کنید.

### نماینده

از طریق یک نماینده مذاکره کنید که دامنه اختیاراتش محدود است. طرفتان ممکن است تقاضاهای خود را محدود کند چون می‌داند که نماینده قادر نیست وای اختیارات اعطاء شده عمل نماید.

به طور مرتب جمع‌بندی کنید. باید مرتباً به طور خلاصه بگویید که درباره چه چیزهایی بحث شده، مواضع شما کدامند و این که شما موضوع حریف را چگونه می‌بینید. مذاکره‌ای بی‌تجربه از جمع‌بندی اجتناب می‌کند چون با انجام این کار زمینه‌های اختلاف دوباره مطرح می‌شوند. مذاکره‌گران با تجربه می‌دانند که روشن کردن مسایل می‌تواند راه مذاکرات را هموار کرده و به آن جهت بخشد.

- ۱۰- علی، شاهرادی، «تحلیلی بر بازار جهانی پوشاک» نشریه اقتصادی، بخش مناطق آزاد، شماره ۱۱، ص ۲۳
- ۱۱- آینه، غروی، «دورنمای صنعت نساجی کره جنوبی» مجله صنعت نساجی، شماره ۱۰۰، ص ۲۷.
- ۱۲- علی، شاهرادی، «تحلیلی بر بازار جهانی پوشاک» نشریه مناطق آزاد، شماره ۱۱، ص ۲۶.
- ۱۳- آینه، غروی، «صنعت نساجی در تاپوان» مجله صنعت نساجی، دوره جدید شماره ۱۳، ص ۲۵.
- ۱۴- نشریه مناطق آزاد، شماره ۱۱، ص ۲۸.
- ۱۵- علی، محمدی، «چین در راه توسعه صنایع نساجی» مجله صنعت نساجی شماره ۱۲۰، ص ۲۸
- ۱۶- سید صادق، آل یاسین «صنعت نساجی در بخشی از آسیاه مجله صنعت نساجی، دوره جدید شماره ۱۶، ص ۲۰
- ۱۷- مهدی، شیرزادی، «نساجی در چین» نشریه مناطق آزاد، شماره ۱۲، ص ۳۰
- ۱۸- آینه، غروی، «دورنمای صنعت نساجی در کره جنوبی» مجله صنعت نساجی، شماره ۱۰۰، ص ۲۸.

### بقیه از صفحه ۹۳

سرمایه‌گذاری زیانبار است.

غنیمی فرد گفت: ما داوطلب خدمت هستیم. فعلاً دستمزد نگیریم و با پول قرضی شام شب و زن و بچه‌هایمان را بدهیم تا صادرات این مملکت راه بیفتد اما نمی‌توانیم ۳۰ درصد بهره برای خرید مواد اولیه و صدور کالای حاصل از آن هزینه کنیم. پیشنهاد مان در این است که دولت مواد اولیه را در اختیار شرکت تعاونی قرار دهد و پس از تولید و صدور آن - در برگشت سرمایه - دولت سهم خود را بردارد.

به گفته غنیمی فرد، در صنعت ساخت پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته به آن حدود ۹۰ هزار نفر بطور مستقیم بکار مشغولند و گسترده فعالیتهای تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته قادر است تا پنج برابر وضعیت فعلی فرصتهای اشتغال در کشور ایجاد کند.

مدیر عامل شرکت تعاونی صنایع پروفیل آلومینیوم و صنایع وابسته ضمن مخرب دانستن پرداخت ۱۸ درصد بهره به سرمایه‌گذاری مردم در بانکها می‌گوید: به