

تعاون، آمار و نظام اطلاعات آماری

○ نصرت ا... صالحی

تعاونی از بخش خصوصی می‌تواند متفاوت باشد. بنابراین اهداف طرحهای آماری ثبتی و آمارگیریهایی که به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز ارزیابی شاخصهای عملکرد نظام تعاونی انجام می‌شود، می‌تواند با سایر بخشهای اقتصادی متفاوت باشد. بنابراین طراحی نظام اطلاعات آماری بخش تعاون جهت تعیین میزان فعالیت آنان در مجموع اقتصاد کشور و همچنین ارزیابی مستمر عملکرد نظام تعاونی جهت رفع مشکلات و تنگناهای احتمالی فراروی فعالیت بینگاههای نظام تعاونی کاملاً ضروری بنظر می‌رسد بدین جهت در ادامه این نوشتار به این زمینه خواهیم پرداخت.

مقدمه

شکل‌گیری نظام تعاونی را می‌توان به اواخر قرن هیجدهم و اوایل قرن نوزدهم نسبت داد. انگیزه ایجاد نظام تعاون همانا مقابله و رهایی انسانها از چنگال

شامل می‌شود. بدین ترتیب ارزیابی عملکرد تعاونیها به جز بخش مسکن که فعالیتهای آنان از طریق واگذاری زمین، جواز، ساخت و پایان کار... قابل کنترل می‌باشد در سایر زمینهها امکان جداسازی حجم فعالیتهای بخش تعاونی از بخش خصوصی به‌سادگی امکان پذیر نمی‌باشد و ممکن است در جمع‌آوری داده‌ها و استخراج نتایج، اطلاعات آنان یکجا در نظر گرفته شود. علاوه بر این نظام تعاون برای ارزیابی عملکرد خویش به شاخصهای از پیش تعریف‌شده‌ای نیاز دارد تا با اندازه‌گیری آنان چگونگی عملکرد شرکتی تعاونی مورد ارزیابی قرار گیرد. به‌ر صورت با توجه به اهمیت نقش نیروی انسانی در شرکتی تعاونی نسبت به شرکتی سهامی و استفاده بیشتر از نیروی کار و سهامداران در شرکتی تعاونی تا استفاده از سرمایه و تکنولوژی گران‌قیمت به میزان شاخصهای مورد استفاده، در ارزیابی عملکرد نظام

چکیده

طبق اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران فعالیتهای اقتصادی کشور در سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی انجام می‌پذیرد و در عرصه‌هایی از فعالیتهای اقتصادی که منحصرأ در انحصار دولت نمی‌باشد بخشهای تعاونی و خصوصی مجاز به فعالیت هستند.

وجه مشخصه شرکتی تعاونی از شرکتی سهامی دارای حق یکرأی بودن کلیه اعضا صرفنظر از میزان سرمایه در شرکت تعاونی می‌باشد، یا به عبارت دیگر در تعاون اصالت فرد جایگاه اصالت سرمایه را در نظام سرمایه‌داری دارا می‌باشد. نظام تعاون در کلیه عرصه‌های اقتصادی (به جز آنچه که در انحصار دولت می‌باشد) از قبیل ساخت و ساز مسکن، کشاورزی، خدمات، تأمین نیازهای تولیدکنندگان و نیاز مصرف‌کنندگان مشارکت دارد از این‌رو قلمرو فعالیت بخش تعاونی گسترده نسبتاً وسیعی را

بی‌عدالتی بود که از طرف نظام سرمایه‌داری بر مردم وارد می‌شد. بطوریکه در نظام تعاونی این اطمینان حاصل می‌گردد که سرمایه در سرنوشت اعضای تعاونی مؤثر نبوده و بلکه هر فرد دارای یک رأی است و صرف‌نظر از میزان سرمایه به قدر فعالیت خود از نظام تعاونی سود می‌برد. و بدین ترتیب در قرن نوزدهم با تأسیس شرکت تعاونی راجدیل در انگلیس نظام تعاونی پا به عرصه وجود گذاشت و از آن تاریخ و پس از طی حدود ۲ قرن نظام تعاونی در کنار بخش خصوصی و دولتی رشد نموده و به فعالیت ادامه داده است.

علی‌رغم رشد شرکتهای تعاونی طی دو قرن گذشته این سؤال مطرح است که آیا می‌توان نظام تعاونی را به عنوان یک نظام اقتصادی تعریف نمود یا خیر؟

در پاسخ به سؤال فوق پاره‌ای از صاحب‌نظران اقتصادی با طرح این موضوع که هر نظام اقتصادی بایستی متشکل از سه عنصر مهم "روح" "شکل" و "محتوا" باشد و از آنجا که نظام تعاونی نیز دارای سه عنصر فوق

می‌باشد؛ نظام تعاونی را نیز تحت عنوان یک نظام اقتصادی محسوب نموده‌اند. بطور کلی اتحادیه بین‌المللی تعاون در کنگره سی و یکم خود در منچستر برای نظام تعاونی سه هویت به شرح زیر قائل شده است:

۱- تعریف تعاونی: تعاونی انجمنی است خودگردان از اشخاص که به طور داوطلبانه به منظور رفع نیازهای مشترک اقتصادی و اجتماعی خود از طریق شرکتی که تحت مالکیت مشترک است و به صورت دموکراتیک اداره می‌شود گرد هم آمده‌اند.

۲- ارزشهای تعاونی:

تعاونیها بر ارزشهای خودیاری، مسؤلیت‌پذیری، دموکراسی، انصاف و اتحاد استوارند.

۳- اصول تعاونی:

اصولی هستند که طبق آنها تعاونیها

ارزشهای تعاونی را عملی می‌سازند؛ مجمع عمومی اتحادیه بین‌المللی تعاون در کنگره سی و یکم در سال ۱۹۹۵، ۷ اصل را به شرح زیر تصویب نمود:

- عضویت اختیاری و آزاد
- کنترل دموکراتیک توسط اعضا
- مشارکت اقتصادی اعضا
- خودگردانی و عدم وابستگی
- تعلیم و تربیت و آگاه‌سازی
- همکاری بین تعاونیها
- حفظ منافع جامعه

با توجه به آنچه که گفته شد نظام تعاونی یک سیستم اقتصادی است که نحوه اداره آن با سایر بخشهای خصوصی و دولتی متفاوت است. و تعامل و همکاری اعضا در جهت پیشبرد اهداف نظام تعاونی از اصول حاکم بر آن محسوب می‌شود.

صاحب‌نظران اقتصادی با طرح این موضوع که هر نظام اقتصادی بایستی متشکل از سه عنصر مهم "روح" "شکل" و "محتوا" باشد و از آنجا که نظام تعاونی نیز دارای سه عنصر فوق می‌باشد؛ نظام تعاونی را نیز تحت عنوان یک نظام اقتصادی محسوب نموده‌اند.

با توجه به اینکه فعالیتهای بخش تعاون در غالب شرکتهای تعاونی و در قلمرو گسترده‌ای از فعالیتهای اقتصادی صورت می‌پذیرد که ممکن است محاسبه ارزش سهم فعالیتهای آنان با فعالیتهای بخش خصوصی و دولتی یک جا محاسبه گردد و در پاره‌ای از موارد جداسازی آنان نیز به سادگی مسر نباشد و همچنین به دلیل کرامت و اصالت فرد در نظام تعاون بجای اصالت سرمایه به همان اندازه نیز شاخصهای اندازه‌گیری موفقیت شرکتهای تعاونی در دستیابی به اهداف خویش با سایر بخشهای اقتصادی می‌تواند متفاوت باشد. از این رو طراحی نظام اطلاعات آماری بخش تعاون جهت جمع‌آوری اطلاعات و آمار مورد نیاز و متناسب با اهداف نظام تعاونی برای غلبه بر مشکلات و تصمیم‌گیری در فراروی انتخاب راهکاری مناسب در پیشبرد نظام

تعاونی و از پیش روی برداشتن مشکلات شرکتهای تعاونی ضروری می‌باشد. اینک با توجه به موارد یاد شده ادامه مباحث زیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت:

- ۱- اطلاعات و تصمیم‌گیری
- ۲- تعریف آمار و اطلاعات
- ۳- تعریف نظام (سیستم)
- ۴- نظام اطلاعات آماری از دیدگاه فرآیند اجزا
- ۵- نظام اطلاعات آماری به یک سازمان
- ۶- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اطلاعات و تصمیم‌گیری

تصمیم‌گیری را می‌توان به فرآیندی مستمر و تناوبی در تشخیص مشکلات، تنظیم راه‌حلهای متفاوت، تحلیل راههای قابل‌گزینه‌ش،

انتخاب تصمیم، به اجرا درآوردن تصمیم و مشاهده نتایج و ارزیابی موفقیت و سپس ادامه دادن به حل مشکلات موجود تعریف کرد. به هر صورت باید در نظر داشت در تمام مراحل از اطلاعات استفاده

می‌شود و ممکن است مراحل براساس اطلاعات حاصل از مراحل بعدی تکرار شود.

بطور کلی حوادث آینده از کنترل تصمیم‌گیران خارج است ولی بطور قطع بر نتایج تصمیم‌گیریهای آنها اثر می‌گذارد. بدین لحاظ در هر یک از مراحل تصمیم‌گیریان به اطلاعات دقیق و به هنگام نیازمندند تا نتایج تصمیم‌گیریهای خود را ارزیابی کنند.

۲- تعریف آمار و اطلاعات

با توجه به گستردگی مفهوم اطلاعات تاکنون تعریف جامعی از آن ارائه نشده است گروهی آنرا مترادف با دانش، آگاهی و بصیرت و خیر تعریف کرده‌اند و نمود کمی آن را آمار دانسته‌اند. عده‌ای دیگر اطلاعات و نمود کمی یعنی آمار را دانسته‌هایی می‌دانند که در تصمیم‌گیری به کار می‌رود بدین ترتیب نوعی ارتباط

جمع‌آوری اطلاعات جهت حمایت از تصمیمات خاص و یا در فرآیند کلی افزایش آگاهیها جمع‌آوری گردد.

تعریف نظام (سیستم) اطلاعات آماری

یک سیستم عبارت است از مجموعه‌ای از اهداف یا فرایندها به نام اجزا که جهت انجام وظیفه یا وظایفی مشخص در تعامل هستند، اثرات متقابل که پیوندهایی جهت اتصال اجزا می‌باشد در طول مسیر و یا مکانیسم جریان مواد، انرژی و اطلاعات میان اجزا اتفاق می‌افتد (نمودار شماره یک) با توجه به تعریف فوق نظام (اطلاعات آماری) را می‌توان تحت دو عنوان فرآیندهای اجزا یا ساختار سازمانی معرفی کرد که وظیفه آن تسدازک اطلاعات برای حمایت از تصمیم‌گیری در زمینه موضوعی خاص و برای تصمیم‌گیران خاص است.

بدین ترتیب در صورتی که آنرا تحت عنوان فرآیند اجزا معرفی نمایم، شامل اجزای زیر است:

الف - مفهومی نمودن

ب - تعریف عملی مفاهیم

ج - مشاهده و اندازه‌گیری

د - تفسیر و تحلیل

ه - تصمیم‌گیری و اجرا

این در صورتی که مؤلفه‌های فوق را از دیدگاه سازمانی بررسی نمایم شامل برنامه‌های آماری و تحلیلی، کارکنان، بودجه و خدمات پشتیبانی محسوب می‌شود.

نظام اطلاعات از دیدگاه فرآیند اجزا همانطور که گفته شد، یک نظام اطلاعات از نظر فرآیند اجرا شامل ۵ مرحله (الف) مفهومی نمودن، (ب) تعریف عملی مفاهیم (ج) مشاهده و اندازه‌گیری (۱) تفسیر و تحلیل (ه) تصمیم‌گیری و اجرا است.

همانطور که در تصویر شماره ۲ نشان داده شده است تصمیم‌گیری و اجرا جزئی از فرآیند تولید اطلاعات است و این تصمیم‌گیران هستند که تعیین‌کننده جنبه‌هایی از سیستم اقتصادی اجتماعی هستند که توسط نظام اطلاعات آماری بایستی مورد اندازه‌گیری قرار گیرد. برای مثال در اثر استفاده از تکنولوژی



با توجه به اینکه فعالیتهای بخش تعاون در غالب شرکتهای تعاونی و در قلمرو گسترده‌ای از فعالیتهای اقتصادی صورت می‌پذیرد ممکن است محاسبه ارزش سهم فعالیتهای آنان با فعالیتهای بخش خصوصی و دولتی یک جا محاسبه گردد. به طوری که در پاره‌ای از موارد جداسازی آنان نیز به سادگی میسر نمی‌باشد.

تصمیم‌گیری باشد. به علاوه اطلاعات مجموعه‌ای از داده‌هایی است که در یک نظام خاص مورد پردازش قرار گرفته و به مرحله بالاتری که اطلاعات نامیده می‌شود، رسیده است.

همچنین داده‌ها اولین بازده برنامه‌های آماری ملی هستند که طی آن ممکن است داده‌ها به عنوان قسمتی از فرآیند

متقابل میان تصمیم‌گیران و تولیدکنندگان اطلاعات و آمار قائلند.

منظور از اطلاعات در اینجا دانشی است که جهت کاهش عدم اطمینان و یا به عبارت دیگر حمایت از تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد. لذا اطلاعات در صورتی مفید است که بهنگام، دقیق و سازگار و مرتبط با مسئله مورد

موردنظر در برداشته باشد. در صورتی که تصمیم‌گیرنده بخواهد اثرات آموزش و سرمایه‌گذاری را در تعاونیهای مورد نظر بداند ناچار به در اختیار داشتن اطلاعات و آماراز جنبه خاص نظام تعاونی یعنی سرمایه‌گذاری و آموزش است. پس تصمیم‌گیرنده است که تعیین می‌کند چه جنبه‌هایی از نظام تعاونی بایستی مورد اندازه‌گیری قرارگیرد و بدین ترتیب در فرآیندهای دیگر نیز نظام اطلاعات آماری در این جنبه‌ها مفهوم می‌گیرد و به صورت عملی تعریف می‌شود. لازم به یادآوری است که مفهومی‌نمودن روش ابتدائی و غالباً ناخودآگاهانه‌ای است که طی آن افراد تصورات خود را از جهان واقعی شکل می‌دهند.

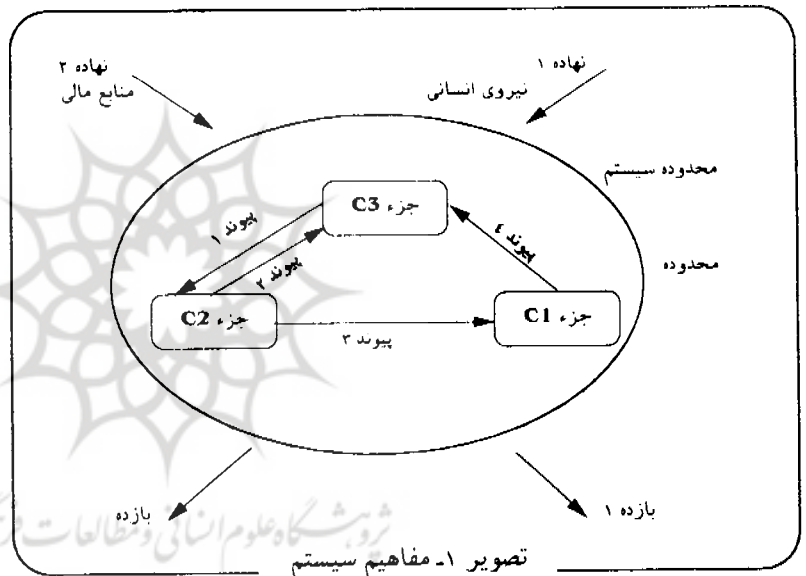
مفاهیمی که بدین ترتیب بدست آمده است غالباً مبهم و بد تعریف شده است و برای جمع‌آوری اطلاعاتی که برای تصمیم‌گیری مفید است به خصوص برای طراحی و اجرای فعالیتهای آماری و انجام عملیات معنی‌دار، بایستی مفاهیم بطور عملی تعریف گردد. برای مثال یک شرکت تعاونی چیست و چه ویژگیهایی دارد؟ در این صورت مفاهیم اولیه همراه با تعریف عملی آن تبدیل به چارچوب مفهومی خاص می‌شود که صافی یا فیلتر مشاهده نظام تعاون را برای این موضوع نشان می‌دهد (مراجعه شود به تصویر شماره ۲).

همانطور که در تصویر نشان داده می‌شود فرآیند تصمیم‌گیری و اجرا و دو فرآیند مشاهده و اندازه‌گیری و تفسیر و تحلیل دارای اثر متقابل می‌باشد، در فرآیند تفسیر و تحلیل هرگونه آگاهی از مغایرت میان شرایط مطلوب و شرایط موجود شروع تعریف مسئله می‌باشد، که طی آن مرزها و حدود به عنوان یک مورد سیاستگذاری خاص به وضوح مشخص می‌شود. سپس راههای قابل‌گزش مورد تحلیل قرار می‌گیرد و نتایج تحلیل به اطلاعات مفید برای تصمیم‌گیری تبدیل می‌شود.

نظام اطلاعات آماری به عنوان

یک سازمان

یک سیستم می‌تواند یک فرآیند یا



توضیح آنکه آنچه که در تصویر فوق به عنوان یک سیستم یا نظام نشان داده شده یک سیستم نمونه با سه جزء و چهار پیوند می‌باشد که توسط آن مفهوم سیستم یا نظام نشان داده شده است. شایان ذکر است آنچه که در یک زمینه به عنوان سیستم یا نظام محسوب می‌شود می‌تواند فقط جری از سیستم وسیع‌تر با مقاصد دیگر به حساب آید و برعکس یک سیستم ممکن است از دهها و صدها سیستم مستقل تشکیل شده باشد.

مأخذ: لزوی کوانس، (۱۳۷۰)، آمار خواربار و کشاورزی در متن نظام اطلاعات ملی (مترجم: نصرت‌الله صالحی)، تهران، مرکز آمار ایران.

حال اگر یک تصمیم‌گیرنده خاص تعاونیها بخواهد با انجام اقداماتی اثر کاهش کارایی را تغییر دهد، که یکی از اقدامات می‌تواند سرمایه‌گذاری بیشتر و آموزش اعضای تعاونی را در عرصه

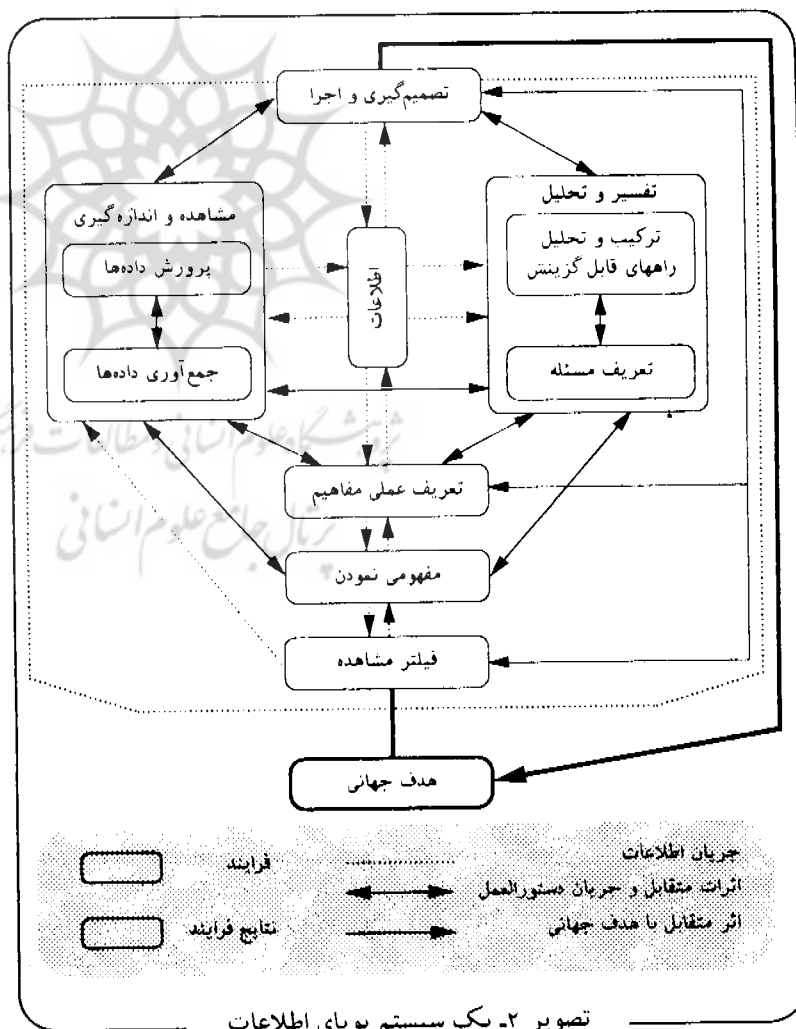
جدیدتر توسط بخش خصوصی نظام تعاونی در یک عرصه خاص قدرت رقابت خود را با بخش خصوصی از دست می‌دهد که در نتیجه باعث کاهش کارایی نظام تعاونی در عرصه مزبور می‌گردد.

سازمان باشد بسیاری از سیستمها همانند سیستم اطلاعات بسته به اینکه چگونه و به چه منظوری بخواهیم به آن نگاه کنیم ممکن است شامل هر دوی آنان باشد در صورتی که به عنوان یک سازمان به نظام اطلاعات نگاه کنیم دارای اجزای زیر است:

(الف) - برنامه‌های آماری؛ (ب) برنامه‌های تحلیلی (ج) کارکنان، بودجه و خدمات پشتیبانی است.

الف - برنامه آماری: یک برنامه آماری تحت عنوان ترکیبی از نمایندگی‌ها، افراد، بودجه، خدمات پشتیبانی و برنامه فعالیت‌های آماری با ارتباط نهادی داخلی و خارجی که وظیفه اولیه آن مشاهده و اندازه‌گیری سیستم اطلاعات می‌باشد قابل تعریف است. به بیان دیگر در برنامه آماری آن دسته از اطلاعات و آمار که مورد نیاز تصمیم‌گیران می‌باشد جمع‌آوری می‌گردد (مراجعه شود به تصویر شماره ۲) داده‌های جمع‌آوری شده پس از فراوری و پردازش به سطح بالاتری که اطلاعات نامیده می‌شوند رسیده و در اختیار تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان و تهیه‌کنندگان آمار و اطلاعات در درون یک نظام آماری تعیین می‌گردد. شایان ذکر است تعامل اجزای نظام تصمیم‌گیری و برنامه ریزی با اجزای نظام آماری موفق نبوده بلکه تصمیم‌گیران و برنامه ریزان برای تعیین بهترین گزینه تصمیم‌گیری و ارزیابی نتایج آن، نیاز به اطلاعات و آمار داشته و نظام اطلاعات آماری نیز برای تهیه برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان و بلندمدت آماری بایستی از نیازهای اطلاعاتی تصمیم‌گیران و برنامه ریزان مطلع بوده و براساس آن برنامه‌های آماری خود را طرح ریزی نمایند. در غیر این صورت هیچ تضمینی برای تهیه اطلاعات سازگار با نیازهای برنامه‌ریزان وجود نخواهد داشت.

ب - برنامه تحلیلی: عبارت است از ترکیبی از نمایندگان و مؤسسات دولتی، افراد، بودجه و خدمات پشتیبانی با روابط نهادی داخلی و خارجی که وظیفه آن تفسیر و تحلیل نظام اطلاعات است تعریف می‌گردد، بدین معنی که در برنامه تحلیلی اطلاعات جمع‌آوری شده مورد



کارایی لازم را داشته باشند و با آموزشهای لازم کارایی آنان در تولید آمار و اطلاعات همگام با تحولات در فن آوریها افزایش یابد.

۲- با توان انسانی، مالی و سازمانی کشور سازگار بوده و همراه با رشد آنها نظام آماری تعاون (یا هر نظام آماری دیگر) رشد نمایند.

۳- از طریق مستندسازی روشهای مورد استفاده در جمع آوری اطلاعات و همچنین با برقراری ارتباط مستمر میان آمارشناسان و اقتصاددانان و دیگر تحلیلگران از سیاسی شدن دادهها و اطلاعات جلوگیری شود.

جمع بندی و نتیجه گیری

همانطور که قبلاً نیز گفته شد نظام تعاونی یک نظام اقتصادی است که علاوه بر ویژگیهای نظامهای اقتصادی دولتی و خصوصی بر کرامت و اصالت فرد به جای اصالت سرمایه و همکاری و معاضدت اعضای آن در جهت کسب منافع مادی و معنوی تأکید دارد. لیکن با تغییرات سریعی که در عصر تکنولوژی فراصنعتی صورت می‌پذیرد در جهان امروز سرمایه و همکاری را می‌توان شرط لازم برای موفقیت بنگاههای اقتصادی محسوب نمود و نه شرط کافی.

در جامعه فراصنعتی و اطلاعاتی امروز آگاهی و بصیرت و دستیابی به اطلاعات و بهره‌گیری مناسب از آن شرایط ضروری موفقیت بنگاههای اقتصادی در بخشهای مختلف اقتصاد محسوب می‌شود.

نظام تعاونی نیز از این موضوع مستثنی نبوده و بنگاههای اقتصادی که با نظام تعاونی اداره می‌شود بایستی توانایی دسترسی و استفاده از اطلاعات و آگاهیهای روز را داشته باشند که قسمتی از آن نیز بایستی توسط اعضای شرکتهای تعاونی کسب گردد و بخشی دیگر نیز بایستی توسط مسئولان نظام تعاون به بنگاههای تعاونی آموزش داده شود.

در عصر حاضر با وجود تغییرات سریع در فناوریها، افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه تولید، رقابت در میان بنگاههای اقتصادی چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی تشدید شده است. با توجه به موارد فوق بنگاههای تعاونی دارای



نظام آماری بخش تعاون بایستی قادر باشد که اطلاعات مورد نیاز مسئولان بخش تعاون را در چهار زمینه موضوعی زیر به طور مستمر تهیه کند و در اختیار بگذارد:

- ۱- وضعیت نظام تعاون در حال حاضر چگونه است؟
- ۲- وضعیت مطلوب تعاون بایستی چگونه باشد؟
- ۳- بهترین راه گذر از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب چیست؟
- ۴- آثار برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاریهایی قبلی بر نظام تعاون چگونه بوده است؟

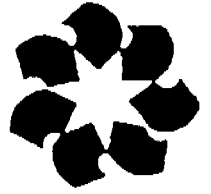
آماري در گرو تعامل برپای نظام آماری و برنامه‌ریزی و تحلیل صحیح اطلاعات و آمار است.

ج - کارکنان، بودجه و خدمات پشتیبانی: در هنگام طراحی و کارکرد نظامهای آماری موارد زیر در ارتباط با کارکنان، بودجه و خدمات پشتیبانی بایستی رعایت شود:

۱- کارکنان، نیروی انسانی و تخصص موجود و خدمات پشتیبانی بایستی توانایی و کفایت تولید اطلاعات به هنگام، مناسب و دقیق در اجرای تصمیم‌گیریها را داشته باشند. همچنین در تطبیق با شرایط در حال تغییر اوضاع اقتصادی، اجتماعی و دستور کار سیاستگذاریهایی

تفسیر و تحلیل فرار می‌گیرد، براساس این تجزیه و تحلیل است که نظام برنامه‌ریزی از دستیابی به شاخصهای موردنظر و تعریف شده برای نظام تعاونی اطمینان حاصل می‌نماید. در صورتی که آمار و اطلاعات نشان‌دهنده عدم دستیابی به شاخصهای موردنظر باشد همانطور که قبلاً نیز گفته شد در این حالت مسائلی آغاز می‌شود که بایستی با تعریف آنان به برطرف کردن مسائل اقدام نمود. در این مرحله نیز برای اتخاذ تصمیمات منطقی به اطلاعات و آمار از جنبه‌های مختلف مسائل تعریف شده نیاز می‌باشد که بایستی در برنامه آماری نسبت به تهیه آنان اقدام شود، لذا موفقیت هر برنامه

تعاونیها و نگرانیهای پس از تشکیل



○ شکر... حسن پور

فقط ایجاد آن، اطمینان از این اخبار از طریق تعداد و افزایش ارقام آن حاصل نمی‌شود. بلکه ارتقاء کیفی تعاونیها و هدایت تشکیل آنها به جهتی که باعث تداوم و افزایش واقعی سهم این بخش در اقتصاد کشور گردد. می‌تواند قابل استناد واقع شود. در واقع یک بررسی اجمالی نشان میدهد که ظرفیت‌های زیادی برای توسعه این بخش هنوز تکمیل نشده است. از نکاتی که در افزایش کارآیی تعاونیها مؤثر است، توجه به این نکته است که از قریب به نیم قرن فعالیت تعاونیها در کشورمان تجربه‌های زیادی به دست می‌آید که در آنها راهکارهای مناسبی برای گونه‌های مختلف می‌توان یافت و استفاده از جنبه‌های مثبت و منفی آنها برای تشکیل و مقاوم سازی شان می‌تواند مؤثر واقع شود.

وضع موجود

بررسی وضع موجود تعاونیها نشان می‌دهد که شرکت‌های تعاونی غالباً در شرایط زیر قرار دارند:

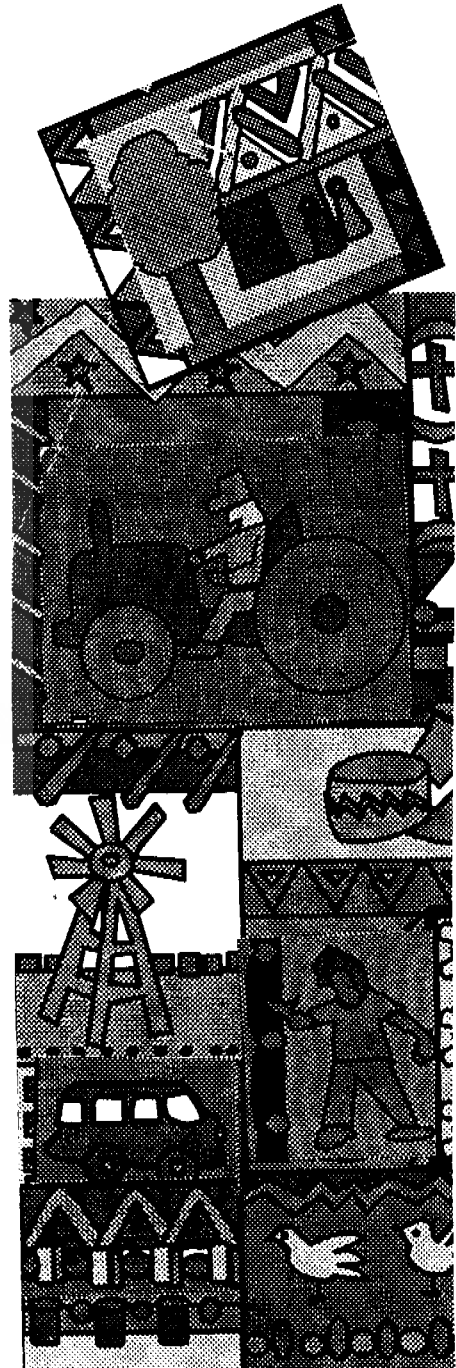
- ۱- شرکت تعاونی در جهت اهداف مقرر فعالیت می‌کند.
- ۲- تعاونی فعالیت اقتصادی دارد، اما مدیران آنها انگیزه‌ای برای تبعیت از ضوابط ویژه تعاونیها ندارند.
- ۳- تعاونی غیر فعال است، یا به مرحله فعالیت نرسیده و به انتظار فراهم شدن شرایط برای فعال شدن است.
- ۴- تعاونی بر اثر مشکلاتی به بن بست رسیده و امکان فعال شدن آن نیست و اعضا و مدیران آن را به حال خود رها کرده‌اند.
- ۵- تعاونی مدتی است عملیات مقرر در اساسنامه را انجام داده و در حال حاضر ظرفیتی برای ادامه کار ندارد و مدیران هم در صدد انحلال یا اصلاح ساختار آن نیستند.
- ۶- مشکل قابل حلی برای تعاونی پیش آمده یا در نتیجه سوء مدیریت فعلاً غیر فعال شده است و با کمک خارجی (اعم از مادی یا معنوی) می‌توان آنرا فعال نمود. با توجه به شرایط مذکور، صرف نظر از آن دسته از مشکلات که معمولاً برای واحدهای تولیدی و سایر واحدهای

میان دولت و تشکیل دهندگان تعاونی، یک دغدغه مشترک است. از نظر دولت، توسعه و موفقیت این نهضت و واگذاری مدیریت‌های جامعه به خود مردم از طریق این بخش محقق می‌شود. ولی مصرف درست منابع و نیروی انسانی و نیز مسؤولیت حفاظت از حقوق و پاسخگویی به انتظارات مردم، مراقبت از فعالیت تعاونی‌ها را اجتناب‌ناپذیر می‌کند.

اگر چه توسعه شرکت‌های تعاونی به منزله مردم‌گرایی و تخفیف بخشی از مشکل دولت در امر بیکاری است، اما قاعدتاً اهمیت اشتغال پائین‌تر از ایجاد اشتغال نمی‌باشد. علاوه بر آن وقتی از کم بودن سهم بخش تعاونی در اقتصاد کشور گلایه به میان می‌آید، ارتقاء کیفی فعالیت این نهضت در کشور سبب افزایش سهم مذکور در این زمینه خواهد شد.

از سوی دیگر آنها که با صرف وقت و تحمل بوروکراسی مقضبل امیدوارند که مشکل شان از طریق تشکیل تعاونی رفع شود، هدفشان صرفاً تشکیل تعاونی نیست. به همین دلیل لازم است که در تشکیل و اداره تعاونی‌ها، دولت و مردم هم و غم بیشتری داشته باشند. بدیهی است که مقصود از این توصیه پیشنهاد وسواس بیش از حد لازم در این کار نیست. بلکه مراد آن است که دستورالعملها و شیوه عملی که از طرف دولت به جریان می‌افتد، حتی‌الامکان پابرجائی تعاونی‌ها را سبب شود.

منداوول است که ارقامی مضمن ایجاد اشتغال در بخش تعاونی با خوش‌خبری داده میشود. اما هم‌چنانکه در سایر دستگاهها ضرورت دارد، باید این ارقام متکی به اطمینان از تداوم آن باشد نه



اقتصادی در کشور متداول است، از جمله علی که در رکود کار تعاونی تجربه شده است، بیشتر امور منوط به موارد زیر است:

۱- عدم تناسب اهداف تعاونی با منابع موجود.

۲- عدم تعادل و آمادگی مالی اعضا برای سرمایه گذاری یا نبودن انگیزه یا ضوابط محرک برای مشارکت متفاوت اعضا.

۳- اختلاف سلیقه و انگیزه اعضا و دلسردی آنان برای همکاری با تعاونی.

۴- عدم انگیزه، تجربه و اطلاعات مورد نیاز در مدیران متناسب با فعالیت تعاونی.

۵- اقتصادی نبودن ادامه فعالیت تعاونی و عدم امکان رقابت آن با بازار و یافتن بازار مناسب.

۶- مشکلات بیرونی تعاونی از جمله در زمینه تحصیل منابع مالی، تهیه کالا یا مقاومت‌های اداری مقابل آن.

۷- تضاد در منافع یا سوءمدیریت.

بدیهی است که همه عوامل رکود را به

عوامل محدودی نمی‌توان منحصر دانست.

قابل توجه است که مؤسسات تجاری

غالباً منکی بر توانایی مالی شرکاء تشکیل

می‌شوند. ولی معمولاً کمبود بنیه مالی

اعضا است که اشخاص را به طرف تشکیل

تعاونی جلب می‌نماید. اما چون هر

شرکت تعاونی در واقع یک مؤسسه

اقتصادی به شمار می‌رود، ضعف بنیه مالی

نباید تا حدودی باشد که موفقیت آن را

دچار مشکل سازد. تهیه فهرست قطعی

مشکلات یک تعاونی برای آینده به

صورت قطعی و مشترک میان همه انواع

آن‌ها امکان پذیر نمی‌باشد. ولی تعیین خط

مشی‌های اصولی و ضوابط هم سو با

پیشرفت تعاونی، با استفاده از تجربیات به

دست آمده از طرف دولت برای گسترش

شبهه تعاونیهای موفق بی تأثیر نخواهد

بود و برای مردم هم نمونه‌ها و راه

کارهای موفق تعاونی به دست می‌آید.

السته گفتمی است که صرفنظر از

حمایه‌ها و نظارت‌های دولت در این

بخش نکته‌ای که در جمع بندی جایگاه

تعاونیها در اقتصاد کشور احتمالاً در

مقایسه از قلم می‌افتند، آن است که

موفقیت این بخش را در برابر کار گروهی

اقتصادی ارزیابی نکرده باشیم. زیرا فعالیتهای اقتصادی مشترک، غالباً در کشور ما عاقبت خوشی ندارد! با این حال به نظر می‌رسد که تعاونیها از سایر اشکال جمعی اقتصادی در کشورمان بهتر عمل می‌کنند.

چگونگی شکل گیری

به جهت مشکلات اقتصادی جامعه

بخش عمده کسانی که به طرف تشکیل

تعاونی روی می‌آورند، کسانی‌اند که توان

مالی کافی برای کار اقتصادی بزرگ ندارند

و گرنه ترجیح می‌دادند به صورت فردی یا

با تعداد محدودی به فعالیت اقتصادی

بپردازند، از آنجا که اعضای هر تعاونی

تأثیر مستقیمی در روند فعالیت آن دارند،

برای برنامه‌ریزی مناسب در زمینه

تشکیل تعاونیها و بهبود نتیجه‌ای که

حاصل کارشان به دست می‌دهد، شناخت

ترکیب افرادی که اقدام به تشکیل آن

می‌نمایند و نیز تناسب آنها برای اهداف

مورد نظر اهمیت اساسی دارد. صرفنظر از

مندرجات قانونی بخش تعاونی اقتصاد

جمهوری اسلامی ایران و دستورالعمل

وزارت تعاون در مورد طبقه بندی

شرکتهای تعاونی، از نظر ساختار اعضا

آنها را می‌توان به سه دسته تقسیم نمود:

۱- تعاونیهای خانوادگی ۲- تعاونیهای

آزاد ۳- تعاونیهای خاص

الف- تعاونیهای خانوادگی

این دسته از تعاونیها معمولاً به وسیله

خانواده و با عضویت افراد خویشاوند

سببی یا نسبی تشکیل می‌شوند و دارای

خصوصیات زیر هستند:

۱- معمولاً تصمیم‌گیری و مدیریت به

عهده بزرگترها است و کسانی که اقدام به

تشکیل تعاونی می‌کنند، بقیه را فقط به

عنوان سیاهی لشکر و برای تکمیل حداقل

تعداد عضو مورد نیاز صحنه آرای می‌کنند

و افراد بدون آنکه نقشی در تصمیم‌گیری

داشته باشند قصد و اراده برای قبول

عضویت یا ادامه آن ندارند.

۲- سرمایه شرکت به وسیله همان

بزرگترها که اداره امور شرکت را به عهده

دارند، تأمین می‌شود و همین امر

نگرانی‌هایی را برای آنان در از دست دادن

اختیارات به همراه دارد و به همین دلیل ورود و خروج عضو و دخالت ارکان شرکت به اراده او است.

۳- همین وحدت و تمرکز تصمیم‌گیری

و برنامه‌ریزی، اگر چه با اصول و مفاهیم

تعاونی تناسب ندارد، ولی باعث تسهیل

بیشتر در تأمین باموقع منابع مالی مورد

نیاز (در حد توان مالی سرپرست خانواده)

و نهایتاً ایجاد اشتغال در سازمان تعاونی

می‌گردد.

۴- انگیزه تشکیل این نوع تعاونیها

معمولاً فقط جذب تسهیلات و امکانات

موجود در بخش تعاونی است و رعایت

ضوابط متداول در بخش تعاونی صوری

است و فقط تا دریافت آنها، برحسب

ضرورت ظاهر می‌شود.

۵- مسؤولیت‌ها، انتصابی و توسط

همان بزرگترها و صوری است و امر

نظارت‌های قانونی بویژه پس از دریافت

امتیاز مورد انتظار، چندان عملی نیست و

با مقاومت سرمایه‌گذار اصلی که بقیه هم

از او پیروی می‌کنند روبرو می‌شود.

۶- تشکیل مجامع عمومی این تعاونیها

از نظر حضور اعضا اگر چه به سهولت

امکان‌پذیر است، اما مثل سایر ارکان

تعاونی صوری است.

ب- تعاونیهای آزاد

مراد از این عنوان شامل آن دسته از

تعاونیهایی است که براساس وابستگی

شعلی با رابطه دیگر اعضا با یکدیگر

تشکیل شده‌اند. این نوع تعاونیها با نوع

تعاونیهای عام که در ماده ۲ دستورالعمل

تشکیل تعاونیها طبقه بندی شده‌اند

متفاوت و نوعاً هم از این زمره به شمار

نمی‌روند. زیرا در این نوع، همه افراد

جامعه برای عضویت آزاد نیستند و اصولاً

محدوده ظرفیتی معین و تعداد عضو

محدود می‌باشند. بخشی از مشخصات این

نوع تعاونیها به شرح زیر است:

۱- این تعاونیها ممکن است در

رشته‌های مختلف تولید و توزیع و با

عضویت افراد چند خانواده تشکیل شوند

و یا اساساً اعضا ممکن است روابط

خانوادگی با یکدیگر نداشته باشند. اما در

اغلب موارد، ارتباطهایی آنها را به

یکدیگر متصل می‌کند.

تشکیل می‌شوند و اگر در رشته تولیدی یا خدماتی تشکیل شوند. متشکل از کارکنانی اند که از فرصتهای مناسبی برای بهره برداری شغلی و اداری محیط کار خود برخوردار می‌باشند.

۳- با آن که این دسته تعاونیها گسترده‌تر از سایر انواع میباشد و از حمایت‌های دولتی بخش تعاونی کمتر برخوردارند، انضباط بیشتری در رعایت قوانین و مقررات دارند و به عبارت دیگر برای رعایت آنها کمتر مقاومتی از خود نشان می‌دهند.

۴- مجامع عمومی و دیگر ارکان تعاونی در این رشته به وظایف‌شان بهتر عمل می‌کنند.

۵- اعضای این تعاونیها از امکانات تخصصی و آگاهی بالاتری برخوردارند و وحدت نظر بیشتری میان آنان حاکم است.

۶- فعالیشان مستقیماً به تأمین نیاز شغلی یا شخصی اعضا مربوط می‌شود و امکان گسترش فعالیت و موفقیت‌شان نسبت به سایر تعاونیها بیشتر است.

۷- تعاونیهایی که با عضویت کارمندان یا کارگران تشکیل می‌شوند به دلیل پشتیبانی دستگاههایی که اعضا در آن شاغلند، نسبتاً موفق‌تر عمل می‌کنند.

قابل ذکر است که خصوصیات ۳ گروه تعاونی‌های مذکور به موارد برشمرده محدود نمی‌شود. بلکه حادارده برای برداشت مزایای هر گروه و جهت دادن تعاونی‌ها، مورد بررسی وسیع‌تری قرار گیرند زیرا از جمله به جهت تعداد افراد، اتخاذ تصمیم و اداره امور و نیز دلچسپی شرکا به کمک خارجی، اداره امور آنها با سازمان‌های اقتصادی دیگر متفاوت می‌باشد و در موارد دیگری از قبیل تناسب منابع مالی موجود با اهداف، مدیریت، توجیه اقتصادی فعالیت و سایر موارد تفاوت چندانی با سایر واحدها ندارند. در مورد ویژگیهای تعاونیها اساساً این نکته قابل ذکر است که در بسیاری از موارد، وابستگی آنها به دریافت تسهیلات و کمک دولت بسیاری از تعاونیها را از پویایی ساقط می‌کند.

در سالهای جنگ، دولت در پی یافتن یک مسیر مطمئن برای رساندن کالا و



از آنجا که اعضای هر تعاونی تأثیر مستقیمی در روند فعالیت آن دارند، برای برنامه‌ریزی مناسب در زمینه تشکیل تعاونیها و بهبود نتیجه‌ای که حاصل کارشان به دست می‌دهد، شناخت ترکیب افرادی که اقدام به تشکیل آن می‌نمایند و نیز تناسب آنها برای اهداف مورد نظر اهمیت اساسی دارد.

اعضا بیشتر باشد، احتمال موفقیت تعاونی افزایش می‌یابد.

۵- این تعاونیها هم مثل تعاونیهای خانوادگی غالباً تعداد عضو کمی دارند.

ج- تعاونیهای خاص

مقصود از این طبقه تعاونیهایی هستند که براساس اشتغال یا یک شکل معین اعضا تشکیل می‌شوند. در این دسته تعاونیها از جمله خصوصیات زیر را می‌توان یافت:

۱- اعضای این گروه از تعاونیها را کارمندان، کارگران، مشاغل و حرف توزیعی، تولیدی و خدماتی (اکثراً صنفی) تشکیل می‌دهند.

۲- این تعاونیها معمولاً در رشته توزیع

۲- آراء اعضای این تعاونیها در اغلب اوقات تابع روابط گروهی است. اما از نظر میزان مشارکت، رأی‌گیری‌ها و سایر امور، اعضا در تعاونی احساس مسؤولیت بیشتری دارند.

۳- با توجه به گروهی بودن روابط اعضا احتمال اختلاف نظر میان آنان بیشتر است و بعضاً منافع اقلیتها تحت تأثیر توافقی‌های اکثریت قرار می‌گیرد.

۴- اگر چه تفرق اعضای این تعاونیها سبب ایجاد دموکراسی بیشتر می‌شود، اما یک دست نبودن ترکیب عضویت سبب کاهش میزان احساس مسؤولیت و اعتماد مشترک آنان بویژه در مشارکت‌های مالی از تعاونی‌شان می‌گردد. بنابراین هر قدر دسته بندی داخلی کمتر و تفاهم میان

برای اعضا، تعاونی را تشکیل می‌دهند و بالاخره گروه سوم، شرکت تعاونی را بدون توقع یا پیش شرط تشکیل می‌دهند. بنابراین وزارت تعاون در تشکیل تعاونی‌ها باید:

- ۱- انتظارات کسانی را که به امید دریافت امتیازی تعاونی را تشکیل می‌دهند را با واقعیات موجود ارزیابی کند و به آنان آگاهی‌های لازم را بدهد.
- ۲- در زمینه‌هایی که احتمال موفقیت تعاونی (بدلیل تکمیل ظرفیت تولید و اقتصادی نبودن طرح و سایر عوامل) وجود ندارد، داوطلبان را ترغیب به انصراف کند.
- ۳- حتی‌الامکان مؤسسين تعاونی و اعضا را (طی جلساتی) توجیه کند که چه مسؤولیتها و شرایطی را پیش روی دارند.
- ۴- از طریق اطلاعاتی که به دست می‌آورد، اطمینان یابد که امکانات اولیه برای استحکام بنیه اقتصادی و اداره صحیح شرکت فراهم گردیده است یا نه و به عبارت دیگر حتی‌الامکان مطمئن شود که تعاونی مورد نظر کاملاً متکی بر احتمالات و انتظارات تشکیل نشده باشد، بلکه، استعداد رفع مشکل به وسیله خود تعاونی وجود دارد. از سوی دیگر کسانی که اقدام به تشکیل تعاونی می‌کنند، به این نتیجه رسیده باشند که اولاً، اهداف تعیین شده دست یافتنی است. ثانیاً امکانات موردنیاز و اهداف قابل دسترسی است. ثالثاً، توان، اراده و تفاهم مشترک در سازمان در قالب تعاونی وجود دارد.

مراقبت بعد از تأسیس تعاونی

بنابر شرایط حساس فعلی اقتصاد کشور، به اندازه ضرورت ایجاد اشتغال، مراقبت از پایداری آن نیز اهمیت دارد. مثل دیگر واحدهای اقتصادی، ناکامی هر تعاونی، به منزله از دست دادن بخشی از اشتغالی است که ایجاد آن خبر داده شده است. به همین جهت مناسب است که علاوه بر آن چه که در بودجه به تعاونیها اختصاص می‌یابد، باید بخشی از کمکه‌های دولت برای نگهداری اشتغال‌های موجود صرف شود. شرکتهای تعاونی هم از این قاعده مستثنی نیست. صرف نظر از بحث اشتغال در تعاونیها به طور کلی باید گفت

از ضرورتها ممکن است زمینه مشکلاتی را فراهم سازد که بعد از تشکیل و در طول فعالیت و حیات تعاونی قابل جبران نباشد. اهم این ضرورتها را می‌توان بشرح زیر بیان نمود:

- ۱- انتخاب هدف مناسب و قابل دستیابی.
- ۲- فراهم کردن مقدمات لازم در امور زیربنایی و ایجاد زمینه برای همراهی‌های بعدی.
- ۳- گزینش افراد مناسب برای عضویت، مدیریت و امور اجرایی.

به عبارت دیگر می‌توان گفت که چه در هنگام تأسیس و چه بعد از تشکیل تعاونی دو عامل در موفقیت تعاونی سهم‌اند. یکی عامل درونی و عامل دیگر بیرونی است. عامل درونی شامل استعدادهایی است که باید در خود تعاونی فراهم باشد و عامل بیرونی شامل بازار و امکانات کمکی است که از طرف دولت و مؤسسات خارج از تعاونی در مواقع لازم باید تأمین شود و در عین حال شرایط خود تعاونی تعیین‌کننده استعدادهای موردنیاز سازمان تعاونی به شمار می‌رود و نقش وزارت تعاون در این مرحله بیشتر از دوران فعالیت تعاونی اهمیت دارد. زیرا پس از تشکیل تعاونی و با عدم موفقیت آن، یک تعاونی به لیست تعاونی‌های ناموفق اضافه می‌شود که نه می‌توان مشکل آن را حل کرد و نه حذف آن از آمار تعاونیها بر اساس ضوابط قانون موجود کار آسانی است. بنابراین علاج افزایش بی‌رویه تعاونیهای ناکام باید قبل از وقوع بشود. کارشناسی برای افزایش احتمال موفقیت تعاونی در عین دشواری، سبب ارتقاء قابلیت اعتماد آمارهای به دست آمده، از جمله در زمینه اشتغال است. در حال حاضر داوطلبان تأسیس تعاونی را ۳ گروه تشکیل می‌دهند: یک عده از آنها کسانی اند که به امید دریافت امتیازی مثل وام (در تعاونیهای تولیدی) زمین ارزان قیمت (در تعاونیهای مسکن) یا تسهیلات دیگری به تعاونی روی می‌آورند. دسته دیگر کسانی اند که انتظار دریافت تسهیلات ندارند ولی به لحاظ شغلی یا سایر امتیازات بالقوه‌ای که در اختیار دارند، به منظور جذب درآمد

خدمات به نرخ عادلانه به دست مردم بود و تعاونیها توانستند اعتماد دولت را برای اهلیت در این کار جلب کنند. به همین دلیل و به دلیل مردمی بودن کار تعاونی و پشتیبانی دولت از آنها ادامه یافت و هنوز هم در برخی موارد از جمله تخصیص سهم اعتبارات و اعطای اولویتهایی به تعاونیها در برخی خدمات و کالاها ادامه دارد. اگر چه همین سابقه سبب شد که در ذهن بسیاری از افراد، تعاونی با یک مؤسسه بهره برداری از مساعدت‌های دولت اشتباه گرفته شود و همین وابستگی، فرصت‌های مناسب را برای رسیدن به خودباوری و خوداتکایی (که از آرمانهای سازمان‌های بین‌المللی تعاون است) از بسیاری از آنها گرفته شود، اما از آنجا که به دلیل شرایط اقتصادی طبقات مختلف جامعه، کسانی که به فکر تشکیل شرکت تعاونی می‌افتند، کسانی اند که دارای توان مالی کافی برای فعالیت در قالب سایر اشکال اقتصادی را ندارند، پشتیبانی از تعاونیها و از همه مهمتر شناسایی زمان و شیوه آن مهم و اجتناب‌ناپذیر است. گفتنی است که پشتیبانی مادی فقط یک جنبه از حمایت است و سایر حمایت‌ها و هدایت شکل‌گیری آنها حداقل تا مرحله اطمینان بخشی که تعاونی بتواند به استقلال برسد. ضرورت دیگری است که اصلاً نباید فراموش شود. البته این پشتیبانی به منزله توجیه دخالت دست و پاگیر دولت نیست. بلکه همراهی تخصصی و کاربردی در بسیاری از نارساییها و مشکلات تعاونی، می‌تواند سبب رفع آنها به دست خود تعاونی گردد.

عوامل مؤثر

به طور کلی در دو قسمت از حیات تعاونی زمینه‌های موفقیت یا ناکامی آن شکل می‌گیرد. یکی در بدو تأسیس یعنی هنگام تولد آن که مثل بسیاری از موجودات زنده خصوصیات فردی را در طول حیاتش با خود همراه دارد و دیگری در طول حیات و فعالیت آن. در مرحله قبل از تأسیس هر تعاونی، دست اندر کاران تشکیل و در درجه دوم، دولت وظیفه سنگینی را به عهده دارند. سهل‌انگاری در فراموش شدن بسیاری

تعاونیها باید جمع‌بندی صحیحی از نیازمندیها و چگونگی تأمین آن نیازها داشته باشند. اگرچه قسمت زیادی از احتمالات فرا راه قابل برآورد نیست ولی از آن جا که تشکیل تعاونی، مدیران و وزارت تعاون را (هریک به سهم و نقش خود) در برابر عمل انجام شده قرار می‌دهد و مقابله با مشکلات، مشکل‌تر از پیشگیری آنهاست، لازم است قبل و بعد از تشکیل تعاونی، حداقل تا مرحله حصول اطمینان نسبی، میان آنها تعامل و ارتباط میدانی و کاربردی حکم فرما باشد.

۳- بسیاری از تعاونیها که از تسهیلات اعتباری بانکها استفاده می‌کنند (مثل واحدهای غیر تعاونی) هنوز به مرحله سوددهی نرسیده‌اند که زمان بازپرداخت افساط سر می‌رسد و در همان اوان، اعضا درآمدی کسب نکرده‌اند که هیچ فشار بانک سبب به بن بست رسیدن آنان برای ادامه کار می‌شود. بنابراین جادارد سهمی از منابع موجود برای پایداری تعاونیها و نیز توسعه فعالیت آن‌ها اختصاص یابد.

۴- برخی از کاستی‌های بخش تعاونی منتج از ضعف و نقصان دستورالعمل‌ها و مقررات موجود است. نتیجه‌گیری و استفاده از تجربیات به دست آمده در سابقه فعالیت تعاونی‌ها می‌تواند برای تهیه دستورالعملها و ضوابط کاربردی مناسب واقع شود.

۵- با توجه به اینکه تعاونیها دارای شخصیت حقوقی مستقل‌اند، نقشهای انتظامی و بسیاری از روابط فعلی آنها با وزارت تعاون، هم چنانکه در قوانین پیش‌بینی شده است، قابل واگذاری به ارکان خودشان و نهادهای دیگر است. در نتیجه کاهش این تصدی، سهم و نقش ارشادی و نظارتی وزارت تعاون به ویژه به صورت میدانی، گونه‌ای مؤثرتر خواهد یافت.

۶- در فعالیتهای اقتصادی، اگر سرمایه را عامل تصور کنیم، در شرکتهای تعاونی، عامل عضو هم به آن اضافه می‌شود، بنابراین علاوه بر ابزار مورد نیاز عمومی فعالیتهای اقتصادی، باید به نقش اعضای تعاونی توجه بیشتری شود.

و شناخت کامل و با در نظر گرفتن جهات مختلف اتخاذ شود و کلیه اقدامات در جهت تحقق اهداف قرار گیرد.

۲- سازمان مناسب برای رسیدن به اهداف تعیین و مأمور شود و هرگزینشی بر اساس صلاحیت و شایستگی افراد صورت گیرد.

۳- در کلیه مراحل و اقدامات به شرایط زمان و مکان توجه کافی مبذول شود.

۴- هر یک از ارکان و عوامل مؤثر، به نقش و وظایف خود آشنایی داشته باشند و به آن بخوبی عمل کنند.

۵- امکان نظارت و مشارکت سازنده همه اعضا و ارزیابی نتیجه اقدامات و رفع اشتباهات و نواقص فراهم شود.

در خاتمه در خصوص نقش اعضای هر تعاونی باید تأکید نمود که به همان اندازه که عضو غیر فعال و مشکل زا برای تعاونی می‌تواند خطرناک باشد، برای عضو هم ساختار نامناسب تعاونی می‌تواند مشکل ایجاد کند. این شرایط بیشتر در زمانی به وجود می‌آید که نظر عضو نادیده گرفته می‌شود و سازمان غیررسمی با سازمان رسمی برای رفع مشکل مقاومت می‌کند و به عبارت دیگر عضو، کنار گذاشته می‌شود.

بنابراین هر قدر تعاونی در عملیات خود به همکاری اعضا بیشتر از عوامل خارجی امیدوار باشد به همان اندازه احتمال موفقیت خود را افزایش داده است.

نتیجه‌گیری

۱- به منظور ضیانت از آرمانهای نهضت تعاونی، ضرورت دارد کسانی که درصدد تشکیل تعاونی برمی‌آیند، ابتدا آشنایی کافی با چگونگی فعالیت و اداره تعاونی داشته باشند و ساختار تعاونی را بر پایه‌ای صحیح استوار کنند و مدیران پس از تشکیل تعاونی برنامه مناسبی در جهت اداره درست و مقاوم سازی بلندمدت آن در دست اجرا داشته باشند.

۲- مردم تعاونیها را بر پایه چشم داشت‌ها و انتظاراتی تشکیل می‌دهند و اگر تعاونی بر پایه مناسبی تشکیل نشود، آسیب‌های جبران‌ناپذیری به بار می‌آورد. لذا مؤسسين و بعد از تشکیل، مدیران

که مراقبت از تعاونی‌ها بعد از تشکیل، از گسترش تعداد آنها اهمیت بیشتری دارد. نباید فراموش کنیم که موفقیت و توسعه شرکتهای تعاونی کشاورزی (به معنای عام) در هندوستان زاینده مشارکت و همراهی دلسوزانه کارشناسان دولتی با تعاونیهای این رشته بوده است. در کشور خودمان هم تأثیر حضور کارشناسان و ناظران را در تعاونی‌های روستایی در سطح روستاها و با اعضای تعاونی‌هایی که از آگاهی و سواد چندانی برخوردار نبودند، نباید انکار نمود. مقصود از بیان ضرورت همراهی دولت با تعاونیها آن نیست که دولت خود را پایه پای آنها در گیر کند. بلکه مقصود، ذکر این نکته است که شناخت زمان و چگونگی دخالت و همراهی دولت با این بخش اهمیت کامل دارد. تعداد زیادی از درگیرهای فعلی دولت در امور نظارتی تعاونیها، اولویت و ضرورتی که مراقبت‌های اولیه از تعاونیها تا مرحله راه‌اندازی و توفیق آنها لازم است، ندارد. بسیاری از این نظارتها را می‌توان به بخشهای غیردولتی واگذار نمود و نیروی مصرفی را صرف کارهای تخصصی‌تر و مؤثرتری نمود. باید تأکید نمود که بسیاری از تعاونیها از سختگیرهای بوروکراتیک فعلی خشنود نیستند و حتی بعضاً مداخلات غیر اصولی، سبب دلسردی دست‌اندرکاران آنها و گاه مشکلات جدیدی می‌شود. یکی از نکات عمده‌ای که باید مورد توجه دولت باشد، تکیه بر عنصر درونی تعاونیها است. زیرا مثل مرحله قبل از تشکیل، ساختار از عنصر درونی، و عنصر بیرونی در موفقیت تعاونیها مؤثرتر است. تکیه بر عنصر درونی، نیاز تعاونی را از مداخله یا حمایت خارجی بی‌نیاز می‌کند. پس دولت وقتی موفق عمل می‌کند که عوامل داخلی تعاونی را برای پایداری آن تحریک کند. مدیران موفق در تعاونیها هم مدیرانی‌اند که از عوامل درونی تعاونی، حداکثر بهره‌برداری را داشته باشند. به طور کلی از جمله عواملی که باعث تقویت قدرت عوامل درونی سازمان تعاونی می‌شود، موارد زیر است:

۱- تصمیمات در شرکت با احساس مسؤلیت، دوراندیشی مبتنی بر اطلاعات

لایحه جدید تعاون

دولت کنیا، نماینده تعاونیها در دادگستری را موظف نمود، کسارفرمایانی که نتوانند دیون تعاونیها را مسترد نمایند، تحت پیگرد قانونی قرار دهد.

به گفته آقای

پیتر کینت، وزیر

توسعه تعاون کنیا

قانون سال ۱۹۹۷

تعاون در ماه جولای

۲۰۰۳ با قانون جدید

تعویض خواهد شد. وی

افزود: هدف از ایجاد این

وزارتخانه، کارآمد کردن

شرکتیهای تعاونی در سراسر

کشور و احیای شرکتیهای غیرفعال

و تشویق مردم به تأسیس تعاونیهای

جدید بوده است. با لایحه قانونی جدید،

نماینده تعاونیها در دادگاه می‌تواند آن عده

از کارفرمایان تعاونی را که نتوانند سهام و

دیگر وجوه اعضا را به شرکتیهای تعاونی

مسترد نمایند، به دادگاه احضار می‌نماید.

این نماینده از طرف صندوق ملی تأمین

اجتماعی و صندوق صلی بیمه

بیمارستانی دارای اختیار قانونی برای

تحت تعقیب قرار دادن فرد یا افراد

متخلف می‌باشد.

لزوم تصویب این لایحه زمانی مشخص

شد که وضعیت به واسطه مقروض بودن

کارفرمایان به شرکتیهای تعاونی به رقمی

بالغ بر یک میلیارد Sh (واحد پول کنیا)

رسید و دیون معوقه بسیار وخیم و

غیرقابل کنترل شده بود. این در حالی

است که دیون مذکور باید به تعاونیها

بازپرداخت شود و غیرقابل واگذاری تلقی

می‌شود. آقای کینت این سخنان را در تالار

چانداریا در مومباسا، پایتخت کنیا، ایراد

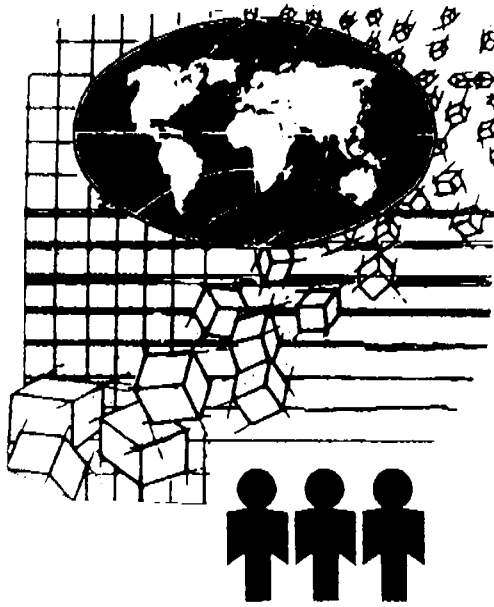
نمود. وی هم‌اکنون ریاست یک گروه کاری

چهار نفره را عهده‌دار است که از طرف

وزارت توسعه تعاون، موظف به گردآوری

و مقابله دیدگاههای مسؤولان تعاون و

اعضای تعاونیها در ایالت ساحل و سپس



تعاون در جهان

○ گروه بین‌الملل

گارسیا ایالت شمال شرقی کشور کنیا می‌باشد.

این گروه کاری وظیفه بررسی قانون شرکتیهای تعاونی را عهده‌دار است. قانون فعلی، اختیارات کافی برای ضمانت اجرای تصمیمات مهم تعاونی را به وزارتخانه نداده است.

به گفته کینت، شرکتیهای تعاونی ایالت ساحل به دلیل فقدان راهبردهای مناسب مدیریتی و اختیارات اجرایی غیرفعال شده‌اند.

از تعداد ۶۶۵ تعاونی به ثبت رسیده در ایالت ساحل، تنها ۳۴۵ تعاونی با بازگشت سرمایه ۴۵۱/۶۰۴/۹۹۳ Sh (واحد پول کنیا) در سال ۲۰۰۱ فعال بوده‌اند. تعداد کارکنان تعاونیها و نیز مشارکت اعضا در تعاونیها و نبود فعالیت‌های درآمدزا از جمله عوامل عدم فعالیت تعاونیهاست.

تعاونیهای کشاورزی غالباً با توقف فعالیت روبرو شده‌اند و این در حالی است که میزان مشارکت تعاونیهای به اصطلاح فعال، به دلیل رقابت فزاینده

ناشی از آزادسازی و شرایط جاری تجاری به حداقل رسیده است.

بهره بالای سپرده در

بانکهای تعاون

بانکهای مرکزی تعاون در منطقه ماهاراشترای هند دیگر نمی‌توانند بسهره بالا به سپرده‌های مدت‌دار پرداخت نمایند.

اداره ثبت شرکتیهای

تعاونی (RCS) تاریخ

۳۱ مارس ۲۰۰۳ را به

عنوان آخرین مهلت برای

بانکهای تعاونی تعیین نمود تا

بهره قابل پرداخت به سپرده‌ها

را کاهش داده و حداکثر به ۸٪

برسانند.

هم‌اکنون بهره‌های ۱۰ تا ۱۱ درصدی

از سوی بانکهای تعاون ماهاراشترا

پرداخت می‌شود که کاملاً با عرف بهره

سپرده‌ها از طرف سایر بانکهای تجاری

تفاوت دارد. حداکثر بهره‌ای که اینگونه

بانکها به سپرده‌های مدت‌دار پرداخت

می‌نمایند، ۶٪ برای سپرده سه ساله است.

در نشستی که اخیراً در محل بانک

کشاورزی و توسعه روستایی هند با

حضور نمایندگان یازده بانک تعاونی

ناکارا برگزار گردید، بر این نکته تأکید شد

که فشار بار بهره‌های سنگین بر دوش

کشاورزان است. چرا که این بانکها برای

بدهی‌ها نرخهای سنگین بهره پرداخت

می‌کنند.

در پایان این نشست اداره ثبت

شرکتیهای تعاونی به موجب فصل ۷۹

قانون تعاون ایالت ماهاراشترا، بانکها را

موظف نمود سقف بهره خود را به میزان

۸٪ سپرده‌ها کاهش دهند.

کشاورزان به عنوان بیشترین افرادی که

از بانکهای تعاون این منطقه وام دریافت

می‌کنند، مجبورند نرخهای بهره بسیار

سنگین بپردازند. بنابراین نه تنها خدمات

کافی از وام دریافتی عاید کشاورزان

طرح گسترش شبکه تعاون آمول

۱۱ فوریه ۲۰۰۳

فدراسیون تعاونی بازاریابی مواد لبنی و شیر گجرات هند (QCMMF) با سرمایه ۲۵۰۰ کروور روپیه در نظر دارد فروشگاه‌های بزرگ کالاهای خود را بنام تجاری "آمول" در سراسر هند توسعه دهد. بزودی اولین فروشگاه محصولات خانگی این فدراسیون در گجرات تأسیس خواهد شد.

به گفته یکی از مسؤولان فدراسیون، فروشگاه‌های زنجیره‌ای محصولات لبنی آمول به زودی در سراسر هند به عرضه انواع تولیدات شیر و مواد لبنی اقدام خواهد نمود، هرچند وی از افسای جزئیات مربوط به سرمایه‌گذاری خودداری نمود.

تعاونی آمول هم‌اکنون بیش از ۵۰ بازارفروش در زادگاه خود (شهر گجرات) و چند فروشگاه دیگر در دهلی و حیدرآباد دارد. انواع محصولات تعاونی در فروشگاه‌های مذکور در دسترس مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد.

تعاونی آمول علاوه بر تأسیس بازارهای فروش، با شرکتهایی چون اینفوسیس در شهر بنگلور و سایر شرکتهای سهامی بزرگ ارتباط دارد.

محصولات تعاونی آمول طیفی از لبنیات چون بستنی، کره، پنیر، انواع پنیر بیتزا، Gulab, Jamuns، شکر برای تولید شیرینی و سایر محصولات مربوط را شامل می‌شود.

تعاونی آمول به تدریج به یک تولیدکننده مواد غذایی تبدیل می‌شود که زیرساخت خود را برای این هدف توسعه می‌دهد. همچنین اخیراً تعاونی آمول، شکلات تولیدی خود را با نام تجاری آمول به بازار عرضه کرده است. بسته‌های یک کیلویی شکر تولیدی آمول نیز به بازار آمده است.

فدراسیون ملی کارخانه‌های تولیدی شکر نیز با تعاونی آمول ارتباط نزدیک دارد و وظیفه عملیات بازاریابی کارخانه‌های عضو را عهده‌دار است. در واقع این فدراسیون با تعاونی گجرات در زمینه بهره‌برداری از شبکه بازاریابی مرتبط با بیش از ۳۰۰۰ توزیع‌کننده و بیش از پانصد هزار خرده‌فروش در سراسر هند همکاری می‌کند.

تعاونی آمول همچنین سوپهای آماده را به صورت یودر در بسته‌های آلومینیومی مشابه با رقابیی چون "نسله" به بازار عرضه کرده است. ("نسله" با تولید سوپهایی با نام تجاری "مگی" بیشتر از این صنعت در بازار می‌باشد).

ملاحظه است

بیمه‌های تعاونی اروپاییان در گزارشی با عنوان "ارزیابی بیمه تعاونی" می‌باشد که در سال ۲۰۰۱ منتشر شد. در این گزارش آمده است که بیمه‌های تعاونی با کارایی بهتر و سرعت بیشتری در سراسر اروپا فعالیت دارند.

سایر بیمه‌ها غیر از بیمه عمر نیز در سال ۲۰۰۱ در مقایسه با میانگین ۱۴ درصدی صنعت بیمه، رشد ۲۵ درصدی نشان می‌دهند. در نتیجه سهم بازار بیمه در بیمه‌های غیرعمر در سال ۲۰۰۱ رقم ۱۱/۵٪ در مقایسه با ۱۰/۵٪ سال ۲۰۰۰ بوده است.

به گفته کارشناسان ارشد اتحادیه بین‌المللی تعاون و بیمه تعاونی: "با تلاش پیگیر شرکتهای تعاونی بیمه انگلیس

در زمینه بیمه‌های عمر در انگلیس، تعداد تعاونیهای بیمه ۲۴/۲٪ افزایش یافته که ۱۳ درصد از درآمد بازار بیمه این کشور را به خود اختصاص می‌دهند. با توجه به صنعت بیمه عمر که ۱۴٪ انواع بیمه‌ها را تشکیل می‌دهد، می‌توان به این نتیجه رسید که بیمه‌گذاران در سال ۲۰۰۱ تا میزان ۴۰٪ بیمه تعاونی را برگزیده‌اند. در انگلیس از هر ۲۷ نفر، ۲۴ بیمه‌گذار در تعاونیهای بیمه ثبت‌نام کرده‌اند.

این آمار نشان‌دهنده عملکرد موفق بیمه‌های تعاونی به عنوان یک بخش از صنعت بیمه و تأییدکننده یافته‌ها و تحقیقات اتحادیه ACME (اتحادیه

نمی‌شود بلکه سرمایه آنان نیز به بیغما می‌رود!

در نشست مذکور عنوان شد که نرخ اولیه بهره وام پرداختی بانکهای تعاون بیش از ۱۳ تا ۱۴ درصد بود که با احتساب اضافه به بیش از ۱۶ تا ۱۷ درصد می‌رسید.

بیمه تعاون در جهان

آمار و ارقام ارایه شده از سوی اتحادیه بین‌المللی تعاون و بیمه تعاونی (ICMIF) نشان می‌دهد که درآمد ناشی از حق بیمه بیمه‌گذاران طی سال ۲۰۰۱ میزان ۲۶٪ افزایش نشان می‌دهد. این رقم در مقایسه با کاهش ۷ درصدی درآمد حق بیمه‌ای در همان دوره زمانی در کل صنعت بیمه قابل

موفقیت آمیز نشان می‌دهد که شرکت تعاونی "قلب انگلیس" در دو سال گذشته ۱۷٪ رشد فروش داشته است.

به گفته مدیرعامل تعاونی، روند صعودی فروش نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان و خریداران بیشتر به خرید از فروشگاههای تعاونی محلی تمایل دارند تا اینکه از سوپر مارکت‌های شهرهای بزرگ مایحتاج خود را تهیه کنند.

به اعتقاد وی عامل کلیدی در این موفقیت عرضه کالاهای با کیفیت و قیمت‌های رقابتی از سوی گروه بزرگ تعاونی خرده‌فروشی بوده است.

وی گفت: این تعاونی همچنان به سرمایه‌گذاری بیشتر، در زمینه بهبود وضعیت فروشگاهها، بالا بردن کیفیت محصولات و خدمات ادامه خواهد داد.

تأسیس کارخانه تعاونی تولید الکل اتیلیک

۱۴ فوریه ۲۰۰۳

یک تعاونی در شهر مینسوتا غربی در آمریکا با موافقت دولت اقدام به فروش سهامی به ارزش ۵۵ میلیون دلار برای ایجاد یک واحد تولید الکل اتیلیک نمود. این اولین و بزرگترین پروژه تولید الکل اتیلیک در مینسوتا می‌باشد که بدون پشتوانه اعتبار دولت برای تولیدکنندگان راه‌اندازی می‌شود. بیش از این برای تولید هر گالن الکل (حدود ۴ لیتر) ۲۰ سنت اعتبار از طرف دولت پرداخت می‌شد.

بسیاری از سرمایه‌گذاران از کشاورزان و دامداران منطقه هستند. شرکت تعاونی در نظر دارد هزینه‌های تقریبی پروژه را تا میزان ۴۰ درصد یا حداکثر ۲۲ میلیون دلار از طریق فروش سهام افزایش دهد. باقیمانده سرمایه از محل وام‌دهندگان خصوصی تأمین می‌شود.

در صورت موفقیت پروژه، طرح ساخت یک واحد تولید الکل اتیلیک با ظرفیت سالانه ۴۰ میلیون گالن ساخت کارخانه دیگری با آسیاب ۱۳۰/۰۰۰ تن غلات در اواخر سال ۲۰۰۳ آغاز خواهد شد. این واحد در زمینی به مساحت ۳۱ هکتار انجام و بیش از ۳۰ شغل ایجاد خواهد نمود. ●



بازاریابی آن موافقتنامه‌ای را به امضاء رساند. براساس این توافقنامه با ۵۲۰ کشاورز و دامدار عضو تعاونی، به طور مستقل از سازمان دامداران آمریکا برخورد خواهد شد.

رکورد فروش سال تعاونی "قلب انگلیس"

تعاونی مواد غذایی "قلب انگلیس" بیشترین میزان فروش در سال را با ۷/۲٪ جهش در امر فروش در سابقه کار خود ثبت کرد.

میزان فروش این بزرگترین تعاونی خرده‌فروش با ۶۰۰ نفر پرسنل در ۳۵ فروشگاه مواد غذایی در شهرهای کاونتری، وارویک شایر و لچستر شایر جنوبی در انگلیس به ۴۴/۴ میلیون پوند در سال ۲۰۰۲ بالغ شده است که ۳ میلیون پوند از سال ۲۰۰۱ بیشتر بوده است. این افزایش درآمد در حالی است که سال ۲۰۰۲ از نظر تورم و عدم اطمینان در تجارت خرده‌فروشی با دشواریهایی روبرو بسوده است. این عملکرد

همچون استاندارد لایف، NFU، لیورپول و یکتوریا و رویال لندن، مزایای بیمه‌گری تعاون دو چندان شده است و هم‌اکنون بیمه‌های تعاونی از نظر بیمه‌گذاران برای سرمایه‌گذاریهای بلندمدت، از امنیت بیشتری برخوردار است و ما این را پرواز به سوی کیفیت بهتر بیمه‌گری می‌دانیم. بیمه‌گذاران رفته‌رفته در می‌یابند که ارزشهای تعاون از جمله مسؤلیت‌پذیری گسترده اجتماعی و کارایی و انصاف عملاً جریان یافته است. اطلاعات آماری گرداوی شده نشان می‌دهد که شرکت‌های بیمه تعاونی انگلیس دیگر ناکارا نیستند، بلکه بخش پویایی از صنعت بیمه این کشور را تشکیل می‌دهند.

ورود تعاونی مواد لبنی به موافقتنامه بازاریابی

۱۳ فوریه ۲۰۰۳

تعاونی شیر به عنوان یک تعاونی مستقل کشاورزان و دامداران با بزرگترین تعاونی مواد لبنی آمریکا و نمایندگیهای



جهانی شدن و نیاز به تعاونیها

○ نویسنده: براندون اورست

○ مترجمان: احمد گنجی - کمال خالق پناه

با اطمینان می‌توان گفت که ما از سپیده‌دمان تاریخ با تعاون سر و کار داشته‌ایم. مردم‌شناسان نخستین بار از تعاون در میان گونه انسانی به نام هوموساپینس (Homo sapiens) یا انسان اندیشمند که نقطه عطفی در تکامل انسان بود، خبر می‌دهند که ضمن گرد هم آمدن و همکاری با هم‌نوع خود به شیوه‌های قدیمی اما بسیار مهم، خود را از چنگ جانوران درنده و طغیان بی‌قرار محیط اطراف در امان نگه داشته‌اند.

همانطور که نظریه‌های علمی جدید نکامل در کنار ایده‌های سفت و سخت فردگرایی و سرمایه‌داری شروع به توسعه کردند قید و بندهای تعاون هم به تدریج از هم گسستند! افزایش اهمیت اجتماعی مالکیت خصوصی به ویژه در رابطه با

وسایل تولید کالاها و خدمات، خامه را به جلو سوق داد و اقتصادهای محلی در اقتصادهای منطقه‌ای و اقتصادهای منطقه‌ای در اقتصادهای ملی ادغام شدند و اقتصادهای ملی نیز در حال ادغام شدن با اقتصادهای بین‌المللی هستند. این فرایند در سال ۱۵۰۰ میلادی با پیدایش شهرهای قرون وسطی آغاز شد. پیشه‌وران و صنعتگران در نتیجه تواناییهای تولیدکنندگان و مالکان ماشین مجبور شدند به شهرها نقل مکان کنند. آنها ابزارهایشان را کنار گذاشتند و به شهرها تمایل پیدا کردند.

نخستین فرآیند رشد جهانی از تأسیسات صنعتی بزرگ در نظامهای اقتصادی سرمایه‌داری به همراه معرفی ماشین‌آلات آغاز شد اکنون کالاهایی که

بیشتر با دست ساخته می‌شدند، به وسیله ماشین در مقادیر زیادی تولید می‌شوند. قیمت‌ها تنزل پیدا کرده‌اند و کسانی که با دست کار می‌کردند خود را در رقابت با چیزهایی می‌یابند که می‌توانستند گرسنگی و سرما را تحمل کنند و ابداً رنج نبرند! آهنگر روستا، کارگاش و خیاط کسبش را رها کرد. به طور کلی همه این افراد از خانه‌های روستایشان روی برگردانند و شیوه کارهایشان را به شهرهایی بردند که در آن کارخانه‌های بزرگ برپا شده بود. دروازه‌هایی که صبح برای اجازه ورود به آنها باز می‌شدند و بعد از انجام وظایف روزانه، پشت سر آنها بسته می‌شد. کلید کارگاه در دست آنها نبود چرا که ابزارها و کلیدهای کارگاه نه متعلق به آنها که متعلق به کارفرمایان بود. با قدم گذاشتن آنها در این راه تحقیقات صنعتی آغاز شد. آنها با همدگر آشنا شدند و غالباً بر سر مسایل حقوق و دستمزد و بی‌عدالتی‌های کار بحث می‌کردند. (Po wdorly(exc))

این مشاهده باورنکردنی ما را به این فکر می‌اندازد که مسایل امروزی بی‌شک مرتبط با جهانی شدن است. کمپانیهای بین‌المللی و شرکتهای فراملیتی بزرگ، اجتماعات و کارگاه‌های محلی خدمات مربوط به خود را به حرکت درآورده‌اند. این تأثیرات اگرچه بیشتر اقتصادی‌اند، اما ماهیت اجتماعی و سیاسی دارند و تا زمانی که افراد کمتر و کمتری دارای مزایای بیشتر و بیشتری هستند اکثراً دارای مزایای کمتری هستند و دموکراسی به تحلیل می‌رود. این امر همچنین نژادپرستی - تبعیض جنسی و شکلهای دیگر نابرابری اجتماعی را تشدید می‌کند. برای حل این مسائل مصرف‌کنندگان مجبورند پولی را که به دشواری به دست می‌آورند، صرف خرید کالاها از فروشگاههای نواحی دوردست نمایند و این طریق بطور ناخواسته دوستان محلی و خانواده‌هایشان را از ماحصل این کسب و کار کنار می‌گذارند. علاوه بر این در طول سده‌های اخیر آنچه را که زمانی پول محلی به حساب می‌آمده به یک نقطه دوردست دیگر انتقال دهند پولی که دیگر قابل بازگشت نیست!

اینجاست که نقش تعاون به روشنی نمایان می‌شود چرا که به منظور همبستگی با کارگرانی که حقوق کار را زیر سؤال می‌برند، غالباً این مردم هستند که فعالیتهای تعاونی را به وجود می‌آورند. اکنون بسیاری بر این عقیده‌اند که تعاونی را چیدیل اوج جنبش تعاونی بین‌المللی بود. بدین ترتیب تعاونیها در شکل جدیدشان از تعاونگران به عنوان افرادی نام می‌برند که برای برآورده کردن نیازهای مشترکشان گردهم می‌آیند. در دوره‌های رکود اقتصادی، به ویژه دوره‌هایی که درصد بالایی از ثروت ملی به اقلیتی فوق‌العاده کوچک اختصاص داده شود، کارگران و صنعتگران برای جبران کمبود سرمایه گرد هم می‌آیند. در تعاون افراد گردهم آمده، سرمایه مناسبی را ذخیره می‌نمایند خانواده‌ها را با تأمین نیازهای اقتصادی، حمایت می‌کنند و خانه‌هایی را برای افراد بی‌سرنه فراهم می‌سازند و در میان کارگران حرفه‌های خاص همبستگی ایجاد می‌کنند. این تعاونیها آرمانهای مربوط به خود را در سراسر قرن گذشته گسترش داده‌اند، اما هنوز بسیاری از نقاط از این حیث در جهان بدون تغییر باقی مانده است!

در سال ۱۹۹۶ در کنفرانس اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) در مبحث اصول تعاونیها تجدیدنظر صورت گرفت. این بازنگریها عموماً با توجه به فلسفه تعاونی بودند. تعاونیها به ارتباط مستقل افرادی گفته می‌شود که به گونه‌ای داوطلبانه برای برآورده کردن نیازها و تمایلات اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی مشترک از طریق فعالیت به هم پیوسته و نظارت دموکراتیک متحد شده‌اند. روابط بین این افراد بر ارزشهای خودیاری، خودمسئولیتی، دموکراسی - برابری، عدالت و همبستگی مبتنی است، زیرا در سنت مؤسسن تعاونیها، اعضای تعاونی به ارزشهای اخلاقی، صداقت، آزادی، مسئولیت اجتماعی و کار برای دیگران عقیده داشته‌اند.

ICA همچنین اصولی برای تعاونیها وضع کرده است که به مثابه خط‌مشی‌هایی هستند که می‌توانند برای تعاونیهای یکسان دیگری هم استفاده

شوند.

(۱) عضویت آزاد و داوطلبانه (Voluntary & Open Membership): تعاونیها سازمانهای داوطلبانه‌ای می‌باشند که عضویت در آنها برای همه افرادی که می‌توانند از خدمات تعاونیها استفاده کنند و یا مایلند مسؤولیتهای عضویت را بدون تبعیض جنسی، اجتماعی، نژادی، سیاسی یا مذهبی بپذیرند، آزاد است.

(۲) نظارت دموکراتیک اعضا (Democratic Member Control): تعاونیها سازمانهای دموکراتیکی هستند که به وسیله اعضای که به طوری فعال در زمینه خط‌مشی‌هایشان شرکت می‌کنند و تصمیماتی را اتخاذ می‌کنند، کنترل می‌شود. مردان و زنان در هیأت مدیره به عنوان نمایندگان اعضا خدمت می‌کنند و اعضا نیز در رابطه با عضویتشان مسؤولند. در این مؤسسات عموماً عقیده (یک رأی) در مجمع عمومی شیوه متداول دموکراسی به حساب می‌آید.

(۳) مشارکت اقتصادی اعضا (Member Economic Participation): تعاونیها، اعضا به طور عادلانه در سرمایه تعاونیها سهمند و به شیوه دموکراتیکی بر آن نظارت دارند. اعضا تعیین می‌کنند که سرمایه چگونه در داد و ستدهایشان به جریان بیفتد و اغلب از مازاد سود برای هدفها و مأموریتهای تعاونی استفاده می‌کنند.

(۴) استقلال (Autonomy & Independence): تعاونیها تلاش می‌کنند به شیوه‌های محلی و اقتصادی برآورده کردن نیازهای اعضایشان خودتکا باشند و همه داد و ستدهایشان برای کسب استقلال و خودزستی به کار گرفته شود.

(۵) آموزش - تحصیل و اطلاعات (Education, Training & Information): تعاونیها برای اعضایشان

که شامل نماینده‌ها، مدیران و کارکنان، خود زمینه آموزش و تحصیل را فراهم می‌آورند تا بتوانند به طور مؤثری در توسعه تعاونیها سهمند. تعاونیها درباره ماهیت و مزیت‌های تعاونیها به عموم - مخصوصاً جوانان و رهبران عقاید - آگاهی می‌دهند.

(۶) همکاری میان تعاونیها (Cooperation among Cooperatives): تعاونیها با مؤثرترین شیوه به اعضایشان خدمت کرده و جنبش تعاونی را از طریق ساختارهای محلی - ملی و بین‌المللی

در تعاونیها، اعضا به طور عادلانه در سرمایه تعاونیها سهمند و به شیوه دموکراتیکی بر آن نظارت دارند. اعضا تعیین می‌کنند که سرمایه چگونه در داد و ستدهایشان به جریان بیفتد و اغلب از مازاد سود برای هدفها و مأموریتهای تعاونی استفاده می‌کنند.

تقویت می‌کنند.

(۷) توجه به جامعه (Concern for Community): تعاونیها برای تساوام توسعه جامعه خود از طریق خط‌مشی‌هایی که به وسیله اعضایشان به تصویب رسیده، عمل می‌کنند. این کار را معمولاً از طریق حمایت از منافع محلی در هر جایی که امکان دارد انجام می‌دهند و همچنین از طریق همکاری با تعاونیهای دیگری که کار یکسانی را انجام می‌دهند.

به طور خلاصه، تعاونیها دارای مدیریتی هستند که به شیوه‌ای دموکراتیک کنترل می‌شوند و



درس‌هایی برای:

تعاونی‌های کشاورزی آسیا و اقیانوسیه

ترجمه: مریم نعمتی

اشاره

تعاونی‌های کشاورزی به صورت‌گوناگونی، تقریباً در تمام نواحی (آسیا و اقیانوسیه) فعال هستند. اغلب این تعاونی‌ها فعالیت خود را یا با کمک مستقیم دولت آغاز کرده‌اند و یا در نتیجه طرح‌های حمایتی و ابتکاری دولت تشکیل شده‌اند و یا اینکه در نتیجه پروژه‌های اجرا شده مؤسسات دو یا چندجانبه پدید آمده‌اند.

تقریباً تمامی کشورهای این نواحی در ساختار اقتصادی خود با تعاونی‌ها مواجه هستند. فصل مشترک تمام این تعاونی‌ها وجود کشاورزان خرده‌پا و حاشیه‌نشین است که گذران زندگی آنها وابسته به درآمد کشت و کار کوچکنشان می‌باشد. قوانین امروزی تعاونی‌ها بستر مناسبی برای افزایش "ارزش افزوده مواد اولیه" فراهم آورده است. از این‌رو این تعاونی‌ها جز در موارد معدود با موفقیت عمل کرده‌اند. بدین ترتیب در مواردی که تعاونی‌ها قادر نشده‌اند برای تولیدات

اعضاء خود بازاریابی کنند دلان و افراد واسطه سود بسیار برده و تمامی کشاورزان دو چرخه فعالیت نارسایی گرفتار می‌آمدند که در آن نقش تعاونی‌ها (به مرور) حذف می‌شد در حالیکه بازاریابی کشورهای توسعه یافته بسیار تکامل یافته است.

تسهیل‌های بازاریابی، تسهیلات بازاریابی کارآمد را در نقاطی فراهم می‌کنند که قبلاً بازار وجود نداشته است. در این بازارها قیمت پایدار است، سود حاصله کم است اما بازار مناسبی فراهم است که در آن امکان ایجاد صنایع جانبی کشاورزی وجود دارد، بنابراین می‌توان ارزش افزوده محصولات اولیه را بالا برد. علیرغم تمامی موانع و مشکلات، تعاونی‌ها، بهترین مؤسسات برای توسعه کشاورزی در نواحی آسیایی هستند. در دامنه بسیار وسیعی، آنها برای تسریع روند توسعه بخش کشاورزی، مطلقاً ضروری هستند. تنها راه بهبود تعاونی‌ها،

متمرکز کردن فعالیتهای آنها در یک خط مستقیم است، تعاونی‌ها می‌بایست فعالیتهای خود را طوری ساماندهی کنند که بتوانند منابع مالی خود را افزایش دهند، توانایی‌های تکنیکی و مدیریتی خود را بهبود بخشند تا خود محافظ سرمایه اعضایشان باشند. نمونه‌هایی از این دست تعاونی‌های موفق کم نیستند. چنین خط‌مشی تنها زمانی امکانپذیر است که مدیر مسئول پیشرفت و توسعه تعاون باشد، در تسدراک مسدیریت روزبروز تعاونی‌ها برای رفاه و پاسخگویی به نیاز کشاورزان باشد و مترصد تدارک گسترش سطح دانش و درک و بکارگیری مدیریت

کیفیت در تعاونی خود باشد. در این مقاله درسهایی از تلاشهای انجام شده تعاونیهای کشاورزی نواحی (آسیا - اقیانوس آرام) همراه با تجربیات منتج از تعاونی‌های ژاپنی آمده است.

تعاونی‌های کشاورزی برای مردم بی اندازه مهم و بزرگ می‌باشند. هرچند تمامی آنها مبتلا به مشکلات موروثی هستند.

تعدادی از این معضلات عبارتند از:

۱- یک کشاورز به تنهایی قادر به رویارویی با نیروی موحش بازار نیست و نمی‌تواند به تنهایی و با تلاشهای خود از نظر اقتصادی با صنایع بزرگ رقابت کند. اکثریت کشاورزان خرده‌پا و غالباً پراکنده هستند، آنها به تنهایی قادر به نفوذ در بازار نیستند.

۲- متوسط بازده سرمایه گذاری در کشاورزی در مقایسه با صنعت یا تجارت پایین است و (این به دلیل عوامل زیر است):

- ریسک پذیری بالایی که در تولید محصولات کشاورزی به دلیل دخالت عوامل آب و هوایی و سایر احتمالات، همواره وجود دارد.

- مسیزان بالای هزینه‌های ثابت و چرخه طولانی تولید موجب شده است که کشاورزی برای الگوبرداری از تغییر نرخ تقاضا قابلیت انعطاف کمتری داشته باشد.

- بازار کاملاً نامطمئن، طبیعت فسادپذیری بسیاری از محصولات کشاورزی و فقدان انبار و تسهیلات کافی و کارآمد هر کشاورز را با مشکل فروش به موقع محصولات خود مواجه ساخته است.

علاوه بر آن مشکلات تأمین نقدینگی برای رفع نیاز مزرعه و خانواده از جمله مسائل پیشروی کشاورزان است.

در مواردی که تعاونی‌ها قادر نیستند برای اعضاء خود بازار مناسبی برای فروش مهیا کنند، دلان و واسطه‌ها سود بسیار می‌برند و کشاورزان عضو تعاونی در چرخه معیوبی گرفتار می‌شوند که به نظر می‌آید تعاونی‌ها می‌بایست از آن حذف شوند. در کشورهای توسعه یافته بازاریابی کاملاً پیچیده است. فرآیند بازاریابی با تعداد زیادی از فعالیتهای همراه است.

جمع‌آوری محصولات در یک محل، انبارکردن، فراهم آوردن نقدینگی برای اعضاء سازمانی که محصول آنها به فروش نرفته است و نیز بیمه (محصولات) در مقابل خطرات احتمالی، استاندارد کردن محصولات و انتقال آنها به بازار فروش از جمله این اقدامات است. واسطه‌ها نیز نقش منفی خود را در عدم پیشبرد فعالیت کشاورزان همچنان بازی می‌کنند در چنین شرایطی یک تعاونی موفق می‌تواند کشاورز و تولیدکننده را نجات دهد، آنها تلاش می‌کنند تا از کشاورزان با تسهیلات اعتباری و سایر درآمدهای مزرعه و سایر سرویسها حمایت کنند. تعاونی‌های کشاورزی سعی در فراهم آوردن بازار مناسب محصولات کشاورزی در نقاطی که قبلاً وجود نداشته، دارند تا درآمد کشاورزان از طریق بازگشت سرمایه به مزرعه افزایش یابد، قیمت‌ها ثابت باشد، سود کشاورزان حاشیه‌ای تأمین شود و

امکان ایجاد بازارهای بهتر و صنایع فرآوری محصولات کشاورزی با امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتر فراهم باشد.

طیف موفقیت

طیف موفقیت نهضت تعاون در هر ناحیه و یا هر کشوری نسبت به کشور دیگر متغیر است. هنوز مشکلات مدیریتی وجود دارد که همراه با مشکلات عدم شراکت فردی اعضاء، نداخل ایجاد می‌کند. دولت‌ها شراکت و نفوذ زیادی در تعاونی‌ها دارند که این امر به علت فشار زیادی است که به تعاونی‌ها وارد می‌شود تا در جهت سیاستها و برنامه‌های ایالتی خدمات ارائه دهند. به همین دلیل در بسیاری از نواحی آسیایی، تعاونی‌ها بیشتر شبیه مجریان سیاستهای دولتی هستند تا مأمور موسساتی که وظیفه ارائه خدمت به مؤسسان واقعی خود، یعنی اعضاء را به عهده دارند. اغلب مشاهده شده است که تعاونی‌ها اعضاء خود را در تصمیم‌گیری دخالت نمی‌دهند. به عبارت دیگر تعاونی‌ها بیشتر (تعاون - مدار) هستند نه (عضو - مدار) علیرغم تمامی این موانع و مشکلات، تعاونی‌ها برای توسعه کشاورزی بهترین مؤسسات در نواحی آسیایی هستند. در یک تعریف کلی آنها همچنین برای تسریع توسعه کشاورزی هستند. از این رو بهترین روش بهبود تعاونیها متمرکز کردن فعالیت‌های آنها در یک خط مستقیم است. تعاونی‌ها می‌بایست فعالیتهای خود را طوری ساماندهی کنند که بتوانند منابع مالی خود را افزایش دهند، توانایی‌های تکنیکی و مدیریتی خود را بهبود بخشند تا خود محافظ سرمایه اعضایشان باشند، نمونه‌هایی از این دست تعاونیهای موفق کم نیستند چنین خط‌مشی تنها زمانی امکان‌پذیر است که مدیر مسئول پیشرفت و توسعه تعاون باشد، در تدارک مدیریت روز به روز تعاونی‌ها برای رفاه و پاسخگویی به نیاز کشاورزان باشد و مترصد تدارک گسترش سطح دانش و درک و بکارگیری مدیریت کیفیت در تعاونی خود باشد.

رهبریت تعاونی‌ها اهمیت ویژه‌ای را در عملکرد آن داراست: یک مدیر خوب

با ایجاد رقابتهای تکنیکی و مدیریتی برای دستیابی به حداکثر پیشرفت اقتصادی در تولیدکنندگان، در تعاونی‌هایی کار می‌کند که (عضو مدار) باشند. کارمندان و اعضاء هیأت مدیره تعاونی‌ها از کمبود مهارتهای مدیریتی رنج می‌برند و این امر عمده‌تاً مربوط به عدم آموزش کافی و قابل دسترس از سوی نهضت تعاون است. از آنجا که در تعاونی‌های سطح اول و دوم، تعاونی دچار کمبود در محدودیت منابع مالی است امکان ضمانت آموزش آنها در مؤسسات آموزشی سطح بالا و در خارج از کشور غیرممکن است. رهبران تعاونیها فرصتهای بسیار محدودی برای تماس با هم‌ردیفان خود در سایر کشورها دارند. بدین جهت درک و دانسته‌های آنها از کاربرد تعاونی، در موقعیت محلی باقی می‌ماند. آنان نیازمند گسترش سطح دانش و درک خود از مدیریت کیفیت می‌باشند.

ارزش‌های ذاتی JAS

تعاونی‌های کشاورزی در ژاپن Jازیا گروه Jازیا نهضت Jازیا نامیده می‌شوند. تقریباً پیشرفته‌ترین مؤسسات، تعاونی‌هایی با تکنیک سطح بالا هستند که نه تنها محصولات کشاورزی مورد نیاز بازار را تولید، عرضه و سرویس‌دهی می‌کنند بلکه از اعضاء سرمایه‌های آنها در کل حمایت می‌کنند تعاونی‌های کشاورزی در ژاپن بر سه اصل استوار هستند. کشاورزی سالم، کیفیت بالا و تکنولوژی بالا.

نهضت تعاونی‌های کشاورزی ژاپن نوآوریهای بزرگی پدید آورده است بعضی از نمادهای JAS چنین مشاهده شده است:

یکپارچه‌سازی تعاونیها، به طوری که در رقابتهای شدید، قادر به ادامه حیات اقتصادی و خودکفایی باشند، راهنمایی کشاورزان، ارائه خدمات بهتر زندگی به منظور دستیابی به سطوح عالی ارتباط با اعضاء و غنی‌سازی زندگی اجتماعی آنها، حفاظت از سرمایه اعضاء کشاورز از طریق بیمه مشترک و حفاظت و بهداشت، ارائه تسهیلات برای اجاره زمین، طراحی خدمات مالیاتی برای

● **تعاونی‌ها می‌بایست از طریق انتخاب مدیران و رهبران حرفه‌ای که به رقابت تجاری وارد هستند بیشتر شبیه مؤسسات تجاری اداره شوند و تجارت می‌بایست از طریق شبکه با اصول تعاون مرتبط باشد.**

● **رهبریت تعاونی و شراکت فعال از طریق معرفی فن آوری نوین در شکل‌گیری و طرز عمل و مؤثر طراحی و تولید در مزرعه، بسیار ارزشمند است. استفاده از دانش زراعت، مصوب کردن استفاده از مواد اولیه‌ای با کیفیت عالی چون بذر و استفاده از ماشین‌آلات در کشت و کار عوامل مهمی هستند که عملکرد محصولات کشاورزی را افزایش می‌دهند.**

● **تعاونی‌ها می‌بایست کشت محصولاتی را به زارعین توصیه کنند که درآمد بالاتری برای آنها به همراه داشته باشد. گفتگوی متقابل و مداوم میان کشاورزان، تعاونی‌ها و بازاری‌ها مسلماً در حل مجدد معضلات مؤثر خواهد بود. جهت‌گیری کشاورزان در حصول موفقیت باید افزایش بازده (کم‌ت) و کیفیت باشد.**

● **بسته بندی و بازاریابی پیشرفته برای افزایش سهم تجاری در تعاونی‌ها حائز اهمیت است. تعاونی‌های کشاورزی می‌توانند تشویق شوند که در بازار محصولات بعنوان یک عمده‌فروش عمل کنند. در نتیجه سود بیشتری نصیب اعضا خواهد شد درجه‌بندی و بسته‌بندی مناسب قیمت نهایی محصول را افزایش خواهد داد و آنها را قادر می‌کند که محصولات خود را به طور مناسبی فرآوری و توزیع کنند. ثابت شده است که در تعاونی‌هایی که امکان ارائه خدمات درجه‌بندی، بسته‌بندی و بازاریابی وجود دارد پایداری و جلب سرمایه اعضا در آنها بیشتر است. این شاخص‌ها اگر از سوی رهبران تعاونی‌های کشاورزی معرفی شوند به خوبی در تعاونی‌ها شکل خواهد گرفت.**

در سهایی در ارتباط با توسعه نهضت تعاونی‌های کشاورزی

تجربیات اخیر تعاونی‌های کشاورزی آسیا بیانگر این است که تعاونی کشاورزی می‌بایست به طور استوار و در امتداد



تکنولوژیکی همراه با توسعه نهضت در مورد بیمه مشترک سرمایه‌ها.

شاخص‌های موفقیت

براساس تجارت در شرکتهای اتحادیه‌های تعاونی و سطح ملی کشورهای مختلف این ناحیه شاخص‌های زیر برای موفقیت در نظر گرفته شده‌اند:

● **اگر تعاونی‌های کشاورزی موفق عمل کنند دولت موظف است برای آنها اهمیت بیشتری فائل شده و از آنها بیشتر حمایت کند آنها همانند سایر تشکیلات اقتصادی و بازرگانی نیازمند تشویق و ترفیع هستند.**

● **هرچه دخالت دولت در تعاونی‌ها کمتر باشد، موفقیت آنها در عمل بیشتر خواهد بود و نظم و انضباط، رهبری خوب، اعتماد صادقانه و اطمینان به عملکرد، به کارآمد شدن تعاونی کمک می‌کند تعاونی‌ها نمی‌بایست سازمانهای سیاسی و یا خودمحور باشند.**

افرادی که به علت محدودیت‌های شخصی قادر به اجرای دقیق برنامه‌های بازاریابی نیستند، تولید کالا و خدمات با کیفیت مناسب برای مصرف کننده، ارتباط موفقیت‌آمیز با دولت از طریق اجرای سیاست گفتگو و مشورت، آموزش و تربیت کشاورزان عضو از طریق شبکه تعاون و توسعه موسسات آموزشی، تسهیل ارتباط از طریق شبکه اینترنت و تجارت اینترنتی، اطمینان از بازگشت سرمایه اعضا از طریق فرآیند ارزش افزوده، تشویق زنان و جوانان برای تشکیل اجتماعات به منظور تعریف، تمجید و حمایت از کار شبکه JAS خصوصاً در مورد مراقبت از پایداری سرمایه جوانان و همچنین سالمندانی که به شغل افتخار آفرین کشاورزی اشتغال دارند، تشویق کشاورزان عضو در کنترل آلودگی از طریق تولید و بازاریابی سالم، ایجاد ایمنی لازم برای محصولات کشاورزان به منظور حفاظت از سرمایه مصرف کننده و بسط همکاری

ر - تغییر و تبدیل در تجارب کشاورزی
 "JAS"ها هرگز خود را محدود به تولید تنها برنج و سبزیجات نمی‌کنند. آنها تجارب سایرین را جذب می‌کنند. مثلاً گیاهان گلخانه‌ای، توریسم سبز (جهانگردی سبز) و غیره. اعضاء تصمیم گرفته‌اند که زمین هایشان را تبدیل به باغات وسیع وانبوهی از گیاهان کنند و بدین ترتیب جاذبه‌های جهانگردی ایجاد نمایند.

ز- مرکز مدیریت مزرعه:

این واحدهای فنی جهت ارائه انواع خدمات و ابزار مربوط به کشت و کار کشاورزان به وجود آمده‌اند. آنها اطلاعات فنی مربوط به ابزار، استفاده و حفاظت از آنها را برای زارعین مهیا می‌کنند. کشاورزان این مراکز را جهت به دست آوردن تمامی منابع و اطلاعات فنی و راهنمایی‌ها از یک نقطه واحد بسیار سهل‌الوصول می‌یابند.

ط - بازار تماس تولید کننده - مصرف کننده

این بازارها (اغلب بازار صبح نامیده می‌شوند) "JA" فضایی تدارک دیده است که در آن کشاورزان عضو، میوه جات، سبزیجات، گلها و گیاهان گلخانه‌ای و سایر محصولات خود را مستقیماً بدون دخالت واسطه‌ها و یا بازارهای محلی به مصرف‌کننده می‌فروشند. این بازارها اغلب در گوشه‌ای از دفتر JA یا فروشگاه تعاونی دایر می‌شود.

نظریه‌ای وجود دارد که معتقد است برای مصرف‌کنندگان یا شهرنشینانی که بسیار گرفتار هستند مکانی تهیه شود که شانس تماس مستقیم با زارع را داشته باشند، بنابراین در جامعه کشاورزان JA یکنوع اشتیاق و تمایل ایجاد می‌شود.

ظ - کشاورزی و مواد غذایی عاری از مواد شیمیایی

این مبحث تقاضا برای تازگی، بهداشت، ایمنی و مواد غذایی عاری از مواد شیمیایی را در برمی‌گیرد. به کشاورزان توصیه می‌شود که به تدریج استفاده از کودهای بیولوژیک را افزایش دهند و از مصرف کودهای شیمیایی اجتناب کنند. کشاورزانی که در تولید

(کاغذبازی) افزایش می‌یابد، رهبران بنابه قدرتی که پیدا می‌کنند در سیاست دخالت می‌کنند و شکست تعاونی‌های بزرگ منجر به افت عظیم اقتصادی و غیره خواهد شد، هر چند که در برخی موارد یکپارچه‌سازی تعاونی‌ها نتایج سودمندی را دربرداشته است.

س - فعالیتهای هدایتی در مزرعه

این مبحث نه تنها باعث می‌شود اطلاعات فنی کشاورزان از کاشت محصولات مختلف افزایش یابد بلکه به آنها در افزایش درآمد کمک خواهد کرد. کشاورز از نظر مباحث فنی و اقتصادی در مورد محصولات مورد نظر راهنمایی می‌شود. مثلاً اینکه اگر به جای کشت برنج، پرورش گل انجام دهد و یا اگر گونه خاصی از گوجه‌فرنگی را کشت کند درآمد بیشتری حاصل خواهد کرد. هدایت زراعت، کلید موفقیت و استحکام تجارت JA است. ارائه خدمات با طراحی مزرعه، التزام به استفاده از مواد اولیه و منابع مناسب و بازاریابی محصول نهایی زنجیروار با هم پیوستگی دارند.

د - برنامه‌ریزی ارتقای سطح کشاورزی منطقه RAPP آسیا و اقیانوسیه

Regional Agricultural Planing

در تولید مواد غذایی تمام "JAS"ها یک پایه واحد هستند، هر کشاورز محصولات یک برنامه را تولید می‌کند. JA این برنامه را با هم مقایسه تطبیقی کرده و یک طرح قابل درک منطقه‌ای ارائه می‌دهد. شهردار / مجریان امور شهری، دولت مربوطه و دولت ملی این برنامه مخصوص را توسعه داده و از زارعین در مراحل ابتدایی با مواد اولیه، توصیه‌های فنی، ابزار و شناساندن آنها حمایت می‌کند.

ذ - مبحث یک روستا - یک محصول

JA با اعضای حمایت می‌کند که در مورد یک محصول به خصوص و تولیدات آن محصول، تخصصی عمل می‌کنند. تعاونی‌ها تمام نیازهای فنی و حمایتی تشویقی و ترویجی را تأمین می‌کنند. این روستاها هر کدام محصول مربوط به حوزه اداری خود را به طور تخصصی تولید می‌کنند.

برنامه‌های اقتصادی برنامه‌دار حرکت کنند و جهت‌گیری کلی تمام تلاشهای آن بر پایه سرویس‌دهی به اعضایی باشد که صاحبان اصل مؤسسه هستند. تعاونی‌های کشاورزی که در ژاپن بسیار موفق عمل کرده‌اند براساس تحول و تکامل، و با تابعیت متفق از اصول تعاون و باور به ارزش‌های تعاونی و اخلاق، عالی عمل کرده‌اند. توسعه ارائه خدمات که در چنین تعاونیهایی مهیا شده است نتیجه تقاضای سطح فراوانی از اعضاء برای این خدمات و آمادگی رهبران تعاون برای پاسخگویی به نیاز اعضاء در جامعه است برای پیشبرد خدمات و تقویت بنیان تعاونی، گفت‌وگو متقابل و داوری بین اعضاء و رهبران تعاونی همواره در جریان است. این موارد به‌طور خلاصه در ذیل آمده است:

الف - خلق یک هویت (شخصیت) حقوقی

با چشم انداز دارا بودن یک هویت واحد برای تعاونی‌های کشاورزی و برای شاخص کردن کیفیت تولیدات JA این نهضت، نشانه JA را برای حک شدن روی تمام محصولات که از طریق این شبکه تولید و تأمین می‌شوند. انتخاب کرده است علامت JA نشانه یک گروه قوی تجاری است که محصولات آن تازه، سالم و ممتاز است.

ب - یکپارچه سازی اتحادیه‌های کشاورزی:

هدف اصلی، تقویت گروه JA مهیا کردن تعاونی‌ها برای پیشرفت اقتصادی است. JA این برنامه را با اهداف زیر دنبال می‌کند:

کشاورزان را مهیای رشد و ترقی کند، تعاونی‌ها را قوی و ماندگار کند و با جمع آوری قوای داد و ستد، شجاعانه با بازار رقابتی روبرو شود، فرایند نهایی برپایه رضایت عمومی و موافقت تمامی اعضاء است. طبیعی است که (یکپارچه سازی) تعاونی‌ها علیرغم تمام مزایا، معایبی نیز داشته باشد مانند:

- تعاونی‌ها آنقدر بزرگ می‌شوند که مدیریت آنها دشوار است. تماس با اعضاء بسیار کم می‌شود، ارتباط اعضاء با تعاونی کاهش می‌یابد، تمایلات بوروکراتیک

فراهم کردن اعتبار (سهل الوصول و ارزان) نیستند، اعضاء شروع به جستجوی جایگزینی برای تعاونی‌ها هستند تا بتوانند خدمات و مواد اولیه مزارع خود را از بازار آزاد دریافت کنند!

با این حال تجارب تعاونی‌های کشاورزی آسیایی ثابت کرده است که ایمان اعضاء به آنها همچنان باقی است چرا که این تعاونی‌ها تمامی خدمات و مواد اولیه مورد نیاز آنها و جامعه را در سطح وسیعتر تأمین می‌کنند.

برای رویارویی بامباحث منفی بازار آزاد، تعاونیها با عنوان تجاری و جسورانه JA تشکیل شده‌اند و یکپارچه‌سازی تعاونی‌های اولیه و سایر مؤسسات در سطوح مختلف، نیروهای آنها را در جهت حفاظت از سرمایه‌های اعضاى خود در مقابل بازار آزاد برانگیخته است. سیاست قوی گفتمان میان دولت‌ها برای اینکه تعاونی‌ها خود را در سطوح بین‌المللی به خصوص در بخشهای نظیر (WTO) (سازمان تجارت جهانی)، حفاظت محیط زیست و همیاری تعاون مطرح کنند در جریان است.

هدف اصلی، هدایت کشاورزان از طریق ارائه خدمات تعاونی‌های کشاورزی است. در بعضی موارد این سرویس‌ها به طور انبوه برای مزارع ترویجی غیرقابل درک است. هدایت زراعت در واقع یک ترکیب از مزارع ترویجی و فن‌آوری تقویت شده زراعت همراه با مفهوم اقتصادی است. این خدمات با تشدید قوای اقتصادی نه تنها کشاورزان بلکه تعاونی‌های کشاورزی را تقویت می‌کنند. درس مهم دیگر تعاونی‌های کشاورزی پرهیز از رقابت میان تجارت متحد (کشورهای هم پیمان) و بنگاههای آن است. کشورهای متحد (هم پیمان) در مواردی سعی دارند که تجارت بنگاههای خود را با ارائه تمامی حمایت‌های ممکن در تولید، بازاریابی و انبارداری ارتقاء بخشند. از این تعاونی‌ها می‌توان درسهای بسیار آموخت و به عنوان ساز و کار و سرمایه در جهت رشد نهضت تعاونی به کار بست.

JAS لها درهای خود را به روی تمامی افراد کشاورز و غیر کشاورز گشوده‌اند تا به شکل عضو تمام عیار و یا عضو شراکتی فعال باشند در ارائه خدمات به هر دو نوع این عضو هیچ محدودیتی نیست تنها تفاوت آنها حق رای است. اعضاء شراکتی حائز حق رأی نیستند، شمول اعضاى شراکتی به افزایش سرمایه پایه و عملیات تجاری JAS کمک می‌کنند.

نتیجه‌گیری

تعاونی‌های کشاورزی در نواحی گوناگون و به اشکال مختلف متناسب با ویژگی محل و بخش‌های سیاسی دولتها گسترش یافته است. در هر حال آن‌ها باید در رفع نیاز کشاورزان و دولت جلب رضایت اعضاء فعالیت کنند. این تعاونی‌ها

تعاونی‌های کشاورزی سعی در فراهم آوردن بازار مناسب محصولات کشاورزی در نقاطی که قبلاً وجود نداشته، دارند تا درآمد کشاورزان از طریق بازگشت سرمایه به مزرعه افزایش یابد، قیمت‌ها ثابت باشد، سود کشاورزان حائزیه‌ای تأمین شود و امکان ایجاد بازارهای بهتر و صنایع فرآوری محصولات کشاورزی با امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتر فراهم باشد.

از آغاز تاکنون، مؤسسه‌ای کلیدی برای تدارک اعتبار کشاورزان و بازاریابی محصولات آنها می‌باشند. حتی گاهی دولت از این مؤسسات برای گسترش موارد ضروری خود در سطح روستا بهره می‌جویند، آن‌ها به خوبی خدمات خود را به کشاورزان ارائه می‌دهند. اگرچه در صورت کاهش تقاضا، ضعف فشار و بازار آزاد و فشار دولت برای کاهش بیارانه‌ها این تعاونی‌ها با مشکلات متعددی مواجه می‌شوند. اما آنها هرگز از اینکه جزء سطوح پائینی دولت محسوب شوند نگران نیستند چرا که اعتقاد دولتها مبنی بر خود کفا بودن تعاونی‌هاست و بنابراین نباید بوسیله آنها تشویق و حمایت شوند ایمان اعضاء به (تعاونیها) کم است چرا که این مؤسسات قادر به

محصولات لبنی، پرورش خوک و ماکیان دست دارند با مشکلات دفع فاضلاب مواجه هستند. این مواد کودهای بیولوژیک هستند که کیفیت و ایمنی محصولات کشاورزی را تأمین می‌کند. در این مقوله زارعین در خرید و فروش با یکدیگر توافق می‌کنند، بنابراین داد و ستدهای اقتصادی افزایش یافته و محصولاتی ایمن و عاری از مواد شیمیایی تولید می‌شود.

س - اجتماعات زنان

این اجتماعات از JA به طرق مختلف حمایت می‌کنند. این اجتماعات گروه‌های غیر رسمی هستند اما ساختمان آنها با ساختار اولیه JA از سطح اولیه تا سطح ملی موازی است. تا پایان سال ۱۹۹۱، ۱۵۲۶ جامعه زنان JA با ۱/۴ میلیون عضو وجود داشته است. این اجتماعات نه تنها مکمل و حساسی فعالیت‌های سیاسی و اقتصادی JA هستند بلکه خانواده را از نظر شعور اجتماعی اغناء می‌کنند. آنها به طور مشخصی در فروشگاههای بزرگ JA تحت عنوان A-coops که به وسیله تعاونی اولیه تأسیس شده، فعالیت می‌کنند. در واقع این اجتماعات فعالیت‌های تجاری JAS را ارتقاء می‌بخشند.

ش - اخلاق و نظارت مناسب

در تعاونی‌های کشاورزی

جامعه ژاپنی به طور سنتی به قانون احترام می‌گذارد. هیأت JA مسؤول عملیات تجاری است و در صورت زیان اقتصادی تمام اعضاء مجبور به سازش با این زیان هستند کارگزاران منتخب مانند هیأت مدیره و سایر کارگزاران حقوق و مزایای خود رابه‌طور کامل دریافت نمی‌کنند، فسرآیند تصمیم‌گیری و دلالت‌کردن برپایه مسؤولیت محاسباتی و پاسخگو است. ارتباط مناسب و هماهنگی میان رئیس هیأت مدیره و هیأت مدیره وجود دارد رئیس هیأت مدیره در واقع مدیر عامل JA است که در هیأت روند بحث و تصمیم‌گیریها را پیگیری و اجرا می‌کند.

ع - عضویت آزاد:

مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونیها در سطوح ملی و بین‌المللی، انجام وظایف محوله دولتی، نظارت بر اجرای مقررات حقوقی در حوزه فعالیتهای مربوطه.

براساس برنامه دولت رومانی، وزارت مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونیهای آن کشور، اهداف ویژه‌ای را تدوین نموده است که در طول ۴ سال آینده در اینگونه مؤسسات، تعاونیها و بخشهای تجاری به مورد اجرا گذارده خواهد شد.

● اجرای کامل قانون شماره ۱۳۳/۱۹۹۹ در خصوص تشویق سرمایه‌گذاران خصوصی برای تشکیل و توسعه مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط؛

● کارآمد نمودن و بهبود چارچوبهای حقوقی و اجرایی؛

● بهبود میزان دسترسی مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط به منابع مالی؛

● بهبود خدمات موجود برای مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط اقتصادی به منظور افزایش حضور تجاری آنها در بازارهای داخلی و بین‌المللی؛

● حمایت از سازمانهای وابسته به مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط و تعاونیها و ارایه مشاوره به چنین شرکتهایی؛

● ترویج برنامه‌های دولت در زمینه حمایت از فعالیتهای تعاونی؛

● ایجاد یک چارچوب حقوقی مناسب برای توسعه سیستم‌های تعاونی در بخش کشاورزی، تولید، خدمات، تجارت، ساخت و ساز، جنگلداری، شیلات و...؛

● حمایت از شرکتهای تعاونی صنعتگر برای توسعه فعالیتهای سازمان یافته از طریق انجام عملیات حقوقی و پرداخت اعتبار به منظور اشتغالزایی بیشتر؛

● تسهیل مشارکت تعاونیها به عنوان عوامل وحدت آفرین در برنامه‌های اجتماعی؛

● هماهنگ نمودن قوانین تجارت داخلی مطابق با معیارها و قوانین اروپایی به منظور تضمین گردش آزاد کالا و خدمات؛

● انجام اقدامات جدی برای



آشنایی با:

ساختار، وظایف و تشکیلات وزارت تعاون و مؤسسات کوچک و متوسط کشور رومانی

○ ترجمه: مرجانه سلطانی

معرفی وزارت MSMEC

وزارت تعاون و مؤسسات کوچک و متوسط رومانی براساس مصوبه سال ۲۰۰۱ با هدف اجرای برنامه دولتی مربوط به مؤسسات مذکور و نیز توسعه تجارت ملی تعاونیها تشکیل شد. این وزارت وظایف آژانس ملی توسعه با هدف ترویج تجارت نوین و توسعه SMEs را عهده‌دار می‌باشد. همچنین اختیارات اداره کل تجارت داخلی از وزارت پیشین، صنایع و تجارت منفک و به این وزارتخانه سپرده شده است. وظایف اصلی مؤسسات کوچک و متوسط و تعاونیهای رومانی عبارتند از:

وظایف راهبردی - تعیین، ترویج و اجرای راهبردها و برنامه‌های توسعه برای مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونیها و نیز توسعه تجارت داخلی و راهکارهای هماهنگ‌کننده. وظایف قانونی - ایجاد چارچوب قانونی و نهادی لازم برای تحقق اهداف و اجرای برنامه‌ها. وظایف مدیریتی - اداره بودجه دولتی و سایر نقدینگی‌های غیر بودجه‌ای و توزیع این منابع مالی به منظور توسعه SMEs و تعاونیها و بخشهای تجارت داخلی. وظایف نمایندگی - معرفی فعالیتهای

ساماندهی بازار در زمینه کالاهای گوناگون، به ویژه محصولات کشاورزی؛
 ● گسترش همکاری با دیگر مؤسسات فعال در زمینه رقابت و حمایت از مصرف‌کنندگان؛

● تداوم اقدامات عملی برای ایجاد یک نظام ملی در زمینه بازارهای عمده فروسشی و تدوین قانونی برای ارتباط اینگونه بازارها با مراکز تهیه کالا؛

● تدوین شرایط قانونی و اصولی برای کاربرد تجارت الکترونیکی در سطح گسترده؛

تعاونیها

وزارت مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط رومانی در ارتباط با تعاونیها، از اختیارات زیر برخوردار می‌باشد:

● توسعه و ضمانت اجرای سیاست مدون در راستای برنامه دولت در بخش تعاون، مشارکت در امر توسعه راهکارها و برنامه‌های اصلاح اقتصادی و اجتماعی دولت در بخش مذکور

● تدوین و ارائه راهکارهای جدید به دولت برای توسعه بخش تعاون

● تنظیم و ارائه چارچوب قانونی بخش تعاون و تأیید پیش نویس لوایح سایر هیاتهای تخصصی دولت مرکزی که بر فعالیت این بخش تأثیر گذارند

● تهیه و تأیید پیش نویس لوایح و موافقتنامه‌های بین المللی در بخش تعاون، در صورت لزوم با همکاری هیاتهای تخصصی دولت مرکزی

● طراحی، اجرا و بررسی برنامه‌های تأسیس تعاونیها

● ارائه نقش نمایندگی دولت رومانی در اتحادیه اروپا و دیگر سازمانهای بین‌المللی در بخش تعاون برای توسعه برنامه‌ها و سیاستهای مربوط به این بخش

● ترویج و گسترش فعالیتهای اتحادیه‌های صنعتی و اشتغالزا در بخش تعاون و حفظ ارتباط مستمر با اینگونه اتحادیه‌ها، رسانه‌های گروهی و مردم به منظور تبادل دو سویه اطلاعات و اصلاح چارچوب قانونی موجود

● مدیریت مالی و فنی وجوه تخصصی از محل بودجه دولت و دیگر سرمایه‌های ملی و بین المللی، شامل منابع مالی

اعطاشده به رومانی از طرف اتحادیه اروپا برای حمایت از توسعه بخش تعاون

● انجام اقداماتی برای تشویق همکاریهای بین المللی در بخش تعاون

● نظارت و مشارکت در امر تحقیقات و اجرای سیاستهای ابتکاری و نوین در بخش تعاون

● ساماندهی، پردازش و مدیریت اطلاعات مربوط به بخش تعاون، مشارکت در نظام اطلاعات ملی و بین‌المللی، تهیه مواد و مطالب ترویجی و انتشار نشریات تخصصی در بخش تعاون

● ارائه پیشنهاداتی در زمینه تهیه پیش نویس بودجه مربوط به فعالیتهای بخش تعاون مصرح در قانون

اداره کل تجارت داخلی

اداره کل تجارت داخلی رومانی با منفک شدن از وزارت صنعت و تجارت، در وزارت مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط و تعاون ادغام شده است و وظایف و اختیارات زیر را عهده دار می‌باشد:

● بررسی و نظارت بر اجرای سیاستهای مرتبط با برنامه‌های دولت برای تجارت داخلی، شرکت در تدوین راهبردها و برنامه‌های اصلاحات اقتصادی و اجتماعی دولت

● تدوین و ارائه چارچوب قانونی بخش تجارت داخلی و تأیید پیش نویس لوایح تهیه شده از سوی هیاتهای تخصصی به دولت مرکزی برای تصویب

● تدوین و تأیید مقررات قانونی و توافقنامه‌های بین المللی تجاری در این بخش با همکاری هیاتهای تخصصی دولت مرکزی

● تدوین، اجرا و نظارت بر برنامه‌های مربوط به توسعه بخش تجارت داخلی

● ارائه نقش نمایندگی دولت رومانی در ارتباط با اتحادیه اروپا و دیگر سازمانهای بین‌المللی برای توسعه سیاستها و برنامه‌های مربوط به تجارت داخلی

● انجام اقداماتی برای تشویق همکاریهای بین‌المللی در این بخش

● تدوین راهکارها و برنامه‌هایی در زمینه توسعه بازارهای داخلی و نظارت بر اجرای آن

● تحقیق در زمینه گرایشهای بازار داخلی با اهداف اطلاع رسانی و هدایت تولیدات و خدمات، حمایت از رقابت و سودآوری شرکتها

● نظارت و مشارکت در اجرای تحقیقات و تدوین سیاستهای نوین در این بخش

● نظارت و حمایت از تعاونیها در راستای قوانین مربوطه، حفظ رقابت عادلانه، حمایت از مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات و شرکتها در بازار داخلی

● همکاری با «سازمان حمایت از مصرف‌کننده» در زمینه تهیه راهکارهای حمایت از مصرف‌کنندگان و ارائه پیشنهادهایی برای اجرای راهکارهای مذکور

● گسترش برنامه‌های اطلاع رسانی و آموزش مصرف‌کنندگان با توجه به حقوق و مقرراتی که از آنان حمایت می‌کند و انجام اقدامات لازم در صورت دعوی قانونی

● تضمین اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های مربوط به ترویج سیستمهای مدرن توزیع و کیفیت کالاها

● سازماندهی فرآیند مدیریت اطلاع رسانی در این بخش، مشارکت در سیستمهای اطلاع رسانی ملی و بین‌المللی، تهیه مطالب ترویجی و نشریات تخصصی در این بخش

● ارائه پیشنهادهایی در زمینه تهیه پیش نویس بودجه برای فعالیتهای این بخش در چارچوب قانون و بخشهای فرعی اداره کل تجارت داخلی که زیر نظر یک مدیرکل فعالیت می‌کنند. این امور عبارتند از: اداره حمایت از مصرف‌کننده و اداره امور بازرگانی که در راس آنها مدیران قرار دارند. در این اداره کل ۱۷ نفر به کار مشغول می‌باشند.

مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط

وزارت تعاون و مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط در بخش SMEs راهکارها و برنامه‌هایی را با هدف تشویق برای ایجاد و توسعه مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط تدوین می‌نماید و اجرای آن را در چارچوب قانونی و نهادی خود که لازمه تحقق

همکاریهای بین‌المللی و الحاق رومانی با دیگر ساختارهای اروپا همکاری می‌کند. نمودار سازمانی وزارت مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونها شامل دو اداره کل می‌شود که در زمینه حمایت از توسعه بخش SMES فعالیت می‌کنند.

اداره تحلیل و بررسی راهبردها و سیاستهای SMES مسؤلیت تدوین و اجرای راهبردها، سیاستها و برنامه‌های کاری و نیز نظارت بر نحوه اجرای اقدامات جدید از جمله اصلاح مقررات مربوط به مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و امور توسعه‌ای اینگونه مؤسسات را عهده دار می‌باشد.

اداره برنامه‌ها و کمکهای محلی SMES مسؤلیت اجرا و نظارت بر برنامه‌ها و پروژه‌های مربوط به تشکیل مؤسسات جدید اقتصادی و توسعه هر چه بیشتر مؤسسات کوچک و متوسط موجود و حمایت از مراکز مشاوره‌ای و خدماتی، همکاری با اتحادیه‌های صنعتی و کارگری در بخش SMES را عهده دار می‌باشند.

دولت رومانی، از طریق وزارت مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونها، در وهله نخست اجرای قانون شماره ۱۳۳ مصوب سال ۱۹۹۹ مربوط به بخش SMES با موضوع تشویق سرمایه‌گذاران خصوصی برای تشکیل و توسعه مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی را در دستور کار خود دارد. قانون مذکور بر انجام اقدامات مدیریتی، اقتصادی، مالی و بانکی برای توسعه بخش مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی تصریح می‌کند که کاملاً با مقررات و سیاستهای اتحادیه اروپا در یک راستا می‌باشند.

با توجه به اولویت سیاسی اجرای کامل قانون ۱۳۳/۱۹۹۹، معیارهای حقوقی زیر از طرف وزارت مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونها برای تصویب از طرف دولت پیشنهاد شده است:

- تصویب اصول روش شناختی اجرای قانون ۱۳۳/۱۹۹۹
- روزآمد نمودن حداکثر مبلغ جریمه‌هایی که برای تخلف از قانون ۱۳۳/۱۹۹۹ در نظر گرفته شده‌است ساده نمودن تشریفات اداری، ثبت و

بقیه در صفحه ۶۱



کشاورزی، زیرساختها، منابع انسانی، سیاستهای حفاظت از محیط زیست و یکپارچگی با سیاستهای ملی و برنامه‌های دولتی در زمینه اصلاحات اقتصادی تضمین شود.

وزارت MSMEC سیاستهای ملی توسعه مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی را در سطح کشور بررسی، اجرا و ارزیابی می‌کند.

این وزارتخانه به منظور انجام وظایف و عمل به تعهدات و اختیارات خود با سایر وزارتخانه‌ها، مراکز و مقامات دولت محلی، اتاقهای بازرگانی، نمایندگان اتحادیه‌ها و مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی، محافل تجاری و نیز دیگر گروههای دولتی و غیر دولتی، ملی و بین‌المللی، به منظور بررسی و اجرای اقدامات حمایتی از مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی، بهبود فضای تجاری بر پایه رقابت سالم، تسهیل دسترسی مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط به منابع مالی، تشویق این مؤسسات به کاربرد فن‌آوری اطلاعات و به کارگیری آخرین یسافته‌های فن‌آوری، عملی نمودن استانداردهای اتحادیه اروپا در سیستم قانونگذاری رومانی و نیز توسعه

اهداف و اجرای برنامه‌های مربوط است، تضمین می‌کند. همچنین تدوین پیش نویس مقررات و توافقنامه‌های بین‌المللی این بخش با همکاری ادارات تخصصی دولت مرکزی از طریق پیگیری اقدامات در حوزه مربوط در وزارت یاد شده می‌باشد.

وزارت SMSMEC نسامینده دولت رومانی برای اجرای سیاستها و برنامه‌های توسعه‌ای مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط و تعاونها در اتحادیه اروپا و دیگر سازمانهای بین‌المللی است.

وزارت MSMEC ایجادکننده وحدت رویه بین تمامی جنبه‌های مورد نظر در توسعه مؤسسات کوچک و متوسط و تدوین راهبردهای توسعه ملی در بخشهای مذکور می‌باشد، به نحوی که بخش و ابتکارات به کار گرفته در آن، در راستای اهداف و اقدامات ملی خواهد بود. این وزارتخانه با ساختارهای دولتی دست‌اندرکار و درگیر با سیاستهای اقتصادی، اجتماعی و آموزشی کشور در تعامل می‌باشد تا از این طریق توسعه پایدار مؤسسات کوچک و متوسط و همسویی آن با دیگر سیاستهای دولت از جمله خصوصی‌سازی، توسعه صنعتی، توسعه

ساختار سازمانی رایفایزن

سازمان رایفایزن، شبکه‌ای منظم و متشکل از تعاونیهای کشاورزی فعال در جمهوری فدرال آلمان می‌باشد. اولین

سطح از این شبکه را تعاونیهای تجاری و خدمات محلی تشکیل می‌دهند؛ همچنین بانکهای تعاونی با گرایش خرید و فروش نهادههای کشاورزی، تعاونیهای خرید و فروش (تسهی و توزیع کالا)، تعاونیهای فرآوری شیر و فرآوردههای لبنی، تعاونیهای دامداری و فرآوری گوشت، تعاونیهای میوه و سبزی و تعاونیهای تولید انگور، تعاونیهای زراعی در شرق آلمان و تعاونیهای محلی، اساس مراکز تجاری تعاونی در مناطق مختلف آن کشور را تشکیل می‌دهند که دومین سطح سیستم سازمانی محسوب می‌شوند.

شرکتهای ملی (که سرمایه آنها توسط بنگاههای اقتصادی منطقه‌ای

و بخشی توسط DG بانک (بانک تعاون) تأمین می‌شود و به نمایندگی از انواع مختلف تعاونی فعالیت می‌نمایند؛ سومین بخش از این شبکه منظم را تشکیل می‌دهند. این ساختار صنفی یکپارچه، توسط اتحادیه‌های تعاونی منطقه‌ای، اتحادیه رایفایزن آلمان (اتحادیه به ثبت رسیده) در بن بعنوان بالاترین اتحادیه در سطح ملی، اتحادیه تعاونی آلمان و

اتحادیه رایفایزن به عنوان اتحادیه‌های پوششی حمایت می‌شود. (جدول شماره ۱) الف) بانکهای تعاونی کشاورزی با



تعاونیهای کشاورزی

آلمان

○ ترجمه: اصغریات

گرایش خرید و فروش محصولات کشاورزی این نوع بانکهای تعاونی، علاوه بر عملیات بانکی، دارای کارکردها و فعالیتهایی نظیر خرید نهادههای کشاورزی و خرید و فروش محصولات تولیدی اعضا نیز می‌باشند. در ارتباط با این ساختار تجاری ویژه، آنها را بانکهای تعاونی چندفعالیتی و یا تعاونیهای

چندمنظوره می‌نامند. پیشینه تعاونیهای بانکداری با گرایش خرید و فروش محصولات کشاورزی به فردریش ویلهلم رایفایزن باز می‌گردد. او معتقد بود که به منظور بهبود شرایط کشاورزی پایدار، توسعه تعداد اعضای تعاونیها در زمینه صرفاً کشاورزی کیفیت نمی‌کند؛ لذا پیشنهاد نمود که تشکلهای پرداخت وام دو جانبه، و نهادههای کشاورزی را نیز فراهم آورند.

هم‌اکنون، جهت‌گیری تجاری بانکهای تعاونی به سمت کشاورزان پاره وقت، باغداران خصوصی و مالکان حیوانات اهلی و بطور عمده فروشندگان گوشت، مواد سوختی و ساختمانی و از جمله وسایل باغبانی و لوازم خانگی، می‌باشد.

دفاتر مرکزی این نوع تعاونیهای چندمنظوره و شعبات اصلی آنها، فعالیتهای بانکی و تجاری خود را به شیوه‌های گوناگون و جداگانه‌ای انجام می‌دهند، اما بانکهای کوچکتر رایفایزن، ترکیبی از بانکداری و انبارداری کالا را به انجام می‌رسانند. کلیه

تعاونیهای چندمنظوره، فعالیت‌های تجاری را با تشریک مساعی تعاونیهای عمده‌فروشی محصولات کشاورزی انجام می‌دهند.

در شرق آلمان، بندرت بانکهای تعاونی محلی در زمینه خرید و فروش کالا مشاهده می‌شوند، زیرا بعد از اتحاد مجدد دو آلمان، اغلب تعاونیهای سابق خرید و فروش محصولات کشاورزی، پس از

جدول شماره ۱- ساختار سازمانی رایفایزن

اتحادیه رایفایزن آلمان	سطح فدرال
اتحادیه‌های نظارت منطقه‌ای	سطح منطقه‌ای
	سطح محلی
تعاونیه‌های کشاورزی	

کشور پشتیبانی می‌شوند. بدین منظور، این بنگاه‌های اقتصادی، شبکه بهم پیوسته فروش کالا را در شرق آلمان ایجاد نموده‌اند.

یکی از وظایف و کارکردهای اصلی بنگاه‌های اقتصادی بازاریابی و خرید کالا، حمایت از بانک‌های تعاونی چندمنظوره و تعاونیه‌های خرید و بازاریابی در بخش خرید کالا می‌باشد، این کار از طریق سرمایه‌گذاری در تعاونیه‌های محلی انجام می‌گیرد که دامنه فعالیتشان به تهیه مواد اولیه، سوخت، وسایل خانگی و باغبانی گسترش یافته و بنگاه‌های اقتصادی منطقه‌ای نیز در این زمینه‌ها فعال می‌باشند.

علاوه بر این، آنها از فعالیتهای تجاری تعاونیه‌های محلی از طریق سرمایه و لوازم مورد نیاز و اجرای فعالیتهای بازاریابی اساسی مانند توسعه و افزایش فروش، فعالیت تبلیغاتی، پردازش اطلاعات، مشاوره و روابط عمومی، حمایت می‌کنند. تولیدات کشاورزی، بویژه غلات، کلم و سیب زمینی، توسط بنگاه‌های اقتصادی منطقه‌ای به کارگاه‌های آبجوسازی، آسیاب بانها و صاحبان دستگاه‌های فرآوری سیب زمینی فروخته می‌شوند.

این بنگاه‌های اقتصادی به فعالیتهای نظیر انبارداری، نگهداری غله، سیلو، تعمیرگاه و فروشگاه‌های لوازم یدکی، ادامه می‌دهند تا از این طریق از تعاونیه‌های محلی حمایت نمایند. در زمینه تولید، فعالیت بنگاه‌های اقتصادی منطقه‌ای، بر تولید غذای حیوانات با کیفیت بالا از طریق دستگاه‌های ترکیب مواد غذایی که در مالکیت آنها است، تأکید دارد.

برخی از این مؤسسات منطقه‌ای، تنها در سطح عمده فروشی فعال نیستند، بلکه در زمینه‌هایی که بطور مستقیم با بخش کشاورزی مرتبط می‌باشند نیز به خرده فروشی می‌پردازند. به این دلیل، بسیاری از بانک‌های تعاونی چندمنظوره، فعالیت تجاری را به بنگاه‌های اقتصادی منطقه مربوطه واگذار نموده‌اند.

مؤسسه مرکزی تعاونیه‌های خرید و بازاریابی محصولات کشاورزی آلمان

گسترده‌تر شده است. تعاونیه‌ها خود را با تغییرات ساختاری بخش روستایی تطبیق داده‌اند و در راستای پیشرفت از حالت تهیه نهاده‌های صرفاً کشاورزی به تأمین نیازمندیهای عام روستاییان، محدوده فعالیتهای اقتصادی را به ارائه خدمات خانگی و باغبانی و از جمله خودروهایی موتور، گسترش داده‌اند. تعاونیه‌های مدرن خرید و فروش و بازاریابی کالا، علاوه بر فعالیتهای تجاری، گستره وسیعی از خدمات به اعضاء رانیز ارائه می‌دهند. اینگونه خدمات، شامل ارائه مشاوره در زمینه‌هایی مانند کشت، کوددهی، بازاریابی، خدمات مقاطعه کاری به منظور اجرای عملیات دفع آفات نباتی و شیوه‌ای مطمئن و با خدمات حمل و نقل در طول مدت برداشت محصول، می‌باشد. تعاونیه‌های خرید و بازاریابی در برخی زمینه‌ها به فعالیتهای تولیدی می‌پردازند، آنها به عنوان مثال به تولید غذاهای ترکیبی، سیب‌زمینی و نشا و همچنین آسیاب کردن (غلات) مبادرت می‌ورزند. شرکای تعاونیه‌های محلی خرید و بازاریابی در سطح منطقه‌ای، مراکز خرید و بازاریابی منطقه‌ای می‌باشند. رایفایزن در اوایل ۱۸۸۱ شرکت بازرگانی رایفایزن را تأسیس کرد. اما تأسیس تعاونی تجاری منطقه‌ای، تنها براساس قانون تعاون سال ۱۸۸۹ که اجازه تشکیل تعاونیه‌های ثانویه یا تعاونیه‌های صنعتی را می‌داد، میسر گردید. شرکتهای تعاونی منطقه‌ای جداگانه‌ای در شرق آلمان وجود ندارد. تعاونیه‌های خرید و بازاریابی محلی در نواحی جدید، توسط بنگاه‌های اقتصادی منطقه‌ای غرب

شکل‌گیری مجدد در قالب تعاونیه‌های رایفایزن، دیگر به فعالیت خرید و فروش کالا پرداختند.

تعاونیه‌های خرید و فروش و بازاریابی کالا

تجارت در سطح محلی، نه تنها توسط بانک‌های تعاونی چندمنظوره، بلکه بوسیله تعاونیه‌های خرید و فروش و بازاریابی کالا نیز انجام می‌شود. مفهوم تعاونی تخصصی کشاورزی به دوران ویلهلم هاس باز می‌گردد. حسابهای خرید، هشتاد درصد درآمد کل خرید و تعاونیه‌های بازاریابی و خرید و فروش، بیست درصد باقیمانده را تشکیل می‌دهند.

کوددهی، انبارداری کود و غلات به عملیات خرید و فروش، شامل خرید کلبه محصولات و لوازمی است که مورد نیاز تولید کشاورزی است. تعاونیه‌های خرید و بازاریابی، عمدتاً به تهیه و تدارک غذای حیوانات، کود، آفت‌کش، بذر و سوخت و همچنین ماشین آلات و مواد ساختمانی، می‌پردازند. فعالیتهای بازاریابی به جمع‌آوری و فروش غلات، کلم و سیب زمینی و محصولات کشاورزی تأکید دارد، که تعاونیه‌های خاص برای فرآوری آنها وجود ندارند.

فعالیتهای تجاری تعاونیه‌های روستایی، اساساً محدود به خرید مشترک نهاده‌های کشاورزی، بویژه کود و غذای حیوانات می‌باشد. تعاونی بازاریابی محصولات کشاورزی در حدود اوایل قرن (بیستم) فعالیت خود را آغاز نمود.

در حال حاضر، زمینه فعالیت، بسیار

(DRWZ) موسوم به رایسفایزن - وارنترال^۲ می‌باشد که در سال ۱۹۴۸ در فرانکفورت تأسیس شده است و سرمایه آن توسط بنگاههای منطقه‌ای و DQ بانک تأمین می‌شود. این مؤسسه نقش گسترده‌ای در ایجاد تعادل در بازار و هماهنگی در خرید مشترک و فروش کالا در سطوح ملی و بین‌المللی ایفا می‌نماید. هدف اصلی DRWZ، تجارت انواع وسایل و لوازم و تولیدات کشاورزی، بویژه واردات و صادرات آنها می‌باشد. فعالیتهای این مؤسسه هم اکنون پیرامون مذاکره با شرکتهای صنعتی برای عقد قرارداد و همچنین خرید و فروش غذای حیوانات و کودهای وارداتی و نیز صادرات غلات متمرکز شده است. یکی دیگر از فعالیتهای مهم آن، خرید متمرکز مسائیل آلات و خودروهای موتوری می‌باشد.

ب- تعاونیهای لبنی

اولین تعاونیهای لبنی در دهه ۱۸۷۰ تأسیس شدند. پس از اختراع دستگاه سانتریفوژ، تعاونیهای فرآورده‌های لبنی در روستاها بطور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافتند.

تعاونیهای لبنی، شیر را از مزارع کشاورزی تحویل می‌گیرند و از آن شیر، کره، پنیر و سایر محصولات لبنی تهیه و آنها را به خرده‌فروشان و خریداران عمده عرضه می‌کنند. هم اکنون نزدیک به $\frac{1}{3}$ تعاونیهای لبنی بطور مستقیم به فرآوری شیر می‌پردازند و $\frac{2}{3}$ دیگر، تعاونیهای جمع‌آوری شیرخام هستند که شیر مازاد نیاز اعضا را به مراکز فرآوری شیر منطقه‌ای تحویل می‌دهند. اولین مراکز تعاونی لبنی، طی دهه ۱۸۸۰ تشکیل شدند.

مراکز جمع‌آوری شیر، به فرآوری و بازاریابی شیرهای تحویلی تعاونیهای لبنی می‌پردازند و متعهد به فروش شیرهایی هستند که مستقیماً توسط تعاونیهای شیر در منطقه به فروش نرسیده‌اند. با توجه به اندازه شرکتهای آنها فرصت بهتری از تعاونیهای محلی برای فروش عمده محصولات لبنی مانند کره، پنیر و سایر محصولات دارند.

آنها همچنین مسؤول حفظ ارزش سهام از طریق ایجاد تعادل در ارتباط با نوسانات فصلی نرخ محصولات لبنی، می‌باشند.

و سرانجام اینکه، مراکز جمع‌آوری شیر به عنوان منبعی برای ذخایر شیر و ماشین‌آلات تعاونیهای محلی شیر ایفا نقش می‌نمایند. این مراکز، از طریق ترکیب میزان خرید هر یک از تعاونیهای لبنی و خرید کلی، میزان تخفیف^۱ را برای تعاونیها و اعضای آنها مشخص می‌کنند.

بازار محصولات تولیدی تعاونیهای لبنی شرق آلمان، از طریق یازانه‌های اعطایی مراکز شیر غرب آلمان، اداره می‌شود.

مرکز ملی تعاونیهای لبنی آلمان، موسوم به DMK^۵ است که در هامبورگ واقع شده است. سهامداران این مرکز عبارتند از: مراکز منطقه‌ای تعاونی لبنی، سایر شرکتهای بزرگ مواد لبنی و DQ بانک.

یکی از وظایف DMK، حمایت از مراکز جمع‌آوری شیر از طرق گوناگون است؛ بویژه در بخش خرید و بازاریابی. علاوه بر این، این مرکز (DMK) نقش مهمی در رابطه با سیستم بازاریابی محصولات کشاورزی اتحادیه اروپا ایفا می‌نماید.

فعالیت قانونی و مهم آن، فروش محصولات صنایع شیر آلمان به کشورهای خارجی (اعم از داخل و خارج اتحادیه اروپا) می‌باشد. مداخله مؤثر در بازار محصولات لبنی، توسعه و ارتقا علامتهای تجاری مشترک و خرید متمرکز وسایل و لوازم صنایع شیر؛ از دیگر وظایف این مرکز است.

ت- تعاونیهای دام و فرآوری گوشت

نخستین تعاونیهای دام و فرآوری گوشت آلمان در دهه ۱۸۹۰ ایجاد شدند. وظیفه اصلی این تعاونیها توسعه فعالیتهای خرید و فروش دام از طریق سازماندهی خرید و فروش دامها می‌باشد.

تأکید اصلی بر بخش فروش می‌باشد. تعاونیهای دام و فرآوری گوشت، دامها را از روستاها جمع‌آوری نموده و آنها را به بازارهای فروش و کشتارگاهها می‌برند.

یکی از وظایف و کارکردهای اصلی بنگاههای اقتصادی بازاریابی و خرید کالا، حمایت از بانکهای تعاونی چندمنظوره و تعاونیهای خرید و بازاریابی در بخش خرید کالا می‌باشد. و این کار از طریق سرطایب گذاری در تعاونیهای محلی انجام می‌گیرد که دامنه فعالیتشان به تهیه مواد اولیه، سوخت، وسایل خانگی و بساغیانی گسترش یافته و بنگاههای اقتصادی منطقه‌ای نیز در این زمینه‌ها فعال می‌باشند.

در بخش خرید، تعاونیها برای اعضایشان دامهای مولد و دارای نژاد اصیل، فراهم می‌کنند.

مقرون به صرفه بودن ایجاد بنگاههای مرکزی تعاونی در دو بعد خرید و فروش، به اثبات رسیده است. پیشینه این مراکز تعاونی به سال ۱۸۹۷ باز می‌گردد. تأثیر کامل تعاونیهای محلی، تنها زمانی آشکار شد که مراکز دام و فرآوری گوشت و فعالیتهای مکمل آنها، ایجاد شدند.

در ابتدا، یکی از وظایف مراکز دام، تحویل دامها از تعاونیهای اولیه و انتقال آنها به بازار برای فروش بصورت عمده بود. در حال حاضر اهمیت بازار فروش دام کمتر از بازار فروش گوشت است. در جایی که تجارت دام نقشی فرعی را ایفا می‌کند؛ تعاونیهای کشتار دام طی سنوات اخیر سودمندترین فعالیت را بین تعاونیهای فرآوری گوشت داشته‌اند.

فعالیتهای این مراکز در طول زمان، تنوع بیشتری یافته است، به نحوی که آنها دیگر خود را محدود به کشتار و فروش لاشه دام نمی‌کنند، بلکه لاشه‌ها را تمیز نموده و سپس آنها را به قطعات کوچکتر تقسیم می‌نمایند، تا برای پردازش بیشتر آماده شوند. بازاریابی دام و گوشت و پردازش بیشتر لاشه‌ها نیز توسط همین مراکز تعاونی، انجام می‌گیرد.

نکته آخر اینکه، مراکز دام و فرآوری گوشت، اقدام به دایر کردن کشتارگاهها، ماشینهای برش (لاشه) و کارخانه‌های فرآوری گوشت در نواحی غرب و شرق آلمان نموده‌اند.

مراکز دام و فروش گوشت نه تنها در بازاریابی، بلکه در زمینه خریدنیز فعال می‌باشند. آنها از تعاونیهای فرآوری گوشت دام در زمینه پرورش دام، از نسل دامهای اصیل، حمایت می‌کنند. تجارت خارجی از اهمیت ویژه‌ای نزد اینگونه مراکز، برخوردار است.

ث - تعاونیهای میوه و سبزیجات

تعاونیهای میوه و سبزیجات در اوایل قرن بیستم بوجود آمدند تا فروش بیشتر و با سود بالاتر را برای تولیدکنندگان، بویژه آنهایی که در نواحی دوردست قرار داشتند؛ تضمین نمایند.

این تعاونیها به منظور اعمال حاکمیت خود، تولیدات اعضا را برای فروش جمع آوری می‌کنند؛ به عبارت دیگر، جمع آوری محصول در مراکز محلی را سازماندهی می‌کنند تا ساماندهی آنها برای حمل و نقل به نقاط دیگر آسان‌تر شود. آنها میوه و سبزیجات را در سالنهای فروش قرار می‌دهند تا امکان فروش عمده محصولات هر یک از اعضا فراهم گردد. در صورتی که سورتینگ و بسته بندی محصولات توسط تولیدکنندگان انجام نشده باشد، تعاونی این وظیفه را به عهده می‌گیرد.

محصولات تولیدی به عمده‌فروشان، توزیع کنندگان و شرکتهای فرآوری میوه و سبزی فروخته می‌شود. برخی از تعاونیهای میوه و سبزی به تولید مربا، آب‌میوه و نگهداری آنها با استفاده از امکانات خود، مبادرت می‌ورزند.

اغلب تعاونیهای میوه و سبزی براساس قانون شماره ۱۵۹ (۱۹۶۶) EC که شرایط ناظر بر بازار فروش میوه و سبزی را تعیین می‌کند، به عنوان سازمانهای تولیدی محسوب می‌شوند. در شرایط ویژه، تعاونیها در هنگامی که عرضه محصولات زیاد است، مقادیر معتدلی از محصولات را انبار می‌کنند تا از آنها برای مقاصد ویژه استفاده کنند و از سقوط شدید قیمتها جلوگیری نمایند.

در سطح منطقه‌ای، سازمانهای تولیدکننده، اتحادیه‌های تجاری یا سایر انجمنهای قانونی را تشکیل داده‌اند. این اتحادیه‌ها صرفاً تجاری نیستند و به عنوان نوعی مرکز هماهنگی در زمینه‌هایی چون؛ کنترل کیفیت، بازاریابی، تثبیت بازار، ترویج بسته‌بندی کالا به شکلی واحد و موافق با استانداردهای حفاظت از محیط زیست محسوب می‌گردند که نمایندگی حفاظت از منافع اعضا را نیز به عهده دارند.

پی‌نوشت‌ها:

- 1-WILHELM HAAS
- 2-FASSBENDER and cons
- 3-Raiffeisen- waren zentrale
- 4-discount
- 5-Deutes Milk Kontor

مؤسسه مرکزی تعاونیهای خرید و بازاریابی محصولات کشاورزی آلمان (DRW/Z) مونستر
به رایسفلدین - وارنرتال ۳
می‌باشد. در سال ۱۹۴۸ در فرانکفورت تأسیس شده است و سرمایه آن توسط بنگاههای منطقه‌ای و DG بانک تأمین می‌شود. این مؤسسه نقش گسترده‌ای در ایجاد تسهیل در بازار و هماهنگی در خرید مشترک و فروش کالا در سطوح ملی و بین‌المللی ایفا می‌نماید.



چالشهای مدیریت منابع انسانی در بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط

○ اس. وارد چاری

ایتالیا و آلمان به ثمر نشسته بود، تفوق داشت. هر چند که بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی باید با استفاده از فرصتهای ویژه و ساختار قابل انعطافی که ایجاد کرده‌اند، عملکرد بهتری از خود نشان دهند. پیشگویی جوزف شومپتر در اوایل دهه ۱۹۴۰ در مورد بنگاههای نوآور و کارآفرین، به حقیقت پیوسته است. بنگاه نوع جدید، دارای نوعی جهت‌گیری استراتژیک است که به قیمت‌های از پیش تعیین شده بازار توجه ندارد؛ بلکه به نوآوری در تولیدات، فرآیند کار و سازمان، برای نیل به مزیت رقابتی می‌اندیشد. این به یک معنی، ممانعت از ایده‌های ایستا، نظیر کاهش قیمت‌ها از طریق تأکید صرف بر بهره‌وری است.

در صنایع سنتی اگر تصمیمی راجع به یک محصول یا فرآیند اتخاذ می‌شد، تمام فعالیتهای مطابق آن تصمیم به اجرا درمی‌آمد و هرگونه تغییر، نوعی گسیختگی محسوب می‌گردید. از سوی دیگر در صنایع نوین، نوآوری، فرآیندی جاری تلقی می‌شود و همانند یک جامعه، افرادی که برای یک بنگاه کار می‌کنند، دائماً در فکر حل مشکلات و کمک به شناسایی آنها می‌باشند. این امر مستلزم وجود سازمانی با انعطاف بسیار زیاد و سرعت در ارائه فکر و عمل می‌باشد. بنگاههای نوین اقتصادی بطور مستمر در حال تجربه آموزشی و یادگیری از طریق تعامل با کارگران، مصرف‌کنندگان، تهیه‌کنندگان مواد اولیه، مدیران و سایرین می‌باشند.

یک سازمان جدید، با ترکیب نوآوری و بهبود مداوم از طریق اقدام به دخالت دادن کلیه افراد در برنامه تفصیلی "یادگیری از طریق انجام کار" به فعالیت می‌پردازد. به عنوان نمونه می‌توان از یک شرکت 3M با اعتقاد به نوآوری جوادان نام برد که در خط مقدم نیروهای کار، قهرمانان کارآفرینی را جایگزین دانشمندان علوم تجربی نموده است. شرکت 3M یک قانون ساده مالی را دنبال می‌کند: ۳۵ درصد درآمد ناشی از فروش، باید از محصولاتی باشد که ظرف چهارسال اخیر بوجود آمده و توسعه یافته‌اند.

آمده است. این بنگاهها به گونه‌ای طراحی و سازماندهی شده‌اند که تولیدات، فرآیندها و شیوه‌های کار آنها در تحول دائم باشد. ادامه حیات آنها بستگی به کسب موفقیت در رقابت، از طریق تولید برتر، کاملاً متمایز و نه لزوماً ارزان، دارد؛ و تحقق آن مستلزم وجود سازمانی کاملاً یکپارچه و متعهد با بهبود مستمر امور، تعیین و حل مشکلات، توجه به جزئیات و انجام یکپارچه کار و ایده‌ها، می‌باشد. این شیوه انجام کار در کارگاههای کوچک واقع در شمال ایتالیا، آلمان، ژاپن، سوئد و در مناطق ویژه‌ای از جنوب شرقی آسیا و بخشهایی از اروپا و ایالات متحده آمریکا دیده شده است.

آلفرد مارشال، مفهوم بخشهای تخصصی صنعتی را با استفاده از تجارب بدست آمده در رابطه با صنایع مهندسی و منسوجات بریتانیا، توسعه داد. طی دو دهه اخیر در کشورهای در حال توسعه، دولتها بدون درک عمیق و نقادانه از عامل انسانی در گروه بندی چنین صنایعی، اقدام به ایجاد مجتمع‌های صنعتی نمودند که اهمیت فیزیکی آن بر جنبه‌های فن سالارانه (مانند پارکهای علمی) یا همکاری اجتماعی آن که در صنایع شمال

ما دوران تایلور را پشت سر گذاشته‌ایم. اکنون مدیریت به معنای قرارگرفتن مدیران اجرایی در یک سو و کارگران در سوی دیگر نیست؛ به گونه‌ای که افراد دارای تفکر را در یک طرف و آنهایی را که کار می‌کنند (عوامل اجرایی) را در طرف دیگر قرار دهیم. همچنین در حال حاضر مدیریت، هنر انتقال صریح ایده‌های اجرایی به دست کارگران نیست. زیرا فعالیت اقتصادی و تجاری به نحو هولناکی پیچیده شده است. در این شرایط نمی‌توان به ادامه حیات در محیط سرشار از خطر^۱ و وقایع غیرمنتظره و رقابت، کاملاً اطمینان داشت. از بین کلیه کارکنان یک شرکت، تنها کارکنان خردورز می‌توانند نیل به موفقیت در فضای پرنوسان و جدید اقتصادی را میسر سازند؛ و این امر در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی^۲، به خوبی قابل لمس می‌باشد. آنها نیز باید قابل انعطاف، حساس و آشنا با بازار بوده و همچنین دارای سازمانهای مشارکتی (غیر سلسله مراتبی) باشند تا به موفقیت نایل آیند. شیوه‌های مدیریت منابع انسانی (HRM)^۳ آنان نیز باید تغییر یابد.

طی دهه‌های اخیر، نوع جدیدی از رقابت بین بنگاههای کارآفرین^۴ بوجود

مقایسه با شرکتهای بزرگ، از ویژگیهای آنهاست.

۲- کوچکی این بنگاهها به سهولت تشکیل گروههای کاری با توجه به شناخت متقابل کارکنان در مقایسه با شرکتهای بزرگ، کمک می‌نماید.

۳- هریک از کارکنان مسؤولیتهای چندگانه‌ای دارد و از نقش خود در سازمان راضی است، بویژه اینکه در مقایسه با فردی که مانند عنصری کوچک در سازمانی بزرگ فعالیت می‌کند. علاوه بر این جایگزینی کارگران به هنگام غیبت سایرین، آسان‌تر است.

۴- در یک سازمان کوچک، روابط افراد با هم نزدیکتر است و رهبری سازمان می‌تواند در تعامل دائمی با کارکنان باشد.

۵- در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی می‌توان اطمینان بیشتری در مورد حذف مسافران^۶ داشت

(یعنی کسانی که با شرکت سفر می‌کنند اما در انجام کارها مشارکت نمی‌کنند).

۶- امنیت شغلی، وابستگی شدیدی به موفقیت شرکت دارد؛ لذا تعهد بیشتری نسبت به آن بخش از کارکنانی وجود دارد که در جهت موفقیت شرکت تلاش می‌کنند.

واضح است که مدیریت منابع انسانی در محیط جدید تکنولوژی و در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی، هم دارای چالشهای مختلف و هم تأمین‌کننده فرصتهای بزرگ برای رهبری سازمان به منظور هدایت و ایجاد انگیزه در کارکنان برای عهده‌دار شدن مسؤولیتهای بزرگتر است. نوآوری باید از تولید محصول و فرآیندها به مدیریت عمومی و پاسخگویی به مردم و کارکنان گسترش یابد.

پی‌نوشت‌ها:

- 1- Risk
- 2- Small and medium enterprise
- 3- Human Resources Management
- 4- Entrepreneurial Firms
- 5- "learning by doing"
- 6- "passengers"

است. سرمایه ناکافی، حجم زیاد کارهای مستمر و در اغلب موارد، درک ناکافی از لزوم آموزش مدیران، منتج به عدم درک ضرورت کسب مهارتهای مالی و بازاریابی می‌گردد و این امر به نوبه خود باعث عدم توانایی در پاسخگویی به نیازهای بازار می‌شود.

۲- کمبود آموزش کارگران: نه تنها منابع (مادی) بلکه زمان نیز اجازه حرفه‌آموزی مناسب کارگران را نمی‌دهند. برای رفع این نقیصه بر آموزش حین کار تأکید شده است که آن هم مشکلات ویژه خود را دارد.

۳- عدم توانایی در استخدام نیروی انسانی مناسب، افرادی که بتوانند خود را با محیط تجاری کاملاً دگرگون شده کنونی تطبیق دهند، گران هستند. شرکتهای کوچک نمی‌توانند آنها را استخدام کنند و قادر به تمرکز بر مدیریت نیروی انسانی و تأمین نیازهای آن نمی‌باشند.

۴- استفاده از فن آوری اطلاعات و ارتباطات: مشکل معمول و متداول سرمایه و با آموزش کارکنان بر توانایی بنگاههای کوچک و متوسط در نوآوری، طراحی و توسعه بازار اثر می‌گذارد.

۵- به کارگیری فن آوری جدید: کمبود سرمایه و تخصص و نیز تعیین، خرید، تطبیق و یکپارچگی فن آوری‌های جدید را مشکل می‌سازد. کاهش فرصتهای توسعه و پرداخت حقوقهای کمتر، باعث تغییرات زیاد کارکنان و انقطاع بهبود مستمر شده است.

۶- امنیت شغلی، شرایط کار و انگیزه: عدم امنیت کافی همراه با ابهام در وضعیت بازار، ادامه حیات شرکتهای را با مشکل بزرگی مواجه کرده است. توجه ناکافی به شرایط کار، عدم انگیزه کافی و مواردی دیگر نیز از جمله مشکلات می‌باشند.

از سوی دیگر، نکات مثبت بسیاری در ارتباط با بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی وجود دارند که ناشی از کوچک بودن اندازه این بنگاههاست. مهمترین آنها عبارتند از:

۱- با توجه به کوچک بودن این بنگاهها؛ ایجاد تغییرات سریع، منعطف بودن و پاسخ سریع به شرایط بازار در

فرضیات (تئوریهای) نئوکلاسیک بهره‌وری مبتنی بر هزینه‌های تولید، فرآیندها و غیره؛ هم اکنون جای خود را به همکاری مستمر زنجیره کامل تولید از جمله همکاری بین شرکتهای داده‌اند. تبعیت از مثال انتخاب دوگانه زندانی در تئوری بازی (که نشان می‌دهد چگونه منافع فردی با افزایش اعتماد متقابل، بهتر تأمین می‌گردد) هم اکنون در بسیاری از بنگاهها و شرکتهای با تکنولوژی نوین، اقدامی متداول است. ارتباط بین مشتریان و تهیه و توزیع کنندگان کالا از دو جنبه: تأثیر نظرات مشتریان در طراحی و قیمت گذاری و در عین حال، در نظر گرفتن سود معقول برای تهیه و توزیع کنندگان کالا نیز بخشی از برنامه‌ها و طرحهای جدید است. با توجه به استانداردهای تکنولوژیکی و استاندارد سازی جزئیات کار و از جمله نرم افزارها، همکاری بین صنایع یک ضرورت است؛ زیرا تأمین‌کننده منافع کلی شرکتهای و مانعی برای کاهش خرد جمعی می‌باشد. در این وضعیت جهت‌گیری سیاست صنعتی به سوی نوآوری و پیشرفت در تولید و تشویق شرکتهای کارآفرین، تقویت پیوندهای خریداران و تولید کنندگان و همکاری بین شرکتهای می‌باشد. کارگزاران دولتی در جهت تسهیل این امور و راهبردهای بخشهای عمومی، تلاش می‌نمایند.

محیط درونی و بیرونی بنگاههای اقتصادی نوین، نوع مدیریت منابع انسانی بنگاه را تعیین می‌کند. بنابراین، اختلاف اصلی از فعالیتهای قراردادی (و سیستمهای سلسله مراتبی) یعنی جایی که نوعی درک دور از واقعیت (در مورد جدایی) بین منافع کارگران و مدیریت وجود دارد؛ ناشی می‌گردد. در دنیای کنونی باید بر تأمین منافع عموم از طریق همکاری، تأکید نمود. بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی در هند بویژه شرکتهای با تکنولوژی نوین - در زمینه مدیریت منابع انسانی با چالشهای زیر روبرو هستند:

۱- آموزش مدیران: خواه مدیران از خانواده سهامداران (شرکت) باشند یا از تکنولوژیستهای جوان، کمبود مهارتهای مدیریتی نزد آنها به خوبی قابل مشاهده



تعاون، راهکاری مناسب برای توانمندسازی زنان روستایی

دکتر سولماز حدادی*

چکیده

بنابر آمار موجود نزدیک به دوازده میلیون نفر از جمعیت کشور ایران را زنان روستایی تشکیل می‌دهند. این گروه بزرگ از جمعیت نقش بسیار مؤثر و سهم بسزایی در تولید محصولات کشاورزی و صنایع دستی روستایی دارند و بخش عمده‌ای از درآمد ملی، توسط آنان حاصل می‌شود.

زنان روستایی در تمام مراحل تولید محصولات کشاورزی حضور فعال دارند، به طوری که بر پایه مستندات موجود میزان مشارکت آنان در برخی از موارد به صد درصد می‌رسد. علیرغم تلاش بی‌وقفه زنان در روند توسعه روستاها، حضور زنان در تشکلهای روستایی موجود و دسترسی آنان به منابع تولید از جمله اعتبارات بانکی، بسیار محدود بوده و در مواردی نیز که زنان روستایی رسماً در تعاونیها عضویت داشته‌اند، عملاً در تصمیم‌گیریها و مباحثات جمعی، به دلیل ملاحظات فرهنگی موجود، حضور فعالی نداشته‌اند.

یکی از راههایی که توسط آن می‌توان علاوه بر تسهیل دسترسی زنان به منابع تولید و افزایش درآمد آنان و خانواده‌یشان، مشارکت آنها را در فعالیتهای جمعی مربوط به توسعه روستا تسهیل نمود، فراهم آوردن امکان ایجاد شرکتهای تعاونی روستایی ویژه زنان با مدیریت خود آنان و ترغیب آنها به عضویت در این تعاونیها است. تشکیل شرکتهای تعاونی روستایی ویژه زنان موجب ورود زنان در روند توسعه روستا، توانمند شدن آنان، افزایش درآمد خانوار روستایی و پیشرفت اقتصادی زنان روستایی می‌شود و امکان افزایش بهره‌وری کمی و کیفی آنان را فراهم می‌آورد. افزون بر آن، این مهم موجب ارج نهادن به کرامت انسانی زن در عرصه فعالیتهای اجتماعی می‌گردد.

مقدمه

امروزه اهمیت نقش زنان و لزوم وارد نمودن آنان در برنامه‌های توسعه بر کسی پوشیده نیست و این مسئله از جانب غالب صاحب نظران در گوشه و کنار دنیا به صورت مسخترک از جمله در قالب معاهده‌هایی چون معاهده رفع تبعیض علیه زنان مرتباً عنوان و گوشزد می‌گردد. با توجه به اینکه دست‌اندرکاران

مسائل اجتماعی و اقتصادی بر این نکته اتفاق نظر دارند که توسعه بایستی از روستاها و به وسیله خود روستائیان آغاز گردد، لذا در زمینه مسایل مربوط به زنان روستایی نیز با توجه به عقب‌نگه داشته شدن این زحمتکش‌ان کم‌توقع، به نظر می‌رسد که در درجه اول وجود تشکلهایی در روستاهای کشور برای تشویق زنان روستایی به کار و اظهار نظر در مسائل

اجتماعی و گروهی امری ضروری است، زیرا در چنین تشکلهایی مسایل و مشکلات و راه‌حلهای به وسیله خود زنان مطرح می‌شود و پروژه‌های کوچک درآمدزا در غالب این تشکلهای قابل اجرا است. حالا پرسشی که در اینجا مطرح می‌شود این است که از چه طریق می‌توان به هدف مزبور دست یافت؟ تأسیس تعاونی‌ها در ایران به صورت

بلکه از سالهای دهه ۱۹۶۰ و شاید زودتر از آن جزئی از فرهنگ بالندگی به شمار می‌رفته است. ولی این واژه بطور کلی تنها به درگیر شدن مردم در طرحها اطلاق می‌شود. در اینجا تفاوت حیاتی در آن است که مشارکت، راهبردی فراگیر در بالندگی است و بر نقش کلیدی مردم در همه قلمروهای زندگی تأکید می‌کند.

علاوه بر آن، بالندگی انسان به معنی گسترده کردن دامنه‌گزینشهای انسان است. همچنین مشارکت در قلمرو اقتصادی، بدان معنی است که انسان قادر باشد تا بصورت آزاد در هر فعالیت اقتصادی شرکت جوید. در قلمرو اجتماعی، بدان معنی است که انسان بتواند بدون توجه به دین - رنگ - جنس و نژاد خود بطور کامل در همه تشکلهای زندگی اجتماعی شرکت جوید.^{۱۲}

البته ناگفته پیداست که در همین وضعیت، شمار عظیمی از مردم از جمله فقیرترین اقشار و نیز روستائیان و زنان جامعه تقریباً در همه کشورها، از گروههای کنارمانده در مشارکت هستند.

۲-۲- نقش مشارکت زنان روستایی در برنامه‌ریزی:

امروزه در اغلب کشورها، مفاهیمی از قبیل مشارکت اجتماعی، دموکراسی، برابری، توسعه و... بیش از گذشته مطرح است. لذا اندیشمندان همواره به دنبال شناخت مسئله و ارائه راهکارهای مناسب، برای تحقق این مفاهیم می‌باشند. زیرا، ارتباط تنگاتنگ این مفاهیم با یکدیگر به حدی است که تحقق هر یک از آنها بدون وجود دیگری امکان‌پذیر نیست. صاحب‌منظران به این نتیجه رسیده‌اند که یکی از راههای محقق شدن این مفاهیم، مشارکت سیستماتیک و تساوی زنان و مردان در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... جامعه است. در این راستا نیز تلاشهای بسیار زیادی از جانب گروهها و سازمانهای ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی انجام گرفته است. در ذیل به برخی از اثرات مشارکت زنان در برنامه‌ریزی اشاره می‌شود:^{۱۵}

۲-۱- کاهش میزان خطا در اولویتها و برنامه‌ها:

اولویت‌بندی‌ها در زمینه برنامه‌ریزی

می‌گیرد. زنان روستایی در ایران علاوه بر انجام وظایف مربوط به خانه‌داری و نگهداری از فرزندان، غالباً در مزارع مشغول به فعالیت‌اند و در کنار آن به تهیه نوعی از صنایع دستی نیز مشغولند. آنان مسؤلیت تهیه آب آشامیدنی و سوخت خانواده را نیز که غالباً بایستی از فاصله‌ای دور به خانه حمل شوند به عهده دارند. زنان روستایی تمام وظایف خود را با وسایل سنتی و بدون کمک از هیچ ابزار مدرنی به انجام می‌رسانند و لذا بار سنگینی بر آنان تحمیل می‌گردد.^(۲۰)

شرایط کارشان نامساعد است و حداقل شرایط بهداشتی لازم نیز در محیط کار برای آنها فراهم نیست! زنان روستایی غالباً به اعتبارات تخصیص داده شده و وامهای مختلف دسترسی ندارند و قادر به عرضه مستقیم تولیدات در بازار نیستند و لذا معمولاً تولیدات خود را از طریق افراد واسطه و سودجو به فروش می‌رسانند. از این رو سطح زندگی آنها به طور کلی در مناطق روستایی پایین و به دلیل کار فرساینده آنان و ویژگیهای نیازهایشان شرایط نامطلوبتر است.

زنان روستایی تغذیه صحیح ندارند و علیرغم زیانهای مکرر در طول زندگی‌شان، مواد غذایی لازم برای مادران شیرده به آنان نمی‌رسد. خانه‌های روستایی نیز حداقل وسایل رفاهی را ندارند و وسایل مدرن امروزی که زندگی را برای زنان شهری بسیار سهل‌تر کرده‌اند، در بسیاری از خانه‌های روستایی به چشم نمی‌خورد!

۲- مشارکت

۲-۱- تعریف مشارکت:

مشارکت به معنی درگیر شدن بسیار نزدیک مردم در فراگردهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... مؤثر بر زندگی آنان است. در برخی از حالتها، مردم ممکن است بر همه این فراگردها نظارت کامل و مستقیم داشته باشند و در برخی دیگر نظارت آنان ممکن است جزئی و غیرمستقیم باشد. موضوع مهم آن است که مردم باید همواره دسترسی ثابت و پیوسته‌ای به فراگرد تصمیم‌گیری و اقتدار داشته باشند. مشارکت در این معنی عنصری ضروری در بالندگی انسان به شمار می‌رود. مشارکت اصطلاح جدیدی نیست

امروزی از سال ۱۳۲۵ آغاز گردید. تعاونی‌های روستایی عمدتاً با شرکت کشاورزان و تولیدکنندگان صنایع دستی با مشارکت و فعالیت بانک کشاورزی آغاز به کار نمود. با این حال، در حال حاضر آماری رسمی مبتنی بر تعداد زنان عضو تعاونی‌ها در ایران وجود ندارد! اگرچه ممانعت قانونی برای شرکت زنان در تعاونی‌ها موجود نیست ولی با توجه به شرایط فرهنگی جوامع روستایی، شرکت زنان و مردان با هم در گروههای تعاونی در جلسات مقبول نمی‌باشد.^(۲۱)

مقاله حاضر با این دید، اقدام به بررسی تأثیر تعاونی‌ها به عنوان راهکاری مناسب برای مشارکت زنان روستایی پرداخته است که در زمینه ایجاد تعاونی، تفکر پایه، تنها ایجاد این تعاونی‌ها به وسیله مردان و یا متخصصین و اقتصاددانان نیست، بلکه ضرورت ایجاد تعاونیها باید به وسیله خود زنان درک گردد و به وسیله خود آنها فعالیت یافته و اداره گردد.

۱- کلیاتی درباره زنان روستایی

همانند بسیاری از نقاط دنیا، زنان روستایی ایران نقش عمده‌ای در تولید و تهیه مواد غذایی، تهیه صنایع دستی، نگهداری از دامها و حتی فروش تولیدات خود دارند.

مطالعات انجام یافته درخصوص میزان مشارکت زنان در فعالیتهای کشاورزی، حاکی از آن است که این گروه به میزان ۶۰ درصد در زراعت برنج، ۹۰ درصد در تولید سبزی و صیفی و ۵۰ درصد در زراعت پنبه و دانه‌های روغنی و ۳۰ درصد در امور داشت باغات و مزارع مشارکت دارند.^(۱۵)

اگرچه تعداد مطالعات و بررسی‌های انجام یافته در زمینه زنان محدود می‌باشد، لکن شواهد موثقی مبنی بر وجود سهم مؤثر زنان روستایی در مراحل توسعه وجود دارند که قابل انکار نیستند.

در بعضی از نقاط ایران که فعالیتهای کشاورزی قادر به تأمین نیاز مالی خانوار روستایی نیست حدود ۹۰ درصد از بودجه خانواده از طریق صنایع دستی و عمدتاً قالی‌بافی تأمین می‌گردد که عمده اینگونه فعالیتهای نیز توسط زنان انجام

۳- تعاونیهای زنان روستایی:

۱-۳- ضرورت تشکیل تعاونیهای زنان روستایی: زنان روستایی در ایران، نقش تعیین کننده‌ای در حیات اقتصادی خانوار روستایی شامل فعالیت در بخشهای اقتصادی بدون مزد را دارند. بدین معنی که اگر چه برای بسیاری از فعالیتهای آنان مزدی پرداخت نمی‌شود ولی این تلاشها جایگزین فعالیتهایی می‌گردند که ارزش اقتصادی قابل ملاحظه‌ای دارد. علی‌رغم تلاش بی‌وقفه زنان روستایی، کار انجام یافته به وسیله آنان در محاسبات رسمی تولید خالص ملی به حساب نمی‌آید و در مراحل تدوین سیاستهای کشاورزی و اقتصادی توجهی به آنان مبذول نمی‌گردد.

در گزارشی که دیارتمان اطلاعات عمومی سازمان ملل در سال ۱۹۹۰ با عنوان قرارداد رفع انواع تبعیض بر علیه زنان منتشر نمود، آمده است که زنان روستایی به صورت گروههای خودیار و تعاونیهای بایستی گرد هم آیند تا بدین وسیله قادر به دسترسی به اعتبارات و امکانات اقتصادی لازم برای ایجاد مشاغل مناسب برای خود گردند.^{۱۱}

برای به اثبات رساندن عدم حضور مسؤثر زنان در تعاونیها، نیازی به سرشماری بین‌المللی نیست، بخصوص در کشورهای جهان سوم و در ایران این امر به نحو بارزی قابل ملاحظه می‌باشد.

شرکت زنان روستایی ایران در تعاونیهای خودشان، می‌تواند بعنوان وسیله و هدف هر دو تلقی گردد. این حضور وسیله است بدین معنی که عضویت آنان در تعاونیها موجب برخورداری آنان از خدماتی است که به آنها نیاز دارند و تعاونی می‌تواند در اختیار آنان قرار دهد. همچنین این عضویت هدف است بدین معنی که از طریق عضویت در تعاونیها آنان به سویی دسترسی خواهند داشت که می‌تواند تصمیم گیرندگان مسایل مختلف را به نیازها و مسایل آن واقف گرداند.

به طور کلی، تشکیل تعاونیهای زنان روستایی از جهات مختلف عملی است زیرا ۱- در کشوری چون ایران که اعتقادات فرهنگی - مذهبی نفوذ عمیقی در نحوه

۲-۳- مشکلات موجود در مشارکت زنان روستایی:

۱- زنان و مردان هنوز در جهان نابرابر زندگی می‌کنند.

۲- ناهمترای نسبی و نابرابریهای ناپذیرفتنی بین مردان و زنان وجود دارد.

۳- دیدگاههای زن‌محور، زن را از بعد جنسیتی و به خاطر زن بودن در جهان مطرح نموده و همین امر باعث فراهم آمدن مشکلات عدیده‌ای در قیاس با مردان شده است.

۴- زنان عمدتاً در نقش مادری و محوری خود در خانواده مطرح می‌شوند. و نقش آنان در توسعه فراموش شده است.

۵- نقش زنان و وظایف آنان به عنوان نیمی از جمعیت جهان در توسعه کشاورزی محدود مانده و به همین دلیل از مواهب توسعه هم بی‌بهره گردیده و در نتیجه جامعه هم از مشارکت مسؤثر آنان در توسعه بی‌بهره مانده است.

۶- حقوق زنان عمدتاً اعطا کردنی مطرح می‌شود، در حالی که این حقوق طبیعی هستند و آنان باید خود از حقوق خود برخوردار باشند و به خوداتکایی و اعتماد به نفس برسند.

۷- اکثر مسؤولان برنامه‌ریزی توسعه، تنها از مردان تشکیل شده‌اند.

۸- مردان نقش رهبری محیط زندگی خود را با اصول سازمان یافته در چارچوب سیاست ملی ایفا می‌کنند و در سازمانهایی که این دو فعالیت تداخل پیدا کنند، بخصوص در اجتماعیاتی که زن و مرد می‌توانند در کنار هم کار کنند، زنان کارهای دون پایه را انجام می‌دهند و مردان فعالیتهای پولساز و موقعیتهای قدرت‌دار را دارند.

۹- در صورت وجود سیاستهای مطلوب و مناسب با موقعیت زنان دستورالعملها و ضوابط اجرایی در احقاق حقوق زنان نارسا هستند و یا مدیران با روش اجرایی این حقوق را ضایع می‌کنند!

۱۰- ناهماهنگی سیاستها و برنامه‌ها و روش کار سازمانها و ارگانهای دخیل در کشاورزی برای مساعدت و هدایت تولیدکننده به سمت و سویی معین، مشکل زنان را تشدید کرده است.

کشاورزی از طریق شناخت کامل هر منطقه و با ویژگیهای خاص آن و اطلاع از مشکلات و نارسائیهای آن امکان‌پذیر است و این تنها زمانی میسر می‌گردد که زمینه مشارکت زنان به عنوان نیاز اولیه برنامه ریزی فراهم گردد تا از طریق این منبع با ارزش که دربرگیرنده مجموعه‌ای از اطلاعات، پتانسیلها و محدودیتهای منطقه‌ای است بتوان میزان خطا در برنامه‌ریزیها را به حداقل رساند.

۲-۲-۲- کاهش مسؤولیت دولت علاوه بر برنامه‌ریزی، در شرایطی که گروههای زنان، با مسایل و مشکلات خاصی مواجه گردند می‌توان در صورت تبدیل آنها به گروههای تصمیم‌گیری گامی مسؤثر در حمایت از دولت در رفع مسایل برداشت.

۲-۳-۲- محدود نمودن انتظارات و گسترش نوآوری:

در فرایند مشارکت، زنان محدودیت منابع را حس خواهند کرد و از بسیاری از فواین اطلاع خواهند یافت، از این رو در چارچوب قوانین و اطلاع از محدودیت منابع حرکت خواهند نمود و انتظارات آنها محدود خواهد شد و در سایه واقع‌نگری و انتظارات معقول دست به نوآوری جدید خواهند زد.

۲-۴-۲- تعهد بیشتر در اجرای تصمیم‌ها و استراتژیها:

وقتی که زنان در جریان برنامه ریزی مشارکت داشته باشند به دلیل شناخت نیازها و هدفها و حدود مسؤولیتهای خود، برنامه‌های پیشنهادی آنها انعکاس تفکر آنها می‌باشد که در حل مشکل مناطق از کارایی بیشتری برخوردار بوده و به همین جهت وابستگی و تعهد بیشتری به برنامه خواهند داشت.

۲-۵-۲- فراهم شدن زمینه ارتباط بین مخاطبان و برنامه‌ریزان:

گروههای مختلف زنان و برنامه‌ریزان جهت برنامه ریزی چارچوب مشترکی براساس همفکری ارائه خواهند داد که با درک و شناخت روش مشترک برای کار با یکدیگر وقت بیشتری جهت ارتباطات با یکدیگر صرف خواهند کرد و مطمئناً در برنامه‌ریزی مشارکتی تحت تأثیرایده‌های تخصصی و عملی قرار خواهند گرفت.

۶- فراهم آوردن امکان آموزشهای موردنیاز برای زنان روستایی به منظور دستیابی: اهداف فوق الذکر بر اساس پیشنهاد و ارائه طرح ایجاد تعاونیهای روستایی زنان، از طرف دفتر ترویج فعالیتهای زنان روستایی و با حمایتهای دفتر امور زنان ریاست جمهوری، اساسنامه خاص تعاونیهای روستایی زنان مشتمل بر ۷۶ ماده و ۳۹ تبصره در دردی ماه ۱۳۷۲ به همت سازمان مرکزی تعاون روستایی در وزارت کشاورزی تهیه و تصویب و فعالیتهای سازمانهای مذکور برای فراهم نمودن امکان ایجاد تعاونیها به وسیله زنان روستایی آغاز گردید.^{۲۲}

۳-۳- وضعیت موجود شرکتهای تعاونی روستایی زنان در کشور و حدود عملیات این شرکتهای:

براساس آمار موجود تاکنون ۸۳ شرکت تعاونی روستایی زنان در سراسر کشور با عضویت بیش از ۱۴۶۲۰ نفر به تقاضای زنان روستایی و پس از انجام مطالعات مقدماتی تشکیل و ثبت و راه اندازی گردیده است. از جمله شرایط اصلی تشکیل شرکتهای، انتخاب ارکان اصلی شرکت از زنان ساکن و بومی روستایی می باشد که در سازمان مرکزی تعاون روستایی ادارهای تحت عنوان اداره توسعه و آموزش تعاونیهای روستایی زنان در اداره کل آموزش سازمان ایجاد شده است که وظیفه هماهنگی و هدایت و حمایت از تعاونیهای روستایی زنان را به عهده دارد که بطور کلی حدود عملیات این شرکتهای عبارتند از:

- ۱- خرید و تهیه مواد و وسایل مورد نیاز زندگی و کار اعضاء و آموزش آنان در کلیه فعالیتهای زنان روستایی مانند کشاورزی، نوغانداری و...
- ۲- انجام عملیات جمع آوری، نگهداری، تبدیل، فرآوری، طبقه بندی و حمل و نقل و فروش محصولات تولیدی اعضاء
- ۳- انجام خدمات به منظور بهبود امور حرفه ای و یا زندگی اعضاء.
- ۴- بهره برداری جمعی و مشترک از اراضی ملکی یا استجاری.
- ۵- ایجاد مجتمعهای کشاورزی، اداری



برابر آمار سازمان ملل متحد، اگر چه نیمی از مواد غذایی دنیا توسط زنان تولید می شود، اما تنها یک درصد از دارایی های جهان متعلق به زنان است.

رفتار اجتماعی افراد دارد، تعاونی زنان روستایی مسلماً می تواند از تعاونیهای مختلط مورد استقبال بیشتری قرار گیرد و زنان روستایی را بیشتر و مؤثرتر جذب نماید. لذا اجرای این طرح از لحاظ فرهنگی مشکلی وجود ندارد.

۲- نحوه فعالیت این تعاونیها در استانهای مختلف با توجه به فعالیتهای زنان روستایی آن استان، مهارتهای محلی و مواد اولیه موجود و نیاز زنان منطقه خواهد بود.

- ۳- ایجاد تعاونی به نحوی پیشنهاد می گردد که از لحاظ اعتباری نیز مشکلی پیش نیاید بدین معنی پیش بینی شده است که تعاونیهای زنان روستایی در کنار شرکتهای سهامی زراعی و تعاونیهای تولید روستایی ایجاد گردد و قسمتی از ساختمان

این تعاونیها به تعاونی زنان اختصاص یابد. بنابراین با توجه به جنبه عملی بودن اجرای این طرح در کشور، ضرورت تشکیل تعاونیهای زنان روستایی بیش از پیش روشن می گردد.

- ۲-۳- اهداف ایجاد تعاونیهای زنان روستایی:
 - ۱- بهبود وضعیت زندگی روستایی و خانواده های آنان.
 - ۲- ایجاد امکان فعالیت به صورت دسته جمعی
 - ۳- سرخورداری زنان روستایی از شخصیت حقوقی در قالب گروه.
 - ۴- تبادل نظر و همکاری زنان روستایی برای حل مسایل و مشکلات خود.
 - ۵- دسترسی بیشتر زنان روستایی به اعتبارات - بازار و مراجع تصمیم گیری

جهت بهره‌برداری جمعی و مشترک اعضا.

۶- تأمین اعتبارات و وام‌های مورد نیاز اعضا.

۳-۳- فعالیت‌های آموزشی در تعاونی‌های روستایی زنان:

به طور کلی هدف از تشکیل شرکتهای تعاونی زنان، ایجاد واحدهایی با همکاری و تشریک مساعی افراد برای رفع حوایج بر مبنای اصولی است که بهره‌برداری از افراد را طرد و نیازهای اقتصادی را با ارزشهای اخلاقی و معنوی همراه می‌نماید.

استقرار چنین نظامی جز با تشکیل و توسعه شرکتهای و اتحادیه‌های تعاونی به وسیله افرادی که احساس مسؤلیت نمایند، امکان‌پذیر نیست. بدین ترتیب، مسئله درک مفاهیم تعاون و آموزش افراد را بر طرف می‌سازد. بنابراین مسئله درک مفاهیم تعاون و آموزش افراد و ایجاد زمینه‌های مساعد فکری در آنان از جمله مسائلی است که مبنای واحدهای تعاونی‌های زنان باید بر آن استقرار یابد زیرا بدون توجه به موارد فوق نمی‌توان به نتایج مطلوب در شرکتهای تعاونی زنان دست یافت، لذا می‌توان نتیجه گرفت که به منظور رسیدن به یک نظام واقعی تعاونی و اخذ نتایج مطلوب از کار تعاونی‌ها باید به عنصر ذاتی تعاون یعنی آموزش توجه داشت و برنامه‌هایی را جهت آموزش مفاهیم و اصول تعاون در کار تعاونی‌های روستایی تنظیم و اجرا نمود.

در عین حال در سالهای اخیر با اولویتی که برای اجرای برنامه‌های آموزشی پیش‌بینی شده، اقدام به تهیه و اجرای طرحهای آموزش تعاون می‌گردد. در چنین حالتی اعضای تعاونیها قادر خواهند بود اداره امور تعاونی مربوط به خود را کلاً به عهده گیرند و به این ترتیب بتدریج خواهند توانست استقلال تعاونی‌های خود را از نظر مدیریت عملی سازند. لازم به ذکر است که آموزش تعاونی‌ها شامل دو جنبه می‌باشد:

۱- آموزش کارکنان که مسؤلیت هدایت و نظارت این تعاونیها را به عهده دارند.

۲- آموزش زنان روستایی که مسؤلیت

اداره تعاونیهای خود را باید به عهده بگیرند.

۳-۵- نقش‌های چندگانه تعاونیهای روستایی زنان:

۳-۵-۱- تعاونی و غلبه زنان بر فقر: تعاونیها به اعضا و کارکنان زن کمک می‌کنند تا با ایجاد امنیت شغلی در شرایطی قابل قبول بر فقر غلبه کنند. برای مثال، تعاونیها غالباً به مسایل قابل انعطاف، ورود زنان را به جرگه نیروی کار تسهیل می‌کنند و در مواردی چون طلاق - فقدان همسر - بیکاری - زنان سرپرست خانوار و محروم از حقوق قانونی، خدمات مناسب با نیاز زنان را ارائه می‌دهند.

۳-۵-۲- تعاونیها و آموزش برابر زنان با مردان:

ایجاد شرکتهای تعاونی، علاوه بر ایجاد فرصتهای شغلی برای زنان و دختران روستایی می‌تواند از طریق کاستن بار منزل و درآمدزایی مستقل از مردان، تسهیلات آموزشی گسترده‌تری را برای زنان روستایی ایجاد کند.

۳-۵-۳- تعاونی و دسترسی کامل زنان به بهداشت کیفی و عملی:

بسیاری از تعاونیهایی که زنان سهم عمده اعضا و کارکنان آنها را تشکیل می‌دهند توجه خاصی به مسایل بهداشتی دارند. به عبارت دیگر، در این نوع از تعاونیها تأکید بر مواد و لوازمی است که به ترتیب از نظر غذایی مناسب و از جنبه خانگی مطمئن و بی خطر می‌باشد. حتی برنامه‌های آموزشی تعاونیها می‌تواند اطلاعات غذایی، بهداشتی، تدبیر خانواده، کودکیاری و روابط درون خانواده را در اختیار زنان قرار دهد.

۳-۵-۴- تعاونی و تقلیل اعمال جبرآمیز علیه زنان:

تعاونیها با ایجاد مشاغل موارد مطمئن و با شرایط مساوی برای زنان و مردان، در افزایش توان و کاهش تنشهای مالی زنان به عنوان بازدارنده بسیاری از آسیبها، سهم انکارناپذیری دارند.

۳-۵-۵- تسعاعونی و خودباوری اقتصادی زنان:

شرکتهای تعاونی، منابع مالی موجود زنان را، برای حمایت از ثروت مادی و

معنوی آنان و پیشبرد فرصتهایی برای خودکفایی فعالیت‌های اقتصادی جمع می‌کنند. از نظر آگاهان، امنیت غذایی و اقتصادی بسیاری در تشکیل یا پیوستن به تعاونیهای زنان روستایی نهفته است.

۳-۵-۶- تعاونی و مشارکت کامل و برابر زنان در ساختارهای قدرت و تصمیم‌گیری:

تجربه‌اندوزی در تصمیم‌گیریها، از جمله مزایای این تعاونیهاست. تعاونیها مجرای مناسب کسب تجربه و حرکت محوری در ساختار قدرت هستند. گاه تجربه بدست آمده در تعاونی، بسیاری را در رسیدن به ساختارهای قدرت در خارج از حوزه تعاونی و از نظر مهارتهای بازاریابی و جسارت بیشتر کمک کرده است.

۳-۵-۷- تعاونی و احترام به ابعاد مسأله زنان:

سیاست تبعیض‌ستیزی در مورد زنان، بخشی از اصول اساسی تعاون است. تلاش می‌شود با کاربرد عملی این اصول، میزان عضویت زنان افزایش یافته و تساوی آنان تضمین گردد.

۳-۵-۸- تعاونی و ارتقاء و حفظ بهره‌مندیهای زنان:

تعاون از طریق سیستمهای ارتباطی خود و توجه به آموزش شغلی باید از حقوق زنان حراست و از طریق اتحادیه‌های اعتباری، بانکهای تعاونی و مؤسسات بیمه‌گذار نیز امکان استفاده از سرمایه و حقوق مالکیت را برای زنان فراهم کند.

۳-۵-۹- تعاونی و شناخت افزون زنان و مردان از تساوی حقوق:

هر یک از نهضتهای تعاونی دارای سیستمهای ارتباطی هستند که برای حمایت بیشتر از مسایل زنان به کار می‌روند.

۳-۶- امتیازات تعاونیهای زنان روستایی از دید صاحب نظران: ^{۱۱}

۱- شرکت زنان در سازمانهای روستایی می‌تواند استراتژی کلیدی خانواده برای شرکت بیشتر در اقتصاد پولی و یا تأمین معاش باشد. (توماس ۱۹۸۸)

۲- خانواده‌ها دست به گسترش شبکه‌های غیر رسمی و گردهمایی‌های

اعتبارات بانکی - زمین - خدمات ترویجی - تکنولوژی مناسب. (۱۵)

۳-۷-۱- اعتبارات بانکی:

مطالعات انجام شده نشان دهنده این واقعیت است که زنان روستایی امکانات کمتری برای دریافت وام از بانکها برای فعالیتهای تولیدی مانند تعاونیها دارند. زنان غالباً به دلیل نداشتن وثیقه برای دریافت اعتبارات، واجد شرایط نبوده و لذابه وام دهندگانی روی می آورند که بهره بالایی را از آنان طلب می کنند. از سوی دیگر، بانکها میزان بهره دهی زنان کشاورز و توانایی آنان را در بازپرداخت وام کمتر از حد واقعی تصور می کنند.

در ایران، براساس قوانین و مقررات، در زمینه برخورداری زنان روستایی از خدمات مالی و اعتباری، محدودیت خاصی وجود ندارد. اما در واقع آنچه که برای زنان روستایی به عنوان سدی در جهت دسترسی آنها به اعتبارات عمل می کند، همان ضوابط و مقررات تعیین شده و توانایی داشتن توجیهای فنی- مالی و اقتصادی است. زنان روستایی غالباً فاقد وثیقه ملکی هستند و به سبب مسایل فرهنگی اجتماعی قادر به مراجعه مکرر به بانکها نیستند. اجرای طرح زنان سرپرست خانوار در بانک کشاورزی آغازی برای رفع مشکلات در این زمینه بوده است، اما این طرح با امکانات مالی محدود و عدم ارائه خدمات جنبی لازم و محدودیت مخاطبان آن نتوانسته است مشکلات تأمین اعتبارات لازم برای زنان روستایی تولیدکننده را در حد معقولی حل کند. در این زمینه بی سوادی و عدم توجه به اطلاعات لازم و عدم تشکلهای اقتصادی در همه روستاها، از دیگر موانع برای دسترسی زنان به اعتبارات بانکی بوده است.

۳-۷-۲- زمین:

مالکیت، همواره عامل مؤثر در تواناسازی زنان برای تصمیم گیری و اعمال مدیریت در مراحل مختلف تولید کشاورزی بوده است. لیکن برابر آمار سازمان ملل متحد، اگر چه نیمی از مواد غذایی دنیا توسط زنان تولید می شود، اما تنها یک درصد از دارایی های جهان متعلق



(لرنارد ۱۹۸۵)

۶- شرکت زنان در تعاونیهای خودشان موجب استفاده بهتر از منابع انسانی، دستیابی آنان به مراجع تصمیم گیری، افزایش تولید و ارتقای سطح زندگی آنان خواهد بود. (فانو ۱۹۸۳)

۷- شواهدی وجود دارد که زنان روستایی در بسیاری از کشورها می توانند با اندکی تشویق و حمایت به تشکیل مجامع ترغیب شوند و با کمک گروه درآمد خود را افزایش داده و همچنین فعالیتهای سنتی خود را سودآورتر سازند و حمایت متقابل در سایر زمینه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دریافت کنند. (فانو ۱۹۸۳)

۳-۷-۲- روشهای افزایش مشارکت زنان در تعاونیهای روستایی:

یکی از مهمترین عوامل مربوط به توسعه و پیشرفت زنان روستایی و توانمندی ایشان برای مشارکت در مدیریت و تصمیم گیری در محیط خانواده، در کار و تولید و در مسایل روستا، امکان دسترسی آنان به عوامل تولید است که این عوامل عبارتند از:

جدول ۱: آمار تعاونی های روستایی زنان تا پایان سال ۷۷

گرایش	تعداد تعاونی	کل اعضای زن	کل اشتغال
کشاورزی	۲۳۱	۱۴۵۷	۳۶۱۸
فالی بومی	۴۶۶	۶۱۴۰۶	۹۷۰۴۹

رسمی می زنند تا دسترسی خود را به منابع تولید افزایش دهند. (نلسون ۱۹۸۱)

۳- از طریق سازمانهای ذریبط، می توان به زنان مناطق روستایی کمک نمود تا مسایل و مشکلات خود را پیشنهاد نموده و راههای مناسب را مطرح و اجرا نمایند. (کیالد ۱۹۸۷)

۴- تنها تعاونیهایی که اعضاء و مدیران آن زنان هستند می توانند در مراحل غلبه بر مسایل و مشکلات ساختاری و فرهنگی موجود برسر راه استقلال اقتصادی، اجتماعی زنان، موفق باشند. (روتر جابلد ۱۹۸۲)

۵- رفاه همگانی، دوستی، تولید، کسب اطلاعات و مهارت همه مزایایی است که زنان با شرکت در گروهها قادر به تأمین آن در مراحل نخستین هستند.

در بهبود موقعیت مدنی زنان در رابطه با رفع هرگونه تبعیض از زنان قرار دارد.^۸

نوع راهبرد و اقدامات مورد نیاز:

۱) اصلاحات قانون تعاونیها
- کمک و تعیین مناطق نیازمند به بهبود قوانین ویژه زنان مخصوصاً در موارد ذیل:

- ۱- حق آب و زمین
 - ۲- حق دسترسی به اعتبارات
 - ۳- حق دسترسی به تکنولوژی‌های نوین
 - ۴- حق عضویت در تعاونیها
- ۲) آموزش و اطلاعات عمومی درباره تعاونیها.

- افزایش اطلاعات سیاستگذاران به منظور کاربرد قوانین پیشرفته مخصوص زنان.

- آموزش زنان روستایی در زمینه حقوق مخصوص به خود.

- انتشار مطالعات موردی در رابطه با موقعیت قانونی زنان در تعاونیها.

- تهیه و تولید نشریات و برنامه‌های رادیویی به منظور انتشار اخبار مربوط به موفقیت‌های زنان در امور کشاورزی و معرفی تعاونیهای موفق زنان.

۳-۲- راهبرد اجرایی برای بهبود موقعیت اقتصادی زنان:

برنامه کار فائو درصدد است که حداکثر منابع تولید را در دسترس زنان روستایی قرار دهد تا آنان را قادر سازد هم فرصت‌های اقتصادی خود را افزایش دهند و هم برابری مشارکت خود در توسعه روستایی را تضمین کنند.

نوع راهبرد و اقدامات مورد نیاز:

- درآمدزایی برای زنان و تعدیل اقتصادی در تعاونیها.

- بررسی اثرات ناشی از بحرانهای اقتصادی در زنان.

- افزایش فعالیت‌های درآمد برای زنان.

- بررسی وضعیت مشارکت زنان در بازارهای کار کشاورزی.

- اشتغال زنان در تعاونیها.

- حمایت بخش غیررسمی از زنان از طریق ایجاد پروژه‌های درآمدزا.

- ارزیابی میزان تأثیر نوسانات فصلی در بازار کار و میزان دستمزد نابرابر

جدول ۲- توزیع درصد زنان شاغل روستایی برحسب بخشهای عمده اقتصادی

بخشهای عمده اقتصادی	۱۳۳۵	۱۳۴۵	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۵
کشاورزی	۳۵ درصد	۳۲/۱	۲۸/۸	۵۴/۱	۱۶/۶
صنعت	۵۲/۹	۶۱/۳	۶۶/۴	۳۴/۳	۳۴/۶
خدمات	۱۳/۱	۶/۹	۴/۸	۱۱/۶	۴۸/۹
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

* جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که در سالهای ۵۵-۳۵ حدود ۱/۳ زنان شاغل روستایی، کشاورز بوده‌اند. نزدیک به ۲/۳ در فعالیتهای صنعتی به کار اشتغال داشته‌اند و بین ۱/۱۳ و ۸/۴ درصد نیز در کارهای خدمات مشغول بوده‌اند.^۵

بسیاری بر تواناسازی زنان و نقش آنان در مدیریت و تصمیم‌گیری دارد. زنان روستایی به دلایل مختلف، کمتر مالک ابزار تولید از جمله تکنولوژی بوده‌اند. از طرف دیگر، معمولاً با مکانیزه شدن اراضی و فعالیتهای مختلف کشاورزی، زنان از آن فعالیت کنار گذاشته شده‌اند و عمدتاً در فعالیتهای باقی مانده‌اند که کمتر امکان مکانیزه شدن داشته‌اند.

۴- راهبردهای اجرایی فائو:

برنامه کار فائو در این زمینه و در رابطه با بکارگیری زنان در فرآیند توسعه، تضمین‌کننده اجرای خط‌مشی‌ها و برنامه‌هایی است که از سوی فائو به منظور ارتقای سطح زندگی زنان روستایی ارائه می‌شود.

برنامه کار، حول محور چهار جایگاه - مدنی، اجتماعی، اقتصادی و تصمیم‌گیری دور می‌زند که این جایگاهها براساس تجارب طولانی فائو در رابطه با زنان کشورهای در حال توسعه و با همکاری دولت‌های عضو این سازمان، تعیین و انتخاب شده‌اند.^۹

هریک از این جایگاهها، دارای راهبرد مختص به خود برای ارتقای سطح منزلت و موقعیت زنان روستایی در تمامی سطوح اجتماعی همچون خانواده و جامعه و نیز سطوح ملی و بین‌المللی است. درون هر جایگاه، اقداماتی صورت می‌گیرد که برای اجرا ضرورت دارند.

۴-۱- راهبرد اجرایی برای بهبود موقعیت مدنی زنان:

راهبرد اجرایی فائو برای تأثیر تعاونیها

به زنان است، براساس موازین حقوقی هیچگونه محدودیتی برای زنان روستایی در زمینه تملک زمین وجود ندارد. اما نکته قابل توجه در این زمینه این است که با وجود این حق و تملک اراضی به وسیله زنان در بسیاری از موارد کنترل زمین در دست مردان است. نکته قابل ذکر این که هیچگونه اطلاعات رسمی در مورد مالکیت زنان در اراضی مزروعی وجود ندارد و در پرسشنامه‌های آمارگیری کشاورزی، سؤالی در مورد جنسیت بهره‌بردار وجود ندارد.

۳-۷-۳- خدمات ترویجی:

منظور از خدمات ترویجی، مجموعه آموزشهای مورد نیاز زنان روستایی است که به وسیله سازمانهای فعال در روستاها ارائه می‌گردد. با برخورداری از این خدمات، زنان روستایی توانایی خود را برای افزایش تولید و مشارکت در روند مدیریت روستا ارتقاء می‌بخشند. علی‌رغم اذعان همگان در باب ضرورت، ارائه خدمات ترویجی به زنان روستایی، تعداد کارشناسان و مروجان زن به مراتب از کارشناسان و مروجان مرد کمتر است و این در حالی است که بازهم در اغلب کشورهای در حال توسعه، موانع فرهنگی اجتماعی بسیاری بر سر راه حضور زنان روستایی در دوره‌های آموزشی وجود دارد که از ناحیه مردان اداره می‌گردند.

۳-۷-۴- تکنولوژی مناسب:

تکنولوژی به عنوان یکی از ابزارهای تولید در جامعه روستایی، نقش تعیین کننده‌ای در ابعاد مختلف تولید داشته و برخورداری از تکنولوژی مناسب تأثیر

غیر مسؤول در بخش کشاورزی بالاست که این امر مانعی بزرگ در جهت برگشت سرمایه به این بخش است.

۴- ابزار و تسهیلات لازم دیر و ناکافی به تعاونی‌های روستایی می‌رسد و این امر مانعی بزرگ برای خروج از تفکر خود معیشتی خانوار روستایی است.

۵- تسهیلات اعتباری برای اقدامات جاری زنان روستایی بسیار ناچیز است.

۶- یافته‌های تحقیقاتی و آموزشی در این زمینه کمتر بر زنان روستایی نفوذ یافته است. لذا آنان عمدتاً در روشهای سنتی خود باقی مانده‌اند.

۷- با توجه به نقش اساسی و مهم زنان در پیشرفت و توسعه جوامع، متأسفانه توجه چندانی به این نیرو از نظر بررسی وضعیت موجود و برنامه‌ریزی برای آینده آنان نشده است.

۸- تعاونیهای روستایی زمینه اشتغال اصلی یا فرعی را برای درصد زیادی از نیروهای کاری روستا، بخصوص زنان فراهم می‌سازند.

۹- تعاونیهای روستایی زنان با مزایا و محاسن زیادی برای آنها از قبیل کسب استقلال اقتصادی، ارتقای سطح مهارت‌ها و توانایی حرفه‌ای، احساس مفیدبودن و... همراه می‌باشد.

۱۰- اهمیت تعاونیهای کشاورزی در زندگی روستایی و پیامدهای آنها در امنیت غذایی از طرق گوناگونی چون تولیدات، صنایع تبدیلی و بازاریابی کشاورزی و همچنین هیأت خانواده و کار شاق زنان به قدری بی نظیر و بی بدیل است که حذف زنان از روند تصمیم‌گیری به آسانی قابل باور نیست.

پیشنهادات

۱- در نگاه مسئولین کشور تعاونیها صرفاً بصورت بخش خصوصی منظور نشوند و مرزهای این دو کاملاً شناخته شود.

۲- دخالت سازمانهای دولتی در اداره شرکتهای تعاونی کاهش یابد و بتدریج به سمت صفر میل نماید.

۳- حمایت دولت از طریق اتخاذ سیاستهای حمایتی و تشویقی در مورد تعاونیهای زنان روستایی به کار رود.

که باعث می‌شوند زنان فرصت کافی برای مشارکت در فعالیتهای اجتماعی و... در اختیار داشته باشند.

- گسترش نقش زنان در فرآیند تخصیص منابع طراحی برنامه.

نتیجه‌گیری

شرکتهای تعاونی روستایی زنان یکی از دستاوردهای انقلاب اسلامی است که از بدو تأسیس تاکنون با سرعت زیادی رشد و گسترش یافته و مورد استقبال و توجه زیادی از سوی زنان روستایی قرار گرفته است. اما آنچه که در مورد شرکتهای تعاونی زنان بیش از هر چیز شایان توجه است تأثیر عمیق و اساسی این شرکتهای بر فرهنگ جامعه روستایی خصوصاً نگرش مردان به زنان روستایی به عنوان یک تشکل واحد با شخصیت حقوقی است. برخلاف ادعای گروهی که معتقدند این شرکتهای و تشکلهای صرفاً جنبه تبلیغاتی و سیاسی در جهت بهبود اذهان جامعه بین‌المللی نسبت به وضعیت زن و حقوق زنان ایرانی دارند، با توجه به کمکها و توجهات اکثر نهادها و تشکیلات دولتی در جهت تقویت و حمایت از این تشکلهای، نمی‌توان به این شرکتهای صرفاً از جهت و بعد تبلیغاتی آن نگریست.

گر چه باید اذعان داشت که کمیت و تعداد این شرکتهای در طی ۵۴ سالی که از تصویب مقررات آن گذشته است به شدت افزایش یافته، ولی متأسفانه اغلب این شرکتهای فاقد کیفیت مورد نظر بوده و نتوانسته‌اند به اهداف از پیش تعیین شده خویش برسند. لذا باید در مورد تشکیل این شرکتهای بازنگری مجددی صورت گیرد بطوری که سنگ بنای اولیه تشکیل این شرکتهای برپایه درست و اصولی و بر اساس اهداف قابل تحقق ریخته شود.

به طور کلی از مجموعه مطالب ارائه شده، نتایج عمده زیر حاصل می‌گردد:

۱- جریان سرمایه در بخش کشاورزی بخصوص در تعاونیهای تولید روستایی ضعیف است لذا سرمایه‌گذاری در این بخش با کسری همراه است.

۲- قدرت تصمیم‌گیری روستائیان بخصوص قشر زنان روستایی در جهت حل مشکلات خود پایین است.

۳- قدرت دلالتها و واسطه‌ها و نیروهای

مردان و زنان. حمایت از نقش مثبت زنان در تعاونیها.

- افزایش تولید از طریق بهبود وانتقال تکنولوژی مناسب به زنان.

- شکل‌دهی مجدد نظامهای ترویج با در نظر گرفتن امور ویژه زنان.

- کمک به دولت در ایجاد منافع اقتصادی برای زنان

- گسترش فعالیتهای زنان در امور باغداری.

- تضمین مشارکت زنان در عرصه تولید محصولات نقدی

- توجه به نیازهای زنان.

۳-۴- راهبرد اجرایی برای بهبود وضعیت اجتماعی زنان:

هدف از این راهبرد، ارائه خدمات اجتماعی و امکانات آموزشی به مناطق روستایی و از بین بردن موانعی است که از مشارکت کامل زنان در فرآیند توسعه کشاورزی جلوگیری می‌کنند.

نوع راهبرد و اقدامات مورد نیاز:

- آموزش در تعاونیها:

- گنجاندن سوادآموزی تابعی، در برنامه‌های تعاونی.

- تشویق و ترغیب زنان برای شرکت در تعاونیها.

- بازنگری دوره‌های آموزشی ترویج، به منظور گنجاندن مسایل مربوط به تعاونیها در برنامه‌ها.

۴-۴- راهبرد اجرایی برای بهبود جایگاه تصمیم‌گیری:

این راهبرد در صدد ارتقای سطح فرصتها و توانایی‌هایی هرچه بیشتر زنان برای مشارکت و حضور فعال در تصمیم‌گیری است تا بتوانند در آینده خانواده - جامعه - وطن خود بیش از پیش مؤثر و مفید واقع شوند.

نوع راهبرد و اقدامات مورد نیاز:

- مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری برنامه تعاونیها.

- تعیین و شناسایی موانع موجود بر سر راه مشارکت زنان در فرآیندهای تصمیم‌گیری.

- تشویق جهت کاربرد تکنولوژی‌های

۴- تمامی ابزارهای مورد نیاز بخش تعاون نظیر بانک تعاون، اتحادیه‌های کشاورزی و... رشد و توسعه یابند.

۵- بقا و توفیق یک تعاونی وابستگی مطلق به اعضای آن دارد پس تمامی کوششها برای تقویت این بنیان بایستی صورت گیرد.

۶- به نقش فعال زنان در تولید محصولات کشاورزی و گنجاندن این فعالیتها در آمارها، جهت برنامه‌ریزی بهتر توجه بیشتری مبذول گردد.

۷- به مشارکت زنان در قالب تشکلهای تعاونی‌ها برای افزایش بهره‌وری از طریق ایجاد روحیه تعاون و همکاری بین اعضا توجه شود.

۸- کمکهای مالی و حمایتی مناسب دولت به تعاونیهای روستایی زنان ارائه گردد.

۹- سازمانهای غیردولتی (NGO) به حمایت از تشکلهای روستایی زنان ترغیب شود.

۱۰- برنامه‌های مناسب در راستای کاهش فشار کاری زنان روستایی و افزایش موقعیت به منظور شرکت فعال در تعاونیهای تولیدی کشاورزی طراحی شود.

۱۱- ضرورت سرمایه‌گذاری در ابعاد مختلف به منظور رشد و ارتقای زنان با توجه به نقش مدیریتی آنان تبیین شود.

۱۲- کلیه طرح و برنامه‌ها براساس درک نیازها و اولویتهای زنان روستایی منطبق بر مشارکت خود آنان تدوین گردد.

۱۳- برنامه‌هایی در زمینه افزایش آگاهی و سطح سواد زنان روستایی تدوین گردد.

۱۴- تقویت و گسترش خدمات آموزشی ترویجی ویژه تعاونیهای روستایی.

۱۵- ارتقای فرهنگ عمومی جامعه روستایی در زمینه نیازها و مسایل زنان از طریق سیاستهای آموزشی و تبلیغی و...

۱۶- آگاه‌سازی زنان روستایی در زمینه بکارگیری استعدادها و خلاقیتهای خود از طریق آموزش - رسانه‌های گروهی و...

بعضاً مزدبگیر نیستند را در برگیرد.
۱۸- آموزش و تشویق زنان جهت فعالیت در تعاونیها برای جلوگیری از بیکاری.

۱۹- معرفی تعاونیهای موفق روستایی جهت تشویق دیگران.

۲۰- برگزاری کلاسها و دوره‌های آموزشی در زمینه تعاونیها جهت معرفی و شناخت این شکل مردمی و بیان نقش آن در استقلال و خودکفایی کشور.

۲۱- ترویج دانش و تکنولوژی مدرن و مناسب و استفاده از وسایل و ابزار پیشرفته در تعاونیهای روستایی.

۲۲- ارائه تسهیلات لازم به منظور دستیابی زنان روستایی به نهادهای کشاورزی - خدمات آموزشی - اجتماعی و منابع تولیدی.

فهرست منابع و مأخذ:

* دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی و کارشناس سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان

۱- اسماعیلی فلاح، مریم، "در راه گذرش تعاونیهای زنان روستایی"، سنبله، سال دوازدهم، شماره ۱۱۲، ۱۳۷۸، ص ۴۶.

۲- باقریان، میترا، "اشغال و بیکاری زنان از دیدگاه توسعه"، زنان، شماره ۱، بهمن ۱۳۷۰.

۳- حاراللهی، عدرا، "تعارض نقشهای چندگانه زنان"، هشتم، ۸ خرداد ۱۳۷۹، ص ۱۲.

۴- دفتر تحقیقات و برنامه‌ریزی معاونت ترویج و مشارکت مردمی، بررسی وضعیت موجود زنان روستایی در ایران، تهران: انتشارات معاونت ترویج و مشارکت مردمی جهادسازندگی، ۱۳۷۲.

۵- رضایپور، لیلا، "تعاونیهای زنان از نگاه آمار"، تعاون، شماره ۱۰۰ دی ۱۳۷۸، ص ۴۴.

۶- زارع زاده، محمود، "تعاونیهای کشاورزی را گذرش دهم"، تعاون، شماره ۸۸، دی ۷۷، ص ۶۴.

۷- زحمتکش، مینا، "نفس زنان در توسعه پایدار"، مروج، شماره ۳، ۱۳۷۷، ص ۵۶.

۸- سازمان جهانی خوار و بار و کشاورزی (فائو)، زنان در توسعه کشاورزی، (مترجم: غلامحسین صالح‌نسب، ۱۳۷۴، ص ۱۸-۸۲).

۹- سرست، کاوه، "نفس تعاونیها در توسعه کشاورزی"، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهارم، شماره ۱۳، ۱۳۷۵، ص ۲۷۱-۲۹۱.

۱۰- سطنی، مرجانه، "ترویج تعاون = پیشرفت زنان = رشد اقتصادی"، تعاون، شماره ۹۵، مرداد ۱۳۷۸، ص ۱۵.

۱۱- شحری، شاهرخ، "مشارکت کشاورزان در

برنامه‌ریزی منطقه‌ای"، سنبله شماره ۱۰۹، ۱۳۷۸، ص ۳۶.

۱۲- طوسی، محمدعلی، "مشارکت مردم"، تعاون، شماره ۹۹، آذر ۱۳۷۸، ص ۱۲-۱۸.

۱۳- طبری، منصور، بررسی نقش ترویج در پیشبرد اهداف تعاونیهای تولید روستایی، فصلنامه طلوع اندیشه، سال اول، شماره ۴، ۱۳۷۸، ص ۳۴-۴۱.

۱۴- عباسی، محمدرضا، "تعاون چیست؟"، انتشارات معاونت تحقیقات آموزش و ترویج وزارت تعاون، ۱۳۷۷، ص ۸.

۱۵- عین افشار، سوده و پروین شرابی، "بررسی روشهای افزایش مشارکت زنان در فعالیتهای کشاورزی"، ریتون، شماره ۱۰۸، خرداد ۱۳۷۸، ص ۴۱.

۱۶- گزارش فعالیتهای و برنامه‌های دفتر ترویج فعالیتهای زنان روستایی درسالهای ۷۴-۷۳، دفتر ترویج فعالیتهای زنان روستایی معاونت ترویج وزارت کشاورزی.

۱۷- گزارش کارگاه آموزشی ملی برای هماهنگی خدمات ارائه شده به زنان و مردان روستایی، تهران: مرکز امور مشارکت زنان نهاد ریاست جمهوری، ۱۳۷۶.

۱۸- گزارش همایش جوانان، اشغال، تعاون، زنجان: اداره کل تعاون، ۱۳۷۸.

۱۹- مساهنامه پیام بونسکو، نقش دولت و تعاونیها در کاهش فقر"، تعاون، شماره ۸۱، خرداد ۱۳۷۷، ص ۳۶.

۲۰- محمدقلی نیا، جواد و عنایت عباسی، "زن و روستا"، سنبله، سال ۱۱، شماره ۱۰۷، ۱۳۷۸، ص ۲۰-۹.

۲۱- معرفتی پروین، "تعاونیهای زنان روستایی"، مروج، شماره ۲، ۱۳۷۷، ص ۱۵.

۲۲- معرفتی پروین، و لیلا نوحید، "تعاونیهای روستایی زنان و اهداف و فعالیتهای آن"، دفتر ترویج فعالیتهای زنان روستایی وزارت کشاورزی.

۲۳- معرفتی پروین، دانش امروز و زنان روستایی، انتشارات دفتر ترویج فعالیتهای زنان روستایی وزارت کشاورزی، ۱۳۷۷، ص ۱۴۵-۱۴۸.

۲۴- واحد تعاونیهای زنان روستایی سازمان مرکزی تعاون روستایی، معاونت تنظیم بازار محصولات کشاورزی، تعاونیهای زنان روستایی و نحوه تشکیل آن، ۱۳۷۷.

25. Boserup E. 1970. women's role in economic. development, London. Georges Allen and unwin.

26. Nath, k. 1970. Female work participation and economic development, Economic and political weekly vol. V.No: 27.8-846. ●

نقشه از صفحه ۴۵

صدور مجوز مؤسسات اقتصادی

● تهیه فرم درخواست استاندارد و گواهی ثبت که در زمان ثبت شرکت، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

● تعیین وجوه ثابت برای خدمات ارایه شده از سوی دفتر اسناد رسمی با توجه به ثبت و صدور مجوز شرکتها

● تصویب حداکثر مبلغ مالیات و وجوه مربوط به امور ثبت و صدور مجوز شرکتها

● تصویب وجوه قابل پرداخت برای انتشار خبر ثبت شرکت در روزنامه‌های رسمی

● تصویب مراحل قانونی صدور مجوز شرکت:

● وضع مالیات بر مؤسسات اقتصادی کوچک و ساده نسودن حسابها و ترازنامه‌های شرکت

از سوی دیگر، وزارت مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونی‌های رومانی در تدوین پیش نویس لایحه تشکیل و فعالیت اقتصادی تجار آزاد مشارکت می‌کند. طرح کمکهای دولت که در قانون ۱۳۳/۱۹۹۹ و ۲۹۷/۲۰۰۰ تصریح شده بود، در «شورای رقابت تجاری» طبق مصوبه ۱۸۹/۲۰۰۱ تنفیذ شد. این وزارتخانه درصدد است بانک اطلاعات مورد نیاز را برای نظارت بر نحوه استفاده از کمکهای اعطایی دولت در سال ۲۰۰۱ ایجاد و به طور سالانه مراتب را به شورای تجاری گزارش نماید.

به منظور تحقق اهداف مربوط به ارتقای بخش مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط که در برنامه دولت به آن اشاره شد، دولت در برنامه توسعه سال ۲۰۰۴-۲۰۰۱

خود، وظایف اصلی وزارت مؤسسات کوچک و متوسط و تعاونیهای رومانی را به شرح زیر مشخص نموده است:

کارا نمودن و بهبود چارچوبهای قانونی و اجرایی، حمایت و مشاوره با سازمانهای وابسته به مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی

● بهبود کارایی وزارت مؤسسات کوچک و متوسط و تعاونیها برای ارزیابی سیاستها و اقدامات توسعه‌ای

● بهبود سیستم دسترسی مؤسسات

کوچک و متوسط به منابع مالی

● بهبود خدمات موردنظر برای مؤسسات مذکور به منظور افزایش کارکرد تجاری، رقابت و توانمندیهای اینگونه شرکتها در عرصه بازارهای داخلی و بین‌المللی

● انجام اقداماتی برای توسعه بخش مربوط به مؤسسات کوچک و متوسط که در برنامه توسعه چهار ساله کشور تصریح شده است، در چارچوب مسؤولیتهای این وزارتخانه همکاری با سایر وزارتخانه‌ها، نهادهای عمومی یا سازمانهای غیردولتی قرار دارد.

به منظور تحقق هرچه بیشتر اهداف موردنظر در برنامه توسعه دولت، رعایت توصیه نهادهای بین‌المللی بر پایه بررسیهای وزارت MSMBC با توجه به فضای تجاری کشور و نیز همه‌پرسی به عمل آمده از سوی این وزارتخانه در مارس ۲۰۰۱ در مورد اتحادیه‌های تجاری، و نیز با عنایت به پیشنهادهای ارایه شده از سوی مؤسسات کوچک و متوسط، وزارت MSMEC برای رفع موانع بازدارنده توسعه اینگونه مؤسسات، در جلسه مورخ ۱۷ می ۲۰۰۱ دولت برنامه کاری را به تصویب و آن را به اطلاع کمیسیون اروپا رساند.

روند پیشرفت این برنامه در مقاطع زمانی شش ماهه بررسی می‌شود. در این برنامه تعهد شده است، اقدامات لازم برای مقابله با موانع محدودکننده رشد و توسعه تجارت، روند قانونی ثبت و صدور مجوز شرکتها، چارچوبهای قانونی، نظام مالیاتی و فراهم بودن منابع مالی و اطلاعاتی انجام شود.

با اجرای این برنامه، وزارت مؤسسات کوچک و متوسط و تعاونیهای رومانی در امر بهبود و توسعه فضای تجاری و رقابت‌پذیری مؤسسات مذکور و نیز تحقق اهداف دولت در این زمینه مشارکت خواهد نمود.

وزارت مؤسسات کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونیهای رومانی هر ساله این طرح را از طریق ارزیابی مشکلات و نیازهای مؤسسات مذکور روزآمد می‌نماید.

نقشه از صفحه ۲۷

حساسیت بیشتری نسبت به تحولات اجتماعی - اقتصادی هستند که از کنترل آنها نیز غالباً خارج است. بنابراین بایستی تعریف روشنی از شاخصهایی که نشان‌دهنده موفقیت نظام تعاونی در کشور است به عمل آمده و بطور مستمر نسبت به ارزیابی آنان اقدام نمود. لذا نظام آماری بخش تعاون بایستی قادر باشد که اطلاعات مورد نیاز مسؤلان بخش تعاون را در چهار زمینه موضوعی زیر به طور مستمر تهیه کند و در اختیار بگذارد:

۱- وضعیت نظام تعاون در حال حاضر چگونه است؟

۲- وضعیت مطلوب تعاون بایستی چگونه باشد؟

۳- بهترین راه گذر از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب چیست؟

۴- آثار برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاریهای قبلی بر نظام تعاون چگونه بوده است؟

بنابراین، آمار و اطلاعات تولیدشده توسط هر نظام آماری بایستی از سه ویژگی به هنگام بودن، دقیق بودن و سازگار و مرتبط بودن، با مسائل مورد تصمیم‌گیری برخوردار باشد و آمار اطلاعاتی که دیر هنگام تهیه شود، با هر درجه‌ای از دقت، فاقد اعتبار لازم خواهد بود، لذا بایستی در ارتباط تنگاتنگ اجزای نظام برنامه‌ریزی و نظام آماری بخش تعاون، نیازهای آماری متبلور شده و برنامه‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت آماری مشخص و منابع لازم برای تهیه آنها اختصاص داده شود. بنابراین نظام آمارهای تعاون مانند هر نظام آماری دیگر بایستی دارای سه خصیصه کلی زیر باشد:

۱- وظایف هر یک از اجزای آن تعریف شده و نوع ارتباط و عمل متقابل آنها مشخص باشد.

۲- دارای برنامه‌های تولید آمار کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت براساس شاخصهای تعریف برای اندازه‌گیری و موفقیت نظام تعاونی باشد.

۳- نیاز و فعالیتهای آماری در ارتباط تنگاتنگ با نظام سیاستگذاری و برنامه‌ریزی تعیین شود.