



درس‌هایی برای:

تعاونی‌های کشاورزی آسیا و اقیانوسیه

ترجمه: مریم نعمتی

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 سرمایه‌گذاری در کشاورزی در مقایسه با صنعت یا تجارت پایین است و (این به دلیل عوامل زیر است):

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.

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،

اشاره

تعاونی‌های کشاورزی به صورگوناگونی، 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 کوچکشان می‌باشد. قوانین امروزی تعاونی‌ها بستر مناسبی برای افزایش "ارزش افزوده مواد اولیه" فراهم آورده است. از این رو این تعاونیها جز در موارد معدود با موفقیت عمل کرده‌اند. بدین ترتیب در مواردی که تعاونی‌ها قادر نشده‌اند برای تولیدات

- 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 JAS یا گروه JAS یا نهضت JAS 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 اعضاء خواهد شد درجه بندی و بسته بندی 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 درجه بندی، بسته بندی و بازاریابی وجود دارد پایداری و جلب سرمایه اعضاء 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

بر اساس 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 سهل الوصول 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 گلدانی 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 گسوجه‌فرنگی 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 متقن 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 دارابودن 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 اعضای 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. اعضای شراکتی حائز حق رأی نیستند، شمول اعضای 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 محاسبانی 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: