

فراز و نشیب‌های صنعت خرده‌فروشی تعاونی در جنوب آسیا

نوشته: و. هرات مشاور منطقه‌ای دفتر توسعه
تعاونیهای مصرف، وابسته به دفتر منطقه آسیا
اقیانوسیه ایکا

مأخذ: گزارش مدیریت تعاونیهای مصرف از
انتشارات ایکا، سمینار خبری، هند، ۱۹۹۷
مترجم: مرجانه سلطانی

عوامل برونی مؤثر بر خرده‌فروشی تعاونی

۱- اقتصاد کلان و بازار

کشورهای آسیای جنوبی برنامه زمان
بندی شده اصلاح اقتصادی به سوی اقتصاد
آزاد را در مقابله با حرکت سریع اقتصادی
اتحاد شوروی سابق بر گزیدند. سریلانکا
اولین اقدامات ابتکاری را در اواخر دهه
۱۹۷۰ آغاز نمود و پس از آن کشورهای
پاکستان، نیپال، بنگلادش و هند نیز در دهه
۱۹۸۰ دنباله رو این حرکت بودند. این
اصلاحات اقتصادی عبارت بودند از خارج
ساختن موسسات دولتی از نظارت دولت،
کشودین بازارها بر روی مؤسسات
خصوصی، آزاد سازی قیمت و تجارت، غیر

انحصاری نمودن صنعت به مدد اصلاح
استانداردهای حسابداری، بسازبینی
سیستمهای مالیاتی و نظامهای حقوقی و
استخدام کشوری.

آن چه موجب تحکیم هر چه بیشتر این
اصلاحات شد، اصلاحات موسوم به گات^(۱)
بود که در نتیجه توافقنامه‌های سازمان
تجارت جهانی^(۲) از سوی تمامی دولت‌ها
موجب تأیید قرار گرفت.

این دستاورد به عملکردهای افراطی در
بازار منتج شد که چندان نتایج رضایتبخش
برای کشورهای رو به توسعه رقم نزد.

حال تأثیر این دستاورد بر تعاونیهای
مصرف به طور دائم و صنعت خرده
فروشی به طور اخص چه بود؟

نخست آن که، دولت‌ها مجبور به برداشتن

یارانه از کالاهای مصرفی اساسی و حذف
سیستمهای نرخ ثابت شدند. پیامد این تغییر
شیوه، تعیین نرخها در بازار آزاد بود.

دوم آن که دولت‌ها کالاهای سهمیه بندی
شده برای اقشار مستضعف جامعه را
کاهش داده و یا حذف نمودند. این گونه اقدام
اساساً در تعاونیهای مصرف توزیع می‌شد
و نوعی تجارت با ثبات را برای آنان
تضمین می‌نمود. این اقدام، تجارت خرده
فروشی سریلانکا و هند را بسیار تحت
تأثیر قرار داد. شرکتهای دولتی بیشتر
سیستم توزیع پاکستان را به کار بستند.
مشارکت تعاونیها در تأمین امنیت مواد
غذایی قابل توجه بود. تمامی کشورهای
منطقه جنوب آسیا با تعاونیها توافق
نمودند تا آنها به نیابت از طرف دولت

دانه‌های خوراکی را خریداری کرده و توزیع آن را نیز عهده دار شوند. علاوه بر این، اعتبار کشاورزی و عرضه مواد غذایی نیز در تعاونیها انجام می‌شد. با وجود ترتیبات جدید در زمینه تضمین امنیت غذایی از طریق تأثیر متقابل در بازار آزاد، لطماتی به تجارت تعاونی وارد آمد. فرهنگ مدیریت با گرایش توزیع یا همان تعاونیها، جامعه‌ای مناسب به قامت بازار رقابتی اضطراری به نظر نمی‌رسید.

سوم آن که خرده فروشان تعاونی حق انحصاری بسیاری نمایندگیهای صنایع دولتی تولید کننده کالا و یا دیگر مؤسسات را از دست دادند. این تعاونیها ناگهان دریافتند که دیگر نماینده توزیع کننده محسوب نمی‌شوند.

در این دوره، شرکت‌های چند ملیتی فرصت را برای ورود به جرگه بازارهای آسیای جنوبی مناسب دیدند. نقش این شرکتها در دوران اقتصاد بسته یا مختلط چشمگیر نبود. برای نمونه در هند، شرکت‌هایی چون کوکاکولا^(۳)، لوورز^(۴)، نستله^(۵) حضور داشتند، اما این حضور یا به صورت عرضه محصولات هندی شده بود یا همچون کوکاکولا غیر فعال بودند. طبق مقررات «FERA»، خروج درآمدها به صورت ارزهای قوی ممنوع بود. برخی شرکت‌های چند ملیتی در بازار محلی فعالیت داشتند و نسبت به تازه واردان به بازار، دارای مزیت رقابتی بودند.

با تصویب سیاستهای جدید اقتصادی دهه ۱۹۸۰ در هند، شرکت‌های چند ملیتی با حق انحصاری همچون «سوورز» که انحصار مواد شوینده را در اختیار داشتند، به تحکیم موقعیت خود پرداخته و روشهای انحصار طلبانه در پیش گرفتند. این سیاست به شکل‌گیری فروش مشروط و

سیستمهای انحصاری عرضه کالا منجر شد که اکنون بر خرده فروشان تعاونی نیز تأثیر گذارده است.

گذشته از این موارد، با انتقال صنایع نوشابه سازی محلی و تعدادی از شرکت‌های تولید کننده محصولات لبنی، تأمین ضروریات تعاونی در معرض تهدید قرار گرفت.

تمهیدات دولت برای مهار فعالیت‌های تجاری انحصار گرانه و بازدارنده تاکنون بی ثمر بوده است. با شکل‌گیری کارتلها، امر تولید و بازاریابی در یک نقطه مجتمع شد. تنوع صاحبان حرف تجاری با آمدن شرکت‌های چند ملیتی و شرکت‌های فرامیلتی به بازار جنوب آسیا امری عادی شد. این



شرکتها بیشتر از ترفندهای تلخیص پولی (سپرده‌های نقدی چند گانه، دستکاری در فاکتور نویسی، معامله تهاتری، معاملات اعتباری موازی، نقل و انتقالات پولی در داخل سیستم بانکی و...) برای برتری رقابتی بر سایر شرکتها استفاده می‌کنند.

صنعت کیتینگ^(۶) در هند، رفته رفته با ورود «پیتزاهات مک دونالد»^(۷) و «جوجه سوخاری کنتاکی»^(۸) (یکی از شرکت‌های پیپسی کولا) مورد تجاوز قرار گرفت که خود هر گونه فرصتی را برای ایجاد تعاونی‌هایی از این دست در آینده سلب خواهد کرد.

دولتهای هند، سریلانکا و پاکستان، تدریجاً انحصار معمول ناشی از ارتباط دوربرد و حمل و نقل عمومی را به بخش خصوصی واگذار می‌کنند. تعدادی از تعاونیهای حمل و نقل در سریلانکا نیز سهم خود را در بازار به سرعت در حال انتقال از دست می‌دهند.

بخش کشاورزی هند و سریلانکا در صدد صنفی نمودن کامل این بخش تا سال ۲۰۰۱ هستند. بدین ترتیب تعاونیهای مصرف باید در مورد تأمین اقلام غذایی خود فکر تازه‌ای بیندیشند.

داستان موفقیت تاریخی ژاپن در سیاست حمایتی این کشور از صنایع و کشاورزی داخلی و پرهیز از سرمایه گذاری مؤسسات بین المللی حکایتی ریشه دار است. با اسارت کشورهای جنوب آسیا در تله دیون و بدهیها، قدرت معامله این کشورها عملاً به صفر رسیده است، وضعیتی که بیشتر یک اقدام سیاسی بین المللی را طلب می‌کند. همکاری جنوب - جنوب و شمال - جنوب از دیگر اقدامات عمده بود.

نتیجه مثبت اقتصاد بازار آزاد، ظهور یک



بازار مصرف شفاف بود. فلسفه حمایت از مصرف کننده، بیش از پیش از طریق رسانه‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی مورد استفاده شرکت‌های خصوصی، اشاعه یافته بود. هر چند شکاف بین فقیر و غنی عمیق‌تر می‌شد و در عین حال، طبقه متوسط نیز کوچکتر، اما بازار مصرف به طرز شگفت‌آوری در حال رشد بود. میزان تقاضای غیر طبیعی برای کالاهای سرمایه‌ای و خدمات افزایش یافته بود. موضوع کهنگی اجناس حربه‌ای در دست شرکت‌های تولید کننده کالاهای با دوام مصرفی شد تا از طریق ساخت نمونه‌های جدید، سود حاصله را به حداکثر برسانند.

آیا جو جدید بازار، زمینه‌ای هموار برای فعالیت تعاونیها ایجاد خواهد کرد؟ برای تحقق این مهم به چند پیش شرط نیاز داریم:

- جو قانونی مناسب
- فرصتهایی برای رقابت
- معافیت مالیاتی از خدمات ضروری برای دولت‌ها یا ارائه طرح‌های سازنده تجاری
- کناره‌گیری کامل دولت از مشارکت در امر مدیریت
- انجام اصلاحات مالیاتی
- رعایت اکید قوانین و مکانیسم‌های ضد انحصاری

به رغم برخی تلاش‌های انجام شده در عرصه قانون گذاری، همچنان باید این اقدامات در تمامی کشورها معرفی و اجرا شوند. برای نمونه قانون تعاون هند، هنوز بر اساس قوانین استعماری بریتانیا به مورد اجرا گذارده می‌شود.

۲- تغییر در عملکرد مصرف کننده و شیوه‌های زندگی

مصرف کننده در جوامع موج اول و دوم به پایداری و دوام علاقمند بود. کالاهای سرمایه‌ای آنان و تغییر الگوها به واسطه

نوآوری، گاه پس از چند سال روی می‌داد. بازارها مقتدر نبودند و معاملات پایاپای در منطقه متداول بود. حتی در دوره اقتصاد بسته، این روند بدون تغییرات عمده ادامه داشت.

تحولات اقتصادی دهه ۱۹۸۰، بر ساختار جامعه منطقه تا حد بسیاری تأثیر گذارد. درآمد فزاینده از محل صنایع شهری و مشکل بیکاری در روستا جاذبه‌ای شد برای حرکت خانواده‌های روستایی به سوی شهرها. بهبود نظام آموزش نیز به این روند کمک نمود. اما نتیجه، از هم پاشیدگی تدریجی جامعه سنتی و افول نظام خانوادگی گسترده و ایلی بود و در عوض «خانواده مستقل» حداقل در مناطق شهری و نیمه شهری پدیدار شد.

با برنامه‌های زمان بندی شده و کار نوبتی، شیوه‌های زندگی جامعه به طرز چشمگیری به سمت فرهنگ گذرا متحول شد. مشکلات عدیده مدیریت خانوار، خانواده‌ها را ناگزیر از استفاده غذای آماده و دور انداختن برخی از اجناس نمود. زمان برای انجام امور خانواده بسیار محدود شده بود. رقابت شدید بین مؤسسات تجاری که از سوی رسانه‌ها حمایت می‌شدند، به بروز تغییرات سریع در رفتار مصرف کننده انجامید.

عامل دیگر اثر گذار بر شیوه زندگی سنتی، مهاجرت مستمر نیروی کار در داخل کشور و مهاجرت موقتی آنان به سایر کشورها بود. کارگر غیر ماهر بیشتر از مناطق روستایی به شهرها می‌رفت. مهاجرت کنندگان همواره با کوله باری از روش‌های جدید و الگوهای رفتاری تازه به جامعه روستا یا کشور خود بازمی‌گشتند که اساساً تحت نفوذ تبلیغات مصرف گرای شرکتها قرار داشت این فرهنگ جدید

تهدیدی برای ارزشهای بنیادینی چون، عقل معاش، صرفه جویی و پس انداز به حساب می‌آمد که مدافع آن تعاون بود. رواج مصرف به طور مستقیم با آن دسته از مؤسسات مالی در ارتباط بود که برگردش بیشتر سرمایه پولی چشم دوخته بود.

کیفیت در زندگی برای نسل جدید مصرف کننده یک الزام شده بود. توجه به تنوع کالاهای با دوام مصرفی و خدمات بیش از پیش معمول شد و مصرف کنندگان قطع نظر از سطح درآمدها، سودای داشتن چنین تسهیلاتی را در سر می‌پروراندند. خطر مصرف گرایمی همراه با ترفندهای تهاجمی بازاریابی شرکتها به زندگی مصرف کننده نفوذ کرد و امروز استفاده از کارتهای اعتباری به یکی از ویژگیهای معمول هر خانواده تبدیل شده است.

روزگاری، تولید اتوبه یکی از راهبرد های صنایع به شمار می‌رفت. اما این دیگر راهبردی موجه نیست چرا که از طریق رقابت، نیازهای فردی مصرف کننده به نحوی تأمین می‌شود که گردش سرمایه نسیز رقابتی‌تر انجام شود. از این رو، شرکت‌های فراملیتی و چند ملیتی به تولید محصولات و ارائه خدمات مطلوب از نظر مردم محلی و نه طبق نائقه فردی، مبادرت نموده‌اند. بازارهایی که دارای موقعیتی محکم هستند نیز سهم ویژه هر شرکت را در بازار تضمین می‌نمودند.

۳- ساختارهای شسراکتی و راهبردهایی برای صنعت خرده فروشی

اولین خرده فروشان به صورت انفرادی و بدون ارتباط نزدیک با دیگر تجار فعالیت می‌نمودند. آنان عمدتاً صاحبان تجارت به شکل فردی یا خانوادگی بودند. عرضه کالا در دوران جنگ جهانی دوم و بلافاصله پس

برای تنوع و نوگرایی صنعت خرده فروشی به شمار می‌رفت. سیستمهای پیشرفته حمل و نقل و ارتباطات نیز به تحکیم این روند کمک نمودند.

سیستم فرانشین، حداقل در سریلانکا تدبیر تازه‌ای در جهت تقویت موقعیت در بازار بود. گردش بیشتر سرمایه سهامی و فله فروشی از تدابیر جدید برتری جویی بر رقبا به شمار می‌رفت. تخفیف نیز یکی از ویژگیهای متداول در این شیوه است.

فروشگاههای زنجیره‌ای چند ملیتی همچون سون ایلون^(۱۱) یا ماکرو^(۱۲)، به استثنای حضوری قابل اغماض در هند، هنوز وارد بازارهای جنوب آسیا نشده‌اند. خدمات بازاریابی از جمله در این بین فعالیتهای مختص به معدودی شرکتهای چند ملیتی نظیر پراکتور^(۱۳) و گمبل^(۱۴) بود. بنابراین به شرط داشتن همبستگی، موقعیت برای تعاونیها مساعدتر بود.

۴- رویکردهای جدید خرده فروشی

با اشیاع شدن بازار خرید، خرده فروشان نیز رقابت را به خود بسیار نزدیکتر از هر زمان دیگر احساس می‌کنند. در راهبردهای جدید، باید جهت‌گیری بیش از پیش به طرف مصرف کننده باشد. اما در حالی که تعاونیها شکل توزیع سنتی را حفظ می‌نمودند، صنعت خرده فروشی خصوصی طی دهه گذشته متحول شد. حداقل در مناطق شهری، سوپر مارکتها از سیستمهای دقیق کنترل و صندوق پول استفاده نمودند. و برخی نیز برگه‌های پرداخت پول و سیستمهای کنترل موجودی رایانه‌ای را به کار گرفتند با وجودی که هنوز روش بارکد برای بسیاری کالاها استفاده نمی‌شود در عین حال زمانی را که مصرف کننده در پای صندوق صرف می‌کند نیز بسیار کاهش یافته است.



شبکه عمده فروشی کارآمدتری را تحت حمایت سیستم خرده‌فروشی خصوصی به وجود آورد. هر چند تعدادی فروشگاه زنجیره‌ای پس از دهه ۱۹۶۰ ایجاد شد، اما این فروشگاهها کمابیش در تملک خانوادگی بودند. سیستم زنجیره‌ای غذای آماده در این میان، بهتر شکل گرفته بود.

شبکه فروشگاههای بزرگ در آسیای جنوبی، به ویژه در هند و سریلانکا، در سال ۱۹۷۰ ایجاد شد. در این تحول تعاونیها پیشگام بودند. در این دوره، اقتصاد کشورها از دست اندازی شرکتهای فراملیتی و چند ملیتی در امان نگاه داشته شد بازار نیز به دلیل کمبودها، بیشتر یک بازار فروشنده بود تا یک بازار خریدار.

اما در دهه ۱۹۸۰ به دلیل مدیریت مدبرانه عرضه محصولات، سیستم فروشگاههای سلف سرویس به بازار آمد. این حرکت جدید، بازار را از صنعت خرده فروشی با گرایش توزیع دور می‌نمود و نقطه عطفی

از آن محدود بود. با رونق گرفتن صنایع و تولید، توزیع کالا نیز رشد یافت. در آغاز، فروشندگی مجاز دولتی متداول بود و شبکه اصلی توزیع در سطح روستا به شمار می‌رفت. عمده فروش از خرده فروش متمایز بود. این سیستم هنوز در بسیاری کشورهای جنوب آسیا شایع می‌باشد و در عین حال فروشگاههای زنجیره‌ای خرده فروشی و سیستم سوپرمارکت نیز در حال توسعه می‌باشد.

در این دوره، تعدادی فروشگاه بزرگ اختصاصی نیز به مدیریت شرکتهای بریتانیایی ایجاد شده که در واقع در خدمت مصرف کننده طبقه مرفه هستند. این سیستم از نخستین سالهای قرن اخیر آغاز به کار نموده و همچنان با تغییراتی در حال فعالیت است. شرکتهای کارجیلز^(۱۵) و میلرز^(۱۶) نمونه هایی از این دست در سریلانکا هستند. روند سریع صنعتی سازی در هند،



پسندیده دیگر جایگزینی کالاهایی به صورت توزین شده و فروش باز با احتیاس بسته بندی شده بود. کارمندان در مناطق شهری، خرید این نوع کالا را حتی به رغم افزایش هزینه، ترجیح می‌دهند.

علاوه بر سوپر مارکتها، چند فروشگاه بزرگ (هایپر مارکت)^(۱۵) نیز در هند و سریلانکا ایجاد شده‌اند. وجود این گونه بازارها، دست آورد جدیدی در کاهش قیمت خرید فله محسوب می‌شود. بدین ترتیب، خرده فروشان بازگشت بیشتر سرمایه را از طریق قیمت کمتر تجربه می‌نمودند.

برخی خرده فروشان خصوصی، سیستم سفارش پستی و تحویل در منزل را آغاز کردند. این روش در بین شرکت‌های صاحب نام که از کاتالوگهای فروش پستی استفاده می‌کنند، متداول است. دستگاههای فروش خودکار نیز راه اندازی شد.

فرانشیز به عنوان جایگزینی برای خرده فروشی در سریلانکا عامه پسند می‌شود. با استفاده از ایسن روش، یک شبکه خرده فروشی ایجاد خواهد شد. این فروشگاهها نیز با بسیاری از تعاونیهای خرده فروش در مناطق روستایی به رقابت بر می‌خیزند.

عامل درونی مؤثر بر صنعت خرده فروشی تعاونی

۱- روشهای جدید در ارزشها و اصول تعاون

بسیاری از سازمانهای بزرگ تعاونی مصرف در شمال از سوی رقبای خود با رقابت شدیدی روبرو شدند و به تدریج سر تسلیم فرود آوردند. تعدادی از آنها در فرانسه، آلمان، ایالات متحده آمریکا و ایتالیا از هم فروپاشیدند. مطالعات انجام شده در مورد تعاونیهایی که در سرایشی افتاده‌اند، نشان داده است که این گونه تعاونیها دارای بحران هویت هستند. اما این خود آغازی

در سالهای اخیر، ثابت شده که، فعالیت مشترک مراکز تولید و مصرف به نفع هر دو طرف است. در حالی که تولیدکننده از قیمت و بازار محصول خود اطمینان دارد، تعاونی مصرف نیز محصول کیفی مورد نظر خود را دریافت می‌کند. مزیت عمده دیگر، حذف واسطه و سهم شدن تولیدکننده و مصرف کننده در سود حاصله است.

برای روند احیاء تعاونیها گردیده است. تشویق قرار گرفتند.

در بیانیه جدید هویت تعاون، اصل جداگانگی برای توجه بیشتر به جامعه در نظر گرفته شد. این اصل بر نقش تعاونی به عنوان یک مؤسسه عهده‌دار اقتصاد اجتماعی تأکید می‌کند. این اصل، تعاونی را به طور اخص از مؤسسات خصوصی متمایز می‌سازد، چرا که تعاونی تنها درگیر فعالیتهای کارآفرینی است که به توسعه پایدار جوامع منتهی می‌شود.

در بیانیه هویت تعاون، بازار درخور و شایسته‌ای برای حضور تعاونیها پیش بینی شده است. این بنگاههای اقتصادی در عمل دارای اهداف، اصول اخلاقی و ارزشهای اجتماعی خواهند بود. توسعه پایداری که در این بیانیه به آن اشاره شد، سرفصل مباحثی است که هم اکنون بشر، محیط زیست و اقلیم طبیعی با آن روبروست.

۲- رگودساختارها و راهبردهای مشارکتی

از سیستم مغازه‌هایی که به سبک راچدیل گرفته تا تشکل مدرن سوپر مارکتها که در منطقه مورد نظر ما (جنوب آسیا) شایع شده، بی نهایت تنوع وجود دارد. در مورد بنگلادش و نپال، ویژگیهای داوطلبان مدیریت فروشگاههای خرده فروشی تعاونی مشخص است. اما، در آپنا بازار^(۱۶) هند، از ساختار جدید مدیریت سوپر مارکتها استفاده می‌شود. فروشگاههای بزرگ و سوپر مارکتها در

اما در نقطه مقابل، تعاونیهای مصرف در ژاپن نشان داده‌اند که حتی در صورت عدم بازگشت به تعاونیهای سنتی، می‌توانند جایگزین موفقی را معرفی نمایند. آنان در واقع شالوده اصلی تعاونی با مالکیت عضو را حفظ نموده‌اند و از نظام سرمایه‌گذاری اقتصادی نیز استفاده می‌کنند. این تعاونیها، به اجبار قانون، موظف بودند تنها با اعضاء خود داد و ستد کنند. هر چند رهبران بین المللی تعاون می‌بایست ارزشها و اصول بنیادین تعاون را تشخیص داده و برای انطباق در یک تعاونی مدرن آن را تفسیر نمایند.

کنگره اتحادیه بین المللی تعاون در بیانیه جدید هویت تعاون، بر ارزشهای خود یاری، مسئولیت پذیری، دهم‌کراسی، برابری، انصاف و همبستگی، تأکید می‌کند.

تفسیر یک تعاونی به عنوان اجتماع مستقلی از افراد، دلالت بر یک تعاونی غیر وابسته به دولت یا هر قدرت دیگری دارد.

این تفسیر لزوماً به کناره‌گیری دولت از خرده فروشی تعاونی می‌انجامد. بر اساس تفسیر جدیدی که از مشارکت اقتصادی اعضاء ارائه شده، تعاونیها مجبور به اندوختن ذخائر غیر قابل تقسیم می‌باشند. اساساً، مازاد ناشی از معاملات تجاری افراد غیر عضو که تاکنون از طریق اعضاء تعاونی اختصاص می‌یافت، از آن پس مورد تأیید نبود. بلکه سهامدارانی که مسئولیت تعاونی خود را عهده دار می‌شدند، مورد

کلان شهرها، سیستم سود محوری را برای اداره بخشهای مختلف فروشگاه خود برگزیده و عنوان تصمیم‌گیری را بیشتر به مدیران شعب داده‌اند. برای کارکنان، بر اساس عملکرد آنان در شعب، روشهای تشویقی در نظر گرفته شده است. تحرک پذیری کارکنان در بنگاههای اقتصادی خصوصی امری عادی است. معیارهای بهره‌وری برای کارکنان از سوی خرده فروشان بزرگ، به خصوص در سوپر مارکتها انتخاب می‌شود.

ساختارهای مشارکتی تعاونیهای چند منظوره در سریلانکا که به طور میانگین حدود ۲۵ فروشگاه خرده فروشی و حداقل یک انبار عمده فروشی دارند، ساختار مشارکتی سنتی را با مدیریت، نظارت و سطوح عملکرد چند لایه برگزیده‌اند. سلسله مراتب مدیریتی و حوزه نظارتی از اصول کلیدی مورد استفاده در قلمرو فعالیت مدیریت بوده است. سیستمهای اطلاع رسانی در سطوح مختلف دارای برنامه‌های درونساخت بررسی و بازبینی هستند. سیستم حسابرسی نیز بسیار گسترده و نگهداری از آن پر هزینه است. این سیستم پیش از هماهنگی با نظام بازار برای تناسب با یک نظام توزیعی به وجود آمده است.

روند تصمیم‌گیری در بسیاری از تعاونیهای مصرف تا حدودی به ساختار شرکتی شباهت دارد که در آن سهامداران نقش منفعلی ایفا می‌کنند. تصمیم‌گیری در مورد کسب و کار بر عهده مدیران است و کمیته‌های فرعی بیشتر به عنوان گروههای مشاوره‌ای عمل می‌کنند تا گروههای تصمیم‌گیرنده.

فرآیندهای برنامه ریزی در بسیاری تعاونیها فاقد کارایی بوده یا اصولاً خبری از آنها نیست. در بسیاری موارد طرح ریزی

به زعم مدیران یک عمل بسیار دقیق است. ارزیابیهای دقیق بازار یا نظر سنجی از اعضاء به ندرت صورت می‌گیرد.

۳- مسائل اعضاء و مشتریان

تعاونیها به مؤسساتی موسوم هستند که توسط اشخاص دارای نیازهای مشترک تشکیل و اداره می‌شوند. این خود مصرف کنندگان بودند که اولین بار تعاونیهای مصرف را معرفی نمودند. در آسیای جنوبی، ویژگی مشترک، ترویج تعاونیهای مصرف از سوی دولت برای اداره سیستم توزیع عمومی برای اقشار محروم‌تر جامعه است. این یکی از راهکارهای معمول در جنگ جهانی دوم بود. هر چند این تعاونیها برای توزیع کارآتر توسط خود افراد استفاده کننده از آنها اداره می‌شد، اما تصمیم‌گیرنده اصلی، دولت بود.

موارد استثنایی در بین تعاونیهای مصرف در مؤسساتی چون اداره‌ها و کارخانه‌ها به چشم می‌خورد. وانگهی تعداد استفاده کنندگان غیر عضو از این خدمات بیش از اعضاء است. با آزاد شدن تدریجی بازار، این پرسش مطرح شد که نقش تعاونی مصرف در بازار



چيست، هر چند بسیاری از کشورها همچنان قادر به حفظ اکثر تعاونیهای مصرف خودکفا بوده‌اند. تعاونی مصرف ثابت نمود که برای مصرف کننده، حتی در اقتصاد بازار، تعاونی جایگزین بهتری است. برای نمونه مشکلات مطرح در تعاونیهای مصرف تایلند در منطقه قابل مشاهده نیست.

خرید مشترک، آغازی برای تعاونی مصرف بود. اینکار با شروع حمایتیهای دولت از تعاونی ناکام ماند. اما زمانی که ادغام تعاونیها در سریلانکا انجام شد، این عمل به طور کامل از میان رفت. در عوض، راهکاری که مدیران برای تأمین منافع مشتری دنبال می‌کنند به شیوه خرده فروشان خصوصی شباهت دارد. مشاوره با مشتری تنها کلیدی است که برای گشودن این در استفاده می‌شود.

آموزش مصرف کننده یکی از فعالیتهای اصلی مورد انتظار از تعاونیهای مصرف است. امروزه این روش به طور نادر به کار می‌رود. اقتصاد خانوار، بودجه بندی منزل و الگوهای پایدار مصرف از زمینه‌های مربوط به تعاونی می‌باشند. در نقطه مقابل، بسیاری از عرضه کنندگان خصوصی کالا هستند که از تعاونیها برای ترویج رفتارهای مصرف‌گرایی در بین اعضاء تعاونی بهره‌برداری می‌کنند.

امنیت غذایی یکی از موارد مربوط به اعضاء تعاونیهاست. تعاونیها باید از فروش مواد غذایی، بازخورد لازم را کسب نمایند. سابقاً به دلیل کمبود کالاهای مصرفی، این کار ممکن نبود. اما امروزه، به دلیل آن که محصولات زیانبخش برای سلامتی مصرف کنندگان در بازار، زیر قیمت واقعی فروخته می‌شود، امنیت غذایی اهمیت بیشتری می‌یابد.

نهیضت تعاون در کشور مالزی

از: نوروائیم حاج عبدالطیف
استادیار دانشکده تعاون مالزی

ترجمه: محمود زارع زاده
منبع: مدیریت نوین تعاونی مصرف ۱۹۹۵ - علی بگ - هند

بخش اول

بدون شک اعضاء نیز باید مطمئن شوند که سیاست گذاران و افرادی که سر نوشت تعاونی آنان را در دست دارند افرادی امین و دارای صلاحیت می باشند و این از جمله حقوقی است که اعضاء نسبت به شرکت دارا می باشند، حال، برای دسترسی به این حق اعضاء باید بدانند که جز از طریق مشارکت فعال خود نمی توانند به این حقوق دست یابند و تنها از طریق مشارکت است که می توان افراد صالح و امین را برای اداره شرکت تعاونی انتخاب نمود، یعنی افرادی که توانایی توسعه تعاونی را داشته و منافع بیشتر اعضاء را تأمین نمایند. رهبران و مدیران شرکت تعاونی باید نسبت به تأمین نیاز مندیهای اعضاء توجه فوق العاده ای را مبذول داشته. از انتقاد سازنده آنان استقبال نمایند.

جمعیت:

جمعیت مالزی در سال ۱۹۹۴ بالغ بر ۱۹ میلیون و ۴۹۸ هزار نفر بوده و دارای نژادهای مختلف و با فرهنگها و مذاهب گوناگون و زبانهای متفاوت می باشد که علی رغم تنوع و ترکیب جمعیتی، مردم این کشور در وحدت، حسن خلق و هماهنگی در کنار یکدیگر زندگی می کنند. نژادهای مالایی، چینی و هندی نژادهای سه گانه و جمعیت عمده این کشور را شامل می شود.

قانون اساسی و تفکیک قوا:

حکومت مالزی دارای پارلمان و سیستم حکومتی آن پادشاهی است و پادشاه «یانگ

کانو، پاهانگ و سرزمین فدرال صبا و ساراواک می باشد.

آب و هوا:

مالزی در نزدیکی استوا قرار دارد و آب و هوای این کشور عمدتاً تحت تأثیر شرایط دریایی و سیستمهای بادی برخاسته از اقیانوس هند و دریای جنوبی چین می باشد. این کشور دارای دو فصل آب و هوایی با بادهای موسمی در جنوب و شمال شرقی بوده و متوسط درجه حرارت آن از ۲۱ درجه تا ۲۲ درجه سانتیگراد متغیر و با رطوبت هوای بالا می باشد.

مالزی کشوریست در جنوب شرقی آسیا با مساحتی معادل ۳۲۹۷۵۸ کیلومتر مربع که از دو بخش مجزا شامل شبه جزیره مالای و ایالت های صبا و ساراواک در شمال غربی جزیره بورنئو تشکیل شده است. دو بخش مالزی از یکدیگر به فاصله ۵۲۱/۱ کیلومتر توسط دریای جنوبی چین جدا می شوند. شبه جزیره مالای با تایلند و ایالت های صبا و ساراواک با سرزمین کالی منتان اندونزی هم مرز می باشند.

فدراسیون مالزی شامل ایالت های پریس، کدا، یولانونپانگ، پراک، سلانگور، نجری سمیلان، ملاکا، جوهور، کلانتان، ترنگ

سال ۱۹۹۴			سال ۱۹۹۳			
سهم رشد	GDP در سهم	رشد	سهم رشد	GDP در سهم	رشد	
۰/۹	۱۲/۸	۰/۵	۷/۸	۱۵/۹	۳/۹	کشاورزی، جنگلداری، ماهیگیری
۰/۷	۶/۲	۰/۹	(-۱/۵)	۶/۷	(۱/۷)	معدن (به انضمام نفت)
۲۸/۵	۳۱/۵	۱۳/۶	۲۴/۶	۳۰/۱	۱۲/۹	صنایع
۶/۱	۴/۲	۱۳	۵۲/۲	۴	۱۱/۲	ساختمان
۲۷/۴	۲۴/۶	۹	۵۲/۲	۴۲/۴	۱۰	خدمات
۹/۸	۶/۶	۱۳	۱۳/۳	۶/۴	۱۹/۳	هزینه‌های جانبی خدمات بانکی
۵/۲	۲/۱	۱۱	۴/۱	۴	۸/۴	حقوق و عوارض گمرکی
۱۰۰	۱۰۰	۸/۵	۱۰۰	۱۰۰	۸/۳	تولید ناخالص داخلی GDP

تعاونی توسعه منطقه‌ای (KPD) مالزی
روستائیان را ترغیب می‌نماید تا در مناطق
روستایی طرح‌های توسعه را بر محور
هماریهای متقابل روستائیان به اجرا درآورد

۵۱

وضعیت صادرات کالاهای صنعتی

(جدول شماره ۳)

عنوان کالاهای صنعتی	۱۹۹۳ - درصد سهام	درصد تغییرات	۱۹۹۴ (ژانویه - ژوئن)
فراآورده‌های الکتریکی و الکترونیکی	۶۱/۵	۳۲/۲	۳۹/۴
منسوجات، پوشاک و کفش	۶/۱	۷/۱	۹/۵
مواد غذایی، نوشابه و تنباکو	۲/۸	۳/۳	۲۰/۸
محصولات چربی و چوب	۵/۳	۷۳/۷	۴۱/۹
فراآورده‌های لاستیکی	۲/۷	۲۴/۸	۱۳/۳
فراآورده‌های نفتی	۱/۹	۵۳/۱	-۸/۵
فراآورده‌های شیمیایی و مواد شیمیایی	۳/۹	۱۳/۹	۳۵/۶
فراآورده‌های معدنی غیر فلزی	۱/۲	۱۳/۷	۳۶/۹
آهن، فولاد و صنایع فلزی	۳/۵	۴۸/۳	۱۱/۹
تجهیزات حمل و نقل	۴/۱	۶۸/۹	۵۶/۷
جمع	۱۰۰	۳۱/۳	۳۲/۶

(جدول شماره ۲)

کالای صادر شده	سال ۱۹۸۹	سال ۱۹۹۴
مجموع صادرات (میلیارد RM)	۶۷/۸	۱۴۸
کالاهای الکتریکی و الکترونیکی	۳۰/۷	۲۸/۶
منسوجات، پوشاک و کفش	۴/۷	۳/۹
سایر فراآورده‌های صنعتی	۱۸/۵	۲۵/۱
نفت خام	۱۱/۶	۴/۲
قلع	۱	۰/۳
LNG	۱/۶	۳
چوب	۱۰/۷	۴/۸
روغن نخل	۶/۹	۵/۳
لاستیک	۵/۸	۱/۶
سایر	۵/۸	۴/۷

سال یک بار برگزار می‌شود.

مجلس ایالتی عمدتاً در زمینه‌هایی مانند مسائل مربوط به اراضی، کشاورزی، بودجه، و قانون اسلامی و... قانونگذاری می‌نماید و چنانچه بین قانون فدرال و قانون ایالتی مغایرت و تناقضی وجود داشته باشد، قانون فدرال حاکمیت خواهد داشت.

کشور را بر عهده دارد. قوه مقننه در سطح فدرال دارای دو مجلس، نمایندگان و سنا می‌باشد که ریاست قوه مقننه را پادشاه به عهده دارد. موضوعات اصلی در زمینه‌های امور خارجه، دفاع، امنیت داخلی، قوانین مربوط به جرم و جنایت توسط مجلس فدرال قانونگذاری می‌شوند و هر یک از ایالت‌های این کشور نیز دارای یک مجلس قانونگذاری می‌باشد که انتخابات آن هر پنج

دبیر توآن» رئیس کشور می‌باشد. قوه مجریه این کشور شامل هیأت وزیران به ریاست نخست وزیر است که نخست وزیر در اجرای کلیه موارد دولت در مقابل پادشاه مسئول است. نخست وزیر حکومت مالزی از طرف رهبر حزبی که دارای اکثریت در مجلس نمایندگان می‌باشد برگزیده می‌شود. قوه مقننه نیز در این کشور مسئولیت قانونگذاری و تصویب بودجه



جدول زیر عملکرد بخش خدمات را در مالزی نشان می‌دهد

زیر بخش		سهم		رشد سالیانه	
۱۹۹۴	۱۹۹۳	۱۹۹۴	۱۹۹۳	۱۹۹۴	۱۹۹۳
۱۳	۱۲/۵	۵	۴/۹	۱۳	۱۲/۵
۹	۸	۱۵/۶	۱۵/۶	۹	۸
۱۰/۵	۱۰	۲۷/۸	۲۷/۵	۱۰/۵	۱۰
۱۱	۱۱/۴	۲۴/۵	۲۴	۱۱	۱۱/۴
۴/۷	۹/۶	۲۲/۳	۲۳/۲	۴/۷	۹/۶
۸	۸/۲	۴/۸	۴/۸	۸	۸/۲

جدول شماره ۴ - مهمترین کشورهای

که مالزی به آنها کالا صادر می‌کند

نام کشورها		۱۹۹۳	۱۹۹۴
آمریکا	۲۷/۳	۲۶/۹	
هر یک از کشورهای اتحادیه اروپا	۱۶/۳	۱۵/۱	
انگلستان	۵/۲	۴/۲	
آلمان	۴/۶	۳/۹	
ژاپن	۸/۶	۸/۸	
سنگاپور	۲۴/۶	۲۵/۱	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

اوضاع اقتصادی مالزی:

اقتصاد مالزی با رشدی معادل ۸/۵ درصد، تولید ناخالص داخلی (GDP) در سال ۱۹۹۴ همچنان به توسعه نیرومند و پر قوت خود ادامه می‌دهد. رشد اقتصادی این کشور از سال ۱۹۸۸ تا سال ۱۹۹۳ به طور متوسط ۸ درصد بوده که انتظار می‌رفت شتاب این رشد در سال ۱۹۹۵ به ۹/۵ درصد تولید ناخالص داخلی بالغ گردد. در این کشور رشد سریع اقتصادی همراه با ثبات قیمت‌ها و افزایش شاخص قیمت‌های مصرف (CPI) در حدود ۲/۸ درصد بوده است. به علاوه رشد اقتصادی سبب ارتقاء درآمد سرانه ملی شده و به RM ۸۸۵۶ (واحد پول مالزی) رسیده که کلیه افراد مالزیایی از این رشد بهره‌مند شده‌اند. بخش صنعت با ۳۸/۵ درصد تولید ناخالص داخلی بزرگترین سهم و پس از آن بخش خدمات با ۴۷/۴ درصد برجسته‌ترین سهم را در تولید ناخالص داخلی کشور کشور دارد. (جدول شماره ۱ سهم هر یک از بخش‌ها را در اقتصاد کشور نشان می‌دهد): ترکیب صادرات کالاها صنعتی عمدتاً به سه گروه کالاهای الکتریکی و الکترونیکی، منسوجات و فرآورده‌های چوبی محدود می‌شود. این سه گروه کالا تقریباً دو سوم کالاهای صنعتی صادراتی را در برمی‌گیرد.

کالاهای صنعتی بزرگترین سبب را در صادرات کشور به خود اختصاص می‌دهد و سهم آن در سال ۱۹۹۳ معادل ۷۷/۵ درصد از کل صادرات بوده است.

جدول شماره ۲ بخش عمده کالاهای صادراتی و درصد سهم آن را در سال ۱۹۸۹ و ۱۹۹۳ نشان می‌دهد.

کشورهای آمریکا، اتحادیه اروپا، ژاپن و سنگاپور عمده‌ترین واردکنندگان کالای مالزیایی می‌باشند.

سهم بخش خدمات در سال ۱۹۹۳ معادل ۴۴/۶ درصد تولید ناخالص داخلی بوده و پیش بینی می‌شد که این سهم در سال ۱۹۹۵ به ۴۶/۸ درصد برسد. بخش خدمات عمدتاً زمینه‌هایی نظیر بازرگانی، جهانگردی، خدمات مالی و سایر زیر بخش‌ها را شامل می‌شود. میزان سهم خدمات در مالزی موجب شده است تا مالزی به سرعت به سمت یک کشور صنعتی در حرکت باشد. سهم خدمات در کشورهای پیشرفته بیش از ۶۰ درصد و تا ۷۰ درصد کل تولید ناخالص داخلی می‌باشد.

چالش‌های جاری در مواجهه با رشد

سریع اقتصادی

ا- کمبود نیروی کار:

رشد سریع اقتصادی در شش سال

گذشته در نتیجه بهره برداری بالا از منابع اقتصادی بویژه در بخش صنایع بوده است. با توجه به وضعیت و شتاب اقتصادی اشتغال کامل نیروی کار به وجود آمده و هم اکنون بازار نیروی کار به خصوص در مورد افراد نیمه ماهر و ماهر با دشواری مواجه می‌باشد. عملکرد نیرومند و مداوم اقتصادی در درون خود فرصت‌های اشتغال را نیز افزایش خواهد داد و از این روی انتظار می‌رود که اشتغال با نرخ رشد ۲ درصد در سال ۱۹۹۳ (نرخ رشد اشتغال در سال ۱۹۹۳، ۴/۲ درصد بوده است) ۲۲۲ هزار فرصت شغلی مازاد به وجود آورد (مقدار فرصت شغلی مازاد در سال ۱۹۹۳، ۲۰۰ هزار نفر بوده است). با توجه به نیروی کار در کشور مالزی پیش بینی می‌شود که رشد اشتغال با سرعت نرخ کمتری یعنی ۲/۹ درصد (در سال ۱۹۹۳ این مقدار ۲/۵ درصد بوده است) در سال ۱۹۹۴ صورت گیرد که در این صورت نرخ بیکاری از کاهش کمتری برخوردار می‌شود و به ۲/۹ درصد خواهد رسید (نرخ کاهش بیکاری در سال ۱۹۹۳، سه درصد بوده است) این امر نشان می‌دهد که اقتصاد کشور به سطح کامل اشتغال رسیده است و لذا نیروی کار در بازار کار با دشواری یافت خواهد شد و

در نتیجه بخش اقتصاد کشور با کمبود نیروی کار مواجه می‌باشد.

دولت در جهت تسریع در رفع این مشکل موقتاً مجوز اشتغال کارکنان خارجی را بر پایه نیازهای ویژه صادر نموده است و پیرو آن نیز خواستار عدم ورودی کارگران نیمه ماهر و غیره ماهر به کشور شده است اما علی‌رغم این تصمیم باز هم ورودی نیروی کار نیمه ماهر و غیر ماهر خارجی خود را در اوایل سال ۱۹۹۴ تحمیل نمود.

گرچه دولت استخدام نیروی کار خارجی را به عنوان یک اقدام موقت و در جهت حل مشکل کمبود نیروی کار مجاز شمرده است اما لازم است راه حل دراز مدت نیز برنامه ریزی شود. برای دسترسی به این هدف باید از فن‌آوری‌های اتوماسیون در جهت صرفه جویی نیروی کار بهره‌مند شد و ضمن آن بهره‌وری نیروی کار موجود را افزایش داد و در این خصوص از نیروی کار زنان که ۴۶ درصد نیروی کار را تشکیل می‌دهد باید حداکثر استفاده را بعمل آورد.

ضمناً از نیروی کار افراد معلول و افراد معتادی که خود را از چنگال اعتیاد رها نکرده‌اند نیز باید استفاده شود. از آن گذشته صندوق توسعه آموزش مهارت‌های منابع انسانی که در سال ۱۹۹۲ تأسیس شده است می‌تواند با کمک مالی به بخش صنعت به جای این که این بخش کارکنان و شاغلین خود را به محلهای آموزشی و خارج از کارخانه اعزام نماید ترتیبی اتخاذ نماید تا آنها در محل کار آموزشهای مهارتی لازم را فراگیرند.

دولت همچنین می‌تواند از تأسیس مؤسسات آموزشی و فنی و حرفه‌ای و مراکز آموزشی توسعه مهارت‌های پیشرفته که متضمن عرضه نیروی کار متخصص

مشارکت فعالانه اعضاء شرکتهای تعاونی در رابطه با توسعه تعاونی و رفع نارسائیهای لازم و ضروری می‌باشد. اعضاء باید با صرف وقت مسئولیت خود را در قبال حقوق و آرمانهای تعاونی به اثبات رسانند. اعضاء باید بدانند صرفاً با همدلی کامل و متعهدانه و مشارکت فعال می‌توانند به اصول تعاون و حقوقی که بر آنان در جهت تأمین نیازها و دریافت خدمات مرتبط است دسترسی یافته و موفقیت شرکت تعاونی خود را تضمین نمایند.



مورد ۶۶۰ هزار نیروی کار در تمام سطوح انجام گرفته است).

در هر حال، افزایش دستمزدها با ارتقاء بهره‌وری توأم نیست. مطالعه انجام شده نشان می‌دهد که بهره‌وری نیروی کار طی مدت ژانویه تا جولای ۱۹۹۴ نسبت به مدت مشابه سال قبل از ۲/۲ درصد افزایش همراه بوده است.

افزایش دستمزدها نه تنها موجب تورم خواهد شد بلکه سبب خواهد شد تا میدان رقابت تولیدات صنعتی مالزی در بازارهای بین‌المللی تنگتر شده و از آن گذشته جذابیت مالزی به عنوان مرکز سرمایه‌گذاری خارجی کاهش یابد.

می‌باشد به ویژه توسط بخش خصوصی حمایت کند.

۲- دستمزدها بالا و بهره‌وری پایین:

رشد سریع اقتصادی علاوه بر آن که کمبود نیروی کار را در بازار کار مشهود ساخته است موجب شده است تا واحدهای صنعتی در جهت جذب نیروی کار لازم به ویژه نیروی کار ماهر و نیمه ماهر با یکدیگر به رقابت برخیزند و دستمزدهای بیشتری را پیشنهاد نمایند. بررسی انجام شده توسط مرکز آمار بررسی‌های صنعتی نشان می‌دهد که در هفت ماهه اول سال ۱۹۹۴ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل سطح دستمزدها به طور متوسط ۶/۷ درصد افزایش داشته است. (این بررسی در



۳- کسری در حساب خدمات:

کسری در تراز پرداخت حساب خدمات یکی از مشکلات عمده‌ای است که در حال حاضر در اقتصاد کشور وجود دارد. کسری در تراز پرداخت‌ها دارای دامنه‌ای وسیع و از ۹/۷ میلیارد RM در سال ۱۹۹۰ به ۱۵ میلیارد RM در سال ۱۹۹۲ و ۱۷/۷ میلیارد RM در سال ۱۹۹۲ بالغ گشته است. کسری تراز پرداخت در سال ۱۹۹۴ نسبت به جریان درآمد سرمایه‌گذاری ۵۱ درصد و نسبت به کرایه حمل کالا و بیمه ۲۵ و ۱۸ درصد و نیز در سایر خدمات مثل قرار دادها و مقاطعه کاریها و خدمات حرفه‌ای بوده است. تصحیح کسری تراز پرداخت ضرورتی است که باید به آن پرداخت زیرا که در غیر این صورت نرخ واردات بر صادرات پیشی خواهد گرفت.

به منظور تصحیح تراز پرداخت دولت اقداماتی را معمول داشته که موارد ذیل از جمله آنان می‌باشند.

الف - ترغیب شرکت‌های مالزیایی به سرمایه‌گذاری در خارج از کشور و برگشت سود سرمایه به داخل کشور.

ب - متناسب نمودن جریان درآمد سرمایه‌گذاری به نحوی که شرکتها سود حاصله را در مالزی سرمایه‌گذاری مجدد نمایند. این امر با افزایش ذخیره سرمایه‌گذاری به میزان ۵ درصد در یک دوره مشخص مواجه خواهد شد.

ج - عزم ملی در صادرات کالا به صورت سیف (IF - قیمت کالا به اضافه هزینه بیمه و کرایه آن در داخل) و واردات به صورت خوب (F.O.B) - تحویل کالا روی کشتی در نقطه بارگیری. در این زمینه تلاش‌های لازم در جهت تقویت ناوگان کشتیرانی ملی و نیز تدوین قوانین و مقررات مبنی بر استانداردهای قابل قبول باید صورت گیرد.

د - افزایش وثیقه حسن پایان کار و نیز افزایش حقوق و جوایز بیمه در داخل کشور از طریق صدور مجوز به منظور فعالیت شرکت‌های بیمه خارجی در داخل کشور.

ه - ترغیب صادرات سایر خدمات که موجب ارز آوری ناشی از حق الامتیاز قراردادهای خدمات فنی می‌شود.

و - افزایش درآمدهای ارزی از طریق توریسم.

ز - کاهش خروج ارز آموزشی از طریق ترغیب خانواده‌ها به اشتغال به تحصیل فرزندان خود در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در داخل کشور و عدم اعزام آنان به خارج از کشور به منظور تحصیل.

۴- مبارزه با تورم:

اولویت برنامه اقتصادی دولت در این راستاست که ضمن حفظ تداوم و رشد نیرومند فضای اقتصادی مانع از افزایش نیز تورم نیز شود.

شاخص قیمت مصرف در ماه فوریه سال ۱۹۹۴ به اوج خود یعنی به ۵ درصد رشد رسید و در ماه مارس همین سال نیز این شاخص ۴/۴۷ درصد افزایش نشان می‌دهد و این در حالی است که متوسط افزایش شاخص قیمت مصرف ۳/۶ درصد در سال ۱۹۹۲ بوده است. افزایش شاخص قیمت مواد غذایی طی سال ۱۹۹۴ از جمله قابل توجه‌ترین شاخص افزایش قیمت‌های مصرف بوده که به ۵/۶ درصد بالغ گشته است. این شاخص در دوره مشابه سال قبل ۱/۸ درصد بوده است. با توجه به عملکرد شناور اقتصادی همراه با افزایش تقاضای مصرف ملی انتظار می‌رفت که در سال ۱۹۹۵ قیمت‌ها فشار بیشتری را بر اقتصاد وارد آورند. از آن گذشته پیش بینی می‌شد در همین سال دستمزدها به دلیل کمبود

نیروی کار با افزایش بی‌رویه‌تری مواجه شوند.

دولت نگران این مطالب است که تورم بالا ضمن آن که میزان پس انداز ملی را کاهش می‌دهد موجب آن نیز خواهد شد تا عموم مردم در جهت مبارزه با آن تلاش‌های جدی را به عمل نیاورند و نسبت به آن بی‌توجه شوند. از این روی و به منظور مهار تورم دولت ضمن اقدامات سیاست محتاطانه مالی سیاست انقباض پولی را نیز اتخاذ نموده است و بدین وسیله ضمن رفع محدودیت برای واردات، استفاده از حداکثر منابع را برای تولید مواد غذایی در داخل کشور نیز به عمل می‌آورد. آنگاه نمودن اذهان عمومی مردم از تبعات منفی تورم نیز از جمله اقداماتی است که باید به سرعت اعمال شود.

۴- افزایش ارتباطات صنعتی بین

صنایع:

بخش صنعت به ویژه صنایع صادراتی طی دوره رشد سریع اقتصادی از رشد قابل توجهی برخوردار بوده و لذا این امر مانع آن شده است که سایر بخش‌های اقتصادی از رشد چشمگیر بهره‌مند شوند و در نتیجه میزان رشد آنها نامحدود بوده است. از این روی دولت به منظور جبران این نقص استراتژی‌های لازم را در زمینه گسترش و تعمق آن در جهت دستیابی به ارزش افزوده و روابط صنعتی اتخاذ نموده است. پیوستگی صنایع بالا دست به ویژه در زمینه صنعت الکترونیک، حمل و نقل، صنایع پایه و صنایع فلزی از جمله زمینه‌هایی می‌باشند که پیوستگی و روابط صنعتی بین آنان ترغیب می‌شود و بر آن تأکید می‌گردد. در عین حال در مورد فعالیت‌های پایین دست به ویژه در مورد

صنایع چوب و لاستیک و صنایع وابسته به آنها نیز تأکید می‌شود.

دولت در جهت تقویت روابط صنعتی بین صنایع از برنامه توسعه سرمایه گذاری کشورهای خارجی حمایت می‌نماید و این امر را در جهت تقویت روابط صنعتی در داخل کشور می‌داند و معتقد است که طبق این برنامه می‌توان وابستگی صنعتی را به خارج از کشور کاهش داد و در نتیجه عمده نیازهای صنایع بالا دستی و پایین دستی را در کشور تولید نمود. پیرو چنین برنامه‌ای در جولای ۱۹۹۳ حدود ۱۷۷/۴ میلیون RM بین شرکت‌های مالزیایی و شرکت‌های خارجی قرار داد سرمایه گذاری در جهت تقویت روابط صنعتی قرار داد منعقد شده است.

نتیجه‌گیری:

با توجه به رشد سریع اقتصادی در کشور مالزی طی سالهای اخیر، لازم است ضمن حفظ آن اقدامات لازم در زمینه‌هایی از قبیل ثبات قیمت‌ها، رفع مشکلات ناشی از کمبود نیروی کار ماهر و سایر تنگناهای زیربنایی به عمل آید. همچنین می‌بایست در جهت ارتقاء بهره‌وری پیرو افزایش دستمزدها تلاشهای لازم صورت پذیرد و در جهت حفظ رقابت ملی در بازارهای نامطمئن بین‌المللی از طریق افزایش انگیزه‌ها، وضع مقررات لازم و غیره کوشش شود.

از طرف دیگر سیاست‌های مالی و پولی دولت نشان داده است که پیرو چنین سیاست‌هایی (سیاست انقباض پولی و محتاطانه مالی) فشار قیمت‌ها تحت کنترل قرار گرفته لذا باید ضمن تداوم آن نسبت به قابلیت‌های تولید در کشور توجه‌ای خاص نمود تا اقتصاد مالزی همچنان رو به رشد و باثبات باقی بماند و همراه خود افزایش کیفیت زندگی و رفاه بیشتر مردم تضمین شود.

فراز و نشیب‌ها.....

بقیه از صفحه ۴۹

در تساوینیهای مصرف ژاپن، اعضاء سعی در توسعه محصولات تساوینیهای خود و به ویژه کالاهایی با برچسب تساوینی دارند، اما مسئله در این است که اعضاء در بطن فعالیت مشارکت نمی‌کنند. از این رو، تساوینها مجبورند برای معرفی این کالاها در بین اعضاء و سایر مصرف کنندگان، تلاشهای خاصی را به کار بندند.

یکی دیگر از فعالیت‌های حاشیه‌ای تعدادی از تساوینها، خرید مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی اعضاء است. برخی از تساوینیهای چند منظوره در سریلانکا، برای فروش خارج از سیستم تساوینی، با اعضاء برای تولید کالاها قرار داد می‌بندند. این یکی از فعالیت‌های موفق تساوینها بوده است. اما به نظر می‌رسد انعقاد قرار داد با تولید کنندگان سایر تساوینها برای تأمین محصولات تساوینیهای مصرف در ناحیه‌ای دیگر اقدامی شتابزده باشد.

اهمیت توسعه.....

بقیه از صفحه ۲۵

سرنوشت استخدامی و ارتقاء شغلی و حقوق و مزایای کارکنان، برگزاری دوره‌های آموزشی در فصلها و زمانهای مناسب، تدارک امکانات و وسائل آموزشی، بازنگری محتوای درسی دوره‌های آموزشی می‌تواند در ترغیب و تشویق اعضاء، کارکنان و مدیران تساوینها به شرکت در دوره‌های آموزشی مؤثر باشد. استفاده از روشهای نوین آموزشی و

برگزاری دوره‌های آموزشی غیر کلاسیک، اجرای برنامه‌های آموزشی کارگاهی با استفاده از فیلم و ویدئو در دوره‌های آموزشی، آموزش مکاتباتی و هدایت مسئولان تساوینی در اداره تساوینها، انتشار متون آموزشی و مجلات رایگان برای تساوینها در ارتقاء سطح دانش و اطلاعات اعضاء کارکنان و مدیران تساوینی بسیار مؤثر خواهد بود.

بنابراین در استقرار نظام اقتصادی تعاون و امکان بهره‌گیری صحیح از استعدادهای کشور در مسیر سازندگی و توسعه و پیشرفت و خودکفائی باید برای امر آموزش در تمامی ابعاد آن اولویت و اهمیت بنیادین قائل بود و از تمامی وسائل و شیوه‌های علمی برای استحکام این بخش استفاده نمود.

نگاهی دوباره.....

بقیه از صفحه ۲۲

۵- ایجاد هماهنگی و ارتباط مابین بخشهای مربوط به زنان در سازمان‌ها و مؤسسات مختلف که در عرصه اشتغال زنان فعالیت می‌کنند یا دارای بخشهای مستقل مربوط به مسائل زنان می‌باشند و برگزاری کمیسیون‌ها و نشست‌های مشترک به طور مرتب.

۶- تشویق و ترغیب اندیشه تساوینی و تلاش در تقویت اعتقاد و ایمان به فعالیت‌های تساوینی و تأکید بر اندیشه تساوینی به عنوان یکی از عوامل استقلال اقتصادی و اجتماعی زنان و ارتقاء سطوح کیفی و کمی آموزش تعاون برای ایجاد آگاهی در زنان و متوجه نمودن آنان به نقش حساسی که در بخش‌های مختلف جامعه دارند.

دهه آینده دهه چالش‌های جدی و تفکر برانگیز در مورد حقوق اجتماعی زنان است، حقوقی که می‌توان از امروز در قالب برنامه ریزی‌های لازم، تأمین آن را تسهیل نمود.