

تعاون در جهان



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی
پرتال جامع علوم انسانی

نشست هیأت مدیره آی.سی.ای در ژنو

هیأت مدیره جدید اتحادیه بین‌المللی تعاون در روز ۷ دسامبر ۲۰۰۵ به دنبال نشست ویژه مشورتی با یکدیگر ملاقات کردند. این اولین جلسه کامل هیأت مدیره جدید منتخب در مجمع عمومی «کارتخبا» بود. از جمله موضوعات مورد بحث در جلسه، ارائه گزارشی از مدیر بخش مالی آی.سی.ای بود. هیأت مدیره بودجه سال ۲۰۰۶ اتحادیه و برنامه کاری آن را نیز تصویب کرد. در بودجه سال ۲۰۰۶، مبالغی اضافی در نظر گرفته شده است. مهمترین اولوities سال ۲۰۰۶ در سطح جهانی عبارتند از: موضوع ارتباطات، خدمات‌رسانی به اعضا، توسعه و جایگاه بین‌المللی هیأت مدیره همچنین موضوع درخواست عضویت تعدادی از اعضای جدید و پایان عضویت پنج سازمانی که بدهی عضویت سالهای ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ را پرداخت ننموده‌اند! از سوی دیگر ایجاد یک

گروه کاری موقت جهت تحلیل هر چه بیشتر موضوعات و دیدگاههای مورد بحث در نشست ویژه مشورتی تصویب شد. نشست بعدی هیأت مدیره اتحادیه بین‌المللی روزهای ۶ و ۷ مارس ۲۰۰۶ در بروکسل برگزار خواهد شد.

توافق در مورد تقویت جهانی و منطقه‌ای آی.سی.ای

نشست ویژه مشورتی جهت بررسی موضوع منطقه‌ای سازی آی.سی.ای در روزهای ۶ و ۷ دسامبر ۲۰۰۶ در ژنو برگزار شد. پیشتر در مجمع آی.سی.ای در کارتخبا کلمبیا در سپتامبر ۲۰۰۵ دو قطعنامه و گزارش و توصیه‌های گروه کاری نظارت بر حاکمیت آی.سی.ای به تصویب رسید. هدف نشست ژنو، شناسایی مسائل کلیدی و راهبردی در زمینه تحقق موضوع منطقه‌ای سازی آی.سی.ای و اعمال مباحث مذکور در بافت احیای حاکمیت و نظارت در اتحادیه بود.



Agreement on need for strong global and strong regional ICA

بیش از ۷۰ نفر از جمله اعضای هیأت مدیره آی. سی. ای نمایندگان دفاتر منطقه‌ای، نمایندگان بخشی اتحادیه و کارکنان و مقامات ارشد در این نشست شرکت نمودند.

در این نشست همچنین به منظور تسهیل موضوعات، سه کارگاه در خصوص جنبه‌های خاص منطقه‌ای سازی تشکیل شد و حاضران به اتفاق به نظر و دیدگاههای واحد در زمینه این اجماع نیاز به تضمین منطقه‌ای سازی به عنوان تقویت کننده ساختار آی. سی. ای جهانی و منطقه‌ای دست یافتند.

یکی دیگر از دست آوردهای نشست مشورتی، تصمیم هیأت مدیره آی. سی. ای برای ایجاد یک گروه کاری موقت جهت بررسی موضوعات منطقه‌ای سازی بود. این گروه باید گزارش کار خود را در نشست هیأت مدیره آی. سی. ای برای ۲۰۰۶ مارس در بروکسل ارائه نمایند.

اهمیت برنامه کاری آی. سی. ای در سطح جهانی

از جمله فعالیتها و نقشهای آی. سی. ای حمایت از منافع تعاونیها و اعضای آن در تشکلهای و همایشهای بین‌المللی است. طیف کار آی. سی. ای در این زمینه چشمگیر و قابل توجه است. تنوع این فعالیتها از ارتباطات بسیار نزدیک و بلند مدت با سازمان بین‌المللی کار، تا دفاتر نمایندگی و تشکلهای سازمان ملل متحد گسترده است. تعدادی از این نمایندگیها به طور رسمی با سازمان COPAC که خود بخشی از آی. سی. ای می‌باشد. در ارتباطند، آی. سی. ای

همچنین با سازمانهای بین‌المللی در بخش تولیدات کشاورزی و اتحادیه‌های تجاری مرتبط می‌باشد. هم اکنون اتحادیه بین‌المللی تعاون با تشکلهایی چون سازمان بین‌المللی استانداردهای حسابرسی همکاری می‌کند.

در طول سال گذشته میلادی نیز اتحادیه به الحاق و همکاری نزدیک و همه جانبه با نهضت جهانی مبارزه با فقر دعوت شد.

فعالیتهای اتحادیه به اینجا ختم نمی‌شود، بلکه با دیگر سازمانهای بین‌المللی و منطقه‌ای در ارتباط است از جمله اجلاس جهانی اقتصادی و اجتماعی.

ادامه مذاکرات آی. سی. ای با بانک جهانی

توسعه اشتغال روستایی، توسعه در آفریقا و اجرای بیانیه‌های راهبرد فقرزدایی سه موضوع اصلی برای همکاریهای تعاونیها با بانک جهانی می‌باشد. طی نشست با هماهنگی سازمان بین‌المللی کار، اتحادیه بین‌المللی تعاون، کوپاک (کمیته ترویج و توسعه تعاونیها) و نمایندگان کشورهای سازمان بین‌المللی کار، با مقامات بانک جهانی در ژنو جهت بررسی موقعیت کنونی بانک جهانی در ارتباط با تعاونیها و شناسایی زمینه‌های جدید همکاری مذاکره شد.

سازمان بین‌المللی کار و بانک جهانی همکاریهای خود را از گذشته در زمینه ارتقای اشتغال، به ویژه در راستای گزارش کمیسیون جهانی ابعاد اجتماعی جهانی سازی آغاز کرده‌اند. هر چند باید به مقامات بانکی جهانی خاطر نشان نمود که مجموعه‌ای از

قوانین و سیاستهای جدید در بسیاری کشورها استقلال تعاونیها را تضمین می‌کند، و اینکه تعاونیها مؤسسات تجاری هستند و در اقتصاد کشورهای صنعتی و نیز در حال توسعه نقش اقتصادی چشمگیری ایفا می‌کنند.

شایان ذکر است که در نشست اخیر از پیشنهاد آی. سی. ای و سازمان بین‌المللی کار برای همکاری با بانک جهانی به خصوص در زمینه ایجاد تسهیلات برای بخش تعاون آفریقا و نیز نهضت جهانی تعاون علیه فقر و تعاونگری در برابر فقر استقبال شد.

مذاکره آی. سی. ای با آنگاد

اتحادیه بین‌المللی تعاون در نشستی که از سوی آنگاد (کنفرانس ملل متحد در زمینه توسعه و تجارت) در روزهای ۱۵ و ۱۶ نوامبر ۲۰۰۵ در شهر راجستان هند ترتیب یافته بود شرکت نمود. موضوع این نشست حمایتیها توسعه‌ای برای بخش خدمات و نگرانیهای بین‌المللی در خصوص جامعه مدنی بود. هر چند بسیاری از سازمانهای غیردولتی از جایگاه مستحکمی در بخش کشاورزی برای دریافت تسهیلات و امکانات در مذاکرات سازمان جهانی تجارت برخوردارند، اما کمتر به بخش خدمات پرداخته شده است. از اینرو بحث محوری کنفرانس بخش خدمات بود.

گسترش ساختار عضویت کوپاک

کمیته ترویج و توسعه تعاونیها (کوپاک) گسترش می‌یابد. این کمیته در سال

۱۹۷۱ تشکیل شد. مشارکت کمیته با نمایندگان نهضت تعاون، تشکلهای کشاورزی و روستایی، آژانسهای توسعه تعاونیها و سازمان ملل متحد و وابسته‌های همواره مستمر و پیگیر بوده است. طی آخرین نشست کوپاک در شهر برلین در ژانویه ۲۰۰۵، موضوع گسترش ساختار عضویت مورد موافقت قرار گرفت. اعضای فعلی کوپاک عبارتند از: اتحادیه بین‌المللی تعاون ICA، فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان کشاورزی IFAP، سازمان بین‌المللی کار ILO، سازمان خواروبار و کشاورزی ملل متحد FAO و سازمان ملل متحد UN. از هنگام نشست برلین تاکنون سه عضو جدید به کوپاک ملحق شده‌اند. این اعضا اتحادیه تعاون کانادا CCA، فدراسیون بین‌المللی تعاونیها، بیمه تعاون CMIF، امرکز تعاون سوئد SCC می‌باشند.

این سه عضو جدید عرصه توسعه بین‌المللی تعاونیها فعالیت دارند. نشست جدید کوپاک طی روزهای ۲۴ و ۲۵ ژانویه ۲۰۰۶ در شهر کلمبوی سریلانکا برگزار شد. موضوع اصلی این نشست واکنش تعاونیها به پدیده سونامی و تلاش برای بازسازی در آن منطقه بود. بررسی نحوه موفقیت نهضت تعاون در پاسخ به این پدیده و تجربه‌های کسب شده در این مدت برای ممانعت از دوباره کاریها و افزایش کارایی از موضوعات دیگر اجلاس مذکور بود.

تاکید دیرکل سازمان ملل بر نقش تعاونیها در توسعه اقتصادی و اجتماعی

در گزارش سال ۲۰۰۵

● حمایت از صلح و حل و فصل منازعات از طریق مؤسسات تعاونی.

پیش از این بسیاری از اعضای اتحادیه از این لوگو استفاده کرده پوستره‌های جنبشش یاد شده را توزیع نموده‌اند. همچنین بسیاری از آنان در مورد این جنبش در فعالیتهای ارتباطی خود استفاده می‌کنند و بسیاری نیز مطالب آن را به زبان کشور خود ترجمه کرده‌اند. از جمله ابتکارات و فعالیتهای اخیر در زمینه فقر و توسعه موارد زیر را شامل می‌شود:

● آی.سی.ای و سازمان بین‌المللی کار به طور مشترک بیانیه‌ای را به مناسبت روز بین‌المللی فقرزدایی در ۱۷ اکتبر ۲۰۰۵ منتشر کردند. در این بیانیه نقش کلیدی شرکتهای تعاونی در کمک به سازمان ملل متحد برای تحقق اهداف توسعه هزاره (MDGs) مورد تاکید قرار گرفته است.

● همکاری مستمر برای پیوند زدن نهضت «تعاونگری در برابر فقر» با «نهضت بین‌المللی مبارزه با فقر» انجام می‌شود. اتحادیه بین‌المللی تعاون هم اکنون عضو گروه بین‌المللی نهضت «مبارزه با فقر می‌باشد و در ماه جولای در نشست این گروه در بانکوک شرکت نمود.



Jan-Eirik Imbsen

مباحث آتی سازمان جهانی تجارت بررسی خواهد شد.

بیشرفت واقعی در ابتکارات فقرزدایی و توسعه آی.سی.ای

در طول ماههای اخیر، اتحادیه بین‌المللی تعاون بسیاری از برنامه‌های جدید توسعه‌ای و کاهش فقر خود را در قالب همکاری مشترک سازمان بین‌المللی کار و آی.سی.ای با شعار «تعاونگری در برابر فقر» به پیش برده است. در سال ۲۰۰۶ نیز این تلاشها در قالب ارتباطات ویژه و اجرای پروژه‌های خاص که در گذشته برنامه‌ریزی شده‌اند ادامه خواهند یافت. آی.سی.ای از اعضا و شرکای توسعه‌گر خود و دیگران خواسته است هرگونه نظر و دیدگاه در مورد جریان و مضامین این نهضت را ارائه نمایند.

تعاونیها و دیگر سازمانهایی که توسعه تجارت پایدار مؤسسات تعاونی را ترویج نموده و آگاهی در مورد مشارکت موثر تعاونیها به کاهش فقر را بالا می‌برند، می‌توانند از طرق زیر به این جنبش بپیوندند:

● تسرویح و اجسرای فعالیتهای توسعه تعاون
● تسرویح پیوندهای نهضتهای تعاونی با یکدیگر (پیوندهای تجاری، تبادل اطلاعات و غیره)

● تولید، گردآوری و انتشار دانش مربوط به ابتکارات و روشهای موفق تعاون

● استفاده از لوگوی جنبش «تعاونگری در برابر فقر» برای جلب توجه و آموزش افراد (اینترنت، نامه، ایمیل، انتشارات)



حضور آی.سی.ای در جلسات سازمان جهانی تجارت

نمایندگان اتحادیه بین‌المللی تعاون در جلسات اخیر سازمان جهانی تجارت که طی روزهای ۱۳ تا ۱۸ دسامبر ۲۰۰۵ در هنگ‌کنگ برگزار شد، حضور یافتند. خانم ماریا النا شاوز، معاون مدیرکل اتحادیه و کیم کوک، مشاور کشاورزی اتحادیه در این نشستها شرکت نمودند. آی.سی.ای همکاریهای خود را با سازمان جهانی تجارت افزایش می‌دهد در این راستا تلاشها برای جلب دیدگاههای اعضا و دست‌اندرکاران این نهضت در مورد بهترین شیوه عملکرد و حضور تعاونیها در

دبیرکل سازمان ملل در خصوص تعاونیها به طور تفصیلی به نقش تعاونیها در توسعه اجتماعی و اقتصادی پرداخته شده است. این گزارش به این نکته می‌پردازد که طی دهه گذشته، توجه بیشتری از درون و خارج از نظام سازمان ملل متحد به ایفای نقش تعاونیها در توسعه اجتماعی و اقتصادی شده است. همچنین نقش موفق تعاونیها در کاهش فقر در قالب تعدادی از مطالعات موردی و نمونه‌ها برجسته‌سازی شده است. نتایج نظرسنجی از کشورهای عضو و اعضای آی.سی.ای نیز در گزارش آمده است.

می‌پردازد. این کتاب به قلم هانس مونکتر نگاشته شده است و حاوی مجموعه‌ای از مقالات از سوی کارشناسان و محققان قانون تعاون می‌باشد.

عسنوان سوم، کتاب «خاطرات پرافتخار تعاون آرنسون» است که از سوی BCIC منتشر شده است. در این کتاب، بارنی آرنسون به عنوان یک مقام با سابقه دولت کانادا که عمری را در خدمت آرمان تعاون گذرانده به ارتباط بین دولت و نهضت تعاون پرداخته است.

کنفرانسهای پژوهش تعاون در سال ۲۰۰۶

- کنفرانس بین‌المللی تعاونیها در پی صلح، ۱۹ تا ۲۲ ژوئن ۲۰۰۶ بریتیش کلمبیا، کانادا
- مؤسسه بریتیش کلمبیا برای مطالعات تعاون و اتحادیه بین‌المللی تعاون میزبانی این کنفرانس را عهده دارند. در مقالات این کنفرانس به نقش تعاونیها در گذشته و حال، در ترویج یکسپارچگی اجتماعی در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی پرداخته می‌شود.

- کنفرانس پژوهش تعاون آسیا و اقیانوسه آی.سی.ای ۱۵ و ۱۶ آگوست ۲۰۰۶، کلمبو، سریلانکا
- کنفرانس عبارت است از:
 - ۱- آمادگی و بازسازی جامعه در برابر بلایای طبیعی از طریق ابتکارات تعاونی
 - ۲- نقش رهبری تعاون در حفظ هویت تعاونی

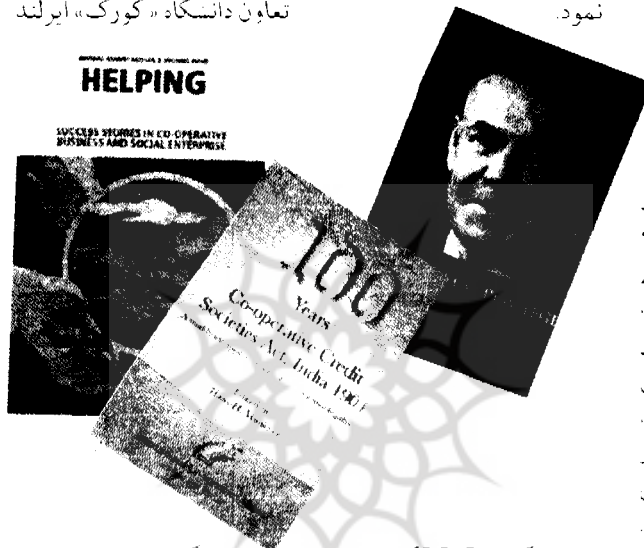
- کنفرانس پژوهش تعاون آی.سی.ای از ۱۹ تا ۲۲ اکتبر ۲۰۰۶ پاریس، فرانسه. این کنفرانس دو سالانه پژوهش تعاون دفتر اروپای آی.سی.ای

برای تشکیل یک گروه اجرایی بین‌المللی جدید متشکل از سه نماینده از اروپا، آسیا و اقیانوسیه، شمال و جنوب آمریکا پیش‌بینی شده است.

انتشارات جدید تعاونی

طی ماههای اخیر سه عنوان کتاب جدید در زمینه تعاون در دسترس قرار گرفته است اولین آن کتاب «کمک به خود» از سوی مرکز مطالعات تعاون دانشگاه «کورک» ایرلند

مطالعات تعاون دانشگاه کورک ایرلند برگزار شد و بیش از هشتاد محقق تعاون از بیست کشور جهان حضور یافتند. کیفیت مقالات ارائه شده در کنفرانس مورد تایید همگان بود. منتخبی از این مقالات در مجله آی.سی.ای در اوایل سال ۲۰۰۶ منتشر می‌شود. مجله تعاون روستایی نیز برخی از مقاله‌ها را چاپ خواهد نمود.



کمیته تحقیقات

آی.سی.ای چیست؟

کمیته تحقیقات تعاون آی.سی.ای (ICACR) یکی از چهار کمیته موضوعی بین‌المللی این اتحادیه است. این کمیته به عنوان شبکه‌ای فعالیت می‌کند که شمار زیادی از محققان علاقه‌مند به تعاونیها را از سراسر جهان گرد هم می‌آورد. این کمیته همچون پلی بین مراکز دانشگاهی و علمی و جهان تعاونیها عمل می‌نماید. اخیراً نشست کمیته تحقیقات در پایان کنفرانس پژوهشی در شهر «کورک» ایرلند برگزار شد. در این نشست اساسنامه جدیدی برای کمیته مذکور به تصویب رسید که در آن مفادی

- آی.سی.ای تماسهای پیگیر خود را با نهضت اهداف توسعه هزاره سازمان ملل متحد برقرار نموده است. این جنبش از تلاش شهروندان برای پاسخگو و مسؤول نمودن دولتهای متبوعشان در تحقق اهداف هزاره حمایت می‌کند.
- آی.سی.ای با سازمان بین‌المللی کار و کنفدراسیون بین‌المللی اتحادیه‌های تجارت آزاد (ICFTU) در پروژه syndicoop همکاری می‌کند.

گفتگوی تعاونیها و دولت در آسیا و اقیانوسیه

کنفرانس گفتگوی تعاونیها و دولت با همکاری دفتر منطقه آسیا و اقیانوسیه آی.سی.ای از ۱۴ تا ۱۷ نوامبر ۲۰۰۵ در مالزی برگزار شد. در این کنفرانس ۷۰ نماینده از سازمانها و نهضت‌های بین‌المللی از ۱۵ کشور شرکت داشتند. این نشست مقدماتی پیش از کنفرانس دوسالانه وزرای تعاون آسیا و اقیانوسیه بود. شش شرکت‌کنندگان در این کنفرانس به موضوعات زیر پرداختند:

- سیاستها و فواید دولتی موثر بر تعاونیها
- حاکمیت و نظارت موثر مشارکتی
- ظرفیت‌سازی نهادی
- حمایت از بخشهای آسیب‌پذیر جامعه
- بسیج منابع

کنفرانس پژوهشی آی.سی.ای در ایرلند

«سهم تعاونیها در فرهنگ جامعه» موضوع جدیدترین کنفرانس پژوهش تعاون آی.سی.ای بود. این کنفرانس طی روزهای ۱۱ تا ۱۴ آگوست ۲۰۰۵ در محل مرکز

راه اندازی می‌شود.
* دو تعاونگر کهنه کار و قدیمی در نهضت تعاون مجارستان و تعاون بین‌المللی طسی مراسمی در بوداپست جوایزی دریافت کردند. این دو تعاونگر بارتوس عضو سابق هیأت مدیره آی.سی.ای و رئیس سازمان تعاون مجارستان بودند.

* تعاونگر کراهی به دریافت نشان لژیون دونور فرانسه نایل شد. چانگ وای کان، رئیس فدراسیون ملی تعاونیهای کشاورزی کره در جریان چهل و چهارمین سالگرد بنیانگذاری فدراسیون، این جایزه مهم را از سفیر فرانسه در کره به دلیل کمک به ایجاد ارتباط تنگاتنگ دو کشور در بخشهای ذیربط دریافت کرد.

* خوان کارلوس کوآرتاس از کلمبیا به عنوان نماینده جدید شبکه جوانان آی.سی.ای در هیأت مدیره اتحادیه انتخاب شد.

* شرکت بزرگ تعاونی موندراگون مراسم پنجاهمین سالگرد تأسیس خود را در شهر سن سباستین اسپانیا در روز ۱۰ نوامبر ۲۰۰۵ برگزار نمود. این مراسم با حضور «ادامه در صفحه ۶۹»

میان و اروپای جنوب شرقی) در طراحی و اجرای سیاستها و برنامه‌های مسکن می‌باشد. گفتنی است برنامه مسکن ملل متحد Habiatt، اهداف توسعه هزاره ملل متحد و راهبردهای کمیسیون اقتصادی ملل متحد برای کیفیت پایدار زندگی برای اسکان بشر در قرن ۲۱ با این همکاریها ارتقا خواهد یافت.

اخبار کوتاه از تعاون سراسر جهان

* در گزارش ۳۰ صفحه‌ای مربوط به ساختار و عملکرد تعاون آمریکا به حقایق جالبی اشاره شده است از جمله اینکه: ۳۵ درصد تعاونیها از روش رأی‌گیری پستی و ۴ درصد از رأی‌گیری الکترونیکی و اینترنتی استفاده می‌کنند. در مبحث زنان تعاونگر، ۵۱ درصد جمعیت آمریکا را زنان تشکیل می‌دهند هر چند بسیار کمتر از نیمی از جمعیت زنان در هیأت‌های مدیره تعاونی حضور دارند.

* از اوایل سال ۲۰۰۶ مرحله دوم ارتقای شبکه اطلاع‌رسانی آی.سی.ای در اینترنت آغاز می‌شود و با استفاده از فن‌آوری KSS شبکه مستقیم خبری تعاون



نوع آن بسیار متنوع می‌باشند، هر چند که همه آنها از نظر نوع، مالکیت به شکل تعاونی یا ساختار تعاونی اشتراک دارند. اتحادیه مذکور در چند ماه گذشته بسیار فعال بود و در جریان مجمع عمومی آی.سی.ای در سپتامبر سال میلادی گذشته در کلمبیا نشستی را برگزار کرد. در آن نشست برنامه کاری و طیفی از فعالیتها برای سال ۲۰۰۶ مشخص گردید. اتحادیه بین‌المللی تعاونیهای گردشگری با BITS (دفتر بین‌المللی تورسیم اجتماعی) همکاری نزدیکی دارد. این دو مرکز با همکاری IAST (اتحادیه بین‌المللی تورسیم اجتماعی) نشستها و همایشهایی را برگزار می‌کنند.

همکاریهای تعاون در بخش مسکن

در روز ۸ دسامبر ۲۰۰۵ توافقنامه‌ای بین دفتر مسکن آی.سی.ای و کمیسیون اقتصادی ملل متحد برای اروپا و کمیته اسکان بشر ملل متحد در ژنو منعقد گردید. هدف از این توافق تقویت همکاری بین کمیسیون مذکور و آی.سی.ای برای کمک به دولتها (به ویژه اروپای شرقی، قفقاز، آسیای

است که به طور منظم برگزار می‌شود.

درخواست کمک دفتر آسیا و اقیانوسیه برای قربانیان زلزله کشمیر

دفتر آسیا و اقیانوسیه آی.سی.ای با انتشار فراخوانی برای قربانیان زمین لرزه ۸ اکتبر ۲۰۰۵ کشمیر درخواست کمک کرد. در این زلزله ویرانگر بیش از ۱۳۰۰۰ نفر در بخش هند و ۷۰۰۰۰ نفر در بخش پاکستان کشمیر کشته شدند. بازماندگان این حادثه به کمک نیازمندند. طبق برآورد انجام شده ۵۰ تعاونی هندی و ۱۵۰۰ تعاونی پاکستانی آسیب دیده یا تخریب شده‌اند. کمکهای تعاونگران مستقیماً به شورای ملی تعاون پاکستان ارسال می‌شود.

اخبار تورسیم تعاونی

اتحادیه بین‌المللی تعاونیهای گردشگری آی.سی.ای یکی از نه شکل بخشی آی.سی.ای می‌باشد. اتحادیه مذکور شبکه‌ای متشکل از ۸۰ تعاونی است که در اروپا، آسیا و آمریکا فعالیت می‌کنند و اعضای آن از نظر حجم فعالیت تعاونی و



اصول تعاون، ده سال پس از تصویب

• قسمت اول

• نویسنده: جانستون بیرجال

مقدمه

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

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

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

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

• مترجم: اصغر بیان

وقوع

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

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

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

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

جدول ۱ - ارزشهای تعاونی و اصول بازآرایی شده

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

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

آیا اصول تعاون نیاز به کار بیشتری دارند؟

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

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

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

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

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

مشارکت

اقتصادی اعضا و خوداتکایی به مثابه

خودگردانی و

استقلال می‌باشند. یک منطلق

درونی در این موضوع وجود دارد

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

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

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

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

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

اقتصادی؛ از طریق خودیاری و همچنین خوداتکایی تحقق می‌پذیرد و

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

بنابراین به لحاظ نظری، تعاونی‌ها دارای ظرفیت لازم برای انجام

این کار می‌باشند. در حالی که سایر بنگاههای اقتصادی فاقد

فعالیت

اقتصادی

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

افزایش عدم برابری

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

تعاونی‌ها به نسبت معاملات

اعضا، به آنها پاداش می‌دهند

و نه به نسبت میزان سرمایه،

دارای ساختار منصفانه‌تری به نظر

می‌رسند.

و بدین لحاظ، نیاز به مداخله دولت

برای اصلاح نابرابری‌ها

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

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

را کاهش می‌دهند. دیگران

باشیم و آنها را

مانند خودمان در نظر

بگیریم، آمادگی بیشتری برای

اعطای آزادی به آنها خواهیم داشت. پس،

ارزشهای درجه دوم مورد توجه قرار

می‌گیرند. دموکراسی، زیباترین مفهومی

است که می‌توانیم از طریق تعامل بین

آزادی و برابری، بدان دست یابیم. تاکنون،

استدلالهای مشهودی برای فعالیت تجاری

تعاونی ارائه نشده است. لذا وقتی که ما از

دیدگاه تعاونی به ارزشهای: انصاف،

خودیاری و خوداتکایی می‌نگریم، به طلا

دست می‌یابیم و به قوی‌ترین استدلال

برای (برتری) تعاونی می‌رسیم.

بازار آزاد، به سوی عدم برابری قدم

برمی‌دارد و نمی‌تواند دسترسی افراد به

نیازهای اساسی‌شان را تضمین نماید. اگر

ما بتوانیم شیوه‌ای را برای انجام فعالیتهای

اقتصادی پیدا کنیم که ثمرات آن به طور

منصفانه بین مردم توزیع شود؛ ما

توانسته‌ایم راهی را برای توزیع ثمرات

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

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

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

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

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

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

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

تعاونی‌ها و محیط متحول

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

خارج شوند. از طریق توسعه تجارت عادلانه بین تعاونی‌های کشورهای

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

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

این فرآیند کمک خواهد کرد.

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

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

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

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

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

* تفکر منطقه‌ای و عمل در سطح

جهانی

* تفکر جهانی و عمل در سطح

منطقه‌ای

پی‌نویس‌ها:

۱- Trilogy

۲- Tautology

۳- Pragmatic

۴- Internalize

۵- User

۶- Walmart

* Johnston Birchall

● ادامه دارد

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

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

آموزش و پرورش کارآفرینان،

ضرورت توسعه تعاونی‌ها

● هاشم آقازاده ● حسین رضازاده

خود را
بسه کار
اندازند و ثانیاً،
اقدامات به موقع و
اصولی مدیران ارشد سبب‌ساز
کشف فرصت‌های جدید و دستیابی به
بازارها و در نتیجه افزایش حجم
فعالیت‌های سازمان گردیده و موجب
می‌شود شرکت بتواند خود را به صورت
یک شرکت پیشرو و برتر معرفی نماید.
بدیهی است این پیشگامی به کارکنان
سازمان نیز سرایت خواهد کرد.
استقبال از طرح ایده‌های نو و
جدید، حمایت از نوآوران و صاحبان فکر
و اندیشه و نیز به کارگیری و
استفاده از پیشنهادات کارکنان موجبات
دلگرمی آنان را فراهم نموده و جریان
تولید فکر و ایده را در سازمان‌ها نیرومند
می‌نماید.
استقرار یک سیستم پاداش و تشویق
مناسب در سازمان از عوامل
موثر در کارآفرین نمودن سازمان بوده و
ضمن افزایش اثربخشی، ریسک‌پذیری،
نوآوری، کار تیمی و رفتارهای کارآفرینانه
را تقویت می‌نماید. سیستم پاداش
می‌بایست هدفمند بوده و دارای بازخورد
باشد و ارزیابی بلندمدت کارکنان را
موردنظر قرار دهد.

● قسمت دوم ●
مقدس‌ترین جنبه مدیریت شناخته
می‌شود و بالاترین توهین به افراد
این است که به کسی بگویند «تو
کارگروهی بلد نیستی». فعالیت‌های
دسته‌جمعی نقاط ضعف موجود در
جریان کار را آشکارتر می‌سازد و
نسبت به رفع آنها از مشورت و
کمک سایر همکاران می‌توان بهره
جست.
چنان‌چه مدیران ارشد سازمان،
در فرآیند فعالیت‌های جاری سازمان
هرچه بیشتر اقدام به تصمیم‌گیری‌های
صریح، سریع و به موقع و صحیح
بنمایند، اولاً ضمن رفع به موقع
موانع سازمانی کارآفرینی و تقویت
روحیه کارآفرینی سازمانی، باعث
مسئولیت‌پذیری کارکنان به فراخور
مشاغل و پست‌های سازمانی در راستای
تحقق بخشیدن به تصمیمات صحیح
گردیده و موجب می‌گردد، آنان به
اقتباس از مدیران خود، راه‌حل‌های
اصولی را بهتر کشف نموده و خلاقیت‌های

بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی سازمانی

شیوه مدیریتی و سبک رهبری
اتخاذ شده می‌تواند در بارور کردن افکار و
اندیشه‌های نو و خلاقانه کارکنان و به
طور کلی ایجاد و تقویت فضای
کارآفرینانه و تزریق روحیه پیشگامی
نقش بسزایی ایفا کرده و یا موجب نابودی
و یا کمرنگ شدن این روحیه می‌گردد.
بدیهی است هر چه کارکنان در سازمان،
در انجام وظیفه سازمانی خود منعطف‌تر
بوده و آزادی عمل بیشتری داشته
باشند، چنان‌که جسارت اندیشه و
عمل نمودن (کمی برخلاف استانداردهای
مشعوم و مکتوب) را پیدا نمایند تا
واجد ذهنی خلاق و روحیه‌ای فرصت‌گرا
گردند و از طرفی اگر چنانچه
ین ریسک‌پذیری و مخاطره‌پذیری آنان
در صورت شکست، از سوی مسؤولان
سازمان به عنوان تجربه و درسی
برای مسیر آتی تلقی شود، ما با
سازمانی کارآفرین مواجه خواهیم
بود.

همکاری گروهی از مؤلفه‌های بنیادین
استقرار یک سازمان کارآفرین است.
در سازمان‌های کارآفرین، کارگروهی

جدول شماره ۱ - شاخصهای بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی سازمانی

<p>۱- ساختار تخت سازمانی ۲- ارتباطات غیررسمی، افقی و از پایین به بالا ۳- سهولت دسترسی به اطلاعات</p>	<p>بوروکراسی سازمانی</p>
<p>۴- تأثیر کارکنان در تصمیم‌گیری سرپرستان و مدیران مستقیم ۵- تحمل شکست و اشتباه کارکنان در رابطه با نوآوری ۶- انعطاف در انجام وظایف مرتبط با شغل ۷- اعتماد کارکنان به مدیریت ۸- اعتماد مدیریت به کارکنان</p>	<p>سیک رهبری</p>
<p>۹- عدم وجود قلمرو حکومتی بین افراد سازمان ۱۰- بی‌اهمیت شمرده نشدن نظاهر به کار در میان کارکنان ۱۱- کارگروهی در سازمان</p>	<p>کار تیمی</p>
<p>۱۲- تصویر روشن کارکنان از آینده بلندمدت سازمان ۱۳- بازارگرایی و توجه به بازار توسط مدیران ۱۴- مشتری‌گرایی مدیران ۱۵- سرعت و به موقع بودن تصمیم‌گیری مدیران ارشد ۱۶- صراحت و قاطعیت تصمیم‌گیری مدیران ارشد ۱۷- صحت تصمیم‌گیری مدیریت ارشد</p>	<p>تصمیم‌گیری‌های بجا و منطقی مدیران ارشد سازمان</p>
<p>۱۸- حمایت مدیریت ارشد از کارکنان در جهت پیگیری ایده‌های نو ۱۹- تشبیل راهبری فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی مدیریت ۲۰- قدردانی و استقبال مدیریت از افراد صاحب ایده ۲۱- استفاده مدیریت از ایده‌های جدید کارکنان ۲۲- حمایت از طرح‌های نوآورانه کوچک آزمایشی ۲۳- اعطای فرصت به کارکنان در جهت بهبود و عملکرد</p>	<p>حمایت کافی مدیران از افراد خلاق و نوآور</p>
<p>۲۴- پاداش هدفمند و دارای باز خورد ۲۵- پاداش براساس عملکرد (تشویق کارکنان براساس عملکرد و نه براساس نتیجه) ۲۶- تشویق مبلغان و مروجان ایده‌های نو کارکنان خلاق ۲۷- تشویق ریسک‌های حساب شده کارکنان</p>	<p>سیستم پاداش مناسب و تشویق کارکنان خلاق، نوآور و ریسک‌پذیر</p>
<p>۲۸- استفاده از تکنولوژی اطلاعاتی ۲۹- استفاده از کلاس‌های آموزشی ۳۰- اعطای فرصت پیگیری ایده‌های جدید</p>	<p>استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی و برقراری کلاس‌های آموزشی درخصوص خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی</p>

استفاده بهینه از تکنولوژی و پایگاه‌های اطلاعاتی، استفاده از پدیده‌های جدید و به روز را تسهیل نموده و در جریان بهره‌گیری از این اطلاعات، الگوهای مناسب که با اهداف و فعالیت‌های سازمان هماهنگی دارد، انتخاب و بکار برده می‌شود.

آموزش‌های ضمن خدمت در برقراری ارتباطات انسانی و مناسبات سازمانی بستر و توانمندی شغلی نقش بسیار با اهمیت و قابل توجهی دارد.

ارزشیابی مستمر و دارای معیارهای صحیح از عملکرد کارکنان، از جمله اقداماتی است که انگیزه کارکنان را برای تلاش بیشتر مهیا می‌سازد.

در راستای فراهم آوردن تدریجی بستر مناسب سازمانی برای کارآفرینی اولین قدم آماده کردن مدیران رده بالای شرکت، نسبت به موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در فضای رقابتی کنونی در جهان است. علاوه بر آن اقداماتی از قبیل تعیین مأموریت‌ها به صورت مدون و با یک چشم‌انداز یا دورنما از آینده مطلوب، تعیین اهداف و استراتژی‌های سازمانی به صورت مکتوب، ایجاد تغییر در ساختار سازمانی به گونه‌ای که فرآیند تصمیم‌گیری در سازمان‌ها تسهیل شده و امکان مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها فراهم شود. پیش‌بینی و ایجاد واحد تحقیق و توسعه، تشکیل تیم‌های نوآوری و گروه‌های کاری برای پیگیری ایده‌های جدید در سازمان، طراحی و به کارگیری سیستم‌های پاداش مناسب با ایجاد سیستم‌های اطلاعاتی متنوع در زمینه‌هایی از قبیل پیش‌بینی روند تکنولوژی، تغییرات بازار و فعالیت‌های تحقق و توسعه‌ای، آموزش فنون و تکنیک‌های خلاقیت به کارکنان و ... از جمله اقداماتی است که می‌تواند زمینه مناسب برای توسعه بستر کارآفرینی را در سازمان‌ها فراهم آورد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

ویژگی اصلی هر سیستم پویا، یادگیری مستمر و حرکت به سوی موقعیتهای بهتر و متعالی‌تر می‌باشد. یعنی هر سیستم پویایی به فکر رشد و توسعه می‌باشد و امروزه سیستم‌های مختلف دریافته‌اند که یکی از شرایط و الزامات تداوم موفقیت‌آمیز حیات، همانا بهسازی اعضا از طریق آموزش عملی، مناسب و مستمر می‌باشد. اگر در این محیط، جامعه به عنوان سیستم اصلی و سازمان‌ها به عنوان سیستم‌های فرعی باشند که امروزه از پویایی و پیچیدگی فوق‌العاده‌ای برخوردارند و اعضای آنها نیز موجوداتی هوشمند، دانش مدار، پیچیده و با توان بالای یادگیری‌اند که قادر به انجام کارهای شگفت‌آوری می‌باشند، در این صورت مساله یادگیری اعضای این سیستم‌ها جهت توسعه آنها اهمیتی دو چندان می‌یابد.

بر این اساس هدف غایی هر کشور، ملت و جامعه‌ای رشد و توسعه و پیشرفت در زمینه‌ها و ابعاد مختلف می‌باشد به طوری که در نهایت، رفاه، امنیت، آسایش و آگاهی شهروندان تامین شود.

با توجه به تعریف و ماهیتی که از سازمانها ارائه می‌شود، هر جامعه‌ای فعالیتهای جاری و توسعه‌ای خود را از طریق سازمانهای

موجود در بخشهای مختلف اقتصادی به انجام می‌رساند. بنابراین اگر جامعه‌ای به عنوان یک سیستم بخواهد توسعه یابد ابتدا باید اعضای آن (سازمانها و سایر اعضا) به اندازه کافی توسعه یافته و تعامل

مناسب و هماهنگی با هم و در ارتباط با محیط سیستم داشته باشند تا منجر به بالندگی سیستم مادر خود یعنی جامعه شوند. بدین ترتیب، در عصر کنونی سازمان‌هایی می‌توانند توسعه یافته و در راستای بهبود جامعه خود هماهنگ با سایر سازمانها مفید واقع شوند که از اعضایی توانمند و دانش‌مدار برخوردار بوده و سازمانی یادگیرنده باشند و بتوانند مطابق با الزامات دانش و تکنولوژی روز انجام وظیفه نمایند. بنابراین اگر جامعه‌ای و متعاقب آن سازمانی بخواهد توسعه پیدا یابد باید در درجه اول تمام اعضا و در صورت وجود اولویت، افراد کلیدی و توانمند آنها آموزش داده شده و تربیت شوند تا بتوانند از آموخته‌های خود در فعالیتهای سازمان استفاده نموده و با تبدیل سازمان خود به سازمانی موفق و یادگیرنده، یاریگر توسعه جامعه نیز باشد.

با توجه به مفاهیم و مطالبی که با عناوین مختلف در طول این مقاله ارائه شد، کارآفرینی یکی از ویژگیها و قابلیت‌هایی است که در بسیاری از کشورهای پیشرفته و حتی در حال توسعه منشا اثرات مفید و سودمند در راستای پیشرفت این جوامع بوده است و نیز سازمانهایی که در آنها کارآفرینی سازمانی به انحاء مختلف بروز کرده، سازمانهایی

توسعه یافته و مترقی با خاصیت یادگیری و دانش‌مداری بوده‌اند.

به هر حال، اگر کشوری مثل ایران به فکر توسعه و پیشرفت سریع می‌باشد با توجه به تحقیقات و تجربیات سازمانها و کشورهای مختلف و با توجه به شرایط داخلی (تورم بالا و اشتغال پایین) کارآفرینی از جمله ویژگی‌های مهمی است که اگر سازمانهای کشور بتوانند به این قابلیت دست یابند، می‌توانند توسعه کشور را سرعتی دو چندان بخشند.

به هر تقدیر، اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال باعث شده است تا طی دهه‌های ۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی به تدریج تحقق آن وفاق عمومی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ایجاد شود ضمن آنکه بحران بیکاری به جز از طریق توسعه کارآفرینی و دمیدن روح نوآوری در کالبد اجتماعی امکان‌پذیر نمی‌باشد. به همین دلیل کشورهای نظیر ایالات متحده، آمریکا، کانادا، فنلاند، هند، مالزی، سنگاپور، استرالیا و آلمان سیاستها و برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین و به مرحله اجرا گذاشته‌اند.

در شرایط اقتصادی فعلی و نرخ بالای بیکاری در کشورمان، ناخودآگاه کلمه «کارآفرینی» و کلمه «اشتغال‌زایی» موارد استفاده مشابهی پیدا کرده است و کلمه کارآفرینی برای

مجموعه اقداماتی که به ایجاد اشتغال می‌انجامد نیز استفاده می‌شود. مثلاً به هر گونه سرمایه‌گذاری که باعث ایجاد اشتغال شود یا هر گونه افزایش مهارت فنی یا حرفه‌ای که احتمال اشتغال به

استقبال از طرح‌های نو و جدید، حمایت از نوآوران و صاحبان فکر و اندیشه و نیز به کارگیری و استفاده از پیشنهادات کارکنان موجبات دلگرمی آنان را فراهم نموده و جریان تولید فکر و ایده را در سازمان‌ها نیرومند می‌نماید.



در راستای فراهم آوردن تدریجی بستر مناسب سازهانی برای کارآفرینی اولین قدم آماده کردن مدیران رده بالا، نسبت به موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در فضای رقابتی کنونی در جهان است.

تعاونی‌ها اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی کشور هستند و می‌توانند همگام با سیاست‌های دولت در بهبود شرایط زندگی از جمله اشتغال، تولید، کاهش معضل بیکاری و... موثر باشد و چنان چه به طور جدی مورد حمایت قرار بگیرند و بار هزینه‌های دولتی را تقلیل دهند.

کار را افزایش دهد و برای کسی کار ایجاد کند نیز کارآفرینی اطلاق می‌شود. لیکن هیچکدام از اینها مفهوم اصلی کارآفرینی که در نظریات توسعه مطرح شده نمی‌باشد. چرا که براساس نظریات اقتصادی و تجارب حاصله در اقتصادهای روبه رشد «کارآفرینان» موتور محرکه توسعه و رشد اقتصادی محسوب می‌شوند و در نتیجه اشتغال‌زایی یکی از فرآورده‌ها و معلول‌های این مهم است.

تعاونی‌ها اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی کشور هستند و می‌توانند همگام با سیاست‌های دولت در بهبود شرایط زندگی از جمله اشتغال، تولید، کاهش معضل بیکاری و... موثر باشد و چنان چه به طور جدی مورد حمایت قرار بگیرند و بار هزینه‌های دولتی را تقلیل دهند.

با توجه به نقش تعاونی‌ها در ایجاد اشتغال، کارآفرینی و آموزش در بخش‌های مختلف، هر قدر تعاونی‌ها گسترش بیشتری یابند، تورم پایین می‌آید بدین جهت توسعه تعاونی‌ها باعث ایجاد انگیزه در مردم می‌گردد تا به سمت کارهای تولیدی گرایش پیدا کنند که البته در این میان نقش وزارت تعاون در آموزش و پرورش کارآفرینان و هدایت آنها به سمت ایجاد شرکت‌های تعاونی و نیز راهنمایی و هدایت شرکتهای تعاونی موجود به ایجاد شرایط مساعد برای کارآفرینی سازمانی بسیار مهم می‌باشد.

با توجه به موارد ذکر شده و نیز با توجه به شرایط فعلی، سازمانهای کشور و از جمله شرکتهای تعاونی از نظر داشتن شرایط حداقلی برای استقرار کارآفرینی سازمانی برخوردار نبوده و نمی‌توان آنها را سازمان‌های کارآفرین تلقی نمود. بنابراین پیشنهادهای ذیل به منظور توسعه این امر مهم ارائه می‌گردد:

الف - سامه‌های حمایتی دولت و وزارت

تعاون

دولتها نقشهای متعددی را در حمایت از کارآفرینی ایفا می‌کنند. اولین قدم انجام ندادن برخی کارها به جای انجام دادن آنها است. ابزارهای کلاسیک دولتی - مالیات و مقررات - به روشنی بر روی فعالیتهای کارآفرینانه تاثیر می‌گذارد. هنگامی که میزان مالیات سنگین است و یا نیاز به ارائه گزارشهای پیچیده متعدد است، کارآفرینان از سیستم مالیاتی فرار می‌کنند و اقتصاد زیرزمینی یا بازار کار غیرقانونی توسعه می‌یابد.

زمینه دیگری که دولتها می‌توانند از طریق آن به توسعه کارآفرینی کمک کنند تدارکات دولتی است. معمولاً شرکتهای کوچک از تاخیر در کمک سازمانهای بزرگ دولتی رنج می‌برند. در برخی از کشورها همین تاخیر در پرداختها و تسهیلات موجب از بین رفتن تعداد زیادی از این شرکتها می‌شود. این موسسات گاهی مجبور می‌شوند در دوره‌ای که منتظر دریافت تسهیلات خود از این سازمانها هستند از دیگران وام بگیرند که در نتیجه سود حاصله صرف بازپرداخت بهره به بانکها می‌شود.

آژانس‌های توسعه می‌توانند مشوقهای محلی را از طریق ایجاد اشکال جدیدی از مشارکت دولتی - خصوصی به کارگیرند. در ایرلند، برای مثال ۳۵ مورد از این نوع مشارکت، سهم برجسته‌ای را در ارتقاء کارآفرینی و کاهش بیکاری داشته است. در این رابطه چنین موسساتی می‌توانند نوآوری و کارآفرینی را با استفاده از ساختارهای حمایتی، در بین جمعی از موسسات کوچک محلی (به صورت خوشه‌ای یا شبکه‌ای) ترویج و آنها را در یافتن شرایط مناسب برای کسب و کار خود یاری کنند.

بنابراین سهولت و سرعت در ارائه تسهیلات حمایتی وزارت تعاون به افراد

کارآفرین و جلب حمایت دولت و سایر وزارتخانه‌ها برای همکاری و هماهنگی بیشتر در زمینه ارائه تسهیلات می‌تواند نقش بسیار مهمی در ایجاد، دوام و توسعه شرکتهای تعاونی بوسیله افراد کارآفرین داشته باشد.

ب - ایجاد انکوباتورها (پرورشگاههای

کسب و کار) در وزارت تعاون

ایجاد انکوباتورها (پرورشگاههای کسب و کار) هم روش دیگری برای توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال است. این پرورشگاهها با در اختیار قرار دادن کارگاههایی برای موسسات تازه تاسیس، تخصیص منابع و تجهیزات موردنیاز و عرضه آب و برق از کارآفرینان حمایت می‌کنند. امکانات و تسهیلاتی که توسط آنها عرضه می‌شود بستگی به نوع فعالیت و تعداد رشته‌ها متفاوت است. در ارتباط با این تسهیلات می‌توان به ارائه مشاوره‌ها، خدمات حقوقی، مالی، اداری، فنی، مهندسی، آزمایشگاهی، ایجاد امکانات رفاهی و تفریحی اشاره کرد. تحقیقات اخیر دال بر آن است که در مناطق محروم وجود فرهنگ وابستگی و یا ضد کارآفرینی از اهمیت خاصی نه فقط به دلیل تاثیرات اقتصادی غیرمستقیم بلکه به دلیل ارتباط سیاستهای اجتماعی با توسعه، برخوردار است. تنوع فزاینده و حجم فعالیتهای اقتصادی که توسط این انکوباتورها صورت می‌گیرد، کمک موثری نیز در انسجام اجتماعی خواهد بود.

سیستم‌های تشویق کارآفرینی، با سیاستهای سنتی ایجاد اشتغال که هدفشان ایجاد شغل در فعالیتهای موجود به جای ایجاد فعالیتهای جدید و حمایت مستقیم از موسسات کوچک و متوسط است، تفاوت دارد زیرا آنها فقط بر مراحل اولیه کسب و کار موسسات جدید تمرکز می‌کنند. آنها دریافته‌اند که نه همه

موسسات کوچک و متوسط نوآورند و نه همه آنها مهبای رشد و حتی برای بسیاری از این موسسات ممکن است بهتر باشد که کوچک باقی بمانند.

به علاوه از آنجایی که در انکوباتورها دید وسیع‌تری نسبت به «آنچه که یک شرکت هست» وجود دارد آنها پیشنهاد می‌کنند که یک «فرهنگ کارآفرینانه» می‌تواند در بین بخش وسیعی از جمعیت به وجود آید. بنابراین دولتها می‌توانند به شکل موثری نه تنها ابزارهای عملی برای ترویج کارآفرینی را به کار گیرند بلکه می‌توانند فرهنگ کارآفرینانه را نیز از طریق سیستم‌های آموزشی در جامعه به شکل یک کل ارتقا دهند. آنها می‌توانند با کاهش نرخ مرگ و میر کسب و کارهای جدید و کوچک با هزینه کم، بقای این گونه شرکتها را در عبور از مراحل اولیه به دیگر مراحل تضمین کنند.

پرورشگاه‌های کسب و کار یا مراکز رشد، شرکتها و موسسات کوچک را آماده می‌سازد تا با تکیه بر باالهای خود به پرواز درآیند. اینه اصلی تاسیس مراکز رشد در دنیا، کاهش ریسک موسسات نوپای تحقیقی/ تولیدی کوچک می‌باشد که با انجام حمایت‌های متعددی از طریق جبران فقدان تجارت مدیریتی و کمبود سرمایه، سبب رشد و کسب استقلال و افزایش توان کارآفرینی آنها شده که ضمن بهبود وضعیت اشتغال مولد در رونق اقتصادی نیز موثر خواهد بود. مراکز رشد را بنا به نوع فعالیت می‌توان به انواع مختلف نظیر مرکز رشد علمی، مرکز رشد فن‌آوری، مرکز رشد تجاری تقسیم نمود. با توجه به موارد فوق‌الذکر ایجاد انکوباتورها توسط وزارت تعاون در مراکز استانها و در مرحله بعدی در تمامی شهرستانها برای حمایت از افراد کارآفرین و تحقق یافتن ایده‌های ارزشمند آنان در قالب شرکتهای تعاونی ضروری می‌نماید.



ج - ایجاد مرکز کارآفرینی وزارت تعاون با توجه به موارد فوق‌الذکر ایجاد مرکزی برای آموزش کارآفرینی و حمایت و هدایت از افراد خلاق، نوآور و کارآفرین در وزارت تعاون ضروری می‌نماید. این مرکز علاوه بر آموزش و پرورش کارآفرینان و افراد مستعد، وظیفه برقراری ارتباط بین این افراد و سازمانها و مراجع مربوطه را به عهده خواهد داشت. همچنین کسانی را که دارای ایده‌های مشابه و یا مرتبطی باشند به همدیگر معرفی خواهد نمود تا با ایجاد شرکت تعاونی به عملی نمودن ایده‌های خود بپردازند.

برگزاری کلاسهای آموزش کارآفرینی در تمامی ادارات شهرستانها برای دانشجویان، فارغ‌التحصیلان و علاقه‌مندان از وظایف این مرکز خواهد بود. محتوای این دوره‌های آموزشی شامل موارد زیر خواهد بود:

- آموزش خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی،
- آشنایی با شرایط و مراحل ایجاد شرکتهای تعاونی
- آموزش مدیریت، رفتار سازمانی، ارتباطات
- بازاریابی و فرصت‌های بازار
- اصول امکان‌سنجی اقتصادی
- آشنایی با قوانین تجارت
- مقررات مالی، عملیات بانکی،

مقررات مالیاتی

- مدیریت منابع مالی
- آشنایی با کارآفرینان موفق و تجارب آنها
- IT: کامپیوتر، اینترنت،
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی مختلف با موضوعات

معرفی و ارتقاء روحیه کارآفرینی، کارآفرینی (ویژه مدرسین)، تدوین طرح تجاری - صنعتی موفق (ایده‌پردازی و

مطالعه بازار و بررسی‌های فنی - مالی)، کارگاه آموزشی آفرینشگری و نوآوری، خلاقیت و نوآوری، طراحی شغلی، تشکیل شرکت و آشنایی با قوانین و مقررات کسب و کسار، بسررسی محصولات الکترونیکی و به کارگیری منابع کتابخانه‌ای برای تولید، دیدگاه‌های جدید به منظور کارآفرینی فنی و...

هدف از برگزاری کلاسهای یاد شده ارائه راهکارهای تازه به نسل جوان کشور است تا بتوانند با شناخت علمی از اشتغال و نقش قابلیت‌های انسانی در ایجاد آن، به نگاه تازه‌ای دست یابند و یاد بگیرند که ایجاد اشتغال الزاماً به وجود سرمایه کلان نیاز ندارد.

د - ایجاد مرکز مشاوره مدیریت و کارآفرینی وزارت تعاون

همانطور که در سطور قبل اشاره شد، کارآفرینی سازمانی یکی از ویژگیها و قابلیت‌هایی است که در بسیاری از کشورهای پیشرفته و حتی در حال توسعه منشا اثرات مفید و سودمندی در راستای پیشرفت این جوامع بوده است همچنین سازمانهایی که در آنها کارآفرینی سازمانی به انحاء مختلف بروز کرده، سازمانهایی

توسعه یافته و متری با خاصیت یادگیری و دانش‌مداری بوده‌اند و برای دست یافتن به توسعه جامعه و متعاقب آن برای دست یافتن به کارآفرینی سازمانی در هر کشوری، ابتدا باید افرادی کارآفرین در سازمانها تربیت نمود. یعنی باید در سازمانهای مختلف کشور ضمن فراهم نمودن بسترهای لازم کارآفرینی سازمانی، افراد شایسته‌ای را به عنوان کارآفرینان سازمانی تربیت نمود، چرا که این کارآفرینان سازمانی هستند که با خصوصیات ذاتی و اکتسابی خود دست به کارهایی نو زده و باعث کارآفرینی سازمانی می‌شوند که از تجمیع کارآفرینی‌های سازمانی در سازمانهای مختلف، توسعه جامعه حاصل می‌شود. بنابراین با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی برای همه سازمانها و از جمله شرکتهای تعاونی، وزارت تعاون به عنوان متولی بخش تعاون در کشور وظیفه دارد در این خصوص راهنمایی‌ها و مشاوره‌های لازم را در قالب برنامه‌های آموزشی، مشاوره‌ای، بازدید و الزامات قانونی و سایر مکانیزمها به شرکتهای تعاونی ارائه نماید. مطمئناً ایجاد مرکز مشاوره مدیریت و

کارآفرینی در وزارت تعاون می‌تواند در جهت کارآفرین‌تر نمودن شرکتهای تعاونی و ایجاد فضای مساعد برای توسعه کارآفرینی سازمانی مفید واقع شود. علاوه بر آن این مرکز در خصوص سایر مباحث علم مدیریت به شرکتهای تعاونی مشاوره خواهد داد چرا که رشد مناسب کارآفرینی سازمانی ارتباط نزدیکی با توسعه سایر مباحث مدیریتی دارد.

د - ایجاد سایت اینترنتی کارآفرینی وزارت تعاون

طراحی و راه‌اندازی سایت اینترنتی کارآفرینی وزارت تعاون و سه روز نگهداشتن اطلاعات و اخبار آن به منظور:

- اطلاع‌رسانی درباره سیاست‌های تشویقی دولت و وزارت تعاون در جهت کارآفرینی
- معرفی کارآفرینی به اساتید و دانشجویان
- اطلاع‌رسانی در زمینه مقالات و مباحث کارآفرینی
- معرفی سایتها و سایر منابع مرتبط با کارآفرینی و تعاون
- اطلاع‌رسانی درباره سیاست‌های تشویقی دولت در جهت کارآفرینی
- اطلاع‌رسانی به دانشجویان و کارآفرینان در مورد فرصت‌های موجود در جهت «کارآفرینی و سرمایه‌گذاری» در قوانین و مقررات جاری

سایر فعالیتهای پیشنهادی

- اطلاع‌رسانی به دانشکده‌ها در خصوص بورسیه شدن در مقطع دکترا در رشته کارآفرینی برای وزارت تعاون
- برگزاری مسابقه دانشجویی ایده‌پردازی کارآفرینی و اهدای جوایز نفیس به ارائه‌دهندگان ایده‌های کارآفرینی

- انتشار بولتن‌های آموزشی و ترویجی در خصوص کارآفرینی
- برگزاری جلسات با مسؤولین ارگان‌های مختلف از جمله صدا و سیما، سازمان صنایع و معادن، استانداری‌ها و دانشگاه‌ها... در رابطه با کارآفرینی و ایجاد هماهنگی برای اطلاع‌رسانی و استفاده از تسهیلات وزارت تعاون

منابع و مآخذ:

- ۱- آذرموش، احمدپور، طالبی، اخوان، رحیم‌زاده، سختراری، سیزگرد تخصصی: توسعه کارآفرینی، تنگناها و راهکار، مجله تدبیر شماره ۹۰، بهمن ۱۳۷۷
- ۲- احمدپور داربانی، محمود، کارآفرینی، انتشارات شرکت پردیس، چاپ سوم، تابستان ۱۳۸۰، ص ۱۳۴
- ۳- احمدپور داربانی، محمود و منبجی، محمد، نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک، مجله تدبیر شماره ۱۱۳، نیرماه ۱۳۸۰.
- ۴- اسدزاده، بهروز، بررسی میزان کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۸۱
- ۵- اسکندانی، حمید، ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرینان ایرانی، مجله صنعت و مطبوعات، شماره ۷۶، اردیبهشت ۷۹
- ۶- پورآمن، بهزاد، آموزش نیروی انسانی فراگیری پیوسته در افزایش بهره‌وری
- ۷- خلیلی شورینی، سابوش، تاثیر آموزش‌های رسمی در ارتقای سطح بهره‌وری، مجموعه مقالات سمینار بررسی شیوه‌های عملی ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی، برگزارکنندگان، دانشگاه علامه طباطبایی و سازمان امور اداری و استخدامی کشور، تهران آذر ۱۳۷۵
- ۸- دهخدا، لغت‌نامه دهخدا، ج آ- ابوسع، تهران، چاپخانه مجلس، سال ۱۳۲۵ خورشیدی
- ۹- دفت، ریحارد، ال. توری و طراحی سازمان، ترجمه دکتر پارسائیان و دکتر اعرابی، تهران؛ دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ج دوم، چ سوم، ۱۳۸۰، ص ۶۴۴

- ۱۰- دفت، ریحارد، ال. توری و طراحی سازمان، ترجمه دکتر پارسائیان و دکتر اعرابی، تهران؛ دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ج دوم، چ سوم، ۱۳۸۰، ص ۶۴۴
 - ۱۱- شفیعا، محمدعلی، کارآفرینی با پیوند دانشگاه و صنعت، اولین کنگره ملی مهندسی منابع و بهره‌وری، ۱۳۷۱
 - ۱۲- صد آقایی، جلیل، شناخت بستر سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی
 - ۱۳- صد آقایی، جلیل، از کارآفرینی تا جان‌آفرینی، نشریه کار و جامعه، شماره ۲۷، آبان ۱۳۷۷، ص ۱۵
 - ۱۴- صد آقایی، جلیل، سازمان‌های کارآفرین، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، ۱۳۷۸
 - ۱۵- طباطبایی، سیدمرتضی، کارآفرین و کارآفرین درونی، تدبیر، شماره ۳۸، آذر ۱۳۷۲.
 - ۱۶- لامعی، بهزاد، آموزش کارآفرینی در ایران و بررسی موانع قانونی رشد کارآفرینان در صنایع کوچک ایران، پروژه تحقیقاتی، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۷۸
 - ۱۷- مشبکی، اصغر و تیمورتزاد. رویکرد راهبردی و عملیاتی به مدیریت تحول سازمانی، تهران: انتشارات هبات، چاپ اول، ۱۳۷۸، ص ۷۷
 - ۱۸- موسوی بازرگانی، سیدجلال، تعیین ضوابط طراحی برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان در ایران براساس مطالعه تطبیقی (گروه نمونه‌ای از) برنامه‌های مشابه جهانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۷۸
 - ۱۹- وارث، سیدحامد، کارآفرین دوستی، مجله تحول اداری، خرداد ۱۳۷۸
- http://www.sangesh.org/kard-mogh.htm
- ۲۰- Hisrich, Robert. D Peters, Michael p. "Entrepreneurship" (forth edition), New york: Mcgrawhill, 1998.
- ۲۱- Pinchot, Gifford & Pinchot, Elizabeth. Intra-corporate entrepreneurship. http://Intrapreneur.com.

اشاره:

شماری از دوره‌های فنی و حرفه‌ای از اواسط سال ۱۳۷۴، با اجرای طرح غیر مدونی تحت عنوان: آموزش - تعاون - اشتغال، با هدف افزایش اشتغال بخش تعاون از طریق آموزش و ایجاد شرکت‌های تعاونی، در زمینه آموزش‌های ادارات کل تعاون استانها قرار گرفت. این آموزشها که از پنج عنوان در سال ۱۳۷۵ به ۲۶ عنوان در سال ۱۳۷۹ افزایش یافتند، به تدریج به سمت آموزشهای فشرده، سوق یافتند. اما با ابلاغ سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و تعیین سیاستهای کلی بخش تعاون، موضوع لزوم بهبود و توسعه آموزشهای فنی و حرفه‌ای - که بی تردید نقش تعیین کننده در افزایش بهره‌وری شرکت‌های تعاونی و بهبود کیفیت کالا و خدمات تولیدی آنها دارد اهمیتی خاص یافته است.

اهمیت آموزشهای فنی و حرفه‌ای

در عصر حاضر با پیشرفت سریع تکنولوژی و تحول در بینش‌ها و استراتژی‌ها نیاز به نیروی انسانی کار آموخته و کارآمد بیش از هر زمان دیگر محسوس می‌باشد. ترکیب فشارهای ناشی از جهانی شدن، تغییرات فناوری و آزادسازی بازارها، محیط اقتصادی بیش از پیش رقابت‌آمیزی بوجود آورده است. در جهان کنونی که دامنه علم به سرعت در حال گسترش است، نیروی انسانی آموزش دیده به عنوان مهمترین سرمایه برای رشد و توسعه کشور و موثرترین عامل در رقابت پذیری و سازگاری بنگاههای اقتصادی یا تغییرات محیط محسوب می‌شود. سرمایه انسانی عبارت است از مهارتها، ظرفیتها و تواناییهایی که افراد در فرایند آموزش بدست می‌آورند و موجب بهره‌وری بیشتر عملیات می‌شوند. یعنی انواع آموزشهای رسمی و غیر رسمی که نهایتاً به اعتلای کیفیت نیروی کار منجر می‌گردد همه به نوعی سرمایه گذاری در

سرمایه انسانی محسوب می‌شوند. لذا جوامع در حال توسعه در شرایط کنونی برای جبران کمبود شدید سرمایه انسانی چاره‌ای جز سرمایه گذاری آموزشی ندارند. نقش نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده در توسعه اقتصادی جامعه تا حدی است که یکی از صاحب نظران اقتصاد

توسعه، انسانهای متخصص و ماهر را دارایی اصلی یک جامعه دانسته است که توانمندی آن جامعه را در حل مسائل اقتصادی و اجتماعی مشخص می‌کنند. بدین لحاظ موفقیت و کارآمدی سازمانها در گرو تجهیز افراد خود به آخرین مفاهیم مربوط به دانش حرفه‌ای و مهارتهای فنی روز است. نیروی انسانی به عنوان مهمترین عامل در ایجاد مزیت و برتری رقابتی نیاز به ارتقای سطح دانش، قابلیت‌ها و خودآگاهی دارد و این حاصل نمی‌شود مگر با برنامه‌ها و نظامهای اثر بخش توسعه منابع انسانی. توسعه منابع انسانی یکی از مهمترین اهداف استراتژیک سازمانهای پیشرو عصر کنونی است که به منظور ارتقای سطح دانش، مهارت، تجربه و کیفیت و تعالی عملکرد سرمایه‌های سازمان و حتی تغییر ویژگیهای فردی کارکنان در دست مدیریت ارشد سازمانها قرار دارد.

اجرای یک برنامه توسعه منابع انسانی مزایای زیادی دارد. بعضی از آنها عبارتند از: سودمندی، تحرک داخلی نیروی کار، رضایت کارکنان، ارتقای کیفیت عمر کاری و هماهنگی بهترین منابع انسانی و نیازهای سازمان در این میان، آموزشهای فنی و حرفه‌ای به عنوان یکی از اجزای بسیار مهم این گونه برنامه‌ها مطرح می‌باشد. رشد سریع تحولات علمی و تکنولوژیک، آموزش فنی و حرفه‌ای را در

بالندگی آموزشهای فنی و حرفه‌ای

پیش شرط توانمندی تعاونیها

● کورش عمادی

فرایند آموزش به ابزاری بسیار مهم تبدیل کرده است که در مردمی کردن توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سهیم است. آموزش فنی و حرفه‌ای عامل مهمی در تربیت نیروی انسانی ماهر و کار آمد است، به طوری که سازمان یونسکو معتقد است، آموزش فنی و حرفه‌ای باید بخش مکمل نظام آموزش همه جانبه باشد و به این سبب باید به محتوای فرهنگی آن توجه کافی کرد. این آموزش باید از تربیت افراد برای یک

۱- داوطلبان عضویت ۲- اعضای هیأت موسس ۳- منتخبین جدید عضویت در هیأت مدیره، سمت مدیر عاملی و بازرسی و یا کاندیداهای مناصب مذکور، برگزار می‌شوند.

به این ترتیب، تمامی اعضای تعاونیها با مهارت‌های ارتباطی و کار با دیگران آشنا می‌شوند. اما فراگیری مهارت‌های کسب و کار زمانی ضرورت می‌یابد که عضو ساده در گروه اعضای هیأت موسس قرار گیرد و در مرحله بعد اعضایی که کاندیدای عضویت در هیأت مدیره، مدیر عاملی و بازرسی تعاونی هستند و یا در جریان انتخابات دوره‌ای به عنوان مدیران جدید، مدیریت تعاونی را بر عهده می‌گیرند بدین ترتیب لازم است، به نسیتهایی که مشخص خواهند شد، مهارت‌های توسعه تعاونی، مالی و بازرسی و فناوری اطلاعاتی را دارا باشند یا کسب نمایند.

اجتماعی ناشی از انقلاب ارتباطات و تحرک بسیار زیاد سرمایه انسانی باید پذیرای شیوه‌های جدید و مطالب و محتوای نوین باشد؛ با هدف دستیابی به توزیع عادلانه منابع و فرصت‌های آموزشی در بین تعاونگران، افزایش کارایی و اثر بخشی تعاونیها و تقویت کارآفرینی و اشتغالزایی پایدار در بخش تعاونی، می‌توان آموزش‌های این بخش اقتصادی را به دو گروه عمده: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای عمومی و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تخصصی تقسیم کرد.



آموزش‌های فنی و حرفه‌ای عمومی

این آموزش‌ها که به پنج دسته مهارت‌ها، سه فصل‌های مشخص شده در جدول شماره یک تقسیم می‌شوند، به ترتیب مشخص شده در جدول شماره دو برای:

جدول شماره یک - مهارت‌های مورد نیاز در سطح عمومی و سر فصل‌های پیشنهادی هر یک

نام مهارت	سر فصل
۱- مهارت‌های ارتباطی و کار با دیگران	تکنیک‌های کارگروهی - مدیریت تنش - شیوه‌های مذاکره - اصول مدیریت مشارکتی - ارتباط موثر - ساختار تصمیم‌گیری گروهی
۲- مهارت‌های کسب و کار	- نحوه تشکیل تعاونی - تهیه طرح‌های توجیهی - شیوه‌های دستیابی به منابع مالی
۳- مهارت‌های توسعه تعاونی	- کانون و مقررات بخش تعاونی - روش‌های جلب مشارکت اعضا - اصول ترویج تعاون - بازاریابی
۴- مهارت‌های مالی و بازرسی	- اصول حسابداری - مازاد برگشتی در تعاونیها - حسابرسی در تعاونی - وظایف بازرسی
۵- مهارت‌های فناوری اطلاعاتی	ICDL

شغل خاصی که با فراهم کردن مهارت‌ها و دانش لازم برای افراد انجام می‌گیرد، یا فراتر نهد و همگام با آموزش عمومی، شخصیت و منش افراد را نیز پرورش دهد و توانایی درک، داورزی، اظهار نظر و سازگاری با محیط‌های گوناگون را در آنان تقویت کند.

بنابراین از این پس دیگر انتظار نمی‌رود که نظام‌های تعلیم و تربیت، نیروی کار را برای مشاغل ثابت تربیت کنند، بلکه باید افراد مبتکری را تربیت کنند که توانایی تکامل و قابلیت تطبیق خویش را با دنیای به سرعت در حال تغییر داشته باشند.

آموزش فنی و حرفه‌ای تعاونیها

در این شرایط که کیفیت نیروی کار به مؤثرترین عامل در رقابت پذیری و ایجاد توان سازگاری در بنگاه‌های اقتصادی و کارگران تبدیل شده است، برای نظام آموزش و تربیت حرفه‌ای نیروی کار تعاونیها نیز چالش بزرگی مطرح می‌شود تا بتوانند پاسخ‌گوی تقاضاهای سریعاً در حال تغییر بازار کار باشند. این مهم چالشی چندگانه است.

اولاً - برای تجهیز مدیران (فعلی و آتی) و کارکنان تعاونیها یک نظام مهارت آموزی مداومی وجود داشته باشد که بتواند با سرعت و انعطاف پاسخ‌گوی الزامات بازار کار باشد.

ثانیاً برای متقاضیان سرمایه گذاری و عضویت در تعاونیها نوعی آموزش حرفه آموزی مقدماتی فراهم کند که شامل مهارت‌هایی باشد که در چند حریفه به کار می‌آیند و این آموزش زمینه ساز مهارت آموزی مداوم در طول زندگی کاری آنان در بخش تعاون گردد.

با توجه به این دو بعد اساسی که باید در نظام آموزش تعاون مد نظر قرار گیرد و نیز از آنجا که آموزش فنی و حرفه‌ای در قرن بیست و یکم برای روبرو شدن با فرایندهای جهانی شدن، شیوه‌های دائماً متغیر فناوری اطلاعات، تغییرات شگرف

جدول شماره دو - اولویت بندی آموزشهای بخش تعاونی

آموزشهای بخش تعاونی				
فنی و حرفه‌ای تخصصی		فنی و حرفه‌ای عمومی		
مخاطب	نوع دوره	مخاطب	نام مهارت	اولویت
مدیران، بازرسان و کارکنان تعاونیها	دوره‌های بازآموزی	داوطلب	مهارت‌های ارتباطی و کار با دیگران	۱
		عضویت	مهارت‌های کسب و کار	۲
	دوره‌های نوآموزی	داوطلب	مهارت‌های توسعه تعاونی	۳
		مدیریت تعاونی	مهارت‌های مالی و بازرسی	
			مهارت‌های فناوری اطلاعاتی	

توسعه منابع انسانی یکی از مهمترین اهداف استراتژیک سازمانهای پیشرو عصر کنونی است که به منظور ارتقای سطح دانش، مهارت، تجربه و کیفیت و تعالی عملکرد سرمایه‌های سازمان و حتی تغییر ویژگیهای فردی کارکنان در دست مدیریت لرشد سازمانها قرار دارد.

منابع:

- ۱- فرهادیان - همایون - سایر - بررسی تأثیر آموزشهای فنی و حرفه‌ای در توسعه منابع انسانی - مجموعه مقالات دومین همایش ملی نقش آموزشهای فنی و حرفه‌ای در تحولات اقتصادی و اجتماعی - اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای مازندران - ۱۳۸۴
- ۲- نفیسی - عبدالحسین - آموزشهای فنی و حرفه‌ای در قرن بیست و یکم (ترجمه) - پژوهشکده تعلیم و تربیت - ۱۳۸۲
- ۳- طالب زاده - محسن (دکتر) - آرش خیر خواه - آموزشهای فنی و حرفه‌ای و نقش آن در ابعاد مختلف جامع - مجموعه مقالات دومین همایش ملی نقش آموزشهای فنی و حرفه‌ای در تحولات اقتصادی و اجتماعی - اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای مازندران - ۱۳۸۴
- ۴- مهر علی زاده - بداله (دکتر) - جهانی سازی و نظامهای آموزشی با تأکید بر کشور ایران - نشر شش - ۱۳۸۳
- ۵- صادق فر - حسین - ارائه الگوهای بهبود آموزش و اشتغالزایی در سازمان فنی و حرفه‌ای •

تعیین‌کننده این آموزشها را در رشد و توسعه بخش تعاونی به یک باور عمومی تبدیل کند. راهکارهایی چون:

قائل شدن اولویت در اعطای تسهیلات و یا تخفیف در سود و کارمزد تسهیلات تعاونیهای فعال در امر آموزش مدیران و کارکنان خود

- پرداخت بخشی از اعتبارات لازم آموزشهای حرفه آموزی خاص، مورد درخواست یک یا گروهی از تعاونیها در طریق عقد قراردادهای مبتنی بر عملکرد با آنها

- اعطای تسهیلات آموزشی به تعاونیها از طریق صندوق یا سیستم بانکی تعاون

- الزام تعاونیها به پیش بینی اعتبار لازم در بودجه سالانه خود برای اجرای آموزشهای فنی و حرفه‌ای مورد نیاز مدیران و کارکنان تعاونی

- الزام به دارا بودن حداقل مدرک تحصیلی دیپلم متوسطه برای داوطلبان مشاغل مدیریت (هیات مدیره، مدیر عامل و بازرس) در تعاونیها.

آموزشهای فنی و حرفه‌ای تخصصی

این آموزشهای کوتاه مدت که به دو دسته دوره‌های بازآموزی و نوآموزی تقسیم می‌شوند، برای مدیران، بازرسان و کارکنان تعاونیها، بر مبنای نیازسنجی آموزش و با توجه به نوع فعالیت تعاونی طراحی و برگزار می‌شوند.

دوره‌های نوآموزی با هدف ارائه دانش، مهارت و ایجاد بینش جدید در مدیران، بازرسان و کارکنان تعاونیها و دوره‌های بازآموزی برای رفع کاستیهای دانش، مهارت و نگرش مدیران، بازرسان و کارکنان تعاونیها باید با استاندارد مورد قبول سازمان آموزشی فنی و حرفه‌ای طراحی و اجرا شوند و در هر سال فهرست آنها نیز براساس مطالعات و نیازسنجی مربوط مورد جرح و تعدیل قرار گرفته و محتوای دوره‌ها بازنگری گردند.

به هر حال بالندگی و توسعه آموزشهای فنی و حرفه‌ای نیازمند اتخاذ سیاستها و اعمال راهکارهایی است که مدیران و کارکنان تعاونیها را به کسب آموزشهای فنی و حرفه‌ای تسرع نماید و نقش اساسی و

جهانی شدن و تعاونی‌ها

(فرصت‌ها و چالش‌ها)

مقدمه

در جهان امروز اهمیت تعاونی‌ها و نقش و تأثیر آنها در شتابان ساختن آهنگ توسعه اقتصادی و اجتماعی برای اغلب دولت‌ها واضح و آشکار است. پیوستن بسیاری از کشورهای جهان به نهضت تعاونی در سده اخیر و نیز قبول عضویت آن‌ها در اتحادیه بین‌المللی تعاون و به ویژه سپردن بخشی از وظایف اقتصاد ملی این کشورها به اقتصاد تعاونی مؤید این موضوع می‌باشد. اقتصاد تعاونی در هر جامعه و کشور تأثیرهای خاصی را به جا گذاشته است و کیفیت این تأثیر نیز تا حدود زیادی به میزان توجه دولت‌ها و هدف آنها از ایجاد و گسترش و حمایت از تعاونی‌ها و نظام تعاونی دارد.

در کشور ما نیز پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران نظام تعاونی و تعاون‌گرایی تا آنجا اهمیت یافته که به عنوان یکی از بخش‌های بسیار مهم و تأثیرگذار در قانون اساسی کشور مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که کشورهای جهان و تمام سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی با چالش پدیده جهانی شدن مواجه هستند.

هم اینک جهان امروز با افزایش جمعیت، پیشرفت‌های چشمگیر فن‌آوری، تولید فزاینده اطلاعات، پیدایش منابع جدید، تنوع‌طلبی فزاینده مردم، اعتلای دگرگونی سطح زندگی، گسترش و

پیچیدگی روابط انسان‌ها و... اساس و پایه مناسبات و روابط اقتصادی و اجتماعی جوامع دگرگون شده و هر روز با تحولات جدید رو برو است. از این رو در فرآیند جهانی شدن تنها آن گروه از سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی خواهند توانست با دیگر سازمان‌ها به رقابت برخیزند و با رویکرد فرایند جهانی شدن همراه گردند که با کار گروهی و تطبیق رهیافت‌های علمی و بومی خود بهره‌گیری از علوم و مناسبات روز و افزایش کیفیت محصولات از فرصت‌ها به نحو مطلوب بهره‌مند گردند.

در این نوشتار سعی بر آن است تا ضمن تعریف مفاهیم تعاون و جهانی شدن به نقش تعاونی‌ها در فرآیند جهانی شدن اشاره شود تا از این طریق به سؤالات ذیل پاسخ داده شود:

- ۱- فرایند جهانی شدن چه تهدیدات و فرصت‌هایی را برای تعاونی‌ها به وجود می‌آورد؟
- ۲- تعاونی‌ها در فرایند جهانی شدن چگونه می‌توانند نقش خود را ایفا کنند؟

● محمد کارکنان نصرآبادی*

تعریف مفاهیم

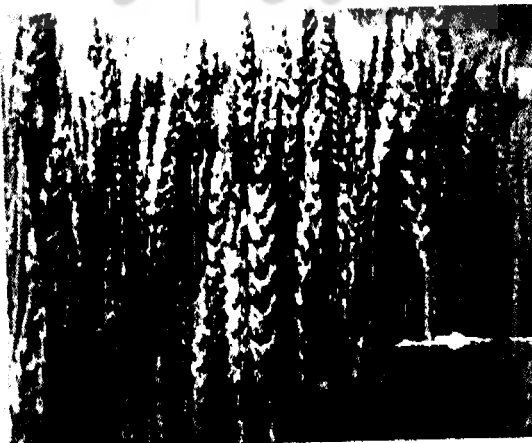
الف: تعاون, cooperation.

تعاون که مصدر باب تفاعل و به معنای یکدیگر را یاری رساندن و همیاری و همکاری کردن با دیگران است از اصل ریشه «عون» به معنای یاری کردن مشتق شده است و در اصطلاح علمی عبارت است از تمرکز امکانات و مساعی افراد و استفاده از آن در راه حصول به اهدافی معین و رفع نیازهای مشترک افراد.

این واژه معادل تعاون «cooperation» می‌باشد که در زبان فرانسه به معنای عمل و شرکت در یک کار مشترک است و در زبان انگلیسی مفهوم کار کردن و با هم برای یک مقصود و تجمع برای انجام دادن یک امر مشترک و عمل و همکاری اقتصادی را می‌رساند.

از نقطه نظر جامعه‌شناسی، زمانی تعاون و همکاری شکل می‌گیرد که تعامل اجتماعی بین اشخاص و گروه‌هایی که

هدف آنان پیوند دادن فعالیت‌هایی چند، اعمال کمک‌مقابل و انجام کاری به طور مشترک است، پدید آید. از نظر اقتصادی تعاون و همکاری نوعی سازمان و عمل اقتصادی است که از طریق آن، اشخاص و گروه‌هایی با داشتن منافع مشترک و به منظور کسب امتیازاتی مشترک، با یکدیگر جهت انجام فعالیت‌های اقتصادی پیوند می‌خورند و بالاخره اینکه تعاون و همکاری در سطح



بین‌المللی و جهانی برای مشخص ساختن شکل خاصی از کمک متقابل اقتصادی و یا کمک‌های فنی که فارغ از هر نوع مقاصد سلطه‌جویانه کشور کمک‌کننده به انجام رسد، به کار می‌رود.

ب) جهانی شدن (Globalization)

دیدگاه‌ها و نظریات مختلف و متفاوتی در خصوص جهانی شدن وجود دارد. برخی آن را از منظر اجتماعی و جامعه‌شناختی، برخی از دیدگاه فرهنگی و عده‌ای نیز از دیدگاه اقتصادی و سیاسی، به آن می‌نگرند. بدین ترتیب گروهی نسبت به آن خوشبین هستند و آن را داروی التیام بخش دردهای جوامع بشری خصوصاً جوامع توسعه نیافته و جهان سوم می‌دانند و معتقدند که جهانی شدن قادر است تمامی مشکلاتی را که جامعه بشری با آن روبروست، برطرف نماید. (افرادی مثل فرانسس فوکویاما، ساموئل هانتینگتون و امانوئل کاسنلر در زمره این گروه قرار دارند) و برخی دیگر نیز جهانی شدن را فرایند نامطلوب می‌دانند و آن را به عنوان آخرین گامی می‌دانند که انسان می‌تواند در مسیر غالب نمودن نظام سرمایه‌داری بر جوامع و نیروی کار بردارد یعنی این افراد جهانی شدن را حقله اجستتاب‌ناپذیری از تاریخ سرمایه‌داری می‌دانند. افرادی مثل سمیرامین، امانوئل والرشتاین و پل باران که از مارکسیست‌های جدید هستند در این گروه قرار دارند.

عده‌ای دیگر نیز هستند که جهانی شدن را در اصل پدیده‌ای ملموس می‌دانند و آن را دامی تلقی می‌کنند که کشورهای پیشرفته پیش پای ممالک عقب‌مانده نهاده‌اند و قصد آن را دارند که با یکسان‌سازی فرهنگ‌ها و از میان برداشتن تمایزها، بازار مصرف خویش را گسترش دهند و در یک کلام جهانی شدن را همان آمریکایی شدن و غربی شدن می‌دانند و افرادی مثل هارواردشومان، پیترمارتین و سوژلاتوش از این گروه هستند و بالاخره عده‌ای هم هستند که جهانی شدن را نه یک پدیده و نه یک پروژه می‌دانند بلکه چنین مطرح می‌کنند

که جهانی شدن هر چند شگفت‌انگیز است ولی تداوم مدرنیته می‌باشد و بازیگران مهم آن دولت‌ها هستند. لذا آنها جهانی شدن را پروژه‌ای مقبول می‌دانند. افرادی مثل اولریش بک و آنتونی گیدنز از زمره این گروه هستند.

با توجه به دیدگاه‌های فوق می‌توان جهانی شدن را فرایندی از تحول دانست که مرزهای سیاسی و اقتصادی را محکم کرده، ارتباطات را گسترش داده و تعامل فرهنگ‌ها را افزایش داده است، لذا جهانی شدن پدیده‌ای چند بعدی است که آثار آن قابل تسری به فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی و فرهنگی است.

تعاونی‌ها و جهانی شدن

در پیام اتحادیه بین‌المللی تعاون به مناسبت هشتاد و دومین سال تأسیس این اتحادیه جهانی آمده است: گرچه تعاونی‌ها در خدمت‌رسانی و رفع نیازهای اعضا تأکید دارند، اما به ارتباطات و همکاری‌های بین‌المللی نیز می‌اندیشند. آن‌ها (تعاونی‌ها) به دلیل پایگاه مردمی و تلفیق نمودن منحصر به فرد هدف‌های اقتصادی و اجتماعی که نسل‌هاست این گونه عمل می‌کنند، برای عادلانه کردن روند جهانی‌سازی و جهانی شدن تعاون ایده‌آل می‌دانند. لذا تعاونی‌ها به طرق گوناگون می‌توانند چهره‌ای منصفانه‌تر و ایده‌آل‌تر از جهانی شدن ارائه دهند. برای نمونه تعاونی‌ها خود به جهانی شدن فعالیت‌هایشان با تعاونی‌های فراملی می‌پردازند. تعاونی‌های فراملی در عین حال که با شرکت‌های چندملیتی در عرصه اقتصاد رقابت می‌کنند به جوامع محلی احترام می‌گذارند. از طریق این فرایند اقدامات برای تجارت عادلانه بیشتر شامل عضو تعاونی از طرف تولیدکننده یا خرده‌فروشی است که تولیدکنندگان کوچکتر را به دسترسی به بازارهای جهانی قادر می‌سازد و بدون در نظر گرفتن فعالیت‌هایی که یک تعاونی در مقیاس بین‌المللی به آن می‌پردازد، سود و مزایای اقتصادی و اجتماعی نصیب اعضای آن می‌شود که معمولاً در جوامع محلی

زندگی می‌کنند.

تعاونی‌ها به عنوان مدرسه مردم سالاری شناخته شده‌اند و در تقویت ظرفیت اقتصادی جوامع نقش کلیدی دارند. آن‌ها اغلب در برخورد با موارد ناکامی بازار، کارکردهای اقتصادی کارآمدتری را به منصفانه ظهور رسانده‌اند. تعاونی‌ها برای بنا نهادن پایه‌های اقتصاد محلی را تأمین کرده، سپس همچنان به جوامع محلی خود بر خلاف دیگر انواع تجارت‌ها متعهد و وفادار می‌مانند و مسئولیت‌های اجتماعی را بیشتر و بیشتر بر دوش می‌گیرند و بدین ترتیب سالیانه‌هاست که در زمینه تلفیق ارزش‌ها و عملکردهای اقتصادی و اجتماعی نوآور بوده‌اند. به منظور تحقق چنین امری و از آنجا که رکن اساسی تعاونی‌ها مردم هستند، تعاونی‌ها در عرصه جهانی سعی بر آن دارند تا فرصت‌هایی را برای کمک به مردم فراهم کرده و نیازهای اقتصادی و اجتماعی آن‌ها را برآورده کنند.

در حال حاضر بیش از ۸۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان عضو تعاونی‌ها هستند که نمادی از جهانی شدن تعاونی‌ها می‌باشد و از آنجا که جهانی شدن پدیده‌ای فراگیر و همه‌جانبه و بر تمام بخش‌ها و ساختارهای جامعه تأثیرگذار است در بحث تعاون باید یادآور شد که جهانی شدن فرهنگ و اقتصاد بیشترین تأثیر را در تعاونی‌ها خواهد داشت.

به عبارت دیگر تعاونی‌ها از نظر فرهنگی و اقتصادی در فرآیند جهانی شدن بسیار حساس خواهند بود. در حیطه فرهنگ، جهانی شدن باعث نزدیکتر شدن و تأثیر پذیرفتن فرهنگ‌ها از یکدیگر می‌شود و چون فرهنگ مجموعه دستاوردهای مادی و معنوی و نیز مجموعه آداب و رسوم و قوانین و شیوه زندگی افراد یک جامعه می‌باشد، لذا بخش‌ها و ساختارهای گوناگون فرهنگی باید آن قدر نهادینه باشند تا بتوانند در فرآیند جهانی شدن تأثیرگذار باشند. بنابراین داشتن فرهنگ تعاونی به عنوان یکی از اجزاء فرهنگی باعث می‌شود تا در فرآیند جهانی شدن و بر اثر برخورد و تماس با جوامع دیگر از



تعاونی‌ها به عنوان مدرسه مردم سالاری شناخته شده‌اند و در تقویت ظرفیت اقتصادی جوامع نقش کلیدی دارند. آن‌ها اغلب در برخورد با موارد ناکامی بازار، کارکردهای اقتصادی کارآمدتری را به منصف ظهور رسانده‌اند. تعاونی‌ها بنا نهادن پایه‌های اقتصاد محلی را تأمین کرده، سپس همچنان به جوامع محلی خود بر خلاف دیگر انواع تجارت‌ها متعهد و وفادار می‌مانند و مسؤلیت‌های اجتماعی را بیشتر و بیشتر بر دوش می‌گیرند و بدین ترتیب سالیانه که در زمینه ترفیق ارزش‌ها و عملکردهای اقتصادی و اجتماعی نوآور بوده‌اند.



تجربیات و اندوخته‌های دیگر تعاونی‌ها استفاده نموده و نیز بر آن‌ها تأثیرگذار باشیم. در حیطه اقتصادی نیز باید میزان مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری در بخش تعاون را افزایش بدهیم تا در فرآیند جهانی شدن تعاونی‌های ما شکست نخورند. نکته قابل ذکر این که در دو حیطه فرهنگ و اقتصاد در رابطه با بخش تعاون داشتن مدیریت توانا شرط لازم و کافی می‌باشد. در این زمینه برخی از نظریه‌پردازان و کارشناسان مسائل سازمان و مدیریت اعتقاد دارند که تعاونی‌ها بر خلاف شرکت‌ها و مؤسسات تجاری خصوصی و دولتی جهان نیازی به بهره‌گیری و استفاده از دانش اداره و تئوری سازمان و مدیریت را ندارند زیرا مشارکت اعضا در فرآیند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و کنترل امور تعاونی از طرف نمایندگان و بازرسان آنها، نیاز آنها را صرفاً به یک سطح مدیریت علمی تقلیل می‌دهد ولی تجربه این نظریه را رد کرده و طبق بررسی‌های انجام شده تقریباً چهارپنجم از کل فعالیت شرکت‌های تعاونی، با فعالیت سایر مؤسسات تشابه دارد. لذا داشتن مدیریت توانا درخصوص نحوه تولید، توزیع و فروش محصولات تعاونی‌ها در فرآیند جهانی شدن بسیار حساس و مهم می‌باشد، با این وجود مشکلات و چالش‌هایی که تعاونی‌ها در فرآیند جهانی شدن با آن مواجه هستند به شرح ذیل می‌باشد:

تعاون‌زدایی تهدیدی است که به طور جدی در فرآیند جهانی شدن تعاونی‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. عده‌ای که به عنوان مخالفان شرکت‌های تعاونی هستند، اعتقاد دارند که تعاونی‌ها نیز مثل سایر شرکت‌های خصوصی باید از قوانین و اصول تجاری پیروی کنند. در واقع این افراد از نادیده گرفتن یا فقدان آموزش اصول تعاون در شرکت‌های تعاونی و به تبع آن ضعف روحیه تعاونی در اعضا برای زدودن ارزش‌های کلیدی تعاون استفاده می‌کنند. لذا اگر در فرآیند جهانی شدن اهمیت آموزش نیروی انسانی و مزایا و فواید همکاری‌های دو جانبه و متقابل میان اعضا و آثار مثبت یکپارچگی و

همبستگی درک نشود، ارزش‌ها و اصول تعاونی در معرض خطر قرار می‌گیرد. از آنجا که جهانی شدن به سرعت تغییراتی را در جنبه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی زندگی بشر ایجاد می‌کند تهدیدهایی را نیز فراوری شرکت‌های خصوصی و تعاونی قرار می‌دهد. به عبارت دیگر با گسترش پدیده جهانی شدن توازن روابط بین دولت، نیروی کار و این شرکت‌ها تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد و فرصت‌های تازه‌ای را برای افزایش ثروت جامعه همراه با ناامنی و بی‌عدالتی به وجود می‌آورد. به طوری که اشتغال‌زایی سریع در برخی بخش‌ها با اشتغال‌زدایی و ایجاد مشکلات اقتصادی و اجتماعی در سایر بخش‌ها همراه است.

در فرایند جهانی شدن شرکت‌های

تعاونی در برخی مناطق جهان، توانایی مقابله با چالش‌های ایجاد شده را ندارند و فکر می‌کنند که رقابت با کالاهای تولید شده توسط تکنولوژی مدرن غرب، بازاریابی جهت فروش محصولات و دسترسی به سرمایه‌های موردنیاز امری مشکل می‌باشد. لذا این شرکت‌ها با بحران مشروعیت هویت روبرو می‌گردند و بالاخره اینکه در فرایند جهانی شدن و به روز شدن اداره امور مربوط به تعاونی‌ها باید تفکرات سنتی و محافظه‌کارانه را کنار نهاد زیرا داشتن چنین تفکراتی مانع پیشرفت و توسعه شرکت‌های تعاونی و نیز مانع ایجاد انگیزه رقابت بین شرکت‌ها می‌گردد.

با توجه به چالش‌های مطرح شده سؤال اساسی این است که مناسب‌ترین استراتژی و یا واکنش تعاونی‌ها نسبت به جهانی شدن چیست و چگونه می‌توان چالش‌های پیش روی شرکت‌های تعاونی را در فرایند جهانی شدن برطرف کرد؟

به نظر می‌رسد مناسب‌ترین استراتژی شرکت‌های تعاونی نسبت به فرایند جهانی شدن ارائه واکنش مناسب و نگاهی خوشبینانه به جهانی شدن با حفظ ماهیت، ارزش‌های کلیدی و اصول تعاون می‌باشد. به عبارت دیگر تعاونی‌ها با توجه به ماهیت اجتماعی و اقتصادی منحصر به فردی که دارند می‌توانند از

طریق نهضت تعاون که خصلتی جمع‌گرا دارد، فرصت‌ها و شرایط مناسبی را در فرایند جهانی شدن کسب کنند. لذا راهکارهای ذیل جهت ایفای نقشی مناسب تعاونی‌ها

در فرایند جهانی شدن پیشنهاد می‌گردد.

۱- تقویت هویت تعاونی: تعاونی‌ها می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی و با استفاده از فنون و روش‌های آموزشی نوین برای اعضا و مسؤولین هویت تعاونی را جهت مقابله با تهدید و خطر هویت‌زدایی تعاونی‌ها در فرایند جهانی شدن تقویت کنند.

۲- افزایش ارتباطات و ائتلاف‌های اجتماعی: با توجه به سابقه دیرینه‌ای که تعاون در زندگی انسان دارد به منظور پیشرفت و رشد این بخش در فرایند جهانی شدن باید شرکت‌های تعاونی با سایر بازیگران عرصه اجتماع رابطه نزدیکی برقرار کنند و به منظور توسعه فعالیت، تامین سرمایه و نیاز افراد و اعضا باید موضوع جلب همکاری و مساعی با سایر اجتماعات و انجمن‌ها را در اولویت قرار دهد.

۳- بهبود دیدگاه‌ها و نظریات تعاونی: در فرایند جهانی شدن شرکت‌های تعاونی باید از مراجعه به نگرش‌ها و دیدگاه‌های منفی درخصوص ارزش‌ها و اصول تعاون پرهیز کنند و به این منظور باید تمام بخش‌های شبکه تعاون با یکدیگر در سطح داخلی و بین‌المللی همکاری داشته باشند زیرا در دهکده جهانی ارتباطات، اطلاعات و دانش به سرعت انتقال می‌یابد و همه افراد جامعه از رخدادهای سایر جوامع جهان آگاهی دارند.

۴- شناسایی قابلیت‌ها و توانایی‌های تعاونی‌ها: با توجه به اینکه در فرایند جهانی شدن رقابت بین شرکت‌ها شدیدتر و حادتر می‌شود و هر روز تغییرات عمده‌ای در فنون و تکنولوژی‌های مورد استفاده این شرکت‌ها بوجود می‌آید، شرکت‌های تعاونی باید خود را با این تغییرات وفق داده و با شناسایی قابلیت‌ها و توانایی‌های خود و با توجه به فرصت‌های ایجاد شده در فرایند جهانی

شدن و نیز با به کارگیری فناوری‌های جدید نقش مساعد و مناسبی در این فرایند بازی کنند.

۵- اهمیت به تحصیلات و کسب دانش: با عنایت به اینکه بیشترین عامل موفقیت تعاونی‌ها در کشورهای پیشرفته دنیا، تکیه آن‌ها به پیشرفت در زمینه تکنولوژی و آموزش به منظور پاسخگویی به چالش‌های ایجاد شده در فرایند جهانی شدن است، لذا تجهیز مسؤولین و اعضا به علوم و فنون و دانایی تعاونی‌ها باعث پیشرفت و ایفای نقش مناسب آن‌ها می‌گردد.

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب مطرح شده باید اذعان داشت که نقش تعاونی‌ها در فرایند جهانی شدن بسیار حساس و مهم می‌باشد و مؤسسات مزبور در این رهگذر نیز با چالش‌هایی روبرو می‌باشند. نکته‌ای که بسیار مهم به نظر می‌رسد این است که جهانی شدن پدیده‌ای صرفاً مثبت یا منفی نیست بلکه چالش مهم در این فرایند آن است که باید آن را عادلانه‌تر نمود و از فرصت‌ها و شرایط مناسبی که برای تعاونی‌ها ایجاد می‌شود، استفاده کرد. لذا بخش تعاون و شرکت‌های تعاونی باید سهم خود را در فرایند جهانی شدن ارائه نمایند و در تمام ابعاد شرایط گسترش و توسعه خود را فراهم نموده تا از طریق برقراری ارتباط با سایر بخش‌ها و تعاونی‌های جوامع دیگر نقش مؤثر خویش را به عنوان اهرم توسعه و پیشرفت جامعه ایفا کنند.

منابع:

- ۱- بیرو، آلن - فرهنگ علوم اجتماعی - ترجمه باقر ساروخانی - انتشارات کیهان - تهران - ۱۳۷۰
 - ۲- تامپسون، جان - جهانی شدن و فرهنگ - ترجمه محسن حکیمی - دفتر پژوهش‌های فرهنگی - تهران - ۱۳۸۱
 - ۳- بان آرت شولت - نگاهی موثکافانه به پدیده جهانی شدن - ترجمه مسعود کرباسیان - شرکت انتشارات علمی و فرهنگی - تهران - ۱۳۸۲
 - ۴- ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی تعاون - ۱۳۸۳
- * کارشناس پژوهشی، دانشگاه کاشان

بررسی وضعیت:

تعاونیها در روند جهانی شدن

مقدمه

تغییر، پیش شرط ورود به بازارهای پیچیده رقابتی

است. با ابزارهای سنتی و بدون بهره گیری از آموزش سیستمهای پیشرفته و الگوهای نوین مدیریتی نمی توان توفیق لازم را در این بازارها به دست آورد. (پیتر سنگه) در محیط رقابتی امروز توانمندسازی یکی از ابزارهای نوین برای کمک به مدیران در

جهت بقای سازمانهاست. علاوه بر این در محیط کسب و کاری که پیوسته رقابتی تر می شود، کسب رضایت مشتری و به عبارتی مشتری مداری در حال تبدیل شدن به هدف اصلی بنگاهها برای بقاست.

رضایت مشتری در واقع به دنبال خود مزایایی نظیر ایجاد مزیتهای رقابتی، کاهش هزینه های ناشی از اشتباه، ترغیب مشتری به تکرار معامله و وفاداری، کاهش هزینه ها، جلب مشتریان جدید، افزایش اعتبار و بالاخره رشد و توسعه پایدار را به دنبال دارد.

مفهوم جهانی شدن از لحاظ ایدئولوژیک شبهه انگیز است، زیرا همانند مفهوم نوگرایی توجیه کننده این اندیشه است که گسترش فرهنگ غربی و جامعه سرمایه داری محصول نیروهایی است که از کنترل انسان خارج و در جهت تغییر جهان عمل می کنند. اما باید دانست که فرایندی اجتماعی که در آن قید و بندهای جغرافیایی که به روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده است از بین می رود و مردم به طور فزاینده از کاهش این قید و بندها آگاه می شوند. ترکیب درهم و مختلطی از پیمانهای تجارت آزاد، اینترنت و یکپارچه سازی بازارهای مالی که در حال محو مرزها و متحد کردن جهان در یک بازار منفرد و پر سود و رقابتی شدید است.

جهانی شدن، ابعاد و بازتابهای گوناگونی دارد. ابعادی مانند جهانی شدن اقتصاد، سیاست و فرهنگ، روندهای جهانی شدن در قلمرو اقتصاد شامل تجارت، تولید، سرمایه گذاری، ایدئولوژی تشکیلاتی، بازار مالی و بازار کار می شود.

جهانی سازی فرصتها و چالشهایی را ایجاد می کند که توسعه بازارها و دسترسی به دانش و تکنولوژی در سراسر جهان فرصتی برای استقرار رقباتی پایدار در استانداردهای زندگی است ولی رقابتها از طرف دیگر چالشهای مهمی را سبب شده اند از این رو، آموزش و تکنولوژی، کلیدهای موفقیت در پاسخ به این چالشها می باشند.

(مطالعه موردی تعاونیهای صنایع غذایی)

● حسین جمشیدی *

شرکتهای تعاونی در عرصه تجارت بین المللی

شرکتهای تعاونی نیز در کنار سایر شرکتهای تجاری فرصتهای زیادی برای حضور و فعالیت در سطح بین المللی دارند. شرکتهایی که تمایل دارند در صحنه بین المللی فعالیت کنند باید توجه داشته باشند که برای تحقق این هدف باید جهانی فکر کنند و جهانی عمل نمایند.

به طور کلی هریک از عوامل زیرممكن است دامنه فعالیت شرکتهای را در عرصه بین المللی گسترش دهند:

- ۱- دستیابی به بازارهای جدید
- ۲- دستیابی به مواد اولیه و نیروی کار ارزاتر
- ۳- افزایش سودآوری
- ۴- دستیابی به ارز خارجی

شرکتهای تعاونی قبل از ورود به بازارهای خارجی باید قابلیت ها و تواناییهای خود را برای حضور و فعالیت در بازارهای بین المللی مورد ارزیابی قرار داده و به پرسشهای متعدد ذیل پاسخ گویند:

- آیا شرکت تعاونی قادر است در مورد توجهات و رفتار خرید مصرف کنندگان کشورها اطلاعات کامل را کسب نماید؟
- آیا شرکت در بازار رقابتی می تواند محصولاتی با کیفیت و قیمت مناسب عرضه نماید؟
- آیا شرکت تعاونی قادر است خود را با فرهنگ تجاری کشور میزبان تطبیق دهد و با شرکتهای خارجی که در همان بازار فعالیت می کنند سازگاری مؤثری داشته باشد؟
- آیا شرکتهای تعاونی تأثیر مقررات و قوانین دولتی، ثبات سیاسی و تعرفه های تجاری و گمرکی کشور میزبان را دقیقاً مورد ارزیابی قرار داده اند؟

- آیا فعالیت در سطح بین المللی رسالت اصلی شرکت تعاونی یعنی تامین نیاز مشترک اعضا را که در واقع مشتریان تعاونی می باشند، تضمین می نماید؟

امروزه با افزایش نرخ جمعیت افزایش میزان درآمد و محدود شدن قوانین و تعرفه های بازرگانی و جهانی شدن اقتصاد، فرصتهای بیشتری برای حضور شرکتهای تعاونی در بازارها و فعالیت در سطح بین المللی فراهم شده است.

البته در این مسیر تفاوتی بین نحوه فعالیت و حضور شرکتهای تعاونی در سطح بین المللی با سایر شرکتهای تجاری وجود دارد که ناشی از رسالت خاصی است که شرکتهای تعاونی در خدمت مشتریان که در واقع مالکان تعاونی نیز هستند، دارند و

به آنها اجازه کنترل بر نحوه ارائه محصولات تعاونی در بازار محصولات و خدمات می‌دهند.

برای مثال یک تعاونی بازاریابی به منظور بازاریابی محصولات اعضای خود تاسیس می‌شود. این رسالت ممکن است محدودیت‌هایی در فعالیت تعاونی در بازارهای بین‌المللی ایجاد نماید و قادر به جایگزین نمودن کالاهای وارداتی ارزان قیمت با محصولات اعضای خود که با قیمت تمام شده بیشتری تولید شده‌اند، نباشد و یا اینکه نتواند عملیات داخلی شرکت را برای کسب سود و منافع بیشتر در سایر نقاط دنیا توسعه بخشد. بنابراین شرکت تعاونی باید بین این دو هدف یعنی منافع و تامین نیاز اعضا از یک سو و انجام فعالیت‌های تجاری موردنیاز برای بقا در بازار جهانی پویا و رقابتی از سوی دیگر به نوعی توازن و تعادل برقرار سازد.

صاحب‌نظران و اندیشمندان بر این عقیده‌اند که تعاونیها می‌توانند با سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی و استقرار سیستم مدیریت سرمایه اجتماعی موجبات افزایش بازدهی و بهبود کیفیت تولید، کسب دانش و اطلاعات روز و نهایتاً دسترسی به جایگاه اقتصادی و اجتماعی توانمند را فراهم نموده و از شرایط جدید جهانی شدن به عنوان یک فرصت در جهت رشد و ارتقای خود بهره‌برداری نمایند.

بر پایه اصول جهانی تعاون، تنها راه رسیدن به توان بالقوه اقتصادی و اجتماعی و به فعل درآوردن آن همکاری جدی شرکت‌های تعاونی با یکدیگر است. بر این اساس تعاونیها می‌بایست با ایجاد و گسترش تشکلهای تعاونی صادراتی، تشکلهای تعاونی بازاریابی و اتحادیه‌های تجاری خود را آماده پذیرش اقتصاد نوین جهانی نمایند.

تعاونیها ماهیتی اجتماعی دارند و اهداف اقتصادی و اجتماعی را توأماً پیگیری می‌نمایند. در عین حال از طریق نهضت تعاون که مبتنی بر ارزشهای جمعی می‌باشد و شبکه‌ای از روابط بین اعضا را در جهان تشکیل می‌دهد. فرصت‌های گرانبهای بسیاری در واکنش به پدیده جهانی ایجاد می‌گردد. بنابراین تعاونیها با رعایت دقیق ارزشهای کلیدی و اصول تعاون و با بهره‌گیری از شبکه روابط عمودی و افقی در سطوح ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی می‌توانند به پدیده جهانی شدن واکنش نشان دهند.

راهبردهای واکنش تعاونیها به پدیده جهانی شدن

۱- تقویت هویت تعاونی: اجرای آموزش‌های عمومی و تخصصی با بهره‌گیری از روشهای نوین برای اعضای هیات مدیره، مدیران عامل، بازرسی و شاغلین در تعاونیها می‌تواند به تقویت هویت تعاونیها برای مقابله با آثار منفی جهانی شدن کمک نماید.

۲- تقویت ارائه خدمات به اعضا: تقویت ارائه خدمات به اعضا از طریق تعاونیهای کارآفرین و موفق، از پیش شرطهای لازم برای بقای یک تعاونی در بازارهای پویای رقابت خارجی است.

۳- افزایش برابری حقوق زنان و مردان: زنان نیروی انسانی

مناسب برای تعاونیها هستند آنها می‌توانند تولیدکنندگان، مشتریان، مدیران و رهبران خوبی برای تعاونیها باشند.

۴- عقد قراردادهای تجاری: شبکه روابط عمودی و افقی تعاونیها در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی از بزرگترین سرمایه‌های نهضت تعاون است که در حال حاضر کمتر مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و از آنجایی که یکی از شرایط کلیدی توفیق در بازارهای جهانی، توانایی عقد قراردادهای پیمانهای استراتژیک با شرکای تجاری است، اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) به عنوان یک تشکل قدرتمند جهانی می‌تواند عهده‌دار این وظیفه خطیر باشد. البته شرکت‌های تعاونی در برخی از کشورها برای توفیق در بازارهای جهانی از شبکه ارتباطی بین‌المللی بهره می‌جویند. برای مثال تعاونیهای مصرف در سوئد، نروژ و دانمارک فقط برای سهم خود در بازار مصرف و توانایی حضور در بازار رقابتی با یکدیگر ائتلاف نموده و عملیات خود را تلفیق نموده‌اند و یا تعاونیهای لبنیات در هلند و آلمان بدون وجود سوابق قبلی با یکدیگر پیمان همکاری منعقد نموده‌اند.

۵- افزایش کاربرد تجارت الکترونیک در تعاونیها: اخیراً تعاونیها نیز همانند سایر شرکت‌های تجاری اینترنت را به عنوان روش و اهمی مناسب برای گسترش بازار و بازاریابی انتخاب نموده‌اند. برای مثال شرکت‌های تعاونی در آمریکای لاتین به درجات متفاوتی از موفقیت در کاربرد اینترنت در جهت هدایت فعالیت‌های تجاری دست یافته‌اند. انجمن تجاری ملی تعاون در آمریکا، شرکت پاتیل، یک شرکت تعاونی اینترنتی و اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) پایگاه اینترنتی با پسوند coop ایجاد نموده‌اند. این پسوند در جهت ایجاد یک کانال بازاریابی جدید برای محصولات و خدمات تعاونی در مقیاس جهانی است.

۶- پیمانها و ائتلافهای اجتماعی

نهضت تعاونی برای ارزشهای تعاونی و پیشبرد اهداف آن نیازمند ایجاد و توسعه روابط با سایر بازیگران عرصه اجتماع است. تعاونیها مانند سایر نهادهای مدنی برای توسعه فعالیت، تامین نیاز و منافع اعضا باید موضوع جلب همکاری و تشریک مساعی با اجتماعات و انجمن‌ها را در اولویت قرار دهد.

۷- تلاش در جهت بهبود دیدگاههای تعاون: با بهره‌گیری از سوابق مثبت در ایران و جهان

۸- تلاش در جهت تصویب قوانین به منظور ایجاد محیط قانونی مناسب برای تعاونیها

۹- توسعه آموزشهای عمومی و تخصصی

۱۰- به کارگیری دانش و تکنولوژی مدرن توسط تعاونیها به کمک اتحادیه‌ها

۱۱- عضویت در سازمان‌ها یا کمیته‌های ملی بین‌المللی

۱۲- اخذ گواهینامه‌های بین‌المللی و استانداردهای ملی

نمونه‌هایی از عملکرد و نقش تعاونیها در پدیده جهانی شدن

در سالهای اخیر کشور ایتالیا موفقیت‌هایی را در زمینه

اقتصادی به دست آورده است. از دلایل این توفیق رشد و توسعه SME'S یا موسسات کوچک و متوسط بوده است که قادرند پاسخ‌های مناسبی را به تغییرات دیدگاه‌های جهانی نسبت به موسسات بزرگتر و بوروکراتیک ارائه دهند. همچنین توسعه تشکلهایی که بیشتر در قالب تعاونی ایجاد شده و در جهت تامین نیازهای عمومی و مشترک موسسات کوچک و بزرگ نقش موثری ایفا می‌نماید.

نهضت تعاونی همچنین نقش با اهمیتی در توسعه کشاورزی و اشتغالزایی در این بخش دارد. این ویژگی از دیرباز در آمریکا به صورت اقتصاد بازار دیده شده است به گونه‌ای که در تامین انواع مواد غذایی از جمله کره و لبنیات و تا آب پرتقال و... بازاریابی، ایجاد اعتبار، تعاونیها در راس دلایل توفیق و توسعه و پیشرفت‌ها بوده‌اند. تعاونیها با دستیابی به مدیریت صحیح و رعایت اجتماعی با نگرش و توجه به جامعه و اصول و ارزش‌های اجتماعی موفق بوده‌اند. این نشان می‌دهد که تعاونیها نقش قابل ملاحظه‌ای در فرآیند توسعه دارند.

در تعداد زیادی از کشورهای در حال توسعه سازمانهای غیردولتی که به طور عمده تعاونیها هستند، نقش قابل توجهی را ایفا می‌نماید. برای مثال در بنگلادش این سازمانها زندگی میلیونها نفر را تامین و تدارک می‌نمایند و وام‌های کوچک برای توسعه موسسات و شرکت‌های جدید اعطا می‌نمایند. بدین ترتیب و همانطور که نیازهای جدیدی تشخیص داده می‌شود، تعاونیها در جهت تامین و رفع آنها اقدام می‌نمایند. تعاونیها به تامین جیره‌های دام‌ها و طیور که مزارع آن با کمک تعاونیها تاسیس شده است و نیز بازاریابی آنها کمک می‌نمایند.

در جهان در حال توسعه، جهانی شدن، چالش‌ها و فرصت‌هایی را توأمآ پدید آورده است. کشورهای آسیای شرقی از فرصت‌های بدست آمده حداکثر بهره را برده‌اند. آنها کالاهای خود را در موقعیت بازار جهانی فروخته و از سرمایه‌گذارهایی که از سراسر جهان برای آنها تقاضا می‌شود، استقبال نموده و از تکنولوژی جهانی بهره‌مند گردیدند و در تکمیل و ترمیم فضاهای موجود در دانش و تکنولوژی خود و کشورهای بسیار پیشرفته و صنعتی می‌کوشند.

بخش تعاون در غالب کشورهای جهان نقش عمده‌ای در اقتصاد و تجارت، تولید و خدمات ایفا می‌نماید این امر در کشورهای مختلف و موضوعات کاری مختلف متفاوت بوده است و در هر حال نشان دهنده توانمندیهای بخش تعاون در دستیابی به بازارهای داخلی و خارجی است، از جمله این موارد عبارتند از:

- تعاونیهای سوئد حدود ۹۹ درصد از سهم بازار شیر، ۸۰ درصد از تولید گوشت گاو و ۷۰ درصد از تولید حیوانات را به خود اختصاص داده‌اند.

- تعاونیهای آلمان ۵۰ درصد از تولیدات کشاورزی و ۲۰ درصد از سهم بانکداری را در اختیار دارند.

- در کشور دانمارک ۹۷ درصد از تولید شیر، ۹۷ درصد از پرورش دام و ۳۸ درصد از فروشگاههای ارائه کالاهای مصرفی به

تعاونیها اختصاص دارد.

- ۸۰ درصد تولید لبنیات، ۹۶ درصد از بنگاههای اعتباری و ۴۳ درصد از تولید نوشیدنیها در اختیار تعاونیهای کشور پرتغال است.

- ۹۰ درصد تولید فرآورده‌های لبنی، ۷۰ درصد از گندم تولیدی (جهت صادرات) در اروگوئه به تعاونیها اختصاص دارد.

- تعاونیهای ژاپن ۹۰ درصد از تولیدات برنج و صید انواع ماهی را در اختیار دارند و از مهمترین تعاونیهای بازاریابی و عرضه محصولات کشاورزی‌اند.

- فدراسیون تعاونیهای ماهیگیری کره جنوبی ۷۱ درصد سهم بازار را در اختیار دارند.

- ۴۰ درصد از بازاریابی کشاورزی در کشور کره توسط تعاونیها انجام می‌شود.

- در هند تقریباً ۹۰ هزار شرکت تعاونی در زمینه‌های مختلف نظیر بازاریابی و عرضه محصولات کشاورزی وجود دارند. برای مثال در عرضه لبنیات آن کشور تقریباً ۵۷ هزار تعاونی فعالیت دارند.

- در کانادا ۶۲ درصد از محصولات لبنی بوسیله تعاونیها بازاریابی می‌شوند.

- در اروگوئه ۹۰ درصد تولید فرآورده‌های لبنی و ۷۰ درصد مازاد گندم تولیدی (جهت صادرات) برعهده تعاونیهاست.

موانع توسعه صادرات غیر نفتی در ایران

جهت حضور بازارهای بین‌المللی و رقابت با رقبای خارجی می‌بایست به چند فاکتور مهم نظیر قیمت، کیفیت، برآورده ساختن نیاز مشتری و تحویل به موقع محصول به مشتری توجه کامل داشت. این در حالی است که عمده محصولات صادراتی ایران چه از لحاظ قیمت و چه کیفیت قابل رقابت با رقبای در بازارهای صادراتی نیست. برخی از این عوامل مستقیماً به صادرکنندگان و برخی به دولت برمی‌گردد.

دسته اول: تکنولوژی کهنه و فرسوده تولید و بهره‌وری نیروی کار، قیمت تمام شده محصول و کیفیت پایین تولیدات و عدم توجه به بنگاههای تحقیق و توسعه، عدم وجود واحدهای بازاریابی در بنگاهها، فقدان برنامه بازاریابی و صادرات در بنگاهها (که باعث عدم شناخت از بازارهای رقیب، استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی و... می‌شود) همچنین اداره بنگاهها با مدیریت سنتی و عدم توجه به مدیریت نوین. عمده بنگاههای کشور در زمره بنگاههای کوچک و متوسط قرار دارند که امکان صرف هزینه بر روی برنامه‌های بازاریابی و صادرات را ندارند. در کنار این موضوع شرکت‌هایی که در قالب یک واحد بازرگانی برنامه توسعه صادرات این شرکت‌ها را برعهده داشته باشند، وجود ندارند. در ارتباط مستقیم با صادرکنندگان این مهم گفتمانی است که بایستی صادرکنندگان در جهت بهبود و رفع مشکلات اهتمام ورزند.

دسته دوم: نظیر عوامل فقدان سیستم خدمات مناسب حمل

قراردادی است که در آن اعطاکننده امتیاز مورد با ارزشی را به گیرنده امتیاز در ازای عملکرد خارجی و مبلغی پول اعطا می‌کند. تولید قراردادی: یکی دیگر از روش‌های ورود به بازارهای خارجی. تولید قراردادی است در تولید قراردادی شرکت با تولیدکنندگان بازار خارجی برای تولید یا ارائه خدمات قراردادی منعقد می‌کند.

سرمایه‌گذاری مشترک: سرمایه‌گذاری مشترک عبارت است از همکاری مشترک با افراد کشور خارجی برای ایجاد تسهیلات تولیدی و بازاریابی. برخی از بازارها به شرکت‌های صد درصد خارجی اجازه فعالیت نمی‌دهند و ورود در این گونه بازارها تنها از طریق مشارکت با افراد خارجی و یا شرکت‌های محلی امکان‌پذیر است.

سرمایه‌گذاری مستقیم: تأسیس یک واحد و به مالکیت درآوردن آن در خارج یکی دیگر از راهبردهای ورود به بازارهای خارجی است. توسعه بازارهای خارجی، سودآوری، عملیات منسجم به صورت یک شرکت جهانی، پایین بودن هزینه‌های عملیاتی در خارج از مرزهای کشور از جمله اهداف سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. مونتاژ، مجوز ساخت یا تولید، ساخت یک شرکت جدید از جمله روشهای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است.

در مناسب‌ترین راهبرد چه ملاحظاتی باید مدنظر قرار گیرد؟ به عقیده «گودناو» چهار عامل محیط بازار، موقعیت رقابتی شرکت، ویژگی‌های کالا و وضع داخلی شرکت می‌توانند به مدیران اجرایی شرکت در انتخاب راهبرد بازاریابی کمک کنند.

در ایران بنگاهها به دلیل کوچک بودن و عدم صرف هزینه برای بررسی بازار و یافتن بازارهای مناسب و طراحی برنامه بازاریابی، شوه صادرات غیرمستقیم را به کار می‌گیرند. در این شوه چندان به داشتن استراتژی بازاریابی نیازی نیست چرا که واسطه‌ها هستند که کار صادرات را انجام می‌دهند. البته تعداد اندکی بنگاه می‌توان یافت که خود به طور مستقیم با برنامه وارد بازار جهانی شده و در آن حضور می‌یابند. برخی بنگاهها نظیر ایران خودرو در حال بهره‌گیری از روش سرمایه‌گذاری مشترک برای تولید در بازارهای خارجی هستند.

عضویت و عدم عضویت در سازمان تجارت جهانی چه جالبتهایی را برای توسعه صادرات غیر نفتی کشور ایجاد می‌کند؟

عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی یا تاخیر در روند الحاق، کشور را از اثرات منفی مصون نگه نمی‌دارد بلکه صدمات جبران‌ناپذیری را در طی زمان به اقتصاد ایران تحمیل

و نقل، تورم بالا که منجر به افزایش دستمزد کارگران شده که خود موجب افزایش قیمت تمام شده محصول می‌شود. گسترده بودن تشریفات اداری جهت ترخیص کالا و صادرات، نرخ سود تسهیلات بالا در مقایسه با رقبای خارجی و... که از اراده صادرکنندگان خارج بوده و نیازمند کمک و همیاری دولت است.

راهبردهای ورود به بازارهای بین‌المللی

به طور کلی راهبردهای ورود به بازارهای بین‌المللی را می‌توان برحسب میزان ریسک به شرح زیر تقسیم بندی نمود: صادرات، اعطای امتیاز، تولید قراردادی، سرمایه‌گذاری مشترک و مالکیت کامل

مقایسه اصول تعاونی در برابر جهانی شدن

اصول تعاونی	اصول جهانی شدن
عضویت ارادی و آزادانه	عضویت اجباری و مبتنی بر بازار به ظاهر رقابتی
کنترل دموکراتیک اعضا	کنترل توسط افراد غیرمنتخب
مشارکت اعضا در امور اقتصادی	سودآوری محض
استقلال و کمک متقابل	انحصار
آموزش و پرورش اطلاع‌رسانی همکاری	فرهنگ رقابت و خودخواهی
همکاری در بین تعاونیها (به قصد بهسازی)	همکاری برای کنترل و سلطه جویی
ملاحظات اجتماعی و رشد اجتماعی	استثمار مزد و جامعه
خودیاری	نفع شخصی (دستهای ناپیدا)
مسئولیت‌پذیری فردی	حداکثر نفع و رضایت شخصی
دموکراسی	دموکراسی نخبگان، حکومت اکثریت، رقابت
برابری	فاصله زیاد با پرداخت (دریافت) برابر
انسجام	فرصت‌طلبی
درستکاری	بازیهای حقوقی (اغوا)
صراحت	سری بودن
مسئولیت جمعیت و رعایت دیگران	برتری جویی از هر طریق

صادرات: صادرات به دو شوه مستقیم و غیرمستقیم انجام می‌شود. صادرات مستقیم به وسیله ایجاد نمایندگی فروش، نمایندگان فروش سیار، شعبه فروش در خارج، بخش صادرات در داخل کشور، بازاریابی رایگان (این روش بیشتر توسط شرکت‌های آمریکایی و شرکت‌های بزرگ فراملیتی تجربه شده است) و سفارش پستی (عمدتاً در مورد فروش کتاب مصداق دارد) قابل انجام است. در مقابل صادرات غیرمستقیم که عمدتاً توسط شرکت‌های نوپا در امر صادرات اتخاذ می‌شود با استفاده از شیوه‌های شرکت‌های تجاری (نمونه بارز این شرکت‌ها را می‌توان در ژاپن نظیر شرکت تجاری سوگوشو و شرکت‌های مدیریت صادرات و تشکیل‌های تعاونی صادراتی نظیر شرکت تعاونی پسته رفسنجان) مشاهد کرد.

اعطای امتیاز: در این روش یک شرکت بین‌المللی بدون سرمایه‌گذاری وارد بازار خارجی می‌شود در واقع اعطای امتیاز

معرفی کالا بایستی از یک استمرار معقول برخوردار باشد چرا که تبلیغات مقطعی نمی‌تواند متضمن منافع درازمدت صادرکنندگان باشد. از سوی دیگر می‌بایست با حجم صادرات در بازارهای صادراتی متناسب باشد. انجام تبلیغات، تقاضا را در بازار افزایش می‌دهد و در صورتی که نتوانیم به تقاضاها پاسخ دهیم تبلیغات انجام شده بی‌ثمر و در برخی مواقع حتی اثرات سویی را بر روی صادرات خواهد داشت.

بسته‌بندی عبارت است از محافظی که صفات و مشخصات مهم کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مرحله مصرف حفظ کند. اساسی‌ترین هدف بسته‌بندی فراهم کردن سالم‌ترین و اقتصادی‌ترین طریقه تحویل کالا از نقطه تولید به مصرف‌کننده

نهایی است. بسته‌بندی آخرین حلقه فرایند تولید کالا و حساس‌ترین مرحله آنست و در صادرات کالا تأثیرات به‌سزایی دارد. توجه به بسته‌بندی مناسب با عنایت به بسته‌بندی به مفهوم دادن اطلاعات دقیق درباره ارزش کالا، کیفیت و کمیت آن به مصرف‌کننده، از موارد مهمی است که باید در صنعت بسته‌بندی بدان توجه شود. به‌طور مثال هم اکنون پسته و زعفران به‌صورت فله‌ای از کشور صادر می‌شود و کشورهای واردکننده نظیر امارات و یا اسپانیا با بسته‌بندی مناسب و مطابق

خواسته‌های مشتری آن صادر می‌شود و ارزش افزوده نسبتاً بالایی در این صادرات مجدد، نصیبشان می‌شود. در حالی که اگر بتوانیم این محصولات را با بسته‌بندی مناسب صادر کنیم، از بسته‌بندی مجدد آنها در کشورهای دیگر بی‌نیاز می‌شویم و نقش واسطه‌ای آنها را در رسیدن کالای تولید شده در کشور خود به دست مصرف‌کننده از بین می‌بریم.

همچنین در بسیاری موارد اگر بتوان بسته‌بندی مناسبی، با توجه به درخواست و نظر مشتری برای محصولات صادرات داشت به نظر می‌رسد صادرات بیشتر از گذشته رشد خواهد داشت.

در مجموع توسعه صنایع بسته‌بندی و ارتقا استانداردهای بسته‌بندی کالا و توجه به محصول بسته‌بندی و ظاهر آن مطابق با فرهنگ بازارهای صادراتی برای رقابت در بازارهای خارجی لازم به نظر می‌رسد. این امر نیازمند سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه بسته‌بندی کالاهای صادراتی به ویژه محصولات غذایی است که بسته‌بندی آن نقش بسزایی دارد.

خواهد کرد. لذا تسریع در روند الحاق باعث استفاده از فرصتها و کاهش هزینه‌های ناشی از الحاق خواهد شد.

عضویت در سازمان تجارت جهانی به همراه اهداف و مقاصد خود، از طریق آزادسازی تجاری و آزادسازی نرخ ارز، حذف حمایت و بر سطح رقابت‌پذیری صنایع و به تبع آن بر سطح صادرات صنایع تاثیر می‌گذارد.

بر همین اساس صنایعی که از سطح رقابت‌پذیری بالایی برخوردارند از ادغام در اقتصاد جهانی و آزادسازی تجاری به واسطه دسترسی به بازارهای خارجی (استفاده از نرخ‌های تعرفه رایج در میان اعضای سازمان تجارت جهانی) بیشتر منتفع خواهند شد. این صنایع با الحاق به سازمان تجارت جهانی کمترین آسیب را خواهند

دید. همچنین محصولات

صادراتی در این صنایع در نفوذ

به بازارهای جدید و نوظهور

نیز از توانمندیها و

قابلیت‌های بالایی برخوردار

خواهند شد. در مقابل این

صنایع، صنایعی قرار دارند که

سطح رقابت‌پذیری در آنها

پایین است و با عضویت

سازمان تجارت جهانی علاوه

بر از دست دادن بازارهای

خارجی به واسطه آزادسازی

تجاری جایگاه خود را در

بازارهای داخلی نیز به مرور

زمان از دست می‌دهند.

ایجاد فضای رقابتی در

جامعه و ارتقا سطح

رقابت‌پذیری صنایع، زمینه‌ساز عضویت در سازمان تجارت

جهانی است. رقابت‌پذیری صنایع، کمیتی است که از طریق

مالکیت بازار و شکل‌گیری فعالیت‌ها برپایه مزیت نسبی و رقابتی

محقق می‌شود.

یکی از مفاهیمی که به نحو مطلوبی می‌تواند در ارزیابی

رقابت‌پذیری صنایع مفید باشد مزیت نسبی است که این عامل

باعث مزیت در بازارهای جهانی می‌گردد.

نقش تبلیغات و بسته‌بندی در توسعه صادرات غیر نفتی کشور

تبلیغات فن و هنر رساندن یک پیام و القای یک فکر به افراد

موردنظر به‌طور موثر است و یکی از این آمیخته‌های بازاریابی

است که به وسیله آن می‌توان به یک بازار جدید نفوذ کرد و یا

آن را در جهت حفظ و افزایش سهم موجود و یا ایجاد تقاضای

جدید در بازار به خدمت گرفت. تبلیغات باید با نوع کالا، میزان

فروش و فرهنگ مصرف‌کننده و غیره متناسب باشد. از آنجایی

که تبلیغات دارای اثرات درازمدت است لذا انجام تبلیغات برای



شوشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

طرح‌های جدید و اصلاحات و بهبود در محصولات، مواد و فناوری محصولات

- نیاز به ارز برای جایگزینی ماشین‌آلات، تجهیزات و ابزار قدیمی برای تولید محصولات با کیفیت‌تر و قیمت پایین‌تر
- فقدان تشویق و توسعه کارآفرینی و سیستم‌های پشتیبانی کننده

تعاونیها وسیله‌ای موثر برای توسعه اقتصادی

تعاونیها با بهره‌گیری از پتانسل‌های اقتصادی نهفته خود می‌توانند در ماهیت ساختاری و اقتصادی و اجتماعی جامعه موثر واقع شوند. از جمله تواناییهای شرکت‌های تعاونی در مدیریت اقتصادی عبارت از موارد زیر می‌باشند:

- ۱- ایجاد پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و کاربرد صحیح سرمایه: یکی از مسائل و مشکلات اساسی توسعه کشورهای توسعه نیافته در حال توسعه کمبود سرمایه است که این امر، هم به علت فقر است و هم معلول فقر. با وجود کمبود سرمایه، از سرمایه موجود نیز به نحو مناسب و مطلوب استفاده نمی‌شود. همچنین می‌توان به کمبود سرمایه، عدم ثبات اقتصادی سیاسی، کمی درآمد توده مردم، طرز تفکر طبقات مختلف مردم نسبت به پس‌انداز، بالا بودن میل به مصرف در طبقات شهرنشین به علت عادت به شیوه‌های زندگی مصرفی، عدم هماهنگی بین صاحبان سرمایه کوچک و عدم حمایت آنها به فعالیت‌های بزرگ اقتصادی و پایین بودن درآمد واقعی سرمایه، اشاره کرد. لذا نقش تعاونیها و شیوه تعاونی در این زمینه حائز اهمیت است. تشکیل و توسعه تعاونیها در مناطق شهری و روستایی مناسب‌ترین راه تجمیع امکانات مالی اندک افراد متوسط الحال جامعه و طبقه کارگر و کشاورز است.

۲- ایجاد اشتغال: یکی از مسائل و مشکلاتی که گریبانگیر کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه است، بیکاری و کم کاری جمعیت قادر به کار است. مساله بیکاری در این کشورها تنها به مناطق شهری محدود نمی‌شود بلکه به میزان قابل توجهی در روستاها نیز گسترش یافته و به صورت‌های مختلف دیده می‌شود. شرکت‌های تعاونی می‌توانند نیروی کار را مشکل ساخته و از نیروی فعال آنها بهره‌گیری نمایند. این امر علاوه بر ایجاد اشتغال، وسیله‌ای برای جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها نیز خواهد بود.

علاوه بر ویژگیهای گفته شده تعاونیها می‌توانند در:

- ۳- در کنترل تورم و کم کردن فاصله تولید کننده و مصرف کننده (حذف واسطه) نقش بسیار موثری داشته باشند.
- ۴- در کشورهای جهان سوم با مدنظر داشتن ویژگیهای صنایع کوچک و متوسط خدمات ارزنده‌ای برای صنایع فراهم نمایند.
- ۵- فرهنگ مطلوب مشارکت مردم در توسعه را تحقق بخشند و همراه با توسعه کسب و کار، امکان تعلیم و تربیت را ایجاد نمایند.
- ۶- بازدهی نیروی کاری با شیوه‌های نظیر فرد بیشتر در مقابل

مسائل و تنگناهای کوچک و متوسط ایران

از آنجا که غالب واحدهای صنایع غذایی و تعاونیها در ایران در غالب SME'S می‌باشند، ذکر و بررسی این موارد می‌تواند کمک موثری را در رواج مباحث و موضوعات مرتبط به تعاونیهای صنایع غذایی داشته باشد و در جهت تغییر استراتژیهای

لازم و رفع موانع ما را یاری رساند.

برحسب تحقیقی که اخیراً به انجام رسیده است، موضوعات ذیل به عنوان عوامل بازدارنده توسعه صنایع کوچک و متوسط ایران مطرح شده است:

- فقدان راهبردها، قوانین و مقررات پشتیبانی کننده
- دخالت سازمانهای متعدد در مورد بنگاههای کوچک و متوسط

- کارهای اداری سنگینی که توسط متقاضی سرمایه‌گذاری بایستی پیگیری شود.

- فقدان اتحادیه‌ها و تشکلهای صنفی صنعتی قوی برای پیگیری و دفاع از حقوق و منافع صنایع کوچک و متوسط

- مشکلات بازاریابی

- فقدان خدمات مشاوره‌ای و مهندسی

- فقدان خدمات اطلاع‌رسانی

- فعالیت بازاریابی صادرات و تبلیغاتی

- فقدان پشتیبانی‌های مالی و هزینه‌های بسیار بالای اعتبارات

و تسهیلات

- تورم بالا

- نرخ بهره بالای سرمایه و اعتبار

- تنوع و گستردگی بیش از حد محصولات که مانع رسیدن به

تخصص در زمینه‌های محدودتری که باعث بروز ایجاد مزیت‌های دانش فنی و تجربه گردد.

ضعف در مدیریت

- فقدان موسسات قوی صادراتی

- مشکلات فناوری و وجود ماشین‌آلات خارج از رده و

فراوندهای تولید کهنه و قدیمی

- فقدان فناوری بومی و ظرفیت‌های مهندسی برای طراحی و

تولید بر مبنای فناوری و طراحی داخلی

- ضعف در تطبیق اعمال استانداردهای مهندسی و تولید

محصولات با کیفیت پایین

- تولید در مقیاس غیراقتصادی و بالا بودن قیمت تمام شده

محصولات که مانع بزرگی برای رقابت در بازارهای جهانی است.

- آگاهی ناچیز در مورد فرایند جهانی شدن و طرق تطبیق با

آن

ضعف در بکارگیری امتیاز فناوری اطلاعات و امکانات

شبکه‌های اینترنتی برای بالا بردن دانش و آگاهی و اطلاعات بازار

و تغییرات جهانی در محصولات، سلیقه مصرف‌کنندگان و تجارت

الکترونیک و...

- فقدان ابتکار و نوآوری و خلاقیت برای محصولات بهتر و

کار بیشتر و یا از طریق بهبود سازمانی و بهسازی نیروی انسانی افزایش دهند.

تعاونیها علاوه بر ویژگیهای اقتصادی به دلایل زیر بر شکل‌های غیرتعاونی ارجحیت دارند:

- ۱- ارزشهای غیراستثماري تعاونیها
- ۲- ارزشهای کاهش فقر در تعاونیها
- ۳- ارزش خوداتکایی در تعاونیها
- ۴- ارزش عدم تمرکز و مشارکت عمومی در تعاونیها
- ۵- ارزش اخلاقی در تعاونیها
- ۶- ارزش کارایی منابع در تعاونیها
- ۷- ارزش جهانی تعاونیها

پیشرفت‌های تکنولوژیک در مناطق مختلف، جهان را به سرعت به هم متصل می‌کند به گونه‌ای که مردم به تجربه فرهنگ‌های دیگر روی می‌آورند. تفاهم مردمان امروز، از نسل قبل از ما بیشتر است. این بخش از جهانی شدن جدید است و البته فرصت‌های عظیمی برای تعاونیها فراهم می‌سازد.

کشور فیلیپین در یک تجربه موفق در سال ۱۹۹۰ تصمیم گرفت تا با به کارگیری الگوهای جدید وارد قرن ۲۱ شود. این موارد عبارت بودند از:

توسعه اجتماعی: در این قالب که به منزله ابزار توسعه، اجرای پروژه‌های ویژه، تشکیل شبکه، عامل ارتباط و انسجام، حافظ مقررات، بهسازی کیفی و رهبری جوانان می‌نگرد، هدف، تبدیل تعاونیها به ابزاری کارآمد برای نیل به توسعه اجتماعی از تمامی توان انسانی آن است.

- نهضت مردمی با: خانه‌سازی، تقویت و توسعه عضویت، تبلیغ و شناساندن تعاونیها، افزایش فعالیت‌های تعاونی، افزایش صلاحیت تعاونیها و همکاری موثر با امور خانه‌سازی سروکار دارد و هدف آن تبدیل تعاونی به یک نیروی سوم است.

فعالیت‌های متفاوت اقتصادی مشوق پرداختن به امور جدید، افزایش پس‌انداز، ایجاد و افزایش ذخائر، تحول زیادتیر، سودآوری بیشتر، دادوستد زیادتیر در میان تعاونیها و توسعه مدیریت مالی است تا با کمک آن حامی سایر فعالیت‌های اقتصادی باشد.

- امور داخلی: بهسازی افراد، عدم تمرکز در عملیات، استفاده از نظامهای موثر و اثربخش سازمانی، کارآیی هزینه‌ها و مدیریت که هدف اصلی آن کارآیی بیشتر نظامهای تعاونی است می‌پردازد. اهداف اصلی آن کارآیی بیشتر نظامهای اداری و روشهای انجام شده است.

در واقع در این ارتباط سه شعار زیر در نظر گرفته می‌شود:

- عضویت - از سهامدار به سهامدار
 - خدمات اداری - از کارمند ساده تا مدیر
 - نظامهای مدیریتی - از پرورش مدیران تا بهسازی فرایندها
- تعاونیها می‌توانند از طریق همکاری متقابل نه فقط برای خودشان بازار تامین کنند بلکه به دلیل ماهیت خاص خود تصویری اخلاقی برای بازار تجارت به وجود آورند. تعاونیها می‌توانند نقشی مهم در زمینه فهم صحیح جهانی‌شدن داشته باشند.

برابری، دموکراسی، عدالت و رعایت دیگران، موجب می‌شود که تعاونیها به حق در جهت بهسازی زندگی مردم حرکت کنند. تفاوت تعاونی با غیر تعاونی را به سادگی می‌توان ملاحظه کرد. برای ایجاد یک سازمان غیر تعاونی، ابتدا باید منابع مادی را فراهم کرد، سپس باید به سرمایه اندوختن روی آورد، اما برای ایجاد تعاونیها ابتدا باید گردهم آمد و سپس به کمک ارزشهای انسانی تعاونی و اتحادیه درست کرد.

صادرات بخش تعاونی در برنامه چهارم توسعه

تعاونیها از طریق تجمیع سرمایه‌های کوچک مردم و سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های از جمله تولید محصولات اساسی، پروتئینی، تولیدات صادرات گرا، صنایع تکمیلی و تبدیلی بخش کشاورزی، نوسازی و توسعه باغات و همچنین از طریق تعامل فعال با بخش‌های دولتی و خصوصی، جلب مشارکت خارجی، سازماندهی گروههای مردمی ذینفع و نیز افزایش بهره‌وری می‌توانند بستر مناسب برای رشد اقتصادی را فراهم نمایند.

همچنین تعاونیها با سازماندهی تولیدکنندگان و صادرکنندگان و تقویت توان رقابتی محصولات صادراتی کشور، گسترش فعالیت تعاونیهای صادراتی و تعاونیهای مرز نشین، ایجاد و توسعه تجارت الکترونیکی، سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های گردشگری در تعامل فعال با اقتصاد جهانی باشند.

هم اکنون یکی از اهداف تعاونیها در جهان، ارتقای رقابت‌پذیری بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط می‌باشد و این هدف از طریق سازماندهی عمودی و افقی و خوشه‌ای بنگاههای اقتصادی حول موضوعات خاص و رقابت شکل‌های تعاونی صورت می‌گیرد. همچنین ادغام و یکپارچه‌سازی در بخش تعاونی و گسترش خدمات پیشرفته درون بخش تعاونی نیز به رقابت‌پذیری اقتصاد ملی کمک شایانی می‌کند.

از جمله سیاستهای اجرایی بخش تعاون در برنامه چهارم توسعه عبارتند از:

- سازماندهی بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط از طریق تشکلهای تعاونی
- سیاستهای با هدف تامین نیازهای رفاهی به منظور توسعه مشارکت عامه و مردم در فعالیت‌های اقتصادی
- تسهیل دسترسی تعاونیها به منابع مالی مورد نیاز
- تسهیل فرایند دسترسی تعاونیها به امکانات سرمایه‌گذاری
- تسهیل فرایند دستیابی تعاونیها به بازارها و بهبود محیط کسب و کار
- ارتقای ظرفیت و توانمندیهای رقابتی تعاونیها، یکپارچه‌سازی و ارتقای بهره‌وری بخش تعاون
- ایجاد زمینه مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی
- ارتقای اثربخش نقش دولت در توسعه بخش تعاون
- توسعه صادرات محصولات واحدهای تعاونی با روشهای زیر:
- ایجاد زمینه بکارگیری فناوریهای نوین در تولیدات تعاونیها

به منظور ارتقای کیفیت محصولات معطوف به بازارهای هدف - شناسایی و معرفی بازارهای هدف به تعاونیها از طریق تعاونی‌های مادر و اتحادیه‌ها و اطلاع‌رسانی تجاری به تعاونیها - ارائه تضمین و اعطای تسهیلات مالی برای صدور کالا، خدمات بخش تعاونی به بازارهای هدف از طریق بانکهای تجاری و تخصصی و نهادهای دولتی - هدف‌گذاری برای توسعه صادرات کالا و خدمات بخش تعاونی (اعطای تسهیلات در قبال تعهد تولیدکنندگان در جایگاه تعیین شده در بازارهای هدف) - ایجاد تسهیلات برای بهره‌مندی تعاونیها از فناوری نوین تجارت نظیر تجارت الکترونیک - ارائه خدمات حقوقی، آموزشی، تحقیقی و مدیریت و بازاریابی

پیش‌بینی صادرات بخش تعاون در برنامه پنجساله چهارم توسعه به تکنیک سالها

جمع	۱۱۰۰۰۰۰	۱۴۰۰۰۰۰	۱۷۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰	۲۵۰۰۰۰۰	۸۷۰۰۰۰۰
کشور						

۸۰- ۱۳۷۰ بهره‌وری عوامل کل ۸ درصد کاهش یافته است.
 ۳- توجه عملیاتی به تحقیق و توسعه، نوآوری، جنبه‌های اقتصادی نوین (نظیر تجارت الکترونیک، ابتکار و خلاقیت که در محورهای اصلی اکتساب مزیت‌های رقابتی و رقابت‌پذیری‌اند.
 ۴- توجه لازم به نظام فعالیت‌های اقتصادی و صرفه‌جویی در مقیاس بنگاه در سطح اقتصاد خرد
 ۵- توجه کافی به امور نهادی و تشکیلاتی توسعه صادرات غیرنفتی
 ۶- ایجاد نهادهای پشتیبانی‌کننده مالی و بیمه‌ای
 ۷- هماهنگی در سطح دستگاههای اجرایی نظیر مرکز توسعه صادرات، گمرک، موسسه استاندارد، بانک مرکزی
 ۸- توجه به ارتقای کیفیت عوامل تولید نظیر منابع طبیعی و نیروی انسانی و به ویژه ایجاد سرمایه انسانی برای سازمان
 ۹- بنگاههای خرد می‌بایست با آموزش و

بیاده‌سازی سیستم پرداخت بر مبنای ارزش کار ارقام به هزار دلار بستر لازم برای افزایش بهره‌وری نیروی کار را فراهم نمایند.

۱۰- با در اختیار گرفتن نتایج مالی ارزان قیمت ماشین‌آلات خود را تعویض و اقدام به تولید محصول با تکنولوژی روز و بسته‌بندی مناسب نمایند.

۱۱- راه‌اندازی بخش بازاریابی در بنگاهها و انجام تحقیقات بازار در خود محصول صادراتی و یا به صورت سفارشی
 ۱۲- ایجاد اداره تحقیق و توسعه در بنگاهها و یا ایجاد واحد تحقیق و توسعه به صورت جمعی برای کاهش هزینه‌ها
 ۱۳- با عنایت به کوچک بودن بنگاهها، ایجاد شرکت‌های صادراتی (که تعدادی از بنگاههای تولیدکننده کالاهای همگن را تحت پوشش خود بگیرد) و از طرف دولت نیز حمایت شود (حمایت مالی از تحقیقات بازار و بازاریابی و...) بسیار در توسعه صادرات موثر خواهد بود. ضمناً این شرکت‌ها به دلیل انجام کارهای تخصصی دارای هزینه‌های پایین بوده و با سرشکن نمودن قیمت تمام شده، هزینه‌ای پایین را برای بنگاهها به ارمغان خواهد آورد.

۱۴- شناخت مزیت‌های رقابتی و بهره‌گیری از آنها
 ۱۵- اصلاح ساختار بخش تولید در راستای کاهش هزینه‌های تولید و به تبع آن کاهش قیمت تمام شده محصول
 ۱۶- ارائه تسهیلات ارزان قیمت توسط دولت به صادرکنندگان
 ۱۷- به کارگیری تجارت الکترونیکی برای تسهیل امور ترخیص کالا و صادرات
 ۱۸- فراهم نمودن تسهیلات لازم برای ترانزیت کالا و خدمات
 ۱۹- تداوم حمایت دولت برای شرکت در نمایشگاهها، راه‌اندازی واحد بازاریابی و واحد R + D
 ۲۰- بهبود و گسترش خدمات مرتبط با صادرات (نظیر حمل و نقل، خدمات بانکی، بیمه و...)

نتایج و پیشنهادات

۱- از آنجا که ورود به فضای بازارهای فراملیتی و عمل موفق در بازارهای جهانی به یکباره میسر نمی‌باشد مراحل زیر پیشنهاد می‌شود:
 مرحله اول - ارزش آفرینی: این مرحله شامل تعهدی تلویحی است که شرکت به مشتری می‌دهد تا مجموعه ویژه‌ای از ارزش‌ها را به او عرضه نماید و در حقیقت به عنوان هدف تعیین می‌شود ارزش‌هایی چون قیمت مناسب، کیفیت عالی، کارایی کافی، تضمین لازم و...
 مرحله دوم - گزینش الگوی عملیاتی ارزش‌گرا انتخاب ترکیبی مناسب از عوامل است که شرکت را در انجام تعهد «ارزش آفرینی» توانمند می‌سازد و به عنوان ابزار کار رسیدن به هدف تلقی می‌شود، مانند فرایندهای عملیاتی نظام مدیریتی، ساختار سازمانی، ساختار فرهنگی و...
 مرحله سوم - انضباط ارزشی
 در این مرحله توجه به ارزش آفریده شده یکی از ارزش‌های چهارگانه زیر را به عنوان ارزش برتر انتخاب کند تا فرایند عملیات در جهت آن سازماندهی شود (ارزش اول، برتری در فرآورش کالا یا خدمات، ارزش دوم، عرضه فرآورده برتر و بی‌هدف، ارزش سوم، مشتری‌نوازی، ارزش چهارم، قیمت کمتر)
 ۲- نیاز به اصلاحات ساختاری در بخش واقعی اقتصاد علاوه بر اصلاحات انجام شده در بخش اسمی (نظیر یکسان‌سازی نرخ ارز) و مقررات‌زدایی (نظیر معافیت از پیمان ارزی، معافیت‌های پرداخت مالیات و عوارض)، مصداق واقعی این امر، پایین بودن نسبی رشد بهره‌وری در کشور است که در یک دوره زمانی

منابع

۱- نفوی، نعمت‌الله، جهانی شدن و توسعه بنگاههای کوچک و متوسط، کتاب، ۱۳۸۱، تبریز

۲- جایگاه تعاونیها در ایران و جهان، دفتر ترویج و توسعه مشارکتهای مردمی وزارت تعاون، ۱۳۸۲

۳- جمشیدی، حسین، کاربرد اولترافیلتراسیون در تعاونیهای صنایع غذایی، ماهنامه تعاون

۴- خاکي، غلامرضا، راهکارهایی برای بهبود جایگاه رقابت ملی در روند جهانی کردن، مقاله کنگران بین‌المللی مدیریت کیفیت، ۱۳۸۳

۵- حجیر، یوسف راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی در ایران، مجله بازاریابی

۶- سند ملی توسعه بخش تعاونی در برنامه چهارم توسعه کشور، وزارت تعاون

۷- عبدالکریمی، بهوش، راهبردهای رقابت‌پذیری در اقتصاد نوین جهانی، مقاله در کنگران بین‌المللی مدیریت کیفیت، ۱۳۸۲

۸- کبیری، محمد، راهکارهای توسعه بخش تعاون، فصلنامه همیار، شماره ۲۱، بهار ۱۳۸۳

۹- کومروس، ارگاروی، تعاونیها به عنوان نیروی سوم در نظم نوین جهانی (تجربه فیلیپین)، ترجمه، فصلنامه همیار شماره ۱۷ و ۱۸ بهار و تابستان ۱۳۸۲

۱۰- گل محمدی، حمید، شرکت‌های تعاونی در عرصه تجارت بین‌المللی، شماره ۲۴۴ مرداد ۱۳۸۳

۱۱- مدرس، محمدتقی، گزارش ایران در سمینار توسعه و تقویت بنگاههای کوچک و متوسط «سپتامبر ۲۰۰۳»، فصلنامه همیار، شماره ۲۱، بهار ۱۳۸۳

۱۲- مدرس، محمدتقی، نقش تعاونیها در واکنش مناسب به پدیده جهانی شدن، ماهنامه تعاون، شماره ۲۴۴ مرداد ۱۳۸۳

13- Heffernand, william, seipel, f, michael "Cooperative in a changing global foodsystem" university missouri, columbia, department of rural sociology, octobr 1997

14- Kabuga, charles, copac open forum, can cooperatives make a difference? paper presented to copac open forum geneva 28.june 2000

15- stiglitz, joseph, the role of cooperatives in globalization, columbia university, no 5/2004

* رئیس گروه برنامه‌ریزی و امکان‌سنجی دفتر ترویج و توسعه مشارکتهای مردمی در وزارت تعاون

۲۱- ایجاد و تقویت تشکلهای صادراتی

۲۲- ایجاد فضای مناسب برای سرمایه‌گذاری

۲۳- واگذاری نهادهای پشتیبانی‌کننده صادرات به بخش تعاونی (نظیر بیمه، بانک و...)

اصول و ارزشها و ضوابط تعاونی‌زمینه‌های تشکیل تعاونیها در گرایش‌ها و فعالیت‌های متفاوت را حسب مورد و با توجه به نیاز جوامع فراهم می‌نماید. تشکیل اتحادیه‌های استانی و سراسری و وظایفی که به طور قانونی نیز بر عهده ایشان می‌باشد، موجب توسعه منابع انسانی در تعاونیها، رفع معضلات و توسعه تعاونیها همراه با توسعه تحقیقات و ارتقای سطح تعاونیها و ایجاد واحدهایی در تعاونیها و یا اتحادیه‌ها و نیز ایجاد واحدهای آزمایشگاهی کنترل کیفیت، تامین استانداردهای لازم و اجرای ضوابط و استانداردهای ملی و بین‌المللی و ISO و سیستم‌های استاندارد زیست محیطی در سطح تعاونیها و اتحادیه‌ها می‌گردد.

تامین مواد اولیه و بازارهای لازم کالا و خدمات از طریق اتحادیه‌های قدرتمند و مرتبط با اتاق تعاون نیز از جمله این اقدامات است.

وزارت تعاون وظیفه هدایت، حمایت و نظارت بر فعالیت تعاونیها را برعهده دارد و به طور اخص می‌تواند با حمایت‌های لازم زمینه توسعه، گسترش و تقویت تعاونیها در سطح ملی و جهانی را فراهم نماید و بدین ترتیب موجب گسترش فعالیت‌های صادراتی تعاونیها گردد.

واحدهای کوچک مواد غذایی شامل واحدهای تولیدی، تامین مواد اولیه و فروش و صادرات در قالب تعاونیها و اتحادیه‌ها به صورت خوشه‌های تولیدی - توزیعی می‌توانند قدرت قابل توجهی را به آنها ببخشند.

شعبه‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

سال جامع علوم انسانی

برپایه اصول جهانی تعاون، تنها راه رسیدن به توان بالقوه اقتصادی و اجتماعی و به فعل درآوردن آن همکاری جدی شرکت‌های تعاونی با یکدیگر است. بر این اساس تعاونیها می‌بایست با ایجاد و گسترش تشکلهای تعاونی صادراتی، تشکلهای تعاونی بازاریابی و اتحادیه‌های تجاری خود را آماده پذیرش اقتصاد نوین جهانی نمایند.

سهم و نقش تعاونی ها در ایجاد اشتغال زنان

سهم و نقش تعاونی ها در ایجاد اشتغال زنان

● محمدولی کیانپور

مقدمه

در هر کشوری، نرخ اشتغال و نرخ بیکاری به طور عام از جمله شاخصها و مؤلفه‌های مهم توسعه اقتصادی بشمار می‌رود. از سوی دیگر مسأله اشتغال بانوان به طور خاص در سالهای اخیر به دلایل مختلف حساسیت و اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. به نقل از گزارشات و اظهارنظرات مسؤولین مختلف کشوری در جراید، دلایل مذکور را فزونی گرفتن تعداد زنان تحصیلکرده نسبت به مردان، افزایش سن ازدواج و به طور کلی افزایش تقاضای اشتغال از سوی زنان (به هر دلیلی) ذکر می‌نماید.

در همین راستا آمارهایی مبنی بر افزایش ناگهانی تعداد دانشجویان دختر، افزایش نرخ مشارکت اجتماعی و سیاسی زنان و رشد ناگهانی جمعیت پس از انقلاب اسلامی، خاطر نشان می‌سازد که موارد فوق همگی مبین دگرگونی نقش و جایگاه زنان ایرانی است و نقش سنتی زنان در درون خانواده و در زمینه‌های اجتماعی دچار تحول شده است.

از سوی دیگر انگیزه اشتغال در زنان به دو دسته کلی انگیزه‌های روانی و اقتصادی تقسیم می‌گردد به طوری که گرایش به هر یک از این دو دسته، بستگی به طبقه اجتماعی و اقتصادی خانواده زنان دارد. افزون بر این، مهمترین انگیزه اشتغال در طبقات مرفه اجتماعی انگیزه روانی است در حالی که زنان طبقه متوسط و کم درآمد بیشتر در پی انگیزه‌های اقتصادی تمایل به اشتغال دارند. در هر صورت مرور منابع نشان می‌دهد که اشتغال زنان در ایران صرف نظر از نوع انگیزه رفته رفته از سطح یک مسأله عبور کرده و تبدیل به بحران می‌شود.

تعاون و تعاونگری در جوامع و در بین

تاریخچه تعاونی در کشورهای

صنعتی

صنعتی شدن شدن سریع قاره اروپا و دگرگونیهای بوجود آمده در طی قرون ۱۶-۱۹ نیازهای جدیدی را بوجود آورد و مسؤولیت دولتها در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی و روابط بیرونی (با سایر کشورها) افزایش یافت. این وظایف و مسؤولیتها دولتها را متوجه این امر نمود که باید در خدمت رفاه جامعه باشند.

بدین ترتیب، دگرگونیها و نیازهای جدید مشکلاتی را در پی داشت و به مفهوم دیگر تأثیرگذاری ناشی از صنعتی شدن همراه با بحران و مشکل و عمیقتر شدن فاصله طبقاتی، پایین بودن دستمزد، عدم بهداشت، فقر و نارسائیهای دیگر در زندگی مردم بود. بررسهای به عمل آمده

در

انگلستان

(لندن) در سالهای

۱۸۹۱-۱۸۸۷ و نیز در

۱۹۱۳-۱۹۱۱ از یک طرف

وجود فقر و نتیجتاً وجود گروهی

ممتاز را که به تنهایی مالک ۶۸ درصد

تمام داراییهای خصوصی بود و ۲۹ درصد

کل درآمد ملی را دریافت می‌کرد، نشان

می‌دهد. در چنین مرحله‌ای بحران‌زا و

مشکل آفرین تساوینها (نهادهای

عام‌المنفعه) بوجود آمدند.

شکل‌گیری این نهادها از یک طرف و

نیز سهم شدن مردم (کارگران در

کارخانه‌ها) از منابع بی حد و حصری که

نصب جوامع (سرمایه‌داران) می‌شد و نیز

اقدامات دولتها از طرف دیگر در کاهش

بحرانها مؤثر افتاد. به صورتی که به

تدریج مردم به یک رفاه عمومی دست

پیدا کردند و دولتها در کشورهای صنعتی

«دولت رفاه» نام گرفتند.

بدین گونه، دلایل پیدایش آن جزء

نیات انساندوستی و بینش‌های معنوی و

کشور	دانمارک	اسپانیا	فرانسه	ایتالیا	پرتغال	فنلاند	سوئد	سوئیس
بخش اقتصادی								
کشاورزی - جنگلداری	۰/۹۲	-	۴/۸۶	-	۲/۴۷	۸/۷۰	۸/۴۱	-
ماهگیری	مرحمانه	-	مرحمانه	-	مرحمانه	-	مرحمانه	-
معدن	-	مرحمانه	مرحمانه	-	مرحمانه	۰/۰۳	مرحمانه	-
صنعت	۳۲/۶	مرحمانه	۰/۹۰	-	۰/۵۷	۰/۵۱	۱/۹۸	۰/۳۷
برق و گاز و آب	-	-	-	-	مرحمانه	۴/۱۹	مرحمانه	۳/۱۴
ساختمان	۰/۰۴	مرحمانه	۰/۸۲	-	۰/۳۴	۰/۸۹	مرحمانه	۰/۵۴
عمده‌فروشی و خرده‌فروشی	۸/۲۵	مرحمانه	۲/۱۲	-	۱/۹۷	۰/۳۴	۴/۳۲	۱۵/۵۲
هتل و رستوران‌داری	۰/۰۷	مرحمانه	۰/۰۹	-	مرحمانه	۱۶/۹۲	۱/۰۳	۰/۸۵
حمل و نقل	۰/۴۲	۱/۰۸	۰/۲۴	-	مرحمانه	۰/۸۲	۰/۵۰	۰/۳۴
واسطه‌گری‌های مالی	۴/۱۷	۳/۳۱	۷/۳۰	-	مرحمانه	۰/۱۶	۰/۰۴	۴/۱۳
املاک و مستغلات و اجاره	۱/۷۴	۰/۸۱	۰/۳۳	-	۰/۵۵	۰/۲۵	۳/۱۸	۱/۰۸
آموزش	۰/۱۰	مرحمانه	۰/۲۶	-	۴/۵۱		۱/۲۳	۰/۳۴
بهداشت و فعالیتهای اجتماعی	۰/۱۱	مرحمانه	۰/۰۴	-	۰/۹۴		۰/۷۵	۱/۷۰
سایر	۱/۱۳	۰/۸۳	۰/۱۰	-	۱/۲۰		۰/۰۹	مرحمانه

جدول شماره ۴- سهم تعاونیها در کل اقتصاد در کشورهای اروپایی - از نظر تعداد شاغلین در سال ۱۹۹۸ (درصد)

نقش تعاون در اشتغال

بخش تعاون با ایجاد شغل باثبات و توأم با مالکیت و با مشارکت دادن شاغلین در مدیریت بنگاههای اقتصادی موجبات تأمین نیروی کار آفرین کشور را فراهم می‌کند چراکه از جمله موانع و مشکلات جدی کشورهای در حال توسعه تربیت و تأمین نیروی کار آفرین است و بخش تعاون می‌تواند با تکیه بر رأی انسان بیشترین سهم را در تأمین نیروی کار آفرین به خود اختصاص دهد. در مین‌مان بخش

انجام وظایف و تعاون و رشد اخلاق وی افزوده می‌گردد. همچنین دیدگاهها و بینش انسان عوض می‌شود و فرد در افق نگاههای خود گذشت و همکاری و همیاری را نظاره‌گر می‌شود و به نفع دیگران در ترویج عدالت و برابری همت می‌گمارد و با نیت خیر و امر به معروف و نهی از منکر در امور جمعی مشارکت می‌نماید. باید که چنین بینشی در بین اکثریت مردم جهان گسترش پیدا کند.

خیرخواهانه‌ای بود که از درون تشکیلات تعاونیها منشآت گرفته می‌شد. بهر تقدیر در این دوره تعاونیها به تدریج در دنیا گسترش یافتند. به ترتیبی که مراحل آن را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

مرحله اول آن از ۱۸۴۰-۱۸۱۷ بود که در آن فعالیت‌های «روبرت اون» و دیگران در اروپا به نتیجه مطلوب نرسید اما زمینه شکل‌گیری آن فراهم آمد و مرحله دوم آن از ۱۹۱۰-۱۸۴۴ می‌باشد که به شکل‌گیری اولین شرکتهای تعاونی خسرده‌فروشی در راجدیل انگلستان و تشکیل اولین شرکت تعاونی مجهز و کامل انجامید. مرحله سوم را می‌توان دنباله فعالیتهای شرکتهای تعاونی دانست که قبل از ۱۹۱۰ بوجود آمده بودند. از این تاریخ به بعد تعاونیها روز بروز فعالتر شدند و از نظر کیفیت و کمیت گسترش پیدا کردند. آمار سال ۱۹۵۸ به بعد نشان می‌دهد که تعداد کشورهای که به اتحادیه بین‌المللی تعاونی ملحق شده‌اند از ۴۳ کشور به ۹۰ کشور رسیده و تعداد اعضا آن نیز به حدود ۷۵۰ میلیون نفر رسیده است.

لزوم ایجاد تعاونی‌ها

برای ایجاد جامعه سالم و جلوگیری جامعه از گرایش به تجمل‌گرایی باید اقدام جدی نمود. چنین اقداماتی سبب پیدایش تعادل در روابط اجتماعی و دادوستدها، می‌شود و شاید به جرأت بتوان ادعا کرد که در کاهش بحران مالی دولتها و بحرانهای اجتماعی و مشکلات بوجود آمده ناشی از «سودجویی» موثر می‌افتد و این‌گونه کاستیها را به حداقل می‌رساند. تعاونیها همچنین بهتر می‌توانند به فعالیتهای خود ادامه دهند و به وضعیت کمی و کیفی خود بیافزایند و کارکردشان در جهت رضایت خاطر طبقات کم درآمد باشد. وقتی چنین شد در جامعه رفاه عمومی، بوجود می‌آید و بشر از محرومیت، فقر، سوء تغذیه، بیماری و نابرابری نجات پیدا می‌کند افزون بر این، در انسانها تحول درونی ایجاد می‌شود و بر احساس مسؤولیت و

شده توسعه باید. مشکل کردن زنان در تعاونی‌ها رویکردی بسیار مطلوب برای بهره‌گیری از این قابلیت‌ها است و زنان می‌توانند با اتکا به توانمندی‌های خویش، وظایف مدیریتی، بازرسی و اداره امور اجرایی را برعهده گیرند.

طبق آمار مربوط به پایان سال ۱۳۷۹ زنان در جمهوری اسلامی ایران حضور چشمگیری در بخش تعاون داشته‌اند، ۴۷۲۲ شرکت تعاونی زنان (تعاونی‌هایی که بیش از ۵۰ درصد اعضا آنان را زنان تشکیل می‌دهند) با عضویت قریب به یک میلیون نفر و سرمایه‌گذاری بالغ بر ۲۱۷ میلیارد ریال در گرایش‌های مختلف مصرف، مسکن، اعتبار، صنعت و معدن، کشاورزی، فرش دستیاف، صنایع دستی، خدمات بهداشتی - درمانی، دانشجویی و چندمنظوره فعالیت داشته‌اند. این تعاونی‌ها توانسته‌اند برای بالغ بر ۱۹۶۰۰۰ نفر زن ایجاد فرصت‌های شغلی نمایند.

نقش تعاون در توسعه

در عصر ما تعاون یک اهرم مناسب برای توسعه اقتصادی است که می‌تواند همگام با سیاست‌های دولت در بهبود شرایط زندگی، کار، تولید و ارتقاء سطح درآمد و وضعیت اجتماعی مردم موثر باشد و چنانچه به طور جدی مورد حمایت قرار می‌گیرد بار هزینه‌های دولتی را کاهش داده و به تدریج استقرار شرایطی را سبب می‌شود که طبقات مختلف مردم در مسائل اقتصادی مربوط به خود تصمیم‌گیرنده باشند و متناسب با برنامه‌های عمومی دولت، امور اقتصادی مربوط را عهده‌دار گردند.

با حضور زنان در تعاونی‌های ویژه زنان، بسیاری از مشکلات و موانع مشارکت آنها در روند توسعه حل خواهد شد و مزایا و فواید زیادی عاید آنان خواهد شد. از جمله می‌توان به ایجاد منبع کسب درآمد، افزایش ارزش افزوده محصولات تولید شده و در نتیجه کاهش هزینه‌هایی از قبیل هزینه مواد اولیه، هزینه حمل

تعاونی‌ها محفلی برای کارگروهی اعضا در یک واحد تولیدی مشترک می‌باشند و به این ترتیب با تشکیل شرکت تعاونی، یک مرکز «خوداشتغالی سازمان‌یافته» ایجاد می‌شود که نمونه‌های شاخص نیز تعاونی‌های کشاورزی و تعاونی‌های کوچک صنعتی هستند.

تعاونی‌ها همچنین می‌توانند به عنوان کارفرما عمل کنند. این تعاونی‌ها تحت مالکیت صاحب کار قرار داشته و حقوق بگیرانی را که الزاماً عضو تعاونی نیستند به استخدام درمی‌آورند. همچنین تعاونی‌ها در ترویج خود اشتغالی و امکان‌سازی آن فعالیت دارند.

در تعاونی‌ها زنان می‌توانند تصمیم‌گیر، انتخاب‌کننده، رهبر و اجراکننده باشند و نیز در سطوح مختلف تعاونی فعالیت داشته باشند. ایفای نقش‌های مدیریتی، بازرسی و اجرایی با توجه به توان و قابلیت‌های زنان امکان‌پذیر است و در این موارد هیچ تمایزی بین آنها و مردان وجود ندارد. در واقع می‌توان گفت: تعاونی‌ها جایگاهی بسیار مناسب برای ایفای نقش‌های جدید، توسط زنان است و به کمک تعاونی‌ها، می‌توان به نگرش جدید به زنان و جایگاه آنان در جامعه، جامه عمل پوشاند.

تجربیات گذشته بیانگر موفقیت زنان تعاونگر در کشورهای مختلف دنیا است. فعالیت زنان چه در قالب تعاونی‌هایی همچون تولید مواد غذایی (شیرینی، مربا و...) خدمات آموزشی (مهدکودک، آموزشگاه‌های رانندگی، تعلیم گلدوزی و خیاطی) پوست و چرم و تولیدات وابسته (کیف، پوشاک طبیعی و...) و دیگر زمینه‌های مشابه که از گذشته وجود داشته، می‌تواند با توجه به بالا رفتن قابلیت‌ها و توان و دانش زنان در محورهای جدیدی همچون ارائه خدمات بهداشتی، درمانی، نرم‌افزاری و کامپیوتری، خدمات مشاوره‌ای حقوقی، مدیریتی، طراحی سیستم‌های اداری مالی و حسابرسی، تولید محصولات الکترونیکی و یا مونتاژ کاری و... در چارچوب‌های مشخص و تعریف

تعاون تلاش دارد با بهره‌گیری از ظرفیتهای موجود کشور و ظرفیت‌سازی جدید در راستای اجرای بند ۲ اصل ۴۳ قانون اساسی در قالب تعاونی‌های مختلف به بخش عمده‌ای از این نیازها پاسخ دهد. بخش تعاون با انجام اقدامات ذیل به بهره‌وری نیروی انسانی کمک فراوانی نموده است:

- ارائه تسهیلات مالی و اطلاعاتی و مشاوره‌ای شغلی به جوانان برای فراهم سازی فرصت‌های شغلی
- ارائه مشاوره‌های مختلف در تهیه طرح‌های دارای توجیه فنی و اقتصادی متناسب با موقعیت جوانان متقاضی
- ارائه آموزش‌های موردنیاز جهت اشتغال و فعالیت در تعاونیها
- کمک به تأمین زمین، مواد اولیه، خرید ماشین‌آلات و فروش تولیدات و بازاریابی تعاونی‌های تشکیل شده

تعاونی‌ها راهکاری مناسب برای اشتغال بانوان

تعاونی اقدام گروهی سازمان یافته در جهت بهبود بخشیدن وضعیت اقتصادی و اجتماعی افرادی است که امکانات محدودی در اختیار دارند و از طریق کمک‌های متقابل که توسط همان گروه، تأمین مالی و کنترل می‌شود، اداره می‌گردد. با این تعریف، جهت‌گیری برای هر تعاونی یا هر ترکیبی از اعضا برای جنسیت، باسستی درجهت عدالت اجتماعی، کنترل دموکراتیک، خود اتکایی و رهبری، مستقل باشد.

تعاونی‌ها با برخوردار کردن اعضا خود از حقوق مالکیت نسبت به کل سرمایه و دارایی‌های تعاونی، متناسب با میزان سهام خود، مالکیت اعضا بر حاصل کار و تلاش خویش، حقوق مساوی اعضا در تصمیم‌گیری‌های اساسی با قالب مجمع عمومی (اصالت انسان در تصمیم‌گیری) موجبات ارتقاء بهره‌وری منابع و سیرتزی (تطابق) را فراهم می‌آورد.

در پیام سازمان بین‌المللی کار در سال ۲۰۰۰ تعاونی‌ها اینگونه توصیف شده‌اند:

قبلی زنان به ایجاد انجمن‌ها، انتشار روزنامه‌ها و مجله‌ها و تأسیس مدارس اشتغال ورزیدند.

موانع اشتغال زنان

برخی از موانع اشتغال زنان عبارتست از: نگرش جامعه نسبت به اشتغال زنان در برخی از فعالیت‌ها، توجیه اقتصادی نداشتن سرمایه‌گذاری برای نیروی کار زنان به دلیل احتمال ازدواج، زایمان و ترک کار از سوی آنان، قوانین و مقررات حمایتی از زنان که برای کارفرمایان مشکل ایجاد می‌کند، پایین‌تر بودن بهره‌وری نیروی کار زنان به دلیل داشتن مسؤلیتهای خانوادگی، برخوردار نبودن زنان از مهارت‌های فنی و حرفه‌ای، نامناسب بودن محیط کار در برخی از فعالیت‌ها به لحاظ مسائل اخلاقی و سرانجام لزوم داشتن توانایی جسمانی بیشتر در برخی فعالیت‌ها، عدم اعتماد به نفس و خودباوری در زنان که پیامد عدم تربیت صحیح خانوادگی است، فرهنگ مردسالاری، عدم وجود تخصص کافی در زنان و عدم وجود فرصتهای مدیریتی برای آنان.

عدم خودباوری به عنوان مانعی بر سر راه اشتغال زنان

خودباوری یک پندار روانشناختی است که در دوران رشد در وجود هر کس شکل می‌گیرد و به سادگی و سرعت قابل تغییر نیست. بهبود فرایند شکل‌گیری خودباوری به طور مثال در دختران و زنان یک کشور، مستلزم برنامه‌ریزیهای کارشناسانه طولانی مدت و میان مدت است. در این رابطه پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های درسی مدارس به گونه‌ای

استفاده انحرافی از تعالیم آن توسط حکام بعد از پیامبر باعث انزوای زنان ایرانی شد. در آن زمان زندگی شهری گسترش یافت. که خود مانعی برای اشتغال زنان بود. زنان ایرانی در آن دوران نه تنها اشتغال بلکه تحصیل را نیز کنار گذاشتند.

۳- اشتغال زنان از نیمه قرن دوازدهم تا قرن چهاردهم: در این دوره که با سلطنت ایل قاجار همراه بود، زنان موقعیت ناچیزی محدود به فرزند آوردن

و نقل مواد خریداری شده، افزایش سرمایه و رفع احتیاجات از طریق دریافت وام و اعتبارات، فراهم آمدن شرایط برای ارائه هرچه بیشتر نظرات و پیشنهادات و نهایتاً مشارکت بیشتر زنان در تصمیم‌گیریها، افزایش تخصص و مهارت اشاره کرد که این موارد نیز منجر به مشارکت هر چه بیشتر زنان در روند توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌شود. بر این اساس شرکتهای تعاونی به عنوان نیروی محرکه‌ای عمل خواهند کرد که مشارکت آنان را در روند توسعه افزایش می‌دهد.

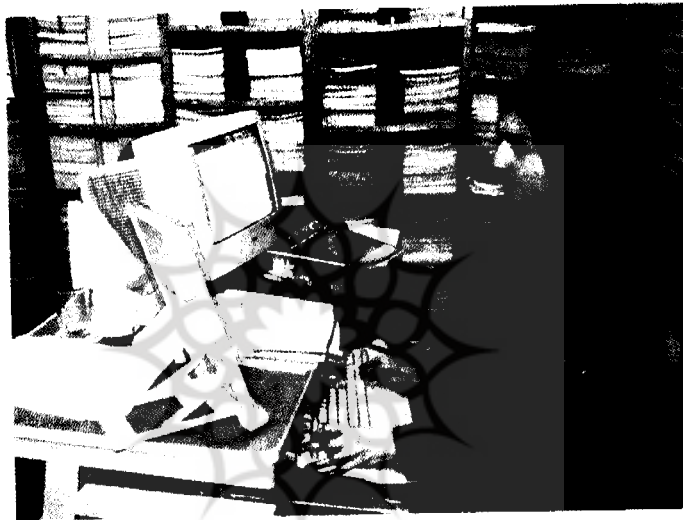
تاریخچه اشتغال زنان در ایران

در مورد تاریخچه اشتغال زنان ایرانی نظرات مختلفی وجود دارد که در اینجا تعدادی از آنها با یکدیگر مقایسه می‌شوند. چنگیزی آشنیانی از مورخین یونانی و رومی در ایران نقل می‌کند که زنان در جامعه و خانواده از تساوی حقوق برخوردار بوده و در کسب علم و

حرفه، مردان را بر آنان مزیتی نبوده است. وی اضافه می‌کند که در لوحه‌گلی شماره ۵۲ تخت جمشید نشان داده شده است که ۱۲ کارگر مرد، ۱۴ کارگر زن، ۱۸ کارگر پسر و ۱۵ کارگر دختر در ساخت زر، در یک مکان مشارکت داشته‌اند.

مهمان نوازان تاریخچه اشتغال زنان در ایران را به صورت مدون به شرح ذیل ارائه نموده است:

- ۱- اشتغال زنان در ایران قبل از اسلام: در ایران باستان زنان غیر از کارهای منزل، ظروف سفالی تهیه می‌کردند و در عصر نوسنگی زن به مقام روحانیت هم می‌توانست برسد.
- ۲- اشتغال زنان از ظهور دین اسلام تا نیمه قرن دوازدهم: ظهور دین اسلام و



و انجام کارهای خانگی و گاهی کشاورزی و نساجی داشتند و در خارج از خانه مسؤولیتی نداشتند. ارتباط وسیع‌تر ایران با تمدن صنعتی غرب، سبب تغییر در ساختار اجتماعی و اقتصادی شد که به تغییر موقعیت زنان نیز انجامید. تأسیس مدارس به سبک اروپایی باعث اشتغال زنان در آن مدارس شد.

۴- اشتغال زنان در قرن چهاردهم: انقلاب مشروطیت از بزرگترین وقایع مشروطیت بود که تحول عظیمی در شؤون سیاسی و اجتماعی و فرهنگی ایران از جمله در وضعیت زنان این سرزمین به وجود آورد. بعد از انقلاب مشروطیت مقالاتی در دفاع از حقوق زنان در نشریات وقت به چاپ رسید و علاوه بر مشاغل

شغلی، مشاغل به دو دسته مشاغل رسمی و مشاغل غیررسمی تقسیم شده است. منظور از مشاغل رسمی، شغلهایی می باشد که تعاونیها به طور مستقیم ایجاد نموده اند.

جدول شماره ۱ - تعداد و نوع تعاونیهای مطالعه شده در شهرستان «نی ریز»

نوع تعاونیها	تعداد	درصد
کشاورزی	۲۴	۳۵
صنعتی	۳۰	۴۴
خدماتی	۱۴	۲۱
جمع	۶۸	۱۰۰

منظور از مشاغل غیررسمی، شغلهایی است که به خاطر فعالیت تعاونیها به وجود آمده و افراد به طور غیرمستقیم از طریق تعاونی صاحب شغل و درآمد شده اند. این افراد هر چند جزء کارکنان تعاونی محسوب نمی شوند، اما شغل آنها طوری است که اگر تعاونیها غیرفعال شوند آنها نیز بیکار می شوند. مانند کسانی که در تعاونیهای معدن سنگ چینی مشغول خرید و فروش سنگ هستند یا کشاورزانی که در تعاونیهای تولید کشاورزی به کشت و زرع مشغولند.

محیطهای مناسب با شؤونات زنان
۷- ارتقاء سطح فرهنگ و تخصص بانوان از طریق آموزشهای مناسب و موردنیاز

۸- تقویت هنرهای دستی و سنتی مورد توجه بانوان و بالابردن کیفیت این هنرها با توجه به نیازهای بازارهای داخلی و خارجی

۹- ایجاد و تقویت مشاغل خانگی، همراه با آموزش مناسب و کنترل کیفی آنها از طریق تعاونیها

۱۰- ارائه طرحهای مناسب اشتغالزایا با توجه به فرهنگ و موقعیت جغرافیایی هر منطقه

۱۱- دسترسی بیشتر زنان به اعتبارات، بازار و مراجع تصمیم گیرنده اقتصادی

۱۲- ایجاد روحیه تعاون در بانوان و قدرتمند نمودن سرمایه های خرد در قالب تعاونی

۱۳- برطرف کردن نیازهای خدماتی، فرهنگی و هنری بانوان توسط تعاونیهای چندمنظوره بانوان و امثال این اهداف که منجر به تشکیل تعاونیهای زنان پس از پیروزی انقلاب اسلامی می گردد.

الف: نقش تعاونیها در اشتغال
در این نوشتار برای بررسی نقش ۶۸ تعاونی مطالعه شده در ایجاد فرصتهای

دگرگون شوند که دختران در مدارس به مهارت های بنیادین که عامل اساسی توانمندسازی آنان جهت اشتغال است، مجهز شوند.

در حالت ایده آل باید پا را از آن هم فراتر گذاشت و به برنامه های وسیع آموزش خانواده به طرق مختلف جهت تربیت دختران به گونه ای که اعتماد به نفس و خودباوری کسب کنند. اشاره نمود. ولی نکته این جاست که مسأله اشتغال زنان در ایران، مسأله ای است که راه حل های عاجل و زود هنگام می طلبد. مرور منابع نشان می دهد که کارآفرینی و اشتغال زنان در قالب شرکتهای تعاونی می تواند در این زمینه راهگشا باشد.

در منابع متعددی، اشتغال به شیوه تعاونی و تشکیل شرکتهای تعاونی بانوان، از جمله راهکارهای موثر برای افزایش خودباوری و اعتماد به نفس در زنان و بهبود سطح اشتغال آنان می باشد. در این زمینه بجاست، دولت خدمتگزار جمهوری اسلامی ایران ضمن تدوین برنامه های کارشناسانه و مدون موجبات تشویق زنان به ویژه زنان فارغ التحصیل دانشگاهی را به تشکیل شرکتهای تعاونی به طرق مختلف فراهم سازد و از شرکتهای تعاونی موجود حمایت های لازم را به عمل آورد تا سایر زنان تشویق به این امر شوند.

اهداف تشکیل تعاونیهای زنان

- ۱- بهبود وضعیت اقتصادی زنان به خصوص زنان سرپرست خانوار
- ۲- ایجاد امکان فعالیت جمعی و مشارکتی و جمع آوری سرمایه های خرد و سرگردان در قالب تعاونی
- ۳- ارج نهادن به کرامت انسانی زن در عرصه فعالیت های اجتماعی و اقتصادی
- ۴- توجه به استعدادها و توانمندیهای بانوان و به فعلیت رساندن آنها
- ۵- بالا بردن سطح تخصصی و مهارت های زنان و جهت دهی این مهارتها به سوی اقتصاد سالم
- ۶- فراهم نمودن اشتغال سالم در

جدول شماره ۲ - تعداد و درصد مشاغل ایجاد شده توسط تعاونیها

نوع مشاغل	شاغلین رسمی		شاغلین غیررسمی		جمع
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
کشاورزی	۱۳۹	۲۸	۹۰۴	۳۵	۱۰۴۳
صنعتی	۳۱۸	۶۵	۱۳۷۷	۵۰	۱۵۹۵
خدماتی	۳۲	۷	۳۸۰	۱۵	۴۱۲
جمع	۴۸۹	۱۰۰	۲۵۶۱	۱۰۰	۳۰۵۰

نوع تعاونیها	کشاورزی		صنعتی		خدماتی		جمع
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
جنس شاغلین	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	درصد
زن	۴	۰/۴	۱۰۹۸	۶۹	-	-	۳۶
مرد	۱۰۳۹	۹۹/۶	۴۹۷	۳۱	۴۱۲	۱۰۰	۱۹۴۸
جمع	۱۰۴۳	۱۰۰	۱۵۹۵	۱۰۰	۴۱۲	۱۰۰	۳۰۵۰

جدول شماره ۳ - تعداد و درصد شاغلین به تفکیک جنس و نوع تعاونیها

همانگونه که ملاحظه می‌گردد بیشترین اشتغال را تعاونیهای صنعتی با ۵۲٪ و کمترین را تعاونیهای خدماتی با ۱۴٪ ایجاد نموده‌اند و بررسی این جداول علاوه بر بیان حجم فعالیتهای شغلی ایجاد شده که ۳۰۵۰ شغل می‌باشد، حاکی از اثر مثبت تعاونیها در سالم‌سازی اقتصاد است. چون ۶۸٪ مشاغل ایجاد شده (۳۴٪ کشاورزی و ۵۲٪ صنعتی) مشاغل مولد و صرفاً ۱۴٪ مشاغل خدماتی است. جالبتر اینکه مشاغل ایجاد شده ۳۶٪ به زنان اختصاص دارد و این موضوع با توجه به سهم کمتر زنان در کل اشتغال کشور حائز اهمیت فراوان است. تعاونیهای صنعتی نقش زیادی در ایجاد شغل برای بانوان داشته‌اند. در این میان بیشترین سهم را در بین تعاونیهای صنعتی تعاونیهای فرش دستباف در ایجاد شغل برای زنان بافنده روستایی داشته‌اند.

ب: نگاهی به موقعیت اشتغال بانوان در تعاونیهای استان سمنان

استان سمنان یکی از استانهای پهناور کشور است که دارای سابقه و قدمت تاریخی زیادی است. این استان با توجه به موقعیت خاص جغرافیایی از جمله نزدیکی به تهران، دارا بودن شبکه ارتباطی مناسب راه‌آهن، امکانات ارتباطی جاده‌ای با استانهای تهران، خراسان، مازندران و جنوب کشور، با عنایت به محدودیت استقرار صنایع در شعاع ۱۲۰ کیلومتری تهران و وجود نواحی صنعتی متعدد در این استان در زمینه صنعت طی سنتوات اخیر از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده است. همزمان با این رشد در وضعیت اشتغال زنان استان نیز تحولات عمده‌ای رخ داده است و زنان نیز در بخش‌های مختلف اقتصادی در این استان مشغول به کار هستند. براساس سرشماری در سال ۱۳۷۵ جمعیت آن استان ۰/۵ میلیون نفر بوده است که از این تعداد ۲۴۳ هزار نفر بانوان بوده‌اند.

یکی از مهمترین بخشهایی که امروزه بانوان استان سمنان در آن مشغول به کار

هستند و به آن گرایش پیدا نموده‌اند بخش تعاون است.

در استان سمنان تا پایان شهریور ماه سال ۱۳۷۷ تعداد ۱۰۹۶ تعاونی به ثبت رسیده است. این تعاونیها دارای ۴۷ میلیارد ریال سرمایه می‌باشند و کل اعضای این تعاونیها ۱۱۰۴۶۳ نفر بوده است که خود شامل ۲۳۰۸۴ نفر زن و ۸۷۳۷۹ نفر مرد می‌باشد در این بین نسبت عضویت زنان به مردان در تعاونیهای استان به میزان ۲۶٪ می‌باشد.

همچنین در این استان تعداد ۱۴۱ تعاونی ویژه بانوان وجود دارد. این تعاونیها شامل شرکتهایی است که تعداد اعضا زن آنها نصف کل اعضا یا بیشتر از نصف می‌باشد این تعاونیها حدوداً ۱۳٪ از تعاونیهای کل استان را تشکیل می‌دهند. در این شرکتها ۲۱۸۸۱ نفر عضو هستند که ۱۵۹۰۷ نفر آن را زنان و ۶۱۷۴ نفر مردان تشکیل می‌دهند. سرمایه این تعاونیها نیز در حدود ۳ میلیارد ریال است که حدود ۶/۵٪ از سرمایه کل تعاونیها را شامل می‌شود.

از این تعداد تعاونی ۸۳ تعاونی در بخش‌های تولیدی و خدماتی فعالیت دارند که در حدود ۴۹۴۱ نفر زن در این تعاونیها عضو هستند. تعداد عضو مرد این شرکتها فقط ۲۳۱ نفر می‌باشد. شایان ذکر است از طریق این تعاونیها حدوداً

۵۰۰۰ نفر زن مشغول به کار هستند. این شرکتها شامل ۶ تعاونی فرش دستباف، ۷ تعاونی صنایع دستی، ۴۳ تعاونی خوداشتغالی، ۲ تعاونی کشاورزی، ۱۲ تعاونی صنعتی و ۲ تعاونی خدماتی است. البته با توجه به اینکه زنان در تعاونیهای غیر از تعاونیهای زنان نیز بانوان مشغول به کار هستند استنباط می‌گردد که از حدود ۱۷۰۰۰ نفر اشتغال موجود در تعاونیهای استان سمنان حدود ۶۰۰۰ نفر آنان زنان باشند که در این صورت ۳۵٪ اشتغال تعاونیهای استان را شامل می‌شود.

در عین حال با توجه به گزارشات منتشره از وزارت تعاون تا تاریخ ۷۶/۹/۳۰ به خوبی دریافت می‌شود که استان سمنان از لحاظ عضویت زنان در تعاونیها نسبت به اکثر نقاط کشور از مطلوبیت و تعادل بیشتری برخوردار است و از نظر درصد عضویت زنان در رتبه نهم در سطح کشور قرار دارد.

بدیهی است که تشکیل تعاونیهایی از قبیل تعاونیهای فرش دستباف، تامین نیاز تولیدکنندگان (ویژه بانوان) و تشکیل تعاونیهای تولیدی متناسب با زنان مانند تعاونیهای تولیدی خیاطی، صنایع شیمیایی و غذایی، صنایع بهداشتی، صنایع بسته‌بندی، چاپ و نشر و... و اعمال پذیرش بیشتر زنان در تعاونیها می‌تواند

گروههای فعالیت	درصد کل	درصد مردان	درصد زنان
کشاورزی، شکار، جنگلداری و ماهیگیری	۳۶/۵	۸۵/۹	۱۴/۱
استخراج معادن و صنعت	۱۲/۶	۷۷/۳	۲۲/۷
آب و برق و گاز	۰/۸	۹۷/۴	۲/۶
ساختمان	۹/۱	۹۹/۳	۰/۷
عمده‌فروشی، خرده‌فروشی، رستوران و هتلداری	۱۲	۹۷/۵	۲/۵
حمل و نقل و ارتباطات و انبارداری	۵/۸	۹۹	۱
خدمات مالی و بیمه ملکی و حقوقی و تجاری	۱/۶	۹۴/۵	۵/۵
خدمات عمومی اجتماعی و شخصی	۲۰	۷۶/۱	۲۳/۹
سایر	۱/۵	۷۹/۵	۲۰/۵

جدول شماره ۵ - وضعیت شاغلین استان در گروههای اصلی فعالیت تا پایان سال ۷۵

در بهبود روند عضویت زنان و ایجاد اشتغال آنان موثر واقع شود.

وضعیت شاغلین استان مازندران

در بررسی جمعیت شاغل آن استان برحسب گروههای اصلی فعالیت به آمار و ارقام قابل توجهی برخورد می‌کنیم از جمله تفاوت‌های فاحشی است که بین مردان و زنان شاغل در آن استان در هر یک از گروههای اصلی فعالیت وجود دارد. در جدول شماره ۵ آمده است:

همانگونه که در جدول آمده از مجموع شاغلین استان مازندران در سال ۷۵ حدود ۳۶/۵ درصد در بخش کشاورزی و امور مرتبط با آن فعالیت داشته‌اند. این در حالی است که از کل این جمعیت ۸۵/۹ درصد را مردان و فقط ۱۴/۱ درصد از زنان شامل می‌شوند. با توجه به اینکه نیمی از جمعیت استان را زنان تشکیل می‌دهند اشتغال ۱۴/۱ درصد از آنان در بخش کشاورزی رقم پایینی است. این تفاوت در سایر گروههای اصلی فعالیت نیز قابل مشاهده است. البته این نکته را نباید از نظر دور داشت که ویژگی و طبیعت بسیاری از مشاغل به گونه‌ای است که زنان نمی‌توانند در آن نقش و مشارکت داشته باشند ولیکن تسری این امر به عنوان تنها عامل بازدارنده مشارکت زنان در انواع مشاغل موجود در جامعه ادعایی بیش نیست.

مزایای اشتغال بانوان در قالب شرکتهای تعاونی

- ۱- تحقق عدالت اجتماعی و ارتقا سطح منزلت و جایگاه بانوان در جامعه
- ۲- بهره‌وری نیروی انسانی موجود در سطح ملی استفاده از ظرفیت بالقوه تعداد کثیری از جمعیت جامعه
- ۳- بروز استعدادها و خلاقیت‌های موجود (به فعل درآمدن تواناییهای بالقوه)
- ۴- اشاعه فرهنگ کار و احیاء زمینه‌های تولیدی موجود در مناطق مختلف کشور

در عصر ما تعاون یک اهرم مناسب برای توسعه اقتصادی است که می‌تواند همگام با سیاستهای دولت در بهبود شرایط زندگی، کار، تولید و ارتقا سطح درآمد و وضعیت اجتماعی مردم موثر باشد و چنانچه به طور جدی مورد حمایت قرار می‌گیرد بار هزینه‌های دولتی را کاهش داده و به تدریج استقرار شرایطی را سبب می‌شود که طبقات مختلف مردم در مسائل اقتصادی مربوط به خود تصمیم‌گیرنده باشند و متناسب با برنامه‌های عمومی دولت، امور اقتصادی مربوط را عهده‌دار گردند.

لازم می‌دانند می‌توان امیدوار بود که در سالهای آینده شاهد فعال شدن جمع کثیری از افراد جامعه باشیم.

پیشنهادات

به منظور کم‌رنگ کردن موانع فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی مشارکت زنان به ویژه زنان روستایی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی و نیز لزوم توسعه تشکلهای صنفی و تولیدی در بین آنها و مشارکت بیشتر آنان در شرکت‌های تعاونی، انجام اقدامات زیر به خوبی احساس می‌گردد:

- برای دسترسی به شرکتهای تعاونی کارا و پویا باید حتماً از افراد تحصیل کرده و متخصص در امر تعاونیها و در ارکان اصلی شرکت‌ها سود جست، بدین منظور با تشکیل دوره‌های آموزشی و جلسات متعدد برای ارکان اصلی

۵- استفاده بهینه از منابع و امکانات موجود

۶- جمع‌آوری سرمایه‌های کوچک و سوق دادن آن در راستای سرمایه‌گذاریهای تولیدی و اشتغالزا

۷- اشاعه فرهنگ مشارکت و تعاونی در خانواده

۸- افزایش درآمد خانواده و در پی آن ارتقا سطح زندگی

۹- سهولت در امر ارائه و افزایش آموزشهای لازم و فراهم نمودن امکانات آموزشی

۱۰- انجام حمایت‌های اصولی و به موقع و کاستن از خطاهای احتمالی از طریق ایجاد سیستم نظارتی

۱۱- ارتقا مادی و معنوی سطح زندگی افراد و در نتیجه جامعه

در صورتی که نهادها و دستگاههای دولتی و غیردولتی به این موضوع توجه

شرکت‌ها می‌توان تا حدودی به این مهم دست یافت.

- با ایجاد کارگاههایی از سوی شرکت‌های تعاونی روستایی در زمینه: صنایع دستی، تبدیلی و تکمیلی می‌توان به طور مستقیم و غیرمستقیم موجب افزایش نقش زنان در شرکت‌های تعاونی و اقتصادی خانوار گردید.

- با شرکت کارشناس برنامه‌ریز زن در جلسات شرکت‌های تعاونی روستایی و مشارکت فعال آنان، می‌توان گامی مهم را در جهت رفع موانع فرهنگی زنان در جامعه روستایی برداشت و نیز با ایجاد و تشکیل جلسات متعدد کارشناس برنامه‌ریز زن با زنان روستایی می‌توان سطح آگاهی و بینش زنان روستایی را نسبت به مفهوم مسؤولیت، فعالیت‌ها، خدمات و تسهیلات و قوانین حاکم در این گونه شرکت‌ها افزایش داد. این امر موجب مشارکت بیشتر زنان در شرکت‌های تعاونی روستایی و آشنایی با حقوقشان می‌گردد.

- با دسترسی بیشتر زنان عضو به اعتبارات، نهادهای کشاورزی و... می‌توان میزان مشارکت اقتصادی زنان روستایی را ارتقا داد.

با ایجاد واحدهای آموزشی از سوی شرکت‌های تعاونی برای زنان روستایی و نیز تشویق و ترغیب زنان هنرمند به تشکیل کلاسهای آموزشی و انتقال دانسته‌هایشان به سایر زنان می‌توان گام مفیدی را در جهت بهبود مشارکت اجتماعی و فرهنگی زنان روستایی برداشت.

- در نظر گرفتن مقرری یا حقوق ماهیانه جهت زنانی که به صورت مری به آموزش زنان روستایی مشغول هستند. از جمله راهکار توانمندسازی زنان است.

- با تعیین زمان و مکان مناسب جهت تشکیل دوره‌های آموزشی می‌توان میزان استقبال زنان را در این گونه کلاسها افزایش داد.

- با ایجاد و تشکیل بازارچه‌هایی به صورت هفتگی یا ماهیانه در داخل روستاها و روستاهای اطراف می‌توان میزان مشارکت زنان در مدیریت امور اقتصادی خانوار افزایش داد.

- در اختیار گذاردن و تأمین مواد اولیه صنایع روستایی از سوی تعاونی‌ها با قیمت مناسب و ایجاد تنوع در فعالیتها با توجه به فرهنگ روستا به صورتی که زنان وارد این نوع فعالیت شوند. از جمله راههای مفید ایجاد اشتغال زنان است.

- گسترش برنامه‌های آموزشی - فرهنگی در راستای اصلاح نگرش نادرست مردان نسبت به جایگاه اجتماعی زنان و لزوم تغییر بنیادی در فرهنگ فعلی حاکم بر روستا در جهت تثبیت تساوی حقوق زنان و مردان در این راستا اهمیت ویژه‌ای دارد، البته این تغییر باید به صورت تدریجی صورت گیرد تا موجب آسیب‌رسانی به ساختار خانواده و جامعه روستایی نگردد.

نتیجه‌گیری

ابزاری که می‌توان در رفع موانع موجود در مشارکت زنان در روند توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش موثری داشته باشد، تشکیل تعاونیهای زنان بخصوص تعاونیهای زنان روستایی می‌باشد. همان طور که گفته شد توسعه روستایی بدون مشارکت زنان تحقق نمی‌یابد و این تعاونیهای زنان است که می‌تواند با فراهم کردن زمینه‌های لازم برای مشارکت هر چه بیشتر زنان روستایی، از جمله آموزش، هدایت و سازماندهی، نقش موثری در توسعه به ویژه توسعه روستایی، امور کشاورزی و در نهایت توسعه اقتصادی و اجتماعی یک کشور را به همراه داشته باشد.

واقعیت این است که متأسفانه هنوز در جامعه ما زنان این امکان را به دست نیاوردند که به عنوان نیروهای انسانی

توانمند و بالقوه در امور اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی مشارکت پیدا کنند. به نظر می‌رسد که بر عامل فوق باید باورهای غلط از قشر زنان - ضعف در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی - فراهم نبودن زمینه فعالیت زنان در جامعه - عدم خودباوری و اعتماد به نفس در زنان... را نیز اضافه نمود تا بتوان از نیروی عظیم زنان در انواع فعالیت‌های موجود استفاده نمود.

منابع:

- نسرین نسیم، رزا خورشیدی - اشتغال زنان، خودباوری و تعاون، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره
- غلامرضا شعبان پور، نقش تعاونیها در اشتغال و تولید، ماهنامه فرهنگی - اقتصادی و اجتماعی وزارت تعاون، شماره ۱۶۲، اسفندماه ۱۳۸۳
- سیدعبدالحمید محمدی نائینی، نقش تعاونیها در ایجاد اشتغال برای زنان، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره ۱۵۷، مهرماه ۱۳۸۳
- شرکت چندمنظوره بانوان خدیجه کبری خمینی شهر اصفهان - اشتغال بانوان و نقش تعاونیها، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره ۱۱۹، مرداد ۱۳۸۰
- غلامرضا شهرپور - ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره ۱۱۹، مرداد ۱۳۸۰
- روابط عمومی اداره کل تعاون استان سمنان - نگاهی به موقعیت اشتغال بانوان در تعاونیهای استان سمنان، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره ۸۶، آبان ۱۳۷۷
- ایوب‌الفاسم سلیمانی سوچلمانی - بررسی شاخصهای اشتغال در استان مازندران، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره ۸۳، مرداد ۱۳۷۷
- شعبان عزیزی - مقدمه‌ای بر تعاون و تعاونگری، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون شماره ۸۱، خرداد ۱۳۷۷
- احمد بیگدلی شاملو - نقش تعاونیها در ارتقا بهره‌وری ملی، ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی وزارت تعاون، شماره ۸۰، اردیبهشت ۱۳۷۷

نهضت تعاونی در سوئد

● تهیه و تنظیم محمد مهدیزاده

اشاره:

نهضت تعاونی در سراسر سوئد به نحو مناسبی شناخته شده و از موضع قوی و مستحکمی برخوردار است، به گونه‌ای که این نهضت از جمله عواملی بوده که موجبات توسعه کشور سوئد را از یک جامعه سنتی و کشاورزی به یک کشور مرفه و صنعتی فراهم ساخته است. صنعت، باورزی، اقتصاد، مسرف و خردفروشی کالا، ساخت و مدیریت مسکن جزء بخش‌هایی است که تعاونی‌ها در اجرای آنها نقش عمده‌ای را ایفا نموده و برای تداوم آن‌ها کوشا هستند در این کشور تعاونیها در دو قالب تعاونی‌های تولیدی و تعاونی‌های مصرف فعالیت دارند.

واحدهای تعاونی (اقدامات مهم تعاونی)

واژه تعاونی معمولاً به یک واحد اقتصادی که براساس یک اقدام و همیاری مشترک فعالیت می‌کند اطلاق می‌شود. تعاونی شرکتی است که به وسیله گروه‌هایی از مردم که از طریق فعالیت مشترک - به منظور تأمین نیازهای مستقیم خودشان در نقش مشتری‌ها و تهیه‌کنندگان و افراد ساکن یا کارمندان گردهم آمده‌اند تشکیل می‌شود.

در جریان پیدایش تعاونیها در این گونه واحدها بعضی از اصول اساسی تعاونی‌ها توسعه و گسترش یافته است:

۱- عضویت آزاد: عضویت برای همه آزاد است به جز برای کسانی که مقررات مربوطه را نقض نمایند.

۲- به احزاب سیاسی و گروه‌های مذهبی وابستگی نداشته باشند.

قبل از آن وجود داشته‌اند لیکن تا سال ۱۸۵۰ انتخاب نمونه‌های واقعی امکان‌پذیر نبوده است. در آن ایام اولین شرکت تعاونی مصرف در سوئد تشکیل شد این مؤسسات شامل شرکت‌های تعاونی نیاز تأمین ناحیه لاگوندا و هاگوندا بود. البته در طول سال ۱۸۵۰ چندین شرکت تعاونی دیگر نیز تشکیل گردید و به دنبال آن یک موج واقعی از تشکیل تعاونی‌های جدید در سالهای ۱۸۶۰ و ۱۸۷۰ شکل گرفت. دلیل این موج شکل‌گیری این نهضت نیز قانون آزادی بازرگانی سال ۱۸۶۴ سوئد بود. در آن زمان تعدادی از شرکت‌های تولیدی کارگری نیز به موازات تشکیل تعاونی‌ها به وجود آمدند.

به طور کلی باید گفت که تعاونی‌های آن زمان به سرعت رشد یافتند. زیرا تا حد زیادی از حمایت افشار وسیعی از مردم برخوردار بودند. به هر حال نمونه‌هایی از عکس قضیه نیز وجود داشت. یکی از این نمونه‌ها شرکت تعاونی مصرف کلستر در ایالت دلارنا می‌باشد که در سال ۱۸۵۸ تشکیل و تا سال ۱۹۶۶ نیز فعال بوده است. یک نمونه دیگر شرکت تعاونی منطقه غرب سوئد معروف به شرکت تعاونی کارگران ترولاحاتان بود که در سال ۱۸۶۷ تشکیل و تا امروز نیز فعالیت داشته است. این شرکت نیز اخیراً با یک شرکت تعاونی مصرف مشابه ادغام گردیده است.

سال‌های اولیه

دوران نضج نهضت تعاونی سوئد از سال ۱۸۹۰ و دهه‌های بعد از آن است. تا آن زمان انقلاب صنعتی سوئد مدتی بود که آغاز شده بود و بدین ترتیب یک طبقه کارگر در حال رشد در نواحی شهری به وجود آمده بودند لذا نهضت تعاونی مورد حمایت افشار مختلف مردم و توده‌های جامعه قرار گرفت از جمله آنها عبارت بودند از: نهضت اصلاح طلب کلیسا (آزاد)، نهضت میانرو (اعتدالی)، نهضت کشاورزان و شاخه‌های اتحادیه سیاسی سوسال دمکراتیک و نهضت کارگری و آنهایی که در سازمانهای اجتماعی محلی روستایی فعالیت داشتند.

۳- اداره شرکت به طور دمکراتیک انجام شود. هر عضو یک رأی

۴- سوددهی محدود در سرمایه با پرداخت سود سرمایه باید محدود باشد یعنی تشویق پرداخت سود سرمایه به نسبت خرید اعضا انجام شود زیرا یک شرکت تعاونی متشکل از افراد انسانی است نه سرمایه

۵- به منظور هرگونه بسط و توسعه و استقلال اقتصادی داشتن سرمایه کافی الزامی است.

۶- فعالیت‌های آموزشی و اطلاعاتی

۷- گروه کاری تعاونی، شرکت باید دارای گروه‌های کاری جهت انجام کارهای مربوطه باشد.

بخش‌های مختلف نهضت تعاونی سوئد این اصول اساسی را با توجه به ارتباط آنها به ماهیت و ارزشهای تعاونی به طرق مختلفی مورد تفسیر و تعبیر قرار داده‌اند.

معمولاً گفته می‌شود واحدهای تعاونی با توجه به هدف‌ها و ساختارشان شق دیگری از واحدهای خصوصی و عمومی است. همچنین به طور متداول به بخش تعاونی به عنوان نقطه مقابل بخش خصوصی و بخش عمومی صنعت و تجارت اشاره می‌شود.

زمینه و سابقه نهضت تعاونی

به طور کلی نهضت تعاونی در خلال نیمه دوم قرن نوزدهم هنگامی که مردم اروپا مرحله گذار از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد صنعتی را طی می‌نمودند، در انگلستان ظهور یافت در این راستا گفته می‌شود که در آنجا شرکت‌های تعاونی و خصوصی از ابتدای قرن نوزدهم و حتی

آنان بودند درآمدند.

در ابتدای فعالیت، این شرکت‌ها نتوانستند با یکدیگر همکاری نمایند و نتیجتاً فعالیتشان چندان طولانی نبود و تنها در اواخر قرن، آنها شروع به همکاری با یکدیگر نمودند.

در سال ۱۸۹۵ اولین شرکت منطقه‌ای تشکیل گردید ده سال بعد ۱۱ شرکت ملی (قومی) و ۳۸۰ شرکت محلی کشاورزان بوجود آمد. در سال ۱۹۰۵ شرکت تهیه و توزیع محصولات کشاورزی زارغان سوئد تشکیل گردید و در اواخر قرن ۱۹ تعاونی‌های لیبنیاتی و تعاونی‌های کشتارگاهی نیز به وجود آمدند.

در حدود نیمی از منابع جنگلی سوئد تحت مالکیت زارغان سوئد بود و آنها چارچوب تعاونی‌های جنگلداری را در اوایل دهه ۱۹۱۰ سازمان دارند. همزمان تعاونی بانک‌ها نیز بوجود آمد. بهرحال تا اوایل ۱۹۳۰ شاخه‌های نهضت تعاونی سیاست‌ها و ساختار فعلی راه پیدا نکرده بود تا اینکه در سال ۱۹۱۷ (فدراسیون شرکت‌های زارغان سوئد) تشکیل گردید و فدراسیون و اتحادیه ملی زارغان متشکل در ۱۹۲۹ به منظور تشکیل فدراسیون زارغان سوئد در ۱۹۷۰ ادغام گردیدند.

تعاونی‌های تولیدکنندگان

در بخش تعاونی‌های تولیدکنندگان تعاونی‌های کشاورزان از موضع غالبی برخوردار بودند به گونه‌ای که در حدود ۷۵٪ از محصولات کشاورزی از طریق این تعاونی‌ها تولید می‌شد و هدف از تشکیل این گونه تعاونی‌ها تقویت استقلال کشاورزان و تسهیل، تعدیل و تطبیق وضعیت آنان با دوران جدید اقتصادی و تغییر و تحول در فن آوری بود.

از اعضای شاخص سازمان تعاونی کشاورزان مالکان یک شرکت با مقیاس مالکیت متوسط - در واژه‌های نسبتاً بزرگتر بین‌المللی - زراعت خانوادگی بودند که هنوز هم اجزای اصلی این سازمان می‌باشند (میانگین واحد زراعی متوسط حدوداً ۲۶ هکتار یا ۶۶ جریب از اراضی قابل کشت می‌باشد)

تعاونی‌های کشاورزی به فروش

گرفت فعالیت خود را به نیازها و رانندگان حرفه‌ای متمرکز کرد. زمانی که مالکیت اتومبیل گسترده‌تر شد بخش تعاونی مصرف‌کنندگان روغن به طور روز افزونی به صورت یک سازمان برای خودروداران (Motorist) خصوصی درآمد که فعالیت آن به حوزه تولید مواد نفتی به منظور استفاده‌های گرمایشی نیز گسترش یافت.

در خلال سال ۱۹۳۰ هنگامی که کارگران سوئد از حقوق کارگری طولانی مدت برخوردار شدند ضرورت تشکیل سازمانی که می‌توانست مراکز اقامتی با کیفیتی مناسب و با قیمت‌های معقول تأمین نماید احساس گردید. در سال ۱۹۳۷ سازمان آژانس (دفتر نمایندگی) مسافرتی توسط شرکت‌های تعاونی مصرف و اتحادیه‌های تجاری بنام (reso) تشکیل شد. از سال ۱۹۷۶ (رزو) reso با اعضای خود در حالت یک شرکت موثر به صورت یک شرکت معین و کمکی برای kf (یعنی اتحادیه تعاونی و شرکت‌های عمده‌فروشی سوئد) درآمد. نهضت تعاونی ثبت موالید و متوفیات و ازدواج و طلاق جوانترین شاخه تعاونی‌های مصرف است که در سال ۱۹۴۵ به ابتکار تعاونیها و اتحادیه‌های بازرگانی تشکیل گردید و هدف آن پایان دادن به سلطه بخش خصوصی بود که در این زمینه انگیزه آنها نفع شخصی بود. تعاونیهای دفتر ثبت موالید و متوفیات ازدواج و طلاق رشد سریعی را تجربه کردند. بدین ترتیب در اواخر سال ۱۹۷۰ آنها نام فدراسیون ملی شرکت‌های دفاتر ثبت موالید و متوفیات و ازدواج و طلاق (Fomus) را به خود اختصاص دادند.

در زمینه کشاورزی بخش تعاونی نیز به موازات چندین سازمان هم‌مطراز خصوصی توسعه و گسترش یافت و در طول قرن نوزدهم به منظور حمایت از توسعه کشاورزی سازمان‌های متعددی از جمله شرکت‌های رهنی تشکیل گردید و همچنین شرکت‌های تعاونی کشاورزی روستایی و کمیته‌های زراعی منطقه‌ای نیز همزمان با آنها ایجاد شدند که خود به صورت شرکت‌های کشاورزی و زراعی که کلاً مسؤول خرید محصولات کشاورزی

در عین حال اغلب اعضای چندین نهضت عمومی سایر قشرهای مردم بودند. در بسیاری از موارد مدیران شرکت‌های تعاونی شامل نمایندگان محلی بودند. بین سال‌های ۱۸۶۶ و ۱۸۹۹ اتحادیه شرکت‌های تعاونی مصرف به وجود آمد. در سال ۱۸۹۹ از این شرکت‌ها یک سازمان ملی تشکیل شد که اتحادیه تعاونی شرکت‌های عمده‌فروشی سوئد نامیده می‌شد (Kooperative for bumdet). در سال ۱۸۷۳ و سالهای بعد از آن به وسیله کارگران تعدادی از شرکت‌های تعاونی مسکن تشکیل گردید که با استفاده از پس‌اندازهای اعضا و سرمایه و وجوه استقراضی اقدام به ساخت مسکن نمودند اما متأسفانه این شرکت‌ها با مشکلات اقتصادی مواجه شدند و نحت تاثیر و نفوذ شرکت‌های خصوصی قرار گرفتند. در عین حال اعضای این گونه شرکت‌ها خسارات قابل توجهی را متحمل شدند. تنها در سال ۱۹۲۰ به همت و ابتکار سازمان‌های اجاره‌نشینان محلی تعدادی از تعاونی‌های مسکن جدید و فعال تشکیل گردید. در سال ۱۹۲۳ شرکت تعاونی ساختمانی و پس‌انداز اجاره‌نشینان در استکهلم و در سال ۱۹۲۴ فدراسیون ملی HSB تشکیل گردید. در سال ۱۹۴۰ سایر سازمانهای مربوط به شرکت‌های تعاونی مسکن و نیز سازمان مسکن تعاونی اتحادیه‌های تجاری به ابتکار اتحادیه بازرگانی تشکیل گردید که هدف آنها ساخت مسکن مناسب و تأمین اشتغال در حوزه ساختمانی و صنایع ساخت مصالح ساختمانی بود.

اولین شرکت تعاونی بیمه نیز به منظور ترویج و توسعه سیاست‌های بیمه‌ای و توسعه مالکیت‌های خصوصی در قالب شرکت تعاونی KF در سال ۱۹۰۸ سازمان یافت و در سال ۱۹۲۴ شرکت بیمه عمر عمومی تأسیس گردید. در سال ۱۹۲۵ دو شرکت بیمه تحت مدیریت واحدی با هم ادغام گردیدند که مآلاً به نام فالکمن Folksman نامیده شد.

در اوایل قرن بیستم بخش تعاونی خودروداران و مصرف‌کنندگان روغن در مقیاس محدودتری ظهور یافت لیکن تا سال ۱۹۴۵ هنگامی که اتحادیه آنها شکل

مهم که تعاونی‌های مصرف و شاخه‌های اتحادیه‌های سیاسی و تجاری نهضت کارگری از نظر ایدئولوژی دارای وجوه مشترکی با هم بودند نهضت تعاونی مصرف در سوئد استقلال رسمی خود از احزاب سیاسی به دقت حفظ نمود. امروزه جنبش تعاونی مصرف در سوئد دارای شش شاخه اصلی است که این شعب قانوناً سازمانهای مستقلی هستند این شعب جدا از تعاونی reso است که جزئی از KF می‌باشد.

اتحادیه تعاونی کنوم KF و شرکت تعاونی عمده‌فروشی سوئد

KF، یک سازمان ملی شرکت‌های تعاونی مصرف مستقل سوئد است. تعداد اعضای شرکت‌ها کاملاً متفاوت می‌باشد به طوری که در سال ۱۹۸۹ بزرگترین آنها ۲۲۴۹۴۸ نفر و کوچکترین آن ۶۵ نفر عضو داشتند و در مجموع دو میلیون نفر در سوئد عضو این شرکت می‌باشند.

اتحادیه تعاونی KF و شرکت‌های تعاونی عمده‌فروشی سوئد وظایف مشترکی در زمینه شرکت‌های خرید، ساخت مسکن، بانکداری، انتشارات و فعالیتهای آموزشی به عهده دارند. KF بیش از ۸۰ بخش خرید دارد و خرید مشترک کالاها هم در سوئد و هم در دیگر کشورها انجام می‌شود. قسمتی از خریدهای خارجی در تشریک مساعی با بخش‌های تعاونی سایر کشورها عملی می‌شود. KF تعدادی کارخانه صنایع غذایی نظیر آسیاب‌ها، نان‌پزی‌ها، کارخانه‌های بسته‌بندی گوشت و کنسروسازی برای خود دارد.

بعلاوه KF کارخانه‌های دیگری را در مالکیت خود دارد که به بخش‌های تعاونی و غیر آنها فروش می‌کند همچنین قسمت زیادی از تولیدات آنها به خارج صادر می‌شود. این کارخانه‌ها به صورت یک گروه از شرکت‌های صنعتی KF تجمع یافته‌اند. این گروه شامل شرکت‌های تولیدکننده مقوای، روغن‌های نباتی، روغن‌های مربوط به صنایع غذایی تبدیلی، ظروف بهداشتی، لاستیک‌های انومبیل، پلاستیک‌ها و غیره می‌باشد. برای اینکه بتوان غذاها و سایر فرآورده‌های ویژه را

۵۰۰ واحد بود. بخش سازمانهای کشاورزان اتحادیه تجاری که در حدود ۱۴۵۰۰۰ عضو داشت نیز به صورت ۱۵۵۰ شعبه محلی و ۲۶ انجمن ایالتی و استانی سازمان داده شد. یک فرد کشاورز معمولاً از جانب اتحادیه تجاری عضو یک سازمان محلی و از جهت اقتصادی عضو یک یا چند شرکت تعاونی محسوب می‌شود. فعالیت‌های اتحادیه اقتصادی و تجاری معمولاً در مجمع عمومی سالیانه و هیأت‌های مدیره به صورت یکسان جمع‌بندی می‌شود.

از نظر بین‌المللی Lrf یکی از اعضای فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان کشاورزی (IFAP) یا اتحادیه بین‌المللی تعاون ICA، کنفدراسیون کشاورزی اروپا (CEA) و انجمن مشترک سازمانهای کشاورزان کشورهای (سوئد - نروژ - دانمارک - فنلاند) می‌باشد.

زارعان سوئدی با تشکیلها و کشاورزان کشورهای در حال توسعه از طریق مرکزی در تعاونی‌های سوئد (SCC) که یک مجموعه مشترک از سازمانهای تعاونی سوئد برای آن منظور است همکاری می‌نمایند. مرکز تعاونی‌های سوئد (SCC) از تعاونی‌ها و سایر سازمانهای فعال در بسین زارعان بویژه در شرق آفریقا و آمریکای مرکزی حمایت می‌کند.

تعاونی‌های مصرف

اولین شرکت تعاونی مصرف سوئد اساساً در نتیجه ابتکارانی در سطح محلی بوجود آمد. دلیل این امر آن بود که مردم در شهرهای کوچک و کارگران کشاورزی نیاز به غذا و لباس داشتند با مشکل بدست آوردن این کالاها در نواحی روستایی مواجه شده و به مغازه داران خواروبار فروشی بدهکار می‌شدند. شیوه تعاونی در ابتدا اغلب به وسیله گروه‌های انساندوست ظهور پیدا کرد که درصدد کمک به حل مسائل اجتماعی که در آن زمان بدین نام بود، در این دوره به علت عدم فقدان ایدئولوژی ضد سرمایه‌داری، نظریه تعاونی ابتدا از ناحیه جنبش کارگری که در حال ظهور بود با اکراه و مخالفت‌هایی مواجه گردید، اما علیرغم فشارهای اصلاح‌طلبانه‌ای که جنبش کارگری در سوئد با آن روبرو شد و نیز این

تضمینی محصولات کشاورزی با قیمت‌های ثابت پرداخته و به توسعه تولید در بازاریابی توجه می‌نمایند این گونه تعاونی‌ها به تنظیم سیستم بازار و تعادل اضافه تولید و کمبودها کمک نموده و به تأمین ذخایر غذایی اقدام می‌نمایند. حتی در یکنواخت کردن قیمت‌های مواد غذایی مسؤولیت‌هایی را هم اکنون نیز عهده‌دار هستند. این شرکت‌ها شامل ۱۶۰ شعبه مختلف شدند که مهمترین آنها تولید لبنیات، تولید گوشت، جنگلداری، توزیع و اعتبارات است.

ایده و هدف تعاونی‌های کشاورزی در برنامه عمومی Lrf مصوب سال ۱۹۷۹ تصریح شده است اصول اولیه آنها اساساً منتج از اصول مصوب اتحادیه بین‌المللی تعاون است (به قسمت‌های قبلی مراجعه شود) لیکن در بعضی نکات، آنها خود را با ماهیت تعاونی‌های کشاورزی به ویژه در اصول اساسی ذیل وفق داده‌اند.

از سال ۱۹۲۰ تعاونی‌های کشاورزی به عنوان مجموعه‌ای از سازمانهای حاضر شرایط لازم برای توسعه مورد تأیید سیاست رسمی کشاورزی دولت سوئد می‌باشند. کشاورزان از طریق سازمانهای مربوطه در مذاکراتی که منجر به توافق‌نامه ملی کشاورزی سال ۱۹۴۷ در تصمیمات مشارکت داده شدند. بر طبق این موافقت‌نامه هدف عبارت بود از «تأمین فرصت برای جامعه کشاورزی به منظور بدست آوردن درآمدی معادل با سایر طبقات جمعیتی از نظر درآمد، به گونه‌ای که این گروه بتوانند در رقابت با قیمت‌های متداول در سطح واردات و صادرات توان لازم را بیابند. بدین ترتیب زارعان درآمدشان را از فروش محصولات در بازار، جایی که تعاونی‌های کشاورزی دارای اهمیت شایانی هستند بدست می‌آورند.

Lrf یکی از اعضای هماهنگ کننده مرکزی و اتحادیه تجاری فعالیت‌های اقتصادی کشاورزان سوئد می‌باشد.

در سال ۱۹۸۹ نهضت تعاونی کشاورزی مرکب از ۱۵ سازمان ملی با بیش از یک میلیون عضو کلیه فعالیت‌های خود را از طریق Lrf هماهنگ کرد در آن ایام به طور تقریبی تعداد شرکت تعاونی

امروزه تعاونی‌ها در جامعه سوئد از اهمیت زیادی برخوردارند آنها سازمان‌هایی هستند که به مقوله نهضت‌های مردمی تعلق دارند. قسمت مهمی از توسعه تعاونی‌ها ناشی از آمادگی و بسیج مردمی، جذب اعضا و نفوذ آنهاست. مسأله عمده واحدهای تعاونی در امروز و در آینده حفظ، توسعه و تقویت این ویژگی‌هاست.

ساختمانهای تک واحدی و واحدهای آپارتمانی و نیز ساختمانهای تکمیلی نظیر مرکز مراقبت‌های روزانه، مدارس، مراکز خرید و غیره ساخته و مدیریشان را به عهده دارد. بسیاری از خانه‌هایی که به وسیله بخش تعاونی ایجاد نشده‌اند برای ساکنین آنها به صورت اجاره به شرط تملیک تهیه

مورد آزمایش قرار داد Kf برای خود آزمایشگاههایی را دراختیار دارد. بخش‌های تعاونی در کشورهای نوردیک (سوئد - نروژ - دانمارک - فنلاند) به طور مشترک برای حل مشکلات اقدام می‌کنند شرکت‌های تعاونی مصرف از نظر قانونی واحدهای مستقلی هستند (انجمن‌های اقتصادی) که متعلق به اعضای آنها می‌باشد. بسیاری از واحدهای مختلف خرده‌فروشی (اداره فروشگاههای لاموس، بازارهای بزرگ OBS و فروشگاههای مبلمان داخلی، بازارهای بزرگ، سوپرمارکتهای، فروشگاههای خدمات رفاهی) به وسیله ۱۳۵ شرکت محلی که مجموعاً بیش از ۱۸۰۰ بازار فروش دارند اداره می‌شوند.

شرکت‌های تعاونی همچنین برنامه‌های با ارزش آموزشی و مطالعاتی را هم برای مقامات منتخب خود و دیگران متقبل می‌شوند.

سهم تعاونی‌ها در بازار سوئد بدین شرح است:

مجموع خرده‌فروشی ۱۵/۵٪
 مجموع خرده‌فروشی غذایی ۲۰٪
 مجموع خرده‌فروشی غیرغذایی ۹/۸٪
 مجموع خرده‌فروشی سوپرمارکتی ۲۷/۳٪
 مجموع خرده‌فروشی در بازار ۵۴/۹٪
 در سازمان تعاونی مذکور در زمینه ساخت مسکن HSB یک سازمان مستقل است که ۶۵۰۰۰۰ نفر عضو دارد که از این تعداد ۳۳۰۰۰۰ نفر در خانه‌های HSB زندگی می‌کنند در حالی که ۳۴۰۰۰۰ نفر از چنین خانه‌هایی برخوردار نیستند HSB شامل ۱۴۰۰۰ شرکت تعاونی مسکن‌سازی است، علاوه بر شرکت‌های خانه‌سازی و شرکت‌های پس‌انداز مسکن، Riksbbyggen به عنوان یک فدراسیون ملی شامل بخش اتحادیه تجاری، اتحادیه تعاونیهای مصرف و سایر سازمانهای محلی و ملی می‌شود که به عنوان عضو به ترویج تعاونی ساخت مسکن علاقه‌مند هستند.

در سال ۱۹۸۸ تعاونی‌های یاد شده دارای ۲۱۵۰۰۰ واحد مسکونی و تعداد قابل توجهی ساختمانهای بازرگانی، مدارس و غیره ساخته‌اند. همچنین بخش خانه‌سازی تعاونی خانه‌هایی را به صورت

هنگام هر نوع تغییر مکان یا نقل و انتقالی آنها می‌توانند حق استیجاری خود در شرکت را به قیمت روز بازار به فروش برسانند.

تولید تعاونی‌های مسکن در حدود ۳۰٪ از تولید سالیانه مسکن سوئد می‌باشد و علاوه بر این تعاونی فالکسام Folksam در سال ۱۹۲۵ تشکیل شد که یک اتحادیه شرکت تعاونی بیمه‌ای می‌باشد.

این تعاونی در زمینه سیاست‌گذاری بیمه‌ای فعال می‌باشد که دارای یک هیأت عالی رتبه تصمیم‌گیری با ۱۰۸ نماینده از اعضا است که در مجامع عمومی شرکت می‌نمایند، از این تعداد تعاونی‌های مصرف ۳۶ نماینده، کنفدراسیون اتحادیه بازرگانی سوئد (I.O) ۳۶ نماینده، سازمان‌های اتحادیه بازرگانان، یقه سفیدها، ۱۸ نماینده و شرکت‌های تعاونی مسکن و مصرف‌کنندگان روغن ۱۸ نماینده در آن دارند.

فعالیت عمده فالکسام Folksam عملاً تأمین انواع بیمه‌ها می‌باشد بیشتر کارهای آن از نوع معمولی کارها نظیر بیمه مالکیت خانه و ماشین (آپارتمان، خانه‌های تک واحدی و خانه‌های رفاهی یا استراحتگاهی) است و افزون بر این در بیمه‌های اجتماعی بویژه در همکاری با اتحادیه‌های بازرگانی دارای اهمیت است. این شرکت به صورت یکی از شرکت‌های بزرگ بیمه‌گری سوئد است و هرگاه کسی مشمول طرح‌های بیمه تأمین اجتماعی

شده است. در این گونه موارد با عقد اجاره یک مکان، مالکیت استیجاری به طور مشترک در اختیار شرکت تعاونی مسکن قرار گرفته و بوسیله آنها اداره می‌شود. فعالیت اینگونه شرکت‌ها به وسیله یک قانون خاص در چارچوب مقررات HSB تنظیم می‌شود. وضعیتی که در هر سازمانی برای همه تعاونی‌ها دارای وجوه مشترکی می‌باشد. مالکیت استیجاری این حق را به عضو می‌دهد که از یک آپارتمان یا یک واحد مسکونی دیگر برای مدت زمان نامحدودی بر طبق مقرراتی که در شرایط تعاونی‌های مسکن تعیین شده است استفاده کند.

در بیش از ۹۵٪ و در بعضی موارد ۹۹٪ از مجموع هزینه‌های یک طرح مسکن‌سازی طرح‌های ساخت از طریق وام‌های رهنی یارانه‌دار دولتی تأمین می‌شود. اعضای یک شرکت تعاونی خانه‌سازی معمولاً با تأمین بودجه یک بنای ساختمانی با پوشش بقیه اعضا از طریق پرداخت ورودیه اصلی و با پیش قسط در این امر مشارکت می‌کنند.

با داشتن چنین حق استیجاری از یک شرکت تعاونی (مالکیت استیجاری) اعضا بیش از مستأجری که یک قرارداد اجاره‌ای امضا کرده است دارای حق استفاده وسیع از یک واحد مسکونی می‌باشند ضمن اینکه از یک حق دمکراتیک نیز در مدیریت یک شرکت تعاونی مسکن برخوردار می‌باشند و به

باشند شرکت از طرف I.O و کنفدراسیون کارکنان دولت سوئد (SAF) وارد عمل می‌شود. در سال ۱۹۸۹ فولکسام عملیاتی با حجم حق بیمه‌ای معادل ۱۱۶۲ میلیون SEK را انجام داد. در خلال همین سال فولکسام تخمین می‌زد که می‌تواند حدود ۸/۲ میلیون SEK را جهت سرمایه‌گذاری جدید در اختیار بازار سرمایه قرار دهد.

سهم فولکسام از مالکیت خصوصی سوئد و بازار بیمه اجتماعی برحسب مقوله مربوطه از ۱۶٪ تا ۶۱٪ متغیر می‌باشد. این شرکت بیش از ۱۷ میلیون طرح‌های بیمه‌ای را اداره کرده و بیش از نیمی از جمعیت سوئد به وسیله آن تحت پوشش قرار گرفته‌اند.

از سال ۱۹۴۵ اتحادیه K5 به صورت یک سازمان ملی برای انجمن‌های محلی و منطقه‌ای درآمد است معمولاً ۱۶ مورد از آنها مسؤول انجام خدمات ایستگاه‌ها و تسهیلات خدمات ماشینی (۱۹۹۵۰ بیش از ۶۰۰ واحد) از جمله تهیه و تأمین فرآورده‌های نفتی به منظور تولید گرما می‌باشند. در این بخش از نهضت تعاونی همانند سایر جاها زمانی تعداد قابل توجهی از سازمان‌های محلی وجود داشت لیکن به طور عمده در سال ۱۹۶۰ به صورت شرکت‌های بزرگ در هم ادغام شدند. به طوری که از سال ۱۹۸۶ اتحادیه OK و شرکت دولتی سوئد پترلیوم AB به صورت یک شرکت نفتی جدید، بنام OK پترلیوم AB ادغام شده است و شرکت نفتی دولتی فنلاند Nestey نیز به آن شرکت پیوسته است. OK که واردکننده نفت می‌باشد در مشارکت با نورسک هیدرو جزء سهام‌داران پالایشگاه راف می‌باشد.

OK حدود ۲۱٪ از مجموع بازار فرآورده‌های نفتی سوئد را در اختیار دارد و سهم آن از بازار بنزین حدود ۱۹٪ می‌باشد. فونوس فدراسیون ملی شرکت‌های کفن و دفن (تدفین) بزرگترین شرکت تشییع و تدفین سوئدی است و تنها شرکتی است که در سطح ملی به ارائه خدمات می‌پردازد. این شرکت دارای مالکیت تعاونی است و در حدود ۲۵۰ دفتر و نماینده در سوئد دارد. فونوس کارشناسی را در همه جنبه‌های تشییع

مورد استفاده قرار می‌دهد و دارای کارخانه تولیدی و صنعت سنگ تراشی است فونوس همچنین تصدی ۳۵٪ همه مراسم تدفین را به عهده داشته در موارد زیر نیز کمک‌ها و همکاری لازم را به عمل می‌آورد:

- همه موارد محلی و تشریفات مربوط به مراسم تشییع جنازه، تدفین در سوئد و خارج از آن
- اداره و صورت‌برداری املاک و دارایی، تقسیم ارثیه، پیش‌نویس وصیت‌نامه و توافق نامه‌های مالی قبل از ازدواج و واگذاری هدایا و غیره.
- در حدود چهارچوب خدمات مشاوره‌ای حقوقی فونوس همچنین کمک‌هایی را در مسائل مربوط به مالیات معمول می‌دارد.

موسسه تعاونی Koopi (کویی)

مؤسسه تعاونی کویی Koopi فعالیت‌های خود را در سال ۱۹۷۵ با هدف گسترش و توسعه نظریه‌های تعاونی مصرف در جامعه و افزایش همکاری فی‌مابین بخش‌های مختلف تعاونی در سوئد و در خارج از آن آغاز نمود. Koopi یک مؤسسه پیشرفته از سازمان‌های تعاونی است و اعضای آن سازمانهای تعاونی Fonus - Folksam, HSB, OK, KF, Riksbyggen می‌باشند. طبق قراردادی که در سال ۱۹۹۰ منعقد شد Ire, فدراسیون زارعان سوئد یکی از اعضای وابسته آن شد، مفهوم وجودی Koopi ارتقاء و توسعه فعالیت‌های تعاونی و عملیات اقتصادی و بازرگانی و نیز تأمین نیاز واحدهای عضو و دیگر شرکای علاقه‌مند به چنین خدماتی به شرح زیر می‌باشد:

- اطلاعات و آموزش تشکل اندیشه
- تحقیق و برنامه‌ریزی کاری
- مسائل توسعه تعاونی
- خدمات مشاوره‌ای و تجربه انتشاراتی
- Koopi با مقامات ملی و بسیاری از سازمانهای تعاونی در سطوح مرکزی، منطقه‌ای و محلی همکاری می‌کند. در چهارچوب پست‌های دولتی، وزارت مدیریت عمومی وظیفه هماهنگی تعامل

دپارتمانهای مختلف حکومتی در داخل بخش تعاونی را برعهده دارد. و در حال حاضر در رأس شورای تعاونی که از طرف دولت منصوب شده و تماس‌هایی مابین دولت و سازمانهای تعاونی را برقرار می‌سازد قرار دارد. Koopi هم اکنون نمایندگی شورا را عهده‌دار است.

در سطوح منطقه‌ای و محلی نیز سازمانهای توسعه تعاونی‌های محلی I.KU و گروه‌های مشترک تعاونی Koopsam وجود دارند که با بهره‌برداری در زمینه‌های مختلف به طور مثال اقدامات اطلاعاتی، خدمات مشاوره‌ای و آموزشی را انجام می‌دهند امروزه آنها در بیش از ۳۰ محل نماینده دارند.

انواع دیگر تعاونیها

غیر از سازمانهای تعاونی که نهضت تعاونی را در سوئد شکل داده‌اند سازمانهای دیگری نیز وجود داشته و هنوز هم وجود دارند که از نظر درجه اهمیت عناصر تعاونی و نیز از جهت ساختاری متفاوت می‌باشند. آنها معمولاً تعاونی‌های نسبتاً کوچکی هستند که با سازمانهای فوق‌الذکر دارای ارتباط کمی بوده و هیچگونه رابطه‌ای نداشته‌اند. واژه (تعاونی جدید) که امروزه بکار برده می‌شود اشاره به آن نوع از فعالیت‌های تعاونی دارد که در طول ۱۰ یا ۱۵ سال گذشته بوجود آمده‌اند. امروزه همکاری و نوع تشریک مساعی ناشی از نیاز در بخش‌های مختلف جامعه است و در بخش عمومی نیز در این زمینه رشد سریعتری دیده می‌شود.

در حال حاضر (۱۹۹۰) حدود ۶۰۰ تعاونی خانوادگی و همچنین یک نوع شرکت حمایتی ویژه برای تعاونی‌های خانوادگی پرورشگاههای روزانه وجود دارد. سازمانهای تعاونی مسکن Hsbh, Rikobyggen در احیاء بخش عمومی نقش عمده‌ای را ایفا می‌کنند. خدمات مسکونی گسترده، مراقبت از اطفال و بزرگسالان و کارهای مربوط به محیط و انرژی زمینه‌های برجسته‌ای برای سال ۱۹۹۱ می‌باشد.

به غیر از سازمانهای تعاونی تشکیل شده بخش خدمات خصوصی به طور

تخمینی حدود ۲۰۰۰۰ کارمند در اختیار دارد که این رقم البته چندان قابل توجه نیست. بالاتر از همه این امر اشاره‌ای است به واحدهای متعدد اقتصادی جدید. یک نوع از واحدهای تعاونی که به طور نسبی در اواخر سال ۱۹۷۰ و اوایل سال ۱۹۸۰ توجه زیادی را به خود جلب کرد تعاونی‌های به اصطلاح کارگران بوده است. در بین سالهای ۱۹۸۴ و ۱۹۸۹ یک پروژه مشترک به وسیله موسسه تعاونی دولت به مورد اجرا گذاشته شد و در این رابطه به جوانان بیکار زیادی درباره جگونگی آغساز بکار (راه‌اندازی) تعاونی‌های کارگران اطلاعات، آموزش و مشاوره‌های لازم داده شد.

از سال ۱۹۸۷ یک برنامه تکمیلی توسعه در حمایت از تعاونی‌های جدید در سطوح مرکزی و منطقه‌ای و محلی به مورد اجرا گذاشته شده است. یک تصمیم سیاسی جدید که فرار است در سال ۱۹۹۰ در رابطه با موضوع اتخاذ شود. آن است که شورای تعاونی رویکردهای انجام یافته در خلال این سالها را مورد ارزیابی قرار داده و در طول سال ۱۹۹۰ تصمیم گرفته و خواهد شد مبنی بر اینکه آیا این برنامه ادامه پیدا خواهد کرد یا نه؟

تعاونی‌ها و اقتصاد مختلط

وضعیت سوئد معمولاً امروزه به صورت یک اقتصاد مختلط توصیف می‌شود. ترکیبی از انواع شرکت‌ها و نمونه‌های مالکیتی. برای زمان طولانی کشور به وسیله سوسیال دمکرات‌ها اداره شده است اما دولت‌های سوئد به طور سنتی ترجیح داده‌اند که به منظور منافع ملی و رفاه اجتماعی به وسیله دخالت‌های سیاسی و حقوقی از اقتصاد رفاهی حمایت و دفاع نمایند و نه از طریق مالکیت دولتی. وظایف و عملکردهای بخش تعاونی به عنوان یک «نیروی سوم» یا «آلترناتیوسوم» در مقابل مالکیت خصوصی یا دولتی مبتنی بر اصل آزادی عضویت بوده و بدین وسیله از حمایت وسیع عمومی برخوردار بوده است. در بعضی از بخش‌های معین - بویژه تعاونی‌های مصرف - این بخش به عنوان یک نیروی بازدارنده از طرف

جامعه عمل کرده است. به طور نمونه در امر قیمت‌گذاری کالاها در دهه‌های گذشته تعاونی‌های مصرف در مبارزه با کارتل‌های بخش خصوصی رقیبی که هر چند امروزه نقش نه چندان موثری را ایفا می‌کنند از شهرت خوبی برخوردارند.

در سال ۱۹۷۶ برای اولین بار تا آن زمان دولت سوئد کمیسیون را برای بررسی کامل نیازهای ویژه توسعه وضعیت بخش تعاونی تعیین نمود. در بین موارد دیگر کمیسیون اعلام داشت که از نقطه نظر رفاه اجتماعی تعاونی‌ها یکی از شکل‌های بسیار ارزشمند از سازمانهای اقتصادی برای آینده می‌باشند. به موازات این امر کمیسیون توصیه‌هایی را ارائه کرده است که در مقابل سایر مشاغل برای تعاونیها مشابه امکانات بالقوه توسعه و پیشرفت را فراهم می‌کند. پارلمان سوئد نیز اقداماتی در مورد این پیشنهادات انجام داده است.

در طی سال ۱۹۹۰ مابین دولت و پارلمان در رابطه با وضعیت واحدهای تعاونی به منظور یکسان‌سازی مالیاتی و رفع موانع قانونی تجارت بر طبق مقررات قانون‌گذاری مباحثات و مذاکراتی به عمل آمد سازمانهای تعاونی بعضی از پیشنهاداتی را که بوسیله دولت و کمیسیونهای رسمی مطرح شده بود مورد انتقاد قرار داده‌اند. به عنوان نمونه مواردی مبنی بر اینکه واحدهای تعاونی در شرایط قابل مقایسه با واحدهای اقتصادی خصوصی توانایی قابل توجهی نداشته‌اند این در حالی است که ویژگیهای ذاتی واحدهای تعاونی را هم به عنوان یک نهضت توده‌ای و هم به صورت یک نوع کار و شغل تهدید می‌کند!

اهمیت تعاونی‌ها در جامعه امروزی سوئد

برای تهیه تصویر کلی از مجموع گستره نهضت تعاونی در سوئد امروز باید یادآور شد که ۵٪ کل اشتغال، ۷/۵٪ اشتغال صنعتی و ۵٪ تولید صنعتی را در برمی‌گیرد. حجم عملیات در هر یک از زمینه‌های مربوطه قابل توجه می‌باشد. تخمین اهمیت کیفی تعاونی‌های سوئد امکان‌پذیر نمی‌باشد اما از نقطه نظر کیفی

صرف بدیهی است که بسیار با اهمیت هستند.

تخمین زده می‌شود که از هر سه خانواده سوئدی دو خانواده با نهضت تعاونی در ارتباط می‌باشند. در سال ۱۹۹۰ نیم میلیون واحد مسکونی تعاونی در سوئد وجود داشته است.

در سال ۱۹۹۰ شرکت‌های تعاونی مصرف در حدود ۲۰٪ از فروش کالاهای روزمره را به خود اختصاص داده‌اند گروه Kf یعنی Kf و شرکت‌های اصلی و فرعی آن یکی از گروه‌های بزرگ کمپانیهای سوئد می‌باشند.

مابین یک ونیم تا دو سوم از مجموع غذای مصرف شده در سوئد به وسیله زارعانی تولید می‌شود که متعلق به تعاونیها هستند. در بعضی از مقوله‌های تولیدی درصد آن اساساً بیشتر است: ۹۹٪ از مجموع شیر، ۸۰٪ (از نظر ارزشی) همه تولیدات گوشتی، بیشتر این تولیدات در کارخانه‌هایی که مالکیت آنها متعلق به تعاونیهای زارعان است فرآوری و تولید می‌شود.

در بین آنها سازمانهای متعدد تعاونی مجموعاً ۸۰ هزار مأمور منتخب در اختیار دارند.

امروزه تعاونی‌ها در جامعه سوئد از اهمیت زیادی برخوردارند آنها سازمان‌هایی هستند که به مقوله نهضت‌های مردمی تعلق دارند. قسمت مهمی از توسعه تعاونیها ناشی از آمادگی و بسیج مردمی، جذب اعضا و نفوذ آنهاست. مسأله عمده واحدهای تعاونی در امروز و در آینده حفظ، توسعه و تقویت این ویژگیهاست.

همکاری بین‌المللی

نهضت بین‌المللی تعاون برای تشکیل اتحادیه بین‌المللی تعاون که نماینده بیش از ۲۰۰ سازمان عضو در ۸۰ کشور با عضویت پیوسته ۸۰۰ میلیون نفر می‌باشد، فعالیت‌های زیادی را به انجام رسانده است. هدف این سازمان ارتقاء توسعه تعاونی در جهان می‌باشد و امروزه از نظر اهمیت در رده بزرگترین سازمان متشکل از اعضا اتحادیه بین‌المللی تعاون قرار دارد.

رسیدگی به شکایات و نظارت در وزارت تعاون

در روایات

و احادیث اسلامی؛ مقوله

احقاق حق و لزوم استماع شکایات و وجود

مرجع قضایی صریحاً

مورد توصیه

قرار گرفته

است:

«و تجلس لهم مجلساً

عاماً متواضع فيه... الذی خلقتک، و تعد عنهم جندک

و اعوانک من احراسک و شرطک، حتی یکلمک متکلمهم غیرممتنع

فانی سمعت رسول!... (ص) یقول فی غیرموطن: (لن تقدس امه

لا یؤخذ للضعیف فیها حقه من القوی غیرممتنع)».

«در مجلس عمومی بنشین، پس در برابر خداوندی که تو را

آفریده است، فروتنی کن و لشکریان و دربانان از نگهبانان و

پاسبانان خود را از آنها باز دار تا سخنگوی ایشان بی لکنت و

گرفتگی زبان و بدون ترس و نگرانی سخن گوید، زیرا از پیامبر

(ص) بارها شنیدم که می فرمود:

هرگز امتی پاک و آراسته نگردد که در آن امت حق ناتوان، بی

لکنت و ترس، از توانا گرفته نشود.»

آیا وظیفه وزارت تعاون رسیدگی به شکایات اعضای تعاونیها

است؟

آیا رسیدگی به شکایات همه نظارت مستتر در قانون بخش

تعاونی است؟

براساس مفاد ماده ۶۵ قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری

اسلامی ایران وزارت تعاون به منظور اعمال نظارت دولت در

اجرای قوانین و مقررات مربوط به بخش تعاونی و حمایت و

پشتیبانی از این بخش تشکیل شده است.

از وظایف و اختیارات وزارت تعاون نظارت بر حسن اجرای

قوانین و مقررات بخش تعاونی است که در بند ۱ ماده ۶۶ لحاظ

شده است.

به استناد بند ۱۷ ماده ۶۶ قانون بخش تعاونی وزارت تعاون

می تواند در صورت احراز تخلف در اداره امور شرکتها یا

اتحادیه های تعاونی مراتب را به دادگاه صالح اعلام و دادگاه

موظف است خارج از نوبت در رسیدگی مقدماتی در صورت

احراز تخلف حکم تعلیق مدیران شرکتها و اتحادیه های تعاونی

یاد شده را صادر نماید در این صورت وزارت تعاون موظف است

به طور موقت افرادی را برای تشکیل مجمع عمومی و انتخاب

هیأت مدیره جدید منصوب نماید.

- جلوگیری از

فعالیت اشخاص حقیقی یا

حقوقی که به هر نحو از نام یا عنوان تعاونی

سوءاستفاده می کنند از

وظایف وزارت

تعاون تلقی

شده است.

سلب مزایا از

تعاونیهایی که بر خلاف قانون و مقررات بخش

تعاونی عمل نموده و یا برخلاف اساسنامه مصوب اقداماتی کرده

باشند از وظایفی است که در بند ۲۹ ماده ۶۶ قانون بخش تعاونی

برای وزارت تعاون در نظر گرفته شده است.

در ماده ۶۸ قانون بخش تعاونی نظارت بر انتخابات شرکتها و

اتحادیه تعاونی و اتاق تعاون انجمنی متشکل از نمایندگان

وزارتخانه های تعاون و کشور و قوه قضائیه و دو نفر از اتاق تعاون

به ریاست وزارت تعاون پیش بینی گردیده است.

- نظارت در کلیه امور تعاونی طبق ماده ۱۰ قانون بخش

تعاونی و براساس اساسنامه شرکت های تعاونی از حق اعضا ذکر

شده است.

- براساس ماده ۳۰ قانون، مجمع عمومی بالاترین مرجع اتخاذ

تصمیم و نظارت در امور شرکت های تعاونی می باشد و به استناد

تبصره یک ماده مذکور در شرکت های تعاونی هر یک از دستگاهها

و شرکت های دولتی، بانکها، شورا های اسلامی کشوری و سازمان های

عمومی که در تعاونی مشارکت یا سرمایه گذاری کرده اند می توانند

نماینده ای برای نظارت و بازرسی در تعاونی و شرکت در جلسات

مجمع عمومی و هیأت مدیره به عنوان ناظر داشته باشند.

- به استناد بند ۵ ماده ۳۷ قانون بخش تعاونی، نظارت بر

مخارج جاری تعاونی و رسیدگی به حسابها و ارائه به بازرسی یا

بازرسان و تسلیم به موقع گزارش مالی و ترازنامه تعاونی به مجمع

عمومی از وظایف و اختیارات هیأت مدیره قید شده است که

اسناد و مدارک آن جهت نظارت باید در اختیار مجمع عمومی

قرار گیرد.

- آنچه که به صراحت از عنوان رسیدگی به شکایات در قانون

بخش تعاونی نامبرده شده بندهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ ماده ۴۱ قانون در

ارتباط با وظایف بازرسان است:

۱- نظارت مستمر بر انطباق نحوه اداره امور تعاونی و

عملیات و معاملات انجام شده با اساسنامه و قوانین و مقررات و

دستورالعمل های مربوطه

● عباس نوروزی بیجندی*

مفاد ماده‌های ۱۰، ۳۰، ۳۷، ۴۱، ۴۴، ۵۰، ۵۷، ۶۳، ۶۵، ۶۶ و ۶۸ قانون بخش تعاونی به آن اختصاص یافته است. مسؤلیت نظارت بر اجرای صحیح قانون و مقررات بخش تعاونی و حسن جریان امور به نحوی طراحی شده که لزوم تبیین حدود وظایف و اختیارات را ضروری ساخته است. اما اعضا به نحوی و با چه مکانیزمی بر امور تعاونی نظارت نمایند. نحوه نظارت مجمع عمومی بر امور جاری شرکت و عملکرد مدیران چگونه است؟ اتحادیه‌ها و اتاقهای تعاون چگونه بر عملکرد اعضای خود نظارت داشته باشند؟ ابزار و امکانات وزارت تعاون به منظور نظارت بر حسن جریان امور در شرکتهای تعاونی و اتاقهای تعاون به چه شکلی اعمال خواهد شد؟

آیا تمامی مسؤلیتهای عدم اجرای قانون و مقررات بخش تعاونی و حفظ حقوق اعضا متوجه وزارت تعاون می‌باشد؟

- با بررسی مسیر نگارش قانون باید اذعان داشت که اگر نظارت اعضا و مجمع عمومی، بازرسان و هیأت بازرسی به موقع و کارآمد باشد بسیاری از مشکلات نظارتی وزارت تعاون مرتفع شده و صیانت از حقوق اعضا آسانتر خواهد بود.

- مباحث نظارت و کنترل و بازرسی و رسیدگی یکی از مسائل مهم و بنیادین مدیریت است که با استفاده از این مهم، مدیران در کلیه سطوح سازمانی و در شرکتهای تعاونی از طریق مجمع عمومی و بازرسان و هیأت بازرسی به سنجش اقدامات و عملیات پرداخته و همواره نسبت به اصلاح عملیات و امور جاری می‌پردازند.

وزارت تعاون مقوله نظارت را به عنوان یک دستگاه نظارتی بخشی در سطح کشور به انجام رسانده و مؤلفه‌های ناظر به امر نظارت را در سطح کلان و کشوری به اجرا می‌گذارد. لذا نتایج حاصله از عملکرد آن نوعاً فزاینده، بین بخشی و در حداقل خودبخشی خواهد بود.

یکی از سازکارهای مهم برای تصمیم‌سازی در کلیه سطوح سازمانی وزارت تعاون، اجرای نظام نظارتی جهت ارزیابی فعالیت‌های ادارات کل تعاون استانها به عنوان یک عملیات نظارتی در سطح کلان کشوری و اجرای دستورالعمل رسیدگی به شکایات در سطح بختی است.

به منظور دستیابی به رسیدگی و بازرسی و نظارت کارآمد وزارت تعاون باید نسبت به بازنگری قانون بخش تعاونی، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها، تأمین نیروی انسانی متخصص، تجهیز امکانات خصوصاً توجه به ارزیابی مجدد نظام نظارتی و کارکرد ۳ ساله اخیر آن، اثرات، موانع و مشکلات موجود در اجرای نظام نظارتی توجه نموده و همچنین بازنگری در دستورالعمل رسیدگی به شکایات را تعریف مجدد نموده و مؤلفه‌های ذیل را به عنوان شاخصه‌های موردنظر جهت دستیابی به بازرسی و نظارت کارآمد احصاء نماید:

۱- تجدیدنظر و بازنگری در ساختار سازمانی؛ دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات وزارت تعاون به عنوان یک

۲- رسیدگی به حسابها، دفاتر، اسناد صورتهای مالی از قبیل ترازنامه و حسابهای عملکرد سود و زیان، بودجه پیشنهادی و گزارشات هیأت مدیره به مجمع عمومی

۳- رسیدگی به شکایات اعضا و ارائه گزارش به مجمع عمومی و مراجع ذیربط

۴- تذکر کتبی تخلفات موجود در نحوه اداره امور تعاونی به هیأت مدیره و مدیرعامل و تقاضای رفع

۵- نظارت بر انجام حسابرسی و رسیدگی به گزارشهای حسابرسی و گزارش نتیجه رسیدگی به مجمع عمومی شرکت و مراجع ذیربط

- به استناد بند ۸ ماده ۴۴ قانون بخش تعاونی نظارت بر التزام تعاونیها به موضوع فعالیت خود با رعایت قوانین و مقررات مربوط و معرفی متخلفین به مراجع قانونی ذیربط و حل اختلاف و داوری در محدوده امور مربوط به تعاونیها به صورت کدخدانمشی و صلح اعضای تعاونیها قسمتی از مقاصد اتحادیه‌ها می‌باشد.

- براساس ماده ۵۰ قانون هیأت بازرسی مأمور حسابرسی و بازرسی، اتحادیه تعاونی است.

- طبق ماده ۵۷ قانون بخش تعاونی اتحادیه‌ها و شرکتهای تعاونی می‌توانند در صورت ضرورت با نظارت وزارت تعاون اتاق تعاون مرکزی را در تهران و شعب آن را در استانها و شهرستانها جهت تأمین مقاصد تعیین شده تشکیل دهند.

- نظارت و بازرسی مستمر از نظر رعایت اساسنامه و آیین‌نامه‌های تعاون و قوانین و مقررات مربوط

- رسیدگی به حسابها، دفاتر، اسناد، صورتهای مالی از قبیل ترازنامه و عملکرد مالی و گزارش به مجمع نمایندگان و وزارت تعاون و بررسی شکایات و تخلفات مربوط به اتاق تعاون گزارش به مراجع ذیربط از وظایف هیأت بازرسی موضوع ماده ۶۳ قانون می‌باشد.

آیا رسیدگی، بازرسی و نظارت به یک مفهوم هستند آیا کارکرد آنها یکی است؟

- آیا رسیدگی و بازرسی و نظارت لازم و ملزوم هم هستند؟
- آیا می‌توان در حوزه فعالیت تعاونیها و اتحادیه‌ها و اتاقهای تعاون، نظارت اعضا، مجمع عمومی، هیأت بازرسی و وزارت تعاون را از رسیدگیها و بازرسی جدا کرد؟

- با مختصر کنکاش و بررسی می‌توان به این نتیجه رسید که نظارت بدون بررسی و رسیدگی و بازرسی امکان‌پذیر نیست بنابراین ابزار موثر و کارآمد نظارت بررسی، بازرسی و رسیدگی می‌باشد.

هر رسیدگی و بازرسی و نظارت، رسیدگی به شکایات نبوده ولی رسیدگی به شکایات، لزوماً رسیدگی و بازرسی و نظارت را توأم و یا به صورت منفک خواهد داشت.

رسیدگی، بازرسی و نظارت کارآمد چگونه باید باشد؟
مقوله نظارت و بازرسی و رسیدگیها چنان اهمیت دارد که

۶- وجود تعامل درون و برون سازمانی اصلی‌ترین و فوری‌ترین شاخصه‌های کارآمدی می‌باشد، هماهنگی بین وزارت تعاون (دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات) و ادارات کل تعاون استانها در ایجاد وحدت رویه و اجرای دقیق مقررات و دستورالعمل‌ها در حوزه رسیدگیها و سرعت و دقت در انجام بازرسی در کاهش هزینه و عوارض جانبی آن موثر بوده و از طولیل‌المدت بودن رسیدگیها و بدینی‌ها جلوگیری خواهد کرد.

۷- آنچه در این مقوله حائز اهمیت می‌نماید ایجاد سازوکار و ضمانت اجرایی برای رسیدگیها و گزارشهای احراز تخلف می‌باشد. زمانی بازرسی و رسیدگی به شکایات دارای اثرگذاری، مفید و موثر خواهد بود که گزارش کارشناسان ادارات کل تعاون استانها و دفاتر تخصصی و دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات در اجرای بند ۱۷ ماده ۶۶ قانون بخش تعاونی در حداقل زمان مورد رسیدگی دادگاههای صالح قرار گرفته و این گزارشها دارای ضمانت اجرایی باشد. به گونه‌ای که آثار و تبعات رسیدگیها و بررسی‌ها و بازرسی و نظارت در کمترین زمان در محیط‌های مورد بازرسی و عملیات اجرایی تعاونها و ادارات کل تعاون استانها به ثمر نشیند و مدیران و کارکنان و اعضا تعاونها نظاره‌گر اجرای عدالت باشند. تعامل بین وزارت تعاون و دستگاه قضایی این مهم را تحقق خواهد بخشید.

۸- یکی دیگر از مولفه‌های موردنیاز دستیابی به رسیدگیها و بازرسی و نظارت کارآمد تعامل منطقی، به روز و شفاف وزارت تعاون (ادارات کل تعاون استانها) با مدیران سایر دستگاههای اجرایی کشور می‌باشد. بسیاری از شرکتهای تعاونی موجود در وزارتخانه‌ها و سازمانها نظارت بر حوزه‌های مربوطه را به عهده داشته و از سیاستهای کلی دستگاهها متبوع تبعیت می‌نمایند. از این رو شفاف‌سازی فعالیتها، نصب و انتصابات، انتخاب مدیران کارآمد و توانمند و افراد خوشفکر، زمینه تعامل را فراهم خواهد کرد. رسیدگی به تخلفات، کسب اطلاعات، دسترسی به اسناد و مدارک، الزام پرسنل به ارائه اطلاعات و ارائه به موقع اسناد و مدارک می‌تواند از عوامل مهم این تعامل می‌تواند باشد و نتیجه آن کارآمدی مطلوب خواهد بود.

۹- توجه به مقوله برون سازمانی، تقویت دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات و تقویت بازرسی ویژه وزیر جهت کنترل عملیات و بازرسی از استانها و دفاتر تخصصی و تقویت ابعاد نظارتی آن، نظام ارزیابی فعالیتها و اجرای نظام نظارتی و رسیدگی به شکایات را معنی‌دار نموده و تعاونها و ادارات کل و دفاتر تخصصی را پاسخگو خواهد کرد زیرا صحت عملیات آنان باعث افزایش اطمینان در سطح کلان خواهد بود.

۱۰- ارائه گزارش به مراجع ذیصلاح قضایی و دقت در احصاء تخلف مدیران تعاونها پروسه نظارت و رسیدگی به شکایات و بازرسی را در معرض آزمایش و قضاوت دیگران قرار خواهد داد. بنابراین در احصاء تخلف باید گزارشهایی متقن، مستند شفاف، بدون پیش داوری، مصون از طرفداری از طیف‌های خاص مدیران

مراجع محل رسیدگی به شکایات تعیین گردیده است که حوزه فعالیت آن در سطح کلان کشوری می‌باشد، ساختار سازمانی این دفتر در مقطع کنونی دارای سطح مشخصی است که شرح وظایف آن درخصوص ارتباطات درون، برون سازمانی حدود وظایف، حوزه کارکرد دچار اشکال و ابهام می‌باشد.

۲- بازنگاری در ساختار نیروی انسانی: این دفتر در سال ۱۳۸۰ و بر اساس چارت سازمانی دارای ۱۹ نفر پرسنل بوده که قریب به اتفاق آنان دارای تخصص حسابداری و حسابرسی و حقوقی بوده که با وجود کلیه نیروهای کارآمد و متخصص در پاسخگویی به مباحث مالی و حقوقی با مشکلات و کمبودهای عدیده‌ای روبرو بود و از سال ۱۳۸۰ به بعد با بازنشستگی ۱۰ نفر از نیروهای متخصص و انتقال ۴ نفر از آنها و افزایش شکایات، کمبودها کاملاً محسوس و نیاز به تخصص‌های مالی و حسابداری و حقوقی را آشکار نموده است. در حالی که این دفتر در مقام پاسخگویی به سؤالات مالی و حقوقی و لزوم بازرسی‌های مختلف در کلیه ادارات کل تعاون استانها در تخصصهای مختلف و موردنیاز دارای کمبود می‌باشد لذا تأمین نیروی انسانی موردنیاز و تکمیل کادر نیروی انسانی یکی از مهمترین معیارهای حصول به اهداف بازرسی و رسیدگی به شکایات کارآمد در وزارت تعاون خواهد بود.

۳- تقویت بودجه موردنیاز دفتر در رسیدگی به شکایات: اجرای نظام نظارتی، تهیه و تدوین سیستمها و روشها، رسیدگی به امور اتحادیه‌ها، مأموریتهای استانی، رسیدگی به امور انتظامی تعاونی از نیازهای اساسی آن دفتر می‌باشد ضمن آنکه تأمین اعتبار و بودجه با توجه به نرخ تورم و شاخصه‌های پرداخت به پرسنل در کارآمدی بازرسی و رسیدگیها موثر است.

۴- یکی دیگر از سازوکارهای موردنیاز جهت رسیدگی به شکایات و بررسی و بازرسی کارآمد، وجود برنامه‌های مدون رسیدگی به شکایات و بازرسی می‌باشد.

اجرای دقیق دستورالعمل رسیدگی به شکایات در عین وجود اشکالات اساسی و تطبیق رسیدگیها کاملاً ضروری است.

رسیدگیهای سلیقه‌ای باعث ابطال سرمایه و افزایش هزینه‌ها و طولانی شدن زمان آنها شده و این امر نیز عملاً در این حوزه محسوس است که عدم توجه ادارات کل تعاون استانها به اجرای دقیق دستورالعمل را نشان می‌دهد. وجود برنامه سالیانه، اجرای نظام نظارتی و بازرسی‌های سالیانه و تطبیق رسیدگیها و نظارت با دستورالعمل‌های مربوطه و داشتن برنامه مدون، مشخص و دقیق در این بررسی‌ها، دستیابی به بازرسی کارآمد و به روزاز هرز رفتن نیرو و امکانات جلوگیری خواهد کرد.

۵- یکی دیگر از عوامل دستیابی به اهداف رسیدگی به شکایات کارآمد و موثر تدوین برنامه‌های بلندمدت، میان مدت و کوتاه‌مدت است. این برنامه‌ها سهم بسزایی در بهبود اوضاع و جهت‌دهی بر نظارت و بازرسی و رسیدگیها و بررسی‌ها خواهد داشت و وزارت تعاون را در یک پروسه منطقی و قابل حصول عملیات قرار خواهد داد.

۳- تقریباً اکثر شکایات واصله در دفتر حسابرسی به شکایات درخصوص عملکرد کارشناسان و ادارات کل تعاون استانها و دفاتر تخصصی به دلیل عدم تبیین رسیدگیها و حدود وظایف، رسیدگی به تخلفات احتمالی را با مشکلات عدیده‌ای مواجه ساخته و عملاً کارایی متولی اصلی آن را کاهش داده و رسیدگیها را از مسیر اصلی منحرف می‌سازد.

آیا رسیدگی به شکایات تعاونیها و اعضا، از کارشناسان و مسؤولان ادارات کل تعاون و دفاتر تخصصی به عهده دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات می‌باشد؟ یا از اختیارات و وظایف دفتر مرکزی حراست و تخلفات اداری است؟ شکایت از پرسنل و مسؤولین ادارات کل یکی از معضلات و مشکلات اساسی دفتر بازرسی و رسیدگی به شکایات است.

۴- عدم توجه به توانمندیهای درون سازمانی و پرسنل دفتر یکی از مشکلات می‌باشد.

۵- یکی از مشکلات موجود عدم دستیابی به اطلاعات کافی برای رسیدگی به شکایات و بازرسی مطلوب است.

۶- مسأله تأمین نیرو که به دلیل بازنشسته شدن بیش از ۵۰ درصد نیروهای متخصص و حسابرس تاکنون از سال ۱۳۸۰ نادیده گرفته شده، وظایف سازمانی ادارات حسابرسی و رسیدگی به شکایات را کاملاً تحت الشعاع قرار داده است. به طوری که در حال حاضر فقط رسیدگی به شکایات با کلیه محدودیت‌های صدرالاشاره اجرا گردیده و رسیدگیهای مالی را بسیار محدود نموده است.

۷- از معضلات و مشکلات اساسی موجود عدم تجانس تخصص کارشناسان با موضوع فعالیت و عملکرد فعلی آن است.

۸- از مسائل مبتلا به رسیدگی به شکایات در تعاونیها عدم شفافیت بعضی از مفاد قانون بخش تعاونی و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها و عدم تهیه و تدوین آیین‌نامه‌های ذیربط می‌باشد، منجمله آیین‌نامه بند ۵ ماده ۵۴ و آیین‌نامه بند ۲ ماده ۵۷ و...

۹- یکی از مشکلات موجود عدم تطبیق دستورالعمل رسیدگی به شکایات و دستورات دست و پاگیر، با واقعیت‌های عینی می‌باشد منجمله مفاد ماده ۲ و ۴ دستورالعمل مذکور و سایر مفاد که امکان فاصله زمانی رسیدگیها و نحوه رسیدگیها را مختل ساخته است.

۱۰- از موضوعات دیگر قابل طرح عدم مسؤلیت‌پذیری و عدم تعیین مسؤول پاسخگو برای تهیه و تدوین و اصلاح و بازنگری آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها در وزارت تعاون مربوط است در حالی که انتظار عامه حتی سازمانهای مسؤول مانند بازرسی کل کشور تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها و تجدید و بازنگری در آیین‌نامه‌های موجود را از دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات مطالبه می‌نمایند، در کلیه سوابق مکاتباتی این امر را از نقص‌های دفتر رسیدگی به شکایات محسوب کرده‌اند.

تعاونیها تهیه و ارائه داد. بایستی در کلیه مراحل تنظیم گزارش اصل بی‌طرفی کامل رعایت گردد. بنابراین قبل از ارجاع پرونده تعاونیها به دادگاه صالح توسط کارشناسان مجرب مراحل تهیه گزارشها، اسناد و مدارک، دلائل و مستندات احراز تخلف مورد کنترل و بازنگری و مطالعه مجدد قرار گرفته به طوری که در محاکم قضایی خللی به گزارشهای ارائه شده وارد نگردد.

۱۱- اخذ آمار و اطلاعات در جریان رسیدگی به شکایات - نحوه رسیدگیها و مراحل رسیدگی و نحوه اختتام آنها از ضروری‌ترین نیازهای دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات وزارت تعاون می‌باشد. اخذ آمار و اطلاعات از مراحل اجرایی نظام نظارتی و تجزیه و تحلیل آن از اساسی‌ترین خواسته‌های آن دفتر می‌باشد، زیرا بدون وجود اطلاعات و آمار مورد اعتماد و واقعی انجام نظارت و بازرسی را با تردید مواجه می‌سازد.

۱۲- دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات به عنوان یکی از دفاتر ستادی وزارت تعاون طبق وظایف خود بایستی از اوضاع و احوال عمومی ادارات کل تعاون استانها و دفاتر تخصصی وضعیت نظام نظارتی و رسیدگی به شکایات اطلاع به هنگام داشته باشد و موضوعات مبتلا به شرکتهای تعاونی و ادارات کل تعاون استانها و دفاتر تخصصی ستادی را شناسایی و مورد مذاقه و نظارت قرار دهد. در این راستا دفتر حسابرسی و رسیدگی به شکایات نتایج بررسی و تحقیقات و تجزیه و تحلیل خود را با شناسایی نقاط قوت و ضعف و شناسایی آسیب‌ها و بحرانها در اختیار مدیران ارشد قرار خواهد داد.

مشکلات موجود فراروی حسابرسی و رسیدگی به شکایات

۱- اجرای وظایف سازمانی کارآمد نیاز به یکپارچگی و تمرکز امور مربوط به رسیدگی به شکایات و نظارت و بازرسی در وزارت تعاون دارد. به طوری که در حال حاضر واحدهای متعددی در وزارت متبوع عهده‌دار بخشی از وظایف نظارتی و بازرسی و رسیدگی به شکایات می‌باشند از جمله:

۱-۱- معاونت محترم پشتیبانی و امور مجلس

۱-۲- دفتر حقوقی

۱-۳- بازرسان ویژه محترم وزیر

۱-۴- دفاتر تخصصی حوزه معاونت نظارت و بهره‌برداری،

دفتر امور تعاونیهای خدمات دفتر تعاونیهای مصرف و اعتبار، دفتر امور تعاونیهای تولیدی، دفتر امور تعاونیهای حمل و نقل و دفتر عمران و مسکن

۲- جهت ایجاد وحدت رویه و پرهیز از اقدامات موازی و تکراری و هدر رفتن امکانات و... وجود هماهنگی و یکسان‌سازی فعالیتها و رسیدگیها بسیار ضروری می‌نماید متأسفانه اقدامات متعدد در قسمتهای مختلف وزارت متبوع باعث ایجاد سردرگمی و بعضاً فرصت‌طلبی برخی از فرصت‌طلبان حرفه‌ای را به دنبال داشته و باعث تضعیف پرسنل صدیق و خدمتگزار گردیده و خدمات صادقانه آنها را تحت الشعاع قرار داده است.

یافته‌های چند طرح پژوهشی

● معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون

عنوان طرح: شناسایی مزیت‌های رقابتی شرکتهای تعاونی استان آذربایجان غربی در عرصه رقابتی شدن بازارها	سال شروع: ۱۳۸۱	سال خاتمه: ۱۳۸۲
مجری: شرکت مهندسی سامانه طراحیان همراه	نوع طرح: <input type="checkbox"/> بنیادی <input checked="" type="checkbox"/> کاربردی <input type="checkbox"/> توسعه‌ای	

ارتقاء موقعیت و کیفیت محصولات و مدیریت
* ایجاد دفاتر فروش و توزیع همگن با مشارکت واحدهای تولیدی محصولات همگن (به دلیل کاهش هزینه‌های فروش، توزیع و تبلیغات)

* مطالعه بازار و شناسایی استراتژی رقابتی مربوطه
* در دسترس‌گذاری اطلاعات موردنیاز واحدها به خصوص

در مقوله بازارهای محصول، مدیریت و تأمین منابع
* طراحی و راه‌اندازی سایت اطلاع‌رسانی و بازاریابی محصولات تعاونیها و ارائه مشاوره‌های IT در زمینه بازاریابی
* توجه به تحقیق و توسعه با محوریت تنوع‌سازی و نوآوری در تولید

* طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی در زمینه‌های تفکر و مدیریت استراتژیک
- تفکر استراتژیک یک راهبرد در مقوله کسب مزیت رقابتی است.

- آموزش قبل از هر اقدام و نیز استمرار آموزش برای قرار گرفتن در شرایط رقابت کامل
* ایجاد فضای تشویقی و ترغیبی برای استقرار سیستم‌های مدرن مدیریتی در جهت ارتقای تعاونیها در شرایط پیچیده بازار رقابتی حال و آینده ●

با توجه به اینکه یکی از موضوعات بسیار مهم در حوزه اقتصاد، رقابت در بازار می‌باشد در این طرح تلاش شده است بحث مزیت‌های رقابتی در شرکتهای تعاونی استان آذربایجان غربی بررسی گردد. در این طرح پیشنهادها و راهکارهایی به شرح ذیل ارائه شده است:

پیشنهادات و ارائه راهکارها

با بررسی نتایج حاصله از پرسشنامه‌ها و کاربرگ ارزیابی شاخصهای تکنولوژی رقابتی و بررسی مشکلات پیشرو، پیشنهاداتی ارائه گردیده و سعی شده است تا پیشنهادات کاربردی بوده و با توجه به شرایط موجود قابل اجرا باشد:

* تقویت تشکلهای پشتیبان از جمله اتاق‌های تعاون و اتحادیه‌ها به ویژه در زمینه برگزاری نمایشگاهها
* تشکیل بازارچه‌های تولیدات تعاونیها و تقویت بازارچه‌های مرزی
* تأمین منابع مالی و اعتباری موردنیاز تعاونیها
* استفاده از نیروی انسانی متخصص و کارآمد
* استانداردسازی محصولات تعاونیها
* در نظر گرفتن استراتژی موجود و برنامه‌ریزی به جهت

عنوان طرح: شاخصها و معیارهای عضوگیری در رشد تعاونیهای استان آذربایجان غربی	
مجری: بهروز خضرلو	کارفرما: اداره کل تعاون استان آذربایجان غربی
سال شروع: ۱۳۸۱	سال خاتمه: ۱۳۸۲
نوع طرح: بنیادی □	کاربردی ■ توسعه‌ای □

۴- دولت باید نظارت لازم را در جهت عضوگیری صحیح توسط بخش تعاونی به عمل آورد. براین اساس اجرای صحیح برنامه‌های عضوگیری و انتخاب آنان تأمین و تدارک اعضای موردنیاز برای فعالیتهای جاری و آتی، به عهده خود تعاونیها بوده و بخش دولتی در صورت نیاز نقش مکمل را ایفا خواهد نمود.

۵- بخش تعاون لازم است با تدوین اهداف، استراتژیها و سیاستهای نحوه عضوگیری تعاونیها (با توجه به شاخصها و معیارهای استاندارد شده) با محوریت خوداتکایی و استقلال و همسو با سایر نهضت‌های تعاونی در جهان، برای نهادینه شدن اصول و نحوه عضوگیری در درون بخش تعاونی اقدام نماید.

۶- در برنامه‌ریزیها ابعاد اجتماعی به عنوان عنصر لازم برای برقراری و ارتقاء بعد اقتصادی تعاونیها، اهمیت ویژه‌ای داده شود.

۷- هیأت‌های مؤسس علاوه بر پیگیری تشکیل تعاونی به گونه‌ای کاملاً قانونی به عنوان هیأت نظارت بر عضوگیری تعاونی، شاخصهای عضویت اعضا را بررسی کرده و پس از اطمینان از نظر واجد شرایط بودن و رعایت ویژگیها و مشخصات لازم، آنان را به عضویت تعاونی درآورند.

این طرح به بررسی معیارهای عضوگیری در تعاونیها پرداخته و به صورت موردی تعاونیهای استان آذربایجان غربی را مورد مطالعه قرار داده و در پایان پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه نموده است:

پیشنهادات:

۱- بخش دولتی باید نسبت به ترویج، تبلیغ و اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونی در جوامع روستایی استان و آگاهی و اطلاع‌رسانی از طریق راهبرد فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات همت گمارد تا شیوه تعاونی به عنوان راهبرد مشارکتی در جوامع روستایی استان نیز رواج پیدا کند.

۲- توجه بیشتر بر به کارگیری نیروی انسانی در تعاونیها به عنوان پرسنل غیرعضو با عنایت به تخصصهای موردنیاز و در صورت لزوم آموزش آنها.

۳- قبل از تشکیل تعاونی، بایستی نسبت به آموزش، توجیه و ارتقاء آگاهی اعضا در زمینه روابط درون تعاونی، حقوق تعاون و تعاونی، رابطه بین هزینه و درآمد و... اقدام گردد و در صورت احراز و دستیابی به نمره ارزشیابی مربوطه در این خصوص، مجوز تأسیس و ادامه فعالیت‌های تشکیل تعاونی داده شود.

عنوان طرح: بررسی مقایسه‌ای موانع و مشکلات فرا راه ایجاد تشکلهای تعاونی بانوان بین	
استانهای همدان، بزد، کرمانشاه و چهارمحال و بختیاری	
مجری: ابراهیم سحرخیز	کارفرما: اداره کل تعاون استان چهارمحال و بختیاری
سال شروع: ۱۳۸۱	سال خاتمه: ۱۳۸۲
نوع طرح: بنیادی □	کاربردی ■
	توسعه‌ای □

و بعد از تشکیل تعاونی)

* تقویت روحیه خلافت و کارآفرینی زنان از طریق ارائه آموزشهای لازم

- از آنجا که از نظر پاسخ‌دهندگان زن، مناسبترین زمینه برای اشتغال بانوان، در بخش خدمات و صنایع دستی می‌باشد، ارائه آموزشهای لازم درخصوص احیاء صنایع دستی استان همراه با حمایت‌های ویژه عملی از سوی کارگزاران می‌تواند در زمینه به فعلیت رساندن پتانسیلها و ظرفیتهای بالقوه موثر باشد.

ب) در بخش سیاستها و تدابیر حمایتی - تشویقی

* اجرا و تحقق معافیتهای در نظر گرفته شده درخصوص ترغیب بانوان فارغ‌التحصیل جوای کار به تشکیل شرکتهای تعاونی از جمله معافیت از سهم آورده

* ایجاد زمینه‌های قانونی به منظور پرداخت یارانه در تسهیلات اعطایی به بانوان با هدف جلب مشارکت بیشتر آنان در عرصه‌های اقتصادی به ویژه شرکتهای تعاونی

* شناسایی و معرفی زمینه‌های زودبازده در بخش تعاون

* از آنجا که ایجاد تشکلهای تعاونی در قالب صنایع دستی و یا خدمات می‌تواند در کنار کار خانه‌داری نیز تحقق یابد، لذا توسعه چنین تعاونیهایی در عمل می‌تواند اشتغالزا و کارگشا باشد.

* فعال کردن بخش بانوان در تمامی ادارات و سازمانها جهت تسریع و تسهیل در روند پیگیری امور مربوط به بانوان

* اتخاذ سیاستهای لازم با هدف حفظ و نگهداری تعاونیهای موجود زنان از طریق اعمال کمکها و حمایتهای مناسب از سوی ادارات کل تعاون

* در نظر گرفتن راهکارهای لازم جهت تسهیل و تسریع در پرداخت به موقع وام از سوی بانکها

* اتخاذ سیاستهای لازم با هدف حمایت از تولید و تولیدکننده

* اولویت دادن به زنان جهت تشکیل تعاونی در برخی از

طرحهای صنعتی و کشاورزی که با توان فیزیکی و روحی - روانی آنان متناسب باشد. ●

با توجه به اینکه نیمی از جمعیت کشور را زنان تشکیل می‌دهند با تشکیل شرکتهای تعاونی خاص بانوان می‌توان تا حد زیادی بیکاری را کاهش داد. با این توضیح طرح حاضر به آسیب‌شناسی تشکیل تعاونیهای بانوان در استانهای منتخب پرداخته است. در این خصوص پیشنهادانی به شرح زیر داده شده است:

الف: در بخش آموزش و ترویج

* ارائه برنامه‌های ترویجی و آموزشی ویژه جهت بانوان بیکار جوای کار از طریق رسانه‌های همگانی به منظور ارتقاء آگاهیهای لازم برای تشکیل تعاونی.

* تشکیل کارگاههای آموزشی - ترویجی در مدارس و دانشگاهها با همکاری متقابل دانشگاهها و ادارات کل تعاون جهت آشنایی هر چه بیشتر فارغ‌التحصیلان زن با روند تشکیل تعاونیها، تسهیلات اعطایی و حمایتهای ویژه دولت جهت رانداندازی تشکلهای تعاونی بانوان

* معرفی تعاونیهای نمونه بانوان به منظور ایجاد بستر مناسب فرهنگی با هدف به وجود آمدن نگرش مثبت نسبت به حضور

زنان در عرصه کارهای اقتصادی به ویژه اداره شرکتهای تعاونی

* تقویت روحیه مشارکت جویی در زنان از طریق ارائه آموزشهای لازم در طول دوران تحصیل و فراهم ساختن زمینه برای مشارکت آنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی از سوی نهادهای مربوطه

* هماهنگی بین مراکز آموزش عالی و ادارات تعاون جهت دایر کردن واحدهای ترویجی در دانشگاهها با هدف آشنا ساختن دانشجویان زن با کار در بخش تعاون

* برگزاری گردهماییها و همایشهای مناسب از سوی کمیسیون امور بانوان استانها به منظور تقویت روحیه

مشارکت جویی با انگیزه آشنایی بانوان به ویژه زنان فارغ‌التحصیل با شرایط و زمینه‌های مناسب اشتغال در بخش تعاون

* ایجاد و راه‌اندازی انجمنها یا مراکز مشاوره‌ای با هدف ارشاد و راهنمایی داوطلبان تشکیل تعاونی بانوان (در مراحل قبل

عنوان طرح: ارزیابی شرکتهای تعاونی مصرف کارگری و کارمندی شهر اصفهان به منظور ارائه راهکارهایی برای افزایش بهره‌وری آنها

مجری: مسعود رمضانی

کارفرما: اداره کل تعاون استان اصفهان

سال شروع: ۱۳۸۱

سال خاتمه: ۱۳۸۲

نوع طرح: بنیادی کاربردی توسعه‌ای

بحث پایین بودن بهره‌وری پیوسته یکی از مشکلات تعاونیها است این موضوع به صورت موردی در طرح فوق مورد بررسی قرار گرفته و پیشنهادهای برای بهبود وضعیت بهره‌وری در شرکتهای تعاونی مصرف کارگری و کارمندی ارائه شده است:

۱- پیشنهادات

با توجه به نتایج حاصله و براساس چارچوب نظری تحقیق، پیشنهادهای برای ارتقاء بهره‌وری شرکتهای تعاونی مصرف به شرح ذیل ارائه می‌شود.

۱-۱- متغیرهای زمینه‌ای

میزان تأثیر پنج متغیر سن، تحصیلات، جنسیت، تعداد اعضا و نوع شرکت بر میزان موفقیت تعاونیها مورد بررسی قرار گرفت و نتایج تحقیق نشان داد تا ۹ درصد موفقیت تعاونیها با متغیرهای زمینه‌ای در ارتباط است. در این راستا پیشنهادهای به شرح ذیل ارائه می‌شود.

- توجه به مسأله همگنی اعضا از نظر سطح تحصیلات در تأسیس شرکتها و بالا بردن توان مدیریتی شرکتهایی که از نظر سطح سواد اعضا ناهمگن اند می‌تواند تأثیر به‌سزایی در موفقیت تعاونیها داشته باشد.

- زنان نسبت به مردان از انگیزه کمتری برای عضو شدن در شرکت تعاونی برخوردارند.

پیشنهاد: نسبت به آموزش زنان، توجه بیشتری مبذول گردد تا سطح آگاهی آنان در خصوص تشکلهای تعاونی ارتقاء یابد.

- نتایج تحلیل نشان داد که شرکتهای کارگری در مقایسه با شرکتهای کارمندی در راه رسیدن به اهداف شرکتهای تعاونی مصرف موفق‌ترند.

پیشنهاد: اداره کل تعاون استان با عنایت به نتایج تحقیق و با ارائه آموزشهای مناسب، زمینه موفقیت شرکتهای کارمندی را فراهم نماید.

۱-۱- عوامل درون سازمانی موثر بر موفقیت تعاونیها

براساس نتایج تحقیق حدود ۸۰ درصد موفقیت تعاونیها به عوامل درون سازمانی بستگی دارد. عامل نیروی انسانی ۷ درصد، عامل مدیریتی ۲۷/۶ درصد و عامل بازرگانی ۴۵ درصد از موفقیت تعاونیها را تأمین می‌نمایند.

الف: عامل انسانی

- نتایج تحقیق نشان داد شناخت اعضا نسبت به اصول تعاون بسیار پایین می‌باشد.

پیشنهاد: با ارائه آموزشهای مناسب سطح شناخت اعضا نسبت به تعاون و اصول متعالی آن ارتقا یابد.

- مشارکت اعضا در امور تعاونیها در خدمتوسط‌برآوردگردد. پیشنهاد: با روشهای نوین مدیریت مشارکتی و افزایش آگاهیهای اعضا، زمینه مشارکت آنان در امور تعاونیها فراهم گردد.

- عدم ارائه آموزشهای مناسب بسیاری از دلایل ناکامی تعاونیها در راه رسیدن به اهدافشان را توجیه می‌نماید. علاوه بر آن، کیفیت آموزشهای ارائه شده نیز نقش مهمی را در موفقیت و موثر واقع شدن آموزشها ایفا می‌کند.

پیشنهاد: اداره کل تعاون با نگرش وسیع برنامه‌ریزی صحیح زمینه ارائه هر چه بهتر و بیشتر آموزش به اعضا و کارکنان تعاونیها را فراهم نماید.

- درصد قابل توجه‌ای از اعضا انگیزه کمی برای عضویت در تعاونیهای مصرف دارند.

پیشنهاد: در حین تشکیل این‌گونه تعاونیها باید اعضا را با اهداف و دلایل تشکیل شرکت تعاونی مصرف آشنا کرد.

- رضایت اعضای هیات مدیره و کارکنان نقش مهمی را در رسیدن به اهدافشان ایفا می‌نماید.

پیشنهاد: توجه بیشتری به عوامل انگیزشی و افزایش رضایت

«ادامه از صفحه ۱۸»

رئیس منطقه باسک اسپانیا، رئیس آی.سی.ای و مدیر کل و نماینده سازمان بین‌المللی کار برگزار شد. بیش از ۵۰۰۰ تعاونگر هر ساله از موندراگون دیدن می‌کنند تا از دست‌آوردهای آن الهام بگیرند. یکی از ویژگیهای خاص موندراگون نقش آن در آموزش، تربیت و پژوهشهای تعاونی است.

* طی ماههای گذشته هیأتی از تعاونیهای مصرف برزیل، کره و تعاونیهای تدفین سوئد با سفر به ژنو از دفتر مرکزی آی.سی.ای و نحوه فعالیت کارکنان آن از نزدیک آشنا شده‌اند.

* مدیر عامل فدراسیون بین‌المللی بیمه‌های تعاونی (ICMIF) با ذکر این مطلب که «توانا بود هر که دانا بود»، طراحی یک ابتکار ارتباطی برای کمک به تبادل دانش و اطلاعات بین اعضای فدراسیون را اعلام نمود. گروه جدید ارتباطات در دفتر مرکزی فدراسیون در انگلیس فعالیت خواهند نمود.

تقویم رویدادهای آی.سی.ای در سال ۲۰۰۶

۲۶ ژانویه: نشست کمیته توسعه و ترویج تعاونیها (کوپاک) و آژانسهای توسعه تعاون، سریلانکا

۲۸ ژانویه: نشست هیأت مدیره کوپاک، سریلانکا
فوریه: نشست کمیته اجرایی اتحادیه بین‌المللی بانکداری تعاون (ICBA) کلمبو، سریلانکا

۶-۷ مارس: نشست هیأت مدیره آی.سی.ای. بروکسل، بلژیک
مارس: سمینار سازمان بین‌المللی تعاونیهای مسیادی (ICFO)، کلمبو، سریلانکا

مارس: کنفرانس تسهیلات پژوهش آفریقا، اتیوپی
۳۱ مارس: نشست هیأت مدیره سازمان بین‌المللی تعاونیهای بهداشتی، بوئینس آیرس، آرژانتین.

۳-۴ می: نشست هیأت مدیره آی.سی.ای. واشنگتن، آمریکا
۲۴-۲۷ می: چهارمین کنفرانس سالانه بین‌المللی جوانان، منچستر، انگلیس

۲۱ ژوئن: نشست هیأت مدیره سازمان بین‌المللی تعاونیهای درمانی، استکهلم، سوئد

۲۸-۲۳ ژوئن: کارگاه صلح و تعاون و نکور، کانادا
۲۳-۱۹ جولای: مجمع منطقه آمریکا آی.سی.ای، لیما، پرو
آگوست: مجمع منطقه آسیا و اقیانوسیه آی.سی.ای، کلمبو، سریلانکا

آگوست: مجمع عمومی سالانه سازمان بین‌المللی تعاونیهای صیادی، کلمبو، سریلانکا

۲۳-۲۲ آگوست: کنفرانس پژوهش تعاون آسیا و اقیانوسیه آی.سی.ای، کلمبو، سریلانکا
۲۳ سپتامبر: مجمع منطقه‌ای اروپای آی.سی.ای، منچستر، انگلیس

۲۲-۱۹ اکتبر: کنفرانس پژوهشی آی.سی.ای. دوربان، فرانسه
اکتبر: مجمع منطقه‌ای آفریقای آی.سی.ای، آروشا، تانزانیا ۲۰۰۷
۲۹-۲۴ سپتامبر: گنگره جهانی ICMIF (فدراسیون بین‌المللی بیمه تعاون)، بروکسل، بلژیک

اکتبر: مجمع عمومی آی.سی.ای، سنگاپور

پرسنل کادر و اعضا هیأت مدیره شرکتیهای تعاونی مصرف مبدول گردد.

ب: عامل مدیریتی

- نتایج تحقیق نشان داد حدود ۲۷ درصد موفقیت تعاونیها به عامل مهارت مدیریتی بستگی دارد. به ترتیب متغیرهای سیاست فروش، مهارت انسانی، آگاهی عمومی، مهارت ادراکی، مهارت فنی و سیاست خرید مدیران تأثیر مثبتی بر موفقیت تعاونیها دارند.

پیشنهاد: با آموزش مدیران و آشنا کردن آنان به شیوه‌های نوین بازرگانی می‌توان زمینه موفقیت تعاونیها را در عرصه رقابت با سایر پنگاههای اقتصادی فراهم نمود.

- نتایج تحقیق نشان داد شرکتیهایی که دارای مدیرانی با سبک مدیریت Y (انسان‌مدار) می‌باشند، از موفقیت بیشتری برخوردارند. این نتیجه با اصول تعاون نیز همخوانی دارد.

پیشنهاد: آموزشها و آگاهیهای لازم به اعضا هیأت مدیره جهت انتخاب مدیرانی با سبک مدیریت Y ارائه گردد.

ج - عامل بازرگانی

عوامل درآمد ناویژه، میزان خرید، بدهیهای بلندمدت و سرمایه به ترتیب تأثیر مثبت و عوامل بدهیهای جاری و هزینه‌ها تأثیر منفی بر موفقیت تعاونیها دارند. بنابراین موفقیت تعاونیهای مصرف علاوه بر عوامل اجتماعی به عوامل اقتصادی هم بستگی دارد.

پیشنهاد: مدیران و مسوولین ذریبط تعاونیهای مصرف را به دید یک بنگاه اقتصادی - اجتماعی بنگرند و عوامل اقتصادی را نیز در نظر داشته باشند.

۱-۳ - عوامل برون سازمانی

موفقیت حدود ۱۲ درصد از تعاونیهای مصرف مورد مطالعه به عوامل برون سازمان بستگی داشته است. این عوامل شامل بعضی از سازمانهای دولتی، اتحادیه تعاونیهای مصرف و سازمان ذریبط می‌شود.

- علی‌رغم تأثیر مثبت سازمانهای دولتی بر موفقیت تعاونیهای مصرف، اکثر مدیران این تعاونیها از عملکرد سازمانهای دولتی ناراضی بوده‌اند.

پیشنهاد: پژوهشهایی در زمینه عدم رضایت مدیران تعاونیهای مصرف از سازمانهای دولتی انجام گیرد.

- مدیران شرکتیهای تعاونی مصرف مورد مطالعه، به شدت از عملکرد اتحادیه مربوطه ناراضی بوده‌اند. از طرف دیگر نتایج نشان داد که عملکرد اتحادیه تأثیر منفی بر موفقیت تعاونیهای مصرف مورد مطالعه داشته است.

پیشنهاد: می‌بایست در سیاستهای اتحادیه تعاونیهای مصرف تجدیدنظر گردد.