



اتحاد بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

ساماندهی تشکلهای بخش کشاورزی [بارویکرد تجاری سازی و توسعه بازرگانی]



آذرماه ۱۳۹۲ ●



عنوان پروژه | ساماندهی تشکلهای بخش کشاورزی
بارویکرد تجاری سازی و توسعه بازرگانی | **مجری پروژه**
دکتر مهدی مرتضوی | **مسئول پروژه** | دکتر عبدالرضا
رکن الدین افتخاری | **همکاران** | مهندس علی خسروی،
دکتر قدیر فیروزنیا | **ناظر علمی پروژه** | مهندس محمد
حسین شریعتمدار | **مدیریت پروژه** | مرکز مطالعات و بررسیهای
اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
| **امور اجرایی** | سارا محمدی | **طراح** | لیلا عروجی
| **ناظر فنی** | حسن آقایی زاده | **چاپ** | واحد انتشارات اتاق
بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



آذرماه ۱۳۹۲ •



فهرست مطالب

شماره
صفحه

عنوان

● فهرست مطالب ۵

● پیشگفتار ۱۱

فصل اول

● کلیات ۱۳

● مقدمه ۱۵

● اهمیت سازمان‌های غیردولتی و نقش آن در بخش کشاورزی ۱۷

● ضرورت سازماندهی تشکلهای غیردولتی مرتبط با بخش کشاورزی ۲۱

● سازمان کتاب ۲۵

فصل دوم

● سازمان‌های غیردولتی ۲۷

● مقدمه ۲۹

● ۱-۲- بخش اول ۳۱

● ۱-۱-۲- سازمان‌های مردم نهاد ۳۱

● ۲-۱-۲- جامعه مدنی و سازمان‌های مردم نهاد ۳۲

● ۳-۱-۲- تعریف سازمان غیردولتی: ۳۷

● ۴-۱-۲- تاریخچه سازمان‌های غیردولتی ۴۲

● ۵-۱-۲- محورهای فعالیت سازمان‌های غیردولتی ۴۵

● ۶-۱-۲- نقش‌های سازمان‌های غیردولتی ۴۹

● ۱-۲-۱-۶- با در نظر گرفتن مزیت نسبی سازمان‌ها ۵۰



فهرست مطالب

عنوان	شماره صفحه
۱-۲-۶-۲ با در نظر گرفتن نقش‌های توسعه‌ای	۵۳
۱-۲-۷ سازمان‌های مردم نهاد به عنوان بنگاه اقتصادی	۶۰
۱-۲-۷-۱ مفهوم «بنگاه اجتماعی»	۶۳
۱-۲-۷-۲ مفهوم «تجارت عادلانه»	۶۷
۱-۲-۸ چالش‌های حضور سازمان‌های غیردولتی در بازار و تجارت	۷۲
۱-۲-۹ فرآیند رشد و گسترش سازمان‌های غیردولتی	۷۴
۱-۲-۱۰ جمع‌بندی	۷۸
۲-۲ بخش دوم	۸۰
۱-۲-۲ بنیان‌های نظری نهادهای حاکمیتی فراسازمانی	۸۰
۲-۲-۲ شبکه‌های خط‌مشی	۸۲
۲-۲-۳ روابط بین‌سازمانی	۸۶
۲-۲-۴ اشکال مختلف روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی	۸۹
۲-۲-۵ ویژگی‌های شبکه‌های بین‌سازمانی	۹۱
۲-۲-۶ عوامل زمینه‌ای موثر بر روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی	۹۴
۲-۲-۷ نهادسازی و نهادگرایی	۹۶
۲-۲-۸ جمع‌بندی	۹۸
فصل سوم	
مروری بر سازمان‌های مردم نهاد در بخش کشاورزی سایر کشورها	۱۰۳
مقدمه	۱۰۵
۱-۳ سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی کشور هند	۱۰۵
۱-۳-۱ تعاونی‌ها	۱۰۶
۱-۳-۲ سازماندهی ملی تعاونی‌ها	۱۱۱
۱-۳-۳ سایر سازمان‌ها و تشکلهای کشاورزی	۱۱۷
۲-۳ سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی کره جنوبی	۱۲۲



فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

- ۱۲۳ • ۱-۲-۳- تعاونی‌ها
- ۱۲۳ • ۱-۱-۲-۳- ساختار تعاونی‌های کشاورزی در کره
- ۱۲۵ • ۲-۱-۲-۳- فدراسیون ملی تعاونی‌های کشاورزی (NACF)
- ۱۲۷ • ۲-۲-۳- سایر سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی
- ۱۳۱ • ۳-۳- سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی کشور استرالیا
- ۱۳۸ • ۴-۳- سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی کشور کانادا
- ۱۳۹ • ۱-۴-۳- انجمن تعاونی‌های کانادا
- ۱۴۱ • ۲-۴-۳- دبیرخانه تعاونی‌ها
- ۱۴۳ • ۳-۴-۳- فدراسیون کشاورزی کانادا (CFA)
- ۱۴۵ • ۴-۴-۳- هیئت گندم کانادا (CWB)
- ۱۴۸ • ۵-۴-۳- انجمن تولیدکنندگان گوشت گاو (CCA)
- ۱۴۹ • ۵-۳- سازمانهای کشاورزان در اتحادیه اروپا
- ۱۵۱ • ۶-۳- جمع‌بندی

فصل چهارم

- ۱۵۵ • تشکیل‌های غیردولتی بخش کشاورزی در ایران
- ۱۵۷ • مقدمه
- ۱۵۸ • ۱-۴- تعاونی‌ها
- ۱۶۲ • ۱-۱-۴- تشکیل‌های تعاونی تحت پوشش وزارت جهاد کشاورزی
- ۱۶۲ • ۱-۱-۴- تعاونی‌های تولید کشاورزی
- ۱۶۴ • ۲-۱-۴- تعاونی‌های روستایی
- ۱۶۸ • ۱-۱-۴- تشکیل‌های تعاونی تحت پوشش وزارت تعاون سابق
- ۱۷۱ • ۲-۴- تشکیل‌های بازرگانی و صادراتی
- ۱۷۲ • ۳-۴- تشکیل‌های تحت پوشش وزارت علوم و تحقیقات و فناوری
- ۱۷۳ • ۴-۴- تشکیل‌های تحت پوشش قوانین و مقررات وزارت کار و امور اجتماعی سابق



فهرست مطالب

عنوان	شماره صفحه
۴-۵. تشکلهای تحت پوشش قوانین و مقررات وزارت کشور	۱۷۵
۴-۶. تشکلهای تحت پوشش سایر قوانین و مقررات (خاص)	۱۷۷
۴-۷. مبانی قانونی و مراجع ذی ربط در امور تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی	۱۸۳
۴-۸. جمع بندی	۱۸۵
فصل پنجم	
بررسی تطبیقی اتاقهای بازرگانی	۱۸۹
مقدمه	۱۹۱
۵-۱. اتاق بازرگانی در ایران	۱۹۱
۵-۲. تعریف اتاق بازرگانی	۱۹۲
۵-۳. مدل های مختلف اتاقهای بازرگانی	۱۹۵
۵-۴-۱. اتاق بازرگانی در آلمان	۱۹۸
۵-۴-۲. اتاق بازرگانی در فرانسه	۲۰۲
۵-۴-۳. اتاق بازرگانی در ایالات متحده	۲۰۶
۵-۴-۴. اتاق بازرگانی در فیلیپین	۲۱۲
۵-۴-۵. اتاق بازرگانی در ژاپن	۲۱۷
۵-۴-۶. اتاق بازرگانی در تایلند	۲۲۳
۵-۵. بخش کشاورزی و اتاقهای بازرگانی	۲۲۸
۵-۱. اتحادیه اتاقهای کشاورزی ترکیه	۲۳۱
۵-۶. جمع بندی	۲۳۳
فصل ششم	
تحلیل و آسیب شناسی سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران	۲۳۹
مقدمه	۲۴۱
۶-۱. رشد و توسعه سازمانی تشکلهای بخش کشاورزی	۲۴۲
۶-۲. آسیب شناسی تشکلهای	۲۴۷
۶-۱-۲. آسیبهای نهادی	۲۴۸



فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

- ۲-۲-۶- آسیب‌های قانونی ۲۵۲
- ۳-۲-۶- آسیب‌های فرآیندی ۲۵۳
- ۳-۶- اتاق بازرگانی، صنایع و معادن تهران ۲۵۷
- ۱-۳-۶- چالش‌های مرتبط با بخش کشاورزی ۲۵۹
- ۴-۶- جمع‌بندی ۲۶۱

فصل هفتم

- راهبردها و راهکارهای پیشنهادی ۲۶۵
- مقدمه ۲۶۷
- ۱-۷- یافته‌های کلیدی ۲۶۸
- ۲-۷- مفروضات و الزامات اساسی ۲۸۱
- ۳-۷- فرصت‌ها ۲۸۴
- ۴-۷- راهبردهای اساسی ۲۸۵
- ۵-۷- راهبرد پیشنهادی (اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران) ۲۹۶
- ۶-۷- توصیه‌های سیاستی ۳۰۸
- ۷-۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ۳۱۳

منابع ۳۱۵

ضمیمه شماره ۱ ۳۲۱

پیشگفتار

بخش کشاورزی از مهمترین بخش‌های کشور است که تاثیر بسیار عمده‌ای در تولید ناخالص ملی، اشتغال و تامین نیازهای غذایی و صادرات غیرنفتی دارد. اما با وجود قابلیت‌های بسیار و مزیت‌های نسبی آن توان رقابت‌پذیری این حوزه خصوصاً در بازارهای برون‌مرزی محدود است که یک دليل عمده آن فقدان سازماندهی تولیدکنندگان و دست‌اندرکاران این بخش با نگرش بازاریابی و توسعه بازرگانی است. رویکردی که نه تنها مبنای عمل بنگاه‌های اقتصادی توسعه‌یافته است بلکه تنها مسیری است که امکان تعامل و اشتراک مساعی میان بخش‌ها را فراهم ساخته و به بیش از ۳۰ هزار سازمان و نهاد غیردولتی ثبت شده در این حوزه جهت روشنی برای توسعه و هماهنگی می‌بخشد. سازمان‌ها و نهادهایی که به دليل تعدد در پراکندگی و فقدان یک شبکه انتظام‌یافته تخصصی و مشکلات ناشی از ارتباطات درونی و برونی با چالش‌های متعددی روبرو هستند.

مرکز مطالعات اقتصادی و بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران با درک این ضرورت درصدد بوده است که با توجه به وضعیت موجود بخش کشاورزی و تجربیات کشورهای مختلف و جمع‌آوری نظرات خبرگان الگو یا الگوهایی را برای ساماندهی نهادها و واحدهای این بخش با رویکرد توسعه‌ای و بازرگانی ارائه نماید و در پایان توصیه‌های سیاستی مورد نیاز را به مسئولان و دست‌اندرکاران پیشنهاد نماید.

نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که ساختار اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی سراسری ایران، امکان ایجاد اتاق‌های منطقه‌ای و محلی را فراهم کرده و ضمن شکل‌گیری رابطه شبکه‌ای با اعضا به دليل ماهیت حرفه‌ای خود جایگاه مناسبی در شبکه خط‌مشی‌گذاری بخش کشاورزی کشور خواهد داشت.

بدون شک تدوین هر اثری نیازمند حضور و همکاری عوامل متعددی می باشد که این گزارش نیز با مشارکت و همکاری ناظر محترم جناب آقای مهندس شریعتمداری و همکاران ما در مرکز مطالعات و بررسی های اقتصادی اتاق تهران انجام شده است که از زحمات آنها تقدیر و تشکر می گردد.

دکتر یحیی آل اسحاق
رئیس



اتحاد بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

فصل اول

کلیات

مقدمه

توسعه اقتصادی اغلب با توسعه نهادی در بخش‌های گوناگون اقتصادی همراه است. وجود ساختارهای نهادی متنوع در بخش‌های اقتصادی از ابعاد گوناگونی قابل توجه است که از آن جمله می‌توان به کاهش تصدی‌گری دولت، افزایش توان اقتصادی، توسعه نوآوری و خلاقیت در بخش‌های بازرگانی و تولیدی، رونق بازارهای داخلی و بین‌المللی و بطور کلی افزایش ظرفیت اقتصادهای ملی اشاره نمود.

اگرچه شکل‌گیری سازمان‌های اجتماعی پیشینه‌ای طولانی دارد اما کسب جایگاه و ایفای نقش اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در سطوح ملی و بین‌المللی آنها از ابتدای دهه ۱۹۸۰ در سراسر جهان وارد مرحله جدیدی شده است. از آن زمان، سازمان‌های غیردولتی واجد ویژگی‌های متعددی شدند که از آن میان می‌توان به فراگیری آنها اشاره نمود. تا پیش از آن، اغلب نهادهای قدرتمند اجتماعی در انحصار گروه‌های خاصی از نخبگان بود و ایفای نقش آنها نیز در حوزه‌های محدود و انگشت شماری بوده است. می‌توان گفت، در طی سه دهه اخیر تاکنون تقریباً حوزه‌ای از فعالیت‌های مختلف انسانی وجود ندارد که این سازمان‌ها به نحوی در آن دخیل نبوده و یا تاثیرگذار نباشند. یکی از مهمترین ویژگی‌های سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی در دوره حاضر، حضور رو به رشد آنها در سطوح مختلف اقتصادی اعم از سطوح کسب‌وکار تا تصمیم‌گیری‌های محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی است. به تناسب تغییر شکل دولت‌ها و تمرکز آنها بر سایر ابعاد حکومت‌گری که تحت تاثیر تحولات گوناگون اقتصادی، سیاسی و اجتماعی (مانند توسعه ارتباطات، جهانی شدن اقتصاد، توسعه رسانه‌های جهانی، توسعه اقتصاد و تجارت الکترونیکی و غیره) صورت می‌گیرد، به تدریج بسیاری از نقش‌های حکومتی دیروز به سازمان‌های مردم‌نهاد واگذار شده که این روند خود به شاخص توسعه جامعه مدنی نیز تبدیل شده است. به بیان دیگر، میزان

توسعه یافتگی جامعه مدنی که براساس گسترش سازمانهای غیردولتی تعریف می شود، شاخصی از توسعه یافتگی کل جامعه تلقی می شود. بر این اساس، فرآیند شکل گیری و توسعه سازمانهای مردم نهاد به یکی از مهمترین اجزای مداخله گری های توسعه ای بویژه در سالهای اخیر تبدیل شده و بخش قابل توجهی از اقدامات سازمانهای بین المللی و منطقه ای و ملی دست اندرکار توسعه به این امر معطوف شده است.

در این راستا، ارزیابی کلی وضعیت موجود سازمانهای غیردولتی کشور در بخشهای مختلف اقتصادی نشان می دهد که با وجود گسترش کمی این سازمانها در سطح جامعه، حضور و تاثیر آنها در بخشهای اقتصادی مختلف یکسان نبوده است. همچنین واکاوی های ژرفی در سطح ملی از کارکردهای فعلی یا ظرفیت های بالقوه این نهادها در بخشهای مختلف صورت نگرفته است. از سوی دیگر، روند تغییرات اقتصادی جامعه و رشد و توسعه آن، توجه هر چه بیشتر به توانمندی های این سازمانها و استفاده از آنها در تحقق اهداف کلان ملی را اجتناب ناپذیر ساخته است. این امر ناظر بر استقرار «الگوی تعاملی ساخت یافته» در مواجهه با سازمانهای مردم نهاد و مداخله گری در سازماندهی و شکل گیری آنها با هدف توسعه مشارکتی و تحقق اهداف کلان جامعه می باشد. بررسی و مطالعه وضعیت موجود این سازمانها می تواند سرآغاز و زمینه لازم برای مداخله گری و برنامه ریزی مبتنی بر یافته های علمی برای اقدامات حمایتی و هدایتی باشد. کتاب پیش رو، بخشی از واکاوی هایی است که وضعیت سازمانهای غیردولتی در بخش کشاورزی را با هدف کلی هدایت و حمایت و توانمندسازی آنها برای توسعه کسب و کار و بازرگانی در این بخش را مورد نظر قرار می دهند.

اهمیت سازمان‌های غیردولتی و نقش آن در بخش کشاورزی

توجه به موضوع ساماندهی و هدایت سازمان‌های غیردولتی در زمینه رشد و توسعه اقتصادی و بازرگانی از ابعاد گوناگونی دارای اهمیت است که بطور خلاصه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- سازماندهی و مداخله توسعه‌گرایانه در امور سازمان‌های غیردولتی، بویژه در سال‌های اخیر در برنامه‌های کلان اقتصادی کشور و اسناد بالادستی مورد تاکید قرار گرفته است. این قوانین صرفاً الزاماتی برای بخش‌های دولتی نیست بلکه به خوبی سطح و شیوه تعامل بخش‌های خصوصی و دولتی را در دستیابی به اهداف توسعه و رونق اقتصادی از جمله بازرگانی را نشان داده‌اند. در این زمینه بویژه می‌توان به قانون اصل ۴۴ اشاره نمود که بخشی از اقدامات پیش‌بینی شده در آن واگذاری شرکت‌ها و موسسات اقتصادی دولتی به بخش خصوصی است. از سوی دیگر، این قانون ایجاد فضای مناسب برای توسعه بخش خصوصی را با تاکید بر بخش‌های غیردولتی (مانند تعاون) الزامی نموده است. تحقق اهداف قانون بدون تردید در گرو توسعه نهادهای توانمند، کارآفرین و خودجوش در بخش‌های غیردولتی مبتنی بر نیازهای واقعی در جامعه است که بتوانند از طریق توسعه فضای کسب‌وکار، موجب توسعه همه جانبه اقتصادی کشور شوند. علاوه بر آن، در اصول دیگری از قانون اساسی (بویژه اصل ۲۶) و نیز برنامه‌های پنج ساله، توسعه، شکل‌گیری و ایجاد تشکلهای غیردولتی و نهادهای مشارکت‌های مردمی همواره مورد تاکید قرار گرفته است. این مطالعه و مطالعات مشابه آن می‌تواند زمینه فکری و اجرایی برای برنامه‌ریزی در جهت تحقق اهداف فوق را فراهم نماید.

۲- بخش کشاورزی علاوه بر مسئولیت تامین غذا و بخشی از اشتغال در جامعه، به عنوان منبع تامین مواد اولیه برای بخش‌های صنعتی و خدماتی متعدد و صادرکننده بخشی از محصولات و فرآورده‌های کشاورزی محسوب می‌شود. به منظور دستیابی به

فرآیندهای اقتصادی متوازن یا ایجاد ارتباط مناسب بین زنجیره های تولید و تامین مواد و نیز زنجیره های فرآوری تا بازاریابی و مصرف در سطوح مختلف زمانی و مکانی، می بایست ارتباط نهادی بین بهره برداران کشاورزی و نظام صنایع تبدیلی و توزیع کنندگان ایجاد شود. دستیابی به تعادل مذکور به دلیل گستردگی و پراکندگی بخش کشاورزی و نیز تعدد بسیار بهره برداران کشاورزی (حدود ۴/۲ میلیون بهره بردار یا مدیر مزرعه) از یک سو و کاستی در شبکه زنجیره ای تولید تا مصرف از سوی دیگر، بسیار دشوار بوده و تحقق آن لزوماً از طریق بازنگری و بازآفرینی در ساختارهای نهادی این شبکه زنجیره ای امکان پذیر خواهد بود. ایجاد و توسعه ساختارهای نوین نهادی مانند تشکلهای بهره برداران (در صورت سازماندهی مناسب) می تواند در تنظیم جریان مواد و محصولات تولیدی متناسب با نیازها و تقاضای بازار بویژه صنایع تبدیلی و تکمیلی و صادرات بسیار موثر بوده و از سوی دیگر، این ارتباط و تعامل موجب توسعه زنجیره ارزش افزایی و توزیع بهتر منافع مالی در آن خواهد بود.

۳- با توجه به روند فزاینده تلفیق اقتصاد کشور با بازارهای منطقه ای و جهانی، توانمندی و رقابت پذیری بخش های تولیدی و بازرگانی کشور روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می کند. از یکسو توسعه نهادی بخش های اقتصادی بویژه کشاورزی موجب استفاده از مزیت های ناشی از این روند شده و از سوی دیگر، این امر موجب جلوگیری از آسیب به ساختارهای تولیدی کشور خواهد شد. کاهش توان رقابت پذیری و عدم توسعه نهادهای بازرگانی در بخش کشاورزی در شرایط گشایش روزافزون بازارها موجب از بین رفتن نظامهای تولید داخلی بویژه بهره برداران بخش کشاورزی خواهد شد.

۴- تاکید بر کوچک سازی دولت و کاهش وظایف تصدی گری آن و در نتیجه واگذاری امور به بخش های غیردولتی باعث شده است تا ایجاد و شکل گیری ساختارهای اقتصادی و بازرگانی مبتنی بر سازمان های غیردولتی اهمیت بیشتری داشته

باشد. در واقع، سازمان‌های مردم‌نهاد یکی از گزینه‌های بسیار مهم و در بعضی موارد به دلایلی چون ابعاد اجتماعی، ساختار دموکراتیک، محوریت اهداف جمعی و غیره، تنها گزینه مناسب برای واگذاری وظایفی هستند که در گذشته به عهده دستگاه دولتی بوده است. با این حال باید توجه داشت که فرآیند واگذاری وظایف می‌بایست با توجه به طراحی و ایجاد نهادهای مناسب، مطالعه وضعیت موجود و مطلوب این سازمان‌ها و نیز ظرفیت‌سازی در آنها انجام شود.

۵- توسعه جامعه مدنی به عنوان شاخصی از توسعه‌یافتگی جامعه، افزایش بهره‌وری، کارایی و کارآفرینی در فضای کسب‌وکار، اشتغال‌زایی مولد و افزایش نوآوری و خلاقیت در فضای مذکور را می‌توان از دیگر دلایل توجه جانبی به موضوع تحقیق دانست.

۶- از سوی دیگر، نتایج این مطالعه و مطالعات مشابه بویژه در مفهوم‌سازی سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی و بررسی‌های تطبیقی آن می‌تواند دیدگاه لازم برای مدیران بخش کشاورزی و صنعت و بازرگانی را در جهت اصلاح وضعیت فعلی این نهادها و ارتباط بخش کشاورزی با صنعت و بازرگانی، فراهم نماید. این مسئله از آن جهت حائز اهمیت است که در ایران بویژه در بخش کشاورزی، اغلب تشکلهای و سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی (برخلاف بسیاری از کشورها) نمایندگی تمامی کشاورزان یا بهره‌برداران (یا سایر اصناف) در حوزه عمل خود را ندارند و این وضعیت در سطوح بالاتر از سطح محلی نمود بیشتری دارد. به بیان دیگر، در بسیاری از موارد این سازمان‌ها (بویژه تشکلهایی که در حوزه بازرگانی بخش فعال هستند) در واقع نمایندگی بخش کوچکی از جامعه متناسب با عنوان خود را دارند. ناموزونی تشکلهای و سازمان‌های موجود به لحاظ نمایندگی بهره‌برداران موجب بروز چالش‌ها و محدودیت‌های فراوانی در بخش کشاورزی شده است. به عنوان مثال در نتیجه این امر، شکل‌گیری سازمان‌هایی مانند فدراسیون کشاورزان ایران به عنوان

سخنگوی واحد بهره‌برداران (یا تشکیلات مشابه آن) تاکنون ممکن نشده است. این پدیده باعث می‌شود تا امکان ضعیفی برای اجرای برنامه‌هایی ملی مانند الگوی کشت یا سیاست‌گذاری در امر تولید و بازاریابی در بخش غیردولتی (یا حتی دولتی) فراهم شود. همچنین به همین دلیل، امکان چندانی برای شکل‌گیری نهادهای اعتباری سرمایه‌گذاری غیردولتی با مشارکت بهره‌برداران کشاورزی به عنوان یکی از ذی‌نفعان اصلی منابع اعتباری و سرمایه‌گذاری، فراهم نشده است. همچنین، کمک‌ها و پشتیبانی‌های دولت در بخش کشاورزی به دلیل فقدان یک تشکل جامع و فراگیر، اثربخشی کافی را نداشته و یا در حوزه‌های خاصی تجمع و تمرکز خواهد داشت. انتظار می‌رود که تاکید بر مفهوم‌سازی سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی بتواند زمینه لازم برای بازنگرایی در قوانین و مقررات و نیز تعریف سازمان‌ها مردم نهاد در این بخش را فراهم نماید.

۷- در سال‌های اخیر قوانین و مقررات مختلفی به تصویب رسیده و وظایف و جایگاه‌های متعددی برای سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی تعریف شده است که از آن جمله می‌توان به قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی مصوب ۱۳۸۹ اشاره نمود. مطالعه حاضر و بررسی‌های مشابه آن می‌تواند دیدگاه لازم برای بهره‌برداری از این فضای قانونی را برای واحدهای کسب‌وکار در بخش کشاورزی، فراهم نماید. همچنین این بررسی‌ها می‌توانند الزامات و شرایط تحقق اهداف بخش خصوصی را در راستای توسعه کسب‌وکار تعیین نمایند.

علاوه بر موارد فوق، آنچه که بطور ویژه در این کتاب مورد نظر می‌باشد، نقش‌آفرینی اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی است. به نظر می‌رسد که برخلاف سایر بخش‌های اقتصادی (صنعت و معدن، بازرگانی) بخش کشاورزی بویژه از نظر ارتباط بهره‌برداران و فعالین آن به صورت سازمان‌یافته و نهادی، حضور فعال و نقش‌آفرینی در اتاق بازرگانی ندارد. علاوه بر آن، با وجود ظرفیت قانونی و جایگاه نهادی اتاق بازرگانی، ظرفیت قابل توجهی برای توسعه بازرگانی بخش کشاورزی با

محوریت اتاق بازرگانی وجود دارد که اغلب عاملین بخش کشاورزی از آن آگاهی و اطلاع مناسب ندارند. با توجه به موارد مذکور به نظر می‌رسد مطالعه حاضر می‌تواند برخی زمینه‌های فکری لازم برای تحقق هدف فوق را فراهم نماید.

ضرورت سازماندهی تشکلهای غیردولتی مرتبط با بخش کشاورزی

بخش کشاورزی، گسترده‌ترین بخش اقتصاد کشور بوده و در حال حاضر حدود یک چهارم از تولید ناخالص داخلی، یک چهارم اشتغال، بیش از چهار پنجم نیازهای غذایی، یک سوم صادرات غیرنفتی و حدود نه درصد از نیاز صنایع کشور به محصولات کشاورزی توسط این بخش تامین می‌شود (به استناد گزارش وزارت جهاد کشاورزی در برنامه چهارم توسعه). از سوی دیگر، اهمیت بخش کشاورزی منحصر به سهم آن در تولید ناخالص داخلی یا اشتغال نیست. کشاورزی ابزار کار و معیشت بخش بزرگی از جمعیت کشور بوده و به دلایل متعددی مانند امور مربوط به محیط زیست، امنیت و سلامت غذایی، امنیت زیستی و سایر موارد اهمیت آن روز به روز افزایش می‌یابد. با وجود گستردگی و ظرفیتهای بالقوه بخش کشاورزی، توان رقابتی تولیدکنندگان و بهره‌برداران بخش بویژه در زمینه توسعه بازرگانی در این بخش بسیار محدود است. با وجود مزیت‌های نسبی، به دلیل غلبه رویکرد «تولیدمحوری» در بخش کشاورزی، توان کلی رقابت‌گری بخش کشاورزی در بازارها بویژه بازارهای برون‌مرزی بسیار پایین است. همچنین سرمایه‌گذاری در این بخش بسیار محدود بوده و عملاً خروج سرمایه از بخش به دلیل پایین بودن نرخ بازده سرمایه، دیده می‌شود.

به نظر می‌رسد که یک دلیل عمده در ناکارآمدی بخش کشاورزی در حوزه بازرگانی و تجارت، عدم سازماندهی تولیدکنندگان و دست‌اندرکاران آن و ایجاد ارتباط موثر بین اجزای مختلف در نظام تولید و خدمات آن است. به عنوان مثال، سایر بخشهای اقتصادی بویژه صنعت و خدمات دارای تشکلهای بازرگانی موثر و نسبتاً

کارآمدی می باشند که ضمن ارائه خدمات لازم به بنگاه ها، نقش موثری در حمایت از اعضا و نیز توسعه بازرگانی داخلی و خارجی آنها دارند. در این زمینه می توان به فعالیتهای اتاق های بازرگانی (اعم از ملی و استانی) اشاره نمود که در آنها بخش های صنعت و خدمات توانسته اند حضور قابل توجهی داشته باشند. بررسی های تطبیقی (مانند سازمان های کشاورزان و بخش کشاورزی در سایر کشورها) و نیز برخی تجربیات موفق داخلی (برخی تشکلهای تولید و بازرگانی مانند اتحادیه ها) نشان می دهد که سازماندهی بنگاه ها و واحدهای تولیدی و خدماتی کشاورزی در صورت برنامه ریزی مناسب می تواند به بهبود کارایی و اثربخشی فعالیت بنگاه ها و توسعه کلی کسب و کار کشاورزی منجر شود.

بنابراین در این کتاب، موضوع سازمان های غیردولتی بخش کشاورزی و نقش های مختلف آنها به منظور ارائه الگوی مشارکت سازمان یافته آنها در توسعه کسب و کار و اقتصاد بخش کشاورزی مورد نظر قرار گرفته است. اهمیت و نقش این سازمان ها در توسعه اقتصادی بویژه در شرایط فعلی اقتصاد جهانی قابل چشم پوشی نیست. در واقع، امروزه به ندرت حوزه ای از فعالیتهای اجتماعی را می توان یافت که این سازمان ها به نحوی در آن دخیل نباشند. این وضعیت حاصل روندی است که از حضور سازمان های مردم نهاد در امور غیر انتفاعی و فرهنگی اجتماعی آغاز شده و به تدریج به بسیاری از عرصه های دیگر بویژه کسب و کار و بازرگانی گسترش یافته است. امروزه، هم در سطوح ملی و هم سطوح بین المللی، مسئولیت ها و وظایف مهمی در زمینه توسعه اقتصاد به این سازمان ها واگذار شده و به نظر می رسد که این روند ادامه خواهد داشت. در واقع، سازمان های غیردولتی در حال تبدیل شدن به بازیگران مهمی در سر میز مذاکرات بین المللی شده اند. این پدیده به وضوح در روند تعاملی مناسبات این سازمان ها با سازمان ملل متحد دیده می شود. تا جایی که امروزه گزارش های سازمان های غیردولتی به تدریج جایگاه مهمی هم عرض گزارش های دولت ها در

سازمان ملل پیدا کرده است و سخنگویان این سازمان‌ها هم در پشت تریبون‌های مجمع عمومی و هم شورای امنیت در زمینه‌های مختلف اظهار نظر می‌کنند. می‌توان گفت که پیش‌بینی دبیرکل وقت آن سازمان مبنی بر اینکه سازمان‌های غیردولتی به ابرقدرت‌های جدید تبدیل می‌شوند، در حال وقوع است (Annan, 2000).

در ایران نیز همگام با بسیاری از کشورهای در حال توسعه، شکل‌گیری سازمان‌های مردم‌نهاد در دو دهه اخیر به لحاظ کمی رشد زیادی داشته است. همان‌گونه که در بخش دوم این کتاب ذکر شده است، هم اکنون تنها در بخش کشاورزی بیش از ۳۰ هزار سازمان و نهاد غیردولتی ثبت شده وجود دارد که اغلب آنها در طی کمتر از دو دهه شکل گرفته‌اند. اگرچه شکل‌گیری این سازمان‌ها براساس نیازهای موجود در جامعه بوده است اما لزوماً کارکرد تمامی آنها در راستای تحقق اهداف توسعه‌ای بخش کشاورزی بویژه توسعه کسب‌وکار و بازرگانی قرار ندارد. از سوی دیگر، تعدد آنها باعث شده است تا بر طبق قانون، به تدریج اختیارات و نقش‌های بیشتری به آنها واگذار شود. واگذاری نقش و مسئولیت‌های مختلف اجرایی، اقتصادی و اجتماعی به این تشکله‌ها اگرچه از یکسو نشان‌دهنده توسعه جامعه مدنی است اما این روند با آسیب‌ها و چالش‌های متعددی روبرو است. به عنوان مثال می‌توان به پراکندگی و تعدد دستگاه‌های دولتی متولی این سازمان‌ها، رهیافت‌های گوناگون در شکل‌گیری و مدیریت، عدم استقرار و توسعه طبیعی (اغلب آنها دولت ساخته و یا تحت حمایت و مدیریت دولت هستند)، نبود یک شبکه انتظام‌یافته تخصصی و صنفی و مشکلات ناشی از ارتباطات درونی و بیرونی اشاره کرد. از این رو وجود راهبردها و سیاست‌هایی که بتوانند ضمن شناخت کاستی‌های درونی و بیرونی نهادهای مردم‌نهاد و استفاده بهینه از پتانسیل‌های این نهادها، جهت‌گیری و هدایت مناسبی را نیز برای فرآیند توسعه این سازمان‌ها در بخش‌های مختلف فراهم نماید، بسیار ضروری است. به گفته دیگر، توسعه سازمان‌های غیردولتی در ایران هم به لحاظ نظری و دیدگاه تئوریک و تجربی

نسبت به ماهیت این تشکلهای و هم به لحاظ کاربردی به لحاظ نقشهای مختلف بویژه در حوزه اقتصاد و تجارت با چالشهایی مواجهه است. واکاوی کمی و کیفی این تشکلهای و ترسیم آسیبها و چالشهای پیش روی آنها به منظور تدوین یک الگوی بهینه برای سازماندهی وضعیت موجود یا ایجاد نهادهای نوین ضروری است.

در کتاب پیش رو تلاش شده است تا از طریق واکاوی و تحلیل وضعیت موجود و مطلوب، راهکار یا راهکارهای مناسبی برای توسعه اقتصادی بخش کشاورزی از طریق ساماندهی کسب و کارها و سازمانهای غیردولتی ارائه شود. بر این اساس، چالش اصلی را می توان بصورت زیر بیان نمود:

«با توجه به وضعیت موجود بخش کشاورزی ایران و نهادهای آن، چه الگو یا الگوهایی را برای توسعه کسب و کار بخش براساس ایجاد یا گسترش نهادهای بازرگانی و اقتصادی می توان بکار گرفت؟»

برای دستیابی به پاسخهای مسئله کلی، در این کتاب تلاش می شود تا مسائل زیر مورد بررسی و تحلیل قرار گیرند:

۱- نهادهای و سازمانهای غیردولتی چه مشخصاتی دارند و مهمترین کارکردهای آنها کدامست؟

۲- راهکارها و الگوهای نهادهای و روابط بین نهادی در سطوح مختلف اقتصاد و اجتماع کدامند؟

۳- سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران و سایر کشورها چه ویژگیهایی دارند؟

۴- اتاقهای بازرگانی و اتاقهای کشاورزی در کشورهای مختلف دارای چه مشخصات و کارکردهایی هستند؟

۵- مهمترین آسیبها و ضعفهای تشکلهای بخش کشاورزی در ایران کدامند؟

- ۶- چه راهکارهایی را برای بهبود یا بازآفرینی تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران می‌توان ارائه نمود؟
- ۷- چه الگو یا راهکاری برای ساماندهی واحدهای کسب‌وکار کشاورزی اعم از تولیدی و بازرگانی به منظور توسعه این بخش اقتصادی وجود دارد؟

سازمان کتاب

هدف نهایی در این کتاب، فراهم نمودن چهارچوب نظری و راهکاری اجرایی برای ساماندهی واحدهای کسب‌وکار بخش کشاورزی و نهادسازی به منظور توسعه کسب‌وکار و بازرگانی در بخش کشاورزی است. بدین منظور، به مطالعه تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی به منظور استفاده از ظرفیت آنان در توسعه فعالیت‌های بازرگانی بخش کشاورزی می‌پردازیم. برای تحقق این هدف کلی، مجموعه اهداف اختصاصی به قرار زیر می‌باشند:

- شناخت مشخصات و ویژگی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد
- مروری بر وضعیت سازمان‌های مردم‌نهاد در بخش کشاورزی سایر کشورها (تطبیقی)
- شناخت وضعیت موجود سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در ایران
- آسیب‌شناسی سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی با تاکید بر تحقق اهداف اقتصادی بخش
- ارائه ویژگی‌ها و مشخصات سازمان‌های فعلی برای تحقق اهداف بازرگانی و صادراتی بخش کشاورزی
- توصیف توانایی‌ها، محدودیت‌ها، ضعف‌ها و نقاط قوت سازمان‌های غیردولتی موجود (برای تحقق اهداف)

- ارائه توصیه‌های سیاستی و چهارچوب پیشنهادی برای ساماندهی و تعیین جایگاه تشکل‌های بخش کشاورزی در اتاق بازرگانی براساس اهداف و کارکردهای اتاق

بنابراین در این کتاب و در فصول پیش رو سعی می‌شود با تحلیل وضعیت موجود و مطالعه تطبیقی سایر کشورها پاسخ مناسبی برای سوالات مطرح شده در جهت تحقق اهداف بیان شده بیابیم. برای این منظور فصول زیر برای کتاب در نظر گرفته شده است.

فصل دوم به تعریف سازمان‌های غیردولتی به صورت عمومی و اهمیت و ضرورت و کارکردهای آنها می‌پردازد. در فصل سوم سازمان‌ها و تشکل‌های غیردولتی مرتبط با بخش کشاورزی در برخی کشورها مورد بررسی قرار گرفته است. فصل چهارم به بررسی سازمان‌های غیردولتی مرتبط با بخش کشاورزی در ایران اختصاص دارد و در ادامه در فصل پنجم به مطالعه تطبیقی اتاق‌های بازرگانی برخی از کشورهای منتخب می‌پردازیم و در نهایت پس از تحلیل و آسیب‌شناسی سازمان‌های غیردولتی مرتبط با بخش کشاورزی در ایران در فصل ششم به ارائه راهکارها و راهبردهای پیشنهادی در فصل هفتم می‌پردازیم.



اتحاد بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

فصل دوم

سازمانهای غیردولتی

مقدمه

از دیدگاه نظری، موجودیت‌های نهادی غیردولتی اعم از بنگاه‌ها و کسب‌وکارها، سازمان‌های غیردولتی (NGOs) و نهادهای اجتماعی را می‌توان بطور کلی با دو رویکرد درونی و بیرونی مورد بررسی قرار داد. دیدگاه درونی ناظر بر شکل‌گیری، ساختار، اهداف، اعضا و مسائلی از این دست می‌باشد در حالی که نگرش بیرونی بیشتر بر مناسبات و روابط بین نهادی و شکل‌گیری ساختارهای فراگیر (مثلاً در سطح ملی) و جایگاه این ساختارها در سطح جامعه تاکید دارد. دو دیدگاه ذکر شده به همراه مطالعات تطبیقی (به معنی توصیف و بررسی ساختارهای نهادی موجود در زمینه سازماندهی کسب‌وکارها در قالب اتاق‌های بازرگانی یا ساختارهای مشابه) و بررسی وضعیت موجود کشور (نهادهای بخش کشاورزی) می‌توانند در کنار هم زمینه لازم برای ارائه الگوی پیشنهادی را فراهم نمایند.

به همین منظور، فصل حاضر در برگیرنده دو بخش می‌باشد. در بخش اول، مبانی نظری و دیدگاه‌های فکری مرتبط با موضوع تشکلهای مردم نهاد و جایگاه آنها در ساختار فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جوامع مورد بررسی قرار گرفته است. سازمان‌های مردم نهاد را می‌توان از دیدگاه بنیان‌ها و مبانی شکل‌گیری به دو گروه عمده سستی و مدرن طبقه‌بندی نمود. سازمان‌های سستی براساس سازوکارهای غیررسمی و براساس نیازهای درونی اجتماعات شکل گرفته و اغلب به ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، قومی و مناسبات این گونه‌ای وابسته‌اند. شکل‌گیری نهادهای مدرن غیردولتی روندی متفاوت و تا حد زیادی پیچیده‌تر را طی نموده و الگوهای آن در جوامع در حال توسعه و توسعه‌یافته تفاوت‌های بنیادی با یکدیگر دارد. از سوی دیگر، جایگاه و نقش سازمان‌های غیردولتی در اقتصاد و بازرگانی نیز موضوع مهمی است که تا پیش از سال‌های اخیر چندان مورد توجه قرار نگرفته است. در واقع، بخش قابل توجهی از

ادبیات نظری و مطالعات انجام شده در زمینه سازمانهای غیردولتی بر آن دسته از سازمانها متمرکز است که کارکردهای فرهنگی، اجتماعی یا سیاسی داشته‌اند. با وجودی که بویژه در سالهای اخیر، سازمانهای غیردولتی نقش عمده‌ای در اجرای پروژه‌های توسعه‌ای (مانند امور زیرساختارهای روستایی، حفاظت از محیط زیست، امور بهداشت و آموزش و نیز مبارزه با بیماری‌های همه‌گیر) در بسیاری از کشورها بویژه در کشورهای در حال توسعه داشته‌اند، اما کماکان نقش و اهمیت اقتصادی و بازرگانی سازمانهای غیردولتی امری فرعی در نظر گرفته شده است. شاید یک دلیل عمده این پدیده، گستردگی موضوعی و کارکردی سازمانها است که باعث می‌شود سازمانهایی با ماهیت کاملاً اجتماعی یا غیر انتفاعی مانند تشکلهای فرهنگی یا فکری در کنار تشکلهای صنفی با اهدافی اقتصادی- اجتماعی، تحت یک عنوان قرار گیرند. در مطالعه حاضر، سعی شده است تا ضمن اشاره به مفهوم سازمانهای غیردولتی، تاکید و تمرکز بیشتری بر سازمانها و تشکلهایی صورت گیرد که ماهیت و کارکردهایی اقتصادی- بازرگانی داشته و یا به بیان بهتر، جایگاه بالقوه و بالفعل در ساختار اقتصادی جوامع دارند.

در بخش دوم، دیدگاههای نظری و مطالعات مرتبط با روابط بین سازمانی و شکل‌گیری ساختارهای نهادی فراگیر (مبتنی بر رویکرد بیرونی) ارائه شده است. این بخش، ساختارهای گزیداری نسبت به سازمانهای بوروکراتیک را برای تحقق اهداف نهادی معرفی کرده است. این دیدگاه بویژه از آن جهت دارای اهمیت است که هر بخش یا زیر بخش اقتصادی، مشتمل بر تعداد زیادی واحد کسب و کار و افراد (تولیدکنندگان، بهره‌برداران، کارآفرینان و غیره) و نیز گروه‌ها و نهادهایی (تجاری، اجتماعی، صنفی و غیره) است که براساس شاخص‌ها و عواملی همچون میزان پراکندگی، همسانی فعالیت‌ها، همسویی اهداف و منافع، همگنی و سایر موارد می‌توانند اشکال گوناگونی از تعامل یا وحدت سازمانی و کارکردی را داشته باشند. در بخش دوم

از فصل حاضر، این تعاملات به لحاظ نظری و براساس بررسی‌های میدانی مورد بررسی قرار گرفته و براساس مطالعات تطبیقی انجام شده در زمینه سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی، در ارائه الگوی پیشنهادی مورد استفاده قرار گرفته است.

۲-۱- بخش اول

۲-۱-۱- سازمان‌های مردم نهاد

مفهوم سازمان‌های مردم نهاد یا سازمان‌های غیردولتی بسیار عام بوده و طیف گسترده‌ای از صورت‌بندی‌ها و ساختارهای نهادی به اشکال گوناگون رسمی و غیررسمی با پیشینه، ماهیت و اهداف گوناگون را در برمی‌گیرد. در عین حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که این نهادها روند تحولی و تکاملی خاصی را بویژه در دهه‌های اخیر در سراسر جهان داشته‌اند و بطور مشخص نقش و جایگاه رو به گسترشی را در محیط اقتصادی کسب نموده‌اند. با توجه به ماهیت و اهداف در نظر گرفته شده، این بررسی از آن جهت دارای اهمیت است که اغلب کسب‌وکارها و بنگاه‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی بویژه تشکلهای و شیوه‌های مناسباتی آنها را می‌توان نمونه‌ای از سازمان‌های غیردولتی دانست. به همین دلیل، در این بخش مفهوم سازمان‌های غیردولتی، انواع آنها و درونمای حضور آنها در ساختار اقتصادی و اجتماعی جوامع مورد بررسی قرار گرفته است. همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، این بررسی دیدگاهی درونی به سازمان‌های مردم نهاد داشته و بر ماهیت و کارکرد آنها براساس وضعیت موجود تاکید دارد. بدیهی است که ساماندهی بنگاه‌ها و کسب‌وکارها در قالب این مفهوم لزوماً به یک الگوی شناخته شده و استاندارد منجر نخواهد شد بلکه الگوهای پیشنهادی می‌توانند برخی مشخصات یا کارکردهای سازمان‌های غیردولتی را داشته باشند.

۲-۱-۲- جامعه مدنی و سازمان های مردم نهاد

پیدایش سازمان های اجتماعی به دوران آغاز زندگی گروهی انسان در ماقبل تاریخ و پیش از شکل گیری دولت ها و سازمان های حکومتی باز می گردد. پس از شکل گیری دولت ها، این گروه ها و سازمان های اجتماعی به تدریج کارکردهای متفاوتی براساس تحولات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع داشته و بسیاری از آنها در طول هزاران سال کماکان وجود داشته و نقش خود را تا حد زیادی حفظ کرده اند.

چنانچه تعریف فراگیر از سازمان مردم نهاد را بصورت هر سازمان یا گروه اجتماعی غیردولتی بپذیریم، دو ویژگی قدمت زیاد و گستردگی را می توان برای اینگونه نهادها در نظر گرفت. این تعریف بدان معنی است که نخست اینکه تمامی اشکال و انواع گروه های اجتماعی اعم از مدرن و سنتی را در یک قالب قرار داده و همچنین تمامی تشکلهای خیریه ای، امدادسانی، تجاری، بازرگانی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی، معنوی و مذهبی فنی، علمی، اداری، حقوقی، سیاسی و همانند آن را نیز تحت پوشش قرار می دهد. بدیهی است که این تعریف جنبه کاربردی چندانی ندارد و نمی تواند به خوبی در امور طراحی سازمانی، سازماندهی های اقتصادی، بهبود حکومت گری یا هر نوع مداخله گری مرتبط با برنامه های توسعه استفاده شود. در واقع، آنچه که امروزه به عنوان یک سازمان مردم نهاد یا غیردولتی (Non Governmental Organization) شناخته می شود، برای بسیاری از جوامع بویژه کشورهای در حال توسعه مفهومی کاملاً جدید است و بیش از چند دهه از پیدایش آن نمی گذرد. بنابراین، در ابتدا مروری بر تعاریف و مفاهیم اولیه مرتبط با این گونه سازمان ها می تواند در کاربردهای بعدی آن موثر باشد. لازم به ذکر است که در این کتاب، بخشی از سازمان های غیردولتی مورد نظر است که کارکردی کامیاب اقتصادی بازرگانی در بخش کشاورزی دارند. با توجه به اینکه این کارکردهای اقتصادی بازرگانی دارای ابعاد گوناگون اجتماعی، سیاسی و

فرهنگی نیز هستند، بخشی از ادبیات موضوع و بررسی و تحلیل‌ها به این ابعاد نیز اختصاص خواهد داشت.

در جوامع امروزی از جمله ایران، که در شرایط پس از دوران سستی یا در دوره گذار از آن قرار دارند، سست شدن پیوندهای قبیله‌ای و قومی موجب شده است تا تشکلهایی به عنوان نهاد واسطه بین دولت و افراد، ظهور و بروز یابند که از آنها تحت عناوینی چون سازمان‌های غیردولتی، سازمان‌های داوطلب و نظایر آنها یاد می‌شود. به تدریج این نهادها بویژه در جوامع پیشرفته دارای جایگاه مشخص و مستحکمی شده‌اند. برای تبیین و توصیف جایگاه و نقش این نهادها در جامعه می‌توان از تعریف جامعه مدنی استفاده کرد. براساس این دیدگاه، بطور کلی یک جامعه مبتنی بر ساختار مدنی امروزی، ترکیبی از سه بخش عمده است که عبارتند از دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی. در این میان، سازمان‌های مردم نهاد هم در برگیرنده جنبش‌ها و گرایش‌های اجتماعی بوده و هم در ساختارهای اقتصادی جامعه دخیل هستند. میزان گستردگی یا اهمیت این بخش نیز مستقیماً با توسعه جامعه مدنی در هر کشور یا جامعه مرتبط است. در کشورهایی که هنوز جامعه مدنی بلوغ چندانی نیافته است، توسعه سازمان‌های مردم نهاد می‌تواند زمینه توسعه آن را فراهم نماید. یک دیدگاه نسبتاً غالب در این زمینه آن است که امکان تعامل انفرادی افراد جامعه با نظام‌های حاکمیتی بسیار دشوار بوده و بویژه در جوامعی که سازوکارهای مشخصی در این زمینه وجود ندارد، عملاً غیر ممکن است. بر این اساس، سازمان‌ها و تشکلهای مردمی می‌توانند نمایندگی جامعه را داشته و بصورت یک حلقه واسطه بین مردم و دولت قرار گیرند.

بطور کلی، وجود جامعه مدنی نه در کشورهای توسعه‌یافته و نه در کشورهای در حال توسعه یک پدیده جدید محسوب نمی‌شود. اما آنچه که مفهوم امروزی آن را بیشتر نشان می‌دهد، رابطه آن با گفتمان توسعه است. واژه جامعه مدنی، برابر برخی اسناد توسط جان لاک (و همفکران او) و برای تشریح تمایز بین جامعه و دولت مطرح

شده و در صف بندی مشخص بین دولت و بازار، از جامعه مدنی به عنوان «بخش سوم» یاد شده است. نظریه پردازان بخش سوم، معتقدند که «بدون تنزل و کاهش اهمیت دولت ها و تصدیق محدودیت های نسبی افراد، دولت ها نباید به عنوان عاملین توسعه و تنها قدرت های فعال باشند، بلکه انجمن ها و نهادهای برخاسته از درون مردم در جوامعی که رهیافت دموکراتیک (مردم سالاری) را پذیرفته اند، باید به جای افراد قدرتمند و در کنار قدرت دولت ها قرار گیرند. برای حضور نهادینه این سازمانها، برابری شرایط در همه جا ضروری می باشد. در یک جامعه دموکراتیک، افراد به واسطه برابری در اثرگذاری در اداره امور بوسیله خودشان محدود شده اند، اما افراد ممکن است برای ایجاد توازن بین سیاست گذار و عموم شهروندان توانا باشند». در این نقش، جامعه مدنی، مأمنی برای افراد است که می توانند عقایدشان را ابراز دارند. در این وضعیت دولت ها می توانند ادعا کنند که دموکراتیک هستند و شهروندان می توانند قدرت انتخاب کارگزاران را داشته باشند (Rasalan, 2001). در این میان باید توجه داشت که نقش مذکور صرفاً محدود به تصمیم گیری ها یا قدرت سیاسی نیست بلکه جامعه مدنی در برگیرنده ابعاد گوناگونی از مشارکت علمی، تصمیم گیری مستقیم در منافع اقتصادی و اجتماعی و نیز امور تولیدکنندگان و مصرف کنندگان است. مشارکت محلی به شیوه مذکور، ابتکار، نوآوری و کارآفرینی، انتقال تکنولوژی و تطبیق پذیری با فرآیند توسعه را موجب می شود (USAID, 2000). لازم به ذکر است که بر مفهوم جامعه مدنی انتقاداتی نیز وارد است و برخی از محققین اعتقاد دارند که این گونه نگرش نمی تواند کارکرد و نقش یا اهمیت نهادهای غیردولتی را بطور کامل پوشش دهد.

با این حال به نظر می رسد که وجود نهادهای غیردولتی برای یک جامعه مدنی کارآمد و اثربخش، الزامی است. حتی در کشورهای بسیار فقیر نیز افراد، نیروی کار و توان مالی خود را برای انجام فعالیت های اقتصادی به اشتراک می گذارند. در کشورهای

توسعه‌یافته‌تر، ساختار سازمانی سازمان‌های غیردولتی رسمی‌تر و مشارکت آنها گسترده‌تر است و حتی ممکن است انجمن‌ها و اتحادیه‌های سازمان‌های غیردولتی در سطوح گسترده‌ای شکل بگیرند. بدیهی است که چنین مجموعه‌هایی برای تحقق منافع اقتصادی خود ارتباطات موثری نیز با دولت‌ها برقرار می‌کنند.

در فرایند توسعه پایدار، وجود یک جامعه مدنی کارآمد به اندازه بازارهای کارآمد مهم است. جامعه مدنی امکان مشارکت سیاسی را فراهم می‌آورد همان‌گونه که بازار، امکان مشارکت اقتصادی در جامعه را فراهم می‌کند. جامعه مدنی همانند بازار، رفتار اجتماعی را مشروط می‌سازد و به تخصیص منابع کمک می‌کند. بطور خلاصه می‌توان گفت که جامعه مدنی همان نقشی را در توسعه پایدار دارد که بازار ایفا می‌کند. بازار و جامعه مدنی (با هر تعریف و مفهوم‌سازی)، دو محور اصلی فرآیند توسعه پایدار هستند و همانند بازار، جامعه مدنی می‌تواند با اتکا به سیاست‌های دولتها در زمینه ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه، در حوزه‌های تکنولوژیکی و زیربنایی جامعه فعالیت کند. در طول زمان، جامعه مدنی می‌تواند همانند بازار موجب تغییر در سیاست‌ها، ارزش‌ها و نیز فن‌آوری شود. افزون براین باید در نظر داشت که در شرایط جوامع امروزی، یکپارچگی مفهومی و عملی بازار و جامعه مدنی نیز باید مورد نظر قرار گرفته و تفکیک کامل یا ایجاد مرزبندی دقیق بین دو موجودیت مذکور بسیار دشوار است.

همانطوری که پیشتر گفته شد، شکل‌گیری یا توسعه جامعه مدنی علاوه بر عوامل محیط خارجی، بر مبنای اجزا و فرآیندهای درونی آن قابل توصیف است. در طی دو دهه گذشته، سازمان‌های بخش سوم هم از نظر تعداد و هم از نظر حوزه عمل، گسترش بسیاری در سراسر جهان داشته‌اند. این امر باعث شده است تا بسیاری از محققین، جامعه مدنی را معادل سازمان‌های مردم نهاد فرض کنند. با این حال، برای جلوگیری از برخی مشکلات ناشی از شمول مفهوم جامعه مدنی و جلوگیری از تقلیل آن، می‌بایست

سازمانهای غیردولتی را به عنوان یکی از گروههای مهم خانواده سازمانی بخش سوم در نظر گرفت (Lewis, 2001).

البته گرایشهایی نیز وجود دارد که در آنها سعی می شود سازمانهای غیردولتی را جدای از تعریف جامعه مدنی مورد توجه قرار دهند. در این حالت، با تاکید بر اینکه این سازمانها منافع اعضا یا گروههای هدف را در انجمنهای حرفه ای دنبال نمی کنند و یا صرفاً بر منافع فرهنگی یا موارد مشابه آن تمرکز ندارند، آنها را در مقابل سایر سازمانهای فعال در بخش سوم قرار می دهند (Develass, 2000).

بطور کلی، علاوه بر موارد ذکر شده، خلاصه برخی دیدگاههای مطرح شده در زمینه سازمانهای غیردولتی بشرح زیر می باشد:

- سازمانهای غیردولتی دارای دو جنبه مجزای هویتی هستند که یکی وجود آنها به عنوان سازمانهای توسعه و دیگری جایگاه آنها به عنوان بخشی از خانواده بزرگتری است که سازمانهای بخش سوم نامیده می شود. این خانواده بزرگ شامل طیف وسیعی از سازمانها است که نه بخشی از حکومت هستند و نه صرفاً برای سودآوری بوجود آمده اند. بخش سوم شامل موسسات آموزشی، گروههای فشار، سازمانهای مذهبی، اتحادیه های کارگری، اتحادیه های تجاری، کلوبهای تفریحی، نهادهای ابتکاری کمک کننده به جامعه و سازمانهای خیریه ای و مشابه آنها می باشند (Lewis, 2001).

- سازمانهای غیردولتی نوعی انجمن هستند که در جامعه مدنی یافت می شوند. سازمان غیردولتی، سازمانی است که درگیر فعالیت های توسعه می باشد و بوسیله حکومت ایجاد نشده است.

- سازمانهای غیردولتی یک جامعه معادل جامعه مدنی نیستند. آنها به عنوان متصل کننده، میانجی و بیان کننده منافع شهروندان از طریق گفت و گو و نقد از سیستم اجتماعی عمل می کنند. سازمانهای غیردولتی نظرات شهروندان را بیان می کنند،

بین دولت و افراد خصوصی قرار می‌گیرند و بخشی از جامعه مدنی هستند (Rasalan, 2001).

- سازمان‌های غیردولتی مظهر نهادی جامعه مدنی هستند. آنها ارزش‌های جامعه مدنی را به نمایش می‌گذارند. از طریق این سازمان‌ها، موضوعات جامعه مدنی بطور مناسب در درون چهارچوب نهادی که بوسیله دولت ارائه شده است، جریان می‌یابد. به عنوان بیانیه جامعه مدنی، آنها گروه‌هایی هستند که بطور واقعی با حکومت تعامل برقرار می‌کنند. این بدان معنی است که رابطه حکومت با تک‌تک افراد جامعه اغلب رابطه‌ای تعاملی نیست.
- سازمان‌های غیردولتی، همراه با تفکرات مدرن در زمینه توسعه شکل گرفته و مرتبط هستند. این نهادها اگرچه بصورت مستقل از کنترل حکومت تکوین یافته‌اند، اما فعالیت‌های‌شان اغلب با حکومت‌ها در تقابل است.

۲-۱-۳- تعریف سازمان غیردولتی:

عبارت سازمان غیردولتی برای نخستین بار در اوایل دهه ۱۹۴۰ میلادی در کتاب سال سازمان‌های بین‌المللی اتحادیه انجمن‌های بین‌المللی استفاده شده است. در پی آن و برای نخستین بار در سطح بین‌المللی، عبارت «سازمان غیردولتی» یا NGO در سال ۱۹۴۵ توسط سازمان ملل متحد و در منشور آن، برای ایجاد تمایز بین حق مشارکت بین اعضای آن (اعم از نهادهای مشترک بین دولت‌ها و یا سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی) استفاده شد. با این حال، این تعریف بسیار کلی بوده و تقریباً تمامی اجزای بخش خصوصی را بدون هیچگونه تمایزی در برمی‌گیرد. امروزه، این تعاریف تا حدی تغییر کرده و گروه‌ها و طبقات مختلفی در حوزه مفهومی نهادهای غیردولتی یا مردم نهاد بوجود آمده است.

سازمان‌های غیردولتی در مناطق مختلف جهان دارای عناوین و اسامی مختلفی هستند که تا حدی نشان‌دهنده رویکردها و کارکردهای غالب آنها بوده و نیز در برخی موارد به نقش و جایگاه آنها در جامعه نیز اشاره دارند. به عنوان مثال، چنانچه سازمان‌های غیر صنفی یا فاقد کارکرد مستقیم اقتصادی را مورد نظر قرار دهیم، در برخی کشورها از آنها به عنوان «سازمان‌های غیرانتفاعی»^۱ یاد می‌شود و در برخی دیگر عنوان «سازمان‌های داوطلب» کاربرد بیشتری دارد. در آمریکا که ارزش‌های بازار تسلط بیشتری دارد، اصطلاح سازمان‌های غیر انتفاعی برای تفکیک فعالیت‌های تجاری و اقتصادی از غیر آن بکار می‌رود که البته باید به نوع نقش یا کارکردهای ویژه اقتصادی این نهادها نیز توجه نمود. به همین دلیل، اصطلاح بخش سوم در اقتصاد (در صف‌بندی با بخش‌های دولتی و خصوصی) نیز در مورد بسیاری از این سازمان‌ها استفاده می‌شود. در کشورهایی مانند انگلستان که ارزش‌هایی مانند کمک به فقرا و افراد بی‌خانمان به عنوان مبدا پیدایش بسیاری از سازمان‌های اجتماعی است، اصطلاح سازمان‌های داوطلب برای این گونه سازمان‌ها کاربرد دارد در حالی که در بسیاری از کشورهای حال توسعه مانند بنگلادش برای همین سازمان‌ها از اصطلاح عمومی سازمان‌های غیردولتی استفاده می‌شود. بطور کلی، واژه سازمان‌های غیردولتی بیشتر در خصوص سازمان‌های بخش سوم جامعه مدنی که بیشتر بصورت بین‌المللی فعالیت می‌کنند و یا سازمان‌هایی که پس از جنگ دوم جهانی، در کشورهای در حال توسعه با کمک سازمان ملل متحد بوجود آمده‌اند به کار می‌رود. تنوع مفهومی و گستردگی این موضوع باعث شده است تا حدود پنجاه واژه و عبارت مختلف برای توصیف سازمان‌های غیردولتی استفاده شود که از آن میان می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: (مقیم، ۱۳۸۱)

- سازمان‌های اجتماع محلی‌مدار یا CBOs (Community – Based Organizations)
- سازمان‌های غیردولتی یا NGOs (Non Governmental Organizations)
- سازمان‌های جامعه مدنی یا CSOs (Civil Society Organization)
- سازمان‌های غیردولتی دولت ساخته یا GONGOs (Government Organized NGOs)
- سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی یا INGOS (International NGOs)
- سازمان‌های حامی توده مردم یا GSOs (Grassroots Support Organizations)
- سازمان‌های توسعه غیردولتی یا NGDOs (Non Governmental Development Organizations)
- سازمان‌های غیرانتفاعی یا NPOs (Non Profit Organizations)
- سازمان‌های مردمی یا POs (Peoples Organizations)
- پیمانکاران خدمات عمومی یا PSCs (Public Services Contractors)
- سازمان‌های بخش سوم یا TSOs (Third Sector Organizations)
- سازمان‌های داوطلبان یا VO (Voluntary Organizations)
- سازمان‌های داوطلبانه خصوصی یا PVOs (Private Voluntary Organizations)

در تعریف بانک جهانی، سازمان‌های غیردولتی عبارت از سازمان‌های خصوصی هستند که فعالیت‌هایی را در مورد کاهش امراض، ارتقاء منافع فقرا، ارائه خدمات اجتماعی، حفظ محیط زیست و یا توسعه اجتماعی انجام می‌دهند. همچنین از دیدگاه بانک جهانی، سازمان‌های غیرانتفاعی که مستقل از دولت بوده و معمولاً با ارزش‌گرایی، تمامی یا بخشی از فعالیت‌های خود را به امور خیریه‌ای و فعالیت‌های داوطلبانه اختصاص می‌دهند، می‌توانند در جایگاه این گونه سازمان‌ها قرار گیرند. باید

گفت، نوع دوستی و داوطلبانه بودن از جمله ویژگی های کلیدی کلیه سازمان های غیردولتی است (World Bank, 2001).

سازمان های غیردولتی را می توان به طیف وسیعی از نهادها اطلاق کرد که دامنه آنها از سطوح بین المللی و ملی تا منطقه ای و محلی، از بسیار گسترده و ائتلافی تا کوچک و انفرادی و از پایدار و رو به رشد تا زودگذر و کوتاه و از کاملاً قوی تا کاملاً شکننده و ضعیف نوسان دارد. همانطور که پیشتر اشاره شد، از آنجا که سازمان های غیردولتی دارای اشکال و انواع متعددی هستند، ارائه یک تعریف جامع برای آنها دشوار است. ویژگی های سازمان های غیردولتی فقط در برخی موارد تا حدی مشابه است. سازمان های غیردولتی در سطوح محلی عمدتاً بر پایه طرفداری از منافع اعضای خود شکل گرفته اند و بعضی از اینگونه سازمان ها صرفاً در پی کسب حقوق حرفه ای و صنفی اعضای خود هستند که در این صورت به سادگی در زمره بنگاه های داوطلب قرار نمی گیرند. این واقعیت باعث پیدایش مفهوم «سازمان های داوطلب خصوصی» (PVOs)^۱ شده است. هر چند چنین سازمان هایی همردیف با سازمان های غیردولتی بکار می روند ولی تا حدودی از مفهوم گسترده NGOs محدودتر هستند. بدین ترتیب نمی توان تعاونی ها و اتحادیه ها و سازمان های خدمت گرای تولیدی را که آشکارا غیردولتی هستند را خارج از چهارچوب NGOs قرار داد، بلکه می توان به آنها «سازمان های غیردولتی اقتصادی» گفت و تجارب نشان می دهند که این گونه سازمان ها و تشکلهای برای توسعه و جلب و تعمیق مشارکت، حیاتی تر از سازمان های غیردولتی خیریه ای می باشد (مقنی زاده، ۱۳۷۸).

از نظر آژانس توسعه بین المللی امریکا (USAID) سازمان های غیردولتی عبارتند

از:

1- Private Voluntary Organization

- سازمان‌هایی که خدمات ارائه می‌دهند، همانند سازمان‌هایی که برای بهبود زندگی کودکان، خدمات آموزشی ارائه می‌کنند و یا برنامه‌های اعتباری برای شرکت‌های کوچک دارند.
 - سازمان‌هایی که از اهداف خاص توسعه نظیر خدمات برنامه‌ریزی خانواده یا زیرساخت‌های توسعه حمایت می‌کنند.
 - سازمان‌هایی که از اصلاحات سیاسی نظیر حفظ امنیت حمایت می‌کنند.
 - سازمان‌هایی که مسائل و مشکلات توسعه، همچون فقر یا مسائل محیط زیستی را تجزیه و تحلیل می‌کنند و مناظره‌ها و برنامه‌های آموزشی ملی را در خصوص این موضوعات سازماندهی و اجرا می‌کنند.
 - سازمان‌هایی که برای تولید مستقیم یا فرآوری و یا بازاریابی تشکیل شده‌اند مانند تعاونی‌های کشاورزی و انجمن‌های اعتباری روستایی
 - سازمان‌هایی که با دیگر سازمان‌ها و افراد منافع مشترکی دارند، مانند اتاق‌های بازرگانی، اتحادیه‌های و گروه‌های حقوق بشر
- در تعریف شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد اصطلاح سازمان‌های غیردولتی، بیانگر گروه‌هایی بین‌المللی، منطقه‌ای، ملی و محلی می‌باشد که به شکل تشکلهای خصوصی و غیر انتفاعی بوده و برای نفع عموم فعالیت می‌کنند و از طریق بخش دولتی و یا موفقیت نامه‌های بین دولتی ایجاد نشده باشند (UN, 1996).
- همچنین بیان شده است که سازمان‌های غیردولتی، سازمان‌هایی با شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی و غیرانتفاعی هستند که برای انجام فعالیت‌های داوطلبانه با گرایش‌های فرهنگی، اجتماعی، صنفی و براساس قانونمندی و اساسنامه مدون و در چهارچوب قوانین موضوع هر کشور فعالیت می‌نمایند (مه‌بادی، ۱۳۸۱). فرهنگ روابط بین‌الملل، سازمان‌های غیردولتی را بصورت «یک سازمان خصوصی که سازوکارهای همکاری غیردولتی بین ملت‌ها و گروه‌ها را در سطوح مختلف و بویژه در امور

اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، انسانی و فنی فراهم می آورد. « تعریف کرده است (Plan & Olton, 1998).

بطور کلی، بررسی ادبیات مربوط به سازمانهای غیردولتی و تعاریف موجود نشان می دهد که یک اتفاق نظر کلی در مورد میزان شمول مفهوم سازمان غیردولتی وجود ندارد. مجموعه ای از نهادها می توانند بیانگر جامعه مدنی باشند که این سازمانها نیز بخشی از آن محسوب می شوند. همان گونه که اشاره شد، در تعریف گسترده تر، تمامی انواع سازمانهای غیر تجاری و غیر انتفاعی، سازمانهای خیریه ای، بسیاری از موزه ها و مدارس و سازمانهای بین المللی و اتحادیه های تجاری در این گروه قرار می گیرند. در برخی دیدگاههای محدودتر، تنها سازمانهای وابسته به توده مردم و سازمانهای حمایتی را می توان NGO نامید (Rasalan, 2001). بیشتر تعاریف جدید بویژه در حوزه کشورهای در حال توسعه، سازمانهای غیردولتی را آن دسته سازمانهایی می دانند که درگیر فعالیتهای توسعه پایدار هستند. این نوع تعریف متضمن نوعی دیدگاه تاریخی در زمینه تحول نقش، کارکرد و ساختار این سازمانها است که در ادامه به آن اشاره می شود.

۲-۱-۲- تاریخچه سازمانهای غیردولتی

همان گونه که در ابتدای این بخش اشاره شد، اگرچه پیدایش سازمانهای اجتماعی پیشینه ای طولانی دارد اما شکل گیری سازمانهای مردم نهاد به شکل مدرن آن را می توان از ابتدای قرن بیستم مورد نظر قرار داد. بطور کلی، می توان سه مقطع کلی پیش از جنگ دوم جهانی، پس از جنگ دوم و از سال ۱۹۸۰ به این سو را مطرح کرد که در طی آنها شکل و ماهیت سازمانهای اجتماعی با توجه به رویدادها و روندهای مختلف در سطوح ملی و بین المللی تغییر نموده است. با این حال باید توجه داشت که اولاً دلایل متعدد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و تکنولوژیکی می توانند در این

روندها موثر بوده و نیز، به دلیل حوزه مفهومی گسترده سازمان‌های غیردولتی، لزوماً این تغییر و تحولات در همگی انواع آنها صدق نمی‌نماید. سه مقطع مذکور باعث شده است که بتوان سه نسل متوالی از سازمان‌های مردم نهاد را بصورت زیر تعریف و توصیف نمود:

نسل اول

نسل اول سازمان‌های غیردولتی که قبل از جنگ دوم جهانی بوجود آمدند، اساساً سازمان‌های خیریه‌ای و امدادرسان بودند. وظیفه اصلی این سازمان‌ها ارائه خدمات رفاهی و خیریه‌ای برای افراد فقیر در سراسر دنیا بود. این سازمان‌ها عمدتاً در امداد و کمک به آسیب‌دیدگان و پناهندگان مربوط به بلاهای طبیعی مثل سیل و زلزله و یا رخدادهایی مانند جنگ و قحطی فعالیت داشتند. سازمان‌های این نسل هنوز به عنوان سازمان‌های غیردولتی شناخته نمی‌شدند و بلکه به آنها سازمان‌های کمک‌رسان و خیریه‌ای اطلاق می‌شد. حوزه فعالیت آنها عمدتاً به خانواده‌ها و افراد محدود بود و به هیچ وجه حوزه‌های فراتر از آن یعنی اجتماع و دولت را در بر نمی‌گرفت.

نسل دوم

در طول جنگ جهانی دوم و پس از آن یک نسل جدید از سازمان‌ها پدید آمد که هدف آنها نیز امدادرسانی به مردم بود. این سازمان‌ها در ابتدا در کشورهای اروپایی درگیر جنگ شکل گرفتند اما پس از آن در کشورهای در حال توسعه نیز گسترش یافتند. ماهیت این سازمان‌ها به گونه‌ای بود که یک حوزه فعالیت وسیع تحت عنوان کلی «توسعه» را در برمی‌گرفت.

در آن زمان و براساس دیدگاه‌های کلاسیک، توسعه به معنی ایجاد و ارایه الگوهایی برای ایجاد تغییرات اجتماعی و اقتصادی براساس روند تحولات در جهان غرب از جمله استانداردهای زندگی برای ساکنین سایر نقاط جهان و بطور مشخص

کشورهای عقب مانده بود. بر این اساس، سازمانهای غیردولتی نسل دوم به جای تمرکز بر امداد رسانی به افراد و خانواده ها، به دنبال راه حل هایی بودند که مسائل را در سطح «ساختاری» حل کنند. این سازمان ها طرح ها، برنامه ها و پروژه های توسعه عمومی مانند مبارزه با بیماری ها، آموزش کشاورزی، پروژه های زیرساختاری مانند سد و کانال های آب و بسیاری موارد دیگر را اجرا می کردند.

نسل سوم

در سال های اخیر بویژه از ابتدای دهه ۱۹۸۰ به این سو، سازمان های غیردولتی جایگاه، نقش و ساختار بسیار متفاوت تری نسبت به گذشته پیدا کرده اند. همزمان با رشد و پیشرفت سازمان های غیردولتی بسیاری از آنها طرح ها و نقش های موثر و مهمی را برعهده گرفتند که این طرح ها مستلزم وجود چشم اندازهای درازمدت، تعاریف مناسب از توسعه و پیشرفت بود. به این ترتیب، این سازمان ها علاوه بر نقش های اجرایی و صرفاً عملیاتی (یا موارد مشابه)، نقش های بهبوددهنده و اصلاح کننده را نیز به عهده گرفتند. برخی از ویژگی های این سازمان ها را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- در گذشته، رشد سازمان های غیردولتی یک پدیده غربی تلقی می شد اما امروزه یک پدیده جهانی محسوب می شوند. البته آنها ویژگی های منطقه ای و بومی دارند و توسعه آنها تا حدی به دلیل توانمندی آنها در اتخاذ تدابیر مناسب برای خود سازماندهی بوده است.
- در طی دهه های اخیر سازمان های غیردولتی به عاملان اصلی در زمینه توسعه بین المللی تبدیل شده اند. امروزه صدها هزار سازمان غیردولتی فعال در سطوح مختلف محلی، ملی و بین المللی در سراسر جهان وجود دارند.
- یکی از ویژگی های بسیار مهم سازمان های غیردولتی فعلی، نقش و جایگاه رو به رشد آنها در اقتصاد بازرگانی است. با گسترش جهانی شدن اقتصاد و یکپارچگی

فزاینده بازارها، به تدریج نقش این نهادها هم در تصمیم‌گیری‌های کلان و هم در سطوح منطقه‌ای، ملی و محلی بیشتر شده است. یکی از مصادیق بارز این روند، نقش این سازمان‌ها در مذاکرات مربوط به سازمان تجارت جهانی و پیگیری اهداف و برنامه‌های آن هم در سطوح ملی و هم در سطوح بین‌المللی است. بطور کلی تقریباً هیچ زمینه سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نیست که این سازمان‌ها به نحوی در آن حضور نداشته باشند. به دلیل ماهیت و اهداف تحقیق حاضر، در ادامه در زمینه نقش سازمان‌های غیردولتی در حوزه اقتصاد-بازرگانی، به مطالب بیشتری اشاره می‌شود.

۲-۱-۵- محورهای فعالیت سازمان‌های غیردولتی

سازمان‌های غیردولتی از نظر ماهیت، ساختار، اندازه و اهداف و مأموریت‌ها به اندازه‌ای متفاوت هستند که نمی‌توان از آنها انتظار داشت فعالیتها و عملکردهای مشابهی داشته باشند. کارکرد آنها به تنوع فعالیت، حضور همه جانبه و توان آنها در برانگیختن نوآوری‌های فردی و بکار بستن سازوکارهای هماهنگی بین گروهی بستگی دارد. شبکه جهانی سازمان‌های غیردولتی محورهای عمده فعالیت سازمان‌های غیردولتی را به شرح جدول (۲-۱) طبقه‌بندی نموده است (Boiko, 1999).

جدول ۲-۱- محورهای فعالیت سازمانهای غیردولتی

ردیف	عنوان
۱	آموزش
۲	تجارت، امور مالی و حمل و نقل
۳	مسائل محیطی
۴	منابع انسانی
۵	توسعه پایدار
۶	علم و تکنولوژی
۷	حل تضاد
۸	اخلاقیات و ارزشها
۹	مذهب
۱۰	خانواده، سلامتی و تغذیه
۱۱	امدادرسانی
۱۲	خلع سلاح
۱۳	مبارزه با مواد مخدر
۱۴	حقوق بشر
۱۵	منابع طبیعی و انرژی
۱۶	حقوق
۱۷	صلح و امنیت
۱۸	جمعیت و سکونتگاههای انسانی
۱۹	موقعیت زنان
۲۰	پناهجویان
۲۱	فعالیتهای ملل متحد
۲۲	ارتباطات
۲۳	کودکان و نوجوانان

سازمان‌های غیردولتی براساس فعالیتها نیز به شیوه‌های مختلفی طبقه‌بندی می‌شوند. به عنوان مثال، گروه‌بندی چهارگانه زیر در مورد بسیاری از آنها صدق می‌کند (Zeelearn, 2000):

- ۱- سازمان‌های اجتماع محلی مدار^۱
- ۲- سازمان‌های در سطح شهر^۲
- ۳- سازمان‌های غیردولتی ملی^۳
- ۴- سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی^۴

سازمان ملل متحد سازمان‌های غیردولتی را به دو دسته اصلی تقسیم می‌کند. دسته اول سازمان‌های غیردولتی هستند که هدف اصلی آنها طراحی و اجرای پروژه‌های مرتبط با توسعه است، نظیر سازمان‌هایی که در سطوح محلی فعالیت می‌کنند و دسته دوم سازمان‌های غیردولتی حمایتی که هدف اصلی آنها دفاع و یا ترویج یک موضوع خاص است (Boiko, 1999).

البته بایستی یادآوری نمود که تعداد زیادی از سازمان‌های غیردولتی وجود دارند که هم در فعالیت‌های اجرایی و هم در فعالیت‌های حمایتی مشارکت دارند و یا اگر مشغول فعالیت‌های حمایتی هستند در عین حال درگیر بعضی از پروژه‌های خاص نیز می‌باشند. در یک طبقه‌بندی دیگر فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی به شرح زیر طبقه‌بندی شده‌اند:

-
- 1- Community Based Organizations
 - 2- City Organizations
 - 3- National NGOs
 - 4- International NGOs

۱- سازمانهای فعال در خصوص نوآوریهای فنی مانند بانک گرامین در بنگلادش

۲- پیمانکاران خدمات دولتی که همکاری تنگاتنگی با دولت‌های جنوب و سازمانهای اندازی رسمی دارند، مانند سازمان آمریکایی CAR

۳- سازمانهای رفاهی مانند انجمنهای خیریه‌ای

۴- سازمانهای توسعه که در خصوص خودیاری، توسعه اجتماعی و ایجاد دموکراسی در میان جوامع فقیر فعالیت می‌کنند مانند کمیته توسعه روستایی در بنگلادش

۵- سازمانهای ارتقا بخشی به گروه فقرا (سازمانهای خودیاری) که اعضای آنها از کمک‌های دیگر سازمان‌ها برخوردارند مانند انجمن زنان خودفرما در هند

۶- گروه‌ها یا شبکه‌های حمایتی که در زمینه آموزش و مشاوره فعال هستند و دارای پروژه‌های اجرایی نمی‌باشند، مانند جنبش توسعه جهانی در لندن

برخی پژوهشها پنج حوزه فعالیت برای سازمانهای غیردولتی در سطح محلی به شرح زیر تشخیص داده است:

۱- مدیریت منابع طبیعی

۲- بهسازی و توسعه و عمران روستایی

۳- توسعه منابع انسانی

۴- توسعه کشاورزی

۵- فعالیتهای اقتصادی غیرکشاورزی

با وجود طبقه‌بندیهای مذکور، تحلیل‌ها نشان می‌دهند که هدف از برنامه‌ریزی برای توسعه سازمانهای دولتی در فعالیتهای توسعه، تامین امکانات مالی برای توسعه نیست بلکه هدف اصلی، بسیج مردم در قالب سازمانهای متشکل و سازمان‌یافته از گروه‌های داوطلب برای رسیدن به خود اتکایی و توسعه فردی یا شخصی است. سازمانهای غیردولتی خود زاییده تفکر داوطلب‌گرا هستند و دیدگاه آنها این است که

با بسیج داوطلبان بیشتر، می‌تواند توان اجتماعی برای خدمت به توسعه شخصی فرد فرد جامعه را تقویت کنند. بیشترین تاکید یک سازمان غیردولتی بر سازماندهی هدفمند مردم و ایجاد ظرفیت سازمانی برای تحقق اهداف مشترک خودشان است. بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی دست‌اندرکار توسعه، به سازمان‌های غیردولتی به عنوان یک ابزار موثر و سازنده در توسعه نگاه می‌کنند. به عقیده آنها، سازمان‌های غیردولتی مردم را متشکل می‌کند تا قادر شوند از منابع تولید خودشان در محل، بهره‌برداری بهتر به عمل آورند، منابع و خدمات جدیدی تولید کنند، برابری و مساوات را ترویج دهند، فقر را کاهش دهند، با اثرگذاری بر اقدامات و نقش‌های دولت‌ها آنها را به سمت این هدفها سوق دهند و چهارچوبی نهادی را پی‌ریزی کنند که توسعه پایدار را به دنبال داشته باشند (WorldBank, 2002).

۲-۱-۶- نقش‌های سازمان‌های غیردولتی

سازمان‌های غیردولتی با توجه به تنوع و تعددی که در ماهیت، ساختار و اهداف دارند، نقش‌های بسیار متفاوتی را ایفا می‌کنند که می‌توان دسته‌بندی‌های مختلفی را از آن ارائه نمود. این تنوع نقش‌ها حاکی از این است که واقعیت سیاسی جدیدی در قلمرو جهانی برای ایجاد تحرک، بیان علایق و منافع مردم در سطوح مختلف تصمیم‌گیری بوجود آمده است. به عنوان مثال، امروزه بسیاری از سازمان‌های غیردولتی در حال کار کردن بر روی از بین بردن فقر، محافظت از محیط زیست و دستیابی به الگوهای پایدار توسعه هستند یعنی حوزه‌هایی که دولت‌ها به ندرت در تحقق آنها موفق بوده و یا در دستیابی به آنها دچار چالش‌های جدی هستند. تنوع کارکردهای فعلی سازمان‌های غیردولتی، پتانسیل‌های آنها و ماهیت و ویژگی‌هایشان، مبنای دیدگاه‌های مختلف موجود در زمینه طبقه‌بندی آنها می‌باشد. بر این اساس می‌توان

طبقه بندی های گوناگونی در این زمینه ارائه نمود که در ادامه به برخی از آنها اشاره می شود.

۲-۱-۶-۱-۲ با در نظر گرفتن مزیت نسبی سازمان ها

در یک دسته بندی، نقش های سازمان های غیردولتی در قالب چهار گروه ارائه گردیده است:

۱- نقش مجری

بسیاری از سازمان های غیردولتی پروژه هایی را در زمینه های توسعه کشاورزی و روستایی، امور اعتباری و مالی، امور بهداشتی، مشاوره ای و امداد رسانی طراحی و اجرا می نمایند. در این نقش سازمان های مزبور راسا و یا به کمک دولت ها و یا سایر گروه ها و سازمان های داوطلب فعالیت های عملیاتی هدفمندی را مدیریت می نمایند.

۲- نقش تسهیل گری

فراهم ساختن زمینه های تعامل رفتاری بین گروهی و بستر سازی برای شکل گیری سرمایه اجتماعی، توسعه نوآوری و خلاقیت، فعالیت های حمایتی و مشورتی، نفوذ در فرآیندها و لایه های اجتماعی و سازمانی جامعه و ایجاد انسجام گروهی از جمله مهمترین نقش های سازمان های غیردولتی است که می توان از آنها تحت عنوان نقش تسهیل گری یاد کرد.

۳- نقش شریک

اغلب سازمان های غیردولتی در راستای تحقق اهداف و به منظور اجرای برنامه های متنوع خود، فعالیت های مشارکتی را بین خود و دولت و یا سایر سازمان ها و گروه های داوطلب و یا اشخاص حقیقی و خصوصی سازماندهی نموده و ظرفیت های جدیدی را ایجاد می نمایند.

بطور کلی، در یک جامعه مدنی، سازمان‌های غیردولتی فضای بین دولت و مردم را پر می‌کنند و با ایجاد انسجام و تقویت روحیه خودباوری و فراهم ساختن زمینه‌های تعامل اجتماعی و گروهی باعث نهادینه شدن سازوکارهای مشارکتی در سطح جامعه می‌شوند. با پیچیدگی، گسترش و تخصصی شدن ابعاد مختلف و شتابان زندگی امروزی، به نظر می‌رسد که بدون مشارکت فعالانه مردم، گروهی از افراد در چهارچوب نظام متمرکز دولتی نمی‌توانند به اداره مطلوب امور جامعه و حکومت بپردازند. کارکنان دولت، عموماً فاقد انگیزه و تحرک و کفایت لازم برای رتق و فتق امور مردم و سوق دادن جامعه به سوی پیشرفت هستند. دستگاه‌های اداری دولتی معمولاً از بیماری‌های شناخته شده‌ای نظیر کاغذ بازی، عدم رعایت ضوابط، نارسایی و ناکارآمدی مقررات و توجه به منافع شخصی و حزبی در روند تصمیم‌گیری‌ها رنج می‌برند. این وضعیت در جوامع مختلف اعم از توسعه‌یافته و یا در حال توسعه با نسبت‌های متفاوتی قابل مشاهده است و برای اصلاح و کنترل آن چاره‌ای جز استفاده از نیروهای خودجوش و سازماندهی شده مردمی نیست. سازمان‌های مردمی با آگاهی از مسائل و مشکلات روزمره مردم می‌توانند پرده از بسیاری از نارسایی‌ها در سطح اجتماع بردارند و بازتاب‌دهنده خوبی از وضعیت زندگی و معیشت مردم از یک سو و نحوه عملکرد، رفتار و نیز برنامه‌های دستگاه‌های دولتی از سوی دیگر باشند. این گونه سازمان‌ها با ایفای نقش نظارتی خود می‌توانند انحراف‌ها را گوشزد نموده و در کنار دولت‌ها حتی نقش آموزش‌دهنده را نیز داشته باشند و در بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی اثرگذار باشند. نهادهای مردمی می‌توانند بهترین مرجع برای دفاع از حقوق اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی مردم باشند زیرا همانند کارکنان و مدیران دولتی، ملاحظه‌های شغلی و مالی بر دیدگاه‌های آنان اثری ندارد و از استقلال فکری و عملی بیشتری برخوردار هستند. (امین منصور، ۱۳۸۰)

۴- سایر موارد

در مقایسه با دستگاه‌های دولتی، سازمان‌های غیردولتی به دلایل متعددی بویژه اهداف شکل‌گیری و سازماندهی خاص خود می‌توانند انعطاف‌پذیری و سازگار بیشتری نسبت به پذیرش نوآوری‌ها و ایده‌های جدید مانند توسعه پایدار داشته باشند. در این زمینه آژانس بین‌المللی کمک‌های توسعه‌ای امریکا، مهمترین نقش‌های سازمان‌های غیردولتی در فرآیند توسعه پایدار را بشرح زیر بیان کرده است:

- سازمان‌های غیردولتی می‌توانند به عنوان عاملی در جهت نوآوری و آزمایش رویکردهای نوین در توسعه پایدار (بخش‌های خاصی مانند کشاورزی) مشارکتی مستقیم داشته باشند.

- سازمان‌های غیردولتی با ارائه بازخوردهای لازم در خصوص سیاست‌ها و برنامه‌ها و نیز مشارکت در تغییرات سیاسی و سازمانی، به تدوین برنامه‌های توسعه توسط دولت‌ها کمک می‌کنند.

- سازمان‌های غیردولتی ضمن ارائه خدماتی در خصوص خانواده‌ها، بهداشت کودکان، توسعه شرکت‌های کوچک و مباحث محیط زیست می‌توانند موجب گسترش و تقویت ظرفیت‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی برنامه‌های توسعه شوند.

- سازمان‌های غیردولتی حامیان و تسهیل‌گران مهمی در خصوص تغییرات اجتماعی هستند و در سطح عام نیروهای قابل توجهی در فرآیند دموکراتیزه کردن و تقویت جامعه مدنی به حساب می‌آیند.

برخی پژوهشگران اعتقاد دارند که سازمان‌های غیردولتی می‌توانند وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی را به اتخاذ رویکردهای موفق ترغیب نمایند، سازوکارهای بدست آوردن روشها و فنون جدید را فراهم کنند، مجرای برای انتقال دیدگاه‌های عمومی و تجارب پراکنده باشند، بر سیاست‌های توسعه موسسات ملی و بین‌المللی نظیر

تمرکززدایی و اصطلاحات مدنی تاثیر بگذارند و به دولت در خصوص تقویت نهادهای آموزشی و توسعه توانایی‌های مدیریتی کمک نمایند. در بررسی‌های دیگری چهار نوع نقش برای سازمان‌های غیردولتی در فرآیند خط‌مشی‌گذاری در نظر گرفته شده است:

۱- نقش خدمات‌رسانی: به معنی انجام فعالیت‌های عملیاتی و ارائه خدمات مستقیم به افراد و گروه‌ها

۲- نقش حمایتی: در این نقش، سازمان‌های غیردولتی مطالبات و خواسته‌های مردم را در برابر حکومت‌ها نمایندگی می‌کنند و با دولت‌ها کلنجار می‌روند.

۳- نقش نوآوری: در این نقش سازمان‌های غیردولتی راه‌های جدید و متفاوتی را برای اتمام کارها ارائه می‌نمایند.

۴- نقش نظارتی: به معنی اطمینان یافتن از انجام صحیح کارها و نقش‌ها توسط دولت و نهادهایی که بایستی وظایفی را انجام دهند.

باید توجه داشت که اگرچه مفهوم غیردولتی بودن، به عنوان یک ویژگی اصلی سازمان‌های مردم‌نهاد مطرح است اما بطور کلی این سازمان‌ها تا حد زیادی تحت تاثیر سیاست‌های دولت‌ها می‌باشند. یک دلیل عمده این امر آن است که توسعه اقتصادی- اجتماعی مسئولیت مشترک دولت‌ها و نیز جامعه مدنی است. در این میان، نقش سازمان‌های غیردولتی مکمل نقش دولت بوده و با توجه به سیاست‌های دولت‌ها می‌تواند متغیر باشد.

۲-۱-۶-۲- با در نظر گرفتن نقش‌های توسعه‌ای

علاوه بر نقش‌های متعارف سازمان‌های غیردولتی، این سازمان‌ها به دلیل ماهیت خود و نیز تجربیات چند دهه اخیر آنها و از سوی دیگر، الزامات و ضرورت‌های جوامع امروزی بویژه الزامات و شرایط اقتصادی جدید، یکپارچگی روزافزون بازارها، تغییرات اجتماعی- فرهنگی، تغییر در نقش دولت‌ها و موارد مشابه، واجد نقش‌ها و

جایگاه های دیگری نیز در حال و آینده هستند. برخی از مهمترین آنها شامل موارد زیر می باشند:

۱- همان گونه که اشاره شد، یکی از نقش های مهم سازمان های غیردولتی، نقش و جایگاه آنها در برنامه های توسعه ای است. از دیدگاه بانک جهانی، بطور کلی می توان سازمان های غیردولتی دست اندرکار توسعه را در دو گروه عمده سازمان های وکالتی و سازمان های اجرایی طبقه بندی نمود. سازمان های گروه اول آنها هستند که بیشتر بر ایجاد ارتباط بین مردم و دستگاه دولتی تاکید داشته و در این زمینه فعالیت دارند. سازمان های اجرایی، آن هایی هستند که بطور مستقل و یا در قرارداد و تعامل با سایر نهادها بویژه سازمان های دولتی در اجرای پروژه های توسعه ای بویژه در محیط های غیرشهری دخالت دارند. بررسی های مختلف در زمینه نقش های توسعه ای سازمان های غیردولتی نشان می دهد که این سازمان ها در امور توسعه ای اغلب به اشکال زیر عمل می کنند:

- برنامه ریزی و اجرای برنامه های توسعه ای
 - سازماندهی و تخصیص منابع محلی و فعال سازی و پیشگامی در برنامه ها
 - به عنوان تسهیل کننده، توانمندساز و نوآور
 - ایجاد اجتماعات خوداتکای پایدار
 - واسطه گری بین مردم و دولت
 - پشتیبانی و مشارکت در برنامه های دولتی در اجرای برنامه های توسعه روستایی
 - عامل انتقال اطلاعات
 - عامل بهبود زندگی مردم فقیر
 - تسهیل کننده آموزش، یادگیری و حرفه ای شدن در محیط های روستایی
- بطور کلی می توان گفت که در این زمینه، نقش سازمان های غیردولتی، آماده سازی مردم برای تغییر است. بررسی کارکرد و تاثیر سازمان های غیردولتی در سراسر جهان

نشان می‌دهد که آنها مردم را توانمند می‌کنند که بر مسائل روان‌شناختی و ضعف‌های خود غلبه کنند و این نقش آنها غیر قابل انکار است. همان‌گونه که در جدول (۲-۲) دیده می‌شود، نقش‌های مختلف و متنوع سازمان‌های غیردولتی در برنامه‌های توسعه‌ای، خود زمینه‌ای برای طبقه‌بندی آنها نیز ایجاد می‌کند. از این دیدگاه، می‌توان دو گروه عمده از سازمان‌های غیردولتی را براساس نوع جهت‌گیری و یا براساس سطح فعالیت آنها تفکیک نمود.

جدول ۲-۲- انواع سازمان‌های غیردولتی براساس جهت‌گیری و سطح فعالیت

شاخص طبقه‌بندی	زیر گروه‌ها	ویژگی‌ها
جهت‌گیری سازمان	کمک‌رسانی	در برگیرنده تلاش‌هایی با ماهیت یاری‌رسانی و با حداقل مشارکت از سوی ذی‌نفعان (یاری‌گیرندگان) است. این گروه در برگیرنده تمام سازمان‌هایی است که برای کمک به فقیران و اغلب در جهت تامین غذا و کمک‌های خیریه (دارو و پوشاک و اسکان غیره) برای رفاه حداقلی افراد محروم یا بحران زده فعالیت دارند.
	خدمات‌رسانی	در برگیرنده سازمان‌هایی که فعالیت‌هایی مانند خدمات بهداشتی، مدیریت خانواده و یا آموزش را ارائه می‌کنند که در آنها هم سازمان و هم مردم در اجرای برنامه و رساندن خدمات همکاری و مشارکت دارند.
	مشارکتی	این گروه در برگیرنده پروژه‌های خودیاری است که در آنها مردم محلی در برنامه‌هایی مانند پروژه‌های روستایی از طریق عرضه منابع مالی، ابزار و مواد نیروی کار و غیره همیاری می‌کنند. این گروه از سازماندهی‌ها در واقع همیاری در مقیاس‌های کوچک و محلی است.
	توانمندسازی	هدف این سازمان‌های غیردولتی، کمک به افراد فقیر برای ایجاد یک درک روشن و شفاف از عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است که زندگی آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهند و نیز آگاه‌سازی آنها در زمینه چگونگی حل مشکلات از طریق

شاخص طبقه بندی	زیر گروه ها	ویژگی ها
		استفاده از منابع موجود و تحرک بخشی به افراد است. در این شرایط، بیشترین مشارکت مردم وجود داشته و نقش سازمان غیردولتی، تسهیل گری است.
سطح فعالیت	سازمان محلی (CBO)	هنگامی که مردم یک اجتماع نیازهای خود را و شیوه رفع آنها را درک می کنند، این سازمان ها تشکیل می شوند. این گونه سازمان ها طیف گسترده ای از کلوپ های ورزشی زنان تا سازمان های مذهبی و آموزشی را شامل می شوند. برخی از این سازمان ها خود توسط سازمان های غیردولتی دیگر در سطوح ملی یا بین المللی حمایت می شوند. برخی دیگر از آنها منحصراً در جهت افزایش خودآگاهی مردم فقیر شهری و کمک به آنها در آگاهی از حقوق خود و دسترسی به خدمات مورد نیاز فعالیت داشته و برخی دیگر نیز در ارائه و رساندن این خدمات فعالیت دارند.
	سازمان های شهری	این گونه از سازمان های غیردولتی برای اهداف فردی یا جمعی خاصی تشکیل می شوند مانند اتاق های بازرگانی و صنعتی، ائتلاف ها (انجمن های) کسب و کار، گروه های آموزشی و غیره. برخی از این سازمان ها برای اهدافی اختصاصی دیگری مانند کمک به فقیران نیز تشکیل می شوند.
	سازمان های کشوری (سطح ملی)	نمونه این سازمان ها، صلیب سرخ است. برخی از آنها شعبه هایی در سطح کشور دارند و به سازمان های غیردولتی محلی کمک می کنند.
	سازمان های بین المللی	این سازمان ها طیف گسترده ای از آژانس های حمایت از کودکان، برنامه عمران سازمان ملل (UNICEF, UNDP) و غیره را شامل می شوند. فعالیت های آنها از تامین مالی پروژه ها و سازمان ها و موسسات غیردولتی محلی تا اجرای مستقیم پروژه های ویژه گسترده است.

۲- یکی دیگر از موارد قابل توجه در زمینه سازمان‌های غیردولتی، اهمیت نقش سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی است. همان‌گونه که اشاره شد، از ابتدای دهه ۱۹۸۰، سازمان‌های غیردولتی در سراسر جهان به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته‌اند. از آن زمان نقش و اهمیت این سازمان‌ها در سطح ملی بلکه در سطوح بین‌المللی و منطقه‌ای نیز به میزان زیادی افزایش یافته است. امروزه این سازمان‌ها به لحاظ اندازه، شکل و کارکرد و سایر موارد تنوع بسیاری پیدا کرده نقش و جایگاه فزاینده‌ای در سازماندهی آحاد جامعه (در پایین‌ترین سطوح)، خدمات رسانی، مشاوره و سیاست‌گذاری کسب کرده‌اند. در بسیاری از کشورها، با توجه به گرایش دولت‌ها به تعدیل ساختاری و سازمانی، این سازمان‌ها در خدمات‌رسانی، تمرکززدایی و هر جایی که دستگاه دولتی توانایی لازم را ندارد، فعالیت دارند. ویژگی‌های ساختاری بالقوه این سازمان‌ها بویژه انعطاف‌پذیری، کم هزینه بودن، اتکا به نوآوری و ماهیت مشارکتی آنها عوامل مهم در بروز این توانمندی‌ها محسوب می‌شود. این روند باعث شده است تا سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی به عنوان یک پدیده مهم و تاثیرگذار در بسیاری از عرصه‌های فعالیتی در سطح جهانی مطرح شوند. به عنوان مثال، امروزه نهادهای کمک‌رسان بین‌المللی حجم زیادی از سرمایه‌ها و امکانات را نه از طریق دولت‌ها بلکه از طریق این سازمان‌ها به ذی‌نفعان انتقال می‌دهند. در گذشته، ارزیابی وضعیت سازمان‌های غیردولتی با تاکید بر مواردی چون تعریف و توصیف این سازمان‌ها، مقایسه فعالیت‌های آنها با ساختار سلسله مراتبی دستگاه‌های دولتی، توصیف برنامه‌های مشارکتی و نیز طراحی و تدوین پروژه‌های خاص این سازمان‌ها صورت می‌گرفت. امروزه، علاوه بر آنها، گرایش زیادی به ارزیابی و توصیف اثربخشی و تاثیرات گسترده این سازمان‌ها دیده می‌شود و در نتیجه آن تاکید بیشتری بر توسعه دستاوردها و اثرگذاری بیشتر در تصمیم‌گیری‌های کلان ملی و بین‌المللی انجام می‌شود. در واقع، این امر ناظر بر گذار از تاکید بر نقش سازمان‌های غیردولتی در سطوح پایین دست به سوی تثبیت و تعیین

جایگاه آنها در سطوح بالادستی و تاثیرگذاری بر سیاستهای کلان اعم از ملی و بین‌المللی می‌باشد. امروزه، بسیاری از سازمان‌های غیردولتی صرفاً برای اجرای پروژه‌های توسعه‌ای در سطوح محلی و یا اجرای فعالیت‌های واگذار شده و برون‌سپاری شده دولتی تشکیل نمی‌شوند، بلکه نقش‌های مشاوره، واسطه‌ای، تسهیل‌گری و نیز وکالتی را ایفا می‌کنند.

۳- یکی از نتایج بررسی نقش سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی این است که تدوین و طراحی مدل‌های تحلیلی در زمینه شیوه مداخله سازمان‌های غیردولتی در حکومت‌گری اعم از درون یک کشور و یا در روابط بین دولت‌ها و کارکرد سازمان‌های جهانی (مانند WTO) در شرایط فعلی بسیار مهم است. نقش این سازمان‌ها در مذاکرات مربوط به سازمان تجارت جهانی و جهت‌گیری‌های آن در دهه‌های اخیر بسیار ملموس بوده است و به نظر می‌رسد که در آینده نیز بخش قابل توجهی از تصمیمات اقتصادی جهانی متأثر از عملکرد و نگرش این سازمان‌ها در سطوح مختلف ملی و بین‌المللی باشد. به گفته دیگر، این سازمان‌ها از یکسو در درون کشورها از طریق تعامل یا فشار به دولت‌ها بویژه در زمینه‌های اقتصادی موثر بوده و از سوی دیگر به دلیل ارتباط مستقیم و غیر مستقیم خود با نهادهای مشابه در سطح بین‌المللی، در سطوح تصمیم‌گیری‌های جمعی سازمان‌هایی مانند WTO نیز فعالانه دخالت دارند. این گونه روندها حاکی از ظهور موجودیت‌ها و قدرت‌های جدیدی در حوزه حکومت‌گری است که نماد تغییر در ساختار متعارف دولت‌مردم به شمار می‌رود. سازمان‌های غیردولتی و دولت‌ها مأموریت‌های مشترکی در زمینه خدمات عمومی دارند اما مسئولیت‌ها و توانایی‌های آنها متفاوت است. سازمان‌های غیردولتی به دلیل تجربیات میدانی و عملیاتی درازمدت خود در کار در سطوح پایین دستی جامعه، نقش و جایگاه مشخصی در ایجاد ظرفیت‌های بازرگانی دارند. همانند دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی نیز نقش مقبول و قابل توجهی در توزیع عادلانه منافع و هزینه‌های ناشی از جهانی

شدن اقتصاد و سرمایه‌گذاری‌های خارجی در بخش‌های مختلف دارند. بطور کلی، به عنوان نمایندگان شناخته شده جامعه مدنی، سازمان‌های غیردولتی می‌توانند نقش سازنده‌ای در برنامه‌های تجارت بین‌المللی به منظور پیشبرد رفاه مردم و کشورها داشته باشند.

۴- بررسی‌ها نشان می‌دهند که توسعه نقش سازمان‌های غیردولتی در سطوح مختلف باعث ایجاد اشکال جدیدی از حکومت‌گری شده است. به عنوان مثال، گفته می‌شود که توسعه سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی باعث شده است تا ما وارد دوران جدیدی از سیاست شویم که می‌توان آن را «فرا بین‌الملل» نامید. توان گروه‌ها و نهادهای ملی هم در حوزه‌های کاملاً سیاسی و هم حوزه‌های سیاسی-اقتصادی (مانند سازمان‌های غیردولتی اجرایی ملی و یا لابی‌های بین‌المللی مرتبط با این گونه سازمان‌ها) افزایش یافته و باعث شده است تا از طریق تعامل بین دست‌اندرکاران در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی، گونه جدیدی از حکومت‌گری بدون وجود دولت پدید آید (Rosenau, 1992). برخی دیگر از پژوهشگران از پدیده «حکومت مرتبه دوم» سخن گفته‌اند که فضای بین الزامات حکومت‌گری و ظرفیت حکومت‌گری را نشان می‌دهد. این فضا جایی است که نیروهای دولت، بازار و جامعه مدنی در آن بازتاب می‌یابد.

۵- یکی از روندهای نوظهور در زمینه سازمان‌های مردم‌نهاد، کارکرد آنها به عنوان یک بنگاه اقتصادی است که بویژه در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته و مدل‌های مختلفی نیز برای آن طراحی شده است. این ویژگی سازمان‌های مردم‌نهاد و نقش ویژه آنها در اقتصاد در ادامه با تفصیل بیشتری مورد بحث قرار می‌گیرد.

۲-۱-۲- سازمان های مردم نهاد به عنوان بنگاه اقتصادی

اگرچه در دیدگاه های متعارف، سازمان های مردم نهاد به عنوان موسسات غیرانتفاعی شناخته می شوند اما در عمل، بسیاری از این سازمان ها در قالب یک مدل کسب و کار، به نوعی از فعالیت اقتصادی اشتغال دارند که مرزبندی های نسبتاً مشخصی با فعالیت های شرکت ها و بنگاه های خصوصی دارد.

ورود سازمان های مردم نهاد به امور کسب و کار و بازار دلایل و ابعاد مختلفی دارد. یکی از دلایل مهم این است که ورود به بازارهای جهانی برای تولیدکنندگان خرد و غیر متشکل بویژه در کشورها و مناطق کمتر توسعه یافته دشوار بوده و در عین حال یکی از راه حل های مهم در افزایش درآمد و دستیابی به اهداف توسعه است. با این حال این فرآیند به دلایل مختلفی با مانع مواجه است. به عنوان مثال، تولیدکنندگان کوچک اطلاعات کافی در مورد بازارها ندارند، توان چانه زنی آنها پایین است و به امکاناتی مانند منابع اعتباری نیز دسترسی ندارند. بازارهای امروزی عموماً به نفع تولیدکنندگان بزرگ و بهره مند از مقیاس اقتصادی عمل می کنند. از سوی دیگر تولیدکنندگان خرد با موانع غیر تعرفه ای مانند استانداردهای بهداشتی روبرو هستند و توان تامین هزینه های آن را نداشته و نظام های خدمات تحقیقاتی و ترویجی نیز اغلب در راستای حل مشکلات مربوط به تولیدکنندگان تجاری عمده عمل می کنند. سازمان های غیردولتی می توانند تا حد زیادی به تولیدکنندگان خرده پا در دسترسی به بازارها و از طریق رفع موانع مذکور کمک کنند.

با این توصیف، باید گفت روند ورود سازمان های مردم نهاد و بطور کلی سازمان های اجتماعی در عرصه اقتصاد و تجارت در سال های اخیر به پدیده ای مهم و قابل توجه در عرصه های سیاست و اقتصاد تبدیل شده است و در این راستا، تئوری های متعددی برای دلایل بروز این پدیده مطرح شده اند. این مسئله تا آن جا است

که در برخی دیدگاه‌ها، این روند را نشانه ظهور حوزه جدیدی تحت عنوان «اقتصاد اجتماعی»^۱ ارزیابی کرده‌اند.

اقتصاد اجتماعی، ناظر بر مجموعه‌ای از فعالیت‌های بخش خصوصی در قالب سازمان‌های مختلفی است که هدف آنها خدمت‌رسانی به اعضایشان و یا اجتماعات محلی از طرق مختلف بویژه انجام کسب‌وکار است. اقتصاد اجتماعی در راستای حل و رفع مسائلی مانند اشتغال، همبستگی اجتماعی و توسعه محلی عمل می‌کند و بر مبنای مفهوم سه گانه منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی (توسعه پایدار) شکل گرفته است. این بدان معنی است که برخلاف اقتصاد متعارف، تنها منافع مستقیم حاصل از کسب‌وکار (سودآوری) در آن مرجح نیست. این اقتصاد شهروندان را قادر می‌سازد تا فعالانه در توسعه منطقه‌ای و محلی در گستره سرزمین شرکت کنند. سودآوری در این اقتصاد مطلوب است اما هدف اصلی نیست. اولویت کاربرد سود حاصل از فعالیت‌ها نیز توسعه فعالیت‌های سازمان و رفع نیازهای جامعه محلی است.

اقتصاد اجتماعی، واقعیت ملموسی در فضای اقتصادی امروز در بسیاری از کشورها است و روند رشد آن نیز در سال‌های اخیر قابل توجه بوده است. دلایل و عوامل متعددی را برای پیدایش و رشد این حوزه اقتصادی (که عملاً به عنوان بخش سوم از آن یاد می‌شود) ارائه شده که به عنوان نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:^۲

- بسیاری از پژوهشگران این روند را نوعی واکنش نسبت به شکست‌ها و پیامدهای منفی توسعه بازار می‌دانند. در واقع، تاکید بیش از حد بر جهانی شدن اقتصاد و غلبه مکانیزم‌های بازار آزاد برخلاف انتظارات باعث رفع مشکلاتی عمده جهانی از

1- Social Economy

2- In : www.emes.net

قبیل فقر و نابرابری و یا توسعه اشتغال و نیز رشد اقتصادی پایدار برای بسیاری از کشورها و نیز افراد نشده است.

- برخی دیگر، روند حضور فزاینده سازمانهای اجتماعی در امر کسب و کار را واکنشی نسبت به بحران و ضعف کلی دولت‌ها می‌دانند. بر این اساس، دولت‌ها در تحقق اهداف توسعه‌ای عملکرد مطلوبی نداشته‌اند و به نظر می‌رسد که با روند فعلی تغییر و تحول در جوامع، ناکارآمدی دولت‌ها دلیلی برای توسعه این گونه نهادها است تا بتوانند وظایف تحقق نیافته دولت را در شرایط جوامع امروزی، به انجام برسانند.

- علاوه بر عدم تحقق وعده‌های بازار آزاد در توسعه همگانی، برخی از پژوهش‌گران اعتقاد دارند که افزایش قدرت بازارهای آزاد و متولیان آن باعث شده است تا اقتصاد جهانی شده از این توان به نفع فزاینده خود و به ضرر مردم استفاده کند. به عنوان مثال در این زمینه به اطلاعات نامتقارن یعنی انحصار در دسترسی به اطلاعات خاص برای نهادها و سازمان‌های تجاری و فرصت طلبی آنها اشاره می‌شود.

بطور کلی، عقیده حاکم بر بخش سوم (اقتصاد اجتماعی) این است اصول امروزمین مدیریت بخش خصوصی و دولتی در محرومیت گروه‌های و افراد ضعیف و آسیب‌پذیر اجتماع دخیل هستند. برای بسیاری از فعالان در این بخش، هدف نهایی یافتن گزینه‌هایی برای مقابله با قدرت‌های مالی و سیاسی است که موجب ناتوانی و محرومیت شهروندان می‌شوند (Morrison, 1991; EAO, 2008).

علاوه بر مواد فوق، نظریات دیگری نیز برای توجیه دلایل حضور فزاینده سازمان‌های اجتماعی در بازار و کسب و کار وجود دارند که همگی این موارد تاکید بر وجود و گسترش روند مذکور در سراسر جهان است.

همانطوری که پیشتر اشاره شد، همگام با دلایل و عوامل ظهور پدیده مذکور، برای توصیف کارکردها و فعالیت اقتصادی این سازمان‌ها مفاهیم و تعاریف متعددی ارائه شده و بر مبنای آن مدل‌ها و الگوهای مختلفی برای توصیف یا طراحی نقش این سازمان‌ها در اقتصاد مطرح شده است. باید توجه داشت که این دیدگاه‌ها اغلب بر اساس تجربیات و تحلیل روندها ارائه شده و نمونه‌های مختلفی از آنها را می‌تواند در کارکرد سازمان‌های مردم‌نهاد در سراسر جهان مشاهده نمود که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

۲-۱-۷-۱- مفهوم «بنگاه اجتماعی»^۱

یکی از مهمترین دیدگاه‌های اشاره شده، مفهوم بنگاه اجتماعی می‌باشد که برای توصیف وضعیت و کارکرد اقتصادی سازمان‌های مردم‌نهاد یعنی حوزه اقتصاد اجتماعی بکار می‌رود.

بنگاه‌های اجتماعی سازمان‌هایی هستند که از راهبردهای مبتنی بر بازار برای دستیابی به یک هدف اجتماعی استفاده می‌کنند. این گروه از سازمان‌ها هم سازمان‌های غیر انتفاعی را که از مدل‌های کسب‌وکار استفاده می‌کنند و هم سازمان‌های انتفاعی که هدف اولیه آنها (یا هدف اعلام شده) اجتماعی است را در برمی‌گیرد. هدف این سازمان‌ها، دستیابی به اهدافی است که هم ابعاد اقتصادی و هم ابعاد اجتماعی دارند. اگرچه بسیاری از کسب‌وکارها (نهادهای تجاری) برای خود نوعی اهداف اجتماعی قائل هستند اما مرز مشخصی بین آنها و بنگاه‌های اجتماعی وجود دارد.

برای این گونه بنگاه‌ها، هدف اجتماعی (یا زیست محیطی و غیره) کماکان به عنوان محور کارکردهای آنها محسوب می‌شود. در واقع، همان‌گونه که اشاره شد، به

1- Social Enterprise

جای سود اقتصادی مورد نظر در فعالیتهای متعارف کسب و کار، در این بنگاههای سه گونه سودآوری در تلفیق با هم مورد نظر می باشد که شامل منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است. بنگاههای اجتماعی، علاوه بر هدف حداکثر ساختن سود و درآمد ذی نفعان (سهامداران)، هدف مهمتری را در نظر دارند که آن کسب سود و امکانات مالی برای تحقق اهداف اجتماعی و زیست محیطی سازمان و مکان زیست می باشد. این هدف با توجه به ساختار آن سازمان (بنگاه اجتماعی / مکانی) از طرق مختلفی تحقق می یابد. بسیاری از سازمانهای غیر انتفاعی، کسب و کار اجتماعی را روشی برای کاهش وابستگی خود به کمکهای بیرونی دانسته و برخی دیگر آن فعالیتهای اقتصادی را وسیله ای برای تغییرات اجتماعی می دانند. بنگاههای اجتماعی اعم از اینکه ساختاری انتفاعی یا غیر انتفاعی دارند، توسط افرادی بنیان گذاری می شوند که خواهان بهبود وضعیت اجتماعی یا حل برخی معضلات به شیوه ای نو و موثرتر از روشهای متعارف می باشند. این بنگاهها توسط کارآفرینان آرمان گرایی اداره می شوند که ظرفیتهای استعدادهایی را کشف می کنند که دیگران از دیدن آنها عاجزند و برای تحقق و تعقیب اهداف خود روشهای خلاقانه و عمل گرایانه ای را بکار می برند. روابط درونی در این بنگاهها در راستای مشارکت حداکثری افراد اعم از کارکنان و اعضا در تصمیم گیری و نیز در جهت خودمدیریتی است و روابط بیرونی آنها در راستای تحکیم سرمایه های اجتماعی تعریف می شود. یکی از تفاوت های بنیادی بین بنگاههای کسب و کار و بنگاههای اجتماعی، رابطه بین نیروی کار و سرمایه است. در یک بنگاه متعارف، سرمایه است که نیروی کار را بکار می گیرد و در آن سود، هدف بنیادی و ارجح نسبت به خود بنگاه و نیز نیروی کار موجود در آن است. در یک بنگاه اجتماعی، نیروی کار است که سرمایه را براساس منافع سه گانه (اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) بکار می گیرد. بنگاههای اجتماعی در قوانین بسیاری از کشورها از جمله هند، امریکا، انگلستان، ایتالیا و برخی از کشورهای اروپایی دیگر به رسمیت شناخته شده اند. البته نوع نگرش و

جایگاه قانونی آنها تا حدی با یکدیگر متفاوت است. به عنوان مثال، این بنگاه‌ها در هند به عنوان سازمان غیردولتی (NGO) شناخته شود و مشمول قوانین مرتبط با آن در فرانسه، سازمان‌ها و نهادهایی مانند تعاونی‌ها، شرکت‌های تعاونی، بنیادها و انجمن‌ها (سازمان‌های داوطلبان) را مشمول بخش اقتصاد اجتماعی می‌دانند و حدود ۱۲ درصد از اشتغال و سهم در تولید ناخالص داخلی آن کشور وابسته به این بخش است. در اسپانیا، مفهوم اقتصاد اجتماعی در سطوح گوناگون سیاسی، اقتصادی و دانشگاهی شناخته شده است و کنفدراسیونی در سطح ملی برای بنگاه‌های مذکور تحت عنوان CEPES وجود دارد که در برگیرنده تعاونی‌ها، شرکت‌های تعاونی و کمپانی‌هایی است که کارکنان مالک آنها هستند. در این کشور، بخش اقتصاد اجتماعی در برگیرنده ۱۸ درصد از اشتغال و ۱۴ درصد از تولید ناخالص داخلی می‌باشد. در بعضی کشورهای اروپایی دیگر، بنگاه‌های اجتماعی اغلب در قالب بنگاه‌های کارآفرین و بنگاه‌های کوچک مقیاس (SMEs) در نظر گرفته می‌شوند. بطور کلی، این جایگاه قانونی امکان بررسی و ارزیابی کارکردهای این بنگاه‌ها بطور مستقل از کسب‌وکارهای متعارف را فراهم می‌کند.

برای ارزیابی نقش و جایگاه بنگاه‌های اجتماعی در اقتصاد، بریتانیا مورد مناسبی است. ارزیابی‌های سال ۲۰۰۵ در بریتانیا نشان می‌دهد که حدود ۱۵۰۰۰ بنگاه اجتماعی با گردش مالی ۱۸ میلیارد پوند در حال فعالیت بوده و از حدود ۷۷۵۰۰۰ نفر شاغل در این بخش، حدود ۳۰۰۰۰۰ نفر فعالیت داوطلبانه داشته و بقیه کارمند تمام وقت می‌باشند. میانگین گردش مالی برای هر یک از بنگاه‌ها نیز حدود ۲۸۵۰۰۰ پوند برآورد شده است. ارزیابی‌های اخیر با توجه به بعضی تغییرات در تعاریف و شمول مفهوم بنگاه‌ها، ارقام بالاتری از سهم آنها در اقتصاد را نیز نشان می‌دهند. در سال ۲۰۰۹، تعداد

این بنگاه‌ها ۶۲۰۰۰ و سهم آنها در اقتصاد ۲۴ میلیارد پوند برآورد شده است.^۱ رشد این بخش اقتصادی باعث شده است تا از سال ۲۰۰۲، راهبرد ملی برای بنگاه‌های اجتماعی در آن کشور تدوین شده و یک اداره دولتی تحت عنوان بنگاه اجتماعی در وزارت بازرگانی و صنایع تاسیس شود. در سال ۲۰۰۶ اداره مذکور به عنوان بخشی از «دفتر امور بخش سوم» (بخش سوم اقتصاد) تحت نظر هیئت دولت اداره می‌شود. در این کشور علاوه بر بنگاه اجتماعی، اشکال خاصی از این بنگاه‌ها نیز به لحاظ قانونی به رسمیت شناخته می‌شوند. در سال‌های اخیر نوعی از این بنگاه‌ها تحت عنوان کمپانی انتفاع محلی یا CIC^۲ در قانون به رسمیت شناخته شده‌اند. این‌ها شرکت‌هایی هستند که به جای سودآوری برای مالکین آن، برای سودبخشی به جامعه (محلی) طراحی و تاسیس شده‌اند. این بدان معنی است که این شرکتها برای تامین سود یا درآمد برای یک فرد یا یک گروه کار نمی‌کنند و منفعت آنها عمومی است. بر طبق مقررات، سقف سود سهام برای این شرکتها ۳۵ درصد (۳۵ درصد از سود) بوده و میزان دریافتی افراد تا سقف ۴ درصد بیش از نرخ بهره بانکی مجاز است. این بنگاه‌ها نمی‌توانند از فعالیت‌های سیاسی پشتیبانی کنند و همچنین بنگاه‌های خیریه نمی‌توانند یک CIC در نظر گرفته شوند.

مفهوم و مدل دیگری که برای توصیف حضور سازمان‌های مردم نهاد در امور کسب و کار استفاده می‌شود، کارآفرینی اجتماعی^۳ است که تا حدود زیادی مشابه بنگاه اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی به معنی نهادی است که راه‌حلی نوآورانه برای پاسخگویی فوری به نیازهای جامعه و تحرک بخشی به ایده‌ها، توانایی‌ها و منابع ارائه

1_ UK Cabinet Office, 2009

2_ Community Interest Company

3_ Social Entrepreneurship

نموده و چیدمان‌های اجتماعی مورد نیاز برای تغییرات پایدار در سطح جامعه را بوجود می‌آورد. کارآفرینی اجتماعی بر راه حل‌هایی تاکید و تمرکز دارد که نه تنها موثرند بلکه پایدار بوده و قابل تعمیم در محیط‌های مختلف در سراسر جهان هستند. در کارآفرینی اجتماعی، روشها و تکنیک‌های مشترکی با کارآفرینی متعارف از قبیل تئوری‌های کسب‌وکار و تاکید بر نوآوری‌ها وجود دارد اما نوع کار و تاثیر آنها تمامی انواع شرکت‌ها و بخش خصوصی، سازمان‌های غیر انتفاعی و دولتی را در برمی‌گیرد.^۱

۲-۱-۷-۲- مفهوم «تجارت عادلانه»^۲

جهانی شدن اقتصاد و گسترش روزافزون تجارت لزوماً به معنی انتفاع همگانی از این پدیده نیست. در واقع، بسیاری بر این باورند که جهانی شدن اقتصاد منجر به فقیرتر شدن بسیاری از فقیران شده و حداقل تاثیر چندانی بر زندگی آنها نداشته است. در این راستا، جنبش‌ها و اقداماتی در سراسر جهان در جهت انتفاع هر چه بیشتر فقیران و کاهش فقر از طریق توسعه تجارت صورت می‌گیرد که به مجموعه اقدامات مذکور «تجارت عادلانه» گفته می‌شود. تجارت عادلانه رهیافتی ثانوی (گزیداری) در برابر تجارت بین‌المللی متعارف یا تجارت آزاد است. این رهیافت نوعی مشارکت در تجارت است که هدف آن دستیابی به پیشرفت پایدار و قابل اتکا برای تولیدکنندگان حاشیه‌ای، کوچک مقیاس و محروم می‌باشد. تحقق این پیشرفت براساس رهیافت تجارت عادلانه از طریق ایجاد شرایط بهتر برای تجارت و نیز افزایش آگاهی و اطلاع‌رسانی است. اهداف تجارت عادلانه را می‌توان بصورت زیر خلاصه نمود:

1- Harvard University Website

2- Fair Trade

- بهبود زندگی و معیشت تولیدکنندگان از طریق دسترسی بهتر به بازارها، تقویت سازمانهای تولیدکنندگان، پرداخت بهتر و بیشتر برای تولیدکنندگان و تداوم روابط تجاری (کاهش نوسانات)
- توسعه فرصتها برای تولیدکنندگان محروم و کوچک مقیاس بویژه زنان و گروههای اقلیت و حمایت از کودکان در برابر استثمار در محیطهای کار
- افزایش آگاهی در میان مصرف کنندگان در زمینه اثرات منفی تجارت آزاد بر تولیدکنندگان و تغییر در شیوه خرید آنها
- ارائه الگوی مشارکت تجاری براساس گفتگو، شفافیت و احترام
- ایجاد تغییر در قوانین و روشهای تجارت متعارف بین المللی
- حمایت از حقوق بشر از طریق توسعه عدالت اجتماعی، حفاظت از محیط زیست و امنیت اقتصادی

همانگونه که اشاره شد، هدف اولیه تجارت عادلانه، ایجاد فرصتهایی در بازارها بویژه بازارهای کشورهای توسعه یافته برای تولیدات تولیدکنندگان فقیر یا ضعیف در کشورهای در حال توسعه می باشد. این جنبش اگرچه فارغ از ملاحظات یا نگرشهای سیاسی شکل گرفته است اما ماهیت آن می تواند به نوعی مقابله با توسعه تجارت آزاد مبتنی بر سرمایه داری فعلی و نیز قدرت فزاینده شرکت های چند ملیتی تلقی شود که رشد آنها موجب محرومیت هر چه بیشتر گروه های حاشیه ای و محروم می شود. تعجبی ندارد که شکل گیری تجارت عادلانه همراه و همگام با شکل گیری اشکال متفاوتی از زنجیره های تامین و فرآیندهای اقتصادی در تولید و بازار رسانی بوده و منجر به پیدایش نهادهای کسب و کار جدید (مانند بنگاه های اجتماعی و سایر اشکال سازمان های اجتماعی دست اندرکار کسب و کار) شده است. در نهادها و سازمان های دست اندرکار تجارت عادلانه، به جای مفهوم تجارت آزاد که عبارت کلیدی سازمان تجارت جهانی است، از عبارت تجارت های گزیداری (Alternative Trade) استفاده می شود که ناظر

بر توجه به سایر اشکال و روش‌های گسترش تجارت است. تنوع روش‌ها موجب می‌شود که امکانات و فرصت‌های حاصل از توسعه تجارت برای همگان قابل استفاده باشد. به همین دلیل، به سازمان‌های مبتنی بر تجارت عادلانه در کشورهای مختلف، در اصطلاح سازمان‌های ATO^۱ گفته می‌شود. تجارت عادلانه موضوع جدیدی نیست و حدود ۴۰ سال از مفهوم‌سازی آن می‌گذرد. سازمان غیردولتی Oxfam در انگلستان اولین سازمان اروپایی بود که در سال ۱۹۶۴ فعالیت‌هایی را در تحقق این هدف آغاز نمود. این سازمان، اقداماتی را برای توسعه تجارت بین شمال و جنوب با تاکید بر ایجاد فرصت و درآمد مستقیم و مناسب برای تولیدکنندگان کشورهای توسعه‌نیافته انجام داد. این اقدامات همچنین شامل نوعی یارانه تجاری برای این گونه تجارت نیز بوده است. در سال ۱۹۶۷ بزرگترین سازمان ATO در آلمان تاسیس شد. در ابتدا، اقلام تجاری شامل صنایع دستی و برخی مواد خام بوده است اما به تدریج این تجارت گسترش یافته و قابلیت زیادی در رقابت با کسب‌وکارهای متعارف را پیدا کرده است. به عنوان مثال، در دهه ۱۹۹۰ موفقیت‌های بسیاری نصیب ATOها شد و نخستین مارک‌های (برندهای) ویژه این محصولات به بازار آمدند. بیشترین رشد فروش محصولات در دهه ۱۹۹۰ مربوط به مواد غذایی و کشاورزی بوده است. رشد اخیر نه تنها به دلیل نوع تقاضاها بلکه به دلیل تلفیق فعالیتها با سایر کسب‌وکارها، استفاده از مزیت‌های نسبی در بهبود زنجیره‌های تامین و تولید و عرضه محصولات متنوع بوده است. بازار جهانی قهوه یکی از نمونه‌های شناخته شده در زمینه حضور سازمان‌های غیردولتی در بازار بوده و می‌توان گفت که قهوه اولین محصول حاصل از «تجارت عادلانه» در جهان بوده است. سازمان‌های غیردولتی تلاش‌های زیادی برای بهبود زنجیره ارزش‌افزایی این محصول براساس قوانین تجارت عادلانه داشته و سهم قابل توجهی از بازار آن را تحت

1- Alternative Trade Organization

تاثیر قرار داده‌اند. مطالعات انجام شده حاکی از این است که این اقدامات منجر به منافع و فواید قابل توجهی برای تولیدکنندگان قهوه بویژه در کشورهای بولیوی، برزیل، کاستاریکا و مکزیک شده است (CI/IIED, 2006).

علاوه بر تولید و بازاریابی، همکاری سازمان‌های غیردولتی و بخش‌های تجاری در زمینه بازار قهوه منجر به ارائه استانداردهای تولید و بازاریابی برای این محصول شده است. در این زمینه ذی‌نفعان مختلف شامل تولیدکنندگان، بازرگانان و صاحبان صنایع، اتحادیه‌های بازرگانی و سازمان‌های غیردولتی فعال در امور اجتماعی و محیط زیست برای تدوین یک دستورالعمل استاندارد جهانی در زمینه تولید، برداشت، فرآوری و بازاریابی «قهوه سبز» همکاری داشته‌اند که منجر به تولید محصولی سالم و پایدار می‌شود.^۱

تجربیات موجود نشان می‌دهد که رهیافت واحدی برای تحقق تجارت عادلانه وجود ندارد و به جای آن، مجموعه‌ای از رهیافت‌های مختلف در این زمینه بکار گرفته شده‌اند. در تجارت عادلانه از ابتدا بر این موضوع تاکید شده است که توازن بین تقاضای بازار و اهداف توسعه‌ای برای بهبود زندگی افراد و گروه‌های محروم و نیز تولیدکنندگان خرد و حاشیه‌ای بوجود آید. در این راستا، سازمان‌های غیردولتی از طریق فعالیت‌های درآمدزای خود توانسته‌اند در این قالب فعالیت‌های مختلفی برای تحقق هدف مذکور انجام دهند. بسیاری از تعاونی‌ها و سازمان‌های مشابه آنها در کشورهای در حال توسعه توانسته‌اند بر این اساس به توزیع بهتر و عادلانه درآمدهای تجاری با تولیدکنندگان دست یابند. در واقع، این روشی است که از طریق آن تولیدکنندگان در کشورهای در حال توسعه می‌توانند به بازارها دسترسی پیدا کرده و در آنها رقابت نمایند.

1- www.sustainable-coffee.net

علاوه بر موارد ذکر شده، باید گفت که توسعه مدل تجارت عادلانه با چالش‌هایی نیز مواجه است که از آن جمله می‌توان به لزوم همراهی تصمیم‌گیران و اعمال سیاست‌های مناسب اشاره نمود. تجارت عادلانه بر مبنای توزیع بهتر درآمدها و منافع برای حداکثر افراد جامعه عمل می‌کند و بنابراین زمینه مناسبی برای تاثیر بر تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران دارد. این موضوع برعهده سیاست‌گذاران در سطح کلان اعم از ملی و بین‌المللی است که با اتخاذ تصمیمات، سیاست‌ها و راهبردهایی زمینه را برای توسعه این مدل فراهم نمایند. از سوی دیگر، بهبود ظرفیتها و توانایی‌های سازمان‌ها و گروه‌ها در تحقق اهداف این تجارت و قدرت رقابت آنها با کسب‌وکارهای متعارف (شرکتی) نیز می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. این امر مستلزم ایجاد تغییراتی در ساختار سازمانی و کارکردی سازمان‌های مذکور است. در عمل، البته در کنار موفقیت‌ها، شکست‌هایی نیز بویژه در زمینه بالا بودن هزینه تمام شده ناشی از مقیاس‌های غیر اقتصادی و فقدان شبکه‌های کارآمد در زنجیره‌های تامین وجود داشته است که منجر به تعطیلی یا زیان اقتصادی برای بسیاری از ATOها شده است. با این حال، ظهور مفاهیم تجارت عادلانه، تجارت‌گزیداری و تلفیق دو گونه سازمان یعنی NGO و ATO در تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی، نمونه بارزی از نقش اقتصادی سازمان‌های مردم‌نهاد می‌باشد. در واقع، سازمان‌های غیردولتی پیشگامان دو گونه از کسب‌وکار و تجارت یعنی تجارت عادلانه و تجارت‌گزیداری هستند.

با عنایت به آنچه مورد بحث قرار گرفت، می‌توان گفت که مفهوم اقتصاد اجتماعی، بنگاه اجتماعی و تجارت عادلانه ارتباط نزدیکی باهم دارند. در واقع، اقتصاد اجتماعی در برگیرنده کالاها و خدمات اجتماعی است که توسط اشکال گوناگون سازمان‌های مردم‌نهاد تولید شده و براساس اصول تجارت عادلانه، مبادله می‌شوند. این بخش از اقتصاد، در حد فاصل بخش خصوصی (مالکیت خصوصی و سودمحور) و بخش دولتی (مالکیت دولتی) قرار می‌گیرد. این گونه کسب‌وکارها تمامی اشکال

سازمانهای اجتماعی از قبیل تعاونیها را در بر گرفته و می توانند منافع اجتماعی را اغلب بیش از مدل های متداول در کسب و کار تامین نمایند.

۸-۱-۲- چالش های حضور سازمان های غیردولتی در بازار و تجارت

همان گونه که در مثال مربوط به تجارت عادلانه قهوه مطرح شده است، این گونه مکانیزم های تجاری یعنی حضور سازمان های غیردولتی در عرصه های بازرگانی موجب فواید عمومی زیادی از جمله بهبود و توسعه اعتبارات خرد در بسیاری از کشورها و مناطق شده است. سازمان های غیردولتی به عنوان نمایندگان کشاورزان و تولیدکنندگان خرده پا توانسته اند پشتیبانی این سازمان ها از تولیدکنندگان را جلب نمایند. کارآیی مالی و نسبت منفعت به هزینه در فعالیتهای این سازمان ها به دلایل مختلفی بالاتر از نظام های دولتی و تجاری است و در اغلب موارد کیفیت کار نیز در آنها بالاتر است (Hopkins and Scott, 1999). افزون بر آن، سازمان های غیردولتی پتانسیل بیشتری برای نوآوری و واکنش های انعطاف پذیر در برابر تغییر در منابع خارجی دارند (Najam, 1999).

اما از سوی دیگر، ملاحظاتی در زمینه حضور سازمان های غیردولتی در بازارها به دلیل فقدان یا کمبود پایداری مالی و نهادی وجود دارد و چالش هایی نیز در زمینه تضاد بین اهداف تجاری و اهداف توسعه ای و اجتماعی سازمان های غیردولتی دیده می شود. علاوه بر آن، چالش های مرتبط با حضور سازمان های غیردولتی در اقتصاد و کسب و کار نیز می بایست در این زمینه مورد توجه قرار گیرد. ، با عنایت به پیشینه و تجارب قوی بخش خصوصی (بازار) و حضور قدرتمند آنها در تجارت از یک سو و نو پا بودن سازمان های مردم نهاد در امر کسب و کار از سوی دیگر این سازمانها از قدرت چندان برخوردار نیستند و این امر ناظر بر دشواری ایجاد توازن بین اهداف اقتصادی و اجتماعی نیز هست. در مجموع، با مطالعات انجام شده می توان، برخی از نتایج بدست

آمده در زمینه ارزیابی تجارت عادلانه و حضور سازمان‌های غیردولتی را به شرح زیر مطرح ساخت:

- به نظر می‌رسد که عملکرد سازمان‌های غیردولتی به عنوان سازمان‌های تجاری تا حدی دشوار بوده و این سازمان‌ها در ایجاد توازن بین اهداف تجاری و اجتماعی دچار مشکل هستند.
- کار با شرکای مختلف و متنوع که هر یک منافع ویژه‌ای از در فعالیت‌های تجاری دارند، چالش برانگیز است.
- توانمندسازی تولیدکنندگان از طریق تعاونی‌ها یا انجمن‌های تولیدکنندگان به لحاظ مهارت‌ها، اعتماد به نفس و مسائل روانی می‌تواند منفعی گاه بیش از درآمدزایی داشته باشد.
- این فعالیت‌ها موجب تشویق حضور فعالانه زنان در سازمان‌ها و گروه‌ها بویژه سطوح مدیریتی آنها شده است.
- این سازمان‌ها به بهبود شیوه‌های کشاورزی و استفاده از راه‌کارهای متناسب با محیط زیست تعهد دارند که موجب ضرورت توجه بیشتر به نقش‌های آنها می‌شود.

بنابراین از مجموعه روندهای فعلی می‌تواند دریافت که فرآیند حضور سازمان‌های غیردولتی در امور اقتصادی در دو سطح قابل بررسی است. سطح اول، حضور آنها در سطوح تصمیم‌گیری، مشاوره و تاثیرگذاری بر سیاست‌های کلان اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی است که از طریق حضور آنها در مجامع صنفی، اتحادیه‌ها و نهادهای وکالتی و حمایتی صورت می‌گیرد. سطح دوم، پدیده حضور این سازمان‌ها در امور کسب‌وکار و به عنوان فعال اقتصادی است که روندی بسرعت در حال گسترش بوده و از طریق مدل‌ها و رهیافت‌هایی نظیر بنگاه اجتماعی، توصیف و تبیین شده است.

۲-۱-۹- فرآیند رشد و گسترش سازمانهای غیردولتی

رشد و توسعه سازمانهای غیردولتی، نتیجه تفکر مشارکت گرایی در توسعه ملی و بین المللی است. در واقع، یکی از راهبردهای اساسی در زمینه جلب مشارکت مردم، تاکید بر مشارکت سازمان یافته اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می باشد که از یک الگوی تعاملی ساخت یافته در رابطه بین دولت مردم تبعیت می کند. این رابطه بین دولت ها و مردم را می توان بصورت الگویی نمایش داد که در آن دو الگوی ساخت یافته و ساخت نیافته در دو سوی طیف راهبردهای تعامل (رابطه بین دولت و مردم) قرار می گیرند. در الگوی تعاملی ساخت نیافته، الگوی سستی بر روابط بین مردم و دولت حاکم بوده و بر مبنای آن دولت و دستگاه های دولتی بطور مستقیم و بی واسطه با تک تک افراد در حوزه های مورد نظر ارتباط دارند. در این الگو به دلیل سازمان نیافتن افراد در قالب نهادها یا گروه ها (اعم از اجتماعی یا سیاسی و اقتصادی)، دولت مجبور است تا واحدهای اجرایی خود را تا پایین ترین سطوح تقسیمات کشوری (روستا، دهستان، بخش و غیره) گسترش دهد. این امر شاید یکی از دلایل عمده گسترش مداوم دیوان سالاری دولتی در بسیاری از کشورهای توسعه نیافته بوده و با در نظر گرفتن روندهایی مانند رشد جمعیت یا توسعه خدمات، موجب ناکارآمدی مداوم دستگاه دیوان سالاری می شود.

در سوی دیگر طیف، الگوی تعاملی ساخت یافته دیده می شود که بر مبنای آن دولت به جای برقراری ارتباط و تعامل مستقیم با مردم در تمامی حوزه ها (و در این مطالعه، تک تک بهره برداران یا تولید کنندگان) بطور غیر مستقیم با آنها در ارتباط است. لازمه تحقق این الگو، سازماندهی و ساماندهی آحاد جامعه (بطور مشخص بهره برداران، تولید کنندگان و دست اندکاران بخش کشاورزی) در قالب انواع تشکلهای اقتصادی، صنفی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است تا افراد با عضویت در آنها و برخورداری از یک شخصیت حقوقی بتوانند تعامل موثری با دستگاه دولتی برقرار نمایند. از سوی

دیگر، این امر موجب اثربخشی بیشتر فعالیت‌های بخش دولتی بوده و از گسترش بی‌رویه دستگاه دیوان‌سالاری جلوگیری می‌کند.

باید توجه داشت که رشد و توسعه سازمان‌های غیردولتی صرفاً محدود به عوامل ذکر شده نیست. به عنوان مثال می‌توان به مزیت‌های نسبی این سازمان‌ها در مقایسه با سازمان‌های دولتی اشاره نمود. سازمان‌های غیردولتی نسبت به موسسات دولتی از یک سری مزیت‌ها برخوردارند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- این سازمان‌ها به امور مردم فقیر در مناطق محروم رسیدگی می‌کنند. این مناطق اغلب همان جاهایی هستند که حکومت‌ها حضور اثربخشی ندارند.
- سازمان‌های غیردولتی هزینه عملیاتی کمتری نسبت به دستگاه دولتی داشته و به دلیل گرایش به کار داوطلبی، هزینه بالاسری کمتری دارند.
- سازمان‌های غیردولتی بوسیله کار با گروه‌های جامعه به عنوان شریک، موجب ارتقاء سطح مشارکت عمومی جامعه می‌شوند و بر ابتکارات خودیاری محلی و کنترل محلی برنامه‌ها تاکید دارند.
- سازمان‌های غیردولتی متناسب با شرایط محلی، از نوآوری‌ها به میزان بیشتری استفاده کرده و خود را با آنها تطبیق می‌دهند.
- علاوه بر موارد ذکر شده، انعطاف‌پذیری سازمانی، سرعت عمل، عدم تمرکز و بسیاری موارد دیگر را می‌توان به عنوان مزیت‌های نسبی این سازمان‌ها در مقایسه با دستگاه دولتی دانست.

از سوی دیگر، یکی دیگر از ویژگی‌های مهم سازمان‌های غیردولتی که باعث رشد و توسعه این سازمان‌ها بویژه در دو دهه اخیر شده، نقشی است که بطور بالقوه و بالفعل در تحقق توسعه پایدار ایفا می‌کنند. برخی از مهمترین این نقش‌ها عبارتند از:

- ۱- بسیاری از دست‌اندرکاران برنامه‌های توسعه، سازمان‌های غیردولتی را جایگزینی مناسب برای دول کشورهای میزبان (پروژه‌ها) در ارائه خدمات و

اولویت‌هایی همچون برنامه‌ریزی خانواده‌ها، بهداشت و سلامتی کودکان، توسعه بنگاه‌های کوچک، محیط زیست و غیره می‌دانند.

۲- سازمان‌های غیردولتی، نیروهای مهمی در فرآیند گسترش دموکراسی و تقویت جامعه مدنی به شمار می‌روند. تقویت جامعه مدنی خود زیربنای توسعه پایدار به شمار می‌رود.

۳- سازمان‌های غیردولتی می‌توانند منبع نوآوری و آزمون رویکردهای نوین در قبال مسائل توسعه‌ای باشند. آنها نقش خود در فرآیندهای توسعه‌ای را با اتکا به بسیج منابع خود و سرمایه اجتماعی انجام می‌دهند. سازمان‌هایی همچون تعاونی‌ها و انجمن‌های تولیدی (بوژه بخش‌هایی همچون تولیدات کشاورزی) در تحقق توسعه پایدار مشارکتی مستقیم دارند.

۴- سازمان‌های غیردولتی نقشی مهم در ارائه بازخوردهای لازم در زمینه سیاست‌ها و برنامه‌ها با مشارکت در تغییرات اساسی و کمک به تدوین برنامه‌های توسعه به دست‌اندرکاران و دولت‌ها دارند.

بطور خلاصه، سازمان‌های غیردولتی می‌توانند نقشی بسیار مهم در فرآیند توسعه از تحویل کالاها و خدمات تا نقش تسریع‌کنندگی، بسیج منابع، نوآوری، تحلیل‌گری و حمایت‌گری ایفا کنند. به همین دلیل، هر تلاشی برای تقویت سازمان‌های غیردولتی و سنجش ارزش آنها نیازمند بررسی نقش‌های چندگانه آنها در ارتقاء توسعه پایدار است. براساس بررسی‌ها، می‌توان گفت که جامعه سازمان‌های غیردولتی می‌تواند فعالیت‌های زیر را انجام داده و یا در آنها بطور موثری مشارکت نماید (USAID, 2000):

۱- ترغیب نهادهای کمک رسان رسمی و وزارتخانه‌ها جهت اتخاذ رویکردهای

بهتر

۲- جهت‌گیری فعالیت‌ها به عنوان مسیر و کانال فن‌آوری و روش‌های نوین

۳- آموزش عمومی در زمانی که موضوع فعالیت آنها تحت پوشش برنامه‌های دولتی است.

۴- آشنا ساختن برنامه‌های رسمی با نیازهای عمومی از طریق فعالیت به عنوان کانالی برای انتقال دیدگاه‌های عمومی و تجارب داخلی

۵- فراهم آوردن امکانات همکاری موثر اجرایی با نهادهای دولتی و کمک‌کنندگان

۶- تاثیرگذاری بر سیاست‌های توسعه موسسات ملی و بین‌المللی از جمله کمک به تمرکززدایی و اصلاحات مدنی

۷- کمک به دولت و کمک‌کنندگان برای اجرای اثربخش‌تر استراتژی‌های توسعه از طریق تقویت نهادها، آموزش پرسنل و توسعه توانایی‌های مدیریتی

ملاحظات مذکور و برخی دیدگاه‌های مشابه در زمینه لزوم و اهمیت توسعه سازمان‌های مردم نهاد باعث شده است تا تقریباً در سراسر جهان اقدامات و برنامه‌های متعددی برای مفهوم‌سازی و توسعه این نهادها بویژه در سال‌های پایانی قرن بیستم صورت گیرد. از اواخر دهه ۱۹۸۰ به این سو، تعداد سازمان‌های غیردولتی فعال در بخش‌های مختلف افریقا و آسیا تقریباً دو برابر شده است. در شرق و مرکز اروپا و جمهوری‌های مستقل مشترک‌المنافع تعداد سازمان‌های غیردولتی در مقایسه با تعداد بسیار اندک آنها در سال ۱۹۸۹، سه تا چهار برابر شده است. در برخی از کشورهای عضو سازمان‌های همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) هزینه‌های عملیاتی گروه‌های داوطلب و سازمان‌های غیردولتی هم اینک بالغ بر چهار درصد تولید ناخالص داخلی می‌شود. با این توصیف می‌توان گفت، توسعه و تقویت تشکلهای غیردولتی یکی از راهبردهای مکمل است که دولت‌ها در بسیاری از جوامع بویژه در جوامع دموکراتیک از آن برای توسعه مشارکت واقعی شهروندان استفاده می‌کنند. به همین دلیل است که طی سالیان گذشته در سطح بین‌المللی شاهد توسعه کمی و کیفی انواع تشکلهای غیردولتی هستیم به گونه‌ای که دامنه فعالیت این تشکلهای از سطوح محلی و ملی فراتر رفته و

ابعاد منطقه‌ای و بین‌المللی یافته است. بر مبنای آمارهای موجود در سال ۱۹۹۵ میلادی، سازمان‌های غیردولتی که تنها در سطوح محلی و ملی فعالیت داشته‌اند حدود ۳ میلیون مورد برآورده شده است. ضمن آنکه سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی نیز رشد قابل توجهی داشته‌اند به گونه‌ای که از دهه ۱۹۵۰ به بعد تعداد NGO بین‌المللی در طول هر دهه نسبت به دهه قبل تقریباً دو برابر شده است. هم اکنون تخمین زده می‌شود که در کشور هند در حدود یک میلیون سازمان غیر انتفاعی به ثبت رسیده باشد، در سوئد دویست هزار انجمن ثبت شده است و در برزیل بیش از دویست و ده هزار سازمان داوطلب وجود دارد. در مرکز و غرب اروپا در حدود هفتاد هزار سازمان داوطلبانه وجود دارد و در افریقا و امریکای لاتین هزاران سازمان غیردولتی بوجود آمده‌اند. رشد سازمان‌های واسطه‌ای مذکور نشانگر حرکتی بزرگ به سوی دموکراسی در بسیاری از مناطق جهان است و در برخی کشورها حلقه واسطه گمشده بین مردم و دولت را تکمیل می‌کند.

ارزشمندی این موسسه‌ها نه فقط به خاطر توانایی آنها در رفع نیازهای اساسی بلکه بیشتر به خاطر نقشی است که در برقراری اعتماد و تعلق اجتماعی میان دورافتادگان از صحنه‌های اجتماعی یا کسانی که در فرآیند تصمیم‌گیری‌های رسمی سیاسی نادیده انگاشته شده‌اند، بازی می‌کنند. با این همه، سازمان‌هایی از این دست با محدودیت‌هایی مواجه هستند. این محدودیت‌ها در امکانات محدود عضوگیری، ظرفیت محدود مدیریتی و خطر تحت تاثیر قرار گرفتن از ناحیه کانون‌های سستی قدرت سیاسی بروز می‌کند.

۲-۱-۱۰- جمع‌بندی

سازمان‌های غیردولتی مفهومی گسترده بوده و حدود تعریف آن دامنه وسیعی از نهادها، تشکلهای و گروه‌ها را در برمی‌گیرد. حتی با در نظر گرفتن ویژگی‌های مشترک

در گروه‌بندی‌ها نیز به دشواری می‌توان تعریفی جامع برای این سازمان‌ها ارائه نمود. با این حال، در دهه‌های اخیر روند توسعه فعالیت‌های این سازمان‌ها بسیار گسترش یافته و توانسته‌اند نقش رو به رشدی در سطوح گوناگون مدیریتی و اجرایی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در کشورهای مختلف و در سطوح بین‌المللی ایفا نمایند. امروزه به خوبی نشان داده شده است که امکان توسعه پایدار زمانی به بهترین شکل فراهم می‌شود که جامعه مدنی و بازار، آزاد بوده و امکان مشارکت در آنها کاملاً آزاد و باز باشد. هدف از قدرت دادن به سازمان‌های غیردولتی، ایجاد یک جامعه بزرگ و متنوع از سازمان‌های غیردولتی داخلی است که می‌توانند باعث تقویت توسعه پایدار گردند.

با تاکید بر آنچه که در این تحقیق مورد توجه می‌باشد، سازماندهی و شکل‌گیری این تشکله‌ها در حوزه توسعه کسب‌وکار و اقتصاد بویژه در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. بررسی‌ها نشان می‌دهند که فرآیند حضور سازمان‌های غیردولتی در امور اقتصادی در دو سطح قابل بررسی است. سطح اول، حضور آنها در سطوح تصمیم‌گیری، مشاوره و تاثیرگذاری بر سیاست‌های کلان اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی است که از طریق حضور آنها در مجامع صنفی، اتحادیه‌ها و نهادهای وکالتی و حمایتی صورت می‌گیرد. از سوی دیگر، پدیده حضور این سازمان‌ها در امور کسب‌وکار و به عنوان فعال اقتصادی نیز روند دیگری است که به سرعت در حال گسترش بوده و از طریق مدل‌ها و رهیافت‌هایی نظیر «بنگاه اجتماعی» و بطور کلی «اقتصاد اجتماعی»، توصیف و تبیین شده است. این مدل‌ها زمینه نظری و در عین حال کاربردی لازم برای طراحی نظام‌های نهادی و سازمانی برای شکل‌گیری و استقرار سازمان‌های غیردولتی و حضور آنها در اقتصاد را فراهم می‌کنند.

همچنین ارزیابی‌ها نشان می‌دهند که ورود و حضور سازمان‌های بخش سوم در اقتصاد تفاوت‌های اساسی با نظام‌های کسب‌وکار متعارف (بویژه بازار آزاد) دارد و با

این حال، مدل های گوناگونی از تلفیق و همکاری بین این دو گونه از نهادهای دیده می شود. ویژگی ها و هدفمندی خاص سازمان های مردم نهاد باعث شده است تا این نهادها بتوانند به خوبی نواقص و مشکلات نهادهای تجاری متعارف را بویژه به لحاظ تاثیرات منفی بر شهروندان، محیط زیست و ساختارهای اجتماعی را رفع نموده و گزینه های مناسبی برای توسعه اقتصادی باشند. به دلیل همین تاثیرات و اثربخشی نهادهای بخش سوم است که امروزه در بسیاری از کشورهای جهان، این بخش اقتصادی و نهادهای خاص آن به رسمیت شناخته شده و فضای قانونی برای حضور و توسعه آنها فراهم شده است. از سوی دیگر، این سازمان ها توانسته اند اثربخشی و کارایی خود را در اجرای پروژه های توسعه ای، آموزشی و در ارائه مشاوره در سطوح مختلف محلی، ملی و بین المللی و نیز در خدمات رسانی به مردم بویژه در شرایطی که دستگاه های دولتی ناکارآمد بوده و یا حضور ندارند، به خوبی نشان دهند. برای تبیین ظرف کاربرد این نهادها ضروری است تا روابط بین سازمانی آنها به عنوان یکی از مهمترین ابعاد طراحی ساختارهای سازمانی و فرآیندی مورد واکاوی قرار گیرد.

۲-۲- بخش دوم

۲-۲-۱- بنیان های نظری نهادهای حاکمیتی فرا سازمانی

در بخش های گذشته، سعی شد تا مفهوم سازمان ها و نهادهای غیردولتی با تاکید بر هویت های گوناگون آنها تبیین شود. در این بررسی ها، مهمترین مشخصات، ساختار و کارکردهای درونی یک سازمان کسب و کار مبتنی بر عضویت ارائه می شود که می تواند به عنوان زمینه طراحی و استقرار یک نهاد فراگیر ملی برای یک بخش یا زیربخش اقتصادی مانند بخش کشاورزی را با تاکید بر عضویت اشخاص حقیقی (مدیریت واحدهای بهره برداری، خدماتی و بازرگانی) و حقوقی مورد استفاده قرار گیرد. مطالعات

تطبیقی در فصل‌های آینده نیز، نیز ضمن تاکید بر امکان ایجاد این ساختارهای نهادی فراگیر، چشم انداز نسبتاً مشخصی از ابعاد قانونی، سیاستی و کارکردی آنها ارائه می‌کند. با این حال، یک ملاحظه مهم در این زمینه، ابعاد بیرونی این نهادهای فراگیر و به گفته بهتر، رابطه آن با محیط بیرونی (اعم از سازمان‌ها، نهادها، قوانین و غیره) و جای‌گیری آن در زمینه^۱ اقتصاد، سیاست و اجتماع است که براساس آنچه که در بخش‌های گذشته اشاره شد، نسبت و سهم آن در جامعه مدنی را تعریف می‌کند.

در این فصل، ابعاد نظری دیدگاه دوم یعنی روابط بین‌سازمانی به عنوان یکی از مهمترین ابعاد طراحی ساختارهای سازمانی و فرآیندی مورد توجه قرار گرفته است. در این زمینه، دیدگاه‌هایی مانند شبکه‌های خط‌مشی و نگرش شبکه‌ای به دلایل متعدد به عنوان بنیان‌های نظری در تحقق هدف مذکور یعنی ایجاد ساختارهای فرانهادی محسوب می‌شوند. لازم به ذکر است که مفهوم‌سازی این گونه ساختارها به نحو اجتناب‌ناپذیری با موضوع حکومت‌گری و مبانی حاکمیت در جامعه همپوشانی دارد. در واقع، این گونه ساختارها نشان‌دهنده توسعه نهادی جامعه مدنی و زمینه‌ساز تحقق «حکومت‌گری خوب» می‌باشد و به همین دلیل در ادبیات موضوعی فصل حاضر به ارتباط الگوهای شبکه‌ای و بین‌سازمانی با مفهوم حاکمیت عمومی نیز تا حدی پرداخته شده است. نکته قابل توجه دیگر در این زمینه این است که تشکیل شبکه بین‌سازمانی و یا استقرار کامل یک شبکه خط‌مشی به عنوان وضعیت مطلوب برای الگوی پیشنهادی تحقیق یعنی یک ساختار سازمانی برای کسب‌وکارهای کشاورزی محسوب می‌شود که در فصل مربوطه توصیف شده است. به گفته دیگر، ساختارهای فرانهادی می‌توانند یا در قالب تشکیلات متعارف بوروکراتیک و یا در قالب روابط بین‌سازمانی تعریف شوند

که با توجه به پشتوانه نظری ارائه شده و ارزیابی شرایط موجود، می توان به گزینه مطلوب در این زمینه دست یافت.

۲-۲-۲- شبکه های خط مشی

شبکه های خط مشی یکی از رویکردهایی است که با مشارکت دادن ذی نفعان و بازیگران اصلی در هر حوزه می کوشد تا با مسائل پیچیده جوامع کنونی که ساختارهای رسمی و بوروکراتیک قادر به پاسخگویی به آنها نیست، مقابله نمایند (Milward & Raab, 2002, 6). نظامهای خط مشی گذاری موفق، کوشیده اند تا با بهره گیری از رویکردهای تکثرگرایانه و مشارکت دادن ذی نفعان اصلی در فرآیند تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست ها، کاستی های موجود در نظامهای سستی خط مشی گذاری را جبران نموده و از این طریق مشروعیت لازم را برای خط مشی های تدوین شده کسب نمایند. شبکه های خط مشی به عنوان شکل خاصی از حکمروایی، در مقایسه با دو الگوی دیگر رایج یعنی سلسله مراتب و بازار مزیت های بیشتری از خود به نمایش گذاشته اند (Bradach & Eccles, 1989).

طبیعتاً ایجاد این شبکه ها در نظام خط مشی گذاری و بهره گیری از مزایای آن مستلزم وجود بسترها و شرایط مناسبی است که امکان ایجاد، راه اندازی، فعالیت و مدیریت موثر آنها را فراهم آورد. بدیهی است در صورتی که شرایط مساعد و مناسبی برای فعالیت این شبکه ها وجود نداشته باشد ایجاد چنین شبکه هایی نمی تواند کارکرد مناسب و مورد انتظار از آنها را بدنبال داشته باشد.

مهمترین عامل تعیین کننده در این زمینه وجود چارچوب یا مدلی است که تصمیم گیرندگان با استفاده از آن بتوانند با بررسی و ارزیابی شرایط حاکم، امکان ایجاد چنین شبکه هایی را در سطوح مختلف تعیین نموده و در صورت وجود نارسایی و

مشکل در حوزه‌های موثر بر ایجاد و فعالیت شبکه‌های خط‌مشی، از طریق مداخلات هدفمند و آگاهانه بستر مناسب را برای ایجاد این شبکه‌ها فراهم آورند.

از آنجا که شبکه‌های خط‌مشی به عنوان راه‌حل گزینه‌ای برای شکل‌گیری مجموعه‌های نهادی در محیط‌های کسب‌وکار محسوب می‌شوند، این نوع نگرش می‌تواند زمینه فکری لازم برای طراحی و ساماندهی کسب‌وکارها غیردولتی (مانند آنچه که در بحث اتاق‌های بازرگانی مطرح می‌باشد) را فراهم نماید. به همین دلیل، در ادامه و پیش از پرداختن به موضوع روابط بین‌سازمانی به عنوان مکانیزم شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی، مختصری از ادبیات این موضوع ارائه شود.

مقوله همکاری‌های بین‌سازمانی و شبکه‌ها از اواخر دهه ۱۹۵۰ دانشمندان علوم سیاسی را به خود علاقه‌مند کرد. در آغاز توجه این دانشمندان به مباحث بین کثرت‌گرایان^۱ و نخبه‌گرایان^۲ در خصوص ماهیت تصمیم‌گیری سیاسی معطوف بود. کثرت‌گرایان بر ضرورت باز بودن فضای سیاسی برای مشارکت هر یک از گروه‌های سازمان‌یافته تأکید داشتند.، در حالی که نخبه‌گرایان معتقد بودند چنین اقداماتی پوچ و بی‌معناست. یکی از نتایج چنین مباحثی، شکل‌گیری جهت‌گیری تحقیقاتی جدیدی بود که تمرکز آن بر حضور گروه‌های ذی‌نفع در تصمیم‌گیری‌های حکومتی است (Marsh, 1998).

دانشمندان علوم سیاسی از اواسط دهه ۱۹۷۰ شروع به استفاده از عبارت شبکه خط‌مشی کردند. در این سال‌ها صاحب‌نظران، مفاهیم شبکه‌ها و اجتماعات خط‌مشی‌گذاری^۳ را برای تشریح تاثیر بازیگران دولتی و غیر دولتی بر خط‌مشی‌ها یا

1_ Pluralists

2_ Elitists

3_ Policy Communities

تصمیماتی خاص بکار بردند (Hazlehurst, 2001). در این زمان نیز «کثرت گرایان» بر ضرورت باز بودن نظام تصمیم گیری سیاسی و «نخبه گرایان»، که در این دوران اتحادیه گرایان^۱ نامیده می شدند بر نقش غالب دولت در تدوین خطمشی ها و استفاده از همکاری گروه های فشار سازمان یافته تاکید داشتند. (Klijn, 1999, 14).

مهمترین متون تأثیرگذار در حوزه شبکه های خطمشی، به رویکردهای اصلی نخبه گرایی و اتحادیه گرایی مربوط است، هر چند در دهه ۱۹۷۰ میلادی، این رویکردها در سطح گسترده ای توسط نظریه «اتحادیه گرایی جدید»^۲ مورد انتقاد قرار گرفت. این انتقادات موجب ظهور اصلاحاتی در دو مدل اصلی شده و دامنه ای از «واژه های جدید»^۳ را برای تشریح رابطه دولت / گروه های ذی نفع بوجود آوردند که با عناوینی نظیر شبه اتحادیه گرایی^۴، خرده حکومتها^۵، مثلث آهنین^۶، جوامع خطمشی^۷ و مشتری گرایی^۸ از آنها یاد می شود. (Schmitter & Lehmbruck, 1979; Jordan & Schubert, 1992, 8; Rhodes & Marsh 1992, 1-4)

در حوزه خطمشی دولتی می توان دو «مکتب» مختلف شبکه های خطمشی را شناسایی کرد. «مکتب میانجی گری بین منافع»^۹ نوع شناسی جدیدی است که با کنار گذاردن دوگانگی تکثر گرایی - اتحادیه گرایی، شبکه های خطمشی را به عنوان شکل

1- Corporatists

2- Neocorporatism

3- Neologism

4- Meso Corporatism

5- Sub governments

6- Iron Triangle

7- Policy Societies

8- Clientelism

9- Interest Intermediation School

عامی از انواع مختلف روابط بین گروه‌های ذی‌نفع و دولت مورد توجه قرار می‌دهد (Rhodes & Marsh, 1992; Jordan & Schubert 1992; Van Waarden, 1992). در طرف دیگر، «مکتب حکمروایی»^۱ قرار دارد که شبکه‌های خط‌مشی را به عنوان شکل خاصی از حکمروایی، یعنی مکانیزم بسیج منابع سیاسی در وضعیتی که این منابع به شکل گسترده‌ای بین بازیگران دولتی و خصوصی پراکنده و توزیع شده‌اند، تصور می‌کند. در ادبیات شبکه‌های خط‌مشی تمایز بین این دو مکتب سیال بوده تمایز عمده‌ای بین آن دو ایجاد نگردیده است. اما در هر حال تفاوت‌های مهمی بین این دو مکتب وجود دارد. مکتب میانجی‌گری بین منافع، شبکه‌های خط‌مشی را مفهوم عامی که برای «تمام انواع» روابط بین بازیگران دولتی و خصوصی بکار می‌رود می‌پندارد. در مقابل در مکتب حکمروایی، شبکه‌های خط‌مشی تنها شکل «خاصی» از تعامل (حکمروایی) را در حوزه خط‌مشی دولتی مورد تاکید قرار می‌دهد که نوعی حکمروایی مبتنی بر هماهنگی غیرسلسله مراتبی است و در مقابل دو شیوه حکمروایی قدیمی یعنی حکمروایی سلسله مراتبی و حکمروایی مبتنی بر بازار قرار دارد (Borzel, 1997).

در یکی از نوع شناسی‌های شبکه‌ها، کلمن و اسکاگشتاد پنج نوع شبکه خط‌مشی را شناسایی کردند که مهمترین ویژگی آنها میزان استقلال دولت در مقابل ذی‌نفعان است. در این نوع‌شناسی که در جدول (۲-۳) نشان داده شده است، استقلال دولت به توانایی دولت در تحقق هدفهای خود اطلاق می‌شود. ظرفیت دولت (توانایی تدوین و اجرای گزینه‌های خط‌مشی عمومی) و بسیج انجمن‌ها از جمله عوامل کلیدی درک انواع شبکه‌های موجود می‌باشند. (Coleman & Skogstad; 1990)

جدول ۲-۳- انواع شبکه های خط مشی (Coleman & Skogstad; 1990)

نوع	خصوصیات
شبکه تکثرگرایی فشار	سازمان دولتی مستقل است، گروههای بسیاری برای جلب توجه سازمان دولتی رقابت می کنند. گروهها به جای اینکه در خط مشی گذاری شرکت کنند صرفاً از خط مشی ها جانبداری می کنند.
شبکه تکثرگرایی مشتری محور	سازمان های دولتی ضعیف و پراکنده اند. سازمان های دولتی برای بدست آوردن اطلاعات و حمایت های مورد نیاز به انجمن های متشکل گروه های ذی نفع متکی هستند. انجمن های متشکل گروه های ذی نفع در خط مشی گذاری مشارکت دارند.
شبکه اتحادیه گرا	سازمان دولتی قوی و مستقل است. نظام انجمنی، بین گروه های قدرتمند و بزرگی که نماینده منافع تولیدکننده و مصرف کننده اند مصالحه برقرار می کند. گروه های ذی نفع و سازمان دولتی هر دو در تدوین و اجرای خط مشی مشارکت دارند.
شبکه همنا	این نوع شبکه نیز همانند شبکه های اتحادیه گرا است با این تفاوت که در آن صرفاً یک سازمان یا گروه اجتماعی در خط مشی گذاری دخالت دارد.
شبکه تحت هدایت دولت	سازمان دولتی قوی و مستقل است. دولت بر حوزه خط مشی و نظام انجمنی غلبه داشته و تصمیمات را عمدتاً خودش می گیرد.

۲-۲-۳- روابط بین سازمانی

قبلاً اشاره شده که «روابط بین سازمانی»^۱ در واقع مکانیزم تحقق و شکل گیری شبکه های خط مشی می باشند. روابط بین سازمانی یکی از قدرتمندترین عوامل ایجاد ارزش در شرایط محیطی و فضای متحول حاکم بر سازمان ها است. بر این اساس مدیران سازمان ها به دلیل پتانسیل ایجاد ارزشی که در روابط و همکاری های استراتژیک بین سازمانی نهفته است، باید آنها را به عنوان یکی از استراتژی های کلیدی سازمان بدانند. روابط و همکاری های بین سازمانی در سالهای اخیر رشد چشمگیری داشته است،

1- Inter-organizational Relationships

بطوری که ۵۰۰ شرکت رده اول جهان، بیش از شصت درصد همکاری‌ها و مشارکت‌های استراتژیک را به خود اختصاص داده‌اند (Ireland, 2002).

امروزه توانایی در مدیریت موثر روابط و همکاریهای بین سازمانی، یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود. آگاهی از نحوه مدیریت موثر این روابط باعث کاهش خطاهای احتمالی از طریق بهبود رویه‌های مدیریت می‌شود. در بازارهای محلی و بین‌المللی نیز مشارکت‌های استراتژیک موتور رشد و بهره‌وری محسوب می‌گردد. روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی راهکارهایی سریع و منعطف برای دستیابی به منابع و مهارت‌های مکمل محسوب شده و باعث تسهیم هزینه‌ها و مخاطرات، دسترسی به بازارهای جدید، صرفه‌جویی اقتصادی، جلوگیری از ورود رقبا و کسب دانش و مهارت برای شرکتها می‌شود.

روابط صحیح و به موقع بین‌سازمان‌ها، مزیت‌های فراوان دیگری از جمله کسب منابع اطلاعاتی، انسانی، مدیریتی و مالی جدید، تسهیل در کسب، حفظ و ارتقای مزیت‌های رقابتی پایدار، کسب سهم بیشتر بازار، کاهش هزینه ارائه خدمات و تولید کالاها، افزایش نوآوری و خلاقیت را در پی خواهد داشت (Doz, Y. L. and Hamel, G., 1998). این روابط و همکاریها شکاف بین منابع موجود سازمان و الزامات مورد نیاز آینده را پر کرده و با ایجاد امکان دسترسی سازمان‌ها به منابع بیرونی و نیز با ایجاد هم‌افزایی، ترویج یادگیری و تغییر سریع، توان رقابتی سازمان‌ها را افزایش می‌دهد (Hoffmann, W. H. & Schlosser R., 2001).

به این ترتیب مدیریت مناسب این نوع روابط و همکاریهای بین سازمانی، از اهمیت و جایگاه برجسته‌ای برخوردار است و با توجه به روندهای جهانی صنعت و تجارت در زمینه یکپارچه‌سازی، روز به روز بر میزان اهمیت آن افزوده می‌شود. اکنون مدیریت روابط بین‌سازمانی به قابلیت استراتژیک بدل گردیده و در برخی موارد، هنگامی که آن را به راحتی نتوان تقلید کرد، به مزیت رقابتی سازمان تبدیل می‌شود.

با توجه به اهمیت و ضرورت مدیریت روابط و همکاریهای بین سازمانی، با مروری بر متون موجود در این حوزه ملاحظه می شود که هر یک از پژوهشگران بر موضوع خاصی تمرکز نموده و مدلی که بتواند ابعاد و جوانب مختلف این موضوع را مورد بررسی و تحلیل قرار دهد در دسترس نیست. در متون موجود در این زمینه، برخی از پژوهشگران دلایل و انگیزه های سازمان ها برای برقراری روابط و همکاری های بین سازمانی را مورد توجه قرار داده و برخی دیگر، انواع روابط و همکاری ها را در کانون مطالعه خود قرار داده اند. در کنار این مطالعات برخی پژوهشگران نیز به صورت موردی به عوامل پیش برنده یا بازدارنده در ایجاد این روابط اشاره نموده یا آثار و پیامدهای این روابط بر سازمان ها را مورد بحث قرار داده اند.

این وضعیت مجموعه ای از متون مختلف را در زمینه روابط و همکاری های بین سازمانی به دست می دهد که انسجام دقیقی بین آنها برقرار نیست و به همین دلیل نوعی خلا در این حوزه مشاهده می شود. برای ایجاد انسجام در این زمینه، مدل جامعی برای مدیریت روابط و همکاری های بین سازمانی ارائه شده که ضمن متکی بودن به بدنه دانش نظری موجود در این حوزه، روابط مشخصی را بین متغیرهای تاثیرگذار برقرار نموده و ضمن کاربردی بودن، درک و فهم آن برای دست اندرکاران سازمان ها بسیار ساده است.

در این مسیر ابتدا به منظور آشنایی بیشتر با انواع روابط و همکاری های بین سازمانی، اشکال مختلف این روابط مورد بحث قرار گرفته و سپس عوامل علی تبیین کننده روابط و همکاری های بین سازمانی بر مبنای بنیان های نظری موجود بیان شده است. سپس عوامل زمینه ای موثر بر این روابط و همکاری ها مورد بحث قرار گرفته و نهایتاً با تعریف مجموعه ای از شاخص ها که بر مبنای آنها می توان موضع هر یک از طرفین را نسبت به روابط و همکاری ها مشخص نمود، مدل مدیریت روابط و همکاری های بین سازمانی ارائه شده است.

۲-۲-۴- اشکال مختلف روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی

برخی مطالعات انجام شده پیرامون مراحل توسعه سازمان‌ها، برای توسعه سازمان‌ها مراحل مختلفی را عنوان نموده‌اند. بر مبنای این رویکرد، سازمان‌ها در مراحل تکاملی توسعه خود استراتژیهای مختلفی را بر می‌گزینند و متناسب با آن استراتژی، اقدامات مختلفی از جمله انتخاب قالب‌های مناسب برای ایجاد روابط بین‌سازمانی یا مشارکت در آن را انجام می‌دهند. به عنوان مثال، در این رویکرد، سازمان‌ها در مرحله توسعه خارجی خود از استراتژی‌های تملک و همکاری در اشکال و مصادیق مختلف آن که شبکه‌سازی یکی از آنهاست استفاده می‌کنند. باید توجه داشت که اگر چه روابط بین‌سازمانی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است اما شدت و ضعف آن متفاوت می‌باشد. این امر تحت تاثیر عوامل مختلفی نظیر میزان نیاز سازمان به داشتن ارتباط با سایر سازمان‌ها است.

اشکال مختلف روابط بین‌سازمانی را با توجه به میزان پیوند بین سازمان‌های درگیر در این روابط می‌توان در دو گروه دسته‌بندی نمود (Barringer & Harrison, 2000):

الف- روابط بین‌سازمانی با پیوند شدید

در برخی موقعیت‌ها روابط بین‌سازمانی در راستای انجام فعالیت‌های خاص با اولویت استراتژیک مانند ورود به یک بازار جدید خارجی، دستیابی به مقیاس اقتصادی در تولید، انجام فعالیت‌های تحقیقاتی و اعمال نفوذ سیاسی- اجتماعی در دستگاه‌های قانون‌گذاری شکل می‌گیرد. در این اشکال، میزان سرمایه‌گذاری و مشارکت اعضا قابل توجه می‌باشد و اعضای تعامل‌کننده از طریق ساختارهای رسمی با یکدیگر در رابطه بوده و می‌توانند دارای مالکیت مشترک و هویت جدیدی باشند. مهمترین اشکال این روابط که در آن اعضا دارای تعاملات زیادی با یکدیگر هستند عبارتند از:

- سرمایه گذاری مشترک^۱: هویتی جدید است که در آن دو یا چند سازمان، بخشی از منابع خود را برای ایجاد یک سازمان با مالکیت مشترک، یکپارچه می نمایند.
- کنسرسیوم^۲: نوعی سرمایه گذاری مشترک تخصصی است که در آن گروهی از سازمان ها جهت حل مسئله ای خاص یا بهبود تکنولوژی (همچون کنسرسیوم های پژوهشی) با تشکیل کنسرسیوم، فعالیت های مربوطه را به اجرا در می آورند.
- شبکه و ساختارهای شبکه ای^۳: آرایشی است که در آن یک سازمان در نقش کانون، دسته ای پیچیده از سازمان های مستقل را پیرامون فعالیت اصلی خود سازماندهی می کند.

ب- روابط بین سازمانی با پیوند ضعیف

در برخی موقعیت ها روابط بین سازمانی در راستای انجام فعالیت هایی شکل می گیرد که برای سازمان های ذی ربط دارای اولویت استراتژیک نبوده و در حاشیه فعالیت های اصلی آن سازمان ها قرار می گیرد. در این گونه روابط بین سازمانی غالباً مالکیت مشترک و یا ایجاد هویت های جدید کمتر دیده می شود، ضمن آنکه میزان سرمایه گذاری و مشارکت اعضا در مقایسه با اشکال قبل کمتر می باشد. مهمترین اشکال این روابط که در آن سطح تعاملات بین اعضا با یکدیگر در مقایسه با اشکال پیش گفته پایین تر است عبارتند از:

1_ Joint Ventures

2_ Consortia

3_ Networks

- ائتلاف^۱: توافقی بین دو یا چند سازمان بدون داشتن مالکیت مشترک و هویت جدید که بواسطه آن مبادله‌هایی برقرار می‌شود.
- اتحادیه تجاری^۲: سازمانی معمولاً غیرانتفاعی می‌باشد که توسط سازمان‌های مشمول یک صنعت جهت جمع‌آوری و انتشار اطلاعات تجارت، ارائه توصیه‌های فنی و قانونی، تدارک برنامه‌های کارورزی مربوط به صنعت و مهیا نمودن موقعیتی برای اعمال نفوذهای سیاسی اجتماعی بر نهادهای قانون‌گذاری تشکیل می‌شود.
- هیات مدیره مشترک^۳: دارای دو حالت مستقیم و غیرمستقیم است. زمانی که مدیرعامل یک سازمان به عضویت هیأت‌مدیره سازمانی دیگر درآید، حالت مستقیم و زمانی که مدیرعامل هر سازمان در هیأت‌مدیره سازمانی دیگر عضو باشند، حالت غیرمستقیم آن وجود دارد. هیات مدیره مشترک سازوکاری برای اشتراک اطلاعات و همکاری بین سازمانی می‌باشد.

۲-۲-۵- ویژگی‌های شبکه‌های بین‌سازمانی

برمبنای مباحث قبل، «شبکه‌سازی» یکی از اشکال «همکاری» بین سازمان‌ها محسوب می‌شود. به این ترتیب در این رویکرد با نوعی نگاه ابزاری، شبکه‌ها نتیجه تعاملات بین سازمان‌ها در جهت ایجاد و توسعه همکاری‌های بین‌سازمانی محسوب می‌شوند. از این منظر، شبکه به عنوان «مجموعه‌ای از سازمان‌ها و نهادهای خودمختار که برای نیل به اهدافی که به تنهایی قادر به تحقق آن نیستند گرد هم می‌آیند» در نظر

1_ Alliances

2_ Trade Associations

3_ Interlocking Directorates

گرفته می شود. به این ترتیب می توان مشخصات اصلی ارتباطات شبکه ای را بصورت زیر خلاصه نمود:

۱- اولین وجه مشخصه شبکه ها، وابستگی آنها به اهداف و مقاصد مشترک^۱ است. سازمان ها به این دلیل به شبکه می پیوندند که شبکه ها آنها را قادر به مقابله با مسائل و مشکلات کلان و پیچیده^۲ می نماید (Chishlom, 1998, xxi). شبکه در واقع شکلی از نوآوری سازمانی محسوب می شود که به دلیل مزیت های رقابتی که برای اعضا فراهم می کند به سرعت گسترش یافته و مورد استفاده قرار می گیرد. (Jarillo, 1993; Alter & Hage, 1993)

۲- دومین ویژگی شبکه ها، «پیوستگی نسبتاً آزاد اعضا» است. در ساختارهای شبکه ای، مشارکت اعضا به صورت داوطلبانه بوده (Mitchell & Shortell, 2000; Weiner et al. 2000)، اعضا به نهادها و سازمان های مختلف تعلق داشته و معمولاً از نظر اجتماعی و فیزیکی نیز از یکدیگر فاصله دارند. به این ترتیب شبکه ها نوعی ساختار افقی محسوب می شوند نه ساختار عمودی و در نتیجه معمولاً هیچیک از اعضا شبکه در روابط سلسله مراتبی (ما فوق و زیردست) قرار نمی گیرند. لذا به دلیل وجود پیوندهای آزادانه واقعی بین اعضا، شبکه ها عمدتاً تحت کنترل و اداره اعضای خود قرار داشته است و قدرت مرکزی خاصی بر آن حاکمیت ندارد و نتیجتاً آنها را می توان ساختارهای غیرمتمرکزی دانست که ماهیت غیرسلسله مراتبی دارند (Alter & Hage, 1993).

1- Attachment to common purpose

2- Meta problems

۳- علاوه بر موارد ذکر شده، ویژگی‌های ساختاری و کارکردی متعددی را می‌توان برای شبکه‌ها بیان نمود. به عنوان مثال، برخی محققین ویژگی‌های هنجاری^۱ شبکه‌ها را مورد اشاره قرار داده‌اند. از این نظر شبکه‌ها نوعی ساختار شناختی^۲ محسوب می‌شوند که در آنها نوعی تقسیم کار وجود دارد. شبکه‌ها سازمان‌های یادگیرنده‌ای هستند که خودآگاهی مهمترین مشخصه آنها است. شبکه‌ها از طریق مکانیزم‌های ارتباطی و ارزشیابی مستمر، دانش و آگاهی‌شان را از خود، افزایش می‌دهند. تقسیم کار حاکم بر شبکه نیز این اطمینان را بوجود می‌آورد که هر یک از اعضای شبکه برای سایر اعضا ارزشمند بوده و این امر به تدریج نوعی وابستگی متقابل را بین اعضا پدید می‌آورد.

یکی دیگر از این دسته‌بندی‌ها نیز توسط زیمرمن صورت گرفته و او در مطالعه خود با تقسیم‌بندی رویکردهای موجود در این حوزه در قالب دو رویکرد سستی و شبکه‌ای و مقایسه تفاوت‌های آنها، مجموعه تئوری‌های مرتبط با این دو رویکرد را در شش گروه دسته‌بندی نموده است (Ranaei et al., 2010). از نظر زیمرمن، در رویکرد سستی یک سازمان (در محیط خود) به عنوان کانون اصلی مطالعه، مورد توجه قرار می‌گیرد. عمده‌ترین تئوری‌هایی را که در چارچوب این رویکرد قابل بررسی است، می‌توان در سه گروه زیر دسته‌بندی نمود:

۱- تئوریهای سازمانی، ساختار سازمان

۲- تئوریهای رابطه سازمان - محیط

۳- تئوریهای تدوین استراتژی و برنامه‌ریزی استراتژیک

در مقابل بر مبنای رویکرد شبکه‌ای، یک سازمان به عنوان بخشی از ترتیبات پیچیده‌ای که دارای تعامل و رابطه متقابل با سایر سازمان‌ها است در نظر گرفته می‌شود.

1- Normative characteristics

2- Cognitive structure

عمده ترین تئوریهایی که در چارچوب این رویکرد قابل بررسی است را نیز می توان به سه گروه زیر دسته بندی نمود:

- ۱- تئوریهای تبیین پدیده همکاری و شبکه ها
- ۲- تئوریهای شکل گیری شبکه و ساختارهای شبکه ای
- ۳- تئوریهای مدیریت بین سازمانی (شبکه)

به این ترتیب ملاحظه می شود که برای تبیین نحوه شکل گیری اشکال مختلف روابط بین سازمانی که شبکه ها نیز یکی از مهمترین مصادیق آن محسوب می شود، تئوریهای مختلفی قابل بررسی است که مهمترین آنها در این بخش مورد بحث قرار می گیرند. باید توجه داشت که هر یک از این تئوریا ریشه در حوزه های مختلف علوم دارند و این امرحاکمی از ماهیت چند بعدی موضوع می باشد. بدیهی است هیچ یک از این تئوری ها به تنهایی قادر به تبیین کلیه اشکال مختلف روابط بین سازمانی و تشریح ابعاد مختلف آن نبوده و شاید تلفیق آنها، با واقعیت سازگاری بیشتری داشته باشد.

۲-۲-۶- عوامل زمینه ای موثر بر روابط و همکاری های بین سازمانی

با توجه به مباحث قبل می توان دریافت که عوامل متعددی می توانند به عنوان یک محرک و انگیزه، سازمان ها را ترغیب به برقراری روابط و همکاری های بین سازمانی نمایند که پیامد آن در قالب اشکال روابط و همکاری های بین سازمانی نمایان می شود. اما در این بین عوامل دیگری نیز وجود دارند که پس از شکل گیری روابط و همکاری های بین سازمانی بر کیفیت روابط و همکاری های بین سازمانی تاثیر می گذارند که از آنها تحت عنوان عوامل زمینه ای یاد می گردد و در عمل نقش پیش برنده یا بازدارنده ایفا می کنند.

بطور کلی، هر چند بسیاری از مطالعات انجام شده برای سازمان هایی که اقدام به برقراری این نوع روابط کرده اند شواهدی را ارائه کرده اند که حاکی از آثار مثبت این

روابط است ولی با این وجود باید توجه داشت که تمام شواهد موجود تاییدکننده کارکردهای مثبت روابط بین‌سازمانی نیست. بر این مبنا ضروری است موفقیت یا شکست یک رابطه بین‌سازمانی بر مبنای شاخص‌های معینی مورد ارزیابی قرار گیرد.

بدیهی است هر سازمانی باید با رجوع به علل و انگیزه‌های خود از برقراری چنین روابطی، نسبت به استخراج شاخص‌های مناسب اقدام نموده و به ارزیابی همان شاخص‌ها بپردازد. چنین شاخص‌هایی می‌تواند برای ارزیابی اثربخشی روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی و نیز تصمیم‌گیری سازمان‌ها در خصوص آینده این روابط و توسعه یا تقلیل سطح روابط خود با دیگر سازمان‌های طرف رابطه مورد استفاده قرار گیرد.

سازمان‌ها روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی را با دلایل و انگیزه‌های متفاوتی ایجاد می‌نمایند. این دلایل برگرفته از تئوری‌های تبیین‌کننده شکل‌گیری روابط بین‌سازمانی می‌باشد. لذا با پیش‌فرض قراردادن این تئوری‌ها، مجموعه مهمترین متغیرهایی را که می‌توان با استفاده از آنها این نوع روابط را مورد بررسی قرار داد احصا گردیده و تحت عنوان عوامل علی مشخص شده‌اند. در مقام عمل روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی به صورت‌های مختلف ظاهر می‌گردند که از آنها با عنوان اشکال روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی نام برده می‌شود. اگرچه در حال حاضر با توجه به شرایط حاکم بر فعالیت سازمان‌ها نظیر رقابت روزافزون، تخصصی شدن کارها، پیشرفت و گسترش بکارگیری فن‌آوری‌های نوین، روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی به عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در چرخه زندگی سازمان‌ها قرار گرفته است، اما سطح و کیفیت آن متفاوت می‌باشد.

سطح و کیفیت روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی تحت تاثیر مجموعه‌ای از عوامل نظیر میزان اعتماد و اطمینان، میزان اشتراک اهداف و منافع و یا میزان تشابه زمینه‌های فعالیت طرفین روابط قرار دارد. به عبارتی دیگر این عوامل به صورت متغیرهای میانجی

سطح و کیفیت روابط و همکاری های بین سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهند که در مدل پیشنهادی تحت عنوان عوامل زمینه ای از آنها یاد شده است. از آنجایی که این عوامل در موقعیت ها و شرایط متفاوت دارای وضعیت های مختلفی هستند لذا تاثیر آنها بر سطح و کیفیت روابط و همکاری های بین سازمانی نیز متفاوت خواهد بود. چنانچه این عوامل در سطح بالایی وجود داشته باشند به صورت یک عامل پیش برنده منجر به شکل گیری هرچه سریعتر روابط و همکاری های بین سازمانی شده و برعکس چنانچه در سطح نامطلوبی باشند، در مقام یک عامل بازدارنده بر سر راه ایجاد روابط و همکاری های بین سازمانی مانع بوجود می آورند.

بنابراین می توان گفت شکل گیری روابط و همکاری های بین سازمانی برآیندی از کنش و واکنش متقابل عوامل علی و نیروهای حاصل از عوامل زمینه ای است که در قالب یکی از اشکال روابط و همکاری های بین سازمانی با پیوند شدید یا ضعیف نمایان می شوند. اما آنچه نقش تعیین کننده ای در ادامه این روابط و همکاریها بین دو یا چند سازمان دارد، نتایج و پیامدهای عینی حاصل از این روابط و همکاریهاست که تصمیم گیری سازمان های طرف رابطه را تحت تاثیر خود قرار می دهد. بر این اساس چنانچه سازمان های طرف رابطه بر مبنای شاخص های مورد نظر ارزیابی مثبتی از نتایج این روابط داشته باشند طبیعتاً به دنبال توسعه سطح روابط و همکاری ها یا حداقل تداوم سطح موجود روابط و همکاری ها خواهند رفت و در مقابل چنانچه نتایج این روابط، منفی ارزیابی شود موجب کاهش سطح روابط و یا قطع روابط و همکاری های بین سازمانی خواهد شد.

۲-۲-۲- نهادسازی و نهادگرایی

در ابتدای فصل اشاره شد که هدف از بررسی و نظریه پردازی در زمینه ارتباطات بین سازمانی، طراحی الگوهایی برای ایجاد سازمان ها و نهادهای فراگیر است. علاوه بر

دیدگاه مذکور، مفهوم نهادهای جدید نیز می‌بایست به عنوان یکی از ابعاد طراحی مورد توجه قرار گیرد. از دیدگاه نهادسازی، نهادهای جدید، نهادهایی هستند که به محیط‌های باز و روش‌های مشارکتی واکنش بهتری نشان می‌دهند و عمدتاً غیرمتمرکز و چند رشته‌ای هستند که دارای ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر بوده و پاسخگوی نیازهای جوامع کنونی می‌باشند. اینگونه نهادها، سازمان‌های یادگیرنده‌ای هستند که جریان‌های بازخورد سریع و واقع‌بینانه‌ای برای پاسخ‌های انطباقی به تغییرات می‌دهند و فهم، درک عمیق و واقعی از پیوندها و ارتباطات اجتماعی، اقتصادی و غیره در جامعه دارند، بین آنها تعامل برقرار کرده و کارکردهای چندگانه دارند. در نتیجه، در نهادگرایی جدید سازمان‌ها و نهادهای محلی و خودجوش نقش اصلی و محوری را دارند (جدول ۲-۴).

جدول ۲-۴- مقایسه زمینه‌های توسعه نهادی قدیم و جدید

شیوه تصمیم‌گیری	نهادگرایی قدیم	نهادگرایی جدید
شیوه برنامه‌ریزی	متمرکز و استاندارد شده	غیر متمرکز و سازگار با بافت محلی
عرضه خدمات	طراحی ایستا و ثابت	طراحی متحول و وسیع
پیوندها و اتحادها	به طرف فشار عرضه	با توجه به کشش تقاضا
شیوه عمل	نهادهای محلی در انزوا	نهادهای محلی در کانون فعالیت و عمل به صورت شبکه‌ای و خوشه‌ای
ارتباط میان اعضا	تک‌بعدی و کمی‌گرا	چندبعدی، کارگروهي و کمی و کیفی‌گرا
	تحت تاثیر افراد و سازمان‌های ذی‌نفع	نگاه مشارکتی برپایه گفتگو و توانمندسازی

از ویژگی‌های اساسی نهادگرایی جدید می‌توان به تعاملی بودن آن اشاره کرد که در آن شبکه‌های روابط نقش اساسی را دارند. در این نهادسازی و شبکه‌سازی می‌توان عواملی چون انگیزه‌های شخصی، جمعی (اهداف مشترک)، شرایط اقتضایی (حاصل از سوانح طبیعی مانند سیل، زلزله و غیر طبیعی مانند جنگ و...) در اهداف دستیابی به اهداف متعالی‌تر و ارزشمندتر توسعه که همان رفاه و خوشبختی است موثر باشد (افتخاری، ۱۳۸۸).

۲-۲-۸- جمع بندی

آنچه که در صفحات گذشته آمد، خلاصه‌ای از مطالعات و نظریه پردازی‌ها در مورد اشکال مختلف روابط بین سازمانی است که بخشی از پشتوانه نظری برای طراحی نهادی و الگوی پیشنهادی در این کتاب می‌باشد. همان گونه که در اهداف آمده است، الگوی پیشنهادی می‌بایست چهارچوبی برای ساماندهی کسب و کارها و بنگاه‌های بخش کشاورزی را فراهم نماید. براساس یافته‌های موجود، این چهارچوب دارای مشخصات زیر خواهد بود:

- دارای یک ساختار گسترده بوروکراتیک دولتی یا شبه دولتی نیست. در واقع، این الگو در برگیرنده مجموعه‌ای از بنگاه‌های خصوصی است که براساس روابط و ماهیت می‌توان آن را یک سازمان غیردولتی (NGO) با کارکرد کسب و کار معرفی نمود.
- تاکید بر غیردولتی بودن نهادهای جامعه مدنی به این معنی است که نقش غالب اعضا و ذی نفعان در تمامی فرآیندهای شکل گیری، مدیریت، سازماندهی و نیز تعیین اهداف و خط‌مشی‌ها مشهود باشد. همانگونه که در مرور ادبیات آمده است، این روند باعث پایداری سازمانها و عدم اتکا و وابستگی مفرط آنها به دولت شده و منجر به توسعه مداوم آنها خواهد شد.
- با توجه به مزیت‌های موجود در ساختار شبکه‌ای توصیف شده، در الگوی پیشنهادی به منظور اجتناب از یک ساختار سلسه مراتبی، روابط درونی و فرآیندها براساس نوع کارکرد اعضا شکل می‌گیرد. در عین حال، با توجه به اهداف و مقاصد مشترک، پیوستگی نسبتاً آزاد اعضا، تعلق اعضا به نهادها و سازمان‌های مختلف، خود تنظیمی، روابط افقی، تشریک مساعی و هویت جمعی، کنترل نهاد توسط اعضا و بسیاری از موارد دیگر، عناصر این الگوی پیشنهادی در بهترین حالت می‌توانند در یک ساختار شبکه‌ای تعریف شوند. همان گونه که در بخش‌های

قبلی دیده شد، ویژگی‌های مذکور بطور کلی و تا حد زیادی در ساختار اتاق‌های بازرگانی و کشاورزی (و بطور کلی سازمان کسب‌وکار مبتنی بر عضویت) دیده می‌شود.

- علاوه بر ساختار ارتباطی اعضا، شکل‌گیری شبکه خط‌مشی نیز از ویژگی‌های مطلوب در الگوی پیشنهادی می‌باشد. ساختار پیشنهادی برای ساماندهی بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی در بخش در شرایطی می‌تواند اثربخشی و کارایی خود را نشان دهد که علاوه بر سازماندهی درونی کارآمد، در یک شبکه خط‌مشی گسترده نیز تعریف شده و جای‌گیری مناسبی داشته باشد.

با توجه به موارد ذکر شده، مهمترین یافته‌ها و مفاهیم کلیدی در این فصل را می‌توان بصورت زیر خلاصه نمود:

۱- روابط بین‌سازمانی از مهمترین عوامل ایجاد ارزش در شرایط محیطی متحولی است که سازمان‌های کسب‌وکاری در دنیای امروز در درون آن فعالیت می‌کنند. روابط بین‌سازمانی در برگیرنده همکاری‌ها و مشارکت‌های راهبردی است که توسعه کسب‌وکار را امکان‌پذیر کرده و یک مفهوم کلیدی برای طراحی ساختارهای نهادی محسوب می‌شود. به عنوان یک استراتژی در توسعه کسب‌وکار، این دیدگاه موتور رشد و بهره‌وری در بازارهای محلی و بین‌المللی محسوب می‌شود.

۲- سازمان‌ها در مراحل تکاملی توسعه خود استراتژیهای مختلفی را برمی‌گزینند و متناسب با آن استراتژی، اقدامات مختلفی از جمله انتخاب قالب‌های مناسب برای ایجاد روابط بین‌سازمانی یا مشارکت در آن را انجام می‌دهند. در این رویکرد، سازمان‌ها در مرحله توسعه خارجی خود از استراتژی‌های تملک و همکاری در اشکال و مصادیق مختلف آن که شبکه‌سازی یکی از آنهاست، استفاده می‌کنند. اگرچه روابط بین‌سازمانی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است اما شدت و ضعف آن متفاوت می‌باشد. این امر تحت تاثیر عوامل مختلفی نظیر میزان نیاز سازمان به داشتن ارتباط با سایر سازمان‌ها است. اشکال

مختلف روابط بین سازمانی را با توجه به میزان پیوند بین سازمانهای درگیر در این روابط می توان در دو گروه دسته بندی نمود:

الف- روابط بین سازمانی با پیوند شدید

در برخی موقعیتها روابط بین سازمانی در راستای انجام فعالیت های خاص با اولویت استراتژیک مانند ورود به یک بازار جدید خارجی، دستیابی به مقیاس اقتصادی در تولید، انجام فعالیت های تحقیقاتی و اعمال نفوذ سیاسی- اجتماعی در دستگاه های قانون گذاری شکل می گیرد. در این اشکال، میزان سرمایه گذاری و مشارکت اعضا قابل توجه می باشد و اعضای تعامل کننده از طریق ساختارهای رسمی با یکدیگر در رابطه بوده و می توانند دارای مالکیت مشترک و هویت جدیدی باشند. مهمترین اشکال این روابط که در آن اعضا دارای تعاملات زیادی با یکدیگر هستند عبارتند از سرمایه گذاری مشترک، کنسرسیوم و ساختار شبکه ای.

ب- روابط بین سازمانی با پیوند ضعیف

در برخی موقعیتها روابط بین سازمانی در راستای انجام فعالیت هایی شکل می گیرد که برای سازمان های ذی ربط دارای اولویت استراتژیک نبوده و در حاشیه فعالیت های اصلی آن سازمان ها قرار می گیرد. در این گونه روابط بین سازمانی غالباً مالکیت مشترک و یا ایجاد هویت های جدید کمتر دیده می شود، ضمن آنکه میزان سرمایه گذاری و مشارکت اعضا در مقایسه با اشکال قبل کمتر می باشد. مهمترین اشکال این روابط که در آن سطح تعاملات بین اعضا با یکدیگر در مقایسه با اشکال پیش گفته پایین تر است عبارتند از ائتلاف، اتحادیه های تجاری، هیئت مدیره مشترک.

۳- شبکه سازی یکی از اشکال همکاری بین سازمان ها و به عبارت دیگر بهترین روش شکل گیری نهادهای عضویتی فراگیر محسوب می شود. به این ترتیب در این رویکرد با نوعی نگاه ابزاری، شبکه ها نتیجه تعاملات بین سازمان ها در جهت ایجاد و

توسعه همکاری‌های بین‌سازمانی محسوب می‌شوند. از این منظر، شبکه به عنوان «مجموعه‌ای از سازمان‌ها و نهادهای خودمختار که برای نیل به اهدافی که به تنهایی قادر به تحقق آن نیستند گرد هم می‌آیند» در نظر گرفته می‌شود.

۴- برخی از مشخصات اصلی ارتباطات شبکه‌ای عبارتند از اهداف و مقاصد مشترک، پیوستگی نسبتاً آزاد اعضا، روابط افقی به جای روابط سلسله‌مراتبی، کنترل شبکه توسط اعضا، پیوندهای واقعی، ساختار غیرمتمرکز، وجود سازمان‌های متعدد خودآگاه و یادگیرنده. این ویژگی‌ها تطابق زیادی با مشخصات سازمان‌های کسب‌وکاری مبتنی بر عضویت که در مطالعات تطبیقی گذشته به آنها اشاره شد، داشته و می‌توانند به عنوان وضعیت مطلوب در طراحی الگو در نظر گرفته شود.

۵- شبکه‌ها به لحاظ شیوه شکل‌گیری می‌توانند پیدایشی (طبیعی) و یا تعمدی (طراحی شده) باشند.

۶- در تئوری‌های سنتی، سازمان‌محوری و در تئوری‌های نوین، روابط‌محوری مورد توجه قرار دارد. تئوری‌های متعددی در زمینه اهمیت و لزوم روابط شبکه‌ای را در طراحی‌های نهادی وجود دارد که از آن جمله می‌توان به تئوری هزینه‌های اقتصادی مبادله، تئوری وابستگی منابع، تئوری انتخاب استراتژیک، تئوری ذی‌نفعان، تئوری یادگیری و تئوری نهادی اشاره نمود.

۷- با توجه به مباحث قبل می‌توان دریافت که عوامل متعددی می‌توانند به عنوان یک محرک و انگیزه، سازمان‌ها را ترغیب به برقراری روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی نمایند که پی‌آمد آن در قالب اشکال روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی نمایان می‌شود. اما در این بین عوامل دیگری نیز وجود دارند که پس از شکل‌گیری روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی بر کیفیت روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی تأثیر می‌گذارند که از آنها تحت عنوان عوامل زمینه‌ای یاد می‌گردد و در عمل نقش پیش‌برنده یا بازدارنده ایفا می‌کنند.

۸- براساس نتایج حاصل از بررسی‌های انجام شده در خصوص عوامل علی، عوامل زمینه‌ای موثر بر شکل‌گیری روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی، اشکال روابط و نیز نتایج و پیامدهای حاصل از آن روابط، الگوی مفهومی مدیریت روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی می‌بایست به نحوی پیشنهاد شود که در آن سازمان‌ها، روابط و همکاری‌های بین‌سازمانی را با دلایل و انگیزه‌های متفاوتی ایجاد می‌نمایند.

۹- بطور کلی، بررسی ادبیات موضوعی (و نیز بررسی تطبیقی اتاق‌های بازرگانی و کشاورزی و نیز دیدگاه‌های نظری در مورد روابط بین‌سازمانی) نشان می‌دهد که ساماندهی کسب‌وکارها و ایجاد سازمان‌های غیردولتی مبتنی بر عضویت می‌تواند با رعایت شرایط و الزامات ذکر شده، در توسعه یک بخش اقتصادی (مانند کشاورزی) و افزایش کارایی فعالیتهای اقتصادی و بازرگانی اعضا موثر باشد. الزامات تحقق این هدف نیز مواردی مانند ایجاد زمینه قانونی، روابط شبکه‌ای، ساختارهای افقی و غیر متمرکز، تعریف و استقرار فرآیندها و ارتباطات درون و برون سازمانی می‌باشد که تمامی این شاخص‌ها می‌بایست در الگوی پیشنهادی مورد نظر قرار گیرند.



فصل سوم

مروری بر
سازمانهای
مردم نهاد
دربخش
کشاورزی
سایر کشورها

مقدمه

به منظور دستیابی به راهبردی جامع و ساخت یافته در زمینه حضور و نقش سازمان‌های غیردولتی در حوزه کسب و کار بخش کشاورزی، علاوه بر مباحث مطرح شده لازم است تا مروری بر وضعیت این گونه سازمان‌ها در سایر کشورها نیز صورت گیرد. در این بررسی، انواع سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی در بخش کشاورزی چهار کشور نمونه معرفی شده و مهمترین کارکردهای آنها بیان می‌شود. این سازمان‌ها اغلب در قالب‌هایی مانند تعاونی‌ها، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و نیز برخی اشکال دیگر مانند شبکه‌ای از بنگاه‌های کوچک و کارآفرینان فعالیت دارند. با وجود تنوع شکلی، آنچه که باید در تحلیل نهایی بیش از همه مورد توجه قرار گیرد، نوع کارکردهای آنها و اثربخشی و کارایی این سازمان‌ها در تحقق اهداف کلی توسعه ملی است. این امر مستلزم بررسی جایگاه قانونی و کارکردی آنها نسبت به دولت و جامعه نیز می‌باشد. به نظر می‌رسد که امروزه پتانسیل نهادهای مدنی در توسعه کشاورزی به میزان زیادی توسط دولت‌ها، موسسات بین‌المللی و بنگاه‌های توسعه به رسمیت شناخته شده است. مصوبات کنفرانس‌های سازمان ملل در طی سالهای اخیر مانند اهداف توسعه هزاره نشان‌دهنده درک اهمیت نقش جامعه مدنی و نهادهای غیردولتی در تحقق برنامه‌های توسعه کشاورزی و توسعه پایدار است (Jones M. P. , 2007).

۳-۱- سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی کشور هند

علی‌رغم پیشرفت‌های صنعتی و تکنولوژیکی قابل توجه، کماکان بخش کشاورزی در هند جایگاه مهمی در اقتصاد آن کشور دارد. این بخش حدود ۶۴ درصد از نیروی کار را جذب نموده و حدود ۲۷/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۸ درصد از

صادرات آن کشور را تامین می کند. هند دومین کشور تولیدکننده شیر در جهان است و صادرات اصلی بخش کشاورزی آن را عموماً برنج، قهوه، چای و کنف و همچنین غذاهای دریایی فرآوری شده تشکیل می دهند.

از آنجا که بخش بزرگی از جمعیت این کشور در بخش اقتصاد روستایی و کشاورزی فعال هستند، دولت هند اقدامات گسترده ای در قالب برنامه های توسعه روستایی و بهبود شرایط کشاورزان را انجام می دهد. این امر با تلاش دولت در زمینه توسعه سازمان های محلی و غیردولتی همراه بوده است. سازمان های کشاورزی در هند از تنوع زیادی برخوردار نیستند و بیشتر آنها در قالب تعاونی ها می باشند. در واقع کشور هند را کشور تعاونی ها می دانند و واژه تعاونی بویژه در بخش کشاورزی هند، یکی از واژه های بسیار ملموس و روزمره تلقی می شود. امروزه تقریباً تمامی روستایان و کشاورزان در هند به نوعی در یک تعاونی عضو بوده و از خدمات آن استفاده می کنند. در بخش های صنایع کشاورزی، انجمن ها نیز تا حدی فعال بوده و نیز برخی سازمان های داوطلبانه نیز در بخش های روستایی این کشور فعالیت دارند.

۳-۱-۱-۱-۱ تعاونی ها

در حال حاضر حدود ۵۰۴ هزار تعاونی با بیش از ۲۰۰ میلیون نفر عضو در هند وجود دارد. این مجموعه تقریباً تمامی روستاها را تحت پوشش داشته و ۶۷ درصد از خانوارهای روستایی را در برمی گیرد. تعداد فدراسیون های تعاونی در سطح ملی ۲۱ مورد، در سطح ایالتی ۳۶۱ مورد و در سطح بخش ها و مناطق ۲۵۷۲ مورد می باشد. در بخش های اقتصادی مختلف این کشور، با وجود رقابت بانک های دولتی و خصوصی، تعاونی ها نقش عمده ای در زمینه اعتبارات ایفا می کنند و حدود ۴۶ درصد از اعتبارات کشاورزی توسط بخش تعاونی پرداخت می شود. تعاونی های کشاورزی حدود ۳۶ درصد از کل کودهای تولیدی کشور را توزیع می کنند. تعاونی های کشاورزی حدود ۵۵

درصد از محصول شکر را تولید کرده و نقش بسیار مهمی در نظام تولید کالاهای عمومی برعهده دارند. حدود ۲۸ درصد از فروشگاه‌های روستایی در حیطه تعاونی‌ها فعالیت داشته و تعاونی‌ها نقش قابل توجهی در صادرات نیز دارند.

همان‌گونه که در جدول (۱-۳) دیده می‌شود، انواع تعاونی‌ها در بخش‌های روستایی را می‌توان بر مبنای معیارهای مختلفی مانند نوع کارکرد، نوع اعضا، سطح پوشش و یا وظایف طبقه‌بندی نمود.

جدول (۱-۳): انواع تعاونی‌ها بر اساس معیارهای درونی در هند

ردیف	معیار طبقه‌بندی	انواع تعاونی‌ها
۱	نوع خدمات	۱- تعاونی‌های تولید، بازاریابی و تامین نهاده‌ها ۲- تعاونی‌های مصرف کنندگان ۳- تعاونی‌های کالاهای مصرفی ۴- تعاونی‌های اعتباری ۵- تعاونی‌های مراقبت‌های بهداشتی ۶- تعاونی‌های خانه سازی ۷- تعاونی‌های بیمه مشترک
۲	حوزه فعالیت	۱- تعاونی‌های محلی ۲- تعاونی‌های منطقه‌ای (از چند شهر تا چند ایالت را در بر می‌گیرند) ۳- تعاونی‌های ملی (خدمات خاص ارائه می‌دهند) ۴- تعاونی‌های بین‌المللی
۳	وظایف	۱- بازاریابی ۲- خرید ۳- خدمات (بیمه، بهداشت، اعتبارات، مخابرات و غیره) ۴- مذاکره (وظیفه نمایندگی اعضا و حضور در مجامع)

ردیف	معیار طبقه‌بندی	انواع تعاونی‌ها
۴	نوع عضویت	۱- تعاونی‌های محلی ۲- تعاونی‌های ائتلافی (اعضای آن را تعاونی‌های محلی تشکیل می‌دهند) ۳- تعاونی‌های متمرکز (اعضای آن را تعاونی‌های منفرد تشکیل می‌دهند اما گستره آنها وسیع است) ۴- تعاونی‌های مرکب (منطقه‌ای بوده و هم اعضای منفرد و هم تعاونی‌های محلی در آنها عضو هستند)
۵	ساختار مالی	۱- تعاونی‌های سهامی ۲- تعاونی‌های غیر سهامی

بطور کلی و براساس ارزیابی وضعیت موجود، عمده‌ترین تعاونی‌های کشور هند

بشرح زیر می‌باشند:

- تعاونی‌های بازاریابی
- تعاونی‌های اعتباری کشاورزی (تولیدی)
- تعاونی‌های اعتباری کشاورزی (سرمایه‌گذاری)
- تعاونی‌های اعتباری غیرکشاورزی (بانک‌های شهری)
- تعاونی‌های عشایری
- تعاونی‌های مصرف
- تعاونی‌های کود شیمیایی
- تعاونی‌های نساجی
- تعاونی‌های شکر
- تعاونی‌های لبنیات (شیر پاستوریزه)
- تعاونی‌های کارخانجات ریسندگی

- تعاونی‌های صنعتی (به غیر از نساجی)
- تعاونی‌های صیادان (شیلات)
- تعاونی‌های خانه‌سازی
- تعاونی‌های مرغداران
- تعاونی‌های کارگران
- تعاونی‌های آموزشی و پرورشی

چنانچه بطور اختصاصی تعاونی‌هایی که تحت عنوان تعاونی کشاورزی شناخته می‌شوند را مورد نظر قرار دهیم، طیف گسترده‌ای از تعاونی‌ها در این بخش را شامل می‌شوند که مهمترین آنها به قرار زیر می‌باشند:

- تعاونی‌های زراعی
- تعاونی‌های آبیاری
- تعاونی‌های نیشکر
- تعاونی‌های دانه‌های روغنی
- تعاونی‌های بذر
- تعاونی‌های کود
- تعاونی‌های بازاریابی کشاورزی
- تعاونی‌های باغبانی و پرورش درختان
- تعاونی‌های چای
- تعاونی‌های برنج

در این میان، تعاونی‌های بازاریابی به دلیل انسجام و سازمان کار بهتر را می‌توان به عنوان الگو مورد بررسی بیشتر قرار داد. هدف تعاونی‌های بازاریابی کشاورزی این است که موقعیت کشاورز به عنوان یک فروشنده را تقویت کرده و او می‌تواند محصول خود را با قیمت بهتری به فروش برساند. این تعاونی‌ها موجب می‌شوند که زیان‌های ناشی

از دوره کاری کارگزاران فروش و حضور واسطه ها کمتر شده و تسهیلاتی برای بهبود کیفیت محصولات ایجاد شود. در چنین ساختاری، مسئولیت بازاریابی به عهده خود کشاورزان است که در قالب یک تعاونی بازاریابی سازماندهی شده اند.

تعاونی های بازاریابی دارای چهار سطح ساختاری می باشند که عبارتند از:

الف- انجمن های بازاریابی اولیه: حوزه فعالیت آنها در سطح محلی یعنی روستا و شهرستان است که در زمینه جمع آوری، طبقه بندی و فروش محصول و نیز اعطای وام به اعضا کمک می کنند.

ب- انجمن های بازاریابی مرکزی: حوزه فعالیت آنها در سطح استان است که به همین علت آنها را تعاونی های بازاریابی استانی نیز می نامند. وظیفه عمده این تعاونی ها خرید و فروش غلات و سایر محصولات کشاورزی و اعطای وام اعتباری به اعضا است. اعضای این تعاونی ها را افراد حقیقی و تعاونی های اولیه تشکیل می دهند.

ج- انجمن های بازاریابی ایالتی: کار اصلی انجمن ها خدمت رسانی به اعضا به عنوان عالی ترین موسسات تعاونی های بازاریابی است که در سطح ایالت عمل می کنند.

د- فدراسیون ملی تعاونی های بازاریابی کشاورزی^۱ (NAFEED):

این فدراسیون وظیفه برقراری هماهنگی میان ۲۷ انجمن بازاریابی ایالتی، ۱۶ انجمن بازاریابی ایالتی برای محصولات خاص، ۱۰ انجمن توسعه تعاونی های عشایری و ۱۷۲ انجمن بازاریابی منطقه ای و استانی را برعهده دارد. این شبکه، تقریباً تمامی بازارهای اولیه و ثانویه مهم کشور را تحت پوشش دارد. مهمترین کارکردهای این فدراسیون را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- تضمین قیمت بهتر برای تولیدکنندگان داخلی از طریق توسعه بازاریابی

1- National Agricultural Cooperatives Marketing Federation of India Limited

- حذف واسطه‌ها و تنظیم بازار در طول فصول مختلف از طریق ایجاد امکانات پیشرفته فرآوری و نگهداری محصولات
- صادرات و واردات محصولات کشاورزی (صادرات کشاورزی بویژه پیاز، سیب زمینی، ادویه و غیره و واردات شامل میوه‌های تازه و خشک، بذر و نهاده‌های کشاورزی و ماشین‌آلات)
- نمایندگی دولت در زمینه قیمت‌های تضمینی و خریدهای تضمینی در مورد محصولات خاص
- استقرار سیستم‌های علمی و پیشرفته انبارداری و سردخانه‌ها و غیره
- سرمایه‌های کشاورزان (سهام)، وام‌های تجاری و سوبسیدهای دولتی (بویژه در خرید ماشین‌آلات فرآوری محصولات و نیز تعرفه‌های ترابری محصولات و تامین هزینه‌های مدیریتی) مهمترین منابع مالی تعاونی‌های بازاریابی محسوب می‌شوند.

۳-۱-۲- سازماندهی ملی تعاونی‌ها

تمامی تعاونی‌های کشور هند اعضای یک اتحادیه ملی با عنوان اتحادیه ملی تعاونی‌های هند^۱ می‌باشند. این اتحادیه که با عنوان اختصاری NCUI شناخته می‌شود، عالی‌ترین سازمان تعاونی هند است که تمام بخش‌های نهضت تعاونی هند را نمایندگی می‌کند. عمده‌ترین وظایف و اهداف این اتحادیه بشرح زیر است:

- سازماندهی برنامه‌های آموزشی تعاونی و اشاعه اصول و روش‌های تعاونی
- توسعه روابط بین تعاونی‌ها و کمک به انجام تحقیقات، رسیدگی به مشکلات تعاونی‌ها و تدوین پروژه‌های معطوف به توسعه تعاونی

1- National Cooperative Union of India

- اطلاع رسانی در زمینه دستاوردهای تعاونی از طریق انتشار گاهنامه ها، مجلات، روزنامه ها، جزوات، بروشورها، کتاب، فیلم و سایر وسایل ارتباط جمعی به منظور ایجاد فضای مناسب برای توسعه جنبش تعاونی
- بیان نقطه نظرات و دیدگاه های تعاونی و عمل کردن به عنوان نماینده معتبر نهضت تعاونی هند در سطح ملی و بین المللی
- تشکیل جلسات و کمک به کنگره ملی تعاونی ها و هماهنگی سمینارها، جلسات و کنفرانس های مرتبط با امور تعاونی ها
- انتخاب نمایندگان و ناظرانی که به وکالت از طرف اتحادیه در کنفرانس ها و نشست های ایالتی، ملی و بین المللی شرکت کنند
- تسهیل در ارتقای موسسات تعاونی و کمک به انجمن های عضو در حل مسائل آنها و کمک به تدوین برنامه ها و اجرای آنها و نیز حفظ و صیانت از ویژگی دموکراتیک نهضت تعاونی در کشور
- ارتقای روابط بین المللی تعاونی از طریق همکاری فعال با مجامع بین المللی مرتبط با توسعه تعاونیها
- ایجاد ارتباطات اثربخش با سازمان های عضو اتحادیه بین المللی تعاونی ها (ICA) و سازمان های ملی تعاونی در کشورهای عضو ICA
- تامین بودجه های مربوط به آموزش تعاونی و یا هر بودجه ای که از سوی شورای اداری اتحادیه تصویب شود.

سازمان های عضو اتحادیه ملی تعاونی های هند بقرار زیر می باشند:

۱- فدراسیون های تعاونی در سطح ملی

۲- اعضای موسسات فرایالتی

۳- اتحادیه های تعاونی ایالتی

۴- بانک های تعاونی ایالتی

- ۵- بانک توسعه روستایی و تعاونی کشاورزی ایالتی
- ۶- فدراسیون‌های تعاونی‌های مصرف ایالتی
- ۷- بانک‌های تعاونی‌های شهری و انجمن‌های اعتباری ایالتی
- ۸- انجمن‌های ایالتی تعاونی‌های بازاریابی
- ۹- موسسات تعاونی عشایری در سطح ایالت
- ۱۰- سایر فدراسیون‌های تعاونی ایالتی
- ۱۱- انجمن‌های ایالتی که در سطح چند ایالت فعالیت دارند.

مدیریت NCUI

عالی‌ترین رکن NCUI، مجمع عمومی آن است که از سازمان‌های عضو تشکیل می‌یابد و یکبار در سال به منظور بررسی پیشرفت‌های حاصل در برنامه‌های سال گذشته و تصمیم‌گیری در مورد برنامه‌های سال آینده برگزار می‌شود. این مجمع شورای اداری NCUI را برای یک دوره سه ساله انتخاب می‌کند. اعضای شورای اداری NCUI عبارتند از رئیس اتحادیه، معاون رئیس، یک نماینده از هر یک از اتحادیه‌های تعاونی ایالتی و فدراسیون‌های تعاونی‌های ملی و نیز نمایندگانی که از بخش‌های مختلف تعاونی انتخاب می‌شوند. جلسات شورای اداری اتحادیه هر فصل یکبار تشکیل می‌شود و از طریق کمیته‌های وظیفه‌ای (اجرایی) عمل می‌کند. کمیته اجرایی شامل رئیس NCUI و معاون رئیس و ۱۵ عضو دیگر است.

ساختار سازمانی

ساختار سازمانی اتحادیه در برگرنده ۱۲ بخش و واحد بشرح زیر می‌باشد:

- بخش آموزش
- بخش سیاست‌های کلی
- بخش هماهنگی

- بخش اداری و پرسنلی
- بخش بانک داده های تعاونی های ملی
- واحد تجارت بین الملل
- بخش حسابداری و مالی
- بخش انتشارات
- روابط عمومی و تبلیغات
- روابط بین الملل
- واحد کنترل و رسیدگی به شکایات
- بخش حمایت ها و کمک ها

آموزش

یکی از مهمترین وظایف و کارکردهای NCUI، پرورش نیروی انسانی در بخش تعاونی است. این اتحادیه برنامه های آموزشی را در چهار حوزه اصلی زیر پیگیری و اجرا می کند:

- برنامه آموزشی اعضای عادی
- برنامه آموزشی بخش های تخصصی
- پروژه های آموزشی خاص در ایالت ها و نواحی کمتر توسعه یافته
- برنامه های پرورش مهارت های رهبری

اهداف کلی برنامه های آموزشی، بالا بردن توانمندی تعاونی ها از طریق تقویت مدیریت تعاونی ها و افزایش مشارکت اعضا در برنامه ریزی، اجرا و نظارت بر فعالیت های تجاری تعاونی ها است. این برنامه بوسیله ۲۷۰ اتحادیه تعاونی ایالتی و توسط ۷۰۰ مربی که در این رشته فعالیت می کنند اجرا می شود. برنامه های آموزش تخصصی برای زنان و جوانان نیز با توجه به نیازهای متنوع و در حال رشد بخش تعاونی مورد توجه قرار دارند. محوریتهای آموزش شامل موارد زیر است:

- الف- تقویت جنبه دموکراتیک انجمن‌ها توأم با پشتوانه مالی قوی
- ب- ارائه مشاوره فنی به کشاورزان به منظور بالا بردن سطح تولیدات کشاورزی از طریق بکارگیری تکنولوژی مناسب‌تر
- ج- آموزش به منظور بالا بردن استانداردهای اجتماعی
- د- فعالیت‌های مربوط به آموزش زنان
- اجرای اغلب برنامه‌های آموزشی از طریق مرکز ملی آموزش تعاونی (NCCE)^۱ صورت می‌گیرد. این مرکز در سال ۱۹۵۸ و با اهداف زیر تاسیس شده است:
- فعالیت در زمینه پرورش و بهسازی رهبری تعاونی‌ها
 - تامین نیازهای آموزشی مربیان آموزش تعاونی، افراد مرتبط با برنامه‌ها و برنامه‌های آموزشی اساتید و هیئت علمی دانشگاه‌ها و دانشکده‌های مرتبط با موضوع تعاونی
 - عمل کردن به عنوان مرکز آماده‌سازی و ترویج فنون و ابزار آموزش تعاونی برای تحقق اهداف فوق، برنامه‌های زیر توسط این مرکز اجرا می‌شود:
 - ارائه دیپلم در زمینه آموزش و توسعه تعاونی‌ها (مدت دوره ۱۲ هفته است)
 - ارائه دوره‌های آشنایی و بازآموزی برای پرسنل آموزشی تعاونی‌ها و کارکنان فدراسیون‌ها و سازمان‌های ملی تعاونی
 - تشکیل کارگاه‌های آموزشی، سمینار و منفرانس در زمینه جنبه‌های مختلف تعاون و تعاونی‌ها
 - برنامه‌های آموزشی تخصصی در همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و موسسات آموزشی بین‌المللی
 - طراحی برنامه‌های رایانه‌ای و استفاده از آنها در حوزه‌های مختلف تعاونی‌ها
 - برنامه‌های آموزش هیئت علمی برای موسسات و دانشکده‌های آموزشی تعاونی

1- National Center for Cooperative Education

- علاوه بر موارد ذکر شده، برنامه‌های خاص با توجه به نیازها و اقتضای سازمان‌های عضو تنظیم و اجرا می‌شود.

رابطه تعاونی‌ها با دولت

به منظور حمایت از نهضت تعاونی‌ها، دولت سازمان‌هایی را ایجاد نموده است که مهمترین آنها موسسه ملی توسعه تعاونی (NCDC) و بانک ملی توسعه کشاورزی و روستایی (NABARD) می‌باشند. در سال‌های اخیر، دولت به دو شکل کلی مبادرت به ارائه کمک مالی به تعاونی‌ها نموده است. نخست اینکه به دولت‌های محلی اجازه داده شده است که در محدوده خاصی در بخش‌های روستایی مساعدتهایی به تعاونی‌ها داشته باشند و دوم اینکه دولت در مواردی پرداخت سود اوراق سهام قرضه منتشر شده توسط بانک‌های مرکزی را تضمین نموده است. بطور کلی اصل تقویت نهضت تعاونی از سوی دولت پذیرفته شده و این سیاست به شکل‌های مختلفی از جمله کمک‌های دولتی خود را نشان می‌دهد. این کمک‌ها در قوانین عمومی و خاص به شکل‌هایی از جمله ارائه وام، تضمین بازپرداخت اصل و سود وام‌ها، پرداخت سوبسید و نیز معافیت‌های مالیاتی وارد شده است. بطور کلی رابطه بین دولت و تعاونی‌ها را می‌توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- تعاونی‌ها در هند برای انجام وظایفشان به دولت وابسته هستند. حکومت‌های ایالتی برای احقاق حق تعاونی‌های اعتباری و فراهم نمودن کمک برای ایجاد ذخیره و جبران بدهی‌های مشکوک‌الوصول و تکمیل وجوه برای ریسک در برنامه‌های تعاونی‌ها سهم می‌شوند.
- تعاونی‌ها برای تنظیم طرح‌های مختلف به نمایندگی حکومتی متکی هستند.
- تعاونی‌ها در مورد وصول بدهی‌ها در جایی که می‌بایست با قدرت اجرایی بیشتری برخورد شود از مامورین دولتی استفاده می‌کنند.
- درآمد تجاری تعاونی‌ها طبق قانون از مالیات معاف است.

- در برخی ایالت‌ها، دولت برای یک دوره محدود، سوبسیدهای مدیریتی پرداخت می‌نماید.
- برای ایجاد ساختمان انبارها توسط تعاونی‌های اعتباری و تعاونی‌های بازاریابی و همچنین کاهش قیمت تمام شده صنایع دستی برای تعاونی‌های صنایع دستی و غیره دولت سوبسیدهایی پرداخت می‌کند.
- کمک به فدراسیون‌های ملی تعاونی‌های مختلف از طریق اعطای کمک‌های سالیانه
- پرسنل مورد نیاز تعاونی‌ها توسط دولت تامین می‌شود.
- دولت هند تعاونی‌ها را در برنامه‌های مختلف توسعه روستایی از جمله فقرزدایی، ایجاد اشتغال و درآمدزایی و غیره مشارکت می‌دهد.
- دولت از خدمات تعاونی‌ها درخصوص اموری از جمله توزیع کالاهای عمومی، مواد غذایی و پوشاک به قیمت مناسب، عملیات فرآوری مواد غذایی، قیمت‌های حمایتی و غیره استفاده می‌کند.
- دولت در امر آموزش کارکنان تعاونی‌ها نقش مهمی ایفا می‌کند.

۳-۱-۳- سایر سازمان‌ها و تشکلهای کشاورزی

همان‌گونه که اشاره شد، تعاونی‌ها بخش بزرگی از سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی را در هند تشکیل می‌دهند. علاوه بر تعاونی‌ها، سازمان‌های غیردولتی دیگری شامل انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و سازمان‌ها وجود دارند که در کنار تعاونی‌ها، مجموعه سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی را تشکیل می‌دهند. برخی از مهمترین این سازمان‌ها در ادامه معرفی می‌شوند.

۱- انجمن کود هند^۱

انجمن کود هند در سال ۱۹۵۵ به عنوان یک انجمن غیر انتفاعی و غیر تجاری به ثبت رسیده و مرکب از تولیدکنندگان کود، واردکنندگان، کارخانجات تولیدکننده کود و برخی دیگر از موسسات دست‌اندرکار این صنعت است. اهداف کلی این انجمن عبارتند از:

- گردآوری و انسجام موسساتی که در زمینه تولید، بازاریابی و مصرف کود فعالیت دارند با هدف ارائه راه‌حل‌هایی برای مسائل و مشکلات و تدوین سیاست‌ها و اقدامات مفید برای اقتصاد ملی
- بحث و بررسی در زمینه مسائلی که در انجام عملیات کشاورزی سالم دخیل هستند
- طراحی و اجرای پروژه‌های علمی و اقتصادی در زمینه تهیه کود، افزایش باروری خاک و بهره‌وری محصولات
- بهبود عملیات تهیه و توزیع کود در داخل کشور
- آگاه ساختن زارعان از مزایای استفاده از کود
- جستجوی راه‌هایی به منظور استفاده کارآمد و بهینه‌سازی مصرف انواع مختلف کود

در جهت تحقق اهداف فوق، انجمن اقدامات متعددی از جمله تعامل با دولت و نیز روابط بین‌الملل را پیگیری می‌کند. این انجمن ارتباط نزدیکی با وزارتخانه‌ها و اداراتی مانند وزارت کشاورزی، دولت‌های محلی (ایالتی) و بخش‌های صنعتی دارد. این انجمن به عنوان عضو دائمی در جلسات مهم دولت در امر صنعت کود و کشاورزی نیز عمل می‌کند.

1- Fertilizer Association of India

همچنین این انجمن روابط نزدیکی با سازمان‌های بین‌المللی مانند فائو، کمیته مشورتی صنعت کود، بانک جهانی، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد، موسسه تحقیقات بین‌المللی برنج و انجمن بین‌المللی صنعت کود دارد. این انجمن همچنین حضور زیادی در سمینارها و نشست‌های بین‌المللی مرتبط با کود داشته و در فعالیت‌های پژوهشی مرتبط نیز مشارکت دارد. این انجمن هر ساله در ماه دسامبر سمیناری ملی را برگزار می‌کند که در آن حدود ۱۳۰۰ تا ۱۴۰۰ نفر از دست‌اندرکاران و مدیران صنعت کود کشور حضور دارند. از سایر فعالیت‌های این انجمن می‌توان به مطالعات خاص (مانند مسائل زیست محیطی)، تاسیس و مدیریت مرکز اسناد و کتابخانه صنعت کود و اطلاع‌رسانی، آموزش‌های تخصصی داخلی و بین‌المللی، اعطای جوایز و تشویق‌ها به کارهای علمی و نوآوری در زمینه صنعت کود و انتشار کتاب و نشریه اشاره نمود. این انجمن بیش از ۱۶۰۰ عضو در داخل و خارج از کشور دارد که اغلب از تولیدکنندگان، متخصصان و افراد حرفه‌ای شاغل (مانند عاملین فروش و توزیع، مدیران و طراحان ماشین‌آلات و صنایع وابسته در این بخش می‌باشند).

۲- سازمان داوطلبانه AFARM^۱

سازمان AFARM که برگرفته از عبارت «اقدام برای احیای کشاورزی ماهاراشترا» می‌باشد، یک سازمان داوطلبانه است که به منظور انسجام بخشیدن به تلاش‌های سازمان‌های غیردولتی فعال در زمینه کشاورزی در منطقه ماهاراشترا شکل گرفته است. این سازمان در ابتدا در نتیجه نیاز مبرم به وجود موسسه‌ای برای پیگیری تلاش‌ها و هماهنگ‌سازی سازمان‌های غیردولتی در زمینه فراهم آوردن آب آشامیدنی روستاهای

1- Action For Agriculture Renewal in Maharashtra

منطقه تاسیس شد. امروزه این سازمان عرصه‌ای برای تعامل بین اعضا و دیگر سازمان‌های دولتی و غیردولتی برای توسعه جامع فراهم کرده است.

اهداف کلی این سازمان عبارتند از:

- ترویج و ارتقای تلاش‌های داوطلبانه در رشته‌های کشاورزی، توسعه منابع آب و توسعه جامع بویژه در ایالت ماهاراشترا
- تلاش برای ترویج و گسترش هماهنگی برنامه‌های سازمان‌های داوطلبانه عضو AFARM با برنامه‌ها و طرح‌های دولت در زمینه کشاورزی، توسعه جامعه و منابع آب زیرزمینی در ایالت
- در واقع، این سازمان زمینه‌ای را فراهم می‌کند که در آن بخش‌های دولتی، موسسات اعتباری کشاورزی، موسسات توسعه‌ای، سازمان‌های داوطلبانه و نهادهای مشابه در زمینه توسعه کشاورزی با یکدیگر تعامل نمایند.
- در جهت تحقق اهداف فوق، برخی از اقدامات این سازمان بشرح زیر می‌باشند:
- زمینه‌سازی و کمک به جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های میدانی برای اجرای پروژه‌ها
- کمک به سازمان‌های دیگر برای اجرای طرح‌ها و هماهنگ‌سازی اقدامات با ادارات دولتی
- کمک‌رسانی در شرایط بحران (مانند زمین لرزه، خشکسالی و غیره)
- فراهم نمودن زمینه برای ترویج، حفظ و بهسازی سازمان‌های غیردولتی و فراهم کردن کمک‌های مالی برای افراد، گروه‌ها و انجمن‌ها
- حمایت فنی از سازمان‌های داوطلبانه در زمینه‌های نقشه‌برداری زمین، امور مدنی و اجتماعی و سایر حوزه‌های تخصصی
- ارائه آموزش‌های مختلف در زمینه توسعه (مانند توسعه منابع طبیعی، امور زنان، مدیریت سازمان‌های غیردولتی، امور عشایر و غیره)

- اقدام در زمینه انتقال تکنولوژی‌های مناسب و موثر بویژه در زمینه آب‌های زیرزمینی

به لحاظ ساختاری، این سازمان در برگیرنده ۱۵ سازمان داوطلبانه است که اعضای آن در قالب مجمع عمومی، کمیته اجرایی و واحدهای وظیفه‌ای سازماندهی شده‌اند. سازمان‌های پانزده‌گانه مذکور در زمینه‌های کشاورزی، آموزش و پرورش، صنایع روستایی، امور آبیاری، جنگلداری، امور دام، نیروی کار، انرژی، محیط زیست، بهداشت خانواده، توسعه روستایی و علوم و تکنولوژی فعالیت دارند. این سازمان علاوه بر ساختار فوق، دارای پنج واحد نیز می‌باشد که عبارتند از:

- واحد فنی (در برگیرنده متخصصین امور آب، زمین‌شناسی، آبیاری و غیره است و کمک‌های فنی به سازمان‌های عضو در جهت اجرای پروژه‌هایی مانند طرح‌های آبیاری و غیره ارائه می‌کند)

- واحد برنامه‌ریزی (برای برنامه‌ریزی فعالیت‌های توسعه‌ای بویژه آموزش‌های اجتماعی و نیز امور فنی کشاورزی فعالیت می‌کند)

- واحد پژوهش عملیاتی (به منظور بررسی شرایط حاکم بر مردم و روستاییان و اقشار و گروه‌های فقیر فعالیت می‌کند)

- واحد آموزش (پشتیبانی از فعالیت‌های آموزشی را برعهده دارد)

- واحد اداری

این سازمان در طی سال‌های تاسیس تاکنون توانسته است به خوبی در حوزه‌های عملیاتی مرتبط وارد شده و در امر توسعه روستایی جایگاه مناسبی را بدست آورده است. در این راستا، این سازمان ارتباط گسترده‌ای با سازمان‌های بین‌المللی مانند یونیسف، کریستین اید، DFID و بسیاری سازمان‌های دیگر بوجود آورده و نیز در سطح ملی نیز ارتباط زیادی با سازمان‌های مختلف غیردولتی دارد. به دلیل این ارتباطات، این

سازمان نه تنها در سطح ایالت بلکه در سطح دولت مرکزی نیز به عنوان مشاور در امور توسعه روستایی عمل می کند.

منابع مالی این سازمان متنوع بوده و علاوه بر دریافت کمک از سازمان های بین المللی و دولت از فروش خدمات فنی به کشاورزان نیز کسب درآمد می کند. سازمان از این منابع برای راه اندازی از صندوق هایی مانند صندوق های ملی مانند صندوق توسعه منابع آب، صندوق توسعه کشاورزی، صندوق بخش های آسیب پذیر و عشایری به خوبی استفاده کرده است.

۳-۲- سازمان های غیردولتی در بخش کشاورزی کره جنوبی

کره جنوبی از کشورهایی است که علی رغم قابلیت های محدود طبیعی در زمینه کشاورزی، گام های اساسی برای مکانیزه شدن فعالیتها و بالا بردن بهره وری در این بخش انجام داده است. اجرای برنامه های توسعه کشاورزی کیفیت محصولات تولیدی در این کشور را به میزان زیادی افزایش داده و برنامه های ساماندهی کشاورزان و نیز توسعه روستایی همگام با هم در این کشور پیشرفت داشته اند. مهمترین تولیدات کشاورزی این کشور شامل برنج، گندم، سویا، سیب زمینی و ذرت می باشد. برنج مهمترین محصول کشاورزی و غذای اصلی مردم کره است. در بخش های ماهیگیری نیز کره جنوبی نه تنها در زمینه صید ماهی بلکه در زمینه صادرات نیز از کشورهای مهم صادرکننده محصولات دریایی محسوب می شود.

در کشور کره جنوبی، تعاونی ها عمده ترین سازمان های غیردولتی در بخش های کشاورزی و روستایی به شمار می روند. به همین دلیل، بررسی تطبیقی سازمان های مردم نهاد در کره جنوبی با تاکید بر تعاونی ها صورت گرفته است.

۳-۲-۱- تعاونی‌ها

سازمان‌های تعاونی کشاورزان در کره جنوبی با هدف ارتقاء پایگاه اقتصادی- اجتماعی کشاورزان و توسط خود آنان ایجاد شده‌اند. این سازمان‌ها به دو دسته عمده شرکت‌های تعاونی و گروه‌های کشاورزان تقسیم می‌شوند که هدف مشترک مزبور را تعقیب می‌کنند. شرکت‌های تعاونی عمدتاً در زمینه‌های اقتصادی فعالیت دارند در حالی که گروه‌های کشاورزان اغلب درگیر رایزنی با دولت و فعالیت در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی به منظور پیشبرد منافع و علائق مشترک می‌باشند.

گروه‌های کشاورزان عمدتاً به سازمان‌های نهضت کشاورزان و انجمن‌های کشاورزان تقسیم می‌شوند. اکثر اعضای سازمان‌های نهضت کشاورزان را کشاورزان معمولی تشکیل می‌دهند که در زمینه محصولات خاص یا در بخش خاصی از کشاورزی فعال هستند. سازمان‌های جنبش کشاورزان خود به گروه‌های مذهبی و عمومی و یا به گروه‌های سیاسی و غیرسیاسی تفکیک می‌شوند. گروه‌های غیرسیاسی به آموزش کشاورزان در زمینه تکنولوژی‌های جدید و دانش روز تاکید زیادی دارند. اخیراً برای افزایش توان و آگاهی سیاسی گروه‌های کشاورزان، اتاق کشاورزی به عنوان سازمان عالی متشکل از تعاونی‌های کشاورزی و دیگر سازمان‌های کشاورزی تشکیل شده است.

۳-۲-۱- ساختار تعاونی‌های کشاورزی در کره

تعاونی‌های کره براساس نظام دو سطحی سازماندهی شده‌اند که شامل فدراسیون‌های ملی و تعاونی‌های عضو می‌باشند.

الف- تعاونی‌های عضو

تعاونی‌های عضو به دو دسته تعاونی‌های منطقه‌ای و تعاونی‌های تخصصی تقسیم‌بندی می‌شوند. در حال حاضر تعاونی‌های منطقه‌ای شامل تعاونی‌های منطقه‌ای

دام و تعاونی های منطقه ای کشاورزی هستند. این تعاونی ها براساس تولیدکنندگان محصولات کشاورزی از جمله برنج و نیز پرورش دام (دام های کره ای) تشکیل شده اند. فعالیت های تعاونی های منطقه ای در حوزه هایی از قبیل بازاریابی محصولات کشاورزی، کالاهای مصرفی، توسعه کشاورزی، خدمات بانکداری و اعتباری و بیمه ای متمرکز شده است. تعداد تعاونی های منطقه ای بیش از ۱۲۷۸ مورد می باشد. تعاونی های تخصصی شامل آن دسته از تعاونی های کشاورزی است که در زمینه محصولات خاص مانند سبزیجات، میوه و دام (به جز دام های کره ای) فعالیت دارند. این تعاونی ها علاوه بر خدمات بازاریابی و عرضه، خدمات بانکی و اعتباری نیز به اعضا ارائه می دهند. تعداد این تعاونی ها بیش از ۱۰۹ مورد است. تقریباً تمام کشاورزان کره ای به عضویت تعاونی های منطقه ای و تخصصی درآمده اند. انواع عضویت و اعضا در این تعاونی ها بشرح زیر است:

۱- عضویت دو نفره: براساس این نظام عضویت از هر خانواده دو نفر می توانند به عضویت یک تعاونی منطقه ای درآید. بطور کلی هر کشاورز که در قلمرو عملیاتی یک تعاونی زندگی می کند و دارای یک محل کسب در این قلمرو است می تواند عضوی از تعاونی منطقه ای باشد.

۲- اعضای وابسته: عضویت وابسته یا شبه عضویت در مورد افراد غیر کشاورز صدق می کند. تعداد این اعضا در تمام تعاونی های منطقه ای بیش از ۷ میلیون نفر است و رشد فزاینده ای نیز دارد.

۳- کشاورزان زن: عضویت در تعاونی ها برای زنان از سال ۱۹۸۸ آغاز شده است و حدود ۱۸ درصد از اعضای تعاونی ها را زنان تشکیل می دهند.

۴- کشاورزان عضو تعاونی های تخصصی: شمار این تعاونی ها به سرعت رو به افزایش است. تعداد کل اعضای این تعاونی ها حدود ۷۰۰۰۰ نفر و اعضای وابسته آنها ۲۱۰ هزار نفر می باشد.

فدراسیون ملی تعاونیهای کشاورزی با توجه به هدف کلی توسعه تعاونیها، استراتژیهایی را برای آینده این فدراسیون طراحی نموده است (جدول ۳-۲) که تمام برنامهها و اقدامات براساس این استراتژیها و نیز بیانیه چشم انداز آن انجام می شوند.

جدول ۳-۲- استراتژیهای فدراسیون تعاونیها در کره

ابعاد	هدف	استراتژیهای توسعه
تقویت ظرفیت سازمانی	کشاورزان توانمند تعاونی توانمند	افزایش افرادی که واجد شرایط عضویت هستند تقویت آموزش اعضا سازماندهی مجدد گروهها و اجتماعات روستایی و کشاورزی ادغام تعاونیهای جنگلداری افزایش مشارکت اعضا
نوآوری	افزایش بهره وری	ارائه خدمات جدید به اعضا ایجاد ارتباط تجاری نزدیک با مشتریان محلی توسعه مداوم برنامههای شهری- روستایی ایجاد سیستمهای جدید بازاریابی تداوم ایجاد شعب جدید بانکها بهبود خدمات مشاوره ای در زمینه مدیریت داراییهای کشاورزی تقسیم شفاف وظایف میان فدراسیون و تعاونیهای عضو ایجاد چهارچوب جدید برای وظایف فدراسیون، دفاتر منطقه ای و دفاتر شهرستانی تقویت مدیریت تخصصی به کارگیری فنون جدید مدیریت پرسنلی بهبود مهارت های کارکنان تدوین نظام اطلاعاتی منسجم تدوین سیستم شبکه دانش افزایش سرمایه موجود تدوین استراتژی توسعه بلندمدت
ایجاد تعاونی سالم	یکپارچگی و انسجام کامل	ایجاد فرهنگ تعاونی مطلوب

علاوه بر استراتژی‌های ذکر شده، فدراسیون ملی تعاونی‌های کشور کره برای هزاره جدید شعار «همگرایی» را مطرح کرده است. این شعار ناظر بر سودمندی متقابل میان عناصر زیر است:

- الف- بین انسان و طبیعت
 - ب- بین مصرف‌کننده و تولیدکننده
 - ج- بین تعاونی‌ها و زیستگاه‌های محلی (حوزه فعالیت تعاونی)
- در راستای تحقق شعار فوق، اهداف زیر باید در دستور کار تعاونی‌های کشاورزی قرار گیرد:
- حفظ زمین‌های زراعی با استفاده از روش‌هایی که آسیب کمتری به آنها می‌رساند
 - پرورش کشاورزان ماهری که بتوانند زراعت پایدار را تحقق بخشند
 - فراهم کردن خدمات گسترده به منظور سودآوری کشاورزی
 - تشویق کشاورزان به تولید محصولات با کیفیت بالاتر
 - ایجاد مجاری بازاریابی کارآمد و کم هزینه
 - افزایش دانش کشاورزان و توسعه جایگاه آنها در جامعه
 - بهبود شرایط زندگی کشاورزان از طریق توسعه سکونتگاهی و تسهیلات روستایی
 - بهبود ارتباط بین کشاورزان و شهرنشینان
 - بهبود کیفیت زندگی کشاورزان

۳-۲-۲- سایر سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی

از میان سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در کشور کره جنوبی به «موسسه اقتصاد روستایی کره» (KREI) اشاره می‌شود که به عنوان یک سازمان تاثیرگذار را در بخش کشاورزی و روستایی آن کشور شناخته شده است.

- موسسه اقتصاد روستایی کره، یک سازمان غیرانتفاعی است و در سال ۱۹۷۸ با حمایت مالی دولت تاسیس شده است. اهداف این موسسه عبارتند از:
- هدایت تحقیقاتی که در جهت شناسایی و رفع مشکلات موجود در حوزه کشاورزی و توسعه روستایی انجام می شوند.
 - مطالعه خط مشی های مرتبط با این حوزه ها و کمک به کشاورزان، بازرگانان بخش کشاورزی و دولت از طریق فراهم کردن اطلاعات لازم برای تصمیم گیری علاوه بر اینها، این موسسه با تاسیس مرکز تحقیق و توسعه کشاورزی در امر حمایت و مدیریت طرح های تحقیقاتی کشاورزی و جنگلداری فعالیت می کند.
 - بر اساس اهداف ذکر شده، وظایف اصلی موسسه بشرح زیر تعریف شده اند:
 - اجرای تحقیقات و مطالعه خط مشی های مرتبط با کشاورزی و توسعه روستایی
 - ارائه مشاوره تخصصی به کشاورزان، دولت و شرکت های بازرگانی فعال در زمینه کشاورزی در خصوص مسائل روستایی و کشاورزی
 - حمایت و مدیریت تحقیقات در زمینه کشاورزی و جنگلداری
 - تسهیل تبادل نظر و مبادله اطلاعات میان کشاورزان، ادارات دولتی، سازمان های کشاورزی، پژوهشگران و سایر افراد ذی ربط
 - هدایت بررسی ها و تجزیه و تحلیل نیازهای کشاورزان با توجه به شرایط و برنامه های کشاورزی
 - آموزش موسسات دولتی، اعضای سازمان های کشاورزی و سایر افرادی که در خارج از این مجموعه ها قرار دارند
- ساختار سازمانی موسسه در برگیرنده ادارات و بخش های زیر است:

۱- بخش بازاریابی محصولات کشاورزی

این بخش مسئول انجام تحقیقات کاربردی در زمینه کشاورزی، افزایش تولید محصولات و بازاریابی آنها، بهبود توان رقابتی محصولات داخلی، تثبیت قیمت کالاهای

کشاورزی و ارائه خدمات مشورتی در زمینه سیاست‌گذاری در این حوزه‌ها است. این تحقیقات در برگیرنده فنون مختلف مدیریت کشاورزی است که مواردی از جمله حمل‌ونقل نهاده‌های کشاورزی و غذایی و ملزومات تولید را نیز شامل می‌شوند. این بخش، علاوه بر موارد ذکر شده به ارائه خدمات مشاوره‌ای به کشاورزان در زمینه مدیریت امور کشاورزی نیز می‌پردازد.

۲- بخش توسعه روستایی

این بخش تحقیقات مرتبط با برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه و رفاه روستایی و کشاورزی را برعهده دارد. عناصر مورد تاکید این بخش عبارتند از اراضی کشاورزی، بهره‌برداری از سرمایه و نیروی کار، توسعه کشاورزی، ساختار اجتماعات روستایی و برنامه بهسازی آنها، سیاست‌های برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای و امور خاص کشاورزان و اجتماعات روستایی از جمله آموزش، فرهنگ و بهداشت.

۳- مرکز چشم‌انداز کشاورزی

این مرکز، کشاورزان و دولت را با اطلاعات حیاتی در زمینه برنامه‌ریزی کشاورزی، استراتژی‌های بازرگانی در بخش کشاورزی و معیارهای خط‌مشی اثربخش تجهیز می‌نماید. این مرکز، پیش‌بینی‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در زمینه رشد کشاورزی، درآمد و عواید آن و قیمت محصولات تولیدی ارائه می‌دهد. این مرکز پیش‌بینی‌های خود را بصورت ماهانه، فصلی و سالانه منتشر می‌نماید.

۴- مرکز دانش و اطلاعات

این مرکز مجری تحقیقات و ارائه‌دهنده خدمات اطلاعات و داده‌ها در زمینه مسائل کشاورزی و روستایی است. این تحقیقات موضوعاتی از جمله خط‌مشی‌های اطلاع‌رسانی برای روستاییان، تجارت الکترونیکی و سرمایه‌گذاری در تجارت

محصولات را مورد توجه قرار می دهد. این مرکز همچنین ارائه دهنده خدمات مربوط به حفظ و نگهداری سیستم های رایانه ای، صفحات وب، کتابخانه ها و انتشارات است.

۵- بخش کشاورزی خارجی و تجارت بین الملل

این بخش پروژه های مختلفی را در زمینه تجارت و سیاست های کشاورزی، سازمان های جهانی و ارتباطات و همکاری های بین المللی را هدایت می کند.

۶- بخش تحقیقات جنگلداری

این بخش در زمینه تدوین خط مشی و برنامه ریزی برای بهره برداری مطلوب و حفظ منابع جنگلی، برنامه ریزی مدیریت جنگلداری در بخش خصوصی و دولتی، بهبود مهارت های مدیران و کارکنان بخش جنگلداری، توسعه دهکده های کوهستانی و استفاده تفریحی از جنگل ها، عرضه و تقاضای محصولات جنگلی و مانند آنها به دولت کمک می کند. این بخش، همچنین در زمینه تولید، پردازش و بازاریابی محصولات جنگلی و افزایش درآمد کشاورزان و توسعه اقتصاد منطقه ای تلاش می کند.

۷- مرکز تجزیه و تحلیل سیاست های کشاورزی

در این بخش مسائل جاری کشاورزی و نواحی روستایی، تدوین سیاست های مربوط به توسعه پایدار، اجرای تحقیقات کوتاه مدت مورد درخواست دولت، بررسی افکار عمومی در مورد سیاست های کشاورزی و غیره را مورد مطالعه قرار می دهد.

۸- مرکز تحقیق و توسعه کشاورزی

این مرکز به عنوان شاخه ای از KREI نیمی از برنامه های تحقیق و توسعه کشاورزی را در وزارت کشاورزی انجام می دهد. این مرکز بودجه تحقیقات کشاورزی را برآورد می کند، از طریق ارائه بورس های مختلف از انجام پروژه های تحقیقاتی حمایت می کند و نتایج طرح ها را ارزشیابی می کند. بورس های این مرکز به اساتید

دانشگاه‌ها، پژوهشگران، سازمان‌های تحقیقاتی و صنایع کشاورزی و سازمان‌های کشاورزان از طریق رقابت اعطا می‌شود.

۹- روابط عمومی

از طریق این اداره، دیدگاه‌ها و نتایج تحقیقات خود را در زمینه کشاورزی و توسعه روستایی را با داخل و خارج از کشور، موسسات پژوهشی، دانشگاه‌ها، سازمان‌های فعال در تجارت کالاهای کشاورزی، مطبوعات و غیره مبادله می‌کند.

۱۰- آموزش

ستاد پژوهشی KREI فعالانه در فعالیتهای آموزشی داخل و خارج از کشور مشارکت می‌کند. این مرکز در آموزش موسسات دولتی، پژوهشگران فعال در زمینه اقتصاد کشاورزی، روش‌های مطالعات امکان‌سنجی، شیوه‌های بررسی میدانی و توسعه روستایی مشارکت می‌نماید. در این زمینه، نشست‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های یکپارچه روستایی نیز به درخواست دولت‌های محلی یا سایر موسسات نیز توسط این بخش برگزار می‌شود.

۳-۳- سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی کشور استرالیا

استرالیا کشوری پهناور با آب و هوای متنوع، منابع زیرزمینی سرشار و با استعداد کشاورزی بویژه دامپروری است. این کشور یکی از کشورهای مهم تولیدکننده و صادرکننده فرآورده‌های کشاورزی است. استرالیا انواع گوناگونی از محصولات کشاورزی و دامی را تولید می‌کند و در حدود ۸۰ درصد از تولیدات کشاورزی خود را صادر می‌نماید. محصولات عمده صادراتی استرالیا نیشکر، پنبه، غلات، گوشت گاو، پشم گوسفند و گوشت شترمرغ است. این سرزمین از لحاظ دام بسیار غنی است. بیش از ۱۴۰ میلیون رأس گوسفند در مراتع و مزارع استرالیا وجود دارند. پشم گوسفند

استرالیایی از لحاظ کیفیت و کمیت در جهان اهمیت خاصی دارد و یک منبع صادراتی و اقتصادی برای این کشور محسوب می شود. صنعت پشم از مهمترین صنایع این کشور محسوب می شود و در عمل، استرالیا بزرگترین صادرکننده پشم در جهان است. استرالیا همچنین بیش از ۲۴ میلیون رأس گاو دارد و در بخش صادرات پوست و گوشت گاو نیز جزو بزرگترین صادرکنندگان دنیا می باشد. درآمد سالیانه این کشور از محل صادرات کشاورزی جمعاً حدود ۳۱ میلیارد دلار است.^۱ حدود ۳۱۷۷۳۰ نفر در این کشور مستقیماً در کار کشاورزی (مزرعه) شاغل هستند که با در نظر گرفتن سایر شاغلین بخش های مرتبط (فرآوری و بازاریابی و غیره) تعداد آنها به ۱/۶ میلیون نفر می رسد.^۲

وظیفه اصلی «وزارت کشاورزی، شیلات و جنگلبانی» استرالیا، راهبری سیاست های کشاورزی این کشور و همچنین کمک به کشاورزان و سایر صنایع دست اندرکار تهیه محصولات کشاورزی و دامی برای تهیه محصولات با کیفیت تر و رقابتی تر می باشد. البته حفظ جایگاه جهانی محصولات کشاورزی استرالیا، برداشتن موانع از سر راه تجارت محصولات کشاورزی و اطمینان حاصل کردن از کیفیت محصولات وارداتی یا صادراتی از اولویتهای کاری وزارت کشاورزی در استرالیا محسوب می گردد. وزارت کشاورزی برای دولت استرالیا یکی از وزارتخانه های بسیار مهم محسوب می شود زیرا کشاورزی در استرالیا در سه دهه گذشته، دو برابر رشد داشته و ارزش محصولات زراعی آن نیز در این مدت دو برابر شده است. کشاورزی از آن جهت برای استرالیا وزارتخانه ای کلیدی محسوب می شود که صادرات محصولات کشاورزی ۲۲ درصد مجموع صادرات این کشور را به خود اختصاص داده است. هر

1- Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade, Trade At A Glance, 2009

2- Bureau of Statistics, Labour Force Australia, Detailed Quarterly, November 2008

چند که این کشور از لحاظ زراعت و کشاورزی جزو ۵ کشور اول جهان محسوب می‌شود، اما حمایت دولتی از بخش کشاورزی در استرالیا کمتر از میانگین اعضای «سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه»^۱ است و حتی یارانه‌های تعلق گرفته به بخش کشاورزی بسیار پایین هستند. یکی از دلایل این امر، توانمندی سازمان‌های غیردولتی در بخش کشاورزی است. سازمان‌های کشاورزی در استرالیا توسط کشاورزان و بصورت دموکراتیک اداره می‌شوند. این سازمان‌ها در قالب تعاونی‌ها، فدراسیون‌ها، انجمن‌ها، شوراها، بنگاه‌ها و اتحادیه‌ها فعالیت می‌کنند. سطح فعالیت این سازمان‌ها از سطوح محلی تا سطوح ملی را در بر گرفته و سازماندهی آنها نیز اغلب بر مبنای محصول تولیدی است. این سازمان‌ها به لحاظ مالی وابسته به حق عضویتی هستند که توسط اعضای آنها پرداخت می‌شود.

سازمان‌های غیردولتی در استرالیا تحت عنوان بخش سوم اقتصاد شناخته می‌شوند. همان‌گونه که پیش از این اشاره شد، این سازمان‌ها نه متعلق به بخش دولتی هستند و نه جزء سازمان‌های انتفاعی بخش خصوصی قرار می‌گیرند. سازمان‌های غیردولتی فعال در زمینه کشاورزی در این کشور را می‌توان در سه گروه طبقه‌بندی نمود. اول، سازمان‌هایی مانند شورای تولیدکنندگان نیشکر استرالیا که در زمینه صنعت و کسب‌وکار کشاورزی فعالیت دارند. دوم، سازمان‌هایی که توسط کشاورزان اداره می‌شوند (انجمن‌های کشاورزان) و سوم سازمان‌های حرفه‌ای (تخصصی و علمی) که در جدول (۳-۳) اسامی آنها ذکر شده است. در ادامه، برخی از این سازمان‌ها بطور مختصر معرفی می‌شوند.

جدول ۳-۳- سازمان های حرفه ای (تخصصی و علمی) کشاورزان در استرالیا

نوع سازمان	نمونه ها
سازمان های فعال در کسب و کار و صنایع کشاورزی	شورای تولیدکنندگان نیشکر استرالیا، بنیاد پنبه استرالیا، بنگاه لبنیات استرالیا، شورای صنعت لبنیات استرالیا، فدراسیون تولیدکنندگان مرکبات استرالیا، شورای دام استرالیا، اتحادیه دامداران استرالیا، شورای غلات استرالیا، فدراسیون ملی کشاورزان، شورای گوشت خوک استرالیا، سازمان تولیدکنندگان لبنیات ایالت ویکتوریا، شورای پشم استرالیا
انجمن های کشاورزان	انجمن برنج کاران استرالیا، انجمن کشاورزان ولز جنوبی، انجمن گله داران ایالت کوئینزلند، فدراسیون کشاورزان استرالیای جنوبی، انجمن گله داران و کشاورزان تاسمانی، فدراسیون کشاورزان ایالت ویکتوریا، فدراسیون کشاورزان کوئینزلند، فدراسیون ملی بوقلمون استرالیا (NTF)، انجمن تولیدکنندگان برنج استرالیا، تعاونی های کشاورزی
سازمان های تخصصی / علمی	انجمن دامپزشکان استرالیا

فدراسیون ملی کشاورزان (NFF)

این فدراسیون از سازمان های کشاورزی ایالتی، شوراهای محصولات کشاورزی و سایر گروه ها و انجمن ها تشکیل شده است. فدراسیون عضو حقیقی ندارد و کشاورزان با پیوستن به سازمان های عضو، عملاً به عضویت این فدراسیون در می آیند. سازمان های این فدراسیون نمایندگی بیش از ۱۲۰۰۰۰ کشاورز در قالب ۳۰ سازمان کوچک تر (تمامی سازمان ها و نهادهای تخصصی و محصولی در بخش کشاورزی) را برعهده دارد. این سازمان تقریباً بر تمامی تصمیمات کلان کشور در زمینه کشاورزی تاثیرگذار است. علاوه بر آن در زمینه توسعه کشاورزی و رفع مشکلات بخش کشاورزی نیز فعالیت زیادی دارد.

بنیاد پنبه استرالیا

بنیاد پنبه استرالیا با هدف حمایت از منافع تولیدکنندگان پنبه و انعکاس نظرات آنها تاسیس شده است. این بنیاد، سازمان اصلی برای تولیدکنندگان پنبه در آن کشور است.

حدود ۹۸ درصد از تولیدکنندگان پنبه با پرداخت حق عضویت، این بنیاد را تامین مالی می‌کنند. میزان حق عضویت در آن بر مبنای میزان پنبه تولیدی افراد تعیین می‌شود.

فدراسیون کشاورزان کوئینزلند

فدراسیون کشاورزان ایالت کوئینزلند شامل ۱۶ سازمان مربوط به تولیدکنندگان صنایع روستایی و نیز کسانی است که در زنجیره تامین و توزیع کالاهای تولیدی مزبور فعالیت دارند. این مجموعه بیش از ۱۷۰۰۰ تولیدکننده را در سراسر ایالت پوشش می‌دهد. این فدراسیون در جهت تامین آینده‌ای مطمئن و قابل اتکا برای تولیدکنندگان کشاورزی از طریق انعکاس مسائل و علائق مشترک سازمان‌های عضو عمل می‌کند. از طریق این فدراسیون:

- سازمان‌های عضو از مسائل و اطلاعات مهم در زمینه کسب‌وکار خود آگاه می‌شوند
 - هدایت و رهبری اعضا و اعمال و بکارگیری رهیافت‌هایی برای توسعه فعالیتها انجام می‌شود
 - همکاری برای دستیابی به اهداف و مسائل مورد علاقه مشترک بین اعضا صورت می‌گیرد
 - راه‌حلی برای دستیابی به اهداف اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و ناحیه‌ای ارائه می‌شود
 - راه‌حلی برای مشکلات خاص و ویژه اعضا ارائه می‌شود
- سازمان‌های عضو این فدراسیون عبارتند از
- انجمن تولیدکنندگان میگو
 - تولیدکنندگان شکر
 - تولیدکنندگان پنبه
 - انجمن باغداران و گلخانه‌داران ایالت

- انجمن پرورش دهندگان جوجه
- سازمان تولیدکنندگان محصولات لبنی
- تولیدکنندگان میوه و سبزیجات
- شورای آبیاری کوئینزلند
- موسسه تولیدکنندگان گوشت خوک ایالت

فدراسیون تولیدکنندگان لبنیات استرالیا (ADFF)

این فدراسیون حدود ۱۴۰۰۰۰ تولیدکننده را در سراسر کشور تحت پوشش دارد و از سازمانهای تولیدکننده لبنیات در ۶ ایالت تشکیل شده است. این فدراسیون نیز عضو فدراسیون ملی کشاورزان استرالیا است. در شورای لبنیات کشور نیز عضویت دارد.

شورای لبنیات استرالیا

این شورا به عنوان هسته عالی سیاست گذاری صنعت لبنیات استرالیا عمل می کند و نماینده این صنعت در ارتباط و تعامل با دولت و سایر سازمانها محسوب می شود.

شورای دام استرالیا

رسالت این شورا، تامین سود بلند مدت و مستمر برای دامداران سراسر کشور است. دو رویکرد اصلی شورا برای تحقق این هدف، بهینه سازی فرایند تولید و نیز بازاریابی کارآمد برای فرآورده های دامی است.

شورای غلات استرالیا

این شورا، هسته عالی سیاست گذاری صنعت غله این کشور است و نمایندگی بیش از ۶۰۰۰۰ تولیدکننده این بخش را برعهده دارد. هدف اصلی این شورا، حداکثر نمودن عواید تولیدکنندگان از طریق تصمیم گیری و یا تاثیر بر سیاستها و تصمیماتی است که بر این صنعت تاثیر دارند.

فدراسیون کشاورزان ویکتوریا (VFF)

این فدراسیون هدف خود را بهبود و ارتقای شرایط اقتصادی و اجتماعی کشاورزان این ایالت تعریف نموده است و در جهت تحقق این هدف اقدامات زیر را پیگیری می‌کند:

- فراهم نمودن محیط اقتصادی مساعدتر برای کشاورزی به منظور افزایش درآمد کشاورزان
- تضمین کشاورزی پایدار در درازمدت
- انعکاس دیدگاه‌های کشاورزان به نمایندگی از سوی آنها
- افزایش آگاهی‌های عمومی نسبت به اهمیت کشاورزی برای جامعه
- تسهیل دسترسی خانواده کشاورزان به خدمات اجتماعی
- کمک به ارتقای سطح آموزشی کشاورزان
- ارائه خدمات تخصصی در زمینه‌های قانونی و صنعتی مرتبط با کشاورزان به منظور حفظ منافع اعضا
- بالا بردن تعداد اعضا و متحد نمودن تمامی کشاورزان ایالت در قالب یک سازمان واحد

تعاونی‌های کشاورزی استرالیا

تعاونی‌ها سازمان‌هایی هستند که در جهت تحقق اهداف تجاری یا اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرند. انواع تعاونی‌ها در این کشور شامل دو گروه عمده تعاونی‌های مالی (اعتباری) و تعاونی‌های عمومی می‌باشند. تعاونی‌های مالی سپرده‌هایی را از اعضا دریافت کرده و در قالب یک موسسه اعتباری به سایر اعضا بصورت وام پرداخت می‌کنند. این تعاونی‌ها شامل اتحادیه‌های اعتباری و انجمن‌های دوستانه می‌باشند. اکثر تعاونی‌ها تحت قانون تعاونی‌ها تشکیل شده‌اند که به تصویب دولت‌های ایالتی یا منطقه‌ای رسیده است. تعداد اندکی از تعاونی‌های عمومی نیز به عنوان شرکت و تحت

قانون شرکتها تشکیل شده اند. تعاونی های عمومی (غیراعتباری) نیز شامل تعاونی های تجاری و غیرتجاری (غیرانتفاعی) می باشند. دولت مرکزی دخالت و نظارت مستقیمی بر فعالیتهای تعاونی ها نداشته و آنها از قوانین منطقه ای و ایالتی پیروی می کنند. اکثر تعاونی های استرالیا شرکتها و یا سازمان های کوچکی هستند و گردش مالی آنها کمتر از یک میلیون دلار است. تنها ۴ درصد از تعاونی ها گردش مالی سالیانه ای بیش از ۱۰ میلیون دلار دارند.

۳-۴- سازمان های غیردولتی در بخش کشاورزی کشور کانادا

کشاورزی از بخش های مهم و حیاتی اقتصاد کانادا محسوب می شود. این کشور یکی از صادرکنندگان مهم حبوبات، گندم، انواع بذر و دانه های روغنی، سبزیجات، گوشت و مواد لبنی است. بخش کشاورزی کانادا شامل حدود ۴۸۸۰۰۰ کشاورز است که حدود دو درصد از جمعیت و ۴ درصد از نیروی کار را تشکیل می دهند.

سازمان های کشاورزی در کانادا همچون سایر بخش های اقتصادی از افرادی تشکیل شده است که بصورت خودجوش و برای دستیابی به اهداف مشترک گرد هم آمده اند. کشاورزان کانادایی در قالب فدراسیون های کشاورزی که در ایالت های مختلف شکل گرفته اند، سازماندهی شده اند. علاوه بر آن انجمن ها، شوراهای اتحادیه ها و هیئت های مختلفی در بخش کشاورزی وجود دارند که اغلب براساس نوع محصول تولیدی سازماندهی شده اند. فدراسیون ها و یا سازمان های دیگر کشاورزی در سطوح ملی، منطقه ای، ایالتی و بخشی فعالیت داشته و همچون زنجیری به هم متصل می باشند. اداره این سازمان ها توسط خود کشاورزان صورت می گیرد و منابع مالی آنها نیز غالباً از طریق پرداخت حق عضویت توسط اعضا تامین می شود. در ادامه به مشخصات و

کارکردهای برخی از این سازمان‌ها به عنوان نمونه‌هایی از سازمان‌های موفق در بخش کشاورزی کانادا اشاره می‌شود.

۳-۴-۱- انجمن تعاونی‌های کانادا

نقش تعاونی‌های کشاورزی بویژه در امر بازاریابی و فراوری محصولات خاصی همچون حبوبات و دانه‌های روغنی، لبنیات و شیر، مرغ و تخم مرغ، عسل، فرآورده‌های چوبی، میوه و سبزیجات و دام بیشتر اهمیت دارد. علاوه بر آن تعاونی‌ها از طریق تامین بذر و نهاده‌های کشاورزی، مواد اولیه و سوخت به اعضا کمک می‌کنند. این تعاونی‌ها بخشی از مجموعه تعاونی‌های کشور کانادا را تشکیل می‌دهند که تقریباً تمامی انواع تعاونی‌های کشور را تحت پوشش دارند.

انجمن تعاونی‌های کانادا (CCA)^۱ در سال ۱۹۸۷ با تلفیق دانشکده تعاونی کانادا و اتحادیه تعاونی‌های کانادا تشکیل گردید. اداره مرکزی انجمن در اتاوا قرار داشته و دفاتر منطقه‌ای آن در پنج ایالت قرار دارند. این انجمن دفاتری را در هشت کشور دیگر دایر کرده است. این انجمن متشکل از ۳۲ سازمان عضو می‌باشد که در اکثر بخش‌های اقتصادی همچون مالی، بیمه، محصولات کشاورزی، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، خانه‌سازی، بهداشت و مهد کودک‌ها فعالیت می‌کنند. سازمان‌های عضو دارای سطوح ساختاری مختلفی هستند. برخی از این تعاونی‌ها دارای یک سطح ساختاری هستند مانند اتحادیه‌های اعتباری محلی و برخی دیگر دارای دو سطح ساختاری (منطقه‌ای و محلی) بوده و نیز برخی از آنها مانند فدراسیون تعاونی‌های خانه‌سازی کانادا دارای سه سطح ساختاری می‌باشند.

این انجمن سازمان‌های عضو را از طریق ارائه خدمات زیر حمایت می‌کند:

1- Canadian Cooperatives Association

تسهیلات تجاری، امور دولتی و خط‌مشی‌گذاری، برنامه‌ریزی و هماهنگی، اطلاعات، آموزش، تشکیل جلسات مشترک میان تعاونی‌های فعال در بخش‌های مختلف، ارتباطات و توسعه تعاونی‌ها

علاوه بر اینها، انجمن هر سه سال یکبار همایش ملی را با حضور رهبران تعاونی‌ها و متخصصان و پژوهشگران این رشته تشکیل می‌دهد که در آن کارگاه‌ها و جلسات بحث و تبادل نظر توسط این افراد برگزار می‌شوند. برنامه توسعه بین‌المللی انجمن نیز از دیگر فعالیت‌های اساسی انجمن است که با هدف کمک‌های مالی و فنی به تعاونی‌ها و اتحادیه‌های اعتباری در ۲۰ کشور طراحی شده و توسط انجمن و شبکه سازمان‌های داوطلبانه آن و شرکای انجمن در سایر کشورها اجرا می‌شود.

دیدگاه اصلی انجمن بصورت زیر بیان شده است:

این انجمن به نمایندگی از سوی اعضا برای ساختن کشوری تلاش خواهد کرد

که:

- در آن منزلت افراد برخاسته از احترام متقابل است.
- در آن مردم در سایه همکاری با هم از امکانات و تسهیلات یک زندگی خوب بهره‌مند می‌شوند.
- در آن افراد در هر اجتماعی که بسر می‌برند و به آن تعلق دارند، از ساختار تعاونی برای دستیابی به کالا و خدمات مورد نیازشان استفاده می‌کنند.
- در آن تعاونی‌ها نقش رهبری را در برقراری ارتباطات با سایر کشورهای جهان از طریق ایجاد مدلی برای افزایش اعتبار جامعه ایفا نمایند و در عین حال ارتباطات تجاری متقابل و سودمندی را با آنها برقرار نمایند.
- در آن به محیط زیست توجه کافی مبذول می‌گردد.

این انجمن توسط یک هیئت مدیره اداره می‌شود که توسط مجمع عمومی بصورت دموکراتیک انتخاب می‌شوند. هیئت مدیره از کمیته اجرایی و تعدادی از مدیران تشکیل شده است.

عضویت در انجمن تعاونی کانادا مزایای گوناگونی را برای افراد ایجاد می‌کند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- پیوستن به یک جنبش ملی و پویا و دسترسی به جدیدترین اطلاعات ذی‌ربط و برخورداری از فرصت‌ها برای انتقال دیدگاه‌های خود به دولت.
- اتصال به یک شبکه اطلاعات مشترک، برخورداری از فرصت تعامل با تعداد زیادی از سازمان‌های همگن در داخل و خارج از کشور
- همکاری با دیگران به منظور تحقق صرفه‌جویی‌های اقتصادی ناشی از مقیاس، پرهیز از دوباره کاری و کاهش زیانها در درون نظام تعاونی
- کارکردن با سایر تعاونی‌ها و اتحادیه‌های اعتباری به منظور اطمینان از اینکه نسل جدید آمادگی لازم برای رهبری دنیای فردا را دارد.

۳-۴-۲- دبیرخانه تعاونی‌ها

دبیرخانه تعاونی‌ها در سال ۱۹۸۷ به منظور بهبود روابط میان تعاونی‌ها با ادارات دولتی مختلف که قوانین و خط‌مشی‌های آنها به نوعی تعاونی‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد، تشکیل شد. تمامی تعاونی‌های کانادا تحت قوانین فدرال یا قوانین ایالتی تشکیل می‌شوند. درجه نظارت بر تعاونی‌ها در ایالت‌های مختلف متفاوت است. تعاونی‌های این کشور همانند سایر موسسات بازرگانی مالیات پرداخت می‌کنند. اهداف و دستور کار این دبیرخانه عبارتند از:

- حصول اطمینان از اینکه نیازهای بخش تعاونی از سوی دولت فدرال مد نظر قرار می‌گیرد.

- آگاه ساختن عناصر کلیدی دولت فدرال در خصوص نقش و توان بالقوه تعاونی ها در توسعه جامعه کانادا و رشد اقتصادی کشور
 - ایجاد بستری مناسب به منظور مبادله سودمند دیدگاه ها میان دولت های فدرال، ایالتی و محلی، تعاونیها، محافل دانشگاهی و دیگر گروه های ذی نفع و درگیر در توسعه تعاونی ها
 - تسهیل تعامل میان دولت و تعاونی ها
 - ارائه اطلاعات موثق به دولت و گروه های اقتصادی ذی نفع و کلیدی
- علاوه بر ساختار مذکور، یک کمیته مرکب از وزارتخانه ها و سازمان های ذی ربط در امور تعاونی ها نیز تشکیل شده است. این کمیته متشکل از تعدادی از ماموران وزارتخانه ها و سازمان های دولت فدرال است که نقش هماهنگ کننده را در ارتباط با تعاونی ها ایفا می کنند. هر یک از اعضای کمیته به عنوان نقطه اتصال سازمان متبوع خود با کمیته بوده و مسئول حفظ ارتباطات متقابل و حفظ جریان متقال اطلاعات می باشند و اطلاعات لازم را در خصوص مطالعه مسائل خاص برای کمیته های فرعی فراهم می آورند. اعضای این کمیته عبارتند از ماموران عالی رتبه وزارتخانه ها و سازمان های زیر:
- وزارت کشاورزی کانادا
 - وزارت دارایی کانادا
 - وزارت صنایع
 - وزارت شیلات
 - وزارت بهداشت
 - وزارت توسعه منابع انسانی
 - آژانس توسعه روابط بین الملل
 - شرکت خانه سازی کانادا

- کلیسای مسیحیان کانادا
- وزارت منابع طبیعی

۳-۴-۳- فدراسیون کشاورزی کانادا (CFA)^۱

فدراسیون کشاورزی کانادا در سال ۱۹۳۵ در پاسخ به نیاز برای وجود یک نماینده واحد از سوی کشاورزان این کشور تاسیس شد. این فدراسیون سازمان‌های کشاورزی منطقه‌ای و گروه‌های تولیدکنندگان محصولات کشاورزی را در بر گرفته و نمایندگی بیش از ۲۰۰ هزار خانوار کشاورز در کانادا را برعهده دارد.

رسالت فدراسیون مذکور عبارت است از ارتقای منافع تولیدکنندگان محصولات کشاورزی و صنایع غذایی کشاورزی از طریق رهبری و هدایت بخش مزبور در سطح ملی و اطمینان از توسعه مستمر کشاورزی پایدار و صنایع غذایی کشاورزی. اهداف این فدراسیون نیز بصورت زیر اعلام شده است:

- ایجاد هماهنگی در تلاش‌های سازمان‌های تولیدکننده محصولات کشاورزی در سراسر کانادا به منظور ارتقای منافع عمومی آنها از طریق اقدامات فراگیر و جمعی
 - کمک به اعضا و در صورت نیاز یاری رساندن به دولت در شکل‌دهی سیاست‌های ملی در زمینه کشاورزی در جهت واکنش مناسب به شرایط در حال دگرگونی اقتصاد داخلی و اقتصاد بین‌المللی و نیز همکاری و تشریک مساعی با گروه‌های سازمان‌یافته تولیدکنندگان در خارج از کشور در راستای تحقق هدف فوق
 - ارتقاء شرایط اقتصادی، اجتماعی و محیطی کسانی که به نوعی در مشاغل کشاورزی فعالیت می‌کنند
- اعضای فدراسیون کشاورزی کانادا عبارتند از:

1- Canadian Federation of Agriculture

- فدراسیون کشاورزی نیوفوندلند و لابرادور
- فدراسیون کشاورزی نوآسکرتیا
- فدراسیون کشاورزی جزیره پرنس ادوارد
- فدراسیون کشاورزی نیوبرونزویک
- اتحادیه تولیدکنندگان محصولات کشاورزی
- فدراسیون تعاونی کبک
- فدراسیون کشاورزی انتاریو
- تولیدکنندگان محصولات کشاورزی کی استون (ایالت مانی توبا)
- تولیدکنندگان محصولات کشاورزی وایلدرز (ایالت آلبرتا)
- شورای کشاورزی بریتیش کلمبیا
- اتحادیه گندم ساسکاچوان
- انجمن تولیدکنندگان محصولات کشاورزی ساسکاچوان
- تولیدکنندگان لبنیات کانادا
- تولیدکنندگان جوجه کانادا
- بنگاه بازاریابی تخم مرغ کانادا
- بنگاه بازاریابی بوقلمون کانادا
- شورای گوشت خوک کانادا
- انجمن تولیدکنندگان چغندر قند کانادا

۳-۴-۴- هیئت گندم کانادا (CWB)^۱

هیئت گندم کانادا، بنگاه بازاریابی و بازرگانی گندم کشاورزان کانادای غربی است. این بنگاه یکی از بزرگترین شرکت‌های بازرگانی غلات (گندم و جو) در جهان محسوب شده و علاوه بر فروش محصولات در داخل کشور، سالیانه حدود ۲۲ تا ۲۴ میلیون تن گندم تولیدی کشاورزان طرف قرارداد را در بازارهای داخلی و خارجی (به بیش از ۷۰ کشور) به فروش می‌رساند. میانگین درآمد سالیانه آن حدود ۳ تا ۴ میلیارد دلار است. قوانین دولت فدرال کانادا، انحصار خرید و فروش گندم و جو کشاورزان غرب کشور که حدود ۷۵۰۰۰ نفر می‌باشند را به این هیئت واگذار نموده است. درآمد حاصل از بازرگانی این بنگاه متعلق به کشاورزان بوده و هیئت مدیره آن موظفند فعالیت‌های تجاری خود را به گونه‌ای انجام دهند که بیشترین سود نصیب کشاورزان شود.

تعداد پرسنل دائمی و تمام وقت این سازمان حدود ۵۰۰ نفر است که عمدتاً در دفتر مرکزی فعالیت دارند. ارتباط میان کشاورزان و سازمان از طریق نمایندگان بازرگانی منطقه‌ای برقرار می‌شود. بیشتر وقت این نمایندگان صرف شرکت در جلسات مربوط به زراعت، مشارکت در امور محلی و یا ابلاغ تغییراتی که در سازمان رخ داده است، می‌شود. یکی از وظایف مهم این نمایندگان، ارائه اطلاعات در خصوص حجم غلات در منطقه می‌باشد که به تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در سطح سازمان بسیار کمک می‌کند. مهمترین اهداف و کارکردهای اعلام شده توسط CWB شرح زیر است:

- ایجاد، توسعه و حفظ بازارها از طریق ارائه محصولات و خدمات مطلوب به مصرف‌کنندگان در سراسر جهان

1- Canadian Wheat Board

- برخوردار نمودن کشاورزان عضو از مزیت رقابتی ناشی از فروش انحصاری گندم و جو
 - تحقق کنترل و مدیریت سازمان از طریق و بوسیله کشاورزان
 - پاسخگویی به کشاورزان از طریق بررسی و اعمال نظرات و دیدگاههای آنان
 - شفاف سازی کارکردها از طریق ارائه اطلاعات به کشاورزان در مورد عملکرد سازمان
 - فراهم نمودن فرصت برابر برای کشاورزان به منظور دسترسی به بازارهای جهانی غلات
 - توزیع عادلانه عواید فروش محصولات بین کشاورزان از طریق طراحی و اجرای مکانیزمهای خاص
 - تشویق خلاقیتهای کشاورزان در زمینه افزایش تولید و بهره‌وری
 - ایجاد محیط کاری سالم و امن و فراهم نمودن فرصت‌های کاری برابر برای رشد شخصی و حرفه‌ای کشاورزان
 - انعکاس دائمی علائق کشاورزان در زمینه‌های مرتبط به دولت و بخش‌های صنعتی
- سازمان توسط هیئت مدیره‌ای متشکل از ۱۵ عضو اداره می‌شود که ۱۰ نفر از آنها کشاورزان منتخب بوده و ۵ نفر نیز از سوی فرماندار بطور مشورتی تعیین می‌شوند. هر یک از این افراد در زمینه بازرگانی تخصص دارند. برخی از اطلاعات و مشخصات این سازمان شامل موارد زیر است:
- بنگاه CWB یک سازمان بازاریابی بوده و دولتی نیست. هیئت مدیره آن از سوی کشاورزان انتخاب شده و هزینه اداره سازمان تماماً از سوی کشاورزان پرداخت می‌شود.

- این بنگاه موظف است که محصولات کشاورزان را به بهترین قیمت به فروش برساند.
- این بنگاه بطور کلی یارانه‌ای از دولت دریافت نمی‌کند. اگرچه دولت حداقلی از قیمت محصول را با شرایطی تضمین کرده است.
- کلیه عملیات این سازمان بویژه عملکرد مالی آن شفاف است و در قالب گزارش‌های ماهیانه و سالیانه به اطلاع عمومی (بویژه کشاورزان) می‌رسد. در این گزارش‌ها هم پیش‌بینی‌های آینده درمورد قیمت‌ها و نیز میزان پرداخت به کشاورزان در هر مقطع ذکر می‌شود.
- این سازمان هیچ کنترلی بر واردات غله به کانادا نداشته و نیز در تولید آن نیز مداخله ندارد. در واقع، این کشاورزان هستند که با توجه به شرایط بازار و شرایط محیطی تصمیم به کشت می‌گیرند.
- یکی از مهمترین ویژگی‌های این سازمان بازرگانی، نظام خرید و بازاریابی آن است که ایجاد نوعی بازار خریدهای آتی^۱ و بازار توافقی^۲ برای گندم و جو است. این سازمان قراردادهای خرید متنوعی را عرضه می‌کند که کشاورزان براساس شرایط خود، مناسب‌ترین آنها را انتخاب می‌کنند. از جمله این قراردادها می‌توان به قراردادهای قیمت ثابت، پرداخت اولیه و ضریب تولید ثابت و نسبتهای ثابت در تولید (pro-Flex) اشاره کرد. در نوع اخیر، کشاورزان می‌توانند با توجه به اعلام قیمت‌های روزانه در یک دوره زمانی مشخص، میزان معینی از محصول را در بهترین قیمت انتخابی خود به فروش برسانند.

1- Futures

2- Options

- علاوه بر قراردادهای خرید، این بنگاه قراردادهای دیگری نیز در زمینه سرویس دهی به کشاورزان در امور ترابری و جابجایی محصول، انبارداری، کیفیت، آموزش، خرید محصولات ارگانیک و نیز قراردادهای خاص جو را نیز منعقد می کند.

۳-۴-۵- انجمن تولیدکنندگان گوشت گاو (CCA)

این انجمن تنها انجمن ملی دامداری است که به نمایندگی از ۱۰۰ هزار تولیدکننده گوشت گاو در کانادا فعالیت می کند. این انجمن در سال ۱۹۳۲ پایه ریزی شده و هیئت مدیره آن متشکل از ۲۷ تولیدکننده می باشد که در هشت منطقه عمده فعالیت می کنند. انجمن دامداران کانادا نقش رهبری و انسجام بخشیدن به اعضای صنعت گوشت گاو در کانادا را ایفا می نماید و صدای واحد این صنعت در کشور می باشد. به علاوه، این انجمن صنعت مزبور را در توسعه، بکارگیری ایده ها و تکنولوژی های جدید و توانمندتر شدن آن در تمامی فرآیند تولید یاری می دهد. انجمن در دامنه وسیعی از فعالیت های مرتبط مانند تجارت، سیاست های پولی و مالی، بهداشت و محیط زیست (دام ها)، درجه بندی و معاینه گوشت و غیره وارد شده و با بخش های مختلف کشاورزی و صنایع غذایی ارتباط دارد. این انجمن در واقع فدراسیونی از سازمان های دامداران در هشت منطقه می باشد. تامین مالی انجمن از طریق نظام پرداخت حق عضویت بوده و میزان حق عضویت و نیز تعداد اعضای هر منطقه براساس سهم آنها از بازار تعیین می شود. این انجمن علاوه بر انعکاس نظرات و دیدگاه های دامداران، خدمات اطلاع رسانی تخصصی و بازرگانی نیز به اعضا ارائه می دهد.

به لحاظ سازماندهی داخلی این انجمن دارای کمیته های مختلفی است که مسئول انجام وظایف آن می باشند. این کمیته ها عبارتند از کمیته بهداشت گوشت گاو سلامت حیوانات، کمیته درجه بندی کیفیت گوشت، شورای پژوهشی گوشت گاو، تجارت

خارجی، کمیته اداری- مالی و کمیته قوانین و مقررات و سیاست‌های کشاورزی. کمیته قوانین و مقررات و سیاست‌های کشاورزی با هدف بررسی قوانین و مقررات و سیاست‌های دولت در ارتباط با صنعت مزبور تشکیل شده است. این کمیته رابط میان انجمن و دولت می‌باشد و با سایر کمیته‌ها همکاری نزدیک دارد.

۳-۵- سازمانهای کشاورزان در اتحادیه اروپا^۱

تنوع و تعدد سازمانهای کشاورزان و بطور کلی سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی در کشورهای اروپایی بسیار زیاد است اما با توجه به اهداف مطالعه، بطور مختصر به دو سازماندهی اصلی شامل COPA^۲ و COGECA^۳ اشاره می‌شود. کمیته سازمان‌های حرفه‌ای کشاورزی اتحادیه اروپا (COPA) سازمانی مرکب از ۶۰ سازمان از کشورهای عضو اتحادیه و ۳۶ سازمان همکار از سایر کشورهای منطقه مانند ایسلند، نروژ، سوئیس و ترکیه است. اتحادیه اروپا این کمیته را به عنوان نماینده و سخنگوی بخش کشاورزی اروپا می‌داند. برخی از اعضای این سازمان عبارتند از:

- اتاق کشاورزی اتریش
- اتحادیه کشاورزان قبرس
- انجمن و اتاق کشاورزی جمهوری چک
- شورای مواد خوراکی و کشاورزی دانمارک
- اتاق کشاورزی و بازرگانی استونی

۱- مطالب این قسمت از وبسایت کمیته سازمانهای حرفه‌ای کشاورزی اروپا (<http://www.copa-cogeca.eu>) گرفته شده است.

2- Committee of Professional Agricultural Organisations

3- General Confederation of Agricultural Cooperatives in the European Union

- اتحادیه مرکزی کشاورزان استونی
 - اتحادیه مرکزی تولیدکنندگان کشاورزی و مالکین (جنگل ها) فنلاند
 - اتاق کشاورزی مرکزی فرانسه (مجمع عمومی اتاق های کشاورزی فرانسه)
 - کنفدراسیون انجمن های کشاورزی یونان
 - اتاق کشاورزی مجارستان
 - انجمن کشاورزان ایرلند
 - کنفدراسیون سراسری کشاورزی ایتالیا
 - شورای هماهنگی سازمانهای کشاورزی لتونی
 - فدراسیون کشاورزان لتونی
 - انجمن تعاونی های کشاورزی لیتوانی
 - اتاق کشاورزی لیتوانی
 - فدراسیون تولیدکنندگان کشاورزی لهستان
 - انجمن کشاورزی اسپانیا
 - اتحادیه ملی کشاورزان انگلستان (انگلستان و ولز)
 - فدراسیون کشاورزی و باغبانی هلند
- این سازمان در تلفیق با COGECA (کنفدراسیون تعاونیهای کشاورزی کشورهای اتحادیه اروپا) عمل می کند که خود دارای ۳۹ سازمان عضو به همراه ۳۶ سازمان همکار از کشورهای اتحادیه می باشد. سازمانهای عضو اغلب اتحادیه های سراسری تعاونی های کشاورزی می باشند. مجموع دو سازمان تلفیقی بازتاب دهنده دیدگاه های ۱۵ میلیون کشاورز و ۴۰ هزار تعاونی کشاورزی اروپایی می باشند.

۳-۶- جمع‌بندی

در فصل حاضر سعی شده است تا براساس دیدگاه‌های نظری و مطالعه تطبیقی نگرشی کلی نسبت به مقوله سازمان‌های مردم نهاد با تاکید بر بخش کشاورزی فراهم شود. در این زمینه توجه به نکات و یافته‌های زیر دارای اهمیت است:

- بررسی‌های موجود نشان می‌دهند که نقش سازمان‌های مردم نهاد به نحو فزاینده‌ای در جوامع مختلف رو به گسترش بوده و عملاً به بخش سوم اقتصاد و هم عرض بخش‌های دولتی و خصوصی تبدیل شده‌اند. رشد و توسعه این ساختارها در اقتصادهای پیشرفته، نشان‌دهنده اثربخشی این سازمان‌ها در توسعه اقتصادی پایدار جوامع است.

- در این بررسی سعی شده است تا سازمان‌های بخش کشاورزی کشورهای مختلف اعم از اقتصادی‌های پیشرفته (مانند کانادا، کره جنوبی و استرالیا) و نیز در حال توسعه (مانند هند) مورد معرفی قرار گیرند. به نظر می‌رسد که توسعه‌یافتگی کسب‌وکار کشاورزی رابطه مستقیمی با کارکرد این سازمان‌ها دارد. در واقع، تحلیل موقعیت این سازمانها در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که فاصله گرفتن دولت از سطح عملیاتی و واگذاری امور در سطوح مذکور به ذی‌نفعان متشکل اغلب در اقتصادهای توسعه‌یافته‌تر دیده می‌شود.

- یکی از یافته‌های مهم این بررسی، تنوع و تعدد و در عین حال فراگیری سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در اشکال مختلف آن است. بویژه در اقتصادهای پیشرفته‌ای مانند کانادا، سازمان‌های کشاورزان و بهره‌برداران توانسته‌اند به فعالین اقتصادی بزرگی در حوزه کسب‌وکار کشاورزی هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی تبدیل شوند که در این زمینه تجربه شورای گندم کانادا نمونه قابل توجهی است. این نهاد در واقع یک سازمان فراگیر به نمایندگی از جامعه

بهره‌برداران بوده و توانسته است به یک کسب‌وکار در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل شود. این سازمان می‌تواند به عنوان یک الگوی موفق از کسب‌وکار تخصصی (غلات) و همچنین از نظر خدمات رسانی به کشاورزان عضو (خدمات تجاری، آموزشی، فنی، سرمایه‌گذاری، مالی و اعتباری) بسیار قابل توجه است.

- مطالعه تطبیقی در این فصل، نمایی از ساختارها و اشکال گوناگون سازمان‌های مردم‌نهاد بخش کشاورزی در شرایط کشورهای مختلف اعم از توسعه‌یافته و یا در حال توسعه را نشان می‌دهد (جدول ۳-۴). این ساختارها براساس میزان مشارکت افراد، توسعه‌یافتگی بخش کشاورزی، میزان حضور یا عدم حضور دولت و برخی عوامل دیگر می‌توانند بسیار متنوع باشند. نتایج تحلیل‌های مرتبط با این بخش در فصول آینده ارائه شده و بویژه در ارائه پیشنهاد برای ساختار سازمان‌های مردم‌نهاد که سازگاری بیشتری با شرایط کشور داشته باشند، مورد استفاده قرار می‌گیرند.

- بررسی سازمان‌های کشاورزان در کشورهای مختلف به خوبی نشان می‌دهد که نمونه‌های موفق این سازمان‌ها بویژه آنهایی هستند که گرایش بیشتری به کسب‌وکار کشاورزی دارند. در واقع، در کشورهای در حال توسعه (و نیز بخش‌ها و زیربخش‌های اقتصادی توسعه‌نیافته)، بیشتر سازمان‌های کشاورزان به فعالیت‌هایی از قبیل تامین مواد اولیه و نهادها اشتغال دارند. به عنوان مثال، بیشتر این ساختارها از نوع تعاونی‌های کشاورزان بوده و بیشتر به تامین نهاده‌های شیمیایی یا اعتبارات توجه دارند. یک دلیل این امر آن است که تامین نهاده‌های کشاورزی در این گونه کشورها اولویت بیشتری دارد. به تناسب پیشرفتگی بخش کشاورزی (یا زیربخش‌های خاص)، سازمان‌های کشاورزان به بازاریابی و کسب‌وکار کشاورزی و ارائه خدمات مشاوره بازرگانی بویژه در بازارهای

بین‌المللی توجه دارند. ساختار حقوقی این نهادها نیز اغلب ماهیت تجاری و شرکتی داشته و کمتر بصورت تعاونی می‌باشد.

- بررسی سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی در اقتصادهای پیشرفته‌تر نشان می‌دهد که با وجود تنوع ساختارها و اشکال نهادی و تفاوت‌های ناشی از آن، امکان هماهنگی و همکاری موثر برای توسعه کسب‌وکار کشاورزی در سطح ملی و منطقه‌ای وجود دارد. این هدف در صورتی تحقق پیدا خواهد کرد که حوزه‌های ماموریتی و کارکردی نهادها مشخص بوده و تضاد منافع بویژه با توجه به جایگاه سیاسی تشکلهای وجود نداشته باشد. همکاری سازمانهای مختلف کشاورزان در کشورهای اتحادیه اروپا به خوبی نقش موثر تشریک مساعی و همکاریهای بین نهادی در توسعه بخش کشاورزی را نشان می‌دهد.

جدول ۳-۴ - برخی از مشخصات سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی

در کشورهای مورد مطالعه

کشور	مشخصات اصلی سازمان‌ها	نکات و موارد قابل توجه
هند	سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی اغلب ساختار تعاونی دارند. تقریباً تمامی روستاها و ۶۷ درصد خانوارهای روستایی را تحت پوشش دارد. تعاونی‌های بازاریابی انسجام و کارکرد بهتری دارند و در سطوح مختلف از روستا تا ملی مستقر می‌باشند. دولت از خدمات تعاونی‌ها در امور توسعه روستایی استفاده می‌کند. تمام تعاونی‌های هند عضو یک اتحادیه ملی تحت عنوان اتحادیه ملی تعاونی‌های هند هستند.	وجود تعاونی‌های بازاریابی و تنوع ساختاری وجود فدراسیون ملی تعاونی‌های بازاریابی تعاونی‌ها اتکا به دولت دارند و وظایف دولت را نیز انجام می‌دهند که می‌تواند یک نقطه ضعف در توسعه کسب‌وکار و دیدگاه تجاری آنها باشد. وجود اتحادیه ملی تعاونی‌های هند که به عنوان سازمان پوششی (فراگیر) عمل می‌کند.

کشور	مشخصات اصلی سازمانها	نکات و موارد قابل توجه
کره جنوبی	تعاونیها عمدهترین سازمان غیردولتی بخش کشاورزی هستند. سازمانی تحت عنوان فدراسیون ملی تعاونیهای کشاورزی وجود دارد که از تعاونیهای منطقه‌ای و ملی تشکیل شده است.	تعاونیها کاملاً به کشاورزان وابسته‌اند و ارکان آنها توسط کشاورزان انتخاب می‌شوند. تعاونیها بصورت بنگاه تجاری عمل می‌کنند. عمدهترین فعالیتهای تعاونیهای کشاورزی نیز در امر بازاریابی و بازررسانی و کسب و کار است.
استرالیا	یارانه‌ها و کمکهای مستقیم دولت به بخش کشاورزی بسیار کم است که یکی از دلایل این امر توانمندی سازمانهای غیردولتی کشاورزان است. سازمانهای غیردولتی در استرالیا تحت عنوان بخش سوم اقتصاد شناخته می‌شوند.	سازمانهای غیردولتی به عنوان بنگاه کسب و کار شناخته می‌شوند. سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی توسعه یافته‌اند و اغلب خدمات فنی و بازرگانی بخش را ارائه می‌دهند. وجود فدراسیون ملی کشاورزان نشان‌دهنده لزوم یک سازمان فراگیر است.
کانادا	سازمانهای کشاورزی همچون سایر بخشهای اقتصادی از افرادی تشکیل شده است که بصورت خودجوش و برای دستیابی به اهداف مشترک گرد هم آمده‌اند. سازمانها اغلب براساس نوع محصول تولیدی سازماندهی شده‌اند و همچون زنجیری به هم متصل می‌باشند. اداره این سازمانها توسط خود کشاورزان صورت می‌گیرد و منابع مالی آنها نیز غالباً از طریق پرداخت حق عضویت توسط اعضا تامین می‌شود. سازمانهای کشاورزان در زمینه کسب و کار و بازرگانی هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی فعالیت دارند.	شورای گندم کانادا نمونه‌ای از یک سازمان غیردولتی بخش کشاورزی و موفق در کسب و کار ملی و بین‌المللی است. ارتباط نهادها و سازمانها بصورت منسجم و شبکه‌ای است. علاوه بر دبیرخانه ملی تعاونیها، وجود کمیته مشترک بین وزارتخانه‌ها برای تعامل با تعاونیها یک فرصت برای توسعه نهادها محسوب می‌شود.



اتحاد بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

فصل چهارم

تشکلهای
غیردولتی
بخش
کشاورزی
درایران

مقدمه

تشکل‌های غیردولتی بخش کشاورزی در ایران از حیث نوع وظایف، حوزه فعالیت، گستردگی یا محدود بودن حوزه فعالیت، محدوده جغرافیایی تحت پوشش، تعداد اعضا، میزان استقلال و خودمختاری، سازمان کار و تشکیلات، منابع مالی و چگونگی تامین آن و نیز ارتباط با دولت و دستگاه‌های دولتی با یکدیگر متفاوت‌اند که این تفاوت‌ها عمده‌تأ ریشه در جایگاه حقوقی، مبانی قانونی و زمینه فعالیت آنها دارد. به این ترتیب می‌توان مبانی مختلفی را برای طبقه‌بندی و شناسایی آنها در نظر گرفت. با توجه به اینکه هدف نهایی از این مطالعه، بررسی قابلیت‌های بالقوه و بالفعل تشکل‌ها و سازمان‌های مذکور در زمینه توسعه کسب‌وکار کشاورزی است، سعی شده است تا این طبقه‌بندی براساس جایگاه قانونی و حقوقی آنها صورت گیرد. این طبقه‌بندی در عین حال در برگیرنده کارکردهای فعلی این سازمان‌ها نیز می‌باشد. علاوه بر آن، علی‌رغم تعداد قابل توجه سازمان‌ها و تشکل‌های ثبت شده، عملاً بخشی از این سازمان‌ها فعالیت ملموس و مشخص اقتصادی و در راستای اهداف تشکیل داشته و بقیه آنها فعالیت چندانی ندارند. بررسی این وضعیت همچنین می‌تواند موضوع بررسی‌های بیشتری بوده و نشان‌دهنده نقاط ضعف و قوت احتمالی این سازمان‌ها بوده و یا نکات کلیدی و قابل توجه در برنامه‌ریزی‌های آینده را نشان خواهد داد. در حال حاضر، با توجه به اینکه برخی از تشکل‌های خاص مانند اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها (اعم از تعاونی‌های تولیدی یا کسب‌وکار در بخش کشاورزی) فعالیت‌های بیشتری نسبت به سایر سازمان‌ها به لحاظ اهداف تحقیق دارند، سعی شده است تا آمار و اطلاعات دقیق‌تری از آنها جمع‌آوری شود. یک نکته قابل توجه در این زمینه این است که به دلیل فقدان یک بانک یا مرجع اطلاعاتی فرابخشی در زمینه سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی، اطمینان تناسب و دقت اطلاعات و آمار دشوار می‌باشد. این موضوع

نه تنها در مورد تعداد و اطلاعات شناسنامه‌ای سازمان‌های مذکور بلکه بویژه در مورد کارکردها و وضعیت موجود آنها تا حد زیادی صدق می‌کند.

با توجه به مطالب ذکر شده، در ادامه این فصل به ترتیب تشکلهای سازمان‌های مردم نهاد که براساس قانون تعاون، قانون کار، قانون تجارت، قانون نظام صنفی، قانون تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، قانون فعالیت احزاب، جمعیت‌ها، انجمن‌های سیاسی و صنفی (وزارت کشور) و برخی از قوانین خاص فعالیت دارند، معرفی خواهند شد. همان‌گونه که اشاره شد، به دلایل متعدد بویژه از نظر نقش و اهمیت، تاکید بیشتری بر تشکلهای تعاونی و اتحادیه‌ها و انجمن‌های تولیدی و بازرگانی بخش کشاورزی شده است.

۴-۱- تعاونی‌ها

آغاز رسمی تشکیل تعاونی‌ها در ایران را می‌توان ذکر آنها در موادی از قانون تجارت سال ۱۳۰۳ شمسی دانست. موادی از این قانون به بحث در مورد تعاونی‌های تولید و مصرف پرداخته است. اما از لحاظ تشکیل و ثبت و فعالیت رسمی می‌توان سال ۱۳۱۴ را آغاز فعالیت تعاونی‌ها در ایران دانست. زیرا در این سال نخستین شرکت تعاونی روستایی در منطقه داودآباد گرمسار توسط دولت تشکیل گردید. مبنای تشکیل شرکت فوق، قانون تجارت سال ۱۳۱۱ بود که در چند ماده از آن به شرکتهای تعاونی اشاره شده بود. در سال ۱۳۳۲ اولین قانون تعاونی ایران که با الهام گرفتن از قوانین خاص دیگر کشورها تهیه شده بود به صورت لایحه قانونی به تصویب رسید. در سال ۱۳۳۴ لایحه مزبور با اصلاحاتی از تصویب مجلس وقت گذشت و اولین قانون تعاون ایران تصویب شد که پایه و اساس تعاونیهای زیادی بخصوص بعد از سال ۱۳۴۱ قرار گرفت.

در سال ۱۳۴۱ براساس تبصره ۲ ماده ۱۶۵ قانون مربوط به اصلاحات ارضی، کشاورزانی که زمین دریافت می‌کردند ناچار بودند قبلاً عضویت شرکت تعاونی روستایی را بپذیرند. به این ترتیب در مدت کوتاهی بیش از ۸ هزار شرکت تعاونی روستایی تشکیل گردید که بعداً در هم ادغام شد و حدود سه هزار شرکت را بوجود آوردند. تعاونیهای مصرف، توزیع و موارد مشابه نیز پس از سال ۱۳۴۶ که سال تعاون اعلام شده بود، گسترش کمی قابل توجهی یافتند. در ادامه این روند، سازمان‌هایی از جمله سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران، سازمان مرکزی تعاون کشور، وزارت تعاون و اصلاحات ارضی پدید آمدند. در سال ۱۳۵۰ قانون شرکت‌های تعاونی با مطالعه قوانین سایر کشورها تهیه و تصویب رسید که موادی از آن هنوز هم مبنای کار تعاونیها است. قانون شرکت‌های تعاونی انواع تعاونی‌ها را به شرح زیر تقسیم نموده است:

- شرکت تعاونی کشاورزی و روستایی
- شرکت تعاونی صیادان
- شرکت تعاونی مسکن
- شرکت تعاونی مصرف‌کنندگان
- شرکت تعاونی اعتبار
- شرکت تعاونی آموزشگاه‌ها
- شرکت تعاونی کار
- شرکت تعاونی صاحبان حرفه‌ها و صنایع دستی
- شرکت تعاونی صنایع کوچک
- شرکت تعاونی تهیه و توزیع
- شرکت تعاونی صاحبان مشاغل آزاد

هریک از شرکتها و تشکلهای تعاونی مزبور دارای تعاریف و مقررات خاص خود می باشند که قانون شرکت های تعاونی به آنها اشاره شده است. به عنوان مثال، می توان به موارد زیر اشاره نمود:

شرکت تعاونی صیادان

برابر ماده ۷۸ قانون شرکت های تعاونی شرکت تعاونی، «شرکت تعاونی صیادان شرکتی است که با عضویت صیادان ماهی و سایر آبزیان تشکیل می شود». موضوع و اهداف شرکت های تعاونی صیادان عبارت است از:

- تدارک و ارائه خدمات جمعی برای اعضای تعاونی، از قبیل ساخت و تعمیر قایق های ماهیگیری، تهیه وسایل و تجهیزات صیادی
- صید ماهی و دیگر آبزیان پس از دریافت پروانه صید
- تاسیس فروشگاه
- پرداخت مساعده به صیادان
- تهیه وسایل و تامین نیازمندی های خانوادگی و حرفه ای صیادان
- انجام مبادلات مرزی برای اعضای تعاونی و افراد غیرعضو ساکن در حوزه عمل شرکت تعاونی به شرطی که چنین فعالیتی در اساسنامه قید شده باشد.

شرکت تعاونی صاحبان حرفه ها و صنایع دستی

این گونه شرکت های تعاونی توسط صاحبان حرفه ها و صنایع دستی برای هدفها و فعالیت های زیر تشکیل می شود:

- تهیه مواد اولیه و وسایل مورد نیاز حرفه ای اعضا
- ساخت یا تغییر شکل کالای مورد نظر
- عملیات تکمیلی صنایع

- فروش مصنوعات و کالاهای تولیدی از قبیل وسایل مورد نیاز حرفه‌ای به صاحبان حرفه و صنایع

از این رو ماده ۹۲ قانون شرکت‌های تعاونی مقرر داشته «شرکت تعاونی حرفه‌ها و صنایع دستی برای تهیه مواد اولیه، وسایل حرفه‌ای مورد نیاز اعضا، ساخت یا تغییر شکل کالا، عملیات تکمیلی صنایع مذکور و یا فروش آنها بین صاحبان حرفه‌ها و صنایع دستی تشکیل می‌گردد.»

برابر ماده ۱ قانون شرکت‌های تعاونی، صاحب حرفه به کسی گفته می‌شود که با کمک نیروی کار شخصی، سرمایه و وسایل خود کالایی را تولید و برای کسب درآمد آن را فروخته و یا خدمت معینی را عرضه کند.

شرکت تعاونی صنایع کوچک

صاحبان صنایع کوچک، یک گروه صنعتی مانند تولیدکنندگان صابون، رنگ، قوطی و غیره هستند که از وزارت صنایع، وزارت جهاد کشاورزی و یا دیگر مراجع قانونی برای صنایع خود پروانه تولید دریافت کرده‌اند. این گروه‌های صنعتی برای تهیه مواد اولیه خود غیره می‌توانند شرکت تعاونی تشکیل دهند. ماده ۹۳ قانون شرکت‌های تعاونی مقرر داشته است که شرکت تعاونی صنایع کوچک با عضویت صاحبان صنایع یک گروه از صنعت، برای تمام و یا قسمتی از هدف‌ها و فعالیت‌های زیر تشکیل می‌شود:

- تهیه مواد اولیه مورد نیاز
- ایجاد آزمایشگاه مواد اولیه و یا محصولات ساخته شده
- تولید وسایل و ابزارآلات مورد نیاز اعضا
- ایجاد گروه‌های نگهداری و تعمیراتی
- تحقیق و برنامه‌ریزی‌های مشترک
- تهیه وسایل، توزیع و انجام خدمات بازاریابی

البته فعالیتها و هدف‌های این گونه تعاونی‌ها فقط محدود به موضوعات بالا نبوده بلکه اعضا با توجه به نیازمندی‌های شغلی و صنفی می‌توانند موردهای دیگری مانند سرمایه‌گذاری در موسسات تولیدی دیگر و یا اعطای وام به اعضای تعاونی برای رفع مشکلات مالی را در اساسنامه قید نمایند. در حال حاضر اغلب تشکل‌های تعاونی مرتبط با کشاورزی (اعم از شرکت‌های تعاونی، اتحادیه‌ها و غیره) عمدتاً براساس قوانین وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و وزارت تعاون ثبت شده و از مقررات آنها پیروی می‌کنند.

۴-۱-۱-۱-۴ تشکل‌های تعاونی تحت پوشش وزارت جهاد کشاورزی

تشکل‌های تعاونی تحت پوشش وزارت جهاد کشاورزی را می‌توان در دو گروه کلی طبقه‌بندی نمود که عبارتند از تعاونی‌های تولید (روستایی) و شبکه تعاونی‌های روستایی وابسته به سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران.

۴-۱-۱-۱-۴-۱ تعاونی‌های تولید کشاورزی

تعاونی‌های تولید کشاورزی (تولید روستایی) براساس قانون شرکت‌های تعاونی مصوب ۱۳۵۰ آغاز به کار کرده‌اند. در حال حاضر بیش از ۱۲۱۰ تعاونی تولید در کشور ثبت شده و مشغول به کار هستند (جدول ۴-۱) که این تعاونی‌ها از اساسنامه ویژه خود تبعیت می‌کنند. این گونه از تشکل‌های تعاونی حدود ۲۹۷۰۹۲۴ هکتار از اراضی آبی و دیم (اعم از زراعی و باغی) را تحت پوشش خود دارند که متعلق به اعضا می‌باشد. همچنین مقدار بیشتری از اراضی آبی و دیم کشور نیز در حوزه عمل این شرکت‌های تعاونی قرار دارد که میزان کلی اراضی تحت پوشش آنها را به حدود ۳۹۷۰۲۴۸ هکتار می‌رساند. تعداد زیادی از این تعاونی‌ها دارای امکانات، تاسیسات و دارایی‌های مختلف وابسته به بخش کشاورزی از قبیل انبار و مکان‌های نگهداری محصولات کشاورزی و

ادوات، دفاتر کار، واحدهای تولیدی دامپروری، امکانات صنایع روستایی، گلخانه‌ها و تاسیسات آبیاری مختلف می‌باشد.

جدول ۴-۱- تعداد تعاونی‌های تولید کشاورزی و اعضای آنها در استانهای مختلف تا سال ۱۳۸۱^۱

ردیف	استان	تعداد تعاونی‌های تولید	تعداد اعضا
۱	اردبیل	۱۷	۳۴۲۹
۲	آذربایجان شرقی	۴۵	۱۵۵۲۶
۳	آذربایجان غربی	۲۱	۱۰۸۰۵
۴	اصفهان	۳۸	۱۲۷۷۳
۵	ایلام	۲۰	۳۲۹۱
۶	بوشهر	۱۹	۳۲۷۸
۷	تهران	۱۷	۵۰۲۴
۸	چیرفت و کهنوج	۱۷	۳۲۹۹
۹	چهارمحال و بختیاری	۲۶	۹۷۶۵
۱۰	خراسان جنوبی	۲۶	۱۲۶۸۳
۱۱	خراسان رضوی	۱۳۶	۵۰۳۶۳
۱۲	خراسان شمالی	۳۸	۸۸۵۰
۱۳	خوزستان	۷۳	۱۳۴۳۰
۱۴	زنجان	۱۶	۳۹۸۶
۱۵	سمنان	۱۵	۶۸۱۶
۱۶	سیستان و بلوچستان	۲۵	۶۲۶۲
۱۷	فارس	۱۷۲	۴۷۹۵۹
۱۸	قزوین	۱۱	۳۵۵۸
۱۹	قم	۱۴	۲۵۰۳
۲۰	کردستان	۲۱	۷۵۸۳

۱- اطلاعات مربوط به تعاونی‌های تولید از طریق مراجعه حضوری به دفتر نظامهای بهره‌برداری (وزارت جهاد کشاورزی) و استفاده از بانک اطلاعات موجود در آن دفتر تهیه شده است.

ردیف	استان	تعداد تعاونی های تولید	تعداد اعضا
۲۱	کرمان	۱۳۶	۴۱۱۲۶
۲۲	کرمانشاه	۲۵	۷۱۹۰
۲۳	کهکیلویه و بویراحمد	۱۴	۸۰۵۲
۲۴	گلستان	۴۲	۱۲۳۷۶
۲۵	گیلان	۵۷	۱۷۵۷۳
۲۶	لرستان	۱۰	۲۷۴۹
۲۷	مازندران	۳۱	۱۴۵۳۱
۲۸	مرکزی	۲۰	۵۳۱۲
۲۹	هرمزگان	۲۱	۴۸۵۳
۳۰	همدان	۶۸	۲۱۵۲۶
۳۱	یزد	۱۹	۵۰۲۸
جمع		۱۲۱۰	۳۷۱۴۹۹

منبع: دفتر نظامهای بهره برداری، وزارت جهاد کشاورزی

۴-۱-۲-۲ تعاونی های روستایی

ماده ۷۳ قانون شرکت های تعاونی، شرکت تعاونی کشاورزی و روستایی را اینگونه تعریف می کند: «شرکت تعاونی کشاورزی و روستایی با مشارکت کشاورزان، باغداران، دامداران، دامپروران، پرورش دهندگان کرم ابریشم، زنبور عسل، ماهی و روستاییان شاغل در صنایع محلی روستایی و یا کارگران کشاورزی تشکیل می شود.» موضوع فعالیت و هدف های شرکت تعاونی کشاورزی و روستایی عبارت است از:

- قبول سپرده ها و پس اندازهای اعضای تعاونی به نمایندگی از سوی بانک کشاورزی ایران
- خرید و تهیه مواد اولیه و نیازمندی های مصرف شخصی، خانوادگی و حرفه ای اعضای تعاونی، همچنین تهیه وسایل، علوفه دام ها، خوراک طیور و غیره

- جمع‌آوری، نگهداری، تبدیل، طبقه‌بندی، حمل و نقل و فروش محصولات اعضای تعاونی‌ها

- ارائه خدمات برای بهبود زندگی و یا امور حرفه‌ای اعضای تعاونی مانند تهیه ماشین‌آلات کشاورزی، تهیه وسایل حمل و نقل، تهیه مسکن، تامین و توزیع آب شرب و آب برای مصارف زراعی با رعایت قانون ملی شدن منابع آب، پیش‌بینی وسایل بهداشتی، بهداری و آموزشی جهت استفاده مشترک و جمعی، توزیع نیروی برق، ایجاد شبکه تلفن، تلقیح مصنوعی دام‌ها، مبارزه با بیماری‌ها و آفات نباتی و حیوانی

- بهره‌برداری مشترک و جمعی از اراضی ملکی یا استیجاری

- تامین اعتبارات و وام‌های مورد نیاز اعضای تعاونی

تعاونی‌های روستایی تحت پوشش سازمان مرکزی تعاون روستایی کشور قرار دارند. سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در سال ۱۳۴۲ با ماهیت شرکت دولتی و ۵۵۴۵ پست سازمانی مصوب با ۳۷۰۰ نفر نیرو و ۳۱۹ رده ستادی، استانی و شهرستانی تاسیس گردیده است. این سازمان وظایف مربوط به مدیریت شبکه‌ای مرکب از ۶۶۶۱ شرکت تعاونی روستایی، کشاورزی، تولید، زنان و تخصصی، ۴۷۰ اتحادیه سراسری، استانی و شهرستانی تعاونی‌ها و ۴۴۸۶ تشکل بخش کشاورزی با حدود ۶/۵ میلیون نفر عضو اعم از روستایی و کشاورز را به عهده دارد (جدول ۴-۲). این شبکه گسترده علاوه بر برخورداری از ظرفیت‌های قانونی (اساسنامه، قانون اصل ۴۴، برنامه چهارم و سیاست‌های تدوین برنامه پنجم توسعه) با ایجاد حدود ۲۴۰۰۰ نفر فرصت شغلی از نظر سخت‌افزاری دارای ۱۱۵۶۷ فروشگاه روستایی، ۵۰۰۰ مرکز خرید محصولات کشاورزی و عرضه نهاده‌ها، حدود ۱۱۴۴۸ فروشندگی مواد نفتی، ۲۶۱۳ انبار با ظرفیت ۲/۵ میلیون تن، ۶۰۵ کارخانه صنایع تبدیلی، تکمیلی، فرآوری و بسته‌بندی، بوجاری بذر، مرکز خرید شیر، ۱۰۶۳ واحد اعتباری و غیر مرتبط با وظایف خود می‌باشد. این

شبکه بطور میانگین سالیانه امور مربوط به خرید، فروش و توزیع حدود ۱۵ میلیون تن انواع محصولات کشاورزی و نهاده‌ها، کالاهای اساسی و سوخت مورد نیاز روستاییان را در سطح ۵۷۲۰۲ روستای کشور انجام می‌دهد.^۱

جدول ۴-۲- اطلاعات و آمار مرتبط با وضعیت موجود و کارکرد

شبکه تعاون روستایی در سال ۱۳۸۱

ظرفیت‌ها/ امکانات	واحد	حجم وضعیت موجود
ظرفیت انباری و سردخانه‌ای	هزار تن در سال	۲۵۰۰
ظرفیت صنایع تبدیلی، تکمیلی، فرآوری و بسته‌بندی	هزار تن در سال	۸۱۷
ظرفیت حمل و نقل	هزار تن در سال	۲۸۹
ظرفیت خرید انواع محصولات کشاورزی	میلیون تن در سال	۱/۶
ظرفیت عرضه مستقیم محصولات کشاورزی	هزار تن در سال	۶۴۰
ظرفیت صادرات انواع محصولات کشاورزی	هزار تن در سال	-
پایانه‌های صادراتی در اختیار	تعداد	-
واحدهای مکانیزاسیون	تعداد	۴۸
واحدهای اعتبارات	تعداد	۱۰۶۳
میزان سپرده واحدهای اعتبارات	میلیارد ریال	۶۰۰
تهیه، تولید و توزیع نهاده‌های کشاورزی	میلیون تن	۲/۳
تجهیز و استانداردسازی مراکز خرید	تعداد	۲۲۸۶
برندسازی محصول	تعداد محصول	۲
توسعه و تکمیل و سامانه یکپارچه حسابرسی	تعداد تعاونی	۱۰۰۰
آموزش اعضا و ارکان تعاونی‌ها	هزار نفر روز - در سال	۱۰۵۳
اصلاح هرم سنی و تحصیلاتی ارکان تعاونیها	تعداد اعضا با تحصیلات دانشگاهی	۶۰۰۰

منبع: سازمان مرکزی تعاون روستایی، وزارت جهاد کشاورزی

۱- اطلاعات و داده‌های این قسمت از طریق وبسایت سازمان تعاون مرکزی تعاون روستایی (www.corc.ir) و

نیز مراجعه حضوری به واحدهای ستادی آن تهیه شده است.

شبکه تعاونی‌های روستایی دارای ۲۹۴۱ شرکت تعاونی روستایی با تعداد اعضای ۴۵۰۰۸۶۸ نفر در سطح ۵۶۲۵۲ روستا با سرمایه‌ای بالغ بر ۴۴۰ میلیارد ریال بوده که این شرکتها به نوبه خود تعداد ۲۵۶ اتحادیه را در سطح شهرستان تشکیل می‌دهند. در حال حاضر، این شبکه (تعاونی‌های روستایی و کشاورزی ایران) دارای یک اتحادیه مرکزی، شش اتحادیه سراسری و دویست و شصت و دو اتحادیه استانی و شهرستانی (۲۷ اتحادیه استانی) می‌باشد. عناوین اتحادیه‌های سراسری و مرکزی این شبکه شامل موارد زیر است:

- ۱- اتحادیه مرکزی تعاونی‌های روستایی و کشاورزی ایران
 - ۲- اتحادیه مرکزی نظارت و هماهنگی تعاونی‌های روستایی و کشاورزی ایران
 - ۳- اتحادیه شرکت‌های تعاونی‌های کشاورزی و دامداران ایران
 - ۴- اتحادیه تعاونی‌های کشاورزی تولیدکنندگان گل و گیاه و بذر و نهال ایران
 - ۵- اتحادیه تعاونی کشاورزی مرغداران میهن
 - ۶- اتحادیه تعاونی‌های کشاورزی پنبه‌کاران پارس
 - ۷- اتحادیه تعاونی‌های کشاورزی مرغداران گوشتی ایران
 - ۸- اتحادیه سراسری زنبورداران ایران
- تعاونی‌های روستایی چند منظوره بوده و به فعالیت‌های مختلف خدماتی، تولیدی، بازرگانی و ترویجی می‌پردازند که این فعالیتها در راستای اهداف و سیاست‌های حمایتی دولت در جهت توسعه بخش کشاورزی و حمایت از روستاییان قرار دارد بطوری که توزیع وامهای معیشتی اعضای تعاونی‌ها، توزیع سوخت روستاییان، توزیع حدود ۶۵ درصد کود شیمیایی، توزیع سایر نهاده‌های کشاورزی نظیر سموم دفع آفات، بذور گیاهی، ماشین‌آلات کشاورزی و قطعات یدکی آنها و توزیع کلیه کالاهای کوپنی روستاییان نظیر برنج، روغن نباتی، قندوشکر، آرد و همچنین خرید تضمینی محصولات کشاورزی به میزان قابل توجهی از طریق این تعاونی‌ها صورت می‌پذیرد. علاوه بر آن

خرید و فروش محصولات غیر تضمینی و تهیه و تدارک کالاهای مصرفی و مواد غذایی مورد نیاز روستاییان با وجود بیش از یازده هزار فروشگاه تعاونی صورت می گیرد. از دیگر فعالیت های این شبکه، خدمات آموزشی، ترویج و نیز خدمات مکانیزاسیون و ماشین آلات کشاورزی از طریق تاسیس و توسعه مراکز مکانیزاسیون انجام می شود و سایر خدماتی که این شبکه در زمینه های فرهنگی، اجتماعی و حل و فصل اختلافات محلی و کمک و مساعدت به دستگاه های اجرایی محل به آن مبادرت می ورزد نیز قابل توجه می باشد.

۴-۱-۱-۴ تشکلهای تعاونی تحت پوشش وزارت تعاون سابق

در حال حاضر حدود ۲۵ گونه تشکل تعاونی و اتحادیه های مرتبط با آنها در بخش کشاورزی و براساس قوانین و مقررات وزارت تعاون سابق در حال فعالیت می باشند. تعداد این تشکل ها (ثبت شده) در سراسر کشور حدود ۳۱۸۸۸ مورد می باشد که جمع اعضای آنها نیز حدود ۴۶۹۵۱۵ نفر است (جدول ۴-۳). همان گونه که در مقدمه ذکر شد، برخی از این تشکل ها در حال حاضر فعال بوده و مابقی غیر فعال گزارش شده اند (جدول ۴-۴). همان گونه که در جدول (۴-۴) دیده می شود، تعداد تشکل های فعال حدود نصف تشکل های ثبت شده می باشد.

جدول ۴-۳- تعداد تشکل های تعاونی ثبت شده بخش کشاورزی و اعضای آنها

(تحت پوشش وزارت تعاون سابق)^۱

ردیف	عنوان تشکل	تعداد	مجموع اعضا (تعداد)
۱	اتحادیه مرتعداری و جنگلداری	۶	۱۰۸

۱- داده های این جدول و جدول (۴-۴) مربوط به سیستم بانک اطلاعات اختصاصی وزارت تعاون (amar-) <http://amar->

icm.org می باشد.

ردیف	عنوان تشکل	تعداد	مجموع اعضا (تعداد)
۲	اتحادیه پرورش گل و گیاه	۱۴	۳۰۴
۳	اتحادیه دامپروری و دامداری	۴۲	۱۱۸۸
۴	اتحادیه زراعت و باغداری	۲۹	۳۶۲
۵	اتحادیه زنبورداری	۸	۶۷
۶	اتحادیه صیادی و پرورش ماهی و میگو	۲۲	۶۵۲
۷	اتحادیه مرغداری و پرورش طیور	۴۲	۶۱۱
۸	تعاونی باغداری	۱۶۰۴	۳۱۶۵۰
۹	تعاونی پرورش طیور	۴۳۹	۳۴۷۰
۱۰	تعاونی پرورش کرم ابریشم	۲۲۵	۱۸۲۴
۱۱	پرورش گل و گیاه	۱۹۹۷	۱۷۱۲۵
۱۲	پرورش و تکثیر ماهی	۱۰۷۱	۶۲۲۲۶
۱۳	پرورش و تکثیر میگو	۴۶۲	۵۱۰۴
۱۴	جنگلداری	۵۵۱	۱۳۷۵۷
۱۵	جوجه کشی	۵۹	۵۳۱
۱۶	چند منظوره	۳۳۰	۱۶۴۱۳
۱۷	دامپروری	۵۳۱۲	۶۹۳۵۰
۱۸	دامداری	۶۵۰۲	۶۰۵۷۶
۱۹	زراعت	۶۸۶۳	۹۶۹۶۴
۲۰	زنبورداری	۱۵۲۹	۱۲۰۹۱
۲۱	صیادی و شیلات	۶۶۷	۲۴۴۸۳
۲۲	مرتعداری	۵۲۸	۱۹۶۵۱
۲۳	مرغ تخمگذار	۳۹۳	۳۷۲۰
۲۴	مرغ گوشتی	۳۱۳۳	۲۶۵۳۱
۲۵	مرغ مادر و اجداد	۶۰	۷۵۷
جمع		۳۱۸۸۸	۴۶۹۵۱۵

منبع: بانک اطلاعات وزارت تعاون

جدول ۴-۴- تعداد تشکلهای تعاونی فعال بخش کشاورزی و اعضای آنها

(تحت پوشش وزارت تعاون سابق)

ردیف	عنوان تشکل	تعداد	مجموع اعضا (تعداد)
۱	اتحادیه مرتعداری و جنگلداری	۴	۹۴
۲	اتحادیه پرورش گل و گیاه	۶	۲۲۰
۳	اتحادیه دامپروری و دامداری	۳۲	۱۱۰۷
۴	اتحادیه زراعت و باغداری	۱۵	۲۳۴
۵	اتحادیه زنبورداری	۴	۳۱
۶	اتحادیه صیادی و پرورش ماهی و میگو	۱۵	۵۴۹
۷	اتحادیه مرغداری و پرورش طیور	۲۷	۴۲۵
۸	تعاونی باغداری	۶۸۴	۱۴۸۲۳
۹	تعاونی پرورش طیور	۱۰۵	۹۵۴
۱۰	تعاونی پرورش کرم ابریشم	۱۵	۱۰۷
۱۱	تعاونی پرورش گل و گیاه	۷۶۹	۶۷۳۳
۱۲	تعاونی پرورش و تکثیر ماهی	۵۰۴	۵۶۹۳
۱۳	تعاونی پرورش و تکثیر میگو	۲۲۰	۲۴۶۴
۱۴	تعاونی جنگلداری	۳۹۳	۱۰۵۷۰
۱۵	تعاونی جوجه کشی	۳۱	۲۸۰
۱۶	تعاونی چند منظوره	۱۲۰	۱۰۷۰۶
۱۷	تعاونی دامپروری	۲۱۴۲	۲۱۶۹۰
۱۸	تعاونی دامداری	۳۰۲۸	۲۴۹۲۹
۱۹	تعاونی زراعت	۳۳۹۵	۴۷۹۸۱
۲۰	تعاونی زنبورداری	۸۰۴	۶۵۳۰
۲۱	تعاونی صیادی و شیلالت	۳۴۵	۱۹۴۱۹
۲۲	تعاونی مرتعداری	۳۵۳	۱۲۸۷۸
۲۳	تعاونی مرغ تخمگذار	۲۰۱	۱۹۲۳
۲۴	تعاونی مرغ گوشتی	۱۶۷۵	۱۵۱۷۲
۲۵	تعاونی مرغ مادر و اجداد	۳۶	۵۷۵
جمع		۱۴۹۲۳	۲۰۶۰۸۷

منبع: بانک اطلاعات وزارت تعاون

۴-۲- تشکلهای بازرگانی و صادراتی

این سازمانها (تشکلهای) نوعاً تحت پوشش قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران بوده و مهمترین آنها بشرح جدول (۴-۵) می باشند.

جدول ۴-۵- تشکلهای عمده بازرگانی و صادراتی مرتبط با بخش کشاورزی

ردیف	گروه فعالیتی	نام تشکل
۱	کشاورزی، میوه، گل و گیاهان دارویی، خشکبار و محصولات دریایی	۱- اتحادیه تولیدکنندگان، صادرکنندگان و وارد کنندگان میوه و تره بار، سبزی و صیفی، گل و گیاه و نهال ایران ۲- اتحادیه صادرکنندگان گیاهان دارویی و فرآورده های غذایی ایران (صمغ، دانه، ریشه، زعفران) ۳- انجمن توسعه و ترویج محصولات کشاورزی ارگانیک ایران ۴- اتحادیه صادرکنندگان زعفران ایران ۵- اتحادیه بازرگانان و توزیع کنندگان چای کشور ۶- اتحادیه صادرکنندگان خشکبار ایران ۷- انجمن پسته ایران ۸- انجمن خرماي ایران ۹- اتحادیه صادرکنندگان آبریان ایران
۲	صنایع غذایی (انواع آب معدنی و نوشابه، لبنیات، آبمیوه و کنسانتره آنها، روغن نباتی، صنایع گوشتی، کنسرو و کمپوت، بیسکویت و شیرینی جات)	۱- انجمن تولیدکنندگان آب معدنی ایران ۲- انجمن صنفی صنایع لبنی ایران ۳- اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان روغن نباتی ایران ۴- انجمن صنایع فرآورده های گوشتی ایران ۵- انجمن صنفی صنایع کنسرو ایران ۶- شرکت تعاونی تولیدکنندگان صنعتی بیسکویت، شیرینی و شکلات ۷- انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران ۸- اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات و مواد اولیه بیسکویت، شیرینی و شکلات ۹- سندیکای تولیدکنندگان خمیر مایه ایران

ردیف	گروه فعالیتی	نام تشکل
۳	صنایع نساجی، پوشاک و چرم و کفش	۱- اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع نساجی و پوشاک
		۲- انجمن صنایع نساجی ایران
		۳- اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان سالامبور و چرم ایران
		۴- اتحادیه صادرکنندگان روده ایران
		۵- انجمن صنفی کارفرمایان صنایع چرم ایران
		۶- جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران
۴	صنایع دستی و فرش دستباف	۱- اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش ایران
		۲- اتحادیه سراسری تعاونی های تولیدکنندگان فرش دستباف ایران
		۳- اتحادیه مرکزی اتحادیه های استانی فرش دستباف روستایی ایران

۴-۳- تشکلهای تحت پوشش وزارت علوم و تحقیقات و فن آوری

این تشکلهای عمده‌تأ ماهیت علمی داشته و مهمترین آنها به شرح جدول (۴-۶) می‌باشند:

جدول ۴-۶- انجمن های ثبت شده مرتبط با بخش کشاورزی

(تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری)

نام تشکل	نام تشکل
۷- انجمن علمی ترویج و آموزش کشاورزی ایران	۱- انجمن متخصصان علوم صنایع غذایی ایران
۸- انجمن علوم باغبانی ایران	۲- انجمن آبخیزداری ایران
۹- انجمن علوم خاک ایران	۳- انجمن اقتصاد کشاورزی ایران
۱۰- انجمن علوم زراعت و اصلاح نباتات ایران	۴- انجمن بیماری های گیاهی ایران
۱۱- انجمن مرتع داری ایران	۵- انجمن علمی حشره شناسی ایران
۱۲- انجمن هلشتاین ایران	۶- انجمن علمی علف های هرز ایران

۴-۴- تشکلهای تحت پوشش قوانین و مقررات وزارت کار و امور اجتماعی

سابق

همانگونه که اشاره شد، برخی از تشکلهای سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی براساس قوانین و مقررات وزارت کار و امور اجتماعی سابق (قانون کار) شکل گرفتهاند. این تشکلهای عمدتاً از نوع انجمنهای صنفی هستند که اسامی مهمترین آنها (مرتبط با بخش کشاورزی) در جدول (۷-۴) آورده شده است. مهمترین وظایف و کارکردهای پیشبینی شده (وظایف و اختیارات) برای این تشکلهای بشرح زیر است:

۱- کوشش در جهت استیفای حقوق صنفی و خواستههای مشروع و قانونی اعضا.
۲- جمعآوری اطلاعات، بررسی و تحقیق درباره مشکلات، شناخت نیازها و اولویتهای آنها.

۳- برنامه‌ریزی برای تامین نیازها، توسعه و گسترش فعالیتها.

۴- کوشش در ارتقای ظرفیت تولید، انتقال و نوآوری تکنولوژیک.

۵- سعی در بهبود و کیفیت تولید یا بررسی، شناخت و استقرار روشهای نوین کنترل کیفیت.

۶- کوشش در جهت هماهنگی در آموزش و تامین نیروی انسانی مورد نیاز، همکاری با وزارت کار و امور اجتماعی و سایر دستگاهها و نهادهای ذیربط برای انجام آموزشهای مربوط به حفاظت فنی و بهداشت کار.

۷- همکاری در جهت تاسیس و تقویت شرکتهای تعاونی مرتبط با وظایف انجمن.

۸- عضویت و ایجاد ارتباط با تشکلهای سازمانهای مرتبط با وظایف انجمنهای صنفی در داخل یا خارج از کشور در چارچوب فعالیتهای صنفی و قوانین و مقررات کشور.

۹- جمع آوری حق عضویت و کمکهای داوطلبانه به ترتیبی که در اساسنامه مقرر می شود.

۱۰- همکاری با انجمن های صنفی کارگری یا کانون های استانی و دیگر انجمن های صنفی کارفرمایی و سایر تشکلهای کارفرمایی.

۱۱- ارایه نظر مشورتی و حقوقی درخصوص تهیه لوایح و طرح های مربوط به قوانین کار و تامین اجتماعی و مسائل رفاهی و حقوق قانونی کارفرمایان به مراجع ذی ربط

جدول ۴-۷- تشکلهای (انجمن های) عمده صنفی مرتبط با بخش کشاورزی

ردیف	نام تشکل	سال تاسیس
۱	انجمن جوجه یکروزه ایران	۱۳۷۳
۲	انجمن صنفی تولیدکنندگان خوراک، دارو، مکمل دام، طیور و آبزیان	۱۳۸۱
۳	انجمن صنایع گلرکز و نشاسته و مشتقات ایران	۱۳۷۶
۴	انجمن صنفی آردسازان ایران	۱۳۷۳
۵	انجمن صنفی تولیدکنندگان قارچ خوراکی	۱۳۷۳
۶	انجمن صنفی تولیدکنندگان میگوی ایران	۱۳۷۵
۷	انجمن صنفی تولیدکنندگان نهال ایران	۱۳۷۸
۸	انجمن صنفی تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران	-
۹	انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم آبیاری بارانی	۱۳۸۰
۱۰	انجمن صنفی سراسری صنایع آرد ایران	۱۳۷۲
۱۱	انجمن صنفی صنایع بیسکویت و شکلات ایران	۱۳۷۶
۱۲	انجمن صنفی صنایع چوب ایران	۱۳۷۸
۱۳	انجمن صنفی صنایع روغن نباتی ایران	۱۳۷۶
۱۴	انجمن صنفی صنایع فرآورده های گوشتی ایران	۱۳۷۳
۱۵	انجمن صنفی صنایع قند و شکر ایران	۱۳۴۲
۱۶	انجمن صنفی کارخانجات کنسرو ایران	-
۱۷	انجمن صنفی صنایع کنستانتیره و آبمیوه ایران	۱۳۷۷
۱۸	انجمن صنفی صنایع ماکارونی ایران	۱۳۷۷
۱۹	انجمن صنفی کارخانجات صنایع روغن کشی ایران	۱۳۸۰

ردیف	نام تشکل	سال تاسیس
۲۰	انجمن صنفی فرآوردههای لبنی ایران	۱۳۷۵
۲۱	انجمن صنفی کشتارگاههای صنعتی طیور ایران	۱۳۷۷
۲۲	انجمن صنفی کشتارگاههای صنعتی طیور استان اصفهان	۱۳۷۴
۲۳	انجمن کارفرمایی تولیدکنندگان اردک ایران	۱۳۷۵
۲۴	انجمن مدیران مزارع و باغات شهرستان مشهد	۱۳۷۵
۲۵	انجمنهای صنفی کارفرمایی کارخانجات آرد استانها	۱۳۷۹
۲۶	سندیکای کارخانجات چای کشور	۱۳۴۱
۲۷	کانون انجمنهای صنفی صنایع آرد ایران	۱۳۷۸
۲۸	انجمن تولیدکنندگان ماشینآلات کشاورزی و قطعات یدکی استان آذربایجان شرقی	۱۳۸۱
۲۹	انجمن تولید و سازندگان ادوات و قطعات ماشینهای کشاورزی اصفهان (سامک)	۱۳۷۸

۴-۵- تشکلهای تحت پوشش قوانین و مقررات وزارت کشور

در ایران و در متون قانونی موجود، تعریف مشخصی برای سازمان غیردولتی ارائه نشده است. برای نخستین بار پس از انقلاب اسلامی، هیات وزیران دولت موقت، در جلسه مورخ ۱۳۵۸/۶/۳ خود صدور پروانه برای انجمنهای علمی و موسسات غیرانتفاعی و مجامع غیر سیاسی را با رعایت تشریفات و مقررات مربوط به ثبت تشکیلات و موسسات غیر تجاری به شهربانی جمهوری اسلامی محول نموده و مقرر گردید که در هر مورد حسب ماهیت موسسه‌ای که تقاضای صدور پروانه می‌نماید، بایستی موافقت سازمان دولتی که حق نظارت بر کار موسسه را دارد، قبلاً جلب و به شهربانی ارائه گردد.

تصویب قوانین و مقررات مختلف در مقاطع زمانی بعد موجب شد که عملاً مصوبه فوق قابلیت و کارآمدی خود را از دست بدهد. با توجه به این که شورای عالی اداری حدود ده سال بعد از تاریخ مذکور در مصوبه مورخه ۱۳۷۸/۱۲/۱۱ خود نحوه صدور مجوز تشکلهای غیردولتی را به تصویب رساند و هدف آن را زمینه‌سازی

توسعه اجتماعی و تقویت نهادهای مدنی در زمینه فعالیت‌های عام‌المنفعه و استفاده بهینه از ظرفیت‌های بالقوه جامعه اعلام نمود.

به موجب این مصوبه، تشکل‌های غیردولتی، تشکیلات و موسسات مردمی هستند که بصورت داوطلبانه و برای مقاصد غیر سیاسی و غیر انتفاعی در چارچوب بند الف ماده ۲ آیین‌نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و موسسات غیر تجاری مصوب ۱۳۲۷ و با ملاحظه اصول و ضوابط زیر ایجاد می‌شود:

- عدم مشارکت در فعالیت‌های تجاری و صنفی انتفاعی به منظور تقسیم منافع آن بین اعضا

- عدم فعالیت سیاسی به نام شخصیت حقوقی انجمن

صدور مجوز تاسیس تشکل‌های غیردولتی موضوع بند یک در امر تخصصی با رعایت قوانین با مقررات موضوعه حسب مورد برعهده دستگاه‌های ذی‌ربط محول شده است. در چهارچوب این مصوبه صدور مجوز تاسیس انجمن‌های صنفی موضوع ماده ۱۳۱ قانون کار (اعم از کارگری و کارفرمایی) کما فی‌السابق به عهده وزارت کار و امور اجتماعی می‌باشد ولی در سایر موارد مقرر گردیده دستگاه‌های ذی‌ربط در امور تخصصی توسط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تعیین شده و به اداره ثبت شرکت‌ها اعلام شود. ضمناً انجمن‌هایی که در چند مورد تخصصی فعالیت می‌نمایند می‌بایست حسب مورد از دستگاه‌های ذی‌ربط مجوز لازم را اخذ نمایند.

براساس این مصوبه، تایید صلاحیت عمومی متقاضیان تاسیس موضوع بند ۵ ماده ۶ آیین‌نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و موسسات غیر تجاری با وزارت کشور (استانداری‌ها) خواهد بود و کلیه وزارتخانه‌های موضوع بند ۲ مصوبه موظفند قبل از صدور مجوز، نظر وزارت کشور (استانداری‌ها) را در خصوص صلاحیت متقاضیان تاسیس کسب نمایند.

نحوه بررسی و تایید صلاحیت تاسیس انجمن‌های علمی، ادبی، هنری موضوع مصوبه دویست و شصت و دومین جلسه مورخ ۱۳۷۰/۸/۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی براساس آیین‌نامه مربوطه خواهد بود. البته بایستی یادآوری نمود که هنوز در خصوص مرجع ثبت و صدور مجوز برای این تشکلهای وحدت نظر وجود نداشته و بر مبنای رأی صادره از سوی دیوان عدالت اداری براساس قانون تجارت و آیین‌نامه اصلاحی ثبت تشکلهای غیرانتفاعی مرجع صدور مجوز و ثبت کلیه تشکلهای غیرانتفاعی وزارت دادگستری است و دستگاه‌های اجرایی و وزارتخانه‌ها در این خصوص صلاحیت ندارند.

۴-۶- تشکلهای تحت پوشش سایر قوانین و مقررات (خاص)

برخی از تشکلهای سازمان‌های غیردولتی مرتبط با بخش کشاورزی و روستایی براساس برخی از قوانین مانند قانون تجارت، آیین‌نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و موسسات غیر تجاری و نیز مصوبات خاص مجلس شورای اسلامی بوجود آمده‌اند که برخی از آنها در جدول (۴-۸) معرفی شده‌اند.

جدول ۴-۸- نمونه تشکلهای سازمانهای غیردولتی مشمول قوانین خاص

ردیف	نام تشکل	سال تاسیس	توضیح
۱	موسسه توسعه روستایی ایران (اولین موسسه غیردولتی در زمینه توسعه روستایی)	۱۳۷۳	دارای اساسنامه بوده و در اداره کل ثبت شرکتها ثبت شده است. مجوزهای لازم برای فعالیتهای مختلف از وزارتخانههای فرهنگ و ارشاد اسلامی، جهاد کشاورزی، نیرو، سازمان حفاظت محیط زیست و نیز هیئت دولت را اخذ نموده است.
۲	سازمان نظام دامپزشکی کشور	۱۳۷۶	این سازمان به موجب قانون مصوبه آبان ماه ۱۳۷۶ مجلس شورای اسلامی تاسیس گردیده و در تمام استانهای کشور دارای نمایندگی است. این سازمان در حال حاضر حدود ۲۲ هزار نفر عضو در سراسر کشور دارد.
۳	سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی ایران	۱۳۸۱	سازمان نظام مهندسی کشاورزی منابع طبیعی دارای ۱۳۳ هزار عضو است. همچنین در حال حاضر حدود ۲۶۵۰ شرکت ثبت شده در سازمان نظام مهندسی کشاورزی وجود دارد که ۱۸ هزار کارشناس در این زمینه کار می کنند.
۴	صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی	۱۳۸۱	براساس یک سیر تحول قانونی شکل گرفته اند و آخرین قوانین مرتبط با آنها مربوط به قانون تشکیل وزارت جهاد کشاورزی است.
۵	شرکتهای خدمات مشاوره فنی و مهندسی کشاورزی	۱۳۸۷	با حمایت و سازماندهی سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی تشکیل شده اند.

از میان موارد فوق، به صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی و شرکتهای خدمات مشاوره کشاورزی به دلیل ارتباط آنها با موضوع این تحقیق اشاره می شود.

صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی

براساس ماده ۱۲ قانون تشکیل وزارت جهاد کشاورزی، این وزارت موظف شده است تا نسبت به تشکیل «صندوقهای حمایت از توسعه بخش کشاورزی» با مشارکت

تولیدکنندگان اقدام نمایند. براساس مصوبات (هیئت وزیران در سال ۱۳۸۱)، این صندوق‌ها غیردولتی بوده و میزان مشارکت دولت در آنها حداکثر ۴۹ درصد می‌باشد. این صندوق‌ها به سه شکل اصلی زیر تشکیل شده‌اند:

- تخصصی
- محصولی
- منطقه‌ای

سرمایه اولیه این صندوق‌ها از محل فروش اموال مازاد وزارت مزبور و کمک‌های مستقیم دولت تامین شده است. این صندوق‌ها در واقع یکی از شکل‌های مهم در بخش کشاورزی می‌باشند که به دلیل ماهیت کار، پشتوانه‌های قانونی و زمینه‌های اجرایی می‌توانند نقش موثری در توسعه کسب‌وکار بخش کشاورزی داشته باشند.

این صندوق‌ها دارای سه ویژگی عمده هستند:

- بیش از ۵۱ درصد سهام متعلق به تولیدکنندگان است.
- ماهیت آنها بصورت شرکت سهامی است.
- مطابق با قانون تجارت اداره می‌شوند.

همان‌گونه که در فصل هفتم (ارائه الگوهای پیشنهادی) اشاره خواهد شد، ویژگی‌های مزبور زمینه مساعدی برای استفاده از این صندوق‌ها در تحقق اهداف نهایی این تحقیق بشمار می‌روند.

وظایف و اختیارات صندوق در چارچوب وظایف وزارت جهاد کشاورزی با رعایت قوانین و مقررات مربوط در جهت تحقق هدف آن به شرح زیر تعیین شده است:

- ۱- تقویت حجم و کیفیت سرمایه‌گذاری در فعالیتهای مرتبط با بخش کشاورزی
- ۲- اعطای تسهیلات و کمک به صندوق‌های تخصصی، محصولی یا منطقه‌ای مرتبط با فعالیتهای بخش کشاورزی و نظارت بر چگونگی استفاده از آنها.

۳- حمایت از تولیدکنندگان و فعالان بخش کشاورزی در مواجهه با موقعیتهای بحرانی.

۴- کمک به تولیدکنندگان برای افزایش ظرفیتهای صادرات محصولات کشاورزی و نظارت بر چگونگی استفاده از آنها.

۵- دریافت اعتبار و کمکهای مالی از دولت، بانکها و سایر موسسات مالی داخلی و خارجی.

در حال حاضر، یک شرکت مادر تخصصی وابسته به وزارت جهاد کشاورزی، مدیریت این صندوقها در کل کشور را برعهده دارد. به لحاظ گسترش و استقرار، در حال حاضر شبکه‌ای از صندوقهای استانی و چهار صندوق ملی تحت عناوین زیر در حال فعالیت می‌باشند:

- صندوق حمایت از توسعه کشاورزی عشایر کشور
- صندوق حمایت از توسعه فراآورهای لبنی
- صندوق حمایت از توسعه صنعت طیور کشور
- صندوق حمایت از توسعه صنعت دامپروری و محصولات دامی

شرکتهای خدمات مشاوره کشاورزی

شرکتهای خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در راستای اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی مبنی بر واگذاری فعالیت‌های تصدی‌گری به بخش غیردولتی، پس از ابلاغ برنامه عملیاتی استقرار شبکه خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی کشاورزی از سوی وزیر جهاد کشاورزی (ابلاغیه شماره ۰۲۰/۲۹۲۹۱ مورخ ۱۳۸۷/۸/۲۲)، با زمینه‌سازی سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی و هماهنگی سایر مراجع ذی‌ربط) تاسیس شده‌اند. اعضای این شرکت‌ها عمدتاً دانش‌آموختگان بخش کشاورزی می‌باشند.

در حال حاضر تعداد شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی ثبت شده در کل کشور بالغ بر ۲۶۱۵ مورد است که از این تعداد ۲۱۳۰ شرکت فعال می‌باشند. تعداد کل اعضای شرکت فعال ۱۷۷۱۴ نفر است (جدول ۴-۹). بدین ترتیب میانگین تعداد اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای در کل کشور ۸ نفر محاسبه می‌گردد. که استان‌های خوزستان، خراسان جنوبی و آذربایجان غربی و مازندران به ترتیب با میانگین ۱۵، ۱۳ و ۱۲ نفر دارای بیشترین تعداد اعضا و استان‌های مرکزی، قم و تهران به ترتیب با میانگین ۴ نفر کمترین تعداد اعضا را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۴-۹- وضعیت استقرار شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی

تا پایان آبان ماه ۱۳۸۸

ردیف	استان	تعداد شرکت		تعداد اعضای شرکت‌های فعال
		ثبت شده	فعال	
۱	آذربایجان شرقی	۸۸	۸۸	۷۱۷
۲	آذربایجان غربی	۲۹۸	۱۳۵	۱۶۱۲
۳	اردبیل	۹۹	۷۵	۵۳۵
۴	اصفهان	۱۲۰	۱۲۰	۹۰۷
۵	ایلام	۷۱	۷۱	۵۶۰
۶	بوشهر	۲۳	۱۹	۸۹
۷	تهران	۱۸۷	۱۸۷	۸۳۷
۸	منطقه جیرفت و کهنوج	۴۶	۴۶	۳۱۷
۹	چهارمحال و بختیاری	۱۲۶	۳۹	۲۷۴
۱۰	خراسان جنوبی	۱۹	۱۹	۲۴۴
۱۱	خراسان رضوی	۷۶	۷۶	۶۵۷
۱۲	خراسان شمالی	۳۳	۳۳	۱۶۸
۱۳	خوزستان	۱۲۷	۱۲۲	۱۷۷۰
۱۴	زنجان	۴۲	۴۳	۲۵۰
۱۵	سمنان	۲۹	۲۶	۲۱۳

ردیف	استان	تعداد شرکت		تعداد اعضای شرکتهای فعال
		ثابت شده	فعال	
۱۶	سیستان و بلوچستان	۴۰	۲۰	۲۰۱
۱۷	فارس	۱۲۵	۱۱۱	۱۱۶۵
۱۸	قزوین	۶۷	۲۳	۱۱۳
۱۹	قم	۷۱	۷۱	۳۰۹
۲۰	کردستان	۵۵	۴۹	۳۱۹
۲۱	کرمان	۱۰۵	۱۰۵	۷۴۲
۲۲	کرمانشاه	۱۲۸	۱۱۲	۱۱۲۹
۲۳	کهگیلویه و بویراحمد	۴۵	۴۵	۳۷۴
۲۴	گلستان	۴۴	۴۴	۴۰۳
۲۵	گیلان	۱۳۹	۷۲	۵۷۴
۲۶	لرستان	۱۳۸	۱۳۷	۱۳۰۷
۲۷	مازندران	۱۰۴	۹۹	۱۱۸۲
۲۸	مرکزی	۵۳	۳۴	۱۳۸
۲۹	هرمزگان	۵۵	۴۹	۲۳۶
۳۰	همدان	۴۰	۴۰	۲۱۵
۳۱	یزد	۲۲	۲۰	۱۵۷
جمع کل		۲۶۱۵	۲۱۳۰	۱۷۷۱۴

منبع: دفتر تجهیز و پشتیبانی شبکه ترویج، وزارت جهاد کشاورزی

شرکتهای خدمات مشاورهای، فنی و مهندسی دارای کارشناسانی در رشتههای مختلف کشاورزی هستند. رشتههای زراعت با ۶۱۷۸ نفر (۳۴/۸۸ درصد اعضا) امور دام با ۲۶۷۰ نفر (۱۵/۰۷ درصد) مجموع سایر رشتههای کشاورزی با ۲۰۹۳ نفر (۱۱/۸۲ درصد) باغبانی با ۲۰۵۲ نفر (۱۱/۵۸ درصد) و گیاه پزشکی با ۱۴۵۰ نفر (۸/۱۹ درصد) عمدهترین رشتههای تحصیلی اعضای شرکتهای خدمات مشاورهای را تشکیل می دهد و رشتههای ترویج و آموزش کشاورزی با ۷۹۰ نفر و (۴/۴۶ درصد) جنگل و مرتع با

۷۲۷ نفر (۴/۱۰ درصد) مکانیزاسیون با ۵۷۹ نفر (۳/۲۶ درصد) و شیلات با ۳۱۷ نفر (۱/۷۹ درصد) در اولویت بعدی قرار دارند. سایر رشته‌های تحصیلی نیز با ۸۵۸ نفر (۴/۸۴ درصد) را به خود اختصاص داده است.

۴-۷- مبانی قانونی و مراجع ذی‌ربط در امور تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی

در طول سالیان متمادی به منظور رسمیت بخشیدن به فعالیت تشکلهای و نیز قاعده‌مند ساختن کلیه امور مربوط به تأسیس، اداره، سیاست‌گذاری، انجام مراحل ثبت، هدایت و نظارت بر فعالیت تشکلهای غیردولتی، مجموعه قوانین، مقررات و مصوبات مختلفی توسط مراجع ذی‌ربط به تصویب رسیده است که در حال حاضر متقاضیان می‌توانند در چارچوب یک یا چند مورد از آنها اقدام به ایجاد تشکل و فعالیت در قالب آن نمایند. مجموعه مبانی قانونی و مراجع ذی‌ربط در امور تشکلهای غیردولتی بشرح زیر می‌باشند:

- ۱- قانون تجارت و آیین‌نامه اصلاحی ثبت تشکیلات و موسسات غیر تجاری
- ۲- قانون کار
- ۳- قانون نظام صنفی
- ۴- قانون احزاب، جمعیت‌ها و انجمن‌های سیاسی و صنفی، انجمن‌های اسلامی و اقلیت‌های دینی شناخته شده
- ۵- قانون تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
- ۶- قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران
- ۷- مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در خصوص نحوه تشکیل و تأسیس انجمن‌های علمی، ادبی و هنری

۸- مصوبه شورای عالی اداری در خصوص حمایت از تشکلهای صنعتی در زمینه های تخصصی، علمی و تحقیقاتی

۹- مصوبه شورای عالی اداری در خصوص نحوه صدور مجوز تاسیس تشکلهای غیردولتی

۱۰- سایر قوانین و مقررات:

- قانون تاسیس نظام دامپزشکی جمهوری اسلامی ایران
- قانون تاسیس سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی جمهوری اسلامی ایران
- قانون انتقال کلیه وظایف مربوط به تاسیس، اداره، سیاست گذاری، انجام مراحل ثبت، هدایت و نظارت بر تعاونی ها و اتحادیه های فرش دستباف روستایی به وزارت جهاد سازندگی سابق
- اساسنامه سازمان مرکزی تعاون روستایی و اهداف و وظایف مصوب آن سازمان
- قانون تعاونی کردن تولید مصوب ۱۳۴۹ و تشکیل تعاونی های تولید روستایی
- اساسنامه سازمان امور عشایر ایران و اهداف و وظایف مصوب آن سازمان
- توافقنامه همکاری مشترک فی مابین وزارت جهاد سازندگی سابق و وزارت تعاون در خصوص زمینه یابی و صدور مجوز تعاونی های آبخیزداری توسط وزارت جهاد سازندگی سابق
- قانون تشکیل وزارت جهاد کشاورزی

در این میان، علاوه بر تشکلهای ذکر شده، قوانین مربوط به تشکلهای غیرانتفاعی نیز قابل توجه است. براساس این قانون، اشخاص حقوقی غیرانتفاعی اشخاصی هستند که هدفشان سودجویی و جلب منافع مادی اعضا نباشد. این بدان معنی نیست که فعالیت های این افراد جنبه مادی ندارد بلکه سود مستقیم در درجه دوم اهمیت قرار دارد. به موجب ماده ۵۸۴ قانون تجارت، تشکیلات و موسسات با مقاصد

غیرتجاری از تاریخ ثبت در دفتر مخصوص معین شده از سوی وزارت دادگستری، شخصیت حقوقی پیدا می‌کنند. به این ترتیب، در حال حاضر این موسسات با ثبت در ادارات ثبت شرکتها و طی مراحل قانونی دارای شخصیت حقوقی می‌شوند. لازم به توضیح است موسسات غیرتجاری را می‌توان به دو دسته کلی طبقه‌بندی نمود:

- ۱- انجمن‌ها: که نوعاً به دنبال دفاع از اهداف و مقاصد اخلاقی و معنوی (ادبی، هنری، فرهنگی، علمی، ورزشی و نظایر آن) هستند.
- ۲- سندیکاها و اتحادیه‌ها: که عمدتاً به دنبال دفاع از منافع صنفی و حرفه‌ای اعضای خود هستند.

۴-۸- جمع‌بندی

مجموعه تشکلهای، سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران طیف نا همگنی از موجودیت‌های نهادی هستند که بویژه از ابعاد پشتیبان قانونی، ماهیت کار، میزان فراگیری (یعنی چند درصد از اعضای بالقوه خود را نمایندگی می‌کنند)، کارکردهای اقتصادی و حضور در سطوح تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی با یکدیگر متفاوت‌اند. با این حال در یک نگرش کلی می‌توان آنها را در قالب ۴ گروه عمده طبقه‌بندی نمود. این گروه‌های عمده شامل انجمن‌های صنفی، تعاونی‌ها، انجمن‌های حرفه‌ای و علمی و شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای می‌باشند. البته مجموعه‌های مرتبطی مانند اتحادیه‌ها (مانند اتحادیه‌های تعاونی‌ها در سطوح استانی و ملی و شهرستانی) نیز وجود دارند که نمی‌توان آنها را نهادهایی کاملاً مجزا در نظر گرفت. البته گروه‌های اصلی مذکور، طیف وسیعی از شرکت‌ها، تعاونی‌ها، اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و موسسات را تشکیل می‌دهند که کارکردهای آنها براساس شرح وظایف یا اساسنامه و نیز حوزه اختیارات قانونی آنها قابل توصیف و تبیین است. علاوه بر اینها، نوع جدیدی از

تشکلهای اقتصادی نیز در سالهای اخیر شکل گرفته است که بویژه می توان به صندوقهای حمایت از توسعه بخش کشاورزی اشاره نمود. اگرچه این صندوقها هنوز جایگاه و نقش مناسبی را در جامعه بهره برداران و بخش کشاورزی کشور پیدا نکرده اند (بویژه از نظر تماس با جامعه کشاورزان و میزان فراگیری) اما به نظر می رسد که در حال حاضر و از میان سازمانهای موجود، بیشترین ظرفیت را برای ایفای نقش یک تشکل اقتصادی فراگیر در بخش کشاورزی را دارند. برخی از مهمترین نکات مرتبط با این فصل را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- تعدد و تنوع زیادی در نوع سازمانها و تشکلهای بخش کشاورزی دیده می شود که موجب می شود ایجاد یک هویت یکسان برای آنها (مانند یک هویت کسب و کاری، بنگاهی، اجتماعی یا غیره) تا حدی دشوار باشد. این بدان معنی است که چنانچه ایجاد هویت مشترک برای بنگاهها (واحدهای منفرد عملیاتی اعم از تولیدکنندگان یا ارائه دهندگان خدمات و بازرگانان) در بخش کشاورزی را یک اصل بدانیم، الگوی پیشنهادی حداقل دو گزینه بازآفرینی و یا بهبود را پیش روی خواهد داشت.
- در حال حاضر، یک سازماندهی یا انسجام (هم به لحاظ نظری و هم بصورت عملی) در زمینه تشکلهای بخش کشاورزی وجود ندارد و ساختارهای موجود نمی توانند به عنوان مبنای ایجاد یک نظام جامع کسب و کاری در بخش قرار گیرند.
- قوانین و مقرراتی که به عنوان مرجع تشکیل یا تاسیس این تشکلهای هستند بسیار متنوع می باشد. تنوع خاستگاه قانونی موجب شده است تا سازمانها و دستگاههای ناظر بر این نهادها نیز مختلف بوده و این امر می تواند یک آسیب جدی در ایجاد ارتباط مسنجم و یا هماهنگی سیاستی و کارکردی این نهادها باشد.
- برخی از تشکلهای اخیر و براساس احساس نیاز در بخش بوجود آمده اند که می توانند به عنوان زمینه مناسبی برای ایجاد ساختارهای جدید در حوزه

اقتصاد کشاورزی (و توسعه کسب و کار و بازرگانی بخش) در نظر گرفته شوند. از مهمترین آنها می توان به صندوق های حمایت از توسعه بخش کشاورزی اشاره نمود.

- با وجود موارد فوق، می توان دریافت که سازمان های متعدد غیردولتی بخش کشاورزی ایران، مجموعه ای از دست اندرکاران و ذی نفعان بخش کشاورزی را تحت پوشش دارند که در برخی زیربخش ها مانند دامپروری تا حد زیادی منسجم بوده و در برخی زیربخش ها مانند زراعت توسعه یافتگی کمتری دارند. با در نظر گرفتن میزان تجاری بودن و سرمایه پذیری زیربخش ها (و نیز میزان گردش مالی) می توان گفت که رابطه مستقیمی بین اندازه کسب و کارهای منفرد و تمایل به سازماندهی در واحدها وجود دارد. به وضوح می توان دید که تشکلهای تخصصی برای محصولات صادراتی یا دارای ارزش افزوده بالا، حضور ملموس تری در سازمان های غیردولتی و صنفی دارند.

- وجود مجموعه ای از شرکت های خدمات مشاوره ای (از سال ۱۳۸۶) می تواند زمینه مناسبی برای توسعه کسب و کار در این بخش باشد. این شرکت ها عموماً در مرحله تاسیس بوده و وابستگی آنها به دولت نسبتاً زیاد است و توسعه نیروی انسانی حرفه ای و تخصصی در آنها چندان ملموس نیست. با این حال امکان برنامه ریزی برای توسعه آنها در قالب شبکه های کسب و کار وجود داشته و در تحلیل وضعیت موجود به عنوان یک فرصت تلقی می شوند.

- همان گونه که اشاره شد، برخی از تشکلهای موجود (مانند سازمان مرکزی تعاون روستایی) دارای شبکه گسترده ای از زیرساختها و دارایی های سرمایه ای کشاورزی مانند سردخانه، انبار، ماشین آلات، ساختمان های اداری و تولیدی، صنایع تبدیلی و غیره می باشند که با کمک های مستقیم و غیر مستقیم دولت ایجاد شده اند. این زیرساختها تاکنون و توسط دستگاه دولتی برای انجام امور

تصدی گرانه بخش مانند توزیع نهاده ها و یا خریدهای تضمینی استفاده شده و می تواند به عنوان یک فرصت برای توسعه کسب و کار و بازرگانی بخش کشاورزی تلقی شود.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

فصل پنجم

بررسی
تطبیقی
اتاق‌های
بازرگانی

مقدمه

در محیط امروزی کسب‌وکار که مشخصات اصلی آن اتکای بسیار به نیروهای بازار و بنگاه‌های خصوصی است، نیاز فزاینده‌ای به مشارکت و حضور بخش خصوصی در اقتصاد ملی کشورها احساس می‌شود. بنابراین سازمان‌های کسب‌وکار به عنوان نمادها و نمایندگان بخش خصوصی با چالش پاسخگویی به نیازهای بنگاه‌های خصوصی از طریق تعامل و گفتگوی موثر با دولت‌ها و تلاش در جهت تحقق مسئولیت‌های دولت در زمینه پیشبرد کسب‌وکار و نیز پاسخگویی به تقاضای فزاینده جامعه کسب‌وکار به سرویس‌های مختلف مواجه هستند.

در این فصل ابتدا با مروری کوتاه بر اتاق بازرگانی ایران و اتاق تهران، وضعیت موجود آنها به لحاظ اهداف و قوانین بررسی می‌شود. سپس، ادامه فصل براتاق‌های بازرگانی به عنوان مهمترین اشکال سازمان‌های کسب‌وکار فرابخشی در سراسر جهان متمرکز بوده و هدف آن بررسی سیستم‌های مختلف اتاق‌های بازرگانی و تحلیل تطبیقی ساختار و وضعیت و فعالیت‌های آنها در کشورهای مختلف با تاکید بر کسب‌وکار بخش کشاورزی است. این مجموعه، می‌تواند زمینه لازم برای ترسیم وضعیت بهینه اتاق بازرگانی فعلی کشور را با توجه به بخش کشاورزی فراهم نماید. نتیجه‌گیری مرتبط با بررسی‌های تطبیقی در قسمت جمع‌بندی آورده شده است.

۵-۱- اتاق بازرگانی در ایران

پیشینه اتاق بازرگانی در ایران به سال ۱۳۰۵ باز می‌گردد که در آن زمان برای نخستین بار اتاق تجارت تهران در وزارت بازرگانی تشکیل شد. از آن زمان تا کنون هم ساختار و هم قوانین مرتبط با اتاق بازرگانی تغییراتی داشته‌اند که از آن جمله می‌توان به

شکل گیری تدریجی اتاق های شهرستان ها، تصویب قانون تشکیل اتاق بازرگانی، تشکیل اتاق صنایع و معادن در معادن درآبان ماه ۱۳۴۱ و تصویب قانون مربوطه در سال ۱۳۴۳ و ادغام مجدد اتاق ها و تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در سال ۱۳۴۸ و در نهایت تدوین و تصویب قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در سال ۱۳۶۹ و اصلاحیه بعدی آن در سال ۱۳۷۳ اشاره نمود. در حال حاضر، پیش نویس اصلاحیه قانون اتاق بازرگانی کشور نیز تهیه شده که مراحل تصویب آن به تدریج طی می شود. در فصل ششم به برخی از مشخصات و کارکردهای اتاق تهران به عنوان بزرگترین اتاق بازرگانی کشور اشاره می شود.

۵-۲- تعریف اتاق بازرگانی

اتاق های بازرگانی سازمان های عضویتی هستند که نماینده کسب و کارها محسوب شده و اعضای آنها افراد و بنگاه های دست اندرکار تجارت، صنعت و خدمات هستند. هدف عمومی آنها پشتیبانی و پیشرفت کسب و کار است. آنها هم سازمان های خدمات رسان و هم وکالتی (نماینده) هستند که از یکسو به اعضای خود خدمات و کمک ارائه کرده و از سوی دیگر با انجام مشاوره، بر عملکرد دولت ها در زمینه ایجاد فضای بهتر کسب و کار تاثیر می گذارند. تمام اتاق های بازرگانی ویژگی های مشترکی دارند. اول، آنها سازمان های غیرانتفاعی محسوب می شوند. دوم، آنها خودگردان هستند و این بدان معنی است که اعضا، سیاست های آن را تعیین می کنند. سوم اینکه اتاق ها براساس تقسیم بندی جغرافیایی عمل می کنند و بخش های اقتصادی مختلف را در یک ناحیه مشخص و تعریف شده نمایندگی می کنند. این سازمان ها در سطوح مختلفی مانند یک شهر، یک ناحیه (چند شهر یا یک منطقه)، یک کشور و یا بصورت بین المللی تشکیل می شوند. یکی از گونه های مهم اتاق بازرگانی، اتاق های دو جانبه هستند. اتاق بازرگانی

دو جانبه، سازمانی مرکب از افراد و شرکت‌هایی است که که منافع مشترکی در بازرگانی و تجارت بین دو کشور دارند. نقش این اتاق‌ها نمایندگی و سودآوری برای هر یک از کشورهای عضو است. این هدف از طریق توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری دو جانبه انجام می‌شود. مهمترین اهداف و کارکردهای اتاق‌های بازرگانی را می‌توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- ایجاد و تحکیم اقتصاد محلی و توسعه بازرگانی در سطح یک شهر یا ناحیه (تحت پوشش)
- پیشبرد اهداف یک گروه یا جامعه
- ایجاد فرصت‌های کاری از طریق ارتباط شبکه‌ای
- تدوین و تقویت قوانین و مقررات تجاری در محدوده تحت پوشش
- ارائه آمار و اطلاعات لازم به اعضا
- گفتگو و تعامل با دولت به نمایندگی از طرف کسب‌وکار
- در برخی شرایط اتاق‌های بازرگانی فعالیت‌های دیگری مانند رفع اختلافات بین بنگاه‌ها و افراد، تلاش در جهت توازن و بهبود ساعات کار، دستمزدها و قیمت‌ها و غیره را نیز انجام می‌دهند.

برای تعریف دقیق‌تر اتاق‌های بازرگانی می‌توان آنها را با دو سازمان مشابه یعنی انجمن‌های بازرگانی و سازمان‌های کارفرمایی مقایسه کرد. اتاق‌های بازرگانی فرابخشی هستند (چند بخش اقتصادی را نمایندگی می‌کنند) در حالی که انجمن‌های بازرگانی و صنایع اعضای همگن‌تر دارند و سازمان‌هایی بخشی تلقی می‌شوند. انجمن‌های کارفرمایی نیز مأموریتی محدود به امور کار (نیروی کار) و امور سیاست‌های اجتماعی مرتبط دارند. به عنوان سازمان‌هایی که نماینده اعضای خود هستند، اتاق‌های بازرگانی می‌بایست فعالیت‌های خود را براساس منافع اعضای خود تنظیم کنند. دامنه فعالیت‌های اتاق‌ها را می‌توان براساس نقش دوگانه آنها تعریف کرد. آنها بازتاب علائق و منافع و

دیدگاه‌های جامعه کسب و کار در مقابل یا تعامل با دولت بوده و همچنین خدماتی را به اعضا عرضه می‌کنند. علاوه بر این کارکردها، برخی اتاق‌های بازرگانی نقش‌هایی را می‌بایست به نمایندگی از طرف دولت (یا تعیین شده توسط دولت) را ایفا نمایند. از سوی دیگر، اتاق‌های بازرگانی سازمان‌های غیر انتفاعی هستند. این سازمان‌ها برای تداوم کار خود و نگهداری یا ایجاد زیرساخت‌های لازم برای انجام مامویت نیازمند منابع مالی می‌باشند که از روش‌های مختلفی تامین می‌شود. ارزش هر اتاق برای اعضای خود بستگی به ارزشمندی خدماتی دارد که به اعضای خود ارائه می‌کند و کیفیت خدمات نیز به پشتوانه مالی آن بستگی دارد. بطور معمول اتاق‌های بازرگانی از روش‌های زیر برای کسب درآمد استفاده می‌کنند:

- **درآمد ناشی از حق عضویت:** اغلب اتاق‌های بازرگانی دارای نظام درآمدی هستند که بر طبق آن، بخشی از هزینه فعالیت‌ها از طریق حق عضویت‌ها تامین می‌شود. سهم این درآمد از کل هزینه‌ها در اتاق‌های مختلف بسیار متفاوت است.
 - **درآمد ناشی از ارائه خدمات:** یک کارکرد مهم اتاق‌های بازرگانی، فروش خدمات به اعضا است که اغلب بخشی از این خدمات رایگان و برخی دیگر در قبال دریافت هزینه‌ها انجام می‌شود.
 - **یارانه دولتی:** یارانه‌های دولتی به اشکال مختلفی به اتاق‌های بازرگانی (یا سازمان‌های مشابه) پرداخت می‌شوند. به عنوان مثال، محاسبه یارانه‌ها براساس درآمد دولت از محل تعرفه‌های واردات کالا یا محصولات صورت گرفته و یا دولت در قابل انجام وظایف تصدی‌گری (مثلاً آموزش بهره‌برداران یا اعضای بنگاه‌ها) به آن سازمان بودجه اختصاص می‌دهد.
- مقایسه تطبیقی اتاق‌های بازرگانی در کشورهای مختلف، گذشته از شباهت‌های موجود می‌تواند تفاوت‌های ساختاری و کارکردی آنها را نیز به خوبی نشان دهد.

همان‌گونه که در ادامه نشان داده می‌شود، این تفاوت‌ها از ابعاد گوناگونی مانند رابطه با دولت، ساختار سازمانی، منابع درآمدی و غیره قابل بررسی و مقایسه است.

۵-۳. مدل‌های مختلف اتاق‌های بازرگانی

اشکال مدرن اتاق‌های بازرگانی در دوران ناپلئون بوجود آمد و در طی سال‌های ابتدایی قرن نوزدهم (بین ۱۸۰۲ تا ۱۸۰۴) حدود ۱۷۶ اتاق بازرگانی در سرزمین‌های تحت حکومت فرانسه فعالیت داشتند. در آن زمان، پیوستن به این سازمان‌های ناحیه‌ای (منطقه‌ای) برای صاحبان کسب‌وکار در یک حوزه جغرافیایی معین یا ناحیه الزامی بوده است. مهمترین وظیفه این اتاق‌ها، گردآوری و ایجاد هماهنگی بین دیدگاه‌های فعالین کسب‌وکار در زمینه مقررات اقتصادی، تعرفه‌ها در تعامل با دولت بوده است. علاوه بر آن این اتاق‌ها اطلاعات و آمار مرتبط با تجارت و صنعت را جمع‌آوری می‌کردند. البته اتاق‌های بازرگانی دوره ناپلئون خودگردان نبوده و توسط یک کارمند دولتی اداره می‌شدند و به عنوان یک نهاد فرادولتی پشتیبان دولت تلقی می‌شدند. مدل فرانسوی اتاق بازرگانی دارای مشخصاتی مانند عضویت اجباری و وجود یک قانون خاص است که در این قانون وضعیت و وظایف آن تعیین شده است. این مدل توسط دولت‌های مختلف اروپایی مانند آلمان، ایتالیا، هلند، اتریش و اسپانیا در طی قرن‌های نوزدهم و ابتدای قرن بیستم پذیرفته شده است. بطور کلی به این سیستم‌های اتاق بازرگانی که دارای یک قانون خاص ملی^۱ می‌باشند تحت عنوان مدل فرانسوی شناخته می‌شوند. همان‌گونه که اشاره شد، در این مدل شرکت‌ها و کسب‌وکارهای موجود در یک ناحیه معین می‌بایست به عضویت یک اتاق بازرگانی در آیند.

1- Compulsory/ Public Law Model

دومین مدل عمده اتاقهای بازرگانی در بریتانیا و بر مبنای سنتهای لیبرال اقتصادی بریتانیا شکل گرفت که در آن مقامات دولتی مداخله کمتری داشته و گروههای کسب و کار وضعیت خود مختاری بیشتری دارند. در این سیستم قانون ویژه‌ای در سطح ملی یا دولتی برای اداره اتاق بازرگانی وجود ندارد و به جای آن شکل گیری این سازمانها بر اساس مقررات داخلی و پذیرش آنها توسط اعضا بوده است. عضویت آنها داوطلبانه بوده و پوشش جغرافیایی آنها نیز الزامی نبوده است. وظایف این اتاقها نیز توسط قانون تعریف و تعیین نشده است. این مدل تحت عناوین مدل انگلو ساکسون، انگلیسی- امریکایی، قوانین خصوصی و یا قاره‌ای^۱ شناخته می‌شود و در ابتدا در مستعمرات انگلیس در سراسر جهان شکل گرفت. امروزه این مدل در بیشتر کشورهای انگلیسی زبان مانند ایالات متحده، بریتانیا، کانادا و غیره دیده می‌شود. در این مدل، شرکتها ملزم به عضویت در اتاقهای بازرگانی نیستند و با هدف پیشبرد و توسعه فعالیت‌های خود به عضویت اتاقها (اعم از محلی یا ملی) در می‌آیند.

دو مدل مذکور در واقع دو شکل متفاوت از اتاقهای بازرگانی را نشان می‌دهند که اغلب کشورها یکی از این دو را انتخاب و پیاده‌سازی نموده‌اند. با این حال در برخی کشورها سیستم‌هایی وجود دارد که تلفیقی از دو مدل مذکور بوده و برخی مشخصات هر دو مدل را دارند (جدول ۵-۱). باید توجه داشت که مدل‌های مذکور در کشورهای مختلف ثابت نبوده و الزامات گوناگون باعث تغییر و تحول در آنها می‌شود. به عنوان مثال اتاق بازرگانی در کشورهای برزیل و مکزیک در سالهای اخیر در حال گذار به مدل انگلیسی- امریکایی بوده و لهستان در حال پذیرش مدل فرانسوی است.

نوع دیگری از اتاقهای بازرگانی در کشورهای شوروی سابق وجود داشته است که می‌توان آنها را مدل چهارم معرفی نمود. در این مدل، اتاقهای بازرگانی دولتی در

1- Continental/ Private Law Model

وزارت بازرگانی خارجی وجود داشته است که در زمینه توسعه صادرات بنگاه‌های دولتی فعالیت داشته است. در برخی کشورها مانند ویتنام و چین، اتاق بازرگانی کماکان یک اداره دولتی می‌باشد. اتاق‌های بازرگانی دو جانبه (بین دو کشور) که از مهمترین و رایج‌ترین انواع سازمانی اتاق بازرگانی هستند را می‌توان نوعی مدل تلفیقی دانست که در آن قوانین و مقررات دو کشور برای تحقق اهداف اتاق سازگاری می‌یابند.

جدول ۵-۱- مدل‌های مختلف اتاق بازرگانی در کشورهای مختلف

^۱ (Pilgrim M. and Ralf Meier, 1995)

مدل تلفیقی	مدل انگلیسی- امریکایی	مدل فرانسوی
امریکای لاتین: برزیل، مکزیک	افریقا: غنا، موزامبیک، نامیبیا، سیرالئون، افریقای جنوبی، زیمبابوه	افریقا: الجزایر، مصر، اریتره، مراکش، سنگال، تونس
آسیا: تایلند، ژاپن	اروپا: جمهوری چک، دانمارک، استونی، ایرلند، لیتوانی، نروژ، لهستان، سوئد، سوئیس، انگلستان	اروپا: اطریش، فرانسه، آلمان، مجارستان، ایتالیا، هلند، جمهوری اسلوواکی، استونی، اسپانیا
	امریکای شمالی: ایالات متحده، کانادا	
	امریکای لاتین: آرژانتین، شیلی، جامائیکا، پرو، ونزوئلا	
	آسیا و اقیانوسیه: استرالیا، هند، نپال، نیوزیلند، فیلیپین، سنگاپور، سری‌لانکا	

۱- در این فصل از گزارش، از این منبع به دفعات استفاده شده است.

۵-۴-۱- اتاق بازرگانی در آلمان

در این کشور، عضویت در اتاقهای بازرگانی و صنعت برای تمام افراد و نهادهای قانونی کسب و کار اعم از بنگاهها، واحدهای صنعتی و تجاری به استثنای سازندگان صنایع دستی (افراد)، مزارع (واحدهای تولیدی کشاورزی) و برخی فعالیتهای خود اشتغالی الزامی است. اتاقهای جداگانه‌ای برای کشاورزی، کسب و کارهای کوچک و امور حرفه‌ای مانند قضات و وکلا، پزشکان و معماران و غیره وجود دارد. در حال حاضر حدود هشتاد اتاق بازرگانی و صنعت در آلمان وجود دارد که هر کدام یک ناحیه معین شده توسط دولت را پوشش می‌دهند. هر کدام از این اتاقها بطور میانگین ۳۰۰۰۰ عضو دارند. کوچکترین آنها ۴۲۰۰ عضو و بزرگترین آنها ۲۲۰۰۰۰ هزار نفر عضو دارد. رأس هرم سازمانهای اتاقهای بازرگانی این کشور، انجمن اتاقهای بازرگانی و صنعت آلمان (DIHT) است که ۸۰ اتاق و بیش از ۲/۶ میلیون شرکت را در برمی‌گیرد. برخلاف اتاقهای بازرگانی ناحیه‌ای، انجمن مذکور یک سازمان داوطلبانه است و قانون ملی ویژه ندارد.

علاوه بر اتاق بازرگانی، دو شکل دیگر سازمان کسب و کار در آلمان وجود دارد که عبارتند از:

۱- سازمانهای کارفرمایی

۲- انجمنهای تجاری

هر دو سازمان مذکور، بر مبنای عضویت داوطلبانه بوجود آمده‌اند. در حال حاضر حدود ۸۰۰ سازمان کارفرمایی منطقه‌ای و بخشی در آلمان وجود دارد که حدود ۸۰ درصد از تمام بنگاهها را پوشش می‌دهند. رأس هرم سازمانی این مجموعه کنفدراسیون انجمنهای کارفرمایی آلمان (BDA) است. سازمانهای کارفرمایی حوزه کاری محدودتری داشته و بر روابط نیروی کار (عمدتاً کارگری) تمرکز و توجه دارند.

مهمترین وظیفه آنها مذاکره جمعی با اتحادیه‌های تجاری در زمینه دستمزدها و دیگر مسائل کاری است.

مهمترین انجمن تجاری در آلمان، کنفدراسیون صنایع (BDI) است که در رأس هرم سازمانی آن ۳۴ کنفدراسیون تجاری قرار دارد که نماینده بیش از ۴۵۰ انجمن تجاری در تمام بخش‌های صنعتی هستند. این سازمان بطور غیرمستقیم نماینده حدود ۱۰۰ هزار بنگاه و شرکت عضو می‌باشد. دامنه خدمات آن در مقایسه با اتاق بازرگانی، محدودتر است و بر انتقال اطلاعات و نشر آن در زیر بخش‌های صنعتی تمرکز بیشتری دارد.

ساختار سازمانی اتاق بازرگانی

قانون تاسیس اتاق بازرگانی در این کشور، چهارچوب کلی سازمانی اتاق‌ها را نیز معین کرده است. وزارت اقتصاد نیز موارد جزئی‌تر را از طریق مصوبات و آیین‌نامه‌ها تعیین می‌کند. این مقررات وظایف مجمع عمومی، رئیس، معاونین و کمیته‌های ویژه اتاق را نشان می‌دهند.

تصمیم‌گیری

تصمیم‌گیری در اتاق‌های بازرگانی در آلمان براساس یک سیستم غیرمستقیم صورت می‌گیرد. هر چهار سال، اعضای اتاق نمایندگانی برای تشکیل یک نشست اعضا را انتخاب می‌کنند که این نشست سالیانه برگزار می‌شود. نشست مزبور بطور میانگین ۶۵ شرکت‌کننده دارد. این اعضا براساس ساختار اقتصادی مناطق تعیین می‌شوند. هر دو سال، این مجمع یک رئیس و نیز مدیران اصلی اتاق را از میان اعضای خود انتخاب می‌کند. اعضای نشست مزبور و رئیس آن بصورت افتخاری کار می‌کنند اما مدیران (مدیر عامل) بصورت تمام وقت استخدام می‌شود و مدیریت اتاق با حدود

۸۰ نفر کارمند را برعهده دارد. مدیریت اتاق بطور کلی با مدیر عامل است. تعداد کل کارمندان اتاقهای بازرگانی در کل کشور (۸۳ اتاق) حدود ۶۵۰۰ نفر است.

منابع درآمدی

مهمترین منبع درآمد در اتاقهای بازرگانی آلمان حق عضویت اعضا است که حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد از بودجه سالیانه آن را تامین می کند. بطور معمول، حق عضویت براساس دو معیار محاسبه می شود که معیار اول، حق عضویت ثابت سالیانه است (حدود ۲۰۰ دلار) و معیار دوم، متغیری است که براساس حجم کسب و کار (میزان مالیات) تعیین می شود. مجموع این دو معیار میزان پرداخت حق عضویت سالیانه را نشان می دهد. البته این موضوع برای تمام اعضا یکسان نیست و نیز در سالهای اخیر اصلاحاتی در این معیارها صورت گرفته است. به عنوان مثال، یک بنگاه کوچک با ۱۰ کارمند ممکن است مبلغی حدود ۳۵۰ دلار بپردازد در حالی که این مبلغ برای یک بنگاه بزرگ با ۱۰۰۰ کارمند ممکن است ۶۰۰۰۰ دلار باشد. میزان حق عضویت سالانه توسط مجمع عمومی تعیین می شود. حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد از بودجه اتاق از محل فروش خدمات تامین می شود که عمدتاً شامل آموزش، صدور گواهینامه مبدا، فروش اطلاعات اقتصادی و کسب و کار و غیره است. البته بسیاری از خدمات بطور رایگان یا با هزینه پایین عرضه می شوند و در واقع هزینه آنها از محل پرداخت حق عضویت تامین می شود. اتاقهای بازرگانی کمک مستقیمی از دولت (یارانه) دریافت نمی کنند.

کارکردهای اتاق

همانند سایر اتاقهای بازرگانی، اتاقهای آلمان نیز دارای یک کارکرد دوگانه هستند. اتاقها یک تعامل و مذاکره مداوم با دولت در زمینه تاثیر سیاستها بر بخشهای کسب و کار دارند. بعلاوه، آنها دیدگاهها و شکایتهای اعضا را با هدف حل مشکلات جامعه کسب و کار به دولت منتقل می کنند. با توجه به وظیفه اول، دولت های

محلی و فدرال به لحاظ قانونی متعهد هستند تا با اتاق‌ها در مورد پیش‌نویس قوانین جدید (مرتبط با صنایع و بازرگانی) مشورت کنند. در سطوح محلی، اتاق‌ها دیدگاه‌های خود را در زمینه بودجه‌های شهری (محلی)، مسائل مالیاتی، ساخت‌وسازها و برنامه‌های توسعه شهر، پروژه‌های زیرساختی و اقدامات نگهداری از محیط‌زیست بیان می‌کنند. در سطوح دولت فدرال، آنها در زمینه برنامه‌های توسعه، پیشرفت‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی‌های مختلف اظهار نظر می‌کنند. اتاق‌های بازرگانی نه تنها مشاور دولت بلکه مشاور کمیته‌های مختلف مجلس قانونگذاری (پارلمان) نیز هستند. در این زمینه، انجمن اتاق‌های بازرگانی آلمان سالیانه حدود ۱۷۰ گزارش وضعیت به وزارتخانه‌های دولت فدرال ارائه می‌کند. اتاق‌ها تلاشها و مذاکرات خود را از طریق سازماندهی کنفرانس‌های خبری با رسانه‌ها، ارسال اخبار و انجام مطالعات و بررسی‌های مختلف بطور مداوم پیگیری می‌کنند. خدمات ارائه شده توسط اتاق‌های آلمان را می‌توان در ۴ فعالیت اصلی طبقه‌بندی نمود که عبارتند از بازرگانی خارجی، آموزش، مشاوره و پژوهش.

یکی از مهمترین خدمات اتاق‌های بازرگانی در آلمان، راهنمایی و هدایت برای تجارت خارجی است. این خدمات شامل ارائه اطلاعات در زمینه مقررات بازرگانی خارجی، مقررات مالی کشورهای خارجی، نمایشگاه‌های بازرگانی و فرصت‌های موجود برای مبادلات و تفاهم‌های دو جانبه مانند سرمایه‌گذاری مشترک است. حمایت بیشتر در این زمینه توسط بیش از ۴۳ اتاق دو جانبه آلمان در کشورهای مختلف صورت می‌گیرد. اقدامات آموزشی بیشتر شامل آموزش‌های تخصصی در زمینه‌های مختلف مدیریت، حسابداری، پردازش داده‌ها و زبان خارجی و برخی مسائل فنی است. حدود ۸۳ اتاق بازرگانی آلمان سالیانه حدود ۱۳۰۰۰ سمینار با شرکت بیش از ۳۰۰۰۰۰ نفر برگزار می‌کنند. آموزش‌های تخصصی اغلب برای غیر اعضا نیز ارائه می‌شود. تمام شرکت‌کنندگان اعم از عضو و غیر عضو باید هزینه شرکت در دوره‌ها را پرداخت کنند.

خدمات مشاوره‌ای بصورت رایگان بوده و اغلب در زمینه‌هایی چون مسائل فنی، توصیه‌های زیست محیطی و مدیریتی و نیز برنامه‌های کمک دولتی می‌باشند. علاوه بر این، یک سرویس مشاوره ویژه نیز وجود دارد که برای راه‌اندازی بنگاه‌های جدید صورت می‌گیرد. این مشاوره‌ها اغلب توسط افرادی انجام می‌شود که توسط اتاق استخدام می‌شوند. اطلاعات ارائه شده اغلب شامل اطلاعات عمومی اقتصادی، اطلاعات بازار و مسائل مالیاتی است. انتشار اطلاعات از روش‌هایی مانند مواد چاپی، بروشورها، کتابخانه و بانک‌های اطلاعاتی انجام می‌شود.

مهمترین مسئولیت‌های اتاق‌ها در قبال دولت و براساس قانون شامل آموزش‌های حرفه‌ای و برگزاری آزمون‌های مرتبط، ثبت کسب‌وکارها، داوری در دادگاه‌ها و یا تضادهای حقوقی و تهیه یا ثبت اسناد بازرگانی خارجی است.

۵-۴-۲- اتاق بازرگانی در فرانسه

از آنجا که قوانین اتاق بازرگانی تا حد زیادی از مدل فرانسوی تاثیر پذیرفته است، تشابه زیادی بین این دو وجود دارد. در فرانسه، عضویت در اتاق‌های بازرگانی و صنایع برای تمام کسب‌وکارهای شناخته شده (در لیست بازرگانی) الزامی است. این لیست شامل انواع کسب‌وکارها و بنگاه‌های صنعتی، تجاری و بازرگانی است. بخش‌های دیگر مانند کشاورزی و بنگاه‌های کوچک اتاق‌های جداگانه‌ای دارند که می‌بایست عضو آنها باشند.

از دیگر سازمان‌های کسب‌وکار داوطلبانه در فرانسه می‌توان به شورای ملی کارفرمایان فرانسه (CNPF) اشاره کرد که مهمترین سازمان کسب‌وکار نیز محسوب می‌شود. این سازمان هم سازمان کارفرمایان و هم کنفدراسیون انجمن‌های تجاری است. عضویت شورا شامل ۲۵۰ انجمن بخشی و ناحیه‌ای است که ۱/۵ میلیون بنگاه را در تمام بخش‌های اقتصادی در برمی‌گیرد. علاوه بر مذاکره با اتحادیه‌های بازرگانی،

CNPF خدمات آموزشی، اطلاع‌رسانی و مشاوره به اعضای خود ارائه کرده و در تعامل با دولت نیز قرار دارد. رابطه نزدیکی بین اتاق‌های بازرگانی فرانسه و این سازمان برقرار است و اغلب مدیران منتخب اتاق‌ها همچنین پست‌هایی در سازمان CNPF دارند. بنابراین، CNPF هم از خدمات و امکانات اتاق‌های بازرگانی استفاده می‌کند.

کنفدراسیون عمومی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (CGPME) سازمان کسب‌وکاری دیگری است که حدود ۸۲۰ هزار عضو عمدتاً از بخش‌های خدمات و بازرگانی دارد. این کنفدراسیون اساساً نماینده کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است.

ساختار سازمانی

سازمان اتاق‌های بازرگانی فرانسه بصورت سه لایه‌ای است. حدود ۱۶۲ اتاق محلی صنایع و بازرگانی وجود دارد که هر یک ناحیه جغرافیایی مشخصی را براساس قانون اتاق‌ها پوشش می‌دهند. هر اتاق صنایع و بازرگانی محلی بطور میانگین حدود ۱۰۵۰۰ عضو دارد. در سطح ناحیه‌ای ۲۱ اتاق وجود دارد که اتاق‌های محلی مذکور را نمایندگی می‌کنند. و تمامی این سازمان‌ها در سطح ملی عضو یک سازمان مرکزی تحت عنوان مجمع اتاق‌های بازرگانی صنایع فرانسه می‌باشند. برخلاف آلمان، اتاق ملی مزبور (که ۱۸۳ اتاق محلی و ناحیه‌ای و ۱/۷ میلیون شرکت عضو را نمایندگی می‌کند، شرکتی است که تحت قانون دولتی عمل می‌کند. اتاق‌های بازرگانی سراسر کشور (۱۸۳ اتاق) جمعا حدود ۲۲۰۰۰ کارمند تمام وقت دارند و بطور متوسط هر اتاق ۱۲۰ کارمند دارد.

تصمیم‌گیری

در قانون ملی اتاق بازرگانی، وظایف هر یک از افراد و اعضای اتاق تعیین شده است. همانند آلمان، تصمیم‌گیری‌ها براساس یک سیستم غیر مستقیم انجام می‌شود. اعضای اتاق نمایندگانی را انتخاب می‌کنند که اعضای افتخاری نامیده می‌شوند و به مدت شش سال مجمعی را تشکیل می‌دهند. در این مجمع علاوه بر نمایندگان فوق،

نمایندگانی از انجمن های کارفرمایی و انجمن های بازرگانی و مدیران دولتی نیز شرکت دارند. البته حضور این افراد حالت مشورتی دارد. در واقع تنها اعضای مجمع هستند که حق تعیین سیاست ها و حضور در رای گیری ها و انتخاب رئیس و غیره را دارند. رئیس اتاق به مدت ۳ سال از میان اعضا انتخاب می شود و برخلاف سیستم آلمان، مدیر عامل توسط مجمع انتخاب نمی شود بلکه توسط رئیس اتاق انتخاب و منصوب می شود.

منابع درآمدی

مهمترین منبع درآمد برای اتاق های بازرگانی فرانسه (صنایع و تجارت)، مالیات های ویژه ای است که توسط دولت اخذ شده و به اتاق بازرگانی داده می شود. این مالیات ها عملاً جای حق عضویت را می گیرند. دو نوع مالیات و عوارض در این زمینه وجود دارد. نوع اول، عوارضی است که بر مالیات عادی تجاری (برای هر فعالیت) تعلق می گیرد. نرخ این عوارض توسط مجمع عمومی سالیانه اتاق تعیین می شود و می بایست توسط دولت تایید شود. در حال حاضر مقدار آن حدود ۴ درصد از کل مالیات های تجاری در فرانسه است و حدود ۳۰ درصد از بودجه اتاق های بازرگانی را تامین می کند. نوع دوم مالیات آموزشی است. در فرانسه، براساس قانون تمامی شرکت های دارای ۱۰ کارمند یا بیشتر باید مالیات آموزشی معادل ۱ درصد از گردش مالی خود را بپردازند. درصدی از این مالیات به اتاق های بازرگانی و برای صرف در آموزش های حرفه ای پرداخت می شود. این پرداخت ها حدود ۲۰ درصد از بودجه اتاق های بازرگانی را تشکیل می دهند.

کارکردهای اتاق

براساس قانون، دولت در تمام مسائل مربوط به سیاست های توسعه منطقه ای بویژه پروژه های ترابری و برنامه ریزی شهری با اتاق های بازرگانی مشورت می کند. همانند

آلمان، خدمات ارائه شده توسط اتاق‌های بازرگانی شامل چهار حوزه اصلی یعنی بازرگانی خارجی، آموزش، مشاوره و پژوهش است.

خدمات بازرگانی خارجی شامل ارائه اطلاعات در مورد مقررات بازرگانی خارجی، نمایشگاه‌ها و فرصت‌های کسب‌وکار است. بیشتر اتاق‌های بازرگانی فرانسه دارای بانک اطلاعات در زمینه شرکت‌های صادراتی و وارداتی، فرصت‌های کسب‌وکار خارجی و رویه‌های صادراتی می‌باشند. پشتیبانی بیشتر از طریق ۶۱ اتاق مشترک بازرگانی در خارج از کشور انجام می‌شود که رابطه نزدیکی با اتاق‌های فرانسه دارند اما عضو آنها نیستند. اتاق‌های بازرگانی فرانسه دومین سازمان آموزشی بزرگ این کشور پس از دولت محسوب می‌شوند. اتاق‌ها دارای حدود ۴۰۰ مرکز آموزشی هستند که سالیانه حدود ۲۷۰ هزار نفر را آموزش می‌دهند. بعضی از دوره‌ها ویژه بخش‌های خاصی مانند ارتباطات، هتلداری، آشپزی و غیره بوده و برخی دیگر مانند آموزش‌های مدیریت یا زبان خارجی عمومی‌تر هستند. آموزش‌ها از طریق یارانه‌های دولتی حمایت می‌شوند.

اتاق‌های بازرگانی حدود ۲۰۰۰ مشاور را در استخدام دارند. بین آنها کارشناسانی برای امور مختلف از هتلداری و صنعت توریسم تا تکنولوژی و بازرگانی خارجی وجود دارد. بعلاوه، هر اتاق یک مرکز تحت عنوان «مرکز تشریفات شرکتها» ایجاد نموده است که از بنگاه‌های جدید در تسهیل فرآیندهای اداری و قانونی ثبت حمایت می‌کند. خدمات اطلاع‌رسانی شامل ارائه اطلاعات اقتصادی در مورد کالاها، بخش‌ها و بازارها و نیز اطلاعات علمی و فنی است. اطلاعات مزبور از طریق انتشار بروشورها و مواد چاپی و بانک‌های اطلاعاتی منتشر می‌شوند. بعلاوه، اتاق‌های بازرگانی فرانسه دارای حدود ۱۸۰ مرکز اطلاعات و اسناد اقتصادی می‌باشند.

قانون وظایف و تعهداتی برای اتاق‌ها تعیین کرده است که از آن جمله می‌توان به وظایف آنها در قبال پروژه‌های زیرساختاری و آموزش‌های حرفه‌ای است. یک ویژگی

منحصر به فرد سیستم اتاقهای بازرگانی فرانسه آن است که این اتاقها بطور قانونی مجوز ایجاد زیرساختارهایی نظیر فرودگاه و یا پارکهای صنعتی را دارند. در حال حاضر بیشتر فرودگاههای فرانسه توسط اتاقهای بازرگانی سرپرستی می شوند. بعلاوه، اتاقها دارای ۵۹ اسکله دریایی و رودخانه‌ای، ۳۳۶ پارک صنعتی و ۳۴ مرکز تجاری هستند. حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد از کل پرسنل اتاقها به مدیریت این زیرساختارها اشتغال دارند.

- همانند آلمان، دولت و بخش خصوصی وظایف مشخصی را در زمینه آموزشهای حرفه‌ای دارند. بطور کلی، وظایف اتاقهای بازرگانی در فرانسه شرح زیر است:
- به عنوان واسطه بین افراد جویای کار با بنگاه‌ها عمل می کنند.
 - پشتیبانی از بنگاه‌ها در زمینه اعمال الزامات قانونی در قراردادهای کاری (استخدام و بکارگیری)
 - مدیریت ۸۶ مرکز آموزش (کارآموزی)
- برخلاف آلمان، اتاقهای فرانسه همچنین در آموزشهای رسمی نیز فعالیت داشته و حدود ۸۰ دبیرستان و ۵۰ مدرسه کسب و کار را تحت مدیریت دارند.

۵-۴-۳- اتاق بازرگانی در ایالات متحده

اتاقهای بازرگانی در امریکا براساس یک قانون ملی ویژه بوجود نیامده‌اند. با این حال، کارکرد تمام اتاقها باید با قوانین محلی، ایالتی و فدرال برای این گونه سازمانها مطابقت نماید. عدم همخوانی با این قوانین موجب می شود که تخفیفها و امتیازات مالیاتی لغو شوند. بعلاوه، قوانین خاصی در برخی ایالتها وجود دارد که اتاقها می بایست آنها را رعایت نمایند تا به عنوان یک سازمان غیر انتفاعی به رسمیت شناخته شوند. عضویت کاملاً داوطلبانه است و اتاقها به صورت اختصاصی و با مقررات داخلی شرایط عضویت اعضا را تعیین می کنند. بطور کلی، هر فرد، انجمن، تعاونی،

شرکت و غیره که در ماموریت این سازمان‌ها (اتاق‌ها) دارای منافعی است، می‌تواند برای عضویت اقدام نماید.

ساختار منطقه‌ای

از آنجا که در ایالات متحده، هر فردی می‌تواند یک اتاق بازرگانی تاسیس کرده و این اتاق‌ها بصورت متمرکز ثبت نمی‌شوند، آمار دقیقی از تعداد این اتاق‌ها وجود ندارد. با این حال، در دهه ۱۹۹۰ حدود ۵۰۰۰ اتاق منطقه‌ای و ایالتی وجود داشته است که هر یک ناحیه جغرافیایی مشخصی را براساس مقررات خود پوشش می‌دهند. این اتاق‌ها هم به لحاظ وسعت منطقه تحت پوشش و هم تعداد اعضا بسیار متفاوت هستند. اتاق‌های کوچکتر ممکن است حتی کمتر از ۱۰۰ عضو داشته و یا اتاق‌های ایالتی ممکن است هزاران عضو داشته باشند. شهرهایی کوچک با جمعیت کمتر از ۵۰۰۰ نفر دارای یک اتاق و یا شهرهای بزرگ با ده‌ها اتاق بازرگانی هم دیده می‌شوند. بعضی از اتاق‌های محلی ممکن است عضو اتاق‌های ایالتی یا ملی نیز باشند اگرچه الزامی برای این کار وجود ندارد. رأس هرم سازمانی اتاق‌های بازرگانی محلی و ایالتی، اتاق بازرگانی امریکا است. برخلاف اتاق‌های بازرگانی ملی در کشورهای آلمان و فرانسه، اعضای اتاق بازرگانی ملی امریکا را نه تنها اتاق‌های محلی و منطقه‌ای بلکه همچنین بنگاه‌های منفرد و انجمن‌های تجاری نیز تشکیل می‌دهند. اتاق بازرگانی امریکا، نماینده حدود ۲۱۵ هزار بنگاه خصوصی، ۳۰۰۰ اتاق بازرگانی محلی و ایالتی و ۱۲۰۰ انجمن حرفه‌ای و بازرگانی است. بعضی از اعضا مستقیماً عضو اتاق ملی بوده و برخی دیگر از طریق اتاق‌های محلی خود، عضو اتاق ملی تلقی می‌شوند.

سایر سازمان‌های کسب‌وکار

علاوه بر اتاق‌های بازرگانی، حدود ۱۷۰۰۰ انجمن تجاری در ایالات متحده وجود دارد که نماینده کمپانی‌ها و صنایع در رشته‌های خاص هستند. همانند اتاق‌ها، این

انجمن ها براساس عضویت داوطلبانه شکل گرفته و بسیاری از آنها بسیار کوچک و فاقد پرسنل تمام وقت هستند. برخی دیگر هزاران عضو در سطح ایالت یا کشور دارند. مهمترین کارکرد این انجمن ها ارائه اطلاعات به اعضا در مورد سیاست ها و اقدامات دولتی مرتبط با زمینه کاری آنها و نیز انتقال نظرات اعضای خود به دولت و تصمیم گیران است. علاوه بر این وظیفه، نقش بسیاری از این انجمن ها برگزاری سمینارهای آموزشی، انتشارات و تحلیل های آماری است. برخلاف مدل قاره ای، انجمن های بازرگانی و حرفه ای می توانند عضو اتاق بازرگانی باشند. به همین دلیل، حدود ۱۲۰۰ انجمن ذکر شده در عین حال عضو اتاق بازرگانی امریکا نیز هستند.

علاوه بر این ها، دو سازمان کسب و کاری مهم دیگر نیز در این کشور فعالیت دارند. یکی، انجمن ملی کارخانه داران (NAM)^۱ است که تقریباً تمامی کارخانه های تولیدی مهم کشور عضو آن بوده و حدود ۷۵ درصد از تولید کارخانه های کشور توسط آنها انجام می شود. حدود ۱۳۰۰۰ بنگاه عضو این انجمن هستند و همچنین ۱۱۰ انجمن بازرگانی مرتبط با کارخانجات نیز مرتبط با این سازمان هستند. کارکرد اساسی این سازمان، رابطه با دولت بویژه در ارتباط با نگاه صنایع به مسائل اقتصادی ملی و بین المللی است.

سازمان دیگر، فدراسیون کسب و کارهای مستقل (NFIB)^۲ است که بنگاه های کوچک مقیاس را نمایندگی می کند. اعضای این سازمان بیش از ۵۰۰ هزار کسب و کار و بنگاه مستقل می باشند و سازمان مزبور نمایندگی آنها را به عهده دارد.

ساختار سازمانی

سازماندهی درونی اتاق امریکا تا حد زیادی توسط مقررات و آیین نامه های آن تعیین شده است. اتاق های بازرگانی محلی و ایالتی می توانند مقررات داخلی خود را

1- National Association of Manufacturers

2- National Federation of Independent Business

آزادانه و براساس شرایط محلی خود و البته سازگار با قوانین محلی، ایالتی و فدرال تعیین کنند. البته مقررات اتاق‌های مختلف در زمینه‌های زیادی با هم تطابق دارد. این قوانین در طول زمان دچار تحول و تغییر شده است.

تصمیم‌گیری

مهمترین نهاد تصمیم‌گیری در اتاق امریکا، هیئت مدیره است که مستقیماً توسط اعضا انتخاب می‌شوند. کاندیداهای این هیئت باید اعضای اتاق بوده و معمولاً بیش از ۳ سال سابقه کار داشته باشند. هیئت مدیره جایگاه محوری در فرآیند تصمیم‌گیری اتاق داشته و نشست‌های آن معمولاً ماهیانه است. در فاصله زمانی نشست‌ها، کمیته اجرایی برای موارد خاص تصمیم‌گیری می‌کند. پیشنهادات سیاستی به هیئت مدیره از طریق کمیته‌های مختلف (اعم از کمیته‌های ثابت و کمیته‌های ویژه) ارائه می‌شود که شامل کمیته‌هایی چون آموزش، توسعه اقتصادی، منابع انسانی، توریسم، امور عمومی و روابط دولتی می‌باشند. هیئت مدیره، رئیس و سایر کارکنان و مدیران آن را از میان اعضا انتخاب می‌کند. در بیشتر اتاق‌های بازرگانی امریکا، هیئت مدیره اقدام به استخدام مدیران اجرایی نموده و مدیران مزبور کارکنان خود را انتخاب می‌کنند.

در حدود ۳۰۰۰ اتاق، رئیس و مدیران بصورت داوطلبانه (افتخاری) کار می‌کنند و ریاست آن شغلی تمام وقت است. انجام کارهای روزمره اتاق وظیفه کارمندان است و ربط چندانی به مدیریت ندارد. تعداد کمی از اتاق‌ها نیز پرسنل حرفه‌ای و تمام وقت ندارند و توسط نیروهای داوطلب اداره می‌شوند.

منابع درآمدی

اتاق‌های بازرگانی در امریکا (اعم از اتاق‌های ایالتی یا محلی) درآمد خود را از دو منبع تامین می‌کنند که یکی حق عضویت و دیگری فروش خدمات به اعضا است. فروش خدمات در این مدل، منبع مهمتری محسوب می‌شود. البته درآمد ناشی از حق

عضویت‌ها حدود ۵۰ درصد از درآمد (و گاهی بیش از این) بیشتر اتاق‌ها را شامل می‌شود. مبلغ حق عضویت براساس اندازه بنگاه تعیین می‌شود. در واقع، یک حق عضویت ثابت (مثلاً ۱۰۰ تا ۳۰۰ دلار براساس اندازه بنگاه) دریافت شده و مابقی آن براساس تعداد کارکنان بنگاه محاسبه می‌شود. البته این میزان تا حدی تحت تاثیر تصمیمات هیئت مدیره نیز قرار دارد.

البته اتاق‌ها بویژه در سال‌های اخیر در زمینه توسعه منابع درآمدی جدید بسیار فعالیت داشته‌اند. درآمد ناشی از منابع دیگر (غیر از حق عضویت) در سال‌های اخیر رشد زیادی داشته است. در واقع، سهم درآمد ناشی از عضویت رو به کاهش است. این منابع طیف وسیعی داشته و از آن میان می‌توان به سرویس‌های مستقیمی مانند اجرای برنامه‌های بیمه گروهی و یا تشکیل شرکت‌های تابعه، استفاده از منابع بنیادها، انتشارات، برگزاری نمایشگاه‌های تجاری و سمینارهای آموزشی است. اتاق‌های بازرگانی امریکا از یارانه‌های دولتی یا سهمی از مالیات‌ها استفاده نمی‌کنند. البته برخی سازمان‌های دولتی همکاری‌هایی با اتاق‌ها دارند و برنامه‌هایی را از طریق آنها اجرا می‌کنند. برخی از این برنامه‌ها مانند پروژه‌های توسعه اقتصادی، توسعه توریسم و آموزش از بودجه‌های دولتی استفاده می‌کنند.

کارکردها

از آنجا که اتاق‌های بازرگانی در امریکا، سازمان‌هایی تحت قوانین بخش خصوصی هستند، رابطه آنها با دولت شبیه مدل کشورهای فرانسه یا آلمان نمی‌باشد. با وجودی که رابطه رسمی بین بخش خصوصی و دولت وجود ندارد، دولت بسیار علاقمند است تا از نظرات کارشناسی اتاق‌ها به عنوان سخنگوی بخش خصوصی استفاده کند. بنابراین، در سال ۱۹۱۲ رئیس جمهور ایالات متحده پیشنهاد تشکیل اتاق بازرگانی ملی را ارائه نمود تا پیوند بیشتری بین بخش خصوصی و دولت ایجاد شود. امروزه، اتاق‌های امریکا بسیار تاثیرگذار و با نفوذ هستند. البته اتاق‌های محلی بیشتر بر

تصمیم‌گیران محلی و اتاق ملی بر تصمیم‌گیری‌های در سطح سیاستی موثر می‌باشند و نیز در همکاری با یکدیگر نیز عمل می‌کنند. بطور کلی اتاق‌های امریکا دو استراتژی در تحقق نمایندگی بخش خصوصی دارند:

۱- کارکنان اتاق‌ها در لابی‌های غیر مستقیم (از طریق تفاهم نامه‌ها) و نیز لابی‌های مستقیم دخالت دارند (به عنوان مثال، نمایندگان با دفاتر مقامات دولتی و قانون‌گذاران تماس دارند).

۲- به عنوان نماینده و وکیل مدافع اعضای اتاق عمل می‌کنند (انجام اقداماتی مانند نامه‌نگاری، برگزاری میتینگ‌های عمومی و غیره). موفقیت این استراتژی بستگی به سرعت عمل و ارتباط نزدیک بین اتاق و اعضا دارد.

اتاق‌های بازرگانی امریکا از طریق شبکه‌ای ارتباطی تحت عنوان «شبکه اطلاع‌رسانی اقدامات عمومی» یا GAIN در تعامل با یکدیگر بر تدوین و تصویب قوانین موثر بر توسعه کسب‌وکار تاثیر می‌گذارند. این شبکه اطلاعات به روز، به موقع و متناسب با مخاطبین را در زمینه وضعیت قوانین و مقررات کسب‌وکار را تهیه کرده و در اختیار اعضا قرار می‌دهد. خدمات این شبکه برای اعضا رایگان است. همچنین، اتاق بازرگانی امریکا بطور فعالانه فعالیت‌های مشترکی با سایر سازمان‌ها و انجمن‌های تجاری در زمینه مسائل مشترک سازماندهی می‌کند. علاوه بر اینها، اتاق بازرگانی یک شبکه رادیو تلویزیونی مدرن را راه‌اندازی کرده و نشریات متعددی را برای اعضا و یا عموم مردم منتشر می‌کند. به عنوان مثال می‌توان به ماهنامه کسب‌وکار ملی (Nation's Business) اشاره کرده که تیراژ آن ۸۶۵۰۰۰ نسخه است. به نحو فزاینده‌ای اتاق‌های بازرگانی امریکا در برنامه‌های بین‌المللی نیز فعالیت دارند. خدمات مشاوره فنی بویژه برای بنگاه‌های کوچک ارائه می‌شود که برخلاف آلمان و فرانسه، نه از طریق استخدام مشاورین بلکه از طریق «مرکز کسب‌وکارهای کوچک» وابسته به اتاق بازرگانی امریکا انجام می‌شود.

۵-۴-۴- اتاق بازرگانی در فیلیپین

عضویت در اتاق بازرگانی داوطلبانه است و براساس مقررات داخلی هر اتاق انجام می شود. بطور معمول، عضویت اتاق ها برای تمامی بخش های اقتصادی اعم از کسب و کارهای کوچک و بزرگ و خود اشتغالی ها و غیره یکسان است و اولویت ندارد. بیشتر اتاق ها پنج گونه عضویت دارند که عبارتند از عادی، نهادی، پیوسته، مداوم و افتخاری.

عضویت

اتاق های محلی اعضای کمتری دارند (به عنوان مثال، اتاق بازرگانی شهر ناگا حدود ۳۰۰ عضو و شهر آلبای حدود ۱۸۵ عضو دارد). بیشتر اتاق های محلی حتی تعداد اعضای کمتری (۵۰ تا ۱۰۰ نفر) دارند. اتاق بازرگانی و صنایع ملی فیلیپین بزرگترین اتاق کشور است و در برگیرنده ۹۸ اتاق، ۱۴۸ انجمن تخصصی (بخشی) و صنعتی، ۱۳۵ عضو پیوسته، ۲۳ عضو مداوم و ۱۴۰۰ بنگاه خصوصی به عنوان عضو عادی است.

ساختار منطقه ای

اتاق های بازرگانی در فیلیپین تحت قانون ملی بوجود نیامده اند اما به عنوان شرکتی تحت قانون شرکت های خصوصی محسوب می شوند. قانونی در زمینه اندازه و یا وسعت حوزه عمل اتاق ها وجود ندارد. بنابراین، پراکنش اتاق ها در بخش های مختلف کشور متفاوت است. با این حال، کشور به ۱۴ ناحیه تقسیم شده و اتاق ها در مراکز ناحیه ای و شهری استقرار دارند. بطور کلی، ۹۸ اتاق بازرگانی و صنعت محلی وجود دارد. همانند سایر انجمن های کسب و کار و شرکت ها، این اتاق ها در کمیسیون امنیت و معاملات ثبت می شوند. اتاق بازرگانی و صنایع فیلیپین (PCCI) دارای جایگاه ویژه ای در سیستم اتاق های بازرگانی کشور است. این سازمان از تلفیق دو اتاق بازرگانی مهم

یعنی اتاق صنایع فیلیپین (PCI) و اتاق بازرگانی فیلیپین (CCP) بوجود آمده و براساس مجوز رئیس جمهور این کشور از سوی دولت به عنوان تنها نماینده بخش خصوصی شناخته می‌شود. در حال حاضر این اتاق دارای دو نقش عمده زیر است:

- ۱- به عنوان بزرگترین اتاق بازرگانی، نمایندگی بنگاه‌های این کشور را برعهده داشته و به عنوان رأس سیستم اتاق‌های بازرگانی فیلیپین عمل می‌کند.
 - ۲- به عنوان سخنگوی بخش خصوصی، در شوراهای دولتی مانند هیئت ملی پول و شورای توسعه صادرات حضور دارد.
- بیشتر اتاق‌های بازرگانی محلی توسط اتاق بازرگانی ملی سازماندهی شده و اغلب آنها به عنوان اعضای پیوسته اتاق ملی محسوب می‌شوند.

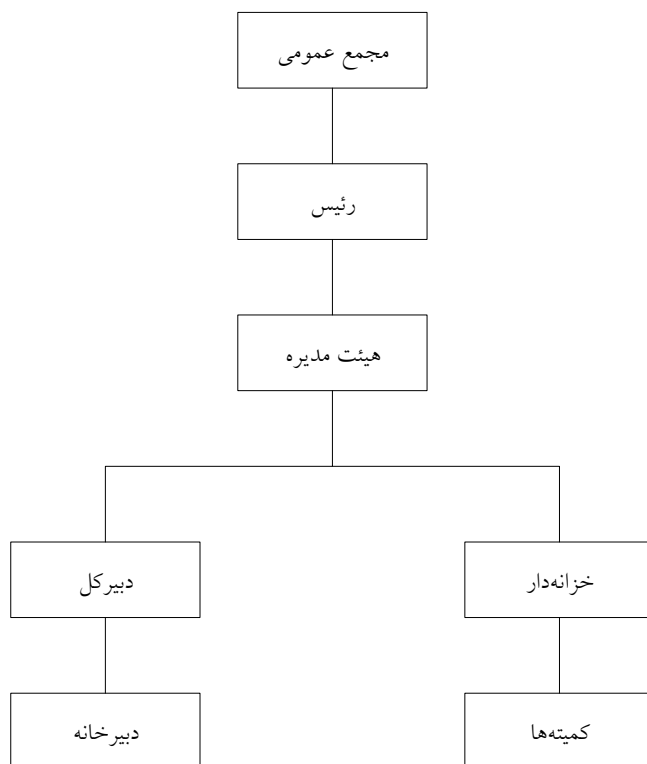
سایر سازمان‌های کسب‌وکار

علاوه بر اتاق‌های بازرگانی، برخی دیگر سازمان‌های بازرگانی نیز در این کشور وجود دارند که بیشتر آنها بسیار کوچک هستند. همانند سایر کشورها، انجمن‌های مزبور به نمایندگی از بخشها و زیر بخش‌های مربوطه عمل کرده و اغلب کار آنها تبادل اطلاعات است. در فیلیپین، کنفدراسیون یا سازمان مرکزی برای انجمن‌های تجاری وجود ندارد اما انجمن‌های نسبتاً بزرگ عضو اتاق بازرگانی و صنایع کشور بوده و در حال حاضر حدود ۱۴۸ انجمن تجاری عضو اتاق مزبور هستند.

ساختار سازمانی

از آنجا که اتاق‌های فیلیپین تحت قانون خاصی بوجود نیامده‌اند، سازماندهی درونی آنها توسط آیین‌نامه یا مقررات هر اتاق تعیین می‌شود. بطور کلی، سازمان اتاق شامل یک مجمع عمومی، هیئت مدیره، رئیس، خزانه‌دار، دبیرکل و چند کمیته است (نمودار ۵-۱).

نمودار ۵-۱- ساختار سازمانی اتاق بازرگانی فیلیپین

**تصمیم گیری**

مجمع عمومی شامل تمامی اعضای اتاق است. این مجمع حداقل سالی یکبار برگزار می شود و عالی ترین مرجع تصمیم گیری محسوب می شود. عالی ترین مرجع اجرایی نیز هیئت مدیره است که تمام امور اتاق را مدیریت می کند. اعضای هیئت مدیره توسط اعضای مجمع عمومی انتخاب می شوند و معمولاً در یک دوره یک تا دو ساله کار می کنند. هیئت مدیره حداقل ماهی یکبار نشست دارد. رئیس، معاون و خزانه دار توسط هیئت مدیره انتخاب می شوند. رئیس، مدیر اجرایی هم هست و در تمام جلسات حضور دارد. بیشتر اتاقها دارای کمیته های متعددی در زمینه های مختلف هستند و از طریق ارائه نظرات کارشناسی و تدوین طرح های پیشنهادی به اتاق و

فعالیت‌های آن کمک می‌کند. دبیرکل هم یک مدیر یا کارمند و هم مسئول سازماندهی کارهای روزانه اتاق است. هنگامی که اتاق دارای یک دبیرخانه و کارمندان دبیرخانه‌ای می‌باشد، دبیرکل رئیس این کارمندان محسوب می‌شود. برخلاف اتاق‌های بازرگانی بویژه در مدل قاره‌ای (انگلساکسون) اتاق‌های فیلیپین توسط کارکنان منتخب اداره می‌شوند که کارکنان دبیرخانه نقش حمایتی دارند.

منابع درآمدی

در اتاق‌های فیلیپین، حق عضویت و فروش خدمات مهمترین منابع درآمدی محسوب می‌شوند. بیشتر اتاق‌ها حق ثبت نام و حق عضویت از اعضای خود دریافت می‌کنند. دریافت‌های فوق براساس نوع عضویت از ۸ تا ۳۵ دلار متفاوت است. از آنجا که بیشتر اتاق‌های محلی تعداد اعضای کمی دارند و نرخ‌ها پایین است، بیشتر اتاق‌ها توان مالی زیادی ندارند. تنها ۲۵ اتاق از ۹۸ اتاق محلی امکان ایجاد دبیرخانه را به دلایل مالی دارند. برخی از اتاق‌ها خدماتی را به منظور بهبود وضعیت مالی مانند اجرای برنامه‌های اعتباری (سیستم اعتبارات) و یا فروش نشریات ارائه می‌کنند. اتاق بازرگانی ملی بودجه سالیانه‌ای حدود ۳۲۰ هزار دلار دارد. درآمد اضافی از طریق فروش نشریات و اطلاعات کسب‌وکاری و صدور گواهی مبدا حاصل می‌شود. این اتاق همچنین کمک‌هایی را برای حمایت از برنامه‌های خود دریافت می‌کند. اتاق‌های بازرگانی در فیلیپین از کمک‌های دولتی یا یارانه استفاده نمی‌کنند.

کارکردها

اتاق‌های بازرگانی در فیلیپین مذاکرات و تعامل مداومی با دولت داشته و طرح‌های پیشنهادی در زمینه اقدامات سیاستی به منظور بهبود فضای کسب‌وکار ارائه می‌کنند. بطور کلی، اتاق‌ها رابطه مناسب و مبتنی بر همکاری با دولت دارند. از آنجا که اتاق بازرگانی ملی تنها سازمان شناخته شده و رسمی در زمینه تجارت و صنعت کشور

است، نقش وکالتی آن مستحکم می باشد. اتاق بازرگانی ملی هر سال کنفرانس کسب و کار فیلیپین را برگزار می کند که در واقع زمینه ای برای گفتگوی بین مقامات دولتی و رهبران جامعه کسب و کار می باشد. کنفرانس های منطقه ای مشابه نیز در همین زمینه برگزار می شود.

بطور کلی اتاق های محلی و منطقه ای به دلیل ضعف مالی خدمات چندان گسترده ای را به اعضا ارائه نمی کنند. با این حال، بیشتر اتاق ها اطلاعات و اخباری مانند قوانین و مقررات، مسائل مالیاتی و فرصت های کسب و کاری را از طریق انتشار بروشور و برگزاری نشست ها به اعضا منتقل می کند. بعلاوه، اتاق ها کنفرانس ها و سمینارهایی در زمینه مسائل کسب و کار ارائه کرده و دوره های آموزشی در زمینه کارآفرینی و مهارت های مدیریتی برگزار می کنند. اتاق بازرگانی ملی خدمات گسترده تری مانند توسعه کسب و کار و تجارت، اطلاع رسانی، آموزش و مشاوره ارائه می کند.

در زمینه توسعه کسب و کار، اتاق بازرگانی ملی یک سیستم اطلاع رسانی برای تجارت خارجی ایجاد کرده است و به اعضا برای یافتن شرکای تجاری کمک می کند. همچنین، اتاق به اعضا در مورد قراردادهای موجود (مانند مزایده و مناقصه ها)، برگزاری نمایشگاه های تجاری و غیره اطلاع رسانی کرده و صدور گواهی ها و اسناد بازرگانی بویژه برای صادرات نیز از سایر خدمات اتاق می باشد. اتاق بازرگانی دارای یک کتابخانه و مرکز اسناد است که اطلاعات لازم در مورد بازارها، کشورهای و تولیدات و کالاهای مختلف را ارائه می کند. همچنین، اتاق ملی بازرگانی نشریات متعددی در زمینه کسب و کار و تجارت را چاپ می کند.

اتاق های بازرگانی فیلیپین تحت قوانین بخش خصوصی بوده و بطور کلی وظیفه یا مأموریت تعیین شده ای از سوی دولت ندارند و تعهدات آنها محدود به صدور گواهی مبدا توسط اتاق مرکزی و برخی اتاق های محلی و نیز برخی خدمات ثبت (مانند ثبت شرکتها) می باشد.

۵-۴-۵- اتاق بازرگانی در ژاپن

در ژاپن، اتاق‌های بازرگانی تحت قوانین ملی قرار دارند اما عضویت در آنها داوطلبانه است. هر شخص (خود اشتغال) یا کسب‌وکار قانونی می‌تواند به عضویت اتاق بازرگانی محلی درآید. میانگین تعداد اعضای اتاق‌ها حدود ۳۰۰۰ نفر است اما اتاق بازرگانی شهرهای بزرگ مانند توکیو یا اوزاکا حدود ۱۵۰۰۰ عضو دارند. اتاق‌های بازرگانی ژاپن بصورت سنتی در برگیرنده کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند.

عضویت

یک ویژگی خاص اتاق‌های بازرگانی ژاپن، وجود مقررات مربوط به «بازرگانان و صنعتکاران ویژه» می‌باشد. این گروه، بزرگترین بنگاه‌های اتاق هر ناحیه هستند که میزان پرداخت مالیت آنها و یا سرمایه پرداخت شده آنها به حد معینی می‌رسد. این گروه، الزاماً می‌بایست عضو اتاق بازرگانی مربوطه باشند. این فرایند صرفاً به معنی عضویت نیست بلکه به آنها جایگاه ویژه‌ای در اتاق مربوطه می‌بخشد. این اعضا دارای حق رأی در مجمع عمومی نمایندگان بوده و می‌بایست پرداخت‌هایی براساس نظر اتاق بصورت مالیات داشته باشند. قانون اتاق‌های بازرگانی در ژاپن بیان داشته است که حوزه عمل اتاق‌های بازرگانی ناحیه‌ای نباید با هم همپوشانی داشته باشد. در حال حاضر، شهرهای عمده اتاق بازرگانی خاص خود را دارند. در سراسر کشور حدود ۴۹۶ اتاق بازرگانی با بیش از ۱/۴ میلیون عضو وجود دارد. فدراسیون ملی اتاق‌های بازرگانی در ژاپن، اتاق بازرگانی و صنایع کشور می‌باشد (NISSHO).

سایر سازمان‌های کسب‌وکار

علاوه بر اتاق‌های بازرگانی، سه گروه عمده کسب‌وکار نیز در این کشور وجود دارد که بر مبنای عضویت داوطلبانه به وجود آمده‌اند.

۱- فدراسیون سازمانهای اقتصادی (Keidanren) به عنوان سازمان پیشرو اقتصادی کشور محسوب می شود. این سازمان سخنگوی بزرگترین شرکتهای تولیدی (صنعتی)، مالی و تجارت بین الملل است. در جهت ایفای این نقش، سازمان ارتباط رسمی و غیر رسمی نزدیکی با دولت دارد. اعضای آن تمامی انجمنهای تجاری عمده در کشور مانند انجمن بانکداری ژاپن، فدراسیون آهن و فولاد ژاپن و انجمن خودروسازان ژاپن هستند. دیگر اعضا شامل حدود ۱۰۰۰ شرکت بزرگ خصوصی کشور و برخی افراد (بیشتر آنها مدیران پیشین صنایع و یا مدیران اقتصادی کشور) می باشند.

۲- فدراسیون انجمنهای کارفرمایان ژاپن (Nikkeiren) سخنگوی کارفرمایان اعم از بزرگ و کوچک در زمینه مسائل کار و دستمزدها است. این سازمان نماینده ۵۴ انجمن کارفرمایی بخشی و منطقه ای است.

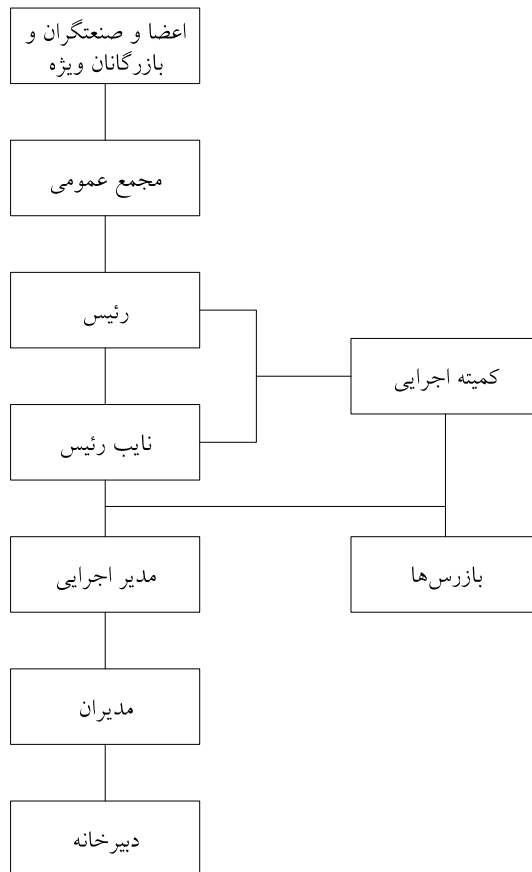
کمیته توسعه اقتصادی ژاپن (Keizai Doyukai) بیش از آنکه سازمانی مبتنی بر عضویت باشد، مجمعی کسب و کاری برای بحث و حمایت از پژوهشهای مرتبط است. اعضای آن شامل برخی از مدیران و راهبران شناخته شده کسب و کار بویژه آنهایی است که با صنایع ارتباط دارند. این کمیته شامل ۱۵۰۰ نفر از این افراد است که در ۳۰ شاخه (رشته) اصلی طبقه بندی شده اند.

ساختار سازمانی

قانون اتاقهای بازرگانی در ژاپن ساختار کلی سازمانی را مشخص کرده است. موجودیتهای اصلی سازمانی اتاقها عبارتند از رئیس، مجمع عمومی نمایندگان، مدیر اجرایی و دو یا سه بازرس. رئیس مهمترین مقام رسمی است که می تواند تا چهار معاون داشته باشد. رئیس اتاق، نماینده اصلی و مدیر اتاق است. مدیر اجرایی دارای حداکثر چهار مدیر زیردست است که برنامه های اتاق را براساس دستورات رئیس اجرا می کنند. حسابداران مسئول بازرسی و ممیزی امور و حسابرسی اتاق بوده و گزارشها

را به مجمع عمومی ارائه می‌کنند. بازرسین نباید پست دیگری در اتاق داشته باشند. اتاق‌ها دارای یک کمیته اجرایی هستند تا به مسائل فوری پرداخته و ممکن است کمیته‌های تحقیق نیز تشکیل دهند. رئیس، معاونین، بازرسان و اعضای کمیته می‌بایست عضو اتاق باشند اما مدیران اجرایی لزوماً نمی‌بایست عضو اتاق باشند. آنها توسط رئیس و با موافقت مجمع عمومی و رئیس دبیرخانه اتاق منصوب می‌شوند (نمودار ۵-۲).

نمودار ۵-۲ - ساختار سازمانی اتاق‌های بازرگانی در ژاپن



تصمیم گیری

مجمع عمومی نمایندگان بالاترین مرجع تصمیم گیری در اتاقهای ژاپن است. این مجمع شامل نمایندگان انتخابی از اعضا، تجار و صنعتکاران و نیز نمایندگانی از بخشهای تجاری دیگر درون اتاق است. تعداد نمایندگان از ۳۰ تا ۱۵۰ نفر در هر اتاق متفاوت است و معمولاً برای یک دوره ۳ ساله انتخاب می شوند. مجمع عمومی حداقل سالی یکبار تشکیل شده و می بایست تمام مسائل مهم مانند اصلاح مقررات، صورتحساب هزینه ها، برنامه ها و مسائل مالی را تصویب کند. مجمع همچنین رئیس و اعضای کمیته ها و بازرسین را تعیین می کند. کار اتاق توسط وزارت صنایع و تجارت بین المللی (MITI) نظارت می شود و اتاقها باید گزارشهای مالی سالانه خود را ارائه نمایند.

منابع درآمدی

اتاقهای بازرگانی ژاپن ضمن دریافت حق عضویت و فروش خدمات از برخی یارانه های دولتی نیز استفاده می کنند. هر عضو باید حق عضویت پرداخت کرده و در عین حال اتاق حق دارد که مبالغی را از تاجران و صنایع به عنوان حق ثبت بگیرد. دولت یارانه هایی برای فعالیتهای خاص مانند کسب و کارهای کوچک و مشاوره آنها پرداخت می کند. بطور میانگین، یارانه های دولتی حدود یک پنجم بودجه اتاق را تامین می کنند.

کارکردها

بر طبق قانون اتاقهای بازرگانی ژاپن، مأموریت آنها بهبود و توسعه تجارت و صنعت و مشارکت در رفاه اجتماعی است. بنابراین، فعالیت اتاقها شامل وکالت اعضا، ارائه خدمات و مأموریت هایی از ناحیه دولت است.

در زمینه تحقق نمایندگی از سوی اعضا، اتاق‌های بازرگانی دارای لابی‌های با نفوذی بوده و رابطه بسیار نزدیکی با دولت دارند. همانند دیگر اتاق‌های تحت قانون ملی، آنها می‌بایست نظرات و دیدگاه‌های خود را به مقامات و دستگاه‌های مربوطه گزارش نمایند. برای انجام این مأموریت، اتاق‌ها اطلاعات و آمار را تهیه کرده و تحقیقاتی در زمینه موضوعات سیاستی و اقتصادی انجام می‌دهند.

اتاق‌ها امور مختلفی مانند توسعه منطقه‌ای، برنامه‌ریزی محیط زیست، تولید فن‌آوری، برنامه‌ریزی شهری، پیشبرد صنایع محلی و نیز توسعه بازرگانی خارجی مداخله دارند. در این زمینه آنها ارتباط نزدیکی با دولت داشته و توصیه‌های سیاستی ارائه می‌دهند. بعلاوه، اتاق‌ها نمایندگانی برای شرکت در شوراهای دولتی معرفی کرده و نظرات خود را در مورد برنامه‌های توسعه منطقه‌ای و محلی منتقل می‌کنند. گذشته از این، اتاق‌های بازرگانی در ژاپن فعالیت‌های لابی‌گری خود را از طریق سازماندهی و برگزاری کنفرانس‌های خبری و انتشار نشریات و بولتن‌ها و غیره پشتیبانی می‌کنند.

خدمات‌رسانی به اعضا از دیگر فعالیت‌های عمده اتاق‌ها در این کشور است و مهمترین خدمات شامل بازرگانی خارجی، مشاوره برای بنگاه‌های کوچک مقیاس و آموزش است. در زمینه بازرگانی خارجی، اتاق‌ها مأموریت‌های تجاری را سازماندهی کرده و در نمایشگاه‌های بین‌المللی شرکت می‌کنند و اطلاعات مربوط به فعالیت‌های خود را منتشر می‌سازند. آنها همچنین به رفع اختلافات در بازرگانی خارجی پرداخته و سمینارهایی در زمینه‌هایی چون سرمایه‌گذاری خارجی، بیمه‌های تجاری و فرایندهای گمرکی برگزار می‌کنند.

اتاق ملی بازرگانی هر سال حدود ۱۰۰۰۰ پیشنهاد تجاری از خارج دریافت کرده و آنها را به شرکت‌های ژاپنی انتقال می‌دهد. اتاق‌ها همچنین سالیانه حدود یک میلیون گواهی مبدا و دیگر اسناد مبادله خارجی صادر می‌کنند. بعلاوه، اتاق ملی بازرگانی پنج دفتر نمایندگی در خارج از کشور دارد که فعالیت آنها مشاوره تجاری است. در زمینه

مشاوره به بنگاه‌های کوچک (SSE) اتاق‌ها ارتباط نزدیکی با دولت دارند. تمام اتاق‌ها دارای اتاق مشاوره به عنوان یکی از امکانات خود هستند. مشاوره آنها بیشتر در زمینه تامین مالی، مسائل مالیاتی، مسائل نیروی کار، دفترداری، جلوگیری از ورشکستگی و دیگر زمینه‌های مشابه است.

یکی از مهمترین خدمات اتاق‌ها، «سیستم راهنمای مدیریتی» است که برای بهبود مدیریت کسب و کار در SSEها طراحی شده است. در این سیستم حدود ۸۵۰۰ مشاور تمام وقت کار می‌کنند. این سرویس برای کارآفرینان و بنگاه‌ها رایگان است. بعلاوه، اتاق‌ها، بنگاه‌ها را به نهادهای مالی وابسته به دولت که می‌توانند وام‌های بدون وثیقه یا ضمانت ارائه دهند، مرتبط می‌سازند. در زمینه آموزش، اتاق‌ها دوره‌ها و سمینارهای آموزشی مانند زبان انگلیسی، کسب و کار و امور دفتر را سازماندهی می‌کنند. اتاق‌های بازرگانی ژاپن در زمینه مهارت‌های استاندارد کسب و کار و آزمون‌های مهارتی ملی در زمینه محاسبه (حسابداری)، دفترداری، خرده‌فروشی، استفاده از نرم‌افزارهای تایپ، زبان انگلیسی و موارد مشابه توانمند می‌باشند. این مهارتها و آزمون‌های مرتبط با آنها در محیط کسب و کار بسیار مهم تلقی شده و سالیانه حدود ۲/۲ میلیون نفر تحت این آموزش‌ها قرار می‌گیرند. اتاق‌های بازرگانی همچنین اطلاعات گسترده‌ای برای اعضای خود در زمینه قیمت‌های عمده‌فروشی، روندهای کسب و کار، نتایج تحقیقات و مسائل مالی و اقتصادی ارائه می‌کنند. بعضی از اتاق‌ها سیستم‌های بیمه یا سایر خدمات رفاهی برای شرکت‌های عضو ایجاد می‌کنند. علاوه بر تمامی اینها، اتاق‌ها برقراری ارتباط بین بنگاه‌ها را تسهیل می‌کنند.

همان‌گونه که اشاره شد، اتاق‌های بازرگانی ژاپن موظف به انجام برخی ماموریت‌ها یا وظایفی هستند که از سوی دولت تعیین می‌شود. مهمترین وظیفه در این مورد، اجرا و نظارت بر ثبت قانونی شرکت‌ها و بنگاه‌ها می‌باشد که شامل جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تمامی بازرگانان و صنعت کاران در محدوده جغرافیایی تحت

پوشش اتاق می‌باشد. ثبت قانونی نه تنها شامل نام و نوع فعالیت بنگاه‌ها بلکه همچنین در مورد تولید، فروش و خریدهای شرکت در طی یکسال (معمولاً آخرین اطلاعات مربوط به سال گذشته است) می‌باشد. از دیگر وظایف اتاق‌ها می‌توان به آزمون‌های مهارتی، صدور گواهی مبدا و مشاوره به بنگاه‌های کوچک است که از سوی دولت تفویض شده‌اند.

۵-۴-۶- اتاق بازرگانی در تایلند

اتاق‌های بازرگانی در تایلند براساس قانون کشوری تاسیس شده‌اند اما عضویت در آنها داوطلبانه بوده و تاسیس آنها توسط دولت (یا براساس الزام قانون) انجام نمی‌شود. از طرف دیگر، اتاق‌های استانی باید در اتاق ملی بازرگانی عضو باشند که خود دارای نقش دو گانه‌ای است. این اتاق ملی هم به عنوان سازمانی مرکزی برای اتاق‌های استانی بوده و نیز اتاق ناحیه‌ای برای کلان شهر بانکوک نیز هست. بنابراین بنگاه‌هایی که در این ناحیه قرار دارند می‌توانند به عضویت آن در آیند. این اتاق به عنوان بزرگترین اتاق کشور بوده و بیش از ۱۳۰۰ عضو دارد. براساس قانون اتاق بازرگانی در تایلند، عنوان اتاق بازرگانی مورد حمایت می‌باشد. بعلاوه، در هر ناحیه تنها یک اتاق بازرگانی و تنها یکی در سطح ملی می‌تواند تاسیس شود. یکی از پیشرفت‌های مهم در زمینه اتاق‌های بازرگانی این کشور که در دهه ۱۹۸۰ رخ داده است، رشد کمی بی‌سابقه اتاق‌های بازرگانی استانی بوده است. در سال ۱۹۸۱ تنها ۶ اتاق بازرگانی در این کشور فعالیت داشته و این تعداد در طی ده سال به بیش از ۷۲ اتاق رسیده است. یک دلیل عمده این روند، برنامه دولت تایلند در زمینه تاسیس کمیته‌های مشترک مشورتی دولت-بخش خصوصی (JPPCC)^۱ در هر استان بوده است. ماموریت این کمیته‌ها، ایجاد زمینه

1- Joint Public-Private Consultative Committees

گفتگو و تعامل دولت و بخش خصوصی بوده و اتاقهای بازرگانی یکی از اعضای این کمیته می باشند. بنابراین کسب و کارهای استانی تلاش داشتند تا با تاسیس اتاق، جایگاه بهتری در این کمیته به نفع بخش خصوصی بدست آورند. علاوه بر این، تاسیس اتاق بازرگانی استانی با پشتیبانی اتاق ملی و دولت های محلی نیز همراه بوده است.

سایر سازمان های کسب و کار

حدود ۱۸۰ انجمن تجاری در تایلند فعالیت دارند. تعداد زیادی از آنها هنوز به عنوان کلوب های اجتماعی و یا مکانی برای فعالیتهای رفاهی عمل می کنند. تنها حدود یک سوم بطور فعالانه به عنوان نماینده بخش خود فعالیت می کنند. مهمترین و نفوذترین انجمن، فدراسیون صنایع تایلند (FTI) است. علاوه بر اتاق بازرگانی تایلند، این سازمان نیز تنها عضو کمیته JPPCC از سوی بخش های صنعت و بازرگانی است. این سازمان حدود ۱۴۰۰ عضو دارد که عمدتاً بنگاه های بزرگ بخش صنعت هستند. در سال ۱۹۸۸، براساس یک قانون دولتی، FTI به عنوان سخنگوی رسمی صنایع بخش خصوصی کشور شناخته شده است. در کنار اتاق های بازرگانی و انجمن های تجاری، همچنین انجمن های کارفرمایی ویژه ای نیز فعالیت دارند که به مسائل کار و کارفرمایی می پردازند. آنها در سال ۱۹۷۵ و براساس قوانین جدید کار تاسیس شده اند. سازمان مرکزی برای این مجموعه ها، کنفدراسیون کارفرمایان است. البته این کنفدراسیون نقش سیاستی عمده ای ندارد و عضو JPPCC هم نیست.

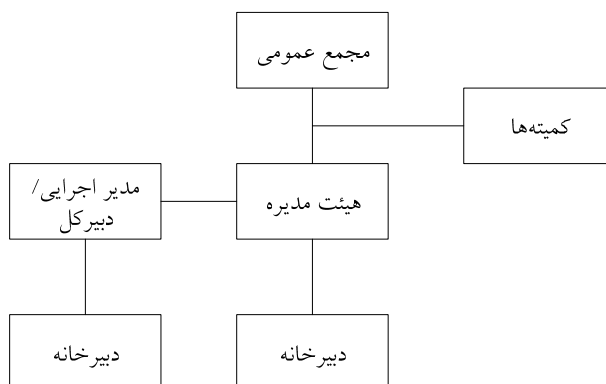
ساختار سازمانی

قانون اتاق های بازرگانی در تایلند تنها ساختار کلی این اتاق ها را مشخص کرده است و این اتاق ها در مورد ساختار و تشکیلات درونی تا حدودی خودمختار هستند. مهمترین اجزای سازمانی شامل مجمع عمومی، هیئت مدیره، رئیس و کمیته های مختلف می باشند. اتاق ها همچنین دارای دبیرخانه هستند که توسط دبیرکل یا مدیر اجرایی اداره

می‌شوند (نمودار ۵-۳). مجمع عمومی مرکب از تمام اعضای اتاق است. این مجمع معمولاً سالی یکبار تشکیل می‌شود و اقداماتی مانند اصلاح مقررات و آیین‌نامه‌ها، تایید گزارش‌های سالیانه و تراز مالی و نیز انتخاب مدیران را انجام می‌دهد. ترکیب اعضای هیئت مدیره براساس مقررات اتاق تعیین می‌شود. بطور کلی، این اعضا باید تمامی بخش‌های مختلف کسب‌وکار را در محدوده استان نمایندگی کنند. بعلاوه، اتاق‌ها دارای کمیته‌های مختلفی هستند که توسط اعضای دارای منافع و علائق مشترک تشکیل می‌شوند. این کمیته‌ها طرح‌های پیشنهادی در زمینه تخصصی خود به اتاق ارائه می‌دهند. مدیر اجرایی یا دبیر کل اتاق کارهای روزمره اتاق را سازماندهی کرده و با رئیس و هیئت مدیره همکاری نزدیک دارد. او تمام امور مهم یا مسائل و مشکلات را به رئیس گزارش می‌کند. به دلیل محدودیت‌های مالی، تمام اتاق‌های استانی کارکنان تمام وقت ندارند. در این موارد، یکی از اعضای شناخته شده اتاق این وظایف را بصورت پاره وقت یا داوطلبانه انجام می‌دهد. اتاق ملی بازرگانی تایلد حدود ۱۰۰ نفر کارمند تمام وقت دارد.

یکی از ویژگی‌های مهم اتاق‌های تایلد این است که تمام مدیران اتاق باید به نوعی تحت نظارت وزارت امور اقتصادی باشند و ممکن است مجوز مدیریت آنها توسط این وزارتخانه تایید یا رد شود. بعلاوه، وزارت مزبور (به عنوان سازمان ناظر) این حق را دارد که اقدامات هیئت مدیره را با قوانین اتاق تطبیق داده و بر آن نظارت نماید. البته دولت به ندرت از این حق استفاده کرده و یا از آن برای مداخله در اتاق استفاده می‌کند.

نمودار ۵-۳- ساختار سازمانی اتاق بازرگانی در تایلند



تصمیم‌گیری

همان طوری که در بخش ساختار سازمانی اشاره شد، مهمترین اجزای تصمیم‌گیری شامل مجمع عمومی، هیئت مدیره، رئیس و کمیته‌های مختلف می‌باشند. اتاق‌ها همچنین دارای دبیرخانه هستند که توسط دبیرکل یا مدیر اجرایی اداره می‌شوند (نمودار ۵-۳). مجمع عمومی مرکب از تمام اعضای اتاق است. این مجمع معمولاً سالی یکبار تشکیل می‌شود و اقداماتی مانند اصلاح مقررات و آیین‌نامه‌ها، تایید گزارش‌های سالیانه و تراز مالی و نیز انتخاب مدیران را انجام می‌دهد. براساس قانون، اعضا باید تمامی بخش‌های مختلف کسب‌وکار را در محدوده استان نمایندگی کنند. بعلاوه، اتاق‌ها دارای کمیته‌های مختلفی هستند که توسط اعضای دارای منافع و علائق مشترک تشکیل می‌شوند. این کمیته‌ها طرح‌های پیشنهادی در زمینه تخصصی خود به اتاق ارائه می‌دهند. یکی از ویژگی‌های مهم اتاق‌های تایلند این است که تحت نظارت وزارت امور اقتصادی هستند وزارت مزبور به عنوان سازمان ناظر این حق را دارد که اقدامات هیئت مدیره را با قوانین اتاق تطبیق داده و بر آن نظارت نماید. البته تجربه نشان داده است که دولت به ندرت از این حق استفاده کرده و یا از آن برای مداخله در اتاق استفاده می‌کند.

منابع درآمدی

دریافت حق عضویت مهمترین منبع درآمد برای اتاق‌های تایلند است. میزان حق عضویت در استان‌های مختلف و برای نوع عضویت‌ها متفاوت است. وزیر امور اقتصادی می‌تواند میزان حق عضویت را تعیین کند. بیشتر اتاق‌ها علاوه بر حق عضویت سالیانه، ورودیه (ثبت) هم دریافت می‌کنند. به عنوان مثال، اتاق ملی حدود ۸۰ دلار برای ثبت و ۵۵ دلار عضویت سالیانه دریافت می‌کند. از دیگر منابع درآمدی می‌توان به صدور گواهی مبدا و سایر گواهی‌های تجاری، برگزاری نشست‌ها و کنفرانس‌ها، اجاره امکانات و وسایل و فروش نشریات اشاره کرد.

کارکردها

قانون اتاق‌های بازرگانی تایلند اعلام می‌دارد که اتاق‌ها سازمان‌هایی غیر انتفاعی هستند که به منظور توسعه بازرگانی، صنعت، کشاورزی و امور مالی و اقتصادی فعالیت دارند. نمایندگی و وکالت بنگاه‌ها و افراد عضو مهمترین فعالیت اتاق‌ها محسوب می‌شود. اتاق‌های استانی و اتاق ملی بازرگانی کشور ارتباط نزدیکی با دولت داشته و نظرات و پیشنهادات خود را در زمینه سیاست‌های اقتصادی به دولت اعلام می‌کنند. قانون نیز بر الزام اتاق‌ها به مشارکت در توسعه اقتصادی به شیوه فوق تاکید کرده است. گفتگوی مذکور از طریق برگزاری جلسات منظم و کمیته‌های مشترک دولت با بخش خصوصی نهادینه شده است. اتاق بازرگانی تایلند به عنوان سخنگوی مهم بخش خصوصی شناخته شده و بیش از ۵۰ نماینده در کمیته‌های مختلف دولتی دارد.

خدمات‌رسانی به اعضا (و افراد و شرکت‌های غیرعضو) یکی دیگر از فعالیت‌های مهم این اتاق‌ها است. بیشتر اتاق‌ها در تایلند نشریات ماهیانه‌ای برای اعضا در زمینه کسب‌وکار و فعالیت‌های دولت ارسال می‌کنند. سازماندهی نمایشگاه‌های تجاری برای توسعه اقتصاد محلی، جذب خریداران و توسعه توریسم از دیگر فعالیت‌های متداول آنها است. بسیاری از اتاق‌ها از روش‌هایی مانند کارت تخفیف برای جذب اعضای

جدید استفاده می کنند. با این حال، از آنجا که بیشتر اتاق های استانی در ده سال گذشته تاسیس شده اند، دامنه خدمات آنها هنوز محدود است.

اتاق بازرگانی ملی به اتاق های استانی در نهاد سازی، سازماندهی دفاتر و ساختمان ها، دوره های آموزشی برای مقامات اتاق و غیره حمایت می کند. بعلاوه، اتاق ملی نشریاتی را برای اتاق های استانی ارسال می کند. دیگر خدمات اتاق ملی شامل توسعه بازرگانی خارجی، صدور گواهی مبدا و سایر گواهی ها و اسناد تجاری است. این اتاق اطلاعاتی در مورد فرصت های تجاری در بازارهای خارجی، قوانین و مقررات مرتبط را در اختیار اعضا قرار می دهد و برخی مسافرت های تجاری را سازماندهی می کند. بعلاوه، اتاق بازرگانی تایلند سمینارها و کارگاه های آموزشی برای اعضا در زمینه بهبود کسب و کار، تقویت مدیریت و مسائل گمرکی و غیره برگزار می کند. قانون اتاق بازرگانی اعلام کرده است که وظایف دولت می تواند از طریق اتاق ها انجام شود. با این حال این فعالیت ها محدود به صدور گواهی و یا اسناد تجاری است.

۵-۵- بخش کشاورزی و اتاق های بازرگانی

بررسی ها نشان می دهد که کسب و کارها و بنگاه های کشاورزی در کشورهای مختلف به دو شیوه در نظام اتاق های بازرگانی حضور دارند که می تواند آنها را اتاق های تلفیقی و اتاق های کشاورزی مستقل نامید.

الف- اتاق های کشاورزی: در برخی از کشورها (بوئزه کشورهای توسعه یافته) اتاق های بازرگانی اغلب به فعالیت های بخش های صنعت و بازرگانی و خدمات اختصاص داشته و اتاق های کشاورزی دارای هویت و سازماندهی مستقل اما مشابه اتاق های بازرگانی هستند. در این کشورها اتاق های کشاورزی اغلب از مهمترین

سازمان‌های مردم نهاد در بخش کشاورزی محسوب می‌شوند. از نمونه‌های قابل توجه در این زمینه می‌توان به فرانسه، آلمان، ترکیه و آمریکا اشاره نمود.

یک نکته اساسی در این زمینه آن است که در برخی اقتصادهای پیشرفته، تفکیک و تقسیم وظایف و کارکردها بین نهادهای مختلف غیردولتی بخش کشاورزی (اعم از تعاونی‌ها، بنگاه‌های مختلف، تشکل‌های صنفی، انجمن‌های بازرگانی، سازمانهای کارفرمایی، اتاق‌های کشاورزی و غیره) باعث ایجاد شبکه‌ای موثر در سطوح ملی و گاه بین‌المللی شده و تعدد و تنوع نهادی در این کشورها مانعی در جهت پیشرفت و توسعه بخش کشاورزی محسوب نمی‌شود. یک الگوی قابل توجه در این زمینه، سازمان COPA (در تلفیق با COGECA) در اتحادیه اروپا است که در فصل سوم به آن اشاره شده است.

باید توجه داشت که در اغلب کشورها، اتاق‌های کشاورزی به عنوان یکی از سازمان‌های غیردولتی مهم در بخش کشاورزی محسوب می‌شوند اما کارکردهای آنها با توجه به شرایطی مانند سطح توسعه‌یافتگی بخش‌ها و زیر بخش‌های اقتصادی و میزان دخالت دولت در امور تا حدی متفاوت است.

به عنوان نمونه می‌توان به اتاق‌های کشاورزی در کشور آلمان اشاره کرد. اتاق‌های کشاورزی یکی از مهمترین سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات ترویجی در بخش کشاورزی این کشور هستند. اتاق‌های بازرگانی در این کشور سازمان‌های ناحیه‌ای هستند که نماینده منافع کشاورزان بوده و توسط نمایندگان منتخب کشاورزان مدیریت (یا سرپرستی) می‌شوند اما فعالیت‌های اجرایی آنها توسط افراد حرفه‌ای انجام می‌شود. در هر ایالت به تناسب اندازه (مساحت) آن، یک یا دو اتاق کشاورزی وجود دارد و چهارچوب قانونی و اختیارات آنها نیز در ایالت‌های مختلف متفاوت است. براساس قانون اتاق‌های کشاورزی، بیشتر بودجه اتاق‌های کشاورزی توسط دولت پرداخت می‌شود. این بودجه به منظور انجام اموری چون تحقیقات کاربردی، آموزش، برنامه‌های

نظارت و کنترل بخش کشاورزی بر موارد مشابه تخصیص داده می شود. با این حال، تنها بخشی از بودجه فعالیت های ترویجی و مشاوره ای توسط دولت (یارانه) پرداخت می شود. این مقدار نیز در ایالت های مختلف با یکدیگر تفاوت دارد و ممکن است ۴۰ یا ۵۰ درصد از کل هزینه را پوشش دهد. در مواردی که خدمات اضافی به اعضا ارائه می شود (مانند آزمون خاک، تجزیه خاک، همکاری در برنامه ریزی مزرعه)، هزینه آن از کشاورزان دریافت می شود. بیشتر اتاق ها بصورت موضوعی سازماندهی شده اند مانند تولیدات گیاهی، دامپروری، اقتصاد مزرعه، امور کودها و حاصل خیزی و غیره که البته استثنا هم در این زمینه وجود دارد یعنی اتاق کشاورزی یکی از ایالت ها براساس کارکردهایی مانند آموزش و مدیریت کشاورزی سازماندهی شده است (Hoffmann et al., 2000).

در برخی دیگر از کشورها، اتاق های کشاورزی همانند سایر سازمانهای غیردولتی بخش در حوزه تخصصی و یا براساس ماموریت های خاص خود فعالیت دارند که بویژه در کشورهای اتحادیه اروپا این شکل از فعالیت بیشتر دیده می شود. اتاق های کشاورزی در کشورهای اتریش، جمهوری چک، استونی، فرانسه و مجارستان نمونه هایی از این نوع فعالیت ها به شمار می روند.

ب- اتاق های تلفیقی: در برخی دیگر از کشورها اتاق های بازرگانی اغلب فعالیت های اقتصادی در بخش های خدمات و بازرگانی، کشاورزی، صنعت و گاه معدن را تحت پوشش دارند. این نظام بویژه در کشورهای در حال توسعه و کشورهای آفریقایی رواج دارد. در این نظام ها اغلب بخش کشاورزی در قالب کمیسیون کشاورزی در اتاق بازرگانی دیده می شود.

در ادامه، اتاق کشاورزی کشور ترکیه به عنوان نمونه ای از یک نظام مستقل ساماندهی اتاق های کشاورزی معرفی شده است.

۵-۱-۵ اتحادیه اتاق‌های کشاورزی ترکیه

اتاق‌های کشاورزی ترکیه براساس قانون مربوطه در سال ۱۸۸۱ تاسیس شده‌اند. در سال‌های نخست، نقش آنها بیشتر به عنوان هیئت‌های مشورتی بوده و چندان موفقیتی نیز نداشته‌اند. در سال‌های بعد، مقرراتی به تصویب رسید که براساس آنها اتاق‌های بازرگانی در شهرهای کوچک و بخش‌ها نیز تاسیس شد. به دلیل محدودیت‌های مالی، این اتاق‌ها اغلب نتوانستند انتظارات را برآورده کنند. فعالیت اتاق‌های بازرگانی در سال‌های میانی قرن بیستم براساس قانون جزو عملکردهای وزارت کشاورزی بوده است. از آنجا که قوانین و مقررات موجود برای تحقق اهداف و نیازهای کشاورزان کشور ناکافی بوده است لذا قانون ویژه‌ای مورد نیاز بود تا بتواند تمام کشاورزان را تحت پوشش واحدی درآورد. بنابراین، «قانون اتاق‌های کشاورزی و اتحادیه اتاق‌های بازرگانی» (ماده قانونی شماره ۶۹۶۴) در سال ۱۹۵۷ به تصویب رسید. البته به دلایل مختلفی این قانون تا سال ۱۹۶۳ اجرایی نشد. در سال‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۴ این قانون مورد بازنگری قرار گرفته است.

اتاق‌های کشاورزی، موسساتی قانونی برای تمام دست‌اندرکاران کشاورزی محسوب شده و به عنوان موسسات عمومی (انجمن‌های ملی) مورد حمایت قانون اساسی ترکیه می‌باشند. براساس قانون، مراکز بخش‌ها و حومه شهرها می‌توانند حوزه فعالیت اتاق بازرگانی محلی باشند. بنابراین، اتاق‌ها در مراکز بخش و یا حومه شهرها (تمام شهرها) می‌توانند تشکیل شوند. هر استان و بخشها (نواحی) تابعه آن می‌توانند چنین اتاق‌هایی را تاسیس نمایند و هم اکنون بیش از ۶۴۵ اتاق محلی کشاورزی (یا انجمن کشاورزی) تاسیس شده است که بیش از ۲/۵ میلیون عضو دارند (۱۱۱ بخش جدید در تقسیمات اداری کشور وجود دارد که هنوز اتاق کشاورزی در آنها تشکیل نشده است).

اتاق کشاورزی کشور یا اتحادیه اتاقهای بازرگانی (TZOB) به عنوان سازمان مرکزی در آنکارا قرار دارند. اجزای این سازمان عبارتند از کمیته عالی و هیئت مدیره. کمیته عالی از اعضا (افراد) تشکیل شده است که در مجامع استانی دوسالانه انتخاب شده اند (هر دو سال یکبار تشکیل می شوند). کمیته عالی، هیئت مدیره اتحادیه اتاقهای کشاورزی کشور را انتخاب می کند. هیئت مدیره شامل ۱۱ عضو و دبیر کل است. انتخابات اتاقها و اتحادیه براساس قانون تشکیل (اساسنامه) اتاقهای کشاورزی انجام شده و رأی گیری ها تحت نظارت و غیرعلنی است.

هیئت مدیره، دبیر کل اتحادیه اتاقهای کشاورزی را انتخاب می کند. واحدهای دیگر اتحادیه شامل دبیرخانه، مشاوره حقوقی، بازرسی، حسابرسی، خدمات فنی، انتشارات و روابط عمومی، روابط بین الملل و خدمات اداری (امور اداری و کارکنان) است. دبیرخانه مسئول اداره اتحادیه بوده و فعالیت های سازمانی مانند تحقیقات، بررسی ها، گزارش های بخش کشاورزی، ارزیابی داده ها و اطلاعات و تهیه گزارش توسط اداره خدمات فنی انجام می شود.

ماموریت و وظایف اتحادیه اتاقهای کشاورزی

براساس قانون، اتاقهای کشاورزی مسئول خدمات حرفه ای، خدمات رسانی به بخش کشاورزی و کمک به برنامه ها و طرح های دولت در بخش کشاورزی می باشند و به نیازهای کشاورزان، تسهیل فعالیت های حرفه ای بخش کشاورزی، عوارض حمایتی، امور صنفی، امور اخلاقی و یکپارچگی حرفه ای پرداخته و سازمانی ملی با یک شخصیت قانونی است. اتاقها همچنین مسئول جمع آوری اطلاعات در مورد کشاورزان، خدمات نهاده ها و تولیدات کشاورزی و سازماندهی ارتباط با سایر سازمان های کشاورزی، برگزاری مجامع و فعالیت های اجتماعی مرتبط با کشاورزی هستند.

۵-۶- جمع‌بندی

از مجموعه مطالب مطرح شده و برخی دیگر از بررسی‌ها در مطالعه تطبیقی اتاق‌های بازرگانی موارد زیر را می‌توان بطور خلاصه نتیجه‌گیری نمود:

- ۱- بیشتر اتاق‌های بازرگانی دارای ویژگی‌های مشترکی بشرح زیر می‌باشند:
 - دارای ماهیت غیر انتفاعی هستند.
 - خودگردان هستند.
 - اعضا اتاق‌ها نقش سیاست‌گذاری را ایفا می‌کنند.
 - اکثر اتاق‌ها براساس تقسیم‌بندی جغرافیایی عمل می‌کنند و بخش‌های اقتصادی را در سطح یک شهر، یک ناحیه، منطقه یا کشور نمایندگی می‌کنند.
 - اتاق‌های بازرگانی انواع مختلفی دارند که اتاق‌های دوجانبه از مهمترین آنها هستند و منابع مشترک تعدادی از افراد و شرکت‌های بین دو کشور را نمایندگی می‌کنند.
 - در بعضی از کشورها، رفع اختلاف بین بنگاه‌ها و افراد و اموری نظیر بهبود ساعات کاری یا دستمزدها و قیمت‌ها از جمله اهداف و فعالیت‌های اتاق‌های بازرگانی می‌باشد.
 - در اکثر کشورهای دنیا، ماموریتها و اهداف زیر برای اتاق‌های بازرگانی معین شده است:

- ایجاد تحکیم اقتصاد محلی و توسعه بازرگانی
- پیشبرد اهداف یک گروه یا جامعه (کسب‌وکاری)
- ایجاد فرصت‌های کاری از طریق ارتباط شبکه‌ای
- تدوین و تقویت قوانین و مقررات تجاری
- ارائه آمار و اطلاعات لازم به اعضا
- گفتگو و تعامل با دولت به نمایندگی از اعضا

۲- برخلاف انجمن های بازرگانی و سازمان های کارفرمایی که ماهیتی بخشی و یا محدود به یک موضوع نظیر سیاست های کار دارند، اتاق های بازرگانی فرابخشی بوده و چند بخش اقتصادی را نمایندگی می کنند.

۳- تدوین و تصویب قانون ملی اتاق ها (بازرگانی و کشاورزی) یک اصل اولیه برای توسعه کسب و کار و تحقق اهداف به شمار می رود.

۴- اتاق های بازرگانی بعضاً نقش های متضادی را بصورت همزمان برعهده دارند. از یک طرف بازتاب دهنده علائق، منافع و دیدگاه های حوزه کسب و کار خود به دولت و یا در مقابل دولت هستند و از طرف دیگر بعضاً به نمایندگی از دولت نقش ها و کارکردهایی را برعهده می گیرند.

۵- منابع مالی اتاق های بازرگانی معمولاً از طریق دریافت حق عضویت، حق الزحمه ارائه خدمات و یارانه دولتی تامین می شود.

۶- اولین اتاق های بازرگانی دنیا در شکل مدرن آن در ابتدای قرن نوزدهم در فرانسه شکل گرفت و عضویت در آنها اجباری بوده و خودگردان نیز نبوده و توسط کارمندان دولتی اداره می شدند. این نوع از اتاق ها بعداً توسط کشورهای اروپایی دیگر نیز پذیرفته و در آن کشورها تاسیس شدند. در الگویی که در کشور انگلستان و کشورهای تابعه آن اجرا شد، دولت در امور اتاق ها مداخله کمتری داشته و این اتاق ها فقط تابع مقررات داخلی خود بوده و عضویت در آنها نیز داوطلبانه بوده است. پوشش جغرافیایی نیز در این مدل که تحت عنوان مدل انگلوساکسون شناخته می شود، الزامی نبوده است.

۷- مدل فرانسوی و مدل انگلیسی- امریکایی به عنوان دو مدل کاملاً متفاوت توسط برخی کشورها اقتباس شده است ولی در برخی از کشورها بصورت یک مدل تلفیقی و براساس شرایط داخلی آنها اجرا شده است.

۸- نوع چهارمی از اتاق‌های بازرگانی که به شکل یک اداره دولتی عمل می‌کرده است در کشورهای شوروی سابق وجود داشته است.

۹- در آلمان عضویت در اتاق‌های بازرگانی الزامی است. اتاق‌های بازرگانی و صنعت آلمان حدود ۸۰ اتاق می‌باشد که هر یک بطور میانگین ۳۰ هزار عضو را تحت پوشش دارند.

۱۰- در آلمان بیش از ۴۵۰ انجمن تجاری در تمامی بخش‌های صنعتی وجود دارد که ۳۴ کنفدراسیون آنها را نمایندگی می‌کنند و کنفدراسیون‌ها صنایع آلمان (BDI) در رأس هرم سازمانی آنها قرار می‌گیرد. در ۸۳ اتاق بازرگانی این کشور حدود ۶۵۰۰ نفر کار می‌کنند.

۱۱- یکی از مهمترین خدمات اتاق‌های بازرگانی آلمان، هدایت و راهنمایی برای تجارت خارجی شامل ارائه اطلاعات در مورد مقررات مالی کشورهای خارجی، نمایشگاه‌های بازرگانی و فرصت‌ها و نیز مبادلات و تفاهم‌های دوجانبه سرمایه‌گذاری است.

۱۲- خدمات مشاوره‌ای در اتاق‌های بازرگانی آلمان رایگان بوده و برای راه‌اندازی بنگاه‌های جدید مشاوره ویژه وجود دارد. ضمناً هر سال حدود ۱۳ هزار سمینار توسط اتاق‌های بازرگانی آلمان با حدود ۳۰۰ هزار شرکت‌کننده برگزار می‌شود.

۱۳- اتاق‌های بازرگانی در فرانسه در سه لایه محلی، ناحیه‌ای و ملی تاسیس شده و عضویت کسب‌وکارها و بنگاه‌های صنعتی و تجاری و بازرگانی در آنها الزامی است و بخش کشاورزی و بنگاه‌های کوچک اتاق‌های جداگانه‌ای دارند.

۱۴- در سطح محلی در فرانسه، ۱۸۳ اتاق و در سطح ناحیه‌ای ۲۱ اتاق و در سطح ملی یک سازمان مرکزی تحت عنوان مجمع اتاق‌های بازرگانی و صنایع فرانسه وجود دارد. اتاق‌های بازرگانی در فرانسه براساس قانون ملی اتاق‌های بازرگانی اداره می‌شوند.

۱۵- در فرانسه برخلاف آلمان، اتاقهای بازرگانی در آموزشهای رسمی نیز فعالیت داشته و حدود ۸۰ دبیرستان و ۵۰ مدرسه کسبوکار را تحت مدیریت دارند.

۱۶- در ایالات متحده، قانون ویژه‌ای برای اداره اتاقهای بازرگانی وجود ندارد و هر کس می‌تواند نسبت به ثبت و تاسیس اقدام کند و عضویت در اتاقها نیز داوطلبانه است. در طی دهه ۱۹۹۰ حدود ۵۰۰۰ اتاق منطقه‌ای و ایالتی در این کشور فعالیت داشته‌اند. در این کشور علاوه بر اتاقهای بازرگانی در حدود ۱۷ هزار انجمن تجاری وجود دارد که نماینده کمپانی‌ها و صنایع در رشته‌های خاص هستند. دو سازمان کسبوکار مهم نیز در امریکا فعالیت دارند که یکی از آنها انجمن ملی کارخانه‌داران (NAM) و دیگری فدراسیون کسبوکارهای مستقل (NFIB) است که بنگاه‌های کوچک مقیاس را نمایندگی می‌کنند.

۱۷- اتاقهای بازرگانی امریکا از طریق شبکه ارتباطی تحت عنوان «شبکه اطلاع‌رسانی اقدامات عمومی» (GAIN) در تعامل با یکدیگر بر تدوین و تصویب قوانین موثر بر کسبوکار تاثیر می‌گذارند. خدمات این شبکه برای اعضا رایگان است. همچنین آنها یک شبکه رادیو و تلویزیون داشته و ماهنامه کسبوکار ملی را با تیراژ ۸۶۵۰۰۰ نسخه منتشر می‌کنند.

۱۸- اتاقهای بازرگانی فیلیپین براساس مقررات داخلی خود اداره می‌شوند و عضویت در آنها رایگان است. این اتاقها پنج گونه عضویت عادی، اصلی، پیوسته، مداوم و افتخاری دارند. اتاق بازرگانی و صنایع فیلیپین (PCCI) مهمترین اتاق این کشور است که در برگیرنده ۹۸ اتاق و ۱۴۸ انجمن بخشی (تخصصی) و صنعتی و ۱۳۵ عضو پیوسته، ۴۸ عضو مداوم و ۱۴۰۰ بنگاه خصوصی به عنوان عضو عادی است.

۱۹- در ژاپن اتاقهای بازرگانی تحت قانون ملی اداره می‌شوند اما عضویت در آنها داوطلبانه است. میانگین تعداد اعضای هر اتاق حدود ۳۰۰۰ نفر است ولی در شهرهای بزرگ به حدود ۱۵۰۰۰ عضو هم می‌رسد. در سراسر ژاپن حدود ۴۹۶ اتاق

بازرگانی با بیش از ۱/۴ میلیون عضو وجود دارد و فدراسیون ملی اتاق‌های بازرگانی در ژاپن به عنوان عالی‌ترین مرجع اتاق‌های بازرگانی همان اتاق بازرگانی و صنایع این کشور است. در ژاپن علاوه بر اتاق‌های بازرگانی، سه گروه سازمانی دیگر در کسب‌وکار دخالت دارند که عبارتند از فدراسیون سازمان‌های اقتصادی، فدراسیون انجمن‌های کارفرمایان و کمیته توسعه اقتصادی ژاپن.

۲۰- در تایلند، اتاق‌های بازرگانی براساس قانون ملی تاسیس و اداره می‌شوند و عضویت در آنها داوطلبانه است و اتاق‌های استانی در اتاق‌های ملی بازرگانی بصورت الزامی عضو هستند. اتاق بازرگانی بانکوک بزرگترین اتاق این کشور با ۱۳۰۰ عضو می‌باشد. در این کشور ظرف ۱۰ سال تعداد اتاق‌های بازرگانی از ۶ به ۷۲ رسیده است.

۲۱- بطور کلی، اتاق‌های بازرگانی به دلیل ویژگی‌های قانونی و کارکردی خود، از مهمترین تشکلهای سازمان‌های غیردولتی در حوزه اقتصاد محسوب می‌شوند. توسعه یافتگی اتاق‌های بازرگانی و تاثیرگذاری و اهمیت آنها در اقتصاد ملی اغلب رابطه مستقیمی با میزان توسعه یافتگی اقتصاد کشورها دارد بطوری که اغلب کشورهای توسعه‌یافته دارای شبکه‌های موثری از اتاق‌های بازرگانی نیز هستند.

۲۲- سازمان اتاق بازرگانی با توجه به ظرفیت‌های قانونی، ساختار درونی فرابخشی، ویژگی‌های مرتبط با حوزه جغرافیایی تحت پوشش و بویژه فضایی که برای تعامل بین بخشها و زیربخش‌های مختلف اقتصادی ایجاد می‌کنند، می‌تواند به عنوان الگوی مناسبی برای سازماندهی نهادها و بنگاه‌های اقتصادی و نیز افراد دست‌اندرکار کسب‌وکار در هر یک از بخش‌های اقتصادی بویژه کشاورزی عمل نمایند. سازماندهی و ساماندهی تشکلهای و افراد فعال در بخش کشاورزی در قالب اتاق بازرگانی (یا الگویی مشابه آن) زمینه مناسبی برای هم‌افزایی و رونق اقتصادی هم در سطح محلی و هم در سطح ملی فراهم می‌آورد.

۲۳- یک نکته قابل توجه در زمینه رابطه اتاقهای بازرگانی و بخش کشاورزی این است که افراد حقیقی و حقوقی دست اندرکار صنایع تبدیلی و فرآوری کشاورزی و نیز بازرگانان این بخش (مانند امور نهاده ها و ماشین ها و غیره) عضو اتاقهای بازرگانی بوده و به عنوان فعال اقتصادی شناخته می شوند.

۲۴- در برخی کشورها، به دلایلی مختلفی از جمله لزوم تفکیک و تخصصی شدن بخشهای اقتصادی، اتاقهای کشاورزی بصورت ساختارهای جداگانه ای طراحی شده اند. با این حال، روش ها و الگوهای کارکردی آنها مشابه اتاقهای بازرگانی است.

۲۵- مواردی مانند تدوین قانون ملی اتاق کشاورزی، الزام بنگاه ها و کسب و کارها به عضویت (در قبال به رسمیت شناختن بنگاه و فعالیت های آن از سوی دولت)، ساختار سازمانی مبتنی بر عضویت و انتخابات، ارائه سرویس ها و خدمات مورد نیاز کشاورزان و فعالین اقتصادی مانند آموزش، مشاوره، خدمات توسعه بازرگانی و صادرات و غیره از طریق اتاقهای کشاورزی و مواردی دیگر می تواند به عنوان الگوهای قابل تطبیق در ایران مورد توجه قرار گیرند.



فصل ششم

تحلیل و آسیب
شناسی
سازمانهای
غیردولتی
بخش کشاورزی
در ایران

مقدمه

در فصول گذشته، بررسی‌هایی در زمینه مبانی نظری سازمان‌های غیردولتی و وضعیت موجود تشکلهای بخش کشاورزی در ایران و جهان صورت گرفته است. از آنجا که هدف اصلی در این نوشتار، ارائه راهکارها و دیدگاه‌هایی برای اتاق بازرگانی به منظور تحرک بخشی به کسب‌وکار کشاورزی می‌باشد، محوریت بررسی‌ها، اتاق بازرگانی و کارکردهای آن بوده است. در این فصل سعی شده است تا ضمن ارائه تحلیل کلی بر محتوای فصول گذشته، دیدگاهی کلی نسبت به امکانات و ظرفیت‌های مرتبط با تشکلهای بخش کشاورزی ارائه شده تا به عنوان مبنایی برای ترسیم وضعیت موجود، مطلوب و چشم‌اندازها بکار گرفته شود.

به منظور تکمیل مباحث مرتبط با وضعیت موجود و ایجاد امکان تطبیق آن با وضعیت مطلوب لازم است تا یک تحلیل آسیب‌شناسی نسبت به تشکلهای سازمان‌ها و بطور کلی وضعیت موجود آنها انجام شود. در این فصل سعی شده است تا تحلیل آسیب‌شناسی بر مبنای ابعاد و شاخص‌های مختلف سازماندهی، جایگاه و ساختار نهادی، کارکردها، امور قانونی، فرآیندها و نیز وضعیت اقتصادی و نیروی انسانی صورت گیرد. با این حال، عدم شفافیت و نبود اطلاعات و داده‌های قابل اتکا و یکپارچه که خود یک آسیب اساسی محسوب می‌شود، محدودیت‌هایی را برای ارائه تصویر دقیق از بحث دشوار می‌سازد. برای رفع این نقیصه، بیشتر تحلیل‌ها براساس خروجی‌ها و دستاوردها و نیز کارکردهای این سازمان‌ها و مقایسه رشد کمی و کیفی آنها صورت گرفته‌اند.

۶-۱- رشد و توسعه سازمانی تشکلهای بخش کشاورزی

براساس بررسی های انجام شده در زمینه شکل گیری نهادها و تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی، روند تحولات این نهادها را می توان در قالب دوره های مشخص و متمایزی نشان داد. همانند اغلب نهادها و سازمان ها، روند تحولات ماهیتی تکاملی داشته و مختصات و ویژگی های هر دوره از آن براساس عوامل مختلفی مانند مأموریت ها، اهداف، موفقیت ها و شکست ها و نیز ظرفیت سازی آن نهاد قابل بررسی است. براساس این تحلیل می توان نقاط قوت و ضعف و همچنین الزامات و ضرورت های هر دوره تکاملی را تعیین نمود.

همان گونه که در جدول (۶-۱) دیده می شود، روند شکل گیری و توسعه تشکلهای بخش کشاورزی را می توان در چهار مرحله شامل دوره تاسیس، دوره استقرار، دوره توسعه و دوره شبکه سازی بررسی نمود.

الف- دوره تاسیس در مورد این نهادها در ایران بیش از سه دهه به طول انجامیده است، شامل اقداماتی چون تدوین و تصویب قوانین و مقررات، شکل گیری نهادهایی مانند تعاونی های کشاورزی و روستایی براساس برنامه ها و الزامات دولت می باشد. از این قوانین می توان به قانون قطب های کشاورزی (مصوب ۱۳۵۴) و قانون تعاونی کردن تولید و همچنین قوانین مصوب برنامه های عمرانی پیش از انقلاب (مانند برنامه عمرانی چهارم مصوب ۱۳۴۷) نام برد. از سوی دیگر، در بیشتر برنامه های پنج ساله توسعه کشور، شکل گیری تشکلهای مردمی اعم از صنفی و تخصصی مورد تاکید قرار گرفته است (مانند برنامه دوم توسعه، ماده ۱۵۸ قانون برنامه سوم، تاکید بر تشکیل صندوق های غیردولتی بخش کشاورزی در برنامه چهارم و سایر موارد). اگرچه در حال حاضر نیز اقداماتی در زمینه اصلاح و تغییر قوانین مربوط به تشکلهای نهادهای غیردولتی در حال انجام است، اما باید توجه داشت که سازمان های موجود محصول

اقدامات ذکر شده در مراحل تاسیس بوده و متاثر از قوانین و برنامه‌های آن دوران می‌باشند. بطور کلی، می‌توان گفت که تشکلهای و نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی دوران تاسیس خود را با توجه به چند دهه تجربه پشت سر گذاشته و وارد دوران استقرار شده‌اند.

ب- آغاز دوره استقرار تشکلهای بخش کشاورزی را می‌توان از اواسط دهه ۱۳۷۰ دانست که در آن با اجرای برنامه‌های پنج ساله، این تشکلهای هم به لحاظ کمی (تعداد) و هم به لحاظ کیفی (از لحاظ گرایش به تخصصی شدن و تنوع موضوعی) گسترش یافتند. از برخی از مشخصات این دوره و تغییرات و تحولات آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- در این دوره فاصله بین تشکلهای ثبت شده و تشکلهای فعال تا حدی مشخص شده است.
- یکی از مهمترین مشخصات این دوره، شکل‌گیری مجامع تشکلهای و سازمان‌های بخش کشاورزی و تشکیل اتحادیه‌های شهرستانی، استانی و ملی در برخی از این تشکلهای بوده است.
- برنامه خودگردانی و کاهش اتکا به دولت در برخی تشکلهای (مانند تعاونی‌های تولید کشاورزی) اجرا شده است.
- برخی طرح‌های کسب‌وکاری و توسعه صادرات توسط این تشکلهای اجرا شده است.
- در بخش کشاورزی برخی وظایف تصدی‌گری سابق دولت مانند تولید بذر و نهال در سطح گسترده به این تشکلهای واگذار شده است.
- بطور کلی تخصصی شدن، کاهش تدریجی اتکا به دولت، شکل‌گیری اتحادیه‌های استانی و ملی برای برخی از تشکلهای و ایجاد گرایش‌های بازرگانی و تجاری در سطح ملی از مهمترین مشخصات این دوره است. از سوی دیگر، باید دانست که مهمترین

آسیب های مرتبط با تشکلهای به تدریج در این دوره مشخص شده است که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد. در واقع، هدف اصلی سیاستی در دوران تاسیس، رشد کمی و تعدد تشکلهای بوده است اما در دوره استقرار، تنوع بخشی به فعالیتها، کاهش اتکا به دولت و حضور مستقل آنها در عرصه کسب و کار و کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است. به همین دلیل، در این مرحله نقاط ضعف و ناتوانی های این سازمانها در تحقق اهداف سیاستی بخش کشاورزی به خوبی قابل مشاهده است. از سوی دیگر، با آسیب شناسی این روند می توان اصلاحات و تغییرات ساختاری، نهادی و فرآیندی لازم برای بهبود و توسعه این سازمانها را مشخص نمود.

ج- دوره توسعه را می توان مرحله ای از تکامل نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی دانست که در طی آن نتایج حاصل از آسیب شناسی به اصلاح و بازنگری های ساختاری و کارکردی این سازمانها منجر شده و از سوی دیگر، این نهادها تطبیق و سازگاری لازم با شرایط محیطی (سیاسی، سیاستی، اقتصادی و اجتماعی) را پیدا می کنند. با ورود و گذار از این مرحله می توان انتظار داشت که این سازمانها در جایگاه متناسب خود قرار گرفته و نقش خود را به عنوان یک نظام کسب و کاری در اقتصاد ایفا نمایند.

شرایط و الزامات مختلفی قانونی و سیاستی بویژه ابلاغ قانون اصل ۴۴ قانون اساسی در زمینه توسعه و توانمندسازی بخش خصوصی، کاهش نقش دولت در اقتصاد و اقدامات اخیر در زمینه واگذاری اقدامات تصدی گرانه دولت به بخش های غیردولتی از مهمترین عواملی است که زمینه ورود سازمانهای مذکور به این مرحله را تسریع می کند. به نظر می رسد که در حال حاضر و در آینده نزدیک، هر گونه سیاست گذاری در زمینه هدایت و حمایت از نهادهای کسب و کاری بخش کشاورزی می بایست براساس مشخصات این مرحله صورت گیرد. از مهمترین اقداماتی که در این زمینه می بایست صورت گیرد، توانمندسازی تشکلهای برای ایفای نقش های جدید می باشد. همچنین در این مرحله می بایست اقداماتی برای بازنگری عمده در ماهیت سازمانهای

غیردولتی صورت گیرد. به عنوان مثال، اقداماتی برای توانمندسازی اعضا و حضور هر چه بیشتر و موثر آنها در مجامع (نشست‌ها و سطوح تصمیم‌گیری و مدیریت تشکله‌ها) صورت گرفته و هویت‌های افراد و بنگاه‌ها به عنوان فعالین اقتصادی مورد توجه قرار گیرد. در واقع، همان‌گونه که در بخش آسیب‌شناسی به آن اشاره می‌شود، می‌بایست «بحران نمایندگی» این تشکله‌ها به نحو مطلوبی مورد بررسی قرار گرفته و راه‌حل مناسبی برای آن در نظر گرفته شود. لازم به ذکر است که تشکله‌ها و سازمان‌های بخش کشاورزی در حال حاضر مشخصات چندانی از ورود به این مرحله را نشان نمی‌دهند و براساس الزامات و قوانین مصوب اخیر (بویژه قانون اصل ۴۴) می‌توان گفت که در ابتدای این مرحله قرار دارند.

د- مرحله شبکه‌سازی در واقع چشم انداز توسعه کسب‌وکار بخش کشاورزی می‌باشد. الگوی نگرشی شبکه‌ای که در فصل بعدی به آن اشاره خواهد شد، مستلزم تغییرات عمده‌ای در هر یک از اجزای نظام کسب‌وکاری بخش کشاورزی می‌باشد. هدف از این مرحله، شکل‌گیری یک ساختار شبکه‌ای در راستای توسعه کسب‌وکار و بازرگانی بخش کشاورزی می‌باشد. برخی از مشخصات و الزامات این مرحله (به عنوان پیش‌فرضها) بشرح زیر می‌باشند:

- هویت بخشی به بنگاه/ اعضا یک الزام اولیه در تعریف شبکه است. همان‌گونه که از مفهوم رابطه شبکه‌ای و تفاوت آن با ساختارهای سلسله‌مراتبی برمی‌آید، در شبکه هر یک از اجزا نقش و کارکرد مشخصی دارند که میزان آن را توانایی عضو و نه جایگاه سلسله‌مراتبی آن تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، کارآمدی و توانایی هر عضو می‌تواند به بهبود جایگاه آن منجر شده و موانع ناشی از سلسله‌مراتب یا سطح‌بندی کاهش می‌یابد. همچنین، اعضای یک شبکه در رابطه‌ای کمابیش هم‌عرض قرار می‌گیرند. براین اساس، نخستین گام در تحقق این هدف، ایجاد یک

هویت مشترک و جامع برای اعضای جامعه کسب و کاری می باشد. این هویت در شیوه شناسایی و ثبت نام و ورود به شبکه (یا نظام) بازتاب می یابد.

- توانایی و ارزش کلی شبکه به تعداد اعضای آن وابسته است. بنابراین فراگیری شبکه و ساختار به تمامی ذی نفعان یک ارزش اساسی در تحقق اهداف به شمار می رود. هرگونه برنامه ریزی و سیاست گذاری در این زمینه می بایست مستلزم تحقق ساختاری حداکثری برای پوشش تمامی دست اندرکاران کسب و کار کشاورزی باشد. با توجه به اینکه یکی از چالش های فعلی تشکلهای بخش، تعدد قوانین و مقررات در تاسیس و یا نظارت بر آنها می باشد، تجمیع این موجودیت ها براساس یک قرارداد (پروتکل) مشترک، ضرورتی اساسی در توسعه کسب و کار بخش محسوب می شود.

- برخلاف رهیافت های از بالا به پایین که در ایجاد و توسعه تشکلهای بخش کشاورزی معمول بوده است، در تحقق شبکه می بایست رهیافت از پایین به بالا اعمال شود. واحد سازمان و عمل در یک سازمان مبتنی بر عضویت در حوزه کسب و کار، یک واحد بنگاهی یا فرد می باشد (مانند یک مزرعه، واحد بهره برداری، واحد تجاری، واحد فرآوری و صنایع روستایی و غیره) و سایر سطوح سازماندهی موجود (مانند اتحادیه ها و به گفته دقیق تر، آن دسته از تشکلهایی که نمایندگی گروه هایی از اعضا را به عهده دارند) نقش تکمیلی و پشتیبانی برای کارکرد بهتر آن واحد را برعهده دارند. بنابراین، شکل گیری هر ساختار اعم از سلسله مراتبی (مانند اتحادیه شهرستان، استان و ملی) و یا شبکه ای می بایست با توجه به اصالت فرد/ بنگاه صورت گیرد. ساختار شبکه ای نقش هم افزایی و ایجاد ارزش افزوده ناشی از ویژگی های اصلی رابطه شبکه ای یعنی کاهش هزینه، ارتباط سریع و موثر و همزمان و موارد دیگر را خواهد داشت.

جدول ۶-۱- روند تحول و تکامل سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی

مرحله تکاملی	الگوی غالب	نمونه ویژگی‌ها و الزامات
دوره تاسیس	فعالیت	ثبت و تاسیس تشکله‌ها تاکید بر رشد کمی (تعداد) تاکید بر ارکان (مانند هیئت مدیره و مدیر عامل و بازرسین) شکل‌گیری از بالا به پایین تصویب قوانین اولیه نظارت، دخالت و حضور مستقیم کارکنان دولت در تشکله‌ها
دوره استقرار	سازمان	شکل‌گیری سازمان‌هایی در سطوح محلی، استانی و ملی شکل‌گیری مجامع تدوین مقررات و قوانین داخلی ایجاد سازمان‌های دولتی ناظر بصورت تخصصی و زیر بخشی شکل‌گیری روند استقلال از دولت
دوره توسعه	سیستم (نظام)	تفکیک و تخصصی شدن نهاده‌ها شکل‌گیری هویت مشترک براساس کارکرد و سهم در اقتصاد توسعه بخش خصوصی
دوره شبکه‌سازی	شبکه	ایجاد شبکه‌ای از واحدهای کسب‌وکار توانمند شدن اعضا و حذف یا کوچک شدن سازمان‌های واسطه‌ای (ساختار عمودی و سلسله‌مراتبی به سازمانی از اعضای هم عرض تبدیل می‌شود.) شکل‌گیری نهادهای مشترک خدمات اعتباری، سرمایه‌گذاری و بازرگانی

۶-۲- آسیب‌شناسی تشکله‌ها

همان‌گونه که در فصل‌های گذشته اشاره شد، سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی را می‌توان به چند گروه اصلی طبقه‌بندی نمود:

- بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی (اعم از مزارع تجاری، شرکت‌های سهامی زراعی، کشت و صنعت‌ها و شرکت‌های تعاونی تولید و غیره)

- سازمان های حرفه ای (مانند انجمن های علمی، سازمان های صنفی مانند نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، سازمان نظام دامپزشکی و غیره)
- سازمان های بازرگانی (مانند انجمن های تولیدکنندگان، اتحادیه های تعاونی ها)
- علاوه بر موارد فوق می توان به برخی سازماندهی ها مانند انجمن های کشاورزان خبره، سازمان های زنان (مانند تعاونی های اعتبار روستایی) و غیره نیز اشاره کرد.
- نهادهای اقتصادی و سرمایه گذاری مانند صندوق های حمایت از سرمایه گذاری در بخش کشاورزی

تعدد و پراکندگی این سازمان ها و نهادها در سطوح مختلف و نیز فقدان یکپارچگی و هماهنگی، تبدیل این سازمان ها به یک مجموعه منسجم و هویت مشخص در بخش کشاورزی را دشوار نموده است. در این راستا می توان آسیب های اصلی و کلیدی این سازمان ها را بصورت زیر طبقه بندی نمود (جدول ۶-۲):

۶-۲-۱- آسیب های نهادی

بخشی از آسیب های نهادی در برگیرنده شیوه و انگیزه های شکل گیری نهادها است. به عنوان مثال، تعاونی های روستایی براساس قوانین پس از اصلاحات ارضی در دهه ۱۳۴۰ و برای جایگزینی نهادهای نظام اربابی شکل گرفته اند. علاوه بر تعاونی ها، ساختارهایی مانند شرکت های سهامی زراعی و کشت و صنعت ها و شرکت های تعاونی تولید نیز با طراحی و تدوین چهارچوب های حقوقی و قانونی ویژه با هدف کلی بهبود مدیریت زنجیره های تولید، تامین و بازاریابی بوجود آمده اند. این ساختارها به دلایل مختلفی از جمله شکل گیری از بالا به پایین نتوانسته اند به توسعه لازم دست پیدا کنند. بطور کلی آسیب های نهادی مرتبط با تشکلهای سازمان های غیردولتی بخش کشاورزی را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- روند شکل‌گیری از بالا به پایین که بیشتر ناشی از تمایل دولت به توسعه این نهادها و نه به دلیل احساس نیاز از سطوح پایین دست، بوده است.
- ساختار درونی این تشکلهای که نه براساس نیازهای واقعی بهره‌برداران بلکه بیشتر برای تامین اهداف کلان سیاستی بخش کشاورزی طراحی شده است. به عنوان مثال، یکی از اهداف دولت از تشکیل شرکت‌ها و تعاونی‌های روستایی و تولیدی در بخش کشاورزی، تحقق یکپارچه‌سازی اراضی و دستیابی به مقیاس اقتصادی تولید بوده است. در حالی که این مسئله به دلیل حساسیت‌های موجود در زمینه مالکیت از یکسو و سایر رویه‌های حمایتی دولت از مزارع کوچک و غیراقتصادی، در مقیاس قابل توجهی تحقق پیدا نکرده است. همین مسئله در بهره‌برداری اقتصادی از آب (افزایش راندمان مصرف آب کشاورزی) نیز تا حد زیادی صدق می‌کند.
- تشکلهایی مانند تعاونی‌های کشاورزی، براساس اصول تعاون می‌بایست از شکل‌گیری و تجمع سرمایه‌های کوچک و خرد افراد بوجود آمده و تمرکز این سرمایه‌ها و منابع خرد بتواند ارزش و مزیت اقتصادی لازم را برای فعالیت‌های تولیدی و بازرگانی ایجاد نماید. در عمل، تشکلهای تعاونی که در حال حاضر بیشترین تعداد از تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی را تشکیل می‌دهند، اغلب با هدف بهره‌مندی از حمایت‌های دولتی بویژه حمایت‌های سرمایه‌ای و تسهیلاتی بوجود آمده‌اند.
- نظام تولید کشاورزی، مجموعه‌ای از میلیون‌ها واحد بهره‌برداری اعم از زراعی، باغی، دامپروری و نیز واحدهای آبی‌پروری و غیره می‌باشد. بخشی از این واحدهای بهره‌برداری بویژه در زیر بخش‌های دامپروری به دلایل متعددی از جمله نوع و سازوکار حمایت‌های دولت، کمابیش با اتحادیه‌های شهرستانی و کشوری خود در ارتباط هستند. اگرچه این ارتباط ماهیتی شبکه‌ای نداشته و صرفاً در

مقاطع زمانی خاص و در زمینه های مشخصی مانند دریافت برخی نهاده ها و یارانه ها وجود دارد اما می توان آن را به عنوان یک زمینه برای برنامه ریزی های آینده در نظر گرفت. در سایر زیربخش ها بویژه زراعت به عنوان گسترده ترین زیربخش کشاورزی چنین وضعیتی وجود ندارد. هیچیک از تشکلهای موجود کشور در حال حاضر به عنوان فدراسیونی از این واحدهای بهره برداری کشاورزی عمل نکرده و نتوانسته اند این واحدها را به عنوان بنگاه های کسب و کار بخش کشاورزی در قالب یک تشکل عام و یا تشکلهای تخصصی با شمول گسترده سازماندهی نمایند. همان گونه که در فصل بعدی خواهد آمد، توسعه کسب و کار در بخش کشاورزی مستلزم وجود تشکلهایی است که واحدهای تجاری بخش کشاورزی (یعنی بالاتر از حداقل مقیاس اقتصادی) را به عنوان بنگاه های کسب و کاری تحت پوشش گرفته و شبکه ای ملی را بوجود آورند. این شبکه ملی می تواند علاوه بر خدمات رسانی به مجموعه های عضو، از مزیت هم افزایی این واحدها استفاده کرده و نهادهای اعتباری، بانکی، شبکه های تامین و توزیع، سیستم های بازاری رسانی و بازاریابی ویژه این شبکه را در مقیاس وسیع ایجاد نماید. علاوه بر مشکلات و مسائل مرتبط با کارکردهای تعاونی های کشاورزی و روستایی در توسعه بخش کشاورزی، کارکرد آنها در توسعه بازرگانی و یا ایجاد یک نظام پایدار و کارآمد برای تامین سرمایه و اعتبار برای فعالیت های گوناگون تولیدی، خدماتی و تجاری بخش دچار اشکالات فراوانی است. بطور کلی، با توجه به وجود بحران «سازمان نیافتگی» بصورت جامع و فراگیر، شکل سازماندهی این تشکلهای هم از درون و هم در ایجاد ارتباط با نهادهای هم عرض و یا بالادستی (مانند اتحادیه ها) نیاز به بازنگری دارد.

- یکی دیگر از آسیب های نهادی که در برخی سازمان های بخش کشاورزی کشور دیده می شود، مشکلات ناشی از مأموریت ها و اهداف از پیش تعیین شده آنها

است. همانگونه که در در فصل پنج اشاره شد، تفکیک وظایف و کارکردها در میان سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در سطح ملی دارای اهمیت زیادی است. به عنوان مثال، هر یک از سازمانهای کارفرمایی، انجمن‌ها، نظام‌های صنفی، اتاق‌های کشاورزی، اتحادیه‌ها و غیره دارای تعریف مشخصی بوده و حوزه‌های کارکردی اقتصادی یا اجتماعی معینی دارند. بررسی اساسنامه‌ها و شرح وظایف (و نیز عملکردهای) بسیاری از نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران نشان می‌دهد که مأموریت‌ها یا ظرفیت‌های در نظر گرفته شده برای این سازمان‌ها با تعریف یا ماهیت آنها چندان سازگاری ندارد. به عنوان نمونه در این زمینه می‌توان به عملکرد سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی اشاره نمود. این سازمان، یک تشکل صنفی و نماینده حدود ۱۳۰ هزار دانش‌آموخته کشاورزی است. بررسی کارکردهای آن نشان می‌دهد که این سازمان نقش‌های مختلفی مانند پیمانکار (در برابر دولت به عنوان کارفرما)، نمایندگی بخش کشاورزی و بهره‌برداران، حضور در تدوین قوانین مرتبط با بخش کشاورزی و شرکت در مجامع سیاست‌گذاری بخش کشاورزی را دارد که با ماهیت یک سازمان صنفی متشکل از دانش‌آموختگان (هیچیک از اعضای این سازمان در جایگاه عضویتی خود به عنوان تولیدکننده، صنعتگر بخش کشاورزی، بازرگان یا سیاست‌گذار محسوب نمی‌شوند) سازگار نیست. این امر نه تنها ناظر بر مشکلات نهادی بلکه همچنین مرتبط با آسیب‌های قانونی تشکلهای نیز می‌باشد.^۱ هویت دوگانه نیز از

۱- نمونه‌هایی از عملکرد، برنامه آتی و اهداف سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی (برگرفته از وب سایت رسمی سازمان به آدرس www.agri-eng.com): «اصلاح و پیشنهاد قوانین مورد نیاز برای توسعه بخش کشاورزی»، «پیگیری ایجاد شرایط واگذاری فعالیتهای تصدی‌گری دولت در بخش کشاورزی به دانش‌آموختگان بخش»، «حضور و مشارکت سازمان در مجامع تصمیم‌گیری مرتبط با بخش کشاورزی»

دیگر مشکلات جدی برخی از تشکلهای موجود می باشد. به عنوان مثال، سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران که فدراسیون تعاونی های روستایی کشور محسوب می شود و در عین حال نهادی دولتی می باشد و در نتیجه نمی تواند به عنوان بخش غیردولتی به شمار رود.

۶-۲-۲- آسیب های قانونی

تعدد مراجع و مهمتر از آن خاستگاه های قانونی تشکلهای که به نوعی ناشی از ماهیت های متنوع آنها نیز هست تا کنون به عنوان مانعی در تحقق یک هویت یکپارچه برای این سازمان ها بوده است. همان گونه که در فصل چهارم آمده است، تشکلهای سازمان های غیردولتی بخش کشاورزی دارای هویت های گوناگونی بوده و در نتیجه مراجع قانونی و دستگاه های نظارتی مربوط به آنها نیز متفاوت می باشند. به عنوان نمونه می توان به ماهیت های اجتماعی (مرتبط با قوانین وزارت کشور و قوانین ناظر بر احزاب و نهادهای سیاسی- اجتماعی)، علمی (مانند انجمن های علمی تحت پوشش وزارت علوم و تحقیقات و فن آوری و یا فرهنگستان علوم)، بازرگانی (مانند انجمن های بازرگانی و تجاری تحت پوشش وزارت بازرگانی یا اتاق های بازرگانی اشاره نمود).

این وضعیت باعث شده است تا امکان ایجاد یک شبکه یا ساختار جامع برای متشکل شدن این واحدهای مختلف و متعدد فراهم نشود. بطور کلی، لازم است تا تمامی تشکلهای غیردولتی بخش (حداقل تشکلهایی که ماهیت کسب و کار دارند) در قالب یکی از زیرساخت های قانونی موجود (مانند قانون تجارت و یا قانون اتاق بازرگانی) قرار گیرند. این روند باعث می شود که نه تنها یک هویت و سازماندهی مشخص برای این نهادها ایجاد شود بلکه امکان نظارت، شفاف سازی، حسابرسی و پاسخگویی این سازمان ها نیز فراهم شود. همچنین دولت می تواند از این ساختارها به

شیوه موثری برای تحقق وظایف حاکمیتی خود مانند تنظیم بازار، حمایت از تولیدکنندگان، توسعه بازرگانی خارجی و غیره استفاده کند.

۶-۲-۳- آسیب‌های فرآیندی

فرآیندهای مرتبط با شکل‌گیری، تحول، مدیریت و بطور کلی کارکردهای تاسیس و استقرار تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی را می‌توان از مهمترین چالش‌های موجود در توسعه این نهادها دانست. در عین حال، بررسی و تحلیل فرآیندها همچنین مسائل و چالش‌های مرتبط با امور نهادی، ساختاری، قانونی و سایر آسیب‌های مرتبط با تشکلهای آنها را نیز در برمی‌گیرد. به همین دلیل، ارزیابی فرآیندهای سازمانی یکی از مهمترین ابزارها برای بهبود و اصلاح وضعیت و کارکرد این نهادها و هدایت آنها در راستای توسعه فعالیت‌ها به شمار می‌رود. به عنوان نمونه به برخی پیامدهای ناشی از فرآیندهای نادرست و یا ناکارآمد مرتبط با موضوع اشاره می‌شود:

الف- شکل‌گیری این نهادها بطور کلی بر مبنای رهیافت‌های از بالا به پایین بوده است. این امر مشکلات متعددی را از قبیل سطح و نوع مشارکت افراد و اعضا، میزان پایداری (تداوم و توسعه کسب‌وکار)، پاسخگویی و نیز پیامدهای بعدی مانند کارایی اقتصادی، بهره‌وری و نیز سطح تاثیرگذاری در توسعه همه جانبه کسب‌وکار در بخش ایجاد نموده است.

به عنوان نمونه می‌توان به فاصله بین تعداد تعاونی‌های ثبت شده و تعاونی‌های فعال در بخش کشاورزی اشاره نمود. همان‌گونه که در فصل مربوطه اشاره شد، در حال حاضر حدود ۲۵ گونه تشکل تعاونی و اتحادیه‌های مرتبط با آنها در بخش کشاورزی و براساس قوانین و مقررات وزارت تعاون در حال فعالیت می‌باشند. تعداد این تشکلهای (ثبت شده) در سراسر کشور حدود ۳۱۸۸۸ مورد می‌باشد که جمع اعضای آنها نیز حدود ۴۶۹۵۱۵ نفر است (جدول‌های ۴-۴ و ۴-۳). همان‌گونه که در جدول (۴-۴)

دیده می شود، تعداد تشکلهای فعال حدود نصف تشکلهای ثبت شده می باشد. این امر نشان می دهد که فرآیند شکل گیری و تأسیس تا فعال سازی تشکلهای چهار اشکال می باشد. شکل گیری اینگونه ای تشکلهای آنها را با چالش عمده تری نیز مواجه می سازد که آن نمایندگی اعضا و میزان مشارکت آنها است.

ب- فرآیند توسعه تشکلهای نیز از سوی دیگر نیازمند آسیب شناسی و تحلیل است. توسعه تشکلهای از دیدگاه دستگاههای ناظر یا متولی (مانند وزارت جهاد کشاورزی) در درجه اول ناظر بر افزایش تعداد آنها در طی دوره برنامه های توسعه (مانند برنامه پنجم) می باشد. در مراحل بعدی شاخص هایی مانند برگزاری مجامع و نشست ها و نیز دوره های آموزشی (اغلب با محوریت ارکان تعاونی ها یعنی مدیران و اعضای هیئت مدیره) مورد نظر بوده و تحول درونی آنها و توسعه کسب و کار کشاورزی بویژه در زمینه های کسب و کاری به ندرت مورد نظر می باشد.

یکی دیگر از مسائل مهم در زمینه فرآیندهای توسعه تشکلهای این است که هیچگونه استاندارد یا شاخصی برای کیفیت و کارایی و یا تعیین حداقل سطح کارکرد برای این تشکلهای وجود ندارد. این بدان معنی است که امکان پیگیری یا تشخیص روند توسعه آنها وجود ندارد. از آنجا که رتبه بندی های موجود نیز نوعی امتیاز محسوب شده و به منظور بهره مندی از مشوق ها اعمال می شوند، لذا نمی تواند به عنوان ابزار کارآمدی در تحلیل یا نمایش وضعیت آنها بکار گرفته شود.

ج- فقدان آمار و اطلاعات مربوط به تشکلهای از مشکلات عمده دیگر در این زمینه است. این مسئله از یکسو مرتبط با فرآیندهای ثبت (تعدد دستگاههای متولی ثبت و صدور مجوز)، حمایت و پشتیبانی بوده و از سوی دیگر به دستگاههای نظارتی در سطوح مختلف ملی و استانی مربوط می شود. آمار و اطلاعات مربوط به تشکلهای را می توان در دو گروه اصلی طبقه بندی نمود:

الف- آمار و اطلاعات ثبتی و شناسنامه ای (مشخصات عمومی تشکلهای)

ب- آمار و اطلاعات کارکردی (مانند اطلاعات اقتصادی، جریان سرمایه، حجم عملیات مالی، تولیدات و خدمات و بطور کلی اطلاعات کسب‌وکار) در سطح وزارت تعاون سابق، بانک اطلاعات مشتمل بر اسامی و مشخصات ثبتی تعاونی‌های بخش کشاورزی که در این وزارتخانه و واحدهای تابعه استانی آن ثبت شده‌اند، وجود دارد. این بانک اطلاعات بیشتر در برگیرنده اطلاعات ثبتی و شناسنامه‌ای بوده و فرآیند اجرایی، کارکرد و اطلاعات میدانی را در بر ندارد (بویژه اطلاعات به روز اقتصادی و عملیاتی). یک دلیل عمده این مسئله آن است که این تعاونی‌ها بصورت واحدهای جداگانه کسب‌وکاری محسوب شده و ارتباط اقتصادی شبکه‌ای با یکدیگر ندارند. وجود آمار و اطلاعات اقتصادی به نحوی که نشان‌دهنده حجم کسب‌وکار یا سهم در بازار باشد، نیازمند وجود یک سازمان متمرکز پوششی و دارای ارتباط سیستماتیک با بنگاه‌ها است.

فقدان اطلاعات عملیاتی از سوی دیگر باعث می‌شود که جمع‌آوری اطلاعات و داده و نیز تحلیل روندهای مربوط به این کسب‌وکارها برای دستگاه‌های دولتی بسیار دشوار باشد. همان‌گونه که در مطالعات تطبیقی اتاق‌های بازرگانی در سایر کشورها نشان داده شد، یکی از مزیت‌های مهم در کارکرد اتاق‌های بازرگانی، جمع‌آوری اطلاعات به روز از وضعیت بنگاه‌ها می‌باشد که ابزار مناسبی برای دستگاه‌های دولتی به منظور برنامه‌ریزی را فراهم می‌کند.

جدول ۶-۲- نمونه هایی از آسیب های موجود در تشکلهای بخش کشاورزی

و چالش های مرتبط با آنها

حوزه های تحلیل آسیب شناسی	چالشها
آسیب های نهادی	<p>روند شکل گیری</p> <p>چالش های کارایی اقتصادی، بهره وری و اثربخشی</p> <p>ساختار درونی (نمایندگی تمام اعضا و مشارکت فعالانه)</p> <p>فاصله بین ثبت تشکل و فعال سازی آن</p> <p>عدم جامعیت و پوشش تشکلهای برای تمام بنگاه ها یا کسب و کارها و در نتیجه عدم امکان نمایندگی بخش غیردولتی</p> <p>فقدان ارتباط سیستماتیک بین بنگاه ها و کسب و کارها و در نتیجه فقدان هم افزایی در حوزه های مختلف سیاستی، اقتصادی و غیره</p>
آسیب های قانونی	<p>فقدان قانون جامع برای تشکلهای کسب و کاری بخش کشاورزی</p> <p>فقدان دستگاه نظارتی یا متولی حاکمیتی مشخص</p> <p>تعدد قوانین مرتبط با تشکلهایی که در حوزه کسب و کار فعالیت دارند</p>
آسیب های فرآیندی	<p>ناکارآمدی فرایندهای شکل گیری</p> <p>پیامدهای ناشی از فرایندهای ناکارآمد تأسیس و فعال سازی</p> <p>فقدان فرایندهای توسعه ای و رشد و توسعه سازمانی (مانند استانداردهای کیفیت و ناکارآمدی فرایندهای رتبه بندی)</p> <p>فقدان نظام های منسجم آمار و اطلاعات (هم آمار و اطلاعات شناسنامه ای و هم در زمینه عملیات و کارکردها)</p>
سایر موارد (نیروی انسانی، مالی و اقتصادی)	<p>ضعف منابع مالی و عدم پایداری</p> <p>عدم تنوع منابع درآمدی (نظام مالی و درآمدی مشخص)</p> <p>ناهمگنی سطح توانمندی نیروهای انسانی (هم در سطح اعضا و هم در سطح ارکان)</p> <p>عدم بکارگیری پرسنل حرفه ای (بویژه در بخش های بازرگانی و تجاری)</p> <p>توسط تشکلهای</p> <p>بحران مأموریت (در بسیاری از تشکلهای موجود، رابطه و تعهدات متقابل آنها و دولت و نیز سطح مسئولیت ها و اختیارات آنها و نیز شیوه و میزان پاسخگویی آنها شفاف نیست)</p>

به دلیل مشکلات و پیامدهای ناشی از تمامی آسیب‌ها و چالش‌های ذکر شده، این نظام‌ها نتوانسته‌اند به نیروی اقتصادی و کسب‌وکاری موثری در بخش کشاورزی بویژه در حوزه کارآفرینی و توسعه بازرگانی تبدیل شده و اغلب در بهترین حالت به عنوان مجری اقدامات تصدی‌گرایانه دولت (مانند صدور برخی گواهی‌ها و مجوزها، اجرای پروژه‌ها و طرح‌های عملیاتی که ماهیتاً دولتی هستند، اجرای عملیاتی چون خریدهای تضمینی و استفاده از امکانات زیرساختی آنها در انبارداری و ذخیره‌سازی مواد غذایی مورد استفاده در تنظیم بازار) در آمده‌اند.

۶-۳- اتاق بازرگانی، صنایع و معادن تهران

دامنه وظایف، فعالیت‌های کسب‌وکاری تحت پوشش این اتاق را می‌توان در حوزه‌های زیر طبقه‌بندی نمود:

- ۱- برگزاری کمیسیونهای تخصصی و بهره‌گیری از آخرین اخبار مطروحه و اثرگذاری در مصوبات قانونی مطرح در دولت و مجلس
- ۲- مشاوره در زمینه مسائل تامین اجتماعی، امور مالیاتی و امور گمرکی و حضور در کمیسیونهای مربوطه
- ۳- ارتباط با تجار خارجی
- ۴- ارائه تسهیلات جهت شرکت در نمایشگاههای داخلی و خارجی
- ۵- اعزام هیات‌های تجاری به خارج از کشور و پذیرش هیاتهای تجاری از خارج از کشور
- ۶- مبادله اطلاعات تجاری در سطح جهان
- ۷- اخذ ویزای تجاری
- ۸- اخذ گواهی مبداء

- ۹- اخذ شناسنامه فرش
- ۱۰- عضویت در اتاق ها و شورای مشترک
- ۱۱- شرکت در جلسات و هیاتهای خارجی
- ۱۲- حل و فصل اختلافات با مراجع دولتی
- ۱۳- خدمات مشاوره حقوقی
- ۱۴- داوری و حل اختلاف بین تجار
- ۱۵- دریافت نشریات اتاق
- ۱۶- اخذ گواهی امضا
- ۱۷- شرکت در دوره های آموزشی
- ۱۸- معرفی صاحبان کارتها بازرگانی حقیقی به سازمان تامین اجتماعی جهت استفاده از مزایای بیمه
- ۱۹- اخذ معرفی نامه جوایز صادراتی و برخورداری از بسیاری امتیازات قانونی

دیگر

در بخش کشاورزی حوزه های اصلی شامل تولید و پرورش، صادرکنندگان، واردکنندگان، تجار و عمده فروشان، خدمات، ماشین آلات و تجهیزات، نمایندگی ها و تحقیق و توسعه می باشند. کسب و کارها و بنگاه های ذکر شده در قالب هایی چون اتحادیه، انجمن، سندیکا، صندوق و برخی اشکال نهادی خاص تحت عناوین مجمع، جامعه، تشکل صنفی، خانه (مانند خانه معدن ایران)، شورای ملی (مانند شورای ملی زعفران ایران)، کنفدراسیون و قانون عمل می کنند.

همان گونه که در ادامه خواهیم دید، مدل و قانون تشکیل اتاق بازرگانی در ایران، عضویت در این نهاد را برای تمام بنگاه ها و کسب و کارها الزامی نساخته است. با این حال، بنگاه های رسمی و قانونی برای انجام معاملات نیازمند اسناد و مدارکی مانند کارت بازرگانی هستند که توسط اتاق صادر می شوند.

۶-۳-۱- چالش‌های مرتبط با بخش کشاورزی

براساس یافته‌های حاصل از بررسی و آسیب‌شناسی تشکلهای بخش کشاورزی، وضعیت موجود اتاق بازرگانی و اتاق تهران و نیز مطالعات تطبیقی، در این بخش به برخی چالش‌ها و مسائل اتاق بازرگانی ایران و به تبع آن اتاق تهران در ارتباط با توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی اشاره می‌شود. بدیهی است که برخی از این مشکلات متوجه سازمان اتاق بازرگانی بوده و در نتیجه راه‌حل‌های آنها نیز تا حد زیادی در درون این سازمان قابل جستجو است. برخی دیگر از مشکلات ناشی از عوامل بیرونی بوده و حل آنها نیازمند ارتباطات بیرونی با سایر دستگاه‌ها و بخش‌ها از ابعاد گوناگون اجرایی و یا قانونی است.

الف- فرآیند عضوگیری

اتاق بازرگانی علی‌رغم سابقه طولانی (بیش از تمامی تشکلهای خصوصی در تمام بخش‌های اقتصادی کشور) ارتباط سازمان یافته‌ای با کسب‌وکار کشاورزی ندارد. براساس قوانین و مقررات داخلی اتاق، این سازمان می‌تواند حوزه‌های مختلفی مانند تولیدکنندگان، پرورش‌دهندگان، صادرکنندگان، واردکنندگان، تجار و عمده‌فروشان، خدمات‌دهندگان بخش کشاورزی و نیز عرضه‌کنندگان ماشین‌آلات و تجهیزات را در برگیرد. علاوه بر آن حوزه‌های تحقیق و توسعه نیز در این حوزه قرار می‌گیرند.

با وجود این طبقه‌بندی، در حال حاضر هیچ فرآیندی برای جذب بنگاه‌ها و فعالین بخش کشاورزی در پوشش اتاق بازرگانی وجود ندارد. همان‌گونه که در مطالعات تطبیقی نشان داده شده است، این فرآیند می‌تواند یا الزام‌آور بوده و یا بصورت داوطلبانه انجام شود. طراحی فرآیند عضوگیری همچنین می‌تواند از طریق اصلاح در قوانین و مقررات موجود در بخش کشاورزی، بویژه دستگاه‌هایی چون وزارت جهاد کشاورزی، وزارت رفاه، کار و تامین اجتماعی و تعاون و نیز سازمان‌های وابسته به آنها

انجام شود. پیش از این، لازم است تا بررسی‌هایی به منظور شناسایی افراد حقیقی و حقوقی دست‌اندرکار کسب‌وکار بخش (اعم از تولید، خدمات فنی، بازاریابی، بازرگانی، صادرات و غیره) صورت گیرد تا امکان طراحی یک هویت فراگیر در این بخش برای هر یک از اعضا فراهم شود.

ب- وظیفه نمایندگی

چنانچه گفته شده، وظیفه و کارکرد نمایندگی، یکی از مهمترین کارکردهای اصلی اتاق‌های بازرگانی به شمار می‌رود. از آنجا که براساس قانون، عضویت در اتاق بازرگانی (ملی و استانی) برای بنگاه‌ها و فعالین اقتصادی، الزام‌آور نمی‌باشد و در نتیجه در مواردی، جمعی کوچک از فعالین یک زیر بخش می‌توانند به عنوان نمایندگان بخش یا زیربخش مربوطه در برنامه‌ریزی‌های کلان ملی یا شوراهای مشورتی حضور پیدا کنند. این فرآیند با مفهوم نمایندگی اتاق بازرگانی سازگاری ندارد.

ج- ساختار اتاق

ساختار اتاق به دلیل توسعه‌نیافتگی فعالیت‌ها هنوز به تفکیک و تخصصی‌سازی بخش‌های اقتصادی و زیربخش‌ها وارد نشده است. در واقع، بلوغ سازمانی اتاق مستلزم ایجاد سازمان‌های مشابه و تا حد امکان منفک (مانند اتاق کشاورزی) است به نحوی که بتواند بطور تخصصی و براساس قوانین و مقررات مستقل در این بخش فعالیت نماید.

د- سیر تحول نهادی

آسیب‌شناسی و تحلیل وضعیت اتاق بازرگانی و رابطه آن با بخش کشاورزی از دیدگاه سیر تحول نهادی نیز قابل بررسی است. همان‌گونه که در تاریخچه اتاق بازرگانی ایران ذکر شد، این نهاد در طی چندین دهه گذشته مراحل مختلفی از دوران تاسیس و استقرار را طی کرده است. بررسی وضعیت موجود نشان می‌دهد که ساماندهی کسب‌وکارها کشاورزی در قالب اتاق بازرگانی (کمسیون) به جز در موارد

خاص، ویژگی‌های دوران تاسیس را کماکان داشته و وارد مراحل دوران استقرار و توسعه نشده است.

الزامات و شرایط اقتصادی داخلی و خارجی، تغییر در سطح تکنولوژی‌ها، تغییرات اساسی در کارکردها و شیوه حاکمیت دولت، تغییر در محیط‌های سیاستی و قانونی و بسیاری عوامل دیگر باعث شده‌اند تا انجام تغییرات بنیادی در سازمان و کارکرد این نهاد بویژه در ارتباط با بخش کشاورزی الزامی باشد. در واقع، می‌بایست دوره جدیدی از شکل‌گیری رابطه اتاق بازرگانی و بخش کشاورزی تعریف شده و براساس آن، ساختار سازمانی و چهارچوب‌های قانونی و نهادی تبیین و تعریف شوند. این امر در برگیرنده دو اقدام کلی زیر می‌باشد:

۱- ایجاد زمینه ساختاری

۲- ایجاد زمینه قانونی

در فصل هفتم، این مباحث در قالب پیشنهاد و راهکار تشریح شده‌اند.

۶-۴- جمع‌بندی

تشکل‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد بخش کشاورزی در سال‌های اخیر رشد و توسعه قابل توجهی داشته‌اند و در برخی حوزه‌ها نیز توانمندی‌های قابل توجهی در زمینه توسعه کسب‌وکار، نیروی انسانی و گسترده‌گی در سطح ملی بدست آورده‌اند. بطور کلی و بر مبنای بررسی‌های این فصل، موارد زیر در دستیابی به یک الگوی جامع در سازماندهی بنگاه‌های بخش کشاورزی قابل توجه می‌باشند:

- به لحاظ میزان توسعه‌یافتگی و کارکردهای تجاری به نظر می‌رسد تشکل‌های تخصصی در زیربخش‌های تجاری و صادراتی موفقیت بیشتری داشته و امروزه نمونه‌های متعدد و متنوعی از این تشکل‌ها در بخش‌های مختلف فعالیت دارند.

- تشکلهای بخش کشاورزی با آسیبها و چالشهای متعددی در ابعاد قانونی، ساختاری، فرآیندی و نیز توانمندیهای درونی روبرو هستند که این مسئله شکلگیری یک نظام جامع و موثر کسب و کاری در بخش کشاورزی براساس نهادهای موجود را دشوار می سازد.
- شکلگیری و استقرار بخش عمدهای از تشکلهای موجود در بخش کشاورزی به نحوی است که کارایی و اثربخشی آنها را به میزان زیادی تحت تاثیر قرار می دهد. شکلگیری آنها عمدتاً براساس رهیافتهای از بالا به پایین بوده و نقش اعضا اغلب محدود است. سازماندهی و مدیریت درونی آنها نیز با اشکالات زیادی مواجه است که در این گزارش از آن به آسیبهای نهادی یاد شده است.
- تعدد قوانین و مقرراتی که تشکلهای بخش کشاورزی براساس آنها شکل گرفته اند باعث شده است تا امکان هماهنگی و وحدت رویه در بین آنها بسیار محدود باشد. همچنین این مسئله با توجه به تعدد سازمانهای پشتیبانی کننده (مثلاً وزارت کشور، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت تعاون و غیره) تشدید می شود.
- بخش قابل توجهی از تشکلهای بخش کشاورزی مشکلات و آسیبهای دیگری مانند ضعف منابع مالی و عدم پایداری، وابستگی به دولت، عدم تنوع منابع درآمدی و عدم اتکا به قابلیت های حرفه ای، عدم بکارگیری پرسنل حرفه ای و نیز عدم شفافیت مسئولیت ها و پاسخگویی را نیز دارا می باشند.
- از مجموعه موارد ذکر شده می توان دریافت که برای ایجاد یک سازمان فراگیر یا یک نظام منسجم از نهادهای غیردولتی به نحوی که منجر به توسعه همه جانبه کسب و کار کشاورزی شود، اصلاحات و تغییرات عمده ای مورد نیاز است. این امر در الگوی پیشنهادی بصورت گزینه های بهبود و یا بازآفرینی بازتاب می یابد. به عبارت دیگر، برای تحقق اهداف مورد اشاره، لازم است تا تغییراتی هم در زمینه

ایجاد نهادها و تشکلهای جدید و هم در حوزه قوانین و مقررات انجام شود. این تغییرات در بخش آینده تحت عنوان الگوی پیشنهادی ارائه شده‌اند.



اتحاد بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

فصل هفتم

راهبردها و راهکارهای پیشنهادی

مقدمه

راهبردهای پیشنهادی در این طرح در برگیرنده مشخصات کلی یک نظام جامع به منظور سازماندهی کسب و کارهای بخش کشاورزی است. این مشخصات شامل ساختار کلی، نهادهای درونی، ارتباطات و الزاماتی است که شکل گیری و تداوم آن را مشخص می کنند.

برای این منظور، سناریوهای متعددی قابل تصور است که از آن جمله می توان به فدراسیون سازمان های کشاورزی ایران و اتاق کشاورزی ایران اشاره نمود. هر یک از رهیافت ها و سناریوهای مذکور دارای نقاط قوت و ضعف و مشخصات متعددی است که با توجه به شرایط موجود کشور، ویژگی های اقتصادی و اجتماعی بخش کشاورزی، ظرفیت های موجود و مواردی از این دست می توان آنها را اولویت بندی نمود.

بطور کلی، تحلیل و بررسی ها نشان می دهد که با توجه به آسیب های اصلی و کلیدی در شکل گیری و توسعه نهادهای بخش کشاورزی (با رویکرد توسعه در امر کسب و کار و بازرگانی و بطور کلی توسعه بخش) می توان یک الگوی ساختاری کلی با دو ویژگی اصلی را طراحی نمود. از یکسو، این الگو می بایست پاسخگوی بحران ها و آسیب های اصلی تشکلهای بخش کشاورزی بویژه مسئله هویت مشترک، بحران نمایندگی، بحران سازمان یافتگی و نیز ورود به مراحل تکاملی سازمانی (شامل مرحله توسعه و مرحله شبکه سازی) باشد. از سوی دیگر، راهبرد پیشنهادی می بایست با الزامات و شرایط اتاق بازرگانی سازگار بوده و راهکاری برای توسعه کسب و کار کشاورزی در این قالب ارائه نماید. برای تحقق این هدف، در این فصل ابتدا مروری بر یافته های تحقیق شامل بررسی وضعیت موجود، آسیب شناسی ها و نیز بررسی الگوهای موجود در سایر کشورها صورت گرفته و سپس تطبیق آنها با راهبرد پیشنهادی براساس سناریوهای ممکن انجام می شود.

۷-۱- یافته‌های کلیدی

در فصل‌های گذشته، بررسی‌های مختلفی در زمینه موضوع اصلی کتاب یعنی طراحی سازوکارهایی برای ساماندهی بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای بخش کشاورزی در جهت بهبود کارکردهای اقتصادی و بازرگانی آنها صورت گرفته است که می‌توان آنها را در چهار بخش اصلی طبقه‌بندی نمود (جدول ۷-۱). خلاصه این یافته‌ها در راستای پاسخ به سوالات اصلی مطرح شده (جدول ۷-۲) در ادامه آورده شده است:

جدول ۷-۱- خلاصه موضوعات و محورهای اصلی کتاب

موضوع	محورهای مورد بررسی
بررسی مفهوم نهادهای غیردولتی (فصل دوم)	تعریف، مختصات، جایگاه و نقش‌های بالقوه نهادهای غیردولتی
بررسی روابط بین‌سازمانی (فصل دوم)	تعیین الگوی نظری و تجربی برای ساماندهی نهادها، بنگاه‌ها و بطور کلی موجودیت‌های کسب‌وکاری
مطالعه تطبیقی (فصل سوم و پنجم)	۱- وضعیت موجود اتاق‌های بازرگانی و کشاورزی در کشورهای منتخب ۲- بررسی سازمان‌های کشاورزان (و سازمان‌های بخش کشاورزی) در کشورهای منتخب
بررسی وضعیت موجود و آسیب‌شناسی (فصل چهارم و ششم)	۱- وضعیت موجود ایران (نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی) ۲- ارزیابی و بررسی نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران (ظرفیت‌ها، توانایی‌ها، ضعف‌ها و قوت‌ها) با تاکید بر قابلیت آنها در توسعه کسب‌وکار بخش کشاورزی

جدول ۷-۲ - خلاصه سوالات و فصل‌های متناظر آنها در کتاب

فصل‌های متناظر	مسائل و چالش‌ها
فصل دوم	۱- مشخصات و کارکردهای نهادهای سازمانهای غیردولتی
فصل دوم	۲- راهکارها و الگوهای نهادسازی و روابط بین نهادی در سطوح مختلف اقتصاد و اجتماع
فصل سوم و چهارم	۳- ویژگی‌های سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در ایران و سایر کشورها
فصل پنجم	۴- مشخصات و کارکردهای اتاق‌های بازرگانی و اتاق‌های کشاورزی در کشورهای مختلف
فصل ششم	۵- مهمترین آسیب‌ها و ضعف‌های تشکلهای بخش کشاورزی در ایران
فصل هفتم	۶- راهبردهایی برای بهبود یا بازآفرینی تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران
فصل هفتم	۷- الگوهای ساماندهی واحدهای کسب‌وکار کشاورزی (تولیدی و بازرگانی)

۱- مشخصات و کارکردهای نهادهای سازمانهای غیردولتی

بررسی مفهوم نهادهای غیردولتی نشان می‌دهد که نقش و جایگاه این نهادها در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در سراسر جهان رو به افزایش است. این نهادها در گذشته در حوزه‌های محدودی بویژه زمینه‌هایی که دولت‌ها حضور چندانی نداشته‌اند (مانند امور خیریه یا فرهنگی) عمل می‌کرده‌اند اما امروزه تقریباً حوزه‌ای از فعالیت‌های انسانی را نمی‌توان یافت که این سازمان‌ها نقشی در آن نداشته باشند. بویژه سازمان‌های امروزی (یا نسل سوم) نقش‌های مهمی در جایگزینی یا بصورت مکمل با دولت‌ها در مدیریت و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی ایفا می‌کنند.

این نهادها دارای ویژگی‌هایی هستند که مزیت قابل توجهی نسبت به نظام دیوان سالاری (بوروکراسی) دولتی محسوب می‌شوند و در نتیجه در بسیاری از موارد می‌توانند کارآمدی و بهره‌وری بیشتری را بویژه در حوزه اقتصاد و کسب‌وکار از خود نشان دهند. این ویژگی‌ها واگذاری امور مدیریت و عملیات اقتصادی به نهادهای غیردولتی را توجیه پذیر می‌سازد. برخی از آنها عبارتند از:

- این سازمانها در زمینه ها و حوزه هایی می توانند بطور موثر عمل نمایند که دولت ها یا حضور نداشته و یا توانایی عملکرد موثری ندارند.
- سازمان های غیردولتی هزینه عملیاتی کمتری نسبت به دستگاه دولتی داشته و به دلیل گرایش به کار داوطلبی، هزینه بالاسری کمتری دارند.
- سازمان های غیردولتی بوسیله کار با گروه های جامعه به عنوان شریک، موجب ارتقای سطح مشارکت عمومی جامعه می شوند و بر ابتکارات خودیاری محلی و کنترل محلی برنامه ها تاکید دارند.
- سازمان های غیردولتی متناسب با شرایط محلی، از نوآوری ها به میزان بیشتری استفاده کرده و خود را با آنها تطبیق می دهند.
- علاوه بر موارد ذکر شده، انعطاف پذیری سازمانی، سرعت عمل، عدم تمرکز و بسیاری موارد دیگر را می توان به عنوان مزیت های نسبی این سازمان ها در مقایسه با دستگاه دولتی دانست.
- با توجه به موارد فوق، می توان انتظار داشت که سازمان های غیردولتی می توانند به شیوه موثری در موارد زیر بکار گرفته شوند:
- ۱- ترغیب نهادهای رسمی (مانند وزارتخانه ها) جهت اتخاذ رویکردهای بهتر
- ۲- فعالیت به عنوان مسیر و کانال توسعه فن آوری و روش های نوین
- ۳- آموزش عمومی در زمانی که موضوع فعالیت آنها تحت پوشش برنامه های دولتی است.
- ۴- آشنا ساختن برنامه ریزان دولتی با نیازهای عمومی از طریق فعالیت به عنوان کانالی برای انتقال دیدگاه های عمومی و تجارب داخلی
- ۵- فراهم آوردن امکانات همکاری موثر اجرایی با نهادهای دولتی و کمک کنندگان
- ۶- تاثیر گذاری بر سیاست های توسعه موسسات ملی و بین المللی از جمله کمک به تمرکززدایی و اصلاحات مدنی

۷- کمک به دولت و کمک‌کنندگان برای اجرای اثربخش‌تر استراتژی‌های توسعه از طریق تقویت نهادها، آموزش پرسنل و توسعه توانایی‌های مدیریتی

البته باید توجه داشت که، این گونه نهادها با محدودیت‌هایی نیز مواجه‌اند که از آن جمله می‌توان به توانایی کمتر برخی از آنها در رقابت‌پذیری با بخش‌های خصوصی در حوزه اقتصاد اشاره نمود. این امر بویژه برای سازمان‌هایی صدق می‌کند که ماهیتاً برای کسب‌وکار طراحی نشده‌اند. بر این اساس، کارکرد این سازمان‌ها در حوزه کسب‌وکار می‌بایست براساس مدل‌ها و الگوهای طراحی شود که هم به لحاظ نظری و هم بصورت تجربی نتایج موفق‌تری را نشان می‌دهند. نمونه‌هایی از این تجربیات موفق در فصل‌های مربوطه (فصل سوم و پنجم) در مورد سازمان‌های بخش کشاورزی در سایر کشورها آورده شده است.

یک نتیجه مهم در این زمینه آن است که با توجه به وظایف و مأموریت‌های مذکور، اشکال نوینی از سازمان‌های مردم‌نهاد نیز می‌بایست طراحی و تشکیل شوند که ساختار و عملکرد آنها با سازمان‌های متعارف تفاوت دارد. به عبارت دیگر، ایفای نقش‌های امروزی مانند ورود به عرصه‌های حاکمیتی در اقتصاد نیازمند ساختارها و الگوهای متفاوتی است تا این سازمان‌ها بتوانند در این جایگاه‌های کلیدی اقتصادی و اجتماعی قرار گیرند. به همین دلیل و بر مبنای مجموعه مباحث صورت گرفته در این کتاب می‌توان گفت، سازمان‌هایی (تشکل‌های بخش کشاورزی کشور) که بر مبنای قوانین و یا مقررات گذشته (مثلاً در دهه ۱۳۶۰) و بر مبنای رهیافت از بالا به پایین (وظایفی که دولت برای آنها تعیین کرده و صرفاً برای افزایش اثربخشی فعالیت‌ها و برنامه‌های دولتی تشکیل می‌شدند) می‌بایست برای پذیرفتن این نقش‌های جدید دچار تغییرات بنیادی در ابعاد مختلف (ساختار، مدیریت، نحوه شکل‌گیری، مفهوم عضویت، مفهوم نمایندگی) شوند.

بطور کلی، برای بهبود فضای فعالیت بخش خصوصی از یکسو و مواجهه با چالش‌های موجود در زمینه حاکمیت (بویژه تحقق حکومت‌گری خوب) لازم است تا لایه‌ای از نهادهای غیردولتی به عنوان واسطه بین دولت و مردم تشکیل شود. تاکید بر ماهیت و کارکرد ویژه این نهادها از آن جهت دارای اهمیت است که این سازمان‌ها ضمن ایفای نقش اجتماعی و منافع حاصل از آن، به عنوان سخنگوی اقشار جامعه و تحقق اهداف آنها نیز عمل می‌کنند. از سوی دیگر، توسعه این نهادها می‌تواند به کاهش تبعات ساختار فعلی رابطه بین دولت و بنگاه‌ها و افراد (رابطه مستقیم) که موجب گسترش روزافزون بوروکراسی دولتی شده است نیز منجر شود.

۲- الگوهای روابط نهادی (روابط بین سازمانی)

در فصل دوم کتاب، نشان داده شد که سازمان‌های غیردولتی، نهادهایی هستند که با دیگر سازمان‌ها و افراد منافع مشترکی دارند (مانند اتاق‌های بازرگانی یا اتحادیه‌ها) و این ویژگی آنها باعث می‌شود تا روابط بین‌سازمانی به عنوان یک دیدگاه اصلی هم در طراحی و هم در کارکرد این سازمان‌ها مورد توجه باشد. از سوی دیگر، بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای بخش کشاورزی، سازمان‌هایی تولیدی یا خدماتی در مقیاس‌های متنوع هستند و ساماندهی آنها به معنی ایجاد ارتباط نظام‌مند در میان هزاران نهاد منفرد می‌باشد.

اگرچه این واحدها عمدتاً دارای اهداف یا کارکردهایی مشابه می‌باشند، اما ساماندهی آنها به معنی ایجاد یک رابطه سلسله‌مراتبی یا بوروکراتیک بین آنها و تشکیل یک سازمان یا نهاد دولتی یا شبه دولتی نیست. به این ترتیب، مدلی از روابط بین‌سازمانی برای ارتباط بخشی این واحدها لازم است که موارد زیر در آن لحاظ شده باشد:

- موجب بهبود کارایی این واحدها در امور کسب‌وکار شود.

- جایگاه و موقعیت هر یک از واحدها را در مجموعه نهادی مشخص نماید (هویت اعضا).

- یک تعریف جامع از هویت جمعی (نهادی) داشته و جایگاه این مجموعه را در ساختار اقتصادی کلان ملی نشان دهد.

طیف گسترده‌ای از همکاری‌های درون و میان نهادی را برای تحقق اهداف فوق می‌توان در نظر گرفت که از آن میان به کنسرسیوم‌ها، ائتلاف‌ها، ساختارهای شبکه‌ای، اتحادیه‌های تجاری و غیره می‌توان اشاره نمود. به نظر می‌رسد، به دلایل متعددی از جمله ویژگی بنگاه‌های بخش کشاورزی، اهداف و مقاصد مشترک اعضا، پیوستگی نسبتاً آزاد اعضا و برخی موارد دیگر، رابطه شبکه‌ای در چهارچوب یک سازمان فراگیر عضویتی، دیدگاهی جامع برای توصیف ساختار سازمانی مورد نظر در این کتاب می‌باشد. همانگونه که قبلاً اشاره شد، شبکه، مجموعه‌ای از سازمان‌ها و نهادهای خود مختار است که برای نیل به اهدافی که به تنهایی قادر به تحقق آن نیستند، گرد هم می‌آیند. در این چهارچوب، روابط شبکه‌ای به عنوان چشم‌انداز (وضعیت مطلوب) برای ساختار نهادی پیشنهادی محسوب شده و می‌توانند علاوه بر مزیت‌های ذکر شده، جریان دانش، اطلاعات و ابداع نوآوری‌ها را در درون این شبکه بوجود آورند. به طور کلی، از آنجا که هر یک از واحدها (اعضای شبکه یا همان واحدهای بنگاهی و کسب‌وکارهای بخش کشاورزی) دارای کارکردی مستقل می‌باشد، ایجاد نهادی فراگیر که بتواند این اعضا را بصورت موثر با یکدیگر پیوند دهد، گامی موثر در جهت توسعه همه جانبه این بخش خواهد بود.

با این حال، باید توجه داشت که چالش ناهمگنی نهادها و موجودیت‌ها در یک شبکه از طریق ایجاد قواعد (پروتکل‌ها) رفع می‌شود. در الگوی پیشنهادی کتاب حاضر با توجه به نتایج آسیب‌شناسی مربوط به ناهمگنی و عدم جامعیت نهادی در وضعیت

موجود سازمانهای بخش کشاورزی ایران، نظام هویت بخشی یکپارچه برای اعضای این شبکه پیش بینی شده است.

۳- مطالعات تطبیقی (سازمانهای کشاورزان و اتاقهای بازرگانی در سایر کشورها)

مطالعه تطبیقی اتاقهای بازرگانی و کشاورزی در کشورهای مختلف حاوی نکات قابل توجه و مفیدی به منظور طراحی و شکل گیری سازمانهای فراگیر در حوزه کسب و کار و مدیریت اقتصادی در بخشهای غیردولتی می باشد. برخی از این یافته ها بصورت زیر خلاصه شده است:

- اتاقهای بازرگانی از مهمترین سازمانهای حوزه کسب و کار در کشورهای مختلف به شمار می روند و در برخی از کشورها نیز مهمترین نهاد غیردولتی در این زمینه می باشند.
- اتاقهای بازرگانی سازمانهای عضویتی می باشند. با این حال به دلیل وجود ساختارهای قانونی، تمام موسسات و بنگاههای حرفه ای را تحت پوشش دارند.
- وجود قوانین بالادستی (ملی و ایالتی) عامل بسیار موثری در توسعه این نهادها بوده است.
- به تناسب پیشرفتگی اقتصادهای ملی (کشورها)، تخصص گرایی در سازمانها بویژه اتاقهای بازرگانی دیده می شود.
- در اقتصادهای پیشرفته، اتاقهای بازرگانی به عنوان سازمانی کلیدی در امور تجارت و بازرگانی برون مرزی به شمار می روند.
- در بسیاری از کشورها، بخشها و بنگاههای تولیدی کشاورزی دارای اتاقهای مستقل می باشند در حالی که بنگاههای خدماتی و صنایع تبدیلی بخش به عنوان بنگاههای بازرگانی و تحت پوشش اتاقهای بازرگانی عمل می کنند.

- هرچه اقتصادهای ملی پیشرفته‌تر و گسترده‌تر باشند، استقلال قانونی و سازمانی اتاق‌های مشاورزی از اتاق‌های بازرگانی بیشتر است. اگرچه ارتباط شبکه‌ای و نظام‌مند بین این نهادها دیده می‌شود.
- نقش دوگانه اتاق‌های بازرگانی و مشاورزی در اقتصادهای ملی دارای اهمیت زیادی است. اتاق‌ها از یکسو وظیفه نمایندگی و خدمات رسانی به اعضا را داشته و از سوی دیگر تعامل مستقیمی با دولت و حضور در عرصه‌های سیاست‌گذاری بخش‌های اقتصادی مختلف دارند.
- اتاق‌های مشاورزی در برخی کشورها مانند آلمان و فرانسه نقش مهمی در ارائه خدمات آموزشی به بخش مشاورزی داشته و بطور مستقیم و غیرمستقیم از بودجه یا یارانه‌های دولتی استفاده می‌کنند. همچنین منافع حاصل از سیاست‌های مشاورزی (مانند تعرفه‌های وارداتی) نیز به نحوی از طریق این نهادها به کشاورزان و بهره‌برداران بخش منتقل می‌شود.
- در بسیاری از کشورها (از جمله استرالیا، کانادا، کره جنوبی و هند) سازمان‌های کشاورزان و بهره‌برداران بسیار گسترده بوده و جایگاه مهمی هم در سیاست‌گذاری و هم مدیریت کسب‌وکار دارند. در کشورهایی مانند کانادا این سازمان‌ها هم در تجارت داخلی و هم بین‌المللی از فعالان اصلی به شمار می‌روند. یک نکته قابل توجه در این الگوها این است که منافع حاصل از کسب‌وکار نهادهای مذکور مستقیماً به بهره‌برداران یا اعضا منتقل می‌شود (فصل سوم زیر تیتیر ۳-۴-۴). این الگو بویژه در انتخاب راهبردهای بازرگانی سازمان‌های غیردولتی بخش مشاورزی بسیار حائز اهمیت بوده و برای پایداری و حفظ مشارکت جامعه بهره‌برداران امری ضروری است.

- فدراسیونهای کشاورزی به دلیل فراگیری (یعنی پوشش تقریباً کامل کشاورزان و بهره‌برداران در یک حوزه جغرافیایی و یا زیر بخش کشاورزی) از اشکال مهم نهادی در بخش محسوب می‌شوند.
- نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی در تمام کشورها نقش مهمی در حرفه‌ای سازی بخش و استقلال اقتصادی آن ایفا می‌کنند.
- در بسیاری از کشورها، سازمانهای کشاورزان و نیز اتاقهای کشاورزی به عنوان نقطه تماس و تعامل دولت و بخش کشاورزی محسوب شده و دولت نیز این سازمانها را به عنوان نماینده کشاورزان به رسمیت می‌شناسد.

۴- وضعیت موجود تشکلهای بخش کشاورزی ایران و آسیب شناسی آن

شکل گیری و توسعه مجموعه سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی دارای پیشینه نسبتاً طولانی است اما روند شکل گیری نهادهای امروزی این بخش در طی سه دهه اخیر را می‌توان براساس نحوه تکامل سازمانی بصورتی که در شکل (۷-۱) آمده است نشان داد.

شکل ۷-۱: روند تکاملی شکل‌گیری و توسعه نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران

تاسیس:	استقرار:	توسعه:	شبکه‌سازی:
در این دوره الگوی غالب نهادها «فعالیت» است. تاکید بر رشد کمی بوده و روند شکل‌گیری از بالا به پایین است. دخالت و مدیریت مستقیم دولت وجود دارد.	الگوی غالب «سازمان» است. مجامع و سازمان‌ها در سطوح مختلف محلی تا ملی شکل می‌گیرند. سازمان‌های دولتی ناظر بصورت تخصصی می‌باشند. قوانین و مقررات مربوطه تدوین می‌شوند.	الگوی غالب «سیستم/نظام» است. گرایش به سوی تجاری شدن و تخصصی شدن وجود دارد. روند استقلال از دولت در برخی نهادها ادامه می‌یابد و برخی از تشکلهای کارآفرینان عمده‌ای تبدیل می‌شوند. به دلیل این تحولات، چالشهای متعدد درونی و بیرونی برای این تشکلهای وجود خواهد داشت که در صورت مدیریت مناسب می‌تواند به شکل‌گیری نظام‌های فراگیر و هویت‌های مشترک اعضا بیانجامد.	الگوی غالب «شبکه» است. شبکه‌ای از بنگاه‌ها و واحدهای کسب‌وکار شکل می‌گیرد. توانمندی اعضا رو به گسترش است و هویت مشترک براساس کارکرد اقتصادی و ماموریت‌های اساسی شکل می‌گیرد. نهادهای مشترک خدمات اعتباری، سرمایه‌گذاری و بازرگانی شکل می‌گیرند.
دهه ۱۳۶۰	دهه ۱۳۷۰	دهه ۱۳۸۰	دهه ۱۳۹۰ (چشم‌انداز / الگوی پیشنهادی)

ارزیابی وضعیت فعلی نشان می‌دهد که این مجموعه کمابیش مشخصات دوره «توسعه» را نشان می‌دهد، دست‌اندرکاران، فعالین، نهادها و افراد حقیقی و حقوقی بخش کشاورزی در ایران (شکل شماره ۷-۲) مجموعه‌ای ناهمگن از هزاران موجودیت را تشکیل می‌دهند که سطوح مختلفی از سازماندهی نهادی را براساس قوانین و

مقررات متعدد دارا می‌باشند. اجرای هر برنامه در سطح ملی با هدف رونق کسب‌وکار بخش کشاورزی و یا توسعه بازرگانی در آن مستلزم ساماندهی و سازماندهی این مجموعه می‌باشد.

شکل ۷-۲- گونه‌های عمده سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی در ایران



تشکل‌ها و سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در ایران از منظر آسیب‌شناسی با چالش‌ها و مشکلات متعددی مواجه می‌باشند. برخی از مهمترین این آسیب‌ها که مانع بزرگی در راستای شکل‌گیری یک نهاد یا ساختار فراگیر ملی با هدف توسعه کسب‌وکار بخش کشاورزی می‌باشد در جدول (۷-۳) آمده است. به دلیل این آسیب‌ها و ناتوانی کلی مجموعه در سازماندهی، ایجاد انسجام و ایجاد شبکه‌های خطی-مشی (و اصولاً

ایجاد شبکه) نهادهای بازرگانی و تجاری کشاورزی مانند بورس کالایی کشاورزی^۱، بازارهای آتی^۲، بازارهای سرمایه‌ای غیردولتی، بازارهای توافقی^۳، بیمه‌های تجاری کشاورزی و یا بانک‌های خصوصی بخش تاکنون شکل نگرفته‌اند.

جدول ۷-۳- آسیب‌ها و مشکلات عمده تشکلهای سازمان‌های بخش کشاورزی ایران

حوزه‌های تحلیل آسیب‌شناسی	نمونه چالش‌ها
آسیب‌های نهادی	روند شکل‌گیری چالش‌های کارایی اقتصادی، بهره‌وری و اثربخشی هویت‌های دوگانه (دولتی- غیردولتی) ساختار درونی (نماینده‌گی تمام اعضا و مشارکت فعالانه) فاصله بین ثبت تشکل و فعال‌سازی آن عدم جامعیت و پوشش تشکلهای برای تمام بنگاه‌ها یا کسب‌وکارها و در نتیجه عدم امکان نمایندگی بخش غیردولتی فقدان ارتباط سیستماتیک بین بنگاه‌ها و کسب‌وکارها و در نتیجه فقدان هم‌افزایی در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و غیره گسترده‌گی و تداخل مأموریت‌ها و عدم تناسب کارکردها با ماهیت تشکلهای
آسیب‌های قانونی	فقدان قانون جامع برای تشکلهای کسب‌وکاری بخش کشاورزی فقدان دستگاه نظارتی یا متولی حاکمیتی مشخص تعدد قوانین مرتبط با تشکلهایی که در حوزه کسب‌وکار فعالیت دارند
آسیب‌های فرآیندی	ناکارآمدی فرآیندهای شکل‌گیری پیامدهای ناشی از فرآیندهای ناکارآمد تاسیس و فعال‌سازی فقدان فرآیندهای توسعه‌ای و رشد و توسعه سازمانی (مانند استانداردهای کیفیت و

۱- بورس کالایی کشاورزی پس از یک دوره کوتاه فعالیت در سال ۱۳۸۶ منحل شد.

2- Futures

3- Options

حوزه های تحلیل آسیب شناسی	نمونه چالش ها
	ناکارآمدی فرآیندهای رتبه بندی) فقدان نظام های منسجم آمار و اطلاعات (هم آمار و اطلاعات شناسنامه ای و هم در زمینه عملیات و کارکردها)
سایر موارد (نیروی انسانی، مالی و اقتصادی)	ضعف منابع مالی و عدم پایداری عدم تنوع منابع درآمدی (نظام مالی و درآمدی مشخص) ناهمگنی سطح توانمندی نیروهای انسانی (هم در سطح اعضا و هم در سطح ارکان) عدم بکارگیری پرسنل حرفه ای (بویژه در بخش های بازرگانی و تجاری) توسط تشکلهای بحران مأموریت (در بسیاری از تشکلهای موجود، رابطه و تعهدات متقابل آنها و دولت، سطح مسئولیت ها و اختیارات آنها و نیز شیوه و میزان پاسخگویی آنها شفاف نیست)

به بیان بهتر، در ارائه راهکارها و الگوی پیشنهادی می بایست دو ویژگی عمده مورد نظر قرار گیرد:

۱- تحلیل آسیب شناسی و ارائه راهکارهایی که بتواند در رفع بحران ها و مشکلات فعلی (جدول ۷-۴) موثر باشند.

۲- علاوه بر آسیب شناسی، توسعه این نهادها در حوزه کسب و کار و به گفته دیگر، رونق اقتصادی در بخش کشاورزی مستلزم راهکارها و اقداماتی است که فراتر از وضعیت موجود در بخش کشاورزی و کارکردهای شناخته شده این نهادها می باشد. تشکیل بازارهای سرمایه ای و کالایی، تشکیل نهادهای اعتباری و مالی غیردولتی، افزایش رقابت پذیری بخش در بازارهای بین المللی، کاهش اتکا به حمایت های مستقیم دولت، توسعه نهادهای حرفه ای و بسیاری اهداف دیگر مستلزم این گونه راهکارها می باشد.

جدول ۷-۴- آسیب‌های عمده تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی

و برخی راهکارهای پیشنهادی

ردیف	بحران/آسیب	راهکار
۱	آسیب‌های قانونی	تدوین قانون جامع برای تشکلهای بخش کشاورزی (قانون بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای کشاورزی) به منظور رسمیت بخشی به مفهوم واحد کسب‌وکار در بخش و تعیین نقاط تعامل و ارتباط آنها با دولت
۲	آسیب‌های فرآیندی	بازمهندسی فرآیندهای شکل‌گیری نهادهای غیردولتی، ثبت تشکلهای، تدوین و طراحی فرآیندهای مشخص برای حمایت‌های دولتی (مانند فرآیندهای اعطای اعتبارات و تسهیلات) براساس وحدت‌رویه بین دستگاه‌ها
۳	آسیب‌های نهادی	تدوین الزامات شکل‌گیری و ثبت تشکلهای بخش کشاورزی الزام تشکلهای و سازمان‌های غیردولتی موجود به اعمال قوانین
۴	سایر موارد (نیروی انسانی، مالی و اقتصادی)	حمایت از ایجاد فضای رقابتی در بخش خصوصی جلوگیری از انحصار در استفاده از حمایت‌های دولتی

۷-۲- مفروضات و الزامات اساسی

براساس محورهای ذکر شده، مفاهیم، سازوکارها و دیدگاه‌های گوناگونی به منظور استفاده در الگو یا الگوهای پیشنهادی قابل انتزاع می‌باشد که در جمع‌بندی‌های پایانی هر فصل آورده شده‌اند. بخشی از مفروضات و الزامات اساسی که در تدوین و استقرار الگوهای پیشنهادی به عنوان پیش‌فرض می‌بایست مورد توجه قرار گیرند در جدول (۷-۵) آورده شده است.

جدول ۷-۵- برخی از مفروضات و الزامات اساسی

عناوین	شرح	پشتوانه نظری / تجربی
ایجاد سازمان فراگیر	ایجاد سازمان فراگیر یا پوششی به منظور تکمیل لایه سیاست گذاری (شکل شماره ۲) به نحوی که تمامی ذی نفعان را پوشش دهد.	مطالعه تطبیقی فدراسیون های کشاورزی در کشورهای مختلف و نیز مصادیقی مانند شورای گندم در کشور کانادا مطالعه تطبیقی اتاق های کشاورزی
تدوین و تصویب قانون ملی برای اتاق کشاورزی	ایجاد پشتوانه قانونی متقن برای ساخت یک نهاد قدرتمند غیردولتی ضروری است.	بررسی تطبیقی اتاق های بازرگانی و اتاق های کشاورزی کشورها نمونه اتاق کشاورزی ترکیه
ساختار سازمانی فراگیر و غیر متمرکز به عنوان سازمان پوششی بنگاه ها	شکل گیری شبکه ای که نماینده مستقیم حداکثر اعضا (کلیه بنگاه ها و افراد فعال در بخش) بوده و منافع آن متوجه تک تک افراد باشد. عضویت این افراد نیز در سازمان بصورت مستقیم و بی واسطه باشد.	دیدگاه های نظری در مورد شبکه های خط مشی و روابط بین سازمانی
الزامات کارکردی (مانند شفافیت مالی، منفعت مستقیم اعضا، ساختار انتخابی و دموکراتیک)	این گونه ساختار به دلیل موقعیت اجتماعی و نیز نوعی انحصار در فعالیت های اقتصادی ایجاد می کند نیازمند مکانیزم هایی برای شفاف سازی مالی و عملیات مربوط به آن است.	شیوه حسابرسی و پاسخگویی در برابر اعضا در سازمان های کشاورزان (مانند شورای گندم کانادا) ساختار درونی (مدیریتی) اتاق های بازرگانی در کشورهای مختلف
در نظر گرفتن هویت واحد و مستقل برای بنگاه ها و کسب و کارهای بخش کشاورزی (با وجود وابستگی به شبکه ها و ساختارهای بالادستی)	بررسی بحران های نمایندگی، چالش هویت دوگانه (دولتی- غیردولتی) و تعدد و تکثر قوانین و موجودیت های نهادی در بخش کشاورزی لزوم تحقق این هدف را نشان می دهند.	آسیب شناسی وضعیت موجود

بطور خلاصه، می‌توان گفت که براساس بررسی‌ها و نتایج مباحث در شش فصل گذشته، الگوی ساختاری پیشنهادی برای توسعه کسب‌وکار کشاورزی از طریق سازماندهی فعالین بخش دارای مشخصات زیر می‌باشد:

۱- دارای هویت غیر دولتی است (شکل‌گیری، مدیریت، سیاست‌گذاری و فرآیندهای درونی آن مبتنی بر تصمیم‌گیری اعضا و بصورت انتخابی می‌باشد. همچنین کارکردهای آن نیز برای پاسخگویی به نیازهای مجموعه اعضا است)

۲- ارتباط آن با سایر نهادها اعم از دولتی و غیردولتی براساس دیدگاه‌های ارتباط بین‌سازمانی و شبکه خط‌مشی‌گذاری و به منظور ایجاد شبکه مسنجم ملی در راستای توسعه کسب‌وکار بخش کشاورزی در سطح کشور تعریف می‌شود. این امر در برگیرنده تفاهم‌نامه‌ها، ائتلاف‌ها، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، تاسیس بنگاه و شرکت و غیره می‌باشد.

۳- ارتباط درونی موجودیت‌ها (یعنی سطوح بنگاه، استانی و ملی یا سایر حوزه‌بندی‌ها) و اعضا در راستای شکل‌گیری شبکه است. این بدان معنی است که:

- شیوه قالب تصمیم‌گیری، اجماع نظرات بوده و در واقع تصمیم‌گیری از پایین به بالا را سازماندهی می‌کند.

- دوم، رابطه هم‌عرض شبکه‌ای به عنوان رابطه مطلوب بین واحدهای اصلی تشکیل‌دهنده ساختار (یعنی بنگاه) محسوب می‌شود.

۴- هویت و اصالت ساختار براساس واحد سازمان و عمل آن یعنی یک عضو منفرد (بهره‌بردار، بازرگان یا خدمات‌دهنده) حقیقی یا حقوقی تعریف می‌شود. واحد حقوقی کوچکترین ساختار حقوقی است که یک واحد کسب‌وکار (تولیدکننده کشاورزی، بازرگان کشاورزی یا خدمات‌دهنده بخش) را تشکیل می‌دهد.

۵- مبتنی بر مشارکت فعالانه و مستقیم تمامی ذی‌نفعان می‌باشد.

۶- بر اساس مطالعات و دیدگاه‌های نظری، مشروعیت یک سازمان مبتنی بر عضویت (عضویت) از اعضای آن و هویت جمعی آن بدست می‌آید. در نتیجه ارکان و یا اعضای آن نمی‌توانند موجودیت‌های حقیقی یا حقوقی باشند که مشروعیت خود را از مرجعی خارج از این نهاد بدست آورند. روابط بیرونی سازمان نیز براساس مطالعات مربوط به شبکه‌های خط‌مشی در سطح دولت و اجتماع (محیط نهادی) تعریف می‌شود.

۷- شفاف‌سازی مالی و کارکردی به عنوان یک وجه اصلی در فعالیت‌ها بشمار می‌رود. این امر بویژه از آن جهت دارای اهمیت است که ساختار حقوقی مورد نظر مستقیماً انتفاعی محسوب نمی‌شود و درآمدهای آن مستقیماً متوجه اعضا می‌باشد.

۸- به منظور اجتناب از بحران قانونی و جلوگیری از تاثیر منفی قوانین مختلف در شکل‌گیری سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی، این ساختار بر مبنای یک قانون واحد (یا اساسنامه مورد توافق اعضا) تشکیل می‌شود. هیچیک از قوانین و مقررات مورد استناد در سایر تشکلهای در روابط یا فضای درونی این ساختار مورد استناد نبوده و حقوقی برای اعضا یا الزامی برای این سازمان (ساختار پیشنهادی) ایجاد نمی‌کند.

۷-۳- فرصت‌ها

در راستای شکل‌دهی به ساختاری قدرتمند و منسجم برای بخش غیردولتی کشاورزی ایران، فرصت‌ها و مزیت‌های زیادی نظیر موارد زیر وجود دارند که فراهم ساختن الزامات و پیش‌نیازهای گفته شده را تسهیل می‌کنند:

- وجود مجموعه‌ای از تشکلهای و نهادهای غیردولتی مختلف برخی از آنها گستردگی ملی داشته و در امور اقتصاد و کسب‌وکار کشاورزی فعالیت دارند. از این جمله می‌توان به شبکه تعاونی‌های تولید کشاورزی، شرکت‌های خدمات

- مشاوره‌ای کشاورزی (بیش از ۲۰۰۰ شرکت با در نظر گرفتن شرکت‌های فعال و غیرفعال) و صندوق‌های حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری کشاورزی اشاره نمود.
- اغلب نهادهای غیردولتی بخش کشاورزی از مراحل تاسیس گذشته و به تدریج با انجام اصلاح و بازنگری‌هایی وارد مراحل بعدی تکامل سازمانی شده‌اند. این موضوع پشتوانه تجربی مناسبی برای ساماندهی این نهادها به شمار می‌رود.
 - قوانین جدیدی در کشور به تصویب رسیده است که حضور نمایندگان بخش غیردولتی را در سطوح تصمیم‌گیری به رسمیت شناخته است (مانند قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی مصوب ۱۳۸۹).

۷-۴- راهبردهای اساسی

- بطور کلی، براساس بررسی‌های انجام شده، سناریوهای متعددی را می‌توان برای توسعه کسب‌وکار بخش کشاورزی با تاکید بر نهادهای غیردولتی ارائه نمود. این سناریوها براساس شرایط موجود و یا پشتوانه نظری آن دارای نقاط قوت یا مزیت‌های متفاوتی می‌باشند، اما هدف کلی در تمام آنها، تحقق شرایط زیر می‌باشد:
- تحقق هویت مشترک (و نه لزوماً یکسان) برای فعالین اقتصادی در بخش
 - ایجاد یک نهاد پوششی بالادستی (مانند سازمان مرکزی برای سطح سیاست‌گذاری)
 - ایجاد ارتباط و استقرار الگوی شبکه‌ای به عنوان چشم‌انداز (ایجاد جریان‌های اطلاعات، سرمایه، مبادلات دو و چند سویه و غیره)
 - تقویت و توسعه بخش خصوصی (غیردولتی) کشاورزی دانش‌مدار
 - مطالعات آسیب‌شناسی نشان داد که ساختارهای موجود تشکلهای بخش برای تحقق این اهداف ناکافی بوده و سازماندهی مجددی برای این امر ضروری است.

استقرار سازمانی و بطور کلی یک نظام جدید در زمینه کسب و کار متاثر از عوامل متعددی است که از آن جمله باید به شرایط و الزامات قانونی، سیاسی و سیاستی، اقتصادی و همچنین مسائل درون بخشی و برون بخشی اشاره نمود. این مجموعه عوامل در کنار یکدیگر میزان اثربخشی هر الگو را تعیین می کنند.

براساس یافته های ذکر شده بویژه با تاکید بر الگوهای موجود و ظرفیت های نهادی بخش کشاورزی، می توان به سه راهبرد اساسی در تغییر و توسعه تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی یعنی بهبود، بازسازی و بازآفرینی اشاره کرد. همانگونه که در جدول (۶-۷) نشان داده شده است، انتخاب و اجرای هر یک از این راهبردها می تواند از طریق یک یا چند راهکار یا گزینه پیشنهادی انجام شود. گزینه های مزبور را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- ۱- تشکیل اتاق کشاورزی و منابع طبیعی سراسری ایران (مشابه اتاق بازرگانی)
- ۲- تشکیل اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن
- ۳- تشکیل فدراسیون کشاورزی ایران
- ۴- تبدیل صندوق توسعه سرمایه گذاری به اتاق کشاورزی
- ۵- تشکیل فدراسیون های کشاورزی زیر نظر اتاق بازرگانی
- ۶- تسهیل و تشویق روند عضویت و فعالیت تشکلهای کشاورزی در قالب اتاق بازرگانی فعلی

جدول ۶-۷- الگوهای اساسی و راهکارهای تغییر و توسعه

در تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی

بهبود	بازسازی	بازآفرینی	راهبرد راهکار
تسهیل و تشویق افزایش روند عضویت تشکلهای کشاورزی در قالب اتاق بازرگانی	تشکیل فدراسیون کشاورزی ایران (به عنوان نهاد تجميع کننده و نماینده کشاورزان)	تشکیل اتاق کشاورزی	۱
	تشکیل فدراسیون کشاورزی ایران زیر نظر اتاق بازرگانی	تشکیل اتاق کشاورزی با تبدیل صندوق توسعه سرمایه گذاری بخش کشاورزی	۲
	تشکیل اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران		۳

رابطه هر یک از گزینههای ارائه شده با مباحث صورت گرفته در این کتاب در جدول (۷-۷) نشان داده شده است. در ادامه، به مشخصات هر یک از راهکارهای پیشنهادی اشاره می شود.

جدول ۷-۷- سناریوهای پیشنهادی برای ساماندهی تشکلهای غیردولتی در بخش کشاورزی

ردیف	سناریو (پیشنهاد)	توضیح
۱	تشکیل اتاق کشاورزی و منابع طبیعی سراسری ایران	شکل گیری اتاق کشاورزی براساس مطالعات تطبیقی کشورهای مختلف مانند ایالات متحده، آلمان، فرانسه و ترکیه و در ساختار نهادی مشابه اتاق بازرگانی
۲	تشکیل اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن	بر اساس مطالعات تطبیقی، بر مبنای رهیافت «توسعه و بازسازی» وضعیت موجود و با استفاده از قانون اتاق بازرگانی، عنوان اتاق کشاورزی در آن وارد شده و این سازمان دارای کارکردهای اتاق کشاورزی نیز می شود.
۳	تشکیل فدراسیون کشاورزی ایران	بر اساس الگوی حاصل از مطالعات تطبیقی در کشورهای کانادا، استرالیا، کره جنوبی و هند (فدراسیون تعاونی های کشاورزی)
۴	تبدیل صندوق توسعه سرمایه گذاری به اتاق کشاورزی	بر اساس نتایج بررسی وضعیت موجود تشکلهای بخش بویژه با توجه به ضعف مالی و ارتباط غیر موثر با نهادهای سرمایه گذاری و اعتباری و با هدف تسهیل در فرآیند شکل گیری اتاق کشاورزی
۵	تشکیل فدراسیون کشاورزی زیر نظر اتاق بازرگانی	بر اساس مطالعات تطبیقی سازمان های کشاورزان در کشورهای مختلف (استرالیا و کانادا)
۶	تسهیل و تشویق روند عضویت و فعالیت تشکلهای کشاورزی در قالب اتاق بازرگانی فعلی	با اتکا به بررسی وضعیت موجود و استفاده از ظرفیت تشکلهای بخش کشاورزی

۱- اتاق کشاورزی و منابع طبیعی ایران

اتاق کشاورزی و منابع طبیعی ایران، سازمانی غیردولتی و بر مبنای عضویت خواهد بود که براساس قانون جداگانه (اصلاح و بهبود مقررات اتاق بازرگانی فعلی به نحوی که ساختار جدید در آن تعریف شود) شکل می گیرد. مشابه این ساختار در برخی کشورهای مورد مطالعه نیز وجود داشته و می تواند براساس بررسی های بیشتر، الگوهای

کارکردی آن با جزئیات بیشتری معین شود. برخی مشخصات این سازمان بقرار زیر است:

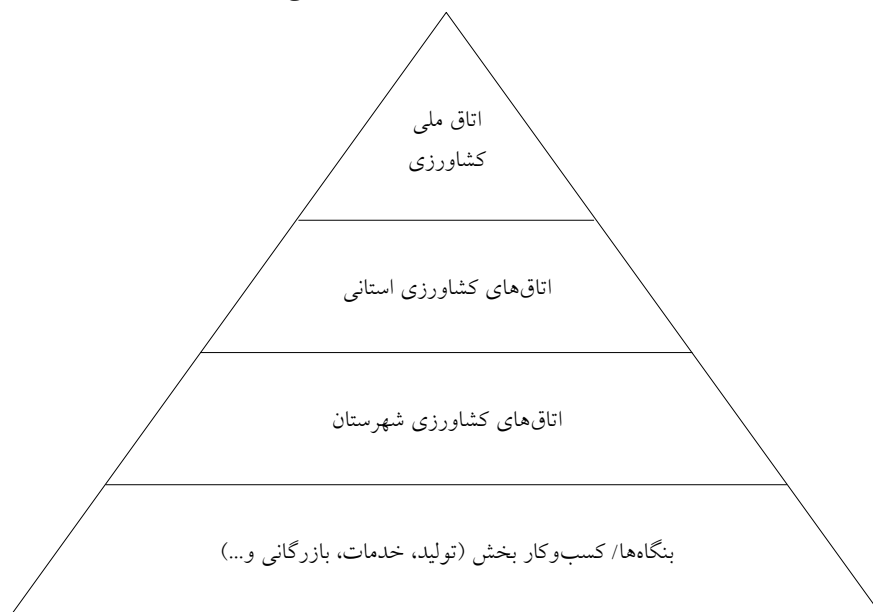
- اعضای اصلی این سازمان را تمامی دست‌اندرکاران کسب‌وکار کشاورزی و منابع طبیعی در سه حوزه اصلی تولید، خدمات و بازرگانی تشکیل داده و هر یک از اعضا یک هویت مستقل بنگاهی محسوب می‌شوند. اعضا براساس پراکنش جغرافیایی (سطح بندی) به عضویت سازمان در می‌آیند اما تمامی آنها در سطح کشور هم عرض محسوب شده و جایگاه یکسان دارند.
- عضویت بطور کلی در این ساختار اجباری نیست اما برای بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی که به هر شکل از خدمات دولتی یا تسهیلات عمومی استفاده می‌کنند (بانکی، زیرساخت‌های جدید، زمین‌های نوبنیاد، شهرک‌های تولیدی کشاورزی، مجتمع‌های تولیدی، شرکت‌های سهامی زراعی و غیره) الزامی است (همانند صادرکنندگان در اتاق بازرگانی). اصالت عضویت‌ها بصورت حقیقی و حقوقی برای هر واحد تولیدی یا خدماتی می‌باشد. این مسئله از آن جهت اهمیت دارد که برخی از فعالیت‌های کشاورزی وابسته به زمین بوده و ماهیت آنها وابسته به مالکیت یا مدیریت زمین و کاربری آن است. تعاونی‌ها و ساختارهای مشابه در سطوح مدیریتی (شهرستانی و ناحیه‌ای) به عنوان عضو شناخته می‌شوند.
- سطح‌بندی سازمانی شامل سه سطح محلی (براساس تقسیمات جغرافیایی یا پهنه‌های اصلی تولیدی تعیین می‌شود)، استانی و ملی خواهد بود (شکل ۷-۳). برای تمام واحدهای سطح محلی و استانی که از این قالب قانونی استفاده می‌کنند، عضویت در سازمان مرکزی الزامی است.
- قانون این سازمان براساس لایحه پیشنهادی توسط دولت (وزارت جهاد کشاورزی/ وزارت تجارت، صنایع و معادن) و یا طرح (مجلس شورای اسلامی)

تصویب می شود. لازم به ذکر است که زمینه قانونی این فعالیت در ماده ۵ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی مصوب سال ۱۳۸۹ فراهم شده است.

- مأموریت‌ها، وظایف و اختیارات اتاق کشاورزی و منابع طبیعی بویژه شامل موارد زیر است:

- ایفای نقش (وظایف و اختیارات) اتاق بازرگانی کشور در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی
- توانمندسازی بنگاه‌ها و کسب‌وکار کشاورزی
- ایجاد سازماندهی منسجم و واحد برای تمام کشاورزان و بهره‌برداران کشاورزی کشور
- ایجاد ارتباط بین مردم و دولت در بخش کشاورزی و منابع طبیعی
- توسعه دانش و اطلاعات فنی، علمی و تجاری در بخش کشاورزی
- افزایش ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابتی بخش کشاورزی کشور
- کاهش تصدی‌گری دولت در بخش و توسعه بخش خصوصی
- ایفای نقش در زمینه آموزش، توانمندسازی، توسعه منابع انسانی و توسعه سطح فن‌آوری بخش
- توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی
- شرکت در مجامع و مراجع تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری (هیات‌ها، شوراهای کمیته‌ها و ستادها) به عنوان نماینده بخش کشاورزی

شکل ۷-۳- الگوی کلی اتاق کشاورزی و منابع طبیعی ایران



اجزا و سطوح سازمانی اتاق ملی کشاورزی بصورت زیر است:

- مجمع عمومی (متشکل از نمایندگان بنگاه‌ها در سطوح مختلف)
- رئیس
- کمیته‌های تخصصی (بازرگانی، خدمات، صنایع تبدیلی، سرمایه‌گذاری)
- دبیرخانه

تشکیل اتاق کشاورزی و منابع طبیعی ایران با مسائل و چالش‌هایی نیز روبرو می‌باشد که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱- فرآیند تدوین و تصویب قانون (و مقررات) و سازماندهی برای استقرار سازمان فراگیری مانند اتاق کشاورزی، وقت‌گیر بوده و زمان قابل توجهی می‌طلبد. طولانی بودن فرآیند می‌تواند تحت تاثیر محیط متغیر فعلی، اهداف و مأموریت‌های آن را دچار تغییر نماید.

۲- فرآیند شکل گیری اتاق مستقل به دلیل گستردگی خود می تواند تحت تاثیر سایر تشکلهای سازمان های قرار گیرد که به نوعی در این زمینه ذی نفع محسوب می شوند. ضمن اینکه فرآیند شکل گیری از دستگاه اجرایی تا قانون گذاری عبور کرده و می تواند تحت تاثیر این محیط ها قرار گیرد. یک دلیل عمده در این زمینه آن است که اتاق مستقل کشاورزی و منابع طبیعی در عمل جایگزین بسیاری از تشکلهای سازمان های موجود شده و در نتیجه واکنش این محیط را به دنبال خواهد داشت.

۳- ماهیت بخش کشاورزی ایران به لحاظ غلبه رویکردهای غیر صنعتی و تجاری و فرهنگ و شیوه های منبعث از آن می تواند به عنوان یک مانع در زمینه شکل گیری و کارآمدی اتاق کشاورزی به شمار رود.

۲- تشکیل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی

براساس این الگو، اتاق کشاورزی از بازمهندسی تشکیلات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی. به دلیل محدودیت فعلی در زمینه حضور و مشارکت بهره برداران و دست اندرکاران بخش کشاورزی کشور در کمیسیون های کشاورزی استانی، این ساختار می بایست تجدید شده و عضوگیری آن پوشش حداکثری داشته باشد. سایر ویژگی های این سازمان به جز تصویب قانون مستقل، مشابه ساختار اتاق کشاورزی و منابع طبیعی ایران می باشد. یک تفاوت عمده این الگو با اتاق مستقل کشاورزی این است که اتاق مستقل کشاورزی نیازمند قانون جداگانه ای می باشد که در نتیجه الزامات قانونی فراتر از وضعیت موجود اتاق بازرگانی (و کمیسیون کشاورزی) ایجاد می نماید. در واقع، اتاق مستقل کشاورزی می تواند فعالیت های موازی یا همپوشانی با سایر نهادها و تشکلهای بخش را از بین برده و ضمن ایجاد هویت مشترک برای دست اندرکاران بخش (اعم از بهره برداران، تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات) یک سازمان فراگیر را ایجاد نماید. در حال حاضر، وضعیت فعلی اتاق

بازرگانی چنین شرایطی را فراهم نکرده است. در صورت انتخاب این سناریو، نام اتاق بازرگانی بصورت «اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران» تغییر می‌یابد.

۳- تشکیل فدراسیون کشاورزی ایران

در راستای حل بحران سازماندهی و تکمیل و ترمیم هرم تشکلهای غیردولتی کشاورزی می‌توان یک نهاد بالادستی همانند فدراسیون کشاورزی را ایجاد نمود. بدون شک مهمترین کارکرد این نهاد ایجاد انسجام و وحدت سازمانی در سطح ملی برای تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی خواهد بود. مطالعات تطبیقی در سایر کشورها نیز لزوم ایجاد و توسعه این سازمان‌ها را بویژه با توجه به کارکردهای اقتصادی آنها تایید می‌کند (مانند الگوی سازمان‌های کشاورزان در کانادا و استرالیا که در فصل مربوطه به آنها اشاره شده است). با توجه به اینکه ماهیت این ساختار، مدیریت تولید در بخش کشاورزی نبوده و بر امور کسب‌وکار تمرکز دارد، لذا کار این فدراسیون‌ها تحت پوشش اتاق بازرگانی هم در سطح مناطق و هم در سطح ملی قرار می‌گیرد.

مهمترین نقاط ضعف و چالش‌های این سناریو شامل موارد زیر است:

۱- شکل‌گیری این ساختار مستلزم ایجاد هویت‌ها و موجودیت‌های مستقل و جدیدی در بخش کشاورزی می‌باشد (یعنی سازمان‌های همسان در بخش‌های تخصصی مختلف که بتوانند زیر بخش‌های مختلف کشاورزی را پوشش دهند) و این ظرفیت در حال حاضر بطور کامل وجود ندارد.

۲- برنامه‌ریزی برای اجرای آن خارج از حوزه کارکردی اتاق بازرگانی است.

۳- در صورتی که بر مبنای زیرساختهای موجود به ایجاد فدراسیون اقدام شود، پراکندگی نهادهای موجود می‌تواند به عنوان یک مانع عمل نماید.

۴- تشکیل اتاق کشاورزی مبتنی بر صندوقهای حمایت از توسعه بخش کشاورزی

چنانچه توسعه سرمایه گذاری در بخش کشاورزی به عنوان یک هدف کلیدی و عامل توسعه کسب و کار و بازرگانی بخش در نظر گرفته شود، الگوها و راهکارهای پیشنهادی بر ایجاد نظامهای سرمایه گذاری متمرکز خواهد بود. در سالهای اخیر و با توجه به کمبودهای محسوس در زمینه نهادهای غیردولتی سرمایه گذاری، براساس قانون، صندوقهای حمایت از توسعه بخش در سطح ملی و استانها تشکیل شده اند که بخشی از منابع مالی آنها از طریق کمکهای مستقیم و غیر مستقیم دولت تامین شده است.

این صندوقها به دلیل فقدان یک ساختار موثر نتوانسته اند رابطه مستقیمی با جامعه بهره برداران کشاورزی برقرار نموده و اغلب از طریق تشکلهای موجود (یا بحرانهای ذکر شده در آسیب شناسی) عمل می کنند. در الگوی پیشنهادی حاضر، به منظور افزایش کارایی نظام سرمایه گذاری و سرمایه پذیری بخش و فعال سازی بخش خصوصی در این زمینه، تشکیل اتاق کشاورزی از طریق ادغام فعالیت این صندوقها در کلیه سطوح صورت می گیرد. این فرآیند به لحاظ قانونی مستلزم تدوین لایحه مربوطه و تصویب مجلس شورای اسلامی بوده و همچنین نیازمند، توسعه و گسترش ساختار عضویتی در قالب اتاق کشاورزی می باشد.

۵- تشکیل فدراسیون کشاورزی زیر نظر اتاق بازرگانی

در این راهکار، هم ساماندهی تشکلهای موجود و هم توانمندسازی آنها می تواند از طریق ایجاد مکانیزمهای توسعه سرمایه گذاری در بخش تحقق باشد. همان گونه که اشاره شد، صندوقهای حمایت از توسعه بخش کشاورزی به عنوان نهادهایی غیردولتی می توانند نقش قابل توجهی در توسعه کسب و کار کشاورزی و حمایت از بنگاهها ایفا نمایند. برای ایجاد یک سازمان یا نظام ملی در حوزه کسب و کار کشاورزی لازم است که مراحل زیر طی شود:

- ساماندهی تشکل‌های موجود در قالب فدراسیون‌های کشاورزی (براساس ویژگی‌های مکانی و تفکیک زیربخشها و حوزه‌های کاری)
 - واگذاری صندوق‌های ملی و استانی حمایت از توسعه بخش کشاورزی به سازمان مرکزی فدراسیون (بصورت سهامی)
 - انتقال سازمان مرکزی فدراسیون به اتاق بازرگانی و ایجاد نهاد در سطوح محلی، استانی و ملی در درون اتاق بازرگانی
- این الگو بر محور افزایش توانمندی اتاق بازرگانی (و کمیسیون کشاورزی آن) در زمینه توسعه فعالیت بخش خصوصی در کشاورزی ارائه شده است. صندوق‌های حمایت از توسعه بخش کشاورزی (استانی و ملی) با ساختار تشکل‌های بخش ادغام شده و تحت پوشش اتاق بازرگانی قرار می‌گیرند. بدین ترتیب می‌توانند بطور موثری برای افزایش توان کسب‌وکار مورد استفاده قرار گیرند. این الگو، مبتنی بر بهبود وضعیت موجود می‌باشد و می‌تواند به عنوان یک راهکار میان مدت مورد نظر قرار گیرد.

برخی اشکالات یا چالشهای این الگو شامل موارد زیر است:

- ۱- برای بحران «نمایندگی» یک راه‌حل اساسی محسوب نمی‌شود.
- ۲- محدودیتها و آسیب‌های مربوط به صندوق‌های حمایت از توسعه بخش کشاورزی بویژه عدم فراگیری آنها و فقدان ارتباط جامع با جامعه بهره‌برداران را رفع نمی‌کند.
- ۳- موفقیت این الگو بستگی به تدوین و اجرای قوانینی دارد که این ساختار را جایگزین تشکل‌های موجود نموده و قوانین آنها را تجمیع نماید. همچنین موفقیت آن نیازمند تغییر در ساختار و نظام اعتبارات و سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی است.

۶- توسعه عضویت بخش کشاورزی در اتاق بازرگانی

همان گونه که بررسی های صورت گرفته در این کتاب نشان می دهند، فرآیند عضویت و نیز پوشش اتاق بازرگانی در بخش کشاورزی به نسبت گستردگی فعالیت ها بسیار محدود بوده و عملاً بخش کشاورزی فعالیت عمده ای در ساختار اتاق بازرگانی ندارد. با وجود آسیب ها و بحران های مرتبط با تشکلهای موجود بخش کشاورزی، توسعه عضویت این تشکلهای در اتاق بازرگانی می تواند به عنوان یک راهکار کوتاه مدت مورد توجه باشد. توسعه عضویت برای تمامی تشکلهای ماهیت الزامی ندارد اگرچه می تواند با استفاده از راهکارهای تشویقی (مانند هدایت تسهیلات و کمکهای مستقیم و غیرمستقیم موجود بویژه اعتبارات و وام) از طریق اتاق بازرگانی این امر تسریع شود. این الگو، یک راهکار بهبود کوتاه مدت و نسبتاً کم هزینه است و تحقق آن مستلزم تغییراتی در فرآیندهای حمایتی بخش کشاورزی است که در حال حاضر، عمدتاً از طریق وزارت جهاد کشاورزی انجام می شوند. این الگو در صورت شکل گیری یک شبکه خط مشی در سطح ملی با هدف سازماندهی و بهبود کارکردهای اقتصادی بنگاه ها و واحدهای تولیدی- خدماتی بخش کشاورزی می تواند منجر به تحقق اهداف شود.

۷-۵- راهبرد پیشنهادی (اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران)

با توجه به تصویب قانون فضای کسب و کار توسط مجلس شورای اسلامی الزامات اجرایی این قانون در چهارچوب مطالعات انجام شده و تجربیات سایر کشورها، اهداف، رویکردها و الزامات ساختاری گزینه مذکور بصورت زیر پیشنهاد می گردد:

۱- اهداف

اهداف این ساختار را می‌توان بصورت زیر خلاصه نمود. لازم به ذکر است که برخی از این اهداف در کوتاه‌مدت و برخی دیگر در میان مدت قابل تحقق می‌باشند:

- یکپارچه‌سازی و وحدت عمل و رویه در کسب‌وکار کشاورزی
- ایجاد یک سخنگو یا نماینده از سوی بخش خصوصی در بخش کشاورزی
- ایجاد یک هویت جامع از بخش خصوصی کشاورزی و زمینه‌سازی برای تعامل موثر و سازنده با دولت و مردم
- کاهش یا حذف آسیب‌های موجود (هم در تشکلهای بخش کشاورزی و هم در اتاق بازرگانی فعلی)
- ایجاد شبکه‌ای از تعامل افراد حقیقی و حقوقی دست‌اندرکار در بخش کشاورزی

۲- رویکردها

رویکردهای اصلی در این نظام، توسعه فضای کسب‌وکار از طریق شفاف‌سازی فعالیت‌ها، ایجاد هویت قانونی، ایجاد جایگاه و نقش اقتصادی برای اشخاص و بنگاه‌ها، تقسیم و شفاف‌سازی وظایف و مسئولیت‌ها و نیز ایجاد فضای تبادل اطلاعات و هم‌افزایی ناشی از آن می‌باشد. به عنوان نمونه، یکی از رویکردهای مهم توجه به حرفه‌ای‌گرایی است. حرفه‌ای‌نگری در بخش کشاورزی به دلیل ماهیت سنتی آن در مقایسه با بخش‌های صنعت و یا خدمات از پیشرفت کمی برخوردار است. حرفه‌ای‌نگری و حرفه‌گرایی بخش دارای ابعاد بسیار گوناگونی مانند سطح عمومی دانش و مهارت‌ها، ویژگی‌های نیروی انسانی شاغل در بخش، هویت کسب‌وکاری یکپارچه (دارای رسمیت، شفاف و قانونی) و شناسنامه‌دار شدن و سنجش‌پذیر شدن دارایی‌های مختلف بخش کشاورزی می‌باشد. همچنین سازماندهی متخصصین و کارشناسان این حوزه در قالب تشکلهای صنفی و یا نهادهایی مانند سازمان نظام

مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی نیز یکی از ابعاد حرفه‌ای نگری در بخش کشاورزی است. حرفه‌ای نگری در بخش از یکسو موجب افزایش سرمایه‌پذیری آن شده و از سوی دیگر بستر مناسبی برای نوسازی بخش و استفاده از روش‌های علمی و فنی پیشرفته و افزایش بهره‌وری آن را فراهم می‌کند.

در الگوی پیشنهادی، حرفه‌ای نگری بویژه در فرآیند عضویت و طراحی و تعیین شناسنامه کسب‌وکار برای فعالین بخش کشاورزی مورد توجه قرار گرفته است. در این فرآیند، افراد و واحدها، به عنوان بنگاه‌های کسب‌وکار دارای هویت جدیدی می‌شوند که براساس آن جایگاه آنها در ساختار اقتصادی کشور تعریف و تعیین شده و رابطه آنها با دولت مشخص می‌شود.

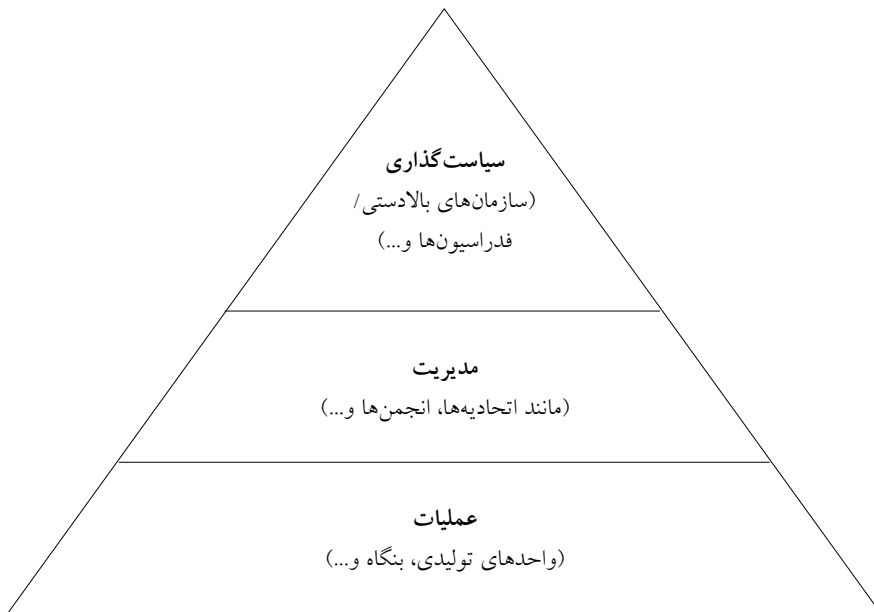
یکی دیگر از رویکردهای مهم در ایجاد اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن، طراحی ساختار سازمانی «گسترده» بوده و حتی‌الامکان از ایجاد سازمان عمودی (با لایه‌های مختلف) خودداری می‌شود. بسیاری از تشکلهای موجود بخش کشاورزی (مانند تعاونی‌های ملی) دچار این آسیب اساسی می‌باشند که مجامع آنها در سطوح مختلف (اتحادیه‌های شهرستانی، استانی و نیز اتحادیه‌های متعدد ملی)، نقش سلسله مراتب سازمانی را ایفا می‌کنند. این ساختار به نوعی موجب پراکندگی اعضا شده و ارتباط بین سازمان مرکزی و اعضا را تضعیف کرده است. در طراحی و اجرای الگوی پیشنهادی می‌بایست رابطه شبکه‌ای مبتنی بر اصالت بخشی به اعضا (بنگاه/ کسب‌وکار) به عنوان واحدهای اصلی جایگزین رابطه سلسله مراتبی شود.

۳- الزامات ساختاری

همان‌گونه که در بخش‌های گذشته اشاره شد، سازماندهی واحدها و کسب‌وکارهای بخش کشاورزی، از مهمترین چالش‌ها در زمینه تحقق اهداف محسوب می‌شود. بر این اساس، یکی از نقاط ضعف عمده‌ای که مانع از سازمان‌یافتگی موثر در میان افراد حقیقی، سازمان‌های کشاورزان و نهادهای کسب‌وکاری بخش کشاورزی شده

است، فقدان یک سازمان مرکزی است که بتواند به عنوان یک نهاد بالادستی و وحدت‌بخش عمل نماید. در حال حاضر، اغلب نهادهای موجود در سطوح مختلف تشکلی و سازماندهی‌های موجود، بیشتر در عملیات و یا مدیریت فعالیت‌ها دخیل بوده و به ندرت نقش سیاست‌گذاری را بویژه به دلیل «بحران نمایندگی» و «بحران سازمان‌یافتگی» ایفا می‌کنند (شکل ۴-۷).

شکل ۴-۷ - سطوح مختلف نقش‌ها در سازمان مبتنی بر عضویت



همان‌گونه که در مطالعات تطبیقی نشان داده شد، تفکیک و تمایز و نیز تخصصی شدن زیر بخش‌ها رابطه مستقیمی با توسعه اقتصادی و اجتماعی دارد و با توجه به موفقیت نسبی اتاق بازرگانی در بخش‌ها و زیربخش‌هایی مانند صنعت و خدمات، می‌توان نتیجه گرفت که این ساختار می‌تواند به نحو مشابهی برای کسب‌وکارهای کشاورزی نیز تعریف شود. مهمترین مزیت‌های این ساختار شامل موارد زیر است:

- چالش ها، نیازها و مزیت های بخش های اقتصادی مختلف (مانند کشاورزی، خدمات و صنعت) تفاوت های اساسی با یکدیگر دارد. تخصیصی شدن و تفکیک بخش های اقتصادی باعث می شود که چالش های هر بخش بصورت جداگانه در سطوح خط مشی گذاری مطرح شده و نیز برنامه ها، اقدامات و تخصیص نیز براساس نیازها و الزامات هر بخش تعریف شوند.

- گروه بندی اعضا در بخش های مختلف اقتصادی با یکدیگر متفاوت بوده و ایجاد ساختار جداگانه برای بخش کشاورزی موجب می شود تا این فرایند بهتر و دقیق تر تعریف شود. باید توجه داشت که اغلب فعالین بخش های صنعت، معدن و خدمات دارای گواهی نامه ها و یا مجوزهای رسمی خاصی هستند که براساس قوانین و مقررات موجود در آن بخش ها تدوین شده اند. این وضعیت در مورد برخی از زیر بخش های کشاورزی مانند زراعت وجود ندارد. در حالی که این واحدهای تولیدی خود به عنوان یک بنگاه عمل کرده و به عنوان مثال قراردادهای مشخصی برای خریدهای تضمینی با دولت یا خریدهای توافقی با بخش خصوصی (مثلاً تولیدات جالیزی با کارخانه های صنایع تبدیلی و غذایی، قراردادهای کشت و تولید محصول با شرکتهایی مانند شرکت های توسعه دانه های روغنی و برخی محصولات صادراتی مانند قراردادهای فروش محصولات گیاهان دارویی) دارند.

از سوی دیگر، از آنجا که توسعه فضای کسب و کار مستلزم نزدیکی و هماهنگی واحدهای مختلف کسب و کار بوده و این امر بویژه در توسعه بازرگانی، بازاریابی و تجارت بین المللی اهمیت زیادی دارد، این ساختار می تواند در درون واحد سازمانی بزرگتر یعنی اتاق بازرگانی تعریف شود. به این ترتیب، ساختاری با سطح بندی مبتنی بر پراکنش جغرافیایی اتاق بازرگانی شکل می گیرد که از مزیت هایی چون قوانین، ارتباط با

سایر بخش‌های اقتصاد و استفاده از زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری موجود برخوردار خواهد بود. بطور کلی، ساختار پیشنهادی دارای سه سطح بشرح زیر می‌باشد:

- **سطح عملیات:** در سطح عملیاتی فرآیندهای عضویت و هویت بخشی شکل می‌گیرند. در این سطح بنگاه‌ها و افراد (فعالیت اقتصادی) به عنوان اعضای یک سازمان سراسری محسوب می‌شوند. فرآیند عضویت به نحوی است که هر یک از واحدهای تولیدی یا خدماتی بخش کشاورزی به عنوان یک عضو شناخته شده و مدیران واحدها مستقیماً به عنوان فعال اقتصادی به عضویت سازمان در می‌آیند.
- **سطح مدیریت:** سطح مدیریت در برگیرنده سازمان‌هایی است که از اتصال واحدهای کسب‌وکاری در سطوح محلی بوجود می‌آیند. این سطح در برگیرنده نخستین واحدهای سازماندهی بنگاه‌ها بوده و براساس پراکنش جغرافیایی تعریف می‌شود. همان‌گونه که در فصل‌های گذشته (بویژه در بررسی وضعیت و آسیب‌شناسی) اشاره شد، در حال حاضر انواعی از این نهادهای مدیریتی در بخش‌ها و زیربخش‌های مختلف کشاورزی (شامل تعاونی‌های کشاورزی، تعاونی‌های روستایی، اتحادیه‌ها و برخی انجمن‌های صنفی و تولیدی) شکل گرفته‌اند که البته به لحاظ کمی و کیفی دچار مشکلاتی بوده و نتوانسته‌اند سطح نهادی منسجم و پویایی ایجاد نمایند. همچنین این سطح از نهادها بطور کامل نماینده کسب‌وکار بخش در سطح عملیاتی نیستند.
- **سطح سیاست‌گذاری:** همان‌گونه که اشاره شد، سطح سیاست‌گذاری مهمترین بخش از ساختار و الگوی پیشنهادی است. دلیل این امر نیز آن است که هم اکنون نیز کمابیش، برخی چیدمان‌های نهادی در دو سطح مدیریت و عملیات وجود دارد اما چنین سازمانی در سطح ملی (یا بالادستی) شکل نگرفته است. براساس الگوی برتر پیشنهادی، این سازمان، اتاق ملی بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن است که می‌تواند در عمل بصورت فدراسیونی مرکب از دو سطح مدیریت و سطح

عملیات را شامل شود. اگرچه ذکر این نکته مهم است که عضویت در سازمان مذکور مستقیم بوده و هر فرد حقیقی و حقوقی مستقیماً نیز عضو سازمان مرکزی محسوب می شود.

باید توجه داشت که ساختار مذکور یک ساختار عمودی نیست بلکه با توجه به چشم انداز ارتباط شبکه ای، این ساختار عملاً موجب ارتباط شبکه ای بین تمامی اعضا خواهد شد. پیاده سازی الگوی پیشنهادی حاضر بر مبنای ترسیم وضعیت مطلوب یعنی تحقق یک نظام ملی از کسب و کارهای کشاورزی صورت می گیرد که ارتباط شبکه ای بر آنها حاکم است. از سوی دیگر، این ساختار دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فنی گوناگونی است.

۴- الزامات قانونی / سیاسی

برخی از الزامات قانونی برای تحقق اهداف مربوط به شکل گیری و فعالیت کسب و کارهای کشاورزی در قالب اتاق بازرگانی، در طی سال های اخیر فراهم شده است. به عنوان مثال، ماده ۷ قانون افزایش بهره وری بخش کشاورزی مصوب ۱۳۸۹، حضور نمایندگان تشکلهای بخش کشاورزی را در سطوح تصمیم گیری الزامی ساخته است. علاوه بر آن، حمایت های مالی و تسهیلاتی دولت و اختیارات این تشکلهای در زمینه توسعه صندوق های حمایت از بخش کشاورزی در ماده ۱۷ همان قانون مورد تاکید قرار گرفته است. در این زمینه مهمترین الزامات قانونی و سیاستی شامل موارد زیر می باشند:

۱- تدوین و تصویب قانون جدید اتاق بازرگانی (به منظور شمول بخش کشاورزی در آن) به نحوی که این اتاق به عنوان سازمان اصلی بنگاه ها و کسب و کار کشاورزی کشور برای دستگاه های دولتی (بویژه متولیان کشاورزی، بازرگانی، صنایع و معادن) شناخته شود.

۲- اصلاح قوانین حمایت از تشکل‌های بخش کشاورزی به نحوی که جایگاه و نسبت تمامی آنها با اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران تعیین شود. در این قوانین اصالت به افراد حقوقی (بهره‌برداران، واحدهای تولیدی و خدماتی بخش و موارد مشابه) داده شده و این موجودیتها در قالب سازمان پوششی (اتاق) هویت پیدا می‌کنند.

۳- در حال حاضر، قوانین متعددی به عنوان پشتوانه ایجاد تشکل‌های بخش کشاورزی وجود دارند که می‌بایست تجمیع شده و یا با حفظ آن قوانین، افراد حقیقی و حقوقی بخش عضو مشترک تشکل‌های مذکور و نیز اتاق باشند (شکل ۷-۵).

۴- تجمیع و هدایت فعالیت صندوق‌های حمایت از توسعه بخش کشاورزی (در سطح استان‌ها و نیز در سطح ملی) در قالب فعالیت اتاق (بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران) ضروری است. در این صورت منابع مالی و سرمایه‌ای مستقیماً متوجه کسب‌وکارها شده و امور تصدی‌گری آن نیز از طریق سازمان مذکور انجام خواهد شد.

۵- کلیه سیاست‌های دولت در بخش کشاورزی از طریق تعامل با اتاق (بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران) تدوین شده و بخش کشاورزی اتاق به عنوان سخنگوی کشاورزان شناخته شود. در عین حال، با رعایت اصل توسعه بخش خصوصی، کشاورزان و کارآفرینان بخش در فعالیت‌های مستقل خود آزادی عمل دارند.

۶- وزارت جهاد کشاورزی و وزارت تجارت، صنایع و معدن، یک ساختار سازمانی مشخص برای ارتباط با اتاق ایجاد نمایند (مانند کمیسیون یا دبیرخانه مشترک).

شکل ۷-۵- مجموعه‌ای از قوانین موثر بر نهادها و ساختارهای بخش کشاورزی



۵- کارکردها، وظایف و ماموریت‌ها

ماموریت‌ها، وظایف و کارکردهای مختلفی برای سازمان پوششی بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای کشاورزی در ایران متصور است که هم براساس ماهیت سازمان (اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران) و هم براساس نیازها و الزامات بخش کشاورزی کشور تعیین می‌شوند.

الف- ماموریت

براساس بررسی‌های تطبیقی (فصل پنجم) ماموریت‌های این سازمان حالتی دو گانه دارد. از یکسو این سازمان می‌بایست در راستای پاسخگویی به نیاز اعضا عمل کرده و

خدمات موردنیاز آنها را ارائه نماید و از سوی دیگر، رابطه تعاملی با دولت (و سیاست‌های کلان اقتصادی کشور) داشته و ماموریت‌های محول شده از جانب دولت را تحقق بخشد. بنابراین، مهمترین ماموریت این سازمان، تحقق توسعه کسب‌وکار بنگاه‌های بخش کشاورزی (بهره‌برداران، تولیدکنندگان، بازرگانان و خدمات‌دهندگان) از طریق ایجاد توازن بین دو کارکرد مورد انتظار می‌باشد.

ب- وظایف و کارکردها

- مهمترین وظایف و کارکردهای اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن (در بخش کشاورزی) شامل موارد زیر است:
- این سازمان به نمایندگی از طرف کلیه افراد حقیقی و حقوقی دست‌اندرکار تولید، خدمات و بازرگانی در بخش کشاورزی عمل نموده و سخنگوی واحد اعضا محسوب می‌شود.
 - این سازمان وظیفه دارد علائق و انتظارات بخش غیردولتی کشاورزی را اعلام نموده و تحقق آنها را براساس قوانین و سیاست‌های کلان بخش کشاورزی پیگیری نماید.
 - این سازمان در راستای وظیفه خدمات‌رسانی به اعضا، در جهت عرضه خدمات مورد نیاز آموزشی، فنی و علمی، اطلاع‌رسانی، مالی و سرمایه‌ای از طریق ارتباط با بخش‌های دولتی و خصوصی مرتبط فعالیت می‌کند.
 - اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران، سازمانی فرابخشی است و برای انجام ماموریت‌های خود لازم است تا زمینه‌سازی لازم برای شکل‌گیری مجموعه‌ای از شرکت‌ها و بنگاه‌های وابسته و تخصصی مربوط به بازرگانی در زیربخش‌های مختلف را انجام دهد. این مجموعه‌های اقتصادی ماهیت سهامی داشته و سهامداران آن اعضای اتاق ملی هستند.

- شفافیت مالی و سرمایه ای یکی از ارکان اصلی فعالیت اتاق است. این نهاد، تمهیدات لازم برای ارائه گزارش های ادواری و مرحله ای را به نحوی برقرار می نماید که هم اعضا و هم آحاد جامعه از کارکردهای مالی آن اطلاع داشته باشند.

۶- فرصت ها و تهدیدها

امکان سنجی استقرار الگوی پیشنهادی و تحقق اهداف حاصل از آن را می توان از منظر تهدیدها و فرصت ها مورد بررسی قرار داد. برخی از مهمترین این موارد شامل موارد زیر می باشند:

الف- علاوه بر موارد ذکر شده در بخش الزامات قانونی، قانون اصل ۴۴ قانون اساسی با تاکید بر حمایت سرمایه ای دولت، جلوگیری از انحصار، توسعه فضای فعالیت بخش خصوصی و نیز توسعه سازمانهای غیردولتی زمینه مساعدی برای تحقق الگوی این طرح فراهم کرده است. بویژه در این زمینه، در ماده ۹۱ به نقش کلیدی و الزام اتاق بازرگانی در ساماندهی تشکلهای اشاره شده است:

بند (ب) ماده ۹۱

کلیه کمیسیون ها، هیأت ها، شوراهای تصمصم گیری در دولت مجازند در تصمصمات اقتصادی خود، نظر فعالان اقتصادی را جویا شده و مورد توجه قرار دهند. دولت موظف است عضویت رئیس یا نماینده اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون در شوراهای تصمصم گیری اقتصادی را از طریق اصلاح قانون یا آیین نامه های مربوطه رسمیت بخشد. از این پس رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون به عنوان عضو رسمی به ترکیب اعضا شورای اقتصاد، هیأت امنای حساب ذخیره ارزی، هیأت سرمایه گذاری خارجی (موضوع قانون جلب و حمایت سرمایه گذاری خارجی) و هیأت عالی واگذاری (موضوع قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران) اضافه می شود.

بند (د) ماده ۹۱

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون موظفند در ایفای نقش قانونی خود به عنوان مشاور سه قوه، سازوکار لازم برای ساماندهی و هماهنگی تشکلهای اقتصادی و کسب نظرات فعالان اقتصادی را فراهم نموده و با کمک به ایجاد فضای تعامل سازنده بخش خصوصی با ارکان حکومت، در مسائل اقتصادی پیشنهادهای کارشناسانه لازم را ارائه نمایند. در این راستا، اتاقها موظفند با تأسیس واحد پایش و پیگیری اجرای سیاستهای کلی اصل چهارم و چهارم (۴۴) قانون اساسی، گزارشهای منظم لازم را به شورای عالی اجرای سیاستهای کلی اصل چهارم و چهارم (۴۴) قانون اساسی تقدیم نمایند و همچنین پیش‌نویس قانون «ایجاد فضای مساعد کارآفرینی و رفع موانع کسب‌وکار» را تهیه و ارائه کنند.

بوجود تجربه، سرمایه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری سازمانی و مجموعه‌ای از بنگاه‌ها و دست‌اندرکاران بخش کشاورزی در قالب تشکلهای سازمان‌های بهره‌برداران (شکل ۷-۲)

ج- وجود برخی نیروهای متخصص سازماندهی شده در قالب نهادهایی مانند سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی (تأسیس ۱۳۸۰) در عین حال، تهدیدها و محدودیت‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد که بویژه در حوزه قوانین و مقررات قابل توجه می‌باشند:

الف- مدت زمان اصلاح قوانین

تغییر و اصلاح قوانین و مقررات موجود در زمینه تشکلهای بخش کشاورزی و رابطه آنها با دولت که فرآیندی وقت‌گیر می‌باشد. به عنوان نمونه در قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی (مصوب ۱۳۸۸) وظایف و کارکردهایی برای برخی از تشکلهای موجود بخش تعیین شده است که با اجرای الگوی پیشنهادی می‌بایست موادی از این قانون تغییر نموده و یا اصلاح شوند.

ب- اصلاح فرآیندها و رویه های اداری

همانگونه که در این کتاب نشان داده شد، در حال حاضر فرآیندهای ثبت و صدور مجوز برای فعالیت سازمان های مردم نهاد در بخش کشاورزی در دستگاه های مختلفی پراکنده بوده و هر یک از دستگاه های دولتی نیز رویه های خاصی برای ارتباط با این سازمان ها و نیز حمایت از آنها دارند. به عنوان مثال، در وزارت جهاد کشاورزی، سازمان مرکزی تعاون روستایی در ایران متولی حاکمیتی در بخش قابل توجهی از این تشکلهای (امور صنفی، تعاونی های تولید روستایی و تعاونی های روستایی) است. از سوی دیگر، صندوق های حمایت از توسعه سرمایه گذاری در بخش کشاورزی از طریق یک شرکت مادر تخصصی مدیریت می شوند. استقرار الگوی پیشنهادی مستلزم تغییر در این ساختارها و بویژه تجمیع آنها می باشد.

ج- عدم توازن بین دست اندرکاران زیربخش های مختلف کشاورزی

زیربخش های مختلف کشاورزی و بهره برداران آنها در سطوح مختلفی از توسعه یافتگی، تجاری سازی، مناسبات تولیدی و مالی و نیز نهادسازی قرار دارند. به این دلیل ایجاد یک تشکل فراگیر به نحوی که بتواند همگی آنها را تحت پوشش قرار دهد با چالش مشارکت عمومی و موزون روبرو خواهد بود. برای تحقق این گزینه، توصیه های سیاستی زیر نیز ارائه می شود تا با اعمال آنها، فضای لازم برای عملیاتی شدن گزینه برتر فراهم شود.

۷-۶- توصیه های سیاستی

بررسی های آسیب شناسی نشان می دهند که تشکلهای و نهادهای فعلی در بخش کشاورزی به دلایل متعدد مدیریتی، قانونی و کارکردی دچار چالش هایی هستند که با وجود آنها، تحقق اهداف توسعه ای (مانند توسعه متوازن کسب و کارهای کشاورزی)

بسیار دشوار می‌باشد. با توجه به مجموعه بررسی‌ها می‌توان گفت که ایجاد نهاد فراگیر تحت عنوان اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران با مشخصات و الزامات ذکر شده به عنوان مهمترین توصیه در این تحقیق محسوب می‌شود. از سوی دیگر، با توجه به محدودیتهای قانونی و اجرایی موجود و نیز جلوگیری از اقدامات موازی و اتلاف منابع و سرمایه‌های سازمانی موجود (بویژه سازماندهی‌ها، فعالیتهای کمیسیون کشاورزی در اتاق بازرگانی و وجود تشکلهای کشاورزی عضو) تحقق اهداف در قالب اتاق بازرگانی و کشاورزی با رعایت توصیه‌های سیاستی و الزامات اساسی امکان‌پذیر می‌باشد. بدیهی است که اگرچه طراحی و استقرار اتاق بازرگانی و کشاورزی (بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران) براساس راهکار پیشنهادی یک فرآیند مستقل در بخش غیردولتی می‌باشد اما موفقیت آن بستگی به عوامل متعددی دارد که بخشی از آنها به حمایتهای قانونی و اجرای دستگاه‌های دولتی و زمینه‌سازی اجتماعی-سیاستی مربوط می‌باشد. برخی از مهمترین این توصیه‌های سیاستی در ادامه ذکر شده‌اند (جدول ۷-۸).

الف- قانونی

این توصیه‌ها بویژه مربوط به اصلاح قوانین و اسناد بالادستی بوده و در برگیرنده فرآیندهای قانون‌گذاری (تقنین و تنقیح)، تنظیم لوایح و پیشنهاد طرح‌ها می‌باشد. مهمترین این موارد به قرار زیر می‌باشند:

- اصلاح قوانین مربوط به نهادها و سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی و تجمیع قوانین مربوطه در قالب یک قانون جامع می‌تواند به ساماندهی واحدهای عملیاتی، کاهش مشکلات ناشی از بحران هویت و عضویت و نیز رابطه شفاف‌تر بخش‌های دولتی با این نهادها منجر شود.
- حذف قوانین خاص نهادها و شمول آنها در قالب قوانین تجارت می‌تواند یک اقدام موثر در بهبود ساختار حقوقی تشکلهای باشد. همانگونه که بررسی‌ها نشان

می دهند، بسیاری از سازمان ها و تشکلهای موجود در واقع به منظور سازماندهی واحدهای کسب و کار (اعم از تولیدی یا بازرگانی) بوجود آمده اند. با وجود قوانین مربوط به تجارت و ثبت بنگاههای اقتصادی، بسیاری از آنها بویژه شرکت های تعاونی دارای اشکال حقوقی متعددی هستند که موجب پیچیدگی در امور ساماندهی آنها شده و به نظر می رسد که شناسایی آنها به عنوان بنگاههای اقتصادی غیردولتی می تواند در این زمینه کارگشا باشد.

- به منظور توسعه رقابت پذیری و جلوگیری از انحصارگرایی در فعالیتهای بنگاه ها و تشکلهای غیردولتی، اصلاح قوانین مربوط به فعالیتهای تشکلهای (مانند واگذاری تصدی ها، صدور مجوزها و پروانه ها و غیره) ضروری است. این قوانین می بایست به نحوی اصلاح شوند که هر یک از تشکلهای بخش براساس ماهیت خود (تخصصی، حرفه ای) بتوانند در فضای رقابتی اقتصادی فعالیت نموده و از انحصارگری در فعالیتهای بویژه امور اقتصادی جلوگیری شود. به عنوان مثال، واگذاری امور مدیریتی یا نظارتی و همچنین صدور پروانه ها و مجوزهای فعالیت به تشکلهای صنفی که نماینده کل بخش یا زیربخش مربوطه نیستند می تواند ریسک انحصار را ایجاد نماید. لازم به ذکر است که مورد اخیر شامل الزاماتی مانند مجوزهای زیست محیطی یا مشابه آن نمی شود.

- در قوانین مربوط به سازمانهای غیردولتی بخش کشاورزی، نقش اتاق بازرگانی به عنوان پرسابقه ترین سازمان فراگیر کسب و کار بسیار کم رنگ می باشد. با توجه به ظرفیتهای قانونی و ماهیت شکل گیری، به نظر می رسد که این سازمان می تواند به عنوان نماینده بخش قابل توجهی از واحدهای مختلف تولیدی، خدماتی و بازرگانی بخش بوده و نیازی به ایجاد تشکلهای و نهادهای موازی نیست. همچنین این امر می تواند به بهبود ارتباط بین بخش های کشاورزی، خدمات و صنعت منجر شود.

ب- مدیریتی/راهبردی

این بخش از سیاست‌ها، بیشتر متوجه دستگاه‌های اجرایی بوده و به کارکردهای آنها در قبال بنگاه‌های اقتصادی و کسب‌وکارهای بخش کشاورزی مربوط می‌شود.

- همانگونه که در فصل دوم و پنجم در زمینه مشخصات سازمان‌های غیردولتی و نهادهای بازرگانی غیردولتی اشاره شد، ماهیت غیردولتی این سازمان‌ها و خودگردانی عامل مهمی در توسعه نهادی آنها محسوب می‌شود. بر این اساس، می‌بایست روند شکل‌گیری از بالا به پایین این سازمان‌ها متوقف شده و این کار بویژه در سطح وزارتخانه‌های دولتی به عنوان نهادهای ناظر و متولی ممکن خواهد بود.

- توانمندسازی تشکلهای بویژه در زمینه‌های مدیریت بازرگانی و تجارت می‌بایست در اولویت برنامه‌های توانمندسازی و آموزشی وزارتخانه‌های متولی تشکلهای قرار گیرد. تشکلهای و سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی اغلب فاقد مدل یا الگوی مشخصی برای کسب‌وکار بوده و اغلب فعالیت‌های اقتصادی آنها تمایز خاصی با فعالیتهای متعارف هر یک از بنگاه‌های عضو ندارد. بدین منظور، برنامه‌های ظرفیت‌سازی، توانمندسازی و آموزشی آنها می‌بایست با ارائه مدل‌ها و الگوهای توسعه بازرگانی و کسب‌وکار همراه شود.

- یکی از چالش‌ها و آسیب‌های مهم تشکلهای بخش کشاورزی، تداخل وظایف و کارکردها و عدم گرایش آنها به فعالیت‌های حرفه‌ای و تخصصی است. به عنوان مثال، قرارگرفتن سازمان‌های صنفی در نقش پیمانکار برنامه‌های دولتی یا مجری برنامه‌های آموزشی و پژوهشی، استفاده از تشکلهای در ارائه خدمات یا یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم دولتی، واگذاری نقش‌های نظارتی و حاکمیتی و یا نمایندگی مردم به تشکلهای و موارد مشابه می‌تواند آسیب‌های جدی در برابر حرفه‌ای‌سازی و تجاری‌سازی تشکلهای باشند. سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی می‌بایست

راهبردهای مشخصی برای جلوگیری از ورود تشکلهای به حوزههای ماموریتی خارج از ماهیت آنها اتخاذ نماید.

- برنامههای آموزشی و فرهنگ سازی برای بهره برداران و کسب و کارهای بخش

ج- عملیاتی

توصیههای سطح عملیات مستقیماً به تشکلهای سازمانها در سطوح عملیاتی مرتبط می شود. براساس بررسیها، موارد زیر از جمله مهمترین اقداماتی است که می تواند در سطح عملیات به توسعه فعالیت این نهادها منجر شود:

- نهادها و تشکلهای بخش کشاورزی اغلب به دلیل بحران نمایندگی (مطالعات فصل پنجم) فاقد پشتوانه گسترده اجتماعی می باشند. این امر نه تنها در تجمیع سرمایه های مالی و توسعه توان مالی تشکلهای مشهود می باشد بلکه همچنین اتکای اعضا به خدمات دریافتی از تشکل را نیز بسیار کاهش می دهد. مطالعه سازمانهای کشاورزان در سایر کشورها نشان می دهد که سازمانهای موفق، در امر خدمات رسانی به اعضا (اعم از خدمات بازرگانی و بازاریابی و نیز خدمات فنی) بسیار موثر عمل می کنند. تحقق این امر مستلزم تغییر در کارکردهای مدیریتی این تشکلهای است.

- بررسیها نشان می دهند که رویکرد حرفه ای نگری در کسب و کار تشکلهای کمرنگ بوده و تشکلهای موفق نیز آنهایی هستند که تمرکز بیشتری بر «صلاحیت های حرفه ای» اصلی خود داشته اند. به نظر می رسد که هر یک از تشکلهای نهادها می بایست بر شناسایی و تقویت این دسته از توانمندی خود توجه نموده و ارتباطات بین نهادی خود را با سایر تشکلهای در قالب شبکه های حرفه ای تقویت نمایند. در این زمینه ایجاد شبکه ها و ائتلاف های حرفه ای گسترده در سطح ملی می تواند بسیار موثر و راهگشا باشد.

جدول ۷-۸ خلاصه توصیه‌های سیاستی در اجرای راهکار پیشنهادی

ابعاد اصلی	مخاطب	سیاستها
قانونی	قانونگذاران	تجميع قوانين پراکنده و تدوين قانون جامع تنقيح قوانين مربوطه و ارجاع بنگاه‌های اقتصادی و کسب‌وکارها به قانون تجارت احیای نقش اتاق بازرگانی به عنوان فراگیرترین سازمان کسب‌وکار کشور
مدیریتی	دستگاه‌های دولتی	تغییر روند شکل‌گیری از بالا به پایین تشکلهای اجرای برنامه‌های توانمندسازی و ظرفیت‌سازی جلوگیری از تداخل وظایف و مأموریت‌های تشکلهای بخش کشاورزی عدم استفاده از تشکلهای صنفی به عنوان مجری پروژه‌های دولتی ارائه مدلها و الگوهای توسعه تجاری به جای تاکید بر تولید-محوری در تشکلهای تولیدی
عملیاتی	تشکلهای/ بنگاه‌ها	تمرکز فعالیت‌ها بر خدمات‌رسانی به اعضا و ایجاد ارزش‌افزوده تمرکز بر صلاحیت‌های اصلی (توانمندی‌های حرفه‌ای) به جای تعدد کارکردها

۷-۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این کتاب، بررسی و مطالعه تشکلهای غیردولتی بخش کشاورزی به منظور استفاده از ظرفیت آنان در توسعه فعالیت‌های بازرگانی بخش کشاورزی بوده است. برای تحقق این هدف کلی، در این کتاب تلاش شده است تا با مروری بر مفاهیم پایه و وضعیت موجود سازمان‌های غیردولتی بخش کشاورزی در ایران و جهان، چهارچوبی برای سازماندهی و نهادسازی بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی، خدماتی و بازرگانی بخش کشاورزی به منظور توسعه این بخش ارائه شود.

همان‌گونه که در بررسی‌های اولیه نشان داده شد، ساختارهای فعلی تشکلهای بخش، به دلایل مختلف امکان‌چندانی برای توسعه اهداف کسب‌وکار و بازرگانی

فراهم نمی‌کنند. به این دلیل، در این فصل، پیشنهادات و روش‌هایی برای ارائه یک الگوی جدید برای سازماندهی بنگاه‌ها ارائه شده است. در این الگو، ضمن استفاده از زیرساخت‌های نهادی (اتاق بازرگانی) و قانونی موجود، بر ایجاد هویت نهادی و نیز کارکردها و وظایف جدید نیز تاکید شده است. بر این اساس، با در نظر گرفتن نگرش حرفه‌ای به کسب‌وکار کشاورزی، محوریت توسعه کسب‌وکار، رفع چالش‌ها و آسیب‌های موجود و لزوم ایجاد نهاد فراگیر به عنوان نماینده فعالین اقتصادی بخش، می‌توان راهکار عملیاتی نهایی را بصورت «ساماندهی و عضویت فراگیر واحدهای مزبور در قالب اتاق کشاورزی سراسری ایران» در نظر گرفت. از آنجا که شکل‌گیری این نهاد مستلزم تصویب قانون مذکور در مجلس شورای اسلامی می‌باشد، تحقق آن مستلزم مدت زمان نسبتاً طولانی و رویه‌های ویژه‌ای است که دستیابی به آن را دشوار می‌نماید.

نهاد پیشنهادی در این کتاب، براساس ساختار سازمانی موجود یعنی در درون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کشور و قوانین و مقررات آن شکل گرفته و ضمن تطبیق با واقعیت‌های موجود در بخش کشاورزی، می‌تواند رهیافت موثری برای توسعه اقتصادی این بخش باشد.

ساختار اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن سراسری ایران، امکان ایجاد اتاق‌های منطقه‌ای و محلی را فراهم کرده و ضمن شکل‌گیری رابطه شبکه‌ای با اعضا، به دلیل ماهیت حرفه‌ای خود جایگاه مناسبی در شبکه خطی مشی‌گذاری بخش کشاورزی کشور خواهد داشت. بدیهی است که در این کتاب، ایجاد چهارچوب فکری و پشتوانه نظری برای ارائه الگو و راهکار مزبور مورد نظر بوده است. به همین جهت، مشخصات سازمانی، معماری فرآیندها، طراحی ساختار مناسبات و بطور کلی طراحی سازمانی و عملیاتی برای سازماندهی کسب‌وکارهای کشاورزی در ساختار اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران نیازمند اجرای برنامه‌های مطالعاتی بیشتری در آینده می‌باشد.

منابع

- افتخاری، رکن الدین (۱۳۸۸)، بازآفرینی مدیریت توسعه روستایی در ایران، مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی.
- امین منصور، جواد (۱۳۸۰)، جایگاه سازمان‌های غیردولتی در نظام سازمان ملل متحد، مجموعه مقالات نقش و جایگاه NGOs در عرصه فعالیت‌های ملی و بین‌المللی، تهران، دفتر تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- مقنی‌زاده، محمد حسن (۱۳۷۸)، سازمان غیردولتی، نهادی برای سازمان‌دهی مشارکت در کشورهای در حال توسعه، همایش «نقش و جایگاه سازمان‌های غیردولتی در عرصه فعالیت‌های ملی و بین‌المللی». مجموعه مقالات، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۱)، طراحی و تبیین مدل کارآفرینی برای سازمان‌های غیردولتی (NGOs). پایان‌نامه دکتری تخصصی مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- مهابادی، سیامک (۱۳۷۸)، نقش سازمان‌های غیردولتی در تاسیس و استقرار جامعه مدنی در ایران، همایش «نقش و جایگاه سازمان‌های غیردولتی در عرصه فعالیت‌های ملی و بین‌المللی». مجموعه مقالات، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- Alter, Catherine and Jerald Hage, 1993, "**Organizations Working Together**", London: Sage.
- Annan, Kofi, 2000, "**Speech to the Millenium Forum**", United Nations, NewYork, May 22. Online: www.un.org/News/Press/docs/2000/20000522.sgsm7411.doc.html (cited November 1, 2005)

- Barringer, B., and Harrison, J., 2000, **"Walking a Tightrope: Creating Value Through Interorganizational Relationships"**, Journal of Management, Vol. 26, No. 3, 367-403.
- Boiko A., 1999, **"Entrepreneurial NGOs and their role in entrepreneurship development"**, UN-ECE.
- Borzel, T. , 1997, **"What Is so Special about Policy Networks? – an Exploration of the Concept and its Usefulness in Studying European Countries"**, available at: <http://eiop.or.at/eiop/texte/1997_016a.htm>
- Bradach, J. and R., Eccles, 1989, **"Price, Authority, and Trust: From Ideal Types to Plural Forms"**, Annual Review of Sociology 15, pp. 97-118.
- Chisholm, Rupert F., 1996, **"On the Meaning of Networks"**, Group and Organization Management 21 (2) pages 216-236.
- Canto V., Pond Morgan and Kelloway Kevin, 2001, **Exploring commitment and leadership in volunteer organizations**, Leadership & Organization Development Journal, Vol. 22, N. 6.
- CI/IIED (2006) **From bean to cup: how consumer choice impacts upon coffee producers and the environment**. Consumers International and International.
- **Institute for Environment and Development**, London.
- Coleman, W. D. and G., Skogstad, 1990, **"Policy Community and Public Policy in Canada"**, Toronto, Canada: Copp Clark Pitman.
- Doz, Y. L. and Hamel, G., 1998, **Alliance advantage**, Harvard Business School Press, Boston.
- EAO, 2008. **"The voice of co owned business"**, <http://www.employeeownership.co.uk>.
- Hazlehurst, D., 2001, **"Networks and Policy Making: From Theory to Practice in Australian Social Policy"**, available at: <<http://www.insna.org/INSNA/PNBibliography.htm>>
- Hoffmann V., John Lamers and Andrew D. Kidd, 2000, **Reforming the Organization of Agricultural Extension in Germany: Lessons For Other Countries**, Agricultural Research & Extension Network.
- Hoffmann, W. H. & Schlosser R., 2001, **"Success Factors of Strategic Alliances in Small and Mediumsized Enterprise"**. Long Range Planning. vol. 34, pp 357-381.

- Ireland, R. D & Hitt, M. A. & Vaidyanath, D., 2002, "**Alliance Management as source of Competitive Advantage**". Journal of Management. 28(3).
- Jarillo, J., 1993, "**Strategic Networks: Creating the Borderless Organization**", Oxford University Press: Oxford.
- Jones M. P. and Sidi Sanyang, 2007, "**Promoting inclusion of civil society organizations (CSOs) in African Agricultural Research and Development**".
- Jordan, G. and K. Schubert, 1992, "**A Preliminary Ordering of Policy Networks Labels**", European Journal of Political Research 21, pp. 7-27.
- Klijn, E. H., 1999, "**Analyzing and Managing Policy Process in Complex Networks - a Theoretical Examination of the Concept Policy Networks and its Problems**", Administration and Society 28, pp. 90-119.
- Lewis, D., 2001, "**The Management of Non-Governmental Development Organisations: An Introduction**". Routledge. Taylor and Francis Group.
- Marsh, D., 1998, "**Comparing Policy Networks (Public Policy and Management)**", Open University Press, Philadelphia.
- Milward, H. and J. Raab. 2002. "**Dark networks: the structure, operation and performance of international drug, terror, and arms trafficking networks**", paper presented at the International Conference on the Empirical Study of Governance, Management and Performance, 4-5 October, Barcelona.
- Mitchell SM and SM Shortell, 2000, "**The governance and management of effective community health partnerships: a typology for research, policy and practice**", Milbank Quarterly 78 (2), pages 241-289.
- Morrison, R., 1991, "**We Build the Road as We Travel**", Philadelphia: New Society Publishers.
- Najam, A., 1999, "**Citizen organisations as policy entrepreneurs**", in D. Lewis.
(ed.) **International Perspectives on Voluntary Action: Reshaping the Third Sector**, Earthscan, London.
- Plano and olton, 1998, "**Civil society and the state**", London, p. 61-81.

- Ranaei H., Azim Zareei and Farshad Alikhani, 2010, "**Inter-organizational Relationship Management A Theoretical Model**", International Bulletin of Business Administration; ISSN: 1451-243X Issue 9.
- Pilgrim M. and Ralf Meier, 1995, **A primer on the organization and role of chamber systems**. Center for International Private Enterprise (CIPE). Washington, D.C.
- Rasalan, M., 2001, "**Evaluating efficiency: the changing relationship between civil society and the Philippines state**"
- Rosenau James N., Ernst Otto Czempiel, 1992, "**Governance without government: order and change in world policies**", Cambridge University Press.
- Rhodes, R. A. W. and D. Marsh, 1992, "**Policy Networks in British Politics: A Critique of Existing Approaches**", Oxford University Press, Oxford.
- Schmitter, P. C. and G. Lehmbruck, 1979, "**Trends towards Corporatist Intermediation**", Sage Publications.
- Scott, C. D. and R. Hopkins, 1999, "**The Economics of Non-Governmental Organisations**", Development Economics Discussion Paper Series No. 15, The Suntory Centre, London School of Economics.
- UK Cabinet Office, 2009, "**Social Enterprise [Online], London: Cabinet Office**", http://www.cabinetoffice.gov.uk/third_sector/social_enterprise.aspx, Accessed 21 December 2009.
- USAID, 2000, "**New partnership initiative: NGO empowerment**", NPI core report.
- United Nations (ECOSOC), 1996. "**Arrangements for consultation with non-governmental organizations**", NGO definition.
- Van Waarden, F., 1992, "**Dimensions and Types of Policy Networks**", European Journal of Political Research 21, pp. 29-52.
- Weiner BJ, JA Alexander and HS Zuckerman, 2000, "**Strategies for effective management participation in community health partnerships**", Health Care Management Review 25(3), pages 48-66.
- WorldBank, 2001, "**Non-governmental organizations and civil society**", (<http://wbln0018.worldbank.org/essd/essd.nsf/NGOs/home>).

-
- Zeelearn, 2000, "**NGO development and management**", Zee Interactive Learning Systems Limited.

ضمیمه شماره ۱

پیش‌نویس قانون اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران
مصوب هیات رئیسه، کارگروه منتخب روسای اتاق‌های شهرستان و اعضای
کمیسیون حقوقی، قضایی و اخلاق کسب و کار اتاق ایران

بسم الله الرحمن الرحيم

قانون اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران
نگارش (۵) قبل از ویرایش حقوقی

ماده ۱- به منظور تحقق اهداف و انجام وظایف و اختیارات مقرر در این قانون،
اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران که سازمانی غیردولتی و
غیرانتفاعی و دارای شخصیت حقوقی مستقل می‌باشند، تشکیل می‌گردد.

فصل اول- تعاریف

ماده ۲- در این قانون اصطلاحات زیر به جای عبارات مشروح بکار می‌رود:

- اتاق ایران: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران که اقامتگاه آن در شهر تهران می باشد
- اتاق استان: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن که براساس تقسیمات کشوری و به موجب فصل ششم این قانون در مرکز هر استان تشکیل می گردد
- اتاق مشترک: شخصیت حقوقی که با عضویت اشخاص حقیقی یا حقوقی ایرانی و خارجی که در ارتباط با مبادلات اقتصادی بین ایران و کشور خارجی فعالیت دارند و به موجب این قانون و ضوابط مصوب هیات نمایندگان اتاق ایران تاسیس می شود.
- اتاق ها: مجموعه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کشور با محوریت اتاق ایران
- اتاق های ویژه: اتاق شهرستان های آبادان، خرمشهر و کاشان
- شورای مشترک: ساختار معین در اتاق ایران که با عضویت اشخاص حقیقی یا حقوقی ایرانی و خارجی که در ارتباط با مبادلات اقتصادی بین ایران و کشور خارجی که فاقد اتاق مشترک می باشد، فعالیت دارند و به موجب این قانون و ضوابط مصوب هیات نمایندگان اتاق ایران تاسیس می شود
- بخش های اقتصادی: بخش های اقتصادی، صنعت، معدن، کشاورزی، بازرگانی و خدمات، مطابق با تعریف
- سازمان جهانی تجارت
- فعال اقتصادی: از نظراین قانون شخصی است که در بخش های اقتصادی به تولید کالا و خدمات اشتغال دارد.
- تشکل اقتصادی: کلیه تشکلهای کارفرمایی که تحت عناوین «انجمن»، «خانه»، «سندیکا»، «فدراسیون»، «کانون»، «کنفدراسیون»، «گروه»، «مجمع»، «مرکز»، «موسسه»، «نظام»، «اتحادیه»، «شورا» و نظایر آن به منظور حفظ حقوق و منافع مشروع و قانونی و ساماندهی فعالیت و بهبود وضعیت اقتصادی اعضا به

موجب قانون و یا بصورت داوطلبانه به وسیله مدیران، صاحبان صنایع و معادن، بازرگانی، کشاورزی و خدمات و نیز دارندگان کسب یا پیشه یا حرفه و تجارت نزد اتاق‌ها یا سایر مراجع قانونی به ثبت رسیده یا تاسیس می‌شوند، از نظر این قانون تشکل اقتصادی می‌باشند.

- تشکل‌های اقتصادی فراگیر و ملی: تشکل‌های اقتصادی که متشکل از چند تشکل اقتصادی دیگر و یا بنابه ویژگی خاص در سطح ملی فعالیت می‌نمایند، تشخیص فراگیر و ملی بودن به عهده اتاق ایران است.
- کارت بازرگانی: کارت شناسایی فعالان اقتصادی که به بازرگانی خارجی اشتغال دارند و براساس ضوابط مصوب هیات ریسه اتاق ایران، از سوی اتاق‌های استان تحت نظارت اتاق ایران صادر می‌گردد.
- کارت عضویت: کارت شناسایی کلیه اعضای اتاق‌ها که براساس ضوابط مصوب هیات نمایندگان اتاق ایران از سوی اتاق‌ها تحت نظارت اتاق ایران صادر می‌گردد.

فصل دوم- اهداف، موضوع فعالیت و وظایف و اختیارات اتاق‌ها

ماده ۳- اهداف، موضوع فعالیت و وظایف و اختیارات اتاق‌ها عبارتند از:

- ۱- کمک به ایجاد فضای مساعد کارآفرینی و رفع موانع کسب‌وکار
- ۲- تلاش برای محور قرار گرفتن تولید در اقتصاد ملی و تشویق صادرات
- ۳- کمک به بالنده‌سازی تفکر اقتصادی جامعه و اشاعه فرهنگ تولید ثروت و عدالت اجتماعی

۴- تلاش برای تامین منافع اعضا و تمرکز و هدایت افکار و بیان آرا و عقاید ایشان و تسهیل روابط بین فعالان اقتصادی با یکدیگر و با سازمان ها و نهادهای دولتی و عمومی و فعالان اقتصادی خارجی

۵- ساماندهی مرجعیت اطلاعات و ارائه مشاوره در بخش های مختلف اقتصاد ملی و بین المللی

۶- پیگیری منافع جمعی، صنفی و فردی اعضا با هدف ارتقای سطح اقتصاد ملی و افزایش تاثیرگذاری حضور فعالان اقتصادی در عرصه های اقتصادی

۷- تلاش در جهت توسعه فرهنگ مشارکت و ایجاد هماهنگی و هم افزایی و افزایش همکاری اعضا با یکدیگر

۸- کمک و ترغیب ارکان مختلف حکومت به بهبود فضای کسب و کار در جهت توسعه بخش خصوصی و حمایت از کارآفرینی

۹- کمک به ارتقای سطح دانش و توانایی مدیران بنگاه های اقتصادی کشور
۱۰- تشویق و ترغیب سرمایه گذاری داخلی و خارجی و نیز گسترش مشارکت عامه مردم در فعالیتهای اقتصادی و جذب سرمایه های خارجی

۱۱- گسترش نقش آفرینی اتاق ها در توسعه همکاری های اقتصادی دو و چند جانبه کشور

۱۲- ترویج فرهنگ توسعه اقتصادی با تاکید بر توسعه صادرات و گردشگری و نیز گسترش اطلاع رسانی اقتصادی

۱۳- ایفای نقش محوری در ارتقای جایگاه اجتماعی فعالان اقتصادی

۱۴- صدور کارت بازرگانی و عضویت

۱۵- ایفای نقش مرجع در تشکیل یافتن فعالان اقتصادی کشور و تهیه جدول ملی تشکلهای اقتصادی و کمک به تشکیل تشکلهای مورد نیاز و ادغام تشکلهای اقتصادی هم پوشان

۱۶- ارایه مشورت به قوای سه گانه کشور و مشارکت در فرآیند تصمیم سازی و تصمیم گیری های اقتصادی ارکان حکومت

۱۷- اظهار نظر راجع به لوایح، تصویب نامه ها، آیین نامه ها و بخشنامه های مرتبط با امور اقتصادی و همکاری با تمامی کمیسیون های مجلس شورای اسلامی و نیز کلیه کمیسیون ها، هیات ها، شوراهای و ستادهای تصمیم گیری دولت. در این خصوص کلیه مراجع اجرایی اعم از دولت، وزارتخانه ها و موسسات دولتی و موسسات عمومی غیردولتی و شهرداریها، نهادهای مالی و بانکی موظف به لحاظ کردن نظرات اتاق ایران در مصوبات و آیین نامه ها، بخشنامه ها و دستورالعمل ها می باشند در غیر اینصورت اتاق موضوع را جهت اتخاذ تصمیم به شورای عالی هماهنگی بهبود فضای کسب و کار منعکس و شورای عالی نیز موظف است در نخستین جلسه نسبت به موضوع اظهار نظر و ارائه طریق نماید.

۱۸- تهیه گزارش های ادواری برای ارکان مختلف حکومت از وضعیت کسب و کار در ایران

۱۹- تهیه، صدور و تایید اسنادی که طبق مقررات بین المللی به عهده اتاق ایران می باشد.

۲۰- تشکیل شوراها و اتاق های مشترک و انحلال آنها

۲۱- تاسیس و اداره مراکز تجاری و دفاتر خدمات اقتصادی در خارج از کشور با همکاری سازمان توسعه تجارت ایران

۲۲- تلاش در جهت بررسی و حل اختلاف در مورد مسائل اقتصادی اعضا و سایر متقاضیان از طریق مرکز داوری اتاق ایران و با استفاده از شیوه های مختلف حل اختلاف و مبتنی بر آیین رسیدگی اختصاصی این مرکز

۲۳- تعیین کلی کسبه جزء به منظور تمییز کاسب جزء از تاجر و روزآمد کردن آن

- ۲۴- تدوین و روزآمد کردن منشور ملی اخلاق کسب و کار.
- ۲۵- تشکیل کمیسیون انضباطی جهت رسیدگی به تخلفات اعضا با امکان جریمه نقدی، تعلیق فعالیت بازرگانی خارجی یا فعالیت بطور کلی عضو خاطی براساس آیین نامه مصوب کارگروهی متشکل از وزرای بازرگانی، صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، دادستان کل کشور و رییس اتاق ایران
- ۲۶- دایر کردن دوره های آموزشی کاربردی در رشته های مختلف اقتصادی و صنعتی و خدماتی کوتاه مدت، بلندمدت و نیز در سطوح عالی و تکمیلی و انتشار نشریات چاپی و الکترونیکی و راه اندازی تارنها و بانک های اطلاعاتی اقتصادی و برگزاری همایش ها و سمینارهای تخصصی
- ۲۷- برگزاری نمایشگاه های تخصصی بازرگانی- صنعتی در داخل و خارج از کشور با هماهنگی سازمان توسعه تجارت ایران و هیات ریسه اتاق ایران
- ۲۸- نمایندگی در استیفای حقوق اعضا یا فعالان اقتصادی در دستگاه های دولتی و موسسات عمومی غیردولتی و مراجع شبه قضایی براساس ضوابط پیشنهادی هیات ریسه اتاق ایران و تصویب هیات نمایندگان اتاق ایران
- ۲۹- اعزام هیات های تجاری و اقتصادی به خارج از کشور و نیز میزبانی از هیات های خارجی با هماهنگی هیات ریسه اتاق ایران
- ۳۰- صدور کارت پیلهوری در اتاق استان های مرزی کشور براساس آیین نامه اجرایی به پیشنهاد اتاق ایران و تصویب وزیر بازرگانی
- تبصره ۱: بندهای ۱۵ تا ۲۴ ماده فوق در صلاحیت اتاق ایران می باشد، هیات ریسه اتاق ایران می تواند حسب صلاحدید برخی از وظایف و اختیارات خود را با حفظ نظارت به اتاق های استان و اتاق های ویژه و تشکلهای اقتصادی فراگیر و ملی تفویض نماید.

فصل سوم- عضویت

ماده ۴- اشخاص مذکور در ذیل عضو اتاق استان مربوط می‌باشند:

۱- کلیه شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری به استثنای شرکت‌های تعاونی

۲- کلیه شعب و نمایندگی‌های خارجی در ایران

۳- کلیه اشخاص حقیقی که به امر بازرگانی خارجی اشتغال دارند

۴- کلیه تشکلهای اقتصادی و تشکلهای اقتصادی فراگیر و ملی

تبصره ۲- علاوه بر اشخاص یاد شده که الزاماً عضو اتاق‌ها می‌باشند، کلیه فعالان اقتصادی ایرانی و نیز اتباع خارجی که دارای فعالیت اقتصادی در ایران می‌باشند با رعایت قوانین و مقررات موضوعه حاکم بر فعالیت اقتصادی اتباع خارجی می‌توانند حسب مورد عضو اتاق استان یا اتاق ویژه مربوط باشند.

ماده ۵- هر یک از فعالان اقتصادی، عضو اتاق استان یا اتاق ویژه، مرکز فعالیت اصلی خود می‌باشد. مرکز اصلی فعالیت از نظر این قانون، محل اداره امور مالیاتی شخص می‌باشد. عضویت در اتاق‌ها، ملی و تمامی اعضای اتاق‌ها و نیز تشکلهای عضو اتاق‌ها، عضو اتاق ایران محسوب و دارای کارت عضویت می‌باشند.

ماده ۶- تمامی فعالیت‌های ثبتی، معاملاتی و تجاری و غیرتجاری اعضای مشمول بندهای ۱ الی ۴ از ماده ۴ فوق، مستلزم داشتن کارت عضویت می‌باشد. اجرایی شدن این ماده مطابق با آیین‌نامه‌ای است که ظرف مدت یک ماه توسط اتاق ایران تهیه و به تصویب کارگروهی مرکب از وزرای بازرگان، صنایع و معادن، امور اقتصادی و دارایی، جهاد کشاورزی، معاون اول رییس قوه قضاییه و رییس اتاق ایران خواهد رسید. آیین‌نامه مزبور باید متضمن همکاری کلیه دستگاه‌های دولتی و عمومی غیر دولتی جهت اجرایی شدن این ماده حداکثر ظرف مدت یکسال از تاریخ تصویب این قانون باشد.

فصل چهارم- شورای هماهنگی بهبود فضای کسب و کار

ماده ۷- به منظور کمک به ایجاد فضای تعامل سازنده بخش خصوصی با ارکان حکومت در مسائل اقتصادی و ایجاد فضای مساعد کارآفرینی و رفع موانع کسب و کار، شورای هماهنگی بهبود فضای کسب و کار مرکب از اشخاص مذکور در

ماده ۸- با شرح وظایفی که در پی خواهد آمد، تشکیل می‌گردد.

ماده ۹- ترکیب اعضای شورای هماهنگی بهبود فضای کسب و کار:

۱- وزیر بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی، صنایع و معادن و جهاد کشاورزی

۲- یکی از معاونین قوه قضاییه به انتخاب رییس قوه قضاییه

۳- دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام

۴- روسای کمیسیون‌های اقتصاد، صنایع و معادن، کشاورزی و برنامه و بودجه

مجلس شورای اسلامی ایران (به عنوان ناظر)

۵- رییس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

۶- اعضای هیات ریسه اتاق ایران

۷- ۳ نفر از روسای کمیسیون‌های عضو اتاق ایران و ۵ نفر از روسای اتاق استان‌ها

به انتخاب هیات نمایندگان اتاق ایران برای مدت یکسال. انتخاب مجدد افراد مذکور در این بند بلامانع است.

۸- رییس اتاق تعاون مرکزی

ماده ۹- وزیر بازرگانی رییس و رییس اتاق ایران دبیر شورا می‌باشند، در غیاب

رییس اداره جلسه با دبیر می‌باشد.

ماده ۱۰- وظایف و اختیارات شورا:

۱- بررسی و اتخاذ تصمیم در خصوص طرح‌ها و پیشنهادات اتاق ایران، به منظور

تسهیل در فعالیت اقتصادی بخش خصوصی

۲- بررسی و اتخاذ تصمیم در خصوص مفاد طرح‌ها، لوایح، مصوبات، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های صادره که در تناقض با سیاست‌های کلی کشور دایر بر منطقی کردن اندازه دولت و رفع موانع کسب و کار باشد و ارائه طریق جهت اصلاح آن‌ها

۳- استماع گزارش اتاق ایران و اتاق تعاون مرکزی راجع به پایش و پیگیری اجرای سیاست‌ها و قوانین فرادستی

۴- استماع گزارش‌های اقتصادی اتاق ایران و اتاق تعاون مرکزی که بصورت ادواری تهیه و به ارکان حکومت ارائه می‌گردد و اتخاذ تصمیم در خصوص موضوعات پیشنهادی

۵- بررسی پیشنهادهای واسله در خصوص اصلاح و بهبود فضای کسب‌وکار

۶- تعیین شاخص‌های کارآیی و اثربخشی سهولت کسب‌وکار و اندازه‌گیری آن

ماده ۱۱- به منظور انجام امور کارشناسی و اجرایی و فعالیت‌های دبیرخانه‌ای شورای هماهنگی بهبود فضای کسب‌وکار، مرکز ملی بهبود فضای کسب‌وکار در قالب موسسه‌ای غیردولتی زیر نظر رییس اتاق ایران تشکیل می‌گردد. تشکیلات مرکز مطابق با اساسنامه‌ای است که از سوی کارگروهی متشکل از نمایندگان وزارت امور اقتصادی و دارایی و اتاق ایران و اتاق تعاون تهیه و تصویب و در قالب موسسه غیرتجاری در اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران به ثبت می‌رسد.

ماده ۱۲- تشکیلات شورا و فرآیند انجام کار و چگونگی اجرایی شدن تصمیمات شورا مطابق با آیین‌نامه‌ای خواهد بود که به پیشنهاد اتاق ایران و ظرف یک ماه از تاریخ ابلاغ این قانون به تصویب شورا خواهد رسید.

فصل پنجم- اتاق ایران

ماده ۱۳- ارکان اتاق ایران عبارتند از:

۱- هیات نمایندگان

۲- هیات ریسه

ماده ۱۴- هیات نمایندگان اتاق ایران مرکب از ۲۳۰ عضو می باشد که ۴۰ نفر اعضای هیات نمایندگان اتاق استان تهران ۱۵۰ نفر از بین نمایندگان سایر اتاقهای استان و اتاقهای ویژه، ۶ نفر از معاونین وزارتخانههای بازرگانی، صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، امور اقتصادی و دارایی، راه و ترابری، کار و امور اجتماعی و نیز روسای سازمانهای گمرک، امور مالیاتی، محیط زیست و موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی، رئیس شورای اصناف کشور، ۲۰ نفر از بین تشکلهای اقتصادی ملی و فراگیر عضو اتاق ایران، ۵ نفر به عنوان نماینده شوراها و اتاقهای مشترک و ۴ نفر به انتخاب شوراها و تشکلهای فعالان اقتصادی ایرانی خارج از کشور انتخاب و به هیات ریسه اتاق ایران معرفی می گردند.

تبصره ۳- چنانچه به هنگام تشکیل هیات نمایندگان در یک دوره تعداد نمایندگان تشکلهای اقتصادی ملی و فراگیر کمتر از ۲۰ نفر و نیز نمایندگان شوراها و تشکلهای فعالان اقتصادی ایران خارج از کشور کمتر از ۴ نفر باشد مابقی از طریق نمایندگان اتاق استانها و اتاقهای ویژه اضافه می گردد.

تبصره ۴- تعیین تعداد نمایندگان هر اتاق استان و اتاق ویژه برای هر دوره چهار ساله هیات نمایندگان اتاق ایران، متناسب با تعداد اعضای اتاق استانها و اتاق ویژه و نیز نسبت مشارکت اعضای اتاقهای مزبور در انتخابات هیات نمایندگان، براساس ضوابط پیشنهادی هیات ریسه اتاق ایران و تصویب هیات نمایندگان اتاق ایران می باشد، در هر حال از هر استان و اتاق ویژه حداقل یک نماینده باید در هیات نمایندگان اتاق ایران حضور داشته باشد.

ماده ۱۵- وظایف و اختیارات هیات نمایندگان اتاق ایران:

۱- تعیین راهبردهای کلیه اتاقها

- ۲- تصویب ضوابط اجرایی این قانون و نیز نظام‌نامه‌ها، شیوه‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های یکسان برای کلیه اتاق‌ها
- ۳- انتخاب هفت نفر اعضا به عنوان هیات ریسه اتاق ایران مشتمل بر یک نفر رییس و چهار نفر نایب رییس و یک نفر خزانه‌دار و یک نفر منشی برای یک دوره چهار ساله
- ۴- انتخاب سه نفر افراد واجد صلاحیت، جهت عضویت در هیات مدیره مرکز داوری اتاق ایران موضوع ماده ۵ قانون اساسنامه مرکز داوری اتاق ایران ۱۳۸۰ مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۱۴ مجلس شورای اسلامی
- ۵- تصویب حق عضویت سالیانه اعضا و تعرفه خدمات اتاق‌ها
- ۶- تصویب بودجه اتاق‌ها و تفریغ آن
- ۷- رسیدگی و اتخاذ تصمیم نسبت به گزارش‌های هیات ریسه و کمیسیون‌ها
- ۸- تشکیل کمیسیون‌های مورد نیاز برای اتاق و انتخاب اعضای آن‌ها، از بین اعضای هیات نمایندگان اتاق
۹. بحث و بررسی و اظهار نظر پیرامون مسائل اقتصادی
- ماده ۱۶- وظایف و اختیارات هیات ریسه اتاق ایران:
- ۱- اجرای مصوبات هیات نمایندگان
- ۲- تصویب صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی همراه آن و نیز گزارش فعالیت دبیرکل در سال مالی مزبور پس از استماع گزارش حسابرس
- ۳- بررسی بودجه پیشنهادی خزانه دار و گزارش تفریغ آن جهت ارائه به هیات نمایندگان
- ۴- تعیین یک نفر به عنوان دبیرکل با پیشنهاد رییس، جهت اداره امور اجرایی اتاق تحت نظر رییس اتاق

۵- تعیین نمایندگان اتاق برای شرکت در مجامع و مراجع مختلف با پیشنهاد رییس اتاق

۶- ایجاد ساختارهای معین از قبیل شوراها و کارگروه های مورد نیاز جهت مشورت و تقریب دیدگاه های نخبگان و فعالان اقتصادی

۷- تصویب اعزام هیات ها به خارج از کشور و پرداخت هزینه سفر اعضای هیات ریسه به خارج از کشور

تبصره ۵- در اتاق های استان و اتاق های ویژه امور اجرایی توسط دبیر اجرایی و تحت نظر رییس اتاق مربوط اداره می گردد.

ماده ۱۷- هیچیک از اعضای هیات ریسه و هیات نمایندگان اتاق استان ها و اتاق ویژه، نمی تواند همزمان در ارکان اتاق استان یا اتاق ویژه دیگر عضویت داشته باشد.

ماده ۱۸- نحوه تشکیل و اداره جلسات ارکان اتاق ها مطابق با ضوابطی می باشد که از سوی هیات ریسه اتاق ایران پیشنهاد و به تصویب هیات نمایندگان اتاق ایران می رسد.

فصل ششم- اتاق استان

ماده ۱۹- براساس قانون تقسیمات کشوری، در مرکز هر استان «اتاق استان» تشکیل می گردد هر اتاق استان براساس اهمیت و تعداد داوطلبین عضویت می تواند در شهرستان مربوط، نسبت به ایجاد شعبه یا دفتر براساس ضوابط کلی مصوب هیات نمایندگان اتاق ایران اقدام نماید.

تبصره ۶- اتاق های ویژه در شهرستان مربوط، دارای همان اختیارات اتاق استان در استان می باشند و از حیث ارکان همانند اتاق استان می باشند.

تبصره ۷- اتاق‌های استان و اتاق‌های ویژه در چارچوب این قانون و ضوابط مصوب هیات نمایندگان اتاق ایران، دارای استقلال مالی، اداری و اجرایی می‌باشند لیکن بودجه تمامی اتاق‌ها و گزارش تفریغ آن به تصویب هیات نمایندگان اتاق ایران می‌رسد

ماده ۲۰- ارکان اتاق استان:

۱- هیات نمایندگان

۲- هیات ریسه

ماده ۲۱- هیات نمایندگان اتاق استان دارای ۲۰ نفر عضو مرکب از ۷ نفر از بخش خدمات و بازرگانی ۵ نفر از بخش صنعت ۳ نفر از بخش معدن ۳ نفر از بخش کشاورزی و ۲ نفر از بین نمایندگان تشکلهای اقتصادی استان که به ترتیب مقرر در فصل انتخابات این قانون و دستورالعمل‌های مرتبط، برای مدت چهار سال انتخاب خواهند شد. در اتاق استان تهران که هیات نمایندگان آن ۴۰ نفر می‌باشد، نمایندگان بخشهای اقتصادی فوق دو برابر دیگر استان‌ها می‌باشند. در صورت عدم داوطلب پذیرفته شده در هر بخش، از داوطلبان بخش‌های دیگر انتخاب می‌شوند.

ماده ۲۲- در نخستین جلسه هیات نمایندگان اتاق استان و اتاق ویژه براساس تعداد تعیین شده هیات نظارت بر انتخابات، نمایندگان اتاق استان و ویژه در هیات نمایندگان اتاق ایران انتخاب و کتباً به هیات ریسه اتاق ایران معرفی خواهند شد.

ماده ۲۳- از بین اعضای هیات نمایندگان اتاق‌ها پنج نفر به عنوان اعضای هیات ریسه اتاق استان مشتمل بر یک نفر به عنوان رییس و یک نفر به عنوان نایب رییس، یک نفر خزانه‌دار، یک نفر منشی و یک عضو دیگر، برای مدت چهار سال انتخاب می‌شوند.

ماده ۲۴- به استثنای مواردی که به موجب این قانون و قوانین و مقررات دیگر در صلاحیت اتاق ایران می‌باشد، شرح وظایف و اختیارات هیات نمایندگان و هیات ریسه

اتاق استان و اتاق ویژه، همان موارد مذکور در بندهای ۷ الی ۹ ماده ۱۵ و ماده ۱۶ این قانون می‌باشد.

فصل هفتم- شوراهای و اتاق‌های مشترک و تشکل‌های اقتصادی

ماده ۲۵- به منظور تشویق و توسعه روابط فعالان اقتصادی ایرانی و خارجی و رشد و تقویت همکاری اقتصادی ایران با دیگر کشورها، با نظر و موافقت هیأت ریسه اتاق ایران، حسب مورد شورا یا اتاق مشترک با کشورهای غیرمتخاصم با هماهنگی وزارتین خارجه و بازرگانی تاسیس خواهد شد. نحوه تشکیل، عضویت و اداره شوراهای و اتاق‌ها مطابق با ضوابطی است که به پیشنهاد هیأت ریسه اتاق ایران و تصویب هیأت نمایندگان اتاق ایران می‌باشد.

ماده ۲۶- کلیه تشکل‌های اقتصادی حسب مورد عضو اتاق استان و اتاق ویژه محل اقامتگاه خود هستند. تشکل‌های اقتصادی فراگیر و ملی، شوراهای و تشکل‌های فعالان اقتصادی ایرانی خارج از کشور و نیز شوراهای و اتاق‌های مشترک عضو اتاق ایران می‌باشند نظارت بر عملکرد تشکل‌های اقتصادی عضو اتاق‌های استان و اتاق‌های ویژه به عهده اتاق مربوط و نظارت بر تشکل‌های اقتصادی و فراگیر و ملی به عهده اتاق ایران می‌باشد.

ماده ۲۷- به منظور تشویق و توسعه فعالیت اقتصادی فعالان اقتصادی ایرانی در خارج از کشور با فعالان اقتصادی ایرانی و جذب سرمایه‌های ایشان به داخل کشور، اتاق ایران در چارچوب ضوابط مصوب هیأت نمایندگان اتاق ایران با همکاری شوراهای و اتاق‌های مشترک و نیز مراکز تجاری و دفاتر خدمات اقتصادی خارج از کشور موظف است نسبت به متشکل کردن فعالان اقتصادی و تشکیل شوراهای و تشکل‌های ملی و منطقه‌ای اقدام نماید.

فصل هشتم- انتخابات

ماده ۲۸- اتاق ایران مکلف است شصت روز قبل از پایان دوره چهار ساله هیات نمایندگان، با هماهنگی ارکان صلاحیت‌دار اتاق استان‌ها و اتاق‌های ویژه، نسبت به برگزاری انتخابات دوره بعد، اقدام نماید.

ماده ۲۹- انتخابات اتاق استان‌ها زیر نظر هیات نظارت بر انتخابات اتاق‌های استان برگزار می‌گردد.

ماده ۳۰- هیات نظارت مرکب از یک نفر نماینده از سوی سازمان بازرگانی استان یا شهرستان مربوط، یک نفر نماینده از سوی اتاق ایران، یک نفر نماینده از سوی هیات ریسه اتاق استان یا اتاق ویژه می‌باشد. اعضای هیات نظارت بر انتخابات نباید داوطلب عضویت در هیات نمایندگان دوره بعد اتاق استان‌ها یا اتاق‌های ویژه باشند. نظارت بر انتخاب نماینده شوراهای اتاق‌های مشترک، نمایندگان تشکلهای اقتصادی ملی و فراگیر به عهده اتاق ایران می‌باشد و نظارت بر انتخاب نماینده تشکلهای اقتصادی عضو اتاق‌های استان و شهرستان حسب مورد، تحت نظر اتاق استان یا اتاق ویژه مربوط صورت می‌گیرد.

ماده ۳۱- انتخابات طی یک روز با نظر هیات نظارت بر انتخابات انجام خواهد شد چنانچه بنابه عللی که از سوی هیات ریسه اتاق ایران موجه تشخیص داده می‌شود، امکان برگزاری انتخابات در روز یاد شده در استان یا شهرستان اتاق ویژه نباشد، حسب صلاحدید هیات ریسه اتاق ایران، در روز دیگری انتخابات برگزار خواهد شد، در هر حال انتخابات باید حداکثر تا یک ماه قبل از پایان دوره چهارساله برگزار گردد.

ماده ۳۲- برگزاری جلسات هیات نظارت بر انتخابات و نیز چگونگی انتخابات، زمان‌بندی انتخابات اتاق‌ها و تشکلهای عضو اتاق‌ها و نیز تشکلهای فراگیر و ملی عضو اتاق ایران، شوراهای اتاق‌های مشترک، تبلیغات، انتخاب نمایندگان برای معرفی

به هیات نمایندگان اتاق ایران، رسیدگی به شکایات و دیگر موارد مرتبط با انتخابات، مطابق با ضوابطی خواهد بود که توسط هیات ریسه اتاق ایران تهیه و به تصویب هیات نمایندگان اتاق ایران خواهد رسید.

فصل نهم- منابع و مقررات مالی

ماده ۳۳- منابع مالی و درآمدی اتاقها به طرق زیر تامین می شود:

۱- حق عضویت

۲- سه در هزار درآمد مشمول مالیات اعضای اتاقها قبل از کسر معافیت های

قانونی

۳- وجوه ناشی از ارائه خدمات و سرمایه گذاری ها

۴- دریافت کمک های داوطلبانه

۵- اخذ تسهیلات از موسسات مالی، پولی و اعتباری

ماده ۳۵- تعیین حق عضویت اعضا و تعرفه خدمات اتاقها، براساس دستورالعملی

خواهد بود که به پیشنهاد هیات ریسه اتاق ایران تهیه و به تصویب هیات نمایندگان اتاق ایران خواهد رسید.

ماده ۳۶- کلیه درآمدهای اتاقهای بازرگانی و صنایع و معادن، معاف از مالیات

می باشد.

ماده ۳۷- کلیه حسابهای مالی و نیز گزارشهای مالی اعم از صورت های مالی و

یادداشت های توضیحی و غیر آن از سوی یک موسسه حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی رسیدگی و گزارش های مربوط به هیات ریسه ارائه می گردد.

فصل دهم- مقررات نهایی

ماده ۳۷- از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون کلیه قوانین مغایر ملغی الاثر می گردد.