





مرکز تحقیقات
صدا و سیمای جمهوری اسلامی
ایران

عنوان پژوهش: **جایگاه صید و صیادی در اشتغال مردم مازندران**

پژوهشگر:
محمدرضا سلیمانی بشلی

اداره کل پژوهش استان ها و خارج از کشور
واحد آموزش و پژوهش صدا و سیمای مرکز مازندران

سال انتشار :
۱۳۹۰

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۳-۵	چکیده
۷-۱۰	مقدمه
۱۱-۲۴	پیشگفتار

فصل اول: کلیات تحقیق

۲۵-۳۱	بیان مسئله
۳۲-۳۸	اهمیت و ضرورت
۳۸	پرسش آغازین
۳۸	اهداف کلی و جزئی

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۴۰	مبانی نظری تحقیق
۴۲-۴۸	چهارچوب نظری
۴۸-۸۴	بررسی مطالعات و پژوهش های مرتبط با بحث صیادی

فصل سوم: روش تحقیق

۸۵	روش شناسی
----	-----------

فصل چهارم: یافته های و نتایج تحقیق

۸۷	یافته های نظری و آماری
----	------------------------

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۱۰۲	بحث و نتیجه گیری
۱۱۳	پیشنهادات و راهکارها

چکیده:

دریاچه خزر به عنوان بزرگ‌ترین محیط آبی بسته دنیا (بزرگ‌ترین دریاچه جهان) به لحاظ ویژگی‌های منحصر به فردش همواره مورد توجه جهانیان بوده است. اهمیت این دریاچه را در وجوه مختلفی هم‌چون ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... می‌توان برشمرد. دریای خزر با دارا بودن وسعتی حدود ۴۳۰۰۰۰ کیلومتر مربع، بزرگ‌ترین دریاچه جهان است که از جنبه‌های مختلف به ویژه اقتصادی دارای اهمیت بسیار زیادی می‌باشد. در بخش جنوبی دریاچه خزر و رودخانه‌هایی که به آن می‌ریزند یعنی سواحل مربوط به ایران ۷۸ گونه و زیرگونه ماهی یافت می‌شود. دریاچه خزر یکی از منحصر به فردترین اکوسیستم‌های آبی جهان بوده که محیطی مناسب برای زندگی و رشد و نمو مرغوب‌ترین ماهی‌های خاویاری جهان است و ۹۰ درصد ماهیان خاویاری مختص به این دریاست. جدای از ماهیان خاویاری، ماهیان استخوانی با ارزش و کم‌نظیری همچون ماهی سفید، آزاد و... نیز در این دریاچه زیست می‌کنند و جمعیتی حدود ۱۳۰۰۰ نفر از راه استحصال این آبزیان به صورت قانونی و مستقیم امرار معاش می‌نمایند و اگر صنایع جنبی و شیلاتی و... را نیز به بهره‌برداران بیافزاییم، جامعه‌ای که ارتزاق‌شان وابسته به این دریاست، جمعیتی بالغ بر ۴۰۰۰۰ نفر خواهند بود. دریای خزر در شمال ایران یکی از منابع عمده تأمین معیشت ساحل‌نشینان بوده است. صید ماهی از دریا، سابقه طولانی دارد و ذکر تاریخ برای شروع صید آسان نیست و به دوره قبل از کشاورزی می‌رسد. بدین ترتیب رابطه و انسان و دریای و صید ماهی برای تغذیه انسان‌ها رابطه‌ای کهن است و مثل‌ها، قصه‌ها، ترانه‌ها و... در فرهنگ مردم منطقه حکایت از تأثیر ژرف دریا بر زندگی اقتصادی، اجتماعی ساحل‌نشینان دارد، تجارت ماهی و استفاده از دریا برای کسب درآمد یقیناً بعد از بهره‌برداری از دریا برای اعاشه و تغذیه صیادان مطرح می‌شود. از دیرباز دو عامل بر میزان صید در رابطه صیاد با دریا مؤثر بوده است. عامل اول جمعیت که تا قرن اخیر از رشد بالایی برخوردار نبوده است و عامل دیگر فروش ماهی به غیر صیادان یا ساحل‌نشینان یعنی تجارت ماهی. تجارت ماهی ضمن کشاندن پای عوامل دیگری جز صیاد به امر صید، موجب بهبود و یا تحول تکنولوژی صید نیز شده است. گسترش شبکه ارتباطی و استفاده از شیوه‌های نمک سود کردن و خشک کردن ماهی، دریا را به عنوان منبع درآمد نه تنها برای صیادان که برای سرمایه‌گذاران در وسایل و اسباب صید و تجارت ماهی درآورد. لذا، سازمان صید مطرح شد و موضوع از حالت صید ماهی توسط ساحل‌نشین با ابتدایی‌ترین وسیله برای سیر کردن شکم خارج شد که خود منجر به ایجاد فرصت‌های اشتغال، سوای ماهی‌گیری، به سه منظور شده است: الف- جذب نیروی کار اضافی، ب- افزایش تحرک شغلی، ج- تدارک منبع معاش، به صورت شغلی اصلی یا مکمل و در نتیجه، داشتن تامين در برابر نامطمئنی که از نوسان‌های بازار یا منابع ناشی می‌شود. این نکته آخر، به ویژه بسیار مهم است، زیرا هنگامی که نبود شغل‌های دیگر، افق برنامه‌ریزی را محدود نماید، روی آوردن به بحث

شیلات و صید و صیادی در این استان تا چه اندازه می تواند از حجم بیکاری کاسته و به سطح و میزان اشتغال در استان مازندران بیفزاید. سوال اصلی این پژوهش اینست که صید و صیادی و بطور کلی شیلات تا چه اندازه اشتغال مردم را در استان مازندران پوشش می دهد؟ از اهداف کلی نیز میتوان به بررسی نقش و جایگاه صید و صیادی در اشتغال مردم مازندران اشاره نمود. از آنجاییکه در بخش شیلات و در حوزه صید و صیادی و نیز آبرزی پروری عموماً کار به صورت تعاونی و در غالب انواع تعاونی های تک منظوره و چند منظوره صورت میگیرد. بنابراین بحث نظری را در چهارچوب مباحث تئوریک مربوط به نقش تعاون در زندگی اجتماعی و دنبال کردیم. نقش تعاون در زندگی اجتماعی انسان را از دو دیدگاه می توان مورد مطالعه قرار داد که هر کدام با گرایش های فکری مخصوص به خود دیدگاه خاصی را بیان می کنند. این دو دیدگاه عبارتند از: دیدگاه کارکرد گرایانه (فونکسیونالیسم)^۱، دیدگاه تضاد^۲ و تحول گرا. نوع روش پژوهش در این کار که یک مطالعه توصیفی می باشد، روش اسنادی بوده است و براساس مطالعه کتابخانه ای منابع موجود رسمی در سازمان شیلات استان مازندران نگاشته شده است. ضمن اینکه از روش مصاحبه حضوری نیز برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. اما در پاسخ به سؤال اصلی تحقیق باید گفت که برای محاسبه میزان اشتغال زایی در بخش شیلات باید به دو بخش مشاغل مستقیم و غیر مستقیم توجه شود. منظور از مشاغل مستقیم همان صید انواع ماهی های استخوانی، کیلکا و خاویاری و نیز پرورش ماهیان یا آبرزی پروری انواع ماهی ها است و منظور از مشاغل غیر مستقیم بازار و کارخانجات تهیه انواع فرآورده های ماهی و خوراک دام و طیور و نیز واردات و صادرات مربوط به این بخش است. معمولاً سه حوزه ی صید و صیادی، حوزه ی آبرزی پروری و حوزه ی بهبود و کیفیت بازار را باید از هم تفکیک نمود. مهمترین نتایج تحقیق حاضر به شرح زیر می باشد که تعداد کل شاغلین در بخش شرکتهای تعاونی پره یا ماهی های استخوانی، ۳۸۳۹ می باشند. تعداد کل شاغلین در شناورهای صیادی مازندران در بخش ماهی کیلکا ۴۲۹ می باشند. تعداد کل شاغلین در بخش صید گاههای مربوط به ماهی های خاویاری ۴۰۶ می باشند. در هر سه بخش صید پره، کیلکا و خاویاری در مجموع ۴۶۷۵ نفر بطور مستقیم شاغل هستند. در مجموع در دو بخش تولید کنندگان و توزیع کنندگان که بطور مستقیم و غیر مستقیم در حوزه آبرزی پروری در شیلات مازندران ۹۲۵۴ نفر مشغول به کار هستند. در مجموع بالغ بر ۲۰ نفر بطور مستقیم در بازارها عرضه زنده ماهی در سطح استان مشغول به کار هستند. نهایتاً تعداد ۱۳۹۴۹ نفر بطور مستقیم در حوزه شیلات در مازندران مشغول به کار هستند که در مقایسه با کل جمعیت فعال استان مازندران بسیار ناچیز است. در یک نقد اساسی باید متذکر شد در

^۱ . Functionalism

^۲ . Conflict

حالی که ۹۰ درصد کل ماهی گیران، در ماهی گیری کوچک مقیاس به کار اشتغال دارند و حدود نیمی از صید خوراکی جهان را تامین می کنند، ولی علی رغم گذشت چند دهه از توسعه ملی و بین المللی، توجه چندانی به آن ها معطوف نشده است.

- مهمترین پیشنهادات و راهکارهای توسعه شیلات که منتهی به توسعه اشتغال در استان شود و باید مورد

توجه مسئولین و برنامه ریزان استانی و نیز برنامه سازان در صدا و سیما شود عبارتند از:

- ۱- تحقیقات کارآمد و تخصصی در کنار آموزش بروز
- ۲- دقت در تولید محصولات با کیفیت
- ۳- توسعه صید و صیادی و فرهنگ سازی در این رابطه
- ۴- تکثیر و پرورش آبزیان دریایی
- ۵- بازاریابی داخلی و عرضه مناسب محصول
- ۶- تولید و عرضه فرآورده های شیلاتی نوین
- ۷- داشتن برنامه ریزی اصولی سالانه برای نحوه و زمان و نیز مقدار صید و پرورش آبزیان
- ۸- تشویق به افزایش مصرف سرانه به همراه ارزان سازی و تعادل در قیمت ها برای ایجاد انگیزه خرید برای مصرف کننده
- ۹- توجه به ارز آوری صادرات حاصل از صید و داشتن درآمد ارزی بالا
- ۱۰- بازاریابی بین المللی و منطقه ای
- ۱۱- پرورش انواع مختلف ماهیان دریایی
- ۱۲- بهبود و جایگزینی روش های نوین صید و دوری از روش های سنتی
- ۱۳- ارائه امکانات و خدمات در سطح بالا
- ۱۴- تامین اعتبارات مالی و رفع مشکلات آن
- ۱۵- همکاری های منطقه ای و بین المللی در امر صیادی
- ۱۶- حل مشکلات عمرانی نواحی و مناطق صیادی

واژگان کلیدی: صید، صیادی، اشتغال، دریای خزر، مازندران و آبزیان دریایی.

مقدمة

– مقدمه

در بخش مقدمه به طور مختصر به توضیح هر یک از بخش های تفتیق پرداخته میشود که به شرح زیر است.

– پیشگفتار

در بخش پیشگفتار بنظر می رسد که باید یک تصویر اجمالی از دریا و شرایط کلی آن داده شود.

موارد ۷ گانه زیر در بخش پیشگفتار بررسی میشود.

۱- آشنایی با دریای خزر

۲- معرفی دریای خزر

۳- اهمیت دریای خزر

۴- معرفی آبریان

۵- آشنایی با بهره برداران دریای خزر

۶- آشنایی با شیلات و اهم وظایف آن

۷- برخی مشکلات موجود در صید ماهی

در این بخش به توضیح مختصر هر یک از این موارد می پردازیم تا برای ورود به بحث ذهنیت آماده و ویژه ای نسبت به موضوع داشته باشیم.

- فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش

۱- مبانی نظری تحقیق:

از آنجاییکه در بخش شیلات و در حوزه صید و صیادی و نیز آبرزی پروری عموماً کار به صورت تعاونی و در غالب انواع تعاونی های تک منظوره و چند منظوره صورت میگیرد. بنابراین بحث نظری را در چهارچوب مباحث تئوریک مربوط به نقش تعاون در زندگی اجتماعی و دنبال می کنیم. نقش تعاون در زندگی اجتماعی

انسان را از دو دیدگاه می‌توان مورد مطالعه قرار داد که هر کدام با گرایش‌های فکری مخصوص به خود دیدگاه خاصی را بیان می‌کنند:

۱- دیدگاه کارکرد گرایانه (فونکسیونالیسم)^۳: مطابق این دیدگاه جامعه کلیتی متعادل و مشتمل بر اجزایی هماهنگ است و تعاون یکی از عناصر لازم آن به شمار می‌رود. در ارتباطی که میان اجزا و عناصر مختلف جامعه وجود دارد، تعاون به عنوان یک محور مرکزی به شمار می‌رود. چرا که تعاون و همکاری اجزا و عناصر مختلف، نظام را به یکدیگر پیوند می‌دهد و ادامه حیات و کارکردهای آن‌ها را موجب می‌شود.

در این دیدگاه تاکید بر همیاری، تعاون، توافق و سازش است. زندگی اجتماعی انسان تا موقعی می‌تواند استمرار یابد که این تعادل و وفاق حفظ شود. مطابق این دیدگاه، کارکردی که تعاون به عنوان یک اصل در کلیت بخشیدن به نظام اجتماعی و ادامه حیات آن دارد، ضروری و اساسی است. از صاحب نظران عمده به این دیدگاه، تالکوت پارسنز جامعه‌شناس آمریکایی است که به نظرات وی اشاره خواهد شد.

۱- دیدگاه تضاد^۴ و تحول‌گرا: در این دیدگاه بر عکس فونکسیونالیسم، جامعه وحدت یا کلیتی مشتمل بر اجزایی متعارض است. تعاون یک اصل روستایی است که مروج ایدئولوژی و حافظ منافع طبقه حاکم است.

۲- بررسی مطالعات و پژوهش‌های مرتبط با بحث تعاونی‌های ماهیگیری

- فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش

- نوع روش پژوهش: این کار یک مطالعه توصیفی می‌باشد که به روش اسنادی و براساس منابع موجود رسمی در سازمان شیلات استان مازندران نگاشته شده است. ضمن اینکه از روش مصاحبه حضوری نیز برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است.

³ . Functionalism

⁴ . Conflict

- از آنجا که این کار یک مطالعه توصیفی و یک پژوهش اسنادی است بندهای دیگر فصل سوم لازم به ذکر نیست

- فصل چهارم: جایگاه شیلات در اشتغال مردم مازندران

برای محاسبه میزان اشتغال زایی در بخش شیلات باید به دو بخش مشاغل مستقیم و غیر مستقیم توجه شود. منظور از مشاغل مستقیم همان صید انواع ماهی های استخوانی، کیلکا و خاویاری و نیز پرورش ماهیان یا آبزی پروری انواع ماهی ها است و منظور از مشاغل غیر مستقیم بازار و کارخانجات تهیه انواع فرآورده های ماهی و خوراک دام و طیور و نیز واردات و صادرات مربوط به این بخش است. معمولاً سه حوزه ی صید و صیادی، حوزه ی آبزی پروری و حوزه ی بهبود و کیفیت بازار را باید از هم تفکیک نمود. این سه بخش به تفکیک عبارتند از:

۱- حوزه ی صید و صیادی

۲- حوزه ی آبزی پروری

۳- حوزه ی بهبود و کیفیت بازار

در این بخش به نوع و میزان و چگونگی وضع شاغلین و نوع اشتغال آنها در هر یک از سه حوزه فوق پرداخته میشود و در جداول جداگانه هر یک از این سه حوزه را بر اساس شهر و منطقه و نیز تعداد کارکنان و شاغلین در آنها تفکیک می کنیم

- فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

- موانع توسعه شیلاتی

- امکانات و برنامه ها

- تحقیقات کارآمد و تخصصی

- بهبود کیفیت

- توسعه صید و آبزی پروری

- مهمترین پیشنهادات و راهکارهای توسعه شیلات که منتهی به توسعه اشتغال در استان

پیشگفتار

– پیشگفتار

در بخش پیشگفتار بنظر می رسد که باید یک تصویر اجمالی از دریا و شرایط کلی آن داده شود.

موارد ۷ گانه زیر در بخش پیشگفتار بررسی میشود.

۸- آشنایی با دریای خزر

۹- معرفی دریای خزر

۱۰- اهمیت دریای خزر

۱۱- معرفی آبریان

۱۲- آشنایی با بهره برداران دریای خزر

۱۳- آشنایی با شیلات و اهم وظایف آن

۱۴- برخی مشکلات موجود در صید ماهی

در این بخش به توضیح مختصر هر یک از این موارد می پردازیم تا برای ورود به

بحث ذهنیت آماده و ویژه ای نسبت به موضوع داشته باشیم.

۱- آشنایی با دریای خزر

به نظر می رسد در سطح جامعه بهره بردار از دریا بارزترین صفتی که می توان در آنها مشاهده نمود این است که

بهره برداران (شیوه های سنتی صید) نه خود را ملزم به یاد گرفتن می دانند و نه تمایلی به خواستن های مشروع از

خود بروز می دهند و غالباً تسلیم «چه پیش آید؟» هستند و در نهایت ماحصل فقر و کاهش صید را به گردن خدای متعال می اندازند. اما مهم این است که بدانیم چون کشور ما در زمره کشورهای در حال توسعه و نسبتاً پیشرفته به حساب می آید و دائماً در حال نوسازی و فرآیندهای توسعه را پشت سر می گذارد، لاجرم الزامات توسعه منویات خود را بر این عزیزان تحمیل می کند. به تعبیر ساده تر، بهره برداران محترم باید این باور را به خود بقبولانند که دیگر به سبک و سیاق گذشته و آن نگاه قدیمی نمی توان با مسائل صید و صیادی برخورد نمود و نیاز به یک نگرش جدید و پویا در زمینه استحصال منابع از دریا می باشد. در این میان اعضای گروه همت ماهی گیری به عنوان معتمدین و زیدگان جامعه صیادی، نقشی بس بزرگ را می توانند ایفا نمایند.

۲- معرفی دریای خزر

دریاچه خزر به عنوان بزرگ ترین محیط آبی بسته دنیا (بزرگ ترین دریاچه جهان) به لحاظ ویژگی های منحصر به فردش همواره مورد توجه جهانیان بوده است. اهمیت این دریاچه را در وجوه مختلفی هم چون ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... می توان برشمرد.

در یک توصیف اجمالی از این وجوه باید گفت: این دریاچه به لحاظ سیاسی عامل پیوند دو کشور ایران و شوروی سابق در گذشته و در حال حاضر عامل پیوند ۵ کشور حاشیه خود می باشد و بر همین اساس از آن به عنوان صلح و دوستی یاد می کنند.

به لحاظ اقتصادی نیز این دریاچه اهمیت فوق العاده ای دارد. وجود ماهیان خاویاری (استروژن) که شهرتی جهانی داشته و برای ساکنین حواشی این دریاچه درآمد قابل توجهی پدید می آورند. همچنین این دریاچه محل ترانزیت کالاهای بی شماری فی ما بین کشورهای ایران و آسیای میانه بوده و از جمله خطوط با اهمیت کشتیرانی به حساب می آید و دیگر اینکه کشف مخازن بزرگ نفتی در درون این دریاچه اهمیت این دریاچه را دو چندان نموده و نگاه جهانیان را به خودش معطوف ساخته است.

از لحاظ زیست محیطی، سواحل آن در زمانی نه چندان دور جزو زیباترین و بی نظیرترین سواحل موجود در دنیا بوده و به لحاظ وجود آب و هوای معتدل خزری هر ساله پذیرای هزاران گردشگر داخلی و خارجی می باشد. اما نکته بسیار مهمی که شاید اکثر مردم و حتی صیادان عزیز نیز از آن بی اطلاع می باشند، این است که این دریاچه عامل کاهنده سرما و برودتی است که از جانب صحرای سیبری به سمت ایران می وزد و اگر نبود این دریاچه پرخیز و برکت، شاید ساکنین حاشیه جنوب آن مجبور بودند که در اکثر فصول سال لباس های گرم و پشمی به تن کنند و در واقع استان های شمالی ایران جزو مناطق بسیار سرد ایران به حساب می آمدند.

نکات بسیار مهم دیگری که مجال طرح آن در این مقدمه میسر نبوده و تماماً ما را بر این می دارد که ضمن شناخت از این منبع لایزال الهی، در صیانت از آن تلاشی مضاعف به خرج دهیم.

بخش اول: وجه تسمیه، تاریخچه پیدایش، موقعیت جغرافیایی دریاچه خزر

الف - وجه تسمیه: دریاچه خزر همانند بسیاری از مکان های جغرافیایی در طول تاریخ حیات خود اسامی مختلف به خود گرفته است. طبرستان، دیلم، قزوین، گرگان، آبسکون، کاسپین، جرجان، مازندران و... از جمله نام های این محیط آبی بوده اند. در نوشته های ایرانی و اسلامی بیش از ۴۰ نام برای این دریاچه ذکر شده است. لکن در خصوص دو نام مشهورتر این دریاچه، یعنی خزر و کاسپین، در برخی کتب تاریخی آمده که در اواخر قرن دوم میلادی در شمال قفقاز و کرانه های این دریاچه، قومی ترک تبار به نام «خزر» زندگی می کنند که از تمدنی بزرگ هم بهره مند بودند. پایتخت این قوم شهر ایتیل، محل فعلی آستراخان یا اشترخان بوده است. این قوم به مرور زمان دستخوش دگرگونی هایی گشته و در نهایت از بین رفت. برخی مورخین بر این عقیده اند که نام دریای خزر از نام این قوم اقتباس شده است. ناگفته نماند که نام خزر در دوره اسلامی و توسط اعراب بر این دریاچه گذارده شده است. همچنین این مورخین معتقدند که در فراز دیگری از تاریخ، قومی به نام کاسپی در حاشیه این دریاچه سکنی گزیدند که این قوم نیز از تمدنی چشمگیر برخوردار بوده و نام کاسپین از این قوم اقتباس شده است. (خزر در یک نگاه، حمیرا مشیرزاده، ص ۳ الی ۱۰)

نکته‌ای که دوستان مروج می‌بایست بدان توجه نمایند این است که امروزه و در سطح بین‌المللی این دریاچه (Caspian sea) دریای کاسپین شهرت داشته و در سطح داخلی دریای خزر نامیده می‌شود.

ب- تاریخچه پیدایش: دریای خزر، قبل از اینکه شکل فعلی را به خود بگیرد، در طول ادوار گذشته زمین‌شناسی بارها تغییر شکل یافته و ابعاد و گستردگی آن دستخوش تغییر شده است. بررسی‌های به عمل آمده در اوایل قرن بیستم نشان داده است که دریای خزر و دریاچه‌های سیاه، آرال، آزوف و مدیترانه در ابتدا یکی بوده و مجموعاً بخشی از دریای بزرگتری به نام تتیس را تشکیل می‌دادند و بین قاره‌های اولیه اروپا، آسیا و آفریقا قرار گرفته بودند. از اواخر دوره دوم زمین‌شناسی (مزوزوئیک) به بعد که حرکات جابجایی قاره‌ای و گسترش پوسته جدید اقیانوسی در سطح کره زمین آغاز گردید، تغییر شکل دریای تتیس آغاز شد. در اواسط دوران سوم زمین‌شناسی (سنوزوئیک) در اثر حرکات زمین‌ساختی، این دریا از اقیانوس آرام (در شرق) و سپس از اقیانوس تازه شکل یافته اطلس در غرب جدا گردید و در نهایت در خلال دوران چهارم زمین‌شناسی، این دریاچه از دریای سیاه نیز جدا گشته و امروزه به وسیله آبراهه باریکی با دریای سیاه ارتباط پیدا می‌کند. (شناسایی دریای خزر، دفتر مطالعات جامع توسط شیلات، ص ۲۱۷).

پ- موقعیت جغرافیایی: همانطور که پیشتر اشاره گردید، دریای خزر بزرگ‌ترین دریاچه موجود در جهان و محیط آبی بسته‌ای است که در نیمکره شمالی کره زمین و در امتداد شمالی-جنوبی و حول مدار نصف‌النهار شرقی ۵۰ درجه کشیده شده است.

بنابر آخرین یافته‌های علمی، این دریاچه در حال حاضر حدود ۲۷ متر پایین‌تر از دریاچه‌های آزاد دنیا می‌باشد. درباره طول و عرض و مساحت و عمق آب این دریاچه، عدد و رقم ثابت و مشخصی نمی‌توان اعلام نمود. طول این دریاچه در مقاطع مختلف زمانی از ۱۰۳۰ کیلومتر تا ۱۲۰۰ کیلومتر در نوسان بوده است. عرض آن ۲۰۸ کیلومتر (در قسمت میانی) تا ۴۸۰ کیلومتر (در قسمت جنوبی) و به طور متوسط ۳۴۴ کیلومتر می‌باشد. مساحت آن نیز در حال حاضر حدود ۳۷۸۴۰۰ کیلومتر مربع برآورد شده است. همچنین عمق آب این دریاچه

در زمان‌های مختلف و در نقاط مختلفش متفاوت بوده است. عمق متوسط آن حدود ۱۸۰ متر می‌باشد، که در قسمت‌های شمالی عمق آب بسیار کم و در قسمت‌های جنوبی تا ۱۰۰۰ متر هم می‌رسد که این نعمت بزرگی برای ساحل‌نشینان حاشیه جنوبی آن می‌باشد.

طول خطوط ساحلی این دریاچه حدود ۶۴۴۰ کیلومتر بوده که از این مقدار بیش از ۵۳۰۰ کیلومتر آن در قسمت شمالی و حدود ۱۰۰۰ کیلومتر خط ساحلی ایران می‌باشد.

- نقشه مناطق و حوضه‌ها و عمق نسبی دریای خزر:

این دریاچه بر اساس عواملی همچون پستی و بلندی بستر (کف دریا)، خصوصیات فیزیکی، جغرافیایی و شرایط آب‌نگاری آن به بخش‌های شمالی، میانی و جنوبی تقسیم می‌گردد.

جدول شماره (۱): ویژگی‌های فیزیکی بخش‌های مختلف دریاچه خزر

بخش	مساحت (کیلومتر مربع)	حجم (کیلومتر مکعب)	درصد از کل مساحت دریا	درصد از کل حجم دریا	حداکثر عمق (متر)	عمق متوسط (متر)
خزر شمالی	۹۱۹۴۲	۳۹۷	۲۴/۳	۰/۵	۲۵	۴۱۴
خزر میانی	۱۳۷۸۱۲	۲۶۴۳۹	۳۶/۴	۳۳/۹	۷۸۸	۱۹۲
خزر جنوبی	۱۴۸۶۴۰	۵۱۲۴۵	۳۹/۳	۶۵/۶	۱۰۲۵	۳۴۵

۳- اهمیت دریای خزر

دریای خزر با دارا بودن وسعتی حدود ۴۳۰۰۰۰۰ کیلومتر مربع، بزرگ‌ترین دریاچه جهان است که از جنبه‌های مختلف به ویژه اقتصادی دارای اهمیت بسیار زیادی می‌باشد. در اینجا به اختصار به مواردی از این اهمیت‌ها اشاره می‌کنیم:

۱- این دریاچه محیط زیست گرانبهاترین ماهی‌های دنیاست. در بخش جنوبی دریاچه خزر و رودخانه‌هایی که به آن می‌ریزند یعنی سواحل مربوط به ایران ۷۸ گونه و زیرگونه ماهی یافت می‌شود. دریاچه خزر یکی از منحصر به فردترین اکوسیستم‌های آبی جهان بوده که محیطی مناسب برای زندگی و رشد و نمو مرغوب‌ترین ماهی‌های خاویاری جهان است و ۹۰ درصد ماهیان خاویاری مختص به این دریاست. (مدیریت تلفیقی زیست محیطی راهکاری جدید برای مازندران، میترا البرزمنش، اینترنت)

جدای از ماهیان خاویاری، ماهیان استخوانی با ارزش و کم‌نظیری همچون ماهی سفید، آزاد و... نیز در این دریاچه زیست می‌کنند و جمعیتی حدود ۱۳۰۰۰ نفر از راه استحصال این آبزیان به صورت قانونی و مستقیم امرار معاش می‌نمایند و اگر صنایع جنبی و شیلاتی و... را نیز به بهره‌برداران بیافزاییم، جامعه‌ای که ارتزاقشا وابسته به این دریاست، جمعیتی بالغ بر ۴۰۰۰۰ نفر خواهند بود.

۲- اهمیت ترابری: دریاچه خزر توسط ۵ کشور ساحلی ایران، آذربایجان، ترکمنستان، قزاقستان و روسیه احاطه شده است. این کشورها از نظر جغرافیایی بین اروپا و آسیا واقع شده و همین امر موقعیت ترابری ویژه برای دریاچه خزر به وجود آورده است.

۴- اهمیت از لحاظ داشتن آب قابل استفاده در کشاورزی: ویژگی‌های آب دریاچه خزر به گونه‌ای است (شوری کم و ترکیب کانی مناسب) که می‌توان تحت شرایطی به عنوان آب آبیاری مزارع استفاده کرد. این شرایط اغلب در شمال، غرب و به ویژه در جنوب این دریاچه (ایران) فراهم است که مهم‌ترین آن داشتن منطقه‌ای مورد استفاده حداقل حدود ۲۰۰ میلی‌متر بارش در فصل زمستان می‌باشد. این شرایط از آستار تا بندر ترکمن وجود دارد.

۵- اهمیت از لحاظ منبع عظیم رطوبت و ایجاد شرایط آب و هوایی مرطوب و منطقه‌ای سرسبز و استثنائی در ایران: آب و هوای مرطوب و بارندگی زیاد شمال کشور را باید در درجه اول مدیون وجود دریاچه خزر

دانست. زیرا این رطوبت دریاست که تحت شرایطی موجب بارندگی زیاد در آن منطقه می‌شود و منطقه سرسبز شمالی و جنگل‌ها و مراتع غنی را در آن جا به وجود می‌آورد.

۶- اهمیت دریاچه خزر به عنوان یک عامل تعدیل‌کننده جبهه هوای سرد شمالی در فصل زمستان: جریان‌های هوایی سرد نواحی قطبی و [دشت سبیری] که در زمستان به سمت ایران جریان پیدا می‌کنند به هنگام عبور از روی دریاچه خزر، تعدیل و قابل تحمل می‌شوند. در واقع دریاچه خزر عامل تعدیل‌کننده هوای سرد شمالی در فصل زمستان است. (اکوسیستم‌های آبی ایران، پرویز کاردوانی، ص ۱۷۹-۱۸۰-۱۸۱)

۷- اهمیت به لحاظ جلب گردشگر: سواحل جنوبی دریاچه خزر به لحاظ دارا بودن آب و هوایی معتدل به ویژه در فصل تابستان و مناسب بودن دمای آب دریاچه برای شنا، همه ساله پذیرای خیل عظیمی از گردش‌گران داخلی و خارجی می‌باشد و طیف زیادی از مردم این مناطق از طریق میزبانی از گردش‌گران امرار معاش می‌کنند.

۴- معرفی آبزیان

- ماهی سفید دریای خزر (RUTILUS FRISII .KUTUM .(HAMENSKY)

جانوران دریای مازندران نسبت به دریا‌های آزاد چندان متنوع نیستند، در این دریا ماهی‌هایی از قبیل کوسه ماهی و ماهی‌های چهارگوش وجود ندارد. ولی در عوض از ماهی‌های بسیار لذیذ و گران قیمت به تعداد بسیار زیاد وجود دارد که نظایر آن‌ها در دریا‌های دیگر کمتر دیده می‌شوند. از این رو، این ماهی‌ها منابع مهم این دریا را تشکیل می‌دهند. مانند ماهی‌های غضروفی خاویاری یا ماهی سفید و ...

از بعضی گروه‌های ماهی‌ها که در دریا‌های آزاد زیاد هستند، در این دریا فقط نمونه‌هایی وجود دارد مانند سوزن ماهی خزری که از دریا به رودخانه و در رود ولگا حتی تا نزدیکی آستاراخان نیز می‌روند. این ماهی در دریای مازندران تنها نماینده یا نمونه تیره ماهیان مخصوص دریا‌های آزاد است که به ویژه در دریا‌های مناطق معتدله و حاره‌ای خیلی زیاد هستند.

به طور کلی ماهیان دریای خزر (مازندران) را از نظر محیط زیست و یا محل تخم‌ریزی می‌توان به چهار گروه تقسیم کرد:

گروه اول: ماهی‌های رهگذر یا مهاجر که برای تخم‌ریزی به رودخانه می‌روند، مانند انواع ماهی آزاد، تاس ماهی، ماهی سفید، مارماهی و بعضی شگ‌ماهی‌ها و شاه‌ماهی.

گروه دوم: ماهی‌هایی که در آب‌های به نسبت شیرین دریا مانند مصب رودخانه‌ها و نزدیک آن، زندگی می‌کنند، ولی برای تخم‌ریزی به رودخانه می‌روند، مانند انواع ماهی‌های سیم، کلمه، کپور و سوف.

گروه سوم: آن دسته از ماهی‌های هستند که منحصراً در رودخانه زندگی می‌کنند و به ندرت در دریا دیده می‌شوند.

گروه چهارم: ماهی‌های دریایی (غیر مهاجر) که هیچ‌وقت وارد آب‌های شیرین نمی‌شوند. مانند سوف دریایی، بعضی از شگ‌ماهی‌های بخش جنوبی دریا، ریزه کولی و انواع گاو ماهی‌ها و ماهی کفال.

از نظر تیره و نژاد و گونه اعداد متفاوتی برای آبزیان دریای خزر ذکر می‌شود که در آخرین آن‌ها که به تأیید شیلات نیز رسیده آمده که در حال حاضر در دریای خزر ۱۱۴ گونه ماهی و ۶۳ زیرگونه و ۱۴ نژاد ماهی گوناگون وجود دارد. از این تعداد فقط حدود ۱۷ گونه آن‌ها مورد بهره‌برداری قرار گرفته و مصرف انسانی و تجاری دارند.

ماهی سفید از نظر اقتصادی مهم‌ترین ماهی از خانواده کپور ماهیان است که در دریای خزر زندگی می‌کند این ماهی به طور عمده در سواحل جنوبی دریای خزر زندگی می‌کند و بیشتر توسط صیادان ایرانی صید می‌شود. گوشت لذیذ این ماهی باعث شده است که ساحل‌نشینان شمال کشور نام ماهی را مترادف با ماهی سفید بکار ببرند.

مشخصات این ماهی عبارتند از:

۱- بدن این ماهی پهن نبوده، بلکه کشیده می‌باشد.

۲- عرض بدن برابر یا کمی کوچکتر از طول سر ماهی می باشد.

۳- قسمت پشت به رنگ تیره و پهلوها و بقیه بدن تقریباً خاکستری می باشد.

۴- باله پشتی دارای سه شعاع غیر منشعب، یازده شعاع منشعب و باله مخرجی دارای سه شعاع غیر منشعب و ده شعاع منشعب است.

۵- در خط جانبی ۵۳ تا ۶۲ عدد فلس وجود دارد.

۶- دهان نیمه تحتانی و دندانهای حلقی یک ردیفی است.

۷- قسمت عقبی کیسه شنا گرد نبوده بلکه مثل سایر گونه های این جنس تیز و کشیده می باشد. اندازه ماهی سفید بین ۲۸ تا ۵۸ سانتی متر و به طور متوسط ۴۲/۸ سانتی متر و وزن آن به ۶۰۰ تا ۳/۴۰۰ گرم و به طور متوسط به ۱۷۵۰ گرم می رسد. ماهی سفید به طور فعال رشد می کند و آمار زیر نحوه رشد ماهی سفید را نشان می دهد.

رشد سالیانه ماهی سفید (به طور متوسط)

۵	۴	۳	۲	۱	سن ماهی سفید به سال
۴۹	۴۱	۲۹	۱۹	۹/۳	طول ماهی سفید به سانتی متر

- شیوه های صید

امروزه تنها شیوه مجاز برای صید ماهی سفید در سواحل جنوبی دریای خزر «پره» است، ولی در گذشته صید این ماهی بیشتر در رودخانه ها و با شیوه (شیل = کلهام) صورت می گرفت. صید ماهی سفید در دریا با استفاده از سال ۱۳۰۰ معمول شد و از سال ۱۳۳۰ صید با دام نیز شروع شد. در سال ۱۳۴۱ به دنبال صید انبوه ماهی سفید و کاهش ذخایر آن صید به روش دام گستری ممنوع اعلام شد ولی پس از پیروی انقلاب باز هم دام گستران در دریا به صید مشغول شدند و سرانجام از سال ۱۳۵۷ مجدداً مخالف با این شیوه صید منجر به تصمیم گیری برای اعلام ممنوعیت روش دام گستری شد. (ماهیان دریای خزر و حوضه آبریز آن - ابوالقاسم شریعتی). این نکته را

نیز اضافه می‌کنیم در سال ۱۳۰۸ حدود ۶۰ دستگاه پره که به وسیله دو قایق کوچک صیادی عمل می‌کردند در مرداب انزلی اقدام به صید ماهی سفید می‌نمودند. این پره‌ها به طول ۶۵ متر و اندازه چشمه آن‌ها از گره تا گره مجاور ۴۰ میلی‌متر و مدت زمان لازم برای هر با پره کشی تقریباً ۴۵ دقیقه بود. صید با این پره‌ها در سال‌های ۱۳۳۰ تعطیل گردید. صید با دام از سال‌های ۱۳۰۰ به بعد در مرداب انزلی آغاز گردید که این دام‌ها معروف به «رشته» بوده‌اند که جنس آن‌ها از پنبه بود و فقط می‌توانستند به مدت ۲۴ ساعت در آب مستقر باشند و پس از آن قدرت صید ماهی سفید را از دست می‌دادند به همین دلیل صیادان بعد از ۲۴ ساعت دام‌ها را جمع‌آوری می‌نمودند و سپس در مقابل آفتاب پهن می‌کردند تا کاملاً سفید و خشک شوند. طول این دام‌ها ۲۴ متر و عرض آن‌ها ۱/۵ الی ۲ متر و هر ۱۰-۱۲ رشته را به هم متصل نموده و در مرداب مستقر می‌نمودند. علاوه بر صید ماهی سفید در رودخانه‌ها و مرداب انزلی در سال‌های ۱۲۹۸ الی ۱۳۱۴ در حوزه بندر انزلی شرکت شیلات به وسیله دو دستگاه پره در ساحل دریا اقدام به صید ماهی سفید نمود طول این پره حدود ۱۵۰۰ متر و عرض آن‌ها به ۱۶ متر می‌رسید با افزایش میزان استحصال ماهی سفید توسط شرکت مختلط ایران و شوروی صید این ماهی در دریا به وسیله پره گسترش یافت. (ماهی سفید، تحقیق و تالیف: مهندس بهرام علی رضوی صیاد، خرداد ۱۳۷۴).

۵- آشنایی با بهره‌برداران دریای خزر

دریای خزر در شمال ایران یکی از منابع عمده تأمین معیشت ساحل‌نشینان بوده است. صید ماهی از دریا، سابقه طولانی دارد و ذکر تاریخ برای شروع صید آسان نیست و به دوره قبل از کشاورزی می‌رسد. بدین ترتیب رابطه و انسان و دریای و صید ماهی برای تغذیه انسان‌ها رابطه‌ای کهن است و مثل‌ها، قصه‌ها، ترانه‌ها و... در فرهنگ مردم منطقه حکایت از تأثیر ژرف دریا بر زندگی اقتصادی، اجتماعی ساحل‌نشینان دارد، تجارت ماهی و استفاده از دریا برای کسب درآمد یقیناً بعد از بهره‌برداری از دریا برای اعاشه و تغذیه صیادان مطرح می‌شود. از دیرباز دو عامل بر میزان صید در رابطه صیاد با دریا مؤثر بوده است. عامل اول جمعیت که تا قرن اخیر از رشد بالایی برخوردار نبوده است و عامل دیگر فروش ماهی به غیر صیادان یا ساحل‌نشینان یعنی تجارت ماهی.

تجارت ماهی ضمن کشاندن پای عوامل دیگری جز صیاد به امر صید، موجب بهبود و یا تحول تکنولوژی صید نیز شده است. گسترش شبکه ارتباطی و استفاده از شیوه‌های نمک سود کردن و خشک کردن ماهی، دریا را به عنوان منبع درآمد نه تنها برای صیادان که برای سرمایه‌گذاران در وسایل و اسباب صید و تجارت ماهی در آورد. لذا، سازمان صید مطرح شد و موضوع از حالت صید ماهی توسط ساحل‌نشین با ابتدایی‌ترین وسیله برای سیر کردن شکم خارج شد.

۶- برخی مشکلات موجود در صید ماهی سفید

الف) صید ماهیان سفید کم سن و سال: بخش زیادی از ماهی سفید صید شده را میاهان نابالغ تشکیل می‌دهند، به طوری که حتی فرصت یک‌بار تخم‌ریزی نیز به آن‌ها داده نمی‌شود. به طور مثال در سال ۱۳۷۰ بیش از ۶۰ درصد از ماهیان سفید صید شده ۳ سال و کمتر از آن سن داشته‌اند و این مقدار در سال ۱۳۷۴ به بیش از ۶۶ درصد رسیده است. مسلماً تمام ماهیان ۱ و ۲ ساله صید شده در این سال‌ها نابالغ بودند و در بین ماهیان ۳ ساله نیز ماده‌ها نارس و تنها نرها بالغ بوده‌اند. این موضوع لزوم کاهش میزان صید ماهیان کوچک و نارس را می‌رساند. رعایت استاندارد چشمه‌طول پره بهترین روش برای کاهش صید ماهیان نابالغ است تا حداقل فرصت یک‌بار تخم‌ریزی به این ماهیان داده شود.

ب) کاهش وزن: بررسی‌های تحقیقاتی نشان می‌دهد که در گذشته، ماهیان سفید صید شده درشت‌تر از ماهیان سفید سال‌های اخیر بوده‌اند، به طوری که میانگین وزن ماهیان سفید صید شده در ۲۶ سال قبل در حدود ۱/۴ کیلوگرم بود، در حالی که این رقم در سال ۱۳۷۳ به حدود ۸۰۰ گرم رسیده است.

پ) کاهش طول: بررسی‌ها نشان می‌دهد میانگین طول ماهیان سفید صید شده در ۲۶ سال قبل در حدود ۴۶/۸ سانتی‌متر بوده است، ولی این اندازه در سال ۱۳۷۳ به کمتر از ۴۰ سانتی‌متر رسیده است.

ت) کاهش صید و بازسازی ذخایر: صید انبوه ماهی سفید به شیوه‌های مختلف به خصوص دام‌گستری، باعث شد که ذخایر این گونه ارزشمند آبرزی به شدت آسیب ببیند، به طوری که میزان صید آن از حدود ۵۰۰۰ تن در

سال ۱۳۱۸، به حدود ۱۰۰ تن در سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۰ رسید که خوشبختانه با اقدامات شیلات در جهت تکثیر مصنوعی و رهاسازی بچه ماهیان سفید انگشت قد در رودخانه‌ها، که از سال ۱۳۶۱ به صورت منظم ادامه یافته است، در سال‌های اخیر میزان صید ماهی سفید توسط تعاونی‌های پره در دریا به بیش از ۶۰۰۰ تن رسیده است. بهترین و ارزان‌ترین راه برای حفظ و ازیاد نسل ماهی سفید، بکارگیری شیوه‌های صحیح صید و حفظ و حراست از رودخانه‌هاست که مناطق زاد و ولد و پرورش نوزادان ماهی سفید به شمار می‌رود. عدم صید ماهیان مولد در فصل تخم‌ریزی، آلوده نکردن رودخانه‌ها به فاضلاب‌ها و سموم شیمیایی، عدم شن‌برداری از بستر رودخانه‌ها و... از جمله عوامل تضمین‌کننده بقای نسل ماهیان سفید دریای خزر است.

آبزیان نزدیک به یک چهارم عرضه جهانی پروتئین حیوانی مورد نیاز انسان را تأمین می‌کنند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، ماهی به صورت سنتی از اجزای تکمیل‌کننده غذای ساده نشاسته‌ای است (JAMES, 1986). ماهی به عنوان «گوشت» در جهان سوم مشهور است. مهم‌ترین نقش بخش ماهیگیری در اقتصاد توسعه یافته یا در حال توسعه، ایجاد فرصت‌های شغلی، درآمد و تحصیل ارز است.

تولید جهانی آبزیان از ۲۰ میلیون تن (صید و پرورش) در سال ۱۹۴۰ به ۹۳۶ میلیون تن در سال ۱۹۸۷ رسید. در خلال دهه ۱۹۸۰ افزایش تولید استمرار داشت و در سال ۱۹۸۷ حدود ۲۹ درصد بیشتر از تولید سال ۱۹۸۰ بود. شوروی سابق به همراه چین بیش از یک سوم صید جهانی آبزیان را به خود اختصاص دادند. از نظر مقدار، صید ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۸۷ چهارمین کشور صیادی جهان بود.^۵

این افزایش در اقتصاد جهانی مرهون دو انقلاب فن‌آوری بود که محرک اصلی رشد محسوب می‌شد. یکی استفاده از نخ‌های مصنوعی برای استفاده در نور و طناب ماهیگیری و بهره‌گیری از ماشین‌الات برای کشیدن تورهای ماهیگیری بخصوص صید محاصره‌ای (پرساین)، و دوم معرفی تأسیسات برودتی و انجماد روی دریا که بدین ترتیب امکان عمل‌آوری محصول روی کشتی صیادی و ماندگاری شناورهای صیادی در دریا را

۱- تولید جهانی در سال ۱۹۹۹ به ۱۲۵ میلیون تن رسید که چین با ۳۳٪ تولید جهانی در رأس قرار دارد (مترجم).

امکان پذیر ساخت (Bailey، ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸). این ابداعات به علاوه‌ی توسعه فن آوری روش صید ترال سبب شد تا شناورهای صیادی بزرگ‌تری ساخته شوند مه از شعاع فعالیت بیش‌تری برخوردار باشند. شکل ۱-۱ نمودار تولید آبزینان از سال ۱۹۵۳ تا ۱۹۸۷ را نشان می‌دهد. به طور کلی، در خلال ۳۵ سال گذشته نرخ رشد تولید جهانی ۴ درصد بوده که برای ۸ سال ایالات متحده ۲ درصد گزارش شده است. اگر نرخ رشد بین سال‌های ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۷ محاسبه شود نرخ رشد تولیدات جهانی کم‌تر از ایالات متحده‌ی آمریکا خواهد بود (به طور قطع، رشد چشمگیر دهه‌ی ۹۰ مرهون توسعه‌ی آبی‌پروری است. مترجم).

عمده‌ی مصرف آبزینان از طریق صید تدمین می‌شود. در حالی که مصرف آبزینان در حال افزایش است، تولید از منابع طبیعی در دریاها در حال رسیدن به سقف خود می‌باشد. هر چند برای ۱۰ سال مستمر افزایش تولید گزارش شده است، ولی در سال‌های اخیر شاهد کاهش نرخ رشد بوده‌ایم. تخلیه‌ی صید در سال ۱۹۸۷ تنها ۶ درصد بیش از ۱۹۸۶ بود. هر چند نرخ رشد بهره‌برداری از دریاها به کم‌تر از ۱ درصد رسیده است، ولی بهره‌برداری از طریق آبی‌پروری در حال حاضر ۱۰ درصد تولید جهانی است و نرخ آن ۷ درصد در سال بوده است (۱۹۸۷، Rabanal و Kent، ۱۹۸۶) از سال ۱۹۷۵، تولید از طریق آبی‌پروری از ۴/۵ به بیش از ۱۰ میلیون تن در سال ۱۹۸۷ رسیده است که هم‌چنان یک دهم امکان بالقوه دریا و زمین را شامل می‌شود. شکل ۲-۱ تولیدات جهانی و ایالات متحده از طریق آبی‌پروری را نشان می‌دهد. (Mitchison، ۱۹۸۶) (تولید آبی‌پروری در سال ۱۹۹۹ به ۳۳ میلیون تن رسید، مترجم)

۱- در سال ۱۹۹۹ تولید آبی‌پروری ۲۶ درصد تولید آبزینان را شامل می‌شد (مترجم)

فصل اول: کلیات تحقیق

- فصل اول: کلیات تحقیق:

۱-۱- بیان مسئله:

پرورش ماهی در سال ۱۰۰۰ قبل از میلاد در چین و احتمالاً مصر و آشور نیز متداول بوده است. یکی از اسناد مربوط به پرورش ماهی در چین، آغاز پرورش ماهی را در قرن پنجم قبل از میلاد می‌داند. تخم‌کشی از ماهی طلایی زینتی از چین به ژاپن انتقال یافت؛ جایی که تخم‌کشی کپور زینتی به بهترین نحو انجام می‌شد. رومی‌هایی که ماهی را برای تغذیه و تفریح نگهداری می‌کردند. از نخستین جوامع فعال در پرورش دریایی بشمار می‌آمدند. آن‌ها استخرهای پرورش ماهی را به نحوی می‌ساختند که از آب تازه‌ی اقیانوس بهره‌گیری می‌شد. حدود سال ۱۴۰۰ میلادی، مزرعه پرورش ماهی لب‌شور در جاوه استقرار یافت و کپور معمولی از آسیا به اروپا انتقال یافت. تقریباً همزمان ۴ گونه از جمله کپور علفخوار و کپور سیاه به همراه کپور معمولی در استخرهای پرورشی چین پرورش داده شد. آمار و اطلاعات مربوط به تولید آبی‌پروری در جهان محدود است. به هر حال حدود ۱۶/۵ میلیون تن تولید در سال ۱۹۹۲ گزارش شده است. این افزایش تولید نتیجه‌ی سرمایه‌گذاری متراکم در آبی‌پروری است. چین پیشگام در تولید ماهیان استخوانی و سایر ماهیان آبی‌پروری است. در سال ۱۹۸۷، چین به تنهایی بیش از ۵۰٪ از تولیدات ماهی پرورشی را به خود اختصاص داد. شرق آسیا بیش‌ترین مقدار آبی‌پروری را تولید می‌کند. پرورش ماهیان گرمابی به صورت تجاری در ایالات متحده در دهه ۱۴۹۲۰ و اوائل دهه ۱۹۳۰ با پرورش ماهی توسط چند نفر برای استفاده به عنوان طعمه در صید و صید تفریحی آغاز شد. در دهه ۱۹۵۰، تولیدکنندگان در ایالات جنوبی شروع به پرورش برخی از گونه‌های آبی‌پروری از جمله گربه‌ماهی، بوفالو و کپور برای خوراک انسان کردند. امروزه بیشترین حجم

تولیدات پرورش ماهی در ایالات متحده به صنایع گربه ماهی اختصاص دارد. شکل ۴-۱ نشان می‌دهد که صنعت گربه ماهی بیشترین سهم را در صنایع آبرزی پروری دارد. تولید ماهی در ایالات متحده بین سال‌های ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۳ به سه برابر افزایش یافت و از ۱۳۰ میلیون به بیش از ۴۰۰ میلیون پوند رسید. گربه ماهی بیشترین گسترش در تولید را داشته و اساسی‌ترین گونه‌ی آبرزی پروری است که در بازار مصرف وجود دارد. پرورش گربه‌ماهی در ایالات متحده در سال ۱۹۸۲ در سطح آبی معادل ۷۳،۸۴۰ جریب (۴،۰۴۷ متر مربع) انجام می‌گرفت و در سال ۱۹۹۰ به یک میلیون جریب رسید. تولید تجاری و غیر تجاری گربه‌ماهی به بیش از ۳۸۸ میلیون پوند در سال ۱۹۸۸ رسید که ۴ درصد بیش از سال ۱۹۸۷ است. ارزش این مقدار تولید حدود ۳۲۱ میلیون دلار در سال ۱۹۸۸ بوده است. تولید شاه میگوی آب شیرین در ایالات متحده در سال ۱۹۸۷ حدود ۱۰۵ میلیون پوند بود که ارزش آن حدود ۵۳ میلیون دلار است. تولید ماهی آزاد و قزل‌آلا به تفکیک در سال ۱۹۸۷ حدود ۸۰ و ۵۹ میلیون پوند بود. کل تولید از محل پرورش آبزیان در سال ۱۹۸۷ حدود ۷۴۶/۹ میلیون پوند بود. همان‌طور که در شکل ۴-۱ آمده است، هر چند گربه‌ماهی از نظر وزنی بیش از ۵۰ درصد تولیدات آبرزی پروری آمریکا را تشکیل می‌دهد، ولی از نظر ارزش تنها ۴۴ درصد از کل ارزش آبزیان در ایالات متحده را شامل می‌شود. طعمه‌ی ماهی از نظر وزنی ۳ درصد ولی از نظر ارزش ۹ درصد از کل ارزش آبزیان است. گونه‌ی دیگری که از نظر ارزش سهم بیش‌تری را در مقایسه با میزان تولید به خود اختصاص داده است، صدف اویستر است. می‌سی‌سی‌پی بیش‌ترین میزان تولید در ایالات متحده را به خود اختصاص داده و گونه‌ی غالب پرورشی در آن گربه‌ماهی است. سایر ایالت‌های مهم در پرورش گربه‌ماهی عبارتند از آلاباما، آرکانزاس، لوئیزیانا و تگزاس. آلاباما بیش‌ترین تعداد مزرعه‌ی پرورشی گربه‌ماهی را به خود اختصاص داده است، ولی بیشتر زارعین تولید خود را در مزارع کوچک کم‌تر از ۵۰ جریب انجام می‌دهند. می‌سی‌سی‌پی پیشروترین ایالت از نظر اندازه‌ی متوس مزرعه است. در سایر ایالت‌ها، تولید در مزارع

کمتر از ۵۰ جریب انجام می‌شود. در سال ۱۹۸۶، حدود ۴۰۰،۱۲ جریب سطح آب در آلاباما به گربه‌ماهی اختصاص یافت که بیش‌تر در قسمت غرب مرکزی ایالت قرار داشت. در سال ۱۹۸۹، این میزان به حدود ۲۷۵،۱۴ جریب افزایش یافت که شامل ۱۴/۳ درصد افزایش می‌شود. در آفریقا، گونه‌های مختلف *Oreochromis* که پس از این انواع تیلایپا نامیده می‌شود، تولید و از سال ۱۹۴۳ پرورش داده شده است. تیلایپا به عنوان ماهی توانمند در تخمگذاری در استخر، تقریباً همه چیز خوار و ساده برای پرورش شهرت دارد. بنابراین، در شرایط منابع محدود به عنوان تأمین‌کننده‌ی غذای خوب از ماهی است. در سال ۱۹۸۷ در جنوب صحرا در آفریقا که ۳۵ کشور را شامل می‌شود، حدود ۱۰/۸ هزار تن ماهی تولید شده است، ولی شمال و شمال شرقی آفریقا که شمال الجزایر، مصر، مراکش و تونس است، ۵۱/۷ هزار تن تولید کرده است. آسیا با سابقه‌ترین قاره در پرورش آبزیان است و امروزه بیش‌ترین گونه‌های پرورشی را تولید می‌کند. کشورهای شرق آسیا ۷۲ درصد از کل تولید را به خود اختصاص داده‌اند. این مقدار تولید بنا بر اظهارات ناش و کنزلی (Nash & Kensler, ۱۹۹۰) به پرورش ماهیان استخوانی و گیاهان دریایی اختصاص یافته است. کشورهای غرب آسیا ۱۲ درصد تولیدات جهانی را تولید می‌کنند. در سال ۱۹۸۷ حدود ۳ میلیون تن گیاهان دریایی به تنهایی در شرق آسیا تولید می‌شد؛ در صورتی که غرب آسیا تنها ۶۰۰۰۰ تن تولید دارد. علاوه بر این، بیش‌ترین مقدار صدف‌های پرورشی توسط این کشور تولید می‌شود. کشورهای اروپایی نیز بخش عمده‌ای از محصولات آبزی‌پروری را تولید می‌کنند. تولید اروپا در سال ۱۹۸۷ حدود یک میلیون تن گزارش شده است که ۳/۲۸۵ تن سخت‌پوستان و ۶۵۵/۵۹۵ تن نرم‌تنان بوده است. اروپا حدود ۸ درصد از کل آبزیان پرورشی را تولید می‌کند. پرورش آبزیان در آمریکای لاتین و کارائیب تقریباً در سال‌های اخیر آغاز شده است. مقدار تولید آبزیان پرورشی در این قاره تنها ۱/۵ درصد از کل تولیدات جهانی است، ولی اهمیت صنعت در حال افزایش است. بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین بیش‌تر به پرورش

میگوی آب شیرین و شور برای صادرات می‌پردازند. به طور کلی، توسعه بدون مدیریت نوعی خودشکنندگی است، حتی اگر منابع قابل دسترس به صورت بالقوه وجود داشته باشند، چرا که توسعه منافی را ایجاد می‌کند که تا زمان اتلاف کامل این منافع، تازه‌واردین را جذب می‌کند. از سوی دیگر، مدیریت صیدگاه‌هایی که بیش از حد مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند، بدون توسعه فرصت‌های اشتغال، گزینه‌ای مطلوب برای جذب نیروی کار مازاد نخواهد بود. بهره‌برداری از ماهیان دریای خزر از زمانهای بسیار دور توسط حاشیه‌نشینان این دریا و عمدتاً توسط روسها انجام گرفته است. پس از تسلط اعراب بر ایران تا قرن چهارم هجری از وضعیت صید و صیادی در حوزه ایرانی دریای خزر اطلاعات موثقی در دست نیست و اولین اطلاع را ابولقاسم بن حوقل از مردم بغداد در سال ۳۴۰ هجری قمری در کتاب صورت الارض ابن حوقل داده است. وی در این کتاب با ترسیم نقشه دریای خزر و ترسیم حدود گیلان (دیلم) و طبرستان می‌نویسد که مردم این دیار پیوسته با تکلمی تند بوده و غذای ایشان عمدتاً برنج، ماهی و سیر است. با ظهور حکومت آل بویه ماهیگیر از گیلان و گسترش قلمرو آنان تا عراق عجم (اراک) از سال ۳۲۴ تا ۴۴۷ هجری قمری صید و صیادی در حوزه ایرانی دریای خزر رونق خوبی داشته است. در زمان حکومت صفویان در ایران از روسیه به ایران از طریق رودخانه ولگا، بحر خزر و مرداب انزلی انواع خز و چرم خام، چیت، پارچه کتانی، آهن، مس، مصنوعات فلزی و شیشه‌ای، کاغذ تحریر و اسلحه وارد شده و از ایران ماهی خاویاری، سوف و ماهی سفید به روسیه ارسال می‌گردید. پس از شکست فتحعلی خان قاجار در سال ۱۲۴۱ از سپاه روس تزاری و بستن عهدنامه ننگین ترکمنچای و جداسدن شهرهای نخجوان، شیروان و باکو از ایران، امتیاز صید در دریای خزر نیز به دولت تزاری واگذار گردید. برابر یادداشتهای خوچکوکنسول دولت تزاری در سال ۱۲۱۹ هجری خورشیدی صیادان روس در گیلان ۱۰۱۱۱۲ عدد ماهی خاویاری و ۲۷۱۸۰۰ کیلوگرم خاویار صید نموده و از بابت آن ۳۹۷۲ تومان به حاکم وقت پرداخت نمودند. در زمان محمد شاه قاجار و بر اساس

نیاز مالی، دولت میرزا آقاسی در اثر فشار دولت روسیه تزاری امتیاز صید و بهره برداری از دریای خزر را به حاج ابراهیم دریابگی که تبع روسیه بود با حق امتیاز صید ماهیان خاویاری و استخوانی به ازای سالیانه ۱۴۰۰۰ تومان، واگذار کرد. از مبلغ ۱۴۰۰۰ تومان حق اجاره سالیانه فقط ۴۰۰۰ تومان مربوط به رودخانه سفیدرود بود که این مقدار نشان دهنده میزان صید انبوه انواع ماهیان سفید، سوف، سس و خاویاری در این رودخانه بوده است. میرزا تقی خان امیرکبیر در زمان صدارت خود در سال ۱۲۶۵ هجری قمری به بهانه عدم پرداخت اجاره بها قرارداد فوق را لغو نموده و امتیاز بهره برداری را به یک ایرانی به نام ولی بیگ با اجاره بها سالیانه ۲۵ هزار تومان واگذار نمود. در سال ۱۲۹۳ هجری قمری حاج میرزا حسن خان سپه سالار امتیاز کلیه امور شیلاتی و صید در دریا و رودخانه ها و تالاب انزلی را از شاه اجاره نموده و آنرا چهارماه بعد به یک بازرگان تبعه روسیه بنام استفان لیانازوف با اجاره سالیانه ۵۰ هزار تومان واگذار نمود. در سال ۱۳۰۲ قرارداد حق بهره برداری از ماهیان دریای خزر توسط لیانازوف بمدت ۲۵ سال دیگر تمدید شد. پس از مرگ استفان لیانازوف در سال ۱۳۱۴ هجری قمری پسرش گئورگی جانشین وی شد و قرارداد بمدت ۲۵ سال دیگر تمدید شد. قرارداد لیانازوف پسر تا سال ۱۹۱۷ میلادی پابرجا بود و در این مدت لیانازوف اقدام به ساخت تاسیسات وسیعی شامل کشتی های سردخانه دار، کارگاه های شور کردن و دودی کردن ماهی، سردخانه، کارگاههای تور بافی، تاسیسات اداری و تولید برق در شهرهای بندر آستارا، بندرانزلی، بندر کیشهر و بندر ترکمن نموده و در تاسیسات شیلات جمعاً ۴۲۰۰ نفر را بکار مشغول کرد که حدوداً ۳۰۰۰ نفر آنها از اتباع روسیه تزاری بودند. لیانازوف در این مدت با غارت ذخایر ماهی در دریا، رودخانه ها و تالاب انزلی سود سرشاری را برد. در سال ۱۳۲۷ هجری قمری سردار منصور صید ماهیان استخوانی در رودخانه ها و دریا را به مبلغ ۲۲ هزار تومان از لیانازوف اجاره کرد و به مبلغ ۸۰ هزار تومان به صیادان اجاره داد بشرط اینکه کلیه ماهی های سوف صید شده بصورت مجانی در اختیار لیانازوف قرار گیرد. پس از

انقلاب بلشویکی و بدنبال تاسیس حکومت شوروی در روسیه، قرارداد لیانازوف لغو و شرکت مختلط صید ماهی ایران و شوروی تاسیس شد و بمدت ۲۵ سال برای شرکت فوق امتیاز بهره برداری صادر گردید. از جمله وقایع این دوران تصرف شهر بندرانزلی و توقیف اموال شیلات توسط حکومت جنگل بود. در ۱۲ بهمن ۱۳۳۱ هجری شمسی دوران بهره برداری شرکت مختلط ماهی ایران و شوروی خاتمه یافته و شیلات توسط مرحوم دکتر مصدق ملی اعلام گردید و در سال ۱۳۳۲ لایحه قانونی اساسنامه شرکت سهامی شیلات ایران تهیه و به تصویب رسید. پس از ملی شدن شرکت سهامی شیلات ایران، این شرکت به وزارت دارایی ملحق گردید و در سال ۱۳۴۶ با تشکیل وزارت منابع طبیعی به آن وزارتخانه واگذار شد. در سال ۱۳۵۲ با انحلال وزارت منابع طبیعی شیلات ایران به وزارت کشاورزی و در سال ۱۳۶۶ به فرمان رهبر کبیر انقلاب از وزارت کشاورزی منتزع و به وزارت جهاد سازندگی واگذار گردید. در سال ۱۳۷۹ با ادغام وزارتین جهاد سازندگی و کشاورزی شرکت سهامی شیلات به وزارت جهاد کشاورزی منتقل و در سال ۱۳۸۴ از حالت شرکت سهامی شیلات خارج و به سازمان شیلات ایران تبدیل گردید. در مدت استفاده از امتیاز صید و بهره برداری از ماهیان دریای خزر و رودخانه ها توسط لیانازوف صید ماهیان خاویاری عمدتاً در دریا و توسط تورهای گوشگیر پنبه ای و صید ماهیان استخوانی در رودخانه ها توسط شیل یا کلهام انجام می گرفت. در زمان تشکیل شرکت مختلط ماهی ایران و شوروی صید ماهیان استخوانی و خصوصاً ماهی سفید توسط تورهای پره تراکتوری در ۴۰ شرکت تعاونی در سواحل استان های گیلان و مازندران انجام می شد. از سال ۱۳۵۸ علاوه بر تورهای پره از تورهای گوشگیر کاپرونی و نایلونی نیز برای صید ماهی سفید استفاده شده و از سال ۱۳۷۶ بدلیل صدمات وارده از سوی تورهای گوشگیر به ذخایر با ارزش ماهیان خاویاری از طریق صید انبوه بچه ماهیان و ماهیان خاویاری نارس و غیر استاندارد این روش در دریای خزر ممنوع و در

حال حاضر صید ماهیان استخوانی و ماهی سفید در دریای خزر بصورت رسمی و قانونی توسط ۵۵

شرکت تعاونی پره ساحلی انجام می گیرد.

این ملاحظات، به یک خط مشی کلی برای تقویت ماهی گیری می انجامد که شامل سه جز جدانشدنی و اجتناب ناپذیر است:

(الف) - تخصیص منابع و ترغیب به خودگردانی؛

(ب) - ایجاد محیط مناسب برای بهره برداری کامل و منصفانه از ظرفیت ماهی گیری؛

(ج) - ایجاد فرصت های اشتغال، چه به صورت شغل اصلی و چه به صورت شغل مکمل.

با توجه به دو واقعیت جدید، یعنی تراکم جمعیت و تکنولوژی پیشرفته ماهی گیری، این امکان وجود ندارد که نظام های سنتی خودگردانی را حفظ و احیا نمود، بدون اینکه دولت به نوعی دخالت داشته باشد و زمینه هدایت آن را فراهم سازد. تنظیم دقیق فعالیت های هزاران ماهی گیر پراکنده و خرده پا، نه ضرورت دارد و نه اجراشدنی است. همین طور موتوری کردن «اجباری» یا دادن سوبسیدهای نهاده ای، ضرورتی ندارد. اگر به جمعی حق انحصاری در مورد یک حوزه ماهی گیری خاص داده شد و هر نوع انحرافات بازار و نابرابری هایی که جلو عملکرد کارای بازار را می گیرد، از میان برداشته شد یا کاهش یافت، موتوری کردن تنها در صورتی که در خدمت مقاصد جمع باشد، می تواند تحقق یابد. ایجاد فرصت های اشتغال، سوای ماهی گیری، به سه منظور است:

الف - جذب نیروی کار اضافی،

ب - افزایش تحرک شغلی،

ج - تدارک منبع معاش، به صورت شغلی اصلی یا مکمل و در نتیجه، داشتن تامین در برابر نامطمئن که از نوسان های بازار یا منابع ناشی می شود. این نکته آخر، به ویژه بسیار مهم است، زیرا هنگامی که نبود شغل های دیگر، افق برنامه ریزی را محدود نماید، روی آوردن به بحث شیلات و صید و صیادی در این حوزه تا چه اندازه می تواند از حجم بیکاری کاسته و به سطح و میزان اشتغال بیفزاید. سوال اصلی اینست که صید و صیادی و بطور

کلی شیلات تا چه اندازه اشتغال مردم در استان مازندران را پوشش می دهد؟ و تا چه اندازه میتواند اشتغال مردم در استان مازندران را پوشش دهد؟

۱-۲- اهمیت و ضرورت پژوهش:

کشورهای در حال توسعه تقریباً نیمی از آبزیان را تولید می کنند، ولی مصرف آنها کم تر از نصف مصرف جهانی است (Kent, ۱۹۸۶) در حالی که جمعیت کشورهای توسعه یافته کم تر از ثلث جمعیت کشورهای کم تر توسعه یافته است. (James, ۱۹۸۶). بنابراین، اگر سهم سهم سرانه را در نظر بگیریم، اختلاف در مصرف آبزیان در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته بسیار زیاد است.

ماهی که سرشار از مواد پروتئینی است، بهترین غذا برای نیازهای ضروری انسانی است. از نظر غذایی، از جمله ارزش پروتئین و ترکیبات اسید آمینه، ماهی بخوبی قابل مقایسه با تخم مرغ، شیر و گوشت است. کمبود پروتئین از نظر غذایی مشکل اساسی اغلب کشورهای گرمسیری است. افزایش عرضه آبزیان عمل آوری شده ممکن است کمکی در راه کاهش این شرایط باشد.

کشورهای کم تر توسعه یافته به شدت وابسته به آبزیان به عنوان منبع پروتئینی هستند. با این حال، هر گاه درآمد خانوار افزایش یابد، علاقه مندی به ماهی کم تر شده و اغلب برای گوشت افزایش می یابد. براساس آمار سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (FAO, ۱۹۸۰) ۴۰ درصد از مردم کشورهای توسعه یافته به ماهی به عنوان منبع پروتئینی توجه دارند و این رقم در کشورهای در حال توسعه ۴۵ درصد است. بنابراین مصرف در جهان سوم باعث عمده ی تقاضا برای ماهی در جهان شده است. سهم سرانه ی کشورهای توسعه یافته در سی سال گذشته تقریباً ثابت بوده است، ولی سهم سرانه کشورهای در حال توسعه ۲٪ افزایش یافته است. از طرفی مشهود است

که خانوارهای متعلق به جامعه اقتصادی کم درآمد بیشترین درآمد خود را به جای گوشت صرف ماهی می کنند. در جوامع فقیر جهان، محصولات عمل آوری شده آبی بیشترین سهم را در پروتئین حیوانی در تغذیه دارند. هم چنین در جوامع جزیره نشین دورافتاده، آبی پروری بهترین پروتئین را برای تمام نیاز غذایی در طول سال فراهم کرده است؛ حال آن که در گذشته جوامع ساحل نشین چنین منابع غنی را دارا بودند.

از دیگر وجوه اهمیت مصرف ماهی، سودمندی بهداشتی بر اثر مصرف آبیان و محصولات غذایی آبی در مطالعات متعدد تأیید شده است. براساس تحقیقات بعمل آمده، در جامعه ای که بیشترین میزان ماهی و روغن ماهی را مصرف می کند، بیماری های عروقی کمترین میزان را دارد. مطالعات روی امراض واگیر نشان داده است که اسکیموهای گرینلند که روزانه ۴۰۰ گرم ماهی و یا پستانداران آبی قطب شمال مصرف می کنند کم تر به امراض عروقی دچار می شوند. (Bang et al, ۱۹۸۰). ژاپنی ها هم که به طور متوسط روزانه ۱۱۳ گرم ماهی مصرف می کنند، کم تر دچار بیماری های عروقی می شوند (FAO, ۱۹۸۰). براساس مطالعات کرومهورت و همکاران (Kromhout et al) در سال ۱۹۸۵، اگر روزانه اگر روزانه ۳۰ گرم ماهی مصرف شود و یا دو وعده غذا در هفته از ماهی باشد، بیماری های قلبی کاهش می یابد. از طرف دیگر ثابت شده است که مصرف آبیان استرس، لخته شدن خون و مهم تر از آن، سطح چربی و پروتئین چربی دار خون را کاهش می دهد (Paveles, ۱۹۸۹).

همچنین از فواید آبی پروری نیز باید گفت که هر چند آبی پروری تجاری قرن هاست، سابقه فعالیت دارد، ولی تاکنون نتوانسته است از روش های معمول کشاورزی برای تأمین پروتئین حیوانی چندان بهره جوید. با توجه به اهمیت آبیان در تغذیه ژاپنی ها و کشورهای جنوب شرق آسیا، صنایع آبی پروری در این قسمت جهان پیشرفت زیادی داشته است (Liao, ۱۹۸۸). در سال های اخیر، علاقه بیش تری در آمریکای جنوبی برای توسعه آبی پروری شاهد بوده ایم. این علاقه به نوعی در توجه بیش تر مردم به ذخایر آبی بخصوص منابع دریایی نقش داشته است. (Paveles, ۱۹۸۹). از طرف دیگر، توجه بیش تری به بهره گیری بیش تر از آبیان و راندمان بالای

بهره‌دهی بر اساس سطح منطقه رشد آن‌ها مبذول شده است. استدلال طرفداران آبرزی پروری این است که برتری‌های زیست‌شناسی آبرزیان نسبت به حیوانات خاکی بیش‌تر است. شناوری آبرزیان در آب باعث می‌شود که آن‌ها در مقایسه با حیوانات خاکی برای حرکت انرژی کم‌تری مصرف کنند. از آن‌جا که آبرزیان خونسرد هستند، انرژی کم‌تری برای درجه حرارت بدن خود در مقابل جانوران خونگرم مصرف می‌کنند. گفته می‌شود که نرخ تبدیل پایین غذای آبرزیان به پروتئین از جمله برتری‌های آبرزیان نسبت به جانوران خاکی است. نرخ تبدیل غذا به گوشت در ماهی تقریباً مشابه مرغ است، ولی نسبت به گاو و خوک بهتر است. بر اساس تخمین لول (Lovell، ۱۹۸۹)، نسبت تبدیل غذا به گوشت در گربه‌ماهی ۱:۱/۹ است؛ بدین معنی که ۱/۹ پوند غذا ۱ پوند گربه‌ماهی تبدیل می‌کند. نسبت غذا و گوشت در خوک، گاو و طیور به تفکیک ۱:۴ و ۱:۸ و ۱:۲ است. آبرزیان بدون تغذیه دستی نیز در استخر رشد می‌کنند. بخصوص خامه ماهی در جنوب شرق آسیا بدون تغذیه پرورش می‌کند. معمولاً کودهای زنده یا غیر زنده در استخرها ریخته می‌شود تا باعث افزایش تولید زی‌شناوران جانوری می‌شود که در حقیقت اساس زنجیره‌ی غذایی است. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، کودهای حیوانی یا ضایعات مزارع را در استخر به عنوان تغذیه استفاده می‌کنند. هزینه اولیه این اقدام تنها حمل کود است. سهم آبرزی پروری نیز در اقتصاد به شکل‌های مختلف قابل مشاهده است. استخر ماهی پرورشی دارای مزایای زیر است:

۱- منبع غذایی برای جمعیت روزافزون؛

۲- ارائه کننده منبع پروتئین برای انسان (منبعی که برای رشد، ترمیم و تجدید حیات الزامی است)؛

۳- تأمین شغل و درآمد محدود برای مردم؛

۴- مصرف ضایعات؛

۵- ایجاد درآمد ارزی خارجی؛

۶- استفاده از زمین‌هایی که قابلیت کشاورزی یا صنعتی ندارند.

همچنین از نقش و جایگاه آبرزی پروری در توسعه اقتصادی و تولید مشاغل نیز باید سخن گفت. با به استناد معیارها، تقریباً ۱۵ درصد جمعیت ۷۵۰ میلیونی کشورهای کم‌تر توسعه یافته درآمدی سالانه کم‌تر از ۵۰ دلار آمریکا دارند. جمعیت این کشورها به طور کلی فقیر یا نسبتاً فقیر هستند و بیش از ۸۰ درصد آن‌ها در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. کشاورزی تقریباً شغل چهار پنجم جامعه فقیر روستا را تشکیل می‌دهد. ضرورت حمایت ویژه از روستائیان برای بهبود وضعیت غذایی و درآمدی آنان لازم است. حمایت ویژه برای بهبود وضعیت اجتماعی و خدمات رسانی به آنان از جمله بهداشت و تحصیلات نیز ضروری است. آنچه به عنوان فقر انعکاس دارد، تغذیه نامناسب، مسکن نامناسب و استانداردهای پایین بهداشتی است. اثرات این فقر نه تنها بر کیفیت زندگی آن‌ها مؤثر است، بلکه راندمان تولید قشر فقیر روستایی را متأثر می‌سازد. پاسخ عمومی به مشکل سوء تغذیه و غذا، افزایش غذا است. تحلیل‌های اخیر مؤید آن است که علاوه بر ناتوانی قدرت خرید و سوء تغذیه اقشار فقیر، باید تأکید بیشتری بر افزایش درآمد آن‌ها شود.

در بیش‌تر کشورهای در حال توسعه، روستائیان فقیر دانش خود را بهبود داده و به تولید برنج، کاساوا، ذرت، ارزن، سیب‌زمینی و سایر غذاهای مغذی کربوهیدرات‌دار روی آورده‌اند. به هر حال، تولید غذاهای پروتئینی و مغذی بسیار محدود است. با این حال، آبرزی پروری دواي همه‌ی دردهای سوء تغذیه نیست. تولیدات جهانی پروتئین از طریق آبرزی پروری نیز کم‌تر از حد انتظار است. برای حل مشکل سوء تغذیه در مناطق روستایی، داشتن تولید آبرزیان برای مردم روستاها بسیار ضروری است. فقرا نمی‌توانند تنها برای رفع مشکل سوء تغذیه به درآمد کم و بیکاری متکی به ماهیگیری دریایی اکتفا کنند زیرا:

۱- صید از دریا محدود است و در اکثر کشورهای در حال توسعه نرخ رشد آن رو به کاهش است؛

۲- کشورهای فقیر توان سرمایه‌گذاری برای بهره‌برداری از ذخایر ساحلی خود را ندارند؛

۳- در بسیاری از کشورها، به دلیل فشار بی حد صیادان محلی و بین‌المللی که دارای امکانات بیشتری بوده‌اند، بیش از اندازه از ذخایر دریایی برداشت شده است؛

۴- حتی اگر توان صید وجود داشته باشد، در دسترس افراد فقیر قرار نمی‌گیرد، زیرا محل نگهداری، عمل‌آوری و امکانات حمل و نقل نامناسب است؛

۵- به دلیل عدم دسترسی به تاسیسات عمل‌آوری و نگهداری، تنها مردم ساحل نشین می‌توانند از ذخایر آبزیان دریایی استفاده کنند.

آبزی پروری می‌تواند راه‌حل مناسبی برای رفع نیازهای اولیه افراد فقیر روستاها باشد و به صورت یک منبع غذایی مطمئن با قیمت مناسب در اختیار همه افراد قرار گیرد. علاوه بر آن، توسعه اقتصادی و فرصت‌های شغلی محدودی در منطقه ایجاد می‌کند. بدیهی است که همه این امتیازات به گونه پرورشی و تراکم پرورش بستگی دارد. احداث مزارع پرورش ماهی تسهیلات لازم برای بهره‌برداری از مهم‌ترین منبع درآمد مردم یعنی زمین را فراهم آورده و زمین‌های غیر قابل کشاورزی را تبدیل به منابع تولید و درآمدزا می‌کند.

پرورش ماهی می‌تواند در شوره‌زارها، زمین‌های پست ساحلی، مناطق ابگیر رشد درختان ساحلی و سایر زمین‌هایی که کیفیت پرورش دارند، انجام شود. (fao، ۱۹۵۴). ماهیگیری در آب‌های داخلی برای کشورهای کم‌تر توسعه یافته (LDCD) مفید است، زیرا امتیازهای اقتصادی مستقیم داشته و باعث تثبیت جوامع می‌شود.

از وجوهات دیگر آبزی پروری، تجارت جهانی آبزیان است. تجارت جهانی آبزیان برای کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بسیار با اهمیت است. کشورهای توسعه یافته مهم‌ترین صادرکننده و واردکننده آبزیان هستند، ولی ارزش سهم صادرات در خالص تولیدات داخلی (GDP) بسیار از کشورهای در حال توسعه بسیار ارزشمند است. در سال ۱۹۸۷، ارزش جهانی واردات نیز محصولات آبزی حدود ۳۰/۵ میلیارد دلار تخمین زده شد. ژاپن با ۸/۳ میلیارد دلار بزرگ‌ترین واردکننده جهان است و ایالات متحده با ۵/۷ میلیارد دلار در رتبه دوم قرار دارد. کانادا با ۲/۱ میلیارد دلار بزرگ‌ترین صادرکننده محصولات آبزی در سال ۱۹۸۷ است. ایالات متحده،

دانمارک، کره و نروژ به ترتیب مقام‌های بعدی را در صادرات محصولات آبی دارند و به تفکیک ۱/۸، ۱/۸، ۱/۵ و ۱/۵ میلیارد دلار ارزش صادرات آنهاست. (USDA، ۱۹۸۹)

افزایش تقاضا برای محصولات آبی باعث شده است تا کشورهای زیادی برای بدست آوردن ارز خارجی به آبی‌پروری پردازند. گونه‌های باارزشی نظیر میگو، میگوی آب شیرین، ماهی آزاد، ماهی قزل‌آلا و صدف‌های خوراکی از باارزش‌ترین محصولات صادراتی به حساب می‌آیند. هرچند که هنوز تولید از طریق آبی‌پروری در مقایسه با صیادان بسیار ناچیزی است، ولی اهمیت آن سال افزایش می‌یابد. تقاضا برای آبیان روبه افزایش می‌یابد. تجارت جهانی آبی‌پروری به نحو چشمگیری ارتقا می‌یابد، زیرا در حالی که صید از دریاها محدود است، تقاضا برای آبیان رو به افزایش می‌باشد. (تجارت جهانی آبیان در سال ۱۹۹۹ به ۵۳ میلیارد دلار رسید که سهم کشورهای در حال توسعه ۱۷ میلیارد دلار بود، مترجم)

در آخر نیز باید از محدودیت‌های آبی‌پروری صحبت کرد. اهمیت آبی‌پروری برای توسعه روستایی دارای شرایطی است. امکان‌پذیری توسعه آبی‌پروری بستگی به شرایط بازار محلی، وجود منابع طبیعی و علاقه‌مندی مردم منطقه دارد. قیمت بازار ممکن است چندان خوشایند نباشد و بدین ترتیب سرمایه‌گذاران به دلایل فنی، مالی و اجتماعی اقدام به سرمایه‌گذاری در آبی‌پروری نکنند. برای توسعه پروژه آبی‌پروری موفق، لازم است منابع طبیعی از جمله آب و زمین کافی از نظر مقدار و کیفیت وجود داشته باشد. از طرف دیگر، علاقه‌مندی مردم به توسعه آبی‌پروری قبل از اجرای پروژه نیز ضروری است. چند شرط برای تسهیل اجرای پروژه آبی‌پروری وجود دارد که برابر نظر Ben-Yami (۱۹۸۰) عبارتند از:

۱- بازار مناسب برای گونه‌ی آبی‌مورد نظر

۲- گرایش مثبت در خصوص آبی‌پروری از طرف مردم و علاقه‌مندی آنان برای پذیرش تغییراتی که صنعت آبی‌پروری ایجاد می‌کند

۳- حمایت سیاسی لازم برای دسترسی عادلانه پرورش‌دهندگان ماهی به منبع طبیعی (آب و زمین)

۴- دسترسی به تخم، غذا، ابزار، مواد لازم، جلوگیری از بیماری، خدمات ترویجی، اعتبارات و بازارهای مالی که بتوانند پشتوانه آبرزی پروری باشند.

۶- قانع کردن پرورش دهندگان و خانواده آنها به سود اقتصادی حاصل از پرورش ماهی.

۱-۳- پرسش آغازین:

سوال اصلی اینست که صید و صیادی و بطور کلی شیلات تا چه اندازه اشتغال مردم در استان مازندران را پوشش می دهد؟

۱-۴- اهداف کلی

۱- بررسی نقش و جایگاه صید و صیادی در اشتغال مردم مازندران

۱-۵- جزئی تحقیق:

۱- آشنایی با دریای دریای خزر (وجه تسمیه، تاریخچه پیدایش، موقعیت جغرافیایی دریاچه خزر)

۲- معرفی آبریان دریای خزر

۳- آشنایی با بهره برداران دریای خزر

۴- آشنایی با شیلات و اهم وظایف آن

۵- آشنایی با برخی مشکلات موجود در صید ماهی (بویژه ماهی سفید)

۶- آشنایی با انواع صید سه گانه در دریای خزر

۷- آشنایی با انواع آبرزی پروری در دریای خزر

۸- بررسی رابطه تعاون بخصوص تعاونی های ماهیگیری با سرمایه اجتماعی و اشتغال

۹- بررسی مباحث تئوریک مربوط به نقش تعاون در زندگی اجتماعی (در اینجا تعاونی های ماهیگیری مد نظر است)

۱۰- بررسی راه های مبارزه با موانع ساختاری فعالیت های تعاونی ماهیگیری در ایران

فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش

- فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش

۳-۱- مبانی نظری تحقیق:

از آنجاییکه در بخش شیلات و در حوزه صید و صیادی و نیز آبرزی پروری عموماً کار به صورت تعاونی و در غالب انواع تعاونی های تک منظوره و چند منظوره صورت میگیرد. بنابراین بحث نظری را در چهارچوب مباحث تئوریک مربوط به نقش تعاون در زندگی اجتماعی و دنبال می کنیم.

نقش تعاون در زندگی اجتماعی انسان را از دو دیدگاه می توان مورد مطالعه قرار داد که هر کدام با گرایش های فکری مخصوص به خود دیدگاه خاصی را بیان می کنند:

۱- دیدگاه کارکرد گرایانه (فونکسیونالیسم):^۷ مطابق این دیدگاه جامعه کلیتی متعادل و مشتمل بر اجزایی هماهنگ است و تعاون یکی از عناصر لازم آن به شمار می رود. در ارتباطی که میان اجزا و عناصر مختلف جامعه وجود دارد، تعاون به عنوان یک محور مرکزی به شمار می رود. چرا که تعاون و همکاری اجزا و عناصر مختلف، نظام را به یکدیگر پیوند می دهد و ادامه حیات و کارکردهای آنها را موجب می شود.

در این دیدگاه تاکید بر همیاری، تعاون، توافق و سازش است. زندگی اجتماعی انسان تا موقعی می تواند استمرار یابد که این تعادل و وفاق حفظ شود. مطابق این دیدگاه، کارکردی که تعاون به عنوان یک اصل در کلیت

⁷ . Functionalism

بخشیدن به نظام اجتماعی و ادامه حیات آن دارد، ضروری و اساسی است. از صاحب‌نظران عمده به این دیدگاه، تالکوت پارسنز جامعه‌شناس آمریکایی است که به نظرات وی اشاره خواهد شد.

۲- دیدگاه تضاد^۸ و تحول‌گرا: در این دیدگاه بر عکس فونکسیونالیسم، جامعه وحدت یا کلیتی مشتمل بر اجزایی متعارض است. تعاون یک اصل روستایی است که مروج ایدئولوژی و حافظ منافع طبقه حاکم است. فعالیت‌های تعاونی با انتقال ایدئولوژی طبق حاکم، نظم موجود را مشروعیت می‌بخشد و از رشد تضادهای طبقاتی مبتنی بر استثمار و مغایر با فلسفه زندگی اجتماعی انسانی هستند، باید از میان بروند.

این امر متعاقب با رشد نیروهای مولد و تضاد آن با روابط تولیدی، خودآگاهی طبقه انقلابی از این تعارض، مبارزات طبقاتی بوده و با روندی انقلابی همراه است. در فرآیند این تحول انقلابی و به دنبال دگرگونی بنیادی شکل مالکیت، توزیع ثروت و تغییر روابط بین گروه‌ها و طبقات اجتماعی است که زمینه لازم برای تحول در امور روبنایی مثل آموزش و پرورش، بهداشت عمومی، تامین اجتماعی، تعاون و غیره فراهم می‌شود.

در این دیدگاه، تعاون موقعی در جامعه ارزش پیدا می‌کند که همراه با خودآگاهی طبقاتی انسان‌های مظلوم و استثمار شده بتواند نظم سیاسی موجود را واژگون ساخته و نظم جدیدی را پی‌ریزی نماید. در این نظم جدید است که روابط میان انسان‌ها در سطح مطلوب و عادلانه قرار گرفته و می‌تواند شالوده هر گونه روابط تعاونی صحیح را پایه‌ریزی نماید.

- چهارچوب نظری:

در این تحقیق، با تکیه بر متغیرهای الگویی پارسنز ساخت جامعه ایران مورد مطالعه قرار می‌گیرد تا بتوان موانعی را که بر سر راه فعالیت‌های تعاونی زنان وجود دارد، مشخص کرد. وجوه مشترک و نقاط قوت دیدگاه‌های موجود نیز به صورت مفروضات زیر پذیرفته می‌شوند:

⁸ . Conflict

۱- بین فعالیتهای تعاونی و نظام اجتماعی - سیاسی و فرهنگی جامعه ارتباط متقابل برقرار است. به طوری که فعالیتهای تعاونی هم بر آنها تاثیر می گذارد و هم از آنها متأثر می شود.

۲- بین فعالیتهای تعاونی و کنش های افراد جامعه ارتباط متقابل وجود دارد. یعنی فعالیتهای تعاونی هم بر رشد شخصیت تأثیر می گذارد و هم اینکه تحت تأثیر کنش های متاثر از نوع شخصیت، جهان بینی و دیگر مختصات روانی - اجتماعی افراد است.

۳- بین فعالیتهای تعاونی و تغییرات اجتماعی اعم از انقلاب یا توسعه، ارتباط متقابل برقرار است. به طوری که هم فعالیتهای تعاونی بر نوع، روند، جهت و نتایج تغییرات اجتماعی تأثیر می گذارد و هم نوع و مختصات تغییرات اجتماعی بر فعالیتهای تعاونی موثر واقع می شود.

در این چارچوب نظری به جای تقابل بین نظم و تضاد یا فرد و جامعه و یا رشد فردی و توسعه اجتماعی به وحدت و ارتباط متقابل بین آنها توجه می شود.

متغیرهای الگویی پارسنز

از نظر پارسنز ارزش های همراه با کنش، از خارج بر افراد تحمیل نمی شود، بلکه در مناسبات متقابلشان با جامعه ایجاد می گردد. در واقع این ارزش ها هستند که در عمل، شرایط ساختی کنش اجتماعی را تشکیل می دهند. پارسنز حق انتخاب ارزش ها را واقعیت هایی می داند که جنبه جهانی و عام دارند. در حقیقت متغیرهای الگویی فرآیند کنش اجتماعی افراد را نسبت به موقعیت خود بیان می کند و شرایط ساختی کنش اجتماعی است. منظور او از متغیر در اینجا انتخاب یک شق از دو شقی است که عامل، پیش از آن که معنای موقعیت برای او معلوم باشد و بخواهد به عمل دست بزند، باید یکی از آن دو را انتخاب کند، پارسنز این شقوق دوگانه انتخاب را متغیرهای الگویی می نامد و آنها را چنین طبقه بندی می کند.^۹

۱- عاطفی بودن در برابر خنثی بودن از لحاظ عاطفی

^۹ - توسلی، ۱۳۶۹: ۲۴۳.

۲- جهت‌گیری جمعی در برابر جهت‌گیری به سوی خود

۳- عام‌گرایی در برابر خاص‌گرایی

۴- کیفیت ذاتی در برابر جنبه عملی

۵- ویژه بودن در برابر پراکنده بودن

با توجه به متغیرهای الگویی پارسنز می‌توان برخی ویژگی‌های ساختاری جامعه ایران را که به عنوان موانعی در راه افزایش مشارکت زنان در فعالیت‌های تعاونی می‌باشد، به صورت زیر برشمرد:

الف) عاطفه‌گرایی در برابر خردگرایی: رفتارها و کنش‌های ایران عموماً تحت تأثیر عواطف و احساسات قرار داد. با اینکه مردم جوامع شهری تا حدود زیادی تحت تأثیر فرایند عقلانی شدن قرار گرفته‌اند، هنوز بسیاری از رفتارهای آنان تحت تأثیر احساسات، عواطف و سنت‌ها شکل می‌گیرد. این مسئله در میان روستائیان بسیار حاد و چشمگیر است. سنت‌گرایی، تقدیرگرایی و سپردن امور و کارها به دست مقدرات، نقش عمده‌ای را در کنش‌های روزمره مردم ایفا می‌کند. این‌گونه بینش و طرز تفکر در میان خانواده‌ها به خصوص خانواده‌های سنتی، مانع اصلی برای مشارکت بیشتر در فعالیت‌های اجتماعی است.

امور تعاونی به عنوان جزیی از فعالیت‌های اجتماعی، خیلی بیشتر تحت تأثیر این وضعیت قرار می‌گیرد چرا که آن دسته از افراد هم که در بیرون از خانه فعالیت دارند به لحاظ شغلی و یا نیاز اقتصادی به این کار می‌پردازند. فعالیت‌های تعاونی به لحاظ ماهیتشان که جوشیده از بطن توده‌های مردم هستند، احتیاج به مشارکت داوطلبانه مردم دارند. به خاطر تصورات سنتی و عاطفی، مشارکت داوطلبانه در این گونه فعالیت‌ها کمتر است. در این مورد دو عامل درونی و بیرونی موثر است. عامل درونی ناشی از شخصیت و طرز تفکر و نگرش خود افراد است که از فشارهایی است که از سوی خانواده و سایر نهادهای اجتماعی، زنان را از مشارکت در امور تعاونی‌ها باز می‌دارد.

بسیاری از خانواده‌ها این گونه فعالیت‌های داوطلبانه و ارادی را برای همه روا و شایسته نمی‌دانند. آن دسته از خانواده‌هایی هم که به خاطر بالا بودن سطح فرهنگ و تفکر، خواهان مشارکت همه در فعالیت‌های تعاونی هستند تحت تأثیر فشارهایی که از سوی دیگران ناشی می‌شود، به این مهم نمی‌پردازند. نتیجه آن دور ماندن مردم از مشارکت و ایفای نقش در فعالیت‌هایی است که می‌تواند راه را برای رسیدن به رشد و توسعه همواره سازد. این طرز تفکر سنتی و عاطفی را نمی‌توان به حساب مقصر بودن افراد گذشت، چرا که این جریان ناشی از ساخت اجتماعی است. به قول کاردینر باید ریشه آن را در شخصیت اساسی جستجو کرد.

برای رفع این مشکل لازم است که روند عاطفه‌گرایی به سوی خردگرایی سوق پیدا کند. فعالیت، تصمیم‌گیری و رفتارهای افراد با محاسبات عقلانی و با برنامه‌ریزی صورت گیرد. خردگرایی افراد را از افتادن در دام عواطف و احساسات رها ساخته و زمینه را برای برنامه‌ریزی در جهت رشد و توسعه و رسیدن به زندگی بهتر فراهم می‌کند.

فعالیت‌های تعاونی نیز در جهت این هدف هم علت و هم معلول است. چرا که از یک سو با افزایش گاهی و بینش افراد، آن‌ها گرایش بیشتری به سوی مشارکت در امور تعاونی‌ها خواهند داشت و از سوی دیگر هر اندازه فعالیت‌های تعاونی در جامعه اشاعه و گسترش پیدا کند بدون شک در ارتقای سطح آگاهی جامعه موثر خواهد بود.

بر طبق فرضیه این پژوهش که رابطه متقابلی میان کنش‌های افراد جامعه و فعالیت‌های تعاونی وجود دارد، می‌توان گفت هر اندازه کنش‌های عموم مردم از عاطفه‌گرایی به سوی خردگرایی سوق پیدا کند، موجبات ارتقا در امور تعاونی‌ها خواهد شد. در اثر فرآیند عقلانی شدن است که افراد به نقش کلیدی خود به عنوان انسان‌هایی خلاق پی خواهند برد و خواهان مشارکت بیشتر در فعالیت‌های اجتماعی خواهند شد.

ب) جهت‌گیری فردی در برابر جهت‌گیری جمعی: مردم ایران به لحاظ وحدت ایدئولوژیکی و سایر عوامل متحدکننده در بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی سنتی و مذهبی مشارکت می‌کنند. مشارکت اجتماعی به معنای

عام خودش با جهت گیری جمعی در این گونه فعالیت ها نمود پیدا می کند. متأسفانه این جهت گیری جمعی در امور تعاونی ها به خصوص تعاونی هایی که جنبه رسمی دارند، دیده نمی شوند. فرد تا موقعی مایل است در یک تعاونی عضو باشد که منافع فردی اش اقتضا می کند. به همین خاطر آن استحکام و پیوستگی که باید در کار تعاونی ها وجود داشته باشد، به چشم نمی خورد. به همین خاطر است که شاهد برجیده شدن برخی تعاونی ها هستیم، بدون اینکه مدت زمان زیادی از فعالیت آن ها گذشته باشد وقتی که صحبت از نقش مردم در امور تعاونی ها است، این مسئله حادتر می شود چرا که بسیاری از مردان به لحاظ عوامل ساختاری و بینشی، جایگاه زیادی برای زنان قائل نیستند. در تصمیم گیری، برنامه ریزی و اتخاذ خط مشی ها، نقش زنان نادیده گرفته می شود. شیوه پدرسالاری حاکم مانع بروز خلاقیت های زنان می گردد. به همین خاطر این سرمایه گرانها از دست می رود و از نیروی بالقوه آنان استفاده نمی گردد.

ج) خاص گرایی در برابر عام گرایی:

یکی از موانع عمده ای که بر سر راه گسترش فعالیت های تعاونی در ایران وجود دارد، خاص گرایی به ویژه خاص گرایی فرهنگی است. تفکیک شدن نیروهای توده ای مردم به صورت قوم گرایی، محله گرایی، خانواده گرایی، قشر گرایی، جنس گرایی و... باعث هدر رفتن انرژی جامعه به صور گوناگون می گردد. به علاوه این خاص گرایی ها باعث بروز تعارضات ارزشی در جامعه گشته و در نهایت انسجام اجتماعی را متزلزل می کند. امور تعاونی از جمله فعالیت هایی است که خصلت های عام گرایانه را می طلبد. بدون مشارکت گروه های وسیع مردم نمی توان بهبود و پیشرفت در کار تعاونی ها را انتظار داشت. خاص گرایی مردان سبب می شود که زنان احساس حقارت و خود کم بینی نمایند.

خاص گرایی در امور تعاونی باعث می شود که عده ای نقش زیادی را برای خود در نظر نگیرند. گرچه آنان ممکن است به لحاظ فکری و عملی توانایی های لازم را حتی برای مدیریت تعاونی ها داشته باشند، ولی همین

عامل فرهنگی نوعی بی‌اعتمادی تصنعی و کمبود عزت نفس در آنان ایجاد می‌کند. نتیجه این امر برکناری قشر عظیمی از جامعه از فعالیت‌هایی است که می‌تواند راه رسیدن به رشد و توسعه را فراهم آورد.

برای رفع این مشکل لازم است که در ساختارهای جامعه و کنش‌های اجتماعی، عام‌گرایی جان‌نشین خاص‌گرایی شود. رسیدن به عام‌گرایی ممکن نیست مگر اینکه تحول در فرهنگ، بینش و طرز تفکر افراد جامعه به وجود آید. رسیدن به آگاهی بیشتر و نقشی که آموزش و پرورش در این فرآیند ایفا می‌کند، قابل توجه است. نمود عام‌گرایی، مشارکت اجتماعی بیشتر آنان را موجب می‌شود. آنان نه تنها به لحاظ روانی تقویت می‌گردند، بلکه نقش‌های مختلفی را در شبکه انتظارات اجتماعی می‌توانند ایفا نمایند.

د) انفعال‌گرایی در برابر فعال‌گرایی: بسیاری از مردم بنا بر تجارب تاریخی شرایط خاص زندگی خود و نقش عوامل برون‌زا، اعم از طبیعی و اجتماعی در زندگی آنان، گرایش بیشتری به قدر‌گرایی، پذیرش مقدرات، تسلیم در برابر حوادث و قبول وضع موجود دارند.^{۱۰}

پذیرش وضع موجود و انفعال‌گرایی باعث می‌شود که روحیه تعاونی تقویت نشود. اساساً نیازی برای مشارکت بیشتر در فعالیت‌های تعاونی احساس نمی‌شود. اگر در جامعه بتوان فعال‌گرایی افراد را در زمینه‌های تعاونی تقویت نمود، می‌توان آن‌ها را به انسان‌هایی سازنده و خلاق تبدیل کرد. همان‌طور که مارگریت دیویس اشاره کرده است:

اگر میل دارید که تعاونی از هر جهت تکمیل شود از هوش و ذکاوت همه در تعاون و صمیمیت قلبی او در تبلیغ استفاده کنید.^{۱۱}

راه‌های مبارزه با موانع ساختاری فعالیت‌های تعاونی در ایران برای مرتفع ساختن مشکلاتی که ریشه در ساخت‌های اجتماعی دارد، نیاز به یک برنامه درازمدت در جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه وجود دارد. همراه با تغییرات اجتماعی، تحولاتی که در نهادهای

^{۱۰} - عبداللہی، ۱۳۷۲: ۶۷
^{۱۱} - سازمان مرکزی تعاون کشور، ۱۳۴۹: ۱۹۶.

مختلف جامعه اعم از آموزش و پرورش، دولت، قوانین و مقررات حقوقی و غیره به وجود می‌آید، اگر با مدیریت صحیح در جهت رسیدن به توسعه هدایت شوند می‌توان امیدی برای آینده در نظر گرفت. این تحول و توسعه مستلزم نوسازی در جامعه است که آن را به دو صورت می‌توان مطرح ساخت: ۱- نوسازی اجتماعی ۲- نوسازی فردی.

۱) نوسازی اجتماعی: نوسازی مستلزم تغییر و تحول در نهادهای مختلف جامعه در راستای رشد و توسعه می‌باشد، به صورتی که این نهادها نه تنها توانایی پاسخگویی به نیازهای اساسی جامعه را داشته باشد بلکه توانایی برنامه‌ریزی و اتخاذ خط مشی برای آینده‌ای بهتر را عهده‌دار شوند. نوسازی اجتماعی مستلزم مبارزه با موانعی است که در بخش‌های مختلف جامعه بر سر راه توسعه وجود دارد که برخی از آن‌ها را می‌توان به صورت زیر اشاره کرد:

الف) موانع اجتماعی:

۱- تقسیم کار ابتدایی مبتنی بر سن و جنس

۲- قشربندی اجتماعی مبتنی بر معیارهای مختلف و تعارضات توزیعی و ارزشی

۳- فقدان همبستگی و نظم اجتماعی عام

۴- نابرابری‌های اجتماعی و چندگانگی‌های ساختاری

ب) موانع تکنیکی:

۱- وضعیت صنایع

۲- عقب‌ماندگی روش‌ها و فنون تولید کشاورزی

۳- ضعف امکانات زیربنایی

ج) موانع جمعیتی:

۱- آهنگ رشد جمعیت

۲- مهاجرت نیروهای مولد، فعال و کارآزموده

(د) موانع سیاسی:

(ه) موانع فرهنگی:

۱- بی سوادی

۲- ضعف ارتباطات برون گروه

۲- خانواده گرایی و قوام گرایی

- نتیجه گیری

افزایش مشارکت و ارتقای نقش مردم در اداره امور تعاونی ها نمی تواند جدا از ساخت اجتماعی و فرهنگی جامعه مورد مطالعه قرار گیرد. لذا شناخت این مسئله و ارائه راه حل های علمی و منطقی مستلزم توجه به تحولات نهادهای مختلف جامعه و روند و جهت این تحولات می باشد. هر چقدر تغییرات اجتماعی در جهت توسعه فرهنگی، توسعه سیاسی و توسعه اقتصادی همراه با افزایش آگاهی و شکوفایی شخصیت افراد جامعه از جمله زنان انجام گیرد، می توان انتظار داشت که زمینه برای ارتقای نقش زنان مهیا شود.

نوسازی اجتماعی به معنای بازرسی نهادهای مختلف جامعه در جهت توسعه و نوسازی فردی به معنای شکوفایی شخصیت افراد جامعه و افزایش آگاهی و بینش آنان، در این راستا دو عامل اساسی است. فعالیت های تعاونی به نوبه خود بر کنش های افراد جامعه، نظام اجتماعی و حتی تغییرات اجتماعی اثر می گذارد. با اینکه فعالیت های تعاونی زنان جز کوچکی از مشارکت اجتماعی آنان را شامل می شود ولی تأثیر آن هم به لحاظ اجتماعی و هم به لحاظ روانی و شخصیتی قابل ملاحظه است.

پذیرش هنجارها و ارزش های نوین مثل عام گرایی، فعال گرایی، خرد گرایی و جهت گیری جمعی در فعالیت ها می تواند راه رسیدن به نوسازی فردی و نوسازی اجتماعی را هموار سازد. گسترش فعالیت های تعاونی زنان،

روحیه همکاری و مشارکت را در جامعه افزایش می‌دهد. روح همکاری با ساخت نیرومند جامعه و رقابت و فردگرایی با ساخت ضعیف جامعه همراه است.

۱-۲- بررسی مطالعات و پژوهش‌های مرتبط با بحث تعاونی‌های ماهیگیری

تعاریف اصلی

تفسیرهای گوناگونی از واژه «تعاونی» می‌توان ارائه داد، مثلاً گروه ساده‌ای از مردم که داوطلبانه توافق کرده‌اند برای رسیدن به هدف معینی با گذر از ساختارهایی که روز به روز متشکل‌تر می‌شوند و حرکت به سوی ساختاری که بر پایه قوانین تعاونی یک کشور خاص پی‌ریزی شده است با یکدیگر همکاری کنند. طیف این گونه سازمان‌ها نیز از گروه‌های دارای یک هدف واحد، تا دستگاه‌های گسترده چند منظور که به روش تجاری به کار بازرگانی اشتغال دارند، متغیر است. این دستگاه‌های چند منظوره از شرکت‌های خصوصی غیر قابل تمیز هستند. با این تفاوت که چنین تعاونی‌هایی به صورت دموکراتیک در قبال اعضای خود مسئول هستند و توسط آن‌ها کنترل می‌شوند.

در این تحقیق، واژه «تعاونی» منحصراً در مفهوم سازمانی به کار می‌رود که طبق قوانین تعاونی یک کشور تاسیس شده و در عمل از آن پیروی می‌کند. هر گونه گروه، انجمن یا سازمان دیگری نیز ممکن است از نظر شکل و به لحاظ کنترل دموکراتیک با آن‌ها همانند باشد؛ اما در هر حال به مفهوم اخص کلمه، «تعاونی» نیستند. آن‌ها ممکن است صورت‌های ابتدایی تعاونی^{۱۲} باشند و هدفشان این باشد که سرانجام به عنوان «تعاونی» به ثبت برسند و یا اینکه به عنوان گروه‌های مستقلی که به شکل دموکراتیک کنترل می‌شوند، عملکردی کاملاً رضایت‌بخش داشته و نیازی به ثبت قانونی نداشته باشند. این گونه گروه‌ها و انجمن‌ها نیز در این کتاب مورد بررسی قرار خواهند گرفت، زیرا نمایانگر روحیه تعاون و فرآیند تعاون در حین کار هستند؛ اما به هر حال، به عنوان «تعاونی‌ها» طبقه‌بندی نخواهند شد، صرفاً به این دلیل که به معنای اخص کلمه «تعاونی» نیستند. البته این

¹² . pre- cooperatives

بدان معنا نیست که باید آن‌ها را پست‌تر دانست و کارکرد آن‌ها را دست کم گرفت. در حالی که بیشتر کشورها اعم از توسعه یافته و یا در حال توسعه قوانین تعاونی‌ها را پی‌ریزی کرده و کاربرد تعاونی‌ها را کم و بیش تشویق می‌کنند، در پاره‌ای کشورها این واژه اعتباری نیافته است؛ اگرچه در هر حال، سایر اشکال فعالیت‌های گروهی و همکاری در آن‌ها وجود دارد. این نکته مورد توجه قرار گرفته است که فرایند تعاونی جهان‌شمول است^{۱۳} و علی‌رغم اینکه برخی به خلاف این باور دارند، ماهی‌گیران از این قاعده جهان‌شمول مستثنی نیستند. در هر حال، آشکار است که همواره شرایط و اهداف درستی برای تعاونی‌ها (کشاورزی و ماهی‌گیری) انتخاب نشده است تا به موفقیت دست یابند و وجود قوانین تعاونی‌ها خود به خود موفقیت آن‌ها را تضمین نمی‌کند.

- اهداف نهایی و واسطه‌ای تعاونی‌ها

پیش از تشکیل هر تعاونی، اهداف و مقاصد نهایی و واسطه‌ای آن باید به روشنی تعیین شود. در بافت ماهی‌گیری‌های دستی که در یک سطح نسبتاً پایین و در بخش حاشیه‌ای اقتصاد و جمعیت قرار دارند، معمولاً دو یا سه هدف نهایی عمده و اساسی وجود دارد:

۱- افزایش درآمد

۲- بهبود استاندارد زندگی ماهی‌گیران و همکاران آن‌ها در صنایع وابسته

۳- افزایش عرضه پروتئین حیوانی در کشور.

در جهت تلاش برای دستیابی به هدف‌های نهایی، ممکن است که هدف‌های واسطه‌ای تعاونی‌ها به سوی یک یا چند زمینه مساله‌ساز، که به عنوان موانعی بر سر راه پیشرفت و توسعه این صنعت شناسایی شده‌اند، جهت داده شوند. برای مثال، سطح درآمد را می‌توان با انجام اقدامات زیر افزایش داد:

۱- کاهش هزینه نهاده‌ها^{۱۴}

۲- عرضه پیوسته نهاده‌ها

¹³ . COPAC, 1983

¹⁴ . inputs

۳- افزایش ارزش تولید اولیه

۴- کاهش موقعیت‌های استثمارگرانه از راه اعطای وام‌های کم‌بهره و سایر تسهیلات

۵- افزایش بازدهی صید و کاهش ضایعات از راه ارتقای سطح تکنولوژی

۶- افزایش کارایی عملیات از طریق آموزش و کارآموزی

۷- تضمین پایانی^{۱۵} فعالیت‌ها از طریق مدیریت منابع

در حالی که افزایش درآمد ممکن است استاندارد زندگی ماهی‌گیران و اجتماع آن‌ها را بهبود بخشد، این

اهداف از طریق اجرای سیاست‌های زیر نیز دست یافتنی‌اند:

۱- کاهش وابستگی به گروه‌ها و سازمان‌های بیرونی^{۱۶}

۲- ایجاد همبستگی میان گروه‌های ذینفع به منظور همگامی و همراهی در جهت منافع اقتصادی، اجتماعی و

سیاسی

۳- تامین خدمات ویژه اجتماعات^{۱۷} از قبیل آموزش، بهداشت و غیره

۴- کاهش مخاطرات مالی و فیزیکی برای اعضای تعاونی

ابزار و روش‌های نیل به این اهداف در موقعیت‌های گوناگون متفاوت خواهد بود. بررسی وضعیت و شناسایی

صحیح نیازها توسط اعضا و نیز کارگزاری‌های آغازگر^{۱۸} (در صورت وجود)، برای موفقیت تعاونی‌ها بی‌نهایت

مهم است. در بخش بعدی کتاب، پاره‌ای از زمینه‌هایی که تعاونی‌های ماهی‌گیری در تلاش برای بهبود اوضاع

اعضای خود، باید در آن‌ها فعالیت کنند و فعالیت هم داشته باشند، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

- دامنه عمل تعاونی‌های ماهی‌گیری

¹⁵ . sustainability

¹⁶ . outside

¹⁷ . community service

¹⁸ . instigating agencies

تعاونی‌های ماهی‌گیری از نظر ماهیت تفاوت‌های بسیاری با یکدیگر دارند؛ اما کارکرد آن‌ها در کل نشانگر تلاش برای غلبه بر یک مشکل و یا رفع نیازی است که به عنوان مانعی بر سر راه توسعه ماهی‌گیری و در نتیجه رفاه ماهی‌گیران شناسایی شده است. ماهی‌گیری حرفه‌ای است که جنبه‌های مختلف و گروه‌های متعددی از مردم، افزون بر خود ماهی‌گیران را در بر می‌گیرد. بنابراین، در حالی که ماهی‌گیران عناصر اصلی بخش تولید هستند، افراد دیگری به کار حمل، فرآوری^{۱۹} و بازاریابی ماهی اشتغال دارند و باز هم گروه‌های دیگری خدمات پشتیبانی از قبیل قایق‌سازی، تعمیر و نگهداری موتور، احداث و بهره‌برداری کارخانه‌های یخ‌سازی و سردخانه‌ها، تامین و تعمیر تورهای صیادی و مانند آن را ارائه می‌کنند. ماهی‌گیری حتی در ساده‌ترین سطح معیشتی، حرفه پیچیده‌ای است که غالباً مستلزم ارتباط همه جانبه در درون یک اجتماع و خارج آن است. شکل ۱ ساختار یک اجتماعی ماهی‌گیری سنتی کوچک در آفریقای غربی را نشان می‌دهد که از جانسون^{۲۰} اقتباس شده است. این شکل، پیچیدگی روابط متقابل گروه‌های مختلف و تا حدودی وابستگی دوجانبه آن‌ها برای موفقیت این صنعت را نشان می‌دهد.

فعالیت‌های ماهی‌گیری را اساساً می‌توان در ششم زمینه زیر گروه‌بندی کرد:

۱- تولید

۲- اعتبار، پس‌اندازها و بیمه

۳- عرضه و خدمات

۴- حمل و نقل و فرآوری

۵- بازاریابی

۶- خدمات اجتماعی^{۲۱} و خدمات ویژه اجتماعات

¹⁹ . processing

²⁰ . Johnson, 1983

²¹ . social services

در درون این موارد، فعالیت‌هایی را می‌توان یافت که آن‌ها را می‌توان از طریق تعاونی‌ها بهبود بخشید. باید تأکید کرد که فعالیت‌ها باید بر اساس نیازهای ماهی‌گیران انتخاب شوند. بدین ترتیب، یک گروه کوچک از صیادان ممکن است کار خود را با یک یا دو فعالیت شروع کنند؛ در حالی که یک تعاونی بزرگ‌تر ممکن است این فهرست را برای یافتن ایده‌هایی برای گسترش مورد توجه قرار دهد.

تولید

بخش تولید شاید زمینه‌ای باشد که در آن، تعاونی حداقل تأثیر را داشته باشد. به هر حال، تولید معمولاً بخشی است که تعریف عضویت را به دست می‌دهد. بنابراین، رایج‌ترین معیار برای اعضا این است که آن‌ها باید ماهی‌گیران فعال و تمام‌وقت باشند؛ یا به بیانی دیگر تولید کننده باشند.

در متون مربوط به ماهی‌گیری، بارها به این نکته اشاره شده است که صیادان در زمینه یک منبع کمیاب و متغیر با یکدیگر در حال رقابت هستند، کاری که به قرار داشتن در مکان و زمان مناسب و اغلب در موقعیت دسترسی آزاد بستگی تام دارد. بنابراین، آن‌ها در کار برداشت از این منبع با یکدیگر همکاری نمی‌کنند و این امر روحیه و خط مشی فردگرایانه‌ای را در سایر زمینه‌های ماهی‌گیری ترغیب می‌کنند. به هر حال، حتی در داخل بخش تولید نیز تعاون امکان‌پذیر است و در واقع، در پایین‌ترین سطح و در ارتباط کاری تنگاتنگ میان اعضای خدمه نیز مشاهده می‌شود. یعنی اگر حسن تعاون و همکاری نداشته باشند، زندگی و معاش همه آن‌ها به مخاطره می‌افتد. این امر در بسیاری از نظام‌های سنتی مدنظر بوده است؛ به این ترتیب که خدمه، به جای آن‌که صرفاً کارگرانی مزدبگیر باشند، در صید به دست آمده با مالک یا ناخدای شناور سهیم‌اند. این سنت حای در تعاونی‌های کشورهای توسعه یافته، نظیر بریتانیا نیز به چشم می‌خورد.

از جمله زمینه‌هایی که تعاون، گاه در آن مورد توجه قرار گرفته، مالکیت قایق ماهی‌گیری است. موضوع عضویت افراد، اغلب با مساله مالکیت قایق پیوستگی دارد. طیف موضوع مالکیت قایق که تعاونی‌ها با آن مواجه‌اند، از مالکیت صد در صد تعاونی (الگوی مالکیت جمعی) که در آن ناخدا و خدمه شناور همگی صرفاً

اعضای غیرمالک به شمار می‌روند، تا الگوهای مختلف مالکیت اشتراکی، یا مالکیت انفرادی که صاحب شناور می‌توانند هدایت کننده آن باشد یا اصلاً ماهی گیر نباشد، متغیر است. مالکیت اشتراکی در عمل می‌تواند مشکلاتی به دنبال داشته باشد، به ویژه هنگامی که موضوع وام‌های تعاونی برای خرید شناور در بین باشد، مگر آن که قایق تحت مالکیت یک واحد قدرتمند خانوادگی قرار داشته باشد. مالکیت انفرادی بر سایر مالکیت‌ها رجحان دارد؛ اما به هیچ وجه راه حل انتخاب تعاونی‌ها نیست و در این حیطه، تعاونی‌های ماهی‌گیری نمایانگر تعاونی‌های کشاورزی هستند بدین معنا که در آن‌ها واحد عضویت، دسترسی به ابزار تولید یعنی زمین یا قایق است. عادی‌ترین نقش تعاونی، تسهیل خرید قایق، انواع تور و ابزار صید برای اعضا ماهی‌گیر خود از طریق پرداخت وام و غیره است، و نه مداخله در کار رقابت‌آمیز صید ماهی. این مداخله، انگیزه‌های فردی لازم برای هر فعالیت اقتصادی، به ویژه ماهی‌گیری را به خطر می‌اندازد. این امر بر مساله ضروری تعاون تاکید می‌کند. اینکه چگونه می‌توان زمینه‌ها یا فعالیت‌هایی برای تعاون یافت که فعالیت اقتصادی فردی یا نه تنها به مخاطره نیندازد، بلکه آن را تسریع کند.

برقراری تعاون بین قایق‌ها و خدمه کار دشواری است؛ اگرچه مواردی از جستجوهای گروهی سنتی برای یافتن ماهی وجود دارد، برای نمونه، یافتن مکان و تعیین عمق آبتل‌ها.^{۲۲} در سطح صنعتی و حرفه‌ای، یک تعاونی ممکن است امکانات لازم را برای جستجوی منابع ماهی با استفاده از امواج صوتی و هوایی تامین کند و به این ترتیب، فرصت صید ماهی را برای اعضای خود افزایش دهد. این کار نخست در نروژ و اخیراً در کشور کره صورت گرفته است. این گونه فن‌ها و خدمات، مستلزم یک جنبش تعاونی مستحکم و قدرتمند با اعضای متعهد است.

یکی دیگر از زمینه‌های بخش تولید که در آن امکان تعاون وجود دارد، مدیریت منابع است. این امر در حال حاضر به میزان چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است، زیرا دست‌اندرکاران از پایان‌پذیر بودن منابع ماهی

²² . shoal

آگاهی یافته‌اند. در پاره‌ای مناطق، موضوع مدیریت منابع مدت‌هاست که در کارکردهای تعاونی‌ها نهفته است. به ویژه در ژاپن که تعاونی صیادی، حق ماهی‌گیری در مناطق خاصی از صیدگاه‌های ساحلی را در اختیار دارد. دسترسی به این صیدگاه‌ها فقط از طریق عضویت در تعاونی امکان‌پذیر است و مسئولیت منابع صید و تداوم آن‌ها به طور کامل بر عهده تعاونی است، سهمیه‌ها، سیاست‌های مرتبط با مدیریت منابع و نظام‌های کنترل‌کننده، مورد توافق اعضای تعاونی قرار می‌گیرد. در بخش شمالی یونان، گروه‌های سنتی صیادان اسفنج دریایی، به اهمیت حفظ منابع طبیعی «باغ‌های دریایی»^{۲۳} خود پی برده‌اند.

در ژاپن، این امر به ویژه در مورد گونه‌های دریایی غیر مهاجر، جلبک‌ها، سخت‌پوستان و غیره صادق است و اعمال آن در مورد ماهی‌های بالهدار و گونه‌های اقیانوسی مشکل‌تر است. به همین ترتیب، کنترل مدیریت منابع در آب‌های داخلی و پرورش آبزیان، با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. چون منطقه صید را با تقریب بیشتری می‌توان تعریف کرد، مجوزهای صید را فقط می‌توان برای اعضای تعاونی صادر کرد. برای مثال، می‌توان مجوزهای مخزن ماهی در بنگلادش^{۲۴} را نام برد.

در این بخش از مدیریت منابع، تعاونی‌ها نه تنها وسیله‌ای برای کنترل داوطلبانه منابع محسوب می‌شوند، همچنین، در صورتی که به خوبی سازماندهی شده باشند، می‌توانند مجموعه قدرتمندی را برای برقراری ارتباط میان صنعت ماهی‌گیری با دولت و ادارات شیلات تشکیل دهند. لزومی ندارد که آن‌ها تاثیری در جهت منفی داشته و همواره بکوشند از یک منبع رویه کاهش، استخراج بیشتری داشته باشند؛ بلکه باید حرکتی مثبت داشته باشند و به آینده بنگرند. برای مثال صیادان تعاونی دورست^{۲۵} در بریتانیا کوشیدند حداقل طول مجاز برای خرچنگ را افزایش دهند، تا ذخیره قابل تکثیر این آبرزی بیشتر شود، این مورد نشانگر نگرش مسئولانه‌ای است که تعاونی‌ها در مقایسه با سرمایه‌گذاران خصوصی که در پی منافع سریع هستند، اختیار می‌کنند.^{۲۶}

23 . marine gardens

24 . Ponnuthurai 1975

25 . Dorset

26 . Hamley (تماس‌های شخصی)

در هر حال، این احتمال وجود دارد که مدیریت منابع به عنوان زمینه‌ای برای فعالیت تعاونی، فقط زمانی بتواند موثر واقع شود که تعاونی به خوبی مورد پشتیبانی قرار گیرد و از لحاظ مالی تامین شود. تلاش‌هایی نظیر محدود کردن صدور مجوز به تعاونی‌ها توسط دولت، صیادان را برمی‌انگیزد تا به تعاونی‌ها بپیوندند؛ اما اگر تعاونی نتواند به خوبی به وظایف خود عمل کند و از سوی اعضای خود مورد پشتیبانی قرار نگیرد، نمی‌تواند به سوی جنبه‌های مثبت تر مدیریت منابع گام بردارد. این بخش از کار، یکی از مهم‌ترین زمینه‌های مسئولیت و فعالیت جنبش تعاونی ماهی‌گیری که در آینده امری مهم محسوب می‌شود.

- اعتبار، پس‌انداز و بیمه

۱- تسهیلات اعتباری

کارگزاری‌های رایج وام‌دهنده به طور کلی ماهی‌گیری دستی را از لحاظ اعتبار، مشتریانی کم‌توان و بی‌اعتبار تلقی می‌کنند. ماهی‌گیران که مایلند با خرید قایق، موتور و ابزار صید جدید کار خود را رونق دهند، ه وام‌های قابل توجه با وثیقه بسیار کم نیاز دارند و از سوی دیگر، عامل مخاطره^{۲۷} در کار ماهی‌گیری به گونه‌ای است که امکان دارد کل سرمایه ظرف مدت کوتاهی از بین برود. بر خلاف کار کشاورزی که در آن، خود زمین یک نوع دارایی است که بر ارزش آن افزوده می‌شود، قایق و ابزار صید به سرعت مستهلک شده و باید به طور منظم تعویض شوند. نکته مهم‌ترین اینکه صید و در نتیجه درآمد صیادان، غالباً فصلی و متغیر است و کل الگوی بازپرداخت وام دستخوش بی‌نظمی است.

بسته به نوع صید، طیف نیاز و وام از وام‌های درازمدت و میان‌مدت برای خرید قایق، تور، ابزار صید و مانند آن تا وام‌های کوتاه مدت برای تامین هزینه‌های کار و گذران زندگی صیاد در فصل بیکاری یا دوران کمبود صید متغیر است. افزون بر این‌ها، در پاره‌ای موارد نیاز به وام برای پرداخت هزینه‌های اجتماعی مانند ازدواج، تحصیل، کفن و دفن، خانه‌سازی، جشن‌ها و غیره نیز وجود دارد و در حالی که چنین مواردی ارتباط چندانی به

²⁷ . risk

کار ماهی‌گیری ندارند، برای صیادان و اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند، با اهمیت هستند. بنابراین، هنگامی که به صنعت ماهی‌گیری در بافت خود نگریسته می‌شود، استدلالی بسیار قوی برای در نظر گرفتن طیف کاملی از وام‌ها پدید می‌آید.

در وضعیت سنتی یا غیر تعاونی، ماهی‌گیران تا اندازه‌ی زیادی به واسطه‌هایی وابسته‌اند که ماهی‌های آن‌ها را می‌خرند و یا وثیقه قرار دادن صیدهای آتی ماهی‌گیران، به آن‌ها پیشنهاد وام می‌دهند. واسطه‌ها غالباً بن عنوان استثمارگرانی نگریسته می‌شوند که وام‌هایی با بهره‌های گزاف می‌پردازند، صیادان را به خود وابسته می‌کنند و زمینه دستیابی آسان به محصول ماهی آن‌ها را که می‌توانند با سود بالایی بفروشند، فراهم می‌کنند. در حالی که مواردی وجود دارد که این امر تا حدودی مصداق دارد، اما این موضوع به هیچ وجه همگانی نیست و واسطه واقعاً نقش مهمی را در اجتماع ایفا می‌کند، نقشی که میزان زیادی مخاطره به همراه دارد و برای همین مخاطره است که واسطه بهره‌ کلانی دریافت می‌کند.

اگر تعاونی قصد دارد وظیفه‌ی تامین وام را بر عهده بگیرد، ناگزیر درگیر رقابت با واسطه‌ها خواهد شد. این وضعیت متضاد بالقوه، یکی از موضوع‌های اصلی مورد بحث در فصل سوم خواهد بود. در این مرحله فعلاً بحث را در همین جا رها می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم که لازم است تسهیلات اعتباری تعاونی‌های ماهی‌گیری با وضعیت هماهنگی داشته باشد و از انعطاف لازم برای رویارویی با فشارهای خارج از کنترل اعضای ماهی‌گیری برخوردار باشد.

چهار منبع اصلی توان مالی برای وام‌های تعاونی وجود دارد که عبارتند از: بانک‌های تعاونی، بانک‌های خصوصی، تجارت خصوصی و دولت. بانک‌های تعاونی، اعتبارات مالی را از سایر بخش‌های جنبش تعاونی در داخل (یا خارج) کشور به تعاونی‌های ماهی‌گیری منتقل می‌کنند. لازمه‌ی تحقق این امر، وجود یک جنبش تعاونی با پشتیبانی مالی نیرومند و متعهد در کشور، با ساختار سازمانی دو یا سه مرحله‌ای است.

بانک‌های خصوصی نیز به تعاونی‌های ماهی‌گیری وام می‌دهند؛ در حالی که همین بانک‌ها از پرداخت مستقیم وام به افراد خودداری کنند. چون این کار، احتمالاً یک توافق و برنامه‌ریزی مستقیم و بدون واسطه است، تعاونی به عنوان ضامن وام‌ها عمل خواهد کرد. واضح است که تعاونی باید از لحاظ مالی اعتبار لازم برای انجام این کار را داشته باشد.

سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نیز گاهی ممکن است به منظور توسعه تعاونی ماهی‌گیری، وام بپردازند. از جمله مشخص‌ترین نمونه‌های چنین موردی، تعاونی‌های ماهی‌گیران کشور بلیز^{۲۸} هستند که با پشتیبانی تجاری آمریکایی که مایل بودند خرچنگ‌های با کیفیت بالا را از بلیز صادر کنند، توسعه یافتند. آن‌ها از پرداخت مستقیم وام به صیادان منع شده بودند، زیرا تعاونی‌ها تنها مرجع مجاز صادر کردن خرچنگ بودند.^{۲۹}

به هر حال، مهم‌ترین منبع مالی، دست کم در آغاز کار، دولت است که مایل است از جنبش تعاونی به عنوان مجرای برای مصرف بودجه‌های توسعه استفاده کند که از طریق خود دولت یا کارگزاری‌های بین‌المللی^{۳۰} تامین می‌شود. در حالی که وام‌ها و مساعدت دولت غالباً برای موفقیت مالی یک تعاونی نقش حیاتی ایفا می‌کند، اینها می‌توانند عاملی برای از میان بردن آن نیز باشند. اعتبار دولتی غالباً یک هدیه تمام و کمال تلقی می‌شود؛ وام‌ها بازپرداخت نمی‌شوند و تجهیزات خریداری شده بدون توجه به وضعیت آن‌ها در آینده مورد استفاده قرار می‌گیرند. اعتبار بیش از اندازه و سهل‌الوصول باعث وابستگی و عدم ابتکار صیادان می‌شود که به جای واسطه‌ها از تعاونی یا دولت وام دریافت می‌کنند. اعتبار و کمک دولت، موضوع بسیار حساسی است که در بخش‌های بعدی کتاب مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲- پس انداز

²⁸ . Belize

²⁹ . Ginson, 1977

³⁰ . international agencies

پس انداز نیز نوعی اعتبار درونی به شمار می آید و در ضمن نشانگر میزان حمایت اعضا از تعاونی است. پس انداز را باید در سطح سازمانی و فردی تقویت کرد. در سطح سازمانی، پس انداز ممکن است از سهام سرمایه تعاونی به دست آید. هر عضو تازه وارد برای دستیابی به عضویت کامل باید دست کم سهام را خریدار کند. برای مثال در بنگلادش، اعضا غالباً فقط زمانی سهام کامل را می خرند که بخواهند وام دریافت کنند.

فعالیت های مختلف به ویژه عرضه سوخت و قطعات یدکی نیز درآمدزا هستند و درصدی از این درآمد خالص را می توان به عنوان بخشی از دارایی های تعاونی کنار گذاشت (البته در صورت امکان).

در سطح فردی، کانون های صرفه جویی و پس انداز می توانند راه بسیار خوبی برای آغاز تکمیل یک گروه یا صورت ابتدایی تعاونی³¹ باشند. در کشورهای خاص، ماهی گیران به ولخرج و قمارباز بودن معروف اند؛ اما در مواردی که کانون های پس انداز برای ارائه چنین خدماتی شروع به کار کرده اند، معلوم شده است که ماهی گیران نیز به اندازه هر گروه دیگری صرفه جو هستند. اگر قرار است که ماهی گیران در جامعه خود پس انداز کنند، باید احساس کنند که پول آن ها در جای امنی است، سود آن را دریافت می کنند و هر زمان که بخواهند می توانند به آن دسترسی پیدا کنند. خطر هنگامی رخ می دهد که بسیاری از ماهی گیران در اثر عدم رضایت، تصمیم بگیرند پس اندازها و سهام خود را یک جا پس بگیرند. در این صورت، ورشکستگی مالی پدید خواهد آمد. به هر حال، کانون های پس انداز به عنوان بخشی از یک روند آموزش کلی نشان می دهند که اصول تعاونی چگونه عمل می کند، بدون اینکه در آغاز کار، از لحاظ اجتماعی و اقتصادی خطر چندانی متوجه ماهی گیران باشد.

۳- بیمه

ماهی گیری حرفه مخاطره آمیزی است و شاید به همین دلیل باشد که ماهی گیران به قمارباز بودن شهره اند. قایق، تور، تجهیزات، صید، جان و معاش آن ها ممکن است همگی در اثر تصادف از بین برود. هنگامی که مساله وام

³¹ . pre-cooperatives

در میان است، اگر قایق یک ماهی گیر از دست برود، حتی بازپرداخت وام نیز ممکن است برای او غیر ممکن باشد. اگر وام‌ها از طریق تعاونی‌ها اعطا شده باشد، تسهیلات بیمه، از طریق نوعی بیمه دوجانبه در مرحله دوم یا سوم جنس تعاونی و یا از طریق بیمه تجارتي باید در دسترس قرار گیرد تا زیان‌ها قابل جبران باشند.

بیمه برای خسارت‌های توره و تجهیزات مساله‌ساز است، زیرا اثبات خسارت مشکل است. این‌گونه وسایل به سرعت مستهلک می‌شوند و راهی وجود ندارد تا بتوان خسارت وسایل را در هنگام بروز حادثه به طور دقیق مشخص کرد. به همین ترتیب، خسارت‌های صید نیز به سختی قابل ارزیابی است، زیرا هم کمیت و کیفیت را فقط می‌توان تخمین زد. حق بیمه این اقلام بالاست و اغلب تامین نمی‌شود. به هر حال، در کشورهایی مانند ژاپن و کره، سازمان‌های شیلات سطح بالا چنین حق بیمه‌ای را می‌پردازند.

اگر قرار است یک تعاونی مساله ارائه خدمات بیمه را مورد توجه قرار دهد، بیمه در مقابل خسارت‌های جانی و درآمد حائز بیشترین اهمیت است. در صورت مرگ یک ماهی گیر، بیمه عمر برای خانواده او یک درآمد همیشگی تامین خواهد کرد و در صورتی که آسیب ببیند، بیمه سوانح خسارت و هرگونه پرداخت دیگری، آشکارا ارزش جان و سطح درآمد در هر کشور معین را باز می‌تاباند.

بیمه خدمتی است که یک تعاونی می‌تواند به عنوان راهی برای کاهش مخاطرات این پیشه به ماهی گیر پرداخت کند. این کارکردی است که به ساختار رضایت‌بخش یک تعاونی بستگی دارد؛ بنابراین کارکردی است که ممکن است در مراحل بعدی جنبش تعاونی قابل اجرا باشد. کشورهایی نظیر هند، ژاپن، کره، پاکستان، مصر و مکزیک اشکالی از بیمه تعاونی را به ماهی گیران عرضه می‌کنند.

۴- عرضه و خدمات

اگر یکی از اهداف تعاونی ماهی گیری، افزایش درآمد و کارایی تولید اعضا باشد، یکی از راه‌های نیل به این هدف، اطمینان یافتن از این است که همواره نهاده‌هایی با کیفیت خوب و با قیمت مناسب در دسترس

ماهی گیران قرار خواهد داشت. در بیشتر نظام‌های ماهی‌گیری دستی مجزا^{۳۲} (و حتی در نظام‌های غیر مجزا)، ماهی گیران به علت مشکلاتی از قبیل تمام شدن سوخت، کمبود سوخت، خرابی موتور و تعمیر ضروری تورها، قادر به عزیمت برای صید ماهی نیستند. حتی هنگامی هم که تمامی این موارد در دسترس است و آن‌ها موفق به صید ماهی شده‌اند، کیفیت و در نتیجه قیمت ماهی به علت کمبود یخ و نبودن جعبه‌های حمل ماهی تنزل می‌یابد.

در این زمینه تعاونی می‌تواند خدمات ارزنده غیر رقابتی ارائه دهد که به همه اعضا به طور یکسان کمک می‌کند، این خدمات در فعالیت اصلی تولید دخل و تصرفی ندارند اما کارآیی آن را افزایش می‌دهد و از میزان ضایعات می‌کاهند. تعاونی می‌تواند خدمات ضروری پشتیبانی در خشکی را که صیادان اغلب فرصت انجام آن‌ها را ندارند، ارائه دهد.

فهرستی از نهاده‌های مختلف مورد نیاز ماهی‌گیری در جدول شماره ۱ آمده است. ذخیره‌سازی مفیدترین تجهیزات و قطعات یدکی و تامین منظم آن‌ها امری است که باید مورد توجه کافی قرار گیرد. اگر قرار است که در این فعالیت اقتصادی ضرری وجود نداشته باشد و باری بر دوش تعاونی نباشد مدیریت فروشگاه‌های تعاونی دارای اهمیت است. در آغاز کار می‌توان یک کانون خرید عمده سازمان‌دهی کرد که برای پرهیز از انبار کردن بیش از نیاز کالاها، اجناس مورد نیاز را به طور منظم بر اساس سفارش‌های اعضا خریداری کند.

فروش سوخت و یخ، دو منبع احتمالی کسب درآمد هستند زیرا این دو، نهاده‌هایی هستند که ماهی گیران هر روز به آن نیاز دارند. سوخت را می‌توان به صورت عمده خریداری کرد و با یک سود جزیی به اعضا فروخت. در مورد فروش یخ، تعاونی می‌تواند یک کارخانه یخ‌سازی متناسب آب نیازهای خود خریداری کند و یخ را در محل تولید و به فروش برساند. در کلیه فعالیت‌هایی که مشتمل بر خرید و فروش مجدد کالاهاست، لازم

³² . isolated

است که اعضا و مدیریت تعاونی روند کار را به دقت کنترل کنند تا احتمال زیان و خسارت به حداقل ممکن کاهش یابد.

بخش دیگری که تعاونی‌ها می‌توانند به کارآیی ماهی‌گیری کمک کنند، ایجاد کارخانه‌های قایق‌سازی و تسهیلاتی تعمیراتی برای قایق‌ها و موتورهاست. در این مورد نیز مانند سایر نهاده‌ها و خدمات، تسهیلات ارائه شده باید متناسب با نیازهای کنونی و قایق‌پیش‌بینی در آینده باشد. این اطلاعات فقط با انجام یک بررسی تفصیلی به دست می‌آید. سایر فعالیت‌هایی که ممکن است در زمینه ساخت / تعمیر مورد توجه قرار گیرد، برای تورها، ابزار صید و جعبه‌های حمل ماهی انجام می‌شود. به عنوان یک گزینه دیگر، ممکن است یک تعاونی مجزای قایق‌سازی مناسب‌تر باشد که در این صورت این تعاونی می‌تواند با تعاونی ماهی‌گیری همراه و متحد باشد.

۵- حمل و نقل و فرآوری

برخلاف فعالیت‌های عرضه و خدمات که نمونه‌هایی از شکل افقی صنعت شیلات هستند، حمل و نقل و فرآوری آغاز فرآیند شکل عمودی محسوب می‌شوند. حمل و نقل اساساً فعالیتی در جهت حفظ کیفیت و ارزش محصولی است که با گذشت زمان به سرعت فاسد می‌شود. فرآوری روشی برای افزایش ارزش محصول است.

تعاونی می‌توان مجموعه متنوعی از خدمات مربوط به حمل و نقل را ارائه کند که از راه‌اندازی قایق‌های حمل برای بازگرداندن صید در طول روز، تا تأمین تسهیلات تخلیه همراه با باربران، جعبه‌های حمل ماهی، باسکول‌های توزین، آب برای شستشو و کارخانه‌های یخ‌سازی و انبار متغیر است. ماهی‌گیرانی که فقط اشتیاق دارند ماهی‌های کارخانه‌های یخ‌سازی و انبار متغیر است. ماهی‌گیرانی که فقط اشتیاق دارند ماهی‌های خود را در پایان روز تحویل دهند، غالباً از چنین کارهایی غفلت می‌کنند. بدین ترتیب، تعاونی می‌تواند روند انتقال ماهی از صیاد به مرحله بعدی - یعنی فرآوری یا بازاریابی را هماهنگ و یکنواخت کند.

در بخش فراوری، تعاونی می‌توان مجموعه‌ای از تسهیلات گوناگون را ارائه دهد که به نوع ماهی، کمیت و بازار بستگی دارد. طبق سنت، فراوری بخش کاملاً متفاوتی از ماهی‌گیران را در بر می‌گیرد که غالباً زنان و همسران صیادان هستند. چنانچه فراوری یکی از وظایف اجتماع باشد که به طور رضایت‌بخشی انجام می‌شود، شاید بهتر باشد که تعاونی بدان پردازد، و کوشش خود را برای تشکیل یک گروه مستقل از فراوران ماهی صرف کند که در عین حال به ماهی‌گیران وابسته هستند. برای مثال، در ژاپن تعدادی تعاونی صنایع شیلات وجود دارد. اگر هیچ یک از این اشکال به قدر کافی رضایت‌بخش نباشد و اگر ضایعات ماهی قابل توجه باشد، تعاونی می‌توان تسهیلات فراوری را راساً فراهم کند و مشخصاً افرادی را که به فراوری اشتغال دارند، به کار گیرد. در کشور بنین^{۳۳} در سال ۱۹۸۲ هفت تعاونی فراوری ماهی تاسیس شد تا برای بانوان شاغل در این حرفه، کوره‌های دوددهی و خشک‌کن‌های لازم را تهیه کند.

یکی از جنبه‌های حمل و نقل و فراوری، کنترل کیفیت است، تعاونی ممکن است در موقعیتی باشد که بتواند آن را بر عهده گیرد. این کار در مراحل اولیه کار تعاونی انجام شدنی نیست، زیرا عدم پذیرش مداوم ماهی‌هایی با کیفیت پایین، ممکن است باعث روگردانی افراد از تعاونی شود. از سوی دیگر، پذیرش کلیه ماهی‌ها، بدون توجه به کیفیت آن‌ها می‌تواند به تنزل میزان فروش بینجامد. بنابراین، تعاونی باید نقش متعادل‌کننده‌ای بر عهده بگیرد، بدین ترتیب که با خرید تمامی صید ماهی‌گیران عضو تعاونی، از آن‌ها پشتیبانی کند و در عین حال، از تخلیه ماهی‌های غیرقابل فروش خودداری ورزد. برای اینکه ماهی‌گیران بتوانند تولید خود را از لحاظ کیفی بهبود بخشند، یک فرآیند آموزشی، همراه با اشکالی از کنترل قیمت و قدرت عدم پذیرش، مورد نیاز است.

۶- بازاریابی

بازاریابی شاید دومین عمده تعاونی‌ها پس از تامین اعتبار باشد. این دوره هم در چارچوب تعاونی و هم طبق سنت از طریق واسطه‌ها، ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. اگر وامی اعطا شده باشد، بازپرداخت آن صرفاً از

³³ . Benin

طریق کنترل بازار امکان‌پذیر است. از این رو، یک واسطه، صید ماهی یک ماهی‌گیر را «پیش‌خرید» می‌کند، در حالی که تعاونی درصدی از صید را به عنوان اقسام وام و بدهی‌های تعاونی می‌طلبد. راه‌های متعددی برای انجام این کار وجود دارد که مخاطره بیشتر یا کمتری برای تعاونی در پی دارد. کم‌خطرترین راه برای تعاونی ایفای نقش یک کارگزار فروش است که معمولاً از طریق تامین تسهیلات و کارکنان لازم برای مزایده انجام می‌شود. بدین ترتیب، نیروهای عادی بازار قادرند، بسته به میزان تقاضا برای ماهی (تعداد تاجران حاضر) و کمیت و کیفیت ماهی، نقش خود را بازی کنند؛ در حالی که در همان زمان، تعاونی چون پول در اختیار دارد، می‌تواند طلب‌ها و اقسام وام خود را کسر کند.

شق دیگر این است که تعاونی، بلافاصله نرخ ثابتی را در ازای وزن ماهی تخلیه شده در خشکی به ماهی‌گیری پردازد که این نرخ ممکن است دو سوم ارزش آن در بازار باشد. از این مرحله به بعد، تعاونی مسئولیت فروش ماهی را بر عهده می‌گیرد. یک سوم باقیمانده که از فروش در بازار به دست می‌آید (به فرض آن که همه ماهی به فروش برسد)، در حساب تعاونی می‌ماند و پس از کسر هزینه‌ها و بدهی‌ها، مابقی سالی یک یا دو بار به عنوان اضافه پرداخت به صیادان داده می‌شود.

آشکار دیده می‌شود که چارچوب تمهیدات بازاریابی، متغیر است. اگر تاجران تسلط زیادی بر صیادان داشته باشند و یا عضوی از خانواده آن‌ها باشند، ممکن است مخالف شدیدی با برنامه‌های بازاریابی تعاونی بروز کنند. چنانچه بازارهای عمده‌فروشی ماهی در فواصل دوری واقع شده باشند، ممکن است تعاونی مجبور باشد خود را با مسایل حمل و نقل سرد یا انتقال ماهی همراه با یخ، درگیر کند. انجام این کار در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با مشکلات فراوانی می‌روند و هزینه‌های پنهان چنین طرحی به طرز مناسبی منظور نشده‌اند. در هر حال، ممکن است در موقعیت‌های خاصی انجام این کار اجتناب‌ناپذیر باشد.

خرده‌فروشی ماهی کاری است که درگیر شدن در آن به طور کلی به تعاونی‌ها توصیه نمی‌شود، چون این کار مستلزم مهارت‌های متفاوت و هزینه‌های پنهان بیشتری است؛ در حالی که چنین هزینه‌هایی ممکن است تماماً

قابل توجه باشند، برای ماهی گیران که تعاونی در وهله اول توسط آنها شکل گرفته است، همیشه با سادگی قابل درک نیست که چرا افزایش نرخ صد در صد یا بیشتر نرخ ماهی ضروری است و این پول اضافی به کجا می رود. اگر خرده فروشی ماهی ضروری به نظر می رسد ممکن است بهتر باشد یک تعاونی خرده فروشی ماهی تشکیل شود که ارتباط تنگاتنگی با تعاونی های ماهی گیری دارد و توسط آنها تامین می شود.

در مبحث کلی بازاریابی، فعالیت های متعددی وجود دارد که ممکن است مراحل دوم یا سوم سازماندهی تعاونی به بهترین وجه بتواند آن را بر عهده بگیرد. تامین اطلاعات بازاریابی، یکی از این موارد است. در یک سطح ساده، می توان طیف قیمت های ماهی را که در روز قبل به دست آمده است، بین تمامی تعاونی های اولیه اشاعه داد. بدین ترتیب، ماهی گیران از حدود قیمت های قابل پذیرش آگاه می شوند و نوعی کنترل قیمت نیز اعمال می شود. در یک سطح پیچیده تر، تعاونی می تواند از طریق رادیو با ماهی گیران تماس بگیرد و به آنها اطلاع دهد که چه گونه ای را صید کنند؛ در چه مواردی کمبود یا مازاد تولید وجود دارد و چه قیمت هایی پرداخت می شود.

در حالی که یک سوم کار بازاریابی در بخش صادرات متمرکز است و غالباً یکی از مهم ترین جنبه های آن محسوب می شود، تبلیغات یکی دیگر از فعالیت های تخصصی مناسب برای سازمان های سطح بالا به شمار می شود، تبلیغات یکی دیگر از فعالیت های تخصصی مناسب برای سازمان های سطح بالا به شمار می آید. آب های درون مرزی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، دارای گونه های ارزشمند صادراتی از قبیل خرچنگ، میگو و صدف است که می تواند ارزآوری قابل توجهی داشته باشد. مذاکره و سازماندهی لازم برای صادر کردن محصولات منجمد یا فراوری شده ماهی، کاری فراتر از توان تعاونی های اولیه است و در سطح دوم یا سوم به ساده ترین وجه صورت می گیرد. مواردی از چنین فعالیت هایی در بنگلادش، هندوستان، مصر، بلایز و

مکزیک قابل ذکر است. در کشوری نظیر اندونزی، ممکن است که مبادلات بین جزیره‌ای محصولات ماهی، مشکلی از صادرات داخلی باشد که برای اقتصاد داخلی حائز اهمیت است.^{۳۴}

۷- خدمات اجتماعی و خدمات ویژه اجتماعات

کل زمینه خدمات اجتماعی و اجتماعات که تعاونی آن را عرض می‌کند، همگام با روند قدرت‌گیری این نهاد توسعه می‌یابد. تا زمانی که بنیه مالی تعاونی به حد منطقی نرسیده است، نمی‌تواند خود را درگیر این فعالیت کند. مواردی نظیر آموزش و کارآموزی و تامین تسهیلات زیربنایی از قبیل جاده‌ها و غیره، استثنایی بر این قاعده کلی هستند. این دو خدمت به نهادهای منابع بیرونی، نظیر دولت و سازمان‌های سطح بالای تعاونی نیاز دارند.

آموزش و کارآموزی موضوع‌های فنی و تعاونی، حائز اهمیت است. در حالی که کارآموزی ممکن است در زمره خدمات ترویجی دولت باشد، دوره‌های تعاون، مدیریت و حسابداری پایه برای تعاونی اهمیت حیاتی دارند و به آن مکان می‌دهند تا ثبات خود را در دوران‌های سخت حفظ کند و مجموعه کاملاً جدیدی از مهارت‌ها را به اعضای خود بیاموزد. این امر ممکن است توسط دولت یا سازمان‌های سطح بالا صورت پذیرد. در پاره‌ای نقاط جهان، ماهی‌گیران به دلیل آن که جزو محروم‌ترین گروه‌ها هستند، تقریباً همگی بی‌سوادند. نبود سواد پایه، گاهی اوقات علت شکست تعاونی‌ها، مثلاً در آفریقای غربی بوده است و در مواردی که چنین وضعیت حاکم است، برنامه‌های آموزش سواد پایه برای صورت‌های ابتدای تعاونی ضرورت می‌یابد. در صورت نبود یک ساختار تعاونی برای انجام این کار، دولت تنها مرجع این امر مهم خواهد بود.

هنگامی که تعاونی تشکیل شد، تامین مسکن با وام خانه‌سازی برای ماهی‌گیران می‌تواند یکی از مهم‌ترین راه‌های بهبود وضعیت زندگی آن‌ها و نگهداشتن یک جمعیت نیمه مهاجر در یک مکان باشد. واضح است که این اقدام فقط زمانی مناسب است که ماهی‌گیران به طور اتفاقی مهاجرت می‌کنند، در مواردی که مهاجرت

³⁴ . Hamley, (تماس‌های شخصی)

ماهی گیران از الگوهای مهاجرت گونه‌های معینی از ماهی پیروی می‌کنند. تامین مسکن از جمله فعالیت‌های تعاونی‌های ماهی‌گیری است که وسیله بهبود استانداردهای زندگی ماهی‌گیران و خانواده‌های آن‌ها را فراهم می‌آورد، در غیر این صورت مانند ماهی‌گیران هنگ کنک باید روی قایق‌های خود زندگی کنند.

یکی دیگر از خدمات ویژه اجتماعات، که اندازه و گستره اجتماع ماهی‌گیران آن را ایجاب می‌کند، ایجاد یک مرکز کمک‌های اولیه مجهز به داروخانه و خدمات پزشکی است. شاید این گونه خدمات از طریق دولت به نحو بهتری قابل تامین باشند و تعاونی تا زمانی که به اندازه کافی گسترش نیابد و از قدرت لازم برای تضمین موفقیت برخوردار نباشد، باید نسبت به مشارکت در تعداد بسیاری از وظایف پیچیده، محتاطانه عمل کند.

خدماتی نظیر عرضه کالاهای مصرفی را ممکن است بتوان در فروشگاه‌های ماهی‌گیران گنجانند، اما فعالیت‌های تعاونی‌های شیلاتی در زمینه کالاهای مصرفی اغلب مشکلاتی در پی داشته است. ³⁵ دیگری عدم دخالت در این امور را توصیه کرده است. در هر صورت، پیشنهاد شده است که فقط کالاهای فاسد نشدنی در معرض فروش قرار گیرند.

از سوی دیگر، در اکثر موارد اعضای تعاونی که مایل اند اوقات فراغت خود را در کنار همکاران خود بگذرانند و به گفتگوهای غیر رسمی درباره موضوع‌های تعاونی بپردازند از امکانات تفریحی مانند قهوه‌خانه، چایخانه یا باشگاه‌ها استقبال می‌کنند. به همین نحو، مکانی برای نشست‌های رسمی‌تر، جلسات کمیته، جلسات آموزشی، نمایش فیلم و میهمانی‌ها نیز به حیات تعاونی مرکزیت می‌بخشد.

۸- تعاونی‌های چند منظوره

دو نوع تعاونی چندمنظوره وجود دارد که یکی از آن‌ها کارکردهای خاص‌تری دارد. نوع اول یک تعاونی است که بیش از یک وظیفه را در چارچوب صنعت ماهی‌گیری بر عهده می‌گیرد، برای مثال، یک تعاونی ماهی‌گیری

³⁵ Digby, 1973

را که امکاناتی برای وام یا بازاریابی تامین می کند و در عین حال به ساخت قایق و تعمیر موتور نیز می پردازد، می توان یک تعاونی چند منظور به شمار آورد.

در مقایسه یک تعاونی چند منظور وسیع تر می تواند یک مرکز پرورش ماهی را به تعاونی کشاورزی (برنج کاری) موجود اضافه کند تا تولید ماهی در شالیزارهای برنج را افزایش دهد. ممکن است آن تعاونی که خدمات را برای علایق دوگانه گروهی از ماهی گیران / کشاورزان پاره وقت ارائه می کند نیز یک تعاونی چندمنظوره محسوب شود.

به عنوان یک قانون کلی، به ویژه در آغاز کار یک تعاونی مهم است که در یک زمان، فقط یک کارکرد برای تعاونی تعیین شود مگر آن که کارکردهای گوناگون ارتباط روشنی با یکدیگر داشته باشند، برای مثال تأمین اعتبارات و بازاریابی هنگامی که وظایف گوناگونی در یک زمان عهده‌ی تعاونی گذاشته می شود به ویژه زمانی که وظایف مستلزم انواع مختلفی از مهارت‌ها باشند، بروز مشکلات حتمی به نظر می رسد. جایی که مهارت‌ها بسیار متنوعند، پای دو گروه متفاوت از مردم (ولو در داخل یک اجتماع) در میان خواهد بود و در جایی که دو تعاونی مجزا، از لحاظ اقتصادی قادر به فعالیت هستند، نکته قابل بحث این است که بهتر است آن‌ها جداگانه و در عین حال به صورت پیوسته و متحد با یکدیگر به فعالیت خود ادامه دهند. بدین ترتیب می توان یک تعاونی فراوری یا خرده‌فروشی ماهی را به موازات تعاونی تولید ماهی تشکیل داد.

اگر گامی فراتر بگذاریم ترکیب کردن گروه‌های ماهی گیری و کشاورزی در داخل یک تعاونی نیز می تواند به مشکلات متعددی بینجامد. از آنجا که نیازها و انتظارات دو گروه بسیار متفاوت است، این دو ممکن است در نهایت در دو جهت کاملاً مخالف حرکت کنند و مدیریت تعاونی نیز از اتخاذ تصمیم در مورد سمت گیری صحیح عاجز بماند. همان گونه که در بالا گفته شد، اضافه کردن یک مرکز تکثیر و پرورش ماهی به یک تعاونی کشاورزی موجود ممکن است امکان پذیر باشد، اما فقط زمانی که این کار تابع یک فعالیت موفقیت آمیز قبلی باشد.

می‌توان مشاهده کرد که چنانچه تعاونی برای ارائه خدمت و توسعه ماهی‌گیری دستی تاسیس شده باشد، می‌تواند وظایف چندگانه‌ای را بر عهده بگیرد. در هر حال، هر وظیفه‌ای معمولاً مستلزم این خواهد بود که کارکنان بیشتری به خدمت گرفته شوند. در سطح کاملاً ابتدایی، افزون بر انبارداران و حسابداران، به وجود خدمه و باربران برای حمل ماهی، مکانیک برای تعمیر موتور قایق، نجار برای تعمیر قایق و ساختن جعبه ماهی و فراوران برای خشک کردن و دود دادن مازاد تولید ماهی نیاز است. در حالی که هر کارکرد تازه‌ای، توانایی تعاونی را برای افزایش درآمد و مشارکت اجتماع تا حد زیادی اضافه می‌کند، هر یک از آن‌ها نیز بر پیچیدگی کار مدیریت می‌افزایند. مدیریت یکی از زمینه‌های اصلی مساله‌ساز برای تعاونی‌های ماهی‌گیری است، به ویژه برای آن دسته که بیش از حد کوچک، مجزا و جدید هستند. نیاز به یک مدیر قابل اطمینان و کارآمد، در فصل سوم کتاب مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۱۰- رابطه تعاون و سرمایه اجتماعی

غایت هدف تمامی شرکت‌های تعاونی ایجاد همیاری بر روی زمین است.

تعاونی در حیات ۱۶۰ ساله خود نشان داده که قادر است بسیاری از مشکلات و منافع مشترک گروه‌های اجتماعی را از طریق راه‌حل‌های انسانی و به روش‌های دموکراتیک و مشارکتی سازماندهی نماید، به گونه‌ای که این شیوه فعالیت در حال حاضر در سراسر جهان و در حوزه‌های مختلف فعالیت تولیدی و خدماتی گسترش یافته‌اند و دارای اثرات مفیدی در حیات اقتصادی و اجتماعی کشورها هستند. به نمونه‌ای از این موفقیت‌ها اشاره می‌شود.

در سوئد ۶۶ درصد از مراکز مراقبت از کودکان و سالخورده‌گان و مهد کودک‌های غیر دولتی، تعاونی است. در فنلاند ۹۷ درصد تولید لبنیات، ۶۹ درصد تولید گوشت، ۷۹ درصد تولید محصولات کشاورزی، ۴۰ درصد خرده فروشی و مصرف، ۳۸ درصد جنگل‌داری، ۳۳ درصد بانک‌داری، در اختیار تعاونی‌هاست. در هلند ۹۵

درصد تولید گل، ۸۴ درصد شیر، ۶۳ درصد فرایند چغندر قند، ۵۷ درصد تولید میوه و سبزی، در ژاپن ۹۵ درصد تولید برنج و ۷۰ درصد فرآورده‌های ماهی در تعاونی‌ها انجام می‌شود. در سال‌های اخیر سهم تعاونی‌ها در تولید ناخالص داخلی فیلیپین حدود ۱۶ درصد بوده است. تعاونی‌ها در دانمارک ۹۴ درصد تولید فرآوری شده، ۶۶ درصد کشتار دام، ۹۰ درصد پرورش خوک و ۳۷ درصد کالای خوراکی، را در اختیار داشته‌اند. در کره جنوبی ۴۰٪ کشاورزی محلی از طریق تعاونی‌ها بازاریابی گشته و حدود ۶۰ درصد محصولات لبنی در کانادا از طریق تعاونی‌ها به فروش رسیده است.

در سال ۲۰۰۴ گردش مالی ۳۰۰ تعاونی برتر جهان بالا بر هزار میلیارد دلار بوده است. بزرگ‌ترین کارفرما و مراکز خرده‌فروشی سوئیس بزرگ‌ترین تولید شیر در اروپا، بزرگ‌ترین بازار کل در هلند نمونه‌هایی از بازارهای موفق تعاونی در مناطق جهان هستند.

در آمریکا ۴۸ هزار تعاونی در بخش‌های اقتصادی فعالیت دارند و ۱۲۰ میلیون آمریکایی را در عضویت دارند. یعنی هر ۱۰ نفر آمریکایی ۴ نفر عضو تعاونی هستند. ۱۰۰ تعاونی سرآمد این کشور حدود ۱۲۰ میلیارد دلار در سال درآمد دارند. در سال ۲۰۰۲ تعاونی‌های کشاورزی ۲۸ درصد سهم بازار را به خود اختصاص دادند و بیش از نیمی از کابل‌های برق آن کشور توسط تعاونی‌ها کشیده شده و برخی از آن‌ها به بیش از ۲۵ میلیون نفر در ایالت‌های آمریکا برق‌رسانی می‌کنند.

تعاونی‌ها حتی در بخش‌های مالی، اعتباری و بیمه شرکت‌های بزرگی تشکیل داده‌اند. ۸۴ میلیون آمریکایی عضو تعاونی‌های اعتبار هستند. شرکت بیمه‌ی ملی گستر بزرگ‌ترین شرکت تعاونی آمریکا و از نظر بزرگی پنجمین کشور بیمه در آمریکاست. تعاونی‌های اعتبار در ۸۴ کشور جهان بیش از ۴۰ هزار مورد هستند که با ۱۲۳ میلیون نفر عضو به فعالیت مشغولند. تعاونی‌های اعتبار هند ۴۳ درصد اعتبارات بخش کشاورزی را تأمین می‌کنند. ۲۰ درصد پس‌انداز اتحادیه اروپا در اختیار بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی اعتباری تعاونی است. در سوئد

یک تعاونی بیمه به نام «فولک سام» نزدیک به ۴۸ درصد بازار بیمه خانوارها و ۵۰ درصد بیمه‌های گروهی و بیمه تصادفات را از آن خود نموده است.

در برخی از کشورهای آفریقایی جنبش‌های تعاونی دومین کارفرما بعد از دولت می‌باشند. در این منطقه اکثر امور کشاورزی و تولیدی، توسط تعاونی‌ها بازاریابی و فرآوری می‌شود.^{۳۶}

در حوزه ایجاد اشتغال نیز جنبش تعاونی سهم به‌شزایی در اشتغال‌زایی کشورهای مختلف جهان داشته است. در حال حاضر، نزدیک به ۸۰۰ میلیون نفر عضو تعاونی‌ها هستند که حدود ۲۰۰ میلیون شغل را ایجاد نموده‌اند و تنها در فدراسیون روسیه تعاونی‌های مصرف در سال ۱۹۹۸ تعداد ۵۱۱ هزار شغل ایجاد کرده‌اند.

تمایل به تشکیل شرکت‌های تعاونی بزرگ با یکپارچه‌سازی به صورت عمودی و افقی در حال حاضر بسیار رواج یافته است و تعاونی‌های بزرگ سعی می‌کنند با توجه به نوع شرکت‌های تعاونی به صورت عمودی یا افقی فعالیت کنند که از یکپارچگی آن‌ها، شرکت مادر تأسیس می‌شود که به شرکت‌های زیر مجموعه خود در زمینه برنامه‌ریزی، راهبردی، ارائه اطلاعات، منابع تأمین اعتبار، بازاریابی، تأمین مواد اولیه و پشتیبانی خدماتی ارائه می‌دهد. در بخش خصوصی این وظیفه را شرکت‌های هلدینگ انجام می‌دهند.

شبکه‌های تعاونی حتی از سطوح ملی فراتر رفته و در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی گسترش یافته‌اند. اتحادیه بین‌المللی تعاون (ICA) و نیز دفاتر منطقه‌ای آن در آسیا و اقیانوسیه (POAP) اروپا (ROMA) و آفریقا (ROECSA) یا مؤسسات تعاونی در ۱۱۰ کشور در جهان، ۲۲۴ سازمان ملی و ۴ سازمان بین‌المللی همکاری گسترده دارد.

این شبکه گسترده تعاونی‌ها مانند سایر سازمان‌ها و فعالیت‌های داوطلبانه براساس عضویت آزاد و همکاری افرادی است که در آن‌ها شرکت می‌کنند تا به اهداف مشترکی دست یابند. جواهر لعل نهرو زمانی گفته بود که «ایده تعاون بسیار فراتر از آن است که صرفاً راه انجام دادن یک کار اقتصادی کارآمد را نشان دهد، تعاون یک

عمل اقتصادی است، تعاون یک عمل منصفانه است، مساوات می آورد و از رشد نابرابری ها جلوگیری می کند.»
(نقل از محمودی، ۱۳۸۷)

استفاده از سرمایه اجتماعی و تسهیلاتی که شبکه های اعتماد و هنجارها در یک سیستم اجتماعی به وجود می آوردند. مشارکت کنندگان را قادر می سازد تا برای رسیدن به اهداف مشترک با یکدیگر همکاری نمایند. «شبکه های افراد باید به عنوان بخشی از مجموعه بزرگ تر روابط و هنجارهایی که افراد را مجاز می سازد تا اهداف شان را تعقیب کنند و هم چنین موجب پیوستگی جامعه می شوند در نظر گرفته شوند.» (جان فیلد، ۱۳۸۶، ص ۱۰)

از آن جا که انسان ها از مسیر اعتماد قادر به برقراری ارتباط و همکاری با یکدیگر هستند و بدون وجود حداقلی از عنصر اعتماد قادر به جلب هم فکری و مشارکت نخواهد بود و بدون همکاری دیگران در عرصه های زندگی فردی و اجتماعی کاری از پیش نخواهند برد، بر این اساس اعتماد، مهم ترین انگیزه ای است که افراد را به داشتن ارتباطات دوسویه و همکاری گروهی تشویق می کند.

اعتماد احساسی مثبت و انگیزه ای مؤثر برای ارتباط با دیگر انسان ها ایجاد می کند که منجر به همکاری و تعاون آن ها برای حل مشکلات فردی و اجتماعی زندگی می شود.

گروهی که اعضای آن برای هدفی مشترک بسیج می شوند و بی وقفه سعی در حفظ آن داشته باشند دارای سرمایه اجتماعی به معنای اقتصادی کلمه خواهند بود. به گفته کلمن سرمایه اجتماعی «چیزی نیست جز قابلیت مردم برای همکاری، چه به عنوان یک گروه یا بخشی از یک سازمان، برای اجرای پروژه هایی که نفع مشترک را در بردارند.» گروهی که اعضایش از هر نظر نسبت به یکدیگر اعتماد دارند، قادر خواهند بود بسیار بیش تر از گروهی دیگر که در آن اعتماد نیست کار انجام دهند. صحت این گفته را می توان در جامعه زراعی مشاهده کرد که در آن مردم یکدیگر را یاری می دهند، اسباب و ابزار به یکدیگر قرض می دهند و در نتیجه موفق تر از

جامعه‌ای هستند که مردمانش یکدیگر را با سوءظن می‌نگردند و هر کسی اهداف خودش را دنبال می‌کند.
(مرنیسی، ۲۰۰۸)

آن‌ها که میل به فواید مبادله در بازار دارند، به درستی خواهان برقراری فضایی هستند که بتوان در آن اعتماد ورزید. در غیاب چنین فضایی، مبادله‌ای انجام نمی‌شود یا فقط وقتی انجام می‌شود که هر یک از طرفین مبادله منابعی گران‌بها را برای مصون ماندن در برابر ریسک‌های مبادله صرف کنند. به زبان اقتصاددانان هزینه‌های فرصت^{۳۷} و معاملاتی^{۳۸} در شرایط فقدان اعتماد بسیار زیاد است. فضای اعتماد هنگامی به وجود می‌آید که اشخاص از همدیگر انتظار داشته باشند قواعدی مشخص و معین را در معاملاتی که با هم دارند، رعایت کنند. نظام انتظارات متقابل به منزله کالایی همگانی است (ادوارد مک کلنن، ۱۳۸۴).

عناصر شبکه اجتماعی، اعتماد و ارزش‌ها و هنجارهای مشترک نسبت به هم حالت فزاینده دارند و ارتباط و اعتماد بین مردم در بستر شبکه‌ها به وجود می‌آید و تقویت می‌شود. شبکه‌ها موقعیت‌ها و زمینه‌هایی هستند که هسته‌های اعتماد در آن‌ها تقویت می‌شود و شعاع آن گسترش می‌یابد و متقابلاً وجود اعتماد اولیه موجب ایجاد و تقویت شبکه‌های اجتماعی می‌شود. هر چه سطح اعتماد بالاتر باشد شبکه‌ها استوارتر و قوی‌تر هستند و به میزانی که روابط درون شبکه‌ها منسجم‌تر و ارزش‌های مشترک عمیق‌تر باشد سطح اعتماد درون شبکه‌ها بالاتر می‌رود.

بنابراین در بحث سرمایه اجتماعی شبکه‌های اجتماعی ثروتی ارزشمند هستند و پایه‌ای برای انسجام اجتماعی و تقویت اعتماد و اطمینان فراهم می‌سازد و افراد را قادر می‌سازند تا با هم برای کسب منفعت و رفع مشکلات زندگی همکاری نمایند. «ویژگی‌هایی از سازمان اجتماعی چون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌توانند کارایی جامعه را از طریق تسهیل کنش‌های تعاونی بهبود دهند.» (پاتنام، ۱۹۹۳. نقل از فیلد، ۱۲)

شبکه روابط هم چنین نقش اساسی در توسعه بنگاه‌ها و بازارهای متوسط ایفا می‌کنند. شرکت‌هایی که روابط شخصی‌شان را با بانک‌ها توسعه می‌دهند، سطح بالاتری از منابع مالی دریافت می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی حتی نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیم‌گیری برای شرکت‌های سودآور بازی می‌کنند. بررسی پیرامون نظر سامایه‌گذاری‌ها آشکار کرد که بیش‌تر سرمایه‌گذاری‌های فردی و مؤسسات سرمایه‌گذاری بر اساس اطلاعاتی که از دوستان یا انجمن‌های تجاری می‌گیرند، اتخاذ می‌شود. (بانک جهانی، ۲۰۰۸)

تعاونی‌ها نوعی از شبکه‌های اقتصادی و اجتماعی هستند که با همکاری داوطلبانه عده‌ای از افراد و براساس وجود اعتماد بین آن‌ها، برای ارتقای سطح رفاه زندگی اعضا تأسیس می‌شوند. تعاونی‌ها از این قابلیت برخوردارند که در جوامع گوناگون، بستر فرهنگی مناسبی را برای فعالیت‌های جمعی فراهم نموده‌اند تا مردم و گروه‌های اجتماعی به کمک روش‌های تعاونی گونه در جهت حل مشکلات و دستیابی به اهدافی که به نهایه قادر به رفع آن‌ها نیستند، سازمان یابند.

«منطق تعاون بسیار ساده است، کسانی که از خدمات تعاونی استفاده می‌نمایند صاحبان تعاونی هستند و تعاونی باید در رفع نیازهای استفاده‌کنندگان یاد شده حرکت کند. معنی این سخن آن است که می‌بایست تعاونی با اعضای خود در تماس بوده، از آن‌ها چیز یاد بگیرد. طبعاً این کار از راهی جز مشارکت و دموکراسی امکان‌پذیر نیست.» (دانشگاه ساسکاچون کانادا، ۱۹۹۵، ص ۱۱)

تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد تعاونی‌ها بهترین سازمان‌هایی هستند که موفق شده‌اند اسباب تجمع نیروهای پراکنده و متفرق و در عین حال با استعداد و دارای انگیزه را فراهم سازند.

کشورهای در حال توسعه نیز در دهه‌های اخیر تعاونی‌ها را مورد توجه قرار داده‌اند و طیف وسیعی از تعاونی‌ها در گرایش‌های متنوع اقتصادی برخی مسئولیت‌های توسعه‌ای را عهده‌دار شده‌اند. زیرا تعاونی‌ها شبکه‌هایی از اعتماد به وجود می‌آورد که افراد را قادر به همکاری با یکدیگر می‌سازد. این ظرفیت تعاونی‌ها را به عنوان منابع بالقوه‌ای برای تولید سرمایه اجتماعی مطرح می‌سازد.

در ادبیات نوسازی و توسعه نیز شبکه‌های مشارکت به عنوان حوزه‌های تولید سرمایه اجتماعی بیش‌ترین توجهات را به خود معطوف کرده است. زیرا نظریه‌های توسعه برخلاف دهه‌های گذشته که راه حل توسعه یافتگی را در چارچوب نظریه‌های کلاسیک اقتصاد جستجو می‌کردند به تدریج تکامل یافت و تأکید بر انواع سرمایه مورد نیاز توسعه، از سرمایه فیزیکی و مادی آغاز و به تدریج با طرح سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی کامل‌تر شد.

امروزه اهمیت و نقش تعاونی‌ها در جهان امروز به حدی است که حتی جوزف استیگلیتز^{۳۹} برنده جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۰۰ نقش ویژه‌ای برای تعاونی‌ها در فرآیند جهانی شدن و هدایت آن در جهت استفاده از فرصت‌ها قائل شده است. زیرا با توجه به نقش مهم SMEها^{۴۰} در عرصه اقتصادهای ملی و حضور تعاونی‌ها که عموماً در این گروه‌ها طبقه‌بندی می‌شوند، ضرورت توجه بیش از پیش به تعاونی‌ها روشن می‌شود. وی راز توفیق بسیاری از کشورهای پیشرفته و حتی در حال توسعه را، توجه خاص به این بنگاه‌های کوچک و متوسط در فرآیند جهانی شدن و عرصه رقابت جهانی می‌داند. (محمودی، ۱۳۸۷)

در دهه‌های گذشته عمده تأکیدات بر رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه از طریق کاربست راهکارهای اقتصادی مانند سرمایه‌گذاری، پس‌انداز و افزایش تقاضا قرار داشت و حتی گزارش‌های اولیه سازمان ملل عمده تأکیدات خود را بر سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی قرار داده بود. اما امروزه برای تحقق برنامه‌های توسعه ضرورت مشارکت عامه مردم و توزیع برابر درآمدها مورد تأکید قرار گرفت تا جایی که در اجماع پساواشنگتنی، اقتصاددانان به تعریف نسبتاً جامعی از توسعه رسیدند: «توسعه پایدار، مساوات طلبانه و دموکراتیک» و امروزه تأکیدات توسعه هم بر ابزار و هم بر اهداف و هم بر فرآیندهای توسعه استوار است.

(استیگلیتز، ۱۹۹۸، نقل از محمودی، ۱۳۷۸)

1- j. Stiglitz
2- Small and medium size enterprises (SMEs)

بدیهی است برای تحقق توسعه با چنین توصیفی، ابزارهای گوناگونی لازم است حضور گسترده مردم در صحنه‌های اقتصادی و اجتماعی و مشارکت عمومی از طریق ایجاد و توسعه شبکه‌های اعتمادساز از مهم‌ترین سازوکارهای تحقق هدف مزبور به شمار می‌رود.

سرمایه اجتماعی به کمک مفاهیمی چون اعتماد و شبکه‌های تعاملی می‌تواند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی گروه‌ها را در دستیابی به اهداف خود بهبود بخشد. نقش چشمگیر سرمایه اجتماعی و نحوه حضور آن در زندگی کنشگران اجتماعی، راه حل مشکلات اجتماعی تلقی می‌شود. سرمایه اجتماعی می‌تواند از سوی گروه‌های مختلف به عنوان منبعی برای دستیابی به آرمان‌ها و اهداف به کار گرفته شود.

انسان‌ها با تشکیل گروه‌ها و اجتماعات یا عضویت در نهادهای مختلف اقتصادی و اجتماعی توانمندی‌ها و تخصص‌های خود را با یکدیگر مبادله و کارایی و کارآمدی تلاش‌های خویش را افزایش دهند. این نهادها نیز برای اعضا کارکردهای مثبت دربردارند و نهادهای کارآمد سرمایه اجتماعی کنشگران آن‌ها محسوب می‌شوند و این سرمایه موجب کاهش هزینه‌ها و تسهیل انجام برخی کنش‌ها می‌شود و منابع سودمند اقتصادی و اجتماعی برای اعضا مهیا می‌کند.

بر این اساس، سرمایه اجتماعی به تدریج به عنصر حیاتی توسعه اقتصادی در سرتاسر جهان تبدیل می‌شود. ده‌ها پژوهش توسعه روستایی نشان می‌دهد که برای رشد اقتصادی شبکه نیرومند انجمن‌های مردمی محلی به اندازه سرمایه‌گذاری فیزیکی، تکنولوژی، یا دستیابی به قیمت‌های مناسب اهمیت دارد. الینور آستروم دانشمند علوم سیاسی در این باره تحقیق کرده است که چرا برخی از همکاری‌ها برای کنترل منابع مشترک از قبیل چراگاه‌ها و منابع آب موفق بوده ولی برخی دیگر ناکام مانده است. در این زمینه منابع موجود سرمایه اجتماعی نقش مهمی ایفا می‌کنند. برعکس دخالت‌های دولت که این زیرساخت اجتماعی را نادیده می‌گیرد یا تضعیف می‌کند، ممکن است پیامدهای نامطلوبی داشته باشد. (پاتنام، ۱۳۸۵)

از آن جایی که سرمایه اجتماعی نقش مؤثری در کاهش هزینه‌های فعالیت‌ها و موفقیت افراد در دستیابی به اهداف خود دارد، ویژگی‌های نهضت تعاون به گونه‌ای است که می‌تواند در رابه با ایجاد بستر مشارکت افراد از طریق شبکه‌های مختلف تعاون نقش نقش با اهمیتی ایفا کند.

در بسیاری از کشورها تعاونی‌ها به دلیل توانایی در ترکیب اعتماد اجتماعی و ارزش‌ها و هنجارهای عمل جمعی در شبکه‌های تعامل، در عرصه‌های عمل اقتصادی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. تعاونی‌ها کمک می‌کنند تا افراد عضو تعاونی‌ها به منابعی چون سرمایه، اشتغال، کسب مهارت، اطلاعات، آموزش، درآمد و انواع حمایت‌های معنوی دست یابند.

تعاونی‌های ماهیگیری جزیره خلیج توایاما^{۴۱} در ژاپن جنبه دیگری از توانایی جوامع در حل مسائل را به نمایش گذاشته‌اند. بعضی از ماهیگیران در مقابله با متغیر بودن میزان صید و سطح بالای مهارت لازم، راه حل سهم شدن در درآمد و اطلاعات و تعلیمات را برگزیدند. یک تعاونی که مرکب از خدمه و ناخدایانی متعلق به ۷ قایق صید میگو است. از زمان تأسیس خود در ۳۵ سال پیش تا کنون فوق‌العاده موفق بوده است. این قایق‌ها در درآمد و هزینه سهم‌اند، تورهای آسیب‌دیده را به طور مشترک تعمیر می‌کنند و اطلاعات ماهیگیری را یک‌جا گرد می‌آورند. اعضای سالخورده‌تر تعاونی مهارت‌ها و تجربیاتی که اندوخته‌اند انتقال می‌دهند و اعضای جوان‌تری که آموزش نیز دیده‌اند روش‌های مبتنی بر فناوری نوین را که در آن‌ها از وسایلی چون سونار^{۴۲} استفاده می‌شود به دیگران می‌آموزند. درآمد تعاونی و عمل یک کاسه کردن هزینه‌ها اجاره می‌دهد که قایق‌های ماهیگیری در نقاطی به صید پردازند که پرخطرترند، ولی میزان صید آن‌ها زیاده‌تر است و سهم شدن در مهارت‌ها و اطلاعات، سود آن‌ها را بالا برده است. (سامائل باولز، ۱۳۸۵)

1- Toyama
2- Sonar

با اندکی تعمیق در اصول و اندیشه‌های تعاون و کارکردهای آن می‌توان دریافت که نهضت تعاون و رشد تعاونی‌ها در شکل‌گیری هر سه نوع سرمایه (سرمایه اقتصادی سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی) می‌تواند نقش اساسی داشته باشند.

تعاونی‌ها که با انسجام سرمایه اقتصادی و انسانی اعضای خود تشکیل می‌شود، موجب دسترسی اعضا به سرمایه اجتماعی بالتری گردیده و به تقویت سرمایه اجتماعی جامعه نیز کمک می‌نمایند. زیرا روابط مبتنی بر اعتماد و علائق افراد و گروه‌ها نسبت به یکدیگر باعث روابط متقابل تعمیم یافته می‌شود و آن را به صورت الگویی فرهنگی ظاهر نموده و روابط صادقانه مبتنی بر تعاون در سطح جامعه توسعه می‌یابد.

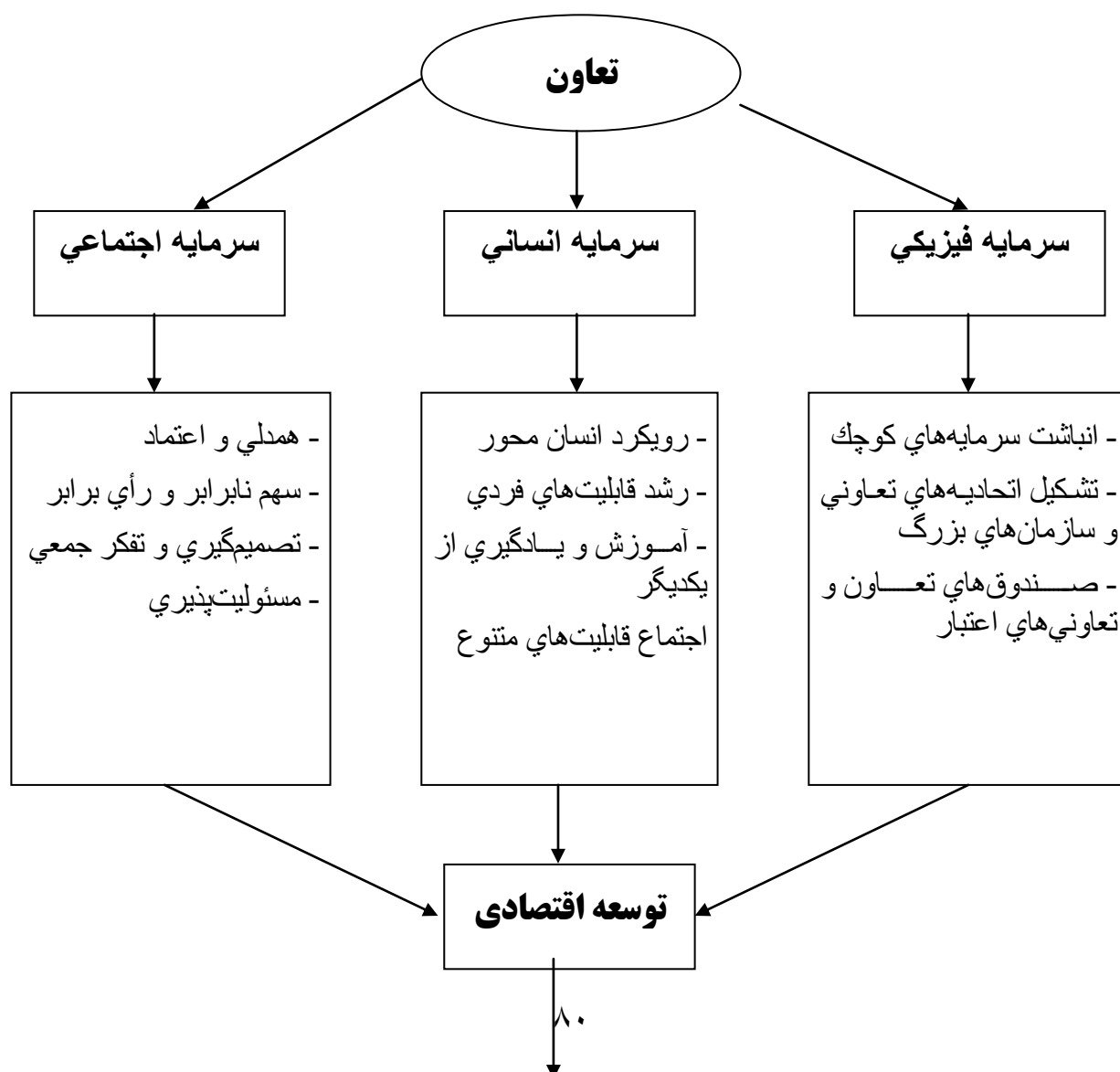
تعاونی‌ها مانند سایر سازمان‌های داوطلبانه بر محور اهداف و نیازهای مشترک تأسیس می‌شوند و نهادهایی هستند که تشکیل و تقویت سرمایه اجتماعی را تسهیل می‌نمایند. زیرا مشارکت در شبکه‌ها جزء اساسی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند و انجمن‌ها با عضویت داوطلبانه افراد و اهداف انعطاف‌پذیر امکان ارتباط افراد با شبکه‌های اجتماعی را فراهم می‌سازد.

تعاونی در صورت کاربرد اصول و ارزش‌های تعاون می‌تواند به عنوان گسترده‌ترین شبکه مشارکت مردمی منبع تولید و تقویت اعتماد عمومی باشند که علاوه بر بهره‌مندی اعضا تعاونی‌ها از مزایای آن نقش مهمی در تولید سرمایه اجتماعی کل جامعه ایفا نمایند. از آنجا که منطق حاکم در اداره تعاونی‌ها منطقی دمکراتیک است، مانند نظام‌های سیاسی مردم‌سالار که همه افراد علی‌رغم تفاوت‌های اقتصادی و اجتماعی از حق رای مساوی برخوردارند، تعاونی‌ها نیز علی‌رغم وجود سهام نامساوی هر عضو دارای یک رأی است. انباشت سرمایه‌های کوچک در شرکت‌ها و اتحادیه‌های تعاونی، تشکیل تعاونی‌های یکپارچه عمودی و افقی، صندوق‌ها و تعاونی‌های اعتبار و مانند آن‌ها از جمله مواردی است که سرمایه لازم را برای شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌کند. از سوی دیگر رویکرد انسان‌محور نهضت تعاون و وجود فرصت‌های آموزش و یادگیری از یکدیگر به واسطه حضور در صحنه فعالیت و اجتماع انسان‌ها، ارتقاء قابلیت‌های فردی اعضای تعاونی را فراهم

می آورد. علاوه بر آن همدلی و اعتماد مبتنی بر ارزش های تعاون و تصمیم گیری و منطق اداره جمعی و از آن مهم تر مسئولیت پذیری اعضا در انجام امور تعاونی عاملی مهم در جهت ایجاد و صیانت از سرمایه اجتماعی است.

بنابراین نقش تعاونی ها در شکل گیری و حفاظت از هر سه نوع سرمایه حائز اهمیت است که در نمودار (۲) به طور خلاصه دیده می شود. (محمودی، ۱۳۸۵).

نمودار (۱) رابطه تعاون در سرمایه اجتماعی در توسعه اقتصادی و تولید اشتغال:



تولید اشتغال

شرکت‌های تعاونی سازمان‌های داوطلبانه هستند که قادرند علاوه بر ارتقا سطح رفاه و کیفیت زندگی اعضای خود، تأثیرات به‌سزایی در توسعه شبکه‌های اقتصادی و اجتماعی در مناطق شهری و روستایی برجای بگذارند زیرا تعاونی‌ها بستر حقوقی، مدیریتی و اجرایی مناسبی را فراهم ساخته‌اند تا اعضای گروه‌های اجتماعی، صنفی، شغلی و اجتماعات منطقه‌ای براساس ضوابط دموکراتیک گرد هم آیند و با بسیج توانمندی‌های انسانی و مالی خود از ظرفیت و قدرت شبکه‌های تعاونی نسبت به ارتقای زندگی خانوادگی و شغلی خود بهره‌برداری نمایند.

کارگردان یک کارخانه سازنده تخته سه‌لایی در ارگون^{۴۳} و واشنگتن مالک مؤسسه خویش هستند. آن‌ها مدیران خود را انتخاب می‌کنند و اعضا را ملزم می‌سازند که بخشی از سهام مؤسسه را به عنوان شرط اشتغال در مؤسسه به مالکیت خود در آورند و نیز سهامداران را ملزم می‌کنند به عنوان شرط مالکیت در مؤسسه کار کنند. به این ترتیب مالکیت سهام و اشتغال دو شرط لازم و ملزوم یکدیگرند. این تعاونی با بنگاه‌هایی که الگوی سازماندهی‌شان متعارف است و سابقه آن‌ها به یک نسل می‌رسد، تاکنون به طور موفق رقابت کرده‌اند و پیروزی آن‌ها تا حدود زیادی مرهون بالا بودن سطح تعهد به کار و نیز مرهون کاهش هزینه‌هایی است که در اثر صرفه‌جویی در نظارت مدیریتی کارگران به دست آورده‌اند. تحلیل‌های اقتصادسنجی نشان می‌دهد که قابلیت تولید عوامل کلی (بازده سرانه کار و سرمایه با هم) در مقایسه با بنگاه‌های مشابهی که سازماندهی‌شان متعارف است به میزان قابل توجهی بیش‌تر است. تعاونی‌ها هنگام روبه‌رو شدن با رکود ادواری تقاضا برای تخته سه‌لایی برخلاف رقبایشان کارگران را اخراج یا معلق نمی‌کنند، بلکه راه حل کاستن از دستمزودها یا ساعات کار را برمی‌گزینند و از این راه ریسک‌های ادواری را در بین همه اعضا سرشکن می‌کنند.

لازم است با دیدگاه آسیب‌شناسی روی دیگر این سکه نیز بررسی شود. گرچه تعاونی‌های موفق معمولاً به عنوان عامل تقویت سرمایه اعضا تعاونی‌ها و گسترش اعتماد عمومی در سطح جامعه مطرح هستند، اما در صورت عدم

ملاحظات لازم از سوی ادارات تعاون و مدیران و اعضا در فرایند تأسیس و اداره تعاونی‌ها ممکن است آن‌ها به عنوان عامل تخریب اعتماد عمومی و کاهش دهنده سرمایه اجتماعی عمل نمایند. تعاونی‌ها معمولاً از سوی افرادی شکل می‌گیرد که دارای شناخت اولیه از یکدیگر بوده و حداقلی از اعتماد بین آن‌ها وجود دارد. زیرا همکاری افراد و بسیج منابع و امکانات زمانی اتفاق می‌افتد که حد مناسبی از اعتماد بین آن‌ها وجود داشته باشد این افراد ممکن است همکاران یک اداره یا بنگاه تولیدی، اعضای یکی از اصناف توزیعی یا خدماتی، دوستان دانشگاهی، اهالی یک روستا و ... باشند که در چارچوب شبکه‌های موجود با یکدیگر ارتباط متقابل داشته و برای دستیابی به اهداف مشترک سازمان جدیدی را به عنوان شرکت تعاونی تأسیس نمایند.

چنانچه این تعاونی‌ها در رسیدن به اهدافی که برای تحقق آن‌ها تأسیس شده‌اند، موفق نباشند یا برخی جریان‌ها سوء مدیریت یا فساد در آن‌ها رسوخ کند و منافع اعضا را نادیده گیرد، نه تنها به تقویت سرمایه اجتماعی کمکی ننموده، بلکه منبع اختلاف و مشاجرات مستمری را ایجاد می‌نمایند که به حداقل‌های اعتماد و ارتباط موجود مابین اعضا نیز آسیب می‌رساند و تعاونی به جای منبع تولید و بسط اعتماد و همبستگی اجتماعی موجب از بین رفتن ارتباطات اعضا و کاهش عمومی خواهند شد. این فرایند تخریبی به عنوان تجربه‌ای ناخوشایند بر عضویت آن‌ها در سایر شبکه‌ها نیز تأثیر منفی گذاشته و موجب تسری روحیه بی‌اعتمادی در سراسر جامعه می‌گردد.

از این رو برای این که تعاونی‌ها نقش خود را به عنوان مولد سرمایه اجتماعی ایفا نمایند، سازوکار ویژه‌ای را برای اداره تعاونی طلب می‌نمایند مانند این که اداره تعاونی به شیوه دموکراتیک عمل نموده، نیز مشارکت اعضا در فرایند تصمیم‌گیری و نظارت داخلی صورت گیرد. این مسائل از عوامل اساسی برای موفقیت تعاونی‌ها هستند تا به عنوان کانون‌های تولید و بسط اعتماد عمومی و مولد سرمایه اجتماعی عمل نمایند. زیرا چنانچه مطرح گردید، براساس بیانیه هویت تعاون که در کنگره اتحادیه بین‌المللی تعاون در سال ۱۹۹۵ به تصویب اعضا رسید، تعاونی‌ها نهادهای مشارکتی محسوب می‌شوند که اعضا در فرایند تأسیس تعاونی، تعیین اهداف، انتخاب مدیران،

تدوین برنامه‌ها، اخذ تصمیمات مهم و حیاتی تعاونی و نظارت بر فرایند اجرایی مشارکت کامل دارند و از فواید این مشارکت نیز بهره‌مند می‌شوند.

در این تعریف ضمن تأکید بر فعالیت اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌ها بر منطق مشارکت و اداره دموکراتیک آن‌ها نیز تأکید شده است. حضور در تعاونی‌ها برای افراد مختلف فرصتی است که ضمن حضور در عرصه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی و رفع نیازهای خود، حس مشارکت و تعیین سرنوشت را نیز تجربه کنند. مشارکت به مفهوم درگیری فعالی اعضا در برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت بر فعالیت‌ها سبب قدرتمند شدن اعضای تعاونی می‌گردد. مشارکت اعضا در تعاونی، قابلیت‌های فردی آن‌ها افزایش داده و با فراهم کردن زمینه فعالیت فارغ از نوع و محدوده تعاونی، فرد را برای ایفای نقش در جامعه آماده می‌سازد. هم‌چنین فضای دموکراتیک حاکم بر تشکل‌های تعاونی، آگاهی و حساسیت او را نسبت به اوضاع جامعه بالا می‌برد.

سطح و استحکام پیوند بین اعضا و ماهیت روابط انسانی آن‌ها در درون شبکه تعاونی و میزان اعتماد درون هر یک از ارکان و مابین ارکان مدیریت تعاونی هم‌چنین ارزش‌ها و هنجارهای مشترک بین اعضا و ارکان تعاونی، تأثیر زیادی بر شکل‌گیری و تقویت سرمایه اجتماعی تعاونی‌ها دارد. بکارگیری شیوه مدیریت مبتنی بر اصول و ارزش‌های تعاونی موجب تقویت اعتماد و تراکم سرمایه اجتماعی تعاونی گردیده و تعاونی را در راه اهداف مشترک و رضایت اعضا کمک می‌نماید.

تعاونی‌ها علاوه بر انسجام و تقویت سرمایه اقتصادی، انسانی و اجتماعی اعضای خود به تقویت سرمایه اجتماعی جامعه نیز کمک می‌نماید. زیرا روابط مبتنی بر اعتماد و علائق افراد گروه‌ها نسبت به یکدیگر باعث روابط متقابل تعمیم یافته می‌شود و آن را به صورت الگویی فرهنگی ظاهر می‌نماید که موجب توسعه و روابط صادقانه مبتنی بر تعاون و همدلی گردد.

هم‌اکنون بخش تعاون در کشور ما دارای جایگاه و اهمیت ویژه‌ای است به طوری که بیش از ۱۰۰ هزار تعاونی تشکیل یافته و حدود ۱۵ میلیون نفر در این تعاونی‌ها عضویت دارند. هم‌اکنون بخش بزرگی از مشکلات کشور

مانند سازماندهی افراد علاقه‌مند به فعالیت‌های اقتصادی، جوانان جویای کار و ساماندهی مشکل مسکن اقشار کم درآمد بر عهده این بخش گذاشته شده است. موفقیت این شبکه گسترده که اکثر گروه‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد در تقویت سرمایه اجتماعی کشور برجسته است و این شبکه عظیم می‌تواند در کنار کارکردهای اقتصادی به عنوان الگویی موفق در تشکیل و توسعه سرمایه اجتماعی، استمرار خود را در حیات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور تضمین نماید.

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

- فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۱-۲- نوع روش پژوهش: این کار یک مطالعه توصیفی می باشد که به روش اسنادی و براساس منابع

موجود رسمی در سازمان شیلات استان مازندران نگاشته شده است. ضمن اینکه از روش

مصاحبه حضوری نیز برای جمع آوری داده ها استفاده شده است.

۲-۳- از آنجا که این کار یک مطالعه توصیفی و یک پژوهش اسنادی است بندهای دیگر

فصل سوم لازم به ذکر نیست.

فصل چهارم: یافته ها و نتایج

پژوهش

- فصل چهارم: یافته ها و نتایج پژوهش:^{۴۴}

در حقیقت صید در سه زمینه ماهیان خاویاری، استخوانی و کیلکا، سکونتگاه‌های متفاوت را ایجاب می‌نماید.

۱- صید ماهیان خاویاری

در مورد صید ماهیان خاویاری با توجه به مسئولیت شرکت شیلات و نواحی صسد و صیادی در سازماندهی گروه‌های صید و اهمیت مسئولیت‌ها، از اهرم جابجایی کارکنان صیدگاه‌ها به عنوان وسیله‌ای جهت تقویت تلاش صید و در مواردی تنبیه و یا تشویق صیادان استفاده می‌شود و به همین دلیل پیوستگی صیادان به زاد و بوم خود و محل زیست خانوار چندان مطرح نمی‌باشد و تعداد افراد غیربومی در ترکیب گروه‌های صید بسیار چشمگیر است.

ضمن آن‌که موقعیت استقرار صیدگاه‌ها در ۲۲ نقطه جغرافیایی مشخص امکان تحرک مکانی فعالیت صید را غیر ممکن می‌سازد و الزاماً صیاد به صیدگاه مراجعه می‌کند و نمی‌توان موقعیت صیدگاه را تغییر داد و وجود این تعداد صیدگاه به صورت سنتی و تاریخی تثبیت شده است.

ترکیب صیادان در صیدگاه‌ها، ترکیبی از افراد بومی و غیر بومی است که افراد غیر بومی از منطقه صیدگاه و به طور کلی سواحل دریای خزر و یا خارج از منطقه صیادی و عموماً از دو ناحیه خلخال و اردبیل می‌باشند.

۲- صید ماهیان استخوانی

هم اکنون تعداد پره یا ماهیان استخوانی ۵۵ صیدگاه است. صید ماهیان استخوانی به صورت منفرد و پراکنده از گذشته‌های دور در تالاب‌های سواحل جنوبی دریای خزر و رودخانه‌های جاری در حوزه آبریز دریا به هنگام مهاجرت این ماهیان انجام می‌گرفت. وسایل صید ابتدایی با استفاده از سد چوبی موسوم به شیل ۳ در رودخانه‌ها و در مواردی استفاده از دام گوشگیر و قایق‌های پارویی در تالاب‌ها بوده است.

^{۴۴} - قابل ذکر است تمام داده های آماری در جداول این فصل از اسناد معتبر موجود در اداره کل شیلات استان مازندران و با کسب مجوز رسمی از مسئولین این اداره کل استخراج شده است و قابل اطمینان است.

روس‌ها با تشکیل شرکت شیلات مختلط ایران و شوروی عمدتاً در پی صید ماهیان غضرفی و استحصال خاویار بودند، هر چند در جوار این فعالیت از صید ماهیان استخوانی نیز غافل نبودند و صید ماهیان کلمه در خلیج گرگان و دیگر ماهیان استخوانی در مرداب انزلی - از جمله سوف - را در نظر داشتند.

شرکت شیلات در این دوران - تا قبل از ملی شدن شیلات - طبق شرایطی اجازه صید را به صیادان محلی به مقاطعه داده و مقاطعه کاران در مرداب و یا در رودخانه‌های اطراف آن به صید ماهی می‌پرداختند با این تفاوت که در صید افراد بومی عمدتاً مصرف محلیو خانواده مطرح بود و در نتیجه پراکندگی صیادان وسیع و تمامی پهنه ساحلی دریای خزر را در بر می‌گرفت. صیادان بومی عمدتاً در گروه‌های کوچک ۲ تا ۵ نفر به صید می‌پرداختند و ارتباط مستقیم بین مکان صید و آبادی محل سکونت آنان برقرار بود و معمولاً فاصله زیادی بین آن‌ها وجود نداشت و حداکثر، فاصله آبادی تا نزدیک‌ترین ساحل دریا بوده است و در مواردی که از قلاب استفاده می‌شده است گروه‌های صیادی کوچک‌تر و تحرک مکانی آن‌ها محدودتر می‌شد.

در صید ماهیان استخوانی توسط مقاطعه کاران که عمدتاً با استفاده از روش‌های مرسوم از قبیل بستن سد چوبی بر رودخانه‌ها و هدایت ماهیان به حوضچه مخصوص و صید آنان در مواقع عبور ماهیان از رودخانه و یا صید پره و یا تورهای گوشگیر انجام می‌شد نیاز به سازماندهی نیروی انسانی فعال در فعالیت صیادی بود. صیادان در این نحوه از مدیریت صید از صیادان بومی و غیر بومی تکلیل می‌شد که در این مورد نیز محدوده جغرافیایی اردبیل - خلخال تأمین کننده بخش اصلی نیروی انسانی و عمدتاً طرف قرارداد و مقاطعه کار شرکت بودند. زمینه اصلی صید شرکت در مرداب انزلی و رودخانه‌های منتهی به دریا در این محدوده و نواحی مجاور در استان گیلان بود ضمن آن که در خلیج گرگان نیز زمینه صید ماهیان استخوانی - بخصوص کلمه - فراهم بود. بدین ترتیب استقرار و سکونت صیادان از زاد و بوم آنان متفاوت و مگر در مورد صیادان بومی و مقیم در منطقه انطباق محل زیست و فعالیت وجود نداشت.

در مورد صیادان مهاجر، زیست بوم اصلی در منطقه خلخال- اردبیل و محل فعالیت به صورت فصلی در منطقه صید بود و طبیعی است که محل استقرار اینان موقت و از کیفیت مناسبی برخوردار نبود. در حالی که در مورد صیادان بومی امکان رفت و آمد بین منطقه صید و آبادی محل استقرار بیش تر و تابعی از بعد مسافت و امکانات ترددی بود و به مرور یا بهبود وضعیت وسایل حمل و نقل و راه‌های دسترسی نسبت بازگشت به محل زیست اصلی در بین صیادان ماهیان استخوانی افزایش یافت.

عامل اصلی در تغییرات زیست‌مکانی صیادان، تحولات بهره‌برداری از منابع آبی دریای خزر است. در اواخر دوره بهره‌برداری از شیلات شمال توسط روس‌ها صید به روش پره در مرداب انزلی برای اولین بار آغاز گردید و پس از واگذاری شیلات به ایران و ملی شدن آن، مدیریت شیلات اقدام به واگذاری بهره‌برداری از ماهیان استخوانی توسط پیمانکاران نمود و به همین منظور با ۸۰ نفر از افراد پیمانکار، بهره‌برداری از سواحل دریای خزر را به روش صید پره به پیمان داد. این افراد نیز با توجه به ماهیت فعالیت صید ماهی باروش پره و نیاز به نیروی انسانی قابل توجه در هر پره برای استقرار و کشیدن تور (قریب به ۸۰ تا ۱۰۰ نفر در هر تور)، اقدام به استخدام این افراد از بین افراد محلی و بومی و مهاجرین ترک (خلخال) نمود.

این گروه‌های صید (۱۱ مورد در سواحل مازندران) و باقی در سواحل استان گیلان مستقر بودند و بسیاری از کارکنان گروه‌های صیادی، از صیادان منطقه گیلان با همکاری صیادان مهاجر ترک تأمین گردیده بودند. بدین ترتیب انتقال صیادان از مکانی به مکان جغرافیایی دیگر شکل گرفت و گروه‌های کاری ترکیبی از افراد بومی و مهاجر گردیدند و در بعضی از گروه‌ها، با توجه به تجربه و سابقه فعالیت، اکثریت اعضا از افراد غیر بومی شکل گرفته بودند. تحول اساسی در صید ماهیان استخوانی با ایجاد تعاونی‌های پره در اوایل دهه ۴۰ صورت گرفت. این تحول با سازماندهی گروه‌های صیادی در تعاونی‌های پره همراه بود و برخلاف گذشته که صید به صورت منفرد یا پیمانکاری، توسط افراد و گروه‌های تحت استخدام مقاطعه‌کاران صورت می‌گرفت. این بار سازماندهی صید توسط اعضای هر تعاونی شکل می‌گرفت.

تعاونی‌ها عمدتاً از صیادان قدیمی و ساکن در محل فعالیت و روستاهای پیرامون و یا صیادان قدیمی مهاجر به منطقه شکل گرفتند. اولین تعاونی‌های در بستر گروه‌های پیمانکاری سابق ۴ شکل گرفتند و براین اساس ۱۱ شرکت تعاونی در حد فاصل چالوس تا آشوراده استقرار یافتند و باقی تعاونی‌ها در محدوده استان گیلان تشکیل یافتند. در مجموع تا قبل از انقلاب اسلامی ۱۸ تعاونی در استان گیلان و ۱۸ تعاونی در استان مازندران به فعالیت اشتغال داشتند. ترکیب صیادان این گروه‌ها نشان می‌دهد که تعداد افراد غیر بومی و مهاجر ترک در منطقه مازندران بیش از منطقه گیلان بوده است. این امر به دلیل انتقال صیادان گیلانی و ترک توسط پیمانکاران سابق از مناطق خارج استان مازندران به این منطقه بوده است.

۳- صید ماهیان کیلکا

در ارتباط با صیادان ماهی کیلکا بحث سکونتگاه و نحوه ارتباط صیاد با محل سکونت خانوار با توجه به نوع و فعالیت کیفیت کاملاً متفاوت است.

عمومیت صید ماهیان کیلکا به اواخر دهه‌ی ۶۰ باز می‌گردد که شرکت شیلات اقدامات اساسی برای رواج این نوع صید نمود. در حال حاضر تعداد ۴۴ تعاونی فعال صید کیلکا شامل ۲۱ صیدگاه در بندر بابلسر و ۲۳ صیدگاه در بندر امیرآباد شکل گرفته‌اند. تعداد روزهای فعالیت با توجه به موقعیت آب و هوایی و مهتابی بودن شب‌ها متفاوت است و در مجموع هر شناور به طور متوسط قریب به ۱۱ ماه در شب فعالیت صید دارد و در این مدت بطور تمام وقت صیادان در عرشه شناورها به سر بردند و در صبح روز صید به اسکله پهلوگیری مراجعت می‌کنند و بعد از تحویل صید به انجام امور شناور و نظافت و آماده‌سازی فعالیت صید نوبت دیگر می‌پردازد.

پهلوگیری عمده شناورها در دو اسکله امیرآباد و مصب رودخانه بابلرود و بابلسر موجب تراکم و تمرکز صیادان در این دو کانون شهری گردیده است و صیادان عمدتاً در مواقع غیر صید در کنار خانواده‌های خود به سر می‌برد. وجود عنصر غیر بومی در ترکیب صیادان دیده می‌شود ولی با توجه به منحصر بودن اسکله‌های پهلوگیری، تقریباً کلیه اعضا محل زیست و سکونت خانوار خود را در مجاورت این دو اسکله قرار داده و در

موارد اعضای غیر بومی و دور از محدوده عملیات شرکت، به صورت مرخصی به محل سکونت خانوار مراجعه می‌کنند.

کمیت اعضای تعاونی‌های کیلکا- قریب به ۸ نفر در هر شناور- و استفاده از کارکنان مزد بگیر انجام عملیات صید را به صورت شیفتی و یک روز در میان در بعضی تعاونی‌ها ممکن می‌سازد.

- جایگاه شیلات در اشتغال مردم مازندران

برای محاسبه میزان اشتغال زایی در بخش شیلات باید به دو بخش مشاغل مستقیم و غیر مستقیم توجه شود. منظور از مشاغل مستقیم همان صید انواع ماهی‌های استخوانی، کیلکا و خاویاری و نیز پرورش ماهیان یا آبزی پروری انواع ماهی‌ها است و منظور از مشاغل غیر مستقیم بازار و کارخانجات تهیه انواع فرآورده‌های ماهی و خوراک دام و طیور و نیز واردات و صادرات مربوط به این بخش است. معمولاً سه حوزه ی صید و صیادی، حوزه ی آبزی پروری و حوزه ی بهبود و کیفیت بازار را باید از هم تفکیک نمود. این سه بخش به تفکیک عبارتند از:

۴- حوزه ی صید و صیادی

۵- حوزه ی آبزی پروری

۶- حوزه ی بهبود و کیفیت بازار

حال به تفکیک به نوع و میزان و چگونگی وضع شاغلین و نوع اشتغال آنها در هر یک از سه حوزه فوق می‌پردازیم. در جداول زیر هر یک از این سه حوزه را بر اساس شهر و منطقه و نیز تعداد کارکنان و شاغلین در آنها تفکیک می‌کنیم.

۱- بخش صید و صیادی:

اصولاً وقتی از صید و صیادی صحبت میشود دقیقاً سه بخش فرعی را باید از هم تشخیص داد و تفکیک نمود. این سه بخش عبارتند از:

الف- بخش تعاونی‌های مربوط به ماهی‌های استخوانی یا پره

ب- بخش تعاونی‌های مربوط به ماهی‌های کیلکا

ج- بخش صید گاههای مربوط به ماهی‌های خاویاری

در این قسمت جداول مربوط به هر یک از سه بخش فوق ارائه می‌شود:

الف- فهرست اسامی شرکتهای تعاونی پره یا ماهی های استخوانی تحت فرمانداری های همان منطقه:

جدول (۱) فهرست اسامی شرکتهای تعاونی پره یا ماهی های استخوانی

ردیف	نام شهرستان	نام شرکت	تعداد شاغلین	تعداد کل شاغلین در سال ۹۰
۱	گلوگاه	آزادگان کردکوی	۶۵	۱۴۱
		شهدای بندرگز	۷۶	
۲	بهشهر	شهید شیرودی رکاوند	۶۷	۸۳۶
		هفده شهریور	۸۱	
		آشوراده	۹۴	
		ترکمن	۸۵	
		طالقانی	۵۱	
		عبدالجلیل	۶۸	
		سیجوال	۷۸	
		کمینه	۱۰۴	
		خواجه نفس	۸۶	
		شهید رجایی امیر حمزه	۵۵ ۶۷	
۳	نکا	شهید حسن زاده	۵۱	۵۱
۴	میاندروود	جهان نمای فرح آباد	۸۴	۳۰۵
		شهید قربانی گهرباران	۶۷	
		گهرباران	۷۳	
		نودرآباد گهرباران	۸۱	
۵	ساری	شهید کارگر	۸۶	۳۲۰

	۸۰	شهید بهشتی قاجارخیل		
	۷۲	آزادگان قاجارخیل		
	۸۲	اسلامی		
۳۸۱	۸۵	آزادی لاریم	جویبار	۶
	۵۷	شهید قریشی لاریم		
	۷۶	شهید کلاهدوز		
	۸۶	کلویر		
	۷۷	شهید مدنی		
۲۵۴	۶۰	کرفون	بابلسر	۷
	۶۵	شهید ماهیگیر		
	۶۰	تالار		
	۶۹	خزر مازندران		
۱۶۳	۸۸	انقلاب	فریدونکنار	۸
	۷۵	شاهد		
۶۱۵	۸۰	علی ابن موسی الرضا	محمود آباد	۹
	۸۳	مطهری		
	۷۴	ساحلدوست		
	۸۲	ولی عصر		
	۸۷	احمدی		
	۷۷	وحدت		
	۷۹	خرم		
	۵۳	محمد رسول الله		
۹۷	۹۷	شهدای گمنام	نور	۱۰
	۴۸	متحد		
۷۵	۴۹	جانباز	نوشهر	۱۱

۷۳	۲۵	شهید خدمتگذار	چالوس	۱۲
	۴۸	شهید قاسمی		
۲۶۳	۵۲	ایثارگران	عباس آباد	۱۳
	۵۷	هجرت		
	۹۲	امیدفردا		
	۲۴	مهاجر		
	۳۸	کرجی بانان		
۱۲۰	۸۶	ظفر	تنکابن	۱۴
	۳۴	شهید رازقی		
۱۴۵	۶۴	اتحاد رامسر	رامسر	۱۵
	۸۱	شهید شیرووردی		
۳۸۳۹	۳۸۳۹	جمع کل		

تعداد کل شاغلین در این بخش ۳۸۳۹ می باشند که نسبت به کل جمعیت فعال استان بسیار ناچیز است.

ب- فهرست اسامی شناورهای صیادی مازندران در بخش ماهی کیلکا در سال ۸۹:

جدول (۲) شناورهای صیادی مازندران در بخش ماهی کیلکا در سال ۸۹

ردیف	نام شهرستان	نام شرکت	تعداد شاغلین	تعداد کل تعداد شاغلین
۱	بابلسر	خزر	۸	۲۴۳
		بازار سر	۸	
		آشور	۷	
		سهند	۷	
		معین	۱۴	
		شهید بریری	۸	
		کاسپین	۱۱	
		غروب زیبا	۱۰	
		طلوع همت	۱۰	

	۱۲	خیبر		
	۱۰	بابلرود		
	۱۰	مارال		
	۱۳	وارش		
	۱۳	سالیگ		
	۱۵	صبحگاهان		
	۱۵	صبح رجا		
	۱۵	تلاجی		
	۱۳	پراخوت		
	۱۲	طلوع زیبا		
	۱۳	افروز		
	۱۰	شیل باران مازند		
۱۹۵	۷	شب خیز	نکا	۲
	۹	ایثار		
	۱۳	حامد		
	۹	زرین شمال		
	۷	صدف		
	۱۴	بابل		
	۱۰	ساحل رود		
	۷	اوران خزر		
	۴	شفق		
	۷	امید بهشهر		
	۹	نعیم		
	۳	نماشون		
	۱۲	یاران		
	۴	خزر		
	۳	سباح		
	۳	تلار		
	۹	امیر کبیر		

	۱۵	جانبازان		
	۱۰	صنعت		
	۱۰	سحرگل		
	۱۰	گلستان		
	۱۰	بوستان		
	۱۰	بهباد		
۴۲۹			جمع	

تعداد کل شاغلین در این بخش ۴۲۹ می باشند که نسبت به کل جمعیت فعال استان بسیار ناچیز است.

ج- مشخصات صید گاههای مربوط به ماهی های خاویاری استان مازندران

جدول (۳) مشخصات صید گاههای مربوط به ماهی های خاویاری

ردیف	نام صید گاه	تعداد قایق	تعداد صیاد
۱	تازه آباد	۱۴	۷۵
۲	امیرآباد	۱۰	۳۰
۳	گهرباران	۸	۲۴
۴	خزرآباد	۶	۲۴
۵	لاریم	۶	۱۸
۶	چپکرو	۶	۱۸
۷	میرو	۶	۱۸
۸	بابلسر	۶	۲۴
۹	فریدونکنار	۳	۹
۱۰	سرخرود	۴	۱۲
۱۱	نویسی	۴	۱۲
۱۲	ایزده	۶	۱۸
۱۳	حسن آباد	۴	۱۲

۱۲	۴	توسکا توک	۱۴
۱۶	۴	خیرود	۱۵
۱۲	۴	چالوس	۱۶
۱۲	۴	نورسر	۱۷
۱۲	۴	۲۲ بهمن	۱۸
۱۲	۴	نشتارود	۱۹
۱۲	۴	تنکابن	۲۰
۱۲	۴	شیرودی	۲۱
۱۲	۴	رامسر	۲۲
۴۰۶	۱۲۴۵	جمع	

تعداد کل شاغلین در این بخش ۴۰۶ می باشند که نسبت به کل جمعیت فعال استان بسیار ناچیز است.

ج- مجموع شاغلین مستقیم در بخش صید و صیادی در حوزه شیلات مازندران

جدول (۴۹) جمع شاغلین در بخش صید و صیادی

ردیف	نام بخش	تعداد شاغلین مستقیم
۱	پره	۳۸۳۹
۲	کیلکا	۴۲۹
۳	خاویار	۴۰۶
	جمع	۴۶۷۵

در هر سه بخش صید پره، کیلکا و خاویاری در مجموع ۴۶۷۵ نفر بطور مستقیم شاغل هستند که در مقایسه با کل جمعیت فعال استان مازندران بسیار ناچیز است.

۲- حوزه آبی پروری در شیلات مازندران

جدول (۵) وضعیت آبرزی پروری در آبهای داخلی به تفکیک شهرستانهای استان در سال ۸۹

ردیف	شیلات منطقه	مزارع گرم آبی	منابع آبی	آبندان	مزارع سرد آبی منفرد	مزارع سرد آبی دو منظوره	ماهی خاویاری و گونه های جدید	ماهیان زینتی
۱	حوزه ی بهشهر	۱۳۹	۰	۳۹	۲	۲	۰	۱
۲	حوزه ی ساری	۴۳۹	۰	۹۸	۱۰	۲۲	۲	۶
۳	حوزه ی قائمشهر	۱۹۷	۲	۱۱۰	۷	۱۶	۰	۶
۴	حوزه ی بابل	۲۴۷	۱	۷۵	۰	۲۰	۰	۳
۵	حوزه ی بابلسر	۹۹	۰	۵۵	۰	۰	۱	۳
۶	حوزه ی آمل	۱۰۹	۲	۹۷	۳۳	۳۲	۰	۳
۷	حوزه ی نوشهر	۰	۱	۰	۱۱	۱۱	۰	۱
۸	حوزه ی تنکابن	۱	۰	۰	۲۳	۲۶	۱	۲

۲۲	۴	۱۲۹	۸۶	۵۶۵	۶	۱۲۳۱	جمع
۲۰۴۳							جمع کل

جدول (۶) جمع شاغلین در بخش آبرزی پروری در حوزه شیلات در مازندران

ردیف	بخش	وضع اشتغال	تعداد
۱	تولید کننده	مستقیم	۴۶۲۷
۲	توزیع کننده	غیر مستقیم	۴۶۲۷
جمع			۹۲۵۴

در مجموع در دو بخش تولید کنندگان و توزیع کنندگان که بطور مستقیم و غیر مستقیم در حوزه آبرزی پروری در شیلات مازندران ۹۲۵۴ نفر مشغول به کار هستند.

۳- حوزه بهبود و کیفیت بازار:

در حوزه ی کار شیلات بخش سومی هم هست که در حقیقت هم به بخش توزیع و هم به بخش های بازار و کیفیت مربوط میشود. در بخشی از این کار کارخانجات و شرکتهای تولید کننده انواع مواد غذایی از فرآورده های ماهی مثل کنسرو ها هستند و بخشی به تولید انواع پودر ماهی و مواد خوراکی ماهی اختصاصی دارند. بخشی از آنها به صادرات و واردات انواع فرآورده های ماهیان مربوط هستند. در جدول زیر توزیع پراکندگی شرکت ها و بازار های محلی رسمس و غیر رسمس در سطح استان را ارائه می کنیم.

جدول (۷) انواع بازارهای عرضه زنده ماهی:

ردیف	جایگاه عرضه	مکان	میزان عرضه	تعداد شاغلین
۱	هاتفی	بین قائمشهر و ساری	۵۰۰تن	
۲	جدید	کیلومتر ۷ قائمشهر	۳۰۰تن	۳
۳	برزو	میدان خزر ساری	۳۰۰تن	۴

۴	۳۰۰ تن	بهشهر	ساداتی	۴
۳	۳۰۰ تن	درزی کلا امل	حسینی	۵
۳	۳۰۰ تن	بین بابل و آمل	حسینی	۶
۳	۳۰۰ تن	بابل	کردی	۷
۳	۳۰۰ تن	محمودآباد	خسروی	۸
۲۳	۲۶۰۰ تن	جمع		

در مجموع بالغ بر ۲۰ نفر بطور مستقیم در این بازارها مشغول به کار هستند.

فصل پنجم: نتیجه گیری و

پیشنهادها

- فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

۱-۵- بحث و بررسی

در حالی که ۹۰ درصد کل ماهی گیران، در ماهی گیری کوچک مقیاس به کار اشتغال دارند و حدود نیمی از صید خوراکی جهان را تامین می کنند، ولی علی رغم گذشت چند دهه از توسعه ملی و بین المللی، توجه چندانی به آن ها معطوف نشده است. در عوض، پیشرفت سرمایه گذاری برای توسعه ماهی گیری صنعتی، مورد تأکید قرار گرفته است. این امر به طور اجتناب ناپذیری به تجمع سرمایه و ماهی گیری بیش از حد منجر شد. روی هم رفته این کار در زمانی که منابع ماهی گیری جهانی به روی یک مسابقه رقابتی باز شدند و سوخت های فسیلی نسبتاً ارزان و سرمایه به طور ناخالص زیر قیمت بودند، چندان غیرمنطقی نمی نمود.

نظام دریایی جدید که حجم منابع ماهی گیری را تحت کنترل حکومت های ساحلی در می آورد، احتمال کاهش اسراف اقتصادی و بهره گیری از ماهی گیری با بهترین سود ممکن در حکومت های ساحلی، افزایش داده است. حتی کشورهای در حال توسعه ای که در رقابت برای ماهی گیری اعماق دریا شرکت نکرده بودند نیز، برنامه ریزی توسعه ماهی گیری ملی خود را که اکنون یک مبنای انحصاری و قطعی پیدا کرده است، تحت روش دریایی جدید آسان تر یافتند. افزایش قیمت سوخت، هزینه زیاد سرمایه وارداتی و فراوانی کارگران بیکار، کشورهای جهان سوم را بر آن داشت تا به ماهی گیری کوچک مقیاس که کارطلب بوده و آشکارا هر سرمایه و سوختی را مصرف می کند، توجه بیشتری معطوف دارند. در همان زمان، دولت ها به طور فزاینده ای نگران اختلاف اجتماعی - اقتصادی بودند و اکنون در نظر دارند اقداماتی برای کمک به ماهی گیران خرده پا که به طور ثابت جز کم درآمدترین گروه ها هستند، انجام دهند.

به هر حال، این تلاش های با حسن نیت را می توان بدون درک کامل عوامل مؤثر در تنزل و سکادی ماهی گیری کوچک مقیاس و پتانسیل موجود برای توسعه بیشتر خنثی کرد و از میان برد. تحقیق حاضر بر آن است تا با

شناسایی تنگناهای حاکم بر ماهی‌گیری و تحلیل تاثیرات مداخله‌های جایگزین در پرتو این تنگناها و فرصت‌های جدید، ماهی‌گیری کوچک مقیاس را به درستی بنگرد. این امر به طور نویدبخشی به پاره‌ای اختیارات در انتخاب برای بهبود شرایط اجتماعی - اقتصادی ماهی‌گیری کوچک مقیاس به حداکثر رساندن کمک همه جانبه آن‌ها به توسعه اجتماعی و اقتصادی منجر شد.

در مورد ماهی‌گیری به طور اعم و ماهی‌گیری کوچک مقیاس به طور اخص، مسائلی وجود دارد که مدیران صیدگاه باید آن‌ها را در نظر بگیرند. یک صیدگاه شامل ماهی‌گیران، مجموعه قایق‌ها و ذخائر ماهی است. ذخائر ماهی، یک منبع قابل تجدید ولی فسادپذیر است، یعنی قابلیت حداکثر بهره‌وری و نیز فساد را داراست که به اقدامات انسان بستگی دارد. از طریق کنترل مناسب شدت و الگوی ماهی‌گیری، هماهنگ کردن مقدار، سن، ساختار و ترکیب گونه‌های منابع، می‌توان بهره‌وری ماهی‌گیری را به حداکثر رساند و در نتیجه، حداکثر صید پایا (MSY) را به دست آورد. ذکر این نکته مهم است که حداکثر صید در سطحی پایین‌تر از حداکثر فعالیت به دست می‌آید. افزایش فعالیت تا نقطه معینی سبب افزایش مناسب صید می‌شود، ولی افزایش بیشتر فعالیت به افزایش هر چه کمتر میزان صید می‌انجامد تا این که به حداکثر بازده پایا (MSY) می‌رسد. فراتر از آن افزایش بیشتر در فعالیت به جای بالا بردن صید از آن می‌کاهد. حتی حداکثر بازده پایا (MSY) نیز به عنوان یک هدف بسیار مهم مدیریت، به علت تغییرپذیری طبیعی و ناشی از صید ذخائر، مبهم و نامشخص است، به علاوه از آن جا که گونه‌های مختلف، در بازار قیمت‌های متفاوتی دارند، ارزش حداکثر را نمی‌توان در صید حداکثر به دست آورد. ولی این امکان وجود دارد که یک صید پایای کمتر، شامل گونه‌های با ارزش‌تر، نسبت به صید بزرگ‌تری که از ماهیان بی‌مصرف تشکیل شده است، ارزش بیشتری به دست آورد.

افزون بر این، از آن جا که برای صید ماهی پول لازم است (سرمایه و نیروی کار)، آن چه اهمیت دارد نه حجم صید است و نه ارزش (ناخالص) آن، بلکه مازاد ارزش صید است که بالاتر از هزینه‌های ماهی‌گیری است. حداکثر مازاد یا حداکثر بازده اقتصادی در سطحی از فعالیت ماهی‌گیری و صید به دست می‌آید که به طور قابل

توجهی زیر سطح لازم برای حداکثر بازده پایا یا حداکثر ارزش صید است. علت آن است که افزایش فعالیت فراتر از یک نقطه، موجب افزایش متقارن کمتری در صید (و ارزش) می‌شود. در حالی که هزینه‌های متناسب با فعالیت افزایش می‌یابند هنگامی که آخرین واحد افزوده شده فعالیت ماهی‌گیری، صیدی به دست می‌آورد که ارزش آن تنها جبران هزینه‌ها را می‌کند (شامل هزینه‌های فعالیت و نیز استهلاک و بازده مناسب سرمایه)، سطح بهینه فعالیت به دست می‌آید و باید از شدت‌گیری بعدی ماهی‌گیری جلوگیری کرد. سطوح بهینه فعالیت، موجب افزایش حداکثر سود یا حداکثر بازده اقتصادی می‌شود که در یک اقتصاد سالم و عادلانه^{۴۵}، معادل حداکثر سود اجتماعی است. در چنین اقتصادی، دنبال کردن هر هدف دیگر، مانند حداکثر پروتئین یا حداکثر اشتغال باعث تخصیص نادرست منابع کمیاب است که هدف مدیریت ماهی‌گیری باید حداکثر بازده اقتصادی یا حتی حداکثر ارزش و موجود جریان بازده‌های اقتصادی بر زندگی در ماهی‌گیری باشد.

به هر حال، بسیاری از کشورهای در حال توسعه (و چند کشور توسعه یافته) با وضع اقتصاد عادلانه با کارکرد خوب فاصله زیادی دارند و به آن نزدیک نمی‌شوند. در صورت وجود ناتوانی‌های شدید بازار (انحصارات، بازارهای سرمایه ناقص، نیروی کار مازاد و غیره) و اختلاف وسیع اجتماعی - اقتصادی اشتغال، به ویژه در ماهی‌گیری کوچک مقیاس با جمعیت بیش از حد که «مدیریت» ناگزیر از کاهش فعالیت است، اشتغال به یک جنبه قابل ملاحظه تبدیل می‌شود و در نتیجه، افراد را بدون وجود جایگزین‌های دیگر بیکار می‌کند. در کشورهایی که فاقد ابزار مؤثر برای توزیع مجدد درآمد هستند، اشتغال در بخش‌های منابع ملی و دسترسی آزاد برای بسیاری، آخرین و تنها وسیله مشارکت در آمد ملی است. اخراج آن‌ها از ماهی‌گیری به معنی انکار سهم معشتی آن‌هاست. تحت شرایط نیروی کار مازاد، حتی اخراج تازه‌وارد نیز به سختی توجیه‌پذیر است. ظاهراً این ملاحظات بیانگر حداکثر اشتغال ماهی‌گیری (و بنابراین حداکثر فعالیت ماهی‌گیری) به عنوان هدف مناسب مدیریت ماهی‌گیری در صورت عدم وجود فرصت‌های اشتغال جایگزین است.

^۱ - عادلانه بر حسب عواملی که لزوماً درآمدزا نیستند. یک توزیع نامتساوی اما قابل قبول از نظر اجتماعی در درآمد، این شرط را تامین می‌کند.

به هر حال، وقتی کسی کاهش صید ناشی از این فعالیت بی‌رویه و نیز وابستگی اشتغال ثانویه (جمع‌آوری فرآوری و فروش) به حجم صید را در نظر می‌گیرد، معلوم می‌شود که هنگامی ماهی‌گیری حداکثر زمینه اشتغال را به وجود می‌آورد که در خود حداکثر بازده پایا (MSY) فعالیت کند نه در حداکثر اشتغال ماهی‌گیری. افزون بر این، اگر زیان اشتغال حاصل از ضریب افزایش را که در پی پراکندگی بخشی از بازده اقتصادی به وجود می‌آید، اضافه کنیم، می‌توانیم نتیجه بگیریم که حداکثر اشتغال بیشتر به سمت چپ یعنی بین حداکثر بازده پایا (MSY) و حداکثر بازده اقتصادی (MEY) متمایل است.

با این حال در جایی که ماهی‌گیری یک روش زندگی و منبع گذران زندگی شده است، هزینه‌های فیزیکی و اجتماعی ناشی از تغییر حرفه و تعیین محل مجدد می‌تواند زیاد باشد که به اسم حداکثر اشتغال همه جانبه نادیده گرفته می‌شود. با در نظر گرفتن این مساله و دیگر مسائل اجتماعی - اقتصادی مربوطه، به مفهوم حداکثر بازده اجتماعی (MSY) می‌رسیم که می‌تواند به عنوان بهترین میزان بهره‌برداری از یک ماهی‌گیری تحت شرایط اجتماعی - اقتصادی حاکم، تعریف شود. این شرایط به عنوان ضریب محسوب نمی‌شوند، بلکه تابع تغییر در درازمدت هستند. بنابراین، برخلاف حداکثر بازده اقتصادی (MEY) و حداکثر بازده پایا (MSY) و حداکثر بازده پایای اجتماعی (MScY) با یک سطح ثابت فعالیت مطابقت ندارد. در یک ماهی‌گیری قابل دسترس با جمعیت بیش از حداکثر بازده پایای اجتماعی، از موقعیت حاکم، برای شروع چندان دور نیست ولی به طرز پیش‌رونده‌ای به طرف حداکثر بازده اقتصادی (MEY) به عنوان بهبود شرایط اقتصادی - اجتماعی حرکت می‌کند (وقتی منابع اضافی تخصیص یافت، اشتغال جایگزین ایجاد شد و تحرک افزایش یافت). وقتی اقتصاد همه جانبه به یک روش کارآمد و متساوی فعالیت می‌کند، حداکثر بازده پایای اجتماعی (MScY) و حداکثر بازده اقتصادی (MEY) بر هم منطبق می‌شوند.

برای ارزیابی وضعیت حاکم و رایج یک ماهی‌گیری کوچک مقیاس خاص و طرح‌ریزی دخالت‌های مدیریتی و توسعه مناسب برای کسب حداکثر بازده پایای اجتماعی (MScY)، ابتدا لازم است تنگناهای حاکم بر آن را

مد نظر قرار دهیم. اگرچه هر یک با درجات مختلفی از آن رو به رو هستند، ولی ماهی‌گیری کوچک مقیاس با تنگنای گوناگونی مواجهند که عبارتند از: واحدهای ماهی‌گیری کوچک، پراکنده و سیال، مناطق مجزا و تنها و دور، منابع قابل دسترسی محدود، تکنولوژی چند ابزاری، صید چند نوعی، تضاد با ماهی‌گیری بزرگ مقیاس، تحرک محدود و فقدان فرصت‌های اشتغال جایگزین. وضعیت دسترسی به منابع ساحلی، توضیحی برای این مساله عجیب است (در ماهی‌گیری جهان رایج است) که نه ماهی‌گیران و نه جامعه، یک ارزش خالص از منابع با ارزش استخراج نمی‌کنند. به ندرت می‌توان در ماهی‌گیری قابل دسترسی ماهی‌گیری را یافت که درآمدش بیش از هزینه‌های فرصت باشد (یعنی آنچه می‌تواند در اشتغال جایگزین به دست آورد). اگر بعضی‌ها چنین کاری (کارهایی غیر از ماهی‌گیری) می‌کنند، این کارچندان به دراز نمی‌کشد، سود بیش از حد، افراد تازه واردی را جلب می‌کند که از طریق رقابت، آن‌ها را از صحنه خارج می‌کنند. موانع سنتی برای ورود، مانند حقوق مالکیت مرسوم، که تحت فشار جمعیت از بین رفت، معرفی و طرح تکنولوژی‌های کارآمدتر از سوی خارجیان و تعمیم دسترسی آزاد، مهارت‌های بسیار تخصصی و فقدان اشتغال جایگزین، علت اندک بودن هزینه‌های فرصت و در نتیجه، کمی درآمد ماهی‌گیران خرده‌پاست. تحرک محدود جغرافیایی و حرفه‌ای (که خود نتیجه یک سلسله عوامل اجتماعی و فرهنگی است)، توجهی برای رویارویی مکرر ماهی‌گیران پیشه‌ور با درآمد کمتر از هزینه‌های فرصتشان است. دوری، پراکندگی و سیال بودن واحدهای ماهی‌گیری، ناهماهنگی تکنولوژی به کار رفته و فراوانی گونه‌های بهره‌برداری شده، تلاش‌های دولت برای اداره و ارتقای ماهی‌گیری پیشه‌وری را دشوار می‌سازد.

در پرتو این تنگناها و تنظیم بودجه حکومت و محدودیت‌های اداری، دخالت‌های حکومت باید محدود به بهبود و کنترل محیط و شرایط حاکم بر فعالیت ماهی‌گیری کوچک مقیاس، باشد و به طور مستقیم در فعالیت‌های ماهی‌گیری دخالت نکند. تخصیص منابع ماهی‌گیری بیشتر به ماهی‌گیران ساحلی، بهبود زیربنایها (از جمله بازاریابی) و تشویق خود تنظیمی، از ارائه کمک مالی برای موتوری کردن قایق‌ها و استفاده از سوخت یا تلاش

برای کنترل فعالیت از طریق سهمیه صید، آسان‌تر، مؤثرتر و ارزان‌تر است. تشخیص این نکته مهم است که حتی دخالت‌هایی که با حسن نیت انجام می‌گیرد، می‌تواند به جای سودرسانی به (افراد، به آن‌ها زیاد برساند) برای نمونه، یک سیاست حمایت قیمت یا کمک مالی به منابع تحت شرایط دسترسی آزاد، می‌تواند در کوتاه مدت به سود ماهی‌گیران موجود باشد، ولی در درازمدت قطعاً به آن‌ها زیان می‌رساند، به ویژه اگر ورود به صیدگاه آسان‌تر از خروج از آن باشد.

به طور کلی، توسعه بدون مدیریت نوعی خودشکنندگی است، حتی اگر منابع قابل دسترس به صورت بالقوه وجود داشته باشند، چرا که توسعه منافی را ایجاد می‌کند که تا زمان ائتلاف کامل این منافع، تازه‌واردین را جذب می‌کند. از سوی دیگر، مدیریت صیدگاه‌هایی که بیش از حد مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند، بدون توسعه فرصت‌های اشتغال، گزینه‌ای مطلوب برای جذب نیروی کار مازاد نخواهد بود.

این ملاحظات، به یک خط مشی کلی برای تقویت ماهی‌گیری کوچک مقیاس می‌انجامد که شامل سه جز جدانشدنی و اجتناب‌ناپذیر است: (الف) - تخصیص منابع و ترغیب به خودگردانی؛ (ب) - ایجاد محیط مناسب برای بهره‌برداری کامل و منصفانه از ظرفیت ماهی‌گیری؛ (ج) - ایجاد فرصت‌های اشتغال، چه به صورت شغل اصلی و چه به صورت شغل مکمل. فقط در این چارچوب می‌توان حقوق سنتی مرسوم را احیا و ترویج کرد و به منزله ابزاری برای مدیریت ماهی‌گیری به کار گرفت. فشارهای تکنولوژیکی و جمعیت، در محیطی که امکانات دیگر از میان رفته بود، توازن منابع جمعیت را دگرگون ساخت و بالمآل نظام‌های مدیریت سنتی جامعه را در هم ریخت.

با توجه به دو واقعیت جدید، یعنی تراکم جمعیت و تکنولوژی پیشرفته ماهی‌گیری، این امکان وجود ندارد که نظام‌های سنتی خودگردانی را حفظ و احیا نمود، بدون اینکه دولت به نوعی دخالت داشته باشد و زمینه هدایت آن را فراهم سازد. تنظیم دقیق فعالیت‌های هزاران ماهی‌گیر پراکنده و خرده‌پا، نه ضرورت دارد و نه اجراشدنی است. همین‌طور موتورهای «اجباری» یا دادن سوبسیدهای نهاده‌ای، ضرورتی ندارد. اگر به جمعی حق

انحصاری در مورد یک حوزه ماهی‌گیری خاص داده شد و هر نوع انحرافات بازار و نابرابری‌هایی که جلو عملکرد کارای بازار را می‌گیرد، از میان برداشته شد یا کاهش یافت، موتوری کردن تنها در صورتی که در خدمت مقاصد جمع باشد، می‌تواند تحقق یابد. ایجاد فرصت‌های اشتغال، سوای ماهی‌گیری، به سه منظور است: (الف) - جذب نیروی کار اضافی، (ب) - افزایش تحرک شغلی، (ج) - تدارک منبع معاش، به صورت شغلی اصلی یا مکمل و در نتیجه، داشتن تامین در برابر نامطمئنی که از نوسان‌های بازار یا منابع ناشی می‌شود. این نکته آخر، به ویژه بسیار مهم است، زیرا هنگامی که نبود شغل‌های دیگر، افق برنامه‌ریزی را محدود نماید و رفتار استثمارگرانه به خاطر ادامه حیات را ترغیب کند، نظام‌های خودگردانی سنتی فرو می‌پاشد.

در اینجا چون موضوع را در سطحی کلی بررسی می‌کنیم، اگر وارد جزئیات شویم به تعمیم‌های بی‌مورد خواهیم رسید. اینکه چه صورت‌ها و تمهیدات مدیریتی و طرح‌های توسعه خاصی باید اتخاذ گردد، به مورد خاصی که مورد مطالعه قرار می‌گیرد، بستگی دارد؛ محتوا و شکل آن‌ها باید به زمینه و شقوق مختلف موجود حساس باشد، اما انتخاب آن‌ها باید تابع اصول کلی باشد که درباره آن‌ها بحث کردیم.

علاوه بر ایجاد زمینه برای ماهی‌گیری کوچک مقیاس و تشخیص گزینه‌های قابل دسترس، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل یک حداقل از مجموعه داده‌ها برای جنبه‌های زیست‌شناختی، اقتصادی و اجتماعی ماهی‌گیری بر اساس چهارچوب نهادی (حقوق سنتی، دسترسی آزاد و جز اینها) از گذشته و حال ضروری است. ضرورت داده‌های زیست‌شناختی همراه با ساختار سنی، حجمی و ترکیب گونه‌های صید و مسئولیت آن‌ها برای تغییر در الگو و تراکم صید لازم است. داده‌های اقتصادی لازم همراه با اطلاعات درباره قیمت گونه‌ها و مقادیر صید و هزینه صید، ترکیب و توزیع فعالیت ماهی‌گیری (مقدار و ظرفیت قایق‌های ماهی‌گیری، تعداد و نوع ابزارها، تعداد ماهی‌گیران و زمان صید و هزینه‌های فرصت‌های قابل انتظار) نیز ضرورت دارد. اطلاعات درباره جنبه‌های اجتماعی بایستی تحرک اجتماعی، توزیع درآمد، دسترسی به فرصت‌های غیر ماهی‌گیری برای کار، انگیزه‌ها و اعتبار وابسته به آن و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی را در بر گیرد. اطلاعات نهادی در مورد سازمان

اجتماعی، دسترسی به ماهی‌گیری (گاه دسترسی به ماهی‌گیری آزاد است، گاه از طریق حقوق سنتی و گاه با محدودیت کاستی و جز اینها همراه است) رابطه با دیگر ماهی‌گیران سازمان تولید (نظام سهم‌بری) و راه‌های بازاریابی و روابط عرفی بین ماهی‌گیران و واسطه‌هایی که رقابت بازار در دست دارند، اتکا دارد.

این فهرست ترجیحاً از استخراج اطلاعاتی که برای توسعه و مدیریت ماهی‌گیری کوچک مقیاس لازم است، مشخص می‌شود. حداقل، اطلاعات جمع‌آوری شده، بایستی به مدیر ماهی‌گیری برای تصمیم‌گیری در درآمدهای نسبی و تعیین شرایط اجتماعی - اقتصادی ماهی‌گیران برای تعیین درآمدهای ثابت در اوضاعی که ماهی‌گیران به کار اشتغال دارند، کمک کند. با اندکی اطلاعات بیشتر، باید امکان به دست آوردن مقادیر کمی (ولی خام) در مورد حجم منابع و عکس‌العمل آن در مقابل تراکم ماهی‌گیری وجود داشته باشد، که این اطلاعات با اطلاعات اقتصادی دربارهٔ قیمت‌ها و هزینه‌ها برای تعیین سطح فعالیت‌های مربوط به عملکرد ماهی‌گیری برای به حداکثر رساندن بازده اقتصادی ترکیب می‌شود. بعداً می‌تواند این امر به صورت موانعی روی تقلیل یا بسط فعالیت ماهی‌گیری برای حصول به درجهٔ مطلوب اقتصادی اثر بگذارد.

در نهایت، اطلاعات نهادی به‌گزینش مقیاس‌های مناسب که برای ساختار سازمانی و تجربهٔ تاریخی برای جامعه‌ای خاص لازم است کمک خواهد کرد. برای نمونه، ارتقای سطح توسعه از طریق بنگاه‌های ماهی‌گیران و ارتقای سطح مدیریت از طریق حقوق اجتماعی که این امر را موفق‌آمیز می‌کند اقدام می‌شود که با یک ساختار اجتماعی ملموس و برخی حقوق سنتی تاریخی همراه است.

۲-۵- موانع توسعه شیلاتی

در جهت توسعه شیلات و صنایع مرتبط با آن علاوه بر وجود مسائل و مشکلات فراوان در راه برنامه‌ریزی و اجرا که قابل پیش‌بینی است، دسته‌ای از مشکلات اساسی به عنوان موانع عمده مطرح می‌شوند که اهم آن به شرح زیر است:

۱- همکاری‌های منطقه‌ای

در سال ۱۳۸۰ کنوانسیون تجارت بین‌المللی گونه‌های در حال انقراض (CITIS)، به غیر از ایران (خوشبختانه) چهار کشور حوزه دریای خزر (شامل آذربایجان، قزاقستان، ترکمنستان و روسیه) را از صید و فروش محصولات ماهیان خاویاری منع نمود. اما (متأسفانه) عدم تدوین یک رژیم حقوقی مشخص از طرف سایر کشورهای حوزه دریای خزر همچنان موجب بی‌ثباتی و احتمالاً افزایش صدمات زیستی و اقتصادی حاصل از آن می‌باشد.

۲- دقت در تولید محصولات با کیفیت

امروزه مصرف‌کنندگان جهانی محصولات شیلاتی دیگر نگران مشخصات تولید آبزیان نیستند. زیرا محصولات از نظر بافت، رنگ، نوع بسته‌بندی، روش نگهداری و نهایتاً تازگی و سلامت فعالیت‌های عمده‌ای صورت می‌گیرد. امروزه آبزیان هم به صورت زنده و هم به صورت بدون آب (اما تازه) حمل می‌شوند (سینگ، ۱۳۸۱) را استفاده از تکنولوژی مدرن حمل و نقل فرآورده به صورت تازه است.

۳- اعتبارات مالی و مشکلات آن

عدم اختصاص کافی تسهیلات اعتباری و کند بودن روند آن و ناکافی بودن حمایت‌های قانونی از کارگاه‌های صنایع شیلاتی کشور از این جمله است ضمن اینکه این مشکلات پیرامون جذب سرمایه‌های خارجی در این زمینه وجود دارد و برخی سیستم‌های وضع مالیات نیز دخالت مستقیم دارند.

۴- تحقیقات و آموزش

مهم‌ترین راه کارهای افزایش مصرف سرانه‌ی آبزیان‌شناسی و معرفی محصولات مختلف شیلاتی و شناخت مشکلات موجود در مسیر صید، نگهداری و فرآوری و نیز پرورش و نهایتاً توزیع و بازاریابی که ریشه حل آن‌ها در تحقیقات اصولی و کاربردی است و تنها پیوند دانشگاه‌ها و مراکز اجرایی می‌تواند منجر به حل چنین مشکلاتی گردد. در حال حاضر بخش قابل توجهی از تحقیقات به صورت پراکنده، غیر تخصصی و یا تکراری و نیز پیرامون طرح‌های غیر کارآمد انجام می‌شود.

۵- مشکلات عمرانی نواحی صیادی

با توجه به این که می‌بایست شهرک‌های صنعتی شیلاتی در نزدیکی صیدگاه‌ها و یا سواحل دریا تاسیس گردند و با عنایت به محروم بودن اغلب این نواحی که به ویژه در جنوب کشور قرار دارند، خود مانعی است برای شروع بسیاری از فعالیت‌ها.

- امکانات و برنامه‌ها

بر اساس برنامه سوم توسعه کشور ۲۰۴ واحد فرآوری آبزیان در زمینه‌های یخ‌سازی، تولید کنسرو ماهی، تولید میگو و ماهیان پرورشی و تولید آرد ماهی پیش‌بینی شده بود.

۲۵ هزار تن صید از آب‌های دور از ساحل تا پایان این برنامه در نظر گرفته شده و با توجه به امکان صید فانوس ماهیان (میکتوفیده) شرایط بهره‌برداری ۵۰ هزار تن از ذخایر آن‌ها در سال پایانی برنامه سوم عنوان شده بود. در این برنامه ۵۰ درصد از تولید ماهیان پرورشی گرم آبی و ۸۰ درصد از ماهیان سردابی برای مصرف تازه و مابقی جهت فرآوری در نظر گرفته شده‌اند. اذعان شده است که در مجموع ۱۰۷۷۷۰ تن افزایش تولید در صنایع شیلاتی در سال پایانی برنامه نسبت به آغاز آن خواهیم داشت.

میانگین رشد ارزش افزوده بخش ماهی‌گیری ۱۱ درصد تعیین شد و با این حساب قرار بود در سال ۱۳۸۳ این ارزش به ۴۴۰/۳ میلیارد ریال برسد (سازمان مدیریت، ۱۳۸۰) هم اکنون حدود ۷۰۰۰ شناور صیادی با ۱۱۰۰۰۰ صیاد عضو تعاونی صیادان مشغول کار صید هستند.

همان‌گونه که پیشتر عنوان شد، در برنامه پنج ساله چهارم توسعه کشور (۱۳۸۸-۱۳۸۴) افزایش مصرف پروتئین از منابع آبزی از ۲/۵۵ گرم به ۴/۵۵ گرم در روز مورد نظر می‌باشد و جهت دستیابی به این هدف افزایش مصرف آبزیان به ۱۰ کیلوگرم در نظر گرفته شده است که با توجه به افزایش جمعیت کشور در انتهای برنامه به ۷۲۳۹۰۵۰۰ نفر نیاز به افزایش تولید شیلا به میزان ۶۱ درصد نسبت به سال ۱۳۸۲ و به ۷۲۳/۹ هزار تن می‌باشد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۳).

در حال حاضر ۱۰ دانشگاه در سراسر کشور کارشناسان و متخصصین شیلات را تربیت می‌کند و ۹ مؤسسه و مرکز تحقیقاتی مرتبط با شیلات در کشور فعال است. ضمن اینکه برخی دیگر از مؤسسات پژوهشی نیز امکان انجام تحقیقات در این زمینه را دارند. نکته مهم هماهنگی و هم‌فکری دانشگاه‌ها و این مؤسسات در راستای یک هدف مشخص است.

۳-۵- پیشنهادات و راهکارهای توسعه شیلات منتهی به توسعه اشتغال برای برنامه

سازی:

الف- تحقیقات کارآمد و تخصصی

تحقیقات پایه و اساس پیشرفت همه جانبه هر کشوری است. چنانچه بودجه مناسبی جهت انجام تحقیقات صحیح و علمی در نظر گرفته شود و این امر توسط متخصصان علوم و صنایع شیلاتی (و نه افراد غیر متخصص و غیر مرتبط با این علوم) می‌تواند به نتایج آن اطمینان داشت و از آن در امور اجرایی استفاده نمود. حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویان تحصیلات تکمیلی (فوق لیسانس و دکتری) از آن جمله است. مباحث بیولوژی، آلودگی‌ها، ژنتیک و اصلاح نژاد، تکثیر و پرورش گونه‌های مختلف آبزیان، روش‌های نگهداری و فرآوری و عرضه آبزیان، ارزیابی و مدیریت ذخایر و روش‌ها و تکنیک‌های صید از جمله مهم‌ترین عناوین تحقیقاتی شیلات را تشکیل می‌دهند.

ب- بهبود کیفیت

کیفیت (Quality) به همراه سودمندی تغذیه‌ای مهم‌ترین دلیل رقبت مردم برای خرید آبزیان محسوب می‌شود. ایجاد طرح‌های همچون بازارهای سرد (Cold Market) به طوری که در مناطق گرمسیر کشور ماهی در شرایطی نگهداری می‌گردد که روند شروع فساد در آن تا آن‌جا که ممکن است به تعویق بیفتد. به همین دلیل مسیر صید و عرضه به بازار تا مصرف می‌تواند به آسانی کنترل شود. برای این منظور بسیاری از کشورها از جمله جامعه اقتصادی اروپایی (EEC) طی دستورالعمل ۴۹۳ قوانین و مقرراتی را در این خصوص با دقت وضع

نموده و به موقع اجرا گذاشته‌اند (شویک لو، ۱۳۷۶)، نکته مهم این است که نمی‌توان صرفاً اقدام به رونویسی و یا کپی برداری از قوانین سایر کشورها نمود که بعضاً هیچ شباهتی هم به شرایط زیستی و اقلیمی ایران ندارند. بلکه با در نظر گرفتن همه جوانب اجتماعی، اقتصادی، اقلیمی و... می‌توان توسط متخصصان خبره شیلاتی و علوم مرتبط اقدام به تدوین طرح‌ها و قوانین کارآمد نمود.

توجه به این نکته ضروری است که کنترل کیفیت از زمان صید در دریا شروع می‌شود و نه هنگام فروش، بنابراین کلیه مراحل نوع و روش صید، حمل و نقل در دریا، تخلیه در ساحل، توزیع در ساحل، سردخانه‌ها، کارخانه‌ها و یا فروشندگان و مصرف‌کنندگان در این مورد باید مورد توجه قرار گیرند.

پ- توسعه صید و آبرزی پروری

۱- صید:

در بخش صید اکنون هیچ طرحی یا قدمی در مورد صید از آب‌های دور از ساحل برداشته نشده است زیرا امکانات کافی در این مورد وجود ندارد ضمن اینکه آب‌های آزاد دنیا محل اصلی رقابت برای استحصال ماهی و سایر آبرزیان برای کشورهای پیشرفته شیلاتی است. تا آن جا که شرایط گاهی به منازعات بین کشورها می‌انجامد. اگرچه در حال حاضر و سریعاً نمی‌توان در این مورد نظر اعلان نظر نمود اما همچون سایر ارتباطات بین‌المللی می‌توان به آغاز صید از دریاهاى آزاد فکر کرد. حتی ماهیان غیرماکول نیز ارزش تجارت خارجی دارند.

مسئله دیگر بهبود روش‌های صید است. بسیاری از روش‌های سنتی می‌توانند بهبود یافته و یا حتی روش‌های صنعتی فعلی مدرنیزه شوند، بدون آن که ذخایر ماهیان مورد بهره‌برداری را به خطر بیاندازند. صید تون ماهیان (Scomberidae) از سواحل جنوبی کشور از ۱۰ هزار تن در ابتدای انقلاب به حدود ۱۰۰ هزار تون با روش صید فعلی رسیده است. ماهیان سطح‌زی قابلیت توجه بیشتر در زمینه صید را دارند.

۲- تکثیر و پرورش:

هم اکنون ۴ گونه از ماهیان گرم آبی از خانواده کپور ماهیان (Cyprinidae) و ماهی قزل آلاهی رنگین کمان از خانواده ماهیان سرد آبی (Salmonidae) و گونه غالب میگوی پرورشی با نام سفید هندی (Penaeus indicus) پرورش داده می شوند. در حالی که امکان پرورش گونه های متعدد و مفید ماهیان و سایر آبزیان وجود دارد. چین ۲۰ گونه ماهی گرم آبی و کانادا ۷ گونه ماهی سر آبی و تایلند و آمریکا چندین گونه از میگوها و لابستر را مورد پرورش قرار می دهند.

پرورش ماهیان دریایی نیز از دیگر روش هاست. امکان انجام تحقیقات در این زمینه نیز وجود دارد. به عنوان مثال صادرات ماهی پرورش تیلاپیا (Tilapia spp.) در دنیا به صورت قابل توجهی انجام می شود. کاهش هزینه های پرورش آبزیان نقش مهمی در رقابت جهانی آنها دارد. به عنوان مثال ۲۰ درصد هزینه های تکثیر و پرورش میگو در ایران را قیمت پست لارو (Post Larve) اختصاص می دهد در حالی که این میزان در کشورهای آسیای جنوب شرقی ۱۴ درصد است.

ت- بازاریابی و عرضه مناسب محصول

این نکته اهمیت دارد که هر نوع محصول در مناطق مورد پسند آن عرضه شود. به عنوان مثال ممکن است ماهی سفید دریای خزر (Rutilus frisii kutum) در شمال کشور خواهان زیادی داشته باشد، اما در سواحل جنوبی ایران ماهیان دیگری مورد پسند بیشتر می باشند.

در بازاریابی بین المللی نیز همین مسئله صدق می کند. فرآورده های ویژه ای برای برخی نواحی یا کشورها مطلوبیت خاصی دارند و چنانچه امکانات تهیه آن فراهم می توان وارد رقابت شد. برای این منظور هزینه های تولید فرآورده بایستی متناسب با هزینه های مشابه در کشورهای رقیب باشد. این امر در تولید و عرضه میگو دیده شده است. در مورد سایر فرآورده ها و یا محصولات جنبی آنها می تواند صدق نماید.

ث- تنوع در تولید فرآورده های نوین شیلاتی: افزایش مصرف سرانه و افزایش درآمد ارزی

۱- مصرف سرانه:

مصرف سرانه یعنی از تمام آن چه که از دریاها و سایر منابع آبی صید می‌شود و یا توسط پرورش دهندگان تولید می‌شود. صرفاً آن میزان که به مصارف انسانی می‌رسد (حتی با احتساب ضایعات آن) تقسیم بر تعداد کل جمعیت کشور. با این حساب بخش مهمی از صید که به تولید آرد و روغن و یا سایر فرآورده‌های جنبی (By-product) می‌رسند از این محاسبه خارج می‌شوند. به عنوان مثال حدود ۹۰ درصد از کیلکای صید شده در شمال کشور به مصارف غیر انسانی می‌رسد. این رویه در مورد صید ماهیان ریز خلیج فارس و دریای عمان نیز صادق است. حال با این شرایط میزان ۵ کیلوگرم سرانه مصرف اعلام شده برای ایران نیز غیرطبیعی به نظر می‌رسد. به همین دلیل نمی‌توان به آسانی شعار پیش به سوی رساندن مصرف به میانگین جهانی، یعنی ۱۵ کیلوگرم را داد. اگر کشورهای اروپای غربی با ۲۶ کیلوگرم، روسیه و اروپای شرقی با ۱۸ کیلوگرم، آفریقا با ۱۵ کیلوگرم، اسپانیا با ۵۰ کیلوگرم و ژاپن با ۸۰ تا ۹۰ کیلوگرم به چنین پیشرفتی در مصرف رسیده‌اند، علت آن داشتن برنامه‌ریزی اصولی، پیشرفت در صید و پرورش و مهم‌تر از همه افزایش سطوح آگاهی‌های جامعه بوده است.

برای کشور ایران در حال حاضر صید از دریاها دور دست محدود است و رقابت با کشورهای چو فرانسه و ژاپن و... مشکل است. از طرفی امکان تحول عظیم در آبرزی پروری نیز با سرعت زیاد دشوار به نظر می‌رسد اما می‌توان با برنامه‌ریزی صحیح آن را به درستی گسترش داد. راه دیگر واردات ماهی با فرآورده‌های شیلاتی از دیگر کشورهاست. با این حال با اطلاع‌رسانی و تبلیغات صحیح و انجام فعالیت‌های علمی می‌توان به آینده امیدوار بود.

۲- فرآورده‌های شیلاتی نوین:

می‌دانیم بسیاری از آبرزیان صید شده قابلیت مصرف مستقیم را به دلیل عدم شناخت مردو و یا اندازه نامتعارف آبرزی ندارند. می‌توان با استفاده از روش‌های علمی این مشکلات را برطرف نمود و با تولید فرآورده‌های شیلاتی متنوع و متعدد اقدام به بالا بردن رقبه مردم برای خرید و مصرف محصولات ماهی و سایر آبرزیان نمود و نیز با

فروش آن دسته از محصولات که مطلوب بازارهای بین‌المللی است، اقدام به ارزش‌آوری و افزایش توان اقتصادی شرایطی نمود که تجارت رو به جهانی شدن می‌رود. به طور کلی بیش از ۴۵۰ نوع فرآورده شیلاتی در دنیا تولید می‌شود و سهم ایران از آن در سطح گسترده بسیار ناچیز است، اما تولید و عرضه آن‌ها هم اکنون نیز قابل دستیابی است. در زیر به برخی از این فرآورده‌ها اشاره می‌شود.

- محصولات تازه فیله Fish Fillet

با استفاده از بسته‌بندی‌های مناسب مانند اتمسفر اصلاح شده (MAP) و سایر روش‌ها، ماهی را تمیز و استخوان‌گیری نموده، به صورت فیله عرضه می‌نمایند. امروزه فروش محصولات کامل ماهی (Hole Fish) جذابیت خاصی دارد.

- محصولات منجمد دریایی Frozen Fish

در بسته‌بندی‌های ایمن و در دمای کنترل شده سردخانه‌های صنعتی (با ۳۰- درجه سانتی‌گراد) به نحوی نگهداری می‌گردند که تا زمان نیاز بازار کیفیت آن‌ها افت ننماید و یا دچار فساد نشوند. این محصولات به صورت ماهی کامل، شکم خالی شده و یا به صورت چرخ شده منجمد می‌شوند. روش‌هایی چون فریزرهای صفحه‌ای (Flat Freezer)، تونل انجماد (Air blast Freezer)، غوطه‌وری (Immersion)، ازت مایع، مخلوط‌های سرمازا و... در این زمینه کاربرد دارند.

- فرآورده‌های دودی شده Smoked Fish

دود علاوه بر خشک کردن فرآورده، به دلیل وجود دسته‌ای از ترکیبات در آن خاصیت ضد میکروبی نیز دارد و مهم‌تر اینکه طعم و مزه مطلوبی به محصول می‌بخشد. این فرآورده‌ها در بسیاری از نقاط ایران مصرف می‌شوند و قابلیت صنعتی شدن را دارند. در سطح جهانی نیز خواهان زیادی دارند. قیمت برخی محصولات دودی شده به روش‌های صنعتی در کشوری چون فرانسه دو برابر قیمت تازه آن است.

- محصولات خشک شده Dried Fish

در بافت آبریزان درصد زیادی آب وجود دارد که عامل فعالیت باکتری‌ها می‌باشد (Water activity). با استفاده از روش‌های صنعتی می‌توان اقدام به تهیه این محصولات نمود.

- فرآورده‌های شور Salted Fish

ماهیان نیز همانند بسیاری از مواد غذایی با قرار گرفتن در محیط‌های غلیظ و جاذب آب شور می‌شوند. نکته مهم درصد نمک افزوده شده و نوع نگهداری آن است. بسیاری از محصولات دودی نیز ابتدا شور یا نمک سود می‌شوند.

- فرآورده‌های ترش (ماریناد) Marinade

با کاهش pH محیط ماهی می‌توان از رشد و تکثیر باکتری‌ها جلوگیری نمود و ضمناً محصول جالب توجهی را تولید کرد. ماریناد برای بسیاری از ماهیان ریز یا غیر معمول و حتی پرورش کاربرد دارد و به عنوان چاشنی دارای پروتئین به ویژه در کشورهای اروپایی و به ویژه اسکانندیناوی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- چاشنی سس ماهی Fish Sauce

با استفاده از باکتری‌های تخمیر کننده پروتئین ماهی می‌توان اقدام به تهیه محصولات سس ماهی نمود. محصولی که به عنوان یک چاشنی بسیار مناسب و مطلوب در بسیاری از کشورهای جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- محصولات سوریمی Surimi: سوریمی یا خمیر ماهی، در واقع گوشت تمیز شده، استخوان‌گیری شده و چرخ شده آبریزان است که مورد شستشو قرار گرفته است. این محصول را به صورت منجمد و با افزودن مواد نگهدارنده معمول در سردخانه‌ها یا فریزرها نگهداری می‌نمایند. بسیاری از محصولات مانند سوسیس ماهی Fish Sausage، کالباس ماهی (Fish Ham)، کیک ماهی (Fish Cake). کراکر یا چیپس ماهی (Fish Chips)، دلمه ماهی (Otak)، کباب ماهی، شامی ماهی (Fish Burger)، کوفته ماهی (Fish Balt)، کلوچه ماهی (Fish Paty) و یا فرآورده‌های تقلیدی ماهی (Fish Imitation products) از سوریمی و خمیر ماهی تهیه می‌شوند.

- مهمترین پیشنهادات و راهکارهای توسعه شیلات که منتهی به توسعه اشتغال در استان میشود و باید مورد

توجه مسئولین و برنامه ریزان استانی و نیز برنامه سازان در صدا و سیما شود عبارتند از:

- ۱- تحقیقات کارآمد و تخصصی در کنار آموزش بروز
- ۲- دقت در تولید محصولات با کیفیت
- ۳- توسعه صید و صیادی و فرهنگ سازی در این رابطه
- ۴- تکثیر و پرورش آبزیان دریایی
- ۴- بازاریابی داخلی و عرضه مناسب محصول
- ۶- تولید و عرضه فرآورده‌های شیلاتی نوین
- ۸- داشتن برنامه‌ریزی اصولی سالانه برای نحوه و زمان و نیز مقدار صید و پرورش آبزیان
- ۸- تشویق به افزایش مصرف سرانه به همراه ارزان سازی و تعادل در قیمت‌ها برای ایجاد انگیزه خرید برای مصرف
- ۱۰- توجه به ارزش آوری صادرات حاصل از صید و داشتن درآمد ارزی بالا
- ۱۰- بازاریابی بین‌المللی و منطقه‌ای
- ۱۲- پرورش انواع مختلف ماهیان دریایی
- ۱۲- بهبود و جایگزینی روش‌های نوین صید و دوری از روش‌های سنتی
- ۱۴- ارائه امکانات و خدمات در سطح بالا
- ۱۴- تامین اعتبارات مالی و رفع مشکلات آن
- ۱۷- همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی در امر صیادی
- ۱۸- حل مشکلات عمرانی نواحی و مناطق صیادی

فهرست منابع

- ۱- کردوانی، پرویز (۱۳۸۰) اکوسیستم‌های آبی ایران، نشر قومس.
- ۲- علیزاده، حمید (۱۳۷۸) مقدمه‌ای بر ویژگی‌های دریای خزر، نشر نوربخش.
- ۳- تکمیل همایون، ناصر (۱۳۸۷) سرگذشت دریای مازندران، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۴- مفخم پایان، لطف‌الله (۱۳۷۶) دریای خزر، ترجمه و تحقیق جعفر خمami زاده، نشر هدایت.
- ۵- افشار، ایرج (۱۳۷۸) دریای مازندران، نشر وزارت امور خارجه.
- ۶- گریگوری ملگونوف (۲۰۰۰) کرانه‌های جنوبی دریای خزر، ترجمه دکتر امیر هوشنگ امینی، نشر کتابسرا.
- ۷- شریعتی، ابوالقاسم (۱۳۸۷) اکولوژی دریای خزر، ترجمه، نشر موسسه تحقیقات شیلات ایران.
- ۸- مشیرزاده، حمیرا (۱۳۷۷) خزر در یک نگاه، نشر وزارت امور خارجه.
- ۹- شناسایی دریای خزر، وزارت جهاد سازندگی، شرکت سهامی شیلات ایران، دفتر مطالعات جامع توسعه شیلات.
- ۱۰- ایوانف. ا. (۱۳۸۰) منابع زنده دریای خزر. مترجم: رضوانی. س. موسسه تحقیقات شیلات ایران.
- ۱۱- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۳، قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴-۱۳۸۸، مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱ مجلس شورای اسلامی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی.
- ۱۲- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۰، قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، گزارش برنامه سوم توسعه کشور.
- ۱۳- سینگ، سویا (۱۳۸۱) مروری بر کنترل کیفیت آبزیان، همایش علمی بازار آبزیان، فرصت‌ها و تهدیدها، تهران.

- ۱۴- شاه‌محمدی، حمیدرضا (۱۳۸۰) ارتقای کیفیت محصولات شیلات، اصلاح ساختار بازار، اولین همایش ماهی پرورشی ایران، تهران.
- ۱۵- شرکت سهامی شیلات ایران (۱۳۸۳) سالنامه آماری شیلات ۱۳۸۲-۱۳۷۲، اداره آمار و انفورماتیک دفتر طرح و توسعه شیلات.
- ۱۶- شرکت سهامی شیلات ایران، ۱۳۸۲، گزارش عملکرد شیلات، همایش علمی نقش آبزیان در سلامت، تهران.
- ۱۷- شرکت سهامی شیلات ایران (۱۳۸۱) سالنامه آماری شیلات ۱۳۸۰-۱۳۷۰، اداره آمار و انفورماتیک دفتر طرح و توسعه شیلات.
- ۱۸- شرکت سهامی شیلات ایران (۱۳۸۱) همایش علمی بازار آبزیان، فرصت‌ها و تهدیدها، تهران.
- ۱۹- شرکت سهامی شیلات ایران (۱۳۶۹) گزارش عملکرد شیلات ایران.
- ۲۰- شوپک لو، غلامرضا (۱۳۷۶) نقش قوانین و مقررات جامعه اقتصادی اروپا در صادرات فرآورده‌های شیلاتی کشورهای در حال توسعه، مجموعه مقالات کنفرانس ششم شیلات ایران، بازاریابی آبزیان، ص: ۲۳۴ تا ۲۵۴.
- ۲۱- صالحی، حسن (۱۳۸۰) توسعه آبزی پروری، همایش بررسی و شناخت زمینه‌های سرمایه‌گذاری در زیرمجموعه شیلات، تهران، ۲۹ آذر ۱۳۸۰، ص: ۱۵ الی ۲۱.
- ۲۲- معینی، سهراب (۱۳۶۸) صنایع فرآورده‌های شیلاتی، معاونت تحقیقات و آموزش، شرکت سهامی شیلات ایران.
- ۲۳- مقیم، ولی‌نسب (۱۳۸۰) گزارش گشت تحقیقاتی در زمینه پراکنش، میزان فراوانی و ساختار کیفی ماهیان خاویاری دریای خزر. موسسه تحقیقات شیلات ایران.

- ۲۴- هدایتی فرد، مسعود، معینی، سهراب، کیوان، امین و یوسفیان، مهدی (۱۳۸۲) شناسایی کمی و کیفی اسیدهای چرب بافت تاسماهی ایرانی (*Acipenser Persicus*) و ارزیابی اثرات انجماد بر روی آن‌ها، همایش علمی نقش آبزیان در سلامت، شرکت سهامی شیلات ایران، ص: ۱۴۰ الی ۱۵۶.
- ۲۵- هدایتی فرد، مسعود (۱۳۸۱) صنایع فرآورده‌های ماهی و میگو. اطلاعات علمی شرکت صنایع شیلاتی پارس.
- ۲۶- هدایتی فرد، مسعود (۱۳۷۸) تکنولوژی انجماد فرآورده‌های دریایی. مؤسسه تحقیقات شیلات ایران، پژوهشکده اکولوژی دریای خزر.
- ۲۷- هدایتی فرد، مسعود و یوسفیان مهدی (۱۳۷۶) تحقیقی پیرامون اثرات فاکتورهای محیطی بر روی تکامل گنادهای ماهیان خاویاری، مؤسسه تحقیقات شیلات ایران، پژوهشکده اکولوژی دریای خزر.
- ۲۸- پورافضل، حسن (۱۳۴۷) تعاون، انتظارات دانشگاه شیراز.
- ۲۹- توسلی، غلام عباس (۱۳۶۹) نظریه‌های جامعه‌شناسی، سمت.
- ۳۰- سازمان مرکزی تعاون کشور (۱۳۴۹) اداره امور تعاونی‌ها، نشریه شماره ۵۱، ص ۱۹۶.
- ۳۱- شیرانی، علیرضا (۱۳۶۹) مدیریت و ارتباطات در تعاونی‌ها، نشریه سازمان مرکزی تعاون کشور، شماره ۱۱.
- ۳۲- طالب، مهدی (۱۳۶۸) تامین اجتماعی، بنیاد فرهنگی رضوی.
- ۳۳- عبداللهی، محمد (۱۳۷۴) جایگاه و نقش آموزش و پرورش در فرآیند توسعه ملی ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، دوره اول، شماره ۴ و ۳.
- ۳۴- قلیچ‌خانی، شاپور (۱۳۶۷) اهمیت و نقش آموزش و پرورش در رشد و توسعه کمی و کیفی تعاونی‌ها، تعاون، نشریه سازمان مرکزی تعاون کشور، شماره ۸.
- ۳۵- قوسی، غنی (۱۳۶۸) نهضت تعاون در کشورهای در حال رشد، تعاون، نشریه سازمان مرکزی تعاون کشور، شماره ۹.

۳۶- گورویچ، ژرژ (۱۳۶۹) مسائل روانشناسی جمعی و روانشناسی اجتماعی، علی محمد کاردان، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.

۳۷- محمدی علمداری (۱۳۴۷) عبدالحسین، نقش شرکت‌های تعاونی در رشد اقتصادی و اجتماعی کشورهای در حال رشد، مؤسسه آموزش و تحقیقات تعاونی.

38- Kelsy & Hearne, Cooperative extension work, Comstock (ب) منابع انگلیسی

Publishing associates, New York, 1955.

39- Turnet, Jonathan H. and L. Beeghley, the emergence of sociological theory, the Dorsey press, U. S. A, 1981.

40- Turnet, Jonathan H. The Structure of sociological Theory, Home wood, Illinois: The Dorsey press, 1977.

41- Bejerve, K, S., N-3 fatty acid deficiency in man. Implications for the requirement of alpha-linoleic acid and long-chain n-3 fatty acids. Paper presented at II international Confer. On the Health Effects of Omega-3 polyunsaturated Fatty Acids in Seafoods, Washington, DC, 20-23 March.

42- Bilgh, E. G. (ed.), 1992. Seafood Science and Technology. Fishing News Books, Oxford 406p.

43- Food and Agriculture Organization (FAO), 2004, The State of World Fisheries and Aquaculture, FAO Fisheries Department, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome.

44- Food and Agriculture Organization (FAO), 2002, FAO in Action, Healthy, Tasty and Cheep, Rome.

45- Karrick, N. L., 1990. Nutritional Value of Fish oil as animal Feed. In: Fish Oils in Nutrition, ed. By: M. E. Stansby, Van Nostrand Reinhold, publ. pp: 247-267.

- 46- Meydani, S. N., 1994. Interaction of ω -3 Polyunsaturated Fatty and Vitamin E on the Immune Response. In: Fatty Acids and Lipids: Biological Aspects, eds. By: Galli, C. Simopoulos, A. P. and Teremoli, E.; Karger publ. ISSFAL, Vol. 75: 155-161.
- 47- Nestel, P., 1990. n-3 Fatty Acids, Cardiac function and cardiovascular Survival. In: H International Conference on the Health Effects of omega-3 polyunsaturated Fatty Acids in Seafoods. Washington, DC, 20-23 March.
- 48- Nettleton, J. A., 1992. Seafood nutrition in the 1990 s: issues for consumer. In: Seafood Science and Technology. Ed. By: F. G. Bligh, Fishing News Books, pp. 32-39.
- 49- Food and Agriculture Organization (FAO), 2000, Manual Reports, Rome.

