

نقش تعاونی‌های دانش‌بنیان بسیجی در توسعه کارآفرینی

نویسندگان: دکتر محمدرضا میگون پوری^۱
الهه میگون پوری^۲

تاریخ پذیرش نهایی: ۸۹/۹/۱۴

تاریخ دریافت: ۸۹/۶/۱۲

فصلنامه مطالعات بسیج، سال سیزدهم، شماره ۴۹، زمستان ۱۳۸۹

چکیده

کارآفرینی و انتقال پژوهش‌های کاربردی از دانشگاه به صنعت و به تبع آن، انتقال نتایج به جامعه، همواره یکی از موضوعات کلیدی مورد تحلیل و بررسی سیاستگذاران و تصمیم‌سازان صنعت و دانشگاه بوده است. ارتباط مؤثر بین دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی با صنعت و بخش‌های مربوط جامعه توانمندسازی بخش غیردولتی برای مشارکت در تولید علم و فناوری و دستیابی به فناوری‌های پیشرفته مورد نیاز کشور که در سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه در آن تأکید شده است، بدون گسترش حمایت‌های هدفمند مادی و معنوی از نخبگان و نوآوران علمی و فناوری و دانشجویان توانمند کشور از طریق کمک برای ایجاد محصول و خدمت از دستاوردهای پژوهشی آنها میسر نیست. با توجه به اهمیت توسعه دانش‌بنیان بخش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی کشور و وجود سازمانی مردم‌نهاد و ارزشی به نام بسیج، برنامه‌ریزی و ارایه الگو برای توسعه کسب و کار و اشتغال از طریق ایجاد تعاونی‌ها، شناسایی راهبردها و عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و حمایت از تجاری‌سازی محصولات شرکتهای تعاونی فعال در حوزه فناوری، اهمیت بسزایی دارد. در این مقاله پس از بررسی عوامل مؤثر در ایجاد و رشد شرکتهای تعاونی کوچک و متوسط دانش‌بنیان دانشگاهی، یک الگوی تعاملی برای ایجاد شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان بسیجی ارائه شده است.

واژگان کلیدی:

تعاونی، توسعه پایدار، بسیج، کارآفرینی، شرکتهای دانش‌بنیان.

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران Email: Meigounpoory@ut.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی در فناوری، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

مقدمه

با توجه به آنکه سهم توسعه اقتصادی کشورهای پیشرفته از طریق توسعه کارآفرینی، با ایجاد، رشد و حمایت از شرکتهای کوچک و متوسط، تجاری سازی نتایج تحقیقاتی و انتقال فناوری از شرکتهای دانش بنیان دانشگاهی و نوآور به جامعه، سهم عمده ای از درآمدهای ناخالص ملی را در بر می گیرد، لذا شناسایی الگوها و آگاهی از نحوه روش شناسی تجاری سازی و انتقال فناوری، به خصوص در حوزه انرژی، از اولویتهای اصلی کشور ایران خواهد بود. با وجود اهمیت موضوع تجاری سازی و انتقال فناوری در برنامه پنجم توسعه کشور و نیز اهمیت راهبردی این مقوله در توسعه فناوری کشور، به ترویج و توسعه مفاهیم مربوط به این موضوع در حوزه های مختلف فناوری، به خصوص حوزه انرژی، کمتر توجه شده است. بیانات مقام معظم رهبری در اهمیت حمایت از نخبگان متعهد و متخصص کشور و توجه ویژه به بحث توسعه کارآفرینی و تجاری سازی نتایج پژوهشی، خود مبین این بحث است. اهمیت توسعه فرهنگ کارآفرینی در میان نیروهای متعهد بسیجی و ضرورت پرداختن به آن به عنوان یک مسئله راهبردی برای توسعه کسب و کار در کشور در قالب شرکتهای تعاونی با هدف رشد و پویایی افراد در حوزه کارآفرینی و افزایش تولید ثروت در جامعه، افزایش اشتغال در کشور و توسعه شرکتهای فعال با مدیریت کارآفرینان بسیجی، بر هیچ کس پوشیده نیست. اهمیت حضور بسیج در توسعه کارآفرینی کشور با توجه به توان نیروی انسانی، فرهنگ اسلامی و روحیه ایثار منابع انسانی آن به عنوان ویژگی های منحصر به فرد بسیج، امری بایسته و شایسته است.

فرهنگ کسب و کار به نگرشها و باورهای ذهنی و بنیادین پذیرفته شده در خصوص کسب و کار توسط افراد یک جامعه اطلاق می شود. بنابر این، فرهنگ کارآفرینی مجموعه ای از ویژگی ها، ارزشها، باورها و دانشهای مشترک پذیرفته شده یک گروه در انجام فعالیتهای مربوط به تمام مراحل فرایند کسب و کار و کارآفرینی است. اکنون با توجه به اینکه فرهنگ اغلب مردم، منبعث از باورهای اعتقادی آنهاست می توان چنین نتیجه گرفت که باورها و اعتقادات دینی در گسترش فرهنگ کارآفرینی تأثیر زیادی دارند. از این رو می توان با بهره گیری از آموزه های دینی، مقوله توسعه تجاری سازی را به

فرهنگ تبدیل کرد. با توجه به اهمیت ویژه تجاری‌سازی نتایج پژوهشی در اقتصاد کشورهای جهان، کشورهای گوناگون برنامه‌های زیادی را برای بسط چنین فرهنگی در جامعه خود تدارک دیده‌اند. با توجه به اهمیت پرداختن به کسب و کار در فرهنگ ملی و اسلامی کشورمان، ضرورت پرداختن به اهمیت ایجاد کسب و کار و کارآفرینی از دیدگاه اسلامی و توسعه فرهنگی - اسلامی کسب و کار نیز از اهمیت زیادی برخوردار است. بر این اساس، سؤال محوری این مقاله این است که چه عواملی در ایجاد و رشد شرکتهای بنیان پایه بسیجی مؤثر است؟ برای پاسخگویی به سؤال اصلی تحقیق، ابتدا به بررسی عوامل مؤثر در ایجاد و رشد شرکتهای تعاونی که یک بنیان پرداخته، سپس به ارائه یک الگوی تعاملی برای ایجاد شرکتهای تعاونی دانش بنیان بسیجی پرداخته خواهد شد.

کارآفرینی

کارآفرینی مفهومی است که از دیدگاههای مختلف بررسی شده و مطابق نظر محققان، موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورها به شمار می‌رود. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، «تولید ثروت»، «توسعه فناوری» و «اشتغال مولد» است. در کشور ما، کارآفرینی بیشتر با اشتغال‌زایی مترادف شده و از آنجا که اغلب برای حل مشکل اشتغال به سمت کارآفرینی پیش می‌رویم و سایر ابعاد آن را نادیده می‌گیریم، لذا مسئله اشتغال نیز به صورت ناقص انجام می‌شود.

واژه کارآفرینی از کلمه‌ای فرانسوی به معنای "متعهد شدن"^۱ گرفته شده است.

کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. واژه کارآفرینی دیرزمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس درباره دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیتهایی مورد استفاده قرار می‌گرفت. (احمدپور، داریانی، ۱۳۷۹)

1. Entrepreneurship.

کارآفرینی یک نوع زندگی کسب و کارانه است که در آن با استفاده از روشهای خلاقانه، محصول یا خدمات نوآورانه‌ای و ارزشی جدید را با بهره‌برداری از مدیریت زمان، شناسایی منابع و خطرپذیری سرمایه‌گذاری ارائه می‌دهد. کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که با بسیج منابع از طریق فرایند ایجاد کسب و کار که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می‌کند. کارآفرینی فعالیتی است که کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصتها را برای معرفی کالاها و خدمات جدید، بازارها و فرایندها از طریق تلاشهای سازماندهی شده‌ای که پیش از آن موجود نبودند، در بر می‌گیرد. (مقیمی، ۱۳۸۳)

از دیدگاه محققان، کشوری توسعه‌یافته است که اقتصاد موفقی داشته باشد و کشوری از لحاظ اقتصادی موفق است که شرکتهای و کسب و کارهای موفقی داشته باشد. افرادی که کسب و کارهای موفقی ایجاد می‌کنند و به عبارتی؛ خالق کسب و کارهای موفق را کارآفرین می‌نامند. کارآفرینان را موتورهای محرکه اقتصاد موفق می‌نامند (پورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۵) اکنون سؤال این است که: با توجه به نقش افراد موفق در توسعه کشور، چگونه می‌توان شرکتهای موفق ایجاد کرد و ایجاد کنندگان این شرکتهای چه کسانی هستند؟ به طور کلی، افراد کارآفرینان کسانی هستند که فرصتهای کسب و کار را به خوبی تشخیص می‌دهند و برای رسیدن به هدف، اشتیاق به خطر کردن دارند. آنها افرادی هستند که برای تحقق ایده‌ها از اعتماد به نفس بالایی برخوردار بوده، برای انجام امور پافشاری و اصرار می‌ورزند و در تمامی مراحل کسب و کار، علاوه بر داشتن قدرت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی، استفاده از نوآوری را از نظر دور نمی‌دارند. کارآفرینان افراد موفقی هستند که این موفقیت را از طریق تلاش و ارائه ایده‌های نوآورانه و بهره‌برداری بیشتر از فرصتها به دست می‌آورند. کارآفرینان افراد با اراده‌ای هستند که به زندگی رئیس و مرئوسی علاقه‌مند نیستند و در عوض، علاقه‌مند به تحقق بخشیدن آرمان و چشم انداز خود هستند. کارآفرینان افرادی هستند که علاقه بسیاری به کار، خود دارند و قصدشان از ورود به دنیای کسب و کار تنها کسب درآمد بیشتر و سریع‌تر نیست. بنابر این، درحالت کلی کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصتها و

کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار با بسیج منابع که همراه با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهد. (احمدپورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۵)

کارآفرینی انواع مختلفی دارد از جمله: کارآفرینی فردی، سازمانی و اجتماعی. «کارآفرینی فردی» یا مستقل، فرایندی است، که در آن فرد کارآفرین می‌کوشد تا کسب و کار کارآفرینانه‌ای را به‌طور فردی و با در نظر گرفتن خطرپذیری مالی، اجتماعی و حیثیتی ارائه محصول یا خدمت جدید به بازار به منظور ارائه خدمت و کسب سود ارائه دهد. «کارآفرینی شرکتی» به دو صورت «کارآفرینی سازمانی» یا «سازمان کارآفرینانه» تقسیم می‌شود. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن فرد با حمایت یک سازمان، محصولات، فعالیتها، رویه‌ها و فناوری‌های جدید را کشف کرده، فعالیت کارآفرینانه‌ای را به‌ثمر می‌رساند. سازمان کارآفرین نیز به سازمانی اطلاق می‌شود که فرایندهای مشخصی را به منظور ظهور و بروز محصولات یا خدمات نو از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در خود برقرار و تثبیت کرده باشد. در واقع؛ سازمان کارآفرین زمینه‌ای را فراهم می‌کند تا تمام کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین به انجام فعالیتهای کارآفرینانه فردی یا گروهی بپردازند. (همان) «کارآفرینی اجتماعی»، فرایندی نوآور است که از طریق ایجاد یک کسب و کار اجتماعی (بخش خصوصی، عمومی، داوطلبانه و غیر انتفاعی) با بسیج منابع گوناگون و مخاطرات مالی و اجتماعی و با خلق ارزش اجتماعی، اقتصادی، خدمات جدیدی را به جامعه ارائه می‌دهد. (مقیمی، ۱۳۸۳)

مفهوم و ویژگی‌های بسیج

در اندیشه امام خمینی (ره) بسیج نهادی است اجتماعی با ابعاد متعدد. در این نگرش، بسیج صرفاً سازمانی نظامی نیست که فقط در زمان جنگ و برای دفاع در مقابل دشمن شکل گرفته باشد، بلکه نهادی است وسیع و پاسخگوی نیازهای اساسی و حیاتی جامعه و با اجزای دیگر نظام، چنان هماهنگی و پیوند دارد که انفصال آن جز با انحلال جامعه اسلامی متصور نیست. بسیج در صورتی می‌تواند نهادی جامع و شامل جهات متعدد و پایدار شناخته شود که نیازهای دائمی و باورها و ارزشهای فرهنگی پدید آورنده آن به

روشنی تعریف شوند. این نیازها ممکن است اقتصادی، سیاسی، فرهنگی یا نظامی باشند. به فرموده امام خمینی (ره):

«بسیج شجره طیبه و درخت تناور و پر ثمری است که شکوفه‌های آن بوی بهار وصل و طراوت یقین و حدیث عشق می‌دهد. بسیج مدرسه عشق و مکتب شاهدان و شهیدان گمنامی است که پیروانش بر گلدسته‌های رفیع آن، اذان شهادت و رشادت سر داده‌اند. بسیج میقات پاهای برهنگان معراج اندیشه پاک اسلامی است که تربیت‌یافتگان آن، نام و نشانی در گمنامی و بی‌نشانی گرفته‌اند.» (صحیفه نور، ج ۲۱، ص ۱۹۵)

از دیدگاه حضرت امام (ره)، بسیجی کسی است که در عمل، علاقه خود را به پیشرفت و حفظ و گسترش اقتدار نظام اسلامی و شأن و حیثیت ملت مسلمان نشان دهد؛ یعنی بسیجی بودن، معیار و ملاکی است که بر اساس آن، میزان تعهد اعضای آن به اصول و آرمانهای انقلابی سنجیده می‌شود.

سنگ بنای بسیج بر حکم فقهی و جهادی استوار است؛ جهادی که مبتنی بر روحیه دفاعی باشد نه تهاجمی یا جهان‌گشایی. بسیج در نظر حضرت امام (ره) مولودی جدید است که کارشناسان جهانی نمی‌توانند آن را بشناسند. هر گاه قوه ایمان در ملتی زنده شود، همگان را به قیام الله فرا می‌خواند و می‌تواند سرتاسر یک کشور را بسیج کند، معیار حرکت بسیج هم همین اسلام و درک مفاهیم عالی آن است.

شاید در تحلیل روند ایجاد و توسعه بسیج، شاهد دو نسل اول و دوم در بسیج بوده‌ایم: ۱. نسل اول بسیج که با فرمان حضرت امام برای دفاع از سرزمین و اسلام عزیز شکل گرفت؛

۲. نسل دوم بسیج که پس از جنگ تحمیلی با تخصصی شدن بسیج به بخشهای مختلف و رده‌های گوناگون سنی و حرفه‌ای، مانند دانشجویی، مهندسی، روحانیون، سازندگی و ... تقسیم شده است. این نسل از بسیجیان علاوه بر صیانت از ارزشهای اسلام و دفاع از انقلاب اسلامی، در حوادث طبیعی و بلایا، همچون: زلزله، سیل و طرحهای کلان اجتماعی، گره‌گشای مشکلات و مایه دلگرمی مردم و مسئولان بوده‌اند.

حضرت امام خمینی (ره) در مورد جایگاه بسیجیان فرمودند:

«شما آیینۀ مجسم مظلومیتها و رشادتهای این ملت بزرگ، در صحنۀ نبرد و تاریخ مصوّر انقلابید. شما فرزندان مقدس و پرچمداران عزّت مسلمین و سپر حوادث این کشورید. شما یادگاران و همسنگران و فرماندهان و مسئولان بیداردلانی بوده‌اید که امروز در قرارگاه محضر حق مأوا گزیده‌اند. من به طور جدّ و اُکید می‌گویم که انقلاب و جمهوری اسلامی و نهادهای کشور به وجود یکایک شما نیازمند است چه صلح باشد و چه جنگ». (صحیفه نور، ج ۲۱)

ایشان در مورخ ۶۷/۹/۲ در هفته بسیج درباره خطر غفلت از بسیجیان و روحیۀ بسیجی‌گری، طی پیامی به مسئولان فرمودند: «من دست یکایک شما پیشگامان رهایی را می‌بوسم و می‌دانم که اگر مسئولان نظام اسلامی از شما غافل شوند، به آتش دوزخ الهی خواهند سوخت». (صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۱۹۶)

آری، مسئولان در برابر حفظ روحیۀ ایثار و خدمت که از ویژگی‌های بسیجیان است، مسئول هستند. هرگونه تجمل‌گرایی و عدم کارایی در عرصۀ مسئولیت و بی‌توجهی به روحیه و عواطف مردم، خطری است که می‌تواند به نهاد بسیج در عرصه‌های خطر، ضربه وارد کند.

از ضرورت‌های مهم سازمان بسیج جهت گسترش اثر بخشی خود در فعالیتهای کشور، تلاش مستمر برای مشارکت و جذب هر چه بیشتر جوانان و نوجوانان به سمت الگوهای سازنده مبتنی بر هویت ملی - مذهبی از دیدگاه مقام معظم رهبری است. با توجه به اهمیت مسئله اشتغال و آموزش مهارت‌های کارورزی، توسعه فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی و نیز حرکت به سمت مشخصه‌های جامعه کارآفرین ارزش‌مدار و نظر به پیشرفت‌های سریع و هدفمند حوزه‌های مختلف صنعت و فناوری در جهان، الزام شتاب گرفتن آهنگ حرکت کشور برای جهت توسعه دانش‌بنیان فناوری، آموزش و ترویج کارآفرینی برای افراد و مدیران تمامی سازمانها و تشکلهای کشور، امری مهم تلقی می‌شود. در دهه سوم انقلاب، وجود منابع انسانی جوان و پرتوان کشور و به خصوص تمرکز نیروهای متخصص تحصیلات تکمیلی در حوزه‌های مختلف دانشگاهی شرایط ویژه‌ای را برای ارتقای وضعیت فناوری و توسعه کارآفرینی کشور مهیا کرده است. در دنیای کنونی، رویارویی با مسائل پیچیده فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی با

روشهای ساده و سنتی ممکن نیست و حل این گونه مسائل جز به مدد روشهای نوین ممکن نخواهد بود. این روشهای نوآورانه باید بهترین پاسخها را در کمترین زمان ممکن ارائه دهند؛ چرا که زمان حیاتی‌ترین و کمیاب‌ترین منبع در عصر دانش‌بنیان مبتنی بر سرعت است. از دست دادن زمان توسعه کشور در عصری که پیوسته در حال تغییرات بنیادی است، موجب می‌شود که فرصتها از کف برود و موقعیت کنونی و آینده کشور اسلامی ایران تضعیف یا تخریب شود. بسیج با داشتن ویژگی‌های ممتاز علمی، ارزشی، منابع انسانی، توزیع گسترده در مناطق مختلف جغرافیایی کشور، وجود سازمانهای تخصصی در شاخه‌های مختلف سنی و تحصیلاتی و حرفه‌ای و در صورت تدوین و برنامه‌ریزی و ارائه راهبرد مشخص، در حوزه کارآفرینی فردی و سازمانی می‌تواند اثر ویژه‌ای روی توسعه کارآفرینی و فناوری کشور بگذارد و مانند نقش ممتاز آن در دوران جنگ تحمیلی، با بهره‌برداری از این موقعیت تاریخی کشور، عامل توسعه فناوری و کارآفرینی و تجمیع تعهد و تخصص در جهت توسعه کارآفرینی و اشتغال و در نهایتاً تقویت پایه‌های نظام بر مبنای اندیشه‌های امام (ره) و اصول اساسی نظام مقدس جمهوری اسلامی باشد.

در دوران فعلی که عصر کارآفرینی نام نهاده شده و به نوعی دهه سوم تشکیل بسیج به شمار می‌رود، شرایط اجتماعی برای کارکرد جدید بسیج آماده شده و همگی پذیرفته‌اند که بعد از دوران سازندگی، سازندگان سنگر، خط، پل و اسکله، ثابت کردند می‌توانند روستاها و شهرهای ویران شده را بازسازی کنند یا دوباره بسازند. اکنون نوبت به وارد شدن به مرحله جدیدی از نقش‌پذیری و فعالیت این نهاد در عصر کارآفرینی است و از اینرو نسل سوم بسیج شکل گرفته و بسیجیان تربیت یافته این نسل، در سنگر توسعه کارآفرینی و فناوری به دفاع از ارزشهای انقلاب و توسعه اقتصادی کشور همت گمارند. (خامنه‌ای، ۱۳۸۰) در این نسل حضور بخشهای تخصصی‌تر شامل بسیج دانشجویی، بسیج اساتید، بسیج متخصصین و صاحبان اندیشه و هنر در عرصه فرهنگی و تولید علم، یکی از ضروری‌ترین موضوعاتی است که امروز می‌تواند خلأ مباحث نظری و نقصان را در فناوری و دانش تجربی برطرف کند. بیانات رهبر انقلاب در خصوص نهضت تولید نرم افزار علمی - دینی، مسئولیتی بزرگ بر دوش همه دست اندرکاران حوزه علم و دین

بود. با این حال، این مسئولیت برای بسیجیان حوزه و دانشگاه از اهمیت بیشتری برخوردار است و بر بسیجیان فرهنگی است که در عرصه علم و هنر بر تلاش خود بیفزایند و در بسیج توان علمی کشور برای ایجاد جنبش نرم افزاری تلاش کنند.

مقام معظم رهبری مسئله تولید علم و توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور را در تمام زمینه‌ها مطرح فرمودند و بسیج و بسیجیان را به عنوان سردمداران این نهضت در پیشبرد این اهداف مسئول می‌دانند. ایشان با انتقاد از برخورد منفعل با نظریه‌های غربی در مورد اقتصاد، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و علوم سیاسی خاطر نشان فرمودند: «مفاهیم و مبانی اساسی علوم انسانی در اسلام وجود دارد و استادان متعهد دانشگاهها و علمای حوزه‌ها می‌توانند با نظریه‌پردازی و نوآوری علمی در این عرصه‌ها به حرکت عمومی در کشور کمک کنند». در این راستا، فرهنگ و تفکر بسیجی حداقل در سطح توسعه، کلان و خرد در عرصه اقتصاد قابل بررسی است.

بسیج پس از انقلاب اسلامی به رهبری امام خمینی (ره) و در پرتو انوار نورانی اسلام، حرکت خویش را در راستای حفظ و حراست از انقلاب و کشور آغاز کرد. این نهاد در راستای ایجاد فضای مناسب برای فعالیت این قشر از بسیجیان متخصص، باید با یک برنامه منظم و پویا، افراد متعهد و کارآمد کشور و نظام را شناسایی و ساماندهی کند. به منظور ایجاد جاذبه لازم برای به هم پیوستن نیروهای متخصصی که بتوان با ایجاد بستری لازم از توان آنها در مسیر پیشرفت کشور و تمدن پویای اسلامی استفاده نمود. بسیج اهداف خود را در قالب تشکل مهندسين بسیجی، توسعه فرهنگ و ارزشهای اسلامی و ترویج تفکر بسیجی در عموم فعالیتهای مهندسی، حفظ و بهره‌برداری از تجربیات مهندسی دفاع مقدس، مشارکت در رشد و ارتقای توان و مهندسی طرحهای توسعه و عمران کشور، مشارکت فعال در تشکلهای فنی و مهندسی کشور، ارائه خدمات علمی و فرهنگی و مشاوره حرفه‌ای به اعضا، بهره‌گیری از توان مهندسان بسیجی در حوادث غیر مترقب بیان کرده است. این سازمان با ایجاد مدیریتهای منابع انسانی، آموزش و پژوهش، فرهنگی و پرورشی، خدمات مهندسی و صنفی، تعریف هدفمندی را برای دستیابی به اهداف هفت‌گانه مذکور به وجود آورده است. همچنین با ایجاد گروههای تخصصی عمران، صنعت و معدن، انرژی، کشاورزی و منابع طبیعی، فناوری اطلاعات و ارتباطات،

زمینه‌های دستیابی مهندسين بسيجی را به اهداف علمی گروه‌های فنی- تخصصی ایجاد کرده است. شایسته است که همه عناصر متعهد در رشته‌های مختلف مهندسی به ویژه آنها که اندوخته گرانبهای سال دفاع مقدس را دارند گرد هم آیند و با تشکل و اتفاق و سازمان دادن سرمایه‌های علمی، فکری، تخصصی، تجربی، مادی و ... در سازمان بسیج مهندسين حضور منسجم یافته و همسویی این ذخیره‌های گرانسنگ را در مسیر رشد انقلاب اسلامی ممکن سازند.

نقش شرکتهای تعاونی در توسعه کشور

تعاونی‌های رسمی یا اقتصاد بخش تعاون، ناشی از وضعیت پیش آمده در حوزه اقتصاد و منابع انسانی بعد از انقلاب صنعتی بود و راهی برای بهبود اثربخشی در هزینه‌های کارگران از طریق تعاونی‌های مصرف و تأمین نیازمندی‌ها از منابع اصلی تولید به شمار می‌رفت. تعاونی‌های مصرف بعد از مدتی گسترش یافتند و وارد حوزه‌های تولیدی، اعتباری، مسکن و خدمات شدند؛ آن گونه که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه چون: هند و مصر، اقتصاد بخش تعاون به عنوان هدف توسعه و در بخشی دیگر از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، به مثابه اصلی‌ترین ابزار و وسایل و الزامات توسعه به کار گرفته شد. اقتصاد بخش تعاون ضمن تأثیرپذیری از پدیده جهانی شدن و فرایند تکمیل چرخه سازمان تجارت جهانی، بر روندها و فرایندهای آن نیز اثرگذار بوده است و با آن در کنش متقابل است. گسترش تعاونی‌ها در حوزه‌ها و شاخه‌های مختلف و گوناگون مصرف، تولید، اعتبار، مسکن و خدمات و در طبقه‌بندی دیگری بر حسب گرایشهای بخشی در کشاورزی، صنعت و خدمات با اجرایی و عملیاتی شدن این نوع از فعالیتهای اقتصادی در کشورها به ویژه در کشورهای در حال توسعه، موقعیت برجسته نظام تعاونی را در میان نظامهای اقتصادی مطرح کرد. (محمدیان، ۱۳۸۶) تعاونی‌ها به عنوان یکی از اشکال سازمانهای مردمی قابلیت‌های فراوان برای ایفای نقش در حمایت اقتصادی جوامع دارند و افزون بر ویژگی آفرینش تعاملات مثبت اجتماعی، اهمیت ویژه آنها، در استفاده از امکانات بالقوه کسب و کار، حمایت از کارآفرینی، تولید ثروت و تأمین خدمات اجتماعی- رفاهی و طبقه‌بندی واحدهای تولیدی و خدماتی به عنوان مکمل

روشهای دیگر است. بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی کارکرد بخش تعاون، ایجاد اشتغال برای کسانی است که مهارت لازم برای انجام کار و حرفه‌ای را دارند، اما سرمایه کافی را برای ایجاد اشتغال در اختیار ندارند. این افراد می‌توانند در قالب تشکلهای تعاونی سازماندهی شوند و از محل تسهیلات بانکی و سایر منابع مالی، کسب و کاری را راه‌اندازی کنند. (رحیمی، ۱۳۸۷)

انواع شرکتهای تعاونی در ایران بر حسب گرایش عبارتند از: کشاورزی، صنعتی، معدنی، خدماتی، مسکن، فرش دستباف، تأمین‌کننده نیاز تولیدکنندگان، تأمین‌کننده نیاز مصرف‌کنندگان، اعتبار، حمل و نقل و تعاونی‌های چند منظوره. یکی از انواع تعاونی‌ها، تعاونی‌های اعتباری هستند. تعاونی‌های اعتباری در جهان به عنوان یکی از مؤثرترین ابزار توسعه جوامع جهانی و بزرگترین شبکه توزیع اعتبارات خرد در جهان محسوب می‌شوند. این تعاونی‌ها از اصول بین‌المللی تعاون پیروی می‌کنند و به نامهای مختلف ذیل نامیده می‌شوند: ۱. اتحادیه اعتباری، ۲. تعاونی اعتباری، ۳. تعاونی پس‌انداز و وام تعاونی پس‌انداز و اعتبار.

تعاونی‌ها با ایجاد، بهبود و حفظ درآمد و فرصتهای شغلی از طریق جمع‌آوری منابع محدود اقتصادی، اعضا را یاری می‌رسانند تا در تشکیل بنگاههای اقتصادی مشارکت داشته باشند. این اشتراک در تولید، سود سهام، کاهش قیمت و خطرپذیری است که ضریب اطمینانی برای فعالیتهای اقتصادی محسوب می‌شود. تعاونی‌های اعتباری برای افرادی که نمی‌توانند از خدمات بانکهای سنتی و بیمه‌ها بهره‌مند شوند نقش احیاگر دارند.

بیمه یکی از مهم‌ترین خدمات مالی است که می‌تواند آسیب‌پذیری فقرا را در مقابل شوکهای اقتصادی، از طریق حفاظت از دارایی‌های آنان کاهش دهد. تعاونی‌ها نشان داده‌اند که می‌توانند ساز و کاری مناسب برای ارائه بیمه‌های خود به فقرا برای مبارزه با بیماری، سرقت، خشونت و بلایای طبیعی باشند. آنها همچنین در اطلاع‌رسانی و آموزش کارگران فقیر به ویژه در بخش غیر رسمی اقتصاد در زمینه ارزش و اهمیت بیمه، نقش بسزایی دارند. مداخله تعاونی‌های اعتباری به عنوان عرضه‌کننده در بخشهای مختلف اقتصادی، نمایانگر مشارکت محسوس آنها در تحقق اهداف متعدد و توسعه هزاره است.

چنانچه مشاهده می‌شود، شرکتهای تعاونی تمامی بخشهای کسب و کار کشور را پوشش می‌دهند و در صورتی که بسیج با برنامه‌ای هدفمند پس از آموزش مبانی کارآفرینی و کسب و کار، به ایجاد و توسعه شرکتهای تعاونی روستایی و صنعتی همت کند، نقش بسیار ارزنده‌ای در توسعه کارآفرینی با استفاده از شرکتهای تعاونی خواهد داشت.

ارائه الگو برای توسعه کارآفرینی در جامعه بسیجیان کشور به وسیله شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان

برای تبیین جایگاه بسیج و وزارت تعاون در فرایند توسعه کارآفرینی و نقش دانشگاهها در ایجاد شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان بسیجی و فراهم کردن منابع تأمین مالی برای تجاری‌سازی محصولات، کمک به رشد و توسعه شرکتهای کوچک و نوپای تعاونی، می‌بایست شبکه‌ای نوآور شامل چهار بخش ذیل شکل بگیرد:

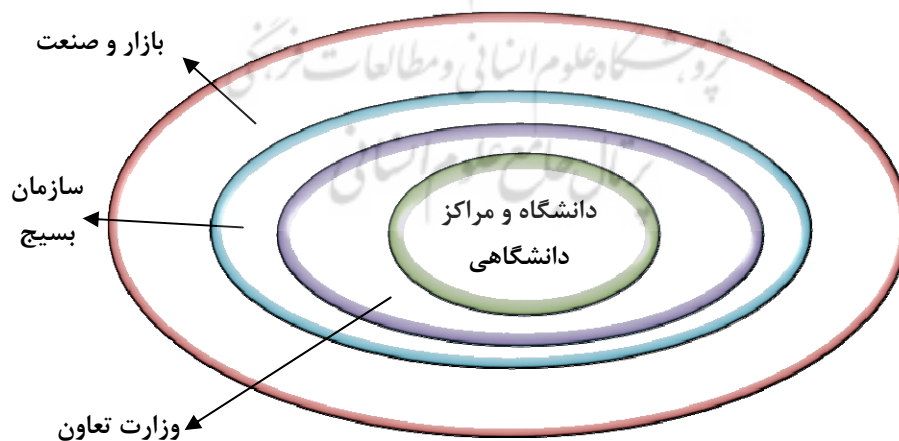
سازمان بسیج کشور؛

دانشگاه به عنوان مشاور علمی حوزه کارآفرینی شرکتهای دانش‌بنیان؛

بازار و صنعت به عنوان مخاطب شرکتهای تعاونی؛

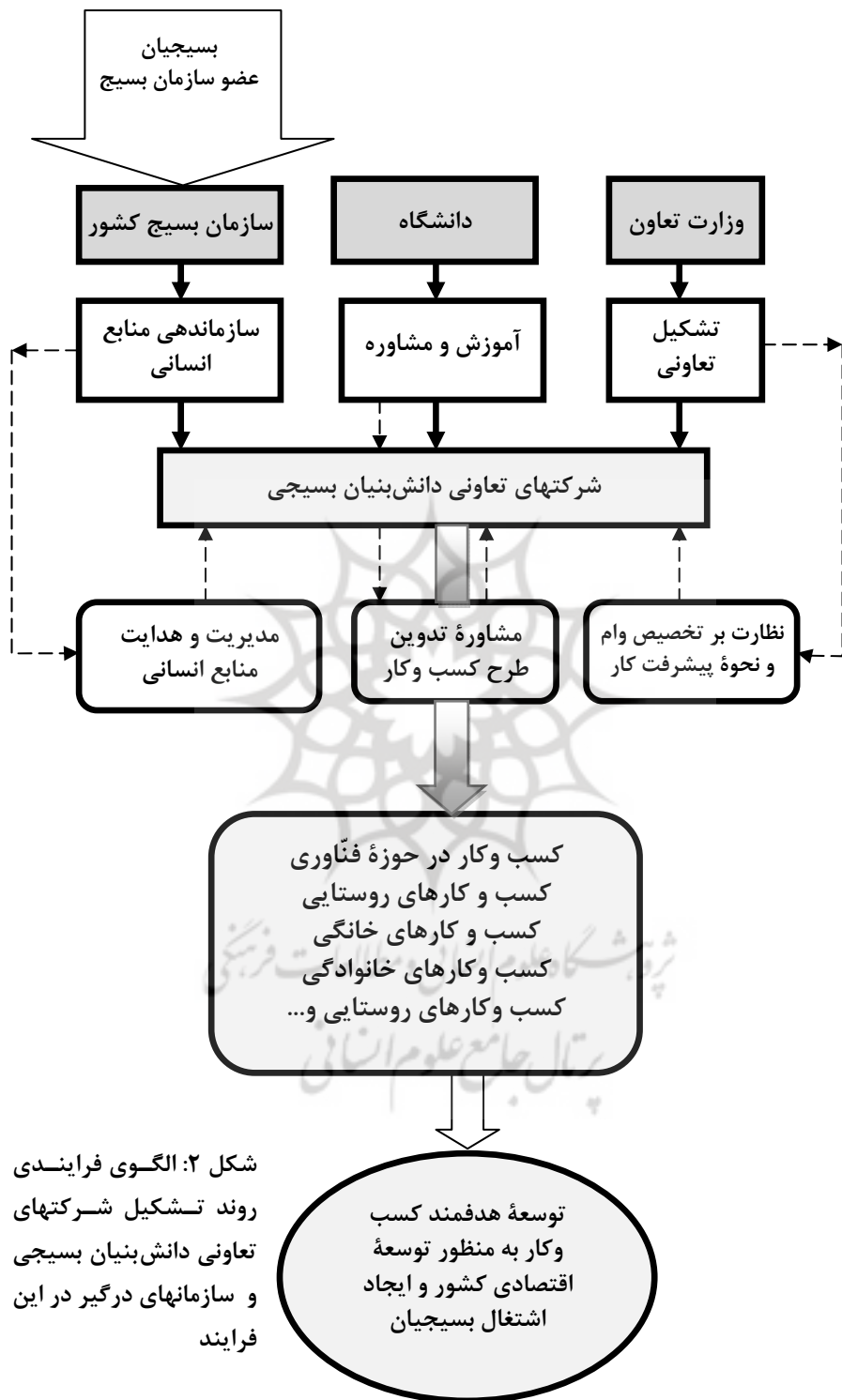
وزارت تعاون.

شکل ۱، بخشهای همکار در توسعه شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان بسیجی را نشان می‌دهد.



شکل ۱: الگوی بخشهای همکار در توسعه شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان بسیجی

بدین منظور، بسیج با کمک دانشگاه به ترویج و توسعه کارآفرینی میان بسیجیان عضو پرداخته، آنها را برای ایجاد تعاونی‌های دانش‌بنیان به وزارت تعاون معرفی می‌کند. با توجه به طرح کسب و کاری که حداقل هفت نفر بسیجی برای کسب و کار خود ارائه می‌کنند و نظر به نیازسنجی صورت گرفته از صنعت و جامعه، شرکت تعاونی تأسیس و تحت نظارت و کنترل سازمان بسیج و وزارت تعاون به صورت مرحله‌ای، منابع مالی در اختیار شرکت قرار می‌گیرد. با توجه به گستردگی بسیج در کشور و نیز ارتباطات گسترده و سازماندهی شده آن، در صورت برنامه‌ریزی علمی برای تشکیل کسب و کارهای خانگی و خانوادگی و کسب و کارهای روستایی برای اقشار بسیجی غیر دانشگاهی و نیز توسعه کسب و کارهای فناورانه برای بسیجیان دانشگاهی و متخصص شاهد توسعه کسب و کار در حوزه‌های مختلف مورد نیاز جامعه خواهیم بود. علاوه بر آن، با در نظرگیری عضویت اعضای خانواده‌ها در شرکت تعاونی بسیجی، شاهد اشتغال هدفمند تعداد کثیری از هموطنان در بخشهای سازنده و خدمت‌رسان به جامعه و صنعت خواهیم بود. شکل ۲، الگوی فرایندی روند تشکیل شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان بسیجی، سازمانهای درگیر در این فرایند و نقش هر سازمان را در توسعه کارآفرینی و اشتغال از طریق شرکتهای کوچک و متوسط تعاونی نشان می‌دهد.



شکل ۲: الگوی فرایندی
 روند تشکیل شرکتهای
 تعاونی دانش بنیان بسیجی
 و سازمانهای درگیر در این
 فرایند

توسعه هدفمند کسب
 و کار به منظور توسعه
 اقتصادی کشور و ایجاد
 اشتغال بسیجیان

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت توسعه دانش‌بنیان بخش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی کشور و وجود سازمانی مردم‌نهاد و ارزشی به نام بسیج، برنامه‌ریزی و ارائه الگو برای توسعه کسب و کار و اشتغال از طریق ایجاد تعاونی‌ها، شناسایی راهبردها و عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی، حمایت از تجاری‌سازی محصولات شرکتهای تعاونی فعال در حوزه فناوری از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این مقاله پس از بررسی عوامل مؤثر در ایجاد و رشد شرکتهای تعاونی کوچک و متوسط دانش‌بنیان دانشگاهی، یک الگو تعاملی برای ایجاد شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان بسیجی ارائه شده است. از این رو می‌بایست کمیته‌ای مرکب از سازمان بسیج و وزارت تعاون و دانشگاهها و مراکز دانشگاهی متولی توسعه کارآفرینی برای ایجاد ساختارها و تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی تشکیل شده و وظیفه تدوین راهبرد و اجرایی کردن برنامه‌ریزی عملیاتی توسعه کارآفرینی و اشتغال را از طریق ایجاد شرکتهای دانش‌بنیان به عهده داشته باشد. شایان ذکر است که این سازمانها مسئولیت سیاستگذاری و نقش ستادی را به عهده داشته و به هیچ وجه وارد مباحث اجرایی نشده و نقش عملیاتی نخواهند داشت.

منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۹)؛ کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران، شرکت پردیس.
۲. احمد پورداریانی، محمود و سید محمد مقیمی (۱۳۸۵)؛ مبانی کارآفرینی، تهران، فراندیش و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، چ ششم.
۳. صحیفه نور، مجموعه سخنان گهربار حضرت امام (قدس).
۴. حبیبی، محمد باقر (۱۳۸۳)؛ شاخصهای فرهنگ و تفکر بسیجی (رویکردی پژوهشی)، تهران، سازمان تحقیقات و مطالعات بسیج.
۵. خامنه‌ای، سید علی (۱۳۸۰)؛ بسیج راز عشق و ایمان، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۶. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳)؛ کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمانهای غیر دولتی ایران، تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۷. پایگاه مقاومت بسیج دانشگاهها: <http://www.msrt.ir>
8. Deakins David and Freel Mark (2002). Entrepreneurship and Small Firms. 3rd edition, London, MC Grow- Hill.
9. Bygrave, W. "The entrepreneurship process", in the portable MBA in entrepreneurship, New York, John Wiley & Sons, 1994.
10. Gartner William B. (1989). "who is an entrepreneur? Is the wrong question". Entrepreneurship Theory and practice [ET&P] . vol. 88, N.124
11. Hisrich Robert D., Pelers Michael p. and Shepherd Dean A. (2005). Entrepreneurship. Sixth edition, Boston, MC Graw Hill.
12. Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development, Cambridge, Mass: Harvard University Press
13. Dutta, D. K., & Crossan, M. M. (2005). The nature of entrepreneurial opportunities: Understanding the process using the 4I organizational learning framework. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(4), 425–449.
14. Hamilton, R. T., & Harper, D. A. (1994). The entrepreneur in theory and practice. Journal of economic Studies, 21(6), 3–18.
15. Hsieh, C. (2007). Technological and entrepreneurial opportunities: Creation, valuation and appropriation. WASHINGTON UNIVERSITY IN ST. LOUIS.

16. Hulbert, B., Brown, R. B., & Adams, S. (1997). Towards an understanding of 'opportunity'. *Marketing Education Review*, 7(3), 67.
17. Human, S. E., Clark, T., Baucus, M. S., & Eustis, S. (2004). Idea or prime opportunity? A framework for evaluating business ideas for new and small ventures. *Journal of Small Business Strategy*, 15(1), 61-79.
18. J.A. Timmons, S. (2007). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* 7th ed., McGraw-Hill, 2007, 7th edition.
19. Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity Evaluation under Risky Conditions: The Cognitive Processes of Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(2), 125-149.
20. Obama, B. (2009). Inauguration address, January 20. 2009.
21. Pearsall, J., & Hanks, P. (1998). *The new Oxford dictionary of English*. Clarendon Press.
22. Rae, D. (2007). *Entrepreneurship: From Opportunity to Action*. Palgrave Macmillan.
23. Holcombe, G. R., (2003). The Origins of Entrepreneurial Opportunities, *The Review of Austrian Economics*, Vol. 16, No.1, p. 25-43.
24. Sarason, Y., Dean, T., & Dillard, J.F., (2006). Entrepreneurship As The Nexus Of Individual And Opportunity: A Structuration View, *Journal of Business Venturing*, No. 21, p. 286-305.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی