

## تک‌نگاری همایش

### کارآفرینی تعاونی، جلوه‌ای از هویت تعاونی

مترجم: اصغر بیات

#### ۱. پیشینه

سازمان بین‌المللی کار و اداره تجارت و صنایع در تاریخ ۲۵ می ۲۰۰۹، میزبان همایشی با عنوان " کارآفرینی تعاونی، جلوه‌ای از هویت تعاونی " بودند. این چهارمین همایش تعاونی به میزبانی آنها بود.

این همایش برای تعاونگران، کارشناسان تدوین خط‌مشی‌ها، ذی‌نفعان بخش و دانشگاهیان طراحی شده بود تا در فضایی مشترک در خصوص توسعه تعاونی به‌عنوان بخشی از رویکرد توجه به چالش‌های بزرگتر توسعه در کشور، هم‌اندیشی کنند.

انتظار از این سری همایش‌ها این است که به نتایج زیر دست یابیم:

- تدوین خط‌مشی جامع در مورد سیاست‌های کلیدی و مسائلی که مبتلابه توسعه تعاونی‌ها در آفریقای جنوبی است؛
- ارائه ایده‌های نوین، ابتکارات و دیدگاه‌های جدید در مورد نقش تعاونی‌ها، بخش تعاون و اقتصاد تعاون؛
- شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های فراروی توسعه تعاونی‌ها در آفریقای جنوبی؛
- فراهم کردن فضای آموزشی و مشترک برای متخصصان تعاونی‌ها، سیاست‌گذاران، سازمان‌های غیر دولتی حامی تعاونی‌ها و تشکل‌های جمعی؛
- تولید دانش در باره فعالیت‌ها و تجارب تعاونی‌هایی که در مرز تغییر قرار دارند؛
- افزایش ظرفیت رهبری دانش‌مدار در زمینه توسعه تعاونی‌ها در آفریقای جنوبی.

#### ۲. بیان مشکلات

آفریقای جنوبی در چند سال گذشته شاهد رشد انفجاری تعاونی‌ها بوده است. بر اساس آمار اداره ثبت تعاونی‌ها، تعداد تعاونی‌ها از ۱۴۰۰ شرکت در سال ۲۰۰۴ به ۱۶ هزار شرکت در سال ۲۰۰۷ رسیده است. این روند، ناشی از قانون تعاون مصوب سال ۲۰۰۵ و چارچوب‌های حمایتی بوده است. احزاب سیاسی مختلف، اتحادیه‌ها و نهضت‌های اجتماعی نیز موجبات حضور تعاونی‌های در برنامه‌های ملی توسعه آفریقای جنوبی را فراهم آوردند. برخی افراد در اظهارات خود، از تعاونی‌ها به‌عنوان بخش جداناپذیر "توانمندسازی اقتصاد سیاه" یاد می‌کنند. این اظهارات به نوعی

باعث سیاسی شدن تعاونی‌ها شده است. علاوه بر این، تعاونی‌ها تا حد "بنگاه‌های اقتصادی کوچک، متوسط و خرد" کاهش یافته‌اند. این مطلب، تأکیدی است بر تبدیل تعاونی‌ها به سایر اشکال فعالیت اقتصادی.

اما تعاونی‌ها بر اساس هفت اصل شناخته شده بین‌المللی تعریف می‌شوند که شکل و هویت آنها را متمایز می‌کند. این اصول باعث ایجاد نهادی می‌شوند که ذاتاً اجتماعی و توان‌بخش است. تعاونی‌ها همانند سایر بنگاه‌های خصوصی نیستند. این امر مستلزم پاسخ به این سوالات است: رابطه بین تعاونی‌ها و کارآفرینی چیست؟ آیا مهارت‌های کارآفرینی از هویت تعاونی جدا هستند یا تقویت کننده آن از طریق افزوده شدن به این هویت‌اند، مثل کارآفرینی تعاونی؟ مهارت‌های کارآفرینی چه نقشی در پایداری تعاونی‌ها دارند؟ نقش دولت در این زمینه چیست؟ نقش نهضت تعاون در این مورد چیست؟

### ۳. کارآفرینی تعاونی

برند هارمز، مشاور ارشد سابق توسعه تعاونی‌های آفریقای جنوبی.

۳-۱. مقدمه

تعداد زیادی از مردم آفریقای جنوبی که در مناطق روستایی و حومه شهرها<sup>۱</sup> زندگی می‌کنند، بخشی از اقتصاد غیر رسمی یا محرومین از مزایای توسعه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی محسوب می‌شوند. تعاونی‌ها نقش مهم و فزاینده‌ای در کمک به این مردم برای یافتن راه‌های چگونگی همکاری برای رهایی از فقر از طریق استفاده از منابع، دانش و استعداد خود، ایفا می‌کنند.

تعاونی‌ها در جایی به توسعه اقتصادهای محلی کمک می‌کنند که فقرا از طریق پیوند بی‌نظیر و قوی خود با اجتماع، به زندگی ادامه دهند. آن‌ها شرایطی را فراهم می‌کنند تا صدای فقرا شنیده شود و شرایط کار و زندگی آن‌ها بهبود یابد. با عنایت به اینکه تعاونی‌ها، تشکل‌هایی مردم‌سالار هستند و در مالکیت اشخاصی قرار دارند که از خدمات آنان استفاده می‌کنند؛ ابزاری ایده‌آل برای توانمندسازی فقرا محسوب می‌شوند. آن‌ها مشارکت جو و پاسخ‌گوی نیازهای محلی‌اند و می‌توانند جوامع را بسیج و به‌ویژه به اقشار آسیب‌پذیر کمک کنند.

"انجام آنچه به صورت فردی امکان‌پذیر نیست، به شکل گروهی امکان‌پذیر است"

(رایفایزن)<sup>۲</sup>

تعاونی‌ها با چالش سایر بنگاه‌های اقتصادی مواجه هستند: باید ارزش بیافرینند<sup>۳</sup>. آن‌ها باید کالاهایی تولید کنند که مورد دلخواه مشتریان (اعضا) باشد و آن‌ها توانایی و رغبت پرداخت بهای آن را

داشته باشند. تعاونی‌ها همانند سایر بنگاه‌های اقتصادی با موانع اقتصادی خُرد و کلان مواجه هستند.

تفاوت اصلی یک تعاونی با بنگاه سرمایه‌سالار در این است که مالکان و مشتریان محصولات تولیدی تعاونی، همان اشخاص هستند (اصل هویت)<sup>۴</sup>. پتانسیل کارآفرینی و مشکلات ایجاد ارزش [افزوده] از این هویت نشأت می‌گیرند.

تعاونی‌ها در صورتی که از "مزیت تعاونی"<sup>۵</sup> برخوردار باشند، می‌توانند به گونه‌ای موفقیت‌آمیز با سایر تشکلهای اقتصادی رقابت کنند. چگونه می‌توان مزیت تعاونی را کشف کرد؟ "کارآفرینان تعاونی"<sup>۶</sup> یک راه حل است.

۲-۳. نیاز به "کارآفرینان تعاونی"

تجارب کشورهای مختلف نشان می‌دهد که بنیان تعاونی‌ها غالباً با کمک مروجان خارجی<sup>۷</sup> یا کارآفرینان تعاونی گذاشته شده است. ضروری است که یک کارآفرین تعاونی، فرصت‌های تعاونی را کشف و اجرا نماید. به بیان دیگر: کشف و انجام "تاثیر تعاونی"<sup>۸</sup> بر رفاه اعضا، نقش و کارکرد کارآفرینی تعاونی است. "تاثیر تعاونی" به این معنی است که تعاونی باید بتواند در رقابت با دیگران به حیات خود ادامه دهد ("محک بازار")<sup>۹</sup> و باید امکان مشارکت اعضا در دستاوردهای تعاونی را فراهم کند ("محک مشارکت")<sup>۱۰</sup>. وظیفه غایی کارآفرینی، پُر کردن فاصله بین آنچه انجام شده و آنچه باید انجام شود، است.

۳-۳. انواع مختلف کارآفرینان تعاونی

به نقش کارآفرینان در رابطه با توسعه تعاونی به ندرت اشاره شده است. در حالی که کارآفرینی نوآورانه، شرط لازم دستیابی به توسعه اقتصادی به معنی عام کلمه و همچنین شرط ضروری برای موفقیت تعاونی به طور خاص است. تعاونی‌ها بدون کارآفرینی تعاونی موفق نیستند و نباید تاسیس شوند. کارآفرینان نوآور تعاونی، اصلی‌ترین مروجان تعاونی محسوب می‌شوند.

هر کارآفرینی، کارآفرین نیست. بین کارآفرینان نیز همانند انسان‌ها تفاوت وجود دارد. رویکه<sup>۱۱</sup> بین چهار نوع آن‌ها تمایز قائل می‌شود:

الف. کارآفرینان عضو

کارآفرینان تعاونی بخشی از طبقه اعضا هستند (که می‌توانند از راه انتخابات در جایگاه رهبری تعاونی قرار گیرند).

ب. کارآفرینان مدیر

کارآفرینان تعاونی، مدیران بنگاه‌های تعاونی هستند.

پ. کارآفرینان دیوان‌سالار<sup>۱۲</sup>

کارآفرینان تعاونی بخشی از کارکنان دولت یا ادارات شبه دولتی هستند.

ت. کارآفرینان محرک<sup>۱۳</sup>

کارآفرینان تعاونی از اعضای سایر تشکلهای غیر تعاونی (مدارس، دانشگاهها، موسسات خیریه، کلیساها) هستند که امکانات تخصصی و انگیزه لازم برای کارآفرینی تعاونی را فراهم می‌کنند. آنها متخصصان تاسیس، ترویج و حمایت از تعاونی‌ها هستند.

بر اساس نظر روپکه، دو گروه اول را می‌توان مبتکران داوطلب و دو گروه دیگر را مروجان کارآفرین خارج از تعاونی نامید. در کارآفرینی مبتکران داوطلب تعاونی، تصمیمات مهم توسط افراد داخل تعاونی اتخاذ می‌شود (اعضا، مدیران، هیات مدیره).

اگر چه دو گروه اول ایده‌آل به نظر می‌رسند، اما بسیاری از تعاونی‌های این گروه‌ها در راستای منافع یک فرد، گروه کوچک یا خانواده‌ای بزرگ فعالیت می‌کنند. به عبارت دیگر، گاه ملاحظه می‌شود کارآفرینان عضو تعاونی از صنوفی می‌آیند که فاقد هر نوع منافع مادی هستند، مثل کشیشان، معلمان، فعالان اجتماعی، کارکنان دولت و موسسات حمایتی و ترویجی.

اگر مدیران را همانند کارآفرینان در نظر بگیریم، این خطر وجود دارد که تعاونی‌ها بدون در نظر گرفتن نیازها و منافع اعضا، تحت سلطه مدیران در آیند.

وقتی دیوان‌سالارانی مانند مقامات دولتی کارآفرینی تعاونی را بر عهده می‌گیرند، غالباً از رویکرد مبتنی بر دستور کار، پیروی می‌کنند که اغلب در تاسیس تعاونی‌ها از مجرای نهاده‌ها یا به دست آوردن تولید از طریق اعضا موفق عمل می‌کنند و به ابزارهای دولتی تبدیل می‌شوند. کارآفرینان دیوان‌سالار از فرصت‌های تعاونی محلی آگاهی ندارند. به دلیل عدم مشارکت اعضا، مدیران یا اعضای هیات مدیره به راحتی درگیر کارهای بی‌حاصل و فساد انگیز می‌شوند. فراهم کردن اعتبارات دولتی و خدمات یارانه‌ای برای اعضا، منجر به ایجاد گرایش به وابستگی و افزایش مشکلات برای کارآفرینان و گروه‌هایی می‌شود که می‌خواهند تعاونی را با امکانات خود ایجاد کنند.

کارآفرین محرک می‌تواند از برخی از محدودیت‌هایی که تا کنون بدانها اشاره شده، احتراز کند. آن‌ها کارگزارانی خارجی هستند که وظیفه‌شان به دست گرفتن فرایند نهادینه‌سازی تعاونی و همکاری با تعاونی‌های قوی محلی است. آن‌ها اساساً کار خود را از پایین به بالا<sup>۱۴</sup> آغاز می‌کنند و می‌توانند دولتی یا غیر دولتی باشند. کارآفرینان محرک از این مزیت برخوردارند که جزو سلسله مراتب محلی قدرت و نفوذ محلی نیستند. آن‌ها احتمالاً فرصت‌های تعاونی را بهتر از مقامات محلی می‌شناسند. اما این خطر وجود دارد که آنان بیش از حد درگیر امور تعاونی شوند و ساختار تعاونی را وابسته به خارج نمایند.

### ۳-۴. ارتقای توسعه تعاونی‌ها

کارآفرینی، عنصر لازم برای توسعه تعاونی است. توسعه تعاونی همواره شامل جنبه‌های دوگانه تعاونی‌ها است: توسعه کسب و کار تعاونی و ارتقای (انگیزه‌بخشی و توانمندسازی) کارآفرینی اعضای تعاونی.

چگونه به ارتقای تعاونی‌ها پردازیم تا آن‌ها بتوانند به شیوه‌ای موثرتر به پیشرفت اعضا کمک کنند؟ تعاونی‌ها با ارائه چه نوع خدماتی می‌تواند به بهبود عملکرد اعضای کارآفرین خود کمک کنند؟ تعاونی‌ها چگونه می‌توانند به تحریک نوآوری اعضا پردازند و به توسعه فعالیت‌های آن‌هایی که با جدیت به فعالیت اقتصادی می‌پردازند، یاری رسانند و این قابلیت کسب و کار را تبدیل به شرکتی بلند همت نمایند؟

تاکید اولیه سیاست‌گذاران، آموزش دهندگان، مربیان و مشاوران باید ترویج تعاونی‌های بزرگ و جاه‌طلب و تعاونی‌های نوین باشد.

اولین کاری که باید انجام دهید، منفی است: کاری نکنید که مانعی بر سر راه این گروه از تعاونی‌ها به وجود آید. دومین اقدام، تعریف کارآفرینان تعاونی و تعاونی‌های جوان با کارآفرینان کاملاً نوآور می‌باشد. لذا سیاست‌گذاران و دولت باید به سمت ارتقای کارآفرینان تعاونی و از طریق آن‌ها اعضای تعاونی تغییر جهت دهند.

رهبران و مدیران تعاونی باید به دنبال جلب کمک‌های خارجی به منظور افزایش فرصت‌های کارآفرینی و ظرفیت مدیریت باشند. این کمک‌ها معمولاً در قالب دوره‌های آموزش عملی، تامین مالی طرح‌ها یا مشاوره کارآفرینی توسط کارآفرینان "محرک" کاملاً مجرب و تعلیم دیده از نهضت تعاون، سازمان‌های غیر دولتی یا نهادهای دولتی ارائه می‌شود.

بدین لحاظ، خط‌مشی دولت از دخالت مستقیم و پیشبرد اهداف دولت به سمت کمک غیر مستقیم و پیشبرد اهداف اعضا تغییر می‌کند. به جای پیشبرد بخش تعاون به عنوان یک کل، باید ارتقای کارآفرینی تعاونی را مد نظر قرار دهیم. کارآفرینان تعاونی باید برای موفقیت در رقابت و ارتقای وضعیت اعضا، حداقل آشنایی با نظریه‌ها را داشته باشند تا درک صحیحی از آنچه انجام می‌دهند و آنچه باید انجام دهند، داشته باشند. بنا بر این، تاکید اصلی بر آموزش نظری و عملی، ظرفیت‌سازی یا توسعه منابع انسانی است. تاکید ویژه‌ای نیز باید بر کارآفرینان دانشگاهی و پیرو آن، ایجاد ارتباط بین جهان دانش و کسب و کار داشته باشیم.

### ۴. دیدگاه سازمان بین‌المللی کار در مورد کارآفرینی تعاونی

ارسولا تایتوس<sup>۱۵</sup>، رئیس برنامه سا - جامپ<sup>۱۶</sup> سازمان بین‌المللی کار

### ۵. خلاصه نکات اصلی مورد بحث

در مذاکرات این همایش بر نکات مهم زیر تاکید شد:

- با توجه به رشد سریع تعاونی‌ها در آفریقای جنوبی، تمایز بین تعاونی‌های صوری و واقعی از اهمیت برخوردار است. بیانیه هویت تعاونی اتحادیه بین‌المللی تعاون و اصول آن و همچنین قانون سال ۲۰۰۵، مبنایی برای ارزیابی واقعی تعاونی‌ها هستند. این امر مهمی است زیرا تعاونی‌های اصیل نباید تحت‌الشعاع آن‌هایی قرار بگیرند که "طالب سود آنی"<sup>۱۷</sup> هستند و صرفاً به دنبال منابع مادی‌اند. خط‌مشی تقویت اقتصاد سیاه [زیرزمینی] از سوی دولت باعث سیاسی‌شدن تعاونی‌ها می‌شود و آنان به دنبال برخورداری از رانت می‌روند که خلاف رویه از پایین به بالای تعاونی و تعاونی‌های تحت مالکیت کارگران است؛
- کارآفرینی تعاونی "راه‌حل معجزه‌آسایی"<sup>۱۸</sup> نیست، اما عنصری مهم برای توسعه تعاونی محسوب می‌شود. با توجه به اینکه تعاونی‌ها در فضای بازار آزاد فعالیت می‌کنند، ارتقای مهارت‌های کارآفرینی تعاونی بسیار نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. از سوی دیگر، تعاونی‌های امرار معاش و اجتماعی ممکن است نیازی به اداره امور توسط کارآفرینی تعاونی نداشته باشند. کارآفرینی تعاونی در هر دو مورد نباید از اصول تعاون فاصله بگیرد.
- کارآفرینی تعاونی نباید تا حد چارچوب‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی و تعاونی نباید در حد سایر اشکال کسب و کار تنزل یابد. تعاونی‌ها قالب نهادی متمایزی دارند که مبتنی بر الگوی نهادهای ارزش‌محور و دارای شخصیت اجتماعی است. مهارت‌های دشواری مثل مدیریت مالی، بازاریابی، مدیریت و غیره که مورد نیاز تعاونی‌ها هستند، باید به‌عنوان بخشی از آموزش نظری و عملی گسترده‌تر مد نظر قرار گیرند. موفقیت اغلب نهضت‌های تعاونی جهان ریشه در آموزش نظری و عملی مستمر به‌منظور ایجاد ظرفیت نهادی، افزایش آگاهی اعضا و تامین مهارت‌های توسعه‌ای است. کارآفرینی تعاونی باید بخشی از فرهنگ تعاونی و جزء لاینفک ایدئولوژی تعاونی باشد.
- دولت مشغول دخالت‌های مختلفی است که فضای لازم برای ایجاد نهضت از پایین به بالا را محدود می‌کند. نقش قانونی دولت به شیوه‌های مختلف و علیرغم داشتن اهداف مثبت، به سادگی تعبیر به اعمال کنترل می‌شود. دولت در باره دانشکده‌های تعاونی و سایر مداخلات برای ظرفیت‌سازی تعاونی بحث می‌کند که به‌نظر می‌رسد کلیه آن‌ها در چارچوب بالا به پایین<sup>۱۹</sup> باشند. نهضت تعاون در کنار دولت‌ها نیاز به تلاش برای ایجاد ظرفیت "داخلی" نهضت برای آموزش نظری و عملی دارد.
- نقش و کارکرد اقتصادی تعاونی‌ها نباید به کاهش فقر تقلیل یابد. تعاونی‌ها در شمال جهان یعنی کشورهای ثروتمند، نقشی محوری در فعالیت‌های اساسی اقتصاد ایفا می‌کنند.

جاذبه‌های مختلف تعاونی‌ها باید افزایش یابد تا افراد دارای قابلیت و مهارت‌های لازم به سوی تعاونی‌ها روی آورند. تخصصی شدن آموزش‌های عملی برای تعاونی‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. مثلاً صدور گواهی‌نامه‌های معتبر برای آموزش‌های عملی تعاونی در زمینه‌های کارآفرینی، مدیریت، مدیریت مالی و نظایر آن، از اهمیت بسیاری در آفریقای جنوبی برخوردار است.

- 
1. peri-urban areas
  2. Raiffeisen
  3. create value
  4. principle of identity
  5. "co-operative advantage"
  6. "co-operative entrepreneurs"
  7. external promoters
  8. "cooperative effect"
  9. "market test"
  10. "participation test"
  11. Röpke
  12. Bureaucratic Entrepreneurs
  13. Catalytic Entrepreneurs
  14. bottom-up
  15. Ursula Titus
  16. SA-Jump Program
  17. "fly by night"
  18. 'silver bullet'
  19. top down framework