

# هسته‌توانمندسازی حرکت‌های جهادی

بسته‌های آموزشی - بسته اشتغال‌زایی - جزوه شماره ۱

## اشتغال‌زایی

### حرکت به‌سوی خدمات مولد در مناطق محروم



مسئله‌ی اشتغال و کارآفرینی، مسئله‌ی بسیار مهمی است و پرداختن به این موضوع، جهادی است فی‌سبیل‌الله.

حرکت در این راه، نه صرفاً یک اولویت، بلکه ضرورت امروز کشور ماست. امروز، آبروی اسلام در گرو آن است که ایران اسلامی پس از تحمل این همه دشمنی و کارشکنی، به کشوری آباد تبدیل شود، کار و تلاش در آن فراگیر، زندگی مردم سروسامان، فقر و محرومیت ریشه‌کن، تولید داخلی با نیازهای مردم متعادل و کشور به خودکفایی برسد.

در این جزوه و پیوست‌های آن تلاش داریم نحوه ورود حرکت‌های جهادی به حوزه اشتغال‌زایی را بررسی نموده و راهکارهای اجرایی و کاربردی را در اختیار جهادگران قرار داده‌ایم.





## فهرست

- ۲..... اشاره
- ۳..... جایگاه اشتغال‌زایی در نقش راه حرکت‌های جهادی
- ۶..... کوتاه و مختصر در خصوص وضع حاضر روستاهای کشور
- ۱۰..... ضرورت ورود حرکت‌های جهادی به عرصه جهاد اشتغال‌زایی
- ۱۱..... هدف از جهاد اشتغال‌زایی روستایی چیست؟
- ۱۲..... راهبردهای اصلی
- ۱۲..... حل مشکلات و تقویت کسب و کارهای موجود
- ۱۲..... ترویج، آموزش و فرهنگ‌سازی
- ۱۳..... ایجاد کسب و کار جدید
- ۱۳..... ایجاد کسب و کار مشابه
- ۱۴..... فرایند ایجاد کسب و کار روستایی
- ۲۲..... عوامل و منابع مورد نیاز
- ۲۶..... نکات اجتماعی قابل توجه و چالش‌های پیش رو
- ۳۴..... ضمائم
- ۳۴..... ضمیمه ۱: لیست سازمانها و افراد مرتبط
- ۳۴..... سازمانها و ادارات
- ۳۷..... مراکز تأمین محتوا و اطلاعات
- ۴۱..... افراد و گروه‌های جهادی فعال
- ۴۳..... ضمیمه ۲: نمونه‌های موفق اشتغال‌زایی جهادگران



## اشاره

### فرهنگ ترویج تولید داخلی

ما باید فرهنگ کشور خودمان را به سمت ترویج تولید داخلی تنسيق و تنظيم كنيم و پيش ببريم؛ اين خيلي چيز مهمي است. در گذشته، سال‌هاي متمادي اين فرهنگ به ملت ما تزريق شده است كه به دنبال مصنوعات و ساخته‌هاي بيگانه و خارجي برونند. وقتي گفته مي‌شد اين جنس خارجي است، اين يك استدلال تام و تمامي بود براي بهتر بودن و مرغوب‌تر بودن اين جنس. اين فرهنگ بايد عوض شود. البته كيفيت توليد داخل در اين مؤثر است، تبليغ نكردن بيجا و بي‌رويه‌ي توليدات خارجي در اين مؤثر است، تشويق كارآفرين داخلي در اين مؤثر است، وجدان كاري در كنده‌ي كار- چه كارگر ساده يا كارگر مجرب يا مهندس كار- در اين مؤثر است، دولت نقش دارد، مسئولين نقش دارند، خود كارگر نقش دارد، كارآفرين نقش دارد، تاجر واردكننده‌ي كالاي خارجي نقش دارد. همه بايد دست به دست هم بدهند تا توليد داخل رجحان پيدا كند؛ ارزش پيدا كند و فرهنگي بر جامعه‌ي ما و بر ذهنه‌ي ما حاكم شود كه مصرف كردن توليد داخلي را ارزش بدانيم. ما به قيمت به كار واداشتن يك كارگر بيگانه كه توليد او را مصرف مي‌كنيم، يك كارگر داخل کشور را بيكار مي‌كنيم. همه‌ي مسئولين کشور، سياست‌گذاران کشور، مسئولان تبليغات کشور، خودِ كارآفرينان، خودِ كارگران، دولت، بخشه‌ي مربوطه به اين نکته بايد اهميت بدهند<sup>۱</sup>.

### رونق توليد داخلي

يك بخش مهم از مسائل اقتصادي برمي‌گردد به مسئله‌ي توليد داخلي. اگر به توفيق الهي و با اراده و عزم راسخ ملت و با تلاش مسئولان، ما بتوانيم مسئله‌ي توليد داخلي را، آنچنان كه شايسته‌ي آن است، رونق ببخشيم و پيش ببريم، بدون ترديد بخش عمده‌اي از

---

<sup>۱</sup> بيانات در ديدار جمعي از معلمان، پرستاران و كارگران ۱۳۸۸/۰۲/۰۹





تلاشهای دشمن ناکام خواهد ماند. پس بخش مهمی از جهاد اقتصادی، مسئله‌ی تولید ملی است. اگر ملت ایران با همت خود، با عزم خود، با آگاهی و هوشمندی خود، با همراهی و کمک مسئولان، با برنامه‌ریزی درست بتواند مشکل تولید داخلی را حل کند و در این میدان پیش برود، بدون تردید بر چالش‌هایی که دشمن آن را فراهم کرده است، غلبه‌ی کامل و جدی پیدا خواهد کرد. بنابراین مسئله‌ی تولید ملی، مسئله‌ی مهمی است.

اگر ما توانستیم تولید داخلی را رونق ببخشیم، مسئله‌ی تورم حل خواهد شد؛ مسئله‌ی اشتغال حل خواهد شد؛ اقتصاد داخلی به معنای حقیقی کلمه استحکام پیدا خواهد کرد. اینجاست که دشمن با مشاهده‌ی این وضعیت، مأیوس و ناامید خواهد شد. وقتی دشمن مأیوس شد، تلاش دشمن، توطئه‌ی دشمن، کید دشمن هم تمام خواهد شد.<sup>۲</sup>

## ایجاد اشتغال

آن مجموعه‌ای که برای ایجاد اشتغال در کشور کار می‌کند، باید مثل افاق جنگِ دوران دفاع مقدّس که شب و روز نمی‌شناخت، کار کند. در دوران جنگ و دفاع مقدّس برای آن مجموعه‌هایی که مشغول طراحی جنگ بودند، شب و روز، تعطیل و غیر تعطیل، اول هفته و آخر هفته معنا نداشت؛ مرتّب مشغول کار بودند. امروز باید برای ایجاد اشتغال به همان نحو تلاش شود. جوان ما باید بتواند از نیرویش، برای اداره زندگی خود و پیشرفت کشور به معنای حقیقی استفاده کند؛ کشور هم این ظرفیت را دارد<sup>۳</sup>

## جایگاه اشتغال‌زایی در نقش راه حرکت‌های جهادی

نقشه راه حرکت‌های جهادی که توسط برخی از کارشناسان و صاحب‌نظران عرصه‌ی جهادی تدوین شده است، چشم‌اندازی را در دو عرصه‌ی جامعه و عرصه‌ی افراد و

---

<sup>۲</sup> پیام نوروزی به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۱/۰۱/۰۱

<sup>۳</sup> بیانات در پادگان دوکوهه ۹/۱/۱۳۸۱

سرمایه‌های انسانی تعریف نموده است که یکی از مهم‌ترین چشم‌اندازهای آن موضوع اقتصادی است که در ذیل چشم‌انداز، راهبرد و در ادامه سیاست تحقق این عرصه به تفضیل آورده شده است.

### چشم‌انداز عرصه اقتصادی جامعه

دست یافته به نقش برتر در تحکیم روحیه کار، تلاش، عدالت خواهی و مطالبه‌گری و کمک به افزایش در آمد سرانه و ایجاد اشتغال و پیشرفت زندگی مردم مناطق کم‌برخوردار در راستای شکستن حصارهای طبقاتی و تحکیم عدالت اقتصادی.

### راهبرد عرصه اقتصادی جامعه

کمک به نهادینه کردن فرهنگ خدمت‌رسانی و ترویج علمی و عملی فرهنگ کار و تلاش و مجاهدت با تاکید بر نیازهای کشور و مستضعفان عالم.

توانمندسازی مناطق کم‌برخوردار جهت فراهم نمودن بسترهای لازم برای تحقق عدالت اقتصادی در راستای تحقق سند چشم‌انداز نظام جمهوری اسلامی ایران

### سیاست تحقق عرصه اقتصادی

۱. فراهم‌سازی بستر مناسب سرمایه‌گذاری فعالان اقتصادی در عرصه‌های مختلف کار و اقتصاد مناطق کم‌برخوردار
۲. الگوسازی استفاده از تولیدات داخلی در راستای ایجاد گفتمان امام‌راحل (قدس سره) مبنی بر "ما می‌توانیم" جهت گسترش فرهنگ و روحیه‌ی خودباوری
۳. گسترش آموزش‌های مهارتی و تخصصی مبتنی بر نوآوری و خلاقیت و کمک به شکوفایی استعدادهای نهفته در مناطق کم‌برخوردار و دوردست با بهره‌گیری از فرصت سازمان‌های مرتبط جهت تقویت و بالندگی روحیه کارآفرینی
۴. کمک به گسترش و تقویت روحیه تعاون و مشارکت عمومی در اقتصاد جامعه
۵. گسترش و تقویت فرهنگ خدمت‌رسانی، کار و مجاهدت، اعتدال، قناعت و ساده‌زیستی



۶. ارتقاء روحیه‌ی مسئولیت‌پذیری، مطالبه‌گری و عدالت‌خواهی در میان اقشار جامعه
۷. الگوسازی عملی قناعت و صرفه‌جویی در انجام فعالیت‌ها در عین بهره‌وری با تأکید بر الگوی اقتصاد مقاومتی
۸. استفاده از ظرفیت‌های تخصصی مراکز علمی، پژوهشی و تحقیقاتی جهت توانمندسازی مناطق کم‌برخوردار
۹. شناسایی دقیق و بررسی میدانی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها در جامعه‌ی هدف در راستای ترسیم اطلس جامع مناطق هدف
۱۰. حمایت از شکل‌گیری نظام اقتصادی اسلامی بر مبنای توزیع عادلانه‌ی درآمد و منابع و ایجاد فرصت‌های برابر بر مبنای شایستگی در مناطق کم‌برخوردار
۱۱. کمک به تشکیل و راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی و تعاونی‌ها جهت رفع تبعیض و بی‌عدالتی‌ها و گسترش فرصت‌های عادلانه
۱۲. کمک به تربیت و توانمندسازی نیروهای متخصص با بهره‌گیری از شبکه‌های آموزشی مستمر همچون فنی‌و حرفه‌ای
۱۳. کمک به برنامه‌ریزی جامع مهارت‌آموزی، کارآفرینی و اشتغال مولد برای اقشار جامعه هدف متناسب با فرهنگ و نیازهای بومی منطقه‌ی کم‌برخوردار با تأکید بر تعاملات سازمانی با نهادهای مسئول
۱۴. کمک به دولت اسلامی جهت فراهم نمودن زیرساخت‌های توسعه و حفظ امنیت و ثبات اقتصادی در مناطق کم‌برخوردار
۱۵. ایجاد آمادگی مشارکت فعال در مواجهه با بحران‌ها و نیازهای فوری کشور و ملل دیگر از قبیل زلزله، سونامی، قحطی، شیوع بیماری‌های فراگیر
۱۶. کمک به فراهم‌سازی امکانات ضروری زندگی در مناطق کم‌برخوردار در راستای مبارزه با مهاجرت‌های روستایی
۱۷. شکوفایی اقتصادی مناطق کم‌برخوردار با بهره‌گیری از عواملی همچون پیشگیری از مهاجرت‌های روستایی و فراهم‌سازی امکانات ضروری زندگی و رفع موانع تولید مولد

## کوتاه و مختصر در خصوص وضع حاضر روستاهای کشور

اگر بخواهیم با نگاهی جامعه‌شناسانه به اجتماعات انسانی و من جمله مناطق روستایی بنگریم در می‌یابیم که علت تشکیل این اجتماعات وجود پتانسیلهایی در جهت شکل گرفتن یک بنگاه اقتصادی و معاشی بوده است. در بررسی دلایل محرومیت مناطق محروم کشورمان به چند دلیل عمده می‌رسیم.

- ۱) تغییرات اقلیمی و آب‌وهوایی پتانسیلهای زندگی و امرار معاش را از بین برده
- ۲) سرعت از بین رفتن منابع و پتانسیلهای تجدید ناپذیر در مناطق افزایش یافته
- ۳) صنعتی شدن تولید باعث اقتصادی نبودن خرده مالکی، تولید سنتی گردیده
- ۴) تخصصی شدن تولید، و عدم آگاهی و توانایی تخصصی در این امر در بین اغلب روستائیان
- ۵) رواج روحیه قناعت زدگی و سستی در امرار معاش در بین روستائیان
- ۶) القا زندگی شهری و ارتقا سطح زندگی بدون افزایش سطح فرهنگ، آگاهی و اندیشه متناسب با آن

به دنبال کم‌رنگ شدن پایه‌های اقتصاد در مناطق روستایی شاهد اوج گرفتن محرومیت در این مناطق و بالارفتن آمار مهاجرت هستیم. آمارهای جمعیتی دوره‌های مختلف سرشماری، جریان تخلیه روستاهای کشور و سرازیر شدن جمعیت روستایی به شهرها را تایید می‌نماید. طبق سرشماری نفوس و مسکن در مدت ۴۰ سال گذشته در ازاء ایجاد یک شغل در روستاها چهار شغل در شهرها به وجود آمده است؛ که این تفاوت فاحش، نمودی از افزایش بیکاری در روستاها و زمینه‌ساز مهاجرت روستائیان به شهرها می‌باشد.<sup>۲</sup> طبق آمار منتشر شده در سرشماری سال ۱۳۹۰، میزان مهاجرت از آبادی به شهر ۶۵۵۲۵۱ مورد گزارش شده که از این میزان ۱۲/۷ درصد مهاجرت‌ها به منظور جستجوی کار و انتقال

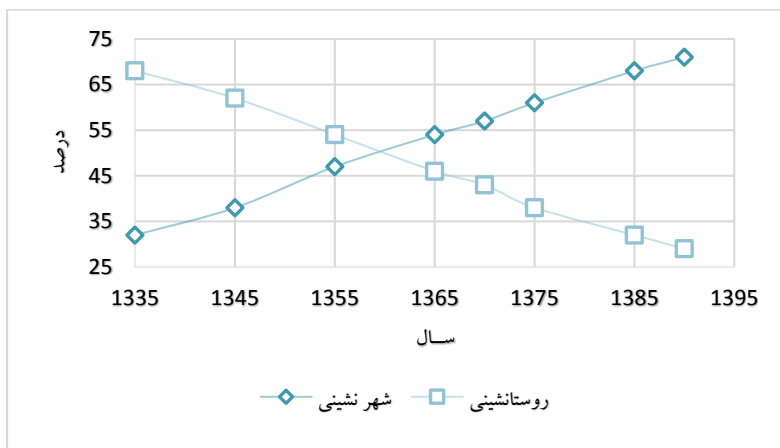
---

<sup>۲</sup> مطیعی لنگرودی و اردشیری؛ ۱۳۸۶





شغلی صورت گرفته است؛ به گونه‌ای که این مهم در بین علل مهاجرت، بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که مهاجرت بی‌رویه و نامتناسب از روستا به شهر، رشد حاشیه‌نشینی در کلانشهرها و پدیده‌های شومی از جمله اعتیاد و انواع بزهکاری های اجتماعی را به همراه خواهد داشت.



میزان شهرنشینی و روستائینی ۱۳۳۵-۱۳۹۰ ماخذ: مرکز آمار ایران

## مشکلات موجود که مانع ایجاد کسب و کار توسط جوانان روستایی

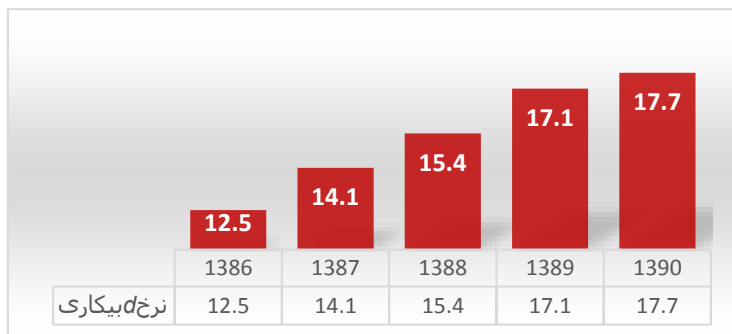
### می‌گردد

امروز در کشور شاهد هستیم که نیروی جوانی که باید موتور محرکه‌ی اقتصاد منطقه‌ی خود باشد متأسفانه از تخصص و حرفه‌ی مناسب برخوردار نبوده و انگیزه و رغبت لازم را جهت ورود به عرصه‌ی کارآفرینی و خوداشتغالی ندارد که این به دلیل ریسک بالای فعالیت و عدم اطمینان از نتایج آغاز فعالیت می‌باشد که شاید بتوان این انفعال را ترس از شکست نامید، این فاکتور که در مطالعات دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) سنجیده شده است، نشان دهنده آن است که ترس از شکست در سال ۱۳۸۸ در کشور برابر ۳۸ درصد بوده است

که در رده بندی کشورهای عضو، در بین ۶۰ کشور، رتبه بیست و سوم به ایران اختصاص یافته است.

همچنین باید این نکته را اضافه نمود که ورود به بازار کار مستلزم دسترسی به اطلاعات و داشتن ایده و کشف فرصت مناسب می باشد که متأسفانه این مهم نیز در مناطق محروم با مشکلات فراوان روبروست و می توان گفت در مناطق محروم، کمتر با جوانانی مواجه می شویم که ایده ای برای شروع یک کسب و کار داشته باشند و یا از تحمل لازم برای برداشتن ریسکهای سختی برای شروع یک کسب و کار و توسعه آن برخوردار باشند؛ بر طبق آخرین آمارهای منتشر شده از دفتر GEM در ایران، ۷۲٫۵ درصد از مردم کشور بر این باور بوده اند راه اندازی کسب و کار در ایران سخت است.

علاوه بر موارد فوق می توان به عواملی چون عدم دسترسی به سرمایه‌های کافی و ضامن و وثیقه جهت تامین سرمایه و عدم برقراری ارتباط کاری و انگیزشی با کارآفرینان و افراد موفق بازار و عدم دسترسی به مشاور در مراحل قبل و بعد از راه اندازی کسب و کار اشاره نمود که از جمله دلایلی هستند که مانع شروع و توسعه یک کسب و کار توسط یک جوان روستایی می گردند.



نرخ بیکاری در مناطق روستایی کشور

ماخذ: مرکز آمار ایران، نتایج طرح آمارگیری از ویژگی‌های اشتغال و بیکاری (۱۳۸۳-۱۳۷۶) و طرح آمارگیری نیروی کار (۱۳۹۱-۱۳۸۴)

بطور خلاصه موانع و چالش های پیش روی یک جوان روستایی برای راه اندازی یک کسب و کار به شرح زیر می باشد

- ❖ عدم آشنایی و تسلط افراد بر مهارت های فنی (عدم دسترسی مناسب به امکانات آموزشی)
- ❖ عدم برخورداری از سرمایه نقدی و غیره نقدی (آب زمین ... ) مورد نیاز جهت شروع کسب و کار
- ❖ عدم دسترسی به وثیقه و مدارک لازم جهت ضمانت وام
- ❖ نداشتن شناخت کافی از بازار کار و محصولات دارای بازار مناسب
- ❖ ریسک بالای فعالیت در بازار و احتمال بالای شکست
- ❖ ابهام در امکان فروش محصولات تولید شده
- ❖ عدم دسترسی به مشاور فنی در صورت بروز مشکل در فرایند تولید
- ❖ عدم دسترسی به مشاور مدیریتی جهت ایجاد، توسعه و تثبیت کسب و کار
- ❖ متمرکز شدن ذهن متقاضیان بر کسب و کارهای اطراف خود و عدم توجه به کسب و کارهای جدید
- ❖ ارائه خدمات مورد نیاز افراد متقاضی راه اندازی کسب و کار در ادارات دولتی به صورت جزیره ای و جدا از هم (خدمات مالی، حقوقی، آموزشی و فنی- تخصصی و حمایتی)
- ❖ طولانی بودن مسیر راه اندازی کسب و کارها و اتلاف وقت زیاد متقاضیان روستایی



## ضرورت ورود حرکتهای جهادی به عرصه جهاد

### اشتغالزایی

در دهه اخیر به موازات رشد فراگیر و قابل توجه تخصص گرایی در عرصه حرکتیهای جهادی، سیاستهای کلی نظام و منویات مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، از یک سو و شرایط و مقتضیات حاکم بر جامعه از سوی دیگر، لزوم و ضرورت ورود تشکلهای جهادی به امر اشتغالزایی و توسعه کارآفرینی روستایی در سطح مناطق محروم را بیش از پیش ایجاب نموده است.

گسترش جهاد کارآفرینی در بین مردم و استفاده حداکثری از منابع در دسترس، از جمله گامهای اساسی در دستیابی به هدف خودکفایی و منع وابستگی به بیگانگان می باشد. خودکفایی و استقلال اقتصادی، آرمانی است که جز با جهاد اقتصادی و حمایت از کار و سرمایه ی ایرانی بدست نخواهد آمد.

در جهاد اقتصادی لازم است تا تمامی اقشار جامعه از مسئولان و قانون گذاران تا کارگران و کارمندان و حتی دانشجویان و زنان خانه دار، تمام اهتمام خود را به کار گیرند تا بار دیگر شاهد پیروزی ایران اسلامی در نبردی دیگر و این بار در عرصه اقتصادی باشیم و این مهم تحقق نمی یابد مگر با تلاش و همت اقشار مختلف مردم و علی الخصوص جوانان که «إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ»<sup>۵</sup>

لذا با عنایت به آنچه گذشت، جهت توسعه پایدار و توانمندسازی بهینه نواحی روستایی محروم کشور، بازتعریف زیرساختهای توسعه روستایی و توسعه اشتغال و کارآفرینی مولد در این مناطق، از اساسی ترین اقدامات ممکن به نظر می رسد. تغییر رویکردها در مناطق محروم و الگوسازی کسب و کارهای موفق اتفاق نخواهد افتاد مگر توسط مجموعه ای از جنس مردم و با روحیه جهادی.

ورود تشکل‌های جهادی، سمن‌ها و موسسات اجتماعی، به عنوان مجموعه‌هایی خودجوش، داوطلب و مردم‌نهاد، به عرصه اشتغالزایی و توسعه کارآفرینی روستایی (متناسب با مقتضیات حاکم بر مناطق هدف) ضرورتی اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد؛ که بحمدالله در سال‌های اخیر، این مهم به صورت گفتمانی فراگیر در عرصه حرکت‌های جهادی مطرح شده و مسیری رو به تعالی و تکامل را پیموده‌است. مسیری که گذار از خدمت محوری به تولید محوری را به عنوان یکی از محورهای راهبردی حرکت‌های جهادی تخصصی تعریف می‌نماید.

اگر گروه‌های جهادی بتوانند در طی حضور خود در مناطق محروم، منابع مورد نیاز جهت ایجاد و توسعه کسب و کار را که در بین ادارات و سازمان‌های مسئول متفرق است، جمع کرده و همچنین ایجاد کسب و کار را برای روستائیان تسهیل نمایند می‌توان ابراز داشت که گروه جهادی توانسته است به اهداف خود در عرصه اشتغالزایی دست یابد.

## هدف از جهاد اشتغالزایی روستایی چیست؟

هدف اصلی در جهاد اشتغالزایی روستایی که توسط گروه‌های جهادی انجام می‌گیرد را می‌توان چنین بیان نمود: «ایجاد و یا توسعه اشتغال مولد و پایدار در راستای استفاده حداکثری از منابع موجود در مناطق محروم کشور با هدف بالابردن سطح تولید ملی و نرخ اشتغال»

اهداف فرعی:

۱. ترویج و توسعه فرهنگ کار و تلاش در بین اهالی روستاها از طریق الگوسازی کارآفرینان موفق بومی
۲. جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهر و تلاش در مهاجرت معکوس
۳. کاهش معضلات اجتماعی ناشی از بیکاری در مناطق محروم
۴. ترویج خودباوری و توسعه و آبادانی مناطق به دست خود اهالی
۵. افزایش امید به زندگی در مناطق روستایی



## راهبردهای اصلی

### حل مشکلات و تقویت کسب و کارهای موجود

در بعضی از اوقات مشاهده می‌گردد که در مناطق محروم، زمینه فعالیت تولیدی تاحدی فراهم می‌باشد و اهالی منطقه نیز از دانش و انگیزه لازم جهت بهره برداری از فرصت موجود برخوردار می‌باشند، با این حال به دلیل وجود مشکلات علمی، اجتماعی، مالی و بازاریابی و... اهالی منطقه نمی‌توانند آنچه‌شان که باید از فرصت موجود بهره لازم را ببرند. در این مواقع گروه جهادی می‌تواند با صرف هزینه و انرژی پایین در عین هوشیاری به این موضوع ورود پیدا کرده و با طرح مسئله به صورت علمی و مشاوره گرفتن از اساتید، صاحب نظران و کارشناسان و کارآفرینان خلاق مشکل را برطرف نماید.

به عنوان مثال می‌توان به مشکل بازاریابی محصول آلوورا در منطقه جنوب کرمان اشاره نمود که توسط کانون جهادگران ارزش آفرین مرتفع شد و یا به ممانعت اهالی روستای چناربرگ در نورآباد ممسنی از احداث مجتمع پرورش ماهی در روستا اشاره نمود که با ورود گروه جهادی یاران سیدعلی مرتفع و زمینه اشتغال جوانان روستایی فراهم گردید.

### ترویج، آموزش و فرهنگ سازی

گاهی ضرورت و یا امکان ایجاد کسب و کار توسط گروه های جهادی وجود ندارد، در این مواقع می‌توان از راهبرد ترویج و آموزش استفاده نمود. در این راهبرد گروه جهادی سعی می‌کند در طی فعالیت های ترویجی اعم از پخش فیلم، بازدید و یا برگزاری جلسات و دوره های آموزشی، در برطرف نمودن یکی از مشکلات روستا گام برداشته و یا فرهنگی جدید ایجاد نماید. از جمله اقدامات در این خصوص می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: ترویج کار جمعی، فرهنگ کار و تعاون، ترویج آبیاری تحت فشار، ترویج تشکیل سهامی زراعی، معرفی فرصت های سرمایه گذاری در روستا، معرفی کارآفرینان و افراد موفق بومی، معرفی قوانین و فرایندهای قانونی مرتبط با روستائیان و...

## ایجاد کسب و کار جدید

در این راهبرد گروه جهادی با استفاده از ظرفیت‌های موجود و بالقوه تلاش می‌نماید تا کسب و کاری را ایجاد نماید. ایجاد کسب و کار جدید به معنای ایجاد کسب و کاری بدون سابقه قبلی و با بهره‌مندی از ظرفیت‌های انسانی و طبیعی منطقه است. با اتخاذ این راهبرد گروه جهادی خود را موظف می‌نماید تا کلیه فرایندهای تولید و فروش را تحت پوشش قرار دهد. به عبارتی گروه جهادی باید مراحل خرید مواد اولیه، خرید تجهیزات، آموزش مهارت و حرفه، فرایند تولید محصول و بازاریابی و نظارت بر پایداری کسب و کار را انجام دهد.

## ایجاد کسب و کار مشابه

این راهبرد در مقایسه با راهبرد قبلی از سرعت بالاتر و خطر پذیری کمتر بهره مند است. در این راهبرد گروه جهادی از طریق جست و جو در مناطق هدف و شهرهای اطراف سعی می‌کند تا افراد و کارآفرینان موفق را شناسایی نماید و با استفاده از تجربیات کارآفرینان و افراد موفق، از طریق مشابه سازی کسب و کار آنها، کسب و کاری را مشابه کسب و کار موجود، ایجاد نماید.

در این راهبرد می‌توان از مشارکت کارآفرینان موفق نیز استفاده نمود به نوعی که سرپرستی و نظارت بر کارگاه برعهده ی ایشان باشد.



عوامل مورد نیاز در سطح گروه جهادی			استراتژی
زمان مورد نیاز	پشتیبانی مالی	نیروی انسانی	
زیاد	زیاد	متخصص	ایجاد کسب و کار جدید
متوسط	زیاد	نیمه متخصص	ایجاد کسب و کار مشابه
کم	متوسط	نیمه متخصص	ترویج، آموزش و فرهنگ سازی
متوسط	کم	نیمه متخصص	حل مشکلات و تقویت کسب و کارهای موجود

جدول انتخاب استراتژی بهینه با توجه به منابع در دسترس

## فرایند ایجاد کسب و کار روستایی

در سال‌های گذشته گروه‌های جهادی در طی اجرای جهاد اشتغال‌زایی در مناطق محروم، از الگوها و فرایندهای مختلفی استفاده نمودند. هر کدام از این الگوها از ظرافت‌ها و ملاحظات خاص خود برخوردار می‌باشند که بحث و بررسی آن‌ها نیاز به زمان و مطالعه بیشتری دارد. آنچه که در ادامه مشاهده می‌فرمایید حاصل بررسی‌های انجام گرفته و مورد پذیرش اغلب گروه‌های جهادی فعال در این حوزه می‌باشد.





## مطالعات

انتخاب کسب و کار (۴)	ارزیابی طرح های پیشنهادی (۳)	مصاحبه با کارآفرینان و صاحب نظران (۲)	پایش منطقه (۱)
----------------------	------------------------------	---------------------------------------	----------------

## اجرا

راه اندازی کسب و کار (۷)	تامین تجهیزات و لوازم مورد نیاز (۶)	تامین مالی طرح (۵)	برگزاری دوره های آموزشی مورد نیاز (۴)	اخذ مجوزهای لازم (۳)	تشکیل تیم بومی و ثبت تعاونی (۲)	ترویج و بستر سازی (۱)
--------------------------	-------------------------------------	--------------------	---------------------------------------	----------------------	---------------------------------	-----------------------

## نظارت و توسعه

شبکه سازی (۲)	نظارت و توسعه کسب و کار (۱)
---------------	-----------------------------



## ۱) پایش منطقه

در گام اول لازم است تا تیم اشتغالزایی، یک دید کلی و در عین حال دقیق در خصوص منطقه و مسائل مربوط به اشتغال کسب نماید. در همین خصوص فرم شناسایی منطقه تهیه گردیده است که به پیوست ارائه می گردد.

در پایش منطقه لازم است تا تیم اشتغالزایی، نسبت به موضوعات اجتماعی، انسانی و جمعیتی و همچنین موضوعاتی چون مزیت های محیطی و زیرساختی، محدودیت های محیطی و زیرساختی نیز توجه نماید. پس بطور خلاصه می توان گفت که پایش منطقه از دو بعد انسانی و محیطی تشکیل شده است. گروههای جهادی جهت جمع آوری اطلاعات بصورت هدفمند می توانند از **فرم شناسایی منطقه** استفاده نمایند.

\*به پیوست لیست مراکز مرتبط جهت اخذ اطلاعات و سازمانهای مرتبط با اشتغالزایی روستایی آورده شده است.

## ۲) مصاحبه با کارآفرینان و صاحب نظران

مصاحبه با کارآفرینان و صاحب نظران را شاید بتوان جزئی از پایش منطقه به حساب آورد. اما دلیل پرداختن به این موضوع به طور جداگانه اهمیت بالایی آن است .

کارآفرینان موفق بومی و صاحب نظران بومی و غیربومی، از جمله افرادی هستند که می توانند در مدت زمان کوتاه و با دقت بالاتر، ایده ها و نظرات کارشناسی در خصوص وضعیت موجود و مطلوب منطقه هدف را در اختیار شما قرار دهند. در همین خصوص لازم است تا تیم اشتغالزایی در طی حضور در منطقه هدف، با ایجاد ارتباط با ادارات محلی و مراکز دانشگاهی نسبت به شناسایی این افراد اقدام نموده و اطلاعات لازم را از ایشان دریافت نمایند.

## ۳) ارزیابی طرح های پیشنهادی

در طی پایش منطقه و مصاحبه با صاحب نظران و کارآفرینان طرح های مختلفی به ذهن می رسد، این طرح ها باید در این مرحله به طور دقیق مورد مطالعه قرار گرفته و

پارامتر های فنی، مالی و بازاریابی آن مشخص گردد. مجموعه این مطالعات در طرح کسب و کار منعکس می گردد و می تواند جهت تامین مالی و انگیزش حامیان و مشارکت کنندگان مورد استفاده قرار گیرد.

\*\*\*در پیوست ۱، به طرح کسب و کار و نحوه تدوین آن پرداخته شده است.

#### ۴) انتخاب کسب و کار

پس از طی مراحل گذشته لازم است تا گروه جهادی در طی جلسات کارشناسی، کسب و کار بهینه را انتخاب نماید

جهت انتخاب کسب و کار باید به منابع موجود در گروه جهادی و همچنین قابلیت ها و منابع موجود در منطقه هدف توجه نمود. در صورتی که طرح ها متعدد باشد، تهیه جدولی مشابه جدول ذیل در امتیازدهی و مقایسه طرح ها می تواند به شما کمک کند.



جمع امتیاز	قابلیت توسعه	تناسب با علاقه و انگیزه و استعداد	تناسب با فرهنگ، مقتضیات و نیاز منطقه	دسترسی به مرئی و مشاور	آموزش پذیر	توجه پذیری فنی، مالی و اقتصادی	زودبازده	نرخ اشتغالزایی	کم ریسک بر	کم سرمایه بر	قابلیت اجرا توسط گروه جهادی	کسب و کارهای پیشنهادی
												❖ ضریب اهمیت
❖											❖	دامداری
❖											❖	سبک
												کشت علوفه
												پرورش مرغ بومی
												چرم دوزی
												و..

❖ هر کدام از معیارها ممکن است از اهمیت متفاوتی برخوردار باشد. لازم است این اهمیت با تعیین ضریب اهمیت منعکس گردد. ضریب اهمیت عددی است بین ۰.۱/۱ الی ۱

❖ امتیاز کسب شده طرح در هریک از معیارهای فوق بایستی با انتخاب عددی از بین ۰الی ۱۰ نشان داده شود

❖❖ امتیاز کل از مجموع حاصل ضرب ضریب اهمیت در امتیاز هر معیار به دست می آید.

## ۵) ترویج و بسترسازی

پس از پایان مطالعات و انتخاب کسب و کار بهینه لازم است تا بسترسازی جهت اجرایی شدن کسب و کار در منطقه آغاز گردد. البته لازم به ذکر می باشد ارتباط با اهالی و مشورت گرفتن و بستر سازی از مراحل آغازین شروع می شود آنچه در اینجا به طور جداگانه ذکر گردید به منظور تبلیغ و ترویج علنی و فراگیر طرح است.

در این مرحله گروه با تشکیل جلسات ترویجی در روستا و برقراری ارتباط چهره به چهره سعی در ترویج کسب و کار پیشنهادی در منطقه خواهد داشت.

## ۶) تشکیل تیم بومی و ثبت تعاونی

خروجی مرحله‌ی ترویج و بسترسازی، باید تعدادی از افراد با انگیزه از اهالی روستا باشد که قصد دارند تا کسب و کار پیشنهادی را دنبال نمایند. در این مرحله لازم است تا ضمن متشکل کردن این افراد، تلاش نمایید تا در اسرع وقت ساختار قانونی و حقوقی متناسب با آنها را فراهم و ثبت نمایید. پیشنهاد ما، ثبت ساختار "تعاونی تولید"<sup>۶</sup> و یا "تعاونی تامین نیاز تولید کنندگان"<sup>۷</sup> می باشد. همچنین گروه می تواند با ثبت شرکت و سرمایه گذاری، در طرح مشارکت نماید.

## ۷) اخذ مجوزهای لازم

حال با مشارکت فعال تشکل ایجاد شده در مرحله قبل، در اسرع وقت نسبت به اخذ مجوز های مورد نیاز اقدام نمایید. لازم به ذکر است معمولا فرایند اخذ مجوز طاقت فرسا

---

۶ شرکت تعاونی تولیدی؛ شرکتی است که بر اساس قانون بخش تعاونی جهت فعالیت در امور مربوط به کشاورزی، دامداری، دامپروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری و روستایی و عشایری و نظایر آن تشکیل و ثبت می شود.

۷ شرکت تعاونی تامین نیاز تولید کنندگان؛ شرکتی است که با عضویت واحدهای تولیدی به منظور تامین و توزیع انواع نیازهای مشترک آنان تشکیل و ثبت می شود.

بوده و نیازمند صبر حوصله و پیگیری مستمر است. طولانی شدن این مرحله ممکن است باعث ایجاد رخوت و سستی و ناامیدی بین روستاییان گردد لذا گروه در ضمن تلاش جهت تسریع این فرایند، بصورت موازی اجرای فرایند آموزش و تهیه تجهیزات و ملزومات را نیز انجام دهد.

#### ۸) برگزاری دوره‌های آموزشی مورد نیاز

افراد در اکثر مواقع، قبل از شروع کسب و کار لازم است تا آموزشهای لازم را در خصوص مهارت تولید محصول را کسب کنند. این دوره‌های آموزشی می‌تواند با کمک کارآفرینان، افراد متخصص گروه جهادی و یا حتی کمک گرفتن از مراکز فنی حرفه‌ای منطقه هدف برگزار گردد.

#### ۹) تامین مالی طرح

به طور کلی به پنج طریق می‌توان سرمایه مورد نیاز طرح‌ها را تامین نمود.

- ۱- سرمایه‌گذاری منابع خصوصی تأمین مالی
- ۲- سرمایه‌گذاری از طریق بدهی (وام‌های کوتاه و بلند مدت، اوراق قرضه<sup>۸</sup>، کمک‌های دولتی)
- ۳- تأمین مالی از طریق سرمایه و حقوق صاحبان سهام
- ۴- منابع داخلی تأمین مالی (اجاره به شرط تملیک<sup>۹</sup>، سود انباشته)
- ۵- هبه و یا قرض الحسنه از محل خیرین

---

<sup>۸</sup> اوراق قرضه اسنادی است که به موجب آن شرکت انتشاردهنده متعهد می‌شود مبالغ مشخصی (بهره سالانه) را در زمان‌هایی خاص به دارنده آن پرداخت کند و در زمان مشخص (سررسید) اصل مبلغ را باز پرداخت کند. دارنده اوراق به عنوان بستانکار حق دریافت اصل و بهره آن را دارد ولی هیچ مالکیتی در شرکت ندارد.

<sup>۹</sup> اجاره به شرط تملیک عقد اجاره‌ای است که در آن شرط شود مستاجر در پایان مدت اجاره، در صورت عمل به شرایط مندرج در قرارداد، عین مستاجره را مالک شود.

با توجه به نوع طرح و مبلغ مورد نیاز می توان یکی از روش های فوق ویا ترکیبی از آنها را برای سرمایه گذاری در نظر گرفت.

\*\*\*در پیوست به برخی از منابع تامین مالی اشاره شده است.

#### ۱۰) تامین تجهیزات و لوازم مورد نیاز

در این مرحله و پس از اخذ مجوزهای اولیه و تامین مالی ، با مشارکت اعضای کسب و کار روستایی و از محل منابع تامین شده ، تجهیزات و لوازم مورد نیاز را خریداری و یا کرایه نمایید.

#### ۱۱) راه اندازی کسب و کار

راه اندازی کسب و کار به معنای شروع فرایند تولید می باشد که باید در این مرحله مواد اولیه، تجهیزات و لوازم مورد نیاز، آماده شده باشد و نیروی انسانی نیز مهارت لازم را جهت تولید پیدا کرده باشد. در صورت وجود این عوامل می توانید تولید را آغاز نماد.

#### ۱۲) نظارت و توسعه کسب و کار

پس از راه اندازی کسب و کار، لازم است تا گروه نظارت کافی بر کسب و کار داشته باشد و مشکلات احتمالی آن را برطرف نماید و مسیر را جهت توسعه ی کسب و کار فراهم آورد

#### ۱۳) شبکه سازی

گروه در طی فرایند ایجاد کسب و کار، با افراد ، سازمانها و صاحب نظرانی ارتباط گرفته است که حضور و مشارکت آنها جهت پایداری و توسعه کسب و کار لازم و ضروری است. از جمله می توان به بازار فروش، بازارتامین مواد اولیه، دامپزشک و ... اشاره نمود. لازم است تا در پایان فعالیت خود این افراد را به کسب و کار ایجاد شده متصل کند.



## عوامل و منابع مورد نیاز

به طور کلی جهت ورود گروه‌های جهادی به عرصه اشتغالزایی روستایی، منابع متعددی مورد نیاز می باشد. این منابع را می توان به دو دسته تقسیم نمود.

دسته اول، منابع مورد نیاز در گروه جهادی؛ منابع و عواملی که باید در گروه جهادی و تیم اشتغالزایی وجود داشته باشد تا گروه بتواند بصورت توانمند و اثربخش به عرصه اشتغالزایی ورود کند. دسته دوم از منابع مربوط می شود به منابع مورد نیاز در کسب و کار؛ منابعی هستند که جهت راه اندازی و یا توسعه یک کسب و کار روستایی مورد نیاز می باشد.

در کتب کارآفرینی و اشتغال روستایی، تنها به منابع دسته دوم اشاره شده و مورد توجه قرار گرفته است و متأسفانه به نقش تسهیلگر اشاره ای نشده است. همانطور که در بخش ضرورت جهاد اشتغالزایی بیان شد، عموماً در مناطق محروم کشور معضلات و مشکلاتی وجود دارد که از ورود موفق اهالی به عرصه نوآوری و کارآفرینی جلوگیری می کند. به همین جهت ضرورت حضور گروه‌های جهادی به عنوان تسهیلگر و جمع کننده منابع متفرق در جهاد اشتغالزایی محسوس می باشد به همین جهت لازم است تا در اینجا به پتانسیل های لازم در گروه جهادی نیز پرداخته شود.

### ۱. گروه جهادی

○ انگیزه و تعهد در گروه

قبل از هر چیز لازم است تا گروه جهادی، از انگیزه لازم جهت ورود به عرصه جهاد اشتغالزایی برخوردار باشد تا بتواند در قبال مسئولیت های آن تعهد لازم را داشته باشد.

○ نیروی متخصص و متعهد



در هر گروه جهادی، جهت ورود به عرصه اشتغالزایی روستایی حداقل باید از یک نیروی متخصص در حوزه اشتغال روستایی برخوردار باشد تا مسیر پروژه تحت کنترل پیش برود.

○ نیروی با انگیزه و متعهد

تیم اشتغالزایی می تواند علاوه بر نیروهای متخصص، از افراد جهادی و با انگیزه که از رشته و تجربه مرتبط با جهاد اشتغالزایی برخوردار نیستند نیز تشکیل شود. این افراد تنها باید از انگیزه و تعهد لازم برخوردار باشند.

○ منابع مالی

جهت پیشبرد طرح اشتغالزایی، لازم است تا منابع مالی آن اختصاص داده شود. این منابع عموماً صرف هزینه ایاب و ذهاب جهت سفرهای مداومی، مستند سازی، برگزاری بازدید و هزینه های جاری می گردد

○ نیروی بومی

نیروی بومی می تواند در تسهیل اجرای جهاد اشتغالزایی بسیار تاثیر گذار باشد. با به عضویت در آوردن افراد بومی در تیم اشتغالزایی، بسیاری از حجم پیگیری های در منطقه کاسته شده و نیازی به سفر به منطقه وجود نخواهد داشت و همچنین تربیت نیرو متخصص بومی نیز انجام می شود.

○ ارتباطات سازنده با اهالی و مسئولان

بستر لازم جهت اجرای یک پروژه جهاد اشتغالزایی در مناطق محروم، اعتماد سازی توسط گروه جهادی در بین اهالی منطقه و مسئولان می باشد. ایجاد ارتباطات مناسب و سازنده می تواند در پیشبرد بیش از پیش پروژه تاثیر گذار باشد.

○ حضور در منطقه هدف بصورت مداوم

صرف حضور گروه جهادی در روستا مایه دلگرمی اهالی روستا و خصوصا افرادی است که مشغول آموزش و یا فعالیت در کارگاه تولیدی می باشند. لازم است تا اعضای تیم اشتغالزایی، برنامه ریزی های لازم را در این خصوص داشته باشند تا ضمن حضور در روستا و رفع مشکلات احتمالی، زمینه ساز دمیده شدن روح تازه در کالبد اهالی روستا و اعضای کارگاه تولیدی برای تحمل مشکلات و ادامه مسیر گردند.

## ۲. کسب و کارهای روستایی

### ○ انگیزش

اولین گام در ایجاد اشتغال روستایی، وجود و یا ایجاد انگیزه در اهالی منطقه می باشد. لازم است گروه جهادی در مرحله انتخاب روستا به این مهم توجه لازم را داشته و همچنین در مرحله اجرای پروژه، جهت مشارکت در طرح ها افراد با انگیزه را شناسایی و انتخاب و از آنها استفاده کند. همچنین لازم است تا گروه در طول زمان نسبت به حفظ و تقویت انگیزه روستائیان اقدامات لازم را صورت دهد.

### ○ نیروی با انگیزه و متعهد

در استفاده از روستائیان لازم است تا علاوه بر انگیزه، به تعهد آنها نیز توجه لازم صورت گیرد.

### ○ مجوز فعالیت

جهت ایجاد کسب و کار، در اکثر مواقع لازم است تا مجوزهای لازم اخذ گردد. مراکزی چون جهاد کشاورزی، دامپزشکی، اداره بازرگانی و اصناف و... در این امر مشارکت دارند.

### ○ منابع مالی

منابع مالی لازم جهت ایجاد کسب و کار می تواند شامل این موارد باشد:  
 آورده شخصی ، تجمیع سرمایه روستائیان ، تسهیلات بانکی ، سرمایه  
 گذار ، خیرین

#### ○ بازار فروش

بازار فروش محصولات از جمله منابع کلیدی در ایجاد و توسعه کسب و کار می باشد. در مرحله پایش منطقه لازم تا گروه جهادی نسبت به شناسایی و تعیین بازار فروش محصول اقدام نماید. علاوه براین از طریق مذاکره با ادارات می توان در نمایشگاهها شهرستانی و یامنطقه ای نیز حضور پیدا کرد. در این جا لازم به ذکر است که فروشگاه مجازی هسته توانمندسازی نیز به عنوان بستری مناسب برای ارائه و عرضه محصولات روستایی، می تواند مورد استفاده قرار گیرد.

#### ○ آموزش

آموزش فنی و مهارتی لازم را می توان از طریق ارتباط با فنی و حرفه ای ، جهاد کشاورزی، صنایع دستی و اداره بازرگانی، برگزار نمود. همچنین ارتباط با صنعتگران و کارآفرینان نیز می تواند در این مسیر موثر و کارساز باشد.

#### ○ مشاوره

دوره های آموزشی به دلایل متفاوتی نمی توانند پاسخگوی تمامی نیازهای فرد باشد. به عبارتی افراد پس از پایان دوره آموزشی و شروع فرایند تولید محصول، با موارد و مشکلاتی روبرو می گردند که در دوره آموزشی آن را نیاموخته اند. به همین لحاظ در راه اندازی کارگاه ها لازم است تا گروه های جهادی نسبت به در اختیار گرفتن یک مشاور و ناظر فنی که مسلط بر فرایند تولید محصول کارگاه باشد اقدام نمایند. تا در مواقع لزوم

از مشاوره های وی برای تولید محصول بهتر و رفع مشکلات پیش آمده استفاده کنند.

○ نظارت

گروه های جهادی به دلیل ورود دغدغه مندانه به عرصه اشتغالزایی، شایسته است تا فعالیت و خدمتی را که ارائه می نمایند کامل و پایدار باشد. به بیانی دیگر، ایجاد شغل و تاسیس کارگاه تنها قدم اول است و این اقدام با نظارت بر کارگاه و کمک به توسعه آن تکمیل می گردد.

## نکات اجتماعی قابل توجه و چالش های پیش رو

ورود حرکت های جهادی به عرصه جهاد کارآفرینی روستایی با چالش هایی روبروست، توجه به این چالش ها می تواند اثرات منفی حاصل از آن را کاهش دهد، در اینجا به برخی از چالش ها و راهکارهای مواجهه با آنها اشاره خواهیم کرد:

(۱) حرکت های جهادی اغلب کوتاه و مقطعی اند لذا در بازه زمانی محدودی که در مناطق حضور دارند، نمی توانند فعالیت گسترده ای داشته باشند.

متأسفانه این مسئله یکی از آسیب های حرکت های جهادی است. حضور دو سه هفته ای گروه های جهادی در مناطق محروم هر چند بسیار مفید است اما وقتی اثربخشی آن زیاد می شود که این حضور در سایر فصول و ایام سال نیز ادامه پیدا کند.

تشکیل کارگروه های تخصصی چند نفره می تواند حضور در مناطق را مستمر و اثربخش کند. گروه جهادی در طول سال یک یا دو مسافرت با حضور حداکثری جهادگران در مناطق برگزار خواهد کرد و در دیگر ایام سال گروه های تخصصی چند نفره به پیگیری پروژه با هماهنگی اهالی و مسئولین می پردازند.

۲) گروه های جهادی تخصص و تجربه کافی در زمینه های مختلف ندارند، لذا طرح و پیشنهادات آن ها از عمق کافی برخوردار نیست.

تحلیل مشکلات و نیز ارائه راه حل لزوماً توسط اعضای گروه جهادی صورت نمی گیرد، گروه ها به عنوان حلقه وصلی بین اهالی، مسئولین و جامعه علمی و تخصصی کشور هستند که پس از حضور مستمر در منطقه و بررسی مشکلات مردم از نزدیک، با کمک سایر نهاد ها و متخصصین امر به دنبال راه حل مناسب می گردند. گروه های جهادی باید از تمامی ظرفیت های موجود در ادارات دولتی از جمله کارشناسان، صاحب نظران و افراد با تجربه و همچنین نتایج مطالعات موجود که با صرف هزینه بیت المال جمع آوری شده اند، استفاده لازم را انجام دهند و از هر گونه موازی کاری و صرف نمودن دوباره هزینه خودداری ورزند.

به گروه های کم تجربه در عرصه جهاد اشتغالزایی، توصیه می گردد در ابتدای ورود به این عرصه، از طرح های مصوب و مورد توجه ادارات محلی استفاده کنند.

۳) فعالیت گروه های جهادی موازی فعالیت ادارات و سازمان ها می باشد

فعالیت گروه های جهادی در راستای اهداف نظام و انقلاب و در جهت چشاندن طعم خدمت به محرومین که ولی نعمتان انقلاب می باشند، انجام می شود و این مهم وظیفه ای همگانی است و تا زمانی که محرومیت وجود داشته باشد نیز ادامه خواهد داشت.

گروه و تیم جهاد اشتغالزایی در مواجهه با ادارات و سازمان های بومی به این نکته توجه لازم را داشته باشند که نباید مذاکره به سمتی سوق داده شود که مسئولین ادارات، گروه و فعالیت آن را موازی فعالیت خودشان فرض کنند بلکه باید گروه به عنوان کمکی جهت پیشبرد اهداف ادارات محلی و گسترش خدمت رسانی معرفی گردد.

۴) ممکن است در اجرای طرح‌ها اهالی مناطق محروم همکاری و مشارکت لازم را نداشته باشند.

در ارتباط با اهالی، این به هنر گروه برمی‌گردد که چگونه بتواند با حضور مخلصانه و مفید خود در یک منطقه و در طول مسافرت‌های جهادی، اعتماد اهالی و معتمدین و بزرگان منطقه را کسب نماید.

گروه‌های جهادی در تمامی طرح‌های خود، حتی اگر به هیچ‌گونه کمک مادی و غیر مادی نیاز نداشته باشند، باید مردم و مسئولین را در تدوین، اجرا و نظارت بر طرح‌ها مشارکت دهند. علی‌الخصوص در طرح اشتغال‌زایی باید از سرمایه‌های اهالی حتی به مقدار اندک استفاده کنند تا اهالی کار و نتیجه کار را از خود بدانند.

۵) انجام فعالیت‌های اقتصادی، با روحیات جهادی سازگاری ندارد و ورود به این عرصه می‌تواند ذره ذره وجهه‌ی غیرانتفاعی بودن حرکت‌های جهادی را زیر سوال ببرد و با درگیر شدن گروه‌ها با مسائل مالی آنها را از مسیر اصلی خارج کند.

در پاسخ به این شبهه می‌توان گفت، فعالیت‌هایی که گروه در این حوزه انجام می‌دهد لزوماً منجر به سودآوری برای گروه نیست، اغلب طرح‌ها به دولت و یا به اهالی واگذار خواهد شد و اگر حاشیه سودی هم برای گروه جهادی در نظر گرفته شود، در کنار سودی است که اهالی از طرح‌ها می‌برند و این حاشیه سود صرفاً جهت تقویت و ماندگاری این گونه حرکت‌هاست.

از طرفی دیگر، با گسترده شدن حرکت‌های جهادی در کشور، کم‌کم سطح انتظارات مناطق محروم از گروه‌های جهادی بالا رفته است، شاید در چند سال آینده صرف انجام فعالیت‌های عمرانی، نیاز واقعی مناطق نبوده و یا به لحاظ مالی، اصلاً توجیه اقتصادی نداشته باشد. مردم مناطق محروم انتظار دارند گروه‌های جهادی، پس از

حضور چند ساله، آن‌ها را در مسیر رشد (به لحاظ مادی و معنوی) قرار دهند به گونه‌ای که بتوانند نیازهای خودشان را به دست خودشان تامین نمایند. مقام معظم رهبری نیز در جایی به لزوم جهاد در حوزه پیشرفت مادی می‌پردازد و گلایه می‌کند از کسانی که اینها را ضد جهاد می‌دانند: " عزیزان من! بعضی کسان از اسم جهاد می‌رمند! خیال می‌کنند که تأسیس یک کشور، ایجاد یک تمدن، نظم در زندگی، پیشرفت در زندگی مادی و معنوی و رفاه مشروع برای انسانها، با جهاد نمی‌سازد و جهاد ضد این‌هاست! چه خطایی! چه غلطی! بدون جهاد، هیچ چیز به دست انسان نمی‌آید؛ نه دنیا و نه آخرت"<sup>۱۰</sup>

۶) گروه‌های جهادی از وجهه قانونی و ساختار مالی مناسب و مشخص برخوردار نیستند

متأسفانه گروه‌های جهادی در ارتباط با سازمانها و ادارات محلی و همچنین اهالی مناطق از وجهه مناسب جهت انجام فعالیت های اقتصادی برخوردار نبوده و به این علت مورد توجه و اعتماد قرار نمی‌گیرد. لذا پیشنهاد می‌گردد گروه جهادی پس از کسب تجربه در جهاد اشتغالزایی و قابلیت اجرای توانمند این حرکت، نسبت به ثبت ساختار اقتصادی مکمل اقدام نماید تا فعالیت های مالی، حقوقی و همچنین عقد قراردادهای مرتبط را از آن طریق پیگیری نماید.

ثبت شرکت و یا تعاونی روستایی ضمن افزایش مشارکت اهالی، وجهه قانونی گروه‌های جهادی را بالا برده و ایجاد ساختار مالی مشخص را ممکن می‌سازد. همچنین در صورتی که گروه بخشی از فعالیت خود را چه در حوزه اجرایی و چه در حوزه پژوهشی برونسپاری می‌کند، میتواند از محل سود شرکت، هزینه‌های آن را

---

<sup>۱۰</sup> بیانات در مراسم صبحگاه لشکر سیدالشهداء (ع) ۱۳۷۷/۰۷/۲۶

تامین کند. یک نمونه موفق در این حوزه، گروه جهادی رضوان است که پس از ورود به عرصه اشتغال زایی، شرکت برکت رضوان را تاسیس نمود و امور مالی و حقوقی را از سایر فعالیتهای جهادی خود جدا نمود.

همچنین گروه می‌تواند با کمک اهالی، تعاونی‌های روستایی و یا مجموعه دولتی منطقه، طرح را اجرا کرده و پس از بهره برداری آن را به خودشان واگذار کند. در این صورت نیاز به تاسیس شرکت از سوی گروه نمیباشد. به عنوان مثال گروه روح الله پس از راه اندازی ۵ کارگاه قالی بافی آنها را به کمیته امداد امام خمینی<sup>(۵)</sup> واگذار نموده و کمیته با مددجویان عقد قرار داد کرده و به پیشرفت کار نظارت میکند.

#### ۷) مشکل سرمایه گذاری و نبود خیر کارآفرین

در صورتی که طرح کسب و کار در قالب استاندارد نگاشته شود، بهتر میتواند سرمایه های خیرین، بانکها و موسسات مالی و نیز تعاونیهای روستایی و بخش دولتی منطقه را همراه کند.

در صورتی که از تسهیلات بانکی بخواهید استفاده کنید با مشکل وثیقه روبرو خواهید شد در این صورت می‌توانید از اموال و دارایی‌های تعاونی‌های روستایی استفاده کنید. اغلب خیرین مردمی، علاقه‌مند به تاسیس بنا و یا تهیه ارزاق و.. برای مناطق محروماند، هنر شما در چگونگی ارائه طرح‌تان است تا بتوانید مشارکت آنها را همراه کنید. همچنین می‌توانید به خیرین پیشنهاد دهید که در طرح سرمایه‌گذاری کنند و پس از دوره بازگشت سرمایه، سرمایه خود را در امور خیریه دیگری هزینه کنند.

پیشنهاد می‌گردد گروه‌ها جهادی جهت مواجهه کمتر با مشکل تامین مالی، به سمت تاسیس و ترویج مشاغل کم سرمایه بر حرکت کنند تا بتوانند با منابع مالی محدود اثرگذاری بیشتری را داشته باشند.

#### ۸) ریسک پذیر بودن طرح‌های اقتصادی در مناطق محروم کشور





به طور کلی هر طرح اقتصادی نسبت به تغییرات محیطی (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و...) آسیب پذیر است. این ویژگی تنها منحصر به فعالیت‌های اقتصادی در مناطق محروم نمی‌باشد ولی باید این نکته را پذیرفت که ریسک در کسب و کارهای مناطق محروم از شدت بالاتری برخوردار است. با عنایت به این مسئله می‌بایست هنگام تدوین طرح کسب و کار با در نظر گرفتن تدابیری برای مدیریت ریسک (سناریوسازی طرح‌های جایگزین و...) اثرات این چالش را کاهش داد.

در ترویج و تاسیس کسب و کارهای روستایی به ابعاد کسب و کار و گلوگاه‌ها و تنگنای احتمالی توجه لازم را داشته باشید. توجه به بازارفروش و فاصله تا آن، محل تامین مواد اولیه و هزینه آن، قابلیت نظارت بر کسب و کار توسط خبرگان و همچنین قابلیت انبار داری محصولات از جمله موارد ابتدایی جهت پایین آوردن ریسک کسب و کار می‌باشد.

۹) در نظر نگرفتن فرهنگ و حساسیت‌های اجتماعی منطقه در تعریف کسب و کار گفتنی است لزوماً هر طرح توجیهی با سوددهی بالا برای یک منطقه محروم مفید نیست، در نظر نگرفتن ویژگی‌های بومی و فرهنگی منطقه و نداشتن دید جامع، می‌تواند مشکلات و آسیب‌های بزرگی را به همراه داشته باشد و در نهایت طرح را با شکست مواجه کند. به عنوان مثال ممکن است در یک روستا که اغلب افراد آن بیکار هستند، گروه جهادی چند کسب و کار برای خانم‌های روستا ایجاد کند و توجهی به اشتغال آقایان نداشته باشد. در این صورت با توجه به اینکه بانوان درآمد زایی دارند و آقایان که پرداخت نفقه به عهده آنان است بدون درآمد مانده اند، ممکن است جایگاه مرد در خانواده تضعیف شده و مشکلات فراوانی را به دنبال بیاورد.

در ترویج کسب و کارهای روستایی تا جای ممکن باید از وارد نمودن رشته‌های نامانوس به مناطق هدف خودداری کرد. به عبارتی گروه‌ها باید ابتدا رشته‌های بومی



منطقه را سنجش نمایند و در صورتی که این رشته ها ظرفیت سودآوری و اشتغال زایی نداشت به سراغ دیگر رشته ها بروند.

۱۰) فقر منطقه به لحاظ سرمایه انسانی، منابع طبیعی و زیرساختی، طرح‌های اشتغال زایی را با چالش مواجه می‌کند.

اغلب مناطق محروم با مشکل کمبود سرمایه انسانی مواجه اند، یعنی یا از نیروی کار جوان - به علت مهاجرت به شهر و... - کم بهره‌اند و یا فرهنگ کار، وجدان کاری و در مجموع روحیه کار و تلاش در بین اهالی کم‌رنگ است. وجود درآمدهای کاذب نظیر قاچاق در برخی مناطق بخصوص مناطق مرزی به این مسئله بیشتر دامن می‌زند. هنگامی که به این مسئله به نگاه مادی توجه کنیم، بدلیل عدم اعتماد به کفایت و همچنین ماندگاری نیروی انسانی، پیشنهاد ایجاد کسب کار از توجیه پائینی برخوردار می‌گردد. اما ویژگی منحصر به فرد و مزیت گروه جهادی نسبت به سایر کارآفرینان این است که یک جهادگر با حضور حماسی خود، روحیه کار و تلاش را در منطقه زنده می‌کند بدین جهت است که مقام معظم رهبری در بیانات خود جهادگران را "سفیران کار و تلاش"<sup>۱۱</sup> نامیده است.

پیشنهاد می‌شود گروه جهادی از کسب و کارهایی استفاده نماید که در عین درآمد قابل قبول، از سرعت راه اندازی بالایی برخوردار باشد و بتواند یک فرد در مدت کوتاهی حرفه را آموخته و مشغول به فعالیت شود. با این فعالیت می‌توان در عین استفاده از نیروهای با مهارت پائین، در صورت خروج فرد از کارگاه در حداقل زمان و هزینه ممکن فرد دیگری را جایگزین نمود.

---

<sup>۱۱</sup> دیدار با جهادگران بسیج سازندگی ۱۳۸۹/۰۶/۳۱

از سوی دیگر هنگامی که به دلایل محروم ماندن یک منطقه نگاه می‌کنیم متوجه می‌شویم که بخش عمده محرومیت به دلیل نبود و یا کمبود منابع طبیعی نظیر اقلیم، آب، خاک، بر می‌گردد. علاوه بر آن به لحاظ زیرساختی (راه، دسترسی به بازارهای مصرف و...) نیز مناطق محروم دچار مشکل می‌باشند. لذا باید جهادگران باتوجه به شرایط منطقه، کسب و کاری تعریف کنند که بتواند بر این مشکلات غلبه کند. به عنوان مثال: استفاده از صنایع دستی و کارگاه‌های تولیدی کوچک در مناطقی کم‌برخوردار از نعمت آب و خاک، استفاده از صنایع تبدیلی در مناطقی که کشت و زراعت و یا دامپروری دارند، تولید محصولات که نسبت ارزش به حجم کالای بالایی دارند که درآمدها بتواند بر هزینه حمل و نقل غلبه کند، تولید محصولاتی که نیاز روستایی به شهر را کم می‌کند و مایحتاج روستا در همان منطقه تامین می‌شود و... . البته در کنار این محرومیت باید به مزیت ارزان بودن زمین و نیروی کار در این مناطق به عنوان یکی از عوامل توجیه پذیر بودن طرح‌ها توجه داشت.

#### ۱۱) بروکراسی اداری سنگین در ایجاد کسب و کار

متأسفانه برخی قوانین موجود در حوزه کسب و کار، مانع از اشتغال‌زایی است و دست و بال کارآفرین را به کلی می‌بندد، امیدواریم با روحیه جهادی و پشتکار لازم از طرفی و آشنایی با قوانین از طرفی دیگر بتوانید بر این مشکلات نیز غلبه کنید. همچنین توصیه می‌شود کسب و کاری را انتخاب نمایید که مراحل قانونی کوتاه تری داشته باشد. این امر باعث می‌شود تا گروه جهادی و اهالی روستا در مدت کمتری نتیجه فعالیت خود را مشاهده کنند و دچار ناامیدی و سستی در بین راه نگردند.



## ضمایم

### ضمیمه ۱ : لیست سازمانها و افراد مرتبط

#### سازمانها و ادارات

ردیف	نام سازمان	آدرس سایت	شماره تماس
۱	وزارت صنعت، معدن و تجارت	<a href="http://www.mimt.gov.ir">www.mimt.gov.ir</a>	۸۱۷۷۴۲۹۰
۲	سامانه الکترونیکی مشاغل خانگی	<a href="http://karekhanegi.ir/">http://karekhanegi.ir/</a>	
۳	وزارت جهاد	<a href="http://www.agri-jahad.ir/portal/Home/Default.aspx">http://www.agri-jahad.ir/portal/Home/Default.aspx</a>	۶۶۴۱۱۸۴۸
۴	پایگاه اطلاع رسانی دبیرخانه شورای هماهنگی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی	<a href="http://www.freezones.ir/">http://www.freezones.ir/</a>	۲۲۰۳۹۳۳۶-۹
۵	صنایع دستی، میراث فرهنگی گردشگری	<a href="http://www.ichto.ir/Default.aspx?tabid=۱۵۰۶">http://www.ichto.ir/Default.aspx?tabid=۱۵۰۶</a>	۶۶۰۵۸۵۹۰۱
۶	سازمان شیلات	<a href="http://www.shilat.com/">http://www.shilat.com/</a>	



	<a href="http://www.corc.ir/Portal/Home/">http://www.corc.ir/Portal/Home/</a>	سازمان تعاونی روستایی	۷
	<a href="http://www.ppo.ir/">http://www.ppo.ir/</a>	سازمان حفظ نباتات	۸
۲۲۴۴۶۵۳۹-۴۵	<a href="http://www.frw.org.ir/">http://www.frw.org.ir/</a>	سازمان مراتع و آبخیزداری	۹
۶۶۴۱۲۳۶۰	<a href="http://www.ashayer.ir/">http://www.ashayer.ir/</a>	سازمان امور عشایر	۱۰
۸۸۹۵۹۲۸۷	<a href="http://arazi.maj.ir/Portal/Home/">http://arazi.maj.ir/Portal/Home/</a>	امور اراضی	۱۱
۷۷۲۷۹۰۹۳	<a href="http://thc۹۰.ir/">http://thc۹۰.ir/</a>	اتحادیه صنایع دستی استان تهران	۱۲
	<a href="http://fa.tpo.ir">http://fa.tpo.ir</a>	سازمان توسعه و تجارت	۱۳
	<a href="http://kermancrafts.com/">http://kermancrafts.com/</a>	معاونت صنایع دستی کشور	۱۴
۸۸۹۹۱۳۲۲	<a href="http://www.fihu.org">www.fihu.org</a>	اتحادیه سراسری صنایع دستی کشور	۱۵
۸۸۹۵۳۴۰۰	<a href="http://ivo.ir/Portal/Home/">http://ivo.ir/Portal/Home/</a>	دامپزشکی کشور	۱۶
۲۲۴۸۱۵۰۱	<a href="http://www.emdad.ir">http://www.emdad.ir</a>	کمیته امداد امام خمینی	۱۷



۶۶۹۴۱۲۵۰	<a href="http://www.irantvto.ir/">http://www.irantvto.ir/</a>	سازمان فنی و حرفه ای	۱۸
۸۲۲۴۳۰۹۵	mrud.ir	وزارت راه و شهرسازی	۱۹
۸۸۷۷۰۹۲۱_۳۰	isipo.ir	سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران	۲۰
	<a href="http://home.mehrerreza.ir/">http://home.mehrerreza.ir/</a>	صندوق مهر امام رضا (ع)	۲۱
۸۸۸۰۰۹۳۱	<a href="http://www.basij sazandegi.com/main/">http://www.basij sazandegi.com/main/</a>	سازمان بسیج سازندگی	۲۲
۸۸۷۱۹۲۸۷	<a href="http://negarnasr.ir/job/">http://negarnasr.ir/job/</a>	نگار نصر	۲۳
۸۸۹۲۸۳۱۴	<a href="http://www.jahadgar.com/">http://www.jahadgar.com/</a>	مرکز مطالعات	۲۴



## مراکز تامین محتوا و اطلاعات

ردیف	سایت/سازمان	آدرس سایت	توضیحات
۱	سازمان همیاری اشتغال	<a href="http://www.jobportal.ir">http://www.jobportal.ir</a>	دانلود مقالات و طرح های کسب و کار
۲	وزارت کار- مشاغل خانگی	<a href="http://www.mcls.gov.ir/fa/mashaghelekhanege">http://www.mcls.gov.ir/fa/mashaghelekhanege</a>	لیست رشته و فرم های ثبت نام
۳	بانک اطلاعات کارآفرینی	<a href="http://www.karafarini.gov.ir/news.php">http://www.karafarini.gov.ir/news.php</a>	
۴	معرفی هنرمندان صنایع دستی	<a href="http://honarmand.ichto.ir">http://honarmand.ichto.ir</a>	مفید جهت شناسایی هنرمندان صنایع دستی
۵	مهارت نیوز	<a href="http://maharatnews.com">http://maharatnews.com</a>	
۶	موسسه ثمرات ارزش آفرینان	<a href="http://Arzeshafarinan.net">Arzeshafarinan.net</a>	تجربیات گروهها ، طرح و گزارش فعالیت و عرضه محصولات روستایی
۷	فروشگاه محصولات سایت هسته توانمند سازی حرکت‌های جهادی	<a href="http://shop.jahadgaran.org/">http://shop.jahadgaran.org/</a>	مناسب جهت عرضه محصولات روستایی



اخبار حوزه صنایع دستی	<a href="http://www.handicrafts.ir">www.handicrafts.ir</a>	پایگاه اطلاع رسانی صنایع دستی و هنرهای سنتی ایران	۸
اخبار حوزه صنایع دستی و میراث فرهنگی	<a href="http://www.chtn.ir">/http://www.chtn.ir</a>	خبرگزاری میراث آریا	۹
ثبت نام جهت اخذ کارت و پروانه بهره برداری و ...	<a href="http://۴۶,۲۲۵,۱۲۹,۱۲۶۶۸۰۰">/http://۴۶,۲۲۵,۱۲۹,۱۲۶۶۸۰۰</a>	سامانه هوشمند صنایع دستی	۱۰
قیمت ها، مقالات و فیلم وکتب آموزشی..اکثرا رایگان	<a href="http://www.itpnews.com/">http://www.itpnews.com/</a>	شبکه خبری و اطلاع رسانی صنعت مرغداری و دامپروری	۱۱
	<a href="http://www.roostanews.ir/">http://www.roostanews.ir/</a>	اخبار مرتبط با روستاها	۱۲
عرضه محصولات روستایی	<a href="http://roostabazar.ir/">http://roostabazar.ir/</a>	تبلیغات و فروش محصولات روستایی	۱۳
دانلود آمار و اطلاعات روستاهای کشور	<a href="http://data.roostanews.ir/">http://data.roostanews.ir/</a>	آمار و اطلاعات روستاها	۱۴
دانلود نقشه روستاهای کشور	<a href="http://map.roostanet.com/">http://map.roostanet.com/</a>	نقشه روستاهای ایران	۱۵



قیمت مواد اولیه و ملزومات کشاورزی و ...	<a href="http://www.bbk-iran.com/">http://www.bbk-iran.com/</a>	بازار بزرگ کشاورزی ایران	۱۶
دانلود آمار و اطلاعات روستاهای کشور	<a href="http://iranvillage.ir/">http://iranvillage.ir/</a>	معرفی روستاها و اطلاعات مرتبط با آنها	۱۷
شناسایی کتابهای مرتبط با روستای	<a href="http://roostanews.ir/book/">http://roostanews.ir/book/</a>	بانک کتاب روستایی	۱۸
دانلود مقالات	<a href="http://www.magiran.com/">http://www.magiran.com/</a>	بانک مقالات کشور	۱۹
راهنما جهت تدوین طرح کسب و کار و ...	<a href="http://www.businessplan.ir/">http://www.businessplan.ir/</a>	سایت طرح تجاری	۲۰
دانلود مقالات، بروشورهای ترویجی و ...	<a href="http://www.tarvijkhr.ir/?lp=۱۳۰۹">http://www.tarvijkhr.ir/?lp=۱۳۰۹</a>	سامانه آموزشی، ترویجی و اطلاع رسانی. مدیریت جهاد کشاورزی خراسان رضوی	۲۱
	<a href="http://bankpoultry.ir/">http://bankpoultry.ir/</a>	مرکز اطلاع رسانی طیور ایران	۲۲



میزان بارندگی، جریان های سطحی و آب زیر زمینی، رودخانه ها، سدها و ...	wrs.wrm.ir	شرکت سهامی مدیریت منابع آب ایران	۲۳
دمای هوای استان ها + میزان بارش و ....	wether.ir	سازمان هواشناسی کشور	۲۴
برآورد جمعیت به تفکیک، سری های زمانی و ...	amar.org.ir	مرکز آمار ایران	۲۵
بانک اطلاعات روستایی ( جمعیت، نیروی کار، زیرساختی )	roostanet.ir	شبکه روستایی ایران	۲۶
اخذ محتوای لازم جهت اشتغال روستایی	Jahadgaran.org	هسته توانمندسازی حرکت های جهادی	۲۷



### افراد و گروه‌های جهادی فعال

ردیف	نام گروه/فرد	آدرس سایت	شماره تماس	توضیحات
۱	گروه جهادی روح الله	<a href="http://basij.ut.ac.ir/jahadi/">http://basij.ut.ac.ir/jahadi/</a>	۲۱۶۶۴۹۹۰۶۷	فعال در حوزه اشتغال زایی در مناطق محروم خراسان جنوبی
۲	گروه جهادگران پیشگام	<a href="http://hejr.ir/fa/">http://hejr.ir/fa/</a>	۲۶۳۱۳۹۷۵	فعال در حوزه اشتغال زایی در مناطق محروم زنجان
۳	گروه رضوان	<a href="http://www.r ezvaan.blogfa.com/">http://www.r ezvaan.blogfa.com/</a>	۶۶۵۹۱۸۷۹	فعال در حوزه اشتغال زایی در مناطق محروم نهبندان
۴	جهادگران ارزش آفرین	<a href="http://www.arzeshafarinan.blogfa.com">http://www.arzeshafarinan.blogfa.com</a>	۰۹۱۹۳۲۵۶۹۸۹	فعال در حوزه اشتغال زایی در مناطق محروم استانهای کرمان و تهران
۵	سید یاسر حکیم ی	yaserhakimi@gmail.com	۰۹۱۹۶۲۱۹۰۶۰	کارشناس اقتصادی
۶	محمد اقبالی	eghbalimo@yahoo.com	۰۹۱۲۶۷۵۸۶۰۴	دکترای دامپروری
۷	هادی فلاحی	hadi.1404@yahoo.com	۰۹۱۹۳۲۵۶۹۸۹	کارشناس کارآفرینی



کارشناس کشاورزی	۰۹۱۳۴۸۷۸۱۳۰	ykhani211@gmail.com	یاسرخانی	۸
کارشناس صنایع	۹۳۵۸۸۰۸۳۹۴	sadeghmofrad@gmail.com	صادق مفرد	۹
کارشناس کشاورزی و فعالیت در مرکز مطالعات	۹۳۵۲۱۵۹۲۸۸	Mr_zardini@yahoo.com	زردینی	۱۰
کارشناس کشاورزی و فعالیت در بسیج مهندسی کشاورزی	۹۱۹۵۱۸۴۹۹۰	Davoud450@yahoo.com	صادقی	۱۱
کارشناس پژوهش های جهادی	۹۱۲۸۰۵۴۳۹۲	a.amirifar@gmail.com	امیر امیری فر	۱۲
دکتر شایلات	۹۱۷۷۹۳۳۱۰۱		احمدنیا	۱۳
دکتر زراعت	۹۱۲۱۳۸۷۲۰۳	hasanpoor@yahoo.com	رحمان حسن پور	۱۴
کارشناس شایلات	۹۱۲۲۸۸۳۵۶۹		محسن محمدی	۱۵
مهندسی چوب	۹۱۲۳۴۷۳۵۶۸	vanwood@gmail.com	یگانه	۱۶

## ضمیمه ۲: نمونه های موفق اشتغال‌زایی جهادگران

### بهبود فرایند کشاورزی

کشاورزی در روستاها معمولاً به طور سنتی انجام می‌شود، با مشورت با دانشجویان مهندسی کشاورزی و یا متخصصان جهاد کشاورزی می‌توانید بصورت کوتاه‌مدت، آموزش‌هایی را به اهالی داده تا کشت، برداشت و آبیاری زمین‌های خود را به روش‌های نوین انجام داده و بهره‌وری را بالا ببرند.



ترویج آبیاری قطره ای در شهرستان هویزه توسط گروه جهادی دانشگاه مرکز مطالعات امام خمینی کرج (جهادگران عرصه کشاورزی)

### ترویج محصولات کشاورزی

همچنین در برخی مناطق راه‌اندازی گلخانه در پرورش قارچ و دیگر محصولات می‌تواند ایده مناسبی باشد. راه‌اندازی نهالستان نیز با سرمایه‌گذاری اندک و در کنار یک مسافرت جهادی می‌تواند صورت بگیرد، هرچند بهره‌برداری آن نیاز به گذشت زمان است اما در دراز مدت اثرات مثبتی در منطقه ایجاد می‌کند.





ترویج احداث باغ گل محمدی برای اولین بار در شهرستان ممسنی توسط گروه جهادی یاران سید علی با همکاری جهادگران پیشگام



برگزاری آموزش پرورش قارچ در شهرستان هویزه توسط جهادگران عرصه کشاورزی و در همچنین در شهرستان ممسنی توسط گروه جهادی یاران سید علی

### بازاریابی محصولات کشاورزی

غالباً در روستاها محصولات کشاورزی و یا گیاهان دارویی بی نظیری وجود دارد که به دلیل عدم سیستم بسته بندی و توزیع مناسب، به دست مصرف کننده نمی رسد. شما می توانید با آموزش مختصر نحوه بسته بندی و بازاریابی در نزدیک ترین مرکز شهر، شغل مناسبی را برای روستاییان فراهم نمایید.



نمونه: پشتیبانی تجاری از واحدهای کشت گیاهان دارویی و حل مشکل بازار رسانی محصول آلوئه ورا توسط گروه دانشگاه شاهد

### توسعه دامپروری

به طور مشابه در حوزه دامپروری نیز گروه های جهادی می توانند ورود کنند تا از ظرفیت پرورش دام در مناطق روستایی کاملا استفاده شود.



نمونه: احداث و یا توسعه ۲۰ دامداری در دو روستای چناربرگ و گویم توسط گروه جهادی یاران سید علی با همکاری جهادگران پیشگام

نمونه: احداث ۳ واحد پرورش دام سبک (گوسفند و بز) توسط گروه جهادی دانشگاه شاهد با همکاری جهادگران پیشگام

### ترویج و آموزش

این قابلیت وجود دارد که در مدت زمان حضور گروه در منطقه در طی هماهنگی با جهادکشاورزی شهرستان، دوره های آموزشی در مناطق روستایی برگزار شود. کسب و

کارهای زودبازده و کم سرمایه بر، مانند پرورش بلدرچین، مرغ بومی و زنبورداری، به مدت زمان کوتاهی جهت آموزش نیاز دارند و گروه می تواند در زمان حضور خود در منطقه آموزش آنها را برگزار نماید.



نمونه: برگزاری کارگاه آموزشی پرورش بلدرچین توسط کانون جهادگران ارزش آفرین با همکاری جهادگران پیشگام

نمونه: برگزاری آموزش زنبورداری، شهرستان ممسنی توسط کانون جهادگران ارزش آفرین با همکاری جهادگران پیشگام

نمونه: برگزاری آموزش پرورش مرغ بومی، شهرستان سربیشه توسط گروه جهادی روح الله





نمونه: برگزاری کلاسهای ترویجی برای کشاورزان روستای سمیده، توسط گروه جهادگران عرصه کشاورزی



نمونه: توزیع بروشور کشاورزی، شناسایی و مشاوره به محصلین بخش کشاورزی، برگزاری کلاسهای آشنایی با مباحث مختلف علم کشاورزی، توسط گروه جهادگران عرصه کشاورزی

### تولید و پرورش مرغ بومی

این ایده با اندک سرمایه گذاری راه اندازی می شود. در روستاهایی که زمینه پرورش مرغ وجود دارد شما می توانید با گرفتن مبلغ اندکی از هر خانوار تعدادی جوجه یک ماهه به همراه خوراک در اختیارشان قرار دهید و با تهیه یا طراحی یک دستگاه جوجه کشی و محلی برای ذخیره خوراک، حداقل آن روستا را در مرغ و تخم مرغ خود کفا کنید. هم چنین می توانید با راه اندازی یک مرغ داری بزرگ محصولات خود را به بازار عرضه نمایید.



نمونه: احداث نخستین واحد پرورش مرغ بومی جنوب استان کرمان توسط گروه جهادی دانشگاه شاهد با همکاری جهادگران پیشگام





نمونه: احداث مجتمع پرورش مرغ بومی در منطقه میغان، توسط گروه جهادی رضوان



نمونه: طراحی دستگاه جوجه کشی توسط گروه جهادی روح الله (دانشگاه امیرکبیر) و واگذاری به آن به روستائیان

### ایجاد زیرساخت اشتغال

فعالیت عمرانی گروه جهادی می تواند در حوزه ایجاد زیرساخت اشتغال تعریف گردد. در همین زمینه می توان به ساخت سوله دامداری و یا انبار علوفه اشاره نمود. گروه جهادی از طریق ایجاد زیرساخت اشتغال در روستا می تواند در پایین آوردن میزان سرمایه گذاری روستائیان موثر باشد. ساخت انبار علوفه با همکاری جهاد کشاورزی، به روستائیان کمک می کند تا مازاد علوفه تولیدی خود را با قیمت ارزان نفروخته بلکه بخشی از آن را برای مصرف دامهای خود در فصول سرد سال ذخیره نمایند.

گروه جهادی فارغ التحصیلان مفید در یکی از مسافرت های جهادی خود اقدام به ساخت انبار علوفه‌ای در ابعاد ۴۰۰ متر مربع نمود



نمونه: احداث کارگاه تهیه و ذخیره خوراک دام توسط گروه فارغ التحصیلان مفید<sup>۵</sup> بخش درح، شهرستان سریشه

نمونه: احداث جایگاه دام، ایلام، توسط گروه جهادی دانشگاه علم و صنعت با همکاری جهادگران پیشگام

### استفاده از صنایع تبدیلی و تکمیلی

اغلب روستاییان محصولات کشاورزی و دامپروری خود را به طور عمده و فله‌ای می‌فروشند، ایجاد کارگاه‌های کوچک به منظور تبدیل و یا تکمیل محصولات می‌تواند ضمن اشتغال زایی در مناطق، سودآوری روستاییان را بالا ببرد. به عنوان مثال بهره‌مندی از هنر بسته‌بندی در ارایه محصولات چوب زعفران، خرما و... ارزش افزوده زیادی ایجاد می‌کند.

### تولید میوه خشک

میوه خشک یکی از صنایع تبدیلی و تکمیلی باغبانی است. در روستاهایی که از نعمت مرکبات برخوردارند، با خرید یا طراحی یک دستگاه نیمه صنعتی میوه خشک‌کنی و دستگاه بسته‌بندی می‌توانید بخشی از محصولات را در همان روستا خشک کرده و با قیمت مناسب در بازار بفروشید. این کار ضمن اشتغال‌زایی در منطقه، کمک می‌کند میوه‌های لک‌دار که



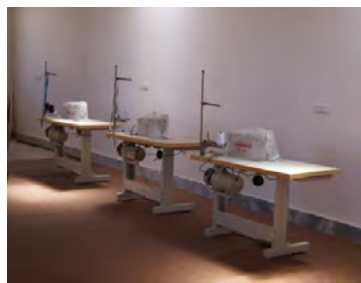
معمولا به فروش نمی‌رسد و به محصولی با ارزش تبدیل شده و در تمام فصول سال به فروش برسد. (هزینه نگهداری و حمل و نقل میوه خشک بسیار مرقون به صرفه است)

### تولید و تجاری سازی صنایع دستی

گروه جهادی با سهولت بیشتری نسبت به سایر حوزه ها می توانند کسب و کارهای صنایع دستی ایجاد نماید. علاوه بر این می توانید صنایع دستی منطقه را شناسایی کنید و با عرضه آن به بازار به کسب و کار اهالی رونق دهید. حتی می‌توانید در دانشگاه خود غرفه‌ای برای عرضه محصولات در نظر بگیرید که غالبا با استقبال خوبی مواجه می‌شود.



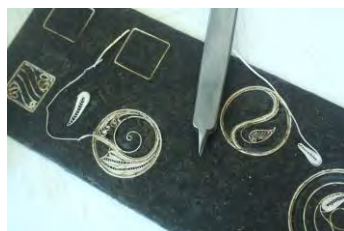
تجاری سازی و بازار رسانی محصولات دستی منطقه منوجان توسط گروه دانشگاه شاهد با همکاری جهادگران پیشگام



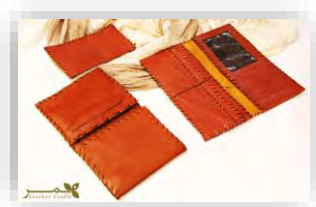
راه اندازی کارگاه خیاطی در روستای گزدز شهرستان سریشه، توسط  
گروه جهادی روح الله



آموزش ساخت چاروق (نوعی کفش سنتی) توسط گروه جهادی دانشگاه علم و صنعت با  
همکاری جهادگران پیشگام



ایجاد کارگاه تولید زیورآلات نقره توسط کانون جهادگران ارزش آفرین در شهرستان پیشوا  
ورامین



نمونه: احداث کارگاه چرم دوزی، جهادگران پیشگام در استان زنجان و همچنین برگزاری آموزش چرم دوزی توسط گروه جهادی دانشگاه خوارزمی کرج

### آموزش قالی بافی

برگزاری آموزش قالی بافی در مناطق روستایی می تواند زمینه ساز افزایش مهارت روستائیان و همچنین ایجاد اشتغال در روستا باشد. با توجه به وجود زمینه ی قالی بافی در روستاهای کشور برگزاری دوره های آموزش و ایجاد کارگاه قالی بافی می تواند ایده مناسبی باشد.



نمونه: برگزاری دوره آموزشی و احداث کارگاه قالی بافی، توسط جهادگران ارزش آفرین در شهرستان منوجان

### کارگاه تجميع قالی بافی

در مناطق روستایی فرش دست بافت سه بانی اصلی دارد: کمیته امداد امام خمینی، شرکت سهامی فرش ایران و اتاق بازرگانی. شما می توانید با همکاری این نهادها و بویژه

کمیته امداد امام خمینی (ره)، در هر روستایی که زمینه کار قالی‌بافی دارند، یک کارگاه تجمیع ساخته و مدیریت و بهره‌وری آن را واگذار کنید. هزینه طرح فقط ساخت کارگاهی با مساحت حدود ۸۰ متر است. کمیته امداد در صورتی که حداقل یک نفر مددجو عضو کارگاه باشد، سایر تجهیزات کارگاه را فراهم می‌نماید. به طور معمول هر کارگاه ۲۰ نفر اشتغال‌زایی داشته و درآمد حاصل از آن بیش از حقوق یک کارمند عادی است.



نمونه: کارگاه قالیبافی در ۶ روستای شهرستان سریشه توسط گروه روح الله (دانشگاه امیرکبیر)

### تولید تابلو فرش

با همکاری سازمان آموزش فنی حرفه‌ای و یا کمیته امداد می‌توانید به علاقه‌مندان آموزش دهید (بطور رایگان). از آنجا که ساخت تابلو فرش به سبک جدید (کدگذاری) بسیار ساده است این آموزش خیلی طول نمی‌کشد. همچنین این ایده نیاز به ساخت کارگاه ندارد. و روستاییان می‌توانند در منزل مشغول به کار شوند. (درآمد تابلو فرش عموماً از قالی و فرش‌های کوچکی که روستاییان در منزل می‌بافند بیشتر است)



نمونه: کارگاه تولید تابلو فرش در شهرستان منوجان، توسط جهادگران ارزش آفرین

### بهره‌گیری از کارآفرینان استانی

جهت استفاده از تجربیات و ظرفیت های کارآفرینان با رجوع به وزارت صنایع، معادن و تجارت، سازمان صنایع دستی، جهادکشاورزی و.. می‌توانید لیستی از کارآفرینان موفق استانی را تهیه کنید. کارآفرینان موفق استانی با توجه به توان علمی و عملی که در این حوزه دارند می‌توانند راهنمای خوبی برای شما جهت تعریف کسب و کار در مناطق باشند حتی ممکن است از کسب‌وکار شما حمایت کنند. همچنین گروه مستندسازی گروه می‌تواند با تهیه مستندی از کارآفرینان استانی و پخش آن در مناطق محروم به اهالی ایده‌بخشی کند.

نمونه: گروه جهادی شاهد با همکاری کانون جهادگران ارزش آفرین لیست کارآفرینان استان کرمان را استخراج کرده و جلسات مختلفی جهت تعریف کار مشترک و استفاده از تجارب آنها داشته است هم چنین یک دوره آموزش کارآفرینان برگزار نمودند







معرفی و نحوه ارتباط با هسته توانمندسازی حرکت‌های جهادی

### سازمان بسیج دانشجویی

هسته توانمندسازی حرکت‌های جهادی، مجموعه‌ای از پیشکسوتان جهادی است که تلاش دارد با مشورت و هم‌اندیشی با فعالین جهادی، نخبگان دانشگاهی، مسئولین و متخصصین، راهبردها و راهکارهای حل علمی مشکلات مناطق محروم را فراهم کرده و با در اختیار قرار دادن محتوای مورد نیاز و ایجاد ارتباط تشکیلاتی بین توانمندی‌های فعالین جهادی، مسیر حرکت گروه‌های جهادی را هموار نماید.

تلاش ما در توانمندسازی همه‌جانبه حرکت‌های جهادی در عرصه‌های مختلف است اما با توجه به شرایط فعلی کشور و ظرفیت‌های مغفول مانده جهادگران در دو عرصه پژوهشی و اشتغال‌زایی، به این دو عرصه نگاه ویژه‌تری خواهیم داشت.

در عرصه پژوهشی برگزاری نشست‌های دانشجویی، تعریف موضوعات پژوهشی متناسب با رشته‌های تحصیلی و در نهایت هدایت و جهت‌دهی پروژه‌ها و پایان‌نامه‌های دانشجویی با محوریت مشکلات مناطق محروم، از جمله خدمات پژوهشی به گروه‌های جهادی می‌باشد. همچنین در حوزه اشتغال‌زایی خدماتی چون، انجام مطالعات امکان‌سنجی (FS)، تدوین طرح کسب و کار (BP)، مشاوره و آموزش کارآفرینی، تدوین و در اختیار قرار دادن بانک طرح و ایده در برنامه‌های ما قرار دارد.

هسته توانمندسازی حرکت‌های جهادی  
معاونت سازندگی و کارآمدسازی سازمان بسیج دانشجویی  
آدرس: تهران، خیابان طالقانی، تقاطع مفتح، سازمان بسیج دانشجویی،  
ساختمان شهید باقری

www.Jahadgaran.org

info@jahadgaran.org

۰۲۱۸۷۵۵۱۳۹۷

سامانه پیامکی: ۰۲۱۸۷۵۵۱۳۹۷

