

# تدوین راهبردهای اشتغال و کارآفرینی با استفاده از رویکرد تجزیه و تحلیل محیطی\*

نویسنده: محمود جعفرپور<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۴

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۰/۶/۸

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال پانزدهم، شماره ۵۵، تابستان ۱۳۹۱

## چکیده

پژوهش حاضر با هدف تدوین راهبرد اشتغال و کارآفرینی بسیج، با استفاده از رویکرد تجزیه و تحلیل محیطی انجام شده است. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش از نظر هدف، توصیفی؛ از نظر نتیجه، کاربردی و از نظر نوع داده، کمی بوده است. جامعه آماری تحقیق، متشکل از تمام مدیران، کارشناسان و خبرگان صاحب‌نظر در زمینه اشتغال، کارآفرینی و موضوعات مربوط به آن در سازمان بسیج است که تعداد آنها بالغ بر ۷۰ نفر برآورد و نظرات جامعه به صورت تمام‌شماری مطالعه و بررسی شد. همچنین با توجه به اینکه در پژوهش، تحلیل موقعیت راهبردی سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی مد نظر بوده است، لذا برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش SWOT بهره برده شد و در نهایت، نمودار تعیین موقعیت و اقدام راهبردی (SPACE) ترسیم شد.

بر اساس نتایج پژوهش، منطقه فعلی عملکردی بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی، «محافظة کارانه» و در آینده، «تهاجمی» خواهد بود. همچنین شاخص با کسب میانگین ۸ به عنوان مهم‌ترین ضعف؛ شاخص «فراهم آوردن زمینه‌های اشتغال برای جوانان کشور» با کسب میانگین ۸/۳۳ به عنوان مهم‌ترین فرصت و شاخص «امکان تأمین منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد شغل از طریق مؤسسه مالی و اعتباری مهر» با کسب میانگین ۸/۱۱ به عنوان مهم‌ترین قوت شناسایی شد.

## واژگان کلیدی:

اشتغال، کارآفرینی، راهبرد، تجزیه و تحلیل محیطی.

مقاله حاضر برگرفته از پروژه تحقیقاتی با همین عنوان است که در سازمان بسیج علمی - پژوهشی و فن‌آوری سپاه حضرت رسول (ص) (تهران بزرگ) به اجرا در آمده است.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی (ره). Mahmoudjafarpour@yahoo.com



## مقدمه

متوسط نرخ مشارکت و نرخ بیکاری در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۱ به ترتیب معادل ۳۸/۸ و ۱۵/۲ بوده است که این ارقام در سال پیش از آن به ترتیب ۳۸/۹ و ۱۴/۴ درصد بود (اقتصاد ایران، ۱۳۹۱). از سویی طبق گزارش بانک جهانی، ۷۰ درصد جمعیت ایران را جمعیت جوان زیر ۳۵ سال تشکیل می‌دهد؛ و این یعنی نرخ بیکاری جوانان تقریباً دو برابر نرخ بیکاری کل کشور است (همان، ۱۳۸۹). بنابر این، بررسی نرخ بیکاری در ایران در مقایسه با سایر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه می‌تواند نشان‌دهنده ضرورت مطالعه دقیق ابعاد بیکاری، اشتغال و کارآفرینی کشور باشد.

در رشد نرخ بیکاری، عوامل مختلفی تأثیرگذار است که از میان آنها می‌توان به عدم تناسب میان رشته‌های دانشگاهی با نیازهای جامعه، پایین بودن کیفیت آموزش مراکز دانشگاهی، رشد بی‌سابقه واردات طی سالهای اخیر، رکود تورمی، محیط نامتقارن کسب و کار در کشور، عدم حضور بخش خصوصی پویا و کارآمد، رکود جهانی و همچنین تشدید تحریمها اشاره کرد (جعفرپور و سلیمانی، ۱۳۸۹، ص ۱۲۲). همچنین بر اساس تقسیم‌بندی کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کشورها به سه دسته اقتصادی، شامل اقتصاد سنتی، کارایی محور و نوآور تقسیم می‌شوند که ایران به دلیل متکی بودن به درآمدهای نفتی، جزء کشورهای اقتصاد سنتی محسوب می‌شود (سوری، ۱۳۹۰، ص ۱۰) که این موضوع نیز در رشد نرخ بیکاری بی‌تأثیر نبوده است. علاوه بر موارد ذکر شده، توجه به شاخصهای فعالیت‌های کارآفرینانه که هر ساله توسط دیده‌بان جهانی کارآفرینی ارائه می‌شود نیز می‌تواند راهگشا باشد. وضعیت شاخصهای مورد اشاره طی سالهای ۱۳۸۷-۹۱ در جدول ۱ ارائه شده است. (www.gemiran.ir)

جدول ۱. شاخصهای فعالیت‌های کارآفرینانه در کشور طی سالهای ۱۳۸۷-۹۱

شاخصها	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	شاخصها	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱
کارآفرینی نوپای بین‌المللی	۳	۱	۱	۲	۲	نرخ کارآفرینی جدید	۴/۳	۱/۴	۷/۷	۹/۳	۶
کارآفرینی نوپا با انتظار رشد بالا	۲۱	۲۵	۱۹	۱۳	۲۰	نرخ کارآفرینی نوظهور	۹/۵	۳/۸	۸/۴	۸/۱۰	۴



۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	شاخصها	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	شاخصها
۶۱	۵۸	۶۲	۶۱	۵۳	توجه رسانه‌ای به کارآفرینی	۱۱	۱۶	۳۸	۵۳	۲۴	کارآفرینی نوپای نوآورانه
۷۳	۷۳	۸۵	۷۸	۸۲	منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق	۷	۲/۴	۵	۱/۴	۲/۳	سرمایه‌گذاری غیر رسمی
۶۰	۶۱	۶۴	۵۶	۵۷	کارآفرینی به عنوان گزینه کاری خوب	۶	۶/۴	۱/۴	۵/۶	۵/۴	کارآفرینی نوپای زنان
۴۰	۳۶	۴۲	۴۸	۴۶	الگوی نقش	۱۶	۶/۱۹	۴/۱۶	۲/۱۶	۸/۱۳	کارآفرینی نوپای مردان
۲۲	۹/۲۹	۴/۳۱	۳/۲۲	۸/۳۵	قصد کارآفرینانه	۳۶	۳۲	۴۰	۳۵	۴۲	کارآفرینی فرصت‌گرا
۴۰	۳۳	۳۰	۳۲	۲۰	نرخ ترس از شکست	۱۰	۲/۱۱	۲/۱۲	۵/۶	۸/۶	کارآفرینی تثبیت شده
۳۹	۳۲	۴۲	۳۱	۳۴	درک فرصت کارآفرینانه	۴۲	۵۳	۳۸	۳۵	۳۱	کارآفرینی اجباری
۵۴	۴۶	۶۶	۵۸	۶۱	درک قابلیت کارآفرینانه	۱۱	۵/۱۴	۳/۱۲	۱/۱۲	۲/۹	نرخ کارآفرینی نوپا (TEA)

همان طور که مشاهده می‌شود، اگر چه وضعیت بسیاری از شاخصهای فعالیتهای کارآفرینانه کشور طی پنج سال اخیر رو به رشد و بهبود بوده است؛ اما در مقایسه با سایر کشورها، هنوز جایگاه شایسته‌ای ندارد. لذا ضرورت برنامه‌ریزی جامع برای بهبود وضعیت کارآفرینی در کشور که از یک سو موجب کاهش نرخ بیکاری و از سوی دیگر موجب تولید ثروت خواهد شد، اجتناب‌ناپذیر است.

از دیگر سو، سازمان بسیج به دلیل برخورداری از ماهیت خاص خود می‌تواند در عرصه‌های مختلفی از جمله عرصه اشتغال و کارآفرینی ایفای نقش کند؛ چرا که ورود بسیج به حوزه مدیریت اقتصاد و سازندگی اجتماعی، به لحاظ نظری و عملی از پشتوانه‌های قوی فکری و فرهنگی برخوردار است و ریشه در پیش‌فرض‌های بنیادین انقلاب در حوزه عمومی و نحوه اداره نظام با اتکا به مشارکت مردم برای نیل به اهداف متعالی، از جمله توسعه همه‌جانبه، پیشرفت و عدالت دارد (عبدالملکی، ۱۳۸۹، ص ۹۵). در عین حال، تجربه بسیاری از کشورها نشان داده است که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حلها برای کاهش سطح بیکاری



است (استل<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۴؛ سوریک<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۴). کارآفرینی افزون بر افزایش سطح اشتغال می‌تواند منجر به افزایش نوآوری، افزایش تعداد ثبت اختراعات و ابداعات و بهبود توزیع درآمد شود که تمامی این موارد از عناصر اثرگذار برای رسیدن به توسعه اقتصادی و تحقق فرصت‌های جدید اشتغال مولد است. (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۴۶)

با توجه به آنچه اشاره شد، حضور بسیج حداقل به دو دلیل در عرصه اشتغال و کارآفرینی از ضرورت برخوردار است:

اولاً، به عنوان سازمانی مردمی، با خیل عظیمی از جوانان سروکار دارد و از این رو می‌تواند برنامه‌هایی را برای اشتغال آنان تدوین و اجرا کند. ثانیاً، در حال حاضر مسئله اشتغال، مسئله‌ای عمومی است و پرداختن به آن، بر عهده تمام سازمانها و نهادهاست؛ زیرا موضوع اشتغال، موضوعی ملی است و برای حل آن، عزمی ملی طلب می‌کند.

بنابر این، ضروری است که بسیج با شناخت دقیق و عالمانه ظرفیتهای خود، در این راستا آگاهانه گام بردارد. تحقیق حاضر با در نظر داشتن این مهم، به دنبال شناسایی راهبردهای بسیج در امر اشتغال و کارآفرینی است. بر این اساس سؤال اصلی پژوهش که محقق به دنبال پاسخگویی به آنهاست، به شرح ذیل است:

راهبردهای انتقال و کارآفرینی بسیج کدام است.

## اشتغال و کارآفرینی در بسیج

با توجه به ضرورت‌های ذکر شده در خصوص ورود بسیج به عرصه اشتغال و کارآفرینی (مردمی بودن بسیج و ملی بودن مسئله اشتغال)، رویکردهای بسیج در امر اشتغال و کارآفرینی را می‌توان در دو بخش عام و خاص در نظر گرفت:

### الف) رویکرد عام بسیج

در این رویکرد، کارآفرینی و اشتغال‌زایی دو اصطلاح مجزا و در عین حال کاملاً وابسته و در هم تنیده‌اند که شاید در حالت کلی نتوان نسبتها و تقدم و تأخر آنها را با یکدیگر سنجید یا تفکیک کرد. از این رو، دیدگاههای متفاوتی در این زمینه وجود خواهد داشت. (عبدالملکی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۹)

یک دیدگاه آن است که توسعه بسترها و ظرفیتهای اشتغال و اشتغال‌زایی می‌تواند فرصتهای کارآفرینی را به وجود آورد. در این رویکرد، اشتغال‌زایی معادل کارآفرینی

1. Stel  
2. Thurik



است و یکی از نتایج اصلی آن محسوب می‌شود. دیدگاه دوم بر خلاف دیدگاه اول، چالش و تنگناهای شغلی را فرصت‌زا و فرصت‌آفرین برای رشد و بلوغ کارآفرینی می‌داند. (کردنائیج، ۱۳۸۶، ص ۴۴)

در دیدگاه سوم می‌توان نسبت بینابین یا ترکیبی را برای دو دیدگاه مذکور، قائل شد که ارتباط تنگاتنگ و در هم تنیده‌ای با یکدیگر دارند. گاهی اشتغال، فرصتهای کارآفرینی را رقم می‌زند و در موقعیتی، کارآفرینی زمینه یا عامل توسعه اشتغال می‌شود. حال اگر با همین رویکرد ترکیبی به حوزه عملکرد بسیج و اولویتهای اشتغال بسیج نگاه کنیم، تقریباً می‌توان گفت که سیاست و اولویت اشتغال‌زایی موقت و کمک به فراهم‌آوری زمینه‌های اشتغال در بسیج برای بسیجیان و جوانان در مقایسه با نوآوری، ابتکار، خلاقیت و کارآفرینی، پر دامنه‌تر و مورد تأکید بیشتری خواهد بود (عبدالملکی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۹). همچنین اگر بر رویکرد کلان‌تر بسیج در مسئله اشتغال و کارآفرینی تمرکز کنیم، مشاهده می‌شود که سیاست حمایت و تشویق کارآفرینی در بسیج، بخشی نیست؛ بلکه از یک سو، بین بخشی و از سوی دیگر، فرابخشی است و رده‌های تخصصی‌تر، شامل سازمانهای بسیج علمی، پژوهشی و فناوری، بنیاد تعاون و مؤسسه مالی و اعتباری مهر می‌توانند به صورت مستقیم در این راه نقش‌آفرینی مؤثر داشته باشند. بنابر این، اشتغال‌زایی و کارآفرینی به عنوان یک ترکیب واحد در بسیج، بر ظرفیتهای و پتانسیلهای کلان‌تر بسیج استوار است و در تحلیل آن نمی‌توان از ظرفیتهای سایر رده‌های بسیج غافل بود. (همان، ص ۱۲۰)

### ب) رویکرد خاص بسیج

رویکرد خاص (نظری) بسیج برای ورود به موضوعات اشتغال‌زایی و کارآفرینی، قبل از هر چیز ریشه در منویات و رویکرد علمی- راهبردی مقام معظم رهبری به مسئله سازندگی و ابعاد و سطوح آن دارد. ایشان در رویکرد پیش‌برنده به سازندگی اجتماعی، به پیوند فرهنگ و تفکر بسیجی و رویه‌های سازندگی اعتقاد دارند و طی رهنمودهایی مکرر، آن را در قالب «راهبرد بسیج سازندگی» به مسئولان کشور یادآوری کرده‌اند. مرور کلی تحولات اندیشه‌ای و اجتماعی بعد از انقلاب نیز نشان می‌دهد رویکردهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در ایران که در قالب نظام دینی- ولایی تحت عنوان جمهوری اسلامی تبلور یافته است، از سه منبع کلی به شرح ذیل تغذیه می‌شوند:

۱. جهان‌بینی دینی و اعتقاد به منشأ الهی جهان و تسری اراده الهی در تمام امور؛
۲. انسان‌شناسی اجتماعی- اسلامی و اعتقاد به کرامت و شرافت نوع انسان به عنوان خلیفه‌الله و دارای عزت و منزلت؛



۳. ادارهٔ امور جامعه در قالب حکومت و نظام دینی و با حضور و مشارکت مردم به عنوان متن جامعه و مسئولیت‌پذیر. (همان، ص ۱۰۰)

بر همین اساس و در نگاه کلان رهبری، فرایند توسعه و سازندگی، امری الهی و در راستای برقراری عدالت و امکان پیشرفت در تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی است. لذا هماهنگی بین نهادها و سازمانها امری حاکمیتی است و فراهم آوردن محیطی امن و سالم برای توسعهٔ فعالیت‌های اقتصادی اشتغال‌زا، نوآوری و کارآفرینی، از ضرورت بسیار بالایی برخوردار است.

با توجه به آنچه در خصوص رویکردهای عام و خاص بسیج نسبت به اشتغال و کارآفرینی ذکر شد، می‌توان به تبیین نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدهای بسیج برای ورود به حوزهٔ اشتغال و کارآفرینی پرداخت. موارد چهارگانه، پایه و اساس شناسایی راهبردها در روش تجزیه و تحلیل محیطی می‌باشند. به عبارت دیگر؛ نگاهی دقیق به ادبیات مدیریت راهبردی نشان می‌دهد که نقاط قوت و فرصتها، بخشی از تدوین راهبردهای سازمانی را شکل می‌دهند که در کنار نقاط ضعف و تهدیدها، از آن به تجزیه و تحلیل SWOT تعبیر می‌شود. در واقع؛ مدیریت راهبردی، فرایند و رویکرد تعیین اهداف سازمان، سیاستها و برنامه‌های توسعه برای دستیابی به مقاصد و تخصیص منابع در اجرای سیاستها و برنامه‌های سازمان است (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۴۶) و از این رو، مدیریت راهبردی، ترکیب، تنظیم، اجرا و ارزیابی راهبردها را شامل می‌شود. (رادوان<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۴۰۶)

مطالعهٔ ادبیات و مبانی نظری پژوهش در حوزهٔ مورد مطالعه، نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصتها را به شرحی که در ادامه می‌آید، فراروی محقق قرار داد:

### الف) نقاط قوت

از جمله نقاط قوتی که برای ورود بسیج به حوزهٔ اشتغال و کارآفرینی می‌توان برشمرد عبارتند از:

- **سرمایهٔ اجتماعی درون‌گروهی بالا:** سرمایهٔ اجتماعی، مجموعه‌ای از مفاهیم، هنجارها، باورها و شبکه‌ها را تشکیل می‌دهد که موجب ارتباط و مشارکت بهینهٔ اعضای یک سازمان یا جامعه خواهد شد و در نهایت، منافع آنها را تأمین خواهد کرد (الوانی، ۱۳۸۱، ص ۶). این سرمایه در بسیج، زیاد و متعالی است. بسیجی انسانی است فارغ از حسابهای مادی که در هر جا احساس کند، حضور می‌یابد و برای تحقق آرمانهای خود تلاش می‌کند.



- **داوطلبانه بودن و خودانگیزی:** داوطلبانه بودن عضویت در بسیج از یک سو بیانگر اهداف اعضاست؛ بدین معنی که اعضا، اهداف و آرمانهای بسیج را بدون هیچ‌گونه اجباری پذیرفته‌اند و برای دستیابی به آن اقدام می‌کنند و از سوی دیگر، نوع‌شناسی اعضای بسیج نشان می‌دهد که عامل داوطلبانه بودن با خودانگیزی ارتباط تنگاتنگی دارد. از این منظر، اقناع آرمان‌خواهی بسیجی مهم‌ترین انگیزه اوست. لذا نیازی به انگیزش‌های درونی و بیرونی دیگری نیست.

- **رعایت اصول اخلاقی و دینی:** از ویژگی‌های بارز گروه‌های بسیج در سطوح مختلف، پایبندی به مبانی دینی و رعایت اصول اخلاقی است. این ویژگی که به واسطه ارتباط بسیج با نهادها و افراد مذهبی، به خصوص مساجد حاصل شده است، در ادبیات کارآفرینی یکی از ویژگی‌های سازمانهای کارآفرین به شمار می‌رود. اخلاق، درستی، صداقت، امانتداری، اعتماد بین افراد، قدردانی و احترام زیاد کارکنان، از دیگر مشخصه‌های فرهنگی سازمانهای کارآفرین است. (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ص ۱۲۷؛ مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۲۵۷)

- **اجرای کار گروهی و مشارکت در تصمیم‌گیری:** یکی دیگر از نقاط قوت بسیج که از فرهنگ حاکم بر آن ناشی می‌شود، مشارکت و درگیر شدن اعضای آن در کار است. این شاخص که از جمله شاخصهای الگوی فرهنگ سازمانی دنیسون است (دنیسون، ۲۰۰۴، ص ۶۵)، برای شناخت ابعاد فرهنگ سازمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد (ممبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۴۹). منظور از درگیر شدن در کار، این است که افراد در همه سطوح احساس می‌کنند در تصمیم‌گیری نقش دارند و این تصمیمات است که بر کارشان اثرگذار است و کار آنها با اهداف سازمان پیوند دارد (رحیم‌نیا و عزیزاده، ۱۳۸۸، ص ۲۲). از سوی دیگر، فعالیت‌های بسیج اغلب فعالیت‌هایی گروهی است که به طور معمول اصول کار گروهی مانند وجود رهبر، تصمیم‌گیری گروهی، تقسیم وظایف بین اعضا و... در آن رعایت می‌شود. همچنین سازمانهای پیشرو از تجربیات و نظرات تمام کارمندان و اعضای خود برای دستیابی به اهداف استفاده می‌کنند. کم‌رنگ بودن سلسله‌مراتب و وجود روحیه تواضع در بسیج باعث می‌شود که همه اعضا در فرایند تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند و از نظرات همه آنها استفاده شود. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۲)

- **وجود آرمان مشترک:** آرمان مشترک در بین اعضای گروه باعث می‌شود که افراد با اجرای کار خود، هدفی بزرگ‌تر و والاتر را دنبال کنند که تحصیل آن از طریق ادای وظیفه و کار است (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ص ۱۱۶). در میان گروه‌های بسیج نیز



اغلب آرمان مشترک وجود دارد و از این طریق، محیط مناسبی برای رشد اعضای بسیج فراهم می‌آید. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۲)

- **زمینه‌های مناسب محیطی:** نوآوری از خصوصیات کارآفرینان است و از این رو، آن را یک ضرورت محیطی در حوزه کارآفرینی قلمداد می‌کنند (کریمیان، ۱۳۹۱، ص ۴۸)؛ چرا که نوآوری به عنوان یکی از پیش شرطهای موفقیت و بقای شرکتها و سازمانها در نظر گرفته می‌شود (ری و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۶۵). یکی از عوامل مهم در این امر، وجود محیطی مطمئن برای کارآفرین است که امکان خطرپذیری را به فرد می‌دهد. از این رو، کارآفرینی در محیطهایی که اعتماد و اطمینان به یکدیگر بالاتر است، رشد بیشتری دارد (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۴، ص ۶۹). در نظریه‌های کارآفرینی، نظریه مکتب محیطی تأکید زیادی بر محیط دارد. بر این اساس برای ساختار شبکه‌ای بسیج و ارتباطات فراسازمانی اعضا با یکدیگر، محیط مطمئن که زمینه نوآوری را برای فرد به وجود می‌آورد، ایجاد می‌شود. در نتیجه، اعضا می‌توانند از تجربیات کاری یکدیگر در زمینه‌های مختلف، استفاده و شیوه‌ها و روشهای نوینی را در امر تولید کالا و خدمات عرضه کنند. (جعفرپور، ۱۳۹۰، ص ۶۳)

- **مسئولیت‌پذیری اجتماعی:** کارآفرینان نگرشهای خاصی به وضعیت اجتماعی و محیطی خود دارند (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص ۶۷). آنها نسبت به وضعیت جامعه، مسئولیت‌پذیر و متعهدترند و در برابر مسائل آن واکنش نشان می‌دهند (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۴، ص ۳۷). این ویژگی در میان بسیجیان بارز است. بسیجیان با سرمایه اجتماعی برون‌گروهی‌ای که دارند، بهتر می‌توانند نقش کارآفرین را در جامعه بازی کنند. همچنین از مشخصه‌های بسیج، شبکه بودن آن است که کارآفرینان برای موفقیت هر چه بیشتر در بُعد اجتماعی به آن نیاز دارند. (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۲۷۶)

- **ماهیت غیر دولتی:** از کارکردهای نهادهای غیر دولتی؛ تحقیق، هدایت، ارزیابی و انتقال اطلاعات بین جامعه، مردم و مسئولان مربوط در موضوع فعالیت خود است (صالحی امیری، ۱۳۸۷، ص ۲۰۲). سازمان‌های غیر دولتی به عنوان گذرگاهی برای خلاقیت اقتصادی، مشارکت عمومی و پیشرفت اجتماعی هستند (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۴۹). بسیج به عنوان یک غیردولتی در ایران (صالحی امیری، ۱۳۸۷، ص ۲۰۰) می‌تواند در کارآفرینی اجتماعی حضوری فعال داشته باشد و علاوه بر مشاوره و توانمندسازی اعضای خود و نیز سایر افراد در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اهداف اجتماعی خود را نیز پیش ببرد. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۳)





- **سلسله مراتب واقعی:** اگر چه کم‌رنگ بودن سلسله‌مراتب، از ویژگی‌های سازمانهای کارآفرین است (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ص ۹۹)، اما قرار گرفتن افراد بر اساس اولویتهای واقعی ذاتی و اکتسابی نیز در این سلسله‌مراتب کم‌رنگ اهمیت شایانی دارد. یکی از نقاط قوت و نیز افتخارات بسیج در طول عمر خود، به خصوص در دوران جنگ تحمیلی، همین سلسله‌مراتب واقعی است. به عبارت واضح‌تر، تنها در صورتی فردی در بسیج ارتقا می‌یابد که دارای ویژگی‌های حقیقتاً برتر باشد. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۴)

- **نبود مقررات محدودکننده:** اگر چه مقررات برای تسهیل جریانهای کاری و فعالیتهای سازمانها تعیین می‌شوند، اما از سویی مانع ابتکار و خلاقیت و همچنین باعث رسمی شدن روابط می‌شوند که به شدت با روحیه کارآفرین و کارآفرینی در تضاد است. اما ماهیت بسیج با نبود مقررات زاید و محدودکننده، باعث شکل‌گیری ساختاری منعطف و تشویق به خطرپذیری برای دستیابی به آرمانهای سازمان می‌شود. (همان)

- **گسترده‌گی در جامعه:** مردمی بودن بسیج و گستردگی آن در جامعه در قالبها و اقشار مختلف، نشان می‌دهد که این نهاد از شبکه وسیعی برخوردار است. گسترده‌گی شبکه ارتباطی یک نهاد کارآفرین از ویژگی‌هایی است که باعث افزایش اطلاعات، تسهیل تبادل آن، کاهش هزینه‌های مبادلاتی و... می‌شود. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۴)

- **ایثار و از خودگذشتگی:** معمولاً در کشورهای در حال توسعه، حمایت چندانی از کارآفرینان نمی‌شود و این شخص کارآفرین است که با ایثار، فداکاری و تکیه بر پشتکار و اراده خود پیش می‌رود، بر نقایص و شکستها فائق می‌آید و برای جامعه ارزش می‌آفریند. یکی از ویژگی‌های بارز بسیج، روحیه ایثار و از خود گذشتگی است. بسیجی کسی است که بدون چشمداشت به نتایج دنیوی، به دنبال تحقق آرمانهای خود است. (همان، ص ۶۵)

- **بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج اساتید برای آموزش مهارت‌های کارآفرینی:** بخشی از الگوهای توسعه کارآفرینی، آموزش کارآفرینی است که این مهم با توجه به بهره‌مندی بسیج از بسیج اساتید، می‌تواند به صورتی منسجم و باکیفیت مناسب انجام شود.

- **بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانشجویی برای ایجاد آمادگی در دانشجویان برای ورود به بازار کار:** بسیج دانشجویی با توجه به گستردگی



و در اختیار داشتن تعامل مستقیم با دانشجویان که در واقع سربازان عرصه کار و تلاشند، می‌تواند آمادگی‌های لازم را برای ورود ایشان به بازار کار فراهم کند. این آمادگی می‌تواند موضوعاتی چون: فرهنگ‌سازی، مهارت‌آموزی و ... را شامل شود.

**- بهره‌گیری از ظرفیت بسیج مساجد و محلات برای سازماندهی اشتغال بسیجیان در محلات:** بسیج مساجد و محلات، تقریباً گسترده‌ترین سازمان اقشاری سازمان بسیج محسوب می‌شود. بنابر این، می‌تواند سیاستها و برنامه‌های اشتغال و کارآفرینی بسیج را به صورت عملیاتی دنبال کند. لذا از ظرفیت‌های این سازمان می‌توان برای سازماندهی نوجوانان و جوانان محلات برای ورود به دنیای کسب و کار استفاده کرد.

**- بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج گردشگری و اردویی برای آموزش مشاغل خدماتی مرتبط با گردشگری:** امروزه بخش قابل توجهی از مشاغل، در حوزه خدماتی و بخش قابل توجهی از مشاغل خدماتی در حوزه گردشگری قرار دارد. لذا بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج گردشگری و اردویی می‌تواند به اشتغال تعداد قابل توجهی از بسیجیان منجر شود.

**- بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج سازندگی برای سازماندهی اشتغال بسیجیان در مناطق محروم:** سازمان بسیج سازندگی را می‌توان عملیاتی‌ترین سازمان اقشاری بسیج در حوزه اشتغال دانست؛ زیرا تجارب گذشته این سازمان، گویای تلاش برای آبادانی و محرومیت‌زدایی است که در این راه با برپایی اردوهای جهادی، هجرت و ... ضمن به کارگیری جوانان بسیجی، مهارت‌آموزی بسیجیان را نیز دنبال کرده است. بر این اساس می‌توان از ظرفیتهای مختلف سازمان بسیج سازندگی برای توسعه اشتغال و کارآفرینی بهره برد.

**- بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج مهندسين برای سازماندهی مشاغل تولیدی بسیجیان:** سازمان بسیج مهندسين به واسطه ارتباط با قشر مهندسان، توانایی طراحی و راه‌اندازی خطوط تولید، کسب و کارهای کوچک تولیدی و ... را داراست. لذا به نظر می‌رسد می‌توان از ظرفیتهای سازمان بسیج مهندسين برای سازماندهی مشاغل با ماهیت تولیدی بسیجیان استفاده کرد.

**- بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان برای فرهنگ‌سازی و آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان بسیجی:** فرهنگ‌سازی مهم‌ترین رکن آموزش موضوعات فرهنگی-اجتماعی محسوب می‌شود. بر این اساس، بسیاری از سازمانها برای نهادینه کردن دغدغه‌های خود، از ظرفیت آموزش



و پرورش بهره می‌گیرند. برای اصلاح فرهنگ موجود در زمینه اشتغال و کارآفرینی نیز کشور به چنین امری نیازمند است که این مهم می‌تواند توسط سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان محقق شود.

**- بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج اصناف برای آموزش کارآفرینی در حوزه کسب و کار:** سازمان بسیج اصناف به دلیل ارتباط مستقیم با اصناف مختلف، به خوبی با الزامات و نیازمندی‌های ورود به کسب و کار آشناست. لذا در طراحی دوره‌های آموزشی و همچنین فعالیتهای حرفه‌آموزی توسط بسیجیان می‌تواند بسیار مفید باشد.

**- بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج خواهران در توسعه مشاغل خانگی:** بسیج خواهران به واسطه ارتباط با بانوان بسیجی در سراسر کشور ظرفیت انتقال تجربیات و آموزشهای مرتبط با اشتغال و کارآفرینی برخوردار است که این مهم، در سایر نهادهای مرتبط با موضوع اشتغال در کشور مشاهده نمی‌شود. از سوی دیگر، آیین‌نامه مشاغل خانگی مدتی است که در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسیده است. بر این اساس، بسیج خواهران می‌تواند به عملیاتی شدن این مهم کمک قابل توجهی کند.

**- جوان‌محوری و بهره‌گیری از نیرو، نشاط، هیجان و شادابی نسل جوان:** جوان، نیروی محرکه کشور است و این امر در سازمان بسیج، بیش از هر سازمان دیگری قابل مشاهده است. از این رو بهره‌گیری از نیرو، نشاط، هیجان و شادابی نسل جوان، از نقاط قوت سازمان بسیج در امر اشتغال و کارآفرینی محسوب می‌شود.

**- امکان تأمین منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد شغل از طریق مؤسسه مالی و اعتباری مهر:** یکی از مشکلات اصلی در ایجاد شغل یا کارآفرینی، کمبود منابع مالی است. سازمان بسیج به دلیل نوع ارتباط سازمانی موجود با مؤسسه مالی و اعتباری مهر بسیجیان، می‌تواند بر این کاستی غلبه کند. لذا این مهم به عنوان یکی از نقاط قوت آن محسوب می‌شود.

**- توانایی ایجاد فرصت برابر اشتغال برای جوانان دختر و پسر (عدم تبعیض جنسیتی):** همه جوانان، صرف نظر از نوع جنسیت، در بسیج حضور دارند و می‌توانند از خدمات حمایتی سازمان بسیج برای ورود به عرصه اشتغال و کارآفرینی برخوردار شوند. لذا این مهم نیز یکی دیگر از نقاط قوت سازمان بسیج در امر اشتغال بسیجیان محسوب می‌شود.



- وجود رهبران محلی برخوردار از ویژگی‌های کاریزماتیک: رهبران محلی که از توانایی رهبری برخوردارند، می‌توانند با تحت تأثیر قرار دادن بینش افراد، از جمله جوانان، راه را برای تحقق اهداف هموار کنند. از این رو، بهره‌گیری از رهبران محلی می‌تواند به جوانان بسیجی کمک کند تا بر موانع کارآفرینی خود غلبه کنند.

- حمایت مادی و معنوی از خلاقیت و طرحهای نو و ابتکاری جوانان: جوانان بسیجی می‌توانند طرحهای ابتکاری و نوآوری‌های خود را به سازمان بسیج علمی و پژوهشی ارائه کرده، از حمایت‌های آنان برخوردار شوند.

- جذب و هدایت نیروهای جوان در فرایند اشتغال و کارآفرینی از طریق راهاندازی اردوهای مختلف: طراحی اردوهای مختلف می‌تواند در شکل‌گیری ایده‌های کارآفرینانه بسیار مؤثر باشد. بازدید از مراکز صنعتی و فنی کشور، سدها، نیروگاهها و ... می‌تواند در این راستا بسیار مؤثر باشد. در عین حال، برپایی اردوهای جهادی، هجرت و ... نیز می‌تواند از منظر دیگری مفید و سودمند باشد.

### ب) نقاط ضعف

سازمان بسیج برای ورود به حوزه اشتغال و کارآفرینی، نقاط ضعفی دارد که توجه به آنها برای تدوین راهبرد، کاملاً ضروری است. این نقاط که از مطالعه و بررسی متون حاصل شده است، عبارتند از:

- نگرش غیر مثبت به فعالیتهای اقتصادی: در مجموعه بسیج اگر نگاه منفی به حوزه فعالیتهای اقتصادی وجود نداشته باشد، نگاه مثبتی نیز به این حوزه وجود ندارد. این موضوع را در دو سطح می‌توان مشاهده کرد. پای‌گاههای بسیج برای پوشش هزینه فعالیتهای خود، معمولاً با تکیه به بودجه‌های تخصیص‌یافته یا کمک خیرین، فعالیتهای خود را به انجام می‌رسانند. در بُعد دیگر، توجه به مسائل اقتصادی جامعه در فعالیتهای بسیج بسیار کم‌رنگ است. به عبارت دیگر؛ در حالی که پایگاههای بسیج برای حل مشکلات فرهنگی و بعضاً سیاسی کشور از آمادگی اجرایی و فکری بالایی برخوردارند، در حوزه مسائل اقتصادی چنین نیست. این نگرش غیر مثبت به حوزه مسائل اقتصادی، تا حدی مانع فعالیتهای کارآفرینانه در بسیج می‌شود.

- آموزش ندادن فعالیتهای مخاطره‌آمیز: یکی از الزامات فعالیتهای کارآفرینانه، خطرپذیری است. فعالیت در شرایط مخاطره‌آمیز، نیازمند کسب آموزش است. در مجموعه فعالیتهای بسیج که با رویکرد توانمندسازی انجام می‌شود، در این حوزه اقدامی صورت نمی‌گیرد.



## - نبود ساختار سازمانی مناسب برای فعالیتهای کارآفرینی سازمانی:

برای تبدیل شدن یک سازمان به سازمانی کارآفرین، نیاز است که ساختار سازمانی مناسب آن شکل بگیرد. سازمانهای کارآفرین؛ منعطف، سریع، سودمحور و ... هستند. سازمان بسیج در شرایط فعلی، ساختار سازمانی کارآفرینانه ندارد. اگر چه شرایط سازمانی بسیج برای تبدیل شدن به سازمان چابک مهیاست، اما مدیریت اقتصادی کارآفرین محور برای استفاده از این پتانسیل وجود ندارد. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۳)

- **نبود تخصص و دانش:** اگر چه مجموعه‌ای مانند بسیج اساتید، ارتباط مستقیم با تخصص و دانش دارد، اما اولاً این تخصص و دانش، محض است و کمتر کاربردی شده؛ ثانیاً، دانش موجود در گوشه‌ای از سازمان بسیج متراکم شده و به دیگر بخشها منتقل نشده است و ثالثاً، اساتید حجم کوچکی از جریان بیکران بسیج را تشکیل می‌دهند. (همان)

- **محدود شدن گستره بسیجیان:** هم‌اکنون کسی بسیجی شناخته می‌شود که در پایگاههای بسیج عضو عادی یا فعال شده باشد و این یکی از آسیبهای جدی بسیج است. گاهی دایره بسیج آن قدر تنگ می‌شود که عده زیادی از نیروهای متعهد، خارج آن می‌مانند. (همان)

سایر نقاط ضعفی که می‌توان برای ورود و حضور سازمان بسیج در عرصه اشتغال و کارآفرینی برشمرد عبارتند از:

- نبود بانک اطلاعاتی از بسیجیان متقاضی اشتغال؛
- عدم شناسایی و پایش بسیجیان برای شناخت افراد کارآفرین؛
- عدم فرهنگ‌سازی و توجه به فرهنگ کار در بسیج؛
- نبود نگاه منسجم و نظام‌مند در امر اشتغال در واحدها و دواير مختلف سازمان بسیج؛
- نبود تشکیلات منسجم برای تجاری‌سازی طرحهای نو و ابتکاری جوانان؛
- نبود مقررات حمایتی از افراد کارآفرین در سازمان بسیج؛
- عدم توانایی بسیجیان برای شناسایی فرصتهای بازار؛
- نبود خدمات مشاوره‌ای حمایتی از افراد کارآفرین در سازمان بسیج؛
- نبود فناوری‌های به روز برای بهره‌برداری در فرایند کارآفرینی؛
- عدم توجه به بخش خدمات در فرایند کارآفرینی؛
- وجود مراکز و دواير جزیره‌ای برای پیشبرد فعالیتهای اشتغال و کارآفرینی

بسیجیان. (جعفرپور، ۱۳۹۰، ص ۷۸)



## ج) فرصتها

سازمان بسیج برای ورود به حوزه اشتغال و کارآفرینی، با فرصتهایی روبه‌روست که توجه به آنها برای تدوین راهبرد، کاملاً ضروری است. این شاخصها که از مطالعه و بررسی متون حاصل شده، عبارتند از:

- **سرمایه اجتماعی برون‌گروهی:** سرمایه اجتماعی بسیج نه تنها در درون آن زیاد است، بلکه در خارج آن نیز بسیار زیاد به نظر می‌رسد. رابطه میان اعضای بسیج با عموم مردم و میزان پذیرش این سازمان از سوی آنها و اعتمادشان به آن، به قدری خوب است که در زمینه‌های مختلف باعث کاهش هزینه‌های مبادلاتی، انباشت اطلاعات، بسیج عوامل تولید، دسترسی سریع‌تر به بازار و... می‌شود. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۴)

- **تحوّلات اجتماعی، اقتصادی، ساختاری:** با توجه به تحوّل ساختاری شگرفی که در اقتصاد کشور در جریان است (مانند اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون هدفمندسازی یارانه‌ها)، سازمانهای غیر دولتی و مردمی می‌توانند کارکردهای مناسبی مانند راهنمایی مردم، کاهش تنشهای اجتماعی، رابط میان مردم و مسئولان و ... داشته باشند. در این میان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی که سازمان بسیج می‌تواند بر عهده بگیرد، فرصت خوبی برای تحقق آرمانهای این سازمان است. (همان، ص ۶۵)

- **نگاه مثبت دولت به بسیج:** نگرش مثبت دولت به سازمانهای مردمی و حمایت از آنها، عامل مهم و قدرتمندی برای دستیابی به اهداف این سازمانهاست. حضرت امام خمینی(ره) در پیام ۱۳۶۷/۹/۲، توجه به بسیج و حمایت از آن را وظیفه دولت و نظام جمهوری اسلامی ایران اعلام فرمودند. از طرفی، دولت‌ها نیز برای دستیابی به اهداف خود به کمک سازمانهای مردمی نیاز دارند؛ لذا رابطه متقابل دولت و بسیج برای هر دوی آنها مفید است. (همان)

- **آینده‌نگری و برنامه‌ریزی بلندمدت:** هر سازمانی برای دستیابی به اهداف خود به برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت نیازمند است. آینده‌نگری و برنامه‌ریزی بلندمدت فرصتی است که باعث تقویت بسیج خواهد شد. (همان)

- **توسعه مشاغل خانگی:** توسعه مشاغل خانگی و استفاده از نیروی فعال بانوان در کنار خانواده از مزیت‌های اقتصادی جامعه ایرانی است. به دلیل اهمیت اقتصادی و اجتماعی این امر، از دیرباز رویکرد دولتهای مختلف جمهوری اسلامی ایران در زمینه اشتغال‌زایی، توسعه مشاغل خانگی بوده و این رویکرد در سالهای اخیر اهمیت بیشتری یافته است. (همان)



- بهره‌برداری کارتر از بازار و کاهش هزینه‌های غیرمستقیم: از بارزترین شاخصهای کارآفرینی، کاهش هزینه تولید و استفاده کارتر از عوامل تولید است. اعتمادی که میان افراد وجود دارد نیز طرحهای اشتغال‌آفرین را با خطرپذیری کمتری مواجه می‌کند؛ همچنین اعضای گروه کارآفرین حداکثر توان خود برای عرضه فعالیت‌های اشتغال‌زا و تولیدی ارائه می‌کنند. کارآفرینان بسیجی با استفاده از محیط خود می‌توانند در زمینه اشتغال و کارآفرینی موفق‌تر عمل کنند. آنان با سرمایه اجتماعی‌ای که در میان خود و مردم دارند، راحت‌تر می‌توانند عوامل تولید را در کنار هم قرار دهند (همان، ص ۶۶). نهادهای کارآفرین در فرایند ورود به بازار، از فرصتهای بازار برای کاهش هزینه‌های مبادلاتی بهره می‌برند. شناسایی و استفاده از این فرصتها، از عوامل موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی است. در ساختار گروه‌های بسیجی، چون مردم و جامعه اعتماد بیشتری به آنان دارند، مبادلات و تعاملات بسیار راحت‌تر انجام می‌شود و بسیاری از هزینه‌ها از جمله تبلیغ فعالیت گروه (سازمان)، به‌واسطه وجود افراد مختلف و سرمایه اجتماعی بالایی که گروه در نزد مردم دارد، کاهش پیدا می‌کند. (همان، ص ۶۷)

سایر فرصتهایی که می‌توان برای ورود و حضور سازمان بسیج در عرصه اشتغال و کارآفرینی برشمرد عبارتند از:

- توزیع مناسب امکانات ملی در فرایند توسعه همه‌جانبه و فراگیر؛
- جبران عقب‌ماندگی‌های اجتماعی و اقتصادی کشور؛
- جلب مشارکت مردمی و داوطلبانه اقشار اجتماعی در بسیج؛
- توانمندسازی نسل جوان و توسعه مهارت‌های جوانان؛
- غنی‌سازی اوقات فراغت و بهره‌گیری از فرصت اوقات فراغت جوانان؛
- فراهم آوری زمینه‌های اشتغال برای جوانان؛
- توانایی برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌آموزی فنی؛
- توانایی برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی؛
- توانایی ایجاد شبکه‌های رصد و فرصت‌شناسی برای توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی؛
- توانایی ارائه پاسخ به نیازهایی که سایر سازمانها انگیزه و اراده کمتری برای پرداختن به آن دارند؛
- توانایی راه‌اندازی شرکتهای تعاونی بسیجیان؛
- ایجاد زمینه اشتغال بسیجیان در روستاها در عرصه آبخیزداری؛
- ایجاد زمینه اشتغال بسیجیان در روستاها در عرصه منابع طبیعی؛
- ایجاد زمینه اشتغال بسیجیان در روستاها در عرصه کشاورزی؛



- محرومیت‌زدایی و توجه و تمرکز بر مناطق محروم و دورافتاده؛
- کاهش هزینه‌های غیر مستقیم تولید، به دلیل وجود سرمایه اجتماعی بسیج؛
- ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در عرصه فناوری اطلاعات؛
- ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در عرصه فرهنگی. (جعفرپور، ۱۳۹۰، ص ۷۷)

#### د) تهدیدها

سازمان بسیج برای ورود به حوزه اشتغال و کارآفرینی، با تهدیدهایی مواجه است که توجه به آنها برای تدوین راهبرد، کاملاً ضروری است. این شاخصها که از مطالعه و بررسی متون حاصل شده است، عبارتند از:

- **رضایت به وضع موجود:** آرمان نظام جمهوری اسلامی ایران و بسیج مستضعفین، تهیه مقدمات ظهور مصلح کل است. اگر چه هر پیشرفتی شیرین و مطلوب است، اما در برابر دورنمای آن (که در اینجا ظهور مصلح کل است) ناچیز به نظر می‌رسد. رضایت به وضع موجود- حتی با تمام پیشرفت‌ها- عاملی است که دشمنان را خشنود خواهد کرد.

- **عدم ثبات اقتصادی جامعه:** تحوّل ساختاری اقتصاد با اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها و مشکلاتی که احیاناً عده‌ای سودجو و مغرض به وجود می‌آورند، می‌تواند ثبات اقتصادی جامعه را دچار تزلزل کند؛ امری که برای کارآفرینانی که به دنبال اجرای فعالیتی نوپایند، بسیار خطرناک است. (مروی و سیدی، ۱۳۸۹، ص ۶۷)

- **مشکلات اقتصادی کلان در سطح بین‌الملل:** جنگ نیمه‌سخت دشمنان کشور از طریق محاصره اقتصادی، در کنار رکود اقتصاد جهانی، ورشکستگی بانکهای بزرگ جهان، رقابت اقتصادی آمریکا و چین، کاهش ارزش دلار، افزایش قیمت جهانی طلا و ... عواملی‌اند که در صورت عدم ثبات اقتصادی داخلی، ممکن است باعث تزلزل بیشتر فعالیتهای کارآفرینی شوند. (همان)

- **نبود ساختار نهادی مناسب برای پشتیبانی از کارآفرینی:** با وجود اینکه وزارت کار و امور اجتماعی مسئول رسیدگی به امور کار است و در کنار آن تأسیس دانشکده‌های کارآفرینی پشتوانه علمی کارآفرینی را تدارک می‌بینند، اما هنوز سازمان یا معاونت مشخص و رسمی‌ای مسئول حمایت از کارآفرینی نیست. (همان، ص ۶۸)

- **نبود قانون مناسب و تغییرات قوانین:** هنوز قانون مشخصی برای تسهیل امور کارآفرینی و حمایت از آن تدوین نشده و تغییرات مستمر قوانین نیز مشکل دیگری بر سر راه کارآفرینان است. (همان)





- **نامیدی:** یکی از تهدیدهای مهم بسیج که حضرت امام خمینی (ره) نیز به آن اشاره فرموده‌اند، ناامیدی است. ناامیدی، بیشتر در اثر تداوم مبارزه، بدون دستیابی به نتیجه رضایت‌کننده اتفاق می‌افتد. اما تواصی به صبر و حق و رضایت به رضای الهی، عامل افول ناامیدی است. (همان)

- **کم‌رنگ شدن ارزشها:** تغییر اهداف و دست شستن از آرمانهای الهی و دل بستن به ذخایر دنیوی، عواملی‌اند که ارزشها را کم‌رنگ می‌کنند. گسترش روحیه رفاه‌طلبی، کنار گذاشتن روحیه مبارزه، کوتاه‌نگری و ... از دیگر عوامل کم‌رنگ شدن ارزشهایند. در کنار هوای نفس، دشمن نیز به خوبی تأثیر تغییر اهداف را (در برابر جنگ سخت و سرکوبی مستقیم) دریافته است. لذا این تهدید بیش از سایر تهدیدها، بسیج و بسیجی را تهدید می‌کند. (همان)

- **اختلافات و چنددستگی:** «و لا تفرقوا فتنشوا و تذهب ریحکم» (انفال، آیه ۴۶). قرآن کریم به حقیقت بزرگ‌ترین منذر اختلاف و چنددستگی است. پیدایش جناح‌بندی‌های سیاسی در جامعه و متعاقب آن، وجود اراده‌های قابل توجه برای استفاده ابزاری از بسیج، بارزترین مصداق اختلاف و چنددستگی است.

- **پررنگ شدن نقش دانش در فعالیتهای اقتصادی:** دنیای امروز، دنیای علم و ارتقای فناوری‌های جدید است. با این فرض، عدم تلاش علمی سازمانها، خطری است که هر روزه آنها را تهدید می‌کند.

- **دید کوتاه‌مدت:** اشتیاق به دریافت بازخورد سریع از فعالیتها و اکتفا به نتایج زود هنگام، بدون نظر به چشم‌انداز بلندمدت، خطری است که جهان سوم را تهدید می‌کند. (همان)

مشکلات اقتصادی کلان در سطح بین‌الملل، تقویت نگاه مادی در بسیج و بهره‌گیری از دانش غیر بومی در فعالیتهای اقتصادی کشور، از دیگر تهدیدهایی است که می‌توان برای ورود و حضور سازمان بسیج در عرصه اشتغال و کارآفرینی برشمرد.

## روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش از نظر هدف، توصیفی؛ از نظر نتیجه، کاربردی و از نظر نوع داده، کمی و به لحاظ زمان گردآوری داده‌ها، مقطعی است. جامعه آماری پژوهش نیز متشکل از تمام مدیران، کارشناسان و خبرگان صاحب‌نظر در زمینه اشتغال، کارآفرینی و موضوعات مربوط به آن در سازمان بسیج به تعداد ۷۰ نفر بوده است. این افراد با توجه به تخصصهایی که از آن برخوردار



بودند، به شناسایی و انتخاب و برای انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه مورد مراجعه قرار گرفتند. همچنین با توجه به دریافت و احصای نظرات تمام کارشناسان و صاحب نظران، محقق اقدام به نمونه‌گیری نکرده و تمام اعضای جامعه آماری را به صورت تمام‌شماری مورد مطالعه قرار داده است.

از آنجا که پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی است، همچون بسیاری از مطالعات توصیفی، در این تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شد که سؤالات آن با استفاده از متغیرهای مورد اشاره در مبانی نظری پژوهش، طراحی و تدوین شد. در این پرسشنامه ابتدا عوامل کلیدی مربوط به فرصتها، تهدیدها و نقاط قوت و ضعف فراروی بسیج در امر اشتغال و کارآفرینی فهرست شد. سپس از جامعه آماری مورد مطالعه خواسته شد تا ضریب اهمیت هر یک از شاخصها، اهمیت هر یک از شاخصها در حال حاضر و همچنین اهمیت هر یک از شاخصها در آینده را با انتخاب عددی بین صفر تا ۹ تعیین کنند. همچنین در هر یک از قسمتهای مربوط به پرسشنامه طراحی شده، سطرهای خالی نیز در نظر گرفته شد تا در صورت نیاز، پاسخگویان شاخصهای پیشنهادی مورد نظر خود را (نقاط ضعف، قوت، فرصت، تهدید) به پرسشنامه اضافه کنند.

همچنین برای تعیین روایی متغیرهای اصلی پژوهش، ابتدا نمونه‌ای متشکل از ۲۰ نفر از اعضای جامعه، انتخاب و پرسشنامه‌های مورد نظر در بین آنان توزیع و هنجاریابی شد و پس از اصلاح، مورد بهره‌برداری قرار گرفت. برای بررسی پایایی پرسشنامه‌ها نیز از ضریب آلفای کرونباخ که برای سؤالات چند مقیاسی استفاده می‌شود بهره برده شد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۳). میانگین ضریب به دست آمده، ۸۳/۰ بود که ضریب به نسبت مطلوبی بوده و نشان‌دهنده پایا بودن پرسشنامه برای کاربرد مورد نظر و ارزیابی متغیرهاست.

همچنین با توجه به این مهم که در این مقاله، تحلیل موقعیت راهبردی سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی مد نظر بوده است، لذا برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل سوات<sup>۱</sup> بهره برده شد. همچنین از ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی<sup>۲</sup> و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی<sup>۳</sup> نیز بهره برده شد و با استفاده از آنها، نمودار تعیین موقعیت و اقدام راهبردی<sup>۴</sup> ترسیم شد. این نمودار، برآیند بهره‌مندی سازمان بسیج از عوامل بیرونی و داخلی در حوزه اشتغال و کارآفرینی را نشان می‌دهد.

1. SWOT
2. External Factor Evaluation(EFE)
3. Internal Factor Evaluation(IFE)
4. SPACE



## تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی وضعیت پاسخگویان از حیث شرایط سنی نشان می‌دهد که ۲۵ درصد متر از ۳۰ سال؛ ۳۳/۳ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۴۱/۷ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ سال سن داشتند. از حیث شرایط تحصیلی، نتایج نشان می‌دهد که ۱۶/۷ درصد از پاسخگویان، کاردانی؛ ۴۱/۷ درصد کارشناسی؛ ۳۳/۳ درصد کارشناسی ارشد و ۸/۳ درصد نیز از تحصیلات دکتری برخوردار بودند. بررسی وضعیت پاسخگویان از حیث سابقه کار نیز نشان می‌دهد که ۱۶/۷ درصد از پاسخگویان، کمتر از پنج سال؛ ۵۰ درصد ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۵ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال سابقه کار داشتند. همچنین از حیث جایگاه سازمانی، وضعیت پاسخگویان نشان می‌دهد که ۵۸/۳ درصد مدیر؛ ۲۵ درصد کارشناس و ۸/۳ درصد کارمند بوده‌اند.

همان طور که اشاره شد، تجزیه و تحلیل محیطی شامل شناسایی فرصتها، تهدیدها، نقاط ضعف و قوت می‌شود. بر این اساس، موارد چهارگانه شناسایی شده برای ورود بسیج به حوزه اشتغال و کارآفرینی شامل موارد ذیل است:

### الف) ارزیابی تهدیدهای شناسایی شده

نمرات کسب شده توسط هر شاخص (تهدیدهای شناسایی شده) شامل ضریب اهمیت، میزان تأثیرگذاری در حال حاضر و همچنین میزان تأثیرگذاری در آینده، در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: نمرات کسب شده توسط هر یک از تهدیدهای شناسایی شده

ردیف	فهرست تهدیدهای شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در حال حاضر (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در آینده (۹-۰)
T1	رضایت به وضع اقتصادی موجود	۷/۱۱	۵/۰۹	۵/۴۵
T2	عدم ثبات اقتصادی جامعه	۷/۳۳	۵/۷۲	۶/۰۹
T3	نبود ساختار نهادی مناسب برای پشتیبانی از کارآفرینی	۶/۳۳	۴/۴۵	۴/۶۳
T4	مشکلات اقتصادی کلان در سطح بین‌الملل	۷/۳۳	۵/۵۴	۵/۱۸
T5	کم‌رنگ شدن ارزشها در بسیج	۱۱/۸	۳۶/۶	۱۸/۶
T6	نبود قوانین مناسب	۳۳/۷	۹/۵	۹/۵
T7	تغییرات سریع در قوانین	۵۵/۶	۴۵/۵	۹/۵



ردیف	فهرست تهدیدهای شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در حال حاضر (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در آینده (۹-۰)
T8	اختلاف دیدگاهها در بسیج	۵۵/۵	۵	۱۸/۵
T9	استفاده ابزاری و تبلیغاتی از بسیج	۶	۶۳/۵	۶۳/۵
T10	بهره‌گیری از دانش غیر بومی در فعالیتهای اقتصادی	۶	۱۸/۵	۹/۴
T11	ناامیدی از حصول نتایج مورد انتظار	۶	۸۱/۵	۶/۵
T12	دید کوتاه‌مدت و اکتفا به نتایج زود بازده	۷	۶/۲۷	۵/۶۳

بر اساس داده‌های جدول ۲، چهار شاخص «کم‌رنگ شدن ارزشها در بسیج» با کسب میانگین ۸/۱۱؛ «عدم ثبات اقتصادی جامعه»؛ «نبود قوانین مناسب» و «مشکلات اقتصادی کلان در سطح بین‌الملل» با کسب میانگین نمره ۷/۳۳، به عنوان مهم‌ترین تهدیدها برای ورود بسیج به حوزه اشتغال و کارآفرینی شناسایی شدند.

همچنین «کم‌رنگ شدن ارزشها در بسیج» با کسب میانگین ۶/۳۶، «دید کوتاه‌مدت و اکتفا به نتایج زود بازده» با کسب میانگین ۶/۲۷ و «نبود قوانین مناسب»، با کسب میانگین نمره ۵/۹، به عنوان مهم‌ترین تهدیدها برای ورود بسیج به بحث اشتغال و کارآفرینی در شرایط فعلی (حاضر) شناسایی شدند.

«کم‌رنگ شدن ارزشها در بسیج» با کسب میانگین ۶/۱۸، «عدم ثبات اقتصادی جامعه» با کسب میانگین ۶/۰۹ و «نبود قوانین مناسب» و «تغییرات سریع در قوانین» با کسب میانگین نمره ۵/۹ نیز به عنوان مهم‌ترین تهدیدهای شناسایی شده برای ورود بسیج به بحث اشتغال و کارآفرینی در آینده شناسایی شدند.

ب) ارزیابی نقاط ضعف شناسایی شده  
نمرات کسب شده توسط هر شاخص (نقاط ضعف شناسایی شده) شامل ضریب اهمیت، میزان تأثیرگذاری در حال حاضر و همچنین میزان تأثیرگذاری در آینده، در جدول ۳ ارائه شده است.

بر اساس داده‌های جدول ۳، چهار شاخص «نبود بانک اطلاعاتی از بسیجیان متقاضی اشتغال» با کسب میانگین ۸، «نبود ساختار سازمانی مناسب برای فعالیتهای کارآفرینی سازمانی در بسیج» و «نبود خدمات مشاوره‌ای حمایتی از افراد کارآفرین در سازمان بسیج» با کسب میانگین نمره ۷/۸۷ و «عدم شناسایی و پایش بسیجیان برای شناخت افراد کارآفرین» با کسب میانگین نمره ۷/۷۵، به



عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف برای ورود بسیج به بحث اشتغال و کارآفرینی بسیجیان شناسایی شدند.

همچنین چهار شاخص «عدم شناسایی و پایش بسیجیان برای شناخت افراد کارآفرین»، «آموزش ندادن فعالیتهای مخاطره‌آمیز به بسیجیان»، «نبود ساختار سازمانی مناسب برای فعالیتهای کارآفرینی سازمانی در بسیج» و «وجود مراکز و دواير جزيره‌ای برای پیشبرد فعالیتهای اشتغال و کارآفرینی بسیجیان» با کسب میانگین نمره ۴/۶، به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف برای ورود بسیج به بحث اشتغال در حال حاضر شناسایی شدند.

همچنین سه شاخص «نبود بانک اطلاعاتی از بسیجیان متقاضی اشتغال» و «عدم شناسایی و پایش بسیجیان برای شناخت افراد کارآفرین» با کسب میانگین ۵/۶ و «نبود تخصص و دانش مرتبط با کارآفرینی» با کسب میانگین نمره ۵/۳ به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف برای ورود بسیج به بحث اشتغال در آینده شناسایی شدند.

جدول ۳: نمرات کسب شده توسط هر یک از نقاط ضعف شناسایی شده

ردیف	فهرست نقاط ضعف شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در حال حاضر (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در آینده (۹-۰)
W1	نبود بانک اطلاعاتی از بسیجیان متقاضی اشتغال	۸	۴/۲	۵/۶
W2	عدم شناسایی و پایش بسیجیان برای شناخت افراد کارآفرین	۷/۷۵	۴/۶	۵/۶
W3	نگرش غیر مثبت به فعالیتهای اقتصادی در بسیج	۷/۳۷	۴/۵	۴/۹
W4	آموزش ندادن فعالیتهای مخاطره‌آمیز به بسیجیان	۷/۳۷	۴/۶	۵
W5	نبود ساختار سازمانی مناسب برای فعالیتهای کارآفرینی سازمانی در بسیج	۸۷/۷	۶/۴	۹/۴
W6	نبود تخصص و دانش مرتبط با کارآفرینی	۵/۷	۵/۴	۳/۵
W7	محدود شدن گستره بسیجیان با توجه به تعریف موجود از بسیجی	۵/۷	۴/۴	۸/۴
W8	عدم فرهنگ‌سازی و توجه به فرهنگ کار در بسیج	۲۵/۷	۳/۴	۶/۴
W9	نبود نگاه منسجم و سیستمی در امر اشتغال در واحدها و دواير مختلف سازمان بسیج	۷	۳/۴	۴/۴
W10	نبود تشکيلات منسجم برای تجاری‌سازی طرحهای نو و ابتکاری جوانان	۷/۶۲	۴/۱	۴/۲



ردیف	فهرست نقاط ضعف شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در حال حاضر (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در آینده (۹-۰)
W11	نبود مقررات حمایتی از افراد کارآفرین در سازمان بسیج	۷/۶۲	۳/۹	۴/۵
W12	عدم توانایی بسیجیان برای شناسایی فرصتهای بازار	۷/۶۲	۳/۷	۴/۶
W13	نبود خدمات مشاوره‌ای حمایتی از افراد کارآفرین در سازمان بسیج	۷/۸۷	۳/۸	۵
W14	نبود فناوری‌های جدید برای بهره‌برداری در فرایند کارآفرینی	۷/۳۷	۳/۸	۴/۵
W15	عدم توجه به بخش خدمات در فرایند کارآفرینی	۶/۵	۳/۸	۴/۶
W16	وجود مراکز و دوابر جزیره‌ای برای پیشبرد فعالیتهای اشتغال و کارآفرینی بسیجیان	۶/۵	۴/۶	۴/۷

### ج) ارزیابی فرصتهای شناسایی شده

نمرات کسب شده توسط هر شاخص (فرصتهای شناسایی شده) شامل ضریب اهمیت، میزان تأثیرگذاری در حال حاضر و همچنین میزان تأثیرگذاری در آینده، در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: نمرات کسب شده توسط هر یک از فرصتهای شناسایی شده

ردیف	فهرست فرصتهای شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در حال حاضر (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در آینده (۹-۰)
O1	توزیع مناسب امکانات ملی در فرایند توسعه همه‌جانبه و فراگیر	۷/۷۷	۵/۱	۵/۹
O2	جبران عقب‌ماندگی‌های اجتماعی و اقتصادی کشور	۷/۸۸	۵/۸	۶/۵
O3	جلب مشارکت مردمی و داوطلبانه اقشار اجتماعی در بسیج	۷/۲	۵/۸	۶/۲
O4	توانمندسازی نسل جوان و توسعه مهارتهای جوانان	۷/۷۵	۵/۳۳	۵/۸۸
O5	غنی‌سازی اوقات فراغت و بهره‌گیری از فرصت اوقات فراغت جوانان	۷۷/۷	۱/۵	۴/۶
O6	فراهم آوردن زمینه‌های اشتغال برای جوانان	۳۳/۸	۸/۳	۶/۵
O7	توانایی برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌آموزی فنی	۳/۵	۵/۴	۱/۶
O8	توانایی برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی	۶۶/۷	۲/۴	۶/۵



ردیف	فهرست فرصتهای شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در حال حاضر (۹-۰)	میزان تأثیرگذاری در آینده (۹-۰)
O9	توانایی ایجاد شبکه‌های رصد و فرصت‌شناسی برای توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی	۵۵/۷	۳/۴	۹/۵
O10	توانایی ارائه پاسخ به نیازهایی که سایر سازمانها انگیزه و اراده کمتری برای پرداختن به آن دارند	۷	۴/۴	۵/۳
O11	توانایی راه‌اندازی شرکتهای تعاونی بسیجیان	۷	۴/۲	۵/۳
O12	ایجاد زمینه اشتغال بسیجیان در روستاها در عرصه آبخیزداری	۶/۸۸	۳/۸	۵/۱
O13	ایجاد زمینه اشتغال بسیجیان در روستاها در عرصه منابع طبیعی	۷	۴	۵/۲
O14	ایجاد زمینه اشتغال بسیجیان در روستاها در عرصه کشاورزی	۷/۶۶	۴/۲	۵/۷
O15	محرومیت‌زدایی و توجه و تمرکز بر مناطق محروم و دورافتاده	۷/۴۴	۵/۱	۶/۴
O16	سرمایه اجتماعی برون‌گروهی	۶/۸۸	۵/۳	۵/۷
O17	تحوّلات اجتماعی- اقتصادی ساختاری	۷/۴۴	۴/۸	۵/۷
O18	نگاه مثبت دولت به بسیج	۷/۳۳	۵	۵/۵
O19	آینده‌نگری و برنامه‌ریزی بلندمدت	۷/۸۸	۵/۳	۶/۱
O20	توسعه مشاغل خانگی	۷/۳۳	۴/۲	۵/۵
O21	بهره‌برداری کارا از بازار	۶/۷۷	۴/۱	۴/۷
O22	کاهش هزینه‌های غیر مستقیم تولید به دلیل وجود سرمایه اجتماعی بسیج	۷	۴/۷۷	۵/۷۷
O23	ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در عرصه فتاوری اطلاعات	۷/۴۴	۴/۹	۶
O24	ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در عرصه‌های فرهنگی	۷/۸۸	۵	۵/۷

بر اساس داده‌های جدول ۴، چهار شاخص «فراهم آوردن زمینه‌های اشتغال برای جوانان» با کسب میانگین ۸/۳۳؛ «جبران عقب‌ماندگی‌های اجتماعی و اقتصادی کشور»، «آینده‌نگری و برنامه‌ریزی بلندمدت» و «ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در عرصه‌های فرهنگی» با کسب میانگین نمره ۷/۸۸، به عنوان مهم‌ترین فرصتها برای ورود بسیج به حوزه اشتغال و کارآفرینی شناسایی شدند.



«جبران عقب‌ماندگی‌های اجتماعی و اقتصادی کشور» و «جلب مشارکت مردمی و داوطلبانهٔ اقشار اجتماعی در بسیج» با کسب میانگین ۵/۸ و «توانمندسازی نسل جوان و توسعهٔ مهارت‌های جوانان» با کسب میانگین ۵/۳۳، به عنوان مهم‌ترین فرصت‌ها برای ورود بسیج به حوزهٔ اشتغال و کارآفرینی در حال حاضر شناسایی شدند.

همچنین «جبران عقب‌ماندگی‌های اجتماعی و اقتصادی کشور» با کسب میانگین ۶/۵، «محروریت‌زدایی و توجه و تمرکز بر مناطق محروم و دورافتاده» با کسب میانگین ۶/۴ و «آینده‌نگری و برنامه‌ریزی بلندمدت» با کسب میانگین ۶/۱، به عنوان مهم‌ترین فرصت‌ها برای ورود بسیج به حوزهٔ اشتغال و کارآفرینی در آینده شناسایی شدند.

#### د) ارزیابی نقاط قوت شناسایی شده

نمرات کسب شده توسط هر شاخص (نقاط قوت شناسایی شده) شامل ضریب اهمیت، میزان تأثیرگذاری در حال حاضر و همچنین میزان تأثیرگذاری در آینده، در جدول ۵ ارائه شده است.

بر اساس داده‌های جدول ۵، چهار شاخص «امکان تأمین منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد شغل از طریق مؤسسه مالی و اعتباری مهر» با کسب میانگین ۸/۱۱، «بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان برای فرهنگ‌سازی و آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان بسیجی» با کسب میانگین نمرهٔ ۸ و «بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانشجویی برای ایجاد آمادگی در دانشجویان برای ورود به بازار کار» و «داوطلبانه بودن و خودانگیزی بسیجیان» با کسب میانگین نمرهٔ ۷/۸۸، از جمله نقاط قوتی هستند که حایز بیشترین اهمیت برای ورود بسیج به بحث اشتغال شده‌اند.

سه شاخص «داوطلبانه بودن و خودانگیزی بسیجیان» با کسب میانگین نمره ۷/۲۲، «مسئولیت‌پذیری اجتماعی بسیجیان» با کسب میانگین ۶/۷ و «رعایت اصول اخلاقی و دینی توسط بسیجیان» با کسب میانگین ۶/۴، به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت برای ورود بسیج به بحث اشتغال در حال حاضر شناسایی شدند.

همچنین سه شاخص «داوطلبانه بودن و خودانگیزی بسیجیان» با کسب میانگین ۷/۵، «رعایت اصول اخلاقی و دینی توسط بسیجیان» با کسب میانگین ۷/۲ و «وجود آرمان مشترک در بسیجیان» با کسب میانگین نمرهٔ ۶/۷ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت برای ورود بسیج به بحث اشتغال در آینده شناسایی شدند.





جدول ۵: نمرات کسب شده توسط هر یک از نقاط قوت شناسایی شده

ردیف	فهرست نقاط قوت شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)
S1	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج اساتید برای آموزش مهارت‌های کارآفرینی	۷/۳۳	۵	۶
S2	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانشجویی برای ایجاد آمادگی در دانشجویان برای ورود به بازار کار	۷/۸۸	۴/۸	۵/۱
S3	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج مساجد و محلات برای سازماندهی اشتغال بسیجیان در محلات	۷/۴۴	۳/۸	۴/۴
S4	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج گردشگری و اردویی برای آموزش مشاغل خدماتی مرتبط با گردشگری	۷/۳۳	۴/۱۱	۴/۳
S5	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج سازندگی برای سازماندهی اشتغال بسیجیان در مناطق محروم	۴۴/۷	۵	۶/۵
S6	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج مهندسی برای سازماندهی مشاغل تولیدی بسیجیان	۷	۶/۴	۲/۵
S7	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان برای فرهنگ‌سازی و آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان بسیجی	۸	۲/۴	۸/۴
S8	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج اصناف برای آموزش کارآفرینی در حوزه کسب و کار	۵۵/۷	۸۸/۳	۸۸/۴
S9	بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج خواران در توسعه مشاغل خانگی	۲۲/۷	۵/۳	۸/۴
S10	جوان‌محوری و بهره‌گیری از نیرو، نشاط، هیجان و شادابی نسل جوان	۷/۷۷	۵/۳	۶/۲
S11	امکان تأمین منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد شغل از طریق مؤسسه مالی و اعتباری مهر	۸/۱۱	۴/۵	۵/۲
S12	توانایی ایجاد فرصت اشتغال	۶/۷۷	۴/۸	۴/۹
S13	وجود رهبران محلی	۶/۳۳	۳/۹	۴/۴
S14	حمایت معنوی از خلاقیت، طرح‌های نو و ابتکاری جوانان	۷/۴۴	۴/۸	۵/۶
S15	حمایت مادی از خلاقیت، طرح‌های نو و ابتکاری جوانان	۷/۲۲	۴/۳	۵/۲



ردیف	فهرست نقاط قوت شناسایی شده	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)
S16	جذب و هدایت نیروهای جوان در فرایند اشتغال و کارآفرینی از طریق راهاندازی اردوهای مختلف	۷/۲۲	۴/۶	۵/۴
S17	وجود نوآوری در شیوه‌های به کارگیری داوطلبان در فعالیتهای اقتصادی و سازندگی	۷	۴/۱	۵/۱
S18	سرمایه اجتماعی درون گروهی بالای بسیج	۷/۲۵	۵/۲۲	۵/۲۲
S19	سلسله‌مراتب واقعی (رشد افراد بر اساس شایستگی‌ها)	۷/۵۵	۴/۶	۵/۲
S20	نبود مقررات محدودکننده در بسیج	۷	۴/۱	۵
S21	گسترده‌گی بسیج در جامعه	۷/۲۲	۶/۱	۶/۵
S22	ایثار و از خودگذشتگی بسیجیان	۷/۱۱	۵/۲	۶/۱
S23	ماهیت غیر دولتی بسیج	۶/۵۵	۵/۷	۵/۸
S24	مسئولیت‌پذیری اجتماعی بسیجیان	۷	۶/۷	۶/۶
S25	خلاقیت بسیجیان	۶/۸۸	۴/۹	۵/۵
S26	نوآوری بسیجیان	۷	۵	۵/۸
S27	وجود آرمان مشترک در بسیجیان	۷	۶/۴	۶/۷
S28	اجرای کار گروهی و مشارکت در تصمیم‌گیری بسیجیان	۷/۳۳	۵/۶	۶
S29	رعایت اصول اخلاقی و دینی توسط بسیجیان	۷/۷۷	۶/۵	۷/۲
S30	داوطلبانه بودن و خودانگیزی بسیجیان	۷/۸۸	۷/۲	۷/۵

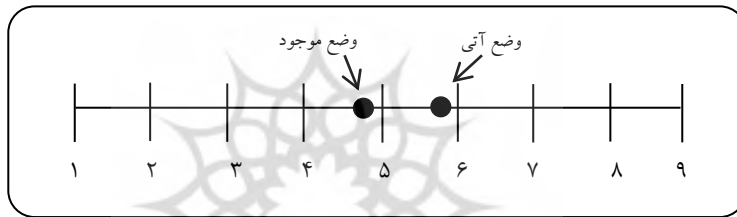
### ه) ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی

این ماتریس علاوه بر آنکه وضعیت هر عامل کلیدی برون‌سازمانی (فرصتها و تهدیدها) را نشان می‌دهد، ابزار اثربخشی برای ارزیابی مجموع فرصتها از یک سو و مجموع تهدیدهای فرارو در بحث اشتغال از سوی دیگر است. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی نشان می‌دهد که سازمان بسیج در حال حاضر به چه میزان توانسته است از محیط بیرونی خود بهره بگیرد و در افق زمانی آتی تا چه حد خواهد توانست برای تحقق چشم‌انداز خود در موضوع اشتغال و کارآفرینی، از عوامل برون‌سازمانی استفاده کند. در ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی، عواملی که میزان اهمیت آنها کمتر از حد متوسط (کمتر از پنج) باشد، از ماتریس و از محاسبه خارج می‌شوند؛ زیرا این ماتریس آن دسته از عواملی را که اساسی و کلیدی باشند حفظ می‌کند و چنین عواملی قاعدتاً



نباید از اهمیت کمتر از حد متوسط برخوردار باشند (نجفی، ۱۳۸۷، ص ۲۱۶). در جدول ۶، ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی ارائه شده است.

با توجه به جدول ۶، حاصل جمع میزان اهمیت فرصتها برابر ۱۷۶/۱۴، جمع موزون آنها در شرایط موجود برابر ۸۳۰/۹۳ و جمع موزون آنها در شرایط آتی برابر ۱۰۱۲/۳۸ خواهد بود. بر این اساس، میزان بهره‌مندی از مجموع فرصتها در حال حاضر برابر ۴/۷۲ و در آینده برابر ۵/۷۵ خواهد بود. این اعداد بیانگر آن است که سازمان بسیج در حال حاضر توانسته است کمتر از حد متوسط از فرصتهای فراروی خود در امر اشتغال بسیجیان استفاده کند و در آینده نیز کمی بیش از حد متوسط از فرصتها بهره‌مند خواهد شد. در شکل ۱، میزان بهره‌مندی سازمان بسیج از فرصتهای خود در امر اشتغال بسیجیان در حال حاضر و در آینده ارائه شده است.



شکل ۱. میزان بهره‌مندی سازمان بسیج از فرصتها در امر اشتغال (وضع حال و آینده)

جدول ۶: ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EFE)

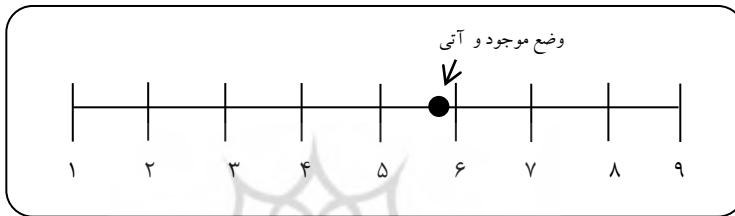
ردیف	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	جمع موزون در شرایط موجود (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)	جمع موزون در شرایط آینده (۹-۰)
01	۷/۷۲	۵/۱	۳۹/۶۲	۵/۹	۴۵/۸۴
02	۷/۸۸	۵/۸	۴۵/۷	۶/۵	۵۱/۲۲
03	۷/۲	۵/۸	۴۱/۷۶	۶/۲	۴۴/۶۴
04	۷/۷۵	۵/۳۳	۴۱/۳	۵/۸۸	۴۵/۵۷
05	۷۷/۷	۱/۵	۶۲/۳۹	۴/۶	۷۲/۴۹
06	۳۳/۸	۸/۳	۶۵/۳۱	۶/۵	۶۴/۴۶
07	۳/۵	۵/۴	۸۵/۲۳	۱/۶	۳۳/۳۲
08	۶۶/۷	۲/۴	۱۷/۳۲	۶/۵	۸۹/۴۲
09	۵۵/۷	۳/۴	۴۶/۳۲	۹/۵	۵۴/۴۴



ردیف	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	جمع موزون در شرایط موجود (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)	جمع موزون در شرایط آینده (۹-۰)
O 10	۷	۴/۴	۳۰/۸	۵/۳	۳۷/۱
O 11	۷	۲/۴	۲۹/۴	۵/۳	۳۷/۱
O 12	۶/۸۸	۸/۳	۲۶/۱۴	۵/۱	۳۵/۰۸
O 13	۷	۴	۲۸	۵/۲	۳۶/۴
O 14	۷/۶۶	۲/۴	۳۲/۱۷	۵/۷	۴۳/۶۶
O 15	۷/۴۴	۱/۵	۳۷/۹۴	۶/۴	۴۷/۶۱
O 16	۶/۸۸	۳/۵	۳۶/۴۶	۵/۷	۳۹/۲۱
O 17	۷/۴۴	۴/۸	۳۵/۷۱	۵/۷	۴۲/۴
O 18	۷/۳۳	۵	۳۶/۶۵	۵/۵	۴۰/۳۱
O 19	۷/۸۸	۵/۳	۴۱/۷۶	۶/۱	۴۸/۰۶
O 20	۷/۳۳	۴/۲	۳۰/۷۸	۵/۵	۴۰/۳۱
O 21	۶/۷۷	۴/۱	۲۷/۷۵	۴/۷	۳۱/۸۱
O 22	۷	۴/۷۷	۳۲/۳۹	۵/۷۷	۴۰/۳۹
O 23	۷/۴۴	۴/۹	۳۶/۴۵	۶	۴۴/۶۴
O 24	۷/۸۸	۵	۳۹/۴	۵/۷	۴۴/۹۱
جمع	۱۷۶/۱۴	۱۱۳	۸۳۰/۹۳	۱۳۷/۷۵	۱۰۱۲/۳۸
T 1	۷/۱۱	۵/۰۹	۳۶/۱۸	۵/۴۵	۳۸/۷۴
T 2	۷/۳۳	۵/۷۲	۴۱/۹۲	۶/۰۹	۴۴/۶۳
T 3	۶/۳۳	۴/۴۵	۲۸/۱۶	۴/۶۳	۲۹/۳
T 4	۷/۳۳	۵/۵۴	۴۰/۶	۵/۱۸	۳۷/۹۶
T 5	۸/۱۱	۶/۳۶	۵۱/۵۷	۶/۱۸	۵۰/۱۲
T 6	۷/۳۳	۵/۹	۴۳/۲۴	۵/۹	۴۳/۲۴
T 7	۶/۵۵	۵/۴۵	۳۵/۶۹	۵/۹	۳۸/۶۴
T 8	۵/۵۵	۵	۲۷/۷۵	۵/۱۸	۲۸/۷۵
T 9	۶	۵/۶۳	۳۳/۷۸	۵/۶۳	۳۳/۷۸
T 10	۶	۵/۱۸	۳۱/۰۸	۴/۹	۲۹/۴
T 11	۶	۵/۸۱	۳۴/۸۶	۵/۶	۳۳/۶
T 12	۷	۶/۲۷	۴۳/۸۹	۵/۶۳	۳۹/۴۱
جمع	۸۰/۶۴	۶۶/۴	۴۴۸/۷۲	۶۶/۲۷	۴۴۷/۵۷



با توجه به جدول ۶، حاصل جمع میزان اهمیت تهدیدها برابر  $۸۰/۶۴$ ، جمع موزون آنها در شرایط موجود برابر  $۴۴۸/۷۲$  و جمع موزون آنها در شرایط آتی برابر  $۴۴۷/۵۷$  خواهد بود. بر این اساس، میزان بهره‌مندی از مجموع تهدیدها برابر  $۵/۵۶$  و در آینده برابر  $۵/۵۵$  خواهد بود. این اعداد بیانگر آن است که بسیج در حال حاضر کمی بیش از متوسط از تهدیدهای فراروی خود در امر اشتغال بسیجیان پرهیز می‌کند و در آینده نیز کمی بیش از حد متوسط خواهد توانست از تهدیدها پرهیز کند. در شکل ۲، میزان پرهیز سازمان بسیج از تهدیدهای خود در امر اشتغال بسیجیان در حال حاضر و در آینده ارائه شده است.



شکل ۲. میزان بهره‌مندی سازمان بسیج از تهدیدها در امر اشتغال (وضع حال و آینده)

پس از ارزیابی مجموع فرصتها و مجموع تهدیدها، می‌توان برآیند بهره‌گیری یا احتراز از همه فرصتها و تهدیدها و به بیان دیگر؛ ارزیابی راهبردی محیط بیرونی سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی را در شرایط موجود و شرایط آتی محاسبه کرد که نتایج آن در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷: ارزیابی راهبردی محیط بیرونی سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی

جمع وزنها	جمع موزون	جمع موزون بهره‌گیری از محیط بیرونی در آینده	جمع موزون بهره‌گیری از محیط بیرونی در آینده
عوامل	میزان اهمیت	بسیجیان	بسیجیان
فرصتها	۱۴/۱۷۶	۹۳/۸۳۰	۳۸/۱۰۱۲
تهدیدها	۶۴/۸۰	۷۲/۴۴۸	۵۷/۴۴۷
جمع عوامل محیط بیرونی	۷۸/۲۵۶	۶۵/۱۲۷۹	۹۵/۱۴۵۹

بر اساس جدول ۷ چنین خواهیم داشت:

- میزان بهره‌مندی بسیج از محیط بیرونی در حوزه اشتغال و کارآفرینی در

شرایط موجود:  $۴/۹۸$



- میزان بهره‌مندی بسیج از محیط بیرونی در حوزه اشتغال و کارآفرینی در آینده: ۵/۶۸

این نتایج نشان می‌دهد که سازمان بسیج در حال حاضر کمتر از حد متوسط از محیط بیرونی خود بهره‌گیری می‌کند و در عین حال، در آینده می‌تواند کمی بیش از متوسط از این محیط بهره بگیرد.

### و) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

این ماتریس علاوه بر آنکه وضعیت هر عامل کلیدی درون‌سازمانی (نقاط قوت و ضعف) و میزان اهمیت آنها را نشان می‌دهد، ابزار اثربخشی برای ارزیابی مجموع نقاط قوت از یک سو و مجموع نقاط ضعف فرارو در بحث اشتغال و کارآفرینی از سوی دیگر است. ماتریس ارزیابی عوامل درونی نشان می‌دهد که سازمان بسیج در حال حاضر به چه میزان توانسته است از درون خود بهره‌گیری و در افق زمانی آتی تا چه حد خواهد توانست برای تحقق چشم‌انداز خود از عوامل درون‌سازمانی استفاده کند. در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، عواملی که میزان اهمیت آنها کمتر از حد متوسط (کمتر از پنج) باشد، از ماتریس و از محاسبه خارج می‌شوند؛ زیرا این ماتریس آن دسته از عوامل را حفظ می‌کند که اساسی و کلیدی باشند و چنین عواملی قاعدتاً نباید اهمیتی کمتر از حد متوسط داشته باشند. در جدول ۸، ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی ارائه شده است.

جدول ۸: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

ردیف	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	جمع موزون در شرایط موجود (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)	جمع موزون در شرایط آینده (۹-۰)
S 1	۷/۳۳	۵	۳۶/۶۵	۶	۴۳/۹۸
S 2	۷/۸۸	۴/۸	۳۷/۸۲	۵/۱	۴۰/۱۸
S 3	۷/۴۴	۳/۸	۲۸/۲۷	۴/۴	۳۲/۷۳
S 4	۷/۳۳	۴/۱۱	۳۰/۱۲	۳/۴	۳۱/۵۲
S ۵	۴۴/۷	۵	۲/۳۷	۶/۵	۶۶/۴۱
S ۶	۷	۶/۴	۲/۳۲	۲/۵	۴/۳۶
S ۷	۸	۲/۴	۶/۳۳	۸/۴	۴/۳۸

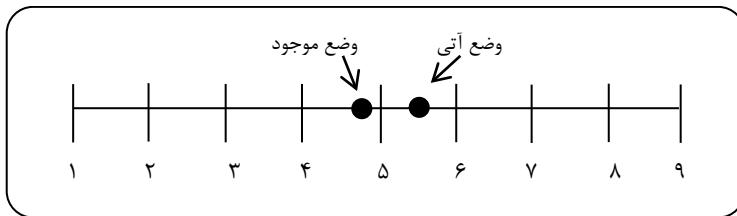


ردیف	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	جمع موزون در شرایط موجود (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)	جمع موزون در شرایط آینده (۹-۰)
S ۸	۵۵/۷	۸۸/۳	۲۹/۲۹	۸۸/۴	۸۴/۳۶
S ۹	۲۲/۷	۵/۳	۲۷/۲۵	۸/۴	۶۵/۳۴
S 10	۷/۷۷	۵/۳	۴۱/۱۸	۶/۲	۴۸/۱۷
S 11	۸/۱۱	۴/۵	۳۶/۴۹	۵/۲	۴۲/۱۷
S 12	۶/۷۷	۴/۸	۳۲/۴۹	۴/۹	۳۳/۱۷
S 13	۶/۳۳	۳/۹	۲۴/۶۸	۴/۴	۲۷/۸۵
S 14	۷/۴۴	۴/۸	۳۵/۷۱	۵/۶	۴۱/۶۶
S 15	۷/۲۲	۴/۳	۳۱/۰۴	۵/۲	۳۷/۵۴
S 16	۷/۲۲	۴/۶	۳۳/۲۱	۵/۴	۳۸/۹۸
S 17	۷	۴/۱	۲۸/۷	۵/۱	۳۵/۷
S 18	۷/۲۵	۵/۲۲	۳۷/۸۴	۵/۲۲	۳۷/۸۴
S 19	۷/۵۵	۴/۶	۳۴/۷۳	۵/۲	۳۹/۲۶
S 20	۷	۴/۱	۲۸/۷	۵	۳۵
S 21	۷/۲۲	۶/۱	۴۴/۰۴	۶/۵	۴۶/۹۳
S 22	۷/۱۱	۵/۲	۳۶/۹۷	۶/۱	۴۳/۳۷
S 23	۶/۵۵	۵/۷	۳۷/۳۳	۵/۸	۳۷/۹۹
S 24	۷	۶/۷	۴۶/۹	۶/۶	۴۶/۲
S 25	۶/۸۸	۴/۹	۳۳/۷۱	۵/۵	۳۷/۸۴
S 26	۷	۵	۳۵	۵/۸	۴۰/۶
S 27	۷	۶/۴	۴۴/۸	۶/۷	۴۶/۹
S 28	۷/۳۳	۵/۶	۴۱/۰۴	۶	۴۳/۹۸
S 29	۷/۷۷	۶/۵	۵۰/۵	۷/۲	۵۵/۹۴
S 30	۷/۸۸	۷/۲	۵۶/۷۳	۷/۵	۵۹/۱
جمع	۲۱۸/۵۹	۱۸۹/۵۱	۱۰۸۴/۲۱	۱۶۶/۱۸	۱۲۱۲/۵۵
W 1	۸	۴/۲	۳۳/۶	۵/۶	۴۴/۸
W 2	۷/۷۵	۴/۶	۳۵/۶۵	۵/۶	۴۳/۴
W 3	۷/۳۷	۴/۵	۳۳/۱۶	۴/۹	۳۶/۱۱
W 4	۷/۳۷	۴/۶	۳۳/۹	۵	۳۶/۸۵



ردیف	ضریب اهمیت (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در حال حاضر (۹-۰)	جمع موزون در شرایط موجود (۹-۰)	میزان بهره‌گیری در آینده (۹-۰)	جمع موزون در شرایط آینده (۹-۰)
۵ W	۸۷/۷	۶/۴	۲/۳۶	۹/۴	۳۸/۵۶
۶ W	۵/۷	۵/۴	۷۵/۳۳	۳/۵	۳۹/۷۵
۷ W	۵/۷	۴/۴	۳۳	۸/۴	۳۶
۸ W	۲۵/۷	۳/۴	۱۷/۳۱	۶/۴	۳۳/۳۵
۹ W	۷	۳/۴	۱/۳۰	۴/۴	۳۰/۸
10 W	۷/۶۲	۴/۱	۳۱/۲۴	۴/۲	۳۲
11 W	۷/۶۲	۳/۹	۲۹/۷۱	۴/۵	۳۴/۲۹
12 W	۷/۶۲	۳/۷	۲۸/۱۹	۴/۶	۳۵/۰۵
13 W	۷/۸۷	۳/۸	۲۹/۹	۵	۳۹/۳۵
14 W	۷/۳۷	۳/۸	۲۸	۴/۵	۳۳/۱۶
15 W	۶/۵	۳/۸	۲۴/۷	۴/۶	۲۹/۹
16 W	۶/۵	۴/۶	۲۹/۹	۴/۷	۳۰/۵۵
جمع	۱۱۸/۷۱	۷۲/۱	۵۰۲/۱۷	۷۷/۲	۵۷۳/۹۲

با توجه به جدول ۸، حاصل جمع میزان اهمیت نقاط قوت برابر ۲۱۸/۵۹، جمع موزون آنها در شرایط موجود برابر ۱۰۸۴/۲۱ و جمع موزون آنها در شرایط آتی برابر ۱۲۱۲/۵۵ خواهد بود. بر این اساس، میزان بهره‌مندی از مجموع نقاط قوت برابر ۴/۹۶ و در آینده برابر ۵/۵۴ خواهد بود. این اعداد بیانگر آن است که سازمان بسیج در حال حاضر توانسته است کمتر از حد متوسط از نقاط قوت فراروی خود در امر اشتغال و کارآفرینی بسیجیان استفاده کند و در آینده نیز کمی بیش از حد متوسط از نقاط قوت بهره‌مند خواهد شد. در شکل ۳، میزان بهره‌مندی سازمان بسیج از نقاط قوت خود در امر اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در حال حاضر و در آینده ارائه شده است.

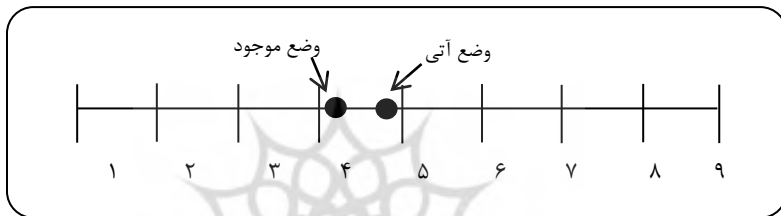


شکل ۳: میزان بهره‌مندی سازمان بسیج از نقاط قوت در امر اشتغال و کارآفرینی (حال و آینده)





با توجه به جدول ۸، حاصل جمع میزان اهمیت نقاط ضعف برابر  $۱۱۸/۷۱$ ، جمع موزون آنها در شرایط موجود برابر  $۵۰۲/۱۷$  و جمع موزون آنها در شرایط آتی برابر  $۵۷۳/۹۲$  خواهد بود. بر این اساس، میزان اجتناب از مجموع نقاط ضعف برابر  $۴/۲۳$  و در آینده برابر  $۴/۸۳$  خواهد بود. این اعداد بیانگر آن است که سازمان بسیج در حال حاضر کمتر از حد متوسط از نقاط ضعف فراروی خود در امر اشتغال و کارآفرینی بسیجیان اجتناب می‌کند و در آینده نیز کمتر از حد متوسط می‌تواند از نقاط ضعف خود اجتناب کند که البته میزان آن کمی بیش از وضع فعلی خواهد بود. در شکل ۴، میزان اجتناب سازمان بسیج از نقاط ضعف خود در امر اشتغال و کارآفرینی بسیجیان در حال حاضر و در آینده ارائه شده است.



شکل ۴: میزان اجتناب سازمان بسیج از نقاط ضعف در امر اشتغال و کارآفرینی (حال و آینده)

پس از ارزیابی مجموع نقاط قوت و ضعف، می‌توان برآیند بهره‌گیری یا احتراز از همه نقاط قوت و ضعف و به بیان دیگر؛ ارزیابی راهبردی محیط درونی سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی را در شرایط موجود و شرایط آتی محاسبه کرد که در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹: ارزیابی راهبردی محیط درونی سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان

عوامل	جمع وزنها	جمع موزون میزان اهمیت	جمع موزون بهره‌گیری از محیط درونی در شرایط موجود	جمع موزون بهره‌گیری از محیط درونی در آینده
نقاط قوت	۵۹/۲۱۸	۲۱/۱۰۸۴	۵۵/۱۲۱۲	
نقاط ضعف	۷۱/۱۱۸	۱۷/۵۰۲	۹۲/۵۷۳	
جمع عوامل محیط درونی	۳/۳۳۷	۳۸/۱۵۸۶	۴۷/۱۷۸۶	

بر اساس جدول ۹ چنین خواهیم داشت:

- میزان بهره‌مندی بسیج از محیط درونی در حوزه اشتغال و کارآفرینی در شرایط موجود:  $۴/۷$

- میزان بهره‌مندی بسیج از محیط درونی در حوزه اشتغال و کارآفرینی در آینده:  $۵/۳$



این نتایج نشان می‌دهد که سازمان بسیج در حال حاضر کمتر از حد متوسط از محیط درونی خود بهره‌گیری می‌کند و در آینده نیز کمی بیش از حد متوسط می‌تواند از این محیط استفاده کند.

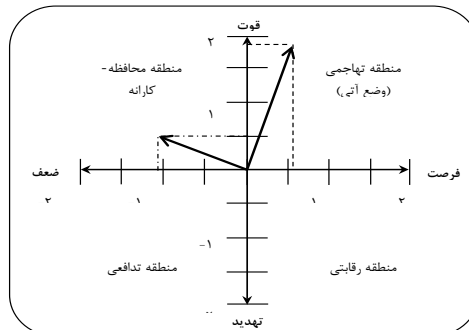
### ز) نمودار تعیین موقعیت و اقدام راهبردی

نمودار تعیین موقعیت و اقدام راهبردی، برآیند بهره‌مندی سازمان بسیج از عوامل خارجی و داخلی در حوزه اشتغال و کارآفرینی را نشان می‌دهد. با توجه به محاسبات صورت گرفته در ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی و ارزیابی عوامل داخلی و محاسبات انجام شده، می‌توان برآیند توان پاسخگویی (بهره‌مندی) سازمان بسیج از محیط بیرونی و درونی را هم در شرایط موجود و هم در آینده تعیین کرد. در جدول ۱۰، نحوه محاسبات تعیین موقعیت و اقدام راهبردی در حوزه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان ارائه شده است.

جدول ۱۰: محاسبات تعیین موقعیت و اقدام راهبردی در حوزه اشتغال بسیجیان

عوامل	شرایط موجود	شرایط آتی
فرصتها	۷۲/۴	۷۵/۵
تهدیدها	$۵۶/۵ - ۱۰ = -۴۴/۴$	$۵۵/۵ - ۱۰ = -۴۵/۴$
نقاط قوت	۹۶/۴	۵۴/۵
نقاط ضعف	$۲۳/۴ - ۱۰ = -۷۷/۵$	$۸۳/۴ - ۱۰ = -۱۷/۵$
جمع جبری قوتها و تهدیدها	۵۲/۰	۰۹/۱
جمع جبری ضعفها و فرصتها	-۰۵/۱	۵۸/۰

با توجه به محاسبات صورت گرفته، می‌توان موقعیت سازمان بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان را در دو زمان حال و آینده ترسیم کرد که در شکل ۵ نشان داده شده است.



شکل ۵: نمودار تعیین موقعیت و اقدام راهبردی اشتغال در حال و آینده

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش، محقق با توجه به هدف تحقیق (تدوین راهبرد اشتغال و کارآفرینی بسیج با استفاده رویکرد تجزیه و تحلیل محیطی) به شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصتها و تهدیدهای بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی پرداخت تا با روشن شدن ابعاد و زوایای موضوع، فضای تصمیم‌گیری روشن‌تر و شفاف‌تر شود.

واقعیت آن است که با وجود اهمیت و ضرورت انکارناپذیر اشتغال بسیجیان، اقدام سازماندهی شده‌ای که مبتنی بر تحقیقات علمی باشد، در سازمان بسیج صورت نگرفته یا حداقل خروجی‌ها و نتایج آن به صورت محسوس و ملموس مشاهده نشده است. به عبارت دیگر؛ فضای گفتمانی حاکم بر مجموعه بسیج، هیچ‌گاه اشتغال و کارآفرینی نبوده است. از این رو، نمی‌توان ردپای مشخصی از مسائل و موضوعات مربوط به اشتغال بسیجیان را در سازمان بسیج و رده‌های تابعه یافت. گفتنی است که صرف امضای چند تفاهم‌نامه برای اشتغال بسیجیان، آن هم در مشاغلی با محتوای ساده و یکنواخت، نمی‌تواند ملاکی برای فعالیتهای سازماندهی شده بسیج در حوزه اشتغال باشد.

محقق با احصای نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدهای بسیج در حوزه اشتغال (بررسی متون و مستندات موجود در حوزه اشتغال)، به ارزیابی نظرات خبرگان، متخصصان و کارشناسان دخیل در امر اشتغال بسیجیان پرداخت و داده‌های گردآوری شده را تجزیه و تحلیل کرد. شاخصهای احصا شده، این امکان را می‌دهد که بتوان راهبردهای مناسبی برای نیل به بحث اشتغال بسیجیان تدوین کرد.

از سوی دیگر، مقایسه نتایج به دست آمده در این پژوهش با سایر پژوهشهای صورت گرفته در زمینه تدوین راهبرد برای سازمان بسیج مستضعفین، نشان‌دهنده اشتراکات بسیاری است؛ به طوری که در پژوهش صورت گرفته در سال ۱۳۸۷ با عنوان «تدوین سند راهبرد بسیج»، وضع موجود سازمان بسیج در ماتریس تعیین موقعیت و اقدام راهبردی، «منطقه محافظه کارانه» تعیین شد که در این پژوهش نیز منطقه فعلی عملکردی بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی، «منطقه محافظه کارانه» تعیین شد. موقعیت محافظه کارانه در ادبیات راهبردی به معنای موقعیت و محلی است که سازمان از شایستگی‌های کلیدی برخوردار بوده، تا حدی توانسته قوتهای خود را به درستی بشناسد، از مزیت‌های آن بهره‌مند شود و به کمک آنها بر تهدیدها غلبه کند؛ اما هنوز از ضعفها و کاستی‌های زیادی رنج می‌برد و همین ضعفها سبب





شده است تا نتواند فرصتهای بیرونی را شناخته و از آنها بهره‌گیری کند. بنابر این، چنین سازمانی باید در بهترین شرایط، نقاط قوت و شایستگی‌های کلیدی خود را حفظ کند و خود را در معرض مخاطرات بزرگ قرار ندهد؛ اقدامات توسعه‌ای آن باید محدود و با حفظ برای پایداری و ثبات سازمان باشد. لذا راهبرد چنین سازمانی باید استفاده از قوتها برای برطرف کردن ضعفها باشد تا زمینه برای ورود به محیط و بهره‌مندی از فرصتهای احتمالی آماده شود. (نجفی، ۱۳۸۷، ص ۲۷۸)

همچنین در پژوهش انجام شده در سال ۱۳۸۷، منطقه عملکردی بسیج در پنج سال آینده در ماتریس تعیین موقعیت و اقدام راهبردی، «منطقه تهاجمی» شناسایی شد که در پژوهش حاضر نیز منطقه عملکردی بسیج در حوزه اشتغال و کارآفرینی در آینده، «منطقه تهاجمی» شناسایی شد. زمانی که تجزیه و تحلیل موقعیت، حالت تهاجمی را نشان می‌دهد، بیانگر آن است که سازمان در بهترین وضع ممکن قرار گرفته و با چند فرصت محیطی روبه‌روست؛ توانایی‌ها یا نقاط قوت بسیار زیادی وجود دارد که می‌تواند با استفاده از آنها از فرصتهای موجود، حداکثر استفاده را ببرد؛ نقاط ضعف را برطرف کرده و از تهدیدهای خارجی پرهیز کند. چنین سازمانی می‌تواند در محیط رسوخ کند، محصولات و خدمات خود را توسعه دهد و با قابلیت خطرپذیری بالا، اقدامات گسترده‌ای برای رشد و توسعه به عمل آورد و در مسیر تحقق اهداف و آرمانها گام بردارد. (همان)

بر این اساس، مشاهده می‌شود که نتایج این پژوهش، با نتایج پژوهشهای صورت گرفته قبلی تا حد بسیار زیادی مشابهت دارد که این امر می‌تواند نشان‌دهنده پایایی پژوهش اجرا شده باشد. اما نتیجه مهم دیگری که می‌توان از مشابهت دو نتیجه دریافت، عدم تغییر در وضع درونی سازمان مورد مطالعه طی چند سال اخیر است؛ بدین معنا که با گذشت نزدیک به چهار سال از اجرای تحقیق قبلی، همچنان سازمان مورد مطالعه در منطقه محافظه‌کارانه قرار دارد و پیش‌بینی پاسخگویان مبنی بر قرار گرفتن در منطقه تهاجمی پس از گذشت پنج سال، محقق نشده است. به نظر می‌رسد پاسخگویان در دو پژوهش انجام شده، نسبت به سازمان از نوعی خوش‌بینی برخوردارند؛ خوش‌بینی‌ای که بررسی ریشه‌ها و علل آن می‌تواند بسیار مفید و راهگشا باشد. لذا با توجه به آنچه تا بدینجا مورد اشاره قرار گرفت، می‌توان اولاً، از نتایج این تحقیق به دلیل برخورداری از پایایی، مطمئن بود و ثانیاً، به عدم تغییر قابل توجه در بافت درونی سازمان و فرهنگ سازمانی آن طی پنج سال اخیر اذعان کرد.

## پیشنهادها

با توجه به نتایج حاصل شده از پژوهش و با در نظر گرفتن موقعیت راهبردی شناسایی شده سازمان بسیج (وضع موجود و آتی)، پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌شود:

۱. از جمله الزامات و پیش‌نیازهای ضروری ایجاد شغل، سرمایه‌گذاری و تأمین منابع مالی مورد نیاز است. از سوی دیگر، اولین نقطه قوت شناسایی شده برای ورود بسیج به بحث اشتغال و کارآفرینی بسیجیان، «امکان تأمین منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد شغل از طریق مؤسسه مالی و اعتباری مهر» است. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود وامهای خوداشتغالی به افراد واجد شرایط راهاندازی کسب و کار یا افراد کارآفرین واگذار شود.

۲. بر اساس آمارهای موجود، بخش قابل توجهی از بیکاران کشور را دانش‌آموختگان مراکز دانشگاهی تشکیل می‌دهند. لذا آموزش مهارت‌های خوداشتغالی و کارآفرینی به دانشجویان می‌تواند در اشتغال افراد مؤثر باشد. بر این اساس و با توجه به دو نقطه قوت «بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانشجویی برای ایجاد آمادگی در دانشجویان برای ورود به بازار کار» و «بهره‌گیری از ظرفیت سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان برای فرهنگ‌سازی و آموزش کارآفرینی به دانش‌آموزان بسیجی»، می‌توان تا حد قابل توجهی مهارت‌های خوداشتغالی و کارآفرینی را به بسیجیان آموزش داد.

۳. یکی دیگر از نقاط قوت شناسایی شده برای ورود بسیج به بحث اشتغال بسیجیان، «داوطلبانه بودن و خودانگیزی بسیجیان» است. لذا پیشنهاد می‌شود فعالیتهای مربوط به اشتغال بسیجیان با تمرکز بر داوطلبانه بودن بسیجیان و خودانگیزی آنها سازماندهی شود. به عنوان مثال، این موضوع را می‌توان در مشاغل متناسب با علایق و توانمندی‌های بسیجیان به ویژه مشاغل نظامی و انتظامی مشاهده کرد. از سوی دیگر، بر این نکته تأکید می‌شود که در سراسر دنیا فعالیتهای داوطلبی نیز در کنار سایر انواع فعالیتهای اشتغال‌زا، به عنوان بخشی از اشتغال افراد تعریف می‌شود و دامنه آن می‌تواند طیف وسیعی از سازمانها، از سازمانهای ورزشی و خدماتی گرفته تا سازمانهای نظامی را شامل شود. بر این اساس، به نظر می‌رسد سازمان بسیج می‌تواند با شناسایی مشاغل داوطلب‌پذیر، به تحقق این مهم اقدام کند.

۴. دومین نقطه قوت شناسایی شده برای ورود بسیج به بحث اشتغال و کارآفرینی



بسیجیان، «رعایت اصول اخلاقی و دینی توسط بسیجیان» است. این شاخص، تأکیدی بر فرهنگ کار و اشتغال در میان بسیجیان است. لذا پیشنهاد می‌شود در فرایندهای بازاریابی مشاغل از سوی سازمان بسیج، بر این نکته تأکید شود. ضمن آنکه تبیین این مهم برای بسیجیان می‌تواند بسیار مهم و تعیین‌کننده باشد؛ بدین معنا که به ویژگی‌ها و خصوصیات کلیدی خود واقف شوند و سرمایه‌گذاری‌های شغلی خود را بر این شاخص استوار کنند. ارائه آموزشهای فنی و مهارتی کار با تأکید بر رعایت اخلاق در محیط کار نیز در این راستا پیشنهاد می‌شود.

۵. سومین نقطه قوت شناسایی شده برای ورود بسیج به بحث اشتغال و کارآفرینی بسیجیان، «جوان‌محوری و بهره‌گیری از نیرو، نشاط، هیجان و شادابی نسل جوان» است. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های اشتغالی که برای بسیجیان تعریف می‌شود، مبتنی بر این ویژگی‌ها باشد. توجه به این نکته ضروری است که اغلب در طراحی مشاغل، توجه به چند ویژگی، نقش کلیدی ایفا می‌کند که از آن جمله می‌توان به اهمیت، هویت، بازخورد و استقلال شغل اشاره کرد (رابینز، ۱۳۸۸، ص ۲۹۳). حال با توجه به نتایج این پژوهش، توجه به نیروی نشاط، هیجان و شادابی نسل جوان نیز کاملاً ضروری به نظر می‌رسد.

۶. اولین فرصت شناسایی شده برای ورود سازمان بسیج به حوزه اشتغال و کارآفرینی بسیجیان، امکان «جبران عقب‌ماندگی‌های اجتماعی و اقتصادی کشور» است. نقش‌آفرینی بسیج در این حوزه، بی‌شک می‌تواند ضمن تقویت وجهه مثبت اجتماعی، به شکوفایی اقتصادی جامعه نیز کمک کند.

۷. فرصت «محرومیت‌زدایی و توجه و تمرکز بر مناطق محروم و دورافتاده»، از دیگر فرصتهایی است که سازمان بسیج برای اشتغال‌زایی پایدار می‌تواند آن را مورد توجه و بهره‌برداری قرار دهد. تعریف مشاغل اقماری و پاره‌وقت با تأکید بر طبقه‌بندی مشاغل (ساده، یکنواخت، پیچیده و ...) می‌تواند در این راستا مفید واقع شود.

۸. ایجاد شغل و ورود سازمان بسیج به عرصه اشتغال‌زایی، قطعاً بدون توجه به ضعفها امکان‌پذیر نخواهد بود. بر این اساس، اولین نقطه‌ضعف شناسایی شده، «عدم وجود بانک اطلاعاتی از بسیجیان متقاضی اشتغال» است؛ چرا که بدون شناسایی و تبیین وضع موجود، رسیدن به وضع مطلوب، ممکن و میسر نخواهد بود. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود برای ورود به بحث اشتغال بسیجیان، ابتدا به طراحی بانک اطلاعاتی بسیجیان جویای شغل پرداخته شود که قطعاً در این راستا می‌توان از ظرفیت رده‌های اقشاری بسیج به صورت مناسبی بهره برد.



۹. دومین نقطه ضعف شناسایی شده در فرایند ورود سازمان بسیج به عرصه اشتغال‌زایی، «عدم شناسایی و پایش بسیجیان برای شناخت افراد کارآفرین» است. تحقیقات نشان می‌دهد که افراد کارآفرین با توجه به خلاقیت و توانمندی‌هایی که در اختیار دارند، می‌توانند زمینه ایجاد شغل و به کارگیری افراد زیادی را فراهم کنند. از این رو، پیشنهاد می‌شود با استفاده از آزمون‌ها و روش‌های موجود، به شناسایی و پایش بسیجیان کارآفرین پرداخته شود.

۱۰. همچنان که هر انسان همانی می‌شود که می‌اندیشد، یک سازمان نیز همانی می‌شود که مغز و رأس سازمان به آن می‌اندیشد و توسط کارکنان درک می‌شود. از این رو، سازمانی که به ارتقای کیفیت محصولات خود می‌اندیشد، برای تحقق آن برنامه‌ریزی می‌کند و درصدد تحقق آن برمی‌آید؛ یا سازمانی که به طراحی و تولید محصولی متمایز از رقبا می‌اندیشد، برای تحقق آن برنامه‌ریزی کرده، آن را به بازار ارائه می‌کند. در همه این موارد، بینش و تفکری (چشم‌انداز) که توسط مدیران عالی سازمان شکل می‌گیرد، به بدنه سازمان (کارکنان) منتقل شده، همسویی برای تحقق آن هدف ایجاد می‌شود. در شرایطی جز این، اهداف سازمان یا محقق نمی‌شود یا به صورت ناقص محقق می‌شود. این موضوع در خصوص ورود سازمان بسیج به بحث اشتغال‌زایی نیز کاملاً صادق است؛ تا زمانی که تفکر (دغدغه) مدیران سازمان بسیج، اشتغال نباشد؛ فرهنگ سازمان به این سمت حرکت نخواهد کرد و اقدامات انجام شده، کوتاه‌مدت و کم‌اثر خواهد بود. نبود متون علمی، اعم از کتاب، مجله، تحقیق و ... در حوزه مورد نظر در سازمان بسیج، گویای این نظر است. بر این اساس، محقق با توجه به مطالعه نسبی در حوزه اشتغال در سازمان بسیج و با تکیه بر نتایج به دست آمده از این پژوهش، معتقد است که ایجاد شغل، مستلزم ظرفیت‌سازی سازمانی است و ظرفیت‌سازی نیز مستلزم در اختیار داشتن و هماهنگی میان عوامل کلیدی، از جمله فرهنگ، ساختار و فناوری است. نبود یا ضعف هر یک از این عوامل، فرایند ایجاد شغل را با دشواری و ضعف همراه می‌کند.



۱. اقتصاد ایران (۱۳۸۹)؛ «آسیب‌شناسی معضل بیکاری در کشور»، ماهنامه اقتصاد ایران، سال سیزدهم، ش ۱۳۶، قابل دسترس در: <http://www.iraneconomics.net>
۲. اقتصاد ایران (۱۳۹۱)؛ «اقتصاد ایران در یک نگاه»، ماهنامه اقتصاد ایران، سال پانزدهم، ش ۱۶۳، قابل دسترس در: <http://www.iraneconomics.net>
۳. الوانی، سید مهدی و میرعلی سید نقوی (۱۳۸۱)؛ «سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها»، مجله مطالعات مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی، ش ۳۴-۳۳.
۴. جعفرپور، محمود (۱۳۹۰)؛ شناسایی ظرفیتهای توسعه اشتغال بسیجیان در تهران بزرگ، سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری تهران بزرگ با همکاری پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج، طرح تحقیقاتی (منتشر نشده).
۵. جعفرپور محمود و داود سلیمانی (۱۳۸۹)؛ «ارائه مدل راهبردی کارآفرینی سازمانی مبتنی بر متغیرهای محتوایی سازمان (مورد مطالعه: سازمان بسیج مستضعفین)»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال سیزدهم، ش ۴۹، ص ۱۵۵-۱۲۳.
۶. دانایی‌فرد، حسن؛ سید مهدی الوانی و عادل آذر (۱۳۸۳)؛ روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران، صفار.
۷. رابینز، استیفن پی و دیوید ای. دی‌سنزو (۱۳۸۸)؛ مبانی مدیریت، ترجمه سید محمد اعرابی، محمدعلی حمید رفیعی و بهروز اسراری ارشاد، [بی‌جا]، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چ هشتم.
۸. رحیم‌نیا، فریبرز و مسعود علیزاده (۱۳۸۸)؛ «بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون از نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد»، مجله مطالعات تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فردوسی، ش ۳۵، ص ۱۷۰-۱۴۷.
۹. سعیدی‌کیا، مهدی (۱۳۸۴)؛ اصول و مبانی کارآفرینی، تهران، کیا.
۱۰. سوری، حجت (۱۳۹۰)؛ «جایگاه ایران در دیده‌بان جهانی کارآفرینی»، نشریه بازار کار، سال دوازدهم، ش ۶۷۰، ص ۱۰.
۱۱. صالحی امیری، رضا و اسماعیل کاوسی (۱۳۸۷)؛ سرمایه اجتماعی، تهران، مجمع تشخیص مصلحت نظام و پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۱۲. صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲)؛ سازمانهای کارآفرین، تهران، مؤسسه عالی آموزش و پرورش مدیریت و برنامه‌ریزی.
۱۳. عبدالملکی، هادی (۱۳۸۹)؛ «تبیین جامعه‌شناختی راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در بسیج سازندگی با تأکید بر فرصت‌های حضور و فعالیت داوطلبانه جوانان»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال سیزدهم، ش ۴۹، ص ۱۲۱-۹۶.
۱۴. عقیلی، فریبا سادات؛ سید کمال طیبی، زهرا زمانی و نسرین ابراهیمی (۱۳۹۱)؛ «اثر کارآفرینی و توسعه بنگاههای کوچک و متوسط بر اشتغال: تجربه چند کشور منتخب در حال توسعه»، نشریه توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، ص ۱۶۴-۱۴۵.
۱۵. کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)؛ ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۶. کریمیان، محمد وزین؛ حسن خلیلی، سعید صفری و داود عابد آملی (۱۳۹۱)؛ «تأثیر اقدامات مدیریت راهبردی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی:»





شرکت سرمایه‌گذاری مهد تابان»، نشریه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، ش ۱۵، ص ۶۴-۴۵.

۱۷. «محاسبه شاخصهای فعالیتهای کارآفرینانه» (۱۳۹۱)؛ در:

<http://www.gemiran.ir/sec/gem>

۱۸. مروی، علی و سید محمدرضا سیدی (۱۳۸۹)؛ «راهبردهای بسیج در توسعه کارآفرینی»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال سیزدهم، ش ۴۹، ص ۷۶-۵۱.

۱۹. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳)؛ کارآفرینی در نهادهای مدنی، تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

۲۰. ممینی دهکردی، علی و همکاران (۱۳۹۱)؛ «تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه سازمان (مطالعه موردی: شرکت خودروسازی زامباد)»، توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، ص ۶۷-۶۶.

۲۱. نجفی، ابراهیم (۱۳۸۷)؛ تدوین سند راهبرد بسیج، تهران، پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.

۲۲. هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۴)؛ کارآفرینی، تهران، پژوهشکده امور اقتصادی.

23. Denison, D.; C. Lief & J.L. Ward (2004). "Culture in Family-Owned Enterprises: Recognizing & Leveraging Unique Strengths", *Family Business Review*, Vol.17, No.1, P.61-70.

24. Raduan C.R. & et.al. (2009). "Management, Strategic Management Theories and the Linkage with Organizational Competitive Advantage from the Resource-Based View", *European Journal of Social Sciences*, Vol.11, No.3, P.402-418.

25. Rhee, Jaehoon & et.al. (2010). "Drivers of Innovativeness and Performance for Innovative SMEs in South Korea: Mediation of Learning Orientation", *Technovation*, Vol.30, P.65-75.

26. Stel, A.; M. Caree & R. Thurik (2004). "The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth: An Analysis Using the GEM Database", *The First GEM Research Conference, Entrepreneurship, Government Policies, and Economic Growth*.

27. Thurik, T. & S. Wennekers (2004). "Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth", *Small Business and Enterprise Development*, No.11, P.140-149.