

## توسعه اشتغال و کارآفرینی و نقش بسیج

نویسندگان: دکتر ابوالقاسم عربیون<sup>۱</sup>

دکتر غلامحسین عبدالله زاده<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش نهایی: ۸۹/۹/۶

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۶/۱۵

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

### چکیده

بحران بیکاری به عنوان یک معضل، تمامی جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را به شدت متأثر می‌کند و گاهی نیز اثرات غیرقابل جبرانی بر جا می‌گذارد. تجربه ثابت کرده است که این بحران و پیامدهای اجتماعی آن نه راه‌های فوری و ایدئولوژیک و اخلاقی دارد و نه محو همه‌جانبه، یکپارچه و کوتاه‌مدت آن امکان‌پذیر است. بسیاری از کشورها یکی از راه‌های خروج از این بحران را کارآفرینی می‌دانند و به آن توجه ویژه‌ای می‌کنند. از طرفی بسیج به عنوان نهادی برخاسته از دل مردم که در همه زمینه‌ها سازماندهی شده است و با گسترشی که در بین همه اقشار جامعه و با تعهد بالایی که به آرمانهای نظام جمهوری اسلامی دارد، می‌تواند در عرصه کارآفرینی کمک شایان توجهی به اتحاد جامعه در راستای اهداف مقدس نظام جمهوری اسلامی بکند. این مقاله ابتدا به معرفی مفاهیم و مؤلفه‌های کارآفرینی پرداخته، سپس با معرفی مفاهیم بسیج با تأکید بر رهنمودهای خاص حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری، عناصر و مؤلفه‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی و توسعه کسب و کار در جامعه را تبیین می‌کند. در این زمینه، مفاهیم کارآفرینی اجتماعی و ارزشی که سازگار با آرمانهای بسیج است، بیشتر مورد تأکید قرار گرفته است. علاوه بر آن، با تفکیک رده‌های بسیج، محورهای اولویت‌دار برای ورود هر کدام از رده‌های مشخص شده، در قالب یک ماتریس ارائه شده است.

### واژگان کلیدی:

بسیج، توسعه، اشتغال، کارآفرینی.

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

۲. استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان.

## مقدمه

در عصر حاضر به دلیل پیشرفتهای علمی و فنی، بازنمایی‌های ذهنی بشر از کرهٔ خاکی، زمین به دهکدهٔ جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی، بازارهای گوناگون تولید و عرضهٔ خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر متصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت‌پذیری دانسته‌اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی، نه تنها کشورها، بلکه همهٔ نهادها و افراد باید به طور دائم قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند (مشایخ، ۱۳۸۱). برای دستیابی به این مهم، پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینی که بتوانند خود را پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می‌رسد. اما موضوع دیگری که لزوم توجه به کارآفرینی را سبب شده، معضل بیکاری است که کشورمان با آن سخت دست به گریبان است؛ به طوری که به نظر می‌رسد پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به عنوان راه‌حلهای مقتضی از طرف سیاستگذاران و مدیران اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. (بازرگان، ۱۳۷۳)

شرایط اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حلهای جدید و متفاوتی را می‌طلبد. ترکیب جمعیت جوان کشور، مشکل اشتغال جوانان تحصیل کرده، ضرورت ایجاد فرصتهای شغلی جدید و نیز روند کاهش درآمدهای نفتی از عوامل عمده‌ای هستند که باعث شده سیاستگذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد دیگری به غیر از نفت بیندیشند که آن منبع، جز فکرهای نو و خلاقیت‌های گروه کارآفرینان چیز دیگری نمی‌تواند باشد.

«کارآفرینی» فرایند خلق چیزی نو، با صرف وقت و تلاش بسیار، پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است (Histrich & Peters, 2002). بدیهی است که انگیزهٔ فعالیتهای کارآفرین، نفع شخصی است؛ ولی ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی در کشورها، منافع ملی را نیز به دنبال دارد. در هر کشوری، کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند؛ لذا باید تلاش کرد که توانایی‌های آنها بیشتر شود و مهم‌تر اینکه، ساختارهای اقتصادی اجازهٔ ابراز وجود کارآفرینان و توانایی‌های بالفعل آنان را فراهم آورند. موضوع کارآفرینی و ظهور کارآفرینان از زوایای مختلف از جمله: توسعهٔ ملی، نقش دولت در اجرای برنامه‌های توسعه، شناسایی و هدایت کارآفرینان و

عملیات کارآفرینی، دارای اهمیت است. بخشهای مختلف جامعه شامل بخشهای دولتی، خصوصی، تعاونی‌های محلی و ... بخش عمده‌ای از منابع خود را صرف ارتقای کارآفرینی و توسعه سرمایه‌گذاری‌های کوچک می‌کنند. بسیج نیز از این قاعده مستثنا نیست.

واکاوی ادبیات کارآفرینی و انطباق آن با حوزه فعالیت بسیج، به عنوان نهادی انقلابی و مردمی و مبتنی بر عضوگیری داوطلبانه، نشان‌دهنده بسترهای مناسب بهره‌گیری از فواید و دستاوردهای کارآفرینی با تأکید بر کارآفرینی محلی و روستایی و کارآفرینی اجتماعی و ارزشی است. بر این اساس، بسیج می‌تواند در طیفی از فعالیتهای زمینه‌یابی و امکان‌سنجی، حمایت فنی و انسانی و امکاناتی، ایجاد جاذبه‌های جلب نیروهای کارآفرین به سمت فعالیتهای مولد، بسترسازی محیط عملیاتی یا فرصت‌سازی فعالیت‌ی و همچنین توانمندسازی نیروی انسانی با توجه به شرایط محیطی، ماهیت عمل کار و نوع اشتغال مؤثر واقع شود.

برای تبیین مسئله و معرفی موضوع، در گام نخست، ضمن بررسی کاربردی فلسفه بسیج، تعریف کارآفرینی و انواع آن بیان شده است. سپس تطابق مبحث کارآفرینی و اشتغال با بسیج صورت پذیرفته و در نهایت، به بیان برخی راهکارها پرداخته شده است. فلسفه بسیج با هر نگرشی که مورد بحث و بررسی قرار گیرد، مؤید این نکته است که می‌بایست نوعی فرایند داوطلبانه تجمیع نیروی انسانی و امکانات، با بهره‌گیری از مدیریتی کارآمد صورت پذیرد. افراد دخیل در چنین فرایندی، به شکل توأمان در پی گسترش منافع اجتماع، تدارک خدمات عمومی اجتماعی و حمایت از کارکرد دستگاههای اجرایی و در صورت نیاز، کمک داوطلبانه در جهت پیشبرد امور اجتماعی هستند. رویه این نهاد اغلب چنین است که نقش واسطه را میان مردم و دولت بازی کند و به نوعی وظایف و کارکردهای سازمانهای غیردولتی را با تأکید بر شرایط فرهنگی و اجتماعی محیط محلی پوشش دهد. بنابر این، بسیج به عنوان سازمانی مردم‌نهاد با انجام عملیات داوطلبانه در جهت توسعه اقتصادی به عنوان یکی از نهادهای بدیل توسعه قلمداد می‌شود که می‌تواند در مواقع بحرانی به کمک دولت آمده، نقاط ضعف پدید آمده را تعدیل کند. بر اساس توضیحات ارائه شده، بسیج (با توجه به شرایط) از فرصت بیشتری برای

ایجاد اشتغال و کارآفرینی نسبت به سایر حوزه‌ها برخوردار بوده است. از آنجا که اشتغال، گام اول کارآفرینی است، لذا به شکل بالقوه، امکان بروز فعالیت کارآفرینانه در بسیج مهیا خواهد بود (هر چند کارآفرینی، معادل اشتغال و ایجاد کار نیست). این امر به ویژه در حوزه کارآفرینی ارزشی (اجتماعی یا غیر انتفاعی) که طی فرایند آن با خلق یا انجام عمل نوآورانه، عده زیادی در جامعه از منافع آن بهره‌مند می‌شوند و در حوزه فعالیت سازمانهای مردم‌نهاد است، چشمگیر است.

لذا این مقاله به بررسی نقش بسیج در توسعه اشتغال و کارآفرینی در کشور می‌پردازد و معتقد است با توجه به ماهیت داوطلبانه و مردمی بودن فعالیت بسیج و نیازمندی به حرکت در حوزه‌های کارآفرینی محلی، روستایی و اجتماعی و همچنین عدم جاذبه این گونه کارآفرینی‌ها (به ویژه کارآفرینی اجتماعی و ارزشی) برای بخش خصوصی، می‌بایست به نوعی حضور بسیج در این حیطه پر رنگ شود.

### بسیج‌شناسی مبتنی بر آرمانهای انقلاب اسلامی ایران

مفهوم فعلی بسیج که در این پژوهش مورد نظر است، مبتنی بر آرمانهای برخاسته از انقلاب اسلامی و بنیانگذار کبیر آن حضرت امام خمینی (ره) است که بسیج را نیرویی برخاسته از بطن مردمی جامعه می‌داند که بر اساس ساز و کارهای عضویت داوطلبانه، از درون خود مردم سازماندهی و هدایت می‌شود و جنبه‌های مردمی، ارزشی و انسانی، بر ابعاد نظامی آن غلبه دارد. از این رو، سایر مفاهیم و تعابیر مرتبط با بسیج، با آنچه در حال حاضر در ایران مورد نظر و در جریان است تفاوت دارد. بر همین اساس، در اساسنامه بسیج مستضعفین، آمده است:

«بسیج نهادی است تحت فرماندهی مقام معظم رهبری که هدف آن نگهداری از انقلاب اسلامی و دستاوردهای آن و جهاد در راه خدا و گسترش حاکمیت قانون خدا در جهان طبق قوانین جمهوری اسلامی ایران و تقویت کامل بنیه دفاعی از طریق همکاری با سایر نیروهای مسلح و همچنین کمک به مردم، هنگام بروز بلاها و حوادث غیر مترقبه می‌باشد». (ترابی و روحی، ۱۳۷۹، ص ۴۳)

در حال حاضر با توجه به تحوّل در ساختار، فعالیتها و مأموریتهای بسیج، ضرورت تغییر تعریف مذکور، که تنها تعریف رسمی موجود از بسیج است، احساس می‌شود (هدایتی، ۱۳۸۱، ص ۱۳). بسیج در انقلاب اسلامی ایران بیش از آنکه دارای سازمان رزمی مشخص باشد، دارای یک فرهنگ و تفکر است که شالوده اصلی آن را شکل می‌دهد. در شناخت مکتب بسیج و عناصر و مؤلفه‌های آن، دیدگاههای مختلفی مطرح شده است، اما از آنجا که بسیج یک نهاد مردمی مطیع اوامر ولی فقیه است، بهتر است بیانات حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری در این زمینه ملاک قرار گیرد. حضرت امام خمینی (ره) بسیج را یک فرهنگ که در بین مردم قرار دارد معرفی فرموده که ریشه در باورهای انقلابی، اسلامی و ملی ایران دارد. معنویت، شجاعت، ولایت، آگاهی و شناخت، دشمن‌شناسی و حریت، از شاخصهای این تفکر محسوب می‌شوند (حبی، ۱۳۸۳، ص ۳). در همین زمینه مقام معظم رهبری می‌فرماید: «مطلب اساسی این است که بسیج ما یک حرکت بی‌ریشه و سطحی و صرفاً از روی احساسات نیست، بلکه یک حرکت منطقی و عمیق اسلامی و منطبق بر نیازهای امروز دنیای اسلام و به طریق اولی جامعه اسلامی است». (همان، ص ۹۹)

در مفهوم‌شناسی بسیج مبتنی بر آرمانهای انقلاب اسلامی ایران لازم است بین دو رویکرد بسیج‌شناسی ساده و عوامانه و بسیج‌شناسی اسلامی - علمی تمایز قائل شد. بیشتر پژوهشگران این حوزه نیز بر شناخت و درک بسیج مبتنی بر اصول و مبانی اسلامی آن تأکید دارند (همان، ص ۱۲). بنابر این، بسیج را می‌توان سازمانی مردمی، فراگیر، منعطف و گسترده و تحت امر رهبری دانست که بستر سازماندهی، انسجام، آموزش و پشتیبانی همه نیروها و امکانات مردمی در مقابله با هر گونه تهدید نسبت به اهداف و منافع ملی در حوزه‌های مختلف، امنیتی، نظامی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، امدادی و جنگ نرم است.

در حال حاضر شکاف عظیم و روزافزون میان عرضه و تقاضای نیروی کار، علاوه بر پیچیده‌تر کردن معضلات اقتصادی، باعث ایجاد تعارضات اجتماعی و سیاسی در کشور شده و بحرانهایی را پیش روی نظام جمهوری اسلامی قرار داده، که تهدیدی جدی علیه امنیت ملی و توسعه کشور است. بنابر این، برای تعدیل مشکلات اقتصادی و رسیدن به

اهداف اشتغال پایدار در سند چشم‌انداز، ضروری است که همه ارکان نظام جمهوری اسلامی و اتحاد جامعه اسلامی با مد نظر قرار دادن رهنمودهای رهبری انقلاب، خود را در راه رسیدن به این امر، متعهد دانسته و از هیچ تلاش و کوششی فروگذار نکنند. بسیج نیز به عنوان یک نهاد مردمی - اسلامی که داعیه‌دار تبعیت محض از فرامین ولی فقیه جامعه اسلامی است، یکی از نهادهایی است که با توجه به فلسفه وجودی خود، گستردگی طیفهای مردمی در برگیرنده و گستردگی جغرافیایی، می‌تواند نقش بسیار مهم و حیاتی در این زمینه ایفا کند. از این رو، ورود بسیج به حوزه اقتصادی برای تعدیل معضلات مربوط به اشتغال و بیکاری، ضرورتی روزافزون دارد.

#### کارآفرینی: مفاهیم، ضرورتها و زمینه‌ها

وجود انبوهی از عوامل تولید، شامل نیروی کار، منابع طبیعی، سرمایه و نیروی متخصص در یک کشور ضرورتاً توسعه‌آفرین نیستند. پدیده توسعه نیازمند نیروهای مبتکر و کارآفرین و فضای مناسبی است که ترکیب مطلوبی از عوامل مختلف را در شرایطی معین برای نیل به هدفی خاص به وجود آورد. در این باره اعتقاد بر این است که فرد کارآفرین در فعالیتهای نوآورانه می‌تواند به عنوان نقش‌آفرین اصلی باشد؛ کسی که دارای اراده‌ای نهفته در خود است. او عزمی راسخ و نیاز به توفیق، خلاقیت، استقلال و بینشی خاص دارد. این نیازهای درونی و ویژگی‌های فرد کارآفرین است که باعث می‌شود نوعی قدرت و میل حرکت به جلو و ایجاد تغییر در دستور کار او قرار گیرد. (کلاتری و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۱۷۲)

عمل کارآفرینی اشاره به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصتها دارد. به عبارت دیگر؛ تولیدات، خدمات یا فرایندهای تولیدی جدید، اشکال سازمانی و راهبردهای جدید، بازارهای جدید برای تولیدات و دروندادهایی که پیش‌تر موجود نبودند. (Shane & Venkataraman, 2000, P.219)

دانشکده بازرگانی هاروارد (۲۰۰۲) کارآفرینی را روش مدیریت فرصتهای در حال گذر می‌داند. این رویکرد مدیریتی به کارآفرینی، مستلزم تشخیص و تعقیب مداوم

فرصتها، تجمیع و سازماندهی منابع به منظور نشان دادن فرصتهای باز و نیز ارزیابی مستمر نیازها با تغییرات مداوم شرایط است (Forster, 2006, P.28). پس فرصت کارآفرینی یک فرصت غیر قابل پیش‌بینی است؛ به مثابه فرصت اقتصادی که تاکنون ارزشگذاری نشده است. فرصتهای کارآفرینی وجود دارند؛ بدین خاطر که عوامل متفاوت، تصورات متفاوتی از ارزش نسبی منابع دارند. زمانی که منابع به مثابه درون‌دادهایی که ایجادکننده ارزش هستند درک شوند، فرصت کارآفرینی به وجود می‌آید. (Alvarez & Busenitz, 2001, P.756)

مطالعه ظرفیتهای کسب و کار، نیاز به تفاوت قائل شدن میان اعمال کارآفرینان، مدیران و سرمایه‌داران را ایجاب می‌کند؛ اگر چه در موارد متعددی شخص یکسانی ممکن است همه کارکردهای این سه گروه را انجام دهد. کارآفرینی فردی، کشف و خلق فرصتهای کسب و کار و سپس بهره‌برداری از آن فرصتها در قالب شرکتهای متوسط یا کوچک‌مقیاس است. کارآفرین در سرمایه‌گذاری اساسی برای آن شرکتهای نقش دارد؛ وی ایفاگر نقش داور و در حقیقت؛ ارائه‌دهنده ایده‌هایی برای طرحهای کسب و کار است. اما وظیفه مدیر<sup>۱</sup> در درجه اول، نظارت بر ترکیب منابع و مدیریت مؤثر دارایی‌های شرکت است. دومین وظیفه اساسی مدیریت، بالا بردن شهرت و جو اعتماد شرکت به منظور انتقال شرکت از یک نظام منازعه به نظامی مبتنی بر همکاری است. سرمایه‌دار<sup>۲</sup> نیز عهده‌دار تهیه سرمایه و دارایی‌های شرکت است. همچنین نقش یک سهامدار منفعل در سهامداری شرکتهای کوچک یا یک سرمایه‌گذار نهادی را بازی می‌کند. (Cuervo & et al, 2007, P.2)

«شومپتر»، کارآفرین را فردی خالق تغییر و پویایی می‌داند که با فشار وارده بر بازارها، آنها را به سوی عدم توازن سوق می‌دهد (Schumpeter, 1942)؛ در حالی که «نایت»، کارآفرینان را مدیران ابهام می‌داند. آنها افرادی هستند که اعمال و پیش‌بینی‌هایشان برای تغییر بازارها در شرایط ناکافی بودن اطلاعات استوار است. بعلاوه کارآفرینان نیاز به انجام کارکردهای اساسی مدیریت از قبیل رهبری و کنترل

- 
1. Individual Entrepreneurship
  2. Manager
  3. Capitalist



دارند (Knight, 1921). اما «هاول»<sup>۱</sup> (۱۹۷۲) کارآفرینان را بنیانگذاران شرکت‌های جدیدی می‌داند که نقش مهمی را در مالکیت کسب و کارها دارند و تمایل دارند کسب و کارها را به فراتر از مرزهای خوداشتغالی سوق دهند. (Forter, 2006, P.30)

بدیهی است که کارآفرین شدن، حاصل تأثیر مجموعه‌ای از عوامل است. نظریه‌های مختلفی در راستای تبیین الزامات و نیازمندی‌های توسعه اشتغال و کارآفرینی، ارائه و تکمیل شده‌اند. در این بین، عواملی مانند مشخصه‌های سرمایه انسانی (Fairlie & Meyer, 1996; Aronson, 1991; Borjas, 1986)، ویژگی‌های روان‌شناختی یا خصیصه‌های فردی (McClelland, 1961)، عدم تحرک و پویایی و نقصان بازار نیروی کار (Light & Bonacich, 1988; Bonacich & Modell, 1980; Light, 1972)، عدم توسعه شبکه‌های اجتماعی، فقدان دسترسی به منابع و امکانات خانوادگی به ویژه ارتباطات خانوادگی در زمینه کسب و کار (Yoon, 1991; Boyd, 1991; Butler & Herring, 1991; Sanders & Nee, 1995) و دسترسی نداشتن به سرمایه‌های مالی و پولی به عنوان عامل اولیه و کلیدی برای راه‌اندازی یک کسب و کار (Bates, 1992)، عوامل رانشی از قبیل نیازهایی مانند کافی نبودن درآمد خانواده، بیکاری، فقدان رضایت شغلی و انتخاب مشاغل قابل انعطاف به علت تعهدات خانوادگی که سبب ورود افراد به کسب و کار می‌شود (Orhan & Don, 2001)، در مطالعات مختلف مورد تأکید قرار گرفته‌اند. در این تحقیق، نقش یکی از مهم‌ترین سازمانهای داوطلبانه، مردمی و ارزشی در سطح جهان؛ یعنی بسیج، در توسعه کارآفرینی و اشتغال بررسی می‌شود.

#### ۱. کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی، حوزه‌ای است که از بررسی‌ها و تحقیقات کارآفرینی و سازمانهای غیر انتفاعی، داوطلبانه و مردم‌نهاد ایجاد شده است. تبیین مفهوم ساختار کارآفرینی اجتماعی در تعدادی از زمینه‌ها و حوزه‌ها که شامل بخش عمومی، سازمانهای اجتماعی، سازمانهای مردمی داوطلبانه و سازمانهای غیر انتفاعی فعال اجتماعی و خیریه‌ها می‌شود،



به درک نقش و اهمیت بسیج در توسعه کارآفرینی و اشتغال کمک می‌کند. کارآفرینی اجتماعی هر چند مانند سایر مفاهیم کارآفرینی در زمینه‌های خطرپذیری اقتصادی و بازرگانی پیشینه‌ای بس کهن دارد، اما امروزه به طور فزاینده‌ای در زمینه حل مسایل اجتماعی به کار می‌آید. (Emerson & Twersky, 1996; Thake & Zadek, 1997)

به هر جهت، حل مسائل اجتماعی، مانند کاهش مستمر بهداشت عمومی و مشکلات فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و آموزشی ناشی از فقر درازمدت، تغییرات بنیادی را در نظامهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی که موجبات ثبات دولتها را فراهم آورده، ضروری می‌کند. به طور کلی، کارآفرینان اجتماعی را شایسته و دارای قابلیت برای تحلیلگری، آینده‌نگری، همدلی، ایجاد شور و شوق، طرفداری، میانجی‌گری و توانمندسازی در مسائل و نیازهای اجتماعی دانسته‌اند (Leadbeater, 2002). از جمله تفاوت‌های کارآفرینی اجتماعی با کارآفرینی اقتصادی این است که ثروت، تنها یکی از اهداف کارآفرینان اجتماعی است. ثروت از نظر ایشان، وسیله‌ای برای ایجاد ارزش اجتماعی است.

کارآفرینی اجتماعی فرایندی است که در جریان آن، افراد و گروهها و بخشهای اجتماعی به طور داوطلبانه کار می‌کنند تا از دارایی‌های اجتماعی که بدون استفاده مانده، ارزش آفرینی کنند و فرصتهای ناشی از آنها را تشخیص دهند. آنان در اجتماعات افراد گرد هم می‌آیند تا از طریق همکاری و همیاری دو جانبه، مسائل اجتماعی را حل کرده، با ایجاد سرمایه اجتماعی بر پایه اعتماد و استفاده از آن، ظرفیتی با دوام را برای پرداختن به موضوعات تدارک ببینند. (Catford, 1997)

همان طور که گفته شد، یکی از موضوعاتی که امروزه ضرورت پرداختن به آن در صدر اولویتهای برنامه‌های دولت قرار گرفته، گسترش فرصتهای شغلی و مدیریت بحران بیکاری است. بدیهی است توان و ظرفیت بخش دولتی برای بهبود وضعیت اشتغال و تعدیل بیکاری محدود است؛ بنابراین، با در نظر گرفتن معیارهایی مانند توسعه مستمر منابع انسانی، توانمندسازی مردم و توانمندی بسیج در این حوزه می‌توان شرایطی را فراهم کرد که نیروی داوطلبانه بسیج، انجام بخشی از وظایف دولت را برای آموزش نیروی انسانی در جستجوی کار و بهبود توانمندی آنها برای احراز فرصتهای شغلی بر عهده بگیرد.

## ۲. کارآفرینی ارزشی

یک جنبه از کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی ارزشی است که می‌توان آن را تولید و خلق ارزشی دانست که منجر به سود و ثروت شود و از مازاد آن، فرد بتواند در جهت کسب توشه و ذخیره آخرت خود گام بردارد. در تعریفی دیگر؛ کارآفرینی ارزشی به عنوان زیرمجموعه کارآفرینی اجتماعی این‌گونه تبیین شده است: نوع دیگری از کارآفرینی اجتماعی، ایجاد درآمد به سبک حرفه‌ای در حوزه اقتصادی و به نحوی توزیع، صرف، هزینه کردن و انفاق آن در حوزه فعالیت‌های اجتماعی است که نوعاً با انگیزه‌ای مذهبی، ایدئولوژیک و انسان‌دوستانه انجام می‌شود و با تعبیر کارآفرینی ارزشی نیز می‌توان از آن یاد کرد. (Gergory, 1989)

در این حوزه، بنگاه‌های خیریه و افراد خیر فعال در حوزه‌های مختلف اجتماعی مانند مدرسه‌سازی، مسجدسازی، پرداخت دیه، تأمین جهیزیه و ...، همه‌ساله با کسب درآمد در حوزه اقتصادی و صرف آن در حوزه اجتماعی، خدمات مؤثری را در جامعه انجام می‌دهند. برخی اصول کارآفرینی ارزشی به شرح ذیل است:

- کارآفرین ارزشی بر مبنای تفکرات ارزشی - اخلاقی به این نکته اعتقاد دارد که درآمد مشروع در فضای رقابتی سالم و قابل رقابت برای همه، منجر به شایسته‌سالاری می‌شود و ثروت، انگیزه اصلی او نیست. او با اعتقاد و باور کامل، درآمد مشروع خود و بنگاه خود را برای پر کردن شکاف‌های اجتماعی صرف می‌کند.
- کارآفرین ارزشی در بستر خانواده‌ای دوران رشد و پرورش خود را طی کرده است که انفاق و دستگیری از ایتمام و مساکین، در رأس باورهای عملی او قرار دارند.
- کارآفرین ارزشی در توزیع درآمد، تنها به منافع خود نمی‌اندیشد، بلکه منافع کارکنان و سازمان را نیز در نظر می‌گیرد.
- کارآفرین ارزشی برای بنگاه اقتصادی خود، چشم‌انداز روشن و شفاف دارد و برای رسیدن به اهداف خود، با سختکوشی، استقامت و ایثار، تلاش می‌کند.

## نقش بسیج در کارآفرینی

تهدید جامعه گاهی به صورت نظامی، گاهی فرهنگی و گاهی اقتصادی است. بنابر این، بسیج نیز باید با توجه به نوع تهدیدی که جامعه را در معرض خطر قرار داده، موضعگیری و دفاع کند. مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «در دوران جنگ، بسیج مال جنگ است؛ در دوران پشتیبانی، مال پشتیبانی است؛ در دوران علم، مال تحصیل و تدریس و در دوران سازندگی، مال سازندگی است» (فرهادی، ۱۳۷۶، ص ۳۴). بنابر این، همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد، تهدیدی که امروزه می‌تواند جامعه اسلامی را با چالش‌های عظیمی روبه‌رو کند، شکاف گسترده در بین عرضه و تقاضای نیروی کار است که قابلیت ایجاد تعارضات اجتماعی و سیاسی در سطح کشور را دارد. در این حوزه، بسیج به عنوان محکم‌ترین و مردمی‌ترین نهاد دفاع از نظام اسلامی، باید ضمن شناسایی نقاط ضعف ایجاد شده در حوزه اشتغال و بیکاری، خود را برای تعدیل آن آماده کند.

مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «بسیج یعنی حضور بهترین، با نشاط‌ترین و با ایمان‌ترین نیروی عظیم ملت در میدان‌هایی که برای منافع ملی، برای اهداف والا، کشورشان به آنها نیاز دارد» (بختاری، ۱۳۸۳، ص ۹) و نیاز امروز در چارچوب منافع توسعه بلندمدت کشور و اهداف والای نظام اسلامی، ضرورت پرداختن به مباحث اشتغال، رفع بیکاری و توسعه کارآفرینی در بین آحاد جامعه است.

نقاط قوت، ظرفیتها و قابلیت‌های بسیج که می‌توانند برای توسعه اشتغال و کارآفرینی

مؤثر باشند، عبارتند از:

- مردمی و داوطلبانه بودن؛
- نداشتن انگیزه اقتصادی و مالی در بین اعضا؛
- نداشتن وابستگی حزبی و جناحی از لحاظ سیاسی؛
- دارای توان بسیج گسترده نیروی انسانی برای انجام امور داوطلبانه؛
- جهت‌گیری آن به سمت افراد نیازمند و حاشیه‌ای؛
- فعالیت در جهت بهبود آگاهی اجتماعی؛
- شرکت داوطلبانه در فعالیتهای عام‌المنفعه اجتماعی؛
- جلب حداکثری مشارکت مردم در فعالیتهای اجتماعی؛

- برخورداری از انعطاف‌پذیری خاص برای نوآوری و انطباق محلی؛
  - توانایی کار در حوزه‌های مختلف و با افراد مختلف.
  - از نظر «براون» و «کورتن» سازمانهای مردم‌نهاد دارای مزایایی به شرح ذیل می‌باشند:
  - ارزشهای مشترک انسانی، اجتماعی و اخروی در بین اعضا وجود دارد؛
  - ساختار آنها کمتر دیوان‌سالارانه بوده و شیوه‌های رهبری آنها مشارکتی است؛
  - اعضا از انگیزه قوی برخوردار بوده و زمینه مناسب برای ابتکار و کارآفرینی آنها فراهم است؛
  - در خدمات‌رسانی مطلوب به گروههای محروم و فقرا، موفق‌تر عمل می‌کنند؛
  - حضور در نقاط دورافتاده‌ای که بخش خصوصی تمایلی به حضور در آنجا ندارد؛
  - ریشه‌یابی مسائل فقرا، محرومان و مستضعفان و پیگیری برای حل آنها در راستای اشتغال پایدار؛
  - برخورداری از وجهه اجتماعی و مردمی به دلیل امکان دسترسی به اقشار گوناگون؛
  - به کارگیری راهبردهای مشارکتی در انجام امور عام‌المنفعه و اجتماعی؛
  - نداشتن روندهای پیچیده اداری و خطوط صف - ستاد طولیل و اغلب ناکارآمد.
- در این زمینه بسیج به عنوان نهادی مردمی و داوطلبانه که باید در همه صحنه‌های جامعه اسلامی حضور داشته باشد، با توجه به ویژگی‌های برشمرده شده، از طریق به کارگیری ساز و کارهای هماهنگی و اجرایی مطلوب می‌تواند به ویژه در تسهیل و تسریع ایجاد مشاغل کوچک‌مقیاس از طریق آموزش و کمک به راه‌اندازی بنگاهها مؤثر واقع شود.
- با نگاهی به سازمان بسیج، می‌توان گفت علاوه بر پایگاههای بسیج محلات، بسیج برای اقشار ذیل نیز سازماندهی شده است: ۱. بسیج دانش‌آموزی؛ ۲. بسیج دانشجویی؛ ۳. بسیج کارمندی؛ ۴. بسیج کارگری؛ ۵. بسیج پزشکان؛ ۶. بسیج روحانیون و طلاب؛

۷. بسیج هنرمندان؛ ۸. بسیج ورزشکاران؛ ۹. بسیج اساتید؛ ۱۰. بسیج مهندسين؛ ۱۱. بسیج اصناف. (خانی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۰)

بنابر این، بسیج طیفهای بسیار گسترده‌ای را با توانمندی‌های مختلف در بر گرفته است؛ از توده‌های عمومی مردمی تا گروههای تخصصی. علاوه بر توانمندی ایجاد شده از حضور توده‌های مردمی که سطح تحصیلات عالی ندارند، نمی‌توان از ظرفیتهای بالقوه گروههای تخصصی چشم‌پوشی کرد.

بسیج در همه عرصه‌های تولید و گسترش علم و فناوری همچون: مدارس، دانشگاهها، حوزه‌های علمیه، آزمایشگاهها و بیمارستانها و رسانه‌ها، حضور دارد و این نخستین مزیت و توان بالقوه بسیج در امر ایجاد توانمندی نیروی انسانی مبتنی بر رویکردهای داوطلبانه است. علاوه بر این، بسیج می‌تواند فعالیتهای گسترده‌تری در جذب نیروهای متخصص، کارآفرین و توانمند در کنار تعهد آنها در این مجامع داشته باشد. بسیج باید بتواند با فراهم کردن محیطی آماده، ضمن جذب اطمینان برای کارآفرینان و متخصصان حوزه‌های مختلف، امکانات و شرایطی را که آنها برای کارآفرینی و استفاده از فرصتهای اشتغال نیاز دارند، مهیا کند. لذا علاوه بر تلاش آحاد بسیجیان در این عرصه، سازمانهای تخصصی بسیج نیز با تشکیل خوشه‌ها و پارکهای کارآفرینی و نوآوری و ایجاد هسته‌های پژوهشی برای دانش‌آموزان و دانشجویان و طلاب و معلمان و اساتید و ... و تشویق و حمایت از آنان، می‌توانند زمینه تلاش مؤثر بسیجیان را در کارآفرینی و اشتغال فراهم کند.

در راهبردهای اخیر توسعه، سه عنصر مهم و اساسی مطرح شده است که همگی به عنوان نقاط قوت و توانمندی بسیج مطرح هستند. این عناصر عبارتند از: «توسعه تشکلهای بسیج منابع انسانی»، «آموزش مستمر و پایدار» و «پرداختن به عوامل و عناصر تولیدمدار» مانند دانش، تکنولوژی، مهارت و نهاد. عنصر اول، جزء ساختاری و ویژگی اصلی بسیج است که با توسعه و سازماندهی تشکلهای بخشهای برشمرده شده، حاصل شده است. عنصر دوم نیز به عنوان همراه و ملازم در همه تشکلهای بسیج وجود دارد. اما به نظر می‌رسد پرداختن به عنصر سوم است که نقش بسیج و توانمندی‌های آن را در حوزه کارآفرینی تکمیل خواهد کرد.

در ادامه برای اثبات ادعای نقش بسیج در توسعه کارآفرینی و اشتغال، می‌توان به نقشهایی که به صورت تخصصی توسط تشکلهای بسیج در این حوزه می‌تواند ایفاد شود، اشاره کرد. برای درک بهتر این ظرفیتهای، نقشهای علمی و تخصصی بسیج در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: نقش بسیج در توسعه کارآفرینی به تفکیک رده‌های تخصصی بسیج

محورهای اولویت‌دار فعالیت بسیج در عرصه‌های کارآفرینی											محورهای فعالیت
بسیج اصناف	بسیج مهندسين	بسیج اساتيد	بسیج ورزشكاران	بسیج هنرمندان	بسیج روحانيون و طلاب	بسیج پزشكان	بسیج كارگري	بسیج كارمندی	بسیج دانشجویی	بسیج دانش آموزی	
									+	+	شناخت و تقویت انگیزه‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه، رشد و توسعه سرمایه انسانی.
+	+	+					+				حمایت از شبکه‌سازی و فراهم کردن امکانات و زمینه لازم در برخورداری کارآفرینان از مشاوران متخصص، مشاوره مؤسسه‌ها و انجمنهای تخصصی، تجاری و صنفی.
					+	+					توسعه دانش مذهبی در بین کارآفرینان به منظور تحقیق و تفحص درباره دستورات و نگرش مذهب به کسب و کارهای اسلامی.
				+	+	+					تهیه فیلم و کتاب از زندگینامه کارآفرینان برتر به منظور تشویق و ترغیب افراد به کارآفرینی، برگزاری سمینار و جشنواره کارآفرینان در سطح ملی و اهدای جایزه به کارآفرینان برتر.
	+	++				+					تدوین خط‌مشی‌ها، راهبردها و ساز و کارهای مناسب و پیشنهاد به دولت برای ترویج و توسعه کسب و کارهای مستقل و خوداشتغال و رفع موانع کارآفرینی.
+	+		+	+	+	+			+		فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش جامعه نسبت به فعالیت در کسب و کارهای کوچک و زودبازده.
+	+	+									بهبود مهارت‌های فنی و حرفه‌ای در بین افراد جامعه برای احراز کسب و کارهای کارآفرینانه و توسعه تجارب عملی.
+	+	+					+				مشارکت در راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا برای کمک به استقرار کسب و کارها.
		++			+	+					تشویق و ترغیب انگیزه‌ها و اهداف مثبت بین کارآفرینان و ویژگی‌های شخصیتی مؤثر در شروع فعالیتهای کارآفرینانه.

محورهای اولویت دار فعالیت بسیج در عرصه‌های کارآفرینی										محورهای فعالیت	
بسیج اصناف	بسیج مهندسين	بسیج اساتيد	بسیج ورزشكاران	بسیج هنرمندان	بسیج روحانيون و طلاب	بسیج پزشكان	بسیج كارگري	بسیج كارمندی	بسیج دانشجويی		بسیج دانش آموزی
+	+	+			+	+	+				تقویت اعتماد به نفس و خودباوری در بین افراد جامعه برای شروع کسب و کارهای نوپا.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	فراهم کردن زمینه‌ها و فرصت‌های مناسب به منظور ارایه ایده‌های خلاق و شکوفایی استعدادها و توانایی‌های افراد.
	+	+									ایجاد بانک اطلاعاتی از ایده‌های خلاق افراد به منظور شناسایی و حمایت از آنان در عملی کردن ایده‌ها.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	شناسایی و معرفی فرصت‌های کارآفرینی به افراد متقاضی فعالیت‌های کارآفرینانه.
		+									ایجاد مراکز رشد برای حمایت در تبدیل ایده به محصول و خدمات و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه.
	+	+							+		ارائه مشاوره‌های فنی برای تسریع در پذیرش نوآوری‌های بهبود دهنده عملکرد و کارایی.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	برقراری ارتباط نزدیک و صمیمانه بین سازمان‌های تجاری سرمایه‌گذاری و حمایت‌کننده و کارآفرینان و صاحبان ایده.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	کمک به از بین بردن واسطه‌گری در توزیع و بازاریابی محصولات تولیدی صاحبان کسب و کارهای کوچک.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	تقاضای همکاری بر اساس نیازهای افراد جامعه، صاحبان ایده و کارآفرینان به اقدامات خاص و فوری.
	+	+							+	+	تأمین نیازهای فنی و آموزشی اعضا، سازمانها و گروه‌های کارآفرینانه، صاحبان ایده و افراد متقاضی شغل.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	شرکت اعضای بسیج، کارآفرینان و صاحبان ایده و سرمایه به طور مشترک در کارگاه‌های آموزشی برای تبادل نظر و تجربیات و آشنایی با روش‌های عملیاتی توسعه کسب و کار.
	+	+								+	ارایه طرح‌های نوآورانه برای سودآور کردن فعالیت‌های موجود کارآفرینان.
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	تلاش برای کم کردن فاصله دسترسی به خدمات تکمیلی شروع کسب و کار در بین افراد و کارآفرینان مختلف.





چیزی نیست جز سربلندی مهین اسلامی در تمامی عرصه‌های اقتصادی، امنیتی، سیاسی و اجتماعی.

این پژوهش با شناسایی قابلیت‌های بسیج و توان زیاد در سازماندهی تشکلهای مختلف و قشرهای گوناگون جامعه، با شناخت برخی نیازمندی‌ها و الزامات اشتغال، محورهای مهم و اولویت‌دار را به تفکیک هر کدام از سازمانهای تخصصی بسیج مشخص کرده است. به طور خلاصه برخی از مهم‌ترین حوزه‌ها که همه رده‌های بسیج توان مشارکت و فعالیت در آن را دارند عبارتند از:

۱. تواناسازی افراد از طریق ارائه آموزشهای فنی و تخصصی و هدایت انگیزه‌های آنان؛
۲. ایجاد فضا و فرصتهای کارآفرینی و خوداشتغالی جدید؛
۳. الگوسازی و معرفی مشاغل جدید و سودآور به جامعه؛
۴. حمایت از مالکیت معنوی و فکری ایده‌های کارآفرینانه؛
۵. استفاده از ظرفیتهای و قابلیت‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات در توسعه کارآفرینی، اشتغال و کسب و کار؛
۶. کمک در جهت کم کردن فاصله دسترسی به خدمات تکمیلی شروع کسب و کار در بین افراد و کارآفرینان مختلف؛
۷. برقراری ارتباط نزدیک و صمیمانه بین سازمانهای تجاری سرمایه‌گذاری و حمایت‌کننده با کارآفرینان و صاحبان ایده؛
۸. کمک به از بین بردن واسطه‌گری در توزیع و بازاریابی محصولات تولیدی صاحبان کسب و کارهای کوچک؛
۹. تقاضای همکاری بر اساس نیازهای افراد جامعه، صاحبان ایده و کارآفرینان به اقدامات خاص و فوری؛
۱۰. شرکت اعضای بسیج، کارآفرینان و صاحبان ایده و سرمایه به طور مشترک در کارگاههای آموزشی برای تبادل نظر و تجربیات و آشنایی با روشهای عملیاتی توسعه کسب و کار؛
۱۱. فراهم کردن زمینه‌ها و فرصتهای مناسب به منظور ارائه ایده‌های خلاق و شکوفایی استعدادها و توانایی‌های افراد؛
۱۲. شناسایی و معرفی فرصتهای کارآفرینی به افراد متقاضی فعالیتهای کارآفرینانه.

## منابع

۱. بازرگان، عباس (۱۳۷۳)؛ «آموزش برای کارآفرینی در بخش غیر متشکل»، دانش مدیریت، ش ۲۵.
۲. بختیاری، حسن (۱۳۸۳)؛ آشنایی با بسیج؛ ویژه مقطع دانش آموزی، تهران، معاونت آموزش نیروی مقاومت بسیج - مدیریت و پژوهش.
۳. ترابی، سید مصطفی و نبی‌الله روحی (۱۳۷۹)؛ بسیج در پرتو قانون، تهران، سازمان تحقیقات و خودکفایی نمسا.
۴. حبیبی، محمدباقر (۱۳۸۳)؛ شاخصهای فرهنگ و تفکر بسیج، تهران، سازمان تحقیقات و مطالعات بسیج.
۵. خانی، مهدی (۱۳۸۲)؛ اندیشه‌های نوین پیرامون بسیج انقلابی، تهران، سازمان بسیج دانشجویی.
۶. فرهادی، محمد (۱۳۷۶)؛ بسیج مستضعفان در اندیشه‌های مقام معظم رهبری، تهران، معاونت طرح و برنامه نیروی مقاومت بسیج.
۷. کلاتری، صمد؛ رسول ربانی و جعفر هزارجریبی (۱۳۸۳)؛ «بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات»، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۳، ص ۱۸۹-۱۷۱.
۸. مشایخ، ف. (۱۳۸۱)؛ دیدگاههای نو در برنامه‌ریزی درسی، تهران، سمت، چ سوم.
۹. هدایتی، احمدرضا (۱۳۸۱)؛ یادگار ماندگار، تهران، سازمان تحقیقات بسیج.
10. Alvarez, S.A. & L.W. Busenitz (2001). "The Entrepreneurship of Resource-Based Theory", *Journal of Management*, NO.27, P.755-775.
11. Aronson, R. (1991). *Self-Employment, a Labor Market Approach*, ILR Press, Ithaca.
12. Bates, T. (1992). *Banking on Black Enterprise: The Potential of Emerging Firms for Revitalizing Urban Economies*, Joint Center for Political and Economic Studies, Washington D.C.
13. Bonacich, E. & J. Modell (1980). *The Economic Basis of Ethnic Solidarity in the Japanese American Society*, University of California Press, Berkeley.

14. Borjas, G. (1986). "The Self-Employment Experience of Immigrants", *Journal of Human Resources*, NO.21, P.485–506.
15. Boyd, R. (1991). "A Contextual Analysis of Black Self-Employment in large Metropolitan Areas, 1970–1980", *Social Forces*, NO.70, P.409–429.
16. Butler, J. & C. Herring (1991). "Ethnicity and Entrepreneurship in America: Toward an Explanation of Racial and Ethnic Group Variations in Self-Employment", *Sociological Perspectives*, NO.34, P.79–94.
17. Catford, J. (1997). "Developing Leadership for Health: our Biggest Blind Spot", *Health Promotion International*, Vol.12, P.1-4.
18. Cuervo, L.A., Smith, R., and Howell, k. (2007). **Manager Enteepreneurs in organization**. *Journal of Private Enterprise*8, No. 3: 20-35.
19. Emerson, J. & Twersky F. (1996). **New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and lessons of non-Profit Enterprise Creation**, San Francisco, The Roberts Foundation.
20. Fairlie, R. & B. Meyer (1996). "Ethnic and Racial Self-Employment Differences and Possible Explanations", *Journal of Human Resources*, NO.31 (4), P.757–93.
21. Forter, L. Marian (2006). **Entrepreneurs and Their Social Network: Motivations, Expectation and Outcomes**, the George Washington University, Phd Dissertation.
22. Gergory D.J. (1998). "Enterprising Non-Profits: What do you do when Traditional Sources of Funding Fall Short?", *HBR*, January/February, P.555- 567
23. Histrich, R.D. & M.P. Peters (2002). **Entrepreneurship**, Fifth Edition, McGraw-Hill, Toronto.
24. Knight, Frank H. (1921). **Risk, Uncertainty, and Profit**. Boston, MA: Hart, Schaffner&Marx; Houghton Mifflin co.
25. Leadbeater, C. (2002). "Social & Civic Entrepreneurship": <http://www.can online.org.uk>.
26. Light, I. & E. Bonacich (1988). **Immigrant Entrepreneurs, Koreans in Los-Angeles. 1965–1982**, University of California Press, Berkeley, Los Angeles.
27. Light, I. (1972). **Ethnic Enterprise in America**, Berkeley, Los-Angeles, London: University of California Press.

28. McClelland, D.C. (1961). **The Achieving Society**, Princeton, NJ; Vad Norstand.
29. Orhan, M. & S. Don (2001). "Why Women Enter in to **Entrepreneurship an Explanatory Model**", *Women in Management Review*, Vol.16, P.232-247.
30. Sanders, J. & V. Nee (1995). "Immigrant Self-Employment: **the Family as Social Capital and the Value of Human Capital**", *American Sociological Review*, NO.61, P.231-249.
31. Schumpeter, Joseph A. (1942) **Capitalism, Socialism and Democracy**. New York: Taylor & Francis
32. Shane, S.A. & S. Venkataraman (2000). **The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research**, Academy of Management.
33. Thake, S. & S. Zadek (1997). **Practical People, Noble Causes**, London, New Economics Foundation.
34. Yoon, I.J. (1991). "The Changing Significance of **Ethnic and Class Resources in Immigrant Businesses: The Case of Korean Immigrant Businesses in Chicago**", *International Migration Review*, NO.25, P.303-332.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی