

الله

فهرست مطالب

۱.....	مقدمه
۳.....	تشکیل کارگروه کارآفرینی
۴.....	تسلط بر مبانی کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی
۷.....	آشنایی با وضعیت کنونی کشور
۱۱.....	فرایند توسعه کارآفرینی روستایی
۱۴.....	پایش و شناسایی
۱۵.....	تحلیل و طراحی
۱۸.....	بستر سازی فرهنگی
۲۱.....	ترویج و تقویت کسب و کار
۲۵.....	تسهیل راه اندازی کسب و کار

مقدمه

اقتصاد مقاومتی، واژه‌ای که در سالهای اخیر، با اشارات و بیانات رهبر انقلاب به گفتمان اصلی کشور بدل شده است، موضوعی که ریشه در تاریخ اسلامی و ایرانی این مردم دارد و امروز ایشان با فراخوان تمامی ظرفیت‌های دولتی و مردمی درصدد احیای دوباره آن برآمده اند. پیش از بیان واژه اقتصادمقاومتی، ایشان از وجود جنگ اقتصادی برضد کشور خبر داده بودند و در واکنش به این جنگ نابرابر، راهبرد اقتصادمقاومتی را جهت تقویت ساخت درونی نظام و آمادگی جهت ایستادگی در برابر خدعه‌های دشمن و ادامه مسیر سراسر نور آرمانهای انقلاب، برگزیدند.

باوجود این راه‌بری مدبرانه که در لحظه مناسب، مسیر صحیح را نشان می‌دهد، متاسفانه شاهد به دست آمدن توفیقاتی درخور و قابل اعتنا در اجرایی شدن اقتصاد مقاومتی در کشور نیستیم. موضوعی که می‌توان ریشه‌های آن را در بخش‌های فرهنگی، سیاسی، ساختاری و نهادی و... جستجو نمود. موضوع قابل توجه، بیان کلیدواژه «تقویت مجموعه‌های خودجوش مردمی» از سوی رهبرانقلاب در سالهای اخیر است که نشان از اهمیت این مجموعه‌ها در عملیاتی نمودن راهبردهای اساسی نظام دارد. در این خصوص به قاطعیت می‌توان گفت که اقتصاد مقاومتی راهبرد تقویت ساخت درونی و حفظ انقلاب اسلامی است و یکی از متولیان تحقق این راهبرد، مجموعه‌های خودجوش مردمی است که باید جهت استفاده از تمام ظرفیت‌های آنان تلاش‌های لازم صورت گیرد و بجای تکرار منویات رهبر انقلاب توسط مسئولین، راهبردها و راهکارهای عملیاتی و اجرایی در گام اول شناسایی و سپس زمینه ورود این گروه‌ها و نقش آفرینی در آنها محیا شود.



گروههای جهادی به عنوان مصداق بارز «مجموعه‌های خودجوش مردمی» سالهاست که وظیفه خود را خدمت به محرومین و مستضعفین در اقصی نقاط کشور علی‌الخصوص مناطق روستایی تعریف نموده اند، مناطقی که حجم بسیاری از منابع انسانی و محیطی کشور در آن قرار گرفته و صاحب نظران آن را مبدا توسعه و پیشرفت اقتصاد یک کشور نام نهاده اند. ایجاد و تقویت کسب و کارهای روستایی از جمله فعالیت‌های اثرگذار در اقتصاد کلان کشور و در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی است که نیاز است گروههای جهادی بیش از پیش به آن همت بگمارند و نقش اثرگذاری در توسعه و پیشرفت مناطق روستایی ایفا نمایند. در همین خصوص هسته توانمندسازی حرکت‌های جهادی جهت پشتیبانی از گروههای جهادی سراسر کشور، در نظر دارد بسته اجرایی اقتصاد مقاومتی را با تاکید بر توسعه کارآفرینی روستایی تولید نماید که در آن به گام های اجرایی این موضوع پرداخته شده و پیوست های مورد نیاز آن معرفی گردیده است.

به طور خلاصه می توان گفت ورود گروههای جهادی به عرصه اجرایی اقتصاد مقاومتی و ایجاد و تقویت کسب و کارهای روستایی، نیازمند طی مراحل از جمله تسلط بر مبانی اقتصاد مقاومتی و آشنایی با شرایط کنونی کشور، تسلط بر فرایند کارآفرینی روستایی و بخش های مرتبط با آن اعم از شناسایی محیطی و انسانی، تحلیل و طراحی کسب و کارها، بسترسازی فرهنگی، ترویج کسب و کار و همچنین انجام فرایند راه اندازی و پشتیبانی است. در همین خصوص در این جزوه، مجموعه اطلاعات مورد نیاز و همچنین اقدامات لازم الاجرا توسط گروه جهادی جهت نقش آفرینی مثبت در توسعه کارآفرینی روستایی بیان می گردد.



تشکیل کارگروه کارآفرینی

سالهاست که در کشور شاهد حرکت دولتها جهت فائق آمدن بر مشکلات اقتصادی جامعه از جمله ایجاد اشتغال و کاهش آمار بیکاری و افزایش میزان تولید داخل و افزایش بهره وری آن هستیم. اما با تمام تلاشهای صورت گرفته نمی توان گفت که دستاوردهای مطلوبی در این مسیر حاصل شده است. در بررسی های صورت گرفته می توان به نتیجه رسید که منابع مالی جهت توسعه این مناطق موجود بوده و هزینه شده است و همچنین مراکز تولید دانش نیز به فعالیت در این خصوص پرداخته اند، ازسوی دیگر اهالی و ساکنین این مناطق خود به دنبال توسعه مناطقشان بوده اند و برای آن تلاش کرده اند. سوال اینجاست که چرا با تمام این تلاشها و صرف این منابع، نمی توان به دستاوردی درخور توجه در حوزه توسعه روستایی و کاهش مشکلات اقتصادی مناطق اشاره نمود؟

برنامه ریزی بخشی^۱، بودجه ریزی متمرکز، عدم استفاده از ظرفیت های بومی مناطق، عدم ایجاد تحرک و انگیزه در بین اهالی و.. مشکلاتی است که نظام توسعه روستایی در کشور دچار آن است. مشکلاتی که با افزایش منابع مالی و یا افزایش تعداد اندیشکده و پژوهشکده قابل حل نیست. توسعه مناطق روستایی نیازمند برنامه ریزی منطقه ای بجای برنامه ریزی بخشی است و این امر محقق نمی شود مگر با حضور و دخیل شدن گروههای تسهیلگر و توسعه مدار که در دنیا به فرشتگان کسب و کار شهرت دارند. گروههایی که با ورود خود به مناطق به شناسایی مشکلات

^۱ برنامه ریزی بخشی عبارتست از فرآیند تصمیم گیری و پیش بینی فعالیت های هماهنگ در یک بخش اقتصادی، اجتماعی و زیربنایی در چارچوب استراتژی توسعه ملی و هدف های پیش بینی شده مانند بخش های تولید (صنعت، کشاورزی و ...)، بخش های اجتماعی (آموزش و پرورش، بهداشت و ...) و بخش هایی زیربنایی (مخابرات، راه و ترابری و ...)

و آسیب های آن پرداخته و با استفاده از منابع موجود در بخش های مختلف دولتی و مردمی و با ایجاد تحرک در جامعه هدف، به رفع مشکلات مناطق اقدام می نمایند. گروههای جهادی در صورت استمرار و تمرکز بر یک منطقه و با تشکیل کارگروه تخصصی و با انگیزه و از طریق برقراری ارتباط سازنده با اهالی و مسئولین می توانند این خلا مهم در اقتصاد کشور که توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و رفع موانع به آن وابسته است را پر نمایند.

لذا در گام اول نیاز است تا گروههای جهادی به تشکیل کارگروه جهاد اقتصادی به عنوان یکی از ارکان اصلی گروه اقدام نمایند. این کارگروه که می تواند متشکل از جمعی از جهادگران، اساتید و همچنین فعالین روستایی باشد، نیاز دارد تا جهت فعالیت بهینه و درست نسبت به مبانی اقتصاد مقاومتی، وضعیت کنونی کشور و همچنین فرایند توسعه کارآفرینی روستایی توجیه بوده و تسلط کافی داشته باشد.

تسلط بر مبانی کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی

تمامی اعمال و فعالیت های افراد به نوعی با دانش اقتصاد مرتبط است. آگاهی اقتصادی، برخورد علمی را با فعالیت های اقتصادی در زندگی شخصی و اجتماعی به همراه دارد و بازدهی و بهره‌وری فردی و سازمانی را ارتقا می‌دهد که این موضوع در خصوص اقتصاد مقاومتی که موضوعی نوپنیا است ضرورت دوجندان دارد. دانش اقتصاد مقاومتی برای تک تک آحاد جامعه لازم است و نیاز است تا همه به آن آگاه باشند ولی بیش از همه، نیاز است تا افرادی که قرار است به عنوان پیش‌قراول و جهادگر در اجرایی نمودن اقتصاد مقاومتی وارد شوند، از دانش کافی و متقن در این خصوص برخوردار بوده و به ابعاد و ظرایف آن آگاه باشند.



در بسته نقش آفرینی گروههای جهادی در فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی، به این موضوع به صورت مفصل پرداخته شده است و منابع قابل استفاده در خصوص افزایش دانش و تسلط بر ابعاد اقتصاد مقاومتی جهت استفاده جهادگران معرفی گردیده. در اینجا نیز به تعدادی از این موارد اشاره خواهیم کرد.

- اصلی‌ترین و ابتدایی‌ترین منبع جهت تسلط بر اقتصاد مقاومتی **مجموعه بیانات رهبری** در خصوص اقتصاد مقاومتی و تبیین آن است که در مقاطع متفاوت به اهمیت، ضرورت، ابعاد، راهبردها و راهکارهای اجرای آن پرداخته اند، همچنین جزوه **اقتصاد مقاومتی در کلام رهبری** نیز می‌تواند در این خصوص بسیار مفید فایده باشد. مجموعه سخنرانی دکتر عادل پیغامی با موضوع **اقتصاد مقاومتی در اندیشه رهبری** و چهار جلسه سخنرانی ایشان در خصوص **اقتصاد مقاومتی**، در افزایش دانش و آشنایی با مبانی و راهکارها و سیاست‌های اجرای آن می‌تواند مفید باشد.

- یکی از نیازهای اساسی جهت ورود سنجیده به عرصه اقتصاد مقاومتی و اصلاح ساختار کنونی، وجود یک دید کامل و جامع نسبت به عملکرد بخش رسمی اقتصاد در طی سالهای گذشته و آسیب‌شناسی آن می‌باشد. در همین خصوص، جزوه **اقتصاد مردمی اولویت مغفول دولتها** با دربرداشتن سخنانی از دکتر ایزدخواه نگاهی به مواضع و عملکرد کلی سه دولت بعد از جنگ در حوزه ی اقتصادی داشته و همچنین نیم نگاهی نیز به افق‌های آینده ی اقتصاد در بستر انقلاب دارد. این سخنرانی را می توان تحلیل و جمع بندی ایشان از تحقیقات چندین ساله در موضوع اقتصاد دانست.

- در مورد اهمیت اقتصاد در وضعیت کنونی و آینده کشور به خصوص در سال‌های اخیر بسیار صحبت شده است، اما مبحث مغفول مانده در این میان بررسی ارتباط فرهنگ و اقتصاد است که چه بسا حلقه مفقوده‌ی جهاد اقتصادی همین عدم توجه به تاثیر فرهنگ در اقتصاد و عدم متناسب سازی مولفه‌های فرهنگی با نیازهای اقتصادی کشور جهت دستیابی به ساخت درونی قدرتمند باشد. در همین خصوص جزوه **فرهنگ و اقتصاد** مشتمل بر گفتاری از دکتر عادل پیغامی در تبیین نقش متقابل فرهنگ و اقتصاد، می‌تواند برای جهادگران مفید باشد.

- یکی از نیازهای گروه‌های جهادی جهت ورود به موضوع اقتصادی در مناطق روستایی آشنایی با ابعاد برنامه ریزی و توسعه منطقه ای است برای این منظور از کتابهای **راهنمای مدیریت روستایی**، **برنامه ریزی روستایی**، **توسعه فرهنگی و اجتماعی روستا**، **محیط زیست روستا و مفاهیم و مبانی صنایع روستایی** می‌توان استفاده نمود.

- جهت آشنایی با مبانی کارآفرینی و بخش های مرتبط با آن می‌توان کتاب **مبانی کارآفرینی** تالیف دکتر احمدپور، **کارآفرینی و برنامه‌ریزی توسعه روستایی** تالیف دکتر سید اسکندر صیدایی کتاب **کارآفرینی کاربردی** و کتاب **مبانی کارآفرینی** دکتر حسینی نیا استفاده نمود. همچنین جهت آشنایی با کارآفرینی روستایی کتاب **کارآفرینی روستایی** اثر خانم صیاد بیده‌ندی استفاده نمود.

- جهت آشنایی با الزامات راه‌اندازی کسب و کار و برنامه‌ریزی توسعه آن، از کتاب‌های **بازاریابی اثر کاتلر** و **بازاریابی و مدیریت بازار** تالیف دکتر روستا و کتاب **مدیریت استراتژیک** استفاده نمود.



- جهت تجميع و سهولت دسترسى جهادگران به بخش زيادى از مطالب و ابزارهاى مورد نياز در جهاد اقتصادى، مى توان از **كتاب سفيران كار و تلاش** كه دربردارنده مبانى، تجربيات و بخشى از ابزارهاى مورد نياز جهادگران مى باشد، استفاده نمود.

آشنايى با وضعيت كنونى كشور

پس از تاكيدات پى در پى رهبر انقلاب، تا كنون طرح و برنامه هاى متفاوتى در كشور جهت مقاوم سازى اقتصاد كشور به اجرا گذاشته شده كه متاسفانه در اكثر مواقع به دليل نبود اطلاعات كافى و دقيق و عدم ورود انقلابى به موضوع نتوانسته اند مشكلى را از پيش رو بردارند. لذا به منظور دستيابى به يك طرح دقيق، منطقى و انقلابى جهت ايفائى نقش تك تك آحاد جامعه و جهادگران نياز است تا در گام اول با ديدى متفاوت به مشكلات و چالش هاى موجود در كشور نگاه كرد تا در گام بعد بتوان افق هاى پيش رو را به درستى ترسيم نمود.

به اين موضوع در **فصل دوم از بسته نقش آفرينى گروه هاى جهادى در فرهنگ سازى اقتصاد مقاومتى**، به صورت مفصل پرداخته شده است و منابع قابل استفاده جهادگران معرفى گرديده. در اينجا نيز به تعدادى از اين موارد اشاره خواهيم كرد.

- مستند **معتاد به نفت** به بررسى اقتصاد نفتى ايران و تاثيرات تحريم بانك مركزى بر اقتصاد داخلى مى پردازد و همچنين به اين موضوع مى پردازد كه چگونه مى توان با استفاده از اقتصاد مقاومتى بر مشكلات ناشى از اقتصاد نفتى فائق آمد. مستند **گل به دروازه خودى** در خصوص



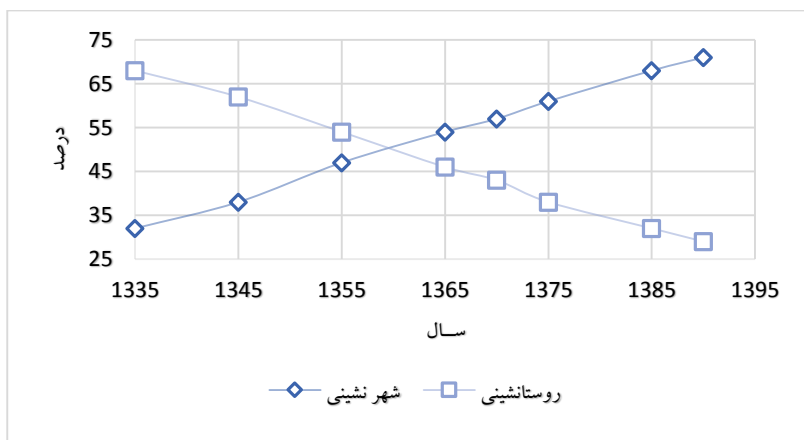
شرایط حاکم بر تولید و مصرف بنزین کشور در دهه‌های گذشته خصوصاً دهه ۸۰ که مدیران را در شرایط تهدیدات خارجی به سمت تولید بنزین از پتروشیمی‌های داخلی سوق داد می‌تواند اطلاعات مفیدی را ارائه نماید. مستند **بهشت سودگران** به زمینه‌های ایجاد این سوداگری، هم چون شفاف نبودن اطلاعات در بازار زمین و مسکن، نداشتن قصد جدی برای جلوگیری از احتکار مسکن و پدیده خانه‌های خالی، مالکیت بر صاحبان املاک و مستغلات متعدد اشاره شده است. در مستند **فرش قرمز** که با موضوع آسیب شناسی توسعه مناطق آزاد در کشور، تولید شده است، تلاش شده علل توسعه نیافتگی مناطق آزاد ایران و عدم تحقق اهداف اولیه ایجاد این مناطق مورد بررسی قرار گیرد.

- مستند **بهشت فراموش شده** که به محرومیت‌های امروز و در عین حال ظرفیت‌های گسترده پیشرفت و توسعه استان خوزستان با محوریت شهرستان شوش پرداخته است می‌تواند در ایجاد دیدی مبتنی بر واقعیت از شرایط موجود در مناطق مفید باشد، همچنین مستند **شب‌ها وقتی همه خوابند...!** به مشکل عرضه کالا و تنظیم بازار و مستند **دست‌ها فریاد می‌زنند!** که با محوریت کشاورزان جنوب کرمان به چالش‌های همیشگی و حل‌نشده بخش کشاورزی در کشور می‌پردازد می‌تواند در تبیین مسائل حوزه تولید و توزیع محصولات بسیار مثمر ثمر باشد.

- جهت تحلیل شرایط فرهنگی اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی می‌توان به آمارهای **مرکز آمار ایران** سری زد، این آمارها می‌تواند درک بهتر شرایط روستاییان کمک شایانی داشته باشند. با تحلیل چند آمار منتشر شده در این مرکز برداشت نمود که به دنبال کم‌رنگ شدن



پایه‌های اقتصاد در مناطق روستایی، شاهد اوج گرفتن محرومیت در این مناطق و بالارفتن آمار مهاجرت هستیم. آمارهای جمعیتی دوره‌های مختلف سرشماری، جریان تخلیه روستاهای کشور و سرازیر شدن جمعیت روستایی به شهرها را تایید می‌نماید. طبق سرشماری نفوس و مسکن در مدت ۴۰ سال گذشته در ازاء ایجاد یک شغل در روستاها چهار شغل در شهرها به وجود آمده است؛ که این تفاوت فاحش، نمودی از افزایش بیکاری در روستاها و زمینه‌ساز مهاجرت روستاییان به شهرها می‌باشد طبق آمار منتشر شده در سرشماری سال ۱۳۹۰، میزان مهاجرت از آبادی به شهر ۶۵۵۲۵۱ مورد گزارش شده که از این میزان ۱۲/۷ درصد مهاجرت‌ها به منظور جستجوی کار و انتقال شغلی صورت گرفته‌است؛ به‌گونه‌ای که این مهم در بین علل مهاجرت، بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌است. این درحالی است که مهاجرت بی‌رویه و نامتناسب از روستا به شهر، رشد حاشیه‌نشینی در کلانشهرها و پدیده‌های شومی از جمله اعتیاد و انواع بزهکاری‌های اجتماعی و گسترش آسیب‌های اجتماعی را به همراه خواهد داشت.



- نیروی جوانی که باید موتور محرکه‌ی اقتصاد منطقه‌ی خود باشد متأسفانه از تخصص و حرفه‌ی مناسب برخوردار نبوده و انگیزه و رغبت لازم را جهت ورود به عرصه‌ی کارآفرینی و خوداشتغالی ندارد البته باید توجه نمود که ورود به بازار کار مستلزم دسترسی به اطلاعات و داشتن ایده و کشف فرصت مناسب می باشد که متأسفانه این مهم نیز در مناطق محروم با مشکلات فراوان روبروست و می توان گفت در این مناطق، کمتر با جوانانی مواجه می شویم ظرفیت های محیطی اطراف خود را شناخته و با تسلط بر بازار، ایده ای برای شروع یک کسب و کار داشته باشند. همچنین عدم دسترسی به سرمایه‌ی کافی و یا ضامن و وثیقه جهت تامین سرمایه و عدم برقراری ارتباط کاری و انگیزشی با کارآفرینان و افراد موفق بازار و عدم دسترسی به مشاور در مراحل قبل و بعد از راه اندازی کسب و کار همه و همه گوشه ای از مواردی هستند که مانع شروع و توسعه یک کسب‌وکار توسط یک جوان روستایی می‌گردند.



فرایند توسعه کار آفرینی روستایی

دستیابی خودکفایی، کاهش واردات، استفاده از ظرفیت های محیطی، رفع مشکل بیکاری و... همه و همه موضوعاتی است که در گرو حمایت از تولید ملی و رفع مشکلات پیش روی آن است. مشکلاتی که در خصوص آن بسیار شنیده شده و مورد بررسی قرار گرفته است. اما آن چیزی که امروز نیاز اصلی کشور است وارد شدن به عمل و اجرا به صورت دقیق و سریع است. رهبر انقلاب در این خصوص می فرماید: «مشکلاتی که وجود دارد اولاً با گفتن و حرف زدن حل نمیشود؛ اقدام و ابتکار و عمل لازم است. ثانیاً [حل] مشکلات مجموعه‌ی اقتصادی کشور را در درون کشور باید پیدا کرد؛ ستون فقرات هم عبارت است از تولید؛ ستون فقرات اقتصاد مقاومتی که ما عرض کردیم، عبارت است از تقویت تولید داخلی؛ اگر این کار تحقق پیدا کرد و همتها متوجه به این مسئله شد، مسائل کار بتدریج حل میشود، کار ارزش پیدا میکند، کارگر ارزش پیدا میکند، اشتغال عمومی میشود، بیکاری که یک معضلی است در جامعه بتدریج کم میشود و از بین می‌رود. اساس کار، مسئله‌ی تولید است»^۲

با توجه به وضعیت موجود کشور و تاکیدات رهبرانقلاب، که خواستار ورود جهادی به موضوع هستند و می فرمایند «آن مجموعه‌ای که برای ایجاد اشتغال در کشور کار می‌کند، باید مثل اتاق جنگ دوران دفاع مقدس که شب و روز نمی‌شناخت، کار کند. در دوران جنگ و دفاع مقدس برای آن مجموعه‌هایی که مشغول طراحی جنگ بودند، شب و روز، تعطیل و غیر تعطیل، اول هفته و آخر هفته معنا نداشت؛ مرتب مشغول کار بودند.

امروز باید برای ایجاد اشتغال به همان نحو تلاش شود.^۳ ورود تشکلهای جهادی و مجموعه‌هایی خودجوش به عرصه حمایت از تولید ملی و توسعه کارآفرینی روستایی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد؛ که بحمدالله در سال‌های اخیر، این مهم به صورت گفتمانی فراگیر در بین گروههای جهادی درآمده و مسیری رو به تعالی و تکامل را پیموده‌است. گروههای جهادی در طی حضور خود در مناطق محروم، از طرق مختلف سعی نموده‌اند منابع مورد نیاز جهت ایجاد و توسعه کسب و کارها در مناطق روستایی را تجمیع نموده و با در دسترس قرار دادن آن، ایجاد و تقویت کسب و کار روستایی را تسهیل نمایند.

- راهبردها و روش‌های ورود به گروههای جهادی می‌تواند بنا بر ضرورتها و پتانسیل‌های محیطی و انسانی منطقه و همچنین توان گروه جهادی تغییر کرده و تعیین گردد. **تعیین راهبرد** گروه در منطقه بسیار مهم و حیاتی است و باید قبل از تعیین آن مشورت و شناسایی‌های لازم صورت گیرد. به طور خلاصه راهبردهای ورود اجرایی گروه جهادی جهت ایجاد و تقویت کسب و کارهای روستایی اعم از «تقویت کسب و کارهای موجود» و «ایجاد کسب و کار روستایی» می‌باشد.

- در تقویت کسب و کارهای موجود، گروه جهادی به دنبال آن است تا با استفاده از ظرفیت‌های موجود و منابع شناسایی شده، کسب و کارهای موجود و دارای اولویت در منطقه را از طریق تصحیح روشهای تولید و حل مشکل بازاریابی و فروش و... تقویت نماید. همچنین بعضی مواقع به دلیل ضعف منابع محیطی و انسانی، ضرورت دارد

گروه جهادی به ایجاد کسب و کارهای روستایی اقدام نماید که نیازمند صرف وقت و انرژی بیشتری می باشد. در جدول زیر این دو راهبرد با یکدیگر مقایسه شده اند.

عوامل مورد نیاز در سطح گروه جهادی			استراتژی
نیروی انسانی	پشتیبانی مالی	زمان مورد نیاز	
متخصص	زیاد	زیاد	ایجاد کسب و کار روستایی
نیمه متخصص	کم	متوسط	تقویت کسب و کارهای موجود

- از اساسی‌ترین و مهم‌ترین فعالیتهای لازم جهت انجام فعالیت اجرایی موفق در مناطق روستایی، آشنایی با تجربیات و سوابق سایر گروههای جهادی در این زمینه است که می تواند در ایجاد انگیزه و ایده و همچنین جلوگیری از تکرار تجربیات ناموفق و استفاده از تجربیات موجود مفید باشد. در همین زمینه **پیوست ۲** با معرفی تعدادی از گروههای جهادی فعال در این عرصه و فعالیتهای آنان می‌تواند مفید باشد.

پایش و شناسایی

برای اجرای یک فعالیت سنجیده و بهینه در جهت تقویت تولید در مناطق روستایی، نیاز است در قدم نخست نسبت به جمع آوری اطلاعات و آمار و به صورت کلی شناسایی ظرفیت ها و نقاط ضعف های موجود در منطقه اقدام نمود. تا با استفاده از این اطلاعات بتوان راهبرد فعالیت گروه در منطقه مشخص و مسیر ادامه فعالیتها ترسیم گردد.

- به طور کلی فرایند شناسایی و اطلاعات مورد نیاز برای آن را می توان به دو دسته «انسانی» و «محیطی» تقسیم نمود. که نیاز است برای هر یک فرایندی جداگانه و تخصصی طی گردد.
- منابع جمع آوری اطلاعات اعم از مسئولین رسمی منطقه، معتمدین، کارشناسان ادارت، اساتید دانشگاه، فعالین اقتصادی و کارآفرینان و صاحب نظران محلی و جمعی از اهالی روستا می باشد که نیاز است طی فرایند پایش منطقه ای، کارگروه کارآفرینی گروه جهادی ضمن ارتباط و مصاحبه با آنها، نظرات مرتبط با موضوع را دریافت نماید.
- جهت شناسایی و ارتباط با صاحب نظران علاوه بر انجام تحقیق محلی در خصوص معرفی کارآفرینان موفق و افراد صاحب نظر می توان با مراجعه به ادارات و سازمانهای محلی لیستی پیشنهادی مشتمل بر افراد موفق دریافت نمود. همچنین کارگروه کارآفرینی می تواند با **حضور در نمایشگاههای تخصصی** (اعم از صنایع دستی، صنایع تبدیلی و...) و همچنین بازارهای موقتی و دائمی نسبت به شناسایی این افراد اقدام نماید.

- لازم به توجه است بخشی از موارد مورد نیاز جهت شناسایی مناطق را می توان بدون حضور فیزیکی و با استفاده از منابع الکترونیک و



مکتوب، تامین نمود. در همین خصوص می توان از **پیوست ۱** که به معرفی سازمانها و افراد مرتبط می پردازد، استفاده نمود.

- برای جمع آوری اطلاعات محیطی و مولفه های اقتصادی می توان از **فرم شناسایی و ارزیابی مناطق محروم** که توسط هسته توانمندسازی و با تلفیق فرم های شناسایی تهیه شده توسط مجموعه های مختلف تدوین شده است استفاده نمود.

- جهت شناسایی انسانی منطقه و بررسی خصوصیات فرهنگی واجتماعی اهالی منطقه می توان از **جزوه مردم نگاری** که به معرفی روش و فرایند شناسایی مولفه های اجتماعی و فرهنگی در مناطق روستایی می پردازد می توان استفاده نمود.

تحلیل و طراحی

پس از پایان بخش پایش و شناسایی محیطی، نیاز است تا کارگروه کارآفرینی به تحلیل و ترکیب داده های کسب شده بپردازد و با تکمیل و سازماندهی این موارد طرح کاملی از آسیب های اجتماعی و فرهنگی و نقاط قوت های موجود و همچنین مولفه های مرتبط با اقتصاد روستا و کسب و کارهای موفق و ناموفق روستا به دست آورد. طرح هایی که در طی پایش منطقه و مصاحبه با صاحب نظران و کارآفرینان به دست می آید، باید در این مرحله به طور دقیق مورد مطالعه قرار گرفته و پارامترهای فنی، مالی و بازاریابی آن مشخص گردد. مجموعه این مطالعات در طرح کسب و کار منعکس می گردد و می تواند جهت تامین مالی و انگیزش حامیان و مشارکت کنندگان و همچنین استفاده در فرایند ترویج و فرهنگ سازی مورد استفاده قرار گیرد.



- جهت آشنایی با کسب و کارهای قابل اجرا در مناطق روستایی و زیرساخت های مورد نیاز آنها جهت انتخاب کسب و کارهای دارای اولویت و آغاز فرایند ترویج ویا ایجاد آنها می توان از جزوه **دسته بندی و زیرساخت مشاغل** استفاده نمود که به طیف گسترده ای از مشاغل روستایی با اشاره به برخی زیرساخت های مورد نیاز آنها پرداخته است.
- پس از انتخاب کسب و کارهای دارای اولویت، نیاز است در صورت لزوم به تدوین طرح کسب وکار که شامل بخش های ارزیابی فنی و اقتصادی و بازار می باشد اقدام نمود تا بتوان با ارائه آن به سرمایه گذاران و موسسات مالی و اعتباری زمینه تامین اعتبار آن فراهم شود. برای این منظور می توان از جزوه **راهنمای تدوین طرح کسب و کار** که به تشریح این موضوع و چگونگی تدوین طرح کسب و کار می پردازد و همچنین **فرم تدوین کسب و کار** که بخش های مورد نیاز در طرح کسب و کار را ارائه نموده است، استفاده نمود. همچنین جهت ارزیابی اقتصادی طرح های اقتصادی فایل اکسل **ارزیابی اقتصادی طرح های کسب و کار (FS)**، می تواند به صورت کاربردی مورد استفاده قرار گیرد.
- جهت نمونه و الگوبرداری جهت تدوین طرح های کسب و کار و همچنین اجرای طرح های اقتصادی در مناطق می توان از **بسته های کسب و کار** تدوین شده در موضوعات **پرورش مرغ بومی، پرورابندی گوسفند، احداث باغ پسته، گلخانه کشت صیفی جات، صنایع دستی، تولید کیف چرمی، کشت زعفران و پرورش گل محمدی** استفاده نمود.
- در **انتخاب کسب و کارهای دارای اولویت** می توان از معیارهایی همچون قابلیت اجرا توسط گروه جهادی، کم سرمایه بر، ریسک پایین، نرخ اشتغالزایی، زودبازده، توجیه پذیری فنی، مالی و اقتصادی، آموزش

پذیر، دسترسی به مربی و مشاور، تناسب با فرهنگ بومی منطقه، مقتضیات و نیاز منطقه، تناسب با علاقه و انگیزه و استعداد مخاطب، قابلیت توسعه و برخورداری از بازار استفاده نمود.

- در مرحله انتخاب کسب و کارهای روستایی باید به **گلوگاه‌ها و تنگناهای احتمالی** آن توجه لازم صورت گیرد. توجه به بازار فروش و فاصله تا آن، محل تامین مواد اولیه و هزینه آن، قابلیت نظارت بر کسب و کار توسط خبرگان و همچنین قابلیت انبارداری محصولات از جمله موارد ابتدایی جهت پایین آوردن ریسک کسب و کار می باشد.
- تا جای ممکن باید از وارد نمودن کسب و کارها و رشته‌های نامانوس به مناطق روستایی خودداری نمود و ابتدا رشته های بومی را مورد سنجش و ارزیابی قرار داد و در صورتی که این کسب وکارها دارای ظرفیت سودآوری و کارآفرینی نبودند به سراغ دیگر رشته ها رفت. اساسا یکی از راهبرد های بسیار موفق در ترویج و تقویت و حتی ایجاد کسب و کار **تمرکز بر کسب و کارهای بومی موفق** و تکثیر آنها در سایر روستاها و همچنین **تمرکز بر محصول منطقه** و تبلیغ و برند سازی آن می باشد که در بلند مدت می تواند اثرات مطلوبی را برای منطقه داشته باشد.

- متأسفانه برخی قوانین موجود در حوزه کسب و کار، مانع از کارآفرینی است در همین زمینه توصیه می شود کسب و کاری انتخاب شود که مراحل قانونی کوتاه تری داشته باشد. این امر باعث می شود تا گروه جهادی و اهالی روستا در مدت کمتری نتیجه فعالیت خود را مشاهده نموده و دچار نا امیدی و سستی در بین راه نگردند. برای آشنایی با قوانین کسب وکار می توان از **فصل نهم کتاب سفیران کار و تلاش** استفاده نمود.

بستر سازی فرهنگی

نقش نیروی انسانی در فرایند توسعه و پیشرفت، نقشی مهم و بی بدیل است و می‌توان گفت آینده هر ملتی را نیروی انسانی آن تعیین می‌کند. پس از مصرف که کلیه افراد جامعه درگیر آن بوده و در آن نقش آفرینی می‌کنند. دومین نقش نیروی انسانی، محوریت آن در بخش تولید است که این موضوع حتی در کشورهای صنعتی نیز مهم و حیاتی بوده و از اهمیت آن کاسته نشده و می‌توان گفت کشورهایی که در گسترش فرهنگ کار در بین آحاد جامعه توانسته اند موفق عمل کنند در مدت کوتاه تری، قابلیت دستیابی به توسعه و پیشرفت را به دست آورده‌اند.

از زمان ورود کشورهای استعماری به کشور، به صورت کاملاً هدفمند سعی شده است تا فرهنگ کار و تلاش و سختکوشی که جزء لاینفک فرهنگ اسلامی و ایرانی بوده است را کمرنگ نموده و با گسترش فرهنگ مصرف گرایی بجای آن، به وابستگی کشورها به خود دامن بزنند. فرهنگ کار در کشور ما متأسفانه با چالش‌های متنوعی روبرو بوده و ظهور و بروز آن را می‌توان در مشکلاتی چون پایین بودن ساعت کار مفید، ارجحیت کارمندی بر کارآفرینی، ترس از کارآفرینی، راحت طلبی در کار و فرار از مشاغل سخت، ضعف کار جمعی و تیمی و مدرک گرایی و... مشاهده نمود. لذا نیاز است گروه جهادی، حین و پس از پایش منطقه و شناسایی کسب و کارهای دارای اولویت، در جهت فرهنگسازی در مناطق روستایی، مجموعه فعالیت‌هایی را صورت دهد تا زمینه جهت ترویج و راه اندازی کسب و کارهای منتخب در مراحل بعد آماده شود.

- جهت بسترسازی فرهنگی در مناطق و ایجاد انگیزه در اهالی و گسترش فرهنگ ما می‌توانیم و شکستن کلیشه‌ی ذهنی "نمی‌شود، من نیز

نمی‌توانم؛" این امکان وجود دارد تا از بخش تقویت فرهنگ کار و تلاش در بسته فرهنگسازی اقتصاد مقاومتی که مشتمل بر مجموعه مستند، موشن گرافیک و پوستر و همچنین ایده‌های اجرایی می باشد، استفاده نمود. در ادامه به تعدادی از این موارد اشاره می گردد.

- یکی از مهمترین فعالیتهایی که در بستر اردوهای جهادی می‌تواند صورت گیرد، معرفی ظرفیت‌های بومی و کسب و کارهای قابل اجرا در آن می باشد، در همین خصوص می‌توان از مستندهای پرورش ماهی و تولید گل که به ظرفیت‌های این دو کسب و کار در استان خوزستان می‌پردازد استفاده نمود. یکی دیگر از ظرفیت‌های بالقوه که کمتر از آن استفاده شده است و می‌توان با تغییرات کوچکی در محیط روستایی زمینه استفاده از آن را فراهم نمود، ظرفیت جذب گردشگر در این مناطق است، به این موضوع در موشن امکانات گردشگری در ایران و همچنین مستندهای مرتبط با عباس برزگر که سالهاست با کمک خانواده‌اش از توریست‌های خارجی پذیرایی می‌کند و آنها را به دیدن عشایر می‌برد، استفاده نمود. همچنین مستند جمع زمین‌های کشاورزی به فواید و ظرفیت‌هایی که با انجام این اقدام به روستاییان رسیده است می‌پردازد و می‌تواند برای فرهنگ سازی در این امر مفید باشد.

- یکی از بهترین و اساسی ترین فعالیت‌ها در خصوص گسترش فرهنگ کار و کارآفرینی، شکستن این کلیشه ذهنی است که "نمی‌شود، من نیز نمی‌توانم؛" در همین خصوص می‌توان از مستند عروس وامنان که به استفاده از زمین کوچک و آب کم جهت کشت زعفران در روستا که باعث تحول در اقتصاد روستا گردید استفاده نمود، همچنین در مستند وقتی همه گفتند نمی‌شود به مرور زندگی مرد جوان روستایی پرداخته

می‌شود که به رغم مشکلات و موانع موفق به پرورش شترمرغ و کارآفرینی در استان گلستان شده است.

- در خصوص معرفی کارآفرینان و مسیر طی شده توسط آنان این امکان وجود دارد که از مجموعه مستند **کارآفرینان** که توسط شبکه افق تولید شده است و در هر قسمت به زندگی یک کارآفرین می‌پردازد استفاده نمود و همچنین مجموعه مستند **از کجا شروع کنم**، به صورت بسیار جذاب و کوتاه به روند راه اندازی انواع مختلفی از کسب و کارها می‌پردازد که می‌تواند در طی برنامه‌های گروه در روستا و یا در محل اردو پخش شود و یا در شبکه‌های اجتماعی قرار داده شود.

- از جمله الزامات بخش فرهنگسازی **شناسایی افراد مستعد روستایی** است که می‌توان از طریق فعالیتهایی به آن دست یافت در همین خصوص در بسته فرهنگسازی اقتصاد مقاومتی مجموعه فعالیتهای اجرایی قابل انجام در مناطق روستایی ذکر شده است که می‌تواند بسیار مفید باشد.

ترویج و تقویت کسب و کار

در بعضی از مناطق روستایی و محروم، شاهد هستیم که زمینه فعالیت تولیدی در حوزه های کشاورزی، دامپروری، صنایع دستی و صنایع روستایی فراهم می‌باشد و اهالی منطقه نیز از دانش و انگیزه لازم جهت بهره برداری از فرصت موجود برخوردار هستند، اما با این حال به دلیل وجود مشکلات علمی، اجتماعی، مالی و بازاریابی و... امکان حداکثرسازی بهره‌وری تولیدات و درآمد روستائیان وجود ندارد. در این مواقع گروه‌های جهادی می‌توانند با صرف هزینه و انرژی پایین، به شناسایی این مشکلات و ریشه یابی آنها پرداخته و سپس به این موضوع ورود پیدا کرده و با طراحی مجموعه اقداماتی به صورت علمی و با مشاوره از اساتید، صاحب نظران و کارشناسان و کارآفرینان به حل مشکلات اقدام نمایند.

- لازم است قبل از شروع به اقدام عملی جهت ترویج و تقویت کسب و کار، در طی مراحل پایش منطقه از طریق **دریافت نظرات اهالی**، زمینه لازم جهت این اقدام فراهم گردد.
- موضوعات قابل استفاده در فرایند ترویج می‌تواند شامل مواردی چون **ترویج کار جمعی، فرهنگ کار و تعاون، ترویج آبیاری تحت فشار و قطره‌ای، ترویج تشکیل تعاونی و شرکت سهامی زراعی، تجمع زمین های کشاورزی، معرفی فرصت های سرمایه گذاری در روستا، معرفی کارآفرینان و افراد موفق بومی، معرفی قوانین و فرایند های قانونی مرتبط با روستائیان، ارائه آموزش های مورد نیاز جهت بهبود کسب و کارهای کشاورزی و دامپروری و...** باشد.

- جهت ترویج و تقویت کسب و کارهای موجود می توان از فعالیتهایی چون پخش فیلم و مستند، بازدیدهای ترویجی از مزرع و کارگاههای موفق، برگزاری جلساتی در روستا با حضور کارآفرینان بومی، برگزاری دوره های آموزشی با استفاده از توان جهادکشاورزی و فنی و حرفه ای، بازاریابی محصولات روستایی، ایجاد فروشگاه دائمی و یا فصلی جهت عرضه محصولات روستایی، معرفی روستائیان به بازارهای مصرف نام برد.



برگزاری کلاسهای ترویجی

- از دیگر اقدامات قابل اجرا و بسیار تاثیر گذار که می تواند در ایجاد و تقویت هویت جمعی یک منطقه تاثیر گذار باشد برگزاری روز روستا و یا جشنواره غذای محلی یا محصول عمده منطقه مانند جشنواره انار یا زیتون و... در فصل برداشت محصول و یا جشنواره پخت نان یا شیرینی محلی یا ترشی و... با همکاری گروه جهادی و روستائیان است که در طی آن محصول ویژه منطقه و یا سوغات و غذای محلی، در طی مراسمی همراه با برنامه های متنوع ازجمله تئاتر و سرود و... تهیه و

معرفی گردد. این فرایند در بلند مدت باعث ایجاد یک برند برای منطقه و ایجاد یک بازار بومی و غیر بومی برای محصولات روستا می‌گردد.

- از جمله اقدامات عملی قابل اجرا در خصوص شناسایی ظرفیت‌های اقتصادی مناطق و معرفی آن، **برگزاری کارگاه‌های خلاقیت** در بین جوانان روستایی و جهادگران با این موضوع می‌باشد. همچنین در **دوره آموزش کارآفرینی روستایی**، این ظرفیت‌ها شناخته شده و جهت استفاده از آن نقشه راه و کسب و کار طراحی می‌گردد. در دوره کارآفرینی روستایی سرفصل‌هایی چون خلاقیت و مبنای کارآفرینی، آشنایی با نمونه‌های موفق کسب و کار بومی، ملی و بین‌المللی، آشنایی با قوانین کسب و کار، روش‌های بازاریابی و روش‌های ارزیابی اقتصادی و مالی طرح‌های کسب و کار به صورت بومی شده و روان ارائه می‌گردد.



دوره آموزش کارآفرینی روستایی

- در اکثر مواقع، افراد قبل از شروع کسب و کار لازم است تا آموزش‌های مورد نیاز در خصوص مهارت تولید محصول را کسب کنند. لذا نیاز است تا گروه جهادی نسبت به **ارائه آموزش‌های فنی و مهارتی** مورد نیاز

اقدام نماید. این دوره های آموزشی اعم از دوره های فنی و حرفه ای مانند برقکاری، جوشکاری، مکانیکی و... و همچنین دوره های پرورش دام و طیور و احداث باغات و کشت گیاهان دارویی و... می تواند با کمک کارآفرینان، افراد متخصص گروه جهادی و فنی حرفه ای و جهاد کشاورزی شهرستان برگزار گردد.

● از جمله اقدامات گروه جهادی جهت تقویت کسب و کارهای موجود روستایی، **فراهم نمودن زیرساخت های مورد نیاز** آنها جهت تولید، انبارداری و فروش در طی فعالیت عمرانی گروه می باشد که از جمله آن می توان به سیمانی نمودن انهار، ساخت و ترمیم جایگاه دام و طیور و همچنین انبار ذخیره علوفه اشاره نمود.



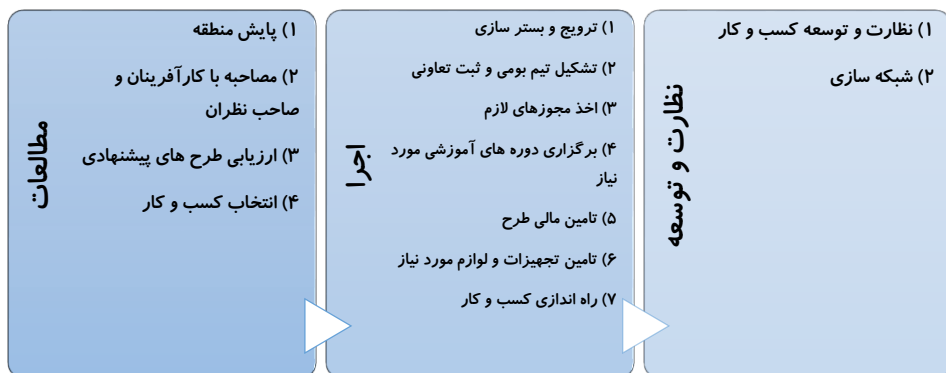
احداث کارگاه تهیه و ذخیره خوراک دام

تسهیل راه اندازی کسب و کار

ایجاد اشتغال در کشور از جمله مواردی است که تحت تاثیر عوامل گوناگون فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ساختاری قرار دارد و به همین دلیل شاهد هستیم که حل آن به یکی از اصلی ترین وظایف دولتها و دغدغه آنان تبدیل شده است. گروههای جهادی با توجه به ورود خود به مناطق روستایی و تسلط بر مشکلات و ظرفیت‌های آن می‌توانند در این زمینه وارد شده و اثر گذار باشند. ورود گروههای جهادی به عرصه ایجاد و راه اندازی کسب و کسب و کارهای روستایی دارای سابقه کوتاه و درعین حال پرشتاب و روبه رشدی است که نیازمند تحقیق، مشورت و انتقال تجربه بین گروههاست.

در این راهبرد گروه جهادی با استفاده از ظرفیت‌های موجود و بالقوه تلاش می‌نماید تا کسب و کاری را ایجاد نموده و خود را موظف می‌نماید تا کلیه اقدامات و فرایندهای کسب و کار در بخش‌های تولید و فروش را پوشش دهد. به عبارتی گروه جهادی باید مراحل راه اندازی کسب و کار اعم از خرید مواداولیه، خرید تجهیزات، آموزش حرفه و مهارت، فرایند تولید محصول و بازاریابی و نظارت بر پایداری کسب و کار را طی نماید. به طور کلی فرایند راه اندازی کسب و کار شامل سه بخش مطالعات، اجرا و نظارت و توسعه می‌باشد که گام‌های آن در شکل زیر نمایش داده شده است.





راه اندازی کسب و کارهای روستایی را می توان ادامه ی مسیر طی شده جهت ترویج و تقویت کسب و کار دانست. به نوعی که گروه پس از انجام پایش منطقه ای، تحلیل و بررسی و بستر سازی فرهنگی، می تواند به راه اندازی کسب و کار اقدام نماید. این فعالیت دارای نکات و ملاحظات است که در ادامه به تعدادی از آن به صورت خلاصه اشاره می گردد.

- پس از مشخص شدن کسب و کارهای دارای اولویت باید نسبت به شناسایی افراد واجد شرایط جهت آغاز کسب و کار اقدام گردد که برای این منظور می توان از فعالیتهای بیان شده در بخش های بسترسازی فرهنگی و ترویج و تقویت کسب و کار از جمله برگزاری **دوره آموزش کارآفرینی روستایی** بهره گرفت که توضیحات بیشتر در این خصوص در بخش قبل ارائه گردیده است.

- بازار فروش محصولات از جمله منابع کلیدی در ایجاد و توسعه کسب و کار می باشد که در مرحله پایش لازم است گروه جهادی نسبت به شناسایی و تعیین **بازار فروش محصولات** اقدام نماید. علاوه براین از طریق مذاکره با ادارات می توان در **نمایشگاه ها شهرستانی و یا**

منطقه‌ای نیز حضور پیدا کرد و یا به اخذ سفارشات سازمانها و مجموعه های فرهنگی و اجتماعی اعم از مدارس و هیئات و... اقدام نمود. لذا در این گام و پس امکانسنجی ایجاد کسب و کار، لازم است به صورت جدی‌تر به تامین بازار از طریق عقد قراردادهای حقوقی و... اقدام نمود. لازم به ذکر است که **فروشگاه مجازی روستاکالا** به آدرس **roostakala.ir** نیز به عنوان بستری مناسب برای ارائه و عرضه محصولات روستایی، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

- در این مرحله لازم است تا ضمن متشکل کردن این افراد، تلاش شود تا در اسرع وقت **ساختار قانونی و حقوقی** متناسب با آنها را فراهم و ثبت گردد. ثبت ساختار "تعاونی تولید" و یا "تعاونی تامین نیاز تولید کنندگان"^۴ ازجمله ساختارهای پیشنهادی در این خصوص می باشد.
- **اخذ مجوزهای مورد نیاز** موضوعی است که در شناسایی کسب و کار و پایش منطقه باید مد نظر قرار گرفته باشد زیرا معمولا فرایند اخذ مجوز طاقت فرسا بوده و نیازمند صبر حوصله و پیگیری مستمر است. در این مرحله نیاز است تا به اخذ مجوزهای کسب و کار اقدام گردد. طولانی شدن این مرحله ممکن است باعث ایجاد رخوت و سستی و نا امیدی بین روستاییان گردد لذا گروه لازم است ضمن تلاش جهت تسریع این فرایند، بصورت موازی اجرای فرایند آموزش و تهیه تجهیزات و ملزومات را نیز انجام دهد.

۴ شرکت تعاونی تولیدی؛ شرکتي است که بر اساس قانون بخش تعاوني جهت فعاليت در امور مربوط به کشاورزي، دامداري، دامپروري، پرورش و صيد ماهي، شيلات، صنعت، معدن، عمران شهري و روستايي و عشائري و نظاير آن تشکیل و ثبت می شود.
۵ شرکت تعاونی تامین نیاز تولیدکنندگان؛ شرکتي است که با عضویت واحدهاي توليدي به منظور تامین و توزیع انواع نیازهاي مشترك آنان تشکیل و ثبت می شود.



• گام بعدی جهت راه اندازی کسب و کار تامین مالی پروژه است که به طور کلی به پنج طریق می توان سرمایه مورد نیاز طرح ها را تامین نمود. جذب سرمایه گذار خصوصی، اخذ وام، تأمین مالی از طریق سرمایه و حقوق صاحبان سهام به صورت مشارکت جمعی افراد، هبه و یا قرض الحسنه از محل خیرین و همچنین سرمایه گذاری گروه در پروژه ازجمله راههای تامین مالی طرح کسب و کار می باشد. استفاده از **بخش سرمایه گذاری در فصل هشتم کتاب سفیران کار و تلاش** جهت آشنایی با روشها و نکات تامین مالی مفید می باشد.

• همچنین جهت تامین مالی کسب و کارهای دارای اولویت، می توان از **تسهیلات اقتصاد مقاومتی در بسیج سازندگی و همچنین مشارکت در سرمایه گذاری بنیاد برکت و تسهیلات خودکفایی کمیته امداد** استفاده نمود.

• پس از طی مراحل فوق و پایان یافتن آموزش و ثبت ساختار، به راه اندازی کسب و کار اقدام می گردد. راه اندازی کسب و کار به معنای شروع فرایند تولید می باشد. پس از راه اندازی کسب و کار، لازم است تا گروه جهادی **نظارت کافی بر کسب و کار** داشته باشد و مشکلات احتمالی آن را برطرف نماید و مسیر را جهت توسعه کسب و کار فراهم آورد.

• گروه جهادی در طی فرایند ایجاد کسب و کار، با افراد، سازمانها و صاحب نظرانی ارتباط می گیرد که حضور و مشارکت آنها جهت پایداری و توسعه کسب و کار لازم و ضروری است. از جمله آنها می توان به بازار فروش، بازاریابان مواد اولیه، دامپزشک و... اشاره نمود. لذا لازم است تا در پایان فعالیت گروه این **افراد به کسب و کار ایجاد شده متصل شوند.**

- جهت تجميع و سهولت دسترسى جهادگران به بخش زيادى از مطالب و ابزارهاى مورد نياز در جهاد اقتصادى، مى توان از **كتاب سفيران كار و تلاش** كه دربردارنده مبانى، تجربيات و بخشى از ابزارهاى مورد نياز جهادگران مى باشد، استفاده نمود.



فرايند نقش آفرينى گروههاى جهادى در توسعه و تقويت كسب و كار روستايى

نكات و ملاحظات

- گروه جهادى در مواجهه با ادارات و سازمانهاى بومى به اين نکته لازم است توجه داشته باشد كه نبايد مذاكره جهت اخذ امكانات به سمتى سوق داده شود كه مسئولين ادارات، گروه و فعاليت آن را موازى فعاليت خودشان فرض كنند بلكه بايد گروه به عنوان **كمكى جهت پيشبرد اهداف ادارات محلى** و گسترش خدمت رسانى معرفى گردد.
- لازم است در تمامى طرحهاى گروه جهادى، مردم و مسئولين محلى در تدوين، اجرا و نظارت بر طرحها همراه گروه بوده و **مشاركت اهالى جلب گردد**. على الخصوص در طرحهاى كارآفرينى بايد از سرمايههاى

اهالی حتی به مقدار اندک استفاده شود تا اهالی نتیجه کار را از خود بدانند و حضور فعالی داشته باشند.

- پیشنهاد می‌گردد گروه جهادی پس از کسب تجربه در جهاد کارآفرینی و قابلیت اجرای توانمند این حرکت، نسبت به **ثبت ساختار اقتصادی** **مکمل** اقدام نماید تا فعالیت های مالی، حقوقی و همچنین عقد قراردادهای مرتبط را از آن طریق پیگیری نماید.

- ازجمله نیازهای موجود، **مستندسازی تجربیات و انتقال آن به سایر گروهها** و مجموعه های دغدغه مند جهت نقش آفرینی در عرصه توسعه کارآفرینی روستایی است، لذا نیاز است تا گروه جهادی با ثبت تجربیات اعضای گروه و نگهداری صورتجلسات و... از طرق مختلف از جمله ساخت مستند، انتشار یادداشت، مصاحبه تخصصی با اعضای تیم و... نسبت به این امر اقدام نماید. جهت انعکاس فعالیتهای صورت گرفته و انتشار تجربیات و به اشتراک گذاری آن با سایر جهادگران می‌توان از **کانال جهادگران** به آدرس [Telegram.me/jahadgaran](https://t.me/jahadgaran) و یا **سایت جهادگران** به آدرس Jahadagaran.org و ارتباط با مدیریت آنها، استفاده نمود.