

مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، شماره سوم، بهار و تابستان ۱۳۹۲

توسعه کارآفرینی روستایی با تأکید بر نهادهای محلی

(مطالعه موردی: بهاباد، استان یزد)

سیدسعید هاشمی^۱ - استادیار برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران
سیاوش ایمنی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، مدیر کل آموزش دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

سیدحسن مطیعی لنگرودی - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
مجتبی قدیری معصوم - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
محمدرضا رضوانی - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۵/۲۸ صص ۲۶-۱ تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۱۰/۱۱

چکیده

در سال‌های اخیر، حمایت از کارآفرینی و گسترش آن به راهبردی در توسعه، شکوفایی و رشد جوامع انسانی تبدیل شده است. به اعتقاد شوماخر (۱۹۷۳) اگر برنامه توسعه به سه عامل آموزش، مشارکت مردم، سازمان و نظم توجه نکند، قادر نخواهد بود از سایر منابع بهره مناسب ببرد؛ از این رو، امروزه تأکید کارشناسان بر توسعه مردم‌محور است و به عقیده آن‌ها مردم باید محور همه فعالیت‌های توسعه باشند؛ بنابراین، استفاده از مشارکت و توانمندی‌های مردم به‌ویژه روستاییان، برای عمران و توسعه مناطق روستایی در تمام ابعاد آن لازم و ضروری است. در زمینه کارآفرینی نیز استفاده از مشارکت و پتانسیل مردم محلی، بهترین و مهم‌ترین ابزار به‌شمار می‌آید. نهادهای محلی و سازمان‌های غیردولتی (NGOs) می‌توانند یکی از اصلی‌ترین ابزارها برای استفاده بهتر و سازمان‌یافته‌تر از مشارکت‌های مردمی محسوب شوند و در خدمت توسعه کارآفرینی و توسعه روستایی باشند. هدف از انجام این پژوهش، امکان‌سنجی توسعه کارآفرینی روستایی با بهره‌گیری از نهادهای محلی است که در بخش بهاباد استان یزد انجام شده است. تحقیق از نظر نوع، کاربردی و از نظر روش، به صورت پیمایشی است. ابزارهای سنجش، مصاحبه، پرسش‌نامه و روش PRA بوده‌اند و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش

SWOT استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق کارآفرینان، مردم محلی و مسئولین بودند. از هر کدام از دو گروه کارآفرینان و مسئولین، به‌عنوان نمونه و به‌صورت تصادفی ساده، تعداد ۳۰ نفر انتخاب شد و از مردم محلی نیز برای نمونه و با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۲۴ نفر انتخاب شد. نتایج حاصل از تحقیق بیانگر این است که منطقه بهاباد از نظر توسعه کارآفرینی روستایی، نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای مختلفی دارد. با بهره‌گیری از ظرفیت نهادهای محلی می‌توان از نقاط قوت و فرصت‌های موجود، در راستای توسعه کارآفرینی استفاده کرد و همچنین، می‌توان با کمک گرفتن از پتانسیل نهادهای محلی، نقاط ضعف و تهدیدهای موجود را تا حدود زیادی به نقاط قوت و فرصت تبدیل کرد که بهترین راهبرد در این امر، راهبرد رقابتی / تهاجمی (SO) است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی روستایی، نهادهای محلی، توسعه روستایی، مشارکت‌های مردمی، سازمان‌های مردم نهاد.

۱. مقدمه

در سال‌های اخیر حمایت از کارآفرینی و گسترش آن به استراتژی‌ای در توسعه، شکوفایی و رشد جوامع انسانی تبدیل شده است که از طریق آن، همه عوامل، منابع و امکانات یک جامعه هدف قرار می‌گیرند و در روندی تکاملی در راستای نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی بسیج می‌شوند و منشأ بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی- اجتماعی می‌شوند.

نقش و جایگاه روستاها در فرایندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و پیامدهای توسعه‌نیافتگی مناطق روستایی، چون فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و غیره موجب توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری شده است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۱۶)؛ بنابراین، به دلیل بیکاری زیاد در نواحی روستایی، برای رسیدن به توسعه پایدار و همه‌جانبه و نیز برای کاهش فقر و جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه روستاییان به شهرها، چنین ایجاب می‌شود که به مقوله توسعه کارآفرینی روستایی توجهی ویژه شود.

به اعتقاد شوماخر^۱ (۱۹۷۳) اگر برنامه توسعه به سه عامل آموزش، مشارکت مردم، سازمان و نظم توجه نکند، قادر نخواهد بود از سایر منابع بهره مناسب ببرد؛ از این رو، امروزه تأکید کارشناسان بر توسعه مردم محور^۲ است و به اعتقاد آن‌ها مردم باید محور همه فعالیت‌های توسعه باشند (شعبانعلی - فمی و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۶)؛ بنابراین، یکی از راهبردهای مؤثر در راستای توسعه همه‌جانبه و پایدار این نواحی، استفاده از مشارکت و توانمندی‌های مردم، به‌ویژه روستاییان برای عمران و توسعه مناطق روستایی در تمام ابعاد آن است. مهم‌ترین ابزار اصلی نیل به این مقصود را می‌توان در تشکیل سازمان‌های مردم‌نهاد^۳ (NGOs) دانست که براساس نیاز و توانایی گروه‌های مختلف ساکن روستا، در موضوعات متنوع و ضروری محیط بومی و محلی، برای اجرای برنامه‌های توسعه روستاها ایجاد می‌شوند. اهداف و کارکردهای گوناگون این سازمان‌ها و تعهد و پافشاری آنان در دستیابی به آنچه که به‌عنوان اهداف خود برگزیده‌اند، دولت‌ها را برآن داشته است که با اعتقاد به توانمندی و اثربخشی سازمان‌های غیردولتی، بخش‌هایی از مسؤولیت‌های خود را خواسته یا ناخواسته به سازمان‌های غیردولتی واگذار کنند. این سازمان‌ها به‌سبب فارغ‌بودن از بوروکراسی پیچیده بخش دولتی و منفعت‌طلبی بخش خصوصی، در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی این امکان را فراهم ساخته‌اند تا در زمینه‌هایی همچون مبارزه با فقر و گرسنگی، حفاظت از محیط زیست، جنگل‌داری، افزایش آگاهی‌های عمومی، رفاه، بهداشت جامعه و خانواده، توجه به امور زنان و کودکان، کاهش آسیب‌های اجتماعی و ... موفق‌تر از بخش‌های خصوصی و دولتی عمل کنند (محمدی، ۱۳۸۳: ۴۷).

بهاباد استان یزد یکی از مناطقی است که در چند سال گذشته همواره سازمان‌های مردم‌نهاد در آن فعالیت داشته‌اند؛ برای مثال، می‌توان به شرکت تعاونی «طرح تحول و توسعه میثاق» بهاباد اشاره کرد که چندین سال است در حوزه‌های مختلف فعالیت می‌کند و اخیراً نیز به مباحث کارآفرینی به-

1- Schuhmacher

2- people- centered

3-Non-Governmental Organizations

طور مشخص وارد شده است؛ بنابراین، تحقیق حاضر با هدف بررسی امکان توسعه کارآفرینی در محیط‌های روستایی، با استفاده از پتانسیل نهادهای محلی انجام شده است و در این راستا، سعی بر آن است تا به سؤالات زیر پاسخ داده شود:

۱. اصلی‌ترین نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای نهادهای محلی در زمینه توسعه کارآفرینی در منطقه کدام‌اند؟
۲. چه راهکارهایی را می‌توان برای تقویت نقش نهادهای محلی در توسعه کارآفرینی ارائه کرد؟

۲. روش‌شناسی تحقیق

۲.۱. قلمرو جغرافیایی پژوهش

قلمرو جغرافیایی این پژوهش، بخش بهاباد است. بهاباد یکی از بخش‌های شهرستان بافق استان یزد است. این بخش با مساحتی معادل ۵۷۸۱/۵۶ کیلومتر مربع، دارای سه دهستان به نام‌های جلگه، آسفیچ و بنستان و ۴۴ آبادی و ۱۳۹ مزرعه و مکان است که در ۸۵ کیلومتری شمال شرقی شهرستان بافق و در فاصله ۲۱۰ کیلومتری از مرکز استان یزد قرار دارد. بخش بهاباد در دشتی وسیع واقع شده است. لازم است توضیح داده شود براساس دستور ریاست محترم جمهور، بخش بهاباد از سال ۱۳۸۹ به شهرستان بهاباد ارتقاء یافته است.

جدول ۱- ترکیب جمعیت بخش بهاباد برحسب سن و ساکن در نقاط شهری و روستایی، ۱۳۸۵

مأخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵.

جمعیت روستایی			جمعیت شهری			جمعیت کل			گروه‌های سنی
زن	مرد	جمع	زن	مرد	جمع	زن	مرد	جمع	
۱۰۴۲	۱۱۰۷	۲۱۴۹	۹۶۶	۹۸۹	۱۹۵۵	۲۰۰۸	۲۰۹۶	۴۱۰۴	۰-۱۴
۲۲۸۳	۲۲۴۲	۴۵۲۵	۲۴۴۱	۲۴۴۲	۴۸۸۳	۴۷۲۴	۴۶۸۴	۹۴۰۸	۱۵-۶۴
۳۴۳	۳۶۱	۷۰۴	۱۷۶	۱۸۵	۳۶۱	۵۱۹	۵۴۶	۱۰۶۵	بالای ۶۵ سال
۳۶۶۸	۳۷۱۰	۷۳۷۸	۳۵۸۳	۳۶۱۶	۷۱۹۹	۷۲۵۱	۷۳۲۶	۱۴۵۷۷	جمع کل

با توجه به سرشماری سال ۱۳۸۵ مرکز آمار ایران، بهاباد در مجموع ۱۴۵۷۷ نفر جمعیت دارد که از این تعداد، ۷۱۹۹ نفر؛ یعنی، ۴۹/۴٪ ساکن شهرها و ۷۳۷۸ نفر؛ یعنی، ۵۰/۶٪ در روستاها زندگی می‌کنند. همچنین، از مجموع ۱۴۵۷۷ نفر، تعداد ۷۳۲۶ نفر (۵۰/۲٪) مرد و ۷۲۵۱ نفر (۴۹/۸٪) زن بوده‌اند. با توجه به تأثیر سن افراد بر میزان گرایش به کارآفرینی، جمعیت منطقه از نظر گروه‌های عمده سنی نیز بررسی شد که نتایج حاصل به شرح ذیل بوده است (جدول ۲):

جدول ۲- خصوصیات جمعیتی بخش بهاباد به تفکیک دهستان در سال ۱۳۸۵

مأخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵

نام آبادی	تعداد خانوار	جمعیت	تعداد افراد باسواد		افراد بالای ۱۰ سال		نرخ باسوادی
			مرد	زن	مرد	زن	
آسفیج	۵۲۵	۲۰۷۰	۷۶۰	۶۹۷	۸۹۷	۱۰۳۵	۷۵/۴
بنستان	۴۸۴	۱۵۲۳	۵۳۵	۴۳۴	۷۰۷	۶۵۴	۷۱/۱
جلگه	۹۴۶	۳۷۸۵	۱۵۲۷	۱۳۸۱	۱۹۱۵	۱۸۳۵	۷۷/۵

۲.۲. روش تحقیق

در انجام این پژوهش از روش‌های توصیفی و تحلیلی استفاده شده است. ابتدا با توجه به اطلاعات موجود، به بررسی نهادهای محلی در منطقه و فعالیت‌های آن‌ها پرداخته شد. سپس، در مراحل بعدی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی توسعه کارآفرینی روستایی با استفاده از نهادهای محلی، از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است؛ بنابراین، در ابتدا با توجه به بررسی - های صورت گرفته بر روی محیط داخلی و خارجی منطقه، فهرستی از نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بررسی و شناسایی شد.

جامعه آماری تحقیق شامل کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی هستند که از هرکدام از دو گروه کارآفرینان و مسئولین، به عنوان نمونه و به صورت تصادفی ساده، ۳۰ نفر انتخاب شدند و از مردم محلی نیز با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۲۴ نفر به عنوان نمونه تعیین شدند. با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و از طریق پرسش‌نامه از اعضای شورای اسلامی روستاها و دهیاران منطقه،

مسئولین بخش شامل بخشدار، کمیته امداد، جوانان فعال در توسعه منطقه (شرکت طرح تحول و توسعه میثاق)، صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه کارآفرینی در سطوح محلی، منطقه‌ای و ملی پرسشگری انجام شد. سپس با وزندهی به هریک از عوامل مؤثر بر کارآفرینی، میزان تأثیر آن‌ها محاسبه و تجزیه و تحلیل شد. در نهایت، با استفاده از SWOT راهبردهای لازم در راستای توسعه کارآفرینی با بهره‌گیری از پتانسیل نهادهای محلی ارائه شد. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد و پس از تأیید روایی^۱ آن از سوی متخصصان و صاحب‌نظران، برای تأیید پایایی^۲، به صورت پیش‌آزمون^۳ در یکی از روستاهای بهاباد اجرا شد.

۳. مبانی نظری و ادبیات تحقیق

۱.۳. کارآفرینی

کارآفرینی^۴، فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌شود. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش، از طریق تشکیل مجموعه منحصربه‌فردی از منابع با هدف بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹: ۷). کارآفرینی، فرایند خلق چیزی نو و قبول خطرها و منافع آن است (Hisrich et al., 2005: 8). «کرزنر»^۵ (۱۹۷۹) معتقد است مشکل اصلی اقتصاد هر جامعه‌ای از درک نکردن فرصت‌ها نشأت می‌گیرد. از نظر وی، کارآفرینی؛ یعنی، آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده. شومپتر^۶ کارآفرینی را عامل محرک رشد اقتصادی می‌داند و سوتو^۷ از آن به عنوان پایه و اساس توسعه یاد می‌کند (Mohapatra et al., 2007: 163). سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) تشکلهایی غیردولتی هستند که توسط مردم ایجاد می‌شوند و خارج از بروکراسی دولتی و طبق قوانین جامعه به فعالیت‌های خیرخواهانه در راستای اهداف تعریف شده اساس‌نامه‌های خود فعالیت می‌کنند. برخی از این تشکلهای در حیطه محیط زیست،

1- Validity

2- Reliability

3- Pilot Study

4- Entrepreneurship

5- I- Kirzner

6- shumpeter

7- Soto

برخی در محدوده فعالیت‌های اجتماعی، برخی در زمینه بهداشت و سلامت و برخی دیگر نیز در زمینه‌های فرهنگی و علمی فعالیت می‌کنند. در این تحقیق، منظور از نهادهای محلی، همه سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) و نهادهای مدنی محلی، همچون شوراهای اسلامی روستا، دهیاری‌ها، بسیج، کمیته امداد، تعاونی‌ها و سایر تشکل‌های مردمی است.

اکثر صاحب‌نظران توسعه روستایی، یکی از دلایل عمده مشکلات روستایی را پایین‌بودن نرخ بهره‌وری، کمبود سرمایه و منابع مالی، بیکاری و اشتغال ناقص، مهاجرت، فقر و تنگ‌دستی می‌دانند. کارآفرینان در اجتماع، سبب پویایی و افزایش بهره‌وری می‌شوند و در سطح اجتماع ارزش کار را افزایش می‌دهند و روحیه تلاش را در بدنه جامعه بالا می‌برند. همچنین، کارآفرینان سبب تشویق جامعه به کارهای خلاق و کارآفرین می‌شوند و همین امر موجب رشد و بالندگی در اجتماع می‌شود؛ بنابراین، هنگامی که کارآفرینی به‌عنوان یک شیوه زندگی توسط اکثریت افراد یک جامعه پذیرفته شود، آن جامعه بسیار سریع توسعه می‌یابد (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳: ۷۴). نتایج حاصل از مطالعات تطبیقی پروژه دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)^۱ نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین فعالیت‌های کارآفرینانه و رشد اقتصادی وجود دارد و نیز کشورهایی که فعالیت‌های کارآفرینانه سطح بالایی ندارند، رشد اقتصادی پایینی دارند (Macke & Markley, 2007: 47). روستاها نیز مانند شهرها، سرشار از فرصت‌های جدید و کشف‌نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به‌موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به‌همراه آورد.

۲.۳. نهادهای محلی، مشارکت و توسعه کارآفرینی

گائوتری^۲ (۱۹۸۶) مشارکت را این‌چنین تعریف می‌کند: «مشارکت فرایندی اجتماعی، عمومی، یک‌پارچه، چندگانه، چندبعدی و چندفرهنگی است که هدف آن سوق‌دادن همه مردم به ایفای نقش در تمام مراحل توسعه است». از نظر یومال^۳ نیز مشارکت در مفهوم عام آن «برانگیختن

1- Global Entrepreneurship Monitor

2- Gaotri- H

3- Umalele

حساسیت مردم و در نتیجه، به معنای افزایش درک و توان آنان برای پاسخ‌گویی به طرح‌های توسعه و نیز به معنای تشویق ابتکارات محلی است» (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰: ۱۳).

مشارکت عبارت است از دخالت مردم در توسعه، ارتقاء و بهبود زندگی و محیط زیست خودشان. در توسعه روستایی، مشارکت شامل دخالت مردم در فرآیندهای تصمیم‌گیری، اجرای برنامه‌ها، شریک‌شدن در منافع حاصل از برنامه‌های توسعه و همکاری در ارزش‌یابی این برنامه‌ها است (Cohen & Uphoff, 1977: 66).

مشارکت ابزاری برای گسترش و توزیع دوباره فرصت‌ها با هدف اتخاذ تصمیم‌های جمعی، همیاری در توسعه و بهره‌مندی همگانی از ثمرات آن است. این مشارکت می‌تواند در تمامی مراحل مختلف تصمیم‌گیری، اجرا (عملیات، مدیریت و اطلاع‌رسانی)، تقسیم منافع و ارزیابی وجود داشته باشد. تأکید بر اصل مشارکت در برنامه‌ریزی روستایی به این دلیل است که توسعه بیش‌ازهمه به انگیزش و یادگیری نیازمند است و در بهبود و کفایت مستمر توانایی‌های درونی تجلی می‌یابد (رضوانی، ۱۳۸۳: ۱۲۵).

در ادبیات توسعه، سازمان ابزاری اساسی برای مشارکت در نظر گرفته شده است. سازمان‌ها اعم از اینکه توسط افراد خارج از روستا یا خود روستاییان تأسیس شده باشند، به‌مثابه ابزای برای توسعه مشارکت محلی عمل می‌کنند. برخی نیز معتقدند فرآیندهای مشارکتی، زمینه‌ساز بروز سازمان‌هایی مانند تعاونی یا سازمان کشاورزان است که می‌توانند در توسعه نقش مهمی ایفا کنند.

شوراهای اسلامی روستایی، هسته اولیه و محور اصلی مشارکت روستاییان و ایجاد سیستم همه‌جانبه و خودگردان محسوب می‌شوند. به عبارتی دیگر، شوراهای اسلامی روستایی، پایین‌ترین رده تشکیلاتی کشور هستند که افراد صالح روستا در آن حضور دارند و روند تصمیم‌گیری آن‌ها با تبلور عینی و عملی آراء و تصمیمات روستاییان است. واضح است که شوراهای اسلامی روستایی در مدت چندین سال فعالیت، منشأ خدمات بزرگی برای روستاییان بوده‌اند و رسالت سنگینی عهده‌دار بوده‌اند. آنچه هدف اصلی تشکیل شورا و نیز وظیفه اصلی آن‌ها در نظر گرفته شده، این است که شوراها به‌عنوان مشاور، بازوی اجرایی و به‌ویژه جذب‌کننده مشارکت روستاییان در کار توسعه روستایی هستند؛ بنابراین، شکل‌گیری و توسعه نهادهای محلی با افزایش مشارکت

روستاییان، سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی و بخش خصوصی، زمینه توسعه کارآفرینی روستایی را فراهم می‌کند.

امروزه تجربیات فراوانی در سراسر دنیا، درباره طراحی برنامه‌ها، ارتقاء و ایجاد انگیزه و کمک به کارآفرینی وجود دارد. چنین تجربیاتی تنها منحصر به یک کشور خاص نیست؛ بلکه در اکثر کشورها، برنامه‌های زیادی در رابطه با توسعه کارآفرینی وجود دارد. در چند دهه گذشته، از توجه به کارآفرینی، با بهره‌گیری از نظریه‌های رشد و توسعه جریان غالب در کشورهای پیشرو اقتصاد جهانی، این ذهنیت به وجود آمده که سرمایه مهم‌ترین عامل محدودکننده ایجاد اشتغال و توسعه در مناطق روستایی است. ضمن اذعان به نقش مهم سرمایه، باید این اصل را قبول کرد که این تصور در صورتی درست است که نهادهای اجتماعی مناسب برای بهره‌برداری از سرمایه داخلی و خارجی، به صورت پیش شرط وجود داشته باشند. نقش و ضرورت سرمایه در کارآفرینی انکارشدنی نیست؛ اما قبل از اینکه از نبود سرمایه دل‌نگرانی داشته باشیم، باید به فکر ایجاد سازمان‌های اجتماعی با هدف اشتغال و توسعه باشیم. نکته مهم‌تر آنکه اصلی‌ترین عامل ایجادکننده فرصت شغلی در مناطق روستایی، دولت تلقی می‌شود که ریشه این تصور به دوران ۲۵۰۰ ساله دولت‌سالاری بازمی‌گردد.

با توجه به اهمیت و جایگاه کارآفرینی و نهادهای محلی در توسعه و کاهش وابستگی به دولت، به نظر می‌رسد اجرای این تحقیق در راستای حل مشکلات منطقه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است؛ بنابراین، دلایل عمده ضرورت اجرای پژوهش به‌طور خلاصه از این قرار است:

۱. توسعه روستایی زیربنای توسعه ملی است؛ بنابراین، برای دست‌یافتن به توسعه ملی و منطقه‌ای باید به توسعه روستایی به‌عنوان مجموعه بزرگی از جامعه توجه ویژه‌ای داشت و بر این نکته نیز باید تأکید کرد که رکن اصلی توسعه روستایی کارآفرینی روستایی است.

۲. با عنایت به اینکه توسعه روستایی، اساس توسعه پایدار ملی است، به نظر می‌رسد تحول در نهادهای محلی و پرداختن به کارآفرینی روستایی، عامل دست‌یابی به این مهم باشد.

مشکلات و معضلات اساسی روستاها در تمامی مناطق جهان، ناشی از سه مسئله هستند:

- کمبود امکانات اجتماعی؛

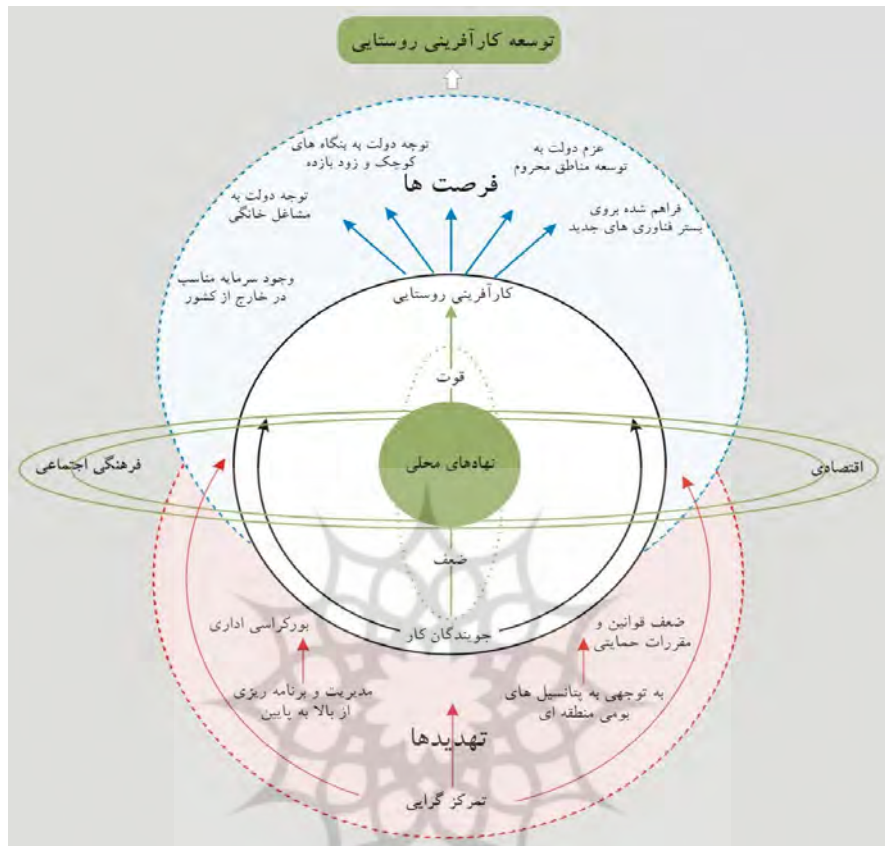
- ضعف زیرساخت‌های اقتصادی؛

- کمبود درآمد و ضعف اقتصادی مردم.

شکل‌گیری نهادهای محلی قوی و ساختارمند به آسانی می‌تواند کمک شایانی به رفع مشکلات یادشده کند؛ زیرا، نهادهای محلی و سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) زمینه مشارکت مردم محلی را بیش‌ازپیش فراهم می‌آورند. همچنین، این نهادها می‌توانند به‌نحو مطلوب و بهتری از تسهیلات دولتی در این جهت استفاده کنند که این امر در واقع به شکل‌گیری، ایجاد و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کند و با توسعه مشارکت محلی منجر به افزایش درآمد مردم محلی می‌شود؛ بنابراین، نهادهای محلی با توجه و تمرکز بر افراد و سازمان‌هایی که انگیزه، سرمایه و مهارت‌ها و تخصص لازم برای شروع کسب‌وکارهای روستایی دارند، زمینه را برای ایجاد فضای کارآفرینی و تحریک جامعه روستایی به سوی کارآفرینی فراهم می‌کنند. علاوه-براین، نهادهای محلی از طریق آموزش، تعلیم و تربیت و شناسایی و نیز معرفی فرصت‌ها، نیازها و پتانسیل‌ها، بسترها را برای شروع کسب‌وکار و کارآفرینی به وجود می‌آورند؛ بنابراین، نهادهای محلی منجر به افزایش مشارکت مردم محلی و توسعه کارآفرینی می‌شوند.

۳,۳. مدل مفهومی تحقیق

برای نشان‌دادن روابط و تأثیرات نهادهای محلی، مدل مفهومی به شکل زیر طراحی شده است. همان‌طور که در این مدل مشخص است، نهادهای محلی مرکز ثقل تحقیق در جهت توسعه کارآفرینی روستایی در نظر گرفته شده‌اند. این نهادها با تبدیل نقاط ضعف و تهدیدها به نقاط قوت و فرصت‌ها می‌توانند تا حد و دزیادی نقاط ضعف را از بین ببرند و یا اثرات آن را کم‌رنگ کنند و نیز تهدیدها را بی‌اثر سازند. همزمان با این، نهادهای محلی می‌توانند برنامه‌ریزی بهتری در راستای استفاده از فرصت‌ها و نقاط قوت موجود داشته باشند. در این مدل، نهادهای محلی می‌توانند چند نمونه از تهدیدهایی که در این تحقیق مشخص شده (از جمله ضعف قوانین، تمرکزگرایی و غیره) را از بین ببرند و یا کم‌رنگ کنند و در مقابل، از فرصت‌هایی همچون جذب سرمایه‌های خارج از منطقه و استفاده مناسب از سیاست‌های دولت در خصوص این مناطق، نهایت استفاده را کنند.



شکل ۱- مدل مفهومی توسعه کارآفرینی روستایی با استفاده از نهادهای محلی

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۸۸.

۴. یافته های تحقیق

برای ارائه راهکارها و سیاست‌های توسعه کارآفرینی روستایی با استفاده از ظرفیت نهادهای محلی، به بررسی همه‌جانبه عوامل مؤثر در این امر نیاز است؛ بنابراین، در این تحقیق سعی شده است تا با استفاده از نظرات سه گروه (کارآفرینان، مسئولین محلی، اعضای شورای اسلامی و دهیاران و نیز مردم محلی) این عوامل در چهار گروه نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT) بررسی و دسته‌بندی شوند و براین اساس، راهکارهای لازم برای توسعه کارآفرینی ارائه شود.

الف) عوامل داخلی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ناحیه مورد مطالعه

در این مرحله، محیط داخلی منطقه برای شناسایی نقاط ضعف و قوت بررسی شده است تا عوامل مساعد و بازدارنده در این خصوص شناسایی شود. نتایج حاصل از بررسی‌ها در جدول (۳) آورده شده است.

ب) عوامل خارجی مؤثر بر توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی

هدف از این مرحله، بررسی آثار محیط خارجی بر منطقه برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که در ارتباط با توسعه کارآفرینی از سوی نهادهای محلی تأثیرگذار است.

جدول ۳ - ماتریس نقاط قوت و ضعف داخلی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در منطقه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

نقاط ضعف (Weaknesses)	نقاط قوت (Strengths)	ابعاد
ورشکستگی کارگاه‌های کوچک صنعتی - دامداری، ضعف مهارت در بین جوانان و مردم محلی، نبود بازارهای مناسب، کمی درآمد، نبود آشنایی به اصول بازاریابی، رونق بسیار اندک صنایع دستی، غیر مرتبط بودن صنایع موجود، بالا بودن نرخ بیکاری	وجود سرمایه‌های خرد محلی، استعداد زیاد جوانان، منابع آب‌های زیرزمینی، وجود گیاهان دارویی، پتانسیل زیاد بخش دامداری، وجود معادن غنی، وجود شرکت‌های تعاونی فعال، وجود پتانسیل مناسب برای استفاده از انرژی‌های نو	اقتصادی
ضعف آگاهی‌های عمومی، نبود تعامل بین مردم و مسئولین، نداشتن برنامه، نگاه سنتی به امور، اختلافات محله‌ای، ترس از بخش خصوصی، بی‌انگیزگی جوانان، ضعف کار تیمی، انتظار بیش از حد مردم از دولت، نگاه سنتی نسبت به فعالیت زنان	نیروی انسانی متخصص و کارآمد، علاقه‌مندی به فعالیت، مشارکت مردمی، وجود اعتقادات دینی، انجام کار تیمی، رهبری و هدایتگری، جوانان تحصیل کرده، وجود توانا مناسب برای مشارکت جوانان و زنان	فرهنگی - اجتماعی
باندبازی و رانت‌خواری نهادها، ضعف مدیریت، ضعف زیرساخت‌های لازم، ضعف در هماهنگی بین بخش‌ها	تلاش و همت بیشتر در بین مسئولین محلی برای توسعه منطقه، اعتقاد مسئولین به توسعه کارآفرینی، تلاش مسئولین محلی برای جذب و استفاده از پتانسیل نهادهای محلی	نهادی

جدول ۴- ماتریس فرصت‌ها و تهدیدهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در منطقه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

گروه هدف	فرصت‌ها (Opportunities)	تهدیدها (Threats)
اقتصادی	فراهم شدن بستر فن‌آوری‌های جدید، جلب مشارکت‌های مردمی، جذب سرمایه‌های خارجی، کمک به جذب سرمایه‌های دولتی، استفاده بهینه از تسهیلات، تبدیل شدن بخش به شهرستان	نبود شبکه مناسب، نادیده گرفتن امکانات محلی و فرامحلی، بی‌توجهی و بی‌اعتمادی به نهادهای محلی، بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری، ضعف وجود پتانسیل اقتصادی صنایع منطقه و نبود حمایت مناسب از آنها
فرهنگی - اجتماعی	جذب نیروهای محلی خارج از ناحیه، تقویت نظارت و کنترل، فراهم شدن زمینه ارتباط با نهادهای ملی و بین‌المللی، توسعه آموزش، به ویژه آموزش مهارت‌های کسب‌وکار	بی‌توجهی به پتانسیل‌های بومی و منطقه‌ای، بی‌توجهی به مشارکت‌های مردمی، گرایش روزافزون مردم به زندگی شهری، ندادن فرصت به جوانان و زنان
نهادی	عزم دولت بر استفاده از نهادهای محلی، توجه دولت به بنگاه‌های کوچک و زودبازده، عزم دولت به توسعه مناطق محروم، توجه دولت به مشاغل خانگی، پروژه NAP، پروژه منارید، طرح تحول و توسعه بهاباد	ضعف قوانین و مقررات حمایتی لازم، بوروکراسی اداری، وابستگی به دولت، بی‌توجهی و نبود عزم جدی در دولت به نقش نهادهای محلی، نداشتن اختیارات مناسب برای مدیران محلی، تغییر سریع مدیران، تمرکزگرایی، مدیریت و برنامه‌ریزی از بالا به پایین

۴. ۱. یافته‌های تحلیلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

همان‌طور که در جدول (۵) نیز مشخص است، در منطقه مورد مطالعه به ۱۷ نقطه قوت، ۱۸ نقطه ضعف، ۱۱ فرصت و ۱۶ مورد تهدید اشاره شده است. به این ترتیب، در مجموع، ۲۸ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۳۴ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی این ناحیه در توسعه کارآفرینی، با استفاده از نهادهای محلی شناخته شده است؛ بنابراین، باید گفت برای استفاده بهینه از فرصت‌ها و نقاط قوت و نیز کاهش یا از بین بردن تهدیدها و نقاط ضعف باید بازنگری اساسی در سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها به عمل آید.

جدول ۵- ماتریس SWOT: عوامل اصلی مؤثر بر توسعه کارآفرینی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

درونی	بیرونی
<p>قوت‌ها (S)</p> <p>S1- وجود نیروی انسانی کارآمد</p> <p>S2- علاقه و انگیزه بین جوانان و روستاییان</p> <p>S3- وجود اعتقادات دینی</p> <p>S4- رهبری و هدایتگری</p> <p>S5- وجود زمینه‌های علوم سستی و بومی در منطقه</p> <p>S6- وجود پتانسیل‌های مختلف در منطقه</p> <p>S7- مشارکت مردمی و انجام کار تیمی</p> <p>S8- جامعه محلی پویا و علاقه‌مند و فعال</p> <p>S9- وجود افراد و نیروی انسانی متخصص در منطقه</p> <p>S10- استقبال سرمایه‌گذاران محلی، منطقه‌ای و ملی</p> <p>S11- وجود بسترهای لازم برای توسعه تکنولوژی‌های جدید</p> <p>S12- مدیریت محلی مناسب</p> <p>S13- وجود بسترهای لازم در جهت جذب مناسب حمایت‌های دولتی</p> <p>S14- وجود معادن غنی</p> <p>S15- وجود گیاهان دارویی</p> <p>S16- وجود پتانسیل مناسب برای استفاده از انرژی‌های نو</p> <p>S17- وجود پتانسیل مناسب برای مشارکت جوانان و زنان</p>	<p>فرصت‌ها (O)</p> <p>O1- وجود نیروهای متخصص محلی در خارج از ناحیه</p> <p>O2- فراهم شدن بستر فناوری‌های جدید</p> <p>O3- فراهم شدن زمینه ارتباط با نهادهای ملی و بین‌المللی</p> <p>O4- برنامه ارائه تسهیلات از سوی دولت به کارآفرینان و کمک به جذب سرمایه‌های دولتی</p> <p>O5- وجود سرمایه‌های مناسب در خارج از منطقه</p> <p>O6- عزم دولت به توسعه مناطق محروم</p> <p>O7- وجود برنامه‌های مناسب آموزش، به‌ویژه آموزش مهارت‌های کسب‌وکار در کشور</p> <p>O8- توجه دولت به مشاغل خانگی</p> <p>O9- توجه دولت به بنگاه‌های کوچک و زودبازده</p> <p>O10- پروژه NAP و پروژه منارید</p> <p>O11- نظارت و کنترل مردم بر عملکرد دستگاه‌های مختلف</p>
<p>ضعف‌ها (W)</p> <p>W1- ضعف آگاهی و اطلاع‌رسانی و بی‌اطلاعی مردم منطقه</p> <p>W2- نبود تعامل بین مردم و مسئولین</p> <p>W3- نداشتن برنامه</p> <p>W4- ضعف کار تیمی</p> <p>W5- باندبازی و رانت‌خواری نهادها، نبود آشنایی به اصول بازاریابی</p> <p>W6- ترس از بخش خصوصی</p> <p>W7- نگاه سستی نسبت به امور</p> <p>W8- اعتماد کمتر به جوانان در بین مردم و مسئولین</p> <p>W9- ورشکستگی کارگاه‌های کوچک صنعتی-دامداری</p> <p>W10- ضعف مهارت در بین جوانان و مردم محلی</p> <p>W11- نبود بازارهای مناسب</p> <p>W12- رونق بسیار اندک صنایع دستی</p> <p>W13- انتظار بیش‌ازحد مردم از دولت</p> <p>W14- اختلافات محله‌ای</p> <p>W15- ضعف زیرساخت‌های لازم</p> <p>W16- نگاه سستی به فعالیت زنان</p> <p>W17- جایگاه ضعیف برنامه‌ریزی در انجام امور</p> <p>W18- ضعف در هماهنگی بین بخش‌ها</p>	<p>تهدیدها (T)</p> <p>T1- ضعف قوانین و مقررات حمایتی لازم</p> <p>T2- وابستگی به دولت</p> <p>T3- بی‌توجهی به پتانسیل‌های بومی و منطقه‌ای</p> <p>T4- بی‌اهمیتی به داشتن برنامه در انجام امور</p> <p>T5- ضعف مدیریت</p> <p>T6- بوروکراسی اداری</p> <p>T7- بالا بودن بیکاری در بین مردم</p> <p>T8- بی‌توجهی به توسعه پایدار</p> <p>T9- نبود شبکه‌های اجتماعی مناسب</p> <p>T10- بی‌توجهی و بی‌اعتمادی به نهادهای محلی</p> <p>T11- بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری</p> <p>T12- تمرکزگرایی</p> <p>T13- مدیریت و برنامه‌ریزی از بالا به پایین، نداشتن اختیارات مناسب برای مدیران محلی</p> <p>T14- ندادن فرصت به جوانان و زنان</p> <p>T15- گرایش روزافزون مردم به زندگی شهری</p>

پس از مشخص شدن نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها، تشکیل ماتریس SWOT و نیز برای سنجش میزان اهمیت آن‌ها، هریک از موارد بالا طی پرسش‌نامه‌ای و با استفاده از طیف لیکرت، از سه گروه کارآفرینان، مسئولین، اعضای نهادهای محلی و نیز مردم محلی مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که در جدول (۶) نیز مشخص شده است، فرصت‌های مطرح شده به صورت ۱۱ سؤال ۵ گزینه‌ای از سه گروه کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی پرسش شده است. پاسخ‌های به دست آمده با امتیازات در نظر گرفته شده محاسبه شده است و وزن هریک از موارد، به دست آمده و رتبه‌بندی شده و نتایج حاصل در جدول (۶) نشان داده شده است؛ بنابراین، مؤثرترین فرصت‌ها در جهت توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی از نظر سه گروه به شرح جدول (۷) است.

جدول ۶- بررسی میزان تأثیر فرصت‌ها از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

سوال	کارآفرینان					مسئولین					مردم محلی							
	رتبه	مجموع امتیازات	خیلی کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رتبه	مجموع امتیازات	خیلی کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رتبه	مجموع امتیازات	خیلی کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
01	۹	66	۴	۱۶	۱۰	۰	۹	65	۴	۱۷	۹	۰	۹	65	۴	۱۷	۹	۰
02	۷	72	۸	۸	۹	۴	۵	82	۷	۳	۱۱	۹	۰	۵	28	32	48	12
03	۱	95	۱	۲	۲۰	۵	۱	99	۰	۲	۱۷	۱۱	۰	۱	0	60	60	0
04	۱	72	۶	۱۱	۹	۳	۷	74	۵	۱۰	۱۱	۴	۰	۷	32	56	24	8
05	۰	75	۳	۱۰	۱۶	۱	۳	85	۰	۵	۲۵	۰	۰	۳	0	92	0	0
06	۱	75	۴	۱۰	۶	۷	۲	89	۱	۱۱	۸	۸	۲	۲	24	20	12	0
07	۱	86	۱	۸	۱۶	۴	۵	82	۰	۸	۲۲	۰	۰	۵	0	84	0	0
08	۰	69	۶	۱۱	۱۱	۲	۸	73	۲	۱۳	۱۵	۰	۰	۸	0	88	4	0
09	۰	89	۰	۹	۱۳	۸	۲	81	۲	۷	۱۶	۴	۰	۶	4	48	24	20
010	۰	88	۲	۷	۱۲	۹	۳	83	۰	۱۶	۷	۵	۲	۴	0	56	4	4
011	۰	85	۳	۵	۱۶	۶	۱	99	۰	۲	۱۷	۱۱	۰	۱	0	68	52	0
جمع	6	872	38	97	138	49	6	912	22	94	158	52	4	36	192	648	192	36

جدول ۷- مؤثرترین فرصت‌ها در جهت توسعه کارآفرینی، با استفاده از نهادهای محلی از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

گروه	مؤثرترین فرصت‌ها در جهت توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی به ترتیب اهمیت
کارآفرینان	<p>پیوند بین نهادهای محلی و فرامحلی</p> <p>کمک به اجرای بهتر برنامه‌های دولت (بنگاه‌های زودبازده، طرح‌های اقتصادی و ...)</p> <p>کمک به اجرای بهتر پروژه‌های ملی و بین‌المللی (NAP، منارید، طرح سازمان‌دهی جامعه محلی)</p> <p>کمک به راه‌اندازی دوره‌های مختلف آموزشی و مهارت‌های لازم</p> <p>تقویت و ترویج نظارت مردمی نسبت به عملکرد دستگاه‌های مختلف اجرایی</p> <p>کمک به جذب بهتر سرمایه‌گذاری‌های دولتی</p> <p>هدایت تسهیلات ارائه‌شده از سوی دولت و نهادهای مختلف به سوی کارآفرینی</p>
مسئولین و اعضای نهادهای محلی	<p>پیوند بین نهادهای محلی و فرامحلی و تقویت و ترویج نظارت مردمی نسبت به عملکرد دستگاه‌های مختلف اجرایی</p> <p>کمک به جذب بهتر سرمایه‌گذاری‌های دولتی</p> <p>کمک به جذب سرمایه‌های خارجی</p> <p>کمک به اجرای بهتر پروژه‌های ملی و بین‌المللی (NAP، منارید، طرح سازمان‌دهی جامعه محلی)</p> <p>کمک به راه‌اندازی دوره‌های مختلف آموزشی و مهارت‌های لازم</p>
مردم محلی	<p>پیوند بین نهادهای محلی و فرامحلی</p> <p>تقویت و ترویج نظارت مردمی نسبت به عملکرد دستگاه‌های مختلف اجرایی</p> <p>کمک به اجرای بهتر پروژه‌های ملی و بین‌المللی (NAP، منارید، طرح سازمان‌دهی جامعه محلی)</p> <p>کمک به رونق مشاغل خانگی</p> <p>کمک به جذب سرمایه‌های خارجی</p> <p>کمک به راه‌اندازی دوره‌های مختلف آموزشی و مهارت‌های لازم</p>

از سه گروه کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی، نقاط قوت مطرح‌شده به صورت ۱۷ سؤال ۵ گزینه‌ای ارزیابی شد و از دو گروه اول هرکدام به تعداد ۳۰ نفر و از مردم محلی از ۱۲۰ نفر سؤال شده است. پاسخ‌های به دست آمده با امتیازات در نظر گرفته شده محاسبه شده و وزن هریک از موارد به دست آمده، رتبه‌بندی شده است که نتایج حاصل در جدول (۸) نشان داده شده است.

جدول ۹- مؤثرترین نقاط قوت در جهت توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی، از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

گروه	مؤثرترین نقاط قوت در جهت توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی، به ترتیب اهمیت
کارآفرینان	<p>ایجاد انگیزه و علاقه بین جوانان و روستاییان</p> <p>فراهم آوردن زمینه‌های بهره‌گیری از افراد متخصص و نیروی انسانی منطقه</p> <p>ایجاد بسترهای لازم در جهت جذب مناسب حمایت‌های دولتی</p> <p>ایجاد رابطه مناسب و منطقی با جامعه محلی</p> <p>تقویت روحیه مشارکتی و انجام کار تیمی</p> <p>ایجاد بستری لازم برای سرمایه‌گذاری‌های محلی، منطقه‌ای و ملی</p>
مسئولین و اعضای نهادهای محلی	<p>تحریک و ترغیب با استفاده از اعتقادات دینی</p> <p>ایجاد انگیزه و علاقه در جوانان و روستاییان</p> <p>فراهم آوردن زمینه‌های بهره‌گیری از افراد متخصص و نیروی انسانی منطقه</p> <p>ایجاد بسترهای لازم در جهت جذب مناسب حمایت‌های دولتی</p> <p>بهره‌گیری مناسب از معادن منطقه</p> <p>تقویت روحیه مشارکتی و انجام کار تیمی</p>
مردم محلی	<p>ایجاد انگیزه و علاقه در جوانان و روستاییان</p> <p>ایجاد بسترهای لازم در جهت جذب مناسب حمایت‌های دولتی</p> <p>فراهم آوردن زمینه‌های بهره‌گیری از افراد متخصص و نیروی انسانی منطقه</p> <p>استفاده از پتانسیل جوانان و زنان منطقه</p> <p>بهره‌گیری مناسب از معادن منطقه</p> <p>تقویت روحیه مشارکتی و انجام کار تیمی</p>

نقاط ضعف مطرح شده، به صورت ۱۸ سؤال ۵ گزینه‌ای، از سه گروه کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی پرسیده شده است. جواب‌های به دست آمده با امتیازات در نظر گرفته شده، محاسبه شد و وزن هریک از موارد حاصل، رتبه‌بندی شد که نتایج حاصل در جدول (۱۱) نشان داده شده است:

جدول ۱۰- موثرترین نقاط ضعف در جهت توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی از نظر

کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

گروه	موثرترین نقاط ضعف در جهت توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی به ترتیب اهمیت
کارآفرینان	تقویت اعتماد به جوانان در بین مردم و مسئولین کمک به آموزش مهارت‌ها به جوانان و مردم محلی تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین مردم محلی، مردم و مسئولین کمک به تقویت جایگاه برنامه ریزی در انجام امور افزایش هماهنگی و همکاری بین بخش‌ها کاهش و رفع نگاه سنتی نسبت به فعالیت زنان
مسئولین و اعضای نهادهای محلی	تقویت اعتماد به جوانان در بین مردم و مسئولین تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین مردم محلی، مردم و مسئولین کمک به تقویت جایگاه برنامه ریزی در انجام امور کمک به رفع اختلافات محله‌ای کاهش و رفع نگاه سنتی نسبت به فعالیت زنان کمک به ایجاد زیرساخت‌ها
مردم محلی	کمک به آموزش مهارت‌ها به جوانان و مردم محلی تقویت اعتماد به جوانان در بین مردم و مسئولین افزایش هماهنگی و همکاری بین بخش‌ها کاهش و رفع نگاه سنتی نسبت به فعالیت زنان کمک به ایجاد زیرساخت‌ها کمک به تقویت جایگاه برنامه ریزی در انجام امور

جدول ۱۱- بررسی میزان تأثیر نقاط ضعف از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

ردیف	مردم محلی					مسئولین					کارآفرینان					ردیف						
	رتبه	مجموع امتیازات	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	رتبه	مجموع امتیازات	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	رتبه		مجموع امتیازات	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
			۱	۲	۳	۴	۵			۱	۲	۳	۴	۵				۱	۲	۳	۴	۵
۱۰	292	8	52	60	0	0	۱۱	78	۰	۱۱	۱۸	۰	۰	۱۱	74	۲	۱۲	۱۴	۰	۰	۰	W1
۱۱	284	0	76	44	0	0	۱۳	75	۰	۱۵	۱۵	۰	۰	۱۰	75	۰	۱۵	۱۵	۰	۰	۰	W2
۶	324	0	44	68	8	0	۸	83	۰	۱۱	۱۵	۴	۰	۸	80	۰	۱۳	۱۴	۲	۰	۰	W3
۳	336	12	20	68	20	0	۲	92	۱	۲	۲۱	۶	۰	۲	87	۲	۶	۱۵	۷	۰	۰	W4
۱۴	252	44	32	32	12	0	۱۲	63	۱۰	۹	۹	۲	۰	۱۲	63	۱۰	۹	۹	۲	۰	۰	W5
۹	296	16	32	72	0	0	۱۱	78	۱	۱۰	۱۸	۰	۰	۱۱	74	۲	۸	۱۸	۰	۰	۰	W6
۱۳	276	24	56	20	20	0	۹	81	۱	۱۵	۶	۸	۰	۹	78	۲	۱۲	۶	۸	۰	۰	W7
۲	344	12	12	76	20	0	۱	96	۱	۰	۱۱	۸	۰	۱	92	۲	۲	۱۸	۸	۰	۰	W8
۷	512	20	32	48	16	44	۱۰	80	۹	۴	۹	۲	۲	۷	81	۶	۷	۱۰	۲	۳	۰	W9
۱	352	0	36	56	28	0	۷	84	۰	۱۱	۱۴	۵	۰	۲	88	۰	۱۰	۱۴	۸	۰	۰	W10
۷	312	0	56	56	8	0	۱۲	72	۰	۱۸	۱۲	۰	۰	۱۰	75	۰	۱۷	۱۱	۲	۰	۰	W11
۸	300	16	40	52	12	0	۱۱	79	۲	۹	۱۱	۶	۰	۱۲	73	۵	۱۱	۱۰	۲	۰	۰	W12
۱۲	252	28	56	32	4	0	۱۵	69	۸	۹	۹	۲	۰	۱۳	69	۶	۱۲	۹	۲	۰	۰	W13
۱۱	488	32	24	52	8	44	۲	87	۵	۲	۱۲	۶	۲	۷	81	۶	۲	۱۲	۵	۱	۰	W14
۵	528	4	36	72	4	44	۶	85	۱	۹	۱۶	۲	۲	۷	81	۲	۹	۱۶	۲	۱	۰	W15
۲	332	4	40	56	20	0	۵	86	۱۰	۵	۱۱	۴	۰	۴	83	۲	۷	۱۷	۲	۰	۰	W16
6	524	0	48	64	4	44	3	91	0	5	21	2	2	4	86	0	8	19	2	1	۰	W17
3	536	0	44	60	12	44	10	80	0	16	10	2	2	5	83	0	11	14	4	1	۰	W18
جمع	6540	220	736	988	196	220	1439	42	163	261	62	12		1425	31	173	243	66	7			

بررسی نقاط ضعف مطرح شده نشانگر این است که از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی نقاط ضعف موجود در زمینه توسعه کارآفرینی که می‌توان با بهره‌گیری از پتانسیل‌های نهادهای محلی کاهش داد و زمینه را برای توسعه کارآفرینی فراهم کرد، به شرح جدول (۱۰) است.

جدول ۱۲- بررسی میزان تأثیر هریک از تهدیدها از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

سوال	کارآفرینان					مسئولین					مردم محلی							
	رتبه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	رتبه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	رتبه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
T1	۸	۰	۰	۰	۰	۰	۹	۰	۱۷	۱۳	۰	۰	۷۷	۰	۱۵	۱۳	۲	۰
T2	۷	۰	۰	۰	۰	۰	۶	۱	۱۲	۱۵	۲	۰	۸۰	۲	۱۰	۱۴	۴	۰
T3	۱۲	۰	۰	۰	۰	۰	۳	۱	۷	۱۵	۷	۰	۸۳	۲	۸	۱۵	۵	۰
T4	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۲	۰	۵	۱۷	۶	۲	۹۱	۰	۶	۱۸	۵	۱
T5	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۴	۰	۹	۱۷	۴	۰	۸۶	۰	۹	۱۶	۵	۰
T6	۱۱	۰	۰	۰	۰	۰	۷	۱	۱۹	۴	۴	۲	۷۳	۴	۱۵	۶	۴	۱
T7	۱۲	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰	۵	۱۳	۱۲	۰	۰	۶۹	۴	۱۳	۱۳	۰	۰
T8	۸	۰	۰	۰	۰	۰	۸	۵	۶	۱۷	۲	۰	۷۷	۴	۹	۱۳	۴	۰
T9	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۵	۴	۲	۲۲	۲	۰	۸۶	۲	۴	۲۰	۴	۰
T10	۵	۰	۰	۰	۰	۰	۵	۰	۸	۲۲	۰	۰	۸۲	۰	۱۰	۱۸	۲	۰
T11	۹	۰	۰	۰	۰	۰	۹	۴	۱۱	۱۳	۲	۰	۷۶	۲	۱۱	۱۶	۱	۰
T12	۱۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰	۰	۲۳	۷	۰	۰	۷۴	۰	۱۸	۱۰	۲	۰
T13	۶	۰	۰	۰	۰	۰	۶	۰	۱۲	۱۸	۰	۰	۸۱	۰	۱۱	۱۷	۲	۰
T14	۷	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۲	۵	۲۱	۲	۸۰	۳	۶	۱۹	۲	۰
T15	۳	۰	۰	۰	۰	۰	۴	۰	۱۲	۱۱	۷	۰	۸۵	۲	۱۰	۹	۹	۰
T16	۵	۰	۰	۰	۰	۰	۶	۲	۱۰	۱۶	۲	۰	۸۲	۳	۶	۱۷	۴	۰
جمع	۱۲۸۲	۲۸	۱۶۱	۲۳۴	۵۵	۲	۱۲۹۷	۲۳	۱۶۸	۲۲۴	۵۹	۶	۵۴۰۴	۱۴۰	۸۵۸	۹۵۲	۱۶۴	۸۸

نقاط ضعف مطرح شده به صورت ۱۸ سؤال ۵ گزینه‌ای از سه گروه کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی پرسیده شده است. سپس، پاسخ‌های حاصل با امتیازات در نظر گرفته شده، محاسبه شد و وزن هریک از موارد به دست آمد و رتبه‌بندی شد که نتایج حاصل در جدول (۱۲) نشان داده شده است.

بررسی تهدیدهای مطرح‌شده نشانگر آن است که از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی تهدیدهای موجود در زمینه توسعه کارآفرینی که می‌توان با بهره‌گیری از پتانسیل نهادهای محلی کاهش داد و یا به فرصت تبدیل کرد و زمینه را برای توسعه کارآفرینی فراهم کرد، به صورت جدول (۱۳) است:

جدول ۱۳- مهم‌ترین تهدیدها در توسعه کارآفرینی از نظر کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۸

گروه	مهم‌ترین تهدیدها در توسعه کارآفرینی به ترتیب اهمیت
کارآفرینان	رفع بی برنامه‌گی و تقویت اهمیت برنامه در انجام امور در بین مردم محلی کمک به توسعه مدیریت محلی و رفع عدم ثبات مدیریتی؛ کمک به توسعه پایدار منطقه و رفع ناپایداری منطقه ایجاد فرصت برای جوانان و زنان کمک به ایجاد زمینه لازم برای بکارگیری امکانات محلی و فرا محلی و رفع مشکلات موجود در این زمینه کمک به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مناسب کمک به کاهش تمرکزگرایی
مسئولین و اعضای نهادهای محلی	کمک به شکل‌گیری و تقویت برنامه‌ریزی از پایین به بالا رفع بی برنامه‌گی و تقویت اهمیت برنامه در انجام امور در بین مردم محلی کمک به ایجاد زمینه لازم برای بکارگیری امکانات محلی و فرا محلی و رفع مشکلات موجود در این زمینه کمک به توسعه مدیریت محلی و رفع عدم ثبات مدیریتی؛ ایجاد فرصت برای جوانان و زنان کمک به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مناسب؛ کمک به توسعه پایدار منطقه و رفع ناپایداری منطقه کاهش تفکر وابستگی به دولت در بین مردم و توسعه تفکر خود اشتغالی و توجه به پتانسیل‌های منطقه؛ کمک به کاهش تمرکزگرایی
مردم محلی	رفع بی برنامه‌گی و تقویت اهمیت برنامه در انجام امور در بین مردم محلی کمک به توسعه مدیریت محلی و رفع عدم ثبات مدیریتی؛ کمک به توسعه پایدار منطقه و رفع ناپایداری منطقه کمک به کاهش تمرکزگرایی کمک به ایجاد زمینه لازم برای بکارگیری امکانات محلی و فرا محلی و رفع مشکلات موجود در این زمینه؛ کمک به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مناسب توسعه اشتغال و رفع بیکاری و تهدیدات مربوطه؛ تقویت جایگاه و نقش نهادهای محلی در جامعه و بین مسئولین محلی کمک به شکل‌گیری و تقویت برنامه‌ریزی از پایین به بالا؛ ایجاد فرصت برای جوانان و زنان

۴. ۲. راهبردها و راهکارهای توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی

الف- راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)

در راهبرد تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است، راهکارهای زیر برای استفاده از نقاط قوت و فرصت‌های موجود برای توسعه کارآفرینی با استفاده از نهادهای محلی، ارائه می‌شود:

- تلاش در راستای ایجاد پیوند بین نهادهای محلی و فرامحلی؛
- تلاش در جهت استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای تقویت و ترویج نظارت مردمی به عملکرد دستگاه‌های مختلف اجرایی؛
- برنامه‌ریزی با هدف استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای علاقه‌مندی هرچه بیشتر جوانان و زنان در راستای کارآفرینی؛
- برنامه‌ریزی برای استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای فراهم آوردن بسترهای لازم در زمینه استفاده از نیروهای متخصص بومی و منطقه‌ای؛
- تلاش در جهت استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای اجرای هرچه بهتر برنامه‌های دولت و پروژه‌های ملی و بین‌المللی.

ب- راهبردهای تنوع (ST)

در راهبرد تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر برای استفاده بهینه از نقاط قوت، با هدف رفع تهدیدات ارائه می‌شود:

- تلاش در راستای استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای کمک به شکل‌گیری و تقویت برنامه‌ریزی از پایین به بالا؛

- تلاش در جهت استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای کاهش تمرکزگرایی؛
- تلاش در راستای استفاده از ظرفیت نهادهای محلی برای شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی

ج- راهبردهای بازنگری (WO)

در راهبردهای بازنگری علاوه بر تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در راستای رفع نقاط ضعف پیش روی توسعه کارآفرینی روستایی با استفاده از نهادهای محلی است که با این هدف راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- تلاش در جهت حل مشکل نقدینگی با جذب سرمایه‌های خارج از منطقه؛
- تلاش در راستای استفاده مناسب از برنامه‌های دولت در زمینه محرومیت‌زدایی؛
- کمک به حل مشکلات مشاغل خانگی با توجه به سیاست‌های دولت در این زمینه؛
- کمک به ایجاد زیرساخت‌های لازم با جذب حمایت‌های دولتی.

د- راهبرد تدافعی (WT)

در این راهبرد علاوه بر تأکید بر رفع آسیب‌پذیری منطقه، راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

- توسعه مدیریت محلی و رفع نبود ثبات مدیریتی؛
- رفع بی‌برنامه‌گی و تقویت اهمیت برنامه در انجام امور در بین مردم محلی؛
- رفع بیکاری و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی؛
- کاهش و رفع نگاه سنتی به انجام امور و فعالیت زنان.

۵. نتیجه‌گیری

کارآفرینی یکی از استراتژی‌های توسعه جوامع است که می‌تواند با بهره‌گیری از پتانسیل‌ها و فرصت‌های سودآور و کشف‌نشده، منجر به رشد اقتصادی منطقه شود. برای توسعه کارآفرینی از راهکارهای مختلفی استفاده می‌شود که در این تحقیق بیشتر بر مشارکت نهادهای محلی تأکید شده است. برای نیل به این هدف و تدوین استراتژی مناسب، باید شرایط حاکم بر جامعه به‌دقت بررسی شود که در تحقیق حاضر، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بررسی شد.

نتایج حاصل از تحقیق بیانگر این است که منطقه به‌اباد فرصت‌ها و نقاط قوت بسیار زیادی برای توسعه کارآفرینی و بهره‌گیری از نهادهای محلی دارد که در حال حاضر به‌دلایل مختلفی اعم از نبود برنامه مناسب، نبود پیوند مناسب بین مردم محلی و مسئولین، کمبود سرمایه و ... از نقاط قوت

و فرصت‌های موجود استفاده بهینه و مطلوبی نمی‌شود. در منطقه نقاط ضعف و تهدیدهایی نیز وجود دارد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به نبود آگاهی، نبود سرمایه مناسب، ضعف کار تیمی، نگاه سنتی به امور، ضعف مدیریت، برنامه‌ریزی از بالا به پایین، بی‌اعتمادی به جوانان، پتانسیل‌های محلی و غیره اشاره کرد.

نتایج حاصل از نظرسنجی از سه گروه کارآفرینان، مسئولین و مردم محلی درباره مؤثرترین و مناسب‌ترین فرصت‌ها، در مجموع عبارت‌اند از: کمک به شکل‌گیری پیوند بین نهادهای محلی و فرامحلی، تقویت و ترویج نظارت مردمی به عملکرد دستگاه‌های مختلف اجرایی، کمک به اجرای بهتر برنامه‌های دولت (بنگاه‌های زودبازده، طرح‌های اقتصادی و ...) بوده است. درباره مؤثرترین نقاط قوت نیز از نظر سه گروه می‌توان به ایجاد انگیزه و علاقه بین جوانان و روستاییان، فراهم آوردن زمینه‌های بهره‌گیری از افراد متخصص و نیروی انسانی منطقه، ایجاد بسترهای لازم در راستای جذب مناسب حمایت‌های دولتی و ... اشاره کرد. در زمینه کاهش نقاط ضعف و تبدیل آن‌ها به نقاط قوت در منطقه از نظر سه گروه، می‌توان تقویت اعتماد به جوانان در بین مردم و مسئولین، تقویت روحیه تعاون در میان مردم محلی، مردم و مسئولین، کمک به آموزش مهارت‌ها به جوانان و مردم محلی را بیان کرد.

در خصوص کاهش تهدیدها و تبدیل آن‌ها به فرصت‌ها نیز نتایج حاصل از نظرسنجی نشانگر این است که به این تهدیدها بیش‌ازپیش باید توجه شود: رفع بی‌برنامه‌گی و تقویت اهمیت برنامه در انجام امور در بین مردم محلی، کمک به شکل‌گیری و تقویت برنامه‌ریزی از پایین به بالا، کمک به توسعه مدیریت محلی و ...

کتابنامه

۱. احمدپور داریانی، م. (۱۳۷۹). «کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها». چاپ دوم. تهران: انتشارات شرکت پردیس.
۲. ازکیا، م. و غفاری، غ. ر. (۱۳۸۳). «بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان». نامه علوم اجتماعی. شماره ۱۷، صص ۳۱ - ۳.

۳. رضوانی، م. ر. (۱۳۸۳). «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران». تهران: نشر قومس.
۴. شاه‌حسینی، ع. (۱۳۸۳). «کارآفرینی». تهران: نشر آئیژ.
۵. شعبانعلی فمی، ح؛ علی بیگی، ا. ح. و شریف‌زاده، ا. (۱۳۸۳). «رهیافت‌ها و فنون مشارکت در ترویج کشاورزی و توسعه روستایی». تهران: موسسه توسعه روستایی ایران.
۶. محمدی، م. (۱۳۸۳). «سازمان‌های غیردولتی (NGOs): تعاریف و طبقه‌بندی‌ها». فصلنامه مطالعات مدیریت. شماره‌های ۴۱ و ۴۲. صص ۲۶۳-۲۴۷.
۷. مرکز آمار ایران. (۱۳۸۵). «گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن». تهران: مرکز آمار ایران.
8. Cohen, J. M. & Uphoff, N. T. (1977). **"Rural Development Participation: Concepts and Measures for Project Design, Implementation and Evaluation"**. Rural Development Committee. Cornell University.
9. Hisrich, R. D. Michael, P. & Dean, S. (2005). **"Entrepreneurship"**. 6th Edition. New York: Mc Graw- Hill/Irwin.
10. Macke, D. & Markley, D. (2006). **"Entrepreneurship and Rural America"**. Rural Research Report. Vol. 17. Issue 4, Pp. 1-6.
11. Mohapatra, S. Rozelle, S. & Goodhue, R. (2007). **"The Rise of Self-Employment in Rural China: Development or Distress?"** World Development. Vol. 35. No.1, Pp. 163- 181.