

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۰، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۶، صفحات ۶۵-۸۳

تعیین راهبردهای توسعه کارآفرینی در روستاهای پیراشهری: مطالعه موردی روستاهای پیرامون شهر لار احمدعلی خرم‌بخت*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۳/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۲/۴

چکیده

امروزه، توسعه نیافتگی نواحی روستایی و کمبود فرصت‌های اشتغال سبب شده است که هر ساله تعداد کثیری از جمعیت روستایی به سوی شهرها مهاجرت کنند. یکی از جدیدترین شیوه‌های غلبه بر چالش‌های اقتصادی، توسعه کارآفرینی روستایی است. کارآفرینی روستایی نیازمند شناخت امکانات و محدودیت‌ها، و آگاهی از فرصت‌ها و موانع است. در پژوهش حاضر، این ضرورت‌ها در روستاهای پیراشهری لار در چارچوب مدل SWOT صورت‌بندی شد. جامعه آماری تحقیق را جمعیت ۲۰۷۰۰ نفری سکونتگاه‌های روستایی تشکیل می‌داد. بنابراین، یک جامعه نمونه ۳۷۷ نفری با استفاده از رابطه کوکران تعیین شد و مورد پرسشگری قرار گرفت. نتایج مطالعه نشان داد که برای رسیدن به توسعه کارآفرینی، اتخاذ راهبرد جهشی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است، راهبردی که از طریق تشکیل تعاونی‌های تولیدی کارآفرینی با حمایت نظام بانکی، توسعه خدمات الکترونیک برای دستیابی سریع به اطلاعات و فرصت‌های اشتغال، و حمایت سازمان‌های رسمی از کارآفرینان قابل تحقق خواهد بود.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، روستاهای پیراشهری، مدل سوات (SWOT)، لار (شهر).

* استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لارستان، لارستان

(ahmadali.kho@yahoo.com)

مقدمه

امروزه، وجود نابرابری‌های کمی و کیفی بین نواحی شهری و روستایی به بی‌ثباتی جمعیت و فعالیت در سکونتگاه‌های روستایی و در نتیجه، به برهم خوردن تعادل فضایی از لحاظ بهره‌گیری مناسب از قابلیت‌های ملی و منطقه‌ای و عدم بهره‌مندی مناسب از تسهیلات و امکانات مناطق مختلف انجامیده است (۲۲). بدین ترتیب، توسعه‌نیافتگی نواحی روستایی و ضعف امکانات زیستی سبب مهاجرت‌های وسیع روستاییان به سوی شهرها شده؛ و هر ساله تعداد کثیری از جمعیت روستایی، به‌ویژه جمعیت غیرماهر و فاقد امکانات تولیدی، به سوی شهرها مهاجرت می‌کنند. این افراد با ترک روستا، از سویی، سبب تنزل و انحطاط نسبی روستاها می‌شوند و از سوی دیگر، به لحاظ فقدان مهارت‌های لازم و ضعف بنیه اقتصادی، به‌ناچار در حاشیه شهرها ساکن شده، به مشاغل تورم‌زا و کاذب روی می‌آورند. به دیگر سخن، نتایج و پیامدهای عدم توسعه نواحی روستایی فقط به روستاها منحصر نشده، گریبان شهرها را نیز می‌گیرد (۱۷). گریز جمعیت از روستاهای پیرامون شهرها که در فواصل اندکی از شهر اصلی ناحیه واقع شده‌اند، ابعاد دیگری نیز دارد. توسعه کالبدی شهر به سمت اراضی کشاورزی حد فاصل شهر و روستا، با تسخیر منابع تولیدی زراعی روستاییان، باعث تشدید این روند شده، هضم اقتصادی و فیزیکی روستای پیراشهری در شهر اصلی را تسریع می‌کند. با تأثیرپذیری ساختار اقتصادی روستا از فرایندهای اقتصادی شهر، اقتصاد روستا از بخش کشاورزی به تدریج فاصله می‌گیرد و به کارهای غیرکشاورزی گرایش پیدا می‌کند. در این فرایند، سوداگری و بورس‌بازی زمین، کاهش مالکیت روستاییان و حقوق محیطی آنها نسبت به منابع (به‌ویژه زمین)، و کاهش تولید روستا از روندهای معمول هستند (۲۰). بدین ترتیب، ضرورت پرداختن به توسعه روستایی در این‌گونه نواحی دوچندان می‌شود و باید با بهره‌برداری بهینه از منابع محلی، به ایجاد منابعی برای معیشت اقتصادی از طریق فراهم کردن امکانات جدید اشتغال پرداخت. در این راستا، باید به خلاقیت و نوآوری بنگاه‌ها، شرکت‌ها و کسب‌وکارهای متوسط و کوچک‌مقیاس در چارچوب یک نگاه

کارآفرینانه عنایت داشت؛ و با شناخت کافی از امکانات و توان‌های کارآفرینی روستایی، به تنظیم و تدوین راهبردی مناسب همت گماشت.

موضوع کارآفرینی روستایی از ابعاد مختلف مورد توجه محققان قرار گرفته است. در اینجا، برخی از پژوهش‌های کارآفرینی که از لحاظ زاویه نگرش، به موضوع تحقیق حاضر نزدیک‌ترند، معرفی می‌شوند.

رضوانی و نجارزاده، در مقاله‌ای با عنوان بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی؛ مطالعه موردی دهستان برآن جنوبی شهرستان اصفهان، جنبه‌های مختلف کارآفرینی روستایی را تحلیل کرده، بدین نتیجه رسیدند که جذب نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیت‌های کشاورزی می‌تواند در قالب راهکار اصلی ایجاد و تقویت کارآفرینی در این نواحی، در راستای توسعه پایدار بسیار مؤثر باشد (۲۱). ایمنی به بررسی نقش گردشگری روستایی در تقویت کارآفرینی در بین جوانان روستایی کندوان پرداخته و با سنجش متغیرهای کارآفرینان، بدین نتیجه رسیده است که اکثر جوانان از ویژگی‌های کارآفرینی در فعالیت‌های گردشگری برخوردار نیستند. وی، علاوه بر سنجش متغیرهای کارآفرینان، نقاط قوت و ضعف فعالیت‌های گردشگری با رویکرد کارآفرینی را نیز بررسی کرده است (۵). غنیان، با تبیین و شناسایی راهبردهای مؤثر در مدیریت فعالیت‌های گردشگری با چارچوب کارآفرینی، زمینه‌های کاری این راهبرد را تعیین و سازوکاری مشخص برای توسعه روستایی مبتنی بر محور فعالیت‌های گردشگری ارائه کرده است (۷). فرجی سبکبار و همکاران، در تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومیتی، به مطالعه دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خداآهنده واقع در استان زنجان پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی با هدف کاهش شکاف بین شهر و روستا و ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی است (۶). هاشمی و همکاران، در مقاله‌ای با عنوان تبیین نقش دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی، به مطالعه بهاباد استان یزد

اقدام کرده و نتیجه گرفته‌اند که دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی عملکردی نسبتاً موفق داشته‌اند، به گونه‌ای که موجب بهبود زیرساخت‌ها، رفتار و نگرش کارآفرینانه شده است (۱۱). علیدوست و همکاران، با بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار، بدین نتیجه رسیدند که موانع اقتصادی و آموزشی مهم‌ترین موانع در مسیر توسعه کارآفرینی این قشر از جامعه است (۱). سجاسی قیداری و همکاران، در تحقیقی با عنوان *الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی رودرهای گردشگری استان تهران*، توان‌های طبیعت‌گردی در منطقه را طبقه‌بندی کردند و در نهایت، به ارائه الگوی توسعه کارآفرینی طبیعت‌گردی پرداختند (۲۸). موهاپاترا و همکاران، با مطالعه خوداشتغالی در روستاهای چین، نتیجه گرفتند که توانایی توسعه کشاورزی در ایجاد خوداشتغالی در مناطق روستایی بالاست (۱۵). لمن و همکاران، با بررسی کارآفرینی کشاورزی، نشان دادند که اطلاع‌رسانی صحیح در زمینه فرایندهای یکپارچه‌سازی اراضی در مناطق روستایی نقش مهمی در سرمایه‌گذاری تولیدی دارد و می‌تواند زمینه‌های کارآفرینی را تقویت کند (۱۳).

بدین ترتیب، مرور سوابق تحقیق و همچنین، استعلام‌های اینترنتی از مرکز اسناد و مدارک علمی وزارت علوم (ایرانداک) و واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی (سیکا) مشخص می‌کند که تاکنون پژوهشی به سبک تحقیق حاضر در مورد روستاهای پیراشهری لار انجام نشده است؛ و از این رو، پژوهش حاضر در نوع خود اولین کار در این ناحیه به‌شمار می‌رود.

مبانی نظری

توسعه روستایی شامل طیف وسیعی از فعالیت‌های گوناگون است که مردم را به ایستادن روی پای خود و از میان برداشتن ناتوانی‌های ساختاری قادر می‌سازد. بر این مبنا، ایجاد منابعی برای معیشت اقتصادی در مناطق روستایی از طریق فراهم کردن امکانات جدید اشتغال توسط بهره‌برداری بهینه از منابع محلی باید مورد توجه قرار گیرد (۲۳). در راستای فراهم کردن امکانات جدید اشتغال بر پایه منابع محلی، باید به کارآفرینی بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای متوسط و کوچک مقیاس توجه ویژه شود، چنان‌که امروزه در

رویکردهای جدید توسعه روستایی، به کارآفرینی به مثابه یک عنصر ضروری برای رشد اقتصادی و افزایش بهره‌وری جوامع روستایی نگریسته می‌شود (۲۷). کارآفرینی در مناطق روستایی ترکیبی منحصر به فرد از منابع را نشان می‌دهد که تمرکز عمده آن بر تأمین زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است، که می‌تواند به کاهش شکاف توسعه اقتصادی بین نواحی شهری و روستایی کمک کند (۱۸). کارآفرینی، با ایجاد فرصت‌های جدید به منظور ارتقای سطح درآمد و اشتغال و افزایش سرمایه‌ها، موجب بهبود استاندارد زندگی و ارتقای رفاه اجتماعی - اقتصادی و ایجاد تحول در فعالیت و زندگی روستاییان می‌شود (۲، ۲۴)، و می‌تواند با ارائه محصولات و خدمات جدید، جامعه روستایی را به سمت توسعه سوق دهد (۱۳). کارآفرینان قادر به شکوفاسازی اقتصاد روستایی و کمک به رونق و رشد اقتصادی در عرصه ملی هستند؛ و ایجاد اشتغال، افزایش سطح بهره‌وری، تولید درآمد و ثروت از نتایج آن است. در این ارتباط، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستا بر اساس توان‌ها و فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود در آنها می‌تواند تقویت‌کننده توسعه اقتصادی روستاها باشد (۱۹). روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را گرد هم می‌آورند و با تلاش‌های خلاقانه، فرصت‌ها را شناسایی و در نهایت، الگو و شیوه‌ای جدید از فعالیت را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن مخاطره معیشتی در مناطق روستایی می‌انجامد. به دیگر سخن، فرصت‌ها در درون نظام موجود اقتصادی وجود دارند و از طریق کارآفرینان جدید کشف و بهره‌برداری می‌شوند و اینها همان فرصت‌هایی هستند که سایر کارآفرینان و افراد در محیط بدان توجه نمی‌کنند (۲۶). کارآفرینی روستایی به مثابه ابزاری کارآمد برای زمینه‌سازی به منظور نیل به توسعه اقتصادی - اجتماعی از طریق ایجاد سرمایه و توزیع متعادل آن در سطح منطقه، ایجاد فرصت‌های اشتغال و درآمد، بهبود استانداردهای زندگی و خوداتکایی ملی نگریسته می‌شود (۲۴). کارآفرینی مبتنی بر توسعه ظرفیت‌های محلی، تحرک‌بخشی و ایجاد انگیزه بین بهره‌برداران و در نهایت، زمینه‌سازی برای خودباوری از طریق توانمندسازی، همچون موتور محرک توسعه محلی عمل می‌کند (۹). می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینان به لحاظ ماهیت می‌توانند به جذب

سرمایه‌های مردمی، ارائه خدمات و آگاهی‌بخشی نسبت به ارزش‌های محیطی و طبیعی روستاها کمک کرده، منجر به ارزش‌های افزوده و بهره‌برداری از منابع اقتصادی در مناطق روستایی شوند. بنابراین، باید تلاش کرد تا با برطرف ساختن موانع موجود در مدیریت عوامل تولید و افزایش سرمایه‌گذاری، زمینه برای تلاش خلاقانه گروه‌های پیشرو به عنوان پایه و اساس توسعه جامعه محلی مهیا شود (۱۴). با عنایت به گستره جغرافیایی روستاها در قلمرو سرزمینی و در اختیار داشتن بخش وسیعی از منابع ملی، می‌توان به شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی کشور امیدوار بود؛ به‌ویژه، روستاهایی که در حاشیه کانون‌های جمعیتی شهری واقع شده‌اند، از جاذبه نسبتاً بالا و توان کارآفرینی مناسب‌تری برخوردارند، زیرا حوزه نفوذ برای بهره‌گیری از شرایط ارزانی کالا و محصولات کشاورزی یا دیگر خدمات، ارتباط با این مناطق را مورد توجه شهرنشینان قرار می‌دهد. از سوی دیگر، حمایت از کارآفرینان نوآور در این مناطق می‌تواند زمینه‌هایی مساعد برای توسعه پایدار فراهم ساخته، نتایجی مثبت را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و بوم‌شناختی برای این مناطق به ارمغان آورد. سرانجام، کارآفرینان روستایی می‌توانند با ایفای نقش کارآمد، به تقویت روابط شهر و روستا، تحریک رقابت سازنده، تعادل‌های درآمدی و توزیع ثروت، و توسعه پایدار روستایی کمک کنند (۲۵).

روش تحقیق

با عنایت به ماهیت کاربردی تحقیق حاضر، تلاش شده است که در مراحل مختلف تحقیق، از شیوه‌های علمی معتبر برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، تحلیل اطلاعات و استخراج نتیجه بهره‌گیری شود. به منظور اطلاع از سوابق تحقیقاتی مرتبط با موضوع، شناخت منطقه تحقیق، روش‌های آماری رایج، و انتخاب مدل‌های مناسب، به منابع مکتوب کتابخانه‌ای و آرشیوهای الکترونیک و اینترنتی مراجعه شده است. همچنین، بخش مهمی از اطلاعات مورد نیاز، به روش میدانی یا پیمایشی، با استفاده از طراحی پرسشنامه و پرسشگری از افراد و سازمان‌های مربوط جمع‌آوری شده است. جامعه آماری تحقیق شامل مجموع جمعیت ۲۰۷۰۰ نفری سکونتگاه‌های مورد مطالعه بود. از بین این جمعیت، یک جامعه نمونه مبنای انجام پرسشگری و تحلیل‌ها

قرار گرفت. برای محاسبه حجم نمونه، از رابطه کوکران استفاده شد. حجم نمونه با احتساب سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای پنج درصد محاسبه و تعداد ۳۷۷ نفر تعیین شد. برای حصول اطمینان بیشتر، ده درصد بدین رقم اضافه شد؛ و در نهایت، تعداد ۴۰۵ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

برای نمونه‌گیری، ترکیبی از روش‌های نمونه‌گیری تصادفی ساده و نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده به کار گرفته شد. بدین ترتیب، برای آنکه نمونه‌ها مشتمل بر هر دو گروه مسئولان روستایی و ساکنان روستاها باشد، ابتدا جامعه آماری به دو طبقه یادشده تقسیم و سپس، در داخل هر طبقه، نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام شد.

پیش از انجام پرسشگری، برای سنجش اعتبار پرسشنامه، از نظر متخصصان جغرافیا، جامعه‌شناسی و آمار استفاده شد و تصحیح‌های لازم صورت پذیرفت. به علاوه، برای افزایش اعتبار سؤالات پرسشنامه‌ها، تلاش شد که همه افراد جامعه آماری شانس برابر برای انتخاب شدن داشته باشند؛ و افکار محقق و پرسشگران خواسته یا ناخواسته به پاسخ‌گویان تلقین نشود. به منظور سنجش پایایی یا میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار ضریب آلفای کرونباخ از حداقل ۰- تا حداکثر ۱+ تغییر می‌کند. در اغلب منابع، مقدار حداقل ۰/۷ برای پایا قلمداد کردن یک ابزار ذکر شده است (۸).

تحلیل داده‌ها مبتنی بر شیوه‌های کیفی و کمی بوده و در نهایت، مدل سوات (SWOT) واقعیات به دست آمده را صورت‌بندی کرده است. مدل سوات اساساً یک ابزار برنامه‌ریزی راهبردی است (۱۲) و یکی از ابزارهای تطابق نقاط قوت و ضعف درون‌سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدهای برون‌سیستمی به‌شمار می‌رود (۱۰). این تکنیک ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است (۱۶). خلاصه‌ای از مراحل طی شده برای برنامه‌ریزی راهبردی سوات بدین شرح است: مرحله یک، تهیه فهرستی از نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای مرتبط با توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد نظر با استفاده از نظرات اشخاص خبره محلی؛ مرحله دو، پالایش فهرست یادشده از طریق

مقایسه و تطبیق فهرست‌ها و حذف موارد مشابه و تکراری؛ مرحله سه، ارزیابی امتیاز هر عامل از مؤلفه‌های سوات از طریق روش پرسشنامه؛ مرحله چهار، تنظیم ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی؛ مرحله پنج، تشکیل ماتریس ارزیابی راهبرد نهایی؛ و مرحله شش، تعیین راهبردهای نهایی. جزییات و تفصیل مراحل سوات در بخش نتایج مورد بحث قرار گرفته است.

مکان اجرای تحقیق روستاهای واقع در پیرامون شهر لار مرکز شهرستان لارستان بوده است. شهرستان لارستان در قسمت جنوبی استان فارس واقع است و قلمرو آن بخش عمده‌ای از نیمه جنوبی این استان را شامل شده و از سمت جنوب و شرق با استان هرمزگان هم‌جوار است. شمال لارستان را شهرستان‌های داراب، زرین‌دشت، جهرم و قیر و کارزین در بر گرفته، شهرستان‌های خنج و گراش در غرب، و لامرد در جنوب غرب لارستان واقع است. حوزه اجرای تحقیق حاضر عبارت است از روستاها و مراکز جمعیتی اطراف شهر لار شامل لطیفی، براك، خور و بائن که در فواصل تقریبی بین یک تا سه کیلومتری لار قرار دارند. به تازگی، با تأسیس شهرداری در لطیفی و خور، این سکونتگاه‌ها از لحاظ اداری جزو نقاط شهری محسوب می‌شوند، اما حوزه عمل تحقیق حاضر شامل این سکونتگاه‌های روستاشهری نیز بوده است، زیرا بخش عمده آنها مرفولوژی و خصوصیات روستایی خود را کمابیش حفظ کرده‌اند. اما روند توسعه کالبدی لار به سمت اراضی کشاورزی حد فاصل شهر و روستا با تسخیر منابع تولیدی زراعی روستاییان، هضم اقتصادی و فیزیکی روستای پیراشهری در شهر اصلی ناحیه را در پی خواهد داشت؛ بنابراین، باید با اصلاح وضعیت مدیریت منابع طبیعی و انسانی این روستاها، به ایجاد منابعی برای معیشت اقتصادی از طریق فراهم کردن امکانات جدید کارآفرینی و اشتغال توسط بهره‌برداری بهینه از منابع محلی مبادرت کرد.

نتایج و بحث

همچنان‌که بیان شد، به منظور ارائه راهبردهای مناسب برای توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه، از شیوه سوات استفاده شده که در پی، مراحل و چارچوب کلی برنامه‌ریزی راهبردی آن آمده است.

در مرحله اول، از طریق مصاحبه و پرسشگری از افراد صاحب نظر و کارشناس و نیز کارکنان ادارات مرتبط همچون فرمانداری، جهاد کشاورزی، منابع طبیعی، بنیاد مسکن، و شوراهای اسلامی روستایی و همچنین، نمونه‌هایی از افراد فرهیخته ساکن در روستاهای مورد مطالعه و فهرستی از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای مرتبط با توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد نظر تهیه و جمع‌آوری شد.

در مرحله دوم، از طریق مقایسه و تطبیق فهرست‌ها و حذف موارد مشابه و تکراری، فهرست نهایی نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها استخراج شد. در نهایت، دوازده نقطه قوت، هفت نقطه ضعف، هشت فرصت و چهار تهدید بر اساس نظرات مشترک مسئولان و روستاییان شناسایی شد. توضیح اینکه فهرست یادشده و تشخیص مثبت یا منفی بودن عوامل و تعیین اینکه در ناحیه اجرای تحقیق کدام عامل موجب ضعف و تهدید و کدام مؤید قوت و فرصت است، برآیند مشورت‌های گسترده و طولانی با کارشناسان مسئول و اشخاص خبره محلی و کسب نظر اکثریت آنهاست. سرانجام، از آنجا که تحقیق جغرافیایی در پیوند با مکان و مقید به زمان است، ممکن است برخی از عواملی که در این ناحیه، در زمان انجام تحقیق، به عنوان نقطه قوت یا فرصت ارزیابی شده، در یک ناحیه متفاوت و یا در مقطع زمانی دیگری، جزو نقاط ضعف یا تهدید شناسایی شود، و برعکس.

در مرحله سوم، پرسشنامه‌ای شامل سؤالات مرتبط با قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها طراحی شده که به هر مورد از آنها یک پرسش با پاسخی در چارچوب طیف لیکرت اختصاص یافته است. چنان‌که پیش‌تر گفته شد، اعتبار این پرسشنامه با نظر متخصصان مرتبط و پایایی آن بر اساس نتایج محاسبه ضریب آلفای کرونباخ گویه‌ها در آزمون اولیه پرسشنامه به دست آمد (بین ۰/۷۳ تا ۰/۹۱). پرسشنامه‌ها پس از سنجش اعتبار و پایایی، برای پاسخ‌گویی در اختیار مسئولان مربوط و روستاییان قرار گرفت.

در مرحله چهارم، پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های تکمیل شده، بر اساس پاسخ‌ها، امتیازات تخصیص داده شده از طرف این دو گروه (مسئولان و روستاییان) به نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها محاسبه و استخراج شده و ماتریس عوامل درونی (IFE) و بیرونی (EFE) تنظیم شد (جدول‌های ۱ و ۲).

جدول ۱- ماتریس ارزیابی عوامل درونی (IFE) مؤثر بر توسعه کارآفرینی

روستاییان			مستولان			قوت ها	
ب	ب	ب	ب	ب	ب		
۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	۰/۱۸۳	۳	۰/۰۶۱	وجود نیروی انسانی جویای کار	S1
۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	۰/۱۴۴	۴	۰/۰۳۶	امکان تأمین سرمایه کارآفرینی توسط ساکنان روستا	S2
۰/۱۷۶	۴	۰/۰۴۴	۰/۱۹۲	۴	۰/۰۴۸	تمایل عمومی به نوآوری	S3
۰/۱۱۲	۲	۰/۰۵۶	۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	همراهی و همکاری ساختار اداری با کارآفرینان	S4
۰/۲۲۸	۴	۰/۰۵۷	۰/۲۸۰	۴	۰/۰۷۰	وجود توان باغداری (نخل)	S5
۰/۱۶۸	۴	۰/۰۴۲	۰/۲۶۴	۴	۰/۰۶۶	وجود توان باغداری (مرکبات)	S6
۰/۲۱۲	۴	۰/۰۵۳	۰/۱۱۶	۴	۰/۰۲۹	وجود توان آبی‌پروری	S7
۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	آگاهی عمومی در زمینه کارآفرینی	S8
۰/۱۰۶	۲	۰/۰۵۳	۰/۱۵۰	۳	۰/۰۵۰	اقبال عمومی به فعالیت‌های تعاونی	S9
۰/۱۶۰	۴	۰/۰۴۰	۰/۲۳۲	۴	۰/۰۵۸	بهره‌گیری از توان شهرک صنعتی لار	S10
۰/۱۱۴	۳	۰/۰۳۸	۰/۱۰۰	۲	۰/۰۵۰	زمینه مناسب برای کارآفرینی زنان	S11
۰/۱۹۶	۴	۰/۰۴۹	۰/۱۸۸	۴	۰/۰۴۷	مجاورت با محورهای ارتباطی برون‌شهری	S12
روستاییان			مستولان			ضعف‌ها	
ب	ب	ب	ب	ب	ب		
۰/۱۳۲	۲	۰/۰۶۶	۰/۱۳۸	۲	۰/۰۶۹	ناکافی بودن دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی	W1
۰/۰۴۹	۱	۰/۰۴۹	۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	ضعف نظام‌های ارائه مشاوره به کارآفرینان	W2
۰/۱۲۶	۲	۰/۰۶۳	۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	عدم شناخت کافی از وضع موجود واحدهای اقتصادی منطقه	W3
۰/۱۲۴	۲	۰/۰۶۲	۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	عدم شناسایی کارآفرینان توانمند	W4
۰/۱۱۸	۲	۰/۰۵۹	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۴۹	شناخت ناکافی مسئولان محلی از ظرفیت‌های کارآفرینی منطقه	W5
۰/۱۳۲	۲	۰/۰۶۶	۰/۲۲۲	۳	۰/۰۷۴	شناخت ناکافی روستاییان از ظرفیت‌های کارآفرینی منطقه	W6
۰/۰۶۳	۱	۰/۰۶۳	۰/۰۸۶	۲	۰/۰۴۳	ضعف برنامه‌های آموزشی برای زنان کارآفرین	W7
۲/۵۵۶	-	۱	۳/۰۲۰	-	۱	مجموع محیط درونی	

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۲- ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EFE) مؤثر بر توسعه کارآفرینی

روستاییان		مستولان		فرصت‌ها		
ب	ا	ب	ا	ب	ا	
۰/۲۰۷	۳	۰/۰۶۹	۰/۲۹۲	۴	۰/۰۷۳	O1 خط‌مشی دولت در حمایت از کارآفرینی
۰/۲۷۹	۳	۰/۰۹۳	۰/۳۳۶	۴	۰/۰۸۴	O2 قوانین حامی کارآفرینی
۰/۳۳۲	۴	۰/۰۸۳	۰/۲۷۲	۴	۰/۰۶۸	O3 فعالیت‌های تشویقی وزارت جهاد کشاورزی
۰/۲۸۸	۳	۰/۰۹۶	۰/۳۹۶	۴	۰/۰۹۹	O4 حمایت برنامه‌های توسعه ملی از فعالیت‌های کارآفرینی
۰/۱۵۶	۲	۰/۰۷۸	۰/۲۲۸	۳	۰/۰۷۶	O5 قوانین حمایتی سازمان صنایع دستی
۰/۲۸۵	۳	۰/۰۹۵	۰/۳۱۶	۴	۰/۰۷۹	O6 تأثیر اینترنت در افزایش آگاهی از فرصت‌های کارآفرینی
۰/۳۷۲	۴	۰/۰۹۳	۰/۳۵۶	۴	۰/۰۸۹	O7 نقش مثبت رسانه‌های ملی در آموزش کارآفرینی
۰/۳۴۰	۴	۰/۰۸۵	۰/۳۰۰	۴	۰/۰۷۵	O8 نقش مثبت بانک‌ها در تأمین اعتبار و تسهیلات کارآفرینی
تهدیدها						
ب	ا	ب	ا	ب	ا	
۰/۲۳۷	۳	۰/۰۷۹	۰/۲۴۳	۳	۰/۰۸۱	T1 عدم تعریف دقیق کارآفرینی در سطح کشور
۰/۲۴۰	۳	۰/۰۸۰	۰/۳۹۲	۴	۰/۰۹۸	T2 ضعف آیین‌نامه‌های اجرایی حمایت از کارآفرینی
۰/۱۵۳	۳	۰/۰۵۱	۰/۲۴۳	۳	۰/۰۸۱	T3 ضعف پیوند برنامه‌های ملی با طرح‌های کارآفرینی محلی
۰/۳۹۲	۴	۰/۰۹۸	۰/۳۸۸	۴	۰/۰۹۷	T4 فقدان طرح‌های بلندمدت در زمینه آموزش کارآفرینی
۳/۲۸۱	-	۱	۳/۷۶۳	-	۱	مجموع محیط بیرونی

منبع: یافته‌های پژوهش

در ماتریس ارزیابی عوامل درونی (IFE)، مجموع امتیازات محاسبه‌شده از دیدگاه مستولان برابر با ۳/۰۲۰ بوده، که بیشترین امتیازات متعلق به عامل وجود توان باغداری (نخل) با ۰/۲۸۰ و پس از آن، عامل وجود توان باغداری (مرکبات) با ۰/۲۶۴ است. مجموع امتیازات محاسبه‌شده از دیدگاه مردم ساکن در روستاها ۲/۵۵۶ بوده، که باز هم بالاترین امتیاز به عامل توان باغداری (نخل) با ۰/۲۲۸ اختصاص دارد؛ و پس از آن،

عامل توان آبی‌پروری با امتیاز ۰/۲۱۲ قرار دارد. در ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EFE)، از دیدگاه مسئولان، مجموع امتیازات ۳/۷۶۳ محاسبه شده، که بیشترین امتیازات متعلق به عامل حمایت برنامه‌های توسعه ملی از کارآفرینی با ۰/۳۹۶ و پس از آن، عامل ضعف آیین‌نامه‌های اجرایی حمایت از کارآفرینی با ۰/۳۹۲ بوده است. مجموع امتیازات محاسبه شده از دیدگاه مردم ساکن در روستاها ۳/۲۸۱ بوده، که بیشترین امتیاز به عامل فقدان طرح‌های بلندمدت در زمینه آموزش کارآفرینی با ۰/۳۹۲ اختصاص دارد؛ و پس از آن، عامل نقش مثبت رسانه‌های ملی در آموزش کارآفرینی با امتیاز ۰/۳۷۲ قرار دارد. جمع‌بندی نتایج جدول‌های ۱ و ۲ در جدول ۳ آمده و نحوه استفاده از آن برای تشخیص راهبرد نهایی در ادامه بیان شده است.

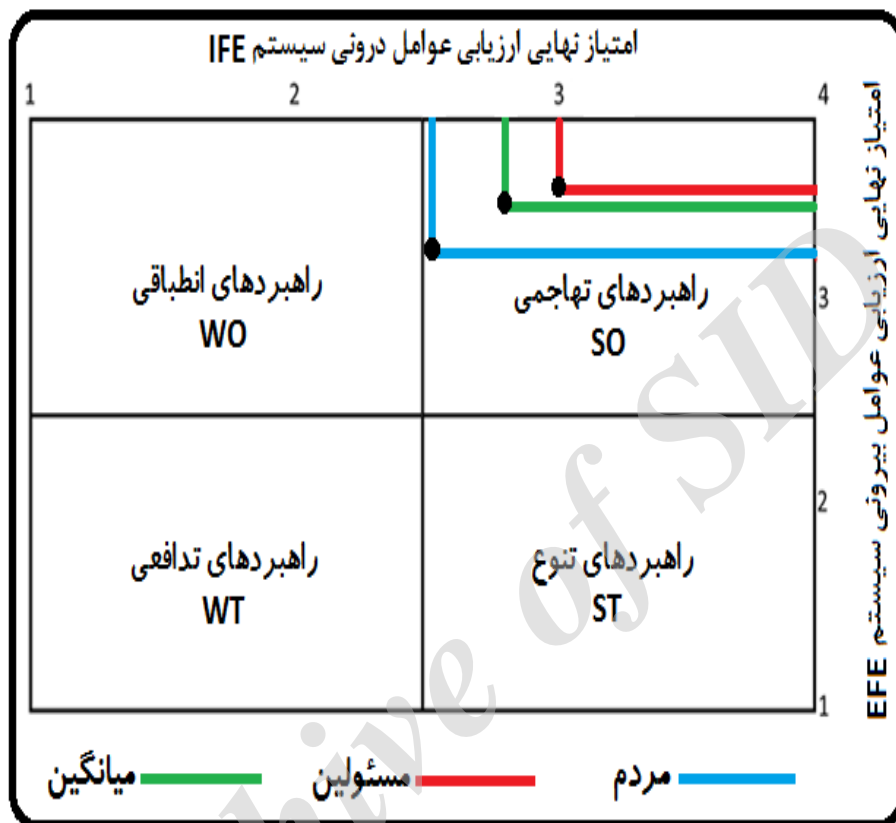
جدول ۳- امتیازات نهایی به دست آمده برای عوامل درونی و بیرونی

سوات	مسئولان	روستاییان	میانگین
جمع کل عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها)	۳/۰۲۰	۲/۵۵۶	۲/۷۸۸
جمع کل عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها)	۳/۷۶۳	۳/۲۸۱	۳/۵۲۲

منبع: یافته‌های پژوهش

ارقام جدول ۳ برآیند نتایج جدول‌های ۱ و ۲ بوده و مجموع امتیازات بازتابی از عوامل درونی و بیرونی از دیدگاه مسئولان و سکنه روستاهاست. در آخرین ستون جدول، میانگین امتیازات به دست آمده از تحلیل کمی نظرات این دو گروه در مورد عناصر مدل سوات درج شده، که مبنای ارزیابی راهبرد نهایی در مرحله بعدی قرار گرفته است.

در مرحله پنجم، بر مبنای داده‌های جدول ۳، ماتریس ارزیابی راهبرد نهایی تشکیل و راهبرد نهایی مشخص شد. توضیح اینکه در ماتریس یادشده، جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل درونی بر روی محور Xها و جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی بر روی محور Yها قرار می‌گیرد (۳، ۴). با عنایت به ماتریس ارزیابی راهبرد نهایی، راهبرد نهایی برای توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد نظر از نوع راهبردهای تهاجمی خواهد بود، که مبتنی بر بهره‌گیری حداکثر از قوت‌های درونی و فرصت‌های بیرونی است (شکل ۱).



در مرحله ششم، پس از تعیین و تشخیص عوامل راهبردی کلیدی و مقایسه و تطبیق آنها در چارچوب ماتریس سوات، انتخاب راهبردهای نهایی صورت گرفت. این کار از طریق نتایج ماتریس ارزیابی تدوین شده در مراحل پیشین (جدول‌های ۱ و ۲) و با عنایت به ماتریس ارزیابی راهبرد نهایی به انجام رسید. از آنجا که نتیجه ماتریس یادشده نشان‌دهنده راهبرد تهاجمی از دیدگاه هر دو گروه مردم و مسئولان است، مقایسه دو به دویی و ترکیبی عوامل مربوط به فرصت‌ها و قوت‌ها انجام پذیرفت و راهبردهای تهاجمی به منظور توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه به شرح جدول ۴ مشخص و ارائه شد.

جدول ۴- تعیین راهبردهای توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه

قوت‌ها (S)		راهبردها (SO)	
S1	وجود نیروی انسانی جویای کار	راهبرد توسعه کارآفرینی در حوزه باغداری و آبی‌پروری با استفاده از نیروی انسانی	
S2	امکان تأمین سرمایه کارآفرینی توسط ساکنان روستا	جویای کار و با بهره‌گیری از فعالیت‌های تشویقی وزارت جهاد کشاورزی (S1, S5, S6, S7, O3)	SO1
S3	تمایل عمومی به نوآوری	راهبرد توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع دستی با استفاده از نیروی انسانی جویای کار	
S4	همراهی و همکاری ساختار اداری با کارآفرینان	و با بهره‌گیری از قوانین حمایتی سازمان صنایع دستی (S1, O4, O5)	SO2
S5	وجود توان باغداری (نخل)	راهبرد هدایت زنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینی با بهره‌گیری از قابلیت‌های رسانه‌ها	
S6	وجود توان باغداری (مرکبات)	و اینترنت (S11, O6, O7)	SO3
S7	وجود توان آبی‌پروری	راهبرد تقویت تعاونی‌های تولیدی کارآفرینی	
S8	آگاهی عمومی در زمینه کارآفرینی	با حمایت اعتباری نظام بانکی (S9, O8)	SO4
S9	اقبال عمومی به فعالیت‌های تعاونی	راهبرد توسعه اشتغال و کارآفرینی در حوزه صنایع جنبی با عنایت به توان شهرک صنعتی	
S10	بهره‌گیری از توان شهرک صنعتی لار	با حمایت اعتبارات بانکی	
S11	زمینه مناسب برای کارآفرینی زنان	(S1, S10, O1, O8)	SO5
S12	مجاورت با محورهای ارتباطی برون‌شهری		
		فرصت‌ها (O)	
		خط‌مشی دولت در حمایت از کارآفرینی	O1
		قوانین حامی کارآفرینی	O2
		فعالیت‌های تشویقی وزارت جهاد کشاورزی	O3
		حمایت برنامه‌های توسعه ملی از فعالیت‌های کارآفرینی	O4
		قوانین حمایتی سازمان صنایع دستی	O5
		تأثیر اینترنت در افزایش آگاهی از فرصت‌های کارآفرینی	O6
		نقش مثبت رسانه‌های ملی در آموزش کارآفرینی	O7
		نقش مثبت بانک‌ها در تأمین اعتبار و تسهیلات کارآفرینی	O8
سوات (SWOT)			

منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از جدیدترین شیوه‌های غلبه بر چالش‌های اقتصادی روستاها توسعه کارآفرینی است که در راستای رهیافت توانمندسازی اجتماعات محلی قرار دارد. کارآفرینی روستایی بر مبنای شناسایی و ارزیابی ظرفیت‌ها و توان‌های روستایی شکل می‌گیرد و مانند هر برنامه‌ریزی دیگری، نیازمند شناخت کافی از امکانات و محدودیت‌های پیش رو و در عین حال، آگاهی از فرصت‌ها و تهدیدهاست. در تحقیق حاضر، این ضرورت‌ها در چارچوب مدل سوات (SWOT) صورت‌بندی شد و تصویری روشن از جوانب مختلف توسعه کارآفرینی در روستاهای پیرامون لار به دست آمد؛ و در نهایت، راهبردهای تهاجمی برای دستیابی به توسعه اشتغال و کارآفرینی ارائه شد. در مجموع، مشخص شد که برای رسیدن به توسعه کارآفرینی در راستای توسعه روستایی با عنایت به توانمندی‌های موجود در روستاهای مورد بحث، اتخاذ راهبرد جهشی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. در مقایسه با تحقیقات گذشته، راهبردهای اول و دوم تحقیق حاضر با مضمون تأکید بر بهره‌گیری مناسب از نیروی کار محلی با نتایج تحقیق رضوانی و نجارزاده (۲۱) مطابقت دارد. نتایج تحقیق حاضر، همچنین، با مطالعات فرجی سبکبار و همکاران (۶) در زمینه اهمیت کارآفرینان در توسعه روستایی شباهت زیادی دارد. اما در مورد نقش سازمان‌های رسمی در توسعه کارآفرینی، نتایج تحقیق حاضر تقریباً عکس نتایج پژوهش هاشمی و همکاران (۱۱) است، زیرا در ناحیه مورد تحقیق، نقش مسئولان محلی در حوزه کارآفرینی چندان برجسته نبوده است. همچنین، یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج پژوهش موهاپاترا و همکاران (۱۵) در مورد توان فعالیت‌های زراعی در توسعه کارآفرینی در تضاد است.

در پایان، پیشنهادهای زیر بر اساس برآیند نتایج تحقیق و بر محور راهبردهای مدل سوات ارائه می‌شود:

- ۱- شناخت تفصیلی توانمندی‌های طبیعی روستاهای پیرامون لار در زمینه تولیدات باغداری و آبی‌پروری به منظور ایجاد اشتغال توسط کارآفرینان محلی با حمایت وزارت جهاد کشاورزی؛

- ۲- تشویق کارآفرینان به احیای توان‌های توسعه صنایع دستی در روستاهای مورد مطالعه به منظور اشتغال نیروی انسانی با حمایت سازمان صنایع دستی؛
- ۳- تشویق روستاییان به تشکیل تعاونی‌های تولیدی کارآفرینی با حمایت اعتباری نظام بانکی؛
- ۴- مطالعه صنایع موجود در شهرک صنعتی لار از لحاظ امکان ایجاد و توسعه صنایع کوچک وابسته به منظور اشتغال جوانان روستاهای مجاور تحت مدیریت کارآفرینان؛
- ۵- برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی توسط سازمان‌های مسئول مانند وزارت جهاد کشاورزی، فرمانداری و ادارات مرتبط با امور روستاها؛
- ۶- افزایش خدمات الکترونیک در روستاهای مورد بحث به منظور ایجاد زمینه برای دستیابی سریع به اطلاعات اقتصادی و فرصت‌های اشتغال؛
- ۷- بهره‌گیری از مشارکت مردم در اداره امور روستاها به منظور افزایش دانش و مسئولیت‌پذیری روستاییان؛ و
- ۸- اعلام و تبلیغ حمایت سازمان‌های رسمی از نوآوران و کارآفرینان به منظور جلب اعتماد مردم برای رونق کارآفرینی در سطح روستاها.

منابع

1. Alidoust, S., Lashgarara, F. and Farajollah Hosseini, S. (2012). Prioritizing the barriers of rural women entrepreneurship development in Garmsar County. *National Conference of Entrepreneurship and Knowledge Based Businesses Management*. University of Mazandaran. (Persian)
2. Chowdhury, M. (2007). Overcoming entrepreneurship development constraints, the case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities*, 3(1): 240-251.
3. David, F. (2004). Strategic management. Translated by A. Parsayan and S.M. Arabi. Tehran: Cultural Research Publication. (Persian)
4. Ebrahimzadeh, E. and Moosavi, M. (2014). Methods and techniques of land use. Tehran: SAMT Publication. (Persian)

5. Eimeni, S. (2009). The role of tourism in enhancing entrepreneurship among the rural youth, case study: Kandovan village. Master Thesis of Geography. Faculty of Geography. University of Tehran. (Persian)
6. Faraji Sabokbar, H., Badri, S., Sojasi Qidari, H., Sadeghloo, T. and Shahdadi. A. (2011). Entrepreneurship development ranking in rural area by using promettee technique, case study: countryside of central district of Khodabandeh County, Zanjan province. *Human Geography Researches*, 43(1): 53-68. (Persian)
7. Ghanian, M. (2010). Explaining the strategies of rural entrepreneur tourism development, study of Oruman. Ph.D. Thesis of Geography. Faculty of Geography. University of Tehran. (Persian)
8. Ghasemi, V. (2005). Features of Cronbach's alpha coefficient with emphasis on application in social research. *Research Journal of Isfahan University*, 19(2): 155-174. (Persian)
9. Gürol, Y. and Atsan, N. (2008). Entrepreneurial characteristics among university students and training in Turkey. *Education and Training*, 48(1): 25-38.
10. Harrison. J. and John, K. (2003). Strategic management. Translated by B. Ghasemi. Tehran: Heiat Publication. (Persian)
11. Hashemi, S., Motiei Langroodi, H., Ghadiri Masoom, M., Rezvani, M. and Moghimi, S. (2011). Explaining the role of Islamic Councils in rural entrepreneurship development, case study: Behabad; Yazd province. *Rural Research*, 2(1): 90-114. (Persian)
12. Hom Haacke, L. (2001). Using SWOT for project planning sessions. PN. 3 Hughes. A. Tourism as Sustainable Industry in the Rural Community of Arising. MSc Thesis. Napier University.
13. Kuratko, D.F. and Hodgetts, R.M. (2004). Entrepreneurship: theory, process, practice. Mason: South-Western Publishers.
14. Matondi, P.B. (2013). Scope for empowering women through entrepreneurial development in the fresh fruit and vegetable sector in Zimbabwe. *Investment Climate and Business Environment Research Fund*. Dakar. January 2013. trustafrica.org/icbe.

15. Mohapatra, S., Rozelle, S. and Goodhue, R. (2007). The rise of self-employment in rural China: development or distress. *World Development*, 35(1): 163-181.
16. Moradi Masihi, V. (2002). Strategic planning in metropolis. Tehran: Processing and Urban Planning Publication. (Persian)
17. Motiei Langroodi, H. (2011). Rural planning with emphasis on Iran. Mashhad: Jahad Publication. (Persian)
18. Nandanwar, K.P. (2011). Role of rural entrepreneurship in rural development. Research Paper. *International Referred Research Journal*, 26(2): 8-17.
19. Pasban. F. (2004). The role of women entrepreneurs in rural development of developing countries. Articles Collection of Rural Development Congress: Challenges and Perspectives. Tehran: Higher Institute of Education and Research in Management and Planning. (Persian)
20. Pourtaheri, M., Rokneddin Eftekhari, A., Mehdipoor Roushan, L. and Anzaei, A. (2014). Assessment of rural-urban organic and non-organic relationships pattern in peri-urban villages; case study: villages around Babol. *Rural Research and Planning*, 8(3): 25-36. (Persian)
21. Rezvani, M. and Najarzadeh, M. (2008). Study and analysis of rural people's background knowledge on entrepreneurship in the process of rural development; case study: south Baraan district (Isfahan County). *Entrepreneurship Development*, 2(1): 161-182. (Persian)
22. Saidi, A. (1996). The necessity of spatial arrangement of rural settlements. The first seminar for organizing the scattered villages. Tehran: Islamic Revolution Housing Foundation. (Persian)
23. Saidi, A. (1998). The principles of rural geography. Tehran: SAMT Publication. (Persian)
24. Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it. *Journal of Business and Management*, 3(1): 23-29.
25. Shafaei, M. (2014). Assessment of entrepreneurship opportunities and its role in rural development; case study: Alborz County. Ph.D. Thesis of Geography. Islamic Azad University, Science and Research Branch. Tehran. (Persian)

26. Shane, S. and Renkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
27. Sherief, S.R. (2005). Entrepreneurship as an economic force in rural development. www.AfricaEconomicAnalysis.org.
28. Sojasi Qidari, H., Rokneddin Eftekhari, A., Pourtaheri, M. and Azar, A. (2014). Ecotourism entrepreneurship development pattern in rural areas; case study: river valley tourism in Tehran providence. *Human Geography Researches*, 46(2): 273-292. (Persian)

Archive of SID