

همراه گرامی

شبکه روستایی ایران «روستانت» در راستای حمایت از توسعه روستایی در کشور سرویس‌های متعددی را در فضای مجازی اینترنت راه‌اندازی نموده است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره شده است.

کتابی که نسخه الکترونیک آن هم‌اکنون در اختیار شما قرار گرفته است یکی از کتب موجود در «کتابخانه الکترونیکی روستایی» است که شما با مطالعه و پذیرش موارد زیر امکان بهره‌برداری از آن را خواهید داشت:

- ۱- امتیاز این کتاب متعلق به سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور است. این سازمان در راستای اهداف خود اقدام به تهیه این کتاب نموده است و آن را به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار می‌دهد.
- ۲- این کتاب و نیز سایر کتب حوزه روستایی این سازمان قبلاً در قالب تفاهم نامه‌ای توسط این شبکه به صورت لوح فشرده منتشر گردیده است و این شبکه مجوز نشر غیرتجاری این کتب را از این سازمان دریافت نموده است.
- ۳- این کتاب صرفاً جهت مطالعه و انجام امور پژوهشی در اختیار شما قرار گرفته است و در راستای حفظ حقوق مالکیت مادی و معنوی، هرگونه فعالیت تجاری با این کتاب ممنوع است.

عناوین کتب موجود در کتابخانه الکترونیکی شبکه روستایی ایران:

- ❖ آشنایی با طراحی، برنامه ریزی و مدیریت تاسیسات خدمات روستایی
- ❖ آشنایی با نحوه تهیه برنامه پنج‌ساله دهیاری‌ها
- ❖ آشنایی با توسعه اقتصاد روستایی، ایجاد اشتغال و توسعه صنایع دستی
- ❖ آشنایی با اصول و مبانی محیط زیست
- ❖ آشنایی با اصول کامپیوتر
- ❖ مدیریت و سامان‌دهی بافت‌های فرسوده روستایی
- ❖ آشنایی با طراحی، برنامه ریزی و مدیریت فضای سبز و فضاهای چند منظوره روستایی
- ❖ محیط زیست روستا (مدیریت مواد زائد، فضای سبز روستا و...)
- ❖ اصول انبارداری

- ❖ آشنایی با طراحی، برنامه ریزی و مدیریت تاسیسات خدمات روستایی
- ❖ آشنایی با طرح‌های هادی و کنترل و نظارت بر ساخت و ساز روستایی
- ❖ آشنایی با حفظ و بهسازی میراث فرهنگی بافت‌های تاریخی
- ❖ آشنایی با وظایف، تشکیلات و جایگاه دهیاری‌ها
- ❖ آشنایی با سازمان‌های مرتبط با امور دهیاری‌ها
- ❖ آشنایی با طرح هادی روستایی
- ❖ آشنایی با برنامه ریزی روستایی
- ❖ راهنمای جامع مدیریت روستایی
- ❖ منابع درآمدی دهیاری‌ها
- ❖ دستورالعمل‌ها و قوانین دهیاری‌ها
- ❖ اصول و مبانی بهداشت روستایی
- ❖ آشنایی با برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌های عمرانی روستا
- ❖ مفاهیم و مبانی ساماندهی صنایع در نواحی روستایی
- ❖ برنامه‌ریزی و کنترل پروژه‌های روستایی
- ❖ قوانین مالی و معاملاتی دهیاری‌ها
- ❖ جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی و فرهنگی روستا
- ❖ فضای سبز روستایی
- ❖ مدیریت توسعه زیرساخت‌های خدماتی روستایی
- ❖ منابع مالی و درآمدی دهیاری‌ها
- ❖ مفاهیم و مبانی صنایع روستایی
- ❖ مدیریت روستایی در ایران
- ❖ برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران
- ❖ بودجه نویسی و بودجه ریزی روستایی
- ❖ بهسازی طبیعت و حفاظت از محیط زیست روستایی
- ❖ منابع انسانی و قوانین استخدامی
- ❖ توسعه فرهنگی و اجتماعی روستا
- ❖ آشنایی با طرح هادی روستایی
- ❖ آشنایی دهیاران با هدفمندسازی یارانه‌ها
- ❖ آشنایی با اصلاح الگوی مصرف در روستا
- ❖ آنچه یک دهیار باید بداند

- ❖ آشنایی با قوانین و مقررات کار و تامین اجتماعی
- ❖ آشنایی با صدور پروانه ساختمان و هدایت ساخت و ساز در روستا
- ❖ مدیریت مواد زائد روستایی
- ❖ اصول و مفاهیم مذاکره و ارتباطات در مدیریت روستایی
- ❖ حسابداری، حسابرسي و امور مالی دهیاری‌ها
- ❖ کارآفرینی روستایی
- ❖ مدیریت اقتصادی روستا
- ❖ مدیریت بحران روستایی
- ❖ مشارکت و ارتباط متقابل دهیار، شورا و دولت
- ❖ مقدمه‌ای بر مجموعه قوانین و مقررات ده و دهیاری
- ❖ منابع مالی و اشتغال روستایی
- ❖ تجزیه و تحلیل مشاغل و استانداردهای آموزشی
- ❖

برای استفاده از خدمات و سرویس‌های متعدد «شبکه روستایی ایران» می‌توانید روی عنوان هر یک کلیک کنید:

| | | |
|--|---|---|
| سایت اخبار و اطلاعات روستاها 🚩 | آلبوم تصاویر روستایی 🚩 | آگهی محصولات روستایی 🚩 |
| سرویس پیامک روستایی 🚩 | بانک اطلاعات روستاها 🚩 | دانشنامه روستایی 🚩 |
| نامه رسان روستایی 🚩 | کتابخانه الکترونیکی روستایی 🚩 | اطلس و نقشه‌های روستایی 🚩 |
| اوقات شرعی روستاها 🚩 | اطلاعات استان‌ها 🚩 | مجلات روستایی 🚩 |
| هواشناسی روستایی 🚩 | مستجوگر کتاب روستایی 🚩 | فانهای قرآن روستایی 🚩 |
| گردشگری روستایی 🚩 | نرم‌افزار مسابرداری 🚩 | امور دهیاری‌ها 🚩 |
| وبلاگ‌های روستایی 🚩 | اطلاعات فرهیفتگان روستاها 🚩 | مقالات موزه روستایی 🚩 |
| فروشگاه اینترنتی 🚩 | صدای مشاور روستایی 🚩 | قیمت نهاده‌های روستایی 🚩 |
| بانک غذاهای مملی 🚩 | بانک رگوردهای روستایی 🚩 | قوانین و مقررات عمومی 🚩 |

وزارت کشور



سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور

کارآفرینی روستایی

از سری منابع آموزشی دهیاری ها

تهیه و تنظیم :

مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری و روستایی
سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور



کارآفرینی روستایی

تالیف: لیلا صیاد بیده‌ندی

(عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور)

کارفرما: دفتر امور روستایی استانداری گلستان

| | |
|---------------------|--|
| سرشناسه | : صیاد بیدهندي، ليلا، ۱۳۶۰ - |
| عنوان و نام پديدآور | : کارآفريني روستايي/تاليف ليلا صيادبيدهندي ؛ کارفرما دفتر امور روستايي استانداري گلستان. |
| مشخصات نشر | : تهران : سازمان شهرداريها و دهياييهاي کشور: بنياد خواجه نصير طوسي، ۱۳۹۱. |
| مشخصات ظاهري | : ۱۱۸ص.: مصور، جدول، نمودار. |
| شابک | : ۹۴-۲-۷۰۱۲-۹۶۴-۹۷۸: ۴۲۰۰۰ ريال |
| وضعيت فهرست نويسي | : فييا |
| يادداشت | : کتابنامه: ص. [۱۱۲ - ۱۱۸]. |
| موضوع | : عمران روستايي - ايران : روستاها - ايران : کارآفريني |
| شناسه افزوده | : استانداري گلستان. دفتر امور روستايي و عشاييري |
| شناسه افزوده | : سازمان شهرداريها و دهياييهاي کشور، ناشر |
| رده بندي کنگره | : ۱۳۹۱ ۸۶ص۸/ع HN۴۹ |
| رده بندي ديويي | : ۳۰۷/۱۲۱۲۰۹۵۵ |
| شماره کتابشناسي ملي | : ۳۰۳۰۲۱۵ |



عنوان کتاب: کارآفريني روستايي
مؤلف: ليلا صيادبيدهندي
کارفرما: سازمان شهرداريها و دهياييهاي کشور - مرکز مطالعات و برنامه ريزي شهري و روستايي
مجري: استانداري گلستان - دفتر امور روستايي
ناشر: انتشارات سازمان شهرداريها و دهياييهاي کشور - بنياد خواجه نصير طوسي
مدیر پروژه: حسين رجب صلاحي - حسن نوروزي
ناظر پروژه: سيد عارف موسوي - يوسف جاهدي - مسعود صارمي - ابراهيم حق دادی
نوبت چاپ: اول
تاريخ چاپ: پاييز ۱۳۹۱
قيمت: ۴۲۰۰۰ ريال
شابک: ۹۴-۲-۷۰۱۲-۹۶۴-۹۷۸

فهرست

| | |
|----|--|
| ۱ | پیشگفتار |
| ۲ | فصل اول: اشتغال روستایی |
| ۳ | تعاریف و مفاهیم اشتغال |
| ۴ | تعریف کار یا فعالیت اقتصادی |
| ۴ | بیکاری و انواع آن |
| ۶ | شاغل |
| ۷ | نقش اشتغال در توسعه |
| ۸ | ظرفیت و پتانسیل بخش کشاورزی در ایجاد اشتغال |
| ۸ | نحوه سرمایه گذاری در روستا |
| ۱۰ | پیشنهادات |
| ۱۱ | بهره وری و اشتغال |
| ۱۳ | تکنولوژی |
| ۱۴ | آموزش و تحقیق |
| ۱۴ | نظام انگیزشی |
| ۱۵ | فرصتها و محدودیتهای کارآفرینی در اقتصاد ایران |
| ۱۵ | ساختار اقتصادی ایران |
| ۲۱ | فصل دوم: دهیاری ها و اشتغال روستایی |
| ۲۲ | نقش دهیاران در توسعه کشاورزی |
| ۲۳ | نقش دهیاران در توسعه صنایع روستایی |
| ۲۳ | نقش دهیاران در ایجاد و حفظ صنایع روستایی |
| ۲۴ | جلب حمایت های مالی از سوی نهادها و سازمان های مالی |
| ۲۴ | جلب مشارکت مردم در سرمایه گذاری برای ایجاد و توسعه صنایع روستایی |
| ۲۵ | آگاه نمودن مردم از اهمیت توسعه صنایع روستایی |
| ۲۵ | آشنایی و آگاهی دهیاران از آخرین تحولات بازار صنعت |
| ۲۶ | شناسایی پتانسیل های بالقوه روستا در جهت توسعه صنایع روستایی |
| ۲۶ | وظایف دهیاران در راستای توسعه اقتصادی و اشتغال روستا |
| ۲۷ | وظایف دهیار |
| ۲۷ | وظایف اقتصادی دهیاری |
| ۲۸ | نقش دهیاران در توسعه اشتغال در روستا |
| ۲۸ | الف- شناسایی زمینه های اشتغال در روستا |
| ۳۰ | ب- کمک به اجرای سیاست های اشتغال زایی دولت |
| ۳۱ | ج) کمک به بازاریابی تولیدات روستا |
| ۳۳ | د) کمک به تامین سرمایه |
| ۳۴ | توسعه اشتغال و دهیار |
| ۳۵ | راهکارهای موثر در توسعه اشتغال در روستا |
| ۳۸ | فصل سوم: کارآفرینی روستایی |
| ۳۹ | تعاریف و مفاهیم کارآفرینی |
| ۳۹ | تعریف کارآفرینی و کارآفرین |
| ۴۰ | کارآفرینی و توسعه |
| ۴۲ | کارآفرینی روستایی چیست؟ |
| ۴۲ | ضرورت توجه به کارآفرینی روستایی |
| ۴۵ | نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی روستا |
| ۴۶ | راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی |
| ۵۰ | سیاست کارآفرینی در کشورهای پیشرو |

| | |
|-----|---|
| ۵۲ | فصل چهارم: تجارب کارآفرینی در کشور های پیشرو (چین، هند، مالزی و آمریکا) |
| ۵۳ | توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در چین |
| ۵۴ | چهره چین پس از انقلاب کشاورزی |
| ۵۵ | استراتژی توسعه روستایی چین |
| ۵۹ | توسعه کارآفرینی و اشتغال در چین |
| ۶۰ | توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در هند |
| ۶۱ | استراتژی توسعه روستایی |
| ۶۵ | توسعه کارآفرینی و اشتغال |
| ۶۶ | ۱- زنان کارآفرین در هند |
| ۶۷ | ۲- توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات |
| ۶۸ | توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در مالزی |
| ۷۴ | کارآفرینی و اشتغال در روستاهای مالزی |
| ۷۴ | توسعه اقتصادی در نواحی روستایی آمریکا |
| ۷۸ | توسعه کارآفرینی در ناحیه آپالاچین اوهایو |
| ۷۹ | توسعه کارآفرینی در مین |
| ۸۱ | فصل پنجم: کارآفرینی در حوزه های مختلف روستا |
| ۸۲ | فناوری اطلاعات و ارتباطات، ابزار عصر اطلاعات |
| ۸۳ | کارآفرینی در فناوری اطلاعات و ارتباطات |
| ۸۵ | دفاتر ICT روستایی در کارآفرینی بومی محلی |
| ۸۵ | فرصتها و پتانسیل های بالقوه روستاها |
| ۸۶ | فرصتها و پتانسیل های بالقوه در دفاتر ICT روستایی |
| ۸۷ | موانع و مشکلات پروژه دفاتر ICT روستایی |
| ۸۸ | پیشنهادات و راهکارهای عملی جهت اثربخشی دفاتر ICT |
| ۸۹ | نقش تعاونی های اعتبار در کارآفرینی روستایی |
| ۸۹ | تایخچه تعاونی های اعتبار |
| ۹۰ | موسسات ارائه دهنده تسهیلات به شرکت های کارآفرین روستایی |
| ۹۱ | تعاونی های اعتبار |
| ۹۲ | ویژگی های تعاونی های اعتبار |
| ۹۳ | تشابهات بین خصوصیات یک کارآفرین و یک عضو تعاونی اعتبار |
| ۹۴ | مسیر ایده آل توسعه کارآفرینی در روستاها |
| ۹۵ | زنان کارآفرین و تعاونی های اعتبار |
| ۹۷ | آسیب شناسی شرکت های تعاونی در جهت توسعه کارآفرینی |
| ۹۷ | نقش کارآفرینان در توسعه تکنولوژی |
| ۹۸ | فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی |
| ۱۰۱ | فصل ششم: پیشنهادات و راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی |
| ۱۰۲ | پیشنهادات و راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی |
| ۱۰۲ | اهم موضوعات قابل تحقیق در کارآفرینی روستایی با محوریت دهیار |
| ۱۰۶ | پیشنهادات راهبردی و نکات کلیدی در توسعه کارآفرینی روستایی |
| ۱۱۲ | منابع |

پیشگفتار

توسعه و دستیابی به آن از آرمانهای مطوب هر کشور و دولت محسوب می شود که برای دستیابی به آن برنامه ها و سیاست ها و ابزار های گوناگونی طراحی و به کار گرفته می شود. توسعه روستایی نیز بخشی از توسعه یک کشور است که هدف آن ارتقاء سطح و کیفیت زندگی مردم، رشد مداوم و پایدار تولید و درآمد، ایجاد اشتغال، افزایش رفاه نسبی خانوار ها، شرایط زیست محیطی پایدار و... می باشد. همواره از سوی سیاست گذاران و اندیشمندان کشورهای دنیا توجه خاصی به توسعه روستایی و رفع مشکلات و معضلات آنها شده است، امروز صاحب نظران بین المللی بر این باورند که باید جدای از سیاست ها و راهبردهای کلان توسعه، بطور ویژه و مشخص به توسعه روستاها و ریشه کنی فقر گسترده حاکم بر آنها پرداخت. ایجاد شغل و توسعه کارآفرینی به منظور توسعه درآمد و فعالیت و افزایش رفاه خانوارها یکی از اولویت های توسعه در مناطق روستایی است که به تبع از عوامل و متغیرهای گوناگونی تاثیر پذیر می باشد. کارآفرینی با توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ها رابطه تنگاتنگی دارد و امروزه یکی از شاخص های توسعه در کشورهای رور به رشد محسوب می شود. این واقعیت عینی، بسیاری از اندیشمندان جامعه را بر آن داشته است تا بر پایه یک رشته دیدگاههای نظری و نیز تجربه شماری از کشورهای موفق در گذشته و حال، نقش کارآفرینی را در فرایند واقعی توسعه مطرح کنند. یعنی عنصری که در شرایط مناسب می تواند، به عنوان موتور «یا پیشران» حرکت توسعه ای جامعه را تسریع بخشد و سازوکاری را به جریان اندازند که مستقل از دولت و با تکیه بر نیروی مادی و ذهنی مردم موجب اعتلای جامعه شود.

امروزه یکی از راهبردهای مؤثر در توسعه همه جانبه و خودپایدار نواحی روستایی، استفاده از مشارکت و توانمندی های مردم، به ویژه روستاییان برای عمران و توسعه مناطق روستایی در تمام ابعاد آن است. در سال های اخیر، شوراهای اسلامی و دهیاری ها به عنوان مدیریت جدید روستاها تعریف گردیده اند و دهیاران و شوراهای اسلامی به عنوان نهادهای مردمی و محلی که مدیریت روستاها را برعهده دارند، می توانند با سیاست گذاری، مدیریت و اجرای برنامه های مختلف آموزشی، توسعه زیرساخت های لازم، کمک به جذب منابع مالی و اموری از این دست، در توسعه کارآفرینی در روستاها نقش اساسی ایفا کنند و زمینه را برای توسعه کارآفرینی روستایی فراهم آورند.

فصل اول: اشتغال روستایی

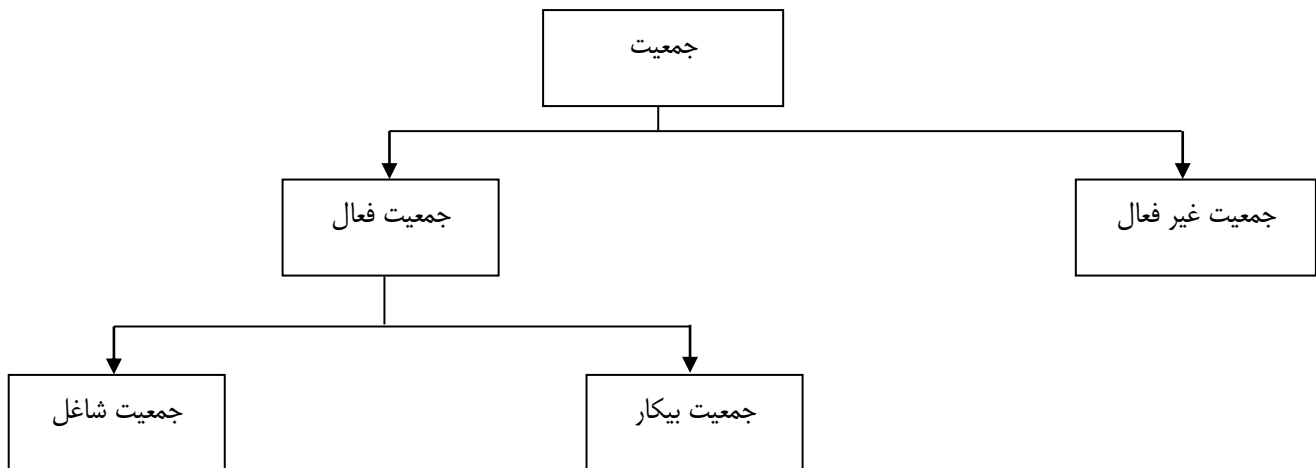
تعاریف و مفاهیم اشتغال

قبل از پرداختن به اصل موضوع کارآفرینی ابتدا بایستی مفاهیم و واژه‌هایی پیرامون اشتغال و اصطلاحاتی که در این زمینه مورد استفاده قرار می‌گیرند، تعریف گردند تا ابهامات و برداشتهای متفاوت از معانی به حداقل برسد.

جمعیت کشور به دو گروه تقسیم می‌شوند:

۱- جمعیت فعال (از نظر اقتصادی): شامل افراد واقع در سنین کار هستند. سن شروع به کار معمولاً بر اساس شرایط هر کشور تعریف می‌شوند که در ایران سن کار یا فعالیت ۱۰ سال به بالا تر تعریف شده است. این گروه خود به دو دسته جمعیت بیکار و شاغل تقسیم می‌گردند. لازم به ذکر است افرادی چون محصلین؛ دانشجویان، زنان خانه دار و زندانیان، با وجود اینکه در سن فعالیت قرار دارند ولی به دلیل عدم امکان و عدم وجود شرایط فعالیت، جزء جمعیت فعال محسوب نمی‌گردند.

۲- جمعیت غیر فعال (از نظر اقتصادی): شامل کلیه افرادی که در هفت روز پیش از مراجعه مأمور سرشماری شامل شاغل یا بیکار نبوده اند و در یکی از گروههای محصل، خانه دار، دارای درآمد، بدون کار و... قرار می‌گیرند.



نمودار شماره ۱- گروه بندی جمعیت

تعریف کار یا فعالیت اقتصادی

به هرگونه فعالیت بدنی یا فکری که قانوناً مجاز باشد و به منظور کسب در آمد نقدی یا غیر نقدی صورت گیرد و نتیجه آن انجام خدمت یا تولید کالا باشد را کار یا فعالیت اقتصادی می گویند.

نرخ فعالیت: نسبت جمعیت فعال به کل جمعیت ۱۰ سال به بالا ضربدر ۱۰۰ را نرخ فعالیت گویند.

$$\text{نرخ فعالیت} = \frac{\text{جمعیت فعال}}{\text{کل جمعیت بالای ۱۰ سال}} \times ۱۰۰$$

نرخ بیکاری: نسبت افراد بیکار به کل جمعیت فعال (نیروی کار) ضربدر ۱۰۰ را نرخ بیکاری می گویند.

$$\text{نرخ بیکاری} = \frac{\text{افراد بیکار}}{\text{کل جمعیت فعال}} \times ۱۰۰$$

نرخ اشتغال: نسبت جمعیت شاغل به کل جمعیت فعال (نیروی کار) ضربدر ۱۰۰ را نرخ اشتغال گویند.

$$\text{نرخ اشتغال} = \frac{\text{جمعیت شاغل}}{\text{کل جمعیت فعال}} \times ۱۰۰$$

نرخ مشارکت: نسبت جمعیت فعال (نیروی کار) به کل جمعیت (۱۰ سال به بالا) ضربدر ۱۰۰ را نرخ مشارکت گویند.

$$\text{نرخ مشارکت} = \frac{\text{جمعیت فعال}}{\text{کل جمعیت ۱۰ سال به بالا}} \times ۱۰۰$$

اشتغال کامل: شرایط و موقعیتی که در آن کلیه افرادی که مایل و قادر به انجام کار باشند با توجه به سطح دستمزدهای رایج در بازار مشغول به کار و فعالیت شوند.

بیکاری و انواع آن:

بیکار و جوبای کار

به کسانی که در هفت روز قبل از مراجعه مأمور سرشماری بیکار و یا در جستجوی کار بوده اند در این گروه قرار می گیرند. افرادی که در هفت روز قبل از مراجعه مأمور سر شماری به اقتضاء فصل و یا ماهیت فصل، کار خود را از دست داده و بیکار بوده اند چنانچه در جستجوی کار دیگری باشند نیز جزء بیکاران محسوب می گردند.

انواع بیکاری: بیکاری دارای انواع مختلفی است که شامل بیکاری تناوبی، پنهان، اصطکاک، فصلی، نهادی، ساختاری، فنی، ارادی و غیر ارادی و... می باشد.

بیکاری ارادی: به کسان یگفته می شود که با دستمزدهای رایج بازار حاضر به کار و فعالیت نیستند.

بیکاری غیر ارادی: به افرادی گفته می شود با دستمزدهای رایج بازار حاضر به کارند ولی نتوانند شغلی بیابند.

بیکاری اصطکاک: به نوعی بیکاری گفته می شود که در اثر جابجایی پی در پی و مداوم افراد بین مشاغل و مناطق مختلف و یا در مراحل مختلف زندگی به وجود می آید. چون افراد این گروه بین مشاغل مختلف جابجا می شوند بدنبال شغل و کار بهتری هستند، آنها در جزء بیکارا ارادی به حساب می آمدند.

قبل از توضیح بیکاری ساختاری لازم است که با دو مفهوم عرضه و تقاضا آشنا شویم:

عرضه نیروی کار: آن مقدار از نیروی کار که برای فعالیت و شروع کار در یک سطح معین دستمزد وارد بازار کار می شوند.

تقاضای نیروی کار: به میزان نیروی کای که بخشهای مختلف اقتصادی در سطوح مختلف دستمزد استخدام می کنند.

بیکاری ساختاری: زمانی به وجود می آید که بین عرضه و تقاضای کار انطباقی وجود نداشته باشد. دلیل عدم انطباق این است که تقاضا و درخواست برای انجام یک کار افزایش می یابد، در حالی که برای نوع دیگر شغل یا کار در حال کاهش است.

بیکاری ادواری: بیکاری ادواری به حالتی گفته میشود که تقاضا بدلالی برای یک دوره کاهش می یابد مثلاً شرایط بحران اقتصادی.

بیکاری فصلی: برخی از مشاغل مربوط به فصل خاصی هستند. این مشاغل در نوسانات فصلی در تقاضا مواجه هستند. در چنین مشاغل افراد دچار بیکاری می گردند.

بیکاری پنهان: به وضعیتی گفته می شد که در آن کارگران به ظاهر مشغول کار و فعالیت هستند ولی بدلیل عواملی مانند بیماری، نداشتن انگیزه، عدم آموزش و... غیر مولد هستند.

بیکاری فنی: نوعی بیکاری است که بدلیل پیشرفت تکنولوژی حاصل می شود. در این نوع بیکاری استفاده از تکنولوژیها و ابزار جدید بتدریج نیاز به نیروی کار کاهش می یابد و نرخ بیکاری شروع به افزایش می کند. بعنوان مثال استفاده از کمباین می تواند استفاده از نیروی کار دروگر را تا حد بالایی در موقع برداشت محصولات کاهش دهد.

شاغل:

افرادی که دارای شرایط زیر هستند، شاغل به حساب می آیند:

- کسانی که در هفت روز پیش از مراجعه مأمور سر شماری کار می کرده اند.
- کسانی که دارای شغل هستند ولی در هفت روز گذشته به عللی از قبیل مرخصی بیماری یا تعطیلی و... کار نکرده اند و پس از رفع علت به کار خود ادامه خواهند داد.
- کسانی که شغل مستمر ندارند و در هفت روز گذشته حداقل ۲ روز کار کرده اند.
- کسانی که دارای شغل هستند ولی در هفت روز گذشته بدلیل ماهیت فصل کار (بیکاری فصلی) کار نکرده اند.
- کسانی که در حال انجام خدمت وظیفه عمومی هستند.
- کسانی که در حال گذراندن دوره های آموزش در مراکز نظامی و انتظامی هستند.
- کسانی که برای اعضاء خانواده خود و یا خویشاوندان خود بدون دریافت دستمزد کار می کنند.

اهمیت و جایگاه بخش کشاورزی در ایجاد اشتغال: روند تحولات نیروهای شاغل در بخش کشاورزی بیانگر این مطلب است که تا قبل از اصلاحات ارضی در رژیم سابق، بیش از ۵۳ درصد از کل شاغلان کشور در بخش کشاورزی اشتغال داشته اند. اما این وضعیت پس از انجام اصلاحات ارضی و انجام برنامه های عمرانی در دوران قبل از انقلاب اسلامی و بعد از آن، سیر نزولی داشته است بطوریکه طبق آمار موجود در سال ۱۳۶۵ تنها حدود ۲۹ درصد از جمعیت شاغل در کشور در بخش کشاورزی اشتغال داشته اند. عوامل زیادی چون مهاجرت های بی رویه از روستاها و در نتیجه رها شدن منابع آب و خاک که وسیله کسب در آمد و روزی و اشتغال جمعیتی کثیری از مردم بوده است و تبدیل قشر تولید کننده و مولد روستایی بعنوان مصرف کننده و ساکنان جدید شهر، افزایش نرخ بیکاری بدنبال داشته است. شواهد نشان می دهد که یک سوم تولید ناخالص ملی کشور (در سال ۱۳۳۸) به

حدود ۱۷ درصد در سال ۱۳۶۵ کاهش یافته است. مسئله دیگری که می تواند این روند را تهدید کند، کیفیت نیروی انسانی شاغل در بخش کشاورزی است. این مسئله بیشتر از زاویه سن و سطح سواد مطرح می شود چرا که شاغلین در بخش کشاورزی دارای کمهولت سنی (سن بالا) هستند و در آینده ای نه چندان دور از چرخه تولید کنار خواهند رفت. مفهوم این تغییر این است که سهم بخش کشاورزی از نیروی کار جوان، رو به کاهش نهاده و این سهم به بخش خدمات سوق داده شده است.

کاهش سهم نیروی جوان در بخشهای تولیدی (از جمله بخش کشاورزی) مانعی بر سر راه گسترش و توسعه آن بوده است. پویایی و آموزش پذیری خلاقیت و قبول خطر و... از جمله خصایص و ویژگیهایی هستند که گسترش و توسعه یک بخش، بدان نیازمند است و معمولاً جوانان آمادگی بیشتری برای انتقال این خصوصیات به درون یک مجموعه دارند این نکته بیانگر این است که کشاورزی ایران نسبت به سایر بخشها بویژه خدمات، جذابیت کمتری برای نیروهای جوان داشته و نه تنها قادر به جذب نیروی جدیدی در این بخش نگردیده، بلکه تعداد نسبتاً زیادی از نیروی کار خود را به نفع گروهها سنی مسن از دست داده است.

نقش اشتغال در توسعه

برای توسعه تعاریف متعددی ارائه شده است و هر کدام از نظریه پردازان توسعه، به تناسب برداشت خود از مفاهیم ابعاد توسعه از نظر انسانی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به این موضوع پرداخته اند. شاید ساده ترین و رساترین تعریف از توسعه این باشد: فرآیند رشد مجموعه ای از ارزشها طی یک دوره معین؛ در دهه های ۶۰-۱۹۵۰ رشد سرانه در آمد یا رشد تولید ناخالص داخلی، شاخص ارزیابی توسعه بود. در دهه های بعد نارسایی این تعریف کاملاً مشهود شد و مقولاتی از قبیل توزیع درآمد و عدالت نیز به آن اضافه شد ولی در تعاریف کنونی توسعه علاوه بر رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی به مقولات دیگری نظیر نیازهای معنوی و شخصیتی انسان نیز پرداخته می شود و ابعاد اجتماعی و فرهنگی نیز در این فرایند توسعه مورد توجه و ارزیابی قرار می گیرد. سیر تحولات تعریف از توسعه نشان دهنده ابعاد مختلف انسان و نیاز های او پیچیدگی ابعاد درونی و غیر مرئی انسان هاست. در فرایند توسعه به ارزشهایی چون فقر زدایی اشتغال، رشد تولید، رونق اقتصادی، توسعه صادرات، ارتقاء بهره وری، رقابت پذیری، عدالت اجتماعی، پایداری، امنیت اجتماعی و... در همه ملل مورد توجه قرار می گیرد.

لیکن اگر برای رسیدن به اهداف توسعه بخواهیم چند محور را انتخاب کنیم تا جامعه بتواند در روند توسعه کشور از نتایج برنامه ها و سیاستها برخوردار شود، مقوله اشتغال یکی از مهمترین و اصولی ترین راهکارها برای نیل به یک جامعه توسعه یافته می باشد. زیرا اشتغال بعنوان اساسی ترین نیاز افراد بخصوص نسل جوان می تواند منشاء بسیاری از ارزشهای اجتماعی و فردی باشد.

ظرفیت و پتانسیل بخش کشاورزی در ایجاد اشتغال

آمار موجود در زمینه ظرفیت بخش کشاورزی بیانگر آن است که هنوز منابع بالقوه زیادی در کشور وجود دارد که در صورت برنامه ریزی صحیح، بخشی از نگرانیهای موجود در بخش کشاورزی را بر طرف خواهد کرد. آمار نشان می دهد که حدود نیمی از پتانسیل های موجود در بخش آب و خاک و منابع طبیعی تجدید شوند، که از عوامل مهم افزایش اشتغال و توسعه در بخش کشاورزی هستند، بلا استفاده باقی مانده است. بر طبق آمار و شواهد تنها حدود ۵۸ درصد از امکانات منابع آبی که بعنوان کمیاب ترین نهاد، در بخش کشاورزی به حساب می آید، مورد استفاده قرار می گیرد. بعلاوه کارایی و استفاده موثر از منابع آبی در بخش کشاورزی بسیار پایین است. بطوریکه با استفاده از روشهای جدید آبیاری رعایت اصول صحیح که در نهایت به افزایش کارایی منجر می شود، باعث ذخیره حجم زیادی از آب و امکان تولید و اشتغال را فراهم می آورد. از طرف دیگر از کل زمینها و اراضی موجود در کشور (۵۱ میلیون هکتار)، بدلیل کمبود آب فقط ۱۸/۵ میلیون هکتار استفاده می شود. مطالعات کارشناسی نشان می دهد که در صورت برنامه ریزی بلند مدت در جهت استفاده از منابع طبیعی تجدید شوند. درآمد خوبی عاید خواهد شد. در مورد تولید گوشت قرمز و تخم مرغ، فقط از ۵۰ درصد امکانات استفاده شده است. در زمینه شیلات نیز تنها ۲۵ درصد از منابع بالقوه استفاده می شود که همین ظرفیت بدلیل استفاده از روشهای صید سنتی و ضایعات فراوان دارای بازدهی خوبی نیست. استفاده و بکارگیری ظرفیتهای بلا استفاده به برنامه ریزی و سرمایه گذاری بخش خصوصی نیاز دارد.

نحوه سرمایه گذاری در روستا

به طور کلی نحوه سرمایه گذاری در روستا به دوصورت دولتی و خصوصی می باشد. مخارج دولت در بخش کشاورزی و روستاها مانند ساختن پل، جاده، تأسیسات و مانند آن دارای آثار زیربنایی و مهم بر اقتصاد روستاست و زمینه افزایش

تولید را در روستاها فراهم می کند. از طرف دیگر عوامل مهمی که بر سرمایه گذاری خصوصی در روستا و بخش کشاورزی تأثیر می گذارد به شرح ذیل می باشد.

۱- عوامل مستقیم: عوامل و سیاستهایی هستند که به طور مستقیم با بخش کشاورزی در ارتباطند و بر روند سرمایه گذاری در روستا و بخش کشاورزی اثر مستقیمی دارند و شامل موارد زیر می باشد.

الف) مالکیت و نظام زمینداری: افزایش سرمایه گذاری، بیشتر به خاطر آن است که کشاورز مالک زمین است و احساس می کند افزایش تولید ناشی از سرمایه گذاری، از آن وی می شود.

ب) سرمایه گذاری بخش دولتی: یکی از عوامل موثر بر سرمایه گذاری خصوصی در روستا، میزان سرمایه گذاری بخش دولتی است. در واقع سرمایه گذاری بخش دولتی می تواند بستر مناسب را برای سرمایه گذاری بخش خصوصی فراهم آورد که در صورت مساعد بودن دیگر شرایط موجب تحول در روستا و مخصوصاً در بخش کشاورزی می شود.

ج) قیمت گذاری محصولات کشاورزی: دولت با دخالت در تعیین قیمت محصولات کشاورزی می تواند نقش عمده ای در جهت دهی سرمایه گذاری در روستا و محصولات مختلف کشاورزی داشته باشد.

د) نهاده ها و اعتبارات: سود آوری محصولات علاوه بر قیمت آنها، به قیمت نهاده ها نیز بستگی دارد. به منظور پائین نگه داشتن قیمت محصولات کشاورزی به برخی از نهاده ها مانند کود شیمیایی، سموم و ماشین آلات یارانه پرداخت می شود. همچنین اعتبارات با بهره کم نیز در اختیار روستاییان و کشاورزان قرار می گیرد که این عوامل خود می توانند بر افزایش سرمایه گذاری در روستا تأثیر گذار باشند.

ه) بازاریابی محصولات: توجه نکردن به بازاریابی محصولات کشاورزی و نبود یک متولی برای آن سبب می شود میزان ضایعات محصولات کشاورزی افزایش یابد و در نتیجه کاهش عرضه و افزایش قیمتها را به همراه داشته باشد. همچنین کشاورزان مجبورند محصول خود را قبل و یا در زمان برداشت را به قیمت کم به فروش برسانند. بنابراین وجود یک بازار مناسب همراه با کوتاه کردن دست واسطه گران، موجب افزایش سودآوری و در آمد روستاییان و کشاورزان می گردد که خود زمینه افزایش سرمایه گذاری در روستا را فراهم می کند.

و) نرخ تورم: نرخ تورم بالا، ریسک فعالیتهای تولیدی را افزایش می دهد و لذا تأثیر منفی بر سرمایه گذاری خصوصی دارد.

ی) اعتبارات بانکی: اعتبارات و تسهیلات بانکی می تواند نقش مثبت و موثری در افزایش سرمایه گذاری در بخشهای تولیدی روستا داشته باشد.

۲) عوامل غیر مستقیم: عوامل و سیاستهایی هستند که به طور غیر مستقیم بر بخش کشاورزی اثر می گذارند. این سیاستها شامل حمایت دولت از صنایع داخلی، سیاستهای بازرگانی خارجی مانند تعرفه ها، صادرات و واردات، هزینه های حمل و نقل، یارانه های پرداختی دولت به مصرف کنندگان مانند یارانه نان، برنج، قند و شکر و... می شود.

پیشنهادهای (جهت پاسخگوئی به بحران اشتغال اتخاذ راه کارهای زیر می تواند موثر باشد)

۱- جدا شدن صنایع تبدیل کشاورزی اعم از صنایع غذایی - منسوجات، چوب و... از بخش صنعت و پیوستن آن به بخش کشاورزی و یا ایجاد هماهنگی بین دو بخش.

۲- از آنجا که در ایران نسبت مروج به کشاورز در سطح پایین قرار دارد جهت ترویج علوم و فنون نوین و جدید، ایجاد شرکتهای ترویجی خصوصی توان اشتغال آفرینی خوبی دارد.

۳- از آنجا که موسسات تحقیقاتی و پژوهشی در ایران پاسخگوی نیازهای روز افزون بخش نمی باشد ایجاد شرکتهای تحقیقاتی و پژوهشی خصوصی نیز از توان اشتغال آفرینی بالایی برخوردار است.

۴- ایجاد مراکز تهیه و توزیع نهاده های کشاورزی خصوصی.

۵- حرکت در جهت تخصصی کردن کارها و امور مربوط به محصولات مختلف کشاورزی در مراحل مختلف تولید.

۶- ایجاد و ترویج تولیدات گلخانه ای و....

۷- توجه سرمایه گذاری در مناطق روستایی و پیشگیری از مهاجرتهای بی رویه روستاییان به شهرها

۸- ارائه خدمات مشاوره اشتغال به جوانان و تهیه طرحهای اشتغال را توسط موسسات حرفه ای و تخصصی در زمینه های مختلف

۹- تأمین تسهیلات بانکی سهل الوصول و ارزان قیمت برای جوانان جویای کار

۱۰- ایجاد انگیزه برای حضور نسل جوان و تحصیل کرده در بخش کشاورزی از طریق کاهش نابرابریهای موجود در زندگی روستایی و شهری در برخورداری از امکانات اجتماعی و رفاهی

۱۱- بستر سازی برای حضور کارشناسان جوان در واحدهای تولیدی و خدماتی به منظور اشاعه تفکر علمی و فنی

۱۲- ارتقاء امنیت و سودآوری در فعالیتهای بخش از طریق ایجاد تعادل بین فعالیتهای اقتصادی در بخش

کشاورزی و سایر بخشها

۱۳- واگذاری بخش از فعالیتهای بخش خصوصی و مشارکت کشاورزان و بهره برداران در برنامه ریزیها

۱۴- تحول در نظام آموزش عالی کشور به منظور تربیت نیروهای کار آفرین متناسب با نیازهای بازار کار غیر دولتی

بهره وری و اشتغال

نقش و اهمیت بهره وری با تاکید بر بخش کشاورزی:

بهره وری را می توان نسبت تولید یک کالای معین بر یک (یا چند) نهاده مربوط به فرایند تولید همان کالا تعریف کرد. در این معنا بهره وری شاخص استفاده موثر، مفید و کارا از منابع گوناگونی چند نیروی کار، سرمایه، زمان، مواد، انرژی و اطلاعات برای تولید کالاها یا خدمات است. پس هر قدر بهره وری بالاتر باشد به همان میزان می توان از منابع، محصول بیشتر و با کیفیتی بهتر بدست آورد. در بهره وری زمان از اهمیت زیادی برخوردار است. یعنی هر قدر برای تولید یک میزان معینی کالا یا خدمت و با کیفیتی برابر زمان کمتری مصرف شود، آن نظام بهره وری بیشتری دارد.

در حال حاضر تقریباً تمامی کشورهای توسعه یافته و برخی از کشورهای در حال توسعه، بر این مطلب واقفند که بهبود بهره وری منشاء اصلی رشد اقتصادی و رفاه ملی می باشد. یک تعریف از نقش بهره وری در توسعه اقتصادی بدین گونه است.

افزایش ارزش محصول سالانه زمین و کار هر ملت، صرفاً می تواند از طریق افزایش تعداد کارکنان و یا افزایش توان نیروی کار کارکنانی که در حال حاضر مشغول کار هستند، صورت گیرد.

اگر در کشوری بهره وری بالا رود، همه از آن سود می برند امروز در اکثر کشورهای جهان این باور شکل گرفته که برای افزایش تولید ناخالص ملی استفاده وسیع از نیروی کار و سرمایه به تنهایی کافی نیست، بلکه از آن مهمتر بالا بردن بهره وری است. عبارت دیگر اگر بهره وری بالا رود تولید ناخالص ملی رشد خواهد کرد و اگر منافع حاصل از آن نیز عادلانه توزیع شود، سطح زندگی مردم بهبود یافته و توسعه اقتصادی اجتماعی سریعتر تحقق می

یابد. بهبود بهره وری روی پدیده‌ها اصلی اجتماعی - اقتصادی و سیاسی مانند تورم کیفیت زندگی، اشتغال و قدرت سیاسی و اقتصادی و... اثر می‌گذارد.

افزایش بهره وری موجب صرفه جویی در منابع و امکانات می‌شود و در نتیجه باعث افزایش سود می‌گردد. همین دو امر موجب می‌شود تا در منابع و امکانات صرفه جویی شد. جهت افزایش تولید همان کالا و یا کالاهای دیگر سرمایه گذاری کردند و زمینه اشتغال بیشتری را فراهم آوردند در مورد بهره وری ذکر چند نکته لازم به نظر می‌رسد:

- بهره وری به معنای هوشمندانه کارکردن است نه سخت کارکردن بهبود بهره وری با کار سخت حاصل نمی‌شود زیرا جسم انسان محدودیتهایی دارد و فراتر از توان جسمانی خود نمی‌تواند کار کند.

- بهره وری علاوه بر کمیت، بر کیفیت بازده تاکید دارد. برای بالا بردن کیفیت باید جنبه‌های اجتماعی، روانی و اقتصادی مورد توجه قرار گیرند. در این زمان است که مسائلی چون محیط کار، رضایت شغلی و... اهمیت پیدا می‌کند.

- میان بهره وری و سودبخشی تفاوت وجود دارد. سود می‌تواند از طریق افزایش قیمت‌ها حاصل شود اگرچه ممکن است بهره وری کاهش یابد

- کاهش هزینه‌ها همیشه بهره وری را بالا نمی‌برد. مثلاً هزینه‌هایی چون آموزش و پرورش که در دراز مدت باعث افزایش بهره وری می‌شوند ممکن است اثر کوتاه مدت نداشته باشد.

- مفهوم بهره وری را می‌توان در هر نوع نظام و سازمانی مانند صنعت، کشاورزی، خدمات و اطلاعاتی کاربرد دارد امروزه با اهمیت یافتن اطلاعات و تغییر الگوهای اشتغال از تولید به خدمات و از خدمات به اطلاعات بهره وری اطلاعات اهمیت زیادی یافته است.

- مفهوم بهره وری با کیفیت پیوند یافته است. از عوامل موثر در کیفیت نیز توجه به نیروی کار، مدیریت آن و شرایط و محیط کار است.

بطور کلی می‌توان گفت که نسبت به بهره وری باید یک بخش فراگیر و جامع اتخاذ نمود زیرا بهره وری تنها یک مسئله یک واحد تولیدی نیست بلکه کل جامعه را در بر می‌گیرد.

بهره وری معیاری است که موارد زیر را شامل می‌شود:

۱- میزان تحقق اهداف

۲- چگونگی استفاده مفید و کارا از منابع جهت تولید مفید

۳- آنچه به دست آمده در مقایسه با آنچه امکان داشته

۴- مقایسه عملکرد بهره وری

بهره وری در کشاورزی و تأثیر آن در ایجاد اشتغال

بهره وری عوامل تولید هر بخش و ارتقاء: آن مخصوص در بخش کشاورزی از اهمیت بالایی در جهت انباشت سرمایه و رشد تولید و در نهایت ایجاد اشتغال بیشتر برخوردار است. همانطور که ذکر شد بهره وری نسبت محصول به نهاده مصرف شده است. هرچه بتوان با کار برد و استفاده از نهاده کمتر، محصول بیشتری بدست آورد، بهره وری نهاده ها افزایش خواهد یافت. بهبود بهره وری عوامل بخصوص نیروی کار و سرمایه می تواند به انباشت سرمایه در بخش کشاورزی و رشد اقتصاد کمک فراوانی کند.

تکنولوژی

تکنولوژی یکی از عوامل مهم جهت توسعه کشورها محسوب می شود و درجه توسعه یافتگی آنان به سطح و نوع تکنولوژی و بهره مندی از علوم و پدیده های جدید بستگی دارد بخش کشاورزی نیز مانند سایر بخشها از نوآوریهای فنی و علمی بهره برده که میزان استفاده و بهره مندی آن بستگی به قدرت جذب دانش فنی و ظرفیت بکار گیری کشورها داشته است. کشورهای پیشرفته که نسبت به کشورهای درحال توسعه توان بکار گیری و استفاده از تکنولوژیهای بالاتری را دارند، از لحاظ کشاورزی نیز از موقعیت و وضعیت مناسبتری برخوردار هستند بهره وری بالاتری دارند. تکنولوژی در بخش کشاورزی شامل مکانیزاسیون، استفاده از تجهیزات مکانیکی، کود، سم، بذر اصلاح شده و بطور کلی بهره گیری و استفاده از روشهای علمی جدید جهت افزایش محصول را در بر می گیرد. مکانیزاسیون یا ماشینی کردن تولید در کشاورزی یکی از جنبه های تکنولوژی جدید در جریان تولید، تبدیل، اتمیه، نگهداری، انبار داری و... کالای مورد نظر است.

اگر از مکانیزاسیون به درستی استفاده گردد موجب افزایش سطح زیر کشت، افزایش تولید و عملکرد محصولات کشاورزی کاهش هزینه و بطور کلی افزایش بهره وری می گردد. اما چون هر جامعه ویژگیهای فرهنگی، اجتماعی و انسانی، محیطی و... خاص خود را دارد در پذیرش و اشاعه تکنولوژی باید دقت کرد که با آنها انطباق داشته باشد

زیرا اگر این مسئله مورد توجه قرار نگیرد، نه تنها بهره‌وری افزایش پیدا نمی‌کند، بلکه ممکن است مشکلات زیادی چون بیکاری مهاجرت و... بوجود آید در کشور ما از لحاظ مکانیزاسیون، سرمایه‌گذاری زیادی صورت گرفته و در موقعیت مناسبی قرار داریم ولی بدلیل عدم انطباق مکانیزاسیون با شرایط فرهنگی، اجتماعی و... این امر نتوانسته موفقیت مورد نظر را در افزایش تولید محصولات بدنبال داشته باشد.

آموزش و تحقیق

یکی دیگر از عوامل موثر بر بهره‌وری بخش کشاورزی، آموزش و تحقیق است. آموزش پایه و اساس افزایش بهره‌وری است. بدون آموزش نمی‌توان دانش فنی و علمی را بکار گرفت و استفاده نمود. کشاورزان سنتی با توجه به ابزار و ادوات ساده‌ای که در اختیار دارند کار آمد هستند اما اگر هدف این است که کشاورزان نقش اصلی خود را در توسعه اقتصادی ایفا نمایند باید تحولات عمده‌ای را در کشاورزی پدید آورد زیرا با کشاورزی سنتی نمی‌توان به رشد و توسعه نائل آمد. بنابراین باید علم و تکنولوژی را در بخش کشاورزی وارد و استفاده نمود. از طرف دیگر شرط اولیه و اساسی بهره‌گیری از تکنولوژی پیشرفته، داشتن کشاورزان با سواد جهت فرا گرفتن و یادگیری نحوه استفاده از روشهای علمی و پیشرفته می‌باشد. هم‌اکنون بیش از ۷۰ درصد کشاورزان بی‌سواد هستند نمی‌توان با چنین وضعیتی تحول اساسی در کشاورزی کشور به وجود آورد. بنابراین باید ابتدا به سوادآموزی کشاورزان توجه کرد و سپس به گسترش آموزشهای نظری و کاربردی در زمینه کشاورزی پرداخت. در این زمینه باید جهت توسعه بخش کشاورزی به تقویت و تحکیم نظام جمع‌آوری و تنظیم اطلاعات علمی و فنی کشاورزی مانند ایجاد کتابخانه‌ها پرداخت. از طرف دیگر باید برای تحقیق و پژوهش در بخش کشاورزی اهمیت ویژه‌ای قائل شد زیرا اکثر کشورهای توسعه‌یافته، بخشی از توسعه یافتگی آنها مدیون فعالیتهای پژوهشی در تمام زمینه‌ها از جمله بخش کشاورزی است. متأسفانه اینگونه سرمایه‌گذارها در کشورهای در حال توسعه مانند ایران بسیار ناچیز است. زمینه‌های پژوهشی مختلفی در بخش کشاورزی مانند زراعت، دامپروری، باغبانی، جنگل، مرتع، شیلات، ماشینها، ادوات و تجهیزات کشاورزی، آبیاری و... وجود دارد.

به نظر می‌رسد اولویتهای اصلی بخش کشاورزی که نیاز به تحقیق و پژوهش دارند عبارتند از نوع نظام بهره‌برداری نوع تکنولوژی مورد استفاده، راه‌حلهای مناسب جهت افزایش سود در بخش کشاورزی و درنهایت جذب نیروهای فعال و خلاق جامعه در بخش کشاورزی.

نظام انگیزشی

از دیگر عواملی که تأثیر بسزایی بر بهره‌وری نیروی کار دارد انگیزه می‌باشد که خود متأثر از عوامل مختلف فرهنگ، اجتماعی و اقتصادی است. نظام انگیزشی عبادت است از مجموعه واکنشهایی که در اثر محرکهای ویژه‌ای ایجاد می‌شود و موجب حرکت یک جامعه به جهت خاصی می‌شود. همانطور که گفته شد عوامل مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بر انگیزه انسانها موثرند، مثلاً احساس و انگیزه مالکیت فردی بر زمین مزروعی یک مسئله کاملاً فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است. بعنوان مثال عوامل اقتصادی مانند سرمایه‌گذاری، سیاستهای قیمت گذاری، عدم جلب و جذب نیروهای خلاق و به طور کلی تمامی مواردی که موجب کاهش سودآوری در این بخش می‌گردد نیز نقش بسزایی در نظام انگیزش بخش کشاورزی ایفا می‌نماید.

سیاست قیمتگذاری نیز سهم مهمی از نظام انگیزشی را در تولیدات کشاورزی تشکیل می‌دهد. با استفاده درست از این سیاست می‌توان به افزایش تولید دست یافت و در نتیجه سودآوری بخش را زیاد نموده زیرا قیمت نهاده و قیمت محصول دو عامل مهم در تصمیم‌گیری کشاورز است.

به هر حال بررسی فعال شدن نظام انگیزشی بخش کشاورزی، باید سیاستهای مناسبی اتخاذ گردد. از یک طرف باید انگیزه‌ای فرهنگی را تقویت کرد و از طرف دیگر انگیزه‌های اقتصادی را فراهم نمود. انتخاب و بکارگیری نظام بهره‌برداري مناسب، سیاست‌گذاری قیمتی مناسب، فراهم نمودن زمینه‌های سودآوری برای جذب نیروهای خلاق و سرمایه‌مورد نیاز و... از جمله اقداماتی هستند که دولت باید آنها را به اجرا در آورد.

فرصتها و محدودیتهای کارآفرینی در اقتصاد ایران

ساختار اقتصادی ایران

با این نگرش، می‌توان اقتصاد ایران را مورد بررسی اجمالی قرار داد، و در سطح کلان عوامل مثبت و منفی موثر بر فعالیت کارآفرینی را تحلیل کرد. برای این منظور نخست نگاهی به ساختار اقتصادی می‌اندازیم و سپس اشاره‌ای به سیاستهای دولت و میزان حمایت آنها از نظام اقتصادی آزاد خواهیم کرد.

اقتصاد ایران را همچون اقتصاد بسیاری از کشورها می توان به سه بخش کشاورزی، صنعت، و خدمات تفکیک کرد. این تفکیک به این دلیل صورت می گیرد که هر یک از این سه بخش از ویژگیهای خاصی برخوردار است که در چارچوب آنها می توان روشن تر به فرصتها و تهدیدات پی برد. در هر حال، نقطه شروع می تواند بخش سنتی تر یعنی کشاورزی باشد.

الف- بهره برداران کشاورزی: در سال ۱۳۷۵ حدود ۳۸.۳ درصد از جمعیت کشور «برابر با ۲۳.۲ میلیون نفر» در بیش از ۸۶ هزار آبادی در سراسر کشور زندگی می کردند. جمعیت شاغل این بخش را عمدتاً مردان تشکیل می دادند در حالی زنان تنها ۸/۸ درصد سهم داشتند. بخش بزرگی از این جمعیت شاغل یعنی ۳۴.۵ درصد بیش از ۵۰ سال داشتند در حالی که ۶۲.۴ درصد دیگر در گروه سنی ۱۵-۴۹ قرار می گرفتند. این نیروی کار نسبتاً سالخورده درحد ۸۷ درصد ماهر و حدود نیمی از آنها باسواد بودند. درصد ناچیزی از این شاغلان کارفرما و یا حقوق بگیر بودند، در حالی که ۶۵ درصد آنان به طور مستقل و ۱۴.۶ درصد دیگر به صورت فامیلی کار می کردند.

اکثر شاغلان به روی زمین کار می کنند که بسیار خرد و پراکنده است. به عبارت دیگر در روستاهای ایران حدود ۲.۸ میلیون مترمربع زمین قابل بهره برداری است که ۸۵ درصد به خرده مالکان «با مساحتی کمتر از ۱۰ هکتار»، ۱۴ درصد دیگر، به مالکان دارای ۱۰ تا ۵۰ هکتار و یک درصد بقیه نیز مربوط به مالکان بزرگ تعلق دارد. علی رغم تعداد زیاد کشاورزان خرده پا، مساحت زمین تحت اختیارشان در حد ۳۷.۲ درصد اراضی زراعی است، در حالی که گروه میانی بیش از ۴۵ درصد را در اختیار دارد.

گروههای بزرگتر از ۵۰ هکتار، نیروی کار کمتری را به استخدام می گیرند و مالک بقیه اراضی هستند. چنین ساختاری نشان می دهد که بخش بزرگی از فعالیتهای در مقیاس خرد انجام می گیرد که اشتغال زایی بالایی هم دارند. خردبودن بهره برداران را می توان به عنوان یک امکان مناسب ارزیابی کرد به ویژه آنکه بسیاری از آنها از سوی مالکان اداره می شوند تولیداتشان هم عمدتاً روانه بازار می شود و در فصولی از سال خود نیز به عنوان نیروی کار در بازار کار حضور پیدا می کنند. ولی محدودیتهای این بخش را نیز باید در نظر آورد که اهم آنها عبارتند از: پراکندگی جغرافیایی آبادیها و پایین بودن جمعیت در هر روستا. مهاجرت به مراکز شهری که درحقیقت موجب خروج نیروهای فعال تر روستایی به

شهر می شود. ساختار سنی جمعیت روستایی که رو به پیر شدن گذارده است. و نیز سطح نسبتاً بالایی از اراضی که در دست واحدهای بزرگ قرار دارد.

غیر از این ساختار، می توان نگاهی هم به وضعیت تولیدکنندگان صنعتی انداخت تا فرصتها و محدودیتها در آن حوزه نیز مشخص شود.

ب- کارگاههای صنعتی: برخلاف بخش کشاورزی، در صنعت نقش زمین کم اهمیت تر است و اثرپذیری کمتری از رویدادهای طبیعی دارد. با این مقدمه، می توان نگاهی به آمارهای کارگاههای صنعتی که بنا بر شماری از نظریه های توسعه، قرار بوده که موتور حرکت رشد اقتصادی باشند، می اندازیم. بر پایه آمارهای رسمی در سال ۱۳۷۳ حدود ۳۶۵ هزار کارگاه صنعتی در ایران فعال بوده است. طبقه بندی این کارگاهها نشان می دهد که حدود ۹۱.۶ درصد آنها کمتر از ۶ نفر کارگر، حدود ۴.۸ درصد، ۶ تا ۹ نفر و ۳ درصد بین ۱۰ تا ۹۴ نفر مشغول به کار بودند. و ۰.۶ درصد را نیز کارگاههای بزرگ تشکیل می دادند که بیش از ۵۰ نفر در آن کار می کردند. به این ترتیب انبوهی از کارگاههای خرد وجود داشت که علی القاعده به دور از هرگونه بوروکراسی و در بازاری که می تواند به «بازار رقابت کامل» نزدیک تر باشد فعالیت می کردند. نکته قابل توجه آن است که در این کارگاههای کوچک که از لحاظ اشتغال زایی حائز اهمیت است بیش از ۵۰ درصد از شاغلان کار می کردند. ولی با وجود آنکه تعداد کارگاههای بزرگ بسیار اندک بود با این حال حدود ۳۸.۸ درصد از شاغلان در آن مشغول به کار بودند.

پراکندگی جغرافیایی کارگاههای صنعتی شاید در همان حد اندازه آنها ناهمگون باشد. به عبارت دیگر ۲۷ درصد از کل این کارگاهها در تهران ۱۲.۷ درصد در استان خراسان و ۱۰.۵ درصد در اصفهان قرار دارند. به این ترتیب سه استان مزبور ۵۰ درصد کارگاهها را در خود جای داده اند درحالی که در پایین ترین رده ها استانهایی مانند هرمزگان، بوشهر قرار دارند که سهم شان در حد نیم درصد می شود.

از سوی دیگر توزیع نیروی انسانی در رشته های نه گانه صنعتی نیز جالب توجه است: صنایع نساجی بیشترین سهم «یعنی ۴۳.۲ درصد» از شاغلان صنعتی را دارد، و در رده های بعدی ماشین آلات «۱۷.۴ درصد» و سپس مواد غذایی «۱۲.۵ درصد» قرار دارند. به این ترتیب دیده می شود که حدود بیش از ۵۵ درصد شاغلان بخش صنعت در حوزه غذایی و نساجی فعالیت می کنند که از تکنولوژی نسبتاً ساده ای برخوردارند و آنها را می توان کاربر به شمار آورد. این

دو رشته در عین حال بیشترین پیوند را با بخش کشاورزی هم دارند. و سرانجام آنکه بهره‌وری سرمایه، به عنوان یک عامل کمیاب در جامعه ما، در کارگاههای کوچک «بویژه در صنایعی همچون غذایی و نساجی» به مراتب بیشتر از کارگاههای بزرگ است. به عبارت دیگر کارگاههای کوچک بهره‌بردار اقتصادی تری از سرمایه خود می‌کنند، درحالی که می‌توان تصور کرد همین کارگاهها از لحاظ تامین سرمایه خود کمترین اتکا را به دولت دارند؛ و برعکس کارگاههای بزرگ که تاحد بالایی به دولت و منابع مالی و ارزی آن تکیه دارند، کمترین بهره‌وری را از سرمایه می‌کنند و درعین حال تحصیل کرده‌ترین نیروی انسانی را هم به خود اختصاص داده‌اند.

به هر حال این نگاه اجمالی هم نشان می‌دهد که در صنعت هم مانند کشاورزی انبوهی از تولیدکنندگان خرد وجود دارند که با پراکندگی جغرافیایی بسیار ناموزون در برابر اندکی تولیدکنندگان بزرگ قرار گرفته‌اند. با این ملاحظات اکنون می‌توانیم نگاهی هم به بخش خدمات بیندازیم. یعنی بخشی که بیش از ۴۳.۸ درصد از شاغلان را در خود جای داده است.

ج- بخش خدمات: در سرشماریهای نفوس و مسکن، فعالیتهای بخش خدمات به زیرمجموعه‌های زیر تقسیم شده است: بازرگانی، رستوران و هتلداری، حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات، خدمات موسسات مالی و پولی، خدمات مستغلات، حرفه‌ای و تخصصی، خدمات عمومی، و خدمات اجتماعی، شخصی و خانگی. در سال ۱۳۷۵ در این مجموعه حدود ۶.۳۸۸ میلیون نفر مشغول به کار بودند. از این تعداد، ۴۶.۴ درصد در بخش خدمات عمومی ۳۰.۲ درصد در بخش بازرگانی، رستوران و هتلداری ۱۵.۲ درصد در بخش حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات فعالیت می‌کردند. سهم دیگر فعالیتهای بویژه آنهایی که تخصص بالایی را هم می‌طلبند بسیار اندک است. به این ترتیب دیده می‌شود که قطبی بودن شاغلان در این بخش بیش از دو بخش دیگر است. نیروی انسانی این بخش برخلاف بخش کشاورزی جوان است و حتی در برابر بخش صنعت نیز جوان‌تر به نظر می‌رسد.

غیر از بخش عمومی که اساساً متشکل از مزد و حقوق‌بگیران است، دو گروه اصلی دیگر این بخش که در بالا ذکر شد، به طور محدود دولتی هستند مزد و حقوق‌بگیران آن درحد ۲۰ تا ۲۵ درصد است و در مقابل بخش بزرگی از فعالان آن را کارکنان مستقل و کارفرمایان تشکیل می‌دهند. به این ترتیب در این بخش اگرچه در یک سوی آن بخش عمومی قرار دارد که اساساً فعالان آن مزد و حقوق‌بگیر هستند، ولی در سوی دیگر آن دو فعالیت یعنی

«بازرگانی، رستوران و هتلداری» و «حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات» قرار دارد که انبوهی از فعالیتهای خرد با شمار زیادی از کارکنان مستقل را در خود جای داده است. جالب توجه است که همین دو گروه که ظاهراً به تخصص کمتری نیاز دارند، به ترتیب ارزش افزوده ای برابر با ۲۱.۵ درصد و ۲۱.۶ درصد از کل ارزش افزوده بخش خدمات داشته اند که این مقدار بیش از سهم خدمات عمومی «۱۹.۹ درصد» است. و نیز جای شگفتی ندارد که گروه «خدمات مستغلات، حرفه ای و تخصصی» نزدیک به ۳۰ درصد از ارزش افزوده این بخش را به خود اختصاص داده است. طبیعی است که همین گروه بیشترین بهره وری نیروی کار را هم داشته باشد و از این لحاظ در نقطه مقابل خدمات عمومی قرار می گیرد.

د- جمع بندی: تصویر ساده و بسیار اجمالی ساختار اقتصادی ایران را می توان چنین نمایش داد: در کشاورزی انبوهی از تولیدکنندگان خرد قرار دارند که بهره وری کار و زمین در آنها بالا است و با تکنولوژی پایین و سرمایه اندک کار می کنند. در صنعت بخش بزرگی از تولیدکنندگان خرد «که اکثریت مطلق کارگاهها را تشکیل می دهند» در صنایع غذایی و نساجی که بیشترین پیوند را با کشاورزی دارد، فعالیت می کنند. بهره وری سرمایه در این صنایع به طور نسبی بالاتر از دیگران است، و سرانجام هم در بخش خدمات دو گروه که فی نفسه پیوند تنگاتنگی با فعالیتهای کشاورزی و صنایع غذایی و نساجی دارند، حدود بیش از ۵۴ درصد نیروی کار را در خود جای داده اند. این نیروی کار که عمدتاً جوان هم هستند از تخصص بالایی برخوردار نیستند. به این ترتیب به نظر می رسد که سیاستگذاری در این سه حوزه می تواند آثار مفیدی در پی داشته باشد بویژه آنکه همه آنها عمدتاً در دست فعالان اقتصادی خرده پا قرار دارد. ولی رونق یا رکود در میان این مولدین خرد تا اندازه ای هم به سیاستگذاریهای دولت بستگی دارد که در بخش ذیل به آن می پردازیم.

سیاستهای اقتصادی

همان طور که گفته شد محیط مناسب برای کارآفرینی غیر از ساختار اقتصادی، بعد دیگری هم دارد که عمدتاً به سیاستگذاریهای دولت مربوط می شود. در بند پیشین ساختار اقتصادی ایران گفته شد که این ساختار به لحاظ خردبودن و همچنین کاربر بودن چند حوزه از فعالیت در هر سه بخش که انسجام تنگاتنگی هم با هم دارند، شرایطمناسبی را برای کارآفرینی می تواند فراهم آورد. حال در اینجا نگاه اجمالی هم به سیاستهای دولت می اندازیم تا ببینیم این بعد تاچه حد می تواند توسعه بخش کارآفرینی باشد.

در آغاز باید گفته شود که به طور معمول و بویژه در الگوهای اقتصادی، وضعیت اقتصاد آزاد مناسب ترین شرایط برای فعالیت کارآفرینان محسوب می شود. کارآفرین باید باموانع غیراقتصادی روبرو نباشد، کارآفرین نباید درگیر بوروکراسی دولت شود، کارآفرین باید بداند که شرایط آینده بازار صرفاً بر پایه سازوکار آن تعیین می شود... در این شرایط است که چنین فعالیتی تمام نیرو و ابتکار خود را در راه رقابت به کار می گیرند و برای تحقق اهداف خود، خلاقیت عینیت پیدا می کند.

با این ذهنیت می توان نگاهی اجمالی به ایران دو دهه گذشته انداخت. سالهای اولیه انقلاب اسلامی و نیز دوره پرتلاطم جنگ از قوانین خاص خود پیروی می کرد: سیاست انبساطی، کسری بودجه، ملی کردن بسیاری از صنایع، کنترلهای ارزی، قیمت گذاری کالاها و... به طور معمول در هر جامعه ای که با جنگ و انقلاب روبرو باشد، دیده می شود. ولی با پایان گرفتن این دوران، و آغاز دوره سازندگی، تصور بر این است که دولت از صحنه اقتصادی فاصله بگیرد و صرفاً با سیاستگذاریهای خود، نیروهای خلاق جامعه را به حرکت وادارد. ولی، مطالعه این دوره از تاریخ ایران نشان می دهد که دخالتها از یک سو و ناتوانیها از سوی دیگر همچنان ادامه دارد.

دخالتهای دولت را می توان شامل اعمال سیاست ارزی و کنترل، تعیین و تغییر بوروکراتیک نرخ ارز، اعمال نظر در قیمت گذاری و یا حتی تعیین قیمت، ایجاد انحصارات از دو طریق یعنی مالکیت خود و نیز جلوگیری از واردات برخی کالاها، پرداخت انواع یارانه های مستقیم و غیرمستقیم یا آشکار و پنهان به تولیدکنندگان دانست. این مجموعه بویژه ایجاد انحصار و سازوکار تسهیم ارز با نرخهای دولتی موجب شده است تا کارآفرینی در جامعه ما در قالب رانت جویی متجلی شود؛ فعالیتی که اثر بازدارنده بر اقتصاد کشور دارد و از سوی دیگر، ما ناتوانیهای دولت را هم می توانیم در سیاستهای مالیاتی آن «که نمی تواند بخش غیر رسمی را زیرپوشش بگیرد» کسری بودجه، اعوجاج در سیاستگذاریها، و نیز فقدان اراده و برنامه ای هدفمند برای اجرای سیاست خصوصی سازی مشاهده کنیم.

به این ترتیب دیده می شود که علی رغم وجود بستر مناسب برای کارآفرینی، سیاستهای دولت فاصله زیادی با اقتصاد آزاد داشته است و این اقدامات موجب شده است که سرمایه جذب حوزه تولید نشود، نیروی کار نتواند ظرفیت بالقوه خود را بروز دهد، نیروی بیکار گسترش پیدا کند، و بر شمار عظیم بیکاران هم افزوده شود. به منظور پاسخ به این مشکل، سیاست کارآفرینی در چند کشور مورد مطالعه قرار گرفته است تا شاید از این طریق بتوان چاره ای اندیشید.

فصل دوم: دهیاری ها و اشتغال روستایی

نقش دهیاران در توسعه کشاورزی

هر چند در قوانین و مقررات کشور متولی و مسئول بخش کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی است و مسئولیت مستقیم و خاصی متوجه دهیاری‌ها نمی‌گردد ولی با عنایت به اینکه اقتصاد روستاهای کشور عمدتاً بر پایه کشاورزی است و حمایت و توسعه‌شان وابستگی تام به کشاورزی دارد لذا دهیاری‌ها به عنوان مدیریت روستاها تحت عنوان سازمان‌های غیر دولتی در توسعه پایدار روستا می‌توانند از طریق ایجاد سازوکارهای لازم شرایط تسهیل انجام وظایف سایر ادارات و نهادها را در زمینه کشاورزی در روستاها فراهم آورند و در اجرای این وظایف با آنها مشارکت کنند.

البته لازم به ذکر است که در قانون شوراها و اساسنامه دهیاری‌ها موارد زیر به عنوان دخالت و اختیارات شوراهای اسلامی روستایی و دهیاری‌ها آمده است که می‌تواند مبنای فعالیت دهیاری‌ها در زمینه توسعه کشاورزی پایدار باشد.

۱- بررسی و شناخت کمبودها و نارسایی‌های موجود در روستا و تهیه طرح‌ها و پیشنهادهای اصلاحی و عملی در

این زمینه و ارائه آن به مقامات ذیربط

۲- ایجاد زمینه مناسب و جلب مشارکت‌های عمومی در جهت اجرای فعالیت‌های تولیدی

۳- همکاری مؤثر با مسئولان ذیربط جهت حفظ و نگهداری منابع طبیعی واقع در محدوده و حریم روستا

۴- مساعدت و همکاری با کشاورزان در جهت معرفی محصولات کشاورزی در مراکز شهری و نمایشگاه‌های

ذیربط

۵- شناسایی زمینه‌های اشتغال و مساعدت در جهت تأمین کار برای افراد جویای کار با همکاری دستگاه‌های

ذیربط

۶- تشویق و ترغیب روستاییان در توسعه صنایع دستی و اهتمام به ترویج توسعه و بازاریابی محصولات کشاورزی

و دامی

براساس موارد مذکور و تفاهم‌نامه‌ای که بین وزارت کشور (سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور) با وزارت جهاد کشاورزی مبادله شده است دهیاری‌ها این امکان و توان را دارند که با بهره‌گیری از قابلیت‌ها و امکانات بالقوه هر روستا با هماهنگی با ادارات و نهادهای متولی کشاورزی نقش مهمی در توسعه کشاورزی کشور ایفا نمایند. (شاه‌محمدی، ۱۳۸۴).

دهیاری‌ها با توجه به آشنایی با ویژگی‌های طبیعی منابع و توانمندی‌ها و قابلیت‌های هر روستا می‌تواند با ایجاد زمینه لازم برای فعالیت‌های گسترده در بخش‌های مختلف کشاورزی (زراعت، دامپروری، پرورش آبزیان و منابع طبیعی) و فعالیت‌های جنبی آن شامل ذخیره‌سازی و بازاریابی محصولات کشاورزی و دامی، ایجاد صنایع تبدیلی و مواردی از این دست در توسعه بخش کشاورزی سهم بسزایی داشته باشند.

نقش دهیاران در توسعه صنایع روستایی

در کشور ما قطب‌های تولید کشاورزی منطبق با مناطق روستایی است و هر نوع فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی بدون هماهنگی با مدیریت‌های محلی نمی‌تواند تأثیرگذار باشد. در این میان مدیریت نوین روستا (دهیاران) با توجه به شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های مناطق روستایی و با اشراف به شرایط اجتماعی و فرهنگی روستا می‌تواند نقش کلیدی در فرآیند روستایی داشته باشند و در قطب‌های تولید کشاورزی دهیاران می‌توانند زمینه‌سازی تعاونی‌ها و تشکل‌ها شده و از طریق جمع‌آوری سرمایه‌های اعضا و اخذ مجوز از وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنایع با کمک و مساعدت‌های دولتی به صورت منسجم فعالیت کنند.

نقش دهیاران در ایجاد و حفظ صنایع روستایی

همانگونه که ذکر گردید دهیاری به عنوان سازمان تعدیل‌کننده، کنترل‌کننده و تسهیل‌کننده فعالیت‌ها و اثرات صنایع روستایی نقش مهم و موثری می‌تواند در توسعه این صنعت داشته باشند.

در کشور ما قطب‌های تولید کشاورزی منطبق با مناطق روستایی است و هر نوع فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی بدون هماهنگی با مدیریت‌های محلی نمی‌تواند تأثیرگذار باشد. در این میان مدیریت نوین روستا (دهیاران) با توجه به شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های مناطق روستایی و با اشراف به شرایط اجتماعی و فرهنگی روستا می‌تواند نقش کلیدی در فرآیند توسعه صنایع روستایی داشته باشند و در قطب‌های تولید کشاورزی دهیاران می‌توانند زمینه‌ساز ایجاد تعاونی‌ها و

تشکل‌ها شده و از طریق جمع‌آوری سرمایه‌های اعضاء و اخذ مجوز از وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنایع با کمک و مساعدتهای دولتی به صورت منسجم فعالیت نمایند. همچنین دهیاران در جلب مشارکت‌های مردمی در توسعه صنایع روستایی می‌توانند موثر باشند.

جلب حمایت‌های مالی از سوی نهادها و سازمان‌های مالی

بدیهی است که صنایع روستایی مخصوصاً در شروع کار باید مورد حمایت و هدایت دولت قرار گیرند. سرمایه و سرمایه‌گذاری به‌عنوان عاملی که قادر است زمینه‌های رشد صنایع روستایی را در روستا فراهم کند قابل توجه می‌باشد. این جریان نه تنها به انباشته شدن سرمایه مادی کمک می‌کند، بلکه زمینه بکارگیری و فعال کردن عوامل تولیدی در روستا را نیز فراهم می‌کند تا تولید صنعتی افزایش یابد و نیازها رفع شود. یکی از مشکلات عمده در راه رشد صنایع روستایی بخصوص صنایع کوچک، فقدان منابع مالی برای این صنایع در روستاهاست. بنابراین، دسترسی به اعتبار کوتاه مدت و بلند مدت، از عناصر حیاتی توسعه صنایع روستایی است. در این راستا یکی از وظایف مهم دهیار جذب سرمایه‌های دولتی جهت توسعه صنعت روستایی است. دهیاران می‌توانند بمنظور توسعه مناطق روستایی و همچنین کمک به توسعه پایدار کشاورزی، ضمن تشویق صاحبان سرمایه به سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی و تکمیلی در کانون‌ها و قطب‌های عمده تولید محصولات کشاورزی، اینگونه متقاضیان سرمایه‌گذاری را (اعم از بخش‌های خصوصی و تعاونی) برای اخذ جواز تاسیس در کدهای فعالیتی ایسیک ۱ که بر اساس مصوبه ۱۳۸۳/۷/۲۹ هیات دولت در حوزه وظایف و اختیارات وزارت جهاد کشاورزی قرار دارد، به اداره صنایع و توسعه روستایی مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان یا معاونت صنایع و توسعه روستایی سازمان جهاد کشاورزی استان هدایت کند. (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۴: ۲۷)

دهیار می‌تواند با کسب اعتبارات از طریق سیستم‌های رسمی و غیر رسمی دستیابی اعتبار اولیه صنعت روستا نقش مهم و هدف‌مندی ایفا نماید. اعطاء وام از بانک یا موسسات اعتباری یکی از روش‌های اصلی در ترغیب و حمایت از مدیران و سرمایه‌گذاران بخش صنعتی می‌باشد.

^۱ کد‌های بین‌المللی ایسیک (ISIC) برای طبقه‌بندی استاندارد فعالیت‌های اقتصادی مولد در نظر گرفته شده است.

جلب مشارکت مردم در سرمایه گذاری برای ایجاد و توسعه صنایع روستایی

با توجه بند ۸ ماده ۱۰ اساسنامه دهیاری‌ها تشویق و ترغیب روستاییان به توسعه صنایع دستی یکی از وظایف مهم دهیاری به شمار آمده است، لذا در این راستا با توجه به وظیفه ای که قانونگذار بر عهده دهیار نهاده است، در جهت تحقق وظیفه فوق الذکر دهیار به عنوان مدیر روستا نقش تعیین کننده ای در جلب سرمایه های مردم به خصوص متمکنین روستا و حتی سرمایه گذاران شهری خواهد داشت. همانگونه که در پیش گفته شد تداوم روند متعادل صنایع روستایی مستلزم مشارکت مردم می باشد. در این فرایند لازم است راههای موثر جلب مشارکت مردم توسط مدیر روستا شناسایی و سرمایه گذاری های پراکنده آنان را به سمت استفاده در روند صنعتی کردن کشاورزی و صنایع کوچک هدایت نماید در این راستا توسعه صنعت روستا زمانی با موفقیت همراه خواهد بود که تمرکز جای خود را به عدم تمرکز بسپارد و از این طریق زمینه بروز خلاقیت و ابتکار محلی و بومی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی فراهم آید.

آگاه نمودن مردم از اهمیت توسعه صنایع روستایی

افزایش سطح دانش، بینش و آگاهی مردم روستا در خصوص تحول و تنوع اقتصادی می تواند در افزایش کسب درآمد روستاییان نقش اساسی داشته باشد، بهمین جهت در این تحول دهیار نقش راهبردی را بر عهده خواهد داشت. نظر به اینکه بخش کشاورزی به عنوان بخش غالب اقتصادی روستاها در کشور می باشد و منبع درآمدی و اشتغال روستاییان تا اندازه ای از این بخش تامین می گردد، مردم روستا چندان با بخش صنعت بجز در صنایع کوچک خانگی تمایل چندانی در سرمایه گذاری در این بخش ندارند، لذا دهیار می تواند در آگاه نمودن مردم روستا جهت ایجاد تنوع اقتصادی در روستا و فراهم آوردن زمینه فعالیت های غیر کشاورزی بویژه صنایع روستایی و همچنین اهمیت این صنایع در ایجاد اشتغال و درآمد پایدار روستا تاثیر گذار و تعیین کننده باشد.

آشنایی و آگاهی دهیاران از آخرین تحولات بازار صنعت

امروزه آشنایی مدیران روستایی به خصوص دهیاران به عنوان مدیر روستا از آخرین تحولات بازار و تحولات صنعت به خصوص صنایع دستی و صنایع کوچک خانگی یکی از عوامل اصلی موفقیت روستا در فعالیتهای صنعتی خود می باشد. جهانی شدن بازار، تحولات عظیم اقتصادی و تنش های سریع اقتصادی این نیاز را ایجاد می نماید که دهیاران از آخرین تحولات مربوط به بازار مواد اولیه و تولیدات مطلع باشند تا بتوانند نظام تولید صنعت خود را با تحولات موجود

متوازن و هماهنگ نمایند، شاید در ابتدا متصور گردد که توانایی دهیار در جهت ارتباط با بازار بیرونی به نوعی سخت و دشوار یا غیر ممکن باشد ولی تجربه موفق برخی از کشور های آسیایی به خصوص کشور چین در ارتباط مدیران روستایی این کشور با بازار های داخلی و خارجی موجب توسعه صنایع روستایی آن کشور شده است، به طوری که نقش و تاثیر حیاتی در ادامه حیات صنایع کوچک و موفقیت آنان در صحنه اقتصادی و پایداری روستا های آن کشور داشته است.

شناسایی پتانسیل های بالقوه روستا در جهت توسعه صنایع روستایی

در اغلب مواقع شناسایی مزیت های نسبی روستا در توسعه و پیشرفت پایدار آن تاثیر گذار خواهد بود، دهیار با همکاری مردم و شورای روستا می تواند در شناسایی صنایع دستی خانگی روستاییان، شناسایی نیروی انسانی کارآمد، شناسایی محیط طبیعی مناسب جهت مکانیابی صنایع روستایی و همچنین شناسایی بازار مصرف جهت توسعه صنایع روستایی گام بردارد. دهیار می تواند صنعت روستا را به عنوان منبعی بالقوه و مزیتی نسبی برای روستاییان مشخص نماید. علاوه بر موارد فوق نگرش به صنایع روستایی به عنوان مکمل درآمدهای خانوار روستایی، به عنوان تنظیم کننده، تغییر دهنده، و یک متولی (نه متصدی) به عنوان یک کاتالیزور، تسهیل کننده زمینه خلاقیت و کارآفرینی در روستا با لحاظ مشارکت مردمی سایر وظایف دهیار در ایجاد، حفظ و توسعه صنایع روستایی است. لازم به ذکر است تحقق سایر موارد فوق نیازمند آگاهی و آموزش همه جانبه مدیر روستا (دهیار) است که از سوی سازمانهای مرتبط امور روستایی صورت خواهد پذیرفت.

وظایف دهیاران در راستای توسعه اقتصادی و اشتغال روستا

دهیاری به عنوان تجربه ای نوظهور در عرصه ی مدیریت روستایی در صورتی به تجربه موفق و قابل دفاع تبدیل خواهد شد که به تمامی ابعاد توسعه ی پایدار روستایی به ویژه بعد اقتصادی و رونق اشتغال و کارآفرینی در روستاها توجه لازم را داشته باشد. البته به دلیل کم توجهی های انجام شده در دهه های گذشته به این مقوله ی مهم، که برآیند آن را به خوبی می توان در روند تغییرات جمعیتی مناطق روستایی کشور طی دهه های گذشته و خالی از سکنه شدن تعداد قابل توجهی از آبادی های کشور مشاهده نمود، شایسته است دهیاری ها توجه به این مقوله را در راس برنامه های خود قرار

دهند. بی شک کم توجهی به این مهم، عواقب بسیار ناخوشایندی را به همراه داشته و تحقق توسعه ی پایدار روستایی را دور از انتظار می‌نماید. لذا با توجه به اهمیت موضع در این فصل به نقش و اهمیت دهیاری در توسعه اشتغال روستایی می پردازیم.

وظایف دهیار

وظایف دهیار را به دو بخش خاص و عام تقسیم می شود:

وظایف خاص: که صرفاً توسط نهاد دهیاری باید انجام گیرد و نهاد موازی و دستگاه دیگری در این خصوص وظیفه ای ندارد. وظایفی مانند مدیریت پسماند های روستایی، ایمنی و آتش نشانی، مدیریت آرامستان، اجرای مصوبات شورای اسلامی روستا، وصول عوارض مصوب و صدور مجوز ساخت و ساز و تفکیک اراضی از جمله این وظایف محسوب می شوند که ذاتاً توسط دهیار و دهیاری انجام می گیرد.

وظایف عام: در این گونه وظایف، دهیاری بستر ساز و تسهیل کننده وظایف سایر دستگاه های متولی توسعه عمران در سطح روستا می باشد. وظایفی مانند ثبت احوال، حفظ، احیاء و توسعه منابع طبیعی در روستاها، صیانت و حفاظت از میراث فرهنگی، توسعه گردشگری، اجرای فرامین دولتی، حفظ نظم و امنیت محیط روستا، کمک به احداث تأسیسات آب، برق، گاز و تلفن در روستاها، پیگیری و ایجاد زمینه نظارت بر امور بهداشت عمومی روستا از قبیل کشتارگاه ها، نانوائی ها... معرفی و بازاریابی محصولات کشاورزی و صنایع دستی روستا، فراهم سازی زمینه های اشتغال در روستا، مناسب سازی فضاهای عمومی روستا برای تردد جانبازان و معلولین جسمی - حرکتی مساعدت به خانواده های بی سرپرست و بی بضاعت روستا و... در این بسته بندی جای می گیرد. این وظایف خاصیت معاضدتی و همکاری دارند که دهیار بایستی برای انجام آن ها با دستگاه ها و سازمان های متولی ذی ربط همکاری نموده و شرایط ایفای وظایف آن ها در روستا را فراهم نماید.

وظایف اقتصادی دهیاری

اهم وظایف اقتصادی دهیار به شرح زیر می باشد:

- شناسایی زمینه های اشتغال در روستا و مساعدت در جهت تأمین کار برای افراد جویای کار با همکاری دستگاههای ذی ربط؛
- همکاری با مراجع در جهت تسهیل دسترسی مردم روستا با آرد و نان مرغوب؛
- مراقبت و اهتمام کامل در نصب برگه قیمت بر روی اجناس و اجرای تصمیمات شورای اسلامی بخش و روستا نسبت به ارزانی و فراوانی خواروبار مورد احتیاج عمومی؛
- پیگیری و مساعدت در جهت ایجاد صندوق های قرض الحسنه؛
- معرفی خانواده های بی سرپرست و بی بضاعت به سازمان بهزیستی کشور و کمیته امداد امام خمینی و مساعدت به آن ها در حد امکانات؛
- همکاری با شوراهای بخش و بخشداری به منظور بررسی و صدور پروانه کسب؛
- تهیه تعرفه عوارض با همکاری شورا و ارائه آن به شورای اسلامی بخش؛
- وصول عوارض مصوب مراجع قانونی و صرف آن در موارد معین؛
- تشویق و ترغیب روستاییان به توسعه صنایع دستی و اهتمام به ترویج؛ توسعه و بازاریابی محصولات کشاورزی و دامی روستا؛
- کمک به شورا در خصوص بررسی و شناخت کمبوها؛ نیازها و نارسایی های اقتصادی و تهیه طرح ها و پیشنهادهای اصلاحی و علمی در زمینه های یاد شده و ارائه آن به مسئولان ذیربط جهت اطلاع؛ برنامه ریزی و اقدام؛
- تعیین نرخ (آب؛ برق و مخابرات) تا زمان اقدام مراجع ذی ربط.

نقش دهیاران در توسعه اشتغال در روستا

الف- شناسایی زمینه های اشتغال در روستا:

در بند ۴۷ ماده ی ۱۰ اساسنامه ی دهیاری ها، شناسایی زمینه های اشتغال و مساعدت در جهت تامین کار برای افراد جویای کار با همکاری دستگاه های ذی ربط از جمله وظایف دهیاری تعریف شده است.

به منظور اجرای این وظیفه، بهتر است دهیاری بانک اطلاعات کاملی از مشاغل موجود در روستای خود را تهیه نموده و در اختیار داشته باشد. هم چنین دهیاری می‌تواند بر همین اساس، نیازهای شغلی روستا را شناسایی و افراد جویای کار را راهنمایی نماید.

نکته اساسی در این زمینه شناخت مزیت‌های نسبی منطقه‌ی محل سکونت است. قبل از هرچیز لازم است با تعریف مفهوم مزیت نسبی بیشتر آشنا شویم. در فرهنگ علوم اقتصادی تألیف دکتر منوچهر فرهنگ، مزیت نسبی به این ترتیب تعریف شده است که هرگاه کشوری بتواند دو کالا را نسبت به کشور دیگر به قیمتی نسبتاً کمتر تولید کند و صرفه‌ی نسبی در مورد یکی از دو کالا نسبت به سود کالای دیگر بیش تر باشد می‌گویند این کشور از مزیت نسبی برخوردار است. به عنوان نمونه دو کشور ایران و آلمان را در نظر می‌گیریم و فرض می‌کنیم که آلمان برای تولید یک متر پارچه، ۶ ساعت کار و برای تولید یک جفت کفش، ۴ ساعت کار هزینه می‌کند، در مقابل، کشور ایران برای تولید یک متر پارچه، ۱۰ ساعت کار و برای تولید یک جفت کفش، ۸ ساعت کار هزینه می‌کند. ملاحظه می‌شود که برای تولید این دو کالا، آلمان نسبت به ایران از برتری مطلق برخوردار است چرا که پارچه و کفش را با هزینه‌ای به مراتب پایین‌تر از ایران تولید می‌کند.

هر کشور، منطقه، شهر و یا روستا نیز می‌تواند دارای مزیت‌های نسبی در زمینه‌ی تولید و یا ارایه‌ی برخی از کالاها و خدمات باشد. دهیاری به عنوان متولی مدیریت روستا باید مزیت‌های نسبی روستا و منطقه خود را به خوبی بشناسد تا در مرحله‌ی بعد به دنبال تقویت و بهره‌گیری از این مزیت‌ها باشد. مزیت نسبی روستای شما می‌تواند مواردی هم چون جاذبه‌های گردشگری، تفریحی، تاریخی، تولید محصولات کشاورزی خاص، تولید گیاهان دارویی، فرهنگ و آداب و رسوم، صنایع دستی، ویژگی‌های آب و هوایی و جغرافیایی (مثل قرار گرفتن در یک تنگه‌ی زیبا) و... را شامل شود. هرگونه برنامه‌ریزی و اقدام در زمینه توسعه‌ی اشتغال و رونق اقتصادی روستا مستلزم شناسایی دقیق و عالمانه‌ی مزیت نسبی روستا است.

هم چنین در بند ۲ ماده‌ی ۱۰ اساسنامه‌ی دهیاری‌ها نیز کمک به شورا در خصوص بررسی و شناخت کمبودها، نیازها و نارسایی‌های اقتصادی روستا و تهیه طرح‌ها و پیشنهادهای اصلاحی و عملی در این زمینه و ارایه‌ی آن به مسئولان ذی‌ربط جهت اطلاع، برنامه‌ریزی و اقدام لازم از جمله وظایف دهیاری برشمرده شده است. تحقق این بند از وظیفه دهیاری مستلزم شناخت دقیق و عالمانه وضع موجود، بررسی علل و عوامل و ارایه پیشنهادهای کاربردی برای حل مسایل و مشکلات مربوطه است. در این زمینه و به منظور جلب مشارکت اهالی و به ویژه افراد صاحب نظر و

کارآفرین، پیشنهاد می‌شود دهیاری کمیته‌ای را تحت عنوان «کمیته اشتغال روستا» با عضویت افراد مذکور (ساکن یا غیر ساکن در روستا) تشکیل داده و مسایل مربوط به اشتغال و رونق اقتصادی روستا را از طریق این کمیته مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد. لازم به ذکر است که توسعه‌ی اشتغال در روستا به عوامل بسیار متعدد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، طبیعی و حتی امنیت روستا بستگی دارد که در هر روستا قابل بحث و بررسی است. به عنوان مثال ممکن است در یک روستا روحیه کار جمعی، همدلی و تعاون ضعیف باشد که مانع از تشکیل تعاونی‌ها، تجمیع سرمایه‌ها، تشکیل صندوق‌ها و موسسه‌های مالی و در نتیجه رونق اقتصادی روستا شود. یا در روستای دیگری ممکن است به دلیل فقدان امنیت لازم، تمایل به سرمایه‌گذاری در روستا حتی برای ساکنین روستا نیز وجود نداشته باشد. دهیار در صورت شناسایی این مشکلات و یا مشکلات متعدد دیگر، می‌تواند راهکارهایی را برای برون رفت از این وضعیت اتخاذ نموده و به مسئولین ذی ربط نیز ارایه دهد.

ب- کمک به اجرای سیاست‌های اشتغال‌زایی دولت:

در بند ۱۱ ماده ۱۰ اساسنامه‌ی دهیاری‌ها، اعلام فرمانها و قوانین دولتی مربوط و پیگیری حسن اجرای آن‌ها از جمله وظایف دهیاری‌ها برشمرده شده است. همچنین بند ۱۳ اساسنامه‌ی موصوف نیز دهیاری‌ها را ملزم به همکاری با سازمان‌ها و نهادهای دولتی و ایجاد تسهیلات لازم برای ایفای وظایف آن‌ها نموده است.

دهیاری به عنوان حلقه‌ی رابط بین دولت و مردم نقش به‌سزایی در پیشبرد اهداف و سیاست‌های دولت در مناطق روستایی دارد. دهیاری از طریق اطلاع‌رسانی سریع و مناسب به اهالی در مورد سیاست‌ها، برنامه‌ها و خدمات دولت در زمینه‌ی توسعه‌ی اشتغال روستایی، هدایت و راهنمایی جوانان و افراد متقاضی، همکاری و نظارت بر اجرای صحیح سیاست‌ها و فرمانهای دولتی در این زمینه، نقش مهمی را در پیش برد اهداف دولت خواهد داشت. به عنوان نمونه در این مقطع که تسهیلات و اعتبارات قابل توجهی از طریق صندوق‌های مهر امام رضا (ع) به منظور توسعه‌ی اشتغال و به ویژه صندوق‌های زودبازده تخصیص می‌یابد، دهیاری می‌تواند ضمن اطلاع‌رسانی مناسب، هدایت و راهنمایی جوانان جویای کار، تعامل با صندوق مهر امام رضا (ع) و نظارت بر هزینه کرد صحیح اعتبارات تخصیص یافته در محل مورد نظر و جلوگیری از سودجویی‌های احتمالی، نقش به‌سزایی در توسعه‌ی اشتغال و رونق اقتصادی روستا و هم چنین تحقق اهداف دولت داشته باشد. هماهنگی با سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای به منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های این سازمان در راستای توسعه آموزش‌های شغلی و حرفه‌ای (به عنوان پیش نیاز و اولین گام در راستای

توسعه ی اشتغال پایدار) و هم چنین اطلاع رسانی مناسب به جوانان روستایی و تشویق و ترغیب آنها و... از دیگر مصادیق نقش دهیار در تحقق اهداف و برنامه های دولت در زمینه اشتغال می باشد.

ج) کمک به بازاریابی تولیدات روستا

در کشور ما با توجه به گسترش شهرنشینی در دهه های اخیر و گذار کشاورزی از وضعیت سنتی به مرحله ی نوین و در نتیجه با افزایش سهم محصولات عرضه شده به بازار مصرف از کل محصولات تولیدی، موضوع بازاریابی مناسب محصولات کشاورزی اهمیت فزاینده ای یافته است. در حال حاضر شکوهی اصلی کشاورزان درباره ی چگونگی عرضه محصولات تولیدی آنان در بازار مصرف، پایین بودن سهم دریافتی آنها از قیمتی است که مصرف کننده پرداخت می کند. بیشتر کشاورزان و کارشناسان، این امر را ناشی از نقایص موجود در ساختار بازار محصولات کشاورزی می دانند؛ برای نمونه، اندک بودن میزان محصول عرضه شده به بازار مصرف توسط هر کشاورز سبب گردیده تا بسیاری از کشاورزان، محصول خود را در سر مزرعه و با قیمتی پایین در معرض فروش گذارند. علاوه بر این در زمان برداشت نیز حجم زیادی از محصول به سبب نبود انبار برای نگهداری، روانه بازار شده و موجب کاهش شدید قیمت ها شده است. از سویی تعداد زیاد واسطه ها نیز در مسیرهای بازاریابی سبب افزایش هزینه ی بازاریابی شده است.

بازاریابی محصولات کشاورزی بنا به ویژگی های خاص این محصولات اعم از فسادپذیری محصولات کشاورزی، فصلی بودن و حجیم بودن تولیدات و محصولات کشاورزی از ضرورت و اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

به طور کلی عملیات بازاریابی مشتمل بر ۳ وظیفه؛ ۱) جمع آوری محصولات کشاورزی ۲) آماده ساختن محصولات برای مصرف ۳) توزیع محصول یا فرآورده های تولید شده می باشد.

جمع آوری مازاد تولید محصول کشاورزی و انتقال آن به محل های نگهداری، از جمله عملیات مهمی هستند که باید در نظام بازاریابی مورد توجه قرار گیرند. زیرا همواره در هر منطقه در دوره زمانی خاصی بیش از نیاز آن منطقه محصولات تولید می شوند که باید با وسایل گوناگونی حمل گردند که در این مرحله حمل محصول باید سریع، درست و با رعایت نکات ایمنی انجام گیرد و محصولات تولیدی باید توسط نظام بازاریابی توزیع شوند.

وجود وسایل حمل و نقل، راه های ارتباطی، کوتاهی فاصله تولیدکننده و مصرف کننده و کمی واسطه ها می تواند به توزیع محصول کمک نماید. در این زمینه بازاریابی محصولات کشاورزی در ایران با مشکلات گوناگونی روبه رو

می‌باشد. از جمله می‌توان گفت که زیادی واسطه‌ها سبب کاهش سود تولیدکنندگان و نبود راه‌های ارتباطی و وسایل حمل و نقل مناسب نیز موجب کاهش کیفیت محصول شده است.

در بند ۸ ماده ۱۰ اساسنامه ی دهیاری‌ها، تشویق و ترغیب روستاییان به توسعه‌ی صنایع دستی و اهتمام به ترویج، توسعه و بازاریابی محصولات کشاورزی و دامی روستا از جمله وظایف دهیاری برشمرده شده است. هم چنین بند ۳۷ ماده ۱۰ اساسنامه ی دهیاری‌ها نیز مساعدت و همکاری با کشاورزان در جهت معرفی محصولات کشاورزی و تولیدات صنعتی و صنایع دستی روستا را در مراکز شهری و نمایشگاه‌های ذی‌ربط از جمله وظایف دهیاری دانسته است. دهیاری به عنوان متولی مدیریت روستا می‌تواند ضمن پیگیری از مراجع ذی‌ربط، اقدام به برپایی نمایشگاه و فروشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی، دامی و غذایی روستای خود در سطح شهرستان، استان و یا ملی نماید. هم چنین بعضی از دهیاری‌ها با توجه به ظرفیت‌ها و مزیت نسبی روستای خود می‌توانند اقدام به برگزاری نمایشگاه و فروشگاه محصولات در محل روستا همراه با برگزاری جشنواره نماید. این اقدام ضمن معرفی و فروش محصولات و تولیدات روستا و کمک به بازاریابی آنها، زمینه ی توسعه ی گردشگری روستایی را نیز فراهم می‌نماید. در این زمینه می‌توان به برگزاری جشنواره ی انار، شکرانه برداشت برنج، پنبه، انگور و... که طی سال‌های گذشته توسط دهیاری‌های مناطق مختلف کشور برگزار شده است، اشاره نمود که هر یک می‌تواند الگوی عملی مناسبی برای سایر دهیاری‌ها باشد.

ایجاد بازارچه‌های محلی در روستا (مثل بازار روز: شنبه بازار، یکشنبه بازار و...) نیز می‌تواند زمینه ی مناسبی برای رفع نیازهای اهالی، کاهش تردهای غیر ضروری به مراکز شهری، کاهش هزینه ی خانوار، ایجاد اشتغال برای جوانان روستا، پویایی و رونق اقتصادی روستا بوده و هم چنین فرصت مناسبی برای فروش محصولات و تولیدات روستایی باشد. این اقدام نیکو که از دیرباز در مناطق مختلفی در کشور رونق داشته است در صورت ساماندهی و هماهنگی بین دهیاری‌های یک بخش و یا شهرستان (به صورتی که در هر یک از ایام هفته، فروشندگان بازار روز در یکی از روستاها به فروش کالاهای خود بپردازند)، زمینه ی اشتغال کامل تعداد قابل توجهی از جوانان روستایی را فراهم نماید.

ایجاد سایت‌های اینترنتی در زمینه ی معرفی، تبلیغ و حتی فروش محصولات کشاورزی روستا نیز از جمله اقدامات مناسب و متناسب با نیاز امروز می‌باشد که دهیاری در ایجاد چنین ظرفیتی می‌تواند نقش موثری داشته باشد.

پیگیری دهیاری از طریق مراجع ذی‌ربط برای توسعه ی شبکه ی راه‌های بین مزارع و هم‌چنین راه‌های دسترسی روستا به بازارهای فروش محصولات کشاورزی نیز نقش به‌سزایی در تسهیل و تسریع بازاریابی و کاهش ضایعات محصولات کشاورزی خواهد داشت.

د) کمک به تامین سرمایه:

تولید در هر کشوری بستگی به میزان سرمایه‌گذاری دارد و اشتغال فقط در بستر سرمایه‌گذاری اعم از داخلی و یا خارجی ایجاد می‌شود. براساس گزارشی که از سوی موسسه کار و تامین اجتماعی انتشار می‌یابد، کمبود سرمایه در مباحث اقتصادی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه نیافتگی، مطرح شده است. شکاف میان پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه، بازارهای مالی در این کشورها را با مشکل نداشتن نقدینگی برای سرمایه‌گذاری مواجه کرده است.

مفهوم سرمایه‌گذاری از دیدگاه‌های گوناگون قابل بررسی است. اقتصاددانان، معامله‌گران بازار اوراق بهادار و کارشناسان امور مالی هر یک نگاه‌های متفاوتی به واژه ی سرمایه‌گذاری دارند. ابتدا بیابید در مورد واژه ی سرمایه‌گذاری تعریف مشخصی داشته باشیم. سرمایه آن بخش از کالاهایی است که خود می‌تواند تولیدکننده کالاها و خدمات دیگر در اقتصاد باشد.

همان‌طور که ذکر شد، تعاریف متفاوتی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد. اگر بخواهیم تعریف فراگیری از سرمایه‌گذاری ارائه دهیم باید بگوییم: «سرمایه‌گذاری تصمیمی است که بر اساس آن سرمایه‌گذار مصرف کنونی خود را در ازای به دست آوردن مصرف بیشتر در آینده به تاخیر می‌اندازد.» خانوارها به عنوان کوچک‌ترین واحد اقتصاد در مورد درآمد خود می‌توانند دو تصمیم بگیرند. یا درآمد خود را به طور کامل صرف کالاها و خدمات کنند و یا بخشی از آن را پس‌انداز کنند. خانوارها با انگیزه به دست آوردن منافع و بازده در آینده، از مصرف کنونی خود چشم‌پوشی می‌کنند و آن را سرمایه‌گذاری می‌کنند.

بدین ترتیب سرمایه‌گذاری، لازمه ی ایجاد اشتغال در روستا محسوب می‌شود که این سرمایه‌گذاری ممکن است از سوی افراد متقاضی ایجاد اشتغال به صورت انفرادی یا گروهی (در قالب تعاونی و تشکل) و یا از طریق جلب سرمایه ی افراد غیر ساکن در روستا و سرمایه‌گذاران صورت پذیرد.

دهیار در زمینه ی توسعه ی سرمایه‌گذاری در روستا می‌تواند اقدامات پیشنهادی ذیل را انجام دهد:

- تقویت روحیه ی پس انداز و سرمایه گذاری در بین اهالی از طریق فعالیت های فرهنگی و آموزشی مناسب.
- ایجاد موسسات خیریه و صندوق های قرض الحسنه برای تامین اعتبارات مورد نیاز افراد جویای کار (که این اقدام به استناد بند ۳۸ ماده ی ۱۰ اساسنامه دهیاری ها یکی از وظایف تعیین شده برای دهیاری نیز می باشد).
- شناسایی سرمایه گذاران و خیرین و تشویق و ترغیب آنها به سرمایه گذاری در روستا.
- شناسایی ظرفیت ها، پتانسیل ها و مزیت نسبی روستا و اطلاع رسانی به سرمایه گذاران برای جلب توجه آنها.
- تشویق و ترغیب جوانان و افراد جویای کار به ایجاد تعاونی های توسعه ی روستایی (اعم از تعاونی های تولیدی، خدماتی و...).
- تشویق اهالی روستا به تشکیل صندوق های اعتبارات خرد و صندوق های خانوادگی.

توسعه اشتغال و دهیار

دهیاری سازمانی مدنی و نیمه دولتی در کشور ایران است که درون روستاها به انجام وظیفه می پردازد. این سازمان تحت نظر دهیار اداره می شود و عمل گردش مشابه سازوکار شهرداری در شهرهای کشور است. در سال ۱۳۸۸ در ایران بیش از ۲۱ هزار و ۵۰۰ دهیاری فعالیت داشتند. دهیاری ها دارای کارکردهای متعددی هستند که از آن جمله می توان به این موارد اشاره کرد.

۱- بازوی اجرایی شورای اسلامی در نظام مدیریت روستایی.

۲- ارائه دهنده خدمات و تسهیلات عمومی.

۳- تقویت کننده روند توسعه ی اجتماعی و فرهنگی.

۴- بسترساز شهرهای آینده و کنترل کننده روند مهاجرت از روستا به شهر.

۵ - حافظ امکانات زیربنایی احداث شده در نواحی روستایی.

۶ - تقویت‌کننده‌ی روند توسعه‌ی کشاورزی.

۷ - قابلیت تصدی بسیاری از وظایف بخش دولتی.

بر اساس اساسنامه‌ی، تشکیلات سازمان دهیاری‌ها، وظایفی در ۴۸ بند و در زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، عمرانی، بهداشتی، آموزشی و امور رفاهی روستاها، جهت اداره و حفظ توسعه پایدار روستایی برای دهیار و دهیاری تعریف شده است، بنا به عواملی چون جدیدالتأسیس بودن نهاد دهیاری، تنوع وظایف، ناکام بودن برخی از تجارب، دانش، بینش نگرش و مهارت دهیاران در انجام وظایف محوله و شرایط متنوع و بعضاً نامناسب فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی روستاها، آموزش دهیاران و توانمند نمودن آن‌ها از اهمیت و ضرورت بسیار برخوردار می‌باشد.

راهکارهای موثر در توسعه اشتغال در روستا

۱. بدون وجود یک استراتژی کلان توسعه و توسعه اقتصادی مشخص، نمی‌توان توفیق فراوانی در امر توسعه روستایی و توسعه اشتغال در روستاها بدست آورد.
۲. استراتژی توسعه اقتصادی کشور باید بخوبی جایگاه روستاها و رویکرد اشتغال روستایی مطلوب را مشخص ساخته و برای آن ارزش و اهمیت کافی قایل شود.
۳. اشتغال روستایی صرفاً از طریق توسعه زیرساخت‌های عمرانی و ارائه خدمات اجتماعی رخ نمی‌دهد. بلکه نیازمند اشتغال زایی درآمدزا برای روستاییان و تسریع توسعه فرهنگی آنان (در مقابل جذابیت‌های فرهنگی-اجتماعی شهرها) است.
۴. ساماندهی به ساختار سلسله‌مراتبی سکونت‌گاه‌های کشور بسیار ضروری است. باید روستاهای مرکزی‌تر (بزرگ‌تر و دارای امکانات بیشتر) روستاهای کوچک‌تر و پراکنده اطراف خود را پوشش داده و این روستاها از طریق شهرک‌ها یا شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ (و در نهایت کلان‌شهرها) ارتباط یابند.

۵. توسعه فناوری‌های مناسب و اشاعه آن‌ها در مناطق روستایی نقش بسزایی در توسعه کسب‌وکارها دارد. توسعه فناوری‌های زیستی (بیوتکنولوژی) و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی باعث افزایش توانمندی‌های نوآوران و کارآفرینان روستایی و شهری (برای فعالیت در روستاها) خواهد شد. اشاعه این فناوری‌ها به روستاها، موجی عظیم از فرصت‌های اشتغال را به این مناطق سرازیر می‌نماید. به‌ویژه امروز توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در مناطق روستایی علاوه بر این که باعث تسهیل و بهبود امکانات و شرایط روستاییان می‌شود، فرصت‌های کاری خوبی را نیز در اختیار قشر تحصیل‌کرده روستا می‌گذارد.

۶. ارائه خدمات اجتماعی و اقتصادی مناسب در نقاط واسطی همچون روستاهای مرکزی و شهرک‌ها و شهرهای کوچک، از مهاجرت مستقیم روستاییان به شهرهای بزرگ جلوگیری می‌نماید. بعلاوه وجود چنین نقاط میانجی باعث خواهد شد که بسیاری از روستاییان علاوه بر حفظ کار خود در روستا از زندگی شهری نیز برخوردار باشند.

۷. نباید توسعه روستایی و توسعه اشتغال روستایی را در بافت خود روستا تصور نمود. بلکه باید به آن به صورت ملی نگرست. به همین جهت از مهم‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغال زایی در مناطق روستایی می‌توان به ایجاد شهرک‌های کسب‌وکار اشاره کرد.

۸. صنایع تبدیلی از جمله مهم‌ترین زمینه‌های مربوط به توسعه کشاورزی، توسعه روستایی و توسعه اشتغال زایی در روستاها است. وظیفه اصلی این صنایع، فرآوری محصولات کشاورزی و دامی روستا و تبدیل آن‌ها به کالاهایی نهایی‌تر و باارزش‌تر است.

۹. صنعت گردشگری (توریسم) نیز از دیگر صنایع فرهنگی محسوب می‌شود که زمینه رشد فوق‌العاده‌ای در مناطق روستایی دارد. طبیعت زیبای مناطق روستایی همراه با جاذبه‌های سنتی روستانشینان، زمینه مورد علاقه گردشگران داخلی و خارجی محسوب می‌شود. توسعه این صنعت که با هزینه قابل‌توجهی همراه نیست، در حاشیه خود باعث توسعه کسب‌وکارهای فراوانی خواهد شد.

۱۰. دولت می‌تواند با برنامه‌ریزی، طراحی و اجرای طرح‌های مختلف برای ارائه خدمات دولتی در مناطق روستایی، زمینه اشتغال زایی و کارآفرینی فوق‌العاده‌ای را در روستاها ایجاد نماید این امر از طرف دیگر باعث کاهش حرکت و مهاجرت روستاییان به شهرها برای دریافت اینگونه خدمات خواهد شد. تحقق دولت الکترونیکی در سطح روستاها، چشم‌اندازی مطلوب برای آینده است که اکثر کشورها در حال حرکت به سمت آن می‌باشند.

۱۱. خدمات نیز زمینه ای برای اشتغال زایی است که حوزه در حال رشدی در اکثر کشورهای جهان محسوب می‌شود. خدمات اجتماعی، خدمات بهداشتی، خدمات فنی، خدمات آموزشی، تجارت، خدمات اقتصادی و مالی، و خدمات ارتباطی از جمله مهم ترین زمینه‌های قابل توسعه و اشتغال زا در مناطق روستایی هستند. قطعاً مشارکت دولت در این زمینه می‌تواند تسهیل کننده و تسریع کننده فرآیند توسعه خدمات در روستاها باشد.

۱۲. سه استراتژی اساسی برای توسعه اشتغال روستایی وجود دارد: یکی جذب کسب و کارها از دیگر مناطق (به خصوص مناطق شهری) به روستاها، که در مجموع و از نگاه ملی چندان مفید نیست. دوم حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود از طریق سیاست‌های حمایتی، که عموماً سیاست‌گذاران و مدیران به آن کم توجهی می‌کنند. سوم حمایت از ایجاد و تولد کسب و کارهای جدید از دل خود مناطق روستایی، که معمولاً مدنظر می‌باشد اما نیازمند برنامه‌ریزی منسجم و بلندمدت می‌باشد.

۱۳. اجرای طرح حمایت از مشاغل خانگی در حوزه فعالیت تعاونی‌های روستایی زنان، نحوه پرداخت، نظارت و موضوع تحت پوشش قرار گرفتن افراد دارای مشاغل خانگی و موارد مربوط به پرداخت بیمه شاغلان از موارد مهمی است که در صورت پیش‌بینی‌های لازم، می‌تواند امر ساماندهی و هدایت فعالیت‌های مشمول طرح را توسط تعاونی‌های روستایی زنان میسر نموده و نقش و جایگاه واقعی تعاونی‌ها را در روند پیشرفت طرح روشن کند (امینی زارع، ۴۰-۴۱: ۱۳۸۹)

اشتغال زایی در مناطق روستایی سهم به‌سزایی در رشد و شکوفایی مناطق دارد ایجاد فرصت شغلی مناسب در روستاها و لحاظ کردن اعتبارات و امکانات مناسب در ماندگاری روستاییان تاثیر به‌سزایی داشته و از مهاجرت آنان جلوگیری می‌کند.

فراهم کردن شرایط لازم برای اشتغال زایی امری مهم است در روستاها باید با بهره‌گیری از آئین و فرهنگ سنتی شغل‌های قدیمی را با استفاده از تکنولوژی روز احیاء و شرایط اشتغال افراد بیشتری را ایجاد کرد. روستاها موقعیت و جاذبه‌های منحصر به فردی برای توسعه گردشگری دارند که باید با اجرای طرح‌های مختلف گردشگری از سوی دهیاران و شوراهای و سایر مسئولان شرایط جذب گردشگر و رونق اقتصادی روستاها مهیا شود. شناسایی روستاها و تشویق و ترغیب روستاییان برای ایجاد مکان‌های گردشگری پذیر در توسعه صنعت گردشگری روستایی و جذب مسافر مؤثر است.

فصل سوم: کارآفرینی روستایی

تعاریف و مفاهیم کارآفرینی

تعریف کارآفرینی و کارآفرین

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژنامه دانشگاهی وبستر: کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می گردد. کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصتها. کارآفرین (مستقل): فردی که مسؤلیت اولیه وی جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند، محصول یا خدمات جدید می باشد. به عبارت دیگر، کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می کند و هدف اصلی اش سودآوری و رشد است. مشخصه اصلی یک کارآفرین، نوآوری می باشد. ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان: دیوید مک کلند از استادان روانشناسی دانشگاه هاروارد آمریکا که اولین بار «نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی» را مطرح نمود، معتقد است که عامل عقب ماندگی اقتصادی در کشور های در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است بنابر عقیده ایشان با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت نمود، به گونه ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید. کارلند و همکارانش اهم ویژگیهایی را که در مورد کارآفرینان مورد بررسی واقع و تأیید شده بودند، جمع آوری نمودند که اهم آنها عبارتند از:

- نیاز به توفیق
- تمایل به مخاطره پذیری
- نیاز به استقلال کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی هستند
- خلاقیت

کارآفرینی و توسعه

این واقعیت عینی، بسیاری از اندیشمندان جامعه را بر آن داشته است تا برپایه یک رشته دیدگاه‌های نظری و نیز تجربه شماری از کشورهای موفق در گذشته و حال، نقش کارآفرینان را در فرایند واقعی توسعه مطرح کنند. یعنی عناصری که در شرایط مناسب می‌توانند با تکیه بر توان ذهنی و نیز ریسک‌پذیری ذاتی خود، به عنوان موتور «یا پیشران» حرکت جامعه مسئولیت‌پذیرند و سازوکاری را به جریان اندازند که مستقل از دولت و باتکیه بر نیروی مادی و ذهنی مردم موجب اعتلای جامعه شود. ولی کارآفرینی چیست و کارآفرینان از چه ویژگی‌هایی برخوردارند؟ آیا امکاناتی در جامعه ما برای آنها وجود دارد؟ و سرانجام تجربه دیگران چه درس‌هایی برای ما دارد؟ این پرسش‌هایی است که در زیر به آنها پرداخته خواهد شد.

شماری از اندیشمندان، کارآفرینی را نوعی رفتار و شیوه زندگی می‌دانند، گروهی دیگر آن را کاری هنری می‌انگارند. ولی پیترو دراگر کارآفرینی را به معنای جستجوی دائمی برای تغییر، واکنش در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت بیان می‌کند. از سوی دیگر شومپیتر، به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کارآفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند. طبق نظر وی، در فرایند کارآفرینی در آغاز نوآوری صورت می‌گیرد، خلاقیت و انحصاری گذرا را به وجود می‌آورد و در پی آن سودهای انحصاری حاصل می‌شود، و سپس با گسترش این نوآوری، سودهای انحصاری از میان می‌روند، و امکان نوآوری‌های بیشتری فراهم می‌آید. در کارآفرینی از یک سو فرد قرار دارد و از سوی دیگر محیط وی مطرح می‌شود که بیان هر دو ضروری می‌نماید. کارآفرین به طور کلی از مدیر متمایز می‌شود. کارآفرین را عمدتاً عامل شتاب‌دهنده تغییر در عرصه فعالیت‌های اقتصادی می‌انگارند زیرا وی شجاعت انجام واکنشی متفاوت از دیگران را در برابر رویدادها دارد. کارآفرین درحقیقت عنصری اقتصادی است که بابه کارگیری عوامل تولید و بهره‌گیری از فرصت‌های بوجود آمده در بازار، در بنگاه خود دست به کارهای تولیدی و تجاری می‌زند. وی پیش‌تاز است چون ریسک‌پذیری بالایی دارد. علاوه بر ویژگی‌هایی که در فوق برای کارآفرین اشاره گردیدی درمتون اقتصادی نیز به طور معمول ویژگی‌های زیر را برای کارآفرین برمی‌شمارند:

- ابتکار عمل داشتن و فراتر از وظایف شغلی حرکت کردن

- قدرت تصمیم‌گیری و پیگیری‌های فردی داشتن

- فرصتها را به خوبی تشخیص دادن و به موقع عمل کردن
- با ریسک های حساب شده حرکت کردن
- دقت در کارها داشتن و نگران کیفیت ها بودن
- نسبت به انجام به موقع قراردادها و توافقیها نگران بودن و تعهد داشتن
- نسبت به عوامل سودوزیان و بازدهی در کارها حساس بودن
- اتکا به نفس داشتن و به توانایی های درونی خود اعتماد کردن
- انعطاف پذیربودن و انتقادات را با روی باز پذیرفتن
- در بیان عقاید و نظرات خود شجاعت و جسارت داشتن
- با نفوذ کلام، قابلیت قانع ساختن دیگران را داشتن
- از استراتژی های نفوذی و اثرگذار بر دیگران استفاده کردن
- با برنامه ریزیهای منظم، مشکلات بزرگ را جزبه جز کردن و موانع را از سر راه برداشتن.

کارآفرین با این ویژگیها، هشت وظیفه کلی زیر را برعهده می گیرد: از موقعیتهای محیطی آگاه می شود؛ برای استفاده از این موقعیتهای پذیرای ریسک می شود؛ سرمایه گذاری می کند؛ نوآوری می کند؛ کار و تولید را نظم می بخشد؛ تصمیم می گیرد؛ برای آینده برنامه ریزی می کند و سود خود را با سود می فروشد.

ولی تمام این قدرت آفرینندگی در محیط ویژه ای عینیت پیدا می کند. این محیط از دوزاویه باید موردتامل قرار گیرد. نخست ساختار اقتصادی جامعه است، به این مفهوم که تولیدکنندگان در چه مقیاسی فعالیت می کنند و در چه گروههایی از لحاظ اندازه طبقه بندی می شوند، در چه مناطقی و در چه حوزه هایی از فعالیتهای اقتصادی متمرکز هستند، و چه رابطه ای با یکدیگر دارند. و دوم چه فضای سیاستگذاری بر آنها سایه انداخته است: آیا سیاست آزاد اقتصادی حاکم است و سازوکار بازار حکم می راند یا اقتصاد دستوری تسلط دارد؟ مفاد نظریه نشان می دهد که کارآفرین می تواند در محیطی به بهترین وجه خلاقیت خود را عینیت بخشد و فضایی پرقابلیت آماده کند که متکی بر سازوکار بازار آزاد باشد.

کارآفرینی روستایی چیست؟

تعاریف مختلفی از کارآفرینی وجود دارد. نوآوری، مخاطره پذیری، نیروی ثبات دهنده و متعادل کننده بازار، ایجاد یک کسب و کار جدید (ایجاد یک کسب و کار بر مبنای یک ایده جدید) یا توسعه کسب و کار موجود از جمله مفاهیمی است که برای آن مطرح شده اند.

قدمت واژه کارآفرینی به سال ۱۷۰۹ میلادی برمی گردد. «سی»، اقتصاددان قرن هجدهم، کارآفرین را فردی می دانست که «منابع اقتصادی را از حوزه یی با بهره وری پایین تر بیرون می کشد و آنها را به حوزه یی با بهره وری و سود بیشتر منتقل می کند.»

در نیمه اول قرن بیستم، شومپیتر اقتصاددان و نظریه پرداز اجتماعی، مطالب گسترده یی در مورد کارآفرینی و تاثیر آن بر اقتصاد نوشت. نظریه شومپیتر این بود که کارآفرینان نوآور موجب نوعی عدم تعادل پویا در اقتصاد می شوند. وی فرد کارآفرین را یک تخریبگر خلاق قلمداد می کرد که با تجاری سازی نوآوری و نهادینه کردن آن در محیطی که پیش از آن فاقد آن بوده، تعادل اقتصادی را بر هم می زند.

ضرورت توجه به کارآفرینی روستایی

مطالعات مختلف نشان داده است که یکی از مهمترین اهداف توسعه اقتصادی چه در شهرها و چه در روستاها ایجاد اشتغال و مهمترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع، و بالتبع افزایش درآمد مردم جامعه می‌گردد.

اگرچه نباید گفت که کارآفرینی خصوصی تنها راهکار اشتغالزایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی است، اما قطعاً می‌توان گفت بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است. اقتصاددانان آن را مهمترین پیشران توسعه اقتصادی روستاها، سیاست‌مداران آن را یک استراتژی کلیدی برای جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی در روستاها، کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش، و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود که می‌تواند خودمختاری، استقلال و کاستن از نیازهای اجتماعی آنان را در پی داشته باشد، می‌پندارند.

توجه به روستاها به عنوان یکی از بخش‌های مهم در فرایند تولید، همواره جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد جهانی داشته است. به ویژه پس از وقوع شوک‌های نفتی دهه هفتاد که منجر به رکود اقتصادی در جهان غرب گردید، توجه به توسعه روستایی به عنوان یک عامل مهم در رشد و توسعه اقتصادی معطوف گردید، با توجه به آن که ایران دارای توان بالقوه‌ی منابع طبیعی و تنوع گسترده آب و هوایی می‌باشد، توسعه روستاها می‌تواند تعیین نقش و اهمیت فوق‌العاده‌ای در فرایند توسعه‌ی اقتصادی داشته باشد، در این راستا کارآفرینی روستایی به عنوان محرک در ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرات روستاییان می‌تواند نقش تعیین کننده‌ای در توسعه پایدار روستایی ایفا نماید. به همین جهت اندیشمندان و سیاستگذاران کشورهای دنیا توجه خاصی به توسعه روستایی و رفع مشکلات و معضلات آنها دارند. امروز صاحب‌نظران بین‌المللی بر این اعتقادند که باید جدای از سیاست‌ها و راهبردهای کلان توسعه و توسعه اقتصادی به طور ویژه و مشخص به توسعه روستاها و ریشه کنی فقر گسترده حاکم بر آنها پرداخت.

مشکل‌ها و معضلات‌های روستاها در جهان ناشی از دو مساله اساسی است:

- یکی کمبود امکانات اجتماعی (ضعف زیرساخت)
- دیگری کمبود درآمد (ضعف اقتصادی).

از جمله امکانات اجتماعی می‌توان به خدمات بهداشتی، آموزشی، بیمه و تامین اجتماعی، خطوط ارتباطی (حمل و نقل و مخابرات)، امنیت، آب آشامیدنی، سوخت، برق و موارد شبیه آن اشاره کرد. اگرچه بسیاری از دولت‌ها برنامه‌های گسترده و پرهزینه‌ای را برای بهبود این زیرساخت‌ها انجام داده‌اند، اما بررسی‌ها نشان دهنده آن است که این امر به تنهایی نتوانسته کاستی‌های زندگی روستاییان را حل کند و آنان را از فقر برهاند و مهاجرت از روستا به شهر را کاهش دهد.

همچنین کمبود درآمد عامل مهمی است که اگر برای آن چاره‌ی اندیشیده نشود، اجازه نمی‌دهد طرح‌های توسعه روستایی به ثمر بنشیند، کمبود درآمد روستاییان ناشی از چندین مساله است:

۱. افزایش جمعیت روستاییان

۲. بیکاری

۳. بهره‌وری پایین افراد و منابع

۴. عدم جذابیت برای سرمایه‌گذاری و کمبود سرمایه‌گذاری

۵. ضعف فضای کسب و کار.

بررسی‌های مختلف نشان داده که یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه اقتصادی (در شهرها یا روستاها) ایجاد اشتغال و مهم‌ترین ساز و کار و ابزار آن، کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه افزایش درآمد مردم می‌شود.

کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد جز اینکه باید آن را در فضای روستا تصور نمود. پترین (۱۹۹۴) کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره ذیل تعریف می‌نماید (زرنگار، ۱۳۸۱، ۳۳).

۱. نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به یک تقاضای بی‌پاسخ بازار بسیج می‌کند؛

۲. توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ؛

۳. فرآیند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت.

همچنین کارآفرینی در روستاها اهداف اساسی جهت توسعه پایدار روستایی دنبال می‌کند که می‌توان به آنها اشاره نمود.

۱. ایجاد اشتغال در بخش‌های غیرکشاورزی

۲. توسعه اجتماعی روستاها

۳. کاهش مهاجرت روستاییان به شهر

۴. افزایش سطح رفاه روستائیان

۵. به‌کارگیری فناوری‌های جدید تولید

۶. بهره‌برداری بهینه از منابع روستایی

آنچه در مجموع می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی بکار برد عبارتست از:

«کارآفرینی روستایی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش و بکارگیری نوآورانه مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع و امکانات روستایی به منظور بهره‌گیری از فرصت‌های کسب و کاری».

نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی روستا

توسعه کار آفرینی تنها استراتژی مناسب برای توسعه اقتصادی روستاها نیست، اما نسبت به سایر استراتژی ها هزینه کمتری دارد و برای محیط روستایی مناسب تر است. با توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکت های کوچک کارآفرین، روستاییان به کالاها و خدمات مورد نیاز خود دست می یابند و این امر تاثیر زیادی در رشد اقتصادی روستا ها و کاهش پدیده مهاجرت به شهر ها دارد. روستا ها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره برداری به موقع از این فرصت ها و ایجاد کسب و کار های جدید و رقابت پذیر بر مبنای آن، می تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد.

دست اندر کاران توسعه کار آفرینی در روستاها بر دو فعالیت اصلی تاکید دارند:

۱. تشویق و حمایت کار آفرینان روستایی برای ایجاد کسب و کار های جدید؛
 ۲. تشویق کسب و کار های موجود به توسعه فعالیت ها و حرکت به سمت تحقق ایده های جدید و کار آمد.
- توسعه کارآفرینی در روستاها نیز همچون شهرها مستلزم تاکید بر سه پیش نیاز اساسی است (فخرایی، ۱۳۸۰، ۷۲).

الف. توسعه فرهنگ کارآفرینی

فرهنگ کارآفرینی نوعی فرهنگ اجتماعی است که رفتار کار آفرینانه را تشویق و حمایت می کند. در توسعه فرهنگ کار آفرینی چند هدف اساسی دنبال می شود.

ایجاد بستر لازم برای تربیت کار آفرینان روستایی؛

تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در طرح های کارآفرینی روستایی؛

تشویق سازمان های دولتی و غیر دولتی به حمایت از فعالیت های کارآفرینی در روستا.

ب. آموزش کار آفرینی

راه اندازی یک واحد اقتصادی فعال در روستاها نیازمند آشنایی با طیف وسیعی از دانش ها و مهارت هاست و جوانان روستایی اغلب از سطح مهارت کمتری در این زمینه برخوردارند. برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی و ارائه مشاوره

در این زمینه، از سیاست های عمده توسعه کارآفرینی در روستاهاست. در این برنامه آموزشی، به چهار گروه از مهارت های مورد نیاز کارآفرینان تاکید می شود (سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان، ۱۳۸۲، ۷).

۱. مهارت های علمی و فنی، بر اساس نوع فعالیت صنعتی؛

۲. مهارت های مدیریتی، شامل مدیریت مالی، بازاریابی، اداری و امور کارکنان؛

۳. مهارت های کارآفرینی، شامل توانایی تشخیص و استفاده از فرصت های جدید بازار و ارائه راه حل های نوآورانه؛

۴. مهارت های کارکنان، شامل خوداتکایی، اعتماد به نفس، خلاقیت، مسئولیت پذیری و...

ج. توسعه زیرساخت های کار آفرینی

فراهم آوردن امکان دسترسی به سرمایه به خصوص سرمایه های مخاطره پذیر، اعطای وام به کار آفرینان، توسعه امکانات حمل و نقل و گسترش سیستم های اطلاعاتی و ارتباطی، اتصال به منابع اطلاعات و دانش همگانی گسترش امکانات زندگی در روستا... زمینه را برای توسعه کار آفرینی در روستاها فراهم می آورد (فخرایی، ۱۳۸۰، ۷۴).

راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی

با توجه به بررسی های انجام گرفته اهم راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی به شرح ذیل می باشد.

۱. نگاه ملی به توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی روستایی؛

۲. استفاده از توانمندی های بالقوه روستایی در جهت توسعه کارآفرینی همانند گردشگری و صنایع دستی روستاها؛

۳. توسعه زیر ساخت های کارآفرینی از طریق فراهم آوردن امکان دسترسی به سرمایه بخصوص سرمایه های مخاطره پذیر، اعطای وام به کارآفرینان، توسعه امکانات حمل و نقل و گسترش سیستم های اطلاعاتی و ارتباطی؛

۴. حمایت و مشارکت دولت و حذف بروکراسی حاکم بر سرمایه گذاری ها؛

۵. حذف مالیات ها جهت تقویت سرمایه گذاری؛

۶. توجه و سرمایه گذاری صنایع تبدیلی کشاورزی در راستای توسعه کارآفرینی روستایی؛

۷. توسعه فناوری های مناسب و اشاعه آنها در مناطق روستایی در جهت توسعه کسب و کارهای روستایی؛

۸. تقویت بخش خدمات در مناطق روستایی، بخش خدمات زمینه بسیار مستعدی برای اشتغال زایی دارد، چون در یک

اقتصاد رو به رشد و پویا نمی توان هیچگونه محدودیتی برای توسعه خدمات در نظر گرفت؛

۹. فرهنگ سازی کارآفرینی، بهترین راهکارهای توسعه فرهنگ کارآفرینی در روستاست. ارتقای «سواد کارآفرینی» روستانشینان از طریق برنامه های آموزشی و ترویجی مختلف است؛

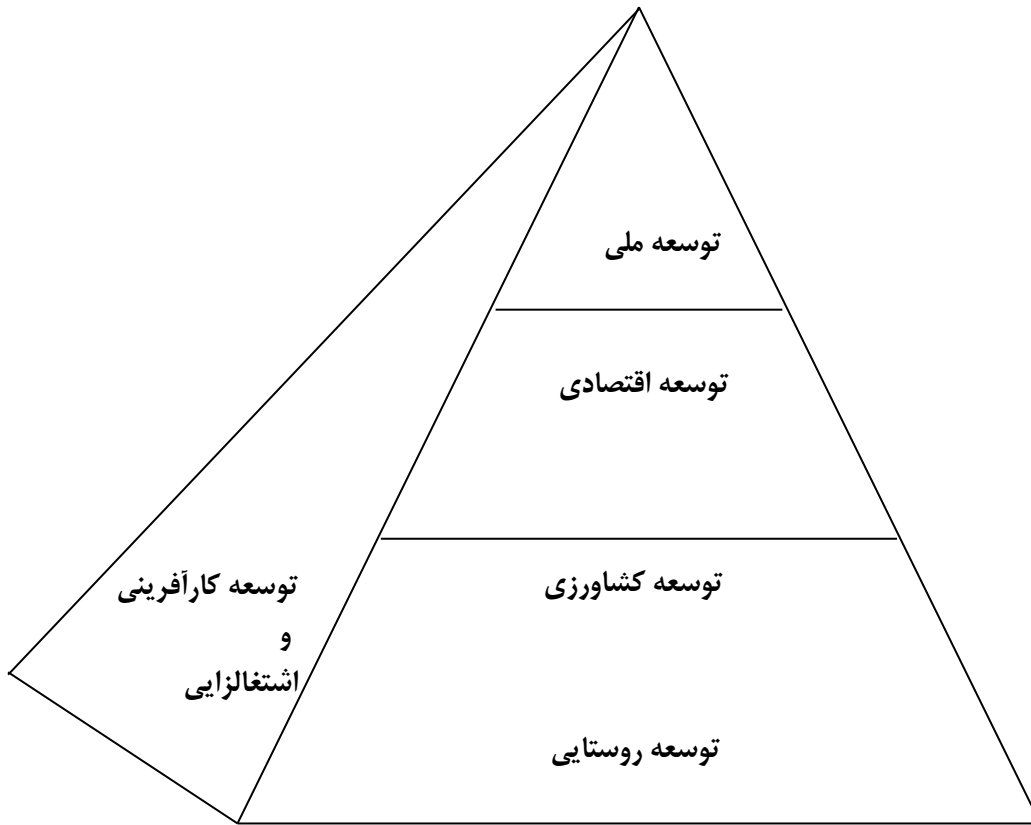
۱۰. بسط کارآفرینی از طریق تقویت فضای مشارکتی در روستاها از مهمترین سازوکارهای توسعه روستایی و کارآفرینی است؛

۱۱. رویکرد خوشه‌ای به توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی (میرزا امینی، ۱۳۸۳، ۸ و ۹).

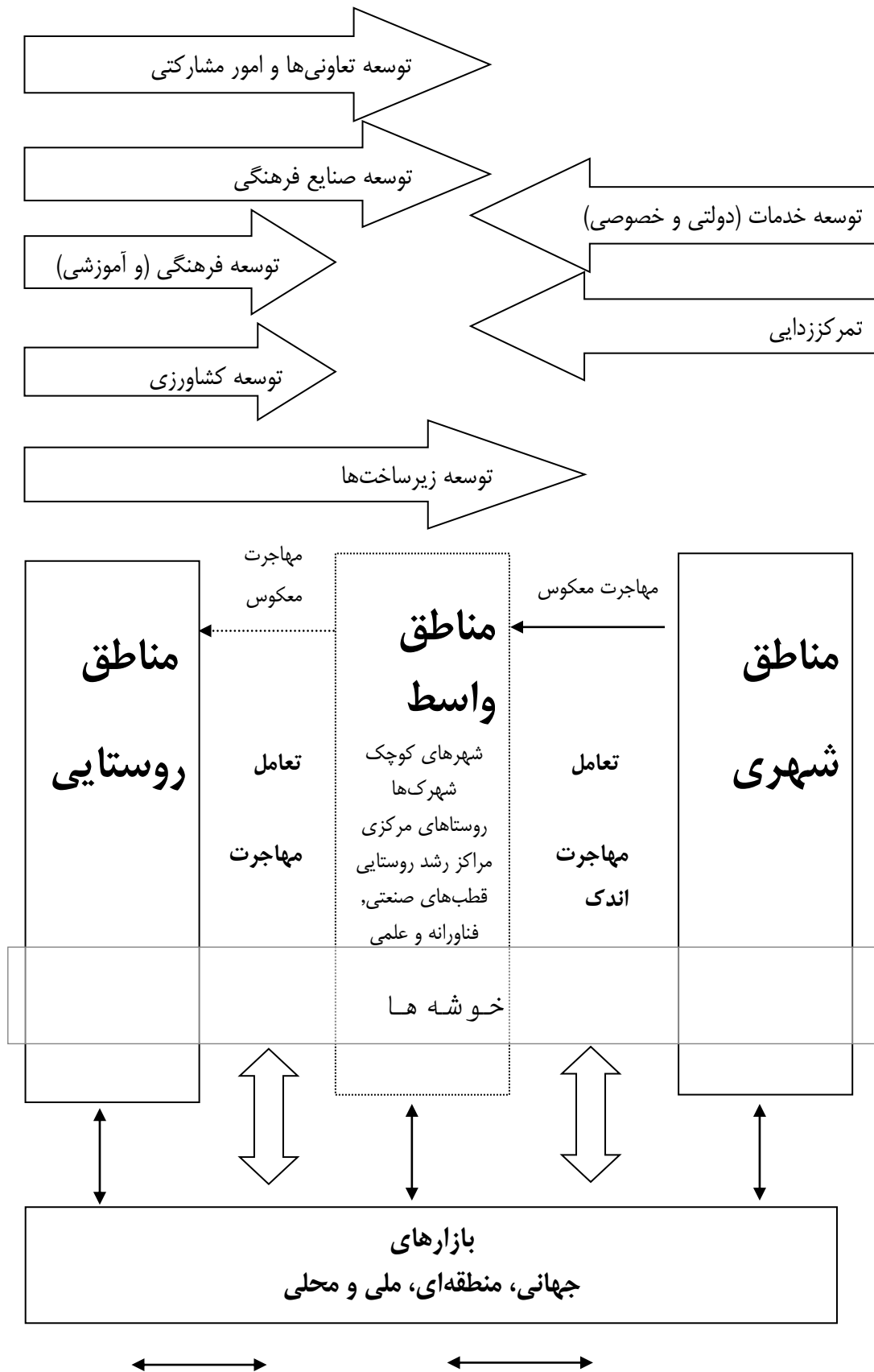
در چند دهه اخیر، رویکرد خوشه‌ای به مسایل که برگرفته از نگاه «کل نگرانه» در برابر جزءنگری است، روش‌های نوینی را پیش روی برنامه‌ریزان قرار داده است. این رویکرد به توسعه، نگرش نسبتا جدیدی است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه در کشورهای مختلف بکار می‌گیرند. نگاه کل نگرانه و منسجم به مسایل و کل فضای مربوط به یک مقوله، مدیران را در اجرای برنامه‌های توسعه با موفقیت بیشتری همراه می‌سازد. توسعه روستاها بر مبنای توسعه خوشه‌های صنعتی، خوشه‌های فناوری و خوشه‌های دانشی روستایی، راهکار مناسبی برای توسعه روستاها و توسعه کسب‌وکارهای روستایی است.

در همین راستا چندی است شاهد ظهور ایده «خوشه‌های دانشی روستایی» به عنوان الگویی برای نوآوری روستایی هستیم. به خصوص کشور کانادا بر مبنای تجربیات موفق خود در این زمینه، به‌طور گسترده‌ای بر این ایده برای توسعه نوآورانه و پایدار مناطق اقتصادی روستایی کشور، متمرکز گردیده است. هدف اصلی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در این زمینه، عقب‌نماندن مناطق روستایی کشور از قافله «جامعه دانش‌بنیان جهانی» است. طبق تعریف، خوشه‌های دانشی روستایی، به مجموعه‌ای از شرکت‌های نوآور و مرتبط مستقر در مناطق روستایی (غیرشهری) اطلاق می‌شود که می‌کوشند از طریق گردآوری، انباشت و جذب دانش در میان نقش‌آفرینان و نهادهای محلی، به ایجاد و تقویت مزیت رقابتی بپردازند. به عنوان مثال، این خوشه‌های دانشی روستایی می‌توانند حول صنایع چوب، محصولات کشاورزی، چرم و پوست، صنایع دستی و امثالهم شکل بگیرند و توسط مدیران مورد برنامه‌ریزی قرار بگیرند تا مسیر توسعه خود را طی نمایند.

شکل ۱: هرم توسعه



شکل ۲: الگوی توسعه کارآفرینی و اشتغال زایی روستایی



سیاست کارآفرینی در کشورهای پیشرو

بررسی سیاست های کارآفرینی کشور هایی از جمله استرالیا، آمریکا، ژاپن، کانادا، انگلیس و چین نشان می دهد که اغلب آنها «بنگاههای خرد» را به عنوان هدف برگزیده اند اگرچه هریک بنا بر تعبیر خود، تعریف خاصی از خرد بودن بنگاه ها دارند. علاوه بر این، تمام کشورهای مزبور تعدادشاغلان را اساسا ملاک اندازه بنگاه قرار داده اند. در اغلب این کشورها، همین بنگاههای خرد سهم بزرگی در تولید و اشتغال دارند. (مریدی، ۱۳۷۹، ۱۵).

چنین می نماید که نقطه آغاز حرکت تمام این کشورها در روند توسعه و ترویج کارآفرینی، پی ریزی یک سازمان یا مرکز مسئول و متولی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی باشد زیرا در تمام آنها دست کم یک مرکز یا سازمان، چنین مسئولیت مهمی را برعهده دارد.

عمده ترین اقداماتی که در کشورهای پیشرو، مشاهده شده است درحوزه های زیر می باشد:

وام و اعتبارات: این اقدام متکی بر این بینش است که بنگاههای خرد به طور نسبی ازسوی کسانی هدایت و مدیریت می شود که توان مالی محدودی دارند و به همین لحاظ میل به کاربرد تکنولوژی های کاربر دارند.

تکنولوژی: در کشورهای مورد مطالعه، مراکز مسئول کارآفرینی بر کاربرد تکنولوژی و کاربر آن تاکید دارند و به شیوه های گوناگون مانند دادن وام برای ماشین آلات نو می کوشند این هدف تحقق پذیرد.

خدمات مشاوره ای: در کشورهای پیشرو مراکز کارآفرینی خدمات مشاوره ای در زمینه هایی مانند مدیریت، امورمالی، فعالیتهای تجاری و بازاریابی، و گاه تهیه طراحهای توجیهی ارائه می کنند و هزینه ارائه این خدمات از سوی دولت پرداخت می گردد.

حمایتهای اطلاعاتی: علاوه بر خدمات مشاوره ای، حمایتهای اطلاع رسانی برای فعالیتهای خرد نیز متداول است. این اطلاع رسانی شامل مواردی همچون وضعیت تجاری، مدیریتی و فنی می شود.

پیوندهای درون بخشی: ایجاد و تقویت پیوند در میان تولیدکنندگان یک جامعه را می توان از اساسی ترین پایه های توسعه به شمار آورد.

ظرفیت سازی علمی: در راستای تقویت تکنولوژیک و حمایت‌های اطلاع رسانی، تلاش شده است تا میان بنگاه‌های خرد از یک سو و مراکز علمی و فنی از سوی دیگر پیوند برقرار شود. این ارتباط از طریق مرکز توسعه کارآفرینی و در حوزه‌هایی مانند تحقیق، آموزش و توسعه صنعتی برقرار می‌شود.

تسهیلات برای تاسیس شرکتها: نوسانات بازار و مشکلات حاصل از آن به طور طبیعی موجب ورشکستگی دائمی شماری از بنگاه‌های خرد می‌شود. از این رو برخی دولت‌ها با الهام از یکی از اصول اقتصاد آزاد یعنی برداشتن موانع ورودیه بازار، کوشیده‌اند تا مقررات دست و پاگیر برای تاسیس یا انحلال شرکتها را به حداقل برسانند.

آموزش: آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم بر کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها بویژه کشورهای پیشرفته که حتی الامکان موانع و مشکلات برطرف شده‌اند، دولت‌ها به شکوفاکردن توان بالقوه مردم پرداخته‌اند.

در چارچوب این مجموعه اقدامات است که در بسیاری از کشورها هدف‌های گوناگون اقتصادی - اجتماعی دولت مانند افزایش صادرات، توسعه مناطق محروم به خصوص مناطق روستایی، تحقق می‌پذیرد.

فصل چهارم: تجارب کارآفرینی در کشورهای پیشرو (چین، هند، مالزی و آمریکا)

توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در چین

چین کشوری پهناور با وسعت ۹/۴ میلیون کیلومتر مربع و جمعیتی بالغ بر یک میلیارد نفر است. ۸۰ درصد جمعیت چین را روستانشینان تشکیل می‌دهند که عمدتاً به شغل کشاورزی مشغولند. چین باید حدود ۲۰ درصد جمعیت جهان را تغذیه کند، و این در حالی است که تنها ۷ درصد اراضی قابل کشت دنیا را در اختیار دارد.

اقتصاد چین تا حد زیادی متکی بر اقتصاد روستایی و در نتیجه بخش کشاورزی است. انقلاب کشاورزی چین در طی ۳۰ سال سیطره خود بر کشور، صدمات جبران‌ناپذیری را بر اقتصاد چین وارد کرد و سیاست‌های نادرست دولتمردان در آن دوران رکود شدید اقتصادی و فقر روستاییان را به همراه آورد.

امروز پس از گذشت دو دهه از اجرای اصلاحات سیاسی سال‌های ۱۹۷۸ و ۱۹۷۹ که به انقلاب دوم موسوم است، پیشرفت‌های قابل توجهی در توسعه کشاورزی و نیز دستاوردهای مهمی در صنایع روستایی این کشور به‌دست آمده است. فقر به میزان چشمگیری کاهش یافته و منابع طبیعی و زیست‌محیطی کشور حفظ و احیا شده‌اند. از سال ۱۹۷۸ تا کنون کل تولید ناخالص داخلی کشور سالانه با نرخ میانگین ۱۰ درصد، تولید ناخالص داخلی در بخش کشاورزی ۵/۲ درصد، و صنایع روستایی ۳۱ درصد افزایش داشته است. تعداد افرادی که در فقر کامل به‌سر می‌برند، به ۳۱ میلیون نفر یعنی ۶ درصد جمعیت روستایی کاهش یافته است.

توسعه اقتصادی چین در این سال‌ها روندی آرام و سنجیده داشته است. در این مدت به‌تدریج از تصدی دولت بر کشاورزی کاسته شده و با اجرای سیاست‌های توسعه روستایی، درآمد روستاییان افزایش یافته است.

با وجود همه این پیشرفت‌ها چین هنوز تا توسعه اقتصادی پایدار و مؤثر راه درازی در پیش دارد. هنوز هم بخش روستایی و کشاورزی چین با معضلات عمده‌ای روبروست و هنوز هم ردپایی از دخالت‌های نادرست دولت در روستاها به چشم می‌خورد.

از سوی دیگر پیوستن چین به سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۱ افق‌های جدیدی را به روی این کشور گشوده و همراه با آن چالش‌های جدیدی را نیز پیش روی کشور قرار داده است. چین برای رقابت در بازارهای جهانی باید هر چه بیشتر بر سیاست درهای باز اقتصادی تأکید کند و جهت‌گیری‌های جدیدی را انتخاب نماید. به نظر می‌رسد با اتخاذ سیاست‌های درست روند توسعه اقتصادی چین در سال‌های آینده آهنگ تندتری پیدا کند.

چهره چین پس از انقلاب کشاورزی

سیاست‌های دولت چین پس از انقلاب کشاورزی، تأثیری شگرف بر اقتصاد ملی این کشور بر جای گذاشت و کشاورزی نیز به‌عنوان زیربنای اقتصادی چین از این تأثیرات در امان نماند. اصلاحات ارضی کشور در دهه ۱۹۵۰ که بدون توجه به اوضاع اقتصادی و فرهنگی چین انجام شد، رکورد شدیدی در بخش کشاورزی پدید آورد. در طی این دوران نزدیک به ۴۷ میلیون هکتار زمین کشاورزی از دست مالکان خارج شده و در اختیار کشاورزان بدون زمین قرار گرفت. پس از تقسیم زمین‌های کشاورزی، چین به تقلید از شوروی و کشورهای اروپای شرقی برای اداره امور کشاورزی اقدام به راه‌اندازی تعاونی‌ها نمود و کشاورزان را وادار به عضویت در این تعاونی‌ها کرد. ابتدا زمین‌های تقسیم‌شده تحت اختیار تعاونی‌های بزرگ قرار گرفت که در اثر این سیاست نادرست بیش از ۳۰ میلیون کشاورز در اثر فقر و گرسنگی جان باختند. از آن پس تعاونی‌های بزرگ به تعاونی‌های کوچک‌تر تقسیم شد. تا سال ۱۹۵۵ نزدیک به ۱۷ میلیون خانوار کشاورز به عضویت تعاونی‌ها درآمدند. بدین ترتیب فعالیت‌های کشاورزی از مدیریت جمعی برخوردار شد و تصدی دولت بر بخش کشاورزی روزبه‌روز عمیق‌تر و گسترده‌تر گردید. تعاونی‌ها در آن دوران نقش‌های زیادی را بر عهده داشتند. تعیین روش‌های تولید، نوع محصول، نحوه فروش و قیمت محصولات همه و همه توسط تعاونی‌ها و زیر نظر دولت انجام می‌شد. حاصل این سیاست‌ها ایجاد تنگناهای شدید برای کشاورزان و کاهش چشمگیر تولیدات کشاورزی بود. به‌طوری که سهم بخش کشاورزی در تولید ملی از ۹۰ درصد به ۲۵/۶ درصد کاهش یافت. سایر سیاست‌های دولت نیز در این دوران تأثیرات گسترده‌ای بر بخش کشاورزی داشت. بخشی از این سیاست‌ها عبارت بودند از:

• تأکید بیش از حد بر خودکفایی و قطع ارتباطات بین‌المللی

• تصدی بیش از حد دولت بر امور اقتصادی

- عدم کنترل جمعیت
- انتقال شتابزده اموال و املاک به دولت
- تأکید بیش از حد بر صنایع سنگین، به قیمت توجه کمتر به صنایع سبک و فعالیتهای کشاورزی
- عدم توجه به اهمیت انتقال فناوری

این سیاستها که بدون توجه به قوانین اقتصادی و نیازهای جامعه اتخاذ شده بود، زیانهای عمدهای بر اقتصاد ملی و بخش کشاورزی چین وارد کرد. تصدی دولت، انگیزه و ابتکار عمل کشاورزان و در نتیجه درآمد آنها را کاهش داد. واردات مواد غذایی در این دوران روبهروز افزایش مییافت و مردم بهویژه کشاورزان که اکثریت جامعه را تشکیل میدادند، از سطح زندگی مناسبی برخوردار نبودند.

استراتژی توسعه روستایی چین

سالهای ۱۹۷۸ و ۱۹۷۹ را میتوان نقطه عطفی در تاریخ چین به حساب آورد. در این سالها پس از گذشت ۳۰ سال از انقلاب کشاورزی، مقامات کشور متوجه سیاستهای اشتباه خود در توسعه سیاسی و اقتصادی چین شدند و اقدامات اصلاحی جدیدی را جهت رفع مشکلات و چالشها به اجرا درآوردند. اصلاحات سیاسی چین در این سالها، تحولات عمدهای در اقتصاد ملی چین پدید آورد و مهمترین بخشی که تحت تأثیر این تحولات قرار گرفت، بخش کشاورزی بود. در آن زمان دولت چین سیاستهای خود را دگرگون کرد. به جای تأکید بر صنایع سنگین، بر صنایع سبک و فعالیتهای کشاورزی تمرکز کرد؛ برنامههایی را جهت کنترل جمعیت به مرحله اجرا گذاشت؛ و از میزان دخالتهای خود در امور کشاورزی کاست. این سیاستها تأثیر مثبتی در بخش کشاورزی داشت. طرحها و برنامههای عمده چین در توسعه روستایی عبارت بودند از:

۱. تبدیل «مزارع اشتراکی» به «مزارع خانوادگی»

پس از انجام اصلاحات سال ۱۹۷۸ و ۱۹۷۹، کشاورزان چینی تشویق شدند که با عقد قرارداد با تعاونیها، بخشی از زمینهای کشاورزی را اجاره نمایند. در طی این قرارداد آنها متعهد می شدند که بخشی از محصولات خود را به تعاونیها واگذار کرده و مابقی آن را به هر قیمتی و در هر بازاری که تمایل دارند، به فروش برسانند. از شروع اجرای

این سیاست تا اواخر سال ۱۹۸۳، بیش از ۹۷ درصد خانوارها با تعاونی‌ها قرارداد کشت‌وکار منعقد کردند. در این شیوه، انتخاب نوع محصول، قیمت و نحوه فروش آن بر عهده کشاورزان گذاشته شد و وظایف تعاونی‌ها به انجام اموری چون ایجاد شبکه‌های آبیاری، تأمین ماشین‌آلات و سرمایه برای کشاورزان محدود شد. اجرای این سیاست کشاورزان را به سرمایه‌گذاری بیشتر در فعالیت کشاورزی تشویق کرد. تا جایی که در فاصله سال‌های ۱۹۷۸ و ۱۹۸۵ سهم بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری‌های کشاورزی از ۵/۴ درصد به بیش از ۲۳ درصد افزایش یافت و سهم کشاورزی در تولید ملی که در سال ۱۹۷۸ نزدیک به ۳۰ درصد بود، در سال ۱۹۸۶ به ۳۷/۶ درصد رسید. با اجرای این سیاست، تولید محصولات کشاورزی ظرف ۶ ماه به میزان ۳۰ درصد افزایش یافت

۲. افزایش اندازه زمین‌های زراعی

در سال ۱۹۷۸ و در شروع اصلاحات، بیش از ۳۵۰ میلیون کشاورز در چین وجود داشت که ۱۰۰ میلیون هکتار زمین کشاورزی در اختیار داشتند. بدین ترتیب زمین کشاورزی هر خانوار تنها نزدیک ۰/۶۰ هکتار وسعت داشت. مساحت اندک زمین‌های کشاورزی مشکلاتی را در تأمین معاش روستاییان پدید آورده بود. کشاورزانی که نمی‌توانستند از طریق کشاورزی امرار معاش کنند، دچار فقر شده و بخشی از آنها به شهرها مهاجرت کردند. سیل مهاجرت روستاییان به شهرها و مشکلات ناشی از آن دولتمردان را به اتخاذ سیاست‌های جدیدی واداشت که از جمله این سیاست‌ها افزایش زمین زراعی کشاورزان، از طریق اشتغال تعدادی از کشاورزان در سایر بخش‌ها بود. با اجرای این سیاست‌ها تعداد کشاورزان تا سال ۱۹۹۷ به ۱۹۰ میلیون نفر کاهش یافت.

۳. بهره‌برداری بهینه از منابع کشاورزی

جمعیت کثیر کشاورزان و روستانشینان چینی طی سال‌های متمادی برای امرار معاش خود، بیش از حد و با شیوه‌ای نادرست از منابع کشاورزی بهره گرفته‌اند. زمین‌های کشاورزی چین از تنوع جغرافیایی بالایی برخوردار است. زمین‌های باتلاقی، مناطق کوهستانی، نواحی کم باران، زمین‌های ساحلی در امتداد رودخانه‌ها، همه و همه متوسط کشاورزان مورد استفاده قرار گرفتند. استفاده بیش از حد از زمین‌های کشاورزی و منابع آب خسارات جبران‌ناپذیری به این کشور وارد کرده بود. کاهش منابع آب، فرسایش خاک و تخریب جنگل‌ها از جمله این خسارت‌ها بودند. در جریان اصلاحات دولت

چین استفاده بهینه از منابع کشاورزی و جلوگیری از استفاده بی‌رویه و نادرست از این منابع را در دستور کار خود قرار داد. این سیاست نشانگر توجه دولتمردان به اهمیت «توسعه پایدار» است.

۴. ایجاد توازن در عرضه و تقاضای غلات

با شروع اصلاحات کشاورزی، تولید محصولات کشاورزی ظرف ۶ ماه به میزان ۳۰ درصد افزایش یافت. تولید مازاد نیاز محصولات کشاورزی به‌ویژه غلات مشکلاتی را برای کشاورزان ایجاد کرد. یکی از سیاست‌های عمده دولت در این دوران ایجاد تعادل در عرضه و تقاضای غلات بود. دولت چین هر ساله حدود ۵۰ میلیارد یوان یارانه صرف تهیه غلات می‌کند.

۵. کاهش شکاف درآمد روستاییان و شهرنشینان

در مقایسه با شهرنشینان درآمد روستاییان با نرخ نسبتاً کندتری افزایش می‌یابد. در حال حاضر درآمد شهرنشینان به‌طور میانگین ۲/۶ برابر درآمد کشاورزان است. از سال ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۹ درآمد سرانه روستاییان تنها ۳/۲ درصد افزایش داشته، در حالی که به تولید ناخالص داخلی طی همین مدت ۹/۷ درصد افزوده شده است. در سال ۱۹۹۹ میانگین درآمد سالیانه کشاورزان نزدیک به ۲۲۱۰ یوان باقی مانده است [۶]. کاهش شکاف درآمد میان روستائینان و شهرنشینان از سیاست‌های عمده دولت برای توسعه روستایی و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرهاست.

۶. به‌کارگیری فناوری‌های جدید تولید

در بخش کشاورزی چین، از دیرباز تحقیقات نقش مهمی داشته است. سیستم تحقیقات کشاورزی چین با ابداع فناوری‌های جدید، تنوع بخشیدن به محصولات و بهبود عملیات کشاورزی، بهره‌وری را افزایش داده و قیمت محصولات را در طولانی‌مدت کاهش داده است. بدون دسترسی به فناوری‌های جدید و پیشرفته تولید، کشاورزان چینی شانس زیادی برای رقابت در بازارهای بین‌المللی ندارند. برای دسترسی به فناوری‌های جدید، دولت چین چند اقدام اساسی زیر را در دستور کار خود قرار داده است:

- افزایش سرمایه‌گذاری دولت در تحقیقات کشاورزی و انتقال فناوری
- تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری بیشتر در توسعه فناوری‌های جدید کشاورزی

- ایجاد انگیزه برای کارآفرینان خارجی در توسعه فناوری‌های جدید
- توسعه واردات فناوری از طریق حذف محدودیت‌ها و مشکلات.

۷. اجرای طرح تجدید ساختار استراتژیک کشاورزی

یکی از طرح‌های عمده دولت چین برای توسعه کشاورزی، طرح تجدید ساختار استراتژیک کشاورزی است که از سال ۲۰۰۰ در این کشور به اجرا درآمده است. هدف از این طرح ایجاد توازن میان عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی و بهبود محصولات کشاورزی است. این طرح در چهار حوزه عمده به اجرا در می‌آید.

- بهینه‌سازی گونه‌های مختلف محصولات

تهیه بذرهای مناسب از طریق طرح اصلاح بذر از اقدامات اساسی چین است. در این طرح علاوه بر پرورش گونه‌های مختلف بذر داخلی با کیفیت بالا، گونه‌های متعددی نیز از بذرهای خارجی پرورش می‌یابند. بهبود کیفیت بذر، تأثیر چشمگیری بر بهبود محصولات کشاورزی دارد.

- توسعه بخش دامداری

فرآورده‌های دامی چین اخیراً ۲۶ درصد ارزش کل محصولات کشاورزی را تشکیل می‌دهند. دولت امیدوار است با اجرای طرح تجدید ساختار کشاورزی تا پایان دوره ۵ ساله (یعنی تا سال ۲۰۰۵)، سهم فرآورده‌های دامی از ۲۶ درصد به ۳۰ درصد افزایش یابد.

- توسعه صنایع تبدیلی

یکی از اهداف دولت چین توسعه صنایع تبدیلی و تشویق کشاورزان به اشتغال در این بخش است. در حال حاضر ظرفیت تولید غلات در کشور افزایش یافته و صنایع تبدیلی می‌تواند مصرف‌کننده خوبی برای این غلات بوده و به افزایش تقاضای غلات کمک کند.

اجرای طرح‌ها و برنامه‌های مختلف دولت چین در توسعه کشاورزی همراه با تأکید دولت بر بهبود کیفیت زندگی روستاییان، تأثیرات چشمگیری در نحوه زندگی و درآمد روستاییان ایجاد کرده است. احداث خانه‌های مسکونی مناسب‌تر، تأمین آب آشامیدنی سالم و بهداشتی، احداث اماکن عمومی مانند مراکز درمانی، مدارس و فروشگاه‌ها و

همچنین توسط راه‌های ارتباطی کشور شرایط بهتری را برای زندگی روستاییان پدید آورده است. ساخت مجتمع‌های مسکونی جدید شامل خانه‌های مسکونی، مراکز تولیدی و خدماتی، از اقدامات دیگر دولت چین است. این مجتمع‌ها در برخی از روستاها برحسب شرایط اقتصادی و زیست‌محیطی منطقه احداث شده‌اند. توسعه بخش کشاورزی و توسعه روستایی چین، زمینه را برای توسعه اقتصادی این کشور فراهم آورده است.

توسعه کارآفرینی و اشتغال در چین

تا قبل از انجام اصلاحات اغلب روستائیان در بخش کشاورزی مشغول به کار بودند. در سال ۱۹۹۱ حدود ۳۵۰ میلیون کشاورز به کار اشتغال داشتند که این تعداد تا سال ۱۹۹۷ به ۱۹۰ میلیون نفر کاهش یافت. نسبت افراد شاغل در بخش کشاورزی به کل شاغلان این کشور روزبه‌روز کاهش می‌یابد و در حال حاضر به نزدیک ۵۰ درصد رسیده است.

روستاهای چین، تا قبل از انجام اصلاحات نقش «انبار نیروی کار» را برای شهرها ایفا می‌کردند. در مواقعی که شهرها نیاز به نیروی کار به‌ویژه نیروی کار ارزان قیمت داشتند، روستاییان برای کار جذب شهرها می‌شدند و در مواقعی که به دلیل رکورد اقتصادی در شهرها، نیازی به نیروی کار جدید نبود، روستاییان مهاجر دوباره به روستاهای خود باز می‌گشتند. برای بسیاری از مهاجران نه در شهرها شغل مناسبی یافت می‌شد و نه می‌توانستند دوباره در روستا به شغل کشاورزی بپردازند. برای حل این معضل دولت چین اقدام به تأسیس و راه‌اندازی شرکت‌های کوچک تولیدی و صنعتی در روستاها و شهرک‌ها نمود. این شرکت‌ها، شرکت‌هایی نیمه دولتی محسوب می‌شوند که با پشتیبانی دولت و توسط جمعی از روستائیان تأسیس شده و تحت قوانین محلی و منطقه‌ای اداره می‌شوند. دولت مرکزی چین دخالت چندانی در اداره این شرکت‌ها ندارد. با توسعه کشاورزی و افزایش درآمد روستاییان، تعداد زیادی از کشاورزان که با اجرای سیاست‌های جدید صاحب سرمایه و امکاناتی شده بودند، در این شرکت‌ها سرمایه‌گذاری کردند. این شرکت‌ها در تمام دوران اصلاحات به‌جز سال ۱۹۸۹ و ۱۹۹۰ پیشرفت چشمگیری داشتند. در دوره زمانی بین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۴ تولیدات این شرکت‌ها سالیانه ۳۰ درصد رشد داشته است. در سال ۱۹۷۸ حدود ۲۵ میلیون نفر در این شرکت‌ها مشغول به کار بودند، که این تعداد تا سال ۱۹۹۰ به ۹۰ میلیون نفر رسید. حدود ۶۰ درصد کارکنان این شرکت‌ها به فعالیت‌های صنعتی مشغولند. شرکت‌های صنعتی در روستاها و شهرک‌ها محصولات گوناگونی را از کالاهای سرمایه‌ای عمده گرفته تا کالاهای مصرفی ارزان قیمت تولید می‌کنند.

شرکت‌های روستایی از نظر ابعاد، نوع فعالیت و تعداد کارکنان طیف گسترده‌ای دارند. تعداد کارکنان این شرکت‌ها بین ۹۰ تا ۴۱۰۰ نفر است. اغلب این کارکنان در همان شهرک یا روستای محل کار خود زندگی می‌کنند.

ارزش تولیدات این شرکت‌ها در سال ۱۹۸۶ بالغ بر ۳۵۴ میلیارد یوان بوده که حدود ۳۱/۷ درصد ارزش کل تولیدات صنعتی این کشور است. با تأسیس این شرکت‌ها متوسط درآمد روستاییان افزایش یافت؛ فرصت‌های شغل جدید و متنوعی فراهم آمد و زمینه برای مهاجرت از روستا به روستا فراهم شد. در حال حاضر این شهرک‌ها حدود ۴۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده و برای نزدیک به ۱۳۰ میلیون نفر اشتغال ایجاد کرده‌اند [۲].

مؤسسات مالی و اعتباری روستایی نقش مهمی در راه‌اندازی و پیشرفت این شرکت‌ها ایفا می‌کنند. این مؤسسات ابعاد متفاوتی دارند و هر یک نقش منحصر به فردی در ارائه خدمات مالی به روستاییان و در نتیجه اقتصاد ملی کشور دارند بانک کشاورزی چین، بانک توسعه کشاورزی چین، شرکت‌های سرمایه‌گذار روستایی و شرکت‌های تأمین اعتبار از جمله این مؤسسات هستند.

این مؤسسات با اعطای وام و تسهیلات به کارآفرینان روستایی آنان را تشویق به راه‌اندازی شرکت‌های صنعتی و تولیدی می‌کنند.

توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در هند

کشور هند با نزدیک به ۱/۰۱ میلیارد نفر جمعیت، دومین کشور پرجمعیت جهان محسوب می‌شود. علی‌رغم وجود شهرهای بزرگ، هنوز هم این کشور عمدتاً یک کشور روستایی به‌شمار می‌آید. نزدیک به ۵۰ درصد مردم هند در فقر به‌سر می‌برند که اکثر این فقرا را کارگران بدون زمین یا خرده‌کشاورزان تشکیل می‌دهند. طبق آخرین برآورد، نزدیک به ۴۸/۱۳ درصد جمعیت این کشور یعنی حدود ۳۰۵ میلیون نفر در زیر خط فقر زندگی می‌کنند. در حدود ۶۵۰ میلیون نفر از جمعیت هند در روستاها به‌سر می‌برند. از همین روست که توسعه اقتصادی هند با «توسعه روستایی» یا به عبارتی «توسعه کشاورزی» عجین گشته است.

در واقع کشاورزی را می‌توان پایه اقتصاد ملی این کشور به حساب آورد. هدف عمده از توسعه اقتصادی هند «ریشه‌کن‌سازی فقر» است. افزایش توان تولید کشاورزان، نوسازی جامعه روستایی، افزایش اشتغال بویژه در بخش

غیرکشاورزی، افزایش درآمد روستاییان و تأمین امکانات اولیه از جمله غذا، مسکن، آموزش و بهداشت از برنامه‌های عمده توسعه روستایی در هند است. برنامه‌های متنوع و گسترده‌ای که از سال ۱۹۷۵ در این کشور به مرحله اجرا درآمده، تأثیر زیادی در توسعه روستایی این کشور داشته است.

در حال حاضر فرصت‌های شغلی جدیدی در روستاها ایجاد شده و مسائل معیشتی روستاییان بویژه زنان روستایی که از محرومترین اقشار جامعه روستایی هستند. تا حد زیادی برطرف شده است.

تحقیقات کشاورزی در هند پیشرفت زیادی داشته و سرمایه‌گذاری دولت در این زمینه دستاوردهای چشمگیری به همراه داشته است. امروزه بسیاری از گونه‌های پربازده محصولات به کشورهای دیگر از جمله یمن، الجزایر و بنگلادش صادر می‌شود و این صادرات تأثیر مهمی در تولید ناخالص ملی کشور داشته است. این کشور بزرگترین تولیدکننده چای محسوب می‌شود و ۳۰ درصد بازار ادویه جهان را نیز در دست دارد.

استراتژی توسعه روستایی

توسعه روستایی یکپارچه، از سال ۱۹۷۵ در هند مورد توجه و تأکید قرار گرفت و طرح‌های عمده‌ای در این راستا به مرحله اجرا گذاشته شد. هدف از اجرای این طرح‌ها، تقویت زیرساخت‌های عمده اقتصادی اجتماعی در نواحی روستایی و کاهش فقر و محرومیت در این کشور بود. این برنامه‌ها چند هدف بلندمدت زیر را دنبال می‌کردند.

۱- افزایش تولید و بهره‌وری در بخش کشاورزی و بخش‌های وابسته به آن

۲- افزایش سطح درآمد روستاییان

۳- ارتقای سطح مهارت‌ها و توانمندی‌های روستائینان

۴- تخصیص اعتبار لازم برای اجرای برنامه‌های عمرانی و توسعه روستایی

۵- ایجاد فرصت‌های شغلی جدید

۶- تأمین حداقل نیازهای معیشتی روستاییان

۷- بهره‌برداری بهینه از منابع محلی

برنامه توسعه روستایی یکپارچه، برنامه توسعه نواحی در معرض خشکسالی و برنامه توسعه نواحی بیابانی، سه طرح عمده‌ای بودند که در این راستا به اجرا درآمده و دستاوردهای چشمگیری برای این کشور به ارمغان آوردند.

برنامه توسعه روستایی یکپارچه

برنامه توسعه روستایی یکپارچه، از مهمترین برنامه‌هایی بود که در سال‌های ۱۹۷۸ و ۱۹۷۹ به اجرا درآمد. هدف از اجرای این برنامه، حمایت از ۱۵ میلیون خانوار زیر خط فقر در روستاهای هند برای دستیابی به یک درآمد قابل قبول بود. سرمایه لازم برای اجرای این طرح از سوی دولت مرکزی و دولتهای محلی هند تأمین می‌شود. نخستین گام در این برنامه، شناسایی فقیرترین افراد روستایی در این کشور بود. برنامه‌ها و طرح‌های متنوع و متعددی برای یاری‌رسانی به روستاییان به مرحله اجرا گذاشته شد. این برنامه‌ها برای هر خانواده از یک سو بر حسب استعدادها و تواناییها و نیز شرایط اقتصادی آنها و از سوی دیگر با توجه به امکانات موجود محلی انتخاب می‌شد. این برنامه‌ها با مشارکت مالی مؤسسات اعتباری به اجرا درمی‌آمد و برای اجرای سریع‌تر و مؤثرتر این برنامه، «شوراهای توسعه روستایی» در همه بخشهای کشور ایجاد شد. همکاری سازمانهای داوطلب و برخی از شرکتهای صنعتی و تولیدی نیز تأثیر عمده‌ای در اجرای موفقیت‌آمیز این طرح داشت. این سازمانها چند وظیفه عمده زیر را در توسعه روستایی بر عهده داشتند:

۱- بررسی ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی منطقه به منظور برآورد پتانسیل‌های توسعه روستایی

۲- ایجاد هماهنگی و ارتباط مؤثر میان نهادهای مختلف روستایی

۳- ارائه اطلاعات و دانش لازم برای توسعه صنایع روستایی

توسعه نواحی در معرض خشکسالی

برنامه توسعه نواحی در معرض خشکسالی در طی سالهای ۱۹۷۰ و ۱۹۷۱ به اجرا درآمد. هدف این برنامه، ایجاد فرصتهای شغلی برای روستاییانی بود که در مناطق مستعد خشکسالی زندگی می‌کردند. انتخاب این مناطق بر اساس معیارهایی همچون میزان بارندگی، دوره زمانی کاهش محصولات و سابقه کاهش باران در سالهای گذشته تعیین می‌شد. در ابتدا در قالب این طرح روستاییان به فعالیتهایی همچون توسعه آبیاری، محافظت از خاک، جنگل‌کاری و جاده‌سازی می‌پرداختند. در مراحل بعدی اجرای این طرح ایجاد اشتغال در حوزه‌هایی همچون دامداری و ماهیگیری نیز مورد تأکید و توجه قرار گرفت. از زمان شروع این برنامه، تا سال ۱۹۸۱ بودجه‌ای بالغ بر ۴/۸ میلیارد روپیه به طور مشترک از سوی دولت مرکزی و دولتهای محلی صرف انجام این طرح گردید.

برنامه توسعه در نواحی بیابانی

اجرای برنامه توسعه در نواحی بیابانی از سال ۱۹۷۸ آغاز شد. این برنامه مناطق سردسیر و گرمسیر کشور را تحت پوشش قرار می‌دهد. هدف عمده این برنامه، توسعه یکپارچه نواحی بیابانی به کمک افزایش باروری زمین، افزایش سطح درآمد و توسعه فرصت‌های شغلی جدید برای ساکنان این نواحی است. بهره‌برداری بهینه از منابع فیزیکی و زیست‌محیطی و نیروی انسانی ماهر، بخشی از اهداف دست‌اندرکاران این برنامه است. فعالیت‌های عمده‌ای که در نواحی تحت پوشش این برنامه صورت می‌گیرد عبارتند از:

- توسعه جنگل‌کاری و پوشش گیاهی

- توسعه و بهره‌برداری از آب‌های زیرزمینی

- برق‌رسانی به روستاها

- توسعه کشاورزی، باغبانی و دامداری

در طی برنامه پنجم توسعه روستایی مبلغ ۲۳/۱۳ میلیارد روپیه و در برنامه ششم ۵۰۰ میلیارد روپیه به اجرای این طرح اختصاص یافت.

برنامه‌های توسعه کشاورزی

برنامه‌های توسعه کشاورزی، از عمده‌ترین برنامه‌های توسعه روستایی هند است.

مؤسسه تحقیقات کشاورزی هند، از نهادهای عمده دولتی است که گام‌های مؤثری در جهت توسعه کشاورزی این کشور برداشته است. مرکز اصلی این سازمان در دهلی و ۹ مرکز وابسته به آن در سراسر هند مستقر شده‌اند. فعالیت‌های عمده این مؤسسه عبارتند از:

- مدیریت منابع آب

- تحقیق در زمینه خواص فیزیکی، شیمیایی، کانی‌شناسی و زیستی خاک‌ها و کودها به منظور بهبود حاصلخیزی

خاک‌ها

- بررسی درجه حرارت و ساختار خاک

• توسعه فناوری‌های مناسب به منظور کمک به فرآیند تثبیت نیتروژن

• بررسی امکان استفاده از ضایعات کشاورزی و صنعتی به عنوان کود

پرورش گونه‌های پربازده محصولات کشاورزی، از اهداف عمده این مؤسسه است.

اولین طرح مؤسسه در این راستا، پرورش گندم کوتاه‌قد از نژاد مکزیکی بود. از آن زمان تاکنون برنامه‌های ملی پرورش گیاهان باعث تولید فراوان چندین گونه از محصولات زراعی شده که در برابر بیماری‌ها مقاوم بوده و بازدهی زیادی دارند.

انجام تحقیقات گسترده در زمینه‌های زیر، دستاوردهای زیادی را برای بخش کشاورزی این کشور به ارمغان آورده است.

• برنامه‌های اصلاح محصولات که متضمن افزایش بازدهی و مقاومت در برابر بیماری‌ها و آفت‌هاست.

• بهبود ژنتیکی از طریق تحقیق در زیست‌شناسی مولکولی

• تولید محصولات چندگانه

• مطالعه در زمینه ارتباط میان فتوسنتز و بهره‌وری محصولات بویژه نسبت به مقاومت در برابر خشکسالی

• تحقیق در مورد انواع گونه‌های غلات و حبوبات از لحاظ ارزش غذایی

پیشرفت‌های مؤسسه تحقیقات کشاورزی در پرورش گونه‌های پربازده، چشمگیر بوده است. از دهه ۱۹۶۰ تاکنون، ۶۴ گونه جدید تولید شده است. در طی همین دوره کیفیت زندگی کشاورزان بهبود یافته و از تعداد کشاورزان زیر خط فقر به حد چشمگیری کاسته شده است. علاوه بر این برگزاری دوره‌های آموزش برای کشاورزان نیز نقش مهمی در افزایش محصولات کشاورزی داشته است.

سرمایه‌گذاری دولت هند در مؤسسه تحقیقات کشاورزی بازگشت سرمایه خوبی داشته است.

امروزه صادرات گونه‌های پربازده به سایر کشورها، سرمایه زیادی را به سمت کشاورزان سرازیر کرده است. این کشور با تولید سالانه ۷۴۰ میلیون کیلوگرم چای، بزرگترین تولیدکننده چای در سراسر جهان است که حدود ۲۰۰ میلیون کیلوگرم از آن به سایر کشورها صادر می‌شود. این کشور سالانه ۱۲۰ هزار تن ادویه تولید کرده و ۳۰ درصد بازار ادویه جهان را در اختیار دارد.

علاوه بر اجرای طرح‌های توسعه روستایی توسط دولت، مؤسسات و مراکز دیگری نیز در این زمینه به فعالیت مشغولند، از جمله این مراکز، «مؤسسه توسعه روستایی هند» است. این مؤسسه طرح بلندمدتی را برای اصلاح مالکیت زمین‌های زراعی به مرحله اجرا درآورده است. هدف از اجرای این طرح بهبود وضعیت اقتصادی روستاییان، بویژه زنان روستایی است.

این مؤسسه با همکاری نزدیک با تعدادی از مراکز دولتی، مؤسسات تحقیقاتی و نیز سازمان‌های غیردولتی، مطالعه گسترده‌ای را برای انجام اصلاحات اداری، سیاسی و حقوقی در کشور آغاز کرده است. فعالیت این مؤسسه که از دو ایالت کادنا‌تاکا و بنگال غربی آغاز شد امروزه به بسیاری از نقاط هند گسترش یافته است. مؤسسه توسعه روستایی علاوه بر برنامه اصلاحات ارضی، بر برگزاری کارگاه‌های آموزشی و ارائه مشاوره به روستاییان می‌پردازد. بخشی از اقدامات مؤسسه توسعه روستایی برای حمایت از افراد فقیر روستایی و تثبیت حق مالکیت آنها عبارت است از:

۱- تخصیص یک قطعه زمین کشاورزی و خانه به کارگران بی‌بضاعت و بدون زمین

۲- اصلاح قوانین اجاره برای افزایش دسترسی افراد فقیر به زمین‌های زراعی

۳- حمایت از زنان روستایی در اشتغال و دستیابی به حق مالکیت

مطالعات مؤسسه نشان می‌دهد که اختصاص ۲۰۰۰ فوت مربع زمین بر هر خانوار، وضعیت معیشتی آنها را بهبود می‌بخشد. بررسی‌های انجام شده توسط مؤسسه توسعه روستایی نشان می‌دهد که زنان بیش از مردان از محرومیت رنج می‌برند. تعداد مرگ و میر زنان در این کشور بیش از مردان و کودکان است. از هر ۱۰ زن، بیش از ۶ نفر آنها بی‌سوادند. زنان هندی به ندرت از حقوق مالکیت برخوردارند، در حالی که بررسیها نشان می‌دهند زنان بیش از مردان به کشاورزی می‌پردازند.

با توجه به این حقایق، مؤسسه توسعه روستایی برنامه‌هایی را برای حمایت از حقوق زنان روستایی به اجرا درآورده است.

توسعه کارآفرینی و اشتغال

بیشترین جمعیت روستانشینان هند را کشاورزان تشکیل می‌دهند که بسیاری از آنان فاقد زمین کشاورزی هستند. ۲۵۰ میلیون نفر از روستانشینان نیز در مساحتی کمتر از ۰/۲ هکتار به کشاورزی مشغولند. بدین ترتیب حدود ۵۰ درصد از مردم هند در فقر به سر می‌برند. یکی از سیاست‌های دولتمردان این کشور برای کمک به روستاییان، ایجاد اشتغال برای کشاورزان بدون زمین در بخش‌های غیرکشاورزی بوده است. همچنین کشاورزان هندی با معضل بیکاری فصلی نیز

روبرو هستند. برنامه دولت در این زمینه ایجاد فرصتهای شغلی برای نیروی کار روستایی در کشاورزی و بخش‌های وابسته به آن است. «برنامه ملی اشتغال روستایی» از طرح‌های عمده دولت هند برای حمایت از روستاییان است. این برنامه با حمایت مالی دولت مرکزی و دولتهای محلی در سال ۱۹۷۹ به اجرا درآمد. تنها در سال ۱۹۸۱ تا ۱۹۸۲ بودجه‌ای برابر ۳/۶ میلیارد روپیه به این طرح اختصاص یافت. ۵/۰۶ درصد افراد تحت پوشش این طرح را کارگران بخش کشاورزی و ۱۹/۷ درصد آن را کارگران غیرکشاورزی تشکیل می‌دادند. این برنامه تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر شرایط زندگی جامعه روستایی داشته است. برنامه دیگری نیز در سال ۱۹۷۹ با هدف «ایجاد اشتغال برای جوانان بیکار» تدوین و به اجرا درآمد. در این طرح با آموزش جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال، مهارت‌ها و توانمندی‌های آنها، افزایش یافت و این جوانان تشویق شدند که به کارآفرینی و خوداشتغالی روی آورند. هدف دیگر این برنامه آموزش زنان روستایی برای کارآفرینی بود.

تأسیس و فعالیت «مؤسسه توسعه کارآفرینی» در سال ۱۹۸۳ نیز تأثیر عمده‌ای بر توسعه کارآفرینی در هند گذاشته است. این مؤسسه، مؤسسه‌ای غیرانتفاعی است که توسط برخی از مؤسسات دولتی مانند بانک توسعه صنعتی هند، اتحادیه سرمایه‌گذاران صنعتی و بانک ایالتی هند، از نظر مالی حمایت می‌شود. مؤسسه توسعه کارآفرینی برنامه‌های عمده‌ای را برای توسعه کارآفرینی در روستاها در حوزه‌های مختلف به اجرا می‌گذارد. هدف از این برنامه‌ها، تشویق و آموزش خرده‌کارآفرینان روستایی است. این مؤسسه با حمایت‌های ارزنده بنیاد فورد، در طی سه سال طرحی آزمایشی را در سه ایالت هند به اجرا درآورده است. این طرح که از سال ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۰ به طول انجامید، الگویی را برای توسعه کارآفرینی روستایی ارائه داد. این مؤسسه از حمایت برخی از سازمان‌های غیردولتی نیز برخوردار است. مؤسسه با اجرای ۶۱۰ برنامه توسعه شرکت‌های کوچک در طول یک دهه حدود ۱۵۲۴۳ نفر از روستاییان را آموزش داده است. توسعه کارآفرینی روستایی، بر استفاده از فناوری‌های مناسب تأکید می‌کند. این برنامه‌ها با هدف آموزش ۳۳۷۵ کارآفرین روستایی و راه‌اندازی ۲۷۰۰ شرکت کوچک تدوین شده است. اجرای موفقیت‌آمیز این طرح حدود ۱۰۰۸۰۰ فرصت شغلی جدید از روستاها ایجاد خواهد کرد.

۱- زنان کارآفرین در هند

آمار نشان می‌دهد زنان بیکار روستایی ۶۰ درصد از مجموع زنان بیکار و ۵۶ درصد از کل افراد بیکار هند را تشکیل می‌دهند. زنان هندی از دیرباز به دنبال اشتغال نبوده‌اند، به طوری که حتی زنان با تحصیلات عالی نیز تمایل زیادی به

اشتغال نداشتند. تنها از دهه گذشته به این سو است که زنان به استخدام روی آورده‌اند. کارآفرینی زنان در هند هنوز نوظهور است. برنامه‌های آموزش کارآفرینی، زنان را به فعالیت در سه حوزه مهندسی، برق و انرژی تشویق می‌کند. زنان در ایالت گاجارات شرکت‌های کوچک تولید اجاق‌های خورشیدی را به راه می‌اندازند و در ارسیا به تولید خازنهای تلویزیونی اشتغال دارند. علاوه بر راه‌اندازی شرکت‌های کوچک صنعتی، زنان کارآفرین در بخش‌های سنتی مانند سوزن‌دوزی، ساخت و تولید عروسک و اسباب‌بازی، بافندگی و تولید لوازم زینتی نیز فعالیت می‌کنند.

زنان کارآفرین با مشکلات زیادی مواجهند، ایفای چند نقش همزمان با هم و مزاحمت‌های شغلی از جمله این مشکلات هستند. علاوه بر این، این کارآفرینان نیز مانند کارآفرینان مرد با مشکلات مشترکی مانند فقدان آموزش، سیستم‌های اداری غیرپاسخگو، مشکلات حقوقی و رقابت مواجهند. برای غلبه بر مشکلات زنان کارآفرین، سازمان‌هایی غیردولتی تأسیس شده‌اند که وظیفه حمایت از زنان کارآفرین را عهده‌دار شوند. شورای هندی زنان کارآفرین، اتحادیه زنان کارآفرین کارناتاکا، و اتحادیه زنان خوداشتغال از جمله این سازمانها و نهادها هستند. گردهمایی‌هایی نیز هرچند یک بار با حضور زنان کارآفرین برای ایجاد ارتباط و کمک به حل مشکلات آنها برگزار می‌شود.

۲- توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات

توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه اخیر تأثیر زیادی در موفقیت کارآفرینان روستایی داشته است. دسترسی به اطلاعات بازار از طریق فن‌آوری اطلاعات، شرکت‌های کوچک تولیدی و صنعتی را در روستاها در انتخاب نوع محصول و قیمت یاری می‌دهد. داشتن این اطلاعات برای کارآفرینان روستایی که دور از مراکز عمده خرید و فروش هستند، بسیار مهم و سرنوشت‌ساز است. دسترسی به اطلاعات روزآمد از طریق شبکه، زمینه را برای موفقیت طرح‌ها و برنامه‌های توسعه روستایی فراهم آورده است. دسترسی مستقیم به پایگاه‌های اطلاعاتی، ارتباط نزدیکی میان مشتریان و تولیدکنندگان ایجاد کرده و از نقش واسطه‌ها و دلالان کاسته است.

دولت هند از فعالیت‌هایی که به منظور آموزش استفاده از رایانه و دسترسی به اطلاعات در روستاها صورت می‌گیرد حمایت می‌کند در حال حاضر بیش از ۱۵ مرکز ارتباط از راه دور در سراسر کشور وجود دارد.

توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در مالزی

مالزی از کشورهای نسبتاً پرجمعیت آسیایی است که اغلب مردم آن همانند سایر کشورهای آسیایی به فعالیت‌های کشاورزی مشغولند. تا سال ۱۹۵۷ یعنی تا قبل از استقلال، نابسامانی‌های عمده‌ای در اقتصاد این کشور وجود داشت. عدم توجه به بخش کشاورزی و نقش آن در توسعه اقتصادی یکی از علل عمده بروز این مشکلات بود. در این زمان بخش زیادی از مردم مالزی در فقر به سر می‌بردند.

پس از برچیده شدن استعمار از مالزی، اقتصاد این کشور تغییرات ساختاری عمده‌ای را طی حدود ۵ دهه تجربه نمود. اجرای چندین برنامه عمده با هدف ریشه‌کن‌سازی فقر، تاکید و توجه به برنامه‌های توسعه روستایی، رونق بخش کشاورزی و حضور موثرتر دولت در سیاستگذاری‌ها، موفقیت‌های چشمگیری را برای این کشور به ارمغان آورد. نرخ فقر از رقم ۵۲/۴ درصد در سال ۱۹۷۰ به ۶/۱ درصد در سال ۱۹۹۷ رسید و تاثیر بحران‌های مالی تا حد زیادی کاهش یافت.

با تاکید بر بخش کشاورزی، میزان صادرات در این بخش از ۱۳/۹ میلیارد در سال ۱۹۸۰ به ۳۳/۴ میلیارد در سال ۱۹۹۸ رسید که نشانگر رشدی ۹/۸ درصدی بود.

علاوه بر بخش کشاورزی، گام‌های مهمی نیز در توسعه بخش صنعتی بویژه در روستاها برداشته شد به طوری که سهم صنعت و تولیدات صنعتی در تولید ناخالص ملی در این دوران به میزان قابل توجهی افزایش یافت.

امروز مالزی با سرعت به سمت صنعتی شدن پیش می‌رود. تولید و توزیع محصولات کشاورزی چرخ اقتصاد مالزی را به حرکت در می‌آورد و در کنار آن تولیدات صنعتی راه را برای پیشرفت بیشتر باز می‌کند. چهره فقر در این کشور به تدریج رنگ می‌بازد و مالزی به آینده درخشان تری می‌اندیشد.

۱. توسعه روستایی زیربنای رشد اقتصادی

جمعیت کثیری از مردم مالزی را روستائینان تشکیل می‌دهند. در سال ۱۹۵۷ (در زمان استقلال) ۷۳/۵ درصد جمعیت این کشور در روستاها زندگی می‌کردند که این رقم تا سال ۱۹۹۵ به ۴۵/۳ درصد کاهش یافت.

با توجه به جمعیت کثیر روستائینان مالزی اکثر برنامه‌های توسعه اقتصادی مالزی در دهه‌های اخیر با تاکید ویژه‌ای بر توسعه روستایی و کاهش فقر در میان روستائیان تدوین و اجرا شده است. این برنامه‌ها چند هدف اصلی را دنبال می‌کردند:

- ایجاد اشتغال در بخش‌های غیرکشاورزی
- کنترل جمعیت
- توسعه اجتماعی و شهری‌سازی روستاها
- کاهش مهاجرت روستاییان به شهر
- افزایش سطح رفاه روستائینان

چهار استراتژی عمده برنامه‌های توسعه روستایی عبارت بودند از:

- ۱.۱. توسعه کشاورزی
- ۲.۲. توسعه یکپارچه روستایی
- ۳.۳. صنعتی نمودن روستاها
- ۴.۴. توسعه مراکز رشد روستایی

۱. توسعه کشاورزی

پس از استقلال مالزی عمده روستاییان آن در بخش کشاورزی به کار اشتغال داشتند. کشاورزان مالزیایی در آن زمان به دو دسته تقسیم می‌شدند. گروه اول خرده‌مالکان بودند که به کشت‌وکار محصولاتی چون کائوچو، روغن‌های گیاهی، نارگیل و برنج می‌پرداختند و دسته دوم هم از طریق سایر فعالیت‌های کشاورزی مانند صنایع تبدیلی، مشاغل نیمه‌صنعتی مانند کار در معادن، تولیدات دستی، عملیات ساختمانی، حمل و نقل، و خدمات امرار معاش می‌کردند. در آن زمان اقتصاد مالزی تا حد زیادی وابسته به صادرات دو محصول کائوچو و قلع بود. نیروی کار ارزان، زمین‌های کشاورزی اندک و هزینه‌های اولیه کشاورزی نسبتاً بالا بود و همه اینها باعث رکود در بخش کشاورزی مالزی شده بود. پس از بر چیده شدن استعمار از مالزی، بی‌توجهی به بخش کشاورزی جای خود را به مشارکت فعال در توسعه کشاورزی داد. در ابتدا و در دهه ۱۹۶۰ تلاش‌های دولت بیشتر معطوف به توسعه شیوه‌های سنتی کشاورزی بود تا بتواند درآمد روستاییان را افزایش دهد. اما پس از آن «اصلاحات کشاورزی» به‌عنوان کلیدی‌ترین استراتژی در توسعه روستای کشور مورد تاکید قرار گرفت و از آن پس تغییراتی اصولی در ساختار بخش کشاورزی پدید آمد.

با بروز نآرامی‌های قومی در دهه ۱۹۷۰ نقطه عطفی در نقش دولت در این کشور ایجاد شد. در آن زمان با اثبات ناکارآمدی بخش خصوصی در پیاده‌سازی استراتژی‌های توسعه و توزیع عادلانه درآمد میان گروه‌ها و بخش‌های مختلف، دولت تصمیم گرفت نقش موثرتری در توسعه اقتصادی کشور ایفا کند. تدوین و اجرای برنامه «سیاست‌های نوین اقتصادی» در سال ۱۹۷۰ در همین راستا بود. این برنامه با هدف ریشه‌کن‌سازی فقر و تجدید ساختار اجتماعی در مالزی به مرحله اجرا درآمد. «سیاست‌های ملی کشاورزی» نیز در چارچوب همین برنامه و با هدف اتخاذ رویکردی همه‌جانبه در توسعه کشاورزی و ایجاد رشد متوازن در این بخش تدوین شد. از آن زمان به بعد علاوه بر تولید مواد غذایی، تولید محصولات صنعتی نیز مورد توجه قرار گرفت. بدین ترتیب با انجام فرایندهایی همچون فرآوری، انبار و حمل مناسب محصولات کشاورزی قبل از صدور، ارزش افزوده بیشتری از محصولات به‌دست آمد. در طی سالهای ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۰ ارزش افزوده محصولات کشاورزی ۴/۶ درصد رشد داشته است. با تاکید بر تولید محصولات صنعتی، سهم محصولات کشاورزی در تولید ناخالص ملی کاهش یافت و از ۲۰/۸ درصد در سال ۱۹۸۵ به ۱۸/۷ درصد در سال ۱۹۹۰ رسید. جدول زیر سهم کشاورزی و صنعت را در تولید ناخالص ملی در دهه‌های اخیر نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱- سهم بخش‌های مختلف در تولید ناخالص داخلی مالزی در دهه‌های اخیر (درصد)

| بخش‌های مختلف | ۱۹۷۰ | ۱۹۸۰ | ۱۹۹۰ | ۱۹۹۵ | ۲۰۰۰ |
|------------------------------|------|-------|------|------|------|
| کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری | ۲۹.۰ | ۲۲.۹ | ۱۸.۷ | ۱۳.۶ | ۱۰.۵ |
| معدن و ساخت و ساز | ۱۳.۷ | ۱۰.۰۱ | ۹.۷ | ۷.۴ | ۵.۷ |
| ساخت و تولید | ۱۳.۹ | ۱۹.۶ | ۲۷.۰ | ۳۳.۱ | ۳۷.۵ |
| شکار | ۳.۸ | ۴.۶ | ۳.۵ | ۴.۴ | ۴.۸ |
| خدمات | ۳۹.۶ | ۴۲.۸ | ۴۲.۱ | ۴۴.۲ | ۴۵.۷ |

با تولید محصولات کشاورزی جدید و کیفی، تنوع محصولات در بازارهای داخلی و خارجی افزایش یافت. همچنین در فاصله سال‌های ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۰ بهره‌وری نیروی کار در بخش کشاورزی ۳/۷ درصد در سال بود که رقمی بیش از سایر بخش‌های اقتصادی در آن زمان به‌شمار می‌رفت.

برنامه‌های توسعه یکپارچه کشاورزی از دیگر طرح‌هایی بود که در دوره‌های مختلف در کشور مالزی به اجرا در آمد. این برنامه‌ها برای احیا و توسعه کشاورزی در مناطقی که با فقر زیاد و بهره‌وری پایین دست به گریبان بودند، تدوین شد. یکی از این برنامه‌ها پنجمین برنامه توسعه یکپارچه کشاورزی بود که در فاصله سالهای ۱۹۹۲ و ۱۹۹۳ اجرا شد و بدین ترتیب ۳/۵ میلیون هکتار از زمین‌های کشاورزی زیر کشت رفت و در آمد ۲۷۳۹۰۰ خانوار روستایی افزایش یافت. در حال حاضر ۱۷ برنامه توسعه یکپارچه کشاورزی در حال اجراست که از این تعداد ۱۰ برنامه تکمیل شده است. تعدادی از این برنامه‌ها در مقیاسی گسترده و با هدف آبیاری زمین‌های کشاورزی به اجرا در می‌آید تا میزان تولید برنج را تا مرز خودکفایی افزایش دهد. هدف اغلب این برنامه‌ها، افزایش تولید برنج در شالیزارهاست. علاوه بر این، برنامه‌هایی نیز برای کشت سایر محصولات مانند کائوچو، نارگیل و آناناس اختصاص دارد. با اجرای این برنامه‌ها صادرات کشاورزی افزایش یافته است. بخش کشاورزی نسبتاً متنوع‌تر شده است و به سمت تولید محصولات سودآورتری چون روغن‌های گیاهی و قهوه پیش می‌رود. با وجودی که با رشد بخش صنعت، بخش کشاورزی در تولید، ناخالص ملی کاهش یافته، اما با این وجود این بخش هنوز هم به‌عنوان یک بخش مهم اقتصادی در مالزی مطرح است.

برنامه توسعه اینسیتو از برنامه‌های عمده توسعه کشاورزی در مالزی است. در این کشور حجم زیادی از زمین‌های کشاورزی به‌صورت پراکنده و بدون بهره‌وری اقتصادی وجود دارد، که عامل مهمی در درآمد کم و تولید پایین به‌شمار می‌روند. هدف برنامه توسعه اینسیتو، کاشت مجدد، احیا و تقویت زمین‌های کشاورزی در مناطقی است که با معضل فقر و تولید پایین مواجهند. با اجرای این برنامه و طی سالهای ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۵ در مجموع ۴۸۳۱۰ هکتار زمین کشاورزی احیا شده و زیر کشت محصولات متنوع قرار گرفتند.

۲. توسعه یکپارچه روستایی

توسعه کشاورزی به تنهایی نمی‌توانست رشد اقتصادی را در کشور تضمین کرده و فقر را در این کشور ریشه‌کن سازد و توجه به سایر بخش‌ها نیز در کنار بخش کشاورزی ضروری به نظر می‌رسید. با توجه به این نکته، از زمان استقلال کشور تاکنون برنامه‌های متعددی با هدف توسعه روستایی در این کشور به اجرا در آمده است. نخستین برنامه‌های توسعه روستایی در مالزی در فاصله سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۵ و با هدف سازماندهی مجدد و توسعه فعالیت مراکز توسعه روستایی اجرا شد. با پیاده‌سازی این برنامه‌ها، فعالیت مراکز توسعه روستایی هماهنگ شده و گسترش یافت.

علاوه بر این سازمان خواروبار و کشاورزی سازمان ملل متحد (فائو) در سال ۱۹۷۱ استراتژی توسعه یکپارچه روستایی را تدوین و به اجرا در آورد. این استراتژی پس از مدت کوتاهی از سوی موسسات خیریه و مراکز اعطای وام مورد حمایت قرار گرفت.

تدوین یک استراتژی بلندمدت برای توسعه، همراه با تامین مواد اولیه و زیرساخت‌های اساسی، از مهم‌ترین مولفه‌های توسعه یکپارچه روستایی است. در استراتژی جامع توسعه روستایی بر اجرای پروژه‌هایی تاکید می‌شود که تاثیر بیشتر و سریع‌تری دارند و برنامه‌های توسعه روستایی در سطح خرد را با برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری به هم پیوند می‌دهند. این برنامه‌ها در چارچوب طرح عمده دولت یعنی «سیاست‌های نوین اقتصادی» طراحی شد و اهداف آن عبارت بودند از:

۱. ۱. حمایت از مدرنیزه کردن بخش روستایی از طریق توسعه روش‌های جدید تولید

۲. ۲. ارائه خدمات حمایتی، تامین اعتبار و بازاریابی

۳. ۳. تشویق روستاییان به مشارکت مستقیم یا غیرمستقیم در بخش کشاورزی

۴. ۴. تشویق روستاییان به راه اندازی صنایع روستایی، اجرای پروژه‌های تجاری و توسعه خدمات شهری

مراکز توسعه روستایی امروزه نقش مهمی را در توسعه روستاها ایفا می‌کنند. برنامه‌های آموزشی متنوعی از سوی این مراکز و با حمایت دولت برای روستاییان برگزار می‌شود. هدف از این برنامه‌ها پر کردن شکاف موجود میان جوامع شهری و روستایی است. از جمله این آموزش‌ها در زمینه کاربرد رایانه و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه روستاییان است. در این زمینه مراکز توسعه روستایی با آموزش مریبان کارآمد و ارائه خدمات نقش موثری در توسعه مهارت‌های روستاییان دارند.

تدوین یک استراتژی بلندمدت برای توسعه، همراه با تامین مواد اولیه و زیرساخت‌های اساسی، از مهم‌ترین مولفه‌های توسعه یکپارچه روستایی است. در استراتژی جامع توسعه روستایی بر اجرای پروژه‌هایی تاکید می‌شود که تاثیر بیشتر و سریع‌تری دارند و برنامه‌های توسعه روستایی در سطح خرد را با برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری به هم پیوند می‌دهند.

۳. صنعتی‌سازی روستاها

صنعتی نمودن روستاها در اوایل دهه ۱۹۷۰ مورد تاکید توجه قرار گرفت و چهار محور اصلی در این برنامه‌ها در نظر گرفته شد:

۱. تهیه فرآورده‌های اولیه از محصولات خام کشاورزی مانند آسیاب کائوچو و دانه‌های قهوه.

۲. توسعه فعالیتهای سنتی و صنایع دستی همچون طراحی روی پارچه، زنبیل بافی، سفالگری، حکاکی روی چوب و نقره.

۳. تولید محصولات برای بازارهای محلی مانند پختن نان و کیک، تهیه پوشاک و لوازم منزل و بلوکهای آجر و سیمان.

۴. تعمیر خودرو و لوازم الکتریکی در منزل

دولت مالزی سرمایه زیادی را صرف اعطای وام و کمک هزینه، ارائه خدمات مشاوره‌ای، توسعه کارآفرینی، برگزاری دوره‌های آموزشی و ایجاد تسهیلات زیرساختی برای توسعه صنعتی‌سازی کرده است. این برنامه‌ها فراتر از حوزه صنایع خانگی و دستی است و تنها به روستاها نیز محدود نمی‌شود. برنامه‌های صنعتی‌سازی بر حوزه‌های زیر تاکید دارد:

۱. انتقال فناوری پایین و متوسط

۲. تاکید بر صنایع مبتنی بر منابع

۳. توجه به بازارهای محلی

۴. تاکید بر فعالیتهای مرتبط با گردشگری

۴. توسعه مراکز رشد روستایی

این مراکز، شامل تعدادی از روستاهای محلی است که در اطراف یک روستای مرکزی قرار گرفته و جمعاً یک واحد اقتصادی مستقل را تشکیل می‌دهند. یک مرکز رشد روستایی از تسهیلات ضروری و زیرساخت‌هایی همچون مدرسه، بازار مراکز درمانی، و امکانات رفاهی مانند آب و برق تشکیل شده است. مراکز رشد روستایی چند هدف اصلی را دنبال می‌کنند:

۱. ریشه‌کن سازی فقر

۲. حصول اطمینان از توسعه متوازن میان شهر و روستا

۳. بهبود کیفیت زندگی روستاییان

۴. ایجاد ارتباط موثر میان مناطق روستایی و شهرهای مجاور آنها

در مراکز رشد روستایی صنایعی در مقیاس‌های کوچک وجود دارند که به فعالیت‌ها و خدمات غیرکشاورزی می‌پردازند. هدف این مراکز، شهری‌سازی روستاها، تجاری‌سازی کشاورزی، مدرنیزه کردن بخش کشاورزی و ایجاد فرصت‌های رشد برای حوزه‌های روستایی کشور است.

کارآفرینی و اشتغال در روستاهای مالزی

در زمان استقلال مالزی اغلب روستانشینان که بخش کشاورزی به کار اشتغال داشتند، اما پس از آن با تاکید دولت بر فعالیت‌های صنعتی، بخشی از جمعیت روستایی به فعالیت‌های صنعتی پرداختند. با اجرای برنامه‌های صنعتی سازی روستاها که بخش عمده‌ای از فعالیت‌های آن به توسعه کارآفرینی روستایی، اختصاص داشت، گام‌های موثری در جهت توسعه اشتغال برداشته شد. در این برنامه با ارائه خدمات مشاوره و نیز برگزاری دوره‌های آموزشی، روستاییان به راه‌اندازی کسب‌وکارهای غیرکشاورزی تشویق می‌شدند. توسعه مراکز رشد روستایی و گسترش فعالیت‌های صنعتی در این مراکز نیز فرصت‌های جدیدی را برای انجام فعالیت‌های غیرکشاورزی در اختیار روستاییان قرار داد. با این وجود هنوز هم کشاورزی منبع عمده اشتغال در این کشور است. از کل میزان اشتغالی که در سال ۱۹۹۹، ایجاد شد، ۴۵/۳۸ درصد در روستاها و از آن رقم ۰/۳۷ درصد در بخش کشاورزی بود.

توسعه اقتصادی در نواحی روستایی آمریکا

توزیع ثروت در روستاهای آمریکا نابرابر است. در حالی که برخی از روستاها در رفاه کامل به سر می‌برند، برخی دیگر با فقر روبرو هستند. به‌طور کلی فقر در مناطق روستایی بیش از شهرهاست و این در حالی است که مسئله فقر در روستاها کمتر مورد توجه سیاستگذاران و تصمیم‌گیران این کشور است. در مجموع مناطق روستایی آمریکا با بحران اقتصادی مواجهند و روند جهانی شدن اقتصاد نیز بر این بحران افزوده است.

نقش بخش کشاورزی، معدن و جنگلداری، به عنوان بنیان اقتصاد روستایی در حال کاهش است و این امر تاثیر زیادی

بر کسب و کارهای کوچک محلی داشته است. یافته‌های دیویدسون نشان می‌دهد که تعداد شرکتهای تاسیس شده در مناطق روستایی ایالت آیووا، در فاصله سالهای ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۶، ۳۳ درصد کاهش یافته است. این شرکتها در زمینه عرضه کالاهای عمومی، خدمات ساختمانی، خرده‌فروشی و مواد سوختنی فعالیت می‌کنند. پدیده مهاجرت از روستا به شهر همچنان ادامه دارد. تعدادی از روستاهایی که نزدیک شهرهای بزرگ قرار دارند، نیز رشد کرده و تبدیل به شهر شده‌اند. بدین ترتیب جمعیت روستانشینان روز به روز کاهش می‌یابد و با کاهش جمعیت، از میزان تقاضا برای کالاها و خدمات نیز کاسته می‌شود. این امر رکود اقتصادی را در روستاها به دنبال دارد.

چالشهای توسعه اقتصادی در روستاها

شرکتها و کسب و کارهای کوچک در روستاهای آمریکا با چند چالش عمده مواجهند:

- عدم دسترسی به سرمایه و امکانات

روستاییان امکانات و منابع مالی محدودی برای سرمایه‌گذاری در اختیار دارند. جذب سرمایه‌های دولتی در روستاها بسیار دشوار است. تعداد موسسات وام‌دهنده در روستاها بسیار اندک است. امکان جذب سرمایه‌های مخاطره‌پذیر در بسیاری از مناطق روستایی وجود ندارد یا در سطح بسیار پایینی است. علاوه بر این فاصله زیاد میان برخی از مناطق روستایی با شهرهای مجاور، دسترسی روستاییان را به منابع ثروت و سرمایه دشوار کرده است. همچنین روستاییان دسترسی کمتری به اطلاعات و منابع دانشی دارند.

- مشکل در عرضه کالاها و خدمات

بازارهای محلی و منطقه‌ای معمولاً محدود و کوچک هستند و کسب و کارهای روستایی ناچارند به دنبال بازارهایی در خارج از نواحی روستایی و مناطق اطراف خود باشند. نبود سیستم‌های ارتباطی مناسب و همچنین مشکلات حمل و نقل در برخی از روستاها، دسترسی به این بازارها را برای روستاییان دشوار کرده است.

- تاکید بر یک صنعت یا کسب و کار خاص

چالش مهم دیگر در روستاهای آمریکا، تاکید بیش از حد بر یک یا چند نوع کسب و کار یا صنعت خاص در هر منطقه است. این مسئله باعث کاهش تنوع اقتصادی در جوامع روستایی شده و مانع شکوفایی و به ثمر نشستن ابتکارات و نوآوری‌ها می‌شود.

- امکان ریسک کمتر در روستاها نسبت به شهرها

اغلب جوامع روستایی «جثه بحرانی اقتصادی» کوچکتری در مقایسه با مناطق شهری دارند. راه‌اندازی و اداره کسب و کار، آن هم در شرایط دشوار رقابت، با مخاطره زیادی همراه است. صاحبان کسب و کار در روستاها، به دلیل محدودیت امکانات و منابع خود، مجاز به ریسک یا اشتباه زیاد نیستند. هر اشتباه کوچکی می‌تواند منجر به لطمات جبران‌ناپذیری برای کسب و کارهای روستایی شود. در عوض در جوامع شهری، شرکتها به دلیل وجود امکانات وسیع‌تر، می‌توانند اشتباهات بیشتری مرتکب شده و باز هم به موفقیت دست یابند.

- کمبود سازمانهای حمایت کننده

تعداد مراکز دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی در روستاها به مراتب کمتر است. این امر مشکل عمده‌ای بر سر راه توسعه کسب و کارهای روستایی است. علاوه بر این تعداد مراکز حمایت کننده از کارآفرینان در روستاها کمتر است.

- سیاستها و استراتژی‌های توسعه اقتصادی در روستاها

دست‌اندرکاران توسعه اقتصادی در رویارویی با چالش‌های موجود در روستاهای این کشور، چند سیاست عمده را برگزیده‌اند:

- توجه به بخشهای غیرکشاورزی

کشاورزی و جنگلداری بخش اصلی اقتصاد روستایی را تشکیل می‌دهند. اما کشاورزی متکی بر منابع طبیعی بوده و لذا محدودیت منابع طبیعی در برخی از روستاها، باعث رکود اقتصادی شده است. سیاستهای توسعه اقتصادی نباید تاکید بیش از حدی بر بخش کشاورزی داشته باشد، بلکه باید کشاورزی را به عنوان بخشی از اقتصاد روستایی مورد توجه قرار دهد. در روستاها باید محیط مناسبی برای رشد بخشهای غیرکشاورزی و فعالیت شرکتهای تولیدی و خدماتی رقابت‌پذیر

فراهم شود؛ شرکتهایی که بر یادگیری، تولید و رقابت در عرصه‌های جهانی تاکید می‌کنند. این در واقع نوعی حرکت از کسب‌وکارهای مبتنی بر منابع طبیعی به سمت کسب‌وکارهای مبتنی بر دانش است.

- تاکید بر جذب و توسعه فناوری های جدید

فناوری باید به عنوان نیروی محرکه مهمی در اقتصاد روستاها مورد تاکید قرار گیرد. استفاده از فناوری‌های جدید، علاوه بر افزایش تولیدات کشاورزی، عملکرد شرکتهای روستایی را نیز بهبود می‌بخشد. در این میان گسترش و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند زمینه را برای ارتباطات موثرتر فراهم آورد و موجب رشد و شکوفایی اقتصاد روستاها شود. توسعه این فناوری، توانایی شرکتهای روستایی را در ایجاد ارتباط با مراکز مختلف شهری و روستایی، مشتریان و تامین‌کنندگان افزایش می‌دهد. تاکید بر نوآوری و اتصال به اقتصاد دیجیتال از سیاستهای عمده توسعه اقتصادی در مناطق روستایی آمریکاست.

- آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد

گسترش فعالیتهای غیرکشاورزی و مبتنی بر فناوری‌های جدید، نیازمند نیروی انسانی ماهر و کارآمد است و این در حالی است که در اثر پدیده مهاجرت، تعداد زیادی از جوانان مستعد از روستا به شهر مهاجرت می‌کنند. یکی از سیاستهای عمده در روستاهای آمریکا، افزایش سطح استانداردهای آموزشی در مدارس است. علاوه بر این برگزاری دوره‌های آموزشی، جذب نیروی انسانی ماهر و ایجاد محیط مناسبی برای کار و زندگی روستاییان، تاثیر زیادی در تربیت روستاییان ماهر و کارآمد دارد.

همچنین سیاست توسعه اقتصادی در آمریکا مبتنی بر سه استراتژی عمده است:

- جذب کسب‌وکارها در یک منطقه خاص

این استراتژی تا مدتهای مدیدی مورد توجه دست‌اندرکاران توسعه بود. منابع و تلاش زیادی صرف ایجاد مناطقی می‌شد که بتواند کسب‌وکارهای مختلف را جذب و در خود جای دهد. اما مطالعات نشان می‌دهد که این استراتژی در جوامع روستایی چندان اثربخش نبوده است.

- حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود

در سالهای اخیر دست اندرکاران توسعه تاکید زیادی بر حفظ کسب و کارهای موجود کرده‌اند. آنها تلاش کرده‌اند این کسب و کارها را به توسعه اقدامات و فعالیتهای خود تشویق و ترغیب کنند. این استراتژی تا به حال با موفقیت زیادی همراه بوده است. البته این سیاست در همه مناطق روستایی نتیجه‌بخش نبوده است؛ چرا که در بسیاری از روستاها، تعداد کسب و کارهای رو به رشد، بسیار اندک است.

- ایجاد کسب و کارهای جدید

برخی از پژوهشگران با تکیه بر حقایق اقتصادی، ایجاد کسب و کارهای جدید را تنها استراتژی کارآمد برای توسعه اقتصادی در نواحی روستایی می‌دانند. فراهم کردن امکانات لازم برای ایجاد کسب و کارهای جدید و حمایت از روستاییان در شروع فعالیتهای خود، نتیجه زیادی در توسعه اقتصادی روستاها داشته است. به‌عنوان مثال ایالت ویرجینیای غربی که کاملاً روستایی است، محیط مناسبی برای ایجاد کسب و کارهای جدید فراهم کرده و به دستاوردهای اقتصادی خوبی نیز دست یافته است.

توسعه کارآفرینی در ناحیه آپالاچین اوهایو

ناحیه آپالاچین اوهایو شامل ۱۳ ایالت است که از غرب نیویورک تا شمال شرقی میسی‌سی‌پی ادامه دارد. این ناحیه از دیر باز به عنوان منطقه‌ای با اقوام قدرتمند، معادن غنی ذغال سنگ، درگیریهای خشونت‌بار، مردمان فقیر، آب آشامیدنی ناسالم و نبود عدالت اجتماعی، شهرت دارد. ۴۰۶ منطقه در این ناحیه وجود دارد که از نظر وضعیت اقتصادی بسیار متفاوتند. ۱۲ منطقه از رفاه نسبی برخوردارند؛ به این معنی که نرخ بیکاری و فقر در آنها زیر میزان میانگین کشور و درآمد سرانه آنها بالای میانگین است. در عوض ۱۱۸ منطقه دیگر با بیکاری، درآمد پایین و فقر نسبی مواجهند. در این ناحیه توسعه کارآفرینی به عنوان یکی از عمده‌ترین سیاستهای توسعه اقتصادی مورد تاکید قرار گرفته است و مراکز کارآفرینی روستایی اقدامات و فعالیتهای موثری را برای تشویق روستاییان به فعالیتهای کارآفرینی به اجرا آورده است و تعداد مراکز حمایت‌کننده از کارآفرینان قابل توجه است.

اگرچه تعداد شرکتهای کارآفرین در حال رشد در این ناحیه زیر حد متوسط است، اما در مجموع نسبت تعداد کارآفرینان

به کل جمعیت، بالای حد میانگین است. توسعه اقتصادی این منطقه بیشتر متکی به صنایع سنتی است و توسعه ظرفیت کارآفرینی، توسعه ظرفیتهای اجتماعی و گسترش سیاستهای حمایت از کارآفرینی سه استراتژی عمده در این ناحیه است.

مطالعات کمیسیون ملی کارآفرینی نشان می‌دهد که ارتباط مستقیمی میان وجود جثه بحرانی از شرکتهای نوآور و رو به رشد، با رشد اقتصادی در این ناحیه وجود دارد. این امر بیانگر این حقیقت است که کارآفرینی دستاوردهای اقتصادی مهمی برای این ناحیه به همراه داشته است.

توسعه کارآفرینی در مین

منطقه روستایی مین، تجربه موفق در توسعه کارآفرینی روستایی در آمریکا، به‌شمار می‌رود. شرکتهای کارآفرین با توسعه ظرفیتهای خود، مشاغل زیادی را در این ناحیه ایجاد کرده‌اند. این منطقه با چند چالش عمده برای توسعه کارآفرینی مواجه است:

- محدودیتهای فرهنگی
- نبود فرصتهای ایجاد شبکه
- کمبود حمایت‌های فنی و تخصصی
- عدم دسترسی به سرمایه

برای غلبه بر این مشکلات چند استراتژی عمده در نظر گرفته شده است:

- حمایت از ایجاد شبکه میان شرکتهای
- کسب و بهره‌برداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات
- انجام تحقیقات بازاریابی
- آموزش کارآفرینان، همکاری بین دست‌اندرکاران توسعه کارآفرینی در این ایالت با بنیاد کافمن، تاثیرات چشمگیری داشته است.

مطرح کردن کارآفرینی به‌عنوان یک انتخاب شغلی مناسب، گنجانیدن آموزشهای کارآفرینی در آموزش رسمی دانش‌آموزان، برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی برای بزرگسالان، تدوین قوانین مناسب و گسترش سیستمهای حمایت از کارآفرینی، از جمله سیاستهای عمده توسعه کارآفرینی در این منطقه بوده است. همچنین دو دانشگاه مهم در این منطقه روستایی با استفاده از حمایت برنامه شبکه کارآفرینی دانشگاهی بنیاد کافمن، دوره‌ای به آموزش کارآفرینی اختصاص یافته است در یکی از این دانشگاهها هر سال ۵۳ نفر دانشجو پذیرفته می‌شوند. توسعه کارآفرینی در این منطقه روستایی تاثیر زیادی بر رشد اقتصادی داشته است.

فصل پنجم: کارآفرینی در حوزه های مختلف روستا

فناوری اطلاعات و ارتباطات، ابزار عصر اطلاعات

امروزه اهمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور افزایش سرعت و دقت فعالیت‌های مختلف سازمان‌ها و ارتباط اجزای مختلف آن با یکدیگر و در نتیجه بالا بردن بهره‌وری آنها به روشنی مشخص شده است. خصوصاً سازمان‌هایی که بخش‌های مختلف آن در مناطق جغرافیایی پراکنده و دور از یکدیگر قرار گرفته‌اند و یا موسساتی که موظف به انجام کارهای متنوع و متعدد هستند، بسیاری از مشکلات خود از طریق این تکنولوژی‌ها رفع می‌کنند.

انقلاب اطلاعات و ارتباطات یکی از اصطلاحاتی است که با رشد تکنولوژی‌های اطلاعاتی در کنار انقلاب صنعتی مفهوم پیدا کرده است. همان‌گونه که در اثر انقلاب صنعتی، مجموعه‌ای از کارخانه‌ها، ابزار و ماشین‌آلات، اتومبیل‌ها و غیره به کمک انسان آمدند و بسیار از کارهای بدنی او را بر عهده گرفتند، انواع محصولات تکنولوژی اطلاعات، نیز شامل سخت افزارها و نرم‌افزارهای کامپیوتری، شبکه‌های مخابراتی، سیستم‌های ماهواره و غیره برای کمک به آن دسته از مسائل انسان که با اطلاعات سر و کار دارند بوجود آمده و توسعه یافتند. کاربردهای این تکنولوژی‌ها شامل انواع محاسبات و پردازش‌های روزمره، تجارت، اطلاع‌رسانی، مسایل علمی، مدیریت، ارتباط مستقیم از راه دور و غیره می‌باشد.

تجارب گوناگون سازمان‌های مختلف در سطح دنیا نشان می‌دهد که تکنولوژی اطلاعات به راحتی بسیاری از مشکلات سیستم‌های اطلاعاتی را رفع می‌کند. تکنولوژی اطلاعات قابلیت‌های زیادی در رفع مشکلات سازمان‌ها دارد. به عنوان نمونه به چند مورد از مزایای تکنولوژی اطلاعات اشاره می‌شود.

افزایش دقت

در مشاغل مبتنی بر انسان دقت انجام کار متغیر است؛ درحالی‌که تکنولوژی اطلاعات دقتی بالا و ثابت را تامین و تضمین می‌کند. در انواع فعالیت‌های پردازشی و محاسباتی دقت کامپیوتر به مراتب بیشتر از انسان است.

کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات

با توسعه تکنولوژی اطلاعات و بکارگیری آن دیگر لزومی به حمل و نگهداری حجم زیادی از کتاب‌های مرجع تخصصی وجود ندارد. به راحتی می‌توان در هر دیسک فشرده اطلاعات چندین کتاب را ذخیره نمود. مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی قم، از جمله مراکزی است که به انجام این وظیفه مشغول است.

رفع برخی از فسادهای اداری

استفاده از تکنولوژی اطلاعات شفافیت در انجام کارها را افزایش می‌دهد و بسیاری از واسطه‌ها را حذف می‌کند. این دو مزیت کلیدی منجر به رفع برخی از فسادهای اداری خصوصاً در سطوح پایین می‌شوند.

ایجاد امکان کار تمام وقت

به کمک تکنولوژی اطلاعات بسیاری از استعلام‌ها و مراجعات افراد و غیره از طریق شبکه‌های کامپیوتری و به صورت خودکار انجام می‌گیرد.

ایجاد امکان همکاری از راه دور

مخابرات، تلفن، تله کنفرانس، ویدئو کنفرانس و همچنین سیستم‌های همکاری مشترک و غیره نمونه‌هایی از کاربردهای تکنولوژی اطلاعات در این زمینه هستند.

کاهش هزینه‌های سیستم یا سازمان

با توجه به موارد فوق به خصوص افزایش سرعت که باعث انجام تعداد کار بیشتر می‌شود و انجام کار تمام‌وقت، بهره‌وری سیستم افزایش می‌یابد و در نتیجه باعث کاهش مقدار زیادی از هزینه‌ها می‌گردد. آنچه مسلم است تکنولوژی اطلاعات به منزله یک سلاح و ابزار جدید برای فعالیت جهان معاصر محسوب می‌شود که عدم استفاده از آن انزوای کشور و در نهایت حذف شدن از جامعه جهانی را به دنبال خواهد داشت.

کارآفرینی در فناوری اطلاعات و ارتباطات

تحولاتی که در سال‌های اخیر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات بوجود آمده است و عصر اطلاعات را شکل داده و همچنان پیش می‌تازد و در جوامع و فرهنگ‌ها دگرگونی ایجاد، مرهون تلاش افراد بسیاری از جمله کارآفرینان است. کارآفرینان اطلاعات، شرایط عصر اطلاعات را شناخته و با کارآفرینی خود ملزومات این عصر را پیدا کرده و با شیوه‌های خاص خود آن را ایجاد می‌کنند حتی بروز عصر اطلاعات هم از نتایج کارآفرینی است. اینترنت بزرگترین و قویترین شبکه ارتباطی دنیا، نمونه‌ای روشن از کارآفرینی است. در طول تاریخ کدام یک از کارآفرینان توانسته‌اند نیازی را کشف کنند که پس از رفع آن تحوّل در کل دنیا داده و بستری برای کارآفرینی سایر افراد ایجاد نمایند. شایسته است این کارآفرینی که خود بستری برای کارآفرینی دیگران شده است را ابرکارآفرینی بنامیم در سالهای اخیر نمونه‌های بسیاری

از کارآفرینی در اینترنت به ثبت رسیده است، از آنجاییکه تاکنون چنین شبکه عظیمی در تاریخ بشر وجود نداشته است. زمینه‌های فعالیت در آن بکر بوده و فرصت برای نوآوری و خلاقیت بسیار است. شرکت‌های اینترنتی و شرکت‌های Com در چند سال اخیر ایجاد، و به سرعت رشد کردند.

شرکت‌هایی مانند Yahoo، ebay، Amazon و دیگران در مدت کوتاهی توانسته‌اند ارزش بسیاری را کسب نمایند. آمارها نشان می‌دهد که در طی ۵ سال آخر قرن گذشته ارزش برخی از این شرکت‌ها بیش از ۲۰۰ برابر شده است درحالی‌که میزان رشد سودآوری آنها کمتر از ۱۰ برابر بوده است. کارآفرینی در اینترنت به این موارد خلاصه نمی‌شود و موارد بسیاری خصوصاً در زمینه نرم‌افزارهای مبتنی بر شبکه و همچنین محتویات شبکه وجود دارد. کارآفرینی در شیوه‌های جذب مشتریان اینترنتی، بازاریابی اینترنتی، همکاری‌ها و شبکه‌های مجازی، الکترونیک، واقعیت مجازی، آموزش و کار از راه دور و ... همه و همه گستردگی کارآفرینی در عصر اطلاعات را نشان می‌دهند.

بازار گسترده اینترنت فرصت خوبی برای صادرات نرم‌افزار است. اینترنت شبکه‌ای مجازی است که تا حد زیادی مستقل از محل می‌باشد. این شبکه بازاری بدون مرز است که می‌توان به راحتی در آن تجارت نمود. درخشش شرکت‌های اینترنتی فرصت مناسبی برای صادرات نرم‌افزار است. برای این منظور می‌بایست افراد کارآفرین با ایده‌هایی نو، شرکت‌هایی اینترنتی را تاسیس کنند و پس از مدتی که ارزش فوق‌العاده‌ای یافتند آنها را بفروشند. همان‌طور که گفتیم سودآوری این شرکت‌ها اهمیت زیادی ندارد بلکه فروش آنها منبع درآمد و در نتیجه صادرات نرم‌افزاری خواهد بود.

«کارآفرینی موتور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است» با کارآفرینی است که نیازها شناخته می‌شود و با رفع نیازها پیشرفت حاصل می‌شود. کشورهای پیشرفته به این دلیل پیشرفته‌اند که در فناوری پیشرفت کرده‌اند و توسط آن، هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته، هم قدرت نظامی شده‌اند و هم فرهنگ جهان را به سوی خواسته‌های خود هدایت می‌کنند. کارآفرینی اطلاعات در سطوح مختلف الف- سخت‌افزار ب- نرم‌افزار ج- اطلاعات د- ارتباطات ه- کاربرد، انجام‌پذیر است.

در هریک از این سطوح فرصت‌های بسیاری برای کارآفرینی وجود دارد. که نیازمند حمایت مراکز سرمایه‌گذاری و تلاش‌های کارآفرینانه است. کارآفرینی در حوزه اطلاعات بسیار راحت‌تر و عملی‌تر از کارآفرینی در سایر حوزه‌هاست. به عنوان مثال در حوزه نیروگاه هسته‌ای به دلیل کاربرد محدود، ایده‌های کمتری وجود دارد و به علاوه سرمایه‌گذاری فوق‌العاده زیاد و درصد امکان‌پذیری کم، مانع هر فعالیت کارآفرینانه است و درحالی‌که در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات که در همه جا گسترده شده است، ایده‌های بسیاری خلق می‌شود و میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز که ایده‌ها را به نتیجه برسانند چندان زیاد نیستند. بنابراین کارآفرینی اطلاعات به راحتی انجام می‌شود و این خود دلیلی بر سرعت نمایی رشد فناوری اطلاعات است.

دفا تر ICT روستایی در کارآفرینی بومی محلی

می‌توان ادعا کرد روستاها و فضاها ی کسب و کار روستایی به جهت بلا استفاده ماندن منابع و پتانسیلها بزرگترین فرصت خاک خورده کشور میباشند که علیرغم تلاشهای بسیار در عمران و آبادانی روستاها، این فرصتها هنوز بلااستفاده و دست نخورده باقیمانده در حالیکه برای رسیدن به توسعه پایدار، مبارزه با معضل بیکاری، جلوگیری از تراکم جمعیت در کلانشهرها و نهایتا تعالی و ترقی متوازن کشور با دیدی مولد به روستاها می توان از این فرصتها بخوبی بهره مند گردید.

دفا تر خدمات ارتباطی روستایی یکی از پیشرفته ترین سیستمهای نوین قرن حاضر می باشد که بخوبی بومی سازی شده و با استفاده از شبکه ارتباطی موجود در سطح وسیعی با حداقل هزینه سازماندهی گردیده که بعنوان یک زیرساخت اقدامی ارزشمند محسوب می شود، بهره برداری از این فرصت استثنایی یک وظیفه ملی و بین دستگاهی بوده و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات می تواند با تکیه بر مدیریت اجرایی توانمند شبکه کشوری (پست، پست بانک و مخابرات) نقش تاریخی و فرصت ساز خود را در تبیین جایگاه واقعی دفا تر ICT روستایی ایفا نماید تا به دو هدف اساسی: نتیجه بخشی سرمایه گذاری در دفتر خدمات ارتباطی روستایی و رونق زندگی و کسب و کار روستایی نایل آید.

فرصتها و پتانسیل های بالقوه روستا ها

- وجود انواع صنایع دستی قابل عرضه در شبکه اینترنت که عملا فاقد بازار فروش می باشند.

- نیروی انسانی علاقمند به زندگی در روستا که با حداقل درآمد حاضر نیست محل سکونت خود را ترک نماید.
- فقدان آلودگی صوتی و آب و هوایی که محیط جذابی برای بسیاری از مردم بشمار می رود.
- فقدان رقابت شکننده ناشی از تراکم جمعیت و محدودیت منابع.
- تولیدات ارزانیقیمت محصولات کشاورزی و...
- منابع آب و خاک ارزان برای ایجاد کسب و کار.

فرصتها و پتانسیل های بالقوه در دفاتر ICT روستایی

- گستردگی شبکه دفاتر خدمات ارتباطی در سراسر کشور
 - استقرار سیستم اینترنت در کلیه دفاتر خدمات ارتباطی بعنوان فراگیرترین پروژه IT کشور
 - امکان هرگونه خرید اینترنتی مانند کتاب، ادوات کشاورزی سموم دفع آفات و سایر مایحتاج زندگی و تحویل آن توسط شبکه گسترده پستی در روستاها
 - ارائه کلیه سرویس های پستی، بانکی و مخابراتی در روستاها که یک زیر ساخت اساسی برای رونق کسب و کار بشمار می رود.
 - امکان استفاده از بازار مجازی برای عرضه مستقیم کالاهای تولیدی روستاییان از طریق اینترنت
 - کمک به حذف واسطه ها و نیز کاهش قیمت تمام شده کالاها از طریق ایجاد رابطه اینترنتی و پستی بین مصرف کننده شهری و تولید کننده روستایی
 - کمک به تقویت انواع کسب و کار متناسب با فضای روستاها بمنظور مبارزه ملی با بیکاری و مهاجرت
- افسارگسیخته بشرح ذیل:

کسب و کار خانگی Home Business

کسب و کار خانوادگی Family Business

کسب و کار روستایی Rural Business

کسب و کار اینترنتی E- Business

کسب و کار کوچک و متوسط (SME)

- حرکت بسوی دانایی محوری در روستاها از طریق دسترسی جوانان و سایر اقشار روستایی به منابع مکتوب دیجیتال کتابخانه های معتبر

- گسترش آموزشهای مجازی در تمام سطوح تحصیلی برای مبارزه با بیسوادی در روستاها

- استفاده از خدمات مراکز فوق تخصصی پزشکی از طریق ارتباط مجازی بهورزان و پزشکان روستاها با این مراکز بدون مراجعه حضوری روستاییان به شهرها

- امکان ارائه انواع آموزشهای همگانی از قبیل کارآفرینی، بهداشت عمومی، خانواده، مبارزه با مواد مخدر و....

موانع و مشکلات پروژه دفاتر ICT روستایی

- عدم توجه مناسب برنامه ریزان و دست اندرکاران سایر دستگاهها به دفاتر ICT روستایی بعنوان یک پروژه کشوری

- عدم وجود شرائط سهل وآسان جهت استفاده جوانان ودانش آموزان روستایی از امکانات اینترنتی ایجاد شده در دفاتر ICT

- فقدان دانش روز کاربران دفاتر ICT روستایی که پذیرش ایده های نوین مبتنی بر اینترنت و دنیای مجازی را با مشکلاتی مواجه می سازد

- عدم توجه کافی در رسانه هابه نقش دفاتر ICT در زندگی نوین روستایی

- عدم بهره مندی کارگزاران دفاتر از تسهیلات و خدمات بیمه تامین اجتماعی که منجر به عدم جذب نیروهای توانمند در شبکه دفاتر خدمات ارتباطی روستایی گردیده است

- عدم آموزش عملی و مهارتی کارگزاران در زمینه مهارت‌های مربوط به رایانه و فعالیتهای اینترنتی که بعنوان مانعی در راه پذیرش ایده های نو بشمار می رود

پیشنهادات و راهکارهای عملی جهت اثر بخشی دفاتر ICT

- ایجاد و تقویت تفکر توسعه روستایی بر مبنای فناوری جدید اینترنت و حذف فاصله ها از طریق دنیای مجازی در سطح کلان با استعانت از مجلس و هیات دولت

- ایجاد زمینه بهره برداری آسان جوانان و دانش آموزان روستایی از امکانات اینترنتی دفاتر برای ورود به دنیای کسب و کار اینترنتی

- کمک به ایجاد تعاونیهای دانش محور با تکیه بر امکانات دنیای مجازی دفاتر ICT روستایی

- سوق دادن تسهیلات بانکی و حمایت‌های دولت در مناطق روستایی بسوی کارآفرینان روستایی مستعد فعالیت در دنیای مجازی

- ایجاد هماهنگی بیشتر بین شرکتهای مخابرات، پست و پست بانک برای پیشبرد برنامه ها

- هماهنگی با وزارت آموزش و پرورش برای راه اندازی آموزشهای الکترونیکی در روستاها

- ارائه الگوی کامل شیوه های بهره برداری از امکانات دنیای مجازی در رسانه ملی جهت فرهنگ سازی

- ایجاد امکان استفاده متصدیان دفاتر ICT روستایی از تسهیلات بیمه و بازنشستگی برای دلبستگی بیشتر و نهایتاً پیشبرد اهداف تعیین شده

- کمک به ایجاد فروشگاههای اینترنتی در روستاها برای عرضه صنایع دستی و سایر اقلام تولیدی روستاها به سایر نقاط در شبکه پست کشور

- بهره گیری از شبکه عظیم پست کشور برای تکمیل حلقه تجارت الکترونیکی روستاها که نتیجه ای شگفت انگیز در رونق کسب و کار روستایی و استفاده از نعمت دفاتر ICT روستایی به دنبال خواهد داشت

نقش تعاونی های اعتبار در کارآفرینی روستایی

تایخچه تعاونی های اعتبار

اتحادیه های اعتباری در اثر شرایط نامساعد زمان بوجود آمده اند. به طور مثال اروپا و به دنبال جنگ های ناپلئونی و انقلاب ۱۸۴۸-۱۸۹۰ دچار مشکلات شدید اقتصادی شده بود. حتی در امریکا در طول دهه ۱۸۵۰-۱۸۴۰ که مهاجران با امید زیاد به آن کشور مهاجرت کرده بودند، دچار یاس فراوان شده بودند. در این زمان برای اولین بار تعاون مطرح شد که به مرحله آزمایش نرسید. بعدها رابرت اون توانست در انگلیس کارگران نساجی (راچیدین) را به صرفه چویی در صندوقی ترغیب کند. در فرانسه نویسندگانی چون بوشه (۱۸۶۵-۱۸۹۶)، پرودون (۱۸۶۵-۱۸۰۹) و لویی بلان (۱۸۸۲-۱۸۱۱) شروع به نوشتن مطالب درباره نهضت تعاونی ها کردند. ویکتور هوبر (۱۸۶۹-۱۸۰۰) در آلمان رساله ای تحت عنوان اتحادیه های اعتباری و اتحادیه های وام منتشر ساخت و فرانسیس هاک در ۱۸۴۸ برای اولین بار شرکت تعاونی پس انداز و وام تاسیس کرد که بدان نام اتحادیه اعتباری داد. هرمان شولتسه شهردار دلیچ موسس اولین اتحادیه اعتباری شهری است. وی این اتحادیه را در سال ۱۸۵۲ میلادی تاسیس کرد. ایراد این تعاونی اعتباری عدم توان مردم فقیر در پرداخت حق عضویت این اتحادیه ها بود. فرد دیگری به نام فردریک ویلیام رایفیزین درصدد تاسیس تعاونی اعتبار برای فقرا برآمد. احتمالاً اولین بانک روستایی رایفایزن در سال ۱۸۶۴ در هزدورف تاسیس شده باشد. در سال ۱۸۶۶ در شهر میلان لویی جی لوزاتی [۱۰] اولین اتحادیه اعتباری را با الهام از شولتسه دلیچ بوجود آورد و طولی نکشید که این نهضت در تمامی نواحی روستایی ایتالیا اشاعه یافت. لوزاتی یکی دیگر از همفکران خود بنام لئون ولم بورگ را تشویق نمود که چنین برنامه ای را در مورد احداث اتحادیه های اعتباری برای کشاورزان به مورد اجرا گذارد که در سال ۱۸۶۳ به اجرا درآمد. در سال ۱۹۰۰ دژاردن اولین اتحادیه اعتباری کانادا را در سال ۱۹۰۰ تحت عنوان صندوق عمومی

لوی تاسیس کرد. وی در تاسیس اولین تعاونی اعتبار در امریکا در بخش سن ماری در شهر منچستر ایالت نیوهامپشایر امریکا نقش حساسی داشت.

موسسات ارایه دهنده تسهیلات به شرکت های کارآفرین روستایی

این موسسات طیف وسیعی از سازمان هایی را زیر پوشش قرار می دهد که به برخی از آن ها که در عرصه های روستایی تاثیر گذار هستند اشاره می شود.

۱. بانک ها: طرفی بانک های تجاری در کشورهای درحال توسعه دچار مشکل هستند که بتوانند تشخیص دهند کدام قرض گیرندگان برای پرداخت وام دچار مشکل می شوند. لذا ارایه وام را به ارباب رجوع های خود محدود می کنند و یا وثیقه های سنگین طلب می کنند. این عامل از جمله مواردی است که بر سر گرفتن وام جهت توسعه یک طرح کارآفرینانه در محیط های روستایی وجود دارد.
۲. خدمات مالی غیر رسمی با اهداف انتفاعی که شامل دو دسته هستند سپرده گیران و رباخواران. در سپرده گیران پس انداز کنندگان معمولاً از طریق نرخ بهره منفی وجوهی که می پردازند خدمات را بدست می آورند. ربا خواران نرخ بهره ای سنگین همراه و معمولاً با یک وثیقه از وام گیرنده طلب می کنند. معمولاً کارآفرینان کمتر تمایل به دریافت این گونه وام ها به علت بهره های سنگین دارند، و به علاوه این منابع بیشتر در جهت ارایه خدمات برای رفع نیازهای معیشتی کشاورزان است و به علت ریسک پذیر بودن طرح های نوآورانه کمتر تمایل به دادن وام به کارآفرینان توسط این قشر از جامعه روستایی وجود دارد.
۳. اقوام، دوستان و خانواده کارآفرین. این سنت وجود دارد که خویشاوندان به افراد نیازمند در محیط روستا کمک بکنند. معمولاً میزان این کمک با توجه به شرایط اقتصادی خانواده ها متغیر است، ولی در کل چندان زیاد نمی باشد. به این مساله ارث را می توان افزود که خانواده ها با رسیدن زمین یا پولی از متوفی، اقدام به سرمایه گذاری در یک طرح کارآفرینانه می کنند. البته این مساله تابع میزان ارث و قوانین موجود که تعیین کننده حق ارث است، می باشد.

۴. شرکت های تعاونی: شرکت تعاونی شرکتهایی هستند که با رعایت مقررات این قانون تشکیل و به ثبت برسند، تعاونی شناخته می شوند... شرکت تعاونی شرکتی است که بین اشخاص حقیقی برای فعالیت در امور توزیع و تولید در جهت اهداف مصرح در قانون بخش تعاونی و به منظور بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضا از طریق همکاری و تشریک مساعی آن ها با رعایت مقررات قانون مزبور تشکیل می شود. یک شرکت تعاونی بر خلاف سایر موسسات دخیل در روستاها، دارای وجه همکاری بیشتر بوده و مالکیت آن به فرد خاصی تعلق ندارد. یکی از انواع شرکت های تعاونی که در تحقیق مورد نظر ماست، شرکت های تعاونی اعتبار است که بدان پرداخته می شود.

تعاونی های اعتبار

یک تعاونی، تحت مالکیت و کنترل اعضاست. در واقع اعضای تعاونی ها، کاربران و ذی نفعان تعاونی هستند. این معنا که هر کدام از اعضا به طور فعالانه و به صورت سودمندان در تعاونی ها مشارکت می نمایند، دارای دو بعد اقتصادی و سیاسی کاملا وابسته به یکدیگر است. در بعد اقتصادی، اعضا باید محصولات را خریداری کرده و از خدمات تعاونی استفاده نمایند. در بعد سیاسی اعضا باید در اداره یک تعاونی مشارکت نمایند، از قبیل کاندیداتوری در شورای تصمیم گیری و... این یکی از ویژگی های تعاونی ها است که شامل تعاونی های اعتبار هم می شود. حضور و نقش کارآفرین در عرصه تصمیم گیری و استفاده از خدمات می تواند منابع مالی تعاونی را به سمت فعالیت های کارآفرینانه سوق داده و مانع از جهت دهی آن در مسیر مصارف مصرفی (که در دیگر موسسات مالی و اعتباری مطرح است) بشود. در عین حال بر عهده گرفتن مدیریت تعاونی توسط کارآفرینان موجب می شود که در روستا روحیه کارآفرینی گسترش یافته و دیگران که خواهان استفاده از منابع مالی تعاونی هستند را به فعالیت های کارآفرینانه ترغیب کند.

این موضوع را در قانون شرکت های تعاونی می بینیم. «شرکت تعاونی اعتبار شرکتی است که بین افراد گروه های شغلی مختلف برابر آیین نامه ای که به وسیله سازمان مرکزی تعاون و وزارت کار و امور اجتماعی (در مورد شرکت تعاونی اعتبار کارگری) تهیه خواهد شد و سپس به تصویب شورای پول و اعتبار خواهد رسید که به منظور اهداف زیر است:

- افتتاح حساب سپرده های مختلف منحصرآ برای اعضای تعاونی
- پرداخت وام با دریافت بهره به اعضای تعاونی
- انجام دیگر خدمات اعتباری برای اعضا در حدود امکانات.»

به عبارتی حضور کارآفرینان در شرکت های تعاونی اعتبار جهت کسب منابع مالی تعاونی ها و صرف آن در طرح های کارآفرینانه ضرورت دارد.

ویژگی های تعاونی های اعتبار

تعاونی ها ۷ ویژگی دارند که آن ها را از هر نوع موسسه ای متمایز می کند که عبارتند از: هم آهنگی، همزیستی و تجانس، انتخاب گروهی، سرعت بخشی، مردمی بودن، ع مل جمعی، هوش جمعی

دنبال کردن یک طرح کارآفرینی در یک محیط کوچک روستایی بالاخص وقتی که منابع مالی محدود باشد، موجب رقابت های اقتصادی بین متقاضیان وام می شود، اما در یک تعاونی که مجموعه ای از افراد عضو هستند این رقابت ها کمتر بوده و با نوعی تفاهم به نتیجه می رسند به علاوه در زمان اختصاص وام نوعی خرد جمعی برای چگونگی تخصیص آن وجود دارد که می تواند به هر متقاضی اعتبار در بهینه مصرف کردن منابع مالی قرض گرفته کمک بکند. در عین حال فرض بر این است که در یک تعاونی مردم عادی بدون هیچ وابستگی عضو می شوند و همانند بسیاری از موسسات، بالاخص موسسات مالی دولتی قدرت های سیاسی اجتماعی نقشی ندارد.

یک سری خصوصیات وجود دارد که تعاونی اعتبار را از هر سازمان مالی روستایی جدا می کند که عبارتند از:

- سازمان های خصوصی برای سود بیشتر خود وام گیری را در بین ارباب رجوع های خود تشویق می کنند ولی این خصیصه در مورد شرکت های تعاونی مطرح نمی باشد. در حقیقت یک وام می تواند هم توانمند کننده باشد و هم تحلیل برنده اگر متقاضی پرداخت وام نتواند از عهده پرداخت آن برآید.

- عدم وجود انحصار که طبق آن شرکت های تعاونی نه تنها به سمت انحصار نمی روند بلکه در اتحادیه های تعاونی با یکدیگر جمع شده و تصمیم گیری می نمایند.
- مالکیت در تعاونی ها فردی نیست که بر خلاف موسسات مالی و اعتباری دولتی و خصوصی است.

البته سودبخشی های تعاونی های اعتبار زمانی واقعی است که این موسسات ویژگی و خصوصیت حقیقی تعاونی را از خود بروز دهند. اگر نهضت های تعاونی ضعیف بوده، هدفش توزیع وام های اعطایی دولت به کشاورزان باشد، می توان گفت که این هدف از طرف موسسات دولتی و غیر دولتی بهتر حاصل می شود. از طرفی بهتر است وام هایی که از طرف موسسات رسمی و غیر رسمی اعطا می شود، از طریق شرکت های تعاونی به زارعین کوچک و متوسط داده شود، زیرا که این شرکت ها به وظیفه خود کاملاً آگاهند و جنبه های فنی این وام ها را نیز مورد توجه قرار می دهند.

تشابهات بین خصوصیات یک کارآفرین و یک عضو تعاونی اعتبار

تعاونی های اعتبار باید در جهت حرکت کنند که اعضای خود را از بین کارآفرینان انتخاب کنند و یا کارآفرینان زمینه ایجاد یک تعاونی اعتبار را در روستا جهت تامین منابع مالی طرح های خود پدید آورند، در این جا به برخی از ویژگی هایی می پردازیم که حاکی از وجود خصایص مشترک در بین کارآفرینان و متقاضیان عضویت و رهبری در تعاونی ها است:

- خلاقیت: فراهم کردن زمینه های مساعد برای بروز خلاقیت و پرورش محیط مناسب برای پیدایش اندیشه های جدید
- یک شخصی که یک عملیات اقتصادی را سازمان می دهد، باید درجه ای از ریسک برای حصول موفقیت خود بپذیرد. یک کارآفرین و یک متقاضی تاسیس یک شرکت تعاونی باید در هر حالت درجه ای از ریسک را بپذیرند.
- پویایی: کار باید به گونه ای طراحی شود که برای افراد معنادار و با پویایی و نشاط همراه باشد و موانع کمتری بر سر راه آن ها ایجاد شود، گرچه انسان های خلاق می کوشند این پویایی را در سازمان ایجاد کنند و با قبول تغییرات با تغییرات همراه می شوند.

- قاطعیت و اراده قوی که به منظور عدم تردید و تعلل و سستی در انجام امور است.
- کمال جویی: انسان توسعه یافته هدفمند و دائماً در حال تحصیل هدف و یافتن اهداف جدید است.
- هدف هر دو توانمند سازی جوامع روستایی است که با توسعه کارآفرینی و در عین حال بسط موسسات اعتباری می توان وابستگی روستاییان را به منابع مالی شهرها و یا افراد قدرتمند روستا و رباخواران افزایش داد. همچنین توسعه شرکت های روستایی و حمایت از راه اندازی آن ها و افرادی که قادرند در این بخش ها سرمایه گذاری کنند یا طرح های نو و سودمندی دارند، فرصت های شغلی بسیاری برای جوانان روستایی و نیز جوانان شهری به وجود می آورد. این راهکار نه تنها در توسعه کارآفرینی و روستایی بلکه مهم تر از آن در توسعه پایدار کشور تأثیری شگرف خواهد داشت. این کار موید حمایت های مالی سازمان های مختلفی است که تعاونی ها از جمله آن ها است.

مسیر ایده آل توسعه کارآفرینی در روستاها

در این مرحله چرخه ارتباطی بین کارآفرینان و موسسات کارآفرینی را با تعاونی های اعتبار و جوامع روستایی ترسیم می گردد. در صورتیکه این مسیر بتواند به شکل صحیحی ترسیم گردد، می توان امیدوار به توسعه محیط های روستایی و حل مشکلات این نواحی در جهت گسترش مفهوم کارآفرینی داشت.

همان طور که مشخص است کارآفرینی روستایی باید بتواند باعث فقر زدایی، توانمند سازی مردم بویژه فقرای روستایی و اشتغال زایی شود. در این راستا ارتباط مستقیم و موثر آن با تعاونی های اعتباری ضرورت دارد.

به طور مثال می توان به نمونه چین در توسعه موسسات مالی برای کمک به کارآفرینی اشاره نمود. در این رابطه، برای حل مشکل مهاجرت روستاییان، دولت چین اقدام به تأسیس و راه اندازی شرکت های کوچک تولیدی و صنعتی در روستاها و شهرک ها نمود. این شرکت ها، شرکت هایی نیمه دولتی محسوب می شوند که با پشتیبانی دولت و توسط جمعی از روستائینان تأسیس شده و تحت قوانین محلی و منطقه ای اداره می شوند. دولت مرکزی چین دخالت چندانی در اداره این شرکت ها ندارد. مؤسسات مالی و اعتباری روستایی نقش مهمی در راه اندازی و پیشرفت این شرکت ها ایفا می کنند. این مؤسسات ابعاد متفاوتی دارند و هر یک نقش منحصر به فردی در ارائه خدمات مالی به روستاییان و در

نتیجه اقتصاد ملی کشور دارند. این مؤسسات با اعطای وام و تسهیلات به کارآفرینان روستایی آنان را تشویق به راه‌اندازی شرکت‌های صنعتی و تولیدی می‌کنند.

زنان کارآفرین و تعاونی‌های اعتبار

در ایران زنان، خود اشتغالی را راهی برای غلبه بر مشکل جداسازی مشاغل و مشارکت در توسعه اقتصادی می‌بینند. جوان بودن جمعیت، گرایش بیشتر زنان به تحصیلات عالی و سنتی بودن جامعه، از جمله ویژگی‌های ساخت اجتماعی در ایران است، به گونه‌ای که این ساختارها با ساختارهای موجود در بسیاری از کشورهای توسعه یافته متفاوت است.

میزان مشارکت زنان ایران در بازار کار کمتر از مشارکت زنان کشورهای امارات متحده عربی، بحرین، مراکش، تونس، کویت، قطر، مصر و لبنان است. جای جمهوری اسلامی ایران با نرخ مشارکت تنها ۳۰ درصدی زنان در بازار کار در نمودار کشورهای در حال توسعه منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا کارشناسان بانک جهانی را به تامل بیشتری نشانده است: ایران با نرخ بیکاری ۱۷ درصد و ۳۰/۱ درصد حضور زنان در بازار کار از کویت و کشورهای عربی که به لحاظ سختگیری بر زنان شهره‌اند عقب‌تر مانده است؛ کویت با تنها ۳ درصد نرخ بیکاری شاهد حضور ۴۸/۲ درصد زنان در بازار کار است. محققان پروژه «جنسیت و توسعه در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا» با ارائه نتایج آخرین تحقیق خود در این منطقه بر ایران خرده می‌گیرند که میزان مشارکت زنان ایران در نیروی کار، کشوری که از منابع سرشار نفتی برخوردار است در هم‌سنجی با کشورهایهایی که از نظر منابع نفتی غنی نیستند - مصر، اردن، لبنان، مغرب و تونس - کمتر است. این محققان میزان مشارکت زنان ایران در بازار کار را هم‌سطح کشورهایهایی همچون سوریه، الجزیره، یمن و عراق ارزیابی می‌کنند. در حالی که نرخ بیکاری در سوریه و یمن کمتر از ایران است.

یکی از مشکلات این کمی اشتغال در نبود و یا کم بودن و عدم دسترسی زنان به اعتبارات لازم جهت ایجاد توسعه اشتغال است و معمولاً تمایل کمی هم در بین زنان برای درخواست وام و اعتبار جهت توسعه یک طرح کارآفرینانه وجود دارد که ریشه آن در دو عامل عرضه و تقاضا قابل بررسی است:

- عوامل عرضه: به دلیل موقعیت خاص زنان در اقتصاد، اکثر آنان در کشورهای روبه توسعه به مقدار اندکی اعتبار تراز دارند و تنها قادرند، آن مقدار کم را به کارگیرند. بنابراین زنان با عدم تمایل نهادهای مالی برای اعطای وام به مقدار اندک روبرو هستند.

- هزینه های معین وام دهی: هزینه ها برای وام های کوچک از وام های بزرگ بیشتر است. لذا نهادهای مالی از این نوع وام ها که زنان عمدتاً خواهان آن هستند، اجتناب می کنند.
- نرخ های بازپرداخت: نرخ های بازپرداخت وام های کوچک بالاست.
- سیاست های تنظیم کننده: در اکثر کشورهای روبه توسعه، دولت ها نرخ بهره اسمی را برای یک دوره زمانی ثابت نگه داشته اند، در حال که بر حسب ارزش واقعی این نرخ ها اغلب منفی، نامعقول و غیر قابل پیش بینی است. این سیاست نرخ بهره باعث شده است که علاوه کاهش اعتبارات، دسترسی به اعتبارات برای وام گیرندگان کوچک مانند زنان محدود شود. زیرا آنان نرخ های بهره پایینی را فراهم می کنند و این نرخ بهره پایین باعث می شود، موسسات مالی هزینه فرصت ارایه اعتبارات ارزان را تحمل کنند.

- عوامل تقاضا: برخی عوامل در مسیر تقاضای زنان برای درخواست اعتبار از نهادهای مالی رسمی وجود دارد که شامل:

- هزینه معاملاتی: به غیر از هزینه های بهره، هزینه های دیگری همچون پرداخت برای اوراق اداری، هزینه سفر برای ملاقات قرض دهندگان و هزینه فرصت ها و زمان صرف شده برای مباحثه و بازپرداخت وام ها نیز وجود دارد که ممکن است این هزینه ها، از سود وام بیشتر شود.
- نیاز به ضمانت: به علت نبود مالکین دارایی یا کم بودن آن در زنان، فراهم نمودن ضمانت برای وام در زنان سخت است.
- رویه های درخواست وام: وجود رویه های تقاضای ممکن است، موانع غیر قابل عبوری را برای مشتریان فقیر و بی سواد ایجاد کند، بالاخص که معمولاً میزان بی سوادی در زنان بیشتر از مردان روستایی است و این مساله بر سر گرفتن وام توسط زنان مانع ایجاد می کند.

- محدودیت های اجتماعی و فرهنگی: زنان با محدودیت های اجتماعی و فرهنگی جهت گرفتن وام نظیر محدودیت سفر، پیشنهاد رشوه به کارمندان مرد، و یا فشارهای خانواده جهت کسب و کار زنان.

آسیب شناسی شرکت های تعاونی در جهت توسعه کارآفرینی

شرکت های تعاونی اعتبار با وجود مزایایی که در جهت توسعه کارآفرینی دارند آسیب هایی را هم متوجه محیط های روستایی می کنند:

- اعضای تعاونی افرادی را به همکاری با خود می پذیرند که از توانایی آن ها در پرداخت اعتبار مطمئن باشند، لذا این امر موجب می شود که قشرهای ضعیف تر جامعه نتوانند از اعتبارات آن استفاده کنند.
- کارآفرین ها معمولاً شخصیت جاه طلبانه ای دارند و این امر بالاخص زمانی که آن ها مدیریت شرکت تعاونی را در روستا بر عهده گیرند می تواند در سطح روستا موثر باشد.
- هر چند که در تعاونی افراد حق رای برابر دارند اما این امکان وجود دارد که برخی از اعضا از نفوذ بیشتری برخوردار بوده و بر تصمیمات دیگران تاثیر گذارند لذا عده ای دیگر در مجموعه به حاشیه بروند.
- ممکن است که شرکت های تعاونی نیز اقدام به بزرگ شدن و گسترش شعب خود بکنند که این امر سبب افزایش هزینه ها و کاهش کارایی آن ها می شود.
- ممکن است، زنان کمتر در کارهای مدیریتی تعاونی ها وارد شوند، و یا توسط اعضا به رده های مدیریتی وارد نشوند که سبب می گردد در ارایه وام ها تاثیر گذارد. چرا که مردان کمتر به مقوله دادن وام ها به زنان توجه دارند تا خود زنان.

نقش کارآفرینان در توسعه تکنولوژی

کارآفرینی اصطلاحی است که در طول ۳۰۰ سال گذشته توسط دانشمندان و صاحب نظران به صورت های مختلفی تعریف شده است. به طور خلاصه کارآفرینی فعالیتی است مخاطره آمیز که فردی در پی اجرای یک ایده معمولاً

اقتصادی توجه نهادهای سرمایه‌گذاری، علمی، صنعتی و غیره را جلب نموده و نیروی آنها را به سمت عملی نمودن ایده هدایت می‌کند. بنابراین یک ایده که بر اساس یک نیاز اجتماعی شکل گرفته از ملزومات کارآفرینی است. نتیجه کارآفرینی علاوه بر نوآوری در محصولات جدید، حل نیازهای اجتماعی، ایجاد اشتغال برای دیگران، افزایش سودآوری شرکت‌ها و افراد و توسعه تکنولوژی است. کارآفرینی باعث رفع نیازها به کمک تکنولوژی‌های جدید می‌گردد. بسیاری از محصولات تکنولوژی‌های جدید خصوصاً در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، در اثر فعالیت‌های کارآفرینانه بوجود آمده‌اند. اکثر شرکت‌های فعال در حوزه تکنولوژی مخصوصاً شرکت‌های مبتنی بر خلاقیت و نوآوری که فناوری‌های جدید را خلق می‌کنند و اصطلاحاً درلبه فناوری فعالند، شرکتهایی کارآفرین هستند.

افراد کارآفرین از ویژگی‌های شخصیتی خاصی برخوردارند. مخاطره‌پذیری، نوآوری و خلاقیت، مسؤولیت‌پذیری و اعتماد به نفس، توانایی ارتباطات قوی، واقع‌گرایی، هدفگرایی، تهاجمی بودن، تحمل ابهام و عدم قطعیت، خوشبینی و تعهد و اعتقاد به مرکز کنترل درونی بخشی از ویژگی‌های این افراد است. هر فرد کارآفرین ممکن است تعدادی از این ویژگی‌ها را داشته باشد و با شخصیت منحصر به فردی به کارآفرینی بپردازد. شخصیت از ملزومات کارآفرینی است توسعه کارآفرینی نیازمند تربیت افراد کارآفرین می‌باشد. در سرتاسر دنیا مراکز مختلفی برای آموزش و کارآفرینی وجود دارد اگرچه برخی از افراد روحیه کارآفرینی بیشتر را وابسته به تحولات زندگی افراد در طول سالیان مختلف می‌دانند ولی این تناقضی با آموزش کارآفرینی ندارد. در آموزش کارآفرینی بایستی افرادی که بصورت بالقوه از روحیه کارآفرینی برخوردارند انتخاب شده و سپس شخصیت‌شان به فعلیت برسد. علاوه بر این روش‌های دیگری مثل انکوباتورها، برای تحریک کارآفرینی وجود دارد که افراد عملاً تا سطحی از کارآفرینی هدایت می‌شوند و یکبار به خارج پرتاب می‌گردند و با حمایت‌ها و راهنمای‌های بعدی از آنها استفاده می‌نمایند.

نقش دولت در توسعه کارآفرینی، علاوه بر ایجاد بسترهای سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و حمایتی از کارآفرینی، شناسایی، آموزش و هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه است. توسعه تکنولوژی بسیار وابسته به کارآفرینی است و نباید از آن غافل ماند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی

امروزه بر همه روشن شده است که اطلاعات و ارتباطات دو قدرت مهم می‌باشند. این دو هم خود ارزش دارند و هم ارزش بوجود می‌آورند. فردی که از بازارهای مختلف و قیمت اجناس در آن بازارها را اطلاع داشته باشد یا از گذشته و

آینده بازار باخبر باشد، تصمیمات بهتری برای رسیدن به سود بیشتری می تواند بگیرد. اطلاعات علاوه بر ارزش ذاتی، جنبه دیگری دارد که به دانش منتهی می شود و در مکانیزم تصمیم گیری و انجام بهتر آن اثر می گذارد. ارتباطات نیز مانند اطلاعات ارزشمند بوده و ارزش افزوده ای متناسب با اندازه و نوع ارتباطات نصیب افراد می کند. انسان هایی که ارتباطات متنوع، بیشتر و قویتری دارند، کارهای خود را بهتر پیش می برند و زودتر به نتیجه می رسانند. هدف از این بخش بررسی تأثیرات فناوری اطلاعات در ارتباطات در کارآفرینی است.

اطلاعات و ارتباطات دو ابزار اساسی مورد نیاز هر فعالیت کارآفرینی است. کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمان ها و انسان ها امکان پذیر نیست. کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است. و کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای آن و بافت فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی آن وابسته می باشد. در شناسایی نیاز هر فعالیت کارآفرینانه، ایده پرداز یا تئوریسین می بایست نسبت به محیط بینش و بصیرت داشته باشد و بداند چه راه حل هایی برای رفع آن نیاز، در نقاط دیگری از دنیا ارائه شده است. مطمئناً شناسایی نیازها و ارائه راه حل ها بدون اطلاعات امکان پذیر نخواهد بود. بنابراین اطلاعات و دانش مانند ارتباطات از ملزومات هر فعالیت کارآفرینی است.

فناوری اطلاعات و ارتباطات جدید تحولات شگرفی در دستیابی به اطلاعات بوجود آورده و بسترهای ارتباطی قویتری را فراهم کرده است. این فناوری ها اهمیت و ارزش اطلاعات و ارتباطات را بالا برده اند. در نتیجه کارآفرینی نیز مانند سایر امور از مزیت های این فناوری بهره برده است. برای درک اهمیت این فناوری ها در کارآفرینی به بررسی نظریه شبکه های اجتماعی می پردازیم. طبق نظریه شبکه های اجتماعی کارآفرینی، فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت ها محدود یا تسهیل نمایند.

شبکه ها دارای سه ویژگی تراکم، دسترس پذیری و مرکزیت می باشند، به کمک این ویژگی اثر بخش شبکه ها سنجیده می شوند. تراکم به کثرت ارتباطات بین افراد، دسترس پذیری به قلمرو شبکه و تعداد واسطه های ارتباطی یا گروه های مرتبط، و مرکزیت به فاصله کلی فرد از تمامی افراد دیگر و تعداد افرادی که می توانند به وی دسترسی داشته باشند اطلاق می گردد.

براساس قانون متکالف ارزش هر شبکه برابر n^2 است، وقتی تعداد اعضای متصل به آن n باشد. به عنوان مثال یک دستگاه تلفن به تنهایی ارزش کاربردی ندارد و وقتی دو دستگاه تلفن متصل در یک شبکه داشته باشیم این شبکه

ارزش خاصی برابر یک ارتباط دارد. اگر دستگاه تلفن‌های متصل به شبکه n عدد بشود امکان ارتباطات برابر n^2 است، پس ارزش شبکه یا همان ارزش ارتباطات توان دوم تعداد اعضای شبکه می‌باشد. البته این ارزش به شبکه تعلق دارد و هر یک از افراد به میزان و نوع ارتباطاتی که در این شبکه برقرار می‌کند از ارزش آن بهره می‌برند.

توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه‌ای عظیم با مقیاس جهانی، (اینترنت) شده است و بنابراین علاوه بر افزایش و ارزش ویژگی‌های مورد ذکر در نظریه شبکه‌های اجتماعی، قابلیت‌های ارتباطی جدیدی مانند کنفرانس از راه دور و یا فعالیت‌های توزیع شده را بوجود آورده و دسترسی آسان‌تر و سریع‌تر به اطلاعات را امکان‌پذیر ساخته‌اند. در کشورهای پیشرفته اینترنت، یکی از مهمترین ابزارهای کارآفرینان است و این افراد از طریق این شبکه بر قابلیت‌های خود افزوده و از مزایای آن بهره می‌گیرند. در کشور ما به خاطر عدم توسعه قوی و قابل توجه اینترنت شاید این شبکه ابزار کارآفرینی چندان قوی محسوب نگردد، درحالی‌که تلفن همراه یکی از ابزارهای مهم کارآفرینی در ایران است. بدون تلفن همراه کارآفرینی تقریباً معنی ندارد. چرا که تلفن همراه دسترسی به افراد را از زمان خاص و محل خاص به صورت ۲۴ ساعته تقریباً مستقل از مکان تغییر داده و در نتیجه ارزش ارتباطات را بالا برده است. بنابراین کارآفرینی که به شدت ارتباطات قوی وابسته می‌باشد، به این ابزار نیازمند است. نمونه‌هایی از کارآفرینی که در کشور مشاهده می‌شود مؤید این مطلب است. به عنوان مثال گروهی از دانشجویان یک دانشگاه که در پی یک ایده تجاری به ساخت نرم‌افزار انتخاب رشته و تجاری‌سازی و عرضه آن در هنگام انتخاب رشته کنکور سراسری پرداخته بودند، در نهایت با خرید یا اجاره چند دستگاه تلفن همراه در خوابگاه دانشجویی، فرآیند انتخاب رشته را توسط شبکه‌ای که در کل کشور ایجاد کرده بودند، مدیریت می‌کردند.

در آینده انواع نرم‌افزارها، خصوصاً نرم‌افزارهای هوشمند نیز مورد استفاده کارآفرینان قرار خواهند گرفت. و این افراد به کمک این نرم‌افزارها فعال خواهند بود، فرصت‌ها را بهتر شناسایی خواهند کرد و اطلاعات دقیق‌تر و مناسب‌تری را جمع‌آوری خواهند نمود. دانش و مفاهیم بهتری را درک خواهند کرد و ارتباطات ساده‌تر و گسترده‌تری را برقرار خواهند نمود. نرم‌افزارهایی که شخصیت و ویژگی‌های افراد مختلف را کشف و شناسایی کرده و بسته به موقعیت در ارتباط با هر یک، عکس‌العمل‌های مناسبی ارائه خواهند نمود. اینترنت و شبکه‌های الکترونیکی یک بستر ارتباطی هستند. برقراری ارتباط با هر فرد، شیوه‌های خاص او را می‌طلبد که الان تا حد زیادی از دسترس ما خارج است. خصوصاً اولین ارتباط بسیار مهم است. نرم‌افزارهای هوشمند کمک خواهند کرد تا اولین ارتباط آخرین ارتباط نباشد.

فصل ششم: پیشنهادات و راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی

پیشنهادات و راهکارهای توسعه کارآفرینی روستایی

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات، و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گسترده وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند. آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علی‌رغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهانی کمتر به این موضوع پرداخته میشود. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه های پیشرو در صحنه اقتصادی می کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می شود.

اهم موضوعات قابل تحقیق در کارآفرینی روستایی با محوریت دهیار:

جنبه های اقتصادی کسب و کار

ویژگی های روانشناختی و فردی

عوامل اجتماعی و نقش دولت

آموزش کارآفرینی

نقش شرکتهای کوچک

نقش استراتژی و عوامل سازمانی

تکنولوژی اطلاعات

۱- جنبه های اقتصادی کسب و کار:

- بررسی علل و عوامل عدم موفقیت دهیاران در ایجاد کسب و کارهای جدید
- مطالعه و بررسی فرآیند ایجاد کسب و کار توسط دهیاران و ارائه الگوی رفتاری آنان در صنایع روستایی مختلف

- بررسی و تجزیه و تحلیل اقدامات کار آفرینانه دهیاران
- بررسی شیوه های تأمین مالی برای حمایت از کارآفرینان روستایی
- نقش دهیاران در رشد و توسعه اقتصادی روستا از دیدگاه تئوریهای اقتصاد
- رویه ها و روش های مالی در موسسات کارآفرینی روستایی
- نقش کارآفرینی در احیای صنایع دستی رو به زوال
- نقش کارآفرینی و اشتغال زایی (بویژه جوانان روستایی)
- بررسی رابطه بین ارزشها و قوانین اسلامی و اشاعه فرهنگ کارآفرینی و مؤسسات خیریه
- بوم شناختی روستایی و کارآفرینی
- جهانی شدن (Globalization) و کارآفرینی
- کارآفرینی در بخش کشاورزی
- کارآفرینی در بخش صنایع تبدیلی روستایی

۲- ویژگی های روانشناختی و فردی:

- شناسایی دهیاران موفق و ارائه الگوی موفق آنها در بخش صنعت و کشاورزی روستایی (حمایت از طرح های برتر روستایی)
- بررسی ویژگی های شخصیتی (Traits) و روانشناسی کارآفرینان فردی در روستا (Entrepreneurs)
- بررسی ویژگی های شخصیتی - روانشناسی کارآفرینان سازمانی (دهیاران) (Intrapreneurs)
- بررسی متغیر های تسهیل کننده و نیازهای مختلف دهیاران در صنایع روستایی
- مطالعه مقایسه ای و تطبیقی بین ویژگی های مدیران روستایی ایران با سایر کشور ها
- مطالعه در خصوص ویژگی ها و انگیزه های کارآفرینان زن روستایی

- اخلاق کارآفرینی (Entrepreneurship ethics)
- عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری توسط کارآفرینان روستایی
- مطالعه مقایسه‌ای و تطبیقی بین ویژگی‌های کارآفرینان روستایی در صنایع تبدیلی روستایی ایران

۳- عوامل اجتماعی و نقش دولت:

- بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان روستایی
- بررسی نقش سیاست‌های حمایتی دولت در توسعه صنایع روستایی
- نقش دولت در ایجاد مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی روستایی
- نقش رسانه‌های گروهی در ترویج کارآفرینی در جامعه روستایی
- ارائه الگوی شبکه کارآفرینی و ارائه آن در روستا
- موانع کارآفرینی روستایدر کشور
- ارتباط قانون کار و مقررات مربوطه با فرهنگ کارآفرینی در جامعه روستایی ایران
- بررسی عوامل جامعه‌شناختی در کارآفرینی روستایی

۴- آموزش کارآفرینی:

- طراحی دوره‌های آموزشی در سطوح مختلف برای دهیاران و کارآفرینان روستایی
- ارائه راهکارهای اجرایی آموزش کارآفرینی روستایی

۵- نقش شرکت‌های کوچک:

- نقش شرکت‌های کوچک در توسعه اقتصاد روستایی
- بررسی و ارزیابی پروژه‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی
- نقش فرانسیز در توسعه کارآفرینی روستایی

- ساختار سرمایه در مؤسسات کوچک و کارآفرین
- مدیریت استراتژیک در مؤسسات کوچک و نقش کارآفرین روستایی در تدوین استراتژی
- بررسی زمینه های کارآفرینی روستایی در صنایع کوچک ایران
- نقش فرانشیز در اشتغال زائی و توسعه اقتصادی روستا

۶- نقش استراتژی و عوامل سازمانی:

- نقش تیم مدیریت در کارآفرینی (سازمانی)
- اثربخشی در مؤسسات کارآفرین روستایی و مقایسه با مؤسسات غیر کارآفرین
- ارتباط بین بازاریابی و کارآفرینی روستایی
- دورنمای کارآفرینی روستایی در قرن ۲۱ و پیامدهای آن برای ایران
- توسعه ساختارهای زیربنایی کارآفرینی روستایی در کشور
- نقش ساختار و استراتژی در مؤسسات کارآفرینی روستایی
- ایجاد تیمهای کارآفرینی روستایی جهت رشد مؤسسه
- چالشهای مؤسسات دارای رشد سریع و کارآفرینانه
- تبیین مدل مدیریت منابع انسانی مبتنی بر پرورش کارآفرین روستایی

۷- تکنولوژی اطلاعات:

- نقش تکنولوژی اطلاعات و اینترنت در توسعه فرصتهای کارآفرینی
- فرایند انتقال تکنولوژی و فرایند نوآوری در شرکتهای کارآفرین
- بررسی استفاده از تکنولوژی اطلاعات در کارآفرینی در ایران
- طراحی سیستم اطلاعات کارآفرینی در صنعت و خدمات
- طراحی سیستمهای پاداش و حقوق و دستمزد مبتنی بر الزامات کارآفرینی

پیشنهادات راهبردی و نکات کلیدی در توسعه کارآفرینی روستایی

با تحلیل مجموعه مطالعات نظری و بررسی های انجام شده، می توان به نکات کلیدی و اساسی زیر دست یافت:

۱. بدون وجود یک راهبرد کلان توسعه و توسعه اقتصادی مشخص، نمی توان توفیق چندانی در توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی در روستاها به دست آورد. بنابراین باید تمرکززدایی یکی از مهم ترین و اساسی ترین سیاست های کلان توسعه کشور باشد.
۲. راهبرد توسعه اقتصادی کشور باید بخوبی جایگاه روستاها و رویکرد توسعه روستایی مطلوب را مشخص کند و برای آن ارزش و اهمیت کافی قایل شود، برای مثال نمی توان با انتخاب یک راهبرد صنعتی شدن (همچون کشور ما که توسط وزارت صنایع و معادن معرفی شده است) به توسعه روستایی و کشاورزی دست یافت.
۳. توسعه روستایی معادل توسعه کشاورزی نیست. توسعه کشاورزی باید به عنوان زیر مجموعه توسعه روستایی تلقی شود. به علاوه کشور نباید تنها بر توسعه کشاورزی متمرکز شود چون نمی توان انتظار داشت که توسعه کشاورزی به توسعه روستایی منتهی شود.
۴. بهترین راهبرد توسعه روستایی، ترکیبی از رویکرد ساختارهای سلسله مراتبی پایدار و بهره برداری بیشینه از زمین و منابع طبیعی نیست. جالب است که بدانیم بسیاری از کشورهای پیشرفته (همچون آلمان) به کنترل و محدودسازی کشاورزی و استفاده از جنگل ها و مراتع خود پرداخته اند و بیشتر مایل هستند این گونه مواد و محصولات مورد نیاز خود را از دیگر کشورها تامین کنند تا محیط زیست شان سالم باقی بماند.
۵. توسعه روستایی تنها از طریق توسعه زیرساخت های عمرانی و ارائه خدمات اجتماعی محقق نمی شود بلکه نیازمند اشتغالزایی درآمدزا برای روستاییان و تسریع توسعه فرهنگی آنان (در مقابل جذابیت های فرهنگی اجتماعی شهرها) است.

۶. ساماندهی ساختار سلسله مراتب سکونتگاه های کشور بسیار ضروری است. باید روستاهای مرکزی تر بزرگتر و دارای امکانات بیشتر، روستاهای کوچک تر و پراکنده اطراف خود را پوشش دهند و این روستاها از طریق شهرک ها یا شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ و در نهایت کلانشهرها ارتباط یابند. ممکن است در این فرآیند بسیاری از مناطق دورافتاده تر یا غیرقابل دسترس که طبق روند موجود در حال تخلیه و نابودی هستند، نیز از چرخه خارج و ساکنان آنها به دیگر روستاها یا مناطق جدید کوچ داده شوند.

۷. باید با ارایه خدمات اجتماعی و اقتصادی مناسب در نقاط واسطه همچون روستاهای مرکزی، شهرک ها و شهرهای کوچک، از مهاجرت مستقیم روستاییان به شهرهای بزرگ جلوگیری کرد. به علاوه وجود نقاط ملی باعث می شود که بسیاری از روستاییان علاوه بر حفظ کار خود در روستا از زندگی شهری نیز برخوردار و حتی دارای کسب و کار جدیدی در آن نقطه واسطه در کنار شغل روستایی خود شوند که این موضوع زمینه افزایش درآمد و رفاه آنان را فراهم می سازد.

۸. نباید تنها توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی روستایی را در بافت خود روستا تصور کرد، بلکه باید به آن به صورت ملی نگاه شود. به همین دلیل از مهم ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغالزایی در مناطق روستایی می توان به ایجاد شهرک های کسب و کاری اشاره کرد. این شهرک ها با ایجاد فضای مناسب برای رشد کسب و کارها و کارآفرینی باعث رشد شرکت ها و بنگاه های روستایی می شوند.

۹. در اکثر کشورهای جهان، نسبت جمعیت روستایی به جمعیت کل کشور در حال کاهش است بطوری که در اغلب کشورهای پیشرفته این مقدار زیر ۱۰ درصد است. جدای از مسائل مربوط به روند رشد طبیعی شهرنشینی در تمام جهان، علت اصلی این کاهش، محدود بودن ظرفیت تولید مناطق روستایی (بخصوص در حوزه های مربوط به کشاورزی) است. با صنعتی شدن و علمی شدن کشاورزی در کشورها، بهره وری منابع تولید روستایی نیز افزایش می یابد و در نتیجه (در درازمدت) نیازمند نیروی انسانی کمتری است. این روند خود به خود باعث افزایش بیکاری و کاهش درآمد روستاییان دارای زمین و امکانات کمتر می شود. به همین دلیل یکی از راهبردهای اصلی اشتغالزایی در مناطق روستایی، حرکت به سمت صنایع و فعالیت های غیرکشاورزی است. اینگونه کسب و کارها در چند حوزه اساسی صنایع تبدیلی، صنایع فرهنگی، خدمات و امور دولتی قرار می گیرند.

۱۰. صنایع تبدیلی از جمله مهمترین زمینه های توسعه کشاورزی، توسعه روستایی و توسعه اشتغالزایی در روستاها است. وظیفه اصلی این صنایع، فراوری محصولات کشاورزی و دامی روستا و تبدیل آنها به کالاهایی نهایی تر و با ارزش تر است که اغلب در صنایع و کارخانه های شهری انجام می شود. انجام این فعالیت ها در روستاها یا نواحی اطراف روستاها باعث خلق ارزش افزوده بیشتر در این مناطق و تحریک تولید می شود. به علاوه کیفیت و دوام در کنار آن محصولات نیز افزایش می یابد و قدمی روبه جلو در راستای تحکیم امنیت غذایی کشور برداشته می شود.

۱۱. صنایع فرهنگی از جمله صنایع ریشه دار در مناطق روستایی هستند و به جرات می توان گفت این صنایع روستایی بیشتر بر صنایع دستی متمرکزند. از آنجایی که روستاییان به صورت نسبی وقت آزاد زیادی (بخصوص به صورت فصلی) در اختیار دارند، اغلب در زمینه یی از اینگونه صنایع وارد می شوند. مواد اولیه مورد نیاز صنایع دستی، به وفور در مناطق روستایی موجود است، ضمن آنکه نیازمند دانش فوق العاده یا فناوری سطح بالایی نیست. این صنایع، زمینه اشتغال مناسبی نیز برای زنان (به عنوان قشر عظیمی از جمعیت روستایی) محسوب می شود و از یک طرف، آنان را از فضای خانه دور نمی کند و از طرف دیگر، با شرایط جسمانی و روحی آنان سازگاری بیشتری دارد.

۱۲. صنعت گردشگری (توریسم) نیز از دیگر صنایع فرهنگی محسوب می شود که زمینه رشد فوق العاده یی در مناطق روستایی دارد. طبیعت زیبای مناطق روستایی همراه با جاذبه های سنتی، زمینه مورد علاقه گردشگران داخلی و خارجی محسوب می شود. توسعه این صنعت که با هزینه قابل توجهی همراه نیست، در حاشیه خود باعث توسعه کسب و کار خواهد شد.

۱۳. خدمات زمینه اشتغالزایی است که بخش در حال رشدی در اکثر کشورهای جهان محسوب می شود به گونه یی که بسیاری از اندیشمندان، اقتصاد نوین را اقتصاد خدماتی می نامند. بخش خدمات زمینه بسیار مستعدی برای اشتغالزایی دارد چون در یک اقتصاد روبه رشد و پویا، نمی توان هیچگونه محدودیتی برای توسعه خدمات در نظر گرفت. در کنار آن خدمات زمینه مناسبی برای خلاقیت و نوآوری افراد محسوب می شود. بخش عمده ای از کارآفرینی ها در حوزه خدمات اتفاق می افتد. خدمات اجتماعی، بهداشتی، فنی، آموزشی، تجارت، اقتصادی و مالی و ارتباطی از جمله مهمترین زمینه های قابل توسعه و اشتغالزا در مناطق روستایی

هستند. مشارکت دولت در این زمینه می تواند تسهیل کننده و تسریع کننده فرآیند توسعه خدمات در روستاها باشد.

۱۴. دولت می تواند با برنامه ریزی، طراحی و اجرای طرح های مختلف برای ارایه خدمات دولتی در مناطق روستایی، زمینه اشتغالزایی و کارآفرینی فوق العاده ای را در روستاها ایجاد کند که حوزه آن بسیار گسترده است، از جمله امور اداری، اقتصادی، انتظامی، بیمه و تامین اجتماعی، مراقبت از محیط زیست، حفظ و توسعه مراتع و جنگل ها.

استخدام نیروهای کاری در این زمینه ها باید به صورت محلی انجام پذیرد و تا حد ممکن به بخش خصوصی واگذار شود. این امر از طرف دیگر، باعث کاهش حرکت و مهاجرت روستاییان به شهرها برای دریافت اینگونه خدمات خواهد شد. تحقق دولت الکترونیکی در سطح روستاها، چشم اندازی مطلوب برای آینده است که اکثر کشورها در حال حرکت به سمت آن هستند.

۱۵. «رویکرد خوشه‌یی» به توسعه، نگرش جدیدی است که سیاستگذاران و برنامه ریزان توسعه در کشورهای مختلف به کار می گیرند. نگاه جامع و منسجم به مسائل و کل فضای مربوط به یک مقوله، مدیران را در اجرای برنامه های توسعه با موفقیت بیشتری همراه می سازد. توسعه روستاها بر مبنای توسعه خوشه های صنعتی، خوشه های فناوری و خوشه های دانش روستایی، راهکار مناسبی برای توسعه روستاها و توسعه کسب و کارهای روستایی است.

۱۶. اکثر کشورهای جهان بویژه کشورهای پیشرفته در حال حرکت به سمت ایجاد جامعه دانش بنیان، جامعه یادگیرنده و جامعه اطلاعاتی هستند. جامعه دانش بنیان و جامعه یادگیرنده دو روی یک سکه هستند که از مسیر تشکیل و تکامل یک جامعه اطلاعاتی می گذرند. اقتصادهای دانشی و اطلاعاتی نیازمند نیازها و مقدماتی هستند که اگر از آنها غفلت شود اقشار روستایی از جمله آسیب پذیرترین گروه در آن خواهند بود.

۱۷. توسعه فناوری های مناسب و اشاعه آنها در مناطق روستایی نقش بسزایی در توسعه کسب و کارها دارد. توسعه فناوری های زیستی و فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی باعث افزایش توانمندی های نوآوران و کارآفرینان روستایی و شهری برای فعالیت در روستاها خواهد شد.

اشتغال به این فناوری ها، موجی عظیم از فرصت های اشتغال را به مناطق روستایی سرازیر می کند.

۱۸. ادغام فناوری های سنتی موجود در مناطق روستایی کشور با فناوری های نوین و پیشرفته راهکار مناسبی برای پیشرفت و روزآمد شدن محصولات و کالاهای ساخت روستا است. بسیاری از محصولات سنتی را می توان با ابزارها و تجهیزات نوین تولید یا آنها را با فناوری های جدید همراه کرد. این امر باعث بقای صنایع سنتی فعلی و در مواردی توسعه بازار روبه اضمحلال آنان خواهد شد.

۱۹. توسعه فناوری، امید رویکرد مناسبی برای ارتقای کیفیت و زندگی روستاییان است. این مفهوم که اولین بار توسط «راشمی مایر» (اندیشمند و آینده پژوه هندی) مطرح شد، تصریح می کند که توسعه کشورهای در حال توسعه و ورود به عصر فراصنعتی تنها از مسیر صنعتی شدن و الگوهای توسعه کلاسیک تجویزی غربی نمی گذرد.

بسیاری از کشورهای توسعه نیافته (بوژه در مناطق روستایی) می توانند با به کارگیری مجموعه یی از فناوری های نرم و اثربخش که هزینه سرانه اندکی دارند، در دسترس هستند و باعث آلودگی محیط زیست نمی شوند، یک مسیر «توسعه اقتصادی نرم» را بیمایند.

۲۰. فرهنگ سازی از مهم ترین و زیربنایی ترین اموری است که باید برای توسعه روستاها و توسعه کارآفرینی در آنها صورت گیرد. کارآفرینی نیازمند فرهنگ خاصی است که پرورش آن بسیار سخت و نیازمند تلاشی طولانی مدت است. توانایی درک تغییرات و کشف فرصت ها، مشارکت و مسوولیت پذیری، مخاطره پذیری و مخاطره جویی، از عناصر اصلی سازنده این فرهنگ هستند و نمی توان تنها با انجام برنامه های کوتاه مدت و ضربتی به آنها دست یافت. بهترین راهکارهای توسعه فرهنگ کارآفرینی در روستاها، ارتقای «سواد کارآفرینی» روستائینان از طریق برنامه های آموزشی و ترویجی مختلف است.

سه راهبرد اساسی برای توسعه کارآفرینی روستایی وجود دارد:

- اول، جذب کسب و کارها از دیگر مناطق (بخصوص مناطق شهری) به روستاها، که در مجموع و از نگاه ملی چندان مفید نیست.

- دوم، حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود از طریق سیاست های حمایتی که در اغلب موارد سیاستگذاران و مدیران کشور به آن توجهی نمی کنند.
- سوم، حمایت از ایجاد و تولد کسب و کارهای جدید از دل خود مناطق روستایی که اغلب مدنظر قرار دارد اما نیازمند برنامه ریزی منسجم و درازمدت است.

۲۲. به نظر نمی رسد هیچ گروهی مستعدتر از فارغ التحصیلان روستازاده برای امر کارآفرینی روستایی باشد. ایجاد شرایطی مناسب برای فعالیت و جذب این افراد به فضاهای روستایی از مهمترین مسائل پیش روی مدیران توسعه روستایی است.

از دیگر اهداف موردنظر می توان به موارد زیر اشاره کرد: ایجاد شهرک های کسب و کاری، ایجاد مراکز رشد روستایی و پارک های کارآفرینی، اعطای تسهیلات و امکانات به آنها، ارایه آموزش های کارآفرینی به آنها، ایجاد آموزشگاه های مختلف، ایجاد مراکز آموزشی، تحقیقاتی و علمی در مناطق روستایی مستعد و تقویت ارتباطات اینگونه مراکز با روستاها.

۲۳. ایجاد فضای مدیریت مشارکتی در روستاها و همراه کردن آنان در تصمیم گیری های صورت گرفته در مورد آنان از جمله مهمترین سازوکارهای توسعه روستایی و بسط کارآفرینی است. روحیه مشارکت جویی در توسعه منطقه خود، از مهمترین الزامات و محرک های کارآفرینی روستایی به شمار می آید که از طریق بسط مردم سالاری در سطح روستاها ناشی می شود. شوراها از مهمترین سازوکارهای این امر هستند. کمک به ایجاد تعاونی ها و مشارکت در فرآیند تکامل و موفقیت آنان از مهمترین اقدامات دولت ها محسوب می شود.

منابع:

- کا. پاتاس و امایا؛ برنامه‌ریزی برای فقرزدایی از طریق توسعه روستایی در هندوستان؛ ترجمه کرم حبیب‌پور و ابولقاسم شریف‌زاده؛ نشریه جهاد سازندگی، سال ۲۲، شماره ۲۵۳، مهر و آبان ۱۳۸۱
- راسل اسلاتفورد و یان فیشپول؛ هند و انقلاب سبز؛ ترجمه مهدی دهقان نشریه جهاد سازندگی، سال ۲۳، شماره ۲۵۷، خرداد و تیر ۱۳۸۲
- جان دبلیو لانگ ورث، توسعه روستایی چین با مقایسه‌های بین‌المللی، ترجمه مصطفی مهاجرانی، موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، ۱۳۷
- مهاجرانی، مصطفی؛ ریشه‌های تحولات اخیر چین و پیامدهای آن؛ نشریه جهاد سازندگی، سال ۲۳، شماره ۲۵۸، مرداد و شهریور ۱۳۸۲
- احمد پور م.، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، شرکت پردیس ۵۷، ۱۳۷۹.
- خبرگزاری ایسنا، راه فایق آمدن به مشکلات اقتصادی سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته است.، چهارشنبه ۸۰/۵/۳۰
- ماده واحده قانون بودجه سال ۱۳۸۰ کل کشور، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۷۹.
- تی. پترین، کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی، حمیدرضا زرنگار، نشریه جهاد، سال ۲۲، شماره ۲۵۳، مهر و آبان ۱۳۸۱
- سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان، توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی در آمریکا، ۱۳۸۲
- سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان، نقش دولت در توسعه کارآفرینی، ۱۳۸۱.
- فخرایی، مرضیه، کارآفرینی و راهکارهای توسعه آن، انتشارات سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، دفتر مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، ۱۳۸۰.
- مریدی، سیاوش، فرصت‌ها و محدودیت‌های کارآفرینی در اقتصاد ایران، ماهنامه علمی- آموزشی تدبیر، ۱۳۷۹.
- میرزا امینی، محمدرضا، راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغالزایی روستایی، اندیشگاه شریف، ۱۳۸۳.

- Accelerating Chinas Rural Transformation, The World Bank,, ۱۹۹۹
- Fatmah Mohd Arshad & et all, Rural Development Model In Malesia, ۱۹۹۷
- .National Study: Malasia,
- Rural Developmet Institute
- Rural Development Institute, India,
- Edi-Eu Project for Economic Regeneration
- Global Enterpreneurship Monitor, India Report,
- Shireesh ICT as Tool for Rural Development,
- [http://www.sharifthinktank.com/HTML/India° .htm](http://www.sharifthinktank.com/HTML/India%20.htm)
- How information Technology Enterpreneurship has changed the world,
<http://www.jackmwilson.com/eBusiness/ITE.htm>
- Laudon K.C. Traver C.G. and laudon J.P. information Technoligy and society,
International Thomson publishing, ۱۹۹۶.
- Tain Weining & et all, Recent Economic & Agricultural Policy Development in
China,, ۲۰۰۳
- Lin Justin, 'Chinas Rural Development Strategy', Center for Economic Research ,
Beijing University,, '
- Du Ying, 'Introduction to Chinese Agriculture', Ministry of Agriculture China,, '
- .Zhao Bo Nian, 'The Development of Rural Housing in China,, '
- Property Rights Reform Chinas Township and Village Enterprise