**ارائه راهبردهای مشارکت روستاییان در بازارچه‌های مرزی**

**(مطالعه موردی: شهرستان سردشت)[[1]](#footnote-2)**

**1- دکتر حسین کریم زاده،2- دکتر محمد ظاهری،3- خالد علی­پور[[2]](#footnote-3)\*،**

1- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تبریز، ایران

2- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تبریز، ایران

3- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه­ریزی روستایی دانشگاه تبریز، ایران

**چکیده**

روستاهای نواحی مرزی عمدتاً به دلیل دوری از مرکز و وجود برخی ناامنی‌های احتمالی و انزوای جغرافیایی، با مشکلات متعددی از جمله اقتصادی، قاچاق کالا و ناپایداری اقتصادی و اجتماعی رو­به­رو هستند. بازارچه‌های مرزی به عنوان یکی از اهرم‌های مهم توسعه پایدار در نواحی مرزی به شمار می‌روند و می‌توانند تاثیرات متعددی بر روستاهای پیرامون خود داشته باشند. لازمه بهره­گیری از فرصت­های مرتبط با بازارچه‌های مرزی، تقویت عناصر مشارکت روستایی جهت پیوند و ارتباط با بازارچه و توسعه برنامه­ریزی مشارکتی و ارائه الگوی مطلوب در این زمینه است. بر همین مبنا در این پژوهش به تبیین روابط و پیوندهای بین بازارچه‌های مرزی و روستاهای پیرامون با تاکید بر برنامه­ریزی مشارکتی و ارائه الگوی مطلوب در جهت توسعه آتی این پیوند در شهرستان سردشت پرداخته شده است. جامعه آماری، کلیه افراد جامعه روستایی هستند که به صورت فعال در بازارچه‌ها به صورت مستقیم یا غیرمستقیم فعالیت دارند. نمونه آماری از طریق روش کوکران حاصل شده است که 335 نفر می­باشد. روش گردآوری داده­ها و اطلاعات، با استفاده از پیمایش و مطالعات میدانی جمع­آوری شده است. در نهایت تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت توصیفی – تحلیلی و تبیینی از طریق تحلیل SWOT اقدام به ارائه نقاط قوت، ضعف، فرصت­ها، تهدیدها و راهبردهای مؤثر در این زمینه شد. نتایج نشان می‌دهد نقاط قوت بسیار کمتر از نقاط ضعف بوده است و میزان تاثیرات بازارچه‌ها بر ابعاد توسعه روستایی، عوامل جلب مشارکت مردمی نیز نسبی و محدود و چندان برجسته نبوده است. بررسی عوامل درونی و بیرونی راهبردها نیز نشان می­دهد که سهم تأثیرات عوامل بیرونی با وزن نهایی 296/3 بیشتر از عوامل درونی با وزن نهایی 230/3 می­باشد. بر این اساس، استفاده از راهبردهای شبکه­سازی و خوشه­سازی،فناوری‌های جدید، بازارچه‌های مشترک، طیف­بندی بازار محصولات و غیره به عنوان راهبردهای کلیدی معرفی شدند. همچنین الگوی پیشنهادی پژوهش شامل چهار بخش عوامل محرک یا پیش­ران، هدایت­کننده، توسعه­دهنده و حمایت­کننده می‌باشد که در چارچوب مدل چرخ خودرو، طراحی شده و ارتباط مجموع عوامل و عناصر به منظور حرکت الگوی موجود به سمت پیشرفت را نشان می‌دهد.

**واژه­های کلیدی: برنامه ریزی مشارکتی، راهبردها، بازارچه‌های مرزی، شهرستان سردشت**

**مقدمه**

روستاییان منبع عظیم و با ارزشی در جهت توسعه جامعه خود می‌باشند که دارای ایده‌ها، دانش، اطلاعات، قابلیت‌ها و نگرش­های خاص خود می‌باشند. به منظور دستیابی به این دانش و اطلاعات و استفاده از این قابلیت­ها در جهت توسعه روستایی، برقراری ارتباط مؤثر با روستاییان مورد نیاز است. روش ارتباط با مخاطبان، نقش بسیار مهمی برای رسیدن به نتیجه صحیح دارد. اگر بتوان ارتباط صحیح با مخاطبان روستایی برقرار نمود، نتایج تحقیق، پایه‌ای صحیح برای برنامه­ریزی توسعه خواهد بود *(رضوانی و همکاران، 1395: 27).* مديريت توسعه روستايي فرايند چند جانبه است كه شامل سه ركن مردم، دولت و نهادهاي عمومي هستند در اين فرايند با مشاركت مردم و از طريق تشكيلات و سازمان‌های روستايي برنامه‌ها و طرح‌های توسعه روستايي تدوين و اجرا می‌گردد و تحت نظارت و ارزش­يابي قرار می‌گیرد. جامعه روستايي نيز نوعي تشكل اجتماعي كه بر پايه ارتباط بين مردم و نهادهاي محلي مربوط با خود آن‌ها شكل گرفته است (استعلاجی، 1391: 71). مشاركت مردم در روند توسعه نزد صاحبنظران از چنان اعتباري برخوردار است كه بعضاً توسعه را معادل مشاركت می‌دانند (طالب، 1391: 4). لذا دستيابي به توسعه همه جانبه روستايي، بدون اتخاذ روش‌هایی كه در آن به مشاركت مردمي به عنوان زيربنا نگريسته شود، ميسر نمي­باشد (مطیعی لنگرودی، 1388: 81). توسعه روستایی به معنای ارتقای سطح رفاه و معیشت روستاییان، همواره دغدغه اندیشمندان و سیاست­گذاران توسعه بوده و هست. در این رابطه تاکنون رهیافت‌های بسیاری از طرف اندیشمندان به منظور افزایش سطح زندگی و رفاه روستاییان مطرح گردیده است (رضوانی و همکاران، 1395: 27). برنامه­ریزی و تصمیم­گیری برای حصول اطمینان از انعطاف­پذیری، مستلزم ادغام سه ستون - اجتماعی، زیست­محیطی و اقتصادی است (Robinson, 2004 & Ginson, 2006). هدف كلي توسعه نيز رشد و تعالي همه جانبه انساني است. از اينرو در فرآيند برنامه­ريزي براي دستيابي به توسعه و قرار گرفتن در مسير آن، شناخت و درك شرايط و مقتضيات جوامع روستايي و نيازهاي آنان در ابعاد مادي و معنوي از جمله اقدامات ضروري می‌باشد و اين شناخت بدون مشاركت مردم در همه ابعاد برنامه­ريزي توسعه روستايي بصورت كامل و جامع نخواهد بود (قدیری معصومی و ریاحی، 1383: 9). بر همین اساس برای تحقق توسعه روستایی ضرورت دارد که مناطق دور افتاده و محروم به لحاظ برنامه‌های توسعه‌ای از حقوق توسعه­یافتگی برخوردار شوند (طالب، 1391: 226). از جمله مناطقی که باید سطح توسعه یافتگی در آن­ها توسعه یابد، مناطق مرزی است. این مناطق به دلیل تماس با محیط­های گوناگون داخلی و خارجی از ویژگی‌های خاصی برخوردارند (احمدی­پور و همکاران، 1387: 2). مناطق مرزي، از نقاط حساس و استراتژيك كشور به شمار می‌روند. در طول تاریخ، ضعف بنیان­های تاریخی، دورافتادگی و در حاشیه قرار گرفتن نقاط مرزی، پراکندگی جمعیت و شرایط اقلیمی نامناسب از جمله عواملی­اند که باعث تشدید گرایش ساکنان نقاط مرزی به بازارهای کشورهای همسایه شده است. در ایران پیشینه توسعه یکپارچه مناطق و سرمایه­گذاري در مناطق مرزي، به برنامه­هاي عمرانی دوم بر می­گردد. اقدامات گسترده دولت براي محرومت­زدایی مناطق محروم و تنظیم برنامه توسعه فضایی و منطقه­اي موجب توجه جدي دولت به توسعه مناطق مرزي شد؛ اما برنامه­ها و اقدامات انجام گرفته نتوانسته است مشکلات و نارسایی­هاي مناطق مرزي و شهرهاي آن را سامان دهد (کریمی، 1397: 72). ناامنی، قاچاق کالا، مشکلات اقتصادی و نقش مؤثر مرزنشینان در کنترل بحران­های مرزی از مهم‌ترین دلایل اهمیت مناطق مرزی است. براي تحقق توسعة پايدار ضرورت دارد تا مناطق مرزي، دورافتاده و محروم در سطح ملي از نظر برنامه‌های توسعه‌ای به حقوق توسعه يافتگي خويش دست يابند (طالب و عنبری، 1385: 266). مشارکت مردمی از آن جهت اهمیت دارد که به آن به منزله راهبردی جدید در توسعه نگریسته می‌شود و امید بر آن است که با بکارگیری مؤثر مشارکت مردمی، توسعه متعادل و پایدار حاصل آید. حضور افراد در فعالیت‌ها و تصمیم­گیری‌های اجتماعی در بلندمدت موجب تعمیق روابط بین اعضای جامعه، افزایش احساس یگانگی، تسامح و تساهل گردیده و در نتیجه به توسعه نهادهای مدنی و دموکراتیک خواهد انجامید. از سویی میزان این مشاركت­ها بیانگر سطح توسعه­یافتگی جامعه به حساب می‌آید (حسن­پور باقر کندی، 1391: 80). مشارکت مردم در طرح­های توسعه روستایی یکی از کم هزینه‌ترین و مطلوب‌ترین راهبرد توسعه روستایی است. مشارکت فعال مردم در تمامی مراحل برنامه­ریزی، فعالیت­ها و تصمیم­گیری در امور روستا به عنوان عاملی تاثیرگذار در روند توسعه، که نقش مهمی در افزایش رفاه جوامع روستایی ایفا می­کند ضروری است (گودرزی و همکاران، 1393: 1). بنابراین، در راستاي شناخت جایگاه توسعه­اي روستاهای مرزي شهرستان سردشت به عنوان یکی از مناطق محروم کشور، برنامه­ریزي و هدایت پتانسیل­ها و امکانات لازم براي مشارکت و سرمایه­گذاري به منظور محرومیت­زدایی و کاهش نابرابري­ها لازم و ضروري است. در نهایت می­توان گفت که در روستاهاي شهرستان سردشت، علیرغم وجود مشکلات و موانع بسیار زیاد بر سر راه مشارکت و به کارگیري آن در توسعه روستایی، وجود میل ذاتی روستاییان به امور مشارکتی و حضور گسترده­ي آنان در بسیاري از برنامه­هاي توسعه­اي، می­تواند راهگشا باشد و لزوم برنامه­ریزي براي این امر مهم را ضروري می­نماید. بنابراین هدف اصلی این پژوهش ارائه راهبردها و چشم­انداز برنامه­ریزی مشارکت روستایی در بازارچه‌های مرزی است و در این راه، اهداف جزئی شامل شناسایی فرایندهای تاثیرگذار بر برنامه­ریزی مشارکتی، بررسی روابط بین روستاها با بازارچه‌ها، شناسایی عوامل درونی و بیرونی مد نظر بوده و در پی پاسخگویی به پرسش­های زیر می­باشد: 1- مهم‌ترین راهبردهای مشارکت روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت کدام است؟ 2- الگوی مطلوب برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی، کدام است؟

مبانی نظری

در ادبیات توسعه و بویژه توسعه پایدار روستایی مفهوم مشارکت Participation نقش محوری یافته است. شناخت عوامل مؤثر بر افزایش و یا کاهش انگیزه و تمایل به مشارکت نزد روستاییان زمینه­‌ساز برداشتن گام‌های دقیق و شفاف در راستای بسترسازی برای مشارکت مردم در برنامه‌های عمرانی و همراه ساختن یکباره برنامه‌­ریزی، اجرا، نگهداری و ارزشیابی در فرایند برنامه­ریزی توسعه پایدار روستایی می‌گردد (حسن­پور باقر کندی، 1393: 80). رید مشارکت را فرایندی می­داند که از طریق آن افراد، گروه­ها و سازمان­ها نقش فعالی را در اتخاذ و اجرای تصميماتی ایفا می­کنند که به طور مستقيم بر روی آن‌ها تأثيرگذار است (Reed, 2008: 2418). در حال حاضر در بسیاری از کشورهای جهان، مبانی نظری تهیه طرح­های توسعه، بر خلاف ایران بر چارچوب طرح­های راهبردی استوار است و جهت­گیری اساسی طرح­ها بر مشارکت مردمی و نهادهای مردمی و انطباق باخواست­های جامعه است. تغییر از معیارهای کاربری اراضی و فیزیکی به سمت مجموعه­ای از مولفه­های اجتماعی، اقتصادی به زیست محیطی و تغییر روش عوامل فنی به سمت عوامل سیاسی مشارکتی و توجه به نهادهای محلی صورت گرفته است که مبانی نظری نظام برنامه­ریزی منطقه­ای و ناحیه­ای ایران هنوز از آن کمتر بهره برده است (رفیعی و همکاران، 1394: 2). در طول زمان این پارادایم‌های توسعه در قالب برنامه­ریزی تعاملی و مشارکتی قوت گرفته است. به مرور، مشارکت از چنان جایگاهی برخوردار گردید که گاه توسعه را معادل با مشارکت و یا آن را وسیله و هدف توسعه ذکر کرده‌اند (عنابستانی، 1394: 1331). مفهوم مشاركت از ديدگاه مديريت مشاركتي به منظور به عهده گرفتن مسئوليت بيشتر براي توسعه جلوه­گر می‌شود. با وجود قدمت مشارکت در میان جوامع انسانی و عمل به آن، واژه‌های مشارکت و مشارکتی برای اولین بار در اواخر دهه ۱۹۵۰ مطرح گردید، ولی در عرصه توسعه روستایی با تأخیر مورد استفاده قرار گرفته است. کاربرد واژه مشارکت در توسعه روستایی موضوعی است که نقطه آغاز آن به دهه‌های ۱۹۷۰ و شاید به ۱۹۸۰ بر می­گردد. علت توجه روزافزون به رویکردهای مشارکتی توسعه از دهه ۱۹۷۰ به بعد را می‌توان در کاستی­های موجود در رهیافت‌های به کار رفته قبلی در زمینه توسعه و پیامدهای منفی آن جست­وجو کرد (عابدی سروستانی، 1391: 143). مشارکت عبارتست از مداخله داوطلبانه مردم در تغییرات تعیین شده توسط خودشان و یکی از اجزاء مهم سرمایه اجتماعی، به عنوان یک پیشنهاد جهت بهبود رفاه مادی و معنوی جامعه ارائه شده است (Hyyppa and Maki 2004). همچنین فائر واژه مشارکت را دخالت مردم در توسعه و تکامل خود، زندگیشان و محیط زیست­شان تعریف کرده است (کوشکی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۸). به طور کلی، مشارکت به اشتراک­گذاری اجتماعی از فرد و شرکت در فعالیت‌های مختلف اجتماعی مانند (مذهبی، سرگرمی، اقتصادی، سیاسی و غیره) تعریف شده است (Lee et al, 2008: 1043) باستن چهار برداشت متفاوت از مفهوم مشارکت دارد: ۱) مشارکت در معنای ساده، به کارگیری نیروی انسانی است؛ ۲) مشارکت اغلب به عنوان تلاش برای ترفيع خوداتکایی تفسیر می‌شود؛ ۳) رهیافت مشارکتی اغلب تکنیک و فن برای خلق روستای ایده آل است؛ و ۴) مشارکت به عنوان روش مدیریت پروژه بازتاب می‌شود (.(Mustapha, 2010: 34

«دانیل لرنر» در مطالعات خود در شش کشور خاورمیانه (مصر، لبنان، سوریه، اردن، ترکیه و ایران) به ارتباط مشارکت با متغیرهای اجتماعی و معیشتی محل سکونت، میزان تحصیلات، جایگاه اجتماعی و اقتصادی، سن، مذهب و میزان استفاده از رسانه­ها پی برد (قاسمی، 1384: 82). مردم در چارچوب جوامع و سکونتگاه‌های شهری و روستایی، منابع به مفهوم منابع انسانی، طبیعی، سرزمینی و مشارکت، اساس توسعه پایدار انسانی را تشکیل می‌دهند. مشارکت عنصر کلیدی در فرآیند توسعه پایدار تلقی و از آن با عنوان حلقه گمشده فرآیند توسعه یاد می‌شود (جمعه پور، 1389: 8). امروزه توسعه، همپای زندگی بهتر تلقی می‌شود و جوامع، نسبت به گذشته از آن بیشتر بهره­مند می‌گردند. توسعه همان رشد اقتصادی نیست (پاپلی یزدی و ابراهیمی: 1381: 32). هدف برنامه­ریزي، تبدیل وضعیت موجود به وضع مطلوب، پیشرفت و آبادانی در نظر گرفته شده است. بدیهی است در گام نخست براي رسیدن به وضع مطلوب باید شناخت دقیق و همه جانب‌های از وضع موجود داشت (تقوایی و همکاران، 1390: 155). توسعه روستایی وابسته به مسائل گوناگون اقتصادی و اجتماعی، سیاست‌ها و خط­مشی‌های اتخاذ شده و همکاری و مشارکت گروه‌های مختلف روستایی است (Terluin, 2003: 328). عوامل متعددی باعث شدند تا ضرورت توسعه پایدار روستایی به طور اجتناب ناپذیری محسوس باشد. فقر و محرومیت جوامع روستایی یکی از این ضرورت‌ها به شمار می‌رود که امروزه به یکی از مسائل اساسی در توسعه روستایی تبدیل شده است. كشورهاي در­حال­توسعه براي رسيدن به توسعه لازم است كه به دنبال حضور جدي­تر در تجارت جهاني باشند. از جمله روش­هاي حضور در تجارت جهاني گسترش مبادلات منطقه­اي بين كشورها می‌باشد. ايجاد بازارچه­هاي مرزي از راهكارهاي مؤثر در گسترش مبادلات بين منطقه­اي است. در حال حاضر، در مرزهاي اكثر كشورهاي در حال توسعه سطح قابل توجهي از نياز مردم مرزنشين از طريق مبادلات مرزي (بازارچه­ها) تأمین مي­شود. مرزها به عنوان حدود تعریف شده هر کشور تبعات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی را در دو سوی مرز و همچنین روابط بین دو جامعه به وجود می‌آورند (حافظ نیا، 1381: 12). نظریه موقعیت سنتی، نزدیک­ترین مدل به مسأله پژوهش حاضر است. این نظریه بیان می­کند که در مناطق مرزی، نحوه تأسیس بازارچه­های مرزی باید به گونه­ای باشد که دسترسی و مشارکت مردم مرزنشین به این بازارچه­ها به طور یکسان باشد. همچنین سود حاصل از این بازارچه­ها برای مردم مرزنشین به ویژه مردم نواحی روستایی، به صورت برابر باشد (بدری و همکاران، 1396: 6).

برنامه­ريزي راهبردي گونه‌ای از برنامه­ريزي است كه در آن، هدف عبارت از، تعريف و تدوين راهبردهاست. از آنجا كه راهبرد می‌تواند عمري كوتاه يا بلند داشته باشد، برنامه­ريزي راهبردي نيز می‌تواند برنامه­ريزي بلندمدت يا كوتاه مدت باشد، اما با آن متفاوت است (زياري،233:1383). در واقع، برنامه­ريزي راهبردی به دگرگونی‌های اساسي می‌نگرد و تغيير ساختارها و رفتارهاي نظام روستايي و عشايري در آن مطرح است و اين عناصر را در بر می­گيرد: ۱- شناخت راهبردي؛ ۲- چشم انداز (تعيين مقاصد و ارائه آن به مخاطبان و ذينفعان)؛ ۳- اهداف راهبردی (اهداف دگرگون کنندة ساختارها و رفتارها)؛ ۴- راهبردها (راه‌ها و شيوة دستيابي به اهداف)؛ و ۵- زمان بندی (تعيين زمان). در اين فرآيند، برنامه­ريزي راهبردي به جوامع گوناگون از جمله روستاييان کمک می‌کند تا تصميم­گیری‌های دشوار و سخت را از راه اتخاذ راه‌ها و روش‌های منظم و انعطاف پذير انجام دهند (رکن­الدين افتخاري و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۹). در واقع، در برنامه­ريزي راهبردي، هدف نهايي توسعة نتايج راهبردها در سازگاري مناسب با عوامل داخلي و خارجي است (Kurttila; 2000: 42).

از بعد نظری، مشارکت ابزاری است برای دستیابی به نیازهای مشخص شده محلی و بازتوزیع منابع محدود. اما در ذات، خود دارای ارزش و فرایند توانمندسازی افراد از طریق افزایش ظرفیت مدیریت محلی، افزایش اطمینان به ظرفیت‌های بومی و افزایش آگاهی‌های مشترک است (دارابی؛ 1388: 114). از بعد عملیاتی، مشارکت با میزان سطح آگاهی مردم روستا، میزان دخالت در امور روستایی، سهیم شدن در پروژه‌ها و در مجموع درجه مشارکت مورد سنجش قرار می‌گیرد (استعلاجی، 1391).

از مهم‌ترین نظریه‌های مشارکت روستایی می‌توان به نظریه مهاتما گاندی اشاره کرد. مهاتما گاندي در زمينه مشاركت به دو اصـل اعتقـاد دارد: خوداتكايي روستا، مشاركت و خودياري روستايي. گاندي خـروج فلاكـت را در فداكاري و از خود گذشتگي فقير و غني می‌دانست. ساليما عمر؛ از جمله متفكران دهه اخير است كه نظريه او از جهاتي با نظريه؛ ميسرا؛ شباهت دارد، نظريه ساليما عمر يك نظريه مشـاركتي اسـت و توسـعه را صـرفاً از طريـق مشاركت مردم و توسعه از پائين و بالا ميسر می‌داند، نظريه؛ عمر و ميسرا؛ به اين سبب در يك گروه جاي می‌گیرد كه؛ عمر؛ نيز همچون؛ ميسرا؛ مخالف توسعه قطبي و دوگانـه البتـه در مفهوم محدودتر است، عمر؛ به جاي اصطلاح توسعه اقتصادي، توسعه اجتمـاعي را بـه كار می‌برد و آن را يك فرآيند كلي می‌داند (طالشی؛ 1393: 18). آرون تولن ضمن توجه به مشاركت، به عنوان شرط اساسي توسعه روستايي، متذكر می‌شود كه در تمامي سطوح فعاليـت، مشـاركت امـري حيـاتي اسـت، بـه نظـر؛ تـولن؛ در تلاش­هايي كه براي نيل به آن انجام می‌گیرد بايد توجه عمده به نيازهـاي جامعـه كشـاورز معطوف شود، قدم بعدي، تعيين اولويت از طريق مشاوره با جامعه روستاييان است.

**پیشینه پژوهش**

بررسی اسناد و پایگاه­های علمی مرتبط با راهبردهای توسعه مشارکت روستایی بخشی از حوزه­های تحقیقاتی را در بر گرفته است که در ادامه به برخی از آن­ها اشاره می­شود:

کهنه­پوشی (1389) در پایان­نامه کارشناسی ارشد به بررسی «تحلیل اثرات اقتصادی قاچاق کالا بر نواحی روستایی مرزی غرب کشور؛ نمونه موردی: بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان» پرداخته و به این نتیجه رسیده که از وجود قاچاق گسترده کالا در این بخش به علت هم جواری با مرز بین المللی عراق خبر می‌دهد. همچنین مشخص شد که قاچاق کالا بر زندگی مردم روستاها در زمینه اشتغال و درآمد و نیز در سایر بخش‌های موجود در این بخش، تأثیر مثبتی داشته که این اثرات در روستاهای نزدیک مرز شدیدتر است. شریعتی و مهاجر (1385) راهبردهای جدید در برنامه­ریزی مشارکتی با تاکید بر نهادهای اجتماعی را با تحلیل SWOT بررسی کردند و به نقش مشارکت‌ها در عملکرد نهادهای اجتماعی در شهر و روستاها اشاره کرده است. یگانه و همکاران (1391) در مقاله‌ای تحت عنوان «ارزیابی اثرات اقتصادی بازارچه مرزی مهران بر توسعه نواحی روستایی مطالعه موردی: دهستان محسن آباد» با روش تحقیق توصیفی- تحلیلی، روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و میدانی (مصاحبه و پرسشنامه) و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات کمی به ارزیابی اثرات اقتصادی بازارچه مرزی مهران در توسعه نواحی روستایی پیرامون پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، بین ایجاد بازارچه و اثرات اقتصادی آن از جمله افزایش اشتغال، کاهش فقر، افزایش درآمد و کاهش تمایل مهاجرت ساكنان مناطق مرزي به جاهاي ديگر رابطه معناداری وجود دارد. اسماعیلی (1392) در پایان­نامه کارشناسی ارشد به موضوع «ارزیابی اثرات ایجاد بازارچه‌های مرزی بر توسعه پایدار اقتصادی روستاهای پیرامون در دهستان ننور شهرستان بانه» پرداخته و با روش تحقیق توصیفی- تحلیلی و روش گردآوری کتابخوانی و میدانی به این نتیجه رسیده است که بازارچه سیران بند بانه موجب ایجاد اشتغال، افزایش درآمد در روستاهای دهستان ننور بانه شده است. محمدی صالح و همکاران (1392)، به موضوع «تجارت مرزي و حوزه نفوذ بازارچه مرزي در تثبيت جمعيت روستايي، مورد مطالعه: شهرستان سردشت» پرداخته است. داده‌های مورد نياز از دو طريق عيني تكميل پرسشنامه، مصاحبه و مطالعه کتابخانه‌ای جمع آوري گرديد. نتايج پژوهش نشان داد كه در محدوده مورد مطالعه، مبادلات مرزي می‌تواند منجر به ماندگاري جمعيت شود و می‌توان با ساماندهي اينگونه مبادلات در مناطق مرزي توسعه سكونتگاه‌های روستايي را انتظار داشت. قرنی آرانی (1393) به پژوهشی در ارتباط با "برنامه­ریزی مشارکتی در کاهش فقر روستایی در روستای لزور" پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که پروژه‌های غیرمشارکتی، که از اهداف اصلی کاهش فقر هستند، به دور هستند و عمدتاً از طریق برنامه­ریزی بالا به پایین مدیریت می‌شوند. طیب نیا و منوچهری (1395) در پژوهشی موضوع «نقش بازارچه‌های مرزي در توسعه اجتماعي و اقتصادي نواحي روستايي، بخش خاو و ميرآباد شهرستان مريوان» را بررسی کردند. به منظور تجزيه و تحليل اطلاعات نيز از آزمون ويلكاكسون، ضرايب همبستگي كندال و اسپيرمن استفاده شده است. نتايج تحقيق از ديد مسئولين حاكي از اين است كه بازارچه توانسته است تاثيرگذاري مطلوبي بر افزايش امنيت، كاهش قاچاق و درآمدهاي آن و امنيت شغلي روستاييان داشته باشد. از منظر روستاييان نيز بازارچه توانسته است به دنبال مهار قاچاق كالا به عنوان شغل دوم و مكمل فعالیت‌های كشاورزي ايفاي نقش نمايد. استنلی (۲۰۱۲) در مقاله­ای تحت عنوان مشارکت در فعالیت­های اقتصادی غیر کشاورزی روستا می‌گوید بسیاری از کشورهای در حال توسعه با افزایش ناتوانی بخش کشاورزی مواجه هستند. بنابراین برای حمایت از معیشت روستایی، مشارکت در فعالیت‌های غیر کشاورزی ضروری است و تأکید می‌کند که هرگونه مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی با هدف بهبود معیشت روستایی را باید هدف قرار دادStanley, 2012: 240) ). پتراکوس و اکونوموس (2007) در پژوهشی با موضوع «اقتصاد مناطق مرکزی و پیرامونی روستایی»، اقتصاد مناطق مرکزی و پیرامونی را در ارتباط باهم در یک کشور ازطریق تحلیل‌های آماری مورد بررسی قرار داده و به ایجاد تعادل در این دو اقتصاد تاکید کرده است. نایبور و استیلر (2008) در مقاله‌ای با موضوع «اثرات همگرایی در نواحی مرزی با استفاده از تئوری‌های اقتصادی و مشاهدات تجربی» به بررسی اثرات اقتصادی تجارت در نواحی مرزی پرداخته‌اند و معتقدند که اثرات همگرایی کشورها در مناطق مرزی متمرکز شده و بدون توجه به تئوری‌های اقتصادی موجود نمی‌توان تحلیل‌های فضایی مناسبی را درباره این اثرات همگرایی انجام داد. همچنین یادآور شده‌اند که تحلیل‌های تجربی و تئوریک قوی، نیازمند فهمیدن و درک دقیق همگرایی و یکپارچگی در مناطق مرزی است. با توجه به پیشینه پژوهش، ضرورت بررسی ارتباط بازارچه‌های مرزی با روستاها و ارائه یک مدل مشارکتی که تبیین کننده این روابط در سردشت و مناطق دیگر باشد، محسوس می‌باشد. در واقع با توجه به پیشینه پژوهش با پژوهش‌های صورت گرفته می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* مشخص شد که عمده مطالعات صورت گرفته در این موضوع مربوط به مشارکت روستاییان به صورت جداگانه با بازارچه‌های روستایی بوده است. در واقع عمده مطالعات چه در قالب پایان­نامه، و چه کتاب و مقاله، بیشتر در ارتباط با تاثیرات و نقش اقتصاد مرزی و بازارچه‌های مرزی در اقتصاد روستاها و بعضاً دیگر بخش‌های کالبدی – فیزیکی و اجتماعی – فرهنگی روستاها می‌باشد.
* در برخی پژوهش‌ها نه به نقش اقتصاد بازارچه‌های مرزی، بلکه به مسئله اقتصاد مرزی به صورت کلی از نوع فعالیت‌های کوچک، گمرک و خرید و فروش و بعضاً اثرات قاچاق‌ها مطالعه شده است.
* توجه به ارتباطات متقابل بین روستاها و بازارچه‌ها از نظر تبادل اطلاعات و کمک به توسعه یکدیگر کمتر توجه شده است.
* نکته مهم در این پژوهش‌ها عدم توجه به مسئله مشارکت روستایی و برنامه­ریزی مشارکتی در پیوند بازارچه‌ها با مناطق روستایی است که در بیشتر مطالعات نادیده گرفته شده است. در حالی که صرف منافع اقتصاد در روستاها از نظر توسعه مطرح نیست بلکه توزیع این منافع و مشارکت بومی و همگنی در این حوزه بسیار مهم‌تر است. چنانچه برنامه­ریزی در این بخش به صورت مشارکتی باشد، کمک شایانی به توسعه روستایی خواهد کرد.
* در هیچ یک از مطالعات صورت گرفته اقدام به الگوسازی در ارتباط با اثرات و پیوند بازارچه‌های روستایی با اقتصاد روستاها نشده است. ارائه الگوی توسعه می‌تواند در تدوین چشم­انداز روستایی و برنامه­ریزی مدیریتی این مناطق و بازارچه‌ها بسیار مفیده و خلأ مطالعات قبلی است که در این پژوهش در راستای این هدف، گام برداشته خواهد شد.

**روش­شناسی تحقیق**

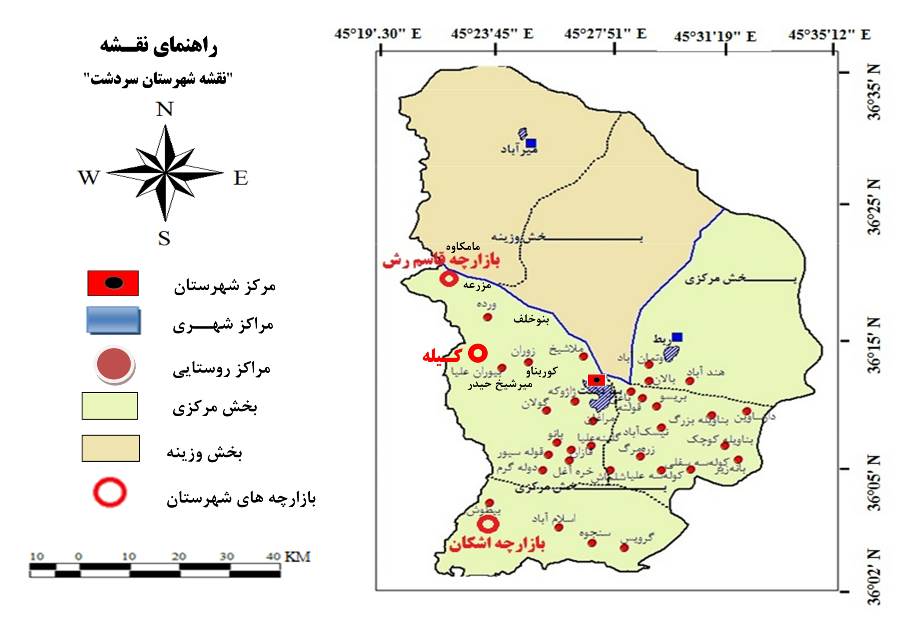
**معرفی محدوده مورد مطالعه**

*شهرستان سردشت دارای موقعیت 45 درجه و 32 دقیقه طول شرقی از نصف­النهار گرینویج و 36 درجه و 9 دقیقه و 15 ثانیه شمالی از عرض جغرافیایی می­باشد. این شهرستان با وسعتی بالغ بر 1411 کیلومتر در جنوب غربی استان آذربایجان غربی واقع شده است. ارتفاع شهرستان سردشت از سطح دریا ۱۷۸۹ متر است و 96 کیلومتر با کشور عراق مرز مشترک دارد. بر اساس سرشماري سال 1395 اين شهرستان داراي 118849 نفر جمعيت مي­باشد. بر این اساس روستاهایی که در فاصله 15 کیلومتری از مرز قرار دارند، در این پژوهش مورد بررسی قرار خواهند گرفت. در طول فرایند تحقیق با استفاده از شاخص‌های انسانی، روستاهای منتخب در محدوده 15 کیلومتری و بالای 60 خانوار به صورت تصادفی مشخص شده است. در نهایت 20 روستا با مشخصات زیر انتخاب شدند* (احمدی و توکلی، 1395: 8).

**جدول 1. مشخصات روستاهای مورد مطالعه در شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **روستاهای مورد مطالعه** | **سال 1395** | | **نمونه (خانوار)** | **ردیف** | **روستاهای مورد مطالعه** | **سال 1395** | | **نمونه (خانوار)** |
| **جمعیت** | **خانوار** | **جمعیت** | **خانوار** |
| 1 | كاني زرد | 740 | 191 | 23 | 11 | قلعه رش | 1242 | 321 | 33 |
| 2 | كوربناو | 392 | 81 | 10 | 12 | بنوخلف | 422 | 118 | 13 |
| 3 | ميرشيخ حيدر | 329 | 87 | 11 | 13 | گل كانك | 534 | 140 | 13 |
| 4 | موسالان | 611 | 141 | 17 | 14 | چكو | 400 | 107 | 10 |
| 5 | بيوران عليا | 560 | 163 | 20 | 15 | مامكاوه | 348 | 93 | 10 |
| 6 | گمان | 293 | 73 | 10 | 16 | سنجوه | 403 | 135 | 16 |
| 7 | احمدبريو | 309 | 68 | 10 | 17 | اغلان | 307 | 80 | 12 |
| 8 | ساوان جديد | 1002 | 264 | 21 | 18 | ورده | 651 | 151 | 18 |
| 9 | مزرعه | 523 | 153 | 15 | 19 | بيطوش | 934 | 276 | 30 |
| 10 | شينو | 326 | 89 | 10 | 20 | اسلام آباد | 1054 | 302 | 33 |
| مجموع | | 5085 | 1310 | 147n= | مجموع | | 6295 | 1723 | 188n= |

ماخذ: مرکز امار ایران، 1395 و یافته­های پژوهش



**شکل 1. نقشه شماتیک روستاهای مورد مطالعه شهرستان سردشت منبع: (احمدی و توکلی، 1395: 8)**

**روش تحقیق**

روش این پژوهش به صورت توصیفی– تحلیلی و از نظر هدف، کاربردی محسوب می‌شود. قلمرو موضوعی پژوهش، راهبردهای توسعه برنامه­ریزی مشارکتی روستاهای مرزی با تاکید بر بازارچه‌های مرزی در شهرستان سردشت می‌باشد که از طریق شناسایی پارامترها و عوامل تاثیرگذار، اقدام به برنامه­ریزی شده است. جامعه آماری این پژوهش به دلیل روستاهای زیاد و کم جمعیت، 20 روستای بالای 60 خانوار در فاصله 15 کیلومتری از مرز عراق به صورت تصادفی انتخاب شدند. جامعه آماری در این بخش، کلیه افراد جامعه روستایی و کارشناسانی هستند که به صورت فعال در بازارچه‌ها به صورت مستقیم یا غیرمستقیم فعالیت دارند. حجم نمونه آماری از طریق روش کوکران حاصل شده است. با توجه به تعداد 3033 خانوار روستاهایی که در محدوده 15 کیلومتری مرز قرار دارند، با در نظر گرفتن مقدار T برابر با 96/1 و مقدار خطای 05/0، تعداد نمونه، 335 نفر خواهد بود. در بخش تعیین راهبردهای برنامه­ریزی مشارکتی و اولویت­بندی آن­ها، جامعه آماری شامل کارشناسانی است که در ارتباط با مشارکت روستایی و ارتباطات روستاها با بازارچه‌های روستایی در شهرستان سردشت دارای آگاهی و اطلاعات بوده و در قالب مدیران روستایی، مدیران و مسئولان نهادهای مرتبط با روستا و یا افراد محقق و پژوهشگر در این محدوده، اقدام به مشارکت و پژوهش یا فعالیت مستقیم در این زمینه داشتند. نمونه این بخش تعداد افراد کارشناس و صاحب­نظر در این ارتباط، به هیچ وجه دقیق و مشخص نیست، بنابراین با توجه به استاندارد پرسشنامه‌های کارشناسی، تعداد 25 کارشناس برای این امر انتخاب خواهد شد. در نهایت برای تعیین راهبردهای برنامه­ریزی مشارکتی روستایی و همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها که بناست در نهایت به مجموعه‌ای از راهبردها منتهی شود، از تحلیل SWOT استفاده شده است و برای اولویت­بندی راهبردهای آن از طریق ماتریس QSPM صورت گرفته است.

**یافته­ها**

به منظور بررسی جامع مجموعه عوامل مؤثر بر مشارکت مردمی روستاها در بازارچه‌های مرزی و پیوندهای بین بازارچه‌ها با روستاها، از تحلیل SWOT به منظور تعیین عوامل درونی و بیرونی مؤثر و در نهایت ارائه راهبردهای مهم و مؤثر در این زمنیه استفاده شده است. این فرایند که به عنوان برنامه­ریزی راهبردی شناخته می‌شود، به منظور شناسایی عوامل درونی شامل عوامل قوت و ضعف و همچنین عوامل برونی فرصت و تهدید از روش‌های زیر به صورت ترکیبی استفاده شده است: 1- انجام مطالعات میدانی از روستاها و بازارچه‌های مرزی و شناسایی عوامل از طریق مشاهده و مصاحبه­های عمیق و نیمه عمیق و تکمیل پرسشنامه‌ها با مدیران و مردم روستاها و بازارچه‌های مرزی. 2- بررسی مطالعات و پژوهش‌های پیشین صورت گرفته در ارتباط با منطقه و همچنین مطلب مرتبط با شهرستان سردشت و وضعیت بازارچه‌ها در نشریات و مجامع علمی. 3- استفاده از نظرات و دیدگاه‌های اساتید پژوهش و ترکیب و تلخیص عوامل شناسایی شده.

**جدول 2. ویژگی‌های جنسی و سطح تحصیلات کارشناسان و مدیران محلی**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **جنسیت** | **جنسیت** | | **سطح تحصیلات** | | **سطح تحصیلات** | |
| **فراوانی** | **درصد** | **فراوانی** | **درصد** |
| زن | 2 | 00/8 | زیر دیپلم |  | 6 | 24/0 |
| مرد | 23 | 00/92 | کارشناسی ارشد |  | 7 | 28/0 |
|  |  |  | دیپلم و فوق یپلم |  | 4 | 16/0 |
|  |  |  | کارشناسی |  | 8 | 32/0 |
| مجموع | 25 | 00/100 | مجموع |  | 25 | 100/0 |

مطابق جدول شماره 2، عموم کارشناسان از مدیران محلی بازارچه، شورا، دهیار و محققین انتخاب شدند بین 20 تا 40 سال سن داشتند و بخش زیادی از آن­ها مرد بودند. دو سوم آن­ها دارای تحصیلات عالیه دانشگاهی بوده و تعدادی از آن­ها تحصلات پایین‌تری داشتند. عمده آن­ها نیز از نظر شغلی، یا مدرس بوده یا کارمند و دهیار و شواری روستا بودند و برحسب جایگاه خود بین 1 تا 15 سال سابقه سکونت در منطقه را داشتند.

### ارزیابی عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدید مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی

بر اساس روش مطالعات و پژوهش شناخت عوامل، مجموعه عوامل قوت در جدول 3، نشان داده شده است. بر اساس عوامل شناسایی شده، عوامل قوت عمدتاً متمرکز بر تاثیرات بازارچه‌ها بر کاهش قاچاق و فعالیت­های غیرسمی و توسعه روابط سالم اقتصادی و مناسبات سیاسی با کشورهای همسایه و تاثیرات نسبی بر اقتصاد مردم و جلوگیری از روند مهاجرت و تأمین نیازهای اساسی مردم روستا است. ارزیابی عوامل به صورت کلی توسط 25 نفر از کارشناسان از مقدار 1 تا 5 برای تعیین وزن عوامل و از مقدار 1 تا 4 برای تعیین رتبه انجام شده است. پس از محاسبه وزن نسبی، با ضرب وزن نسبی در رتبه، وزن نهایی عوامل حاصل شده و با جمع مجموع اوزان نهایی، وزن مجموع هر بخش حاصل می‌شود.

**جدول 3. ارزیابی عوامل قوت مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **عوامل قوت** | **وزن نسبی** | **رتبه** | **وزن نهایی** |
| S1 | تاثیرات نسبی بازارچه‌ها بر اشتغال روستایی | 091/0 | 600/3 | 328/0 |
| S2 | افزایش اشتغال غیرمستقیم در روستاها به دلیل توسعه بازارچه‌ها | 078/0 | 800/2 | 218/0 |
| S3 | بهبود ویژگی‌های کالبدی و بافت سکونتگاه‌ها بعد از ایجاد بازارچه‌ها | 084/0 | 200/3 | 270/0 |
| S4 | کاهش نسبی پدیده قاچاق | 091/0 | 800/3 | 347/0 |
| S5 | افزایش علاقه و زمینه حضور مردم برای فعالیت در بازارچه‌ها | 101/0 | 000/4 | 405/0 |
| S6 | تاثیرات نسبی بازارچه‌ها بر پس­انداز و درآمد روستاییان | 098/0 | 800/3 | 372/0 |
| S7 | جلوگیری نسبی از اقتصاد غيررسمي در اين منطقه | 081/0 | 600/2 | 211/0 |
| S8 | جلوگیری از مهاجرت بی­رویه اهالی مرزنشین و تخلیه مناطق مرزنشین | 098/0 | 800/3 | 372/0 |
| S9 | شکوفایی استعدادهای محلی | 041/0 | 400/1 | 057/0 |
| S10 | تأمین نیازهای کالایی مردم مناطق مرزی | 064/0 | 800/2 | 180/0 |
| S11 | سوق دادن روستاهای مرزی به انجام فعالیت­های سالم | 074/0 | 400/3 | 253/0 |
| S12 | بازارچه‌ها در جذب گردشگران به منطقه و روستاها نقش نسبی را ایفا کردند | 026/0 | 1 | 026/0 |
| S13 | موقعیت مناسب جغرافیایی منطقه | 093/0 | 2/3 | 298/0 |
|  | مجموع |  |  | 34/3 |

بر اساس نتایج جدول 3، جلوگیری از مهاجرت مردم به شهر، تأثیرات نسبی بازارچه‌ها بر اشتغال روستایی، کاهش نسبی پدیده قاچاق، افزایش علاقه و زمینه حضور مردم برای فعالیت در بازارچه‌ها و تأثیرات نسبی بازارچه‌ها بر پس­انداز و درآمد روستاییان از مهم‌ترین عوامل قوت منطقه محسوب می‌شود. وزن نهایی کلیه عوامل 34/3 می­باشد.

در جدول 4، مجموعه عوامل ضعف مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی بر ضعف قوانین و مقررات، ضعف زیرساخت‌ها و خدمات، کشاورزی، انزوای جغرافیایی و دوری از مراکز مهم و غیره تاکید دارد.

**جدول 4. ارزیابی عوامل ضعف مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **عوامل ضعف** | **وزن نسبی** | **رتبه** | **وزن نهایی** |
| W1 | ضعف بازارچه‌ها در تأمین کالای مورد نیاز مردم | 035/0 | 8/2 | 097/0 |
| W2 | نقش محدود بازارچه‌ها در صنعتی سازی روستاهای پیرامون | 017/0 | 2/2 | 036/0 |
| W3 | ضعف فعالیت‌های کشاورزی به دلیل ناهمواری زیاد و آب محدود | 051/0 | 4/3 | 172/0 |
| W4 | عدم توسعه لازم راه‌های ارتباط روستایی و راه‌های اصلی شهرستان | 060/0 | 6/3 | 216/0 |
| W5 | انزوای جغرافیایی بسیاری از روستاهای شهرستان | 060/0 | 6/3 | 216/0 |
| W6 | عدم توزیع مطلوب منافع اقتصادی ناشی از بازارچه‌ها در روستاها | 060/0 | 6/3 | 216/0 |
| W7 | عدم همخوانی عملکرد بازارچه‌ها با اهداف اولیه تأسیس آن‌ها | 053/0 | 8/2 | 148/0 |
| W8 | بازارچه مشترک مرزي تأثیر شگرفي در تأمین مايحتاج نيازهاي ساکنين مرزنشين نداشته است | 048/0 | 2 | 097/0 |
| W9 | باز و بسته شدن‌های بی مورد بازارچه‌های مرزی | 060/0 | 6/3 | 216/0 |
| W10 | سطح تحصیلات پایین افراد فعال در بازارچه‌های مرزی | 060/0 | 4/3 | 204/0 |
| W11 | وجود سقف ریالی تعیین شده برای مبادلات در بازارچه­ها مرزی | 041/0 | 2/2 | 091/0 |
| W12 | وجود ابهام در نقش و دامنه اختیارات حوزه‌های نظارت | 058/0 | 6/3 | 207/0 |
| W13 | نبود امکانات و تاسیسات اولیه در بازارچه‌ها مانند فاکس امکانات رایانه‌ای و سردخانه | 064/0 | 4/3 | 219/0 |
| W14 | بالا بودن هزینه‌های حمل و نقل از طریق این بازارچه‌ها به دلیل کیفیت نامناسب جاده‌های ارتباطی | 060/0 | 6/3 | 216/0 |
| W15 | مقررات سخت گمرک در خصوص محدودیت صادرات و واردات و بالا بودن تعرفه‌های گمرکی | 060/0 | 4/3 | 204/0 |
| W16 | عدم ایجاد فضای ارتباطی با تجار خارجی برای بحث پیرامون صادرات و واردات کالا | 051/0 | 8/2 | 142/0 |
| W17 | تشریفات اداری دست و پا گیر در فرایند واردات و صادرات | 060/0 | 4/3 | 204/0 |
| W18 | وجود برخی ناامنی‌های مرزی در منطقه | 078/0 | 4/3 | 265/0 |
| W19 | عدم تاثیرگذاری نه چندان زیاد بازارچه‌ها بر امنیت منطقه | 040/0 | 2 | 081/0 |
| W20 | عدم تاثیرگذاری نه چندان بالای بازارچه‌ها بر تثبیت جمعیت روستاها | 031/0 | 4/1 | 044/0 |
| W21 | افزایش روند ورود افراد غیربومی به بازارچه‌های مرزی | 078/0 | 4/3 | 265/0 |
| W22 | افزایش گرایش به فعالیت­های قاچاق کالا | 054/0 | 2/2 | 119/0 |
| W23 | عدم پیوستگی و کنترل رسمی ورود و خروج کالا در برخی بازارچه‌ها | 054/0 | 4/2 | 129/0 |
|  | مجموع |  |  | 80/3 |

بر اساس نتایج جدول 4، عوامل زیر در قالب مهم‌ترین عوامل ضعف منطقه به شمار می‌روند: انزوای جغرافیایی بسیاری از روستاهای شهرستان؛ عدم توزیع مطلوب منافع اقتصادی ناشی از بازارچه‌ها در روستاها؛ باز و بسته شدن‌های بی مورد بازارچه‌های مرزی؛ نبود امکانات و تاسیسات اولیه در بازارچه‌ها مانند فاکس، امکانات رایانه‌ای و سردخانه نگهداری کالاهای فاسدشدنی؛ بالا بودن هزینه‌های حمل و نقل از طریق این بازارچه‌ها به دلیل کیفیت نامناسب جاده‌های ارتباطی؛ عدم توسعه لازم راه‌های ارتباط روستایی و راه‌های اصلی شهرستان و وجود ابهام در نقش و دامنه اختیارات حوزه‌های نظارت. وزن نهایی کلیه عوامل 80/3 می­باشد.

### مطابق جدول شماره 5، عوامل فرصت شهرستان سردشت از منظر مشارکت روستایی در بازارچه‌های مرزی بیشتر در چارچوب موارد زیر می‌باشد: وجود بازار داخلی و خارجی از مصرف محصولات؛ موقعیت سیاسی و ارتباطی منطقه؛ موقعیت جغرافیایی منطقه؛ وجود نگرش‌های مثبت به بازارچه‌های مرزی و همسایگی با کشور عراق و وجود اشتراکات و منافع فرهنگی و اقتصادی.

**جدول 5. ارزیابی عوامل فرصت مؤثر بر برنامه ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **عوامل فرصت** | **وزن نسبی** | **رتبه** | **وزن نهایی** |
| O1 | افزایش ورود کالاهای متنوع به منطقه | 060/0 | 4/2 | 143/0 |
| O2 | موقعیت ارتباطی و سیاسی مهم بازارچه‌ها با کشورهای همسایه و صدور و ورود کالاهای مختلف | 104/0 | 8/3 | 396/0 |
| O3 | وجود اشتراکات فرهنگی بین جوامع روستایی با مردم آن سوزی مرزها | 108/0 | 4 | 432/0 |
| O4 | وجود اقلیم کردی در همسایگی، به عنوان بازار مصرف فعال در خاورمیانه | 108/0 | 8/3 | 410/0 |
| O5 | زمینه سازی بازارچه‌ها برای ایجاد امنیت سیاسی مرزی و ارتقای امنیت اقتصادی | 082/0 | 2/3 | 262/0 |
| O6 | تلاش دولت جهت گسترش روابط سیاسی و اقتصادی با کشورهای همسایه عراق | 045/0 | 4/1 | 063/0 |
| O7 | بازار بکر و دست نخورده عراق به دلیل محدودیت‌های حکومت عراق نسبت به ارتباطات خارجی | 052/0 | 4/2 | 125/0 |
| O8 | دسترسی به بازارهای مصرف داخلی و خارجی | 048/0 | 2/2 | 106/0 |
| O9 | عدم فعالیت واحدهای تولید داخلی در شمال عراق | 056/0 | 6/2 | 145/0 |
| O10 | تخصیص جوایز و پاداش‌ها صادراتی دولت به صادرکنندگان موفق | 033/0 | 4/1 | 047/0 |
| O11 | وجود نوعی نگرش مثبت به بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت | 078/0 | 6/2 | 203/0 |
| O12 | ساماندهی صادرات و واردات مجاز از کشورهای همسایه | 030/0 | 200/1 | 036/0 |
| O13 | توسعه مناسبات سیاسی و تجاری با کشورهای همسایه | 068/0 | 000/3 | 203/0 |
|  | مجموع |  |  | 57/2 |

بر اساس نتایج جدول 5، مهم‌ترین و تاثیرگذارترین عوامل فرصت، موارد زیر را شامل می‌شود: تغییرات سیاسی رخ داده شده در کشور همسایه و تغییرات آتی؛ وجود اشتراکات فرهنگی بین جوامع روستایی با مردم آن سوی مرز؛ وجود اقلیم کردی در همسایگی، به عنوان بازار مصرف فعال در خاورمیانه؛ موقعیت ارتباطی و سیاسی مهم بازارچه‌ها با کشورهای همسایه و صدور و ورود کالاهای مختلف و موقعت مناسب جغرافیایی منطقه. وزن نهایی کلیه عوامل 57/2 می­باشد.

در جدول 6، عوامل تهدید عمدتاً متمرکز بر ناامنی‌های منطقه‌ای، تاثیرات نه چندان بالای بازارچه در برخی بخش‌ها، ورود افراد غیربومی، تصویر ذهنی منفی از منطقه، مشکل قوانین و سیاستگذاری و انزوای جغرافیایی است.

**جدول 6. ارزیابی عوامل تهدید مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **عوامل تهدید** | **وزن نسبی** | **رتبه** | **وزن نهایی** |
| T1 | عدم تمایل لازم سرمایه­گذاران بزرگ به سرمایه­گذاری به دلیل تصویر ذهنی منفی از مناطق مرزی | 090/0 | 4 | 359/0 |
| T2 | داشتن رویکرد فرامنطقه­ای و فراستانی کالاهای مربوط به بازارچه‌های مرزی | 042/0 | 2/2 | 092/0 |
| T3 | سیاستگذاری نامناسب در مورد مقررات بازارچه‌های مرزی و شفاف نبودن برخی قوانین | 087/0 | 8/3 | 330/0 |
| T4 | تنش و بحران­های سیاسی ملی و منقطقه ای و عدم ثبات سیاسی در عراق | 090/0 | 4 | 359/0 |
| T5 | انزوای جغرافیایی منطقه و وجود موانع و محدودیت­های طبیعی و کوهستانی | 090/0 | 4 | 359/0 |
| T6 | فقدان بسترهای مناسب تکنولوژیکی و ارتباطی و سنتی بودن مبادلات در بازارچه‌های مرزی | 087/0 | 4 | 347/0 |
| T7 | اشکال در نحوه اجرای قوانین و دستورالعمل‌های ورود و خروج کالا از بازارچه‌ها | 090/0 | 4 | 359/0 |
| T8 | حاکمیت نهادهای سیاسی و تاکید آن­ها در اولویت دادن به مسائل سیاسی | 090/0 | 4 | 359/0 |
| T9 | دوری از مراکز مهم شهری کشور و مراکز پخش جمعیت | 058/0 | 4/3 | 196/0 |
| T10 | عدم امکان تردد تجار عراقی به آن سوی مرز | 046/0 | 6/2 | 120/0 |
| T11 | تغییرات سیاسی رخ داده شده در کشور همسایه و تغییرات آتی | 107/0 | 4 | 429/0 |
|  | مجموع |  |  | 31/3 |

بر اساس نتایج جدول 6، مهم‌ترین عوامل تهدید شامل اشکال در نحوه اجرای قوانین و دستورالعمل‌های ورود و خروج کالا از بازارچه‌ها، حاکمیت نهادهای سیاسی و تاکید آن­ها در اولویت دادن به مسائل سیاسی، انزوای جغرافیایی منطقه نسبت به مراکز فعالیت و تولیدی کشور و وجود موانع و محدودیت­های طبیعی و کوهستانی، تنش و بحران­های سیاسی ملی و منطقه‌ای و عدم ثبات سیاسی در عراق و عدم تمایل لازم سرمایه­گذاران بزرگ به سرمایه­گذاری به دلیل تصویر ذهنی منفی از مناطق مرزی می‌شود. وزن نهایی کلیه عامل 31/3 می­باشد. در این بخش مقادیر و نتایج با توجه به نتایج جداول پیشین، عوامل قوت و ضعف در ترکیب هم عوامل درونی و عوامل فرصت و تهدید در ترکیب با یکدیگر عوامل بیرونی تشکیل دادند.

**جدول 7. ارزیابی عوامل درونی مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **عوامل درونی** | **وزن نسبی** | **رتبه** | **وزن نهایی** |
| تاثیرات نسبی بازارچه‌ها بر اشتغال روستایی | 037/0 | 6/3 | 133/0 |
| افزایش اشتغال غیرمستقیم در روستاها به دلیل توسعه بازارچه‌ها | 031/0 | 8/2 | 088/0 |
| بهبود ویژگی‌های کالبدی و بافت سکونتگاه‌ها بعد از ایجاد بازارچه‌ها | 034/0 | 2/3 | 110/0 |
| کاهش نسبی پدیده قاچاق | 037/0 | 8/3 | 141/0 |
| افزایش علاقه و زمینه حضور مردم برای فعالیت در بازارچه‌ها | 041/0 | 4 | 164/0 |
| تاثیرات نسبی بازارچه‌ها بر پس انداز و درآمد روستاییان | 040/0 | 8/3 | 151/0 |
| جلوگیری نسبی از اقتصاد غيررسمي در اين منطقه | 033/0 | 6/2 | 085/0 |
| جلوگیر از مهاجرت بی رویه اهالی مرزنشین و تخلیه مناطق مرزنشین | 040/0 | 8/3 | 151/0 |
| شکوفایی استعدادهای محلی | 016/0 | 4/1 | 023/0 |
| ساماندهی صادرات و واردات مجاز از کشورهای همسایه | 012/0 | 2/1 | 015/0 |
| تأمین نیازهای کالایی مردم مناطق مرزی | 026/0 | 8/2 | 073/0 |
| سوق دادن روستاهای مرزی به انجام فعالیت‌های سالم | 030/0 | 4/3 | 102/0 |
| توسعه مناسبات سیاسی و تجاری با کشورهای همسایه | 027/0 | 3 | 082/0 |
| ضعف بازارچه‌ها در تأمین کالای مورد نیاز مردم | 021/0 | 8/2 | 058/0 |
| نقش محدود بازارچه‌ها در صنعتی سازی روستاهای پیرامون | 010/0 | 2/2 | 022/0 |
| ضعف فعالیت‌های کشاورزی به دلیل ناهمواری زیاد و آب محدود | 030/0 | 4/3 | 102/0 |
| عدم توسعه لازم راه‌های ارتباط روستایی و راه‌های اصلی شهرستان | 036/0 | 6/3 | 128/0 |
| انزوای جغرافیایی بسیاری از روستاهای شهرستان | 036/0 | 6/3 | 128/0 |
| عدم توزیع مطلوب منافع اقتصادی ناشی از بازارچه‌ها در روستاها | 036/0 | 6/3 | 128/0 |
| دوری از مراکز مهم شهری کشور و مراکز پخش جمعیت | 034/0 | 4/3 | 116/0 |
| عدم همخوانی عملکرد بازارچه‌ها با اهداف اولیه تأسیس آن‌ها | 031/0 | 8/2 | 088/0 |
| بازارچه مشترک مرزي تأثیر شگرفي در تأمین مايحتاج نيازهاي ساکنين مرزنشين نداشته است | 029/0 | 2 | 058/0 |
| باز و بسته شدن‌های بی مورد بازارچه‌های مرزی | 036/0 | 6/3 | 128/0 |
| سطح تحصیلات پایین افراد فعال در بازارچه‌های مرزی | 036/0 | 4/3 | 121/0 |
| وجود سقف ریالی تعیین شده برای مبادلات در بازارچه‌ها مرزی | 025/0 | 2/2 | 054/0 |
| وجود ابهام در نقش و دامنه اختیارات حوزه‌های نظارت | 034/0 | 6/3 | 123/0 |
| عدم امکان تردد تجار عراقی به آن سوی مرز | 027/0 | 6/2 | 071/0 |
| نبود امکانات و تاسیسات اولیه در بازارچه‌ها مانند فاکس امکانات رایانه‌ای و سردخانه نگهداری | 038/0 | 4/3 | 130/0 |
| بالا بودن هزینه‌های حمل و نقل از طریق این بازارچه‌ها به دلیل کیفیت نامناسب جاده‌های ارتباطی | 036/0 | 6/3 | 128/0 |
| مقررات سخت گمرک در خصوص محدودیت صادرات و واردات و بالا بودن تعرفه‌های گمرکی | 036/0 | 4/3 | 121/0 |
| عدم ایجاد فضای ارتباطی با تجار خارجی برای بحث پیرامون صادرات و واردات کالا | 030/0 | 8/2 | 084/0 |
| تشریفات اداری دست و پا گیر در فرایند واردات و صادرات | 036/0 | 4/3 | 121/0 |
| مجموع |  |  | 230/3 |

**جدول 8. ارزیابی عوامل بیرونی مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **عوامل بیرونی** | **وزن نسبی** | **رتبه** | **وزن نهایی** |
| بازارچه‌ها در جذب گردشگران به منطقه و روستاها نقش نسبی را ایفا کردند | 012/0 | 1 | 012/0 |
| افزایش ورود کالاهای متنوع به منطقه | 027/0 | 4/2 | 064/0 |
| تغییرات سیاسی رخ داده شده در کشور همسایه و تغییرات آتی | 048/0 | 4 | 191/0 |
| موقعیت ارتباطی و سیاسی مهم بازارچه‌ها با کشورهای همسایه و صدور و ورود کالاهای مختلف | 046/0 | 8/3 | 177/0 |
| وجود اشتراکات فرهنگی بین جوامع روستایی با مردم آن سوزی مرزها | 048/0 | 4 | 192/0 |
| وجود اقلیم کردی در همسایگی، به عنوان بازار مصرف فعال در خاورمیانه | 048/0 | 8/3 | 183/0 |
| زمینه­سازی بازارچه‌ها برای ایجاد امنیت سیاسی مرزی و ارتقای امنیت اقتصادی | 036/0 | 2/3 | 117/0 |
| تلاش دولت جهت گسترش روابط سیاسی و اقتصادی با کشورهای همسایه عراق | 020/0 | 4/1 | 028/0 |
| بازار بکر و دست نخورده عراق به دلیل محدودیت‌های حکومت عراق نسبت به ارتباطات خارجی | 023/0 | 4/2 | 056/0 |
| دسترسی به بازارهای مصرف داخلی و خارجی | 022/0 | 2/2 | 047/0 |
| عدم فعالیت‌های واحدهای تولید داخلی در شمال عراق | 025/0 | 6/2 | 065/0 |
| تخصیص جوایز و پاداش‌ها صادراتی دولت به صادرکنندگان موفق | 015/0 | 4/1 | 021/0 |
| موقعت مناسب جغرافیایی منطقه | 041/0 | 2/3 | 133/0 |
| وجود نوعی نگرش مثبت به بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت | 035/0 | 6/2 | 091/0 |
| وجود برخی ناامنی‌های مرزی در منطقه | 043/0 | 4/3 | 147/0 |
| عدم تاثیرگذاری نه چندان زیاد بازارچه‌ها بر امنیت منطقه | 022/0 | 2 | 045/0 |
| عدم تاثیرگذاری نه چندان بالای بازارچه‌ها بر تثبیت جمعیت روستاها | 017/0 | 4/1 | 024/0 |
| افزایش روند ورود افراد غیربومی به بازارچه‌های مرزی | 043/0 | 4/3 | 147/0 |
| افزایش گرایش به فعالیت‌های قاچاق کالا | 030/0 | 2/2 | 066/0 |
| عدم پیوستگی و کنترل رسمی ورود و خروج کالا در برخی بازارچه‌ها | 030/0 | 4/2 | 072/0 |
| عدم تمایل لازم سرمایه­گذاران بزرگ به سرمایه­گذاری به دلیل تصویر ذهنی منفی از مناطق مرزی | 050/0 | 4 | 199/0 |
| داشتن رویکرد فرامنطقه­ای و فراستانی کالاهای مربوط به بازارچه‌های مرزی | 023/0 | 2/2 | 051/0 |
| سیاستگذاری نامناسب در مورد مقررات بازارچه‌های مرزی و شفاف نبودن برخی قوانین | 048/0 | 8/3 | 183/0 |
| تنش و بحران‌های سیاسی ملی و منطقه­ای و عدم ثبات سیاسی در عراق | 050/0 | 4 | 199/0 |
| انزوای جغرافیایی منطقه و وجود موانع و محدودیت‌های طبیعی و کوهستانی | 050/0 | 4 | 199/0 |
| فقدان بسترهای مناسب تکنولوژیکی و ارتباطی و سنتی بودن مبادلات در بازارچه‌های مرزی | 048/0 | 4 | 192/0 |
| اشکال در نحوه اجرای قوانین و دستورالعمل‌های ورود و خروج کالا از بازارچه‌ها | 050/0 | 4 | 199/0 |
| حاکمیت نهادهای سیاسی و تاکید آن‌ها در اولویت دادن به مسائل سیاسی | 050/0 | 4 | 199/0 |
| مجموع |  |  | 296/3 |

پس از شناسایی و تعیین عوامل درونی و بیرونی، در این بخش مشخص می‌شود شهرستان سردشت از منظر راهبردی در چه وضعیتی قرار دارد؟ و باید چه راهبردهایی را برای خود اتخاذ کند؟

**جدول 9. وزن نهایی عوامل مؤثر بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **عوامل** | **وزن** | **عوامل** | **وزن** | **عوامل** | **وزن** |
| عوامل قوت | 252/3 | عوامل فرصت | 083/3 | عوامل درونی | 230/3 |
| عوامل ضعف | 214/3 | عوامل تهدید | 468/3 | عوامل بیرونی | 296/3 |

بر اساس جدول 9، میزان وزن کلیه عوامل نسبت به هم نزدیک بوده و بالای مقدار 3 از 4 است که نشان از تأثیرات و اهمیت کلیه عوامل چهارگانه دارد. همچنین اختلاف بین عوامل کم بوده و تنها عوامل تهدید کمی بیشتر از فرصت، خودنمایی می‌کند.

# تعیین راهبردهای مؤثر بر برنامه ریزی مشارکتی روستایی با تاکید بر بازارچه‌های مرزی

راهبردهای تعیین شده در ارتباط با برنامه­ریزی مشارکتی شامل چهار نوع راهبرد می‌باشد: راهبردهای تهاجمی SO؛ راهبردهای بازنگری ST؛ راهبردهای تنوع WO و راهبردهای تدافعی WT. این راهبردها در بخش‌های مختلف و با ترکیب مجموع عوامل مختلف تدوین شده است که این عوامل در کنار هر راهبرد نوشته شده است. جداول 10 تا 13 این راهبردها را نشان داده است:

**جدول 10. راهبردهای SO بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |
| --- | --- |
| **کد راهبرد** | **راهبردهای SO (راهبردهای تهاجمی)** |
| SO1 | تشکیل بازارچه‌های مرزی مشترک بین ایران و اقلیم کردی عراق در جهت ایجاد پیوندهای مشارکتی مردم در بازارچه‌ها و فعالیت­های اقتصادی (S11, S10, S13, O10, O11) |
| SO2 | استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی مشابه از طریق تشکیل خوشه‌های اقتصادی بین المللی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی جهت کاهش ناامنی منطقه و کوتاه کردن دست تجزیه طلبان (S10, S13, O7, O5, O8) |
| SO3 | تدوین طرح و برنامه در ارتباط با بهبود زندگی کولبران و جلوگیری از قاچاق کالا از طریق اعطای مجوز سرمایه­گذاری خصوصی در بازارچه‌ها و فعالیت بیشتر مردم روستایی جهت نقل و انتقال قانونی کالاها (O11, O8, S1, S2, S7, S9) |
| SO4 | تدوین طرح بخش بندی و تحلیل تقاضای بازار اقتصادی کشور عراق و سنجش طیف مردم مناطق مرزی و سلایق و ترجیحات در جهت تبیین طرح محصول – بازار و ارائه عرضه متناسب در بازارچه‌ها بر اساس توان‌های مناطق روستایی (S2,S5, S12, O4, O9, O10) |

با توجه به جدول شماره 10، چهار راهبرد اصلی تهاجمی SO در این بخش عبارت‌اند از:

* راهبرد نخست به ایجاد بازارچه‌های مشترک بین ایران و عراق در نواحی مختلف اشاره دارد. این راهبرد به دلیل مجاورت و نزدیکی شهرستان سردشت با کشور همسایه و وجود اشتراکات فرهنگی بین دو کشور (ایران و اقلیم کردی) تدوین شده است. ایجاد بازارچه‌های مشترک در ایجاد ارتباطات بین دو کشور و تحکیم پیوندهای قومی و فرهنگی و توسعه تجارت نقش مهمی دارد از طرف دیگر در جلب مشارکت مردمی روستاهای نقش اساسی دارد چرا که تجمعی شدن بازارچه دارای خاصیت مهم اقتصادی است و منافع اقتصادی مهمی بر جای می‌گذارد.
* در ارتباط با راهبرد اول، راهبرد دوم به تشکیل خوشه‌های اقتصادی در چارچوب بازارچه‌ها اشاره دارد. خوشه‌ها زیر مجموعه شبکه محسوب می‌شود. تشکیل خوشه‌های اقتصاد در شبکه ارتباطات روستایی می‌تواند نقش مهمی در تأمین منافع اشتراکی و پیوندهای قومی و جلوگیری از فعالیت افراد سودجو و کاهش ناامنی باشد.
* با توجه به مسئله کولبران در منطقه که مرتبط با مشکلات معیشتی مردم می‌باشد، بیشتر این کولبران بعضاً رو به کالاهای قاچاق می‌آورند که این مورد به عنوان اقتصاد سیاه خوانده می‌شود. سرمایه­گذاری بیشتر در حوزه بازارچه‌های مرزی و اعطای تسهیلات و امکانات باید در راستای منافع اکثریت از جمله کولبران باشد.
* برسی طرح تطبیق محصول بازار به عنوان یک راهبرد مهم می‌تواند مطرح شود. بازار اقتصادی یک بازارچه و روستاهای پیرامون می‌تواند بازار داخلی و خارجی باشد. بازار می‌تواند شامل محصولات و مشتری‌ها باشد. از طرفی عرضه می‌تواند شامل محصولات مربوط به شهرستان سردشت و مناطق روستایی باشد. با شناخت طیف مشتریان و مردم و ویژگی‌های بازار می‌تواند شرایط محصول عرضه شده را با بازار تطبیق داد تا در جهت توسعه متوازن حرکت کرد.

**جدول 11. راهبردهای ST بر برنامه ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |
| --- | --- |
| **کد راهبرد** | **راهبردهای ST (راهبردهای رقابتی)** |
| ST1 | ایجاد شبکه‌های اجتماعی بازارچه‌های مرزی در قالب شبکه مشارکت مردم روستاهای پیرامون بازارچه در جهت مدیریت بومی و محلی بازارچه‌ها و کاهش ناامنی و سنجش پیوندهای بین این شبکه‌ها در قالب روابط مالی، اطلاعات و مشاوره و غیره (T1, T12, T4, S1, S8, S12). |
| ST2 | ایجاد و توسعه تشکل‌ها و سازمان­های محلی روستایی در قالب صندوق‌های همیار و گروه‌های کانونی به منظور بهره­وری از توان بومی روستایی در جهت استفاده از کارکردهای بازارچه‌های مرزی و کاهش دخالت عوامل غیربومی (S5, S13, T4, T14) |

مطابق جدول شماره 11، دو راهبرد اصلی راهبردهای تنوع ST عبارت‌اند از:

* راهبرد نخست این بخش بسیار مهم بوده و مربوط به ایجاد شبکه‌های اجتماعی روستایی و بازارچه‌ها است. شبکه‌های اجتماعی یک شبکه‌ای از روابط و پیوندهای بین مردم و مدیران روستایی و مدیران بازارچه‌ها در چارچوب گروه‌های همیار و خوشه‌های مختلف است که دارای ارتباط و ابزارهای مشترک است. اساساً گام مهم در مشارکت روستایی، ارتباط بین گروه‌های مختلف از نظر اطلاعات و داده‌ها، تولید محصولات و ارائه مشاوره و هماهنگی و جنبه‌های اشتراکی ابزار و محصولات است که این مورد در منطقه وجود ندارد و نیاز هست این راهبرد پیاده­سازی شود.
* راهبرد دوم به عنوان مکمل راهبرد اول بوده و به ایجاد و گسترش تشکل‌های محلی در قالب حکمروایی و تشکیل گروه‌های همیار، صندوق‌های مشارکتی و گروه‌های کانونی اشاره دارد که همگی گامی در افزایش توان تصمیم­گیری‌های جمعی و فرایند توانمندسازی است.

**جدول 12. راهبردهای WO بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |
| --- | --- |
| **کد راهبرد** | **راهبردهای WO (راهبردهای محافظه کارانه)** |
| WO1 | برنامه­ریزی بر روی گردشگران و بازدیدکنندگان از بازارچه‌های مرزی در جهت ایجاد پیوند و تبادل اجتماعی بین مردم روستایی و خریداران با گردشگران و استفاده از توان­ها و ظرفیت­های سرمایه‌ای و تخصصی آن‌ها در جهت توسعه (W6, W1, O1, O9). |
| WO2 | ایجاد بازارچه‌های ویژه صنایع دستی روستایی و کارخانه‌های فراوری محصولات نیمه صنعتی به عنوان اقتصاد مکمل و جایگزین منطقه از طریق عرضه صنایع دستی و نیروی کار روستایی با توجه به بازار مصرف منطقه و کشور همسایه (W9, W18, O4, O10). |
| WO3 | تدوین طرح توانمندسازی زنان روستایی در جهت مشارکت در فرایندهای بازارچه‌های روستایی با همکاری و مشارکت بین المللی در چارچوب قوانین کشور همسایه و به جهت بهبود تصویر ذهنی از منطقه (W18, W5, O5, O7, O14). |

در جدول شماره 12 به سه مورد از مهم‌ترین راهبردهای بازنگری WO اشاره شده است:

* راهبرد نخست این بخش به مسئله گردشگران و بازدیدکنندگان از بازارچه‌ها و استفاده از پتانسل­های آن‌ها اشاره دارد. اگرچه در این پژوهش تاکید خاصی بر گردشگران نشده است اما بازارچه‌های مرزی می‌تواند محلی برای بازدید گردشگران بوده و مورد توجه قرار بگیرد. در فرایند بازدید گردشگران، ایجاد فرایند تبادل اجتماعی امری مختمل است. تبادل اجتماعی به ارتباط بین گردشگران با مردم روستا و یا بازارچه مرزی مربوط می‌شود. این تبادل می‌تواند ضمن بالا بردن اگاهی مردم بومی، در جذب سرمایه­گذاران و افزایش اعتماد به نفس و خودباوری نقش مهمی داشته باشد.
* یکی از چالش‌های برنامه­ریزی مشارکتی بازارچه‌ها، نقش اندک آن­ها در رونق و توسعه صنایع دستی و صنعتی­سازی روستایی است که باید به صورت جد به آن توجه شود. بازارچه‌ها به نوعی باید جذب کننده هنر پیرامون خود باشند. ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی ویژه در کنار بازارچه‌های مرزی و ایجاد صنایع فراوری در پیرامون می‌تواند راهبرد مهم در این زمینه باشد. البته به شرطی که زمینه‌های اولیه برای توسعه صنایع دستی روستایی ایجاد شده باشد.
* زنان روستایی به ویژه زنان قوم کرد، نقش مهمی در مبحث مشارکت روستایی دارند. فرایند توانمندسازی یک سلسله مراتبی از ارائه برنامه‌های آموزشی و خدمات و اشتغال زنان است که نیاز هست که برای همه اقشار و گروه‌ها صورت پذیرد اما برای اقشار زنان با توجه به محدودیت­ها و مشکلات منطقه، حیاتی‌تر است. طرح توانمندسازی باید با رعایت اصول اساسی فرایند توانمندسازی و در یک چرخه اساسی صورت گیرد به نوعی که زنان در فرایند توانمندسازی بتوانند در بخشی از سیستم توسعه روستایی جایگاه مهمی داشته باشند.

**جدول 13. راهبردهای WT بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی شهرستان سردشت**

|  |  |
| --- | --- |
| **کد راهبرد** | **راهبردهای WT (راهبردهای تدافعی)** |
| WT1 | ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاهای پیرامون بازارچه‌ها در قالب یک شبکه حلقوی در زمینه تولیدات تجمعی صنایع دستی و تولیدات کشاورزی جهت ارائه به بازارچه‌ها و ایجاد ارتباطات قوی بین کارآفرینان روستایی در زمنیه تبادل اطلاعات و ایده به منظور خارج ساختن منطقه از حالت انزوا (W5, W7, T11, T6) |
| WT2 | اصلاح یا تدوین آیین نامه‌ها و قوانین به روز بازارچه‌های مرزی و تاکید بر نقش و مشارکت مردم روستایی بر مدیریت بازارچه‌ها و نقل و انتقال کالاها به منظور تمرکز بر حکمروایی خوب (W17, W19, T9, T13). |
| WT3 | استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مانند کیوآرکد و VGI به منظور سنجش لحظه‌ای چالش‌های مرتبط با بازارچه‌ها توسط مردم بومی روستایی و ایجاد ارتباط بهتر بین بازارچه‌ها با مدیریت دولتی و افزایش مهارت نیروی انسانی شاغل (W6, W11, W15, T6, T12) |

جدول شماره 13، راهبردهای WT بر برنامه­ریزی مشارکتی روستایی را مورد بررسی قرار داده است:

* ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاها در جهت ارائه ایده‌ها و خلاقیت‌ها ایجاد می‌شود. در این راهبرد قدرت هر فرد یا هر روستا در زنجیره و شبکه روابط بین روستاها مورد سنجش قرار می‌گیرد.
* قوانین و آیین نامه‌های اجرای بازارچه‌ها همانطورکه پیش‌تر گفته شد نیاز به اصلاح اساسی دارد. اساس و پایه این اصلاح باید بر طبقه اصول حکمروایی خوب و قدرتمند شدن نهادهای محلی و افزایش توان تصمیم­گیری و مشارکت مردم در بازارچه‌ها باشد.
* فناوری‌های ارتباطی نوین می‌تواند در توسعه مشارکت مردمی در بازارچه‌ها نقش مهمی داشته باشد. کیوتوریسم و VGI نمونه‌ای از این فناوری‌ها است. در کنار این فناوری، می‌توان به فناوری موسوم به کیوتوریسم نیز اشاره کرد که وظیفه اطلاع­رسانی در زمین را به صورت واقعی و البته از طریق فناوری ارتباطی به گردشگران می‌دهد. داده‌های جغرافیایی داوطلبانه که توسط گودچایلد در سال 2007 مطرح شد، مفهومی برای تشکیل یک منبع اطلاعاتی مکانی با مشارکت مردم در پایین­ترین سطح به عنوان مشاهده­گر و در سطح بالا به عنوان مشارکت­کننده و بیان­کننده راه­حل‌ها است که تبدیل به یک مبحث مهم در حوزه جغرافیا شده است و هدف آن تأمین، تولید و فراهم آوردن داده‌ها، گردآوری و تحلیل داده‌های فضایی و چندرسانه‌ای داده‌های مختلف و ناهمگن، از طریق فعالیت­های داوطلبانه افراد و گروه­ها است. در واقع با توسعه Web 2، سیستم VGI به «یک واقعیت» تبدیل شده است که به دنبال تغییر رویه تهیه داده از سیستم‌های دقیق و کنترل شده به سمت داده‌های مردمی بوده و روش مناسبی نیز برای ایجاد زیرساخت داده‌های مکانی است کیوتوریسم، پروژه‌ای است که رویکرد آن اضافه کردن واقعیت افزوده به محیط‌های گردشگری است. در این فناوری، نشانگرها و بارکدهایی در نواحی گردشگری جنوب شرق یا سایر نقاط هدف، نصب می‌شود. این بارکدها حاوی اطلاعات جامع به صورت متن، صدا، تصویر، فیلم و غیره در مورد جاذبه یا موارد دیگر می‌باشد. گردشگران از طریق دانلود نرم افزار کیوتوریسم و نصب در گوشی موبایل یا دستگاه‌های مشابه و اسکن اطلاعات بارکدها از طریق گوشی، می‌توانند بدون نیاز به داشتن راهنما، اطلاعات جامعی از جاذبه‌ها به دست بیاورند.

در این پژوهش به منظور اولویت­بندی راهبردهای تعیین شده، از ماتریس QSPM استفاده شد. در این ماتریس، میزان جذابیت هر راهبرد برای هر عامل از مقدار 1 تا 4 سنجیده شده و در وزن نسبی هر عامل ضرب می‌شود و در نهایت نمره‌های جذابیت برای هر راهبرد جمع شده و وزن نهایی حاصل در جدول شماره 14 آورده شده است.

**جدول 14. ماتریس تحلیل راهبردهای ترکیبی SWOT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| داخلی  خارجی | **نقاط قوت (S)** | **نقاط ضعف (W)** |
| **فرصت­ها (O)** | راهبردهای تهاجمی (SO):  SO1: تشکیل بازارچه‌های مرزی مشترک بین ایران و اقلیم کردی عراق در جهت ایجاد پیوندهای مشارکتی مردم در بازارچه‌ها و فعالیت­های اقتصادی  SO2: استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی مشابه از طریق تشکیل خوشه‌های اقتصادی بین المللی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی جهت کاهش ناامنی منطقه و کوتاه کردن دست تجزیه طلبان  SO3: تدوین طرح و برنامه در ارتباط با بهبود زندگی کولبران و جلوگیری از قاچاق کالا از طریق اعطای مجوز سرمایه­گذاری خصوصی در بازارچه‌ها و فعالیت بیشتر مردم روستایی جهت نقل و انتقال قانونی کالاها (O11, O8, S1, S2, S7, S9) | راهبردهای محافظه­کارانه (WO):  WO1: برنامه­ریزی بر روی گردشگران و بازدیدکنندگان از بازارچه‌های مرزی در جهت ایجاد پیوند و تبادل اجتماعی بین مردم روستایی و خریداران با گردشگران و استفاده از توان­ها و ظرفیت­های سرمایه­ای و تخحصی آن‌ها در جهت توسعه روستاها و بازارچه‌ها  WO2: ایجاد بازارچه‌های ویژه صنایع دستی روستایی و کارخانه‌های فراوری محصولات نیمه صنعتی به عنوان اقتصاد مکمل و جایگزین منطقه از طریق عرضه صنایع دستی روستایی و نیروی کار روستایی با توجه به بازار مصرف منطقه و کشور همسایه  WO3: تدوین طرح توانمندسازی زنان روستایی در جهت مشارکت در فرایندهای بازارچه‌های روستایی با همکاری و مشارکت بین المللی در چارچوب قوانین کشور همسایه و به جهت بهبود تصویر ذهنی از منطقه |
| **تهدیدها (T)** | راهبردهای تهاجمی (ST):  ST1: ایجاد شبکه‌های اجتماعی بازارچه‌های مرزی در قالب شبکه مشارکت مردم روستاهای پیرامون بازارچه در جهت مدیریت بومی و محلی بازارچه‌ها و کاهش ناامنی و سنجش پیوندهای بین این شبکه‌ها در قالب روابط مالی، اطلاعات، مشاوره و غیره  ST2: ایجاد و توسعه تشکل‌ها و سازمان­های محلی روستایی در قالب صندوق‌های همیار و گروه‌های کانونی به منظور بهره­وری از توان بومی روستایی در جهت استفاده از کارکردهای بازارچه‌های مرزی و کاهش دخالت عوامل غیربومی | راهبردهای تدافعی (WT):  WT1: ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاهای پیرامون بازارچه‌ها در قالب یک شبکه حلقوی در زمینه تولیدات تجمعی صنایع دستی و تولیدات کشاورزی جهت ارائه به بازارچه‌ها و ایجاد ارتباطات قوی بین کارآفرینان روستایی در زمنیه تبادل اطلاعات و ایده به منظور خارج ساختن منطقه از حالت  WT2: اصلاح یا تدوین آیین­نامه‌ها و قوانین به روز بازارچه‌های مرزی و تاکید بر نقش و مشارکت مردم روستایی بر مدیریت بازارچه‌ها و نقل و انتقال کالاها به منظور تمرکز بر حکمروایی خوب  WT3: استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مانند کیوآرکد و VGI به منظور سنجش لحظه‌ای چالش‌های مرتبط با بازارچه‌ها توسط مردم بومی روستایی و ایجاد ارتباط بهتر بین بازارچه‌ها با مدیریت دولتی و افزایش مهارت نیروی انسانی شاغل در بازارچه‌های مرزی |

با جمع­بندی ماتریس برنامه­ریزی استراتژیک کمی (عوامل خارجی و عوامل داخلی) در جدول شماره 14، اقدام به تشکیل جدول اولویت­بندی نهایی گردید. در این مرحله با جمع بندی نتایج حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل استراتژیک داخلی و خارجی، موقعیت استراتژیک روستاهای مورد مطالعه در مسیر پایداری مشارکت روستایی ارائه شده است و اقدام استراتژیک متناسب با آن، پیشنهاد گردید.

در راهبردهای SO ( تهاجمی) با استفاده از نقاط قوت داخلی تلاش بر این است تا از فرصت­های خارجی بهره­برداری شود. همه مدیران ترجیح می­دهند سازمانشان در چنین موقعیتی قرار گیرد تا بتوانند با استفاده از نقاط قوت داخلی، از رویدادها و روندهای خارجی بهره­برداری کنند. همچنین، هدف راهبردهای WO از بین بردن نقاط ضعف با بهره­گیری از فرصت­ها است. هدف راهبردهای ST احتراز از تهدیدها با استفاده از قوت­ها و هدف راهبردهای WT کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدها است. نتایج حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل استراتژیک داخلی و خارجی (جدول 15) بیانگر این مطلب است که راهبرد استراتژیک روستاهای مورد مطالعه راهبردی تدافعی و محافظه­کارانه می‌باشد.

به طور کلی هدف از مشارکت، شرکت داوطلبانه­ي مردم در برنامه­هاي توسعه در تمام مراحل اعم از تصمیم­سازي، تصمیم­گیري، اجرا، نگهداري و ارزیابی است. سطوح پایین و فقراي جامعه­ي روستایی کمتر در برنامه­هاي توسعه روستایی شرکت داده می­شوند و این به دلیل مشخص نبودن عرصه­اي خاص براي ابراز وجود آن­ها و تجلی توانایی­هاي آن­ها در پیشبرد برنامه­هاي توسعه­اي است. در بررسی مربوط به راهبردهای برنامه­ریزی مشارکتی در اين پژوهش، هدف بررسي پيامدهاي اقتصادي اجتماعي وجود مبادلات مرزي بر شهرستان سردشت و ساکنان آن می‌باشد.

**جدول 15. اولویت­بندی راهبردهای برنامه­ریزی مشارکتی روستایی در بازارچه‌های مرزی با مدل QSPM**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **کد** | **راهبردها** | **نمره جذابیت** |
| ST1 | ایجاد شبکه‌های اجتماعی بازارچه‌های مرزی در قالب شبکه مشارکت مردم روستاهای پیرامون بازارچه در جهت مدیریت بومی و محلی بازارچه‌ها و کاهش ناامنی و سنجش پیوندهای بین این شبکه‌ها در قالب روابط مالی، اطلاعات ، مشاوره و غیره | 6/10 |
| SO2 | استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی مشابه از طریق تشکیل خوشه‌های اقتصادی بین المللی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی جهت کاهش ناامنی منطقه و کوتاه کردن دست تجزیه طلبان | 4/10 |
| WO3 | تدوین طرح توانمندسازی زنان روستایی در جهت مشارکت در فرایندهای بازارچه‌های روستایی با همکاری و مشارکت بین المللی در چارچوب قوانین کشور همسایه و به جهت بهبود تصویر ذهنی از منطقه | 9/9 |
| WT1 | ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاهای پیرامون بازارچه‌ها در قالب یک شبکه حلقوی در زمینه تولیدات تجمعی صنایع دستی و تولیدات کشاورزی جهت ارائه به بازارچه‌ها و ایجاد ارتباطات قوی بین کارآفرینان روستایی در زمنیه تبادل اطلاعات و ایده به منظور خارج ساختن منطقه از حالت انزوا | 8/9 |
| SO1 | تشکیل بازارچه‌های مرزی مشترک بین ایران و اقلیم کردی عراق در جهت ایجاد پیوندهای مشارکتی مردم در بازارچه‌ها و فعالیت­های اقتصادی | 5/9 |
| WT3 | استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مانند کیوآرکد و VGI به منظور سنجش لحظه‌ای چالش‌های مرتبط با بازارچه‌ها توسط مردم بومی روستایی و ایجاد ارتباط بهتر بین بازارچه‌ها با مدیریت دولتی و افزایش مهارت نیوری انسانی شاغل در بازارچه‌های مرزی | 4/9 |
| SO4 | تدوین طرح بخش بندی و تحلیل تقاضای بازار اقتصادی کشور عراق و سنجش طیف مردم مناطق مرزی و سلایق و ترجیحات در جهت تبیین طرح محصول - بازار و ارائه عرضه متناسب در بازارچه‌ها بر اساس توان‌های مناطق روستایی | 3/9 |
| SO3 | تدوین طرح و برنامه در ارتباط با بهبود زندگی کولبران و جلوگیری از قاچاق کالا از طریق اعطای مجوز سرمایه گذاری خصوصی در بازارچه‌ها و فعالیت بیشتر مردم روستایی جهت نقل و انتقال قانونی کالاها (O11, O8, S1, S2, S7, S9) | 9/8 |
| ST2 | ایجاد و توسعه تشکل‌ها و سازمان‌های محلی روستایی در قالب صندوق‌های همیار و گروه‌های کانونی به منظور بهره وری از توان بومی روستایی در جهت استفاده از کارکردهای بازارچه‌های مرزی و کاهش دخالت عوامل غیربومی | 8/8 |
| WO2 | ایجاد بازارچه‌های ویژه صنایع دستی روستایی و کارخانه‌های فراوری محصولات نیمه صنعتی به عنوان اقتصاد مکمل و جایگزین منطقه از طریق عرضه صنایع دستی روستایی و نیروی کار روستایی با توجه به بازار مصرف منطقه و کشور همسایه | 8/7 |
| WT2 | اصلاح یا تدوین آیین نامه‌ها و قوانین به روز بازارچه‌های مرزی و تاکید بر نقش و مشارکت مردم روستایی بر مدیریت بازارچه‌ها و نقل و انتقال کالاها به منظور تمرکز بر حکمروایی خوب | 6/7 |
| WO1 | برنامه­ریزی بر روی گردشگران و بازدیدکنندگان از بازارچه‌های مرزی در جهت ایجاد پیوند و تبادل اجتماعی بین مردم روستایی و خریداران با گردشگران و استفاده از توان­ها و ظرفیت­های سرمایه‌ای و تخحصی آن‌ها در جهت توسعه روستاها و بازارچه‌ها | 3/7 |

جدول 15، نتایج نهایی اولویت­بندی راهبردها را نشان داده است که بر این اساس راهبرد ایجاد شبکه‌های اجتماعی بازارچه‌های مرزی در قالب شبکه مشارکت مردم روستاهای پیرامون بازارچه در جهت مدیریت بومی و محلی بازارچه‌ها و کاهش ناامنی و سنجش پیوندهای بین این شبکه‌ها در قالب روابط مالی، اطلاعات و مشاوره و غیره و استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی مشابه از طریق تشکیل خوشه‌های اقتصادی بین­المللی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی جهت کاهش ناامنی منطقه و کوتاه کردن دست تجزیه طلبان در اولویت اول قرار دارند.

همچنین راهبردهای تدوین طرح توانمندسازی زنان روستایی در جهت مشارکت در فرایندهای بازارچه‌های روستایی با همکاری و مشارکت بین­المللی در چارچوب قوانین کشور همسایه و به جهت بهبود تصویر ذهنی از منطقه، ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاهای پیرامون بازارچه‌ها در قالب یک شبکه حلقوی در زمینه تولیدات تجمعی صنایع دستی و تولیدات کشاورزی جهت ارائه به بازارچه‌ها و ایجاد ارتباطات قوی بین کارآفرینان روستایی در زمنیه تبادل اطلاعات و ایده به منظور خارج ساختن منطقه از حالت انزوا و تشکیل بازارچه‌های مرزی مشترک بین ایران و اقلیم کردی عراق در جهت ایجاد پیوندهای مشارکتی مردم در بازارچه‌ها و فعالیت­های اقتصادی در اولویت دوم قرار دارند.

بنابراین به منظور رضایتمندي روستاییان و افزایش مشارکت­پذیري بیشتر در امور مختلف روستا، می­توان با اقداماتی همچون برنامه­ریزي با مردم به جاي برنامه­ریزي براي مردم و بخشیدن صورت عملی­تر و واقعی­تر به برنامه­هاي اجرایی در سطح روستاها پرداخت و بهتر است که در روستاهایی که طرح هادي آن­ها نوشته نشده است قبل از هر عملی از نظر و سلیقه مستقیم روستاییان به منظور رضایتمندي آن­ها از طرح­ها، بهره جسته شود.

**بحث و نتیجه گیری**

به طور کلی هدف از مشارکت، شرکت داوطلبانه­ي مردم در برنامه­هاي توسعه در تمام مراحل اعم از تصمیم­سازي، تصمیم­گیري، اجرا، نگهداري و ارزیابی است. سطوح پایین و فقراي جامعه­ي روستایی کمتر در برنامه­هاي توسعه روستایی شرکت داده می­شوند و این به دلیل مشخص نبودن عرصه­اي خاص براي ابراز وجود آن­ها و تجلی توانایی­هاي آن­ها در پیشبرد برنامه­هاي توسعه­اي است. با جمع­بندی ماتریس برنامه­ریزی استراتژیک کمی (عوامل خارجی و عوامل داخلی) اقدام به تشکیل جدول اولویت­بندی نهایی گردید. در این مرحله با جمع بندی نتایج حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل استراتژیک داخلی و خارجی، موقعیت استراتژیک روستاهای مورد مطالعه در مسیر پایداری مشارکت روستایی ارائه شده است و اقدام استراتژیک متناسب با آن، پیشنهاد گردید. در راهبردهای SO ( تهاجمی) با استفاده از نقاط قوت داخلی تلاش بر این است تا از فرصت­های خارجی بهره­برداری شود. همه مدیران ترجیح می­دهند سازمانشان در چنین موقعیتی قرار گیرد تا بتوانند با استفاده از نقاط قوت داخلی، از رویدادها و روندهای خارجی بهره­برداری کنند. همچنین، هدف راهبردهای WO از بین بردن نقاط ضعف با بهره­گیری از فرصت­ها است. هدف راهبردهای ST احتراز از تهدیدها با استفاده از قوت­ها و هدف راهبردهای WT کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدها است.

بر اساس منابع نظری و مراحل پژوهش، مزیت‌ها و محدویت­های سطح مشارکت روستاییان به وسیله تحليل SWOT مشخص گردید. نتایج تحلیل کمی و کیفی هر یک از مؤلفه‌های درونی و بیرونی نشان می‌دهد:

- سطح آسیب پذیری میزان مشارکت بالاست.

- مزیت­های بازارچه­های مرزی نسبت به محدویت­ها در سطح پایین‌تری است.

- نیازمندی­های مناطق روستاییان با توجه به نوع و میزان نقاط ضعف، بالاست و توزيع و تخصیص منابع جهت تهیه و زیر ساخت‌های بازارچه­های مرزی امری الزامی است.

- در بین نقاط قوت در مناطق روستایی بر مؤلفه وجود آثار و میراث طبیعی در زمینه گردشگری به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و توسعه کانون‌های گردشگری تاکید می­شود.

- در بین نقاط ضعف، مؤلفه نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی از بالاترین اهمیت برخوردار بوده و لازم است تا با مشارکت بخش‌های دولتی و خصوصی، این مورد به عنوان مانع توسعه روستاهای مورد مطالعه و همچنین بازارچه­ها بر طرف گردد.

- از بین موارد فرصت­های بیرونی، مؤلفه حفظ قابلیت پتانسیل­های طبیعی و فرهنگی منطقه در جهت دستیابی به توسعه پایدار به عنوان مهم‌ترین مؤلفه شناخته شده است. در این جهت، مردم و مسئولان بایستی با نگهداری و قابلیت پتانسیل­های مناطق مرزی، وضعیت موجود را ارتقا بخشند.

- از بین تهدیدهای خارجی، مؤلفه تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن منطقه از افراد غیر بومی دارای بالاترین اهمیت می‌باشد. لذا لازم است با مهیاسازی امکانات و تسهیلات موجبات رفاه و آسایش هر چه بیشتر مردم مرزنشین را فراهم ساخت.

همچنین با توجه به امتیازات به دست آمده از جذابیت راهبردها، سه راهبرد از راهبردهای تدافعی انتخاب شد. راهبرد TW1، که ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاهای پیرامون با بازارچه‌ها را پیشنهاد می‌کند، با امتیاز 18/8 به منزلۀ راهبرد اولویت اول انتخاب شد. این راهبرد در صورت اجرا شدن، در دو سطح که شامل اصلاح یا تدوین آیین­نامه‌ها و قوانین به روز بازارچه‌های مرزی و تاکید بر نقش و مشارکت مردم و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی می­باشد موجب بهبود بازارچه­های مرزی خواهد شد. با توجه به نتایج پژوهش، بر اساس اولویت­بندی نهایی راهبردها، ایجاد شبکه‌های اجتماعی بازارچه‌های مرزی در قالب شبکه مشارکت مردم روستاهای پیرامون بازارچه‌ها در جهت مدیریت بومی و محلی بازارچه‌ها و کاهش ناامنی و سنجش پیوندهای بین این شبکه‌ها در قالب روابط مالی، اطلاعات و مشاوره و غیره و استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی مشابه از طریق تشکیل خوشه‌های اقتصادی بین­المللی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی جهت کاهش ناامنی‌های منطقه و کوتاه کردن دست تجزیه طلبان در اولویت اول قرار دارند. همچنین راهبردهای تدوین طرح توانمندسازی زنان روستایی در جهت مشارکت در فرآیندهای بازارچه‌های روستایی با همکاری و مشارکت بین­المللی در چارچوب قوانین کشور همسایه و به جهت بهبود تصویر ذهنی از منطقه، ایجاد پیوندهای زنجیره‌ای بین روستاهای پیرامون بازارچه‌ها در قالب یک شبکه حلقوی در زمینه تولیدات تجمعی صنایع دستی و تولیدات کشاورزی جهت ارائه به بازارچه‌ها و ایجاد ارتباطات قوی بین کارآفرینان روستایی در زمنیه تبادل اطلاعات و ایده به منظور خارج ساختن منطقه از حالت انزوا و تشکیل بازارچه‌های مرزی مشترک بین ایران و اقلیم کردی عراق در جهت ایجاد پیوندهای مشارکتی مردم در بازارچه‌ها و فعالیت­های اقتصادی در اولویت دوم قرار دارند. بنابراین به منظور رضایتمندي روستاییان و افزایش مشارکت­پذیري بیشتر در امور مختلف روستا، می­توان با اقداماتی همچون برنامه­ریزي با مردم به جاي برنامه­ریزي براي مردم و بخشیدن صورت عملی­تر و واقعی­تر به برنامه­هاي اجرایی در سطح روستاها پرداخت و بهتر است که در روستاهایی که طرح هادي آن­ها نوشته نشده است قبل از هر عملی از نظر و سلیقه مستقیم روستاییان به منظور رضایتمندي آن­ها از طرح­ها، بهره جسته شود.

**منابع و مأخذ**

1. احمدی، شیرکو و توکلی، مرتضی (1395) **مهاجـرت و اثــرات آن بــر ساخـتار کشاورزی (مطالعۀ موردی: بخش مرکزی شهرستان سردشت)**، پژوهش­های جغرافیای انسانی، دوره 48، شماره 4، صص 645-659.
2. احمدي­پور، زهرا و حافظ نيا، محمدرضا و محمدپور، عليرضا (1387) **تاثيرات اقتصادي و اجتماعي بازگشايي مرزها نمونه موردي بخش باجگيران در مرز ايران و تركمنستان**، پژوهش­هاي جغرافيايي انساني، شماره 65، (1-18).
3. استعلاجی، علیرضا (1391**) بررسی الگوی مدیریت روستایی در ایران با تاکید بر مدیریت محلی و مشارکتی دهیاری­ها**؛ جغرافیا، فصلنامه علمی – پژوهشی انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال دهم، شماره 32، صص 239-258.
4. اسماعیلی، خالد (1392) **ارزیابی اثرات ایجاد بازارچه­های مرزی بر توسعه پایدار اقتصادی روستاهای پیرامون آن­ها، نمونه مورد مطالعه: دهستان ننور، شهرستان بانه**. پایان نامه کارشناس ارشد دانشگاه زنجان.
5. بدری، علی؛ دربان آستانه، علیرضا و سیما سعدی (1396) **تأثیر بازارهای مرزی بر ارتقاء شاخص‌های اقتصادی اجتماعی مناطق مجاور مناطق روستایی مطالعه موردی: مرز باشکا مریوان**، مجله فصلنامه برنامه ریزی فضایی، جلد. 7، شماره 3، صفحات 41-62.
6. پاپلی یزدی، محمد حسین و محمد امیر ابراهیمی (1381) تئوری توسعه روستایی، نسخه اول، تهران، صادق.
7. جمعه­پور، محمود (1389) **توسعه پايدار شهري، استاندارد كيفيت زندگي وپايداري فضاي شهري**، ماهنامه­علوم­اجتماعي، شماره140، 134.
8. حافظ نیا، محمدرضا (1381) **جغرافیاي سیاسی ایران**، تهران، سمت.
9. حسن پور باقر قندی، حسن (1391) **وضعیت و محل مشارکت و عوامل آن در برنامه ریزی روستایی؛ مطالعه موردی؛ جمعیت روستایی شهرستان بوکان**، فصلنامه اطلاعات جغرافیایی سپهر، جلد 21، شماره 81، صفحات 80-85.
10. دارابی، حسن (1388) نقش مشاركت در طراحي محيط روستايي، محيط­شناسي، دوره 35، شماره 52، صص 124 -111.
11. رضواني، محمدرضا، بدري، سيدعلي، ترابي، ذبيح الله و حاجي، بهرام (2017) **شناسايي راهبردهاي توسعه روستايي با استفاده از چارچوب مشاركتي SOAR نمونه موردي: روستاي ميگان**، مجله فصلي روستايي، شماره 5 18،. 27-43.
12. رضوانی، محمدرضا؛ احمدی، علی (1388) **شوراهای اسلامی روستایی، مشارکت مردمی و توسعه روستایی (مطالعه موردی: دهستان حکیم آباد، شهرستان زرندیه، استان مرکزی)؛** فصلنامه پژوهشی جغرافیای انسانی، سال اول، شماره چهارم.
13. رفیعی، ابوالفضل، مهدی، شری پور و موسوی، رفیع (1394) **رویکرد برنامهریزی مشارکتی در توسعه شهری**، نخستین کنفرانس ملی جامعه، معماری و شهرسازی، تهران، موسسه معماری و شهرسازی شتابان، انجمن جامعه شناسی ایران، https: / /www.civilica.com/Paper-CSAC01-CSAC01\_012.html(
14. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ سجاسی قیداری، حمدالله و عینالی، جمشید (1390) **نگرشی نو به مدیریت روستایی با تاکید بر نهادهای تاثیرگذار**، فصلنامه روستا و توسعه، سال دهم، شماره دوم، صص 1-31.
15. زياري، کرامت الله (1383) **مکتب­ها، نظريه­ها و مدل­هاي برنامه و برنامه­ريزي منطقه‌ای**، انتشارات دانشگاه يزد، چاپ اول.
16. شریعتی، محمدتقی و علیرضا مهاجر (1385) **راهبردهای جدید در برنامه­ریزی مشارکتی با تاکید بر نهادهای اجتماعی**، سمینار برنامه­ریزی توسعه مشارکتی آب و خاک کشور، سمنان. https://www.civilica.com/Paper-DPPSW01-DPPSW01\_022.html
17. طالب، مهدی و عنبری، موسی (1385) جامعه شناسی روستایی، ابعاد تغییر و توسعه در جامعه روستایی ایران، نسخه دوم، تهران، انتشارات تهران.
18. طالب، مهدي، میرزایی، حسین و نادري، عفوات (1391) **ارزیابی نقش مشارکت در طرح­هاي توسعه مناطق روستایی (بررسی موردي: طرح­هاي تجمیع مناطق روستایی)**، فصلنامه توسعه محلی، دوره 4، شماره 1، صص 18 – 1.
19. طالشی مصطفی (1393) **برنامه­ریزی مشارکتی**؛ دانشگاه پیام نور.
20. طیب­نیا، سیدهادی و منوچهری، سوران (1395) **نقش بازارچه‌های مرزي در توسعه اجتماعي و اقتصادي نواحي روستايي، بخش خاو و ميرآباد شهرستان مريوان**، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۵، شماره ۱۵، صص ۱۴۷-۱۷۲.
21. عابدی سروستانی، احمد؛ (1391) **رویکردهای مشارکتی به توسعه: کاربردهایی برای ترویج و توسعه روستایی**؛ مجله یاس راهبرد، شماره 31، صص 161-177.
22. عنابستانی، علی اکبر، حمید شایان، حمید جلالیان و رضا خسرو بیگی (1394) **تجزیه** و **تحلیل عوامل ساختاری مؤثر بر مشارکت روستائیان در توسعه مناطق روستایی** مطالعه موردی **ایدروند شهرستان زنجان**، مجله تحقیقات جغرافیای کاربردی، شماره 24 ، صص 45-25.
23. قاسمي، محمدعلي، (1384) **بررسي عوامل اجتماعي اقتصادي مؤثر بر ميزان مشاركت روستاييان در طرح‌های عمراني**، نشريه روستا و توسعه، سال هشتم، شماره 4، صص 112 – 79.
24. قدیری معصوم، مجتبی و ریاحی، وحید (1383) **بررسی محورها و چالش‌های مدیریت روستایی در ایران**، پژوهش­هاي جغرافيايي، دوره 36، شماره 50، صص 198 – 177.
25. قرنی آرانی، محسن (1393) **بررسی نقش برنامه­ریزی مشارکتی در کاهش فقر روستایی به روش کیفی (مورد روستای لزرو)**؛ پژوهش‌های روستایی، دوره 5، شماره 3.
26. کریمی، آرام، اله مرادی، سروات و تابعی، نادر (1397**) تعیین عوامل مؤثر در تنظیم مناطق مرزی (مطالعه موردی: جوانرود)**، تحقیقات مرزی، سال 6، شماره 2، صص 71-92.
27. کهنه پوشی، سید هادی (1389) **بررسی تحلیل اثرات اقتصادی کالا بر نواحی روستایی مرزی غرب کشور: مورد بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان**، پایان­نامه کارشناسی ارشد دانشگاه زنجان، زنجان.
28. گودرزی، محمد؛ شاکور نعمت یگجه و علیرضا شیخ الاسلامی (1393) **نقش ارزیابی مشارکتی PRA در توسعه روستاهای روستایی: مطالعه موردی روستای جوشین آذربایجان شرقی: روستاهای اوججه سجای و نگارستان**، کنفرانس ملی توسعه پایدار در جغرافیا و برنامه ریزی، تهران، مهر اروند موسسه آموزش عالی، مرکز توسعه پایدار.
29. محمدي صالح، رحيم، بوكاني، رشيد و ويسي، رضا (1392) **نقش تجارت مرزي در تثبيت جمعيت روستايي، مطالعه موردي: حوزه نفوذ بازارچه مرزي سردشت**؛ فصلنامه فرايند مديريت و توسعه، شماره 86.
30. مطیعی لنگرودي، سید حسن و سخایی، فاطمه (1388) **مشارکت مردمی و توسعه یافتگی روستایی در دهستان سلگی شهرستان نهاوند**، فصلنامه پژوهش­هاي جغرافیاي انسانی، دوره 41، شماره 70، صص 126 – 111.
31. ***between social participation and self-rated health by sex and age: A crosssectional***
32. Chandoevwit, Worawan, Yongyuth Chalamwwong, Srawooth Paitoonpong (2004), **Thailand S Cross Border Economy, A Case Study Of Sa Kayoed Chiang Rai**, Thailand Development Resource Institute.
33. Hazar Jaribi J, Karami M (2012) **Tourism Strategic Planning in Areas of Central Alborz**. JHRE. 30 (136):95-112.
34. *Hyyppa , M.T., Ma ki, J.,(2003),* ***Social participation and health in a community***
35. *Lee, H, Young, S-N J, SeonjaLeeb, Sung-Il C, Eun-O P, (2008),* ***The relationship***
36. Mustapha, Siti M. Rahman, N. and Yunus, MD. (2010) ''Factors Influencing Classroom Participation: A Case Study of Malaysian Undergraduate Students'', Procedia Social and Behavioral Sciences, 9: 1079–1084.
37. Niebuhr, A, & Stiller, S; (2002) “**Integration Effects in Border Regions-A survey of Economic theory and Empirical Studies"** Hamburgisches welt – Wirtschafts – Archive (HwwA) Hamburg institute of international Economics, ISSN, 1608 –1616.Lewis, David And Weigert Andrew (1985), Trust As A Reality, Social Forces, Vol 63 No 4, PP: 976-985.
38. Niebuhr, A, & Stiller, S; (2002) “**Integration Effects in Border Regions-A survey of Economic theory and Empirical Studies"** Hamburgisches welt – Wirtschafts – Archive (HwwA) Hamburg institute of international Economics, ISSN, 1608 –1616.Lewis, David And Weigert Andrew (1985), Trust As A Reality, Social Forces, Vol 63 No 4, PP: 976-985.
39. Reed, M.S. 2008. Stakeholder Participation for Environmental Management: a Literature Review”. Biological Conservation, 141: 2417-2431.
40. ***rich in stock of social capital****. Health Education Research 18 (6), 770–779.*
41. *Robinson, J. (2004) Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development, Ecological EconomicsVolume 48, Issue 4, 20 April 2004, Pages 369-384.*
42. Stanley, kojo Dary, 2011, **participation in rural Non- Farm Economic Activities in Ghana**, Vol. 2, No.8, p240.
43. ***survey****. International Journal of Nursing Studies 45 (2008) 1042–1054.*
44. *Terluin, Ida; (2003); Differences in economic development in rural regions of advanced countries: an overview and critical analysis of theories; Journal of Rural Studies 19, 327–344.*

**Provide Strategies for Participation of Villagers in Border Markets**

**(Case study: Sardasht city)**

**1. Mohammad Zaheri, 2. Hosein Karimzadeh, 3. Khaled Alipour\*[[3]](#footnote-4)**

1- Assistant Professor of Department of Geography and Planning of Tabriz University

2- Associate Professor of Department of Geography and Planning of Tabriz University  
3- Ph.D. student of Geography and Planning of Tabriz University

**Abstract**

Border villages face a number of problems, including economics, smuggling of goods and economic and social instability, due to the remoteness of the center and the presence of possible insecurities and geographical isolation. Border markets are considered as one of the most important levers of sustainable development in the border regions and can have many effects on the villages around them. It is necessary to take advantage of opportunities related to border markets, strengthen the elements of rural participation to link and connect with the market and develop participatory planning and provide a good model in this regard. Accordingly, in this research, the relationship and links between border markets and surrounding villages with an emphasis on participatory planning and the provision of an optimal model for future development of this link in Sardasht city have been discussed. The statistical population is all the people of the rural community who are active in the markets directly or indirectly. The sample was obtained through the Cochran method, which are 335 people. The data and information gathering method has been collected using scrolling and field studies. In analyzing the data, a descriptive-analytical and explanatory analysis was conducted through SWOT analysis to present weaknesses, weaknesses, opportunities, threats and effective strategies in this field. The results show that the rule is much less than weaknesses, and the impact of markets on the development village is relative and limited, and the factors affecting popular participation are not relative and limited. The study of the internal and external factors of the strategies also shows that the contribution of external factors with a final weight of 3.296 is more than the internal factors with a final weight of 3.230. Accordingly, the use of networking and clustering strategies, new technologies, common markets, product market spectrum, and so on were introduced as key strategies. Also, the proposed pattern of research consists of four sections: motivators, propulsions, guides, developers and sponsors. Designed in the framework of the car wheel model, it shows the relationship between total factors and elements in order to move the existing model towards progress.

**Key words: Participatory Planning, Strategies, Border Markets, Sardasht.**

1. **. این مقاله از رساله دوره دکتری استخراج شده است.**  [↑](#footnote-ref-2)
2. . نویسنده مسئول: khaled.alipour@gmail.com [↑](#footnote-ref-3)
3. 1. Corresponding author: khaled.alipour@gmail.com [↑](#footnote-ref-4)