

بررسی نقش پست بانک ایران در توسعه‌ی مناطق روستایی

حامد مهدی خورانی^۱

^۱ کارشناسی ارشد علوم اقتصادی دانشگاه یزد

چکیده

هتوسعه روستایی، راهبردی است که برای بهبود زندگی اقتصادی و اجتماعی روستاییان فقیر تدوین شده است. تاکنون سیاست‌ها و رویکردهای مختلفی برای پیشبرد رشد و پیشرفت مناطق روستایی صورت گرفته است. یکی از مواردی که می‌تواند با ایجاد منابع و سرمایه لازم و با توجه به حضور در تمام نقاط کشور می‌تواند باعث توسعه مناطق روستایی شود، پست بانک ایران است. بنابراین با توجه اهمیت موضوع، این پژوهش با استفاده از روش SWOT و با بررسی دیدگاه‌های صاحب‌نظران و خبرگان بومی بانکی و اقتصادی و سایت رسمی پست بانک ایران به تدوین استراتژی نقش پست بانک در توسعه روستایی، به ارائه راهکارهای مفید برای توسعه روستایی پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که پست بانک ایران برای ایجاد توسعه روستایی هفت نقطه قوت، ۱۰ نقطه ضعف، ۱۱ فرصت و ۱۰ تهدید است. استراتژی (ST) با هشت مورد بیشترین استراتژی را دارد.

واژه‌های کلیدی: پست بانک ایران، توسعه، روستا، SWOT

مقدمه

به لحاظ تاریخی، اصطلاح توسعه برای اولین بار در حدود چهارصد سال پیش از زبان فرانسه وارد واژگان انگلیسی شد. معنای لغوی آن اساساً با کلمات و اصطلاحاتی چون شکفتن، باز شدن، در حال فعالیت بودن، عبور از وضعیتی ساکن و ابتدایی، تحول یافتن و رشد برای رسیدن به وضعیتی کامل تر، بهینه تر، بالغ تر توضیح داده شده است. امروزه توسعه کشورها خود به خود اتفاق نمی افتد، بلکه با دخالت موثر و علمی و حرفه ای دولت ها این فرایند ایجاد و تکمیل می شود. چنین دخالتی از طریق نهادها و فرآیندهای مناسب امکان پذیر است. یکی از اصلی ترین نهادها و ابزارها، بانکداری توسعه ای است که در برگزیده فرآیندهای متحول و مناسب با نیاز زمان است (ساعی و آدم بیک، ۱۳۹۶). در ایران مناطق روستایی و دور افتاده به دلایل مختلف بیشتر نیازمند برنامه ریزی و حمایت های مالی برای توسعه هستند. در پژوهش های سال های اخیر که در مورد توسعه به وجود آمده است، توجه به بخش روستایی با توجه به تأثیری که در بخش تولید ناخالص داخلی دارد مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به نیاز این مناطق به اعتبارات و سرمایه مورد نیاز برای رونق اقتصادی و تولیدی خود، در دسترس بودن به بانک های توسعه ای مورد توجه است. پست بانک ایران از جمله بانک های توسعه ای و در دسترس روستایی است که در سال های اخیر سطح پهناوری از این مناطق را مورد پوشش قرار داده است. با توجه به اهمیت این موضوع، این پژوهش می کوشد تا با استفاده از روش ¹SWOT و با بررسی دیدگاه های صاحب نظران و خبرگان بومی بانکی و اقتصادی و سایت رسمی پست بانک ایران به تدوین استراتژی نقش پست بانک در توسعه روستایی، به ارائه راهکارهای مفید برای توسعه روستایی بپردازد. در این راستا و بدین منظور مطالب این مطالعه در ۵ بخش تنظیم شده است. پس از مقدمه، به مبانی نظری پرداخته شده است، در ادامه نیز مطالعات مختصری در مورد سرمایه گذاری به صورت پیشینه تحقیق در این مطالعه گردآوری شده است. همچنین روش تحقیق و نتیجه گیری بخش های بعدی این مطالعه را تشکیل می دهند.

مبانی نظری

منظور از توسعه روستایی، عموماً فرایند ارتقای کیفیت زندگی و وضعیت اقتصادی مردمیست که در نواحی نسبتاً منزوی و با تراکم جمعیت کم زندگی می کنند. بانک جهانی، توسعه روستایی را چنین تعریف می کند: توسعه روستایی، راهبردی است که برای بهبود زندگی اقتصادی و اجتماعی روستاییان فقیر تدوین شده است. تاکنون سیاست ها و رویکردهای مختلفی برای پیشبرد رشد و پیشرفت مناطق روستایی صورت گرفته است. یکی از دغدغه های مهم به ویژه در کشورهای در حال توسعه، رسیدن به سطح قابل قبولی از توسعه در ابعاد مختلف است. توسعه روستایی یکی از پایه های اولیه و مهم توسعه ملی هر کشور محسوب می شود (رضوانی، ۱۳۸۱). توسعه روستایی به معنای ارتقای سطح رفاه و معیشت روستاییان، همواره دغدغه اندیشمندان و سیاست گذاران توسعه بوده و هست. در این رابطه تا کنون رهیافت های بسیاری از طرف اندیشمندان به منظور افزایش سطح زندگی و رفاه روستاییان مطرح گردیده است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۵). در گذشته کمبود سرمایه مانع اصلی توسعه و پیشرفت کشورهای توسعه نیافته تلقی می شد و به این دلیل دور باطل توسعه برای این کشورها مطرح و راه خروج از آن نیز تزریق سرمایه و ثروت معرفی می شد. مؤسسات تأمین مالی خرد به عنوان بخشی از نظام پولی و اعتباری کشور می توانند نقش قابل ملاحظه ای در این زمینه داشته باشند. این مؤسسات می توانند به عنوان نهادهای مکمل سیستم مالی رسمی، سهم و نقش مؤثری را در تجهیز منابع خصوصاً منابع راکد بخش روستایی داشته باشند. (حسن زاده، ۱۳۸۴). بانک ها عمده ترین تأمین کننده منابع پولی در کشور هستند که با تجهیز، هدایت و تخصیص این منابع در طرح های اقتصادی، سرمایه

¹ Strengths Weaknesses Opportunities Threats

این گونه طرح‌ها را تامین می‌کنند. پست بانک ایران با ارائه خدمات متنوع پولی - بانکی، همواره نقش مهمی در ایجاد گردش سرمایه فعال و پویا و تامین امکانات بالقوه در گردش سرمایه کشور دارد. پست بانک ایران به عنوان گسترده‌ترین بانک کشور به ویژه در مناطق محروم و روستایی، به جهت کمبود اعتبارات همواره با مشکلات اطلاع‌رسانی و تبلیغات موثر روبروست و تلاش می‌کند این کمبود رافع کند (شاه محمدی و میرزایی پور، ۱۳۹۰). پست بانک ایران ضمن توجه به رسالت و چشم‌انداز خود، با هدف کمک‌های مالی و حمایتی و ارائه خدمات مالی بانکی در کلیه مناطق مخصوصاً مناطق محروم و با بهره‌مندی از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته است با تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط و حمایت مالی از کارآفرینان روستایی گام‌های بلندی را در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور بردارد و کمک شایانی در جهت توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در نواحی روستایی و کمتر برخوردار باشد. این بانک علی‌رغم دارا بودن بیشترین حجم نقاط تماس در سطح کشور از نظر ارائه دهنده خدمات بانکی به نقاط روستایی، کمترین سود یا بازدهی را به دنبال داشته که این خود ناشی از سرمایه‌گذاری بلندمدت در این نقاط و نگاه توسعه‌ای این بانک بوده و در حقیقت این بانک توانسته است بازوی اجرایی دولت برای تحقق بخشیدن به اهداف برنامه‌های توسعه‌ای و گسترش کارآفرینی در جهت اشتغال، افزایش تولید و رونق اقتصادی باشد (ساعی و آدم‌بیک، ۱۳۹۶). تفاوت بسیار بالای امکانات و تسهیلات موجود در شهرها با روستا منجر به مهاجرت روستائیان به شهرها شده تا مشکلاتی در این زمینه ایجاد شود. منطق و منافع ملی حکم می‌کند که این عدم توازن به هر نحو ممکن برداشته شده تا روستائیان نیز بتوانند از امکانات موردنیاز و حقوق برابری با شهروندان و شهرها طبق قانون اساسی برخوردار شوند که در این راستا پست بانک ایران گام‌های بلندی برداشته و توانسته است در تحقق اهداف خود که در همین راستا می‌باشد موفق عمل کند. حرکت و فعالیتی که پست بانک ایران بویژه در روستاها آغاز کرده گام بلندی جهت تحقق اهداف و راهبردهای ملی است. به باور کارشناسان اقدامات راهبردی باید بیش از گذشته، ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را در بر گرفته و کمک‌های فنی خود را به تواناسازی در روستاها بدهد که این امر مستلزم وجود نهادها و تشکلهای دولتی و عمومی و سازماندهی درست آن برای جلب مشارکت‌های مردمی است؛ کاری که پست بانک ایران در چند سال اخیر انجام داده و با ایجاد باجه‌های بانکی و ارائه خدمات برخط و تامین مالی خرد روستایی، نقش بسیار مهمی در جلب مشارکت روستائیان در فرآیند توسعه روستایی به ویژه اشتغال‌زایی ایفا کرده است. پست بانک ایران با دارا بودن مزایایی همچون: ارایه تسهیلات بانکی به زنان و مردان فقیر؛ حذف رابطه استثماری بین وام‌دهندگان و وام‌گیرندگان فقیر؛ ایجاد فرصت خود اشتغالی برای توسعه منابع انسانی، درآمدزایی و کارآفرینی، دسترسی آسان به باجه‌های بانکی برای روستائیان جهت انجام امورات بانکی و ... نقش موثری در توسعه پایدار روستایی دارا است. نخستین مرکز فناوری اطلاعات روستایی جهان در سپتامبر ۱۹۸۵ در یکی از روستاهای سوئد راه‌اندازی شد توسعه ICT^۲ در روستاهای ایران نیز عملاً با برنامه چهارم توسعه آغاز و نخستین مرکز فناوری اطلاعات روستایی ایران در سال ۱۳۷۹ در روستای شاهکوه (گرگان) دایر شد (جلالی و همکاران، ۱۳۸۷). با این حال در سطح جهانی به دلیل پراکندگی و تراکم کم جمعیت در نواحی روستایی، سرمایه‌گذاری کمتری در این زمینه می‌شود. اگرچه توجه به آن به دلیل کاهش شکاف بین شهر و روستا ضروری است (سالمینک و همکاران، ۲۰۱۷). افزایش توان اقتصادی خانوارهای روستایی نخستین ضرورت توسعه پایدار در روستا و مناطق محروم است و تنها ابزار رشد و توانمندسازی، «اشتغال» است. وقتی بیکاری در بین چند ابرچالش انگشت شمار دولت قرار می‌گیرد، می‌توان آن را هشدار برای اقتصاد نه یک روستا، منطقه یا شهر که هشدار برای افول اقتصاد یک جامعه دانست. تاکنون سیاست‌ها و رویکردهای مختلفی برای پیشبرد رشد و پیشرفت مناطق روستایی صورت گرفته است. اخیراً مباحث نظری و شواهد تجربی نشان داده‌اند که کارآفرینی از پتانسیل قابل ملاحظه‌ای برای پیشبرد توسعه پایدار روستایی برخوردار است آشکار شدن قابلیت و ظرفیت‌های توسعه‌ای کارآفرینی سبب

^۲ Information and Communications Technology

شده است که کارگزاران توسعه در بخش‌های گوناگون، از جمله در حوزه توسعه پایدار روستایی مداخله‌گری‌های خویش را بر تسهیل توسعه کارآفرینی استوار سازند (شریفی و پیش بین، ۱۳۹۴). بنابراین پست بانک ایران با توجه به دسترسی به مناطق روستایی و دورافتاده کشور می‌تواند زمینه مناسب برای کارآفرینی و سرمایه‌گذاری در این مناطق را به وجود آورد و به توسعه این مناطق کمک کند. با توجه به اهمیت توسعه روستایی، این پژوهش می‌کوشد تا با استفاده از روش SWOT به معرفی راهکارهای مناسب برای ایجاد توسعه روستایی به کمک پست بانک ایران بپردازد.

پیشینه پژوهش

برای استفاده از توانایی‌های بالقوه مناطق مختلف جهان و ایران که منجر به مطالعات علمی شده است در قسمت بعد به بررسی پیشینه پژوهش‌های انجام شده از نوع مطالعه حاضر می‌پردازد.

حسن زاده، علی (۱۳۸۴)، در پژوهش توسعه خدمات مالی اعتباری و نهادهای مالی غیر بانکی با تأکید بر بخش روستایی با مروری گذرا بر عملکرد و تجربه موفق سایر کشورها به ویژه تجربه گرامین بانک بنگلادش و صندوق های قرض الحسنه روستایی در ایران، با مقایسه نسبت های نفوذ پذیری، خودکفایی مالی، ارزش سپرده به وام ها، ارزش افزوده به اعتبارات پرداختی و ارزش افزوده به تعداد کارکنان در این مؤسسات راهکار مناسبی برای رفع مشکلات تأمین مالی خرد در روستاهای کشورمان ارائه بدهد. بنابراین، هدف این تحقیق شناخت مزایا و معایب هر کدام و ارائه یک الگوی کاربردی و پیشنهادی برای کشورمان است. نتایج تحقیق نشان می دهد که شاخصهای نفوذپذیری، خودکفایی مالی و ارزش افزوده به اعتبارات پرداختی مربوط به صندوقهای قرض الحسنه روستایی به مراتب کمتر از این شاخص ها در مورد گرامین بانک بنگلادش است.

بدخشان و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهش بررسی تاثیر توسعه زیرساختها بر توسعه روستایی ایران شاخص زیرساخت با چهار معیار حمل و نقل، انرژی، فناوری اطلاعات و خدمات، به ترتیب با ۴، ۵، ۴ و ۶ زیرمعیار با استفاده از روش ترکیبی سلسله مراتبی و تاپسیس برآورد شد. شاخص توسعه انسانی به عنوان شاخص توسعه روستایی در نظر گرفته شد همچنین با مدل دادههای تابلویی تاثیر زیرساخت روستاهای ۲۸ استان کشور بر توسعه روستایی در دوره زمانی ۱۳۷۹-۱۳۹۴ بررسی شد. نتایج مدل اثرهای ثابت داده های تابلویی، بیانگر ارتباط مثبت توسعه روستایی با زیرساخت و ارتباط منفی توسعه روستایی با سرمایه گذاری عمرانی است و به دلیل ضعف، بخش کشاورزی نتوانسته همراستای توسعه روستایی حرکت کند که این امر منجر به بیمعنی شدن رشد بخش کشاورزی با توسعه روستایی شده است. نتایج روش سلسله مراتبی نشان داد که از ۱۹ زیرمعیار زیرساخت، طول راه های روستایی اولویت بیشتری در توسعه روستایی دارد. لذا برنامه ریزی با توجه به بودجه عمرانی ثابت توصیه میشود، تا شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در اجرای برنامه ریزی تاثیری نگذارد. در این صورت ارتقای زیرساخت ها تاثیر بیشتری بر توسعه روستایی کشور خواهد گذاشت.

نوری (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان فن آوری اطلاعات و ارتباطات و فقر روستایی نتایجی بدین شرح بدست آوردند: توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات هر چند اثرات مثبتی بر روستاها داشته اما در عین حال گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات بدون توجه خاص به روستاها می‌تواند اثرات مخربی نیز بر توسعه روستایی داشته باشد و باعث افزایش فقر روستاییان شود. در واقع تمایل ذاتی فناوری اطلاعات و ارتباطات به شهرگرایی و عدم توجه به مناطق روستایی، توجه به مناطق مستعد و پیشرفته، افزایش امکان مقایسه سطح رفاه و امکانات جوامع و در نتیجه افزایش احساس فقر بویژه در مناطق محروم روستایی، افزایش قدرت رقابت شرکت‌های بزرگ صنعتی و تجاری به ضرر صنایع نوپا و کوچک روستایی و ... به تدریج باعث افزایش فاصله اطلاعاتی، گسترش مهاجرت‌های روستا - شهری، فراموش شدن روستاها، از بین رفتن صنایع بومی، از دست دادن بازارهای محلی و ... شود.

نوروزی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهش ارزیابی عملکرد و نحوه توزیع فضایی دفاتر ICT روستایی (مطالعه موردی: شهرستان لنجان استان اصفهان)، با هدف بررسی عملکرد دفاتر ICT روستایی و نحوه توزیع فضایی آنها در شهرستان لنجان انجام داده اند. روش پژوهش توصیفی تحلیلی است و برای گردآوری اطلاعات از روش های کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است، جامعه آماری پژوهش شامل ساکنان روستاهای دارای دفاتر ICT روستایی شهرستان لنجان است. سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ به همراه منفی شدن کرانه های بالا (۶/۶۰-) و پایین (۸/۴۰-) نشان می دهد دفاتر خدمات ارتباطی در روستاهای مطالعه شده عملکرد موفقی نداشته اند. نتایج کاربرد دو مدل آنتروپی. با (ضریب ۰/۶۶۵-) و شاخص تمرکز (با میزان ۰/۰۱) در ارزیابی نحوه توزیع فضایی دفاتر نیز حاکی است توزیع دفاتر الگوی مناسبی ندارد.

ساعی و آدم‌بیک (۱۳۹۶)، در پژوهش پست بانک ایران یک بانک توسعه‌ای کارآفرین، به بررسی نقش پست بانک در ایجاد کارآفرینی پرداخته‌اند. از جمله نتایج این پژوهش این است که پست بانک ایران با ارائه خدمات بانکی و مالی به مناطق روستایی باعث کارآفرینی شده و با حمایت‌های خود از این مناطق به توسعه اقتصادی روستاها کمک کرده است.

شاه‌محمدی و میرزایی‌پور (۱۳۹۰)، در پژوهش بررسی میزان اثربخشی تبلیغات پست بانک در میان مشتریان خود در شهر تهران، با هدف بررسی میزان اثربخشی تبلیغات پست بانک در میان مشتریان خود با استفاده از روش تحقیق میدانی با حجم نمونه ۴۰۰ نفر و با استفاده از نرم افزار spss^۳ انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین تبلیغات پست بانک و معرفی آن در سطح جامعه و ترغیب مردم جهت سپرده‌گذاری در بانک دارد.

کاظم‌نژاد و امیری (۱۳۹۳)، در پژوهش تحلیل ارتباط پس‌انداز روستاییان و عرضه اعتبارات روستایی (مطالعه موردی پست بانک ایران)، در این مطالعه سعی شده است تا رابطه علی میان متغیرهای عرضه اعتبارات پست بانک و عرضه اعتبارات کل و نیز اثر پس‌انداز و تعداد دفاتر خدماتی پست بانک بر عرضه اعتبارات پست بانک ایران در مناطق روستایی با استفاده از داده‌های پانل مربوط به ۲۷ استان در طول ۶ سال (۹۱-۱۳۸۶) مورد بررسی قرار گیرد. برای این منظور از رهیافت علیت گرنجر با استفاده از الگوی P-VAR^۴ برای تعیین جهت رابطه علی و از برآورد مدل به روش PLS^۵ برای اثر متغیرها بر اعتبارات روستایی پست بانک استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میان عرضه اعتبارات کل و عرضه اعتبارات پست بانک، رابطه علیت یکطرفه‌ای از اعتبارات پست بانک به اعتبارات کل وجود دارد. علاوه بر این، میان عرضه اعتبارات پست بانک و پس‌انداز روستاییان رابطه علیت دوطرفه‌ای وجود دارد. به نحوی که افزایش یک درصد در پس‌انداز روستاییان در دفاتر خدمات روستایی پست بانک، باعث افزایش ۰/۳۷ درصدی در عرضه اعتبارات پست بانک در مناطق روستایی خواهد شد.

نعمتی و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهش تجربه موفق پست بانک ایران در توسعه ICT روستایی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ایجاد و توسعه سرویسهای مالی با بهره‌گیری از بسترهای پستی و مخابراتی نیز در همین راستا صورت گرفته و قدمتی ۲۰۰ ساله در سطح جهان دارد. پست بانک ایران نیز با بهره‌گیری از تجارب بین‌المللی و ارزیابی شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور و با هدف پوشش نقاط کور بانکی خصوصاً در عرصه اقتصاد روستایی ایجاد گردیده و با بهره‌گیری از ظرفیتهای امکانات عظیم موجود در بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات کشور و همچنین بهره‌گیری از پتانسیلهای داخلی خصوصاً نیروی انسانی جوان خود، پس از اخذ مجوزهای لازم توانست رؤیای حضور عملیاتی شبکه بانکی در سطح ۱۰۰۰۰ دفتر ICT روستایی و ۲۵۰۰ دفتر خدمات ارتباطی شهری (در مناطق غیر برخوردار) را بدون هیچگونه هزینه اضافه‌ای بر دوش دولت، جامعه عمل

^۳ Statistical Package for the Social Sciences

^۴ Panel VAR

^۵ Partial Least Squares

بپوشاند. عملکرد پست بانک ایران در دو سال اخیر و ارائه خدمات بانکی به بیش از ۲۰ میلیون نفر از هموطنان روستایی و هدایت حدود بر ۱۵۰۰ میلیارد ریال از منابع موجود در این بخش به سمت فعالیتهای مولد اقتصادی در مدت زمان بسیار کوتاه، توجه کارشناسان داخل و خارجی را به خود معطوف نموده است. ایجاد اشتغال مستقیم برای حدود ۸۵۰۰ نفر و دهها هزار فرصت شغلی غیرمستقیم تنها بخشی از ثمرات شیرین آن می باشد.

فتحی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهش بررسی ارتباط بین بازارگرایی و توسعه خدمات جدید و عملکرد مالی پست بانکهای شهر ایلام، به منظور بررسی ارتباط بین بازارگرایی و توسعه خدمات جدید و عملکرد مالی پست بانکهای شهر ایلام اجرا شده است. در این تحقیق از روش میدانی، کتابخانه‌ای استفاده شده است. و جامعه آماری شامل کلیه مشتریان استفاده کننده از خدمات پست بانکهای شهر ایلام می باشد. روش نمونه‌گیری این تحقیق طبقه‌ای ساده می باشد. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول نمونه‌گیری در جامعه نامحدود و به تعداد ۲۶۷ نفر تعیین شده است. اجرای این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است پرسشنامه می باشد. برای محاسبات آماری در این تحقیق از آمار استنباطی و توصیفی استفاده شده است. بعد از محاسبات آماری نتایج ذیل بدست آمده است: وضعیت سه شاخص بازارگرایی، توسعه محصولات جدید و عملکرد مالی از نظر پاسخگویان در وضعیت مناسبی قرار داشته و بین بازارگرایی و توسعه خدمات جدید و عملکرد مالی در پست بانکها رابطه مستقیم وجود دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی بوده است. گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای، اینترنت، سایت رسمی پست بانک ایران، پرسش از خبرگان بانکی گردآوری شده است و از مدل SWOT نیز برای تحلیل یافته‌ها استفاده شده است. در این قسمت از پژوهش ابتدا تعریفی مختصر از نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها برای توسعه روستایی به وسیله پست بانک شده است، سپس به تحلیل این مدل پرداخته خواهد شد. برای این کار ابتدا نقاط قوت و ضعف به عنوان عوامل داخلی موثر و سپس فرصت‌ها و تهدیدها در مرحله عوامل خارجی موثر پرداخته خواهد شد، سپس بر اساس راهبردهای توسعه بر اساس این چهار عامل راهکارهایی ارائه می‌گردد. در ابتدا به صورت خلاصه تعریفی از این عوامل ارائه میدیم؛ (مکیان و مهدی خورانی، ۱۳۹۷).

نقاط قوت: یک مشخصه داخلی سازمان است که برای محقق شدن رسالت سازمان موثر است.

نقاط ضعف: یک مشخصه داخلی سازمان است که روی عملکرد آن تاثیر منفی دارد.

فرصت: یک حقیقت بیرونی که با ستفاده آن می‌توان برای تحقق رسالت سازمان کمک گرفت.

تهدید: یک حقیقت بیرونی است که روی عملکرد سازمان اثر منفی دارد یا می‌تواند داشته باشد. (مکیان و مهدی خورانی، ۱۳۹۷).

عوامل داخلی موثر بر توسعه روستایی به وسیله پست بانک

هدف این مرحله، سنجش میزان محیط داخلی برای شناسایی نقاط قوت و ضعف است، یعنی جنبه‌هایی که می‌توانند برای توسعه مفید یا مضر باشند. این بخش با عنوان نقاط قوت و ضعف به شرح جدول شماره ۱ مشخص شده‌اند.

جدول شماره ۱: معرفی برخی از عوامل داخلی موثر بر توسعه

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
۱. تشکیل کارگروه تخصصی بازاریابی متشکل از کارشناسان خبره استانها ۲. استفاده از دانش و تجارب کارشناسان استانها در جهت شناخت قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بومی، جغرافیائی و قومی استانها ۳. پست بانک به جهت گستردگی و حضور در تمام نقاط کشور می‌تواند سرآمد همه بانک‌ها شود. ۴. پتانسیل بالا و استفاده نشده مناطق روستایی ۵. طبیعت بکر مناطق روستایی برای رونق گردشگری ۶. وجود زمین‌های حاصل خیز برای رونق کشاورزی ۷. وجود نیروی کار ارزان	۱. نبود منابع مالی لازم در مناطق روستایی و دور افتاده ۲. کمبود بنگاه‌های تولیدی در مناطق روستایی ۳. نبود صنایع تبدیلی ۴. عدم استفاده از پتانسیل‌های روستایی در جهت توسعه و اشتغال ۵. عدم وجود زیربنای مورد نیاز برای رشد ۶. توجه نکردن به صنعتی کردن کشاورزی به دلیل عدم منابع مالی ۷. استقبال کم بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی ۸. نیمه‌کاره ماندن برخی از پروژه‌های اجرایی ۹. بی‌اعتمادی نسبت به پست بانک در برخی مناطق ۱۰. پایین بودن تبلیغات مناسب در مناطق روستایی

مآخذ: یافته‌های پژوهش

عوامل خارجی موثر بر سرمایه‌گذاری

هدف این مرحله، سنجش میزان محیط خارجی برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها است، یعنی جنبه‌هایی که می‌توانند برای توسعه روستایی مفید یا مضر باشند. این بخش با عنوان نقاط فرصت و تهدید به شرح جدول شماره ۲ مشخص شده‌اند.

جدول شماره ۲: معرفی برخی از عوامل خارجی موثر بر توسعه

فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)
۱. ایجاد اشتغال در مناطق روستایی ۲. تهیه و تدوین استراتژی نوین بازاریابی استانها ۳. بهبود وضعیت زندگی جامعه روستایی ۴. بهره‌مندی از ارزش اقتصادی تولیدات روستایی با ایجاد سرمایه ۵. رونق کسب و کار و ایجاد درآمد و ارزش افزوده برای اقتصاد ۶. بالفعل کردن پتانسیل بالای مناطق دور افتاده با ورود سرمایه ۷. ارائه ساز و کارهای موثر در زمینه تکریم ارباب رجوع ۸. پیشرفت و توسعه صنعت گردشگری در مناطق روستایی ۹. نظارت مجدانه بر نحوه ارتباط و پاسخگویی کارکنان شعب به مشتریان ۱۰. پیشنهاد نظام پاداش و تنبیه برای ارتقاء، سطح کمی و کیفی خدمات ۱۱. با تقویت سامانه‌های الکترونیکی، گسترش خدمات نوین بانک در روستاها و مناطق محروم	۱. استقبال نکردن مردم از طرح‌های پست بانک ۲. پایین بودن آگاهی مردم از طرح‌های نوین بانکداری ۲. مشکلات زیربنایی در مناطق روستایی برای سرمایه‌گذاری ۴. تخریب محیط‌زیست به جهت راه اندازی برخی طرح‌های اقتصادی ۵. نبود اعتبارات لازم به دلیل نبود برنامه‌های مشخص ۶. پایین بودن سطح ارتباطات در مناطق روستایی ۷. پایین بودن تبلیغات موجب بی‌اعتمادی مردم و کاهش جمعیت روستایی شده است

مآخذ: یافته‌های پژوهش

تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

همان‌طور که در جدول‌های شماره (۱) و (۲) مشاهده می‌شود، تعداد قوت داخلی در مقابل ضعف داخلی و فرصت خارجی در برابر تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. بدین ترتیب در مجموع نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش‌روی منطقه قابل شناسایی است.

راهبردهای توسعه سرمایه‌گذاری

در این قسمت چهار راهبرد پیشنهاد می‌شود:

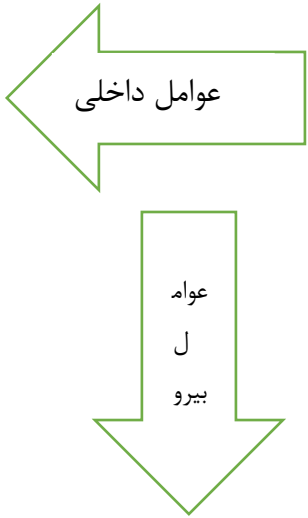
راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)^۶: در راهبردهای تهاجمی تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است.

راهبردهای تنوع^۷ (ST): در استراتژی‌های تنوع به نقاط قوت درونی و تهدید بیرونی تاکید می‌گردد.

راهبردهای بازنگری (WO)^۸: در راهبردهای بازنگری ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در راستای رفع نقاط ضعف می‌باشد.

راهبردهای تدافعی (WT)^۹: استراتژی‌های تدافعی بر اساس نقاط ضعف درونی و تهدید بیرونی استوار است.

جدول شماره ۳: استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در استان ایلام

تحلیل (SWOT)	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
	۱. تشکیل کارگروه تخصصی بازاریابی متشکل از کارشناسان خبره استانها ۲. استفاده از دانش و تجارب کارشناسان استانها در جهت شناخت قابلیت‌ها و پتانسیل های بومی، جغرافیائی و قومی استانها ۳. پست بانک به جهت گستردگی و حضور در تمام نقاط کشور می‌تواند سرآمد همه بانک‌ها شود. ۴. پتانسیل بالا و استفاده نشده مناطق روستایی ۵. طبیعت بکر مناطق روستایی برای رونق گردشگری ۶. وجود زمین های حاصلخیز برای رونق کشاورزی ۷. وجود نیروی کار ارزان	۱. نبود منابع مالی لازم در مناطق روستایی و دور افتاده ۲. کمبود بنگاه‌های تولیدی در مناطق روستایی ۳. نبود صنایع تبدیلی ۴. عدم استفاده از پتانسیل‌های روستایی در جهت توسعه و اشتغال ۵. عدم وجود زیربنای مورد نیاز برای رشد ۶. توجه نکردن به صنعتی کردن کشاورزی به دلیل عدم منابع مالی ۷. استقبال کم بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی ۸. نیمه‌کاره ماندن برخی از پروژه‌های اجرایی ۹. بی اعتمادی نسبت به پست بانک در برخی مناطق ۱۰. پایین بودن تبلیغات مناسب در مناطق روستایی

^۶ Strengths Opportunities^۷ Strengths Threats^۸ Weaknesses Opportunities^۹ Weaknesses Threats

فرصت‌ها (O)	استراتژی (SO)	استراتژی (WO)
۱. ایجاد اشتغال در مناطق روستایی ۲. تهیه و تدوین استراتژی نوین بازاریابی استانها ۳. بهبود وضعیت زندگی جامعه روستایی ۴. بهره‌مندی از ارزش اقتصادی تولیدات روستایی با ایجاد سرمایه ۵. رونق کسب و کار و ایجاد درآمد و ارزش افزوده برای اقتصاد ۶. بالفعل کردن پتانسیل بالای مناطق دُور افتاده با ورود سرمایه ۷. ارائه ساز و کارهای موثر در زمینه تکريم ارباب رجوع ۸. پیشرفت و توسعه صنعت گردشگری در مناطق روستایی ۹. نظارت مجدانه بر نحوه ارتباط و پاسخگویی کارکنان شعب به مشتریان ۱۰. پیشنهاد نظام پاداش و تنبیه برای ارتقاء، سطح کمی و کیفی خدمات ۱۱. با تقویت سامانه‌های الکترونیکی، گسترش خدمات نوین بانک در روستاها و مناطق محروم	۱. بازاریابی تخصصی و فنی دفاتر خدمات بانکی ۲. حمایت و پشتیبانی از دفاتر خدماتی درخصوص جذب منابع ۳. جلب مشتریان عمده از برنامه‌های مطالعاتی ۴. برگزاری دوره‌های آموزشی برای مشاغل بازاریابی و جذب منابع با همکاری آموزش و تحقیقات ۵. تشکیل کارگروه‌های مشترک با دفاتر خدمات بانکی به جهت گستردگی نقاط تماس و نظارت ۶. جدی بر کمیته‌های بازاریابی استانها و تهیه رهنمودهای کارشناسی ۷. توسعه‌ی پست بانک و ایجاد تنوع در خدمات ۸. با ایجاد تسهیلات لازم موجب رونق اشتغال	۱. با افزایش تبلیغات موجب جلب مشتری ۲. با افزایش منابع و تسهیلات سبب رونق طرح‌های نیمه‌کاره ۳. گسترش طرح‌های پست بانک براساس برنامه ریزی و عملیاتی کردن آن در واحدهای اجرائی و ستادی بویژه در روستاها و مناطق محروم کشور است ۴. ترغیب بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری با دادن تسهیلات و اعتبارات ۵. جلب اعتماد مردم با افزایش آگاهی و آموزش‌های لازم
تهدیدها (T)	استراتژی (ST)	استراتژی (WT)
۱. استقبال نکردن مردم از طرح‌های پست بانک ۲. پایین بودن آگاهی مردم از طرح‌های نوین بانکداری ۳. مشکلات زیربنایی در مناطق روستایی برای سرمایه‌گذاری ۴. تخریب محیط‌زیست به جهت راه‌اندازی برخی طرح‌های اقتصادی ۵. نبود اعتبارات لازم به دلیل نبود برنامه‌های مشخص ۶. پایین بودن سطح ارتباطات در مناطق روستایی ۷. پایین بودن تبلیغات موجب بی‌اعتمادی مردم و کاهش جمعیت روستایی شده است	۱. رونق طرح‌های اقتصادی با استفاده از نیروی کار لازم ۲. مدیریت و توسعه منابع انسانی ۳. ارتقاء بهره‌وری ۴. رضایت مشتری، توسعه خدمات خرده بانکداری ۵. توسعه بانکداری الکترونیک و انضباط مالی ۶. مدیریت نقدینگی. ۷. رونق کشاورزی با آموزش‌های مورد نیاز و دادن اعتبارات ۸. مشارکت در طرح‌های عمرانی و صنعتی	۱. تداوم ماموریت‌های استانی کارشناسان بازاریابی ۲. توجه به نیازهای بازاریابی مناطق روستایی ۳. فرهنگ‌سازی و تمرکز بر آموزش پرسنل بازاریابی ۴. پیشنهاد تبلیغات موثر و همگام با سایر بانک‌ها ۵. آسیب‌شناسی نحوه برخورد مشتریان با پست بانک ۶. فراهم نمودن زمینه تبدیل مشتریان به مشتریان وفادار ۷. بازنگری در روند قرعه‌کشی حساب‌های قرض‌الحسنه بانک با رویکرد دفاتر خدمات بانکی روستایی و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری

استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود برای رسیدن به توسعه روستاها همواره مورد توجه اقتصاددانان بوده است و شناخت توانمندی‌های موجود، برنامه‌ریزی، انجام امور زیربنایی و ایجاد زیرساخت‌های لازم و از همه مهم‌تر ورود سرمایه از ضروریات اصلی جهت رسیدن هر منطقه به توسعه می‌باشد. بدین منظور این پژوهش، قابلیت‌ها و محدودیت‌های پست بانک ایران برای کمک به توسعه مناطق روستایی را با استفاده از مدل SWOT مورد مطالعه قرار داد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که پست بانک ایران در مناطق روستایی علی‌رغم مشکلات و نقاط ضعفی برای توسعه روستایی از جمله: نبود منابع مالی لازم در مناطق روستایی و دور افتاده، کمبود بنگاه‌های تولیدی در مناطق روستایی، نبود صنایع تبدیلی، عدم استفاده از پتانسیل‌های روستایی

در جهت توسعه و اشتغال، عدم وجود زیربنای مورد نیاز برای رشد، توجه نکردن به صنعتی کردن کشاورزی به دلیل عدم منابع مالی، استقبال کم بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی، نیمه‌کاره ماندن برخی از پروژه‌های اجرایی، بی‌اعتمادی نسبت به پست بانک در برخی مناطق، پایین بودن تبلیغات مناسب در مناطق روستایی وجود دارد بنا به دلایلی مانند: تشکیل کارگروه تخصصی بازاریابی متشکل از کارشناسان خبره استانها، استفاده از دانش و تجارب کارشناسان استانها در جهت شناخت قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بومی، جغرافیائی و قومی استانها، پتانسیل بالا و استفاده نشده مناطق روستایی، طبیعت بکر مناطق روستایی برای رونق گردشگری، وجود زمین‌های حاصل‌خیز برای رونق کشاورزی و وجود نیروی کار ارزان به جهت گستردگی و حضور در تمام نقاط کشور می‌تواند سرآمد همه بانک‌ها شود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که پست بانک ایران برای ایجاد توسعه روستایی هفت نقطه قوت، ۱۰ نقطه ضعف، ۱۱ فرصت و ۱۰ تهدید است. استراتژی (ST) با هشت مورد بیشترین استراتژی را دارد. بنابراین مطالعه بیشتر برای بررسی نقش پست بانک در مناطق روستایی برای توسعه، برای مطالعات بعدی پیشنهاد می‌گردد.

منابع و مآخذ

- رضوانی، م (۱۳۸۱). "کتاب برنامه‌ریزی توسعه روستایی ایران" انتشارات قومس.
- نوری، م (۱۳۸۲)، " فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و فقر روستایی" همایش کاربرد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در روستا، دانشگاه علم و صنعت ایران، پژوهشگاه الکترونیک.
- جلالی، ع، عباسی، م و گرگان‌نژاد، س (۱۳۸۲)، "فناوری اطلاعات و ارتباطات در روستاهای کره جنوبی"، همایش کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در روستا، صص ۹۵-۱۰۲.
- حسن‌زاده، ع (۱۳۸۴)، " توسعه خدمات مالی - اعتباری و نهادهای مالی غیر بانکی با تاکید بر بخش روستایی" جستارهای اقتصادی، بهار و تابستان ۱۳۸۴، دوره ۲، شماره ۳، از صفحه ۶۱ تا صفحه ۹۶.
- نعمتی، ع و معیری‌پور، س و حبیبی، م (۱۳۸۸)، "تجربه ارائه خدمات پست بانک ایران در دفاتر ارتباطات و فناوری اطلاعات (ICT) روستایی"، نخستین کنفرانس ملی ICT روستایی، مشهد.
- شاه‌محمدی، ع و میرزایی‌پور، ع (۱۳۹۰) "بررسی میزان اثربخشی تبلیغات پست بانک در میان مشتریان خود در شهر تهران" نشریه فرهنگ ارتباطات، دوره ۱، شماره ۱، از صفحه ۱۱۹ تا صفحه ۱۳۸.
- فتحی، ر، ناصری، ر، تابشیر، ر، دلاوری، س (۱۳۹۲)، "بررسی ارتباط بین بازاریابی و توسعه خدمات جدید و عملکرد مالی پست بانک‌های شهر ایلام" اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، شیراز.
- کاظم‌نژاد، م و امیری، ا (۱۳۹۳) " تحلیل ارتباط پس‌انداز روستاییان و عرضه اعتبارات روستایی (مطالعه موردی پست بانک ایران)" پژوهش‌های اقتصاد روستا، دوره ۱، شماره ۲، صفحه ۶۹-۸۲، زمستان ۱۳۹۳.
- شریفی، مهنوش و پیش‌بین، سیداحمدرضا (۱۳۹۴)، "پیشبرد توسعه روستایی از طریق کارآفرینی اجتماعی: آموزه‌های بانک گرامین"
- رضوانی، م، بدری، س، ترابی، ذ، هاجری، ب (۱۳۹۵)، "شناسایی راهکارهای توسعه روستایی با استفاده از چارچوب مشارکتی SOAR مورد: روستای میغان" فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال پنجم زمستان ۱۳۹۵ شماره ۴ (پیاپی ۱۸).
- ساعی، م، آدم بیک، س (۱۳۹۶)، "پست بانک ایران یک بانک توسعه‌ای کارآفرین" سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کارآفرینی با تاکید بر شرایط اقتصاد مقاومتی، شهریور ۱۳۹۶.

مکیان، س و مهدی خورانی، ح (۱۳۹۷)، "فرصت‌ها و تهدیدها برای مقاوم‌سازی اقتصاد استان ایلام" دومین همایش تولید ملی و اشتغال پایدار: چالش‌ها و راهکارها، بروجرد.

بدخشان ز، مهرابی‌بشرآبادی، ح ، میرزایی و خلیل‌آبادی ح (۱۳۹۷)، "بررسی تاثیر توسعه زیرساخت‌ها بر توسعه روستایی ایران" اقتصاد کشاورزی، جلد ۲۱، شماره ۴، صفحه‌های ۱ تا ۱۴.

نوروزی، ا ، امینی، ز، کیانی، ص (۱۳۹۸) "ارزیابی عملکرد و نحوه توزیع فضایی دفاتر ICT روستایی (مطالعه موردی: شهرستان لنجان - استان اصفهان)" برنامه ریزی فضایی سال نهم بهار ۱۳۹۸ شماره ۱، (پیاپی ۳۲).

Salemink, Koen, Strijker, Dirk, Bosworth, Gary, (۲۰۱۷). Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas, Journal of Rural Studies, Vol ۵۴, Pp ۳۶۰-۳۷۱.