

تحلیل عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی نواحی روستایی مورد مطالعه: روستاهای بخش چندار شهرستان ساوجبلاغ

کوروش رستمی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

بیژن رحمانی^۱

دانشیار دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

رحمت اله منشی زاده

دانشیار دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۲۷

چکیده

در سال‌های اخیر یکی از مشکلات اساسی کشور ما عقب ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری است. عامل اصلی آن مسائل اقتصادی، به خصوص دسترسی به اشتغال بوده که مشکلات بسیار زیادی مانند حاشیه نشینی، کاهش کیفیت زندگی و کمبود اشتغال در شهرها را به همراه داشته است. توجه به کارآفرینی روستایی با نگرش به مشکلات موجود در این نواحی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. این تحقیق با هدف تحلیل ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی بخش چندار شهرستان ساوجبلاغ استان البرز انجام شد. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و میدانی است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از تحلیل عاملی با روش تحلیل مولفه‌های اصلی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل ساکنین روستاهای بخش چندار (باسواد و سنین بین ۱۵ تا ۶۵) بوده است. تعداد ۴۰۰ نفر از ساکنین روستاها بصورت تصادفی انتخاب و بین آنها پرسشنامه‌هایی که دارای ۵ شاخص در زمینه‌های فردی، زیرساختی، اقتصادی، اجتماعی و نهادی و ۳۵ گویه بود توزیع شد. یافته‌ها نشان می‌دهد وضعیت مولفه‌های کارآفرینی در مناطق روستایی مورد مطالعه کمی بالاتر از مقدار متوسط است. مناسب‌ترین شرایط را می‌توان در بعد زیرساختی و فردی و سپس به ترتیب در مولفه‌های اقتصادی، اجتماعی و نهادی مشاهده کرد. نتایج بدست آمده از تحلیل عوامل نشان می‌دهد که در روستاهای مورد مطالعه مولفه‌های زیرساختی و فردی کارآفرینی فراهم بوده اما مولفه‌های اقتصادی و به خصوص اجتماعی و نهادی مهیا نیست. اگرچه زیرساخت‌های لازم در روستاهای مورد مطالعه فراهم است اما این زیرساخت‌ها به تنهایی نمی‌تواند موجب ارتقای سایر مولفه‌های کارآفرینی شود، بلکه می‌توان از آن به عنوان بستری برای شکوفایی سایر مولفه‌ها بهره برد و کارآفرینی روستایی را توسعه داد. با این حال، باید توجه داشت همه روستاها دارای وضعیت یکسانی در توسعه کارآفرینی نمی‌باشند و برخی از آنها دارای شرایط بهتری جهت کارآفرینی بوده و از این حیث، برای فعالیت‌های کارآفرینانه در اولویت می‌باشند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، توسعه پایدار روستایی، ناحیه روستایی، بخش چندار.

مقدمه

امروزه در کشورهای مختلف، توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد به کارآفرینی می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. براساس بیانیه جهانی کارآفرینی، همبستگی زیادی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینی ملی و سازمانی وجود دارد. در هر کشوری کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و باید تلاش شود که توانایی‌های آنان بیشتر شده و مهم‌تر از همه، ساختارهای موجود اجازه دهد که کارآفرینان ابراز وجود کنند (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۵).

کارآفرینان نقشی کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند. کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد توجه بوده‌اند. به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای پژوهشی، شمار هرچه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند، به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند (قوامی و لطفی پور، ۱۳۸۷: ۱۲).

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند، به همین خاطر، لزوم ایجاد بستر و جو مناسب در جهت حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش از پیش در کشورما احساس می‌گردد. از این رو، کارآفرینی به عنوان یک راهبرد در توسعه، شکوفایی و رشد جوامع انسانی به عاملی بی‌بدیل تبدیل گشته است که از طریق آن، همه عوامل و منابع و امکانات یک جامعه به صورت خودجوش و از راه قرار گرفتن در یک روند تکاملی در جهت نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی بسیج شده و منشا بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی - اجتماعی می‌گردد (اکبری، ۱۳۸۵: ۱۶).

محیط روستایی معرف یک محیط کارآفرینی معین به لحاظ وسعت با شرایط اجتماعی، اقتصادی و فیزیکی است که می‌تواند دارای فرصت باشد و می‌تواند موجب ضعف کارآفرینی داخلی و نوآوری گردد (Stathopoulos et al, 2004: 413). بنابراین توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی می‌بایست بر اساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در روستاها صورت گیرد تا به موفقیت دست یابد و موجبات پایداری روستاها را فراهم نماید.

بخش چندان در شهرستان ساوجبلاغ استان البرز به دلیل ویژگی‌هایی چون نزدیکی به نقاط شهری بزرگ همچون قزوین، کرج و تهران، دایر بودن صنایع دستی، وجود زمین‌های حاصلخیز و جاذبه گردشگری طبیعی و اماکن مذهبی از ظرفیت‌های بالقوه مناسبی برای توسعه کارآفرینی در سطح محلی و منطقه‌ای برخوردار است. هدف اصلی این پژوهش تحلیل عوامل موثر کارآفرینی بر توسعه پایدار روستاهای بخش چندان می‌باشد.

مبانی نظری

کارآفرینی را می‌توان عامل تحریک و تشویق حس رقابت، عامل تحریک و ترکیب و مهیا کردن عوامل تولید، عامل سازماندهی منابع و استفاده اثر بخش از آن‌ها، عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها، عامل رفع خلل، شکاف‌ها و تنگناهای بازار و اجتماع، یکی از عوامل تولید، عامل کاهش بوروکراسی اداری، عامل تحول و تجدید حیات ملی و محلی (کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است، یک شیوه زندگی است)، عامل شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، عامل نوآوری و روان‌کننده‌ی تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا تلقی کرد (احمد پورداریانی و مقیمی، ۱۳۹۲:۹۱).

توسعه کارآفرینی تنها استراتژی برای توسعه اقتصادی روستاها نیست، اما یکی از استراتژیهای کم هزینه می باشد که برای محیط روستایی مناسب تر است. با توسعه کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک، روستاییان به کالاها و خدمات مورد نیاز خود دست می یابند و این امر تاثیر زیادی در رشد اقتصادی روستاها و کاهش پدیده مهاجرت به شهرها دارد. روستاها همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و ظرفیت‌های بالقوه هستند که کشف و بهره برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید و رقابت پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه داشته باشد.

امروزه برنامه ریزان، به ویژه اقتصاد دانان روستایی، به این نتیجه رسیده‌اند که مناسب ترین راهبرد پاسخگویی به چالش‌ها، بویژه اقتصادی، در مناطق روستایی تشویق روستائیان برای گرایش به تجارت خانگی به شیوه کارآفرینی است. فلسفه بنیادی این نظریه بر این اساس بود که این فعالیتها هم به ایجاد شغل منجر می‌شود که یک نوع خود اشتغالی را در سطح جامعه محلی به وجود می آورد و هم از این طریق، روستائیان می‌توانند تولیدات خود را صادر (روانه بازار) کنند (اقتباس از Heriot, 2002:3).

بنابراین، کارآفرینان در جوامع روستایی به حمایت برای ایجاد یا رشد فعالیت‌های خود نیاز دارند، اما بیشتر این جوامع، آمادگی لازم را برای تأمین نیازهای مورد درخواست آنان مانند سرمایه، دانش فنی (فناوری) و اطلاعات ندارند، در نتیجه، برای کمک به جوامع روستایی در توسعه یک مدل نظری (تئوریک)، کارآفرینی به شناخت متغیرهای وابسته و رابطه میان آنها نیازمند است (Allen, 2003:3). به همین علت، سائر با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان الگوی توسعه اقتصادی، توسعه روستایی را تشویق کشاورزان کارآفرین، کمک و مساعدت مدیریتی و فنی کارآفرینان روستایی، حمل و نقل روستایی، خدمات ارتباطی و اطلاعاتی روستایی، مدیریت منابع طبیعی و غیره تعریف می‌کند.

زمینه‌های استفاده از کارآفرینی در نواحی روستایی بسیار گسترده و متنوع است. فعالیت‌های مربوط به بخش‌های کشاورزی، خدمات و گردشگری روستایی مهمترین زمینه‌های بروز کارآفرینی در نواحی روستایی بوده که می‌تواند به طور مستقیم یا غیر مستقیم با ایجاد اشتغال و افزایش درآمد به بهبود کیفیت زندگی در نواحی روستایی کمک نماید. از این رو می‌بایست ابتدا وضعیت سکونتگاه‌های روستایی از نظر ابعاد مختلف مورد سنجش و بررسی قرار

گیرد و مشخص شود که آیا زمینه و بستر های لازم برای کارآفرینی فراهم است. چرا که آنان بعنوان کارآفرینان بایستی اقدام به انواع فعالیت ها و خلاقیت های کارآفرینی و ایجاد اشتغال نمایند. بنابراین سوال اصلی مقاله این است که مولفه های موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی کدامند و روستاهای مورد مطالعه در چه وضعیتی قرار دارند؟ کارآفرینی موضوع کمابیش جدیدی است که به طور جدی در سال‌های گذشته مطرح شده و بیش از یک دهه است که در کشور ما نیز، مطالعه در این زمینه آغاز شده است. سیر تکامل فعالان اقتصادی یا کارآفرینان نشان می‌دهد که کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت یا موجب ارزش اقتصادی شناخته و از قرن پانزدهم تاکنون در کانون بحث مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. اما سابقه مفهوم کارآفرینی در دانش امروزی به دوپست سال پیش برمی‌گردد. اولین کسی که این مسئله را مطرح کرد فردی به نام کانتیلون است. این واژه دستخوش تعاریف جدید شده و ترجمه آن در ایران به معنای همان کسی است که زیربار تعهد می‌رود. بنابراین تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است:

موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب‌های زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت‌ها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن می‌باشد. این موج از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع می‌شود.

موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده شامل ارائه رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسری یافته است.

موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولت‌ها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاه‌های کوچک، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است (Carswell, G & Rolland, L:2004).

- فراهانی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ی تحت عنوان "نقش کارآفرینی روستایی در توسعه پایدار روستایی" با روش توصیفی - تحلیلی به این نتیجه رسیدند که از راهکارهای مهم توسعه و توسعه پایدار روستایی در محدود مورد مطالعه ایجاد اشتغال و مهمترین ابزار آن کارآفرینی باید بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه سبب افزایش درآمد مردم جامعه و در نهایت منجر به پایداری و توسعه پایدار روستایی می‌شود.

- یدالهی و رضوی (۱۳۹۱) به مطالعه نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در کارآفرینی جوانان روستاهای بخش کربال پرداختند، نتایج پژوهش بیانگر آن است که اندازه شبکه اجتماعی با موفقیت کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد، مهارت‌های کارآفرین و تجربه وی با موفقیت در کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد.

- مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه ای به تبیین عوامل موثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: بخش‌های زندوسامن شهرستان ملایر) پرداختند که نتایج مقاله حاکی از آن است که وجود عوامل فردی و محیطی در افزایش توانمندی روستاییان برای ایجاد و توسعه کسب و کار تأثیر دارد.

- عینالی (۱۳۹۳)، در تحقیق خود با عنوان "نقش یکپارچه‌سازی اراضی در بهبود زمینه‌های کارآفرینی کشاورزی در شهرستان خدابنده؛ مطالعه موردی: روستاهای حوزه خدمات کشاورزی نورآباد،" با استفاده روش‌های توصیفی - تحلیلی و میدانی به این نتیجه رسید که پروژه‌های انجام گرفته در محدوده مورد مطالعه در ایجاد زمینه برای شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی کوچک مقیاس کشاورزی موفق بوده‌اند و مقایسه دیدگاه دو گروه با اراضی یکپارچه و غیر یکپارچه مبین تفاوت معنادار در شاخص‌های کارآفرینی می‌باشد که این امر بیانگر تأثیر مثبت اقدامات یکپارچه‌سازی اراضی پراکنده بهره‌برداران در یک یا چند نقطه در بهبود زمینه‌های کارآفرینی کشاورزی است.

- احمد تقدسی و همکاران (۱۳۹۴)، در مطالعه خود تحت عنوان تحلیل عوامل موثر در زمینه‌های توسعه کارآفرینی نواحی روستایی (روستاهای دهستان آباد طشک شهرستان نیریز استان فارس)، به این نتیجه رسیدند که عوامل سه گانه اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی در روستاهای مورد مطالعه در حد مطلوبی نیست و به دلیل وجود همبستگی بین ظرفیت‌ها، می‌توان با افزایش وضعیت یک عامل به توسعه سایر عامل‌ها کمک نمود.

- محمد ولایی و همکاران (۱۳۹۴) در تحلیل عوامل موثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی (روستاهای دهستان مرحمت آباد شمالی شهرستان میاندوآب)، به این نتیجه رسیدند که مهمترین عاملی که موجب توسعه پایدار روستایی شده است، عامل اقتصادی و فردی می‌باشد. به طوری که با بالا رفتن میزان تسهیلات دریافتی از قبیل وام‌های خود اشتغالی، منابع مالی لازم و کافی، تنوع شغلی موجب افزایش انگیزه و روحیه فردی در جهت توسعه و گسترش کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه شده است.

- گوئتر و فرش واتر (۲۰۰۱) در پژوهش خود با هدف ارائه رهیافتی که بتواند آغازگر ارزیابی تأثیرات فضای کارآفرینی و به خصوص افزایش استخدام مشاغل جدید باشد سه نوع متغیر را شامل نوآوری‌ها (میزان امتیازات اعطا شده به منظور انجام پژوهش‌های نوآوری مشاغل کوچک و سرمایه‌های انسانی، نسبت جمعیت بزرگسال دارای مدارک تحصیلی دانشگاهی، و سرمایه‌های ملی موثر در فضای کارآفرینی و فرآیند کارآفرینی مورد مطالعه قرار دهند. آنها دریافتند که چون فضای کارآفرینی ترکیبی از عوامل متعدد مشاهده ناشدنی و سنجش ناپذیر مستقیم است، با تعریف متغیرهای مشخص برای سنجش و ارزیابی میزان تأثیرات آن بر کارآفرینی، ۶۰ درصد از تغییرات فضای کارآفرینی را متغیرهای نیروی انسانی و نوآوری‌ها تبیین می‌کند (Goetz & Freshwater, 2001, 11)

- دابسون و دیگران (۲۰۰۳)، در مطالعه خود به منظور طراحی فعالیتهای کارآفرینی و جمع‌آوری اطلاعات درباره سازمانها، برنامه‌ها و فعالیتهای حمایت‌کننده از کارآفرینی در مناطق روستایی با این نتیجه رسیدند که به چهار عامل اصلی برای حیات بخشی به روح کارآفرینی در مناطق روستایی نیاز است که عبارتند از ایجاد فعالیت متناسب با نیازهای شناسایی شده جامعه محلی، تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارتهای محلی، تمرکز بر کارآفرینی، یادگیری مداوم از طریق تغییر آموزه‌های قبلی (Dabson et al., 2003).

- اتو (۲۰۰۹) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که از جمله اصول محوری در ایجاد و نگهداری فضاهای کارآفرینی موفق؛ عبارتند از: تلاش در جهت ایجاد فضای کارآفرینی مطلوب به این شرط که در تعامل نزدیک با

سیاست گذاران باشد، استفاده از فناوری‌های جدیدو مدرن دراین فضا به جای تکنولوژی‌های سنتی و قدیمی، و در نهایت ارائه فضای مناسب کارآفرینی به گونه‌ای که تمام اعضای سازمان از آن بهره مند گردند (Otto, 2009). همانطور که نشان داده شد، هر یک از محققان، از جنبه یا بعد خاصی به بررسی و توسعه کارآفرینی نواحی روستایی پرداخته اند. در این تحقیق نیز سعی شده است با مطالعه همه جانبه در ناحیه مورد مطالعه، تحلیلی از عوامل موثر در کارآفرینی روستایی انجام شود و در نهایت با توجه به امکانات و توانایی ها و محدودیت های موجود راهکارهایی را برای توسعه کارآفرینی نواحی روستایی مورد مطالعه ارائه نماید.

تحقیق حاضر با توجه به ملاک گردآوری داده ها و از آنجائیکه به دنبال ارزیابی و قضاوت در مورد وضعیت موجود است و به کاربرد یافته های خود توجه داشته و شرایط موجود را هم توصیف می کند، از نظر روش توصیفی - تحلیلی از نوع پیمایشی است و از جنبه هدف کاربردی می‌باشد. به منظور جمع آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایش میدانی (پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده) در محدوده مورد مطالعه استفاده شده است. مکان این تحقیق روستاهای بخش چنار شهرستان ساوجبلاغ استان البرز و جامعه آماری تحقیق ۴۰۰ نفر با سواد سنین بین ۱۵ تا ۶۵ سال می‌باشد که به عنوان حجم نمونه بصورت تصادفی برای تکمیل پرسشنامه تعیین گردید. پرسشنامه تحقیق در ۵ مؤلفه و ۳۵ متغیر مربوط به عوامل موثر کارآفرینی در توسعه روستا تدوین شد. ابزار استفاده شده در روش میدانی پرسشنامه محقق ساخته که سوالات آن در چارچوب طیف ۵ ارزشی لیکرت (خیلی کم نمره ۱، کم نمره ۲، متوسط نمره ۳، زیاد نمره ۴ و خیلی زیاد نمره ۵) تدوین شده است. روایی پرسشنامه مورد استفاده به کمک خبرگان و متخصصان حوزه برنامه ریزی و توسعه روستایی بررسی شد. شاخص های مورد بررسی با توجه به سوال و اهداف تحقیق و همچنین مطالعات مشابهی که از قبل در سایر نواحی روستایی صورت گرفته انتخاب شده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده و پاسخ به سوال تحقیق از آمار توصیفی و به شیوه تحلیل مؤلفه‌های اصلی در نرم افزار spss استفاده گردید.

بخش چنار از شمال با شهرستان طالقان، از جنوب با بخش چهارباغ، از شرق با شهرستان کرج و از غرب با بخش مرکزی شهرستان ساوجبلاغ همسایه می باشد که در دامنه رشته کوههای البرز واقع شده است.

جدول ۱: وضعیت جمعیتی بخش چنار شهرستان ساوجبلاغ

ردیف	دهستان	روستا	خانوار	جمعیت	مرد	زن	جمعیت با سواد	جمعیت فعال
۱	چنار	کردان	۱۱۵۰	۳۷۹۵	۱۹۱۲	۱۸۸۳	۲۲۰۱	۲۸۴۶
۲	چنار	ولیان	۴۶۹	۱۴۲۰	۷۶۵	۶۵۵	۸۲۴	۱۰۶۵
۳	چنار	خوروین	۳۲۵	۹۴۰	۵۲۰	۴۲۰	۵۴۵	۷۰۵
۴	چنار	اجین دوجین	۳۲۰	۹۵۱	۵۱۵	۴۳۶	۵۵۲	۷۱۳
۵	برغان	اغشت	۲۷۵	۷۷۰	۳۹۷	۳۷۳	۴۴۷	۵۷۸
۶	چنار	بانوصحرا	۲۰۷	۵۳۲	۲۷۷	۲۵۵	۳۰۹	۳۹۹
۷	چنار	شنده	۲۰۰	۴۵۳	۲۵۴	۱۹۹	۲۶۳	۳۴۰

تحلیل عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی... ۷

۳۵۳	۲۷۳	۲۱۴	۲۵۶	۴۷۰	۱۹۷	برغان	برغان	۸
۳۱۶	۲۴۴	۱۹۸	۲۲۳	۴۲۱	۱۷۵	چلنگدار	برغان	۹
۱۸۸	۱۴۶	۱۰۹	۱۴۲	۲۵۱	۱۱۷	ازنق	چندار	۱۰
۲۲۶	۱۷۵	۱۵۰	۱۵۱	۳۰۱	۱۱۴	سرحه	برغان	۱۱
۲۴۳	۱۸۸	۱۵۷	۱۶۷	۳۲۴	۱۱۱	سیبان دره	برغان	۱۲
۲۳۷	۱۸۳	۱۵۱	۱۶۵	۳۱۶	۱۰۷	دوزعنبر	چندار	۱۳
۲۴۶	۱۹۰	۱۶۹	۱۵۹	۳۲۸	۱۰۵	سیستان	چندار	۱۴
۲۳۰	۱۷۷	۱۴۳	۱۶۳	۳۰۶	۱۰۳	کلین رود	چندار	۱۵
۲۲۴	۱۷۳	۱۴۰	۱۵۸	۲۹۸	۹۶	علاقه بند	برغان	۱۶
۱۸۵	۱۴۳	۱۰۹	۱۳۸	۲۴۷	۸۸	باغبان کلاچی	برغان	۱۷
۱۵۲	۱۱۸	۹۳	۱۱۰	۲۰۳	۷۹	هرجاب	چندار	۱۸
۱۵۹	۱۲۳	۱۰۱	۱۱۱	۲۱۲	۷۷	طلالیان	برغان	۱۹
۱۳۸	۱۰۷	۸۲	۱۰۲	۱۸۴	۷۴	سیاه کران	برغان	۲۰
۱۲۸	۹۹	۸۸	۸۳	۱۷۱	۶۴	سنج	برغان	۲۱
۱۳۴	۱۰۴	۸۱	۹۸	۱۷۹	۵۷	اسکول دره	چندار	۲۲
۹۵	۷۴	۶۸	۵۹	۱۲۷	۵۶	سیرود	چندار	۲۳
۱۲۵	۹۶	۷۷	۸۹	۱۶۶	۵۴	تکیه اغشت	برغان	۲۴
۹۷	۷۵	۵۶	۷۳	۱۲۹	۵۳	ورده	برغان	۲۵
۹۹	۷۷	۵۸	۷۴	۱۳۲	۴۷	سفیداران	چندار	۲۶
۸۵	۶۶	۵۸	۵۵	۱۱۳	۴۳	بریان چال	برغان	۲۷
۷۸	۶۰	۴۵	۵۹	۱۰۴	۴۰	وامکوه	برغان	۲۸
۸۶	۶۶	۵۳	۶۱	۱۱۴	۳۷	وشکین	چندار	۲۹
۱۸	۱۴	۱۲	۱۲	۲۴	۱۳	حسن اباد	برغان	۳۰
۱۱	۹	۵	۱۰	۱۵	۱۰	امین اباد	برغان	۳۱
۱۰۴۹۷	۸۱۱۸	۶۶۳۸	۷۳۵۸	۱۳۹۹۶	۴۸۶۳			

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

بخش چندار یکی از سه بخش شهرستان ساوجبلاغ می‌باشد که دارای ۲ دهستان برغان و چندار و شهر کوهسار با جمعیتی بالغ بر ۲۸۸۴۱ نفر می‌باشد. روستاهای دارای سکنه بخش مورد مطالعه بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ تعداد ۱۳۹۶۶ نفر در قالب ۴۸۶۳ خانوار می‌باشد. از این تعداد ۷۳۵۸ نفر مرد (۵۲/۷ درصد) و ۶۶۳۸ نفر زن (۴۷/۳ درصد) هستند تعداد افراد با سواد ۸۱۱۸ نفر و افراد بین سنین ۱۵ تا ۶۵ سال نیز ۱۰۴۹۷ نفر می‌باشند. (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)

عمده فعالیت ساکنین روستاهای مورد مطالعه کشاورزی، باغداری، دامداری و خدمات می‌باشد. به علت نزدیکی روستاها به شهرهای بزرگ اطراف عده‌ای از ساکنین روزانه جهت کار به شهرهای هشتگرد، کرج و بعضاً تهران در

رفت و آمد هستند. جاذبه‌های گردشگری و مذهبی روستاها باعث شده که ساکنین روستاها در روزهای آخر هفته و تعطیلات پذیرای مسافران نیز باشند.

یافته های تحقیق

در جدول شماره ۲ فراوانی جنسیت، تحصیلات و سن پاسخگویان گزارش شده است.
جدول ۲: فراوانی حجم نمونه بر حسب تحصیلات، جنسیت و سن

شاخص	زیر شاخص	فراوانی	درصد فراوانی
میزان تحصیلات	زیر دیپلم	۱۲۶	۳۱/۵
	دیپلم	۱۴۴	۳۶
	فوق دیپلم	۵۳	۱۳/۲۵
	لیسانس	۶۲	۱۵/۵
جنسیت	فوق لیسانس و بالاتر	۱۵	۳/۷۵
	زن	۱۷۳	۴۳/۲۵
سن	مرد	۲۲۷	۵۶/۷۵
	۲۵-۱۵	۴۷	۱۱/۷۵
	۳۵-۲۶	۶۳	۱۵/۷۵
	۴۵-۳۶	۱۱۱	۲۷/۷۵
	۵۵-۴۶	۱۰۹	۲۷/۲۵
	۶۵-۵۶	۷۰	۱۷/۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

برای شناخت و تحلیل ظرفیت های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی مورد مطالعه، در مرحله اول از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. در واقع برای اینکه پی ببریم آیا می‌توان داده‌های مربوطه را به چندین عامل تقلیل دهیم یا خیر از دو آزمون زیر استفاده می‌شود:

(۱) شاخص کفایت نمونه‌گیری کیزر-میر-اولکین و آزمون کرویت بارتلت

آزمون کفایت نمونه‌گیری که با علامت اختصاری KMO مشخص شده، اولین هدف تحلیل عاملی را برآورده می‌کند. یعنی این آزمون مشخص می‌کند که آیا واریانس متغیرهای تحقیق تحت تأثیر واریانس مشترک برخی عامل‌های پنهانی و اساسی هست یا خیر؟

مقدار این آزمون بین (۰) تا (۱) نوسان دارد. به طوری که می‌توان سه طیف برای این نوسان تعریف کرد و در هر مورد، تصمیم به انجام یا عدم انجام تحلیل عاملی گرفت:

۱- مقدار ۰/۴۹ و پایین تر: در این صورت انجام تحلیل عاملی پیشنهاد نمی‌شود

۲- مقدار ۰/۵ تا ۰/۶۹: در این صورت، انجام تحلیل عاملی در صورت اصلاحات داده‌ها پیشنهاد می‌شود، یعنی می‌توان با انجام اصلاحاتی، تناسب داده‌ها را برای انجام تحلیل عاملی بیش تر کرد و مقدار KMO را به بالاتر از ۰/۷ افزایش داد.

۳- مقدار ۰/۷ و بالاتر: در این صورت، انجام تحلیل عاملی پیشنهاد می‌شود.

۲) آزمون بارتلت درصدد برآوردن هدف دوم تحلیل عاملی می‌باشد. یعنی این آزمون به ما کمک می‌کند تا پس از فراهم بودن امکان تقلیل داده‌ها به یک سری عامل‌های پنهانی، بتوانیم ساختار جدیدی را بر اساس همبستگی بین متغیرها و عامل‌ها و معنای انضمامی آن‌ها کشف کنیم. با توجه به سطح معناداری این آزمون دو حالت به وجود می‌آید:

حالت اول: موقعی که مقدار آزمون بارتلت در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار نباشد. در این حالت، ارتباط معنی‌داری بین متغیرها وجود نداشته و امکان کشف ساختار جدید از داده‌ها ممکن نیست. برای خطای بالاتر از ۰/۱ انجام تحلیل عاملی اشتباه است.

حالت دوم: موقعی که مقدار آزمون بارتلت در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار باشد. در این حالت، ارتباط معنی‌داری بین متغیرها وجود داشته و امکان کشف ساختار جدید از داده‌ها ممکن می‌باشد.

در تحلیل عاملی از روش مؤلفه‌های اصلی^۱ برای استخراج عامل‌ها استفاده شده است. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود شاخص کفایت نمونه‌گیری کیزر-میر-اولکین^۲ ۰/۹۷۳ بدست آمده است که نشان دهنده آن است که حجم نمونه در حد کفایت است. همچنین، نتیجه آزمون بارتلت (۵۱۶۳۲) که در سطح خطای ۰/۰۱ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که بین گویه‌های داخل عامل همبستگی خوبی وجود دارد.

جدول ۳: شاخص کفایت نمونه‌گیری و ضریب بارتلت

مقادیر	شاخص‌ها
۰/۹۷۳	شاخص کفایت نمونه‌گیری کیزر-میر-اولکین (KMO)
۵۱۶۳۲/۲۵۸	آزمون بارتلت
۵۹۵	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معناداری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

در جدول خروجی بعدی که با عنوان اشتراکات^۳ مشخص شده است. بار عاملی نشان‌دهنده مقداری از واریانس هر متغیر است که مجموعه عوامل مورد نظر توانسته‌اند (نه این که می‌توانند) آن را تبیین کنند. مقدار این واریانس از (۰) تا (۱) نوسان دارد. هر چه مقادیر به یک نزدیکتر باشند، بهتر است و مقادیر کوچک‌تر هر متغیر نشان از آن دارد که متغیر مورد نظر به اندازه کافی برای تحلیل عاملی مناسب نیست و بنابراین، باید از تحلیل خارج شود. به عنوان یک قاعده کلی، متغیرهایی را که عامل‌ها نتوانسته‌اند بالاتر از ۰/۵ (یا ۵۰ درصد) از تغییرات آن‌ها را تبیین کنند، تعدیل یا از مجموعه متغیرها حذف می‌کنیم تا بعداً در انتخاب و دسته‌بندی عامل‌ها مشکلی ایجاد نکند.

¹ Principle Components

² Kaiser-Meyer-Olkin

³ Commonalities

در این پژوهش، با استناد به نتایج می‌توان پی برد که مجموع عامل‌های استخراج‌شده توانسته‌اند به چه میزان تغییرات هر گویه را تبیین کنند.

جدول ۴: شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع عوامل

متغیر	گویه‌ها	بار عاملی	مرکزی		پراکندگی	شکل توزیع
			میانگین	میانه		
فردی	ابتکار و خلق کار جدید	۰/۹۵۱	۳/۰۷	۳	۱/۳۶۷	چولگی ۰/۰۲۷ کشیدگی ۱/۲۴۲
	ترجیح دادن روش‌های نو به جای روش‌های سنتی	۰/۹۲۸	۳/۴۷	۴	۱/۳۷۸	چولگی -۰/۰۴۷۱ کشیدگی -۱/۰۳۸
	توجه به آینده خانواده و فرزندان	۰/۸۷۴	۳/۷۸	۴	۱/۲۰۴	چولگی -۰/۰۶۸۴ کشیدگی -۰/۰۵۸۴
	تمایل به انجام کار جدید و ریسک‌های حساب‌شده	۰/۹۵۴	۲/۷۷	۳	۱/۳۵۸	چولگی ۰/۰۲۱۵ کشیدگی -۱/۰۱۶
	اعتماد بنفس و آینده‌نگری	۰/۹۵۹	۳/۰۱	۳	۱/۴۶۵	چولگی ۰/۰۳ کشیدگی -۱/۳۹۶
	تمایل به ایجاد یک کسب و کار جدید	۰/۹۴۷	۳/۴۱	۴	۱/۳۴۹	چولگی -۰/۰۳۶۵ کشیدگی -۱/۰۷۸
	برنامه‌ریزی و برنامه مناسب در فعالیت‌ها	۰/۹۴۹	۳/۳۷	۴	۱/۳۶۱	چولگی -۰/۰۳۲۷ کشیدگی -۱/۱۳۸
	شبکه‌های مخابراتی (تلفن و موبایل) مناسب	۰/۸۲۹	۳/۹۰	۴	۱/۱۳۴	چولگی -۰/۰۹۵۸ کشیدگی ۰/۰۲۱۸
	بانک‌ها و موسسات ارائه‌دهنده وام‌ها و اعتبارهای مالی در روستا	۰/۹۵۳	۲/۹۹	۳	۱/۳۷۶	چولگی ۰/۰۳ کشیدگی -۱/۲۲۸
	زیرساخت‌های فیزیکی مناسب همچون جاده و راه‌های ارتباطی روستایی	۰/۹۴۶	۳/۳۳	۳	۱/۲۳۷	چولگی -۰/۰۲۵۱ کشیدگی -۰/۰۹۲۲
اجتماعی	زیرساخت‌های عمومی مناسب روستایی همچون (آب، برق، گاز)	۰/۸۶۶	۳/۷۹	۴	۱/۱۵۹	چولگی -۰/۰۷۲ کشیدگی -۰/۰۲۷۹
	افراد آموزش‌دیده ماهر جهت ایجاد یک کسب و کار	۰/۹۵۵	۲/۸۳	۳	۱/۳۸۸	چولگی -۰/۰۱۵۴ کشیدگی -۱/۲۱۱
	بازارهای محلی و دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی	۰/۹۵۸	۲/۹۵	۳	۱/۵۳۲	چولگی ۰/۰۵۱ کشیدگی -۱/۰۵۷
	استفاده مناسب سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید	۰/۹۰۶	۳/۶۶	۴	۱/۱۶۱	چولگی -۰/۰۴۹۲ کشیدگی -۰/۰۶۹۳
	مشارکت بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در کسب و کار جدید	۰/۹۳۲	۲/۵۱	۲	۱/۳۵۱	چولگی ۰/۰۴۶۴ کشیدگی -۱/۰۱۴
	آشنایی با تهیه طرح توجیهی برای راه‌اندازی یک کسب و کار	۰/۹۴۷	۲/۵۸	۲	۱/۳۳۰	چولگی ۰/۰۴۱ کشیدگی -۰/۰۹۸۱
	دسترسی به منابع مالی یک طرح کسب و کار	۰/۹۳۷	۲/۸۲	۳	۱/۲۹۳	چولگی ۰/۰۲۸۳ کشیدگی -۱/۰۵۲
	شرایط اولیه ایجاد کسب و کار و قوانین مربوط	۰/۹۳۸	۲/۵۳	۲	۱/۳۰۹	چولگی ۰/۰۴۴۱ کشیدگی -۰/۰۹۱
	آگاهی از نرخ محصولات در بازار	۰/۹۰۰	۳/۶۱	۴	۱/۲۷۶	چولگی -۰/۰۵۹۵ کشیدگی -۰/۰۷۰۲
	تنوع شغلی در روستا	۰/۹۵۷	۳/۱۷	۳	۱/۳۹۹	چولگی -۰/۰۱۷۵ کشیدگی -۱/۲۵۶
اقتصادی	استفاده از تسهیلات برای ایجاد کسب و کار جدید	۰/۹۵۶	۳/۰۴	۳	۱/۴۳۸	چولگی -۰/۰۰۹۲ کشیدگی -۱/۳۲۸
	آشنایی با روستا و شهرهای اطراف و پتانسیل‌های آن	۰/۹۶۱	۳/۱۵	۳	۱/۴۴۳	چولگی -۰/۰۱۴۹ کشیدگی -۱/۳۳
	آشنایی با کارآفرینان برتر و مشارکت در شناسایی آنان	۰/۹۵۸	۳/۱۵	۳	۱/۴۰۰	چولگی -۰/۰۱۱۱ کشیدگی -۱/۳۶۹
	مشارکت زنان و دختران در راه‌اندازی کسب و کار	۰/۹۵۲	۳/۳۹	۳/۵	۱/۲۹۹	چولگی -۰/۰۳ کشیدگی -۱/۰۴۳
	شرکت در نشست‌های عمومی روستا	۰/۹۵۷	۲/۹۲	۳	۱/۴۲۲	چولگی ۰/۰۰۷۲ کشیدگی -۱/۳۰۷
	تشویق روستائیان به استقبال از طرح‌های نو	۰/۹۵۶	۲/۸۰	۳	۱/۴۰۸	چولگی ۰/۰۱۹ کشیدگی -۱/۲۵۶
	آگاهی از منافع حاصل از کارآفرینی	۰/۹۵۶	۳/۳۵	۳	۱/۳۴۴	چولگی -۰/۰۲۸۷ کشیدگی -۱/۰۸
	آموزش‌های مهارتی و مشاوره‌ای ارائه‌شده جهت ایجاد کسب و کار جدید	۰/۹۵۲	۲/۶۳	۲	۱/۳۵۲	چولگی ۰/۰۳۴۶ کشیدگی -۱/۰۸۸
	فعالیت‌دهی و شورا جهت گسترش کارآفرینی	۰/۹۴۵	۲/۵۸	۲	۱/۳۸۵	چولگی ۰/۰۴۰۶ کشیدگی -۱/۰۹۷
	اقدامات دستگاهها و سازمانهای دولتی در خصوص کارآفرینی	۰/۹۴۹	۲/۵۹	۲	۱/۳۴۴	چولگی ۰/۰۴۰۹ کشیدگی -۱/۰۲
نهادی	کمک‌های دولت در خصوص ایجاد کسب و کار	۰/۹۴۹	۲/۶۰	۲	۱/۳۶۸	چولگی ۰/۰۴ کشیدگی -۱/۰۷۸
	توزیع بهینه منابع و خدمات دولتی در سطح روستاها	۰/۹۵۵	۲/۶۹	۲/۵	۱/۴۱۸	چولگی ۰/۰۲۸۴ کشیدگی -۱/۲۴۶
	هماهنگی بین نهادها و سازمانهای متولی در ارائه خدمات و حمایت‌های جانبی	۰/۹۴۷	۲/۵۹	۲	۱/۳۵۰	چولگی ۰/۰۴۲۵ کشیدگی -۰/۰۹۹۵
	تشویق سرمایه‌گذاران محلی برای ایجاد فرصت‌های شغلی توسط مدیران	۰/۹۴۸	۲/۵۸	۲	۱/۳۳۹	چولگی ۰/۰۴۱۷ کشیدگی -۰/۰۹۹۱

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

در جدول ۴، برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی ارائه شده است. در این میان، پارامترهای مرکزی، دسته‌ای از پارامترهای توصیف‌کننده‌ی یک توزیع آماری هستند که ویژگی داده‌ها را نسبت به مرکز توزیع بیان می‌کنند. میانگین به عنوان نقطه تعادل و مرکز ثقل یک توزیع آماری، یکی از شاخص‌های مرکزی مناسب برای نشان دادن مرکزیت داده‌هاست. برای مثال، میانگین ابتکار و خلق کار جدید برابر است با ۳/۰۷ که نشان می‌دهد بیشتر داده‌های مربوط به این متغیر حول این نقطه تمرکز یافته‌اند.

دسته‌ای دیگر از پارامترهای توصیف‌کننده‌ی جامعه، پارامترهای پراکندگی هستند. پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده‌ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن‌ها نسبت به میانگین است. از جمله مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. هرچه قدر میزان انحراف معیار یک توزیع آماری بیشتر باشد، نشان‌دهنده‌ی این است که این داده‌ها، دارای پراکندگی بیشتری هستند. اکثر قریب به اتفاق گویه‌های این پژوهش، بیشتر از ۱ واحد پراکندگی دارند. چولگی بیانگر عدم تقارن منحنی فراوانی است. اگر ضریب چولگی صفر باشد جامعه کاملاً متقارن است و چنانچه ضریب مثبت باشد، چولگی به راست و اگر منفی باشد، چولگی به چپ وجود دارد. در حالت کلی چنانچه چولگی و کشیدگی در بازه‌ی (۲، -۲) نباشند داده‌ها از توزیع نرمال بسیار دور است. (البته ممکن است بعضی از آمار دانان این بازه را کوچکتر یا بزرگتر در نظر بگیرند). مقدار چولگی مشاهده شده برای متغیرهای مورد مطالعه در بازه (۲، -۲) قرار دارد. یعنی از لحاظ کجی متغیرهای پژوهش نرمال بوده و توزیع آن متقارن است. مقدار کشیدگی متغیرها نیز در بازه (۲، -۲) قرار دارد. این نشان می‌دهد توزیع متغیرها از کشیدگی نرمال برخوردار است.

تحلیل داده‌ها

میانگین کارآفرینی زیر ساختی ۳/۳۵ و کارآفرینی فردی ۳/۲۷ و کارآفرینی اقتصادی ۳/۰۵ می باشد که از مقدار میانگین متوسط بالاتر است و میانگین دو مولفه دیگر (اجتماعی و نهادی) به طور معنی دار و محسوسی از مقدار متوسط کمتر است.

به طور کلی یافته‌ها گویای این است که:

میانگین تجربی عوامل فردی برابر با ۳/۲۷ و بیشتر از میانگین مورد انتظار (۳) بود. مقادیر t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بود. ($P\text{-Value} \leq 0.01$). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنی دار بود، لذا نتیجه گرفته می‌شود که میانگین مشاهده شده با میانگین نظری تفاوت معنی داری دارد. از آنجا که میانگین تجربی بیشتر از میانگین نظری بود، لذا، می‌توان گفت: عوامل فردی توانسته است رشد و تقویت جامعه روستائیان را به دنبال داشته باشد. این نشان از آن دارد که روستائیان ناحیه مورد مطالعه دارای اعتماد بنفس و آینده نگری بوده و جهت بهبود

آینده خود و خانواده، تمایل به ایجاد یک کسب و کار جدید و در صدد برنامه ریزی برای آن برآمده اند و ترجیح می دهند که از روش های نو به جای روش های سنتی استفاده کنند.

میانگین تجربی عوامل زیرساختی برابر با ۳/۳۵ و بیشتر از میانگین مورد انتظار (۳) بود. مقادیر t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بود. ($P\text{-Value} \leq 0.01$). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنی دار بود، لذا نتیجه گرفته می شود که میانگین مشاهده شده با میانگین نظری تفاوت معنی داری دارد. از آنجا که میانگین تجربی بیشتر از میانگین نظری بود، بر اساس نتایج گویه های مبنایی امکانات رفاهی و زیر بنایی (آب، برق، گاز) و مناسب بودن جاده های ارتباطی با شهر و روستاهای اطراف، دسترسی به پست و اینترنت، بانک و موسسات مالی، فراهم بودن زمینه های لازم برای افزایش کارآفرینی، می توان گفت عوامل زیرساختی توانسته است رشد و تقویت جامعه روستائیان را به دنبال داشته باشد.

میانگین تجربی عوامل اجتماعی برابر با ۲/۸۹ و کمتر از میانگین مورد انتظار (۳) بود. مقادیر t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار نبود. ($P\text{-Value} \geq 0.05$). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنی دار نبود، لذا نتیجه گرفته می شود که میانگین مشاهده شده با میانگین نظری تفاوت معنی داری ندارد. در نتیجه می توان گفت عوامل اجتماعی کمتر از حد انتظار توانسته است رشد و تقویت جامعه روستائیان را به دنبال داشته باشد که دلیل آن کمبود آموزشهای مهارتی و مشاوره ای ارائه شده جهت ایجاد کسب و کار جدید، عدم تشویق روستائیان به کارآفرینی و تمایل نداشتن روستائیان به نشست های عمومی روستا و ... ذکر شده است.

میانگین تجربی عوامل اقتصادی برابر با ۳/۰۵ و در حد میانگین مورد انتظار (۳) بود. مقادیر t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار نبود. ($P\text{-Value} \geq 0.05$). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنی دار نبود، لذا نتیجه گرفته می شود که میانگین مشاهده شده با میانگین نظری تفاوت معنی داری ندارد. در نتیجه با توجه به گویه های مبنایی آگاهی از نرخ محصولات، تنوع شغلی، دسترسی به منابع و استفاده از تسهیلات برای راه اندازی کسب و کار جدید و نیز از آنجا که درصد زیادی از روستائیان آشنایی نسبی با بازارهای منطقه ای و ملی، آگاهی بالا از نرخ محصولات و آشنایی مناسب به خرید و فروش محصولات دارند، عوامل اقتصادی تا حدودی توانسته است رشد و تقویت جامعه روستائیان را به دنبال داشته باشد.

میانگین تجربی عوامل نهادی برابر با ۲/۵۹ و کمتر از میانگین مورد انتظار (۳) و کمتر از میانگین سایر مولفه ها می باشد. مقادیر t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بود. ($P\text{-Value} \leq 0.01$). با توجه به اینکه مقدار t در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنی دار بود، لذا نتیجه گرفته می شود که میانگین مشاهده شده با میانگین نظری تفاوت معنی داری دارد. اما از آنجا که میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری بود، لذا می توان گفت که عوامل نهادی نتوانسته است رشد و تقویت جامعه روستائیان را به دنبال داشته باشد که عمده دلیل آن نیز عدم هماهنگی و همکاری در تصمیم گیری مدیران و مسئولین محلی، عدم توزیع بهینه منابع، عدم آشنایی مدیران محلی با مقوله کارآفرینی و ... ذکر شده است.

جدول ۵: نتایج آزمون t تک نمونه‌ای

Sig	درجه آزادی	t	اختلاف زوجی					
			فاصله اطمینان اختلاف	اختلاف میانگین نظری	میانگین تجربی	میانگین نظری	میانگین تجربی	
۰/۰۰۰	۳۹۹	۴/۰۴۳	۰/۳۹۷۰	۰/۱۳۷۲	۰/۲۶۷۱۴	۳	۳/۲۶۷۱	فردی
۰/۰۰۰	۳۹۹	۵/۶۲۷	۰/۴۷۱۳	۰/۲۲۷۲	۰/۳۴۹۲۹	۳	۳/۳۴۹۳	زیرساختی
۰/۱۰۰	۳۹۹	-۱/۶۴۹	۰/۰۲۰۷	-۰/۲۳۵۷	-۰/۱۰۷۵۰	۳	۲/۸۹۲۵	اجتماعی
۰/۴۳۵	۳۹۹	۰/۷۸۲	۰/۱۸۵۸	-۰/۰۸۰۱	۰/۵۲۸۶	۳	۳/۰۵۲۹	اقتصادی
۰/۰۰۰	۳۹۹	-۵/۹۴۳	-۰/۲۶۹۶	-۰/۵۳۶۱	-۰/۴۰۲۸۶	۳	۰/۵۹۷۱	نهادی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

در جدول ۵ نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای در زمینه بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی جامعه روستائیان ارائه شده است. یافته‌ها نشان داد که میانگین کل ظرفیت‌های کارآفرینی در ناحیه روستایی مورد مطالعه، کمی بالاتر از میانگین حد متوسط و برابر با ۳/۰۷ می باشد که نزدیک به مقدار متوسط است.

جدول ۱: نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن

Sig	df	مجذور کای	رتبه	میانگین رتبه	ابعاد
۰/۰۰۰	۴	۲۸۸/۱۲۴۸	۲	۴/۰۲	فردی
			۱	۴/۴۳	زیرساختی
			۴	۲/۱۹	اجتماعی
			۳	۲/۹۶	اقتصادی
			۵	۱/۴۰	نهادی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

برای بررسی این که از بین عوامل زیر ساختی، فردی، اجتماعی و اقتصادی، کدامیک نقش موثرتری بر توسعه روستاهای ناحیه مورد مطالعه دارد، از آزمون تحلیل واریانس دوطرفه فریدمن استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد که این عوامل در سطح اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری دارند. مقایسه میانگین رتبه‌ها نشان داد که عوامل زیرساختی با میانگین ۴/۴۳ در رتبه اول و عوامل فردی با میانگین ۴/۴۳ رتبه دوم را کسب کردند. سایر متغیرها در مراتب بعدی قرار گرفتند. بنابراین می‌توان گفت که عوامل فردی و زیرساختی نقش موثرتری بر توسعه روستاهای ناحیه مورد مطالعه دارند.

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

تنگناهای محیطی، جمعیتی، اقتصادی، اقلیمی و فضایی از جمله دلایل ضرورت توجه به کارآفرینی است. تقویت کارآفرینی در محیط‌های روستایی هم موجب استفاده بهینه از منابع موجود می‌شود و هم زمینه ساز رشد، شکوفایی و پایداری مکان‌های زندگی روستایی است، زیرا کارآفرینی با فراهم ساختن درآمد کافی و مناسب برای افراد، ایجاد زمینه‌های اشتغال، ماندگاری در روستاها را افزایش می‌دهد و همچنین می‌تواند موجب جذب سرمایه‌ها و نیروهای انسانی بیرونی در محیط روستا شود و پایه‌های توسعه ملی و منطقه‌ای را تقویت کند. کارآفرینی روستایی می‌تواند

راهکاری مناسب برای توانمندسازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی، دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی با تکیه بر کاهش بیکاری باشد. البته تجربیات سایر کشورها در این زمینه نشان می‌دهد که تمرکز بر کار آفرینی روستایی و افزایش اشتغال باید در راستا توسعه همه جانبه روستاها اعم از توسعه اجتماعی و فرهنگی رخ دهد چرا که رشد و تعالی کارآفرینی مستلزم بستری مساعد و مناسب است. از طرف دیگر ضرورت توجه به توسعه کارآفرینی به طور خاص در نواحی روستایی از آنجا ناشی می‌شود که پتانسیل های بالقوه طبیعی و انسانی در محیط روستایی می‌تواند منشا ایده های نو و بکری برای کسب و کارهای جدید باشد که شاید در محیط شهری کمتر مجال بروز پیدا کنند. توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی روستاییان است. همچنین فرصت های مناسبی را برای کاهش ریسک معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می‌کند و می‌تواند یکی از زمینه های مناسب برای ایجاد اشتغال در بخش های مختلف باشد.

به همین منظور، این تحقیق با هدف تحلیل ظرفیت های توسعه کارآفرینی در روستاهای بخش چندار شهرستان ساوجبلاغ از دید جامعه ی نمونه انجام گرفته است که در قالب ۵ متغیر و ۳۵ گویه طراحی و مورد ارزیابی قرار گرفت.

یافته های تحقیق نشان می‌دهد با توجه به اینکه بیشتر ساکنین تحصیل کرده می‌باشند، شرایط لازم برای پذیرش، آموزش و بکارگیری کارآفرینی در روستاها فراهم است و با توجه به اینکه بیشتر اشتغال روستاها مربوط به بخش کشاورزی می‌باشد لازم است کارآفرینی صورت گرفته در راستای توسعه و تکمیل این بخش اقتصادی باشد به عنوان مثال صنایع تبدیلی و بسته بندی محصولات کشاورزی، گسترش کشت گلخانه‌ای، گسترش مرغداریها و دامداریهای صنعتی و صنایع دستی (به خصوص برای زنان ودختران روستایی).

برگزاری دوره های آموزشی کارآفرینی و ارائه مشاوره در این زمینه نیز می‌تواند از سیاستهای عمده توسعه کارآفرینی در روستاها باشد. علاوه براین بالا بردن سطح مهارت افراد ساکن در روستا در سایر حرفه نیز می‌تواند باعث کارآمدی آنان شود. آموزش های آکادمیک و تئوری در صورتی که در کنار آموزشهای مهارتی و عملی نباشد، به تولید ثروت و فناوری نمی‌انجامد. با توجه به اینکه اکثر افراد مصاحبه شونده بر فقدان نگرش مثبت و تمایل نسبت به آموزشهای مهارتی در سطح جامعه، صحنه گذاشته اند، توجه ویژه و خاص به این امر و تغییر باورهای عمومی و نگرش های افراد جامعه امری ضروری و غیر قابل انکار است. لذا باید با تبیین واقعیت های موجود در جامعه، تغییر در رفتار آنها ایجاد شود و یا از طریق اطلاع رسانی در خصوص نتایج مثبت آموزشهای مهارتی در وضعیت شغلی و اقتصادی افراد و...، تمایل به این سمت افزایش یابد. در واقع اگر همان نسبت اندکی که در ناحیه مورد مطالعه و بر طبق یافته های تحقیق دارای زمینه های هر چند اندک اولیه برای کارآفرینی هستند یا با برخی از مهارت های لازم در این خصوص آشنایی دارند مورد توجه قرار گیرند، می‌توان به تقویت کارآفرینی در نواحی روستایی امیدوار بود.

در گذشته ساکنین روستاها به کشاورزی و فعالیتهای مرتبط با آن می پرداختند، اما امروزه بر اثر پیشرفت صنعت و فناوری، حتی در روستاهای کشورهای در حال توسعه نیز مشاغل غیر کشاورزی توسعه یافته است. در این راستا، گردشگری روستایی می تواند فعالیتهای اقتصادی و مشاغل گوناگونی را برای روستاییان به وجود آورد. افزایش تولیدات صنایع دستی و فروش آن، گسترش خدمات هتلداری، پذیرایی و حمل و نقل، افزایش تقاضاهای گردشگران برای کالاها و خدمات و گسترش فروشگاههای عرضه کننده نیازهای گردشگران، باعث ایجاد مشاغل جدید می شود که نه تنها ساختار اقتصادی بلکه ساختار اجتماعی روستاها را نیز دستخوش دگرگونی می سازد. نتایج این پژوهش نشان می دهد، گردشگری یکی از گزینههای مناسب جهت تنوع بخشی به فعالیتهای اقتصادی روستاهای منطقه بخصوص در روستاهای کردان، ولیان، ورده و برغان می باشد که می تواند کمک به افزایش درآمد، حفظ غرور فرهنگی، جمع گرایی و باور به توان کاهش فقر نماید.

نزدیکی فاصله روستاهای این منطقه با شهرهای بزرگی همچون تهران، کرج و قزوین می تواند بازار خوبی برای محصولات کشاورزی، باغداری، صنایع تبدیلی و گردشگری باشد. اگرچه در صورتیکه از این فرصت استفاده مناسب نشود، گرانی زمینهای منطقه می تواند تهدیدی برای اهالی منطقه شده و با فروش زمینهای خود به قیمت های بالا، دست از کار و فعالیت کشیده و با سود سرمایه خود امرار معاش نمایند.

از طرفی از تحلیل یافته ها می شود نتیجه گرفت که اکثر روستاهای منطقه از زیر ساخت های توسعه کارآفرینی نظیر زیر ساخت های فیزیکی و سرمایه ای برخوردار می باشند، اما این زیر ساخت ها به تنهایی موجب ارتقای سایر مولفه های کارآفرینی همچون نهادی و اجتماعی نشده اند. البته می توان از آن به عنوان بستری برای شکوفایی سایر مولفه ها استفاده کرد، چرا که کارآفرینی یک فرآیند است که مراحل آن به صورت پیوسته با یکدیگر عمل می کنند. آشنایی مدیران و مسولین محلی با مقوله کارآفرینی و هماهنگی بین آنان در کنار استفاده از منابع موجود و توزیع عادلانه آن می تواند باعث تشویق روستاییان به استفاده از طرح های نو نموده و سرمایه گذران بخش خصوصی را نیز راغب نماید سرمایه خود را جهت راه اندازی کسب و کارهای جدید به سمت روستا بیاورند. تا بدین طریق زمینه شکوفایی اقتصادی از طریق کارآفرینی در روستاها فراهم گردد و با تقویت این زمینه ها می توان انتظار داشت که کارآفرینی در روستاها افزایش یابد و مشکل بیکاری و مهاجرت حل شود و در نتیجه درآمد افزایش می یابد و باعث توسعه روستا و توانمندی روستاییان می شود.

منابع

اکبری، کرامت الله (۱۳۸۵)، توسعه کارآفرینی (رویکرد آموزشی)، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران، صص ۱۶-۱۷.

احمدپور داریانی، محمود؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۹۲)، مبانی کارآفرینی، چاپ پانزدهم، انتشارات فراندیش، صص

- تقدسی، احمد، هاشمی، صدیقه، هاشمی، محمد مهدی (۱۳۹۴)، تحلیل عوامل موثر در زمینه های توسعه کارآفرینی نواحی روستایی دهستان آباده طشک، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال چهارم، شماره چهاردهم.
- خنیفر، حسین؛ وکیلی، فردین (۱۳۸۷)، رابطه بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکت های اقتصادی کوچک و متوسط، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۵۵ - ۳۵.
- رضوانی، محمد رضا، نجارزاده، محمد (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه ی نواحی روستایی: دهستان برآآن جنوبی شهرستان اصفهان، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۲.
- رحمانی فضلی، عبدالرضا، عزیزپور، فرهاد، شامانیان، مریم (۱۳۹۸)، تحلیل ظرفیت های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی دامغان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، شماره ۲۸، صص ۱۵۶ - ۱۳۳.
- عینالی، جمشید؛ فراهانی، حسین؛ سهرابی وفا، سمیرا (۱۳۹۲)، ارزیابی نقش یکپارچه سازی اراضی کشاورزی در بهبود تولید در بهره برداری های آبی: دهستان خراود، شهرستان خدابنده، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوم، شماره ۱، تهران، صص ۷۰-۵۱.
- فراهانی، حسین؛ حاجی حسینی، (۱۳۹۰). نقش کارآفرینی روستایی، مجموعه مقالات اولین همایش ملی جغرافیا و برنامه ریزی توسعه روستایی، همدان، صص ۱۴-۱.
- قوامی، هادی؛ لطفعلی پور، محمد رضا. (۱۳۸۷)، بررسی عوامل موثر بر انتخاب کارآفرینی در مقایسه با اشتغال دستمزدی دانش آموختگان: مطالعه موردی دانشگاه فردوسی مشهد، مجله دانش و توسعه، سال پانزدهم، شماره ۲۴، صص ۱۸۲ - ۱۶۳.
- مطیعی لنگرودی، سیدحسن؛ قدیری معصوم، مجتبی (۱۳۹۱)، تبیین عوامل موثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: بخش های زند و سامن شهرستان ملایر)، مجله پژوهش های جغرافیایی انسانی، شماره ۸۰، صص ۱۳۸ - ۱۱۹.
- مرکز آمار ایران - سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵
- نجفی کانی، علی اکبر، حسام، مهدی، آشور، حدیثه (۱۳۹۴)، سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره یک.
- ولایی، محمد و همکاران (۱۳۹۴)، تحلیل عوامل موثر بر توسعه پایدار روستایی با تاکید بر کارآفرینی، مورد مطالعه: دهستان مرحمت آباد شمالی شهرستان میاندوآب، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال پنجم، شماره ۱۹ صص ۱۶۲ - ۱۴۹.
- یدلهی فارسی، جهانگیر؛ رضوی، سید حسن (۱۳۹۱)، نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان و روستاهای بخش کربال، مجله پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۷۹، بهار ۱۳۹۱، صص ۱۱۵-۱۰۳.

- Carswell, G., & Rolland, L. 2004, **Entrepreneurship and management**, in N.J. Smesler and R. Swedberg (eds). The Handbook of economic Sociology Princeton, in N.J.: Princeton University press, 476-503.
- Dabson, B., Malkin J., Matthews A., Pate K., Stickle S., 2003, **Mapping Rural Entrepreneurship**, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise Development. 68 p.
- Goetz, S., & Freshwater, D. 2001, **State-level determinants of entrepreneurship and a preliminary measure of entrepreneurial climate**. Economic Development Quarterly, 15, 58-70.
- Heriot, K. C., and Campbell, N. D. 2002, **A new approach to rural entrepreneurship : a case study of two rural electric cooperatives**.
- Otto, M. 2009, Green: challenges and opportunities for business Growing Green: challenges and opportunities for business, United nations climate change conference dec 7 – dec 18.
- Stathopoulos, S., Psaltop, D. and Dimitrissk, Uras, 2004, **Rural entrepreneurship in Europe**, International journal of Entrepreneurial Behavior & Research vol.10, No.6, pp.404-425.

