فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره سوم (پیاپی ۲۵)، پاییز ۱۳۹۷
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۱۶۴-۱۴۵

تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرینی در نواحی روستایی استان ایلام

نبی امیدی؛ گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.
اسفندیار محمدی*؛ دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.
یاسان اله‌پور اشرف؛ دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.
کرم خلیلی؛ استادیار گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۲۰ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۳/۲۷

چکیده

شرکت های کوچک و متوسط با دارا بودن ویژگی های هستند که با وضعیت اقتصادی روستاهای ایران دارند. این پژوهش کمّی و ماهیت و هدف آن کاربردی و ازنظر گردآوری داده‌ها نیز توصیفی- پیمایشی است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS به‌عنوان نرم‌افزار اصلی و از نرم‌افزار LISREL به‌عنوان نرم‌افزار کمکی استفاده شد. جامعهٔ آماری تحقیق شامل ۵۹۸ نفر از کارشناسان و مدیران دستگاه‌های اجرایی فعالان اقتصادی روستاها (کارآفرینان و تعاونی‌داران روستایی) و اساتید دانشگاه بودند. برای پایایی گزاره‌های پژوهش، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد و از روش غربال‌زنی نیز برای اعمال روایی در پرسشنامه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ تمام گزاره‌ها، مقادیر بیشتر از ۰،۸۷۳ داشته‌اند که نشانگر تأیید پایایی پرسشنامه است. برای افزایش روایی علاوه‌بر تأیید آن ازطریقِ غربال‌زنی، روایی صوری پرسشنامه نیز، توسط اساتید دانشگاه نیز بازنگری و تأیید شد. در این پژوهش از میان ۳۸ متغیر شناسایی شده ، بعد از انجام بررسی های لازم و زمینه شمولیت متغییرها، در مجموع ۲۰ متغیّر مؤثر بر ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط،در روستاها شناسایی شدند. پس از به‌کار بردن تحلیل عاملی، برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شد. برپایهٔ این ملاک، عوامل تامین مالی و نهاده های تولیدی، عوامل حمایتی و ترغیبی، عوامل آموزشی و مهارتی و عوامل فرهنگی و اجتماعی، دارای ارزش ویژهٔ بالای ۱ شناسایی و به‌عنوان عوامل قابل استخراج تعیین شدند. با توجه به شاخص‌های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی، این ۴ عامل درمجموع ۰/۷۵۳۱ درصد از واریانس کل متغیّرها را توانستند تبیین کنند.

واژگان کلیدی: اقتصاد روستایی، کارآفرینی روستایی، شرکت های کوچک و متوسط، استان ایلام.

* Esfand1970@yahoo.com

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

۱) مقدمه

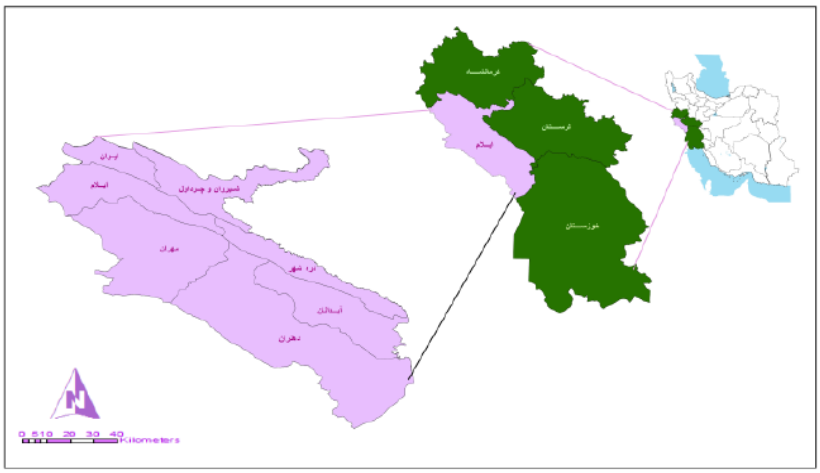
یکی از شرایط مهم برای موفقیت پایدار در اقتصاد کنونی، گسترش کسب‌وکارهای کوچک است که در تثبیت درآمدها، رشد اقتصادی و اشتغال جامعه نقش مهمی ایفا می‌کنند (Luo،2000:355-378). به‌طوری‌که امروزه اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استوار است (ایزدخواه و اصغری زاده،۲۷:۱۳۸۸). کسب‌وکارهای کوچک به‌واسطهٔ سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی دربرابر تغییرات و سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها برخوردارند (Wilkinson and Brouthers،2006: 233-252) علاوه‌براین، بنگاه‌های کوچک و متوسط، عامل جذب و اشتغال بخش عظیمی از جمعیت کشورها و آموزش نیروی کار ماهر هستند و تأمین نیروی انسانی متخصص برای شرکت‌های بزرگ، به‌وسیلهٔ آن‌ها انجام می‌شود.دولت ها بایستی به منظور اطمینان از توسعه و به ویژه توسعه روستایی،فرصت های یکسان برای تحرک اجتماعی،مشارکت در تصمیم گیری و امنیت فراهم کند(فیض آبادی و زاهدی،۱۳۹۷ :۲۱). افزایش نابرابری و محرومیت بین مناطق شهری و روستایی اثرات منفی ناخواسته ای، مانند افزایش مهاجرت، شهرنشینی و افزایش جرم در جامعه را در پی خواهد داشت. برای تحقق توسعه روستایی، کاهش این نابرابری-ها، باید به عنوان یک اصل برای سیاست گذاران در اولویت قرار گیرد(طولابی نژاد و همکاران، ۱۸۵:۱۳۹۷).

براساس تجارب بسیاری از کشورها، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند بنیان توسعهٔ اقتصادی و منطقه‌ای باشند و زمینه را برای بسیج منابع کشور فراهم کنند که نتیجهٔ آن، افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در سطوح ملی و منطقه‌ای است. علاوه‌براین، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند نقش مهمی در جذب نیروی کار مازاد که ناشی از فعالیت‌های خصوصی‌سازی است، داشته باشند (ناصربخت،۱۳۸۱: ۲۴). توسعه صنعت در مناطق روستایی متناسب با زیست بوم کسب و کار این مناطق به توسعه کسب و کارهای روستایی منجر می شود(شریف زاده و همکاران ،۱۳۹۷ :۲۲۸).مرکز آمار ایران فقط کسب‌وکارهای کمتر از ۱۰کارگر را بنگاه‌های کوچک و متوسط محسوب می‌کند و سایر کسب‌وکارها را کارخانجات صنعتی بزرگ، محاسبه می‌کند (وفایی و شافعی،۱۳۸۹، ۲۳۸). توسعهٔ روستایی از پایه‌های اولیه و مهم توسعهٔ ملی هر کشور محسوب می‌شود. ایجاد و توسعهٔ کسب‌وکارهای کوچک یکی از رویکردهای بسیار مناسب برای توانمندسازی روستاییان است (Fairbairn et al،2003: 254-255). توسعهٔ بنگاه‌های کوچک و متوسط شاخصی کلیدی از نظام پیش‌ران توسعهٔ روستایی به‌شمار می‌رود (مرادی‌نژاد و همکاران،۱۷۵:۱۳۸۶-۱۸۴). براساس سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۸۵ جمعیت روستایی ایران حدود ۲۲ میلیون نفر اعلام شده که معادل ۳۱ درصد جمعیت کل کشور است (مرکز آمار ایران ، ۱۳۹۱)

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

بنگاه‌های کوچک با هزینه‌های عمومی کم و ظرفیت محدود ماشین‌آلات، انعطاف‌پذیری بیشتری دارند. این صنایع با ایجاد شبکه‌های ارتباطی منظم و همکاری‌های نظام‌مند با یکدیگر، ضمن دستیابی به شاخص‌های تولید انبوه، از مزیت‌های کسب‌وکارهای کوچک همچون نوآوری و تنوع نیز برخوردارند (برخورداری،۱۳۸۹: ۶)

استان ایلام دارای ۴۲۵ کیلومتر مرز خاکی در غرب و جنوب غرب ، با کشور عراق می باشد و با توجه به وضعیت اقتصادی، زیر ساخت ها ارتباطی ، تبادلات بازرگانی و وجود بازارچه های مرزی ، مستعد گسترش شرکت های کوچک و متوسط کارآفرین است.



شکل شماره (۱) موقعیت استان ایلام

با در نظر گرفتن تأثیر فعالیت های اقتصادی در مناطق روستایی (بخصوص روستاهای مرزی) در تامین امنیت پایدار و جلوگیری از مهاجرت ، در این پژوهش ضمن در نظر داشتن توانمندی های موجود و موقعیت مرزی و نیز اهمیت توسعهٔ روستایی، در این به بررسی عوامل مؤثر برای ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین پرداخته می‌شود.

۲) مبانی نظری

شرکت‌های کوچک و متوسط ازطریقِ کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد بر اقتصاد جهانی تأثیرگذار هستند و همچنین راحت‌تر می‌توانند خود را با تغییرات پرشتاب محیطی منطبق کرده و نسبت‌به عوامل اقتصادی و سیاسی سریع‌تر واکنش نشان دهد. توسعهٔ کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کارآفرین، ابزاری نیرومند برای شناخت فرصت‌هایی است که بهره‌گیری از آن‌ها می‌تواند باعث رفع مشکلاتی همچون اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، پایین‌بودن بهره‌وری، کاهش کیفیت محصول‌ها و خدمات، رکود اقتصادی و افزایش رقابت شود (Landstrom، 2005: 31-39). صنایع کوچک و متوسط بیشتر از صنایع

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

بزرگ، کاربرمحور هستند و به همین سبب برای ایجاد مشاغل جدید به هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌اندکی نیاز دارند (Tommaso and Sabrina، 2000: 28)؛ بنابراین، به‌نظر می‌رسد عمده منفعت رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مربوط‌به کمک این نوع کسب‌وکارها به بخش استخدام و اشتغال است (Hamilton and Dana، 2003: 402-408). این نوع کسب‌وکارها به‌دلیل ماهیت و ویژگی‌های خاص خود و نیز به‌دلیل سهم مهمی که در میزان اشتغال در کشورها و افزایش رشد و توسعهٔ اقتصادی جوامع دارد، برای دولت‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار هستند (Svetlicic and et al, 2007: 36-65).

ادبیات مربوط‌به بنگاه‌های کوچک و متوسط بسیار گسترده بوده و به همین دلیل در کشورهای مختلف تعاریف گوناگونی برای این واحد ارائه شده است. این تعاریف با توجه به ساختار سنی، جمعیتی، فرهنگی و درجهٔ توسعه‌یافتگی متفاوت هستند. شرکت‌های کوچک و متوسط، نوآور هستند و با توجه به اینکه صنایع کوچک و متوسط در بسیاری از بخش‌ها، مزیت‌های نسبی فراوانی نسبت‌به صنایع بزرگ دارد، این امر آن‌ها را قادر می‌کند که سریع‌تر و کاراتر به تحولات فزایندهٔ جهانی، عکس‌العمل نشان دهند و به‌دلیل انعطاف‌پذیری فراوان و توانایی انطباق با تغییرات بازار و سلیقهٔ مشتریان، از مزیت‌های انکارناپذیری برخوردار هستند (عسگری و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۱)

بنگاه‌های کوچک و متوسط، واحدهای اقتصادی ویژه‌ای هستند که ازنظر ماهیت واندازه همگن نیستند و به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم، در تولید ملی، اشتغال‌زایی و جذب نیروی کار، نقش قابل توجهی دارند. هر کشور با توجه به شرایط ویژهٔ خود تعریفی از این کسب‌وکارها ارائه کرده است. به‌طوری‌که بیشتر این تعریف‌ها براساس معیارهای کمّی نظیر تعداد شاغلان بنگاه، مجموع دارایی خالص بنگاه، میزان فروش و میزان سرمایه گذاری‌های انجام گرفته و همچنین تعداد کارکنان بنگاه است. اگرچه این شاخص در کشورهای مختلف به لحاظ تعداد متفاوت است؛ اما بیشتر کشورها بنگاه‌های کوچک و متوسط را به‌لحاظ تعداد شاغلان در طیف معینی از یک تا دویست و پنجاه کارکن تعریف می‌نمایند (ایمانی‌راد،۱۳۷۴: ۲۳-۱۶).

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در چهار بُعدِ اجتماعی (با افزایش اشتغال)، اقتصادی (با توزیع همگون‌تر درآمد در جامعه)، سیاسی (با توزیع مناسب فرصت‌ها در میان مردم) و در بُعد شخصی (با فراهم‌ساختن فضایی مناسب‌تر برای بروز خلاقیت)، باعث تحول در جامعه می‌شود. تحول در این چهار بُعد، با نوعی افزایش پویش و انعطاف‌پذیری آن دربرابر تغییر و تحولات جهانی نیز همراه است (نوری و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۲).

بسیاری از دولت‌ها متقاعد شده‌اند که باید بستر رشد را برای واحدهای کوچک و متوسط در قالب مراکز رشد فنّاوری، پارک‌های صنعتی و فنّاوری فراهم کنند و آن‌ها را تا زمانی‌که بتوانند به‌صورت یک شرکت مستقل وارد بازار شوند، حمایت کنند (شایقی،۱۳۸۶: ۱۲). از طرف دیگر، توسعهٔ روستایی یکی از پایه‌های اولیه و مهم توسعهٔ ملی هر کشور محسوب می‌شود و به‌دلیل اهمیت مشارکت مردم در تسریع روند توسعهٔ

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

روستایی، کشورهای مختلف ازطریقِ واگذاری اختیارات و مسئولیت به واحدهای محلی، این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند (رضوانی و احمدی، ۱۳۸۸: ۴۹-۳۵). این درحالیست که محیط‌های جدید کسب‌وکار، فعالیت کارآفرینان را سخت‌تر کرده و برخورداری از دانش لازم را برای از پیش‌رِو برداشتن موانع، ضروری ساخته است.

مطالعات دی‌پایلیس[1] و ریردون[2] (۲۰۰۷) و کیگوندو (۲۰۰۲) نشان می‌دهد که داده‌ها و اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی نقش مهمی در فرایند رشد و توسعهٔ کسب‌وکارها برعهده دارند. چوئی[3] (۲۰۰۷) نیز در مطالعه خود نشان می‌دهد که دولت باید برای حفظ منافع سیاسی، سرمایه گذاری‌های مربوط به طرح‌های کارآفرینی و بهینه سازی آن‌ها را در اولویت قرار دهد. این محقق نبودن ضمانت بازپرداخت وام برای منابع را موجب کاهش انگیزه بانک‌ها در ارائه تسهیلات به کارآفرینی بیان می‌کند و دخالت دولت مرکزی را در این زمینه کارساز می‌داند.

در پژوهش رینولد[4] و همکاران (۲۰۱۰) و مطالعات لیندستراند[5] و همکاران (۲۰۱۱) تأکید می‌شود سازوکارهای مالی مهمترین نقش را در رشد و توسعهٔ کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایفا می‌کنند. امروزه اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استوار است و به‌طور معمول کارآفرینان این بنگاه‌ها را تأسیس می‌کنند که غالباً وجوه موردِنیاز برای توسعهٔ طرح و ایدهٔ خود را در اختیار ندارند (ایزدخواه و اصغری‌زاده،۱۳۸۸: ۱۴-۱۲)

طالبی و زارع‌یکتا (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای با عنوان آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) دانش‌بنیان به این نتیجه رسیده‌اند که باید تغییراتی در نوع و روش آموزش و نحوهٔ تعامل صنعت با دانشگاه انجام شود. امین‌بیدختی و زرگر (۱۳۹۰) در مقالهٔ خود باعنوانِ بررسی موانع موجود در توسعهٔ بنگاه‌های کوچک و متوسط و ارائهٔ چارچوب حمایتی از این بنگاه‌ها، نشان داده‌اند تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی به‌عمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط در چهار حوزهٔ مالی، فنی، بازاریابی و مدیریتی ناکافی بوده و نتوانسته راهگشاری مشکلات این دسته از بنگاه‌ها باشد.

طالبی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی باعنوان شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در خوشهٔ صنعتی گز بداجی، راهبردهای افزایش فروشندگان، توسعهٔ روابط عمومی و اطلاع‌رسانی دربارهٔ محصولات، فروش محصولات در مناطق جدید و بهبود و اصلاح محصولات کنونی را به‌عنوان بیشترین راهبردهای مورد استفاده و راهبرد متمرکز به‌عنوان اولین اولویت در میان راهبردهای رشد کسب‌وکارهای این خوشه معرفی کرده‌اند.

[1] Depillis
[2] Reardon
[3] Choe
[4] Reynolds
[5] Lindstrand

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۳) در پژوهش خود باعنوان تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، از رتبه‌بندی سازوکارهای تأمین مالی در شرکت‌های تولید کشاورزی نشان داده‌اند، تهسیلات مالی با نرخ بهرهٔ پایین در بالاترین رتبه قراردارد. همچنین نتیجه‌گیری کرده‌اند شش عامل تسهیلاتی، پشتیبانی، آموزش، ارتباطی، فنی و قوانین و مقررات در تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مؤثر هستند.

شکور و کریمی قطب آبادی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای پژوهشی با عنوان، اولویت بندی استقرار صنایع روستایی در شهرستان مرودشت با استفاده از شاخص مرکزیت و مدل AHP، ضمن بیان اینکه صنعتی شدن روستاها می‌تواند سنگ بنای توسعه در مناطق روستایی در کشورهای درحالِ‌توسعه باشد، به مکان‌یابی و اولویت‌بندی استقرار صنایع در سطح مناطق روستایی اقدام کرده‌اند. در حوزهٔ روستایی و مدیریت امور اراضی روستا، شمس الدینی و امیری‌فهلیانی (۱۳۹۴)، در پژوهشی باعنوان، بررسی عوامل اثرگذار بر مدیریت کاربری اراضی روستایی در شهرستان ممسنی، با استفاده از مدل ترکیبی TOPSIS– SWOT به مدیریت راهبردی زمین‌ها و اراضی روستایی درجهتِ استفادهٔ بهینه پرداخته‌اند.

۳) روش تحقیق

این پژوهش کمّی و ماهیت و هدف آن کاربردی و ازنظر گردآوری داده‌ها نیز توصیفی- پیمایشی است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS به‌عنوان نرم‌افزار اصلی و از نرم‌افزار LISREL به‌عنوان نرم‌افزار کمکی برای روش تحلیل عاملی (از نوع اکتشافی) استفاده شد. باتوجه به آنکه سنجش اهمیت و جایگاه هریک از گویه‌ها و تعیین میزان اهمیت عوامل مؤثر بر تشکیل و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین در روستاها، علاوه‌بر مشارکت روستاییان، نیازمند بهره‌گیری از نظرات متخصصان و همچنین مدیران و مسئولان و کارشناسان مرتبطبا حوزهٔ روستا، کارآفرینی و اقتصاد است؛ بنابراین جامعهٔ آماری تحقیق شامل ۵۹۸ نفر از کارشناسان و مدیران دستگاه‌های اجرایی جهاد کشاورزی استان ایلام، فعالان اقتصادی روستاها (کارآفرینان و تعاونی‌داران روستایی) و استادان و مدرسان دانشگاه پیام نور مرکز ایلام) بودند که از این میان با استفاده از فرمول کوکران، ۲۳۵ نفر براساس روش نمونه‌گیری گروهی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. از مجموع نمونهٔ انتخاب‌شده، تعداد ۲۱۳ نفر به پرسشنامه‌ها به‌صورت کامل پاسخ دادند که در تحلیل داده‌های پژوهشی مورد استفاده قرار گرفت. در جدول شمارهٔ ۱ حجم نمونهٔ انتخابی از جوامع مختلف آمده است.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

جدول شماره (۱) جوامع پژوهش وحجم نمونه

ردیف	جامعهٔ پژوهش	حجم نمونه
۱	کارشناسان و مدیران دستگاه‌های اجرایی جهاد کشاورزی استان ایلام	۶۰
۲	فعالان اقتصادی روستاها (کارآفرینان و تعاونی‌داران و تولیدکنندگان)	۹۵
۳	استادان و مدرسان رشته‌های مدیریت، اقتصاد و کشاورزی دانشگاه پیام نور مرکز ایلام	۸۰
مجموع کل پرسشنامه‌های ارسالی		۲۳۵
مجموع کل پرسشنامه‌های تکمیل‌شده دریافتی		۲۱۳

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

پس از مطالعهٔ تحقیقات، مطالعات و طرح‌های پژوهشی مراکز علمی، اجرایی و دانشگاهی به‌منظور به‌کارگیری مناسب ابزار تحقیق، مهمترین متغیّرها (گویه‌ها) در حوزهٔ شکل‌گیری و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین در روستاها، استخراج شد و سپس پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته با ۳۵ سؤال و با استفاده از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت تهیه و در اختیار جمعیت نمونه قرارداده شد (برای اعضای هیئت علمی و مدرسان ارسال پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار Google Docs انجام شد). به‌منظور تعیین نرمال‌بودن توزیع جامعه از آزمون کلموگرف– اسمیرنف[1] استفاده شد. نتایج آزمون در جدول شمارهٔ ۲، نشان‌دهندهٔ نرمال‌بودن جامعهٔ آماری است.

جدول شماره (۲) آزمون کلموگرف– اسمیرنف برای تعیین نرمال‌بودن توزیع جامعه

تعداد		۲۱۳
پارامترهای نرمال	میانگین	۱/۹۸۴
	انحراف معیار	۰/۸۳۵
حداکثر اختلافات	مطلق	۰/۲۹۷
	مثبت	۰/۲۰۳
	منفی	-۰/۳۱۴
کلموگرف- اسمیرنف		۳/۷۴
سطح معنی داری		۰/۰۰۰

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

برای پایایی گزاره‌های پژوهش، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد و از روش غربال‌زنی نیز برای اعمال روایی در پرسشنامه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ تمام گزاره‌ها، مقادیر بیشتر از ۰,۸۷۳ داشته‌اند که

[1] Kolmogorov- Smirnov Test

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

نشانگر تأیید پایایی پرسشنامه است. برای افزایش روایی[1] علاوه‌بر تأیید آن ازطریقِ غربال‌زنی، روایی صوری پرسشنامه نیز، توسط استادان گروه مدیریت و آمار دانشگاه پیام نور و دانشگاه ایلام نیز بازنگری و تأیید شد.

ازآنجاکه اساسی‌ترین کاربرد تحلیل عاملی، کاهش تعداد متغیّرها به عوامل محدودتری است که معمولاً به‌صورت غیرمستقیم در متغیّر اصلی مؤثرند؛ بنابراین، در این تحقیق نیز برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها و کاهش تعداد متغیّرها از این روش استفاده شده است. باتوجه به مطالعات صورت گرفته و بررسی‌های میدانی در رابطه با موضوع تحقیق و نیر باتوجه به نتایج به‌دست آمده از سایر تحقیقات، مطالعات، مقالات و طرح‌های پژوهشی در دسترس و درنهایت مشورت با خبرگان (اعضای هیئت علمی گروه مدیریت و آمار دانشگاه ایلام و دانشگاه پیام نور مرکز ایلام)، ۲۷ متغیّر مؤثر بر ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین شناسایی شد که بعد از بررسی بیشتر از ۷ متغیّر به‌نوعی جزئی از سایر متغیّرها به‌شمار می‌رفت؛ بنابراین در شمولیت آن متغیّر قرار گرفت.

۴) یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که اشاره شد، ازمجموع ۲۳۵ پرسشنامهٔ ارسالی برای نمونهٔ پژوهش، ۲۱۳ پرسشنامهٔ تکمیل شده دریافت شد که داده‌های این پرسشنامه در آنالیزهای تحلیلی مورد استفاده قرار گرفتند. نتایجی تحلیلی-توصیفی ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان، به‌صورت تجمیع‌شده در جدول شمارهٔ ۳ نشان داده شده است. نتایج نشان می‌دهد، ۷۶ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد بوده‌اند. بیشترین طبقهٔ سنی مربوط به ردهٔ سنی ۲۰ تا ۴۰ سال بوده که شامل ۴۶ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه بوده است. ازنظرِ تحصیلات ۲۵ نفر از تکمیل کنندگان پرسشنامه دارای مدرک تحصیلی لیسانس، ۲۴ درصد دارای مدرک دکترا و ۲۳ درصد زیردیپلم و دیپلم بوده که به‌ترتیب دارای بیشترین تعداد فراوانی هستند. ۳۴ درصد پاسخ‌دهندگان دارای سابقهٔ کاری ۱۰ تا ۲۰ سال بوده‌اند.

[1] Validity

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

جدول شماره (۳) آمار توصیفی پاسخ دهندگان

ویژگی	وضعیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
جنسیت	مرد	۵۲	۰/۲۴	۰/۲۴
	زن	۱۶۱	۰/۷۶	۱
طبقهٔ سنی	۴۰-۲۰	۹۸	۰/۴۶	۰/۴۶
	۵۰ -۴۱	۷۴	۰/۳۵	۰/۸۱
	بالای ۵۰	۴۱	۰/۱۹	۱
تحصیلات	زیر دیپلم و دیپلم	۴۸	۰/۲۳	۰/۲۳
	فوق دیپلم	۲۳	۰/۱۱	۰/۳۴
	لیسانس	۵۴	۰/۲۵	۰/۵۹
	فوق لیسانس	۳۷	۰/۱۷	۰/۷۶
	دانشجو دکترا و دکترا	۵۱	۰/۲۴	۱
سابقهٔ کار	زیر ۱۰ سال	۶۴	۰/۳۰	۰/۳۰
	۱۰ تا ۲۰ سال	۷۲	۰/۳۴	۰/۶۴
	۲۱ تا ۳۰ سال	۵۱	۰/۲۴	۰/۸۸
	بالاتر از ۳۰ سال	۲۶	۰/۱۲	۱

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

باتوجه به پیشنه تحقیق ، مطالعات و جمع آوری داده های پرسشنامه ۳۸ متغیر تأثیر گذار شناسایی شد. با جمع بندی و تحلیل آماری متغییرهای شناسایی شده ، و با توجه به شمولیت متغییرها ، ۲۰ متغییر بعنوان متغیرهای اصلی تأثیرگذار، استخراج گردید.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

جدول شماره (۴) کدبندی متغیرهای شناسایی شده اولیه

کد	متغیر شناسایی شده	کد	متغیر شناسایی شده
X1	سیاست ها و بسته های حمایتی اجرایی و حقوقی از طرح های کوچک و متوسط(سیاست ها و بسته های حمایتی)	X20	ظرفیت سازی برای آمیخته بازاریابی
X2	ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی برای ایجاد SMEs ها در روستاها (ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی)	X21	همکاری دستگاه های اجرای در زمینه تغییر کاربری اراضی و اسناد زمین های روستایی
X3	تنوع روش های تامین مالی	X22	تخفیف های مالیاتی و تشویق های حمایتی موثر
X4	عوامل تأثیرگذاری محیطی و محلی	X23	تشکیل مرکز مشاوره و ارائه خدمات تخصصی(حقوقی ، مالی ، مدیریتی)
X5	در دسترس قراردادن امکانات پیشرفته و فناوری های نوین تولیدی و صنعتی برای کاهش هزینه های تولید و افزایش توان رقابتی (در دسترس قراردادن تجهیزات و فناوری های نوین)	X24	فراهم کردن امکان تجارت الکترونیک
X6	آموزش مهارت های فردی،گروهی و مدیریتی	X25	حمایت دولت در گرفتن کارورزان برای شرکت های کوچک و متوسط روستایی
X7	آزادی عملی	X26	تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع لازم
X8	: برگزاری کارگاه های آموزشی در زمینه موارد قانونی از جمله قانون کار ، بیمه و مالیات	X27	تشکیل صندوق های مالی و اعتباری مشترک
X9	کاهش بروکراسی اداری برای تشکیلSMEs ها در روستاها و تسهیل سازی دریافت مجوزها (کاهش بروکراسی اداری	X28	کاهش هزینه تامین نهاده های تولید
X10	کاهش نگرانی های ناشی از پذیرش ریسک برای ایجاد شرکت کارآفرین	X29	ثبات اقتصاد ملی
X11	تدوین طرح جامع ایجاد و توسعه شرکت های کوچک و متوسط کارآفرین در روستاها (تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها)	X30	ایجاد موسسات بانکی و اعتباری تخصصی در زمینه شرکت های کوچک و متوسط روستایی
X12	توسعه سیستم های حمل و نقل و زیرساخت های ارتباطی	X31	برگزاری همایش ها و هم اندیشی های دوره ای
X13	فرهنگ سازی توسعه کسب و کارهای کوچک	X32	: ایجاد شرکت های بیمه ای و ضمانتی
X14	ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه گذاران محلی در روستا	X33	امکان ذخیره سازی محصولات در انبار و سردخانه
X15	سهولت تامین وثایق و ضمانت نامه های تسهیلات	X34	حمایت های بهداشتی
X16	بهبود همه جانبه زیر ساخت های ارتباطی ، مخابراتی ، اطلاعاتی ، توسعه ای (توسعه همه جانبه زیر ساخت ها)	X35	آسان سازی تامین مالی و حمایت های بانکی و تسهیلاتی (تامین مالی و حمایت های تسهیلاتی)
X17	تعیین یک مرکز خاص برای انجام تمام فعالیت های مرتبط با فعالیت های اقتصادی روستا	X36	تشکیل صندوق های ضمانت اعتباری
X18	تسهیل امکان تبلیغ و ترویج محصولات	X37	استفاده از نیروی انسانی متبحر، متخصص و کارآزموده
X19	فراهم کردن زمینه های سرمایه گذاری مشترک	X38	تکریم و منزلت بخشی به فعالان در کسب و کارهای کوچک روستایی

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

پس از جمع‌آوری داده‌ها و واردکردن آن‌ها در نرم‌افزار SPSS برای بررسی تناسب و کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عامل و همچنین تعیین انسجام درونی داده‌ها از آزمون KMO[1] و بارتلت[2] استفاده شد که نتایج آن در جدول شمارهٔ ۵نشان داده شده است.

[1] Kaiser-Myser-Oklin
[2] Bartlet Test

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

جدول شماره (۵) آزمون KMO و بارلت برای بررسی تناسب و کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عاملی

اندازهٔ کفایت نمونه‌گیری KMO		۰/۸۹۴
آزمون بارلت	ضریب بارلت	۸۲۰۱/۰۷۱
	خی‌دو تقریبی	۱/۸۳۴
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰
	درجهٔ آزادی	۱۹۰

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

در جدول شمارهٔ ۵اندازهٔ کفایت نمونه‌گیری KMO، آزمون مقدار واریانس درون داده‌هاست که می‌تواند به‌وسیلهٔ عوامل تبیین شود. درصورتی که مقدار KMO کمتر از ۰/۵ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین۰/۵ تا ۰/۶۹ باشد، می‌توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت؛ اما در صورتی که مقدار آن بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد، همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود(زارع چاهوکی، ۱۳۸۹: ۵- ۳).

چون مقدار KMO برابر با ۰/۸۹۴ است؛ بنابراین، کفایت تعداد نمونه‌ها برای به‌کار بردن تحلیل عاملی تأیید می‌شود. ازطرفی چون سطحی معنی‌داری آزمون کرویت بارتلت، کمتر از ۵ درصد است، توانایی عاملی بودن داده‌ها تأیید می‌شود. این امر تأیید می‌کند، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب است.

یک تصمیم مهم در اجرای تحلیل عاملی مربوطبه تعداد عوامل قابل استخراج برای چرخش است. جهت تعیین اینکه چند عامل مناسب برای چرخش وجود دارد، از ملاک‌های مختلفی ازجمله ملاک کیسر[1] و آزمون اسکری کتل[2] استفاده می‌شود. در این پژوهش برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شده است. برپایهٔ این ملاک، عواملی که دارای ارزش ویژهٔ ۱ یا بیشتر می‌باشند، به‌عنوان عوامل قابل استخراج تعیین می‌شوند و عواملی که دارای مقادیر ویژهٔ کمتر از ۱ هستند، عامل‌های می‌باشند که حضور آن‌ها باعث تبیین بیشتر واریانی نمی‌شود و به‌همین دلیل از تحلیل خارج می‌شوند. در جدول شمارهٔ ۶ مشاهده می‌شود، ۴ عامل دارای ارزش ویژه بزرگ‌تر از یک و قابل استخراج هستند.

[1] Kaiser criterion
[2] Cattel"s Scree Test

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

جدول شماره (۶) شاخص های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی

عوامل	مجموع مجذورات بارهای استخراج‌شده پس از چرخش		
	ارزش ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی واریانس
عامل ۱: تأمین مالی و نهاده‌های تولیدی	۴/۸۷۲	۲۳/۰۷۴	۲۳/۰۷۴
عامل ۲: حمایتی و ترغیبی	۳/۱۴	۱۸/۶۹۲	۴۱/۷۶۶
عامل ۳:آموزشی و مهارتی	۲/۲۸	۱۷/۵۲۵	۵۹/۲۹۱
عامل ۴: فرهنگی و اجتماعی	۱/۴۳۷	۱۶/۰۸	۷۵/۳۷۱

منبع: یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

هرچند مقادیر ویژه و درصدهای آن در حالت بعد از چرخش نسبت‌به حالت اولیه تغییر کرده‌اند؛ اما درصد تجمعی واریانس تبیین‌شده به‌وسیلهٔ تمام عناصر استخراج‌شده برابربا حالت اولیه (قبل از چرخش) است. درمجموع می‌توان گفت، این چهار عامل ۷۵/۳۷۱ درصد از واریانس کل متغیّرها را تحت پوشش قرار می‌دهند.

با به‌دست آمدن وضعیت مقادیر ویژه، امکان به‌دست آمدن ماتریس اجزا فراهم می‌شود. همان‌گونه‌که بیان شد، برای بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعهٔ کسب‌وکارهای کوچک در روستاها باتوجه به نتایج به‌دست آمده از پرسشنامه و مشورت با نخبگان ۲۷ متغیّر شناسایی شد که پس از مشورت‌های بیشتر، ۷ متغیّر در شمولیت سایر متغیّرها قرار گرفتند و درنهایت ۲۰ متغیّر معرفی شد؛ بنابراین، ماتریس اجزا در این پژوهش شامل بارهای عاملی هریک از ۲۰ متغیّر شناسایی شده در ۴ عامل اصلی (ضرایب همبستگی بین متغیّرها در عوامل) است. ازآنجایی‌که تفسیر این بارهای عاملی بدون چرخش به‌آسانی ممکن نیست، با چرخش عوامل تفسیر بهتری از آن می‌توان ارائه داد. جدول شمارهٔ ۷ ماتریس چرخیده‌شدهٔ اجزا را به روش واریماکس نشان می‌دهد. این جدول میزان همبستگی هر عامل با متغیّرهای بیست‌گانه را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۷) بار عاملی بعد از چرخش واریماکس

متغیّر	عامل ۱	عامل۲	عامل ۳	عامل ۴	متغیّر	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴
X_1		۰/۷۶۲			X_{11}		۰/۶۶۵		
X_2		۰/۴۱۸			X_{12}			۰/۷۰۲	
X_3	۰/۹۴۲				X_{13}				۰/۶۳۵
X_4	۰/۷۰۶				X_{14}				۰/۴۰۷
X_5		۰/۵۴۹			X_{15}				۰/۴۲۱
X_6			۰/۶۳۷		X_{16}		۰/۷۲		
X_7	۰/۶۹۲				X_{17}			۰/۶۹۴	
X_8			۰/۵۱۱		X_{18}	۰/۵۸			
X_9		۰/۷۱۳			X_{19}	۰/۶۱۲			
X_{10}				۰/۵۹۱	X_{20}	۰/۷۸۴			

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

۵) نتیجه‌گیری

با مشخص‌شدن بار عاملی متغیّرها بعد از چرخش واریماکس، می‌توان نسبت‌به تعیین عوامل و متغیّرهای تعیین‌کنندهٔ آن و میزان همبستگی متغیّرهای هریک از عوامل (بار عاملی) اقدام کرد. در جدول شمارهٔ ۸ با تفکیک عوامل، میزان همبستگی متغیّرها نشان داده شده است.

جدول شماره (۸) عوامل تعیین‌کننده و بارعاملی متغیّرها

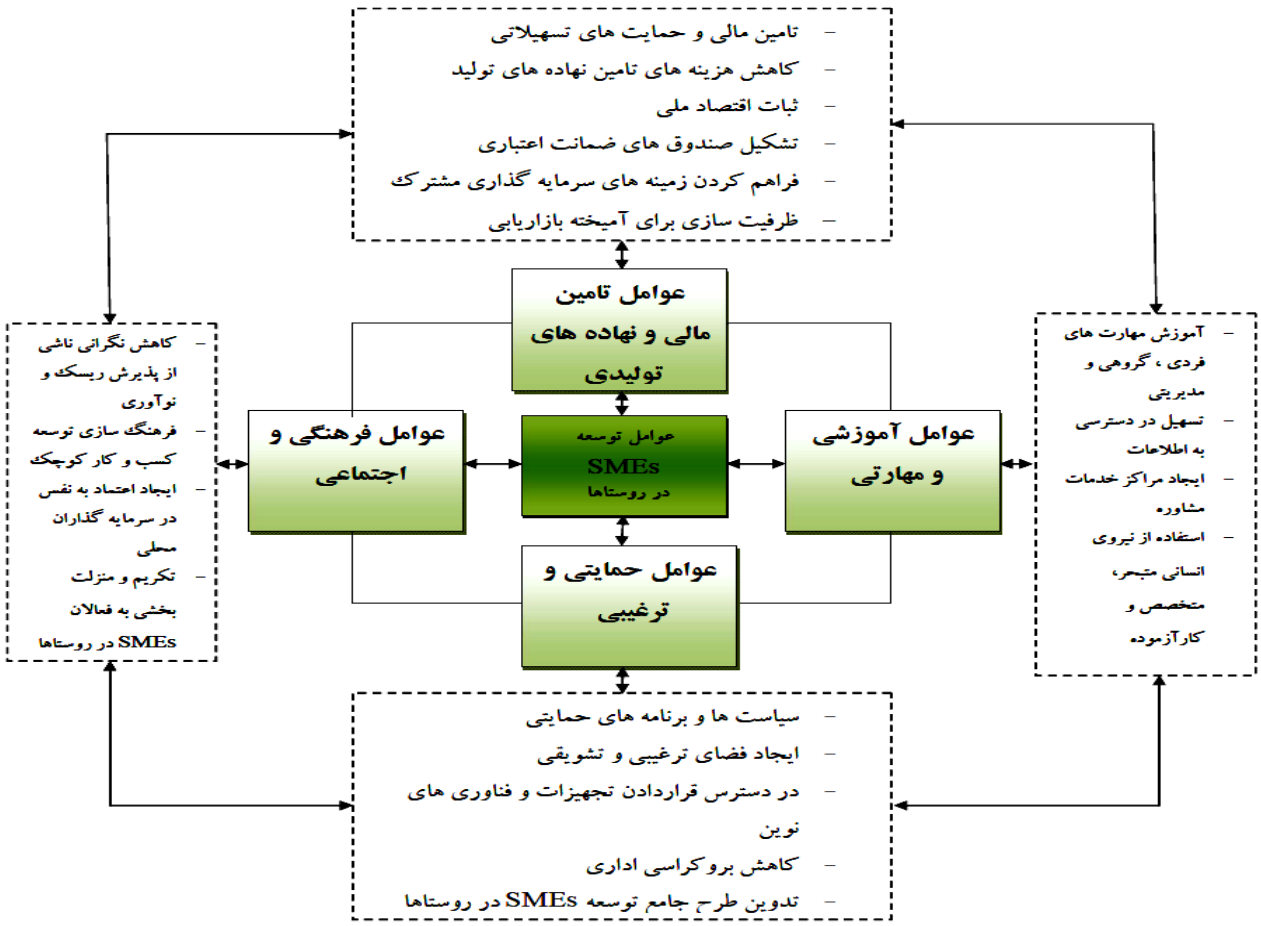
شمارهٔ عامل	نام عامل	متغیّرهای تعیین‌کنندهٔ عامل (گویه‌ها)	بار عاملی
۱	عوامل تأمین مالی، نهاده‌های تولیدی	تأمین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی	۰/۹۴۲
		کاهش هزینه‌های تأمین نهاده‌های تولید	۰/۷۰۶
		ثبات اقتصاد ملی	۰/۶۹۲
		تشکیل صندوق‌های ضمانت اعتباری	۰/۵۸
		فراهم‌کردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری مشترک	۰/۶۱۲
		ظرفیت‌سازی برای آمیختهٔ بازاریابی	۰/۷۸۴
۲	عوامل حمایتی و ترغیبی	سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی	۰/۷۶۲
		ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی	۰/۴۱۸
		در دسترس قراردادن تجهیزات و فنّاوری‌های نوین	۰/۵۴۹
		کاهش بروکراسی اداری	۰/۷۱۳
		تدوین طرح جامع توسعهٔ SMEs در روستاها	۰/۶۶۵
		بهبود همه‌جانبهٔ زیرساخت‌ها	۰/۷۲
۳	عوامل آموزشی و مهارتی	آموزش مهارت‌های فردی، گروهی و مدیریتی	۰/۶۳۷
		تسهیل در دسترسی به اطلاعات	۰/۵۱۱
		ایجاد مراکز خدمات مشاوره	۰/۷۰۲
		استفاده از نیروی انسانی ماهر، متخصص و کارآزموده	۰/۶۹۴
۴	عوامل فرهنگی و اجتماعی	کاهش نگرانی ناشی از پذیرش ریسک و نوآوری	۰/۵۹۱
		فرهنگ‌سازی توسعهٔ کسب‌وکار کوچک	۰/۶۳۵
		ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی	۰/۴۰۷
		تکریم و منزلت‌بخشی به فعالان SMEs در روستاها	۰/۴۲۱

منبع : یافته های تحقیق ،۱۳۹۶

در این پژوهش ابتدا ۳۸ متغییر تأثیر گذاری بر موضوع تحقیق شناسایی شد. از این تعداد متغییر ، بعد از تحلیل آماری و شمولیت عنوان متغیرها ، جمعاً ۲۰ متغیّر مؤثر بر ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) در روستاها شناسایی شدند که پس از به‌کار بردن تحلیل عاملی، برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شد. برپایهٔ این ملاک، ۴ عامل دارای ارزش ویژهٔ بالای ۱ شناسایی و به‌عنوان عوامل قابل استخراج تعیین شدند. با توجه به شاخص‌های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی، این ۴ عامل درمجموع ۰/۷۵۳۱ درصد از واریانس کل متغیّرها را توانستند تبیین کنند. بعد از انجام چرخش واریماکس،

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

مشخص شد که هرکدام از ۴ عامل اصلی با کدام متغیّرها (گویه‌ها)، همبستگی بالاتری را نشان می‌دهند و سپس با توجه به محتوای عوامل و درنظر گرفتن ادبیات و پیشینهٔ تحقیق، هرکدام از این عوامل اصلی تحت عناوینی نام‌گذاری شدند. مدل نهایی تحقیق در شکل شمارهٔ ۲ آمده است.



شکل شماره (۲) مدل نهایی پژوهش

باتوجه به نتایج به‌دست آمده، در پایان ضمن توضیح هریک از عوامل اصلی درمورد هر عامل پیشنهادهایی نیز درجهتِ توسعهٔ روند شکل‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین ارائه می‌شود.

عامل اول: تأمین مالی و نهاده‌های تولیدی

این عامل دارای ۶ متغیّر با مجموع بار عاملی ۴/۳۱۶ است که بیشترین درصد واریانس را در بین ۴ عامل استخراجی توضیح می‌دهد (۲۳٪). در تبیین عوامل مؤثر بر تشکیل و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین، می‌توان گفت این عامل به‌عنوان مهترین عامل مؤثر شناسایی شده است. برخی پیشنهادها درجهتِ این عامل عبارت‌اند از: اهتمام به تأمین مالی و حمایت تسهیلاتی از طرح‌های پیشنهادی SMEs در روستاها و

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

کمک به سرمایه‌گذاران برای دسترسی به نهاده‌های اولیه و ارزان‌قیمت، استفاده از توانمندی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری مشترک، همکاری با کارآفرینان شرکت‌های کوچک در بسته‌بندی و آمیختهٔ بازاریابی.

ازجمله مطالعاتی که این عامل را در توسعهٔ شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند و یا حداقل از متغیّرهای مربوطبه این عامل نامبرده‌اند، عبارت‌اند از: صالح و نوبیزری[۱] (۲۰۰۶)، سینگ[۲] ،گرج[۳] و دشماخ[۴](۲۰۰۷) طالبی، ایمانی پور و عباسی بنی (۱۳۹۱)، کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۳)، امین‌بیدختی و زرگر (۱۳۹۰)، وینر زیک[۵] و واتسون[۶] (۲۰۰۶)، اسمیت[۷] بوکوک[۸]، کلارک[۹] و ویتکر[۱۰] ،(۲۰۰۲)، آیدیس و آدشی[۱۱] (۲۰۰۶).

عامل دوم: حمایتی و ترغیبی

این عامل دارای ۶ متغیّر با مجموع بارعاملی ۳/۸۲۷ است که ۱۸ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها درجهتِ این عامل عبارت‌اند از: تدوین سیاست‌های کلان برای حمایت از برنامه‌های حمایتی به‌خصوص استفاده از ظرفیت سیاست‌های مربوطبه درون‌زا کردن اقتصاد، تشویق و ترغیب و حمایت از تشکیل کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، تسهیل فرایندها و رویه‌های اداری برای گرفتن مجوزهای لازم و تلاش برای فراهم‌کردن زیرساخت‌های ارتباطی (عمرانی، اطلاعاتی و مخابراتی). بعضی از پژوهشگران در مطلعات خود این عامل را در توسعهٔ شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، ازجمله: ولز[۱۲] (۲۰۰۸)، بارتلت و بوکوی[۱۳] (۲۰۰۱) ، انور[۱۴] و عندلیب[۱۵] (۱۳۸۶)، لیم[۱۶] (۲۰۰۷)، مامبولا[۱۷] (۲۰۰۲).

[1] Saleh and Nbubisi
[2] Sing
[3] Garg
[4] Deshmukh
[5] Wynarczyk
[6] Watson
[7] Smith
[8] Boocock
[9] Clarke
[10] Whittaker
[11] Aidis and Adashi
[12] Wells
[13] Bartlett and Bukvi
[14] Anwar
[15] Andaleeb
[16] lim
[17] Mambula

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

عامل سوم: آموزشی و مهارتی

این عامل دارای ۴ متغیّر با مجموع بارعاملی ۲/۵۴۴ است که ۱۷ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها درجهتِ این عامل عبارت‌اند از: امکان دسترسی به آموزش‌های لازم برای راه‌اندازی، مدیریت و پرورش مهارت‌های رفتار گروهی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک، در اختیار قراردادن اطلاعات (فنی، ارتباطی) لازم که می‌تواند کمکی به سرمایه‌گذاران برای تصمیم‌گیری در این زمینه باشد، ایجاد مراکز مشاوره با حضور افراد ماهر در مراکز روستایی و یا سازمان‌های اجرایی مرتبط با روستاها. ازجمله مطالعاتی که این عامل را در توسعهٔ شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، می‌توان به این تحقیقات اشاره کرد: طالبی و زارع‌یکتا (۱۳۸۷) ، سابرا همانیا[1] ، ماسیراجن[2] و کریشناومی[3](۲۰۱۰)، مجومدار[4] (۲۰۰۷)، رابسون و بنت[5] (۲۰۰۷)، دوئرن[6] (۲۰۰۹)، گیب[7] (۲۰۰۰).

عامل چهارم: فرهنگی و اجتماعی

این عامل به‌عنوان آخرین عامل از عوامل شناسایی‌شده برای ایجاد و توسعه SMEs در روستاها، دارای ۴ متغیّر با مجموع بارعاملی ۲/۰۵۴ است که ۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها درجهتِ این عامل عبارت‌اند از: بالابردن سطح اطمینان ایجادکنندگان شرکت‌های کوچک و متوسط در روستا از حمایت‌های لازم به‌منظور کاهش یا رفع نگرانی‌های اولیه، نهادینه‌سازی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی برای ترغیب به شروع فعالیت‌های تولیدی در قالب شرکت‌های کوچک و متوسط، ایجاد و تقویت حس اعتماد به نفس و جسارت لازم برای شروع کسب‌وکار و منزلت‌بخشیدن به فعالان موفق کسب‌وکارها در روستاها و تشویق آنان. ازجمله مطالعاتی که این عامل را در توسعهٔ شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، عبارت‌اند از: ویکلاند [8] ، پاتزلت[9] و شفرد[10] (۲۰۰۹)، ابیولا[11] (۲۰۰۶)، هشی[12] (۲۰۰۱)، گری[13] (۲۰۰۰)، پیساریدس[14] ، ساینگر[15] و اسویجنر[16] (۲۰۰۳).

[1] Subrahmahya
[2] Mathirajan
[3] Krishnawamy
[4] Majumdar
[5] Robson and Bennett
[6] Doern
[7] Gibb
[8] Wiklund
[9] Patzelt
[10] Shepherd
[11] Abiola
[12] Hashi
[13] Gray
[14] Pissarides
[15] Singe
[16] Svejnar

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

۶) منابع

- امین‌بیدختی، علی‌اکبر، سید مجتبی زرگر، (۱۳۹۰)،**بررسی موانع موجود در توسعهٔ بنگاه‌های کوچک و متوسط و ارائهٔ چارچوب حمایت از این بنگاه‌ها**، فصلنامه کار و جامعه ، موسسه کار و تامین اجتماعی ، شمارهٔ ۱۳۸. صص ۳۴-۴۸،
- ایزدخواه، محمدمهدی، عزت اله اصغری‌زاده، (۱۳۸۸)، **تأمین مالی در پروژه‌های تکنولوژی محور در مراحل مختلف عمر محصول** ، اولین کنفرانس مدیریت اجرایی، انجمن علمی مدیریت ، صص ۴۱۹-۴۰۱،
- ایمانی‌راد، مرتضی، (۱۳۷۴)، **طرح مطالعاتی نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعهٔ صادرات کشور،پیشنهاد روش و سیاست‌گذاری درجهتِ گسترش صادرات مدیریت صنایع کوچک**، وزارت صنایع، چاپ اول
- برخورداری، فاطمه، (۱۳۸۹)، **چالش‌ها و راهکارهای توسعهٔ کسب‌وکارهای خانگی**، ماهنامه بازارکار ، جهاد دانشگاهی سال ۱۱، شمارهٔ ۵۹۳، صص ۴۸-۳۲
- رضوانی، محمدرضا، علی احمدی، (۱۳۸۸)، **شوراهای اسلامی روستایی، مشارکت مردمی و توسعهٔ روستایی**، فصلنامه جغرافیای انسانی، موسسه جغرافیا دانشگاه تهران ، دورهٔ ۱، شمارهٔ ۴،صص ۴۹-۳۵،
- زارع چاهوکی، محمدعلی،(۱۳۸۹)،**تجزیه و تحلیل داده ها در پژوهش های منابع طبیعی با نرم افزار SPSS** ، تهران،انتشارات جهاد دانشگاهی،
- شایقی، محمد، (۱۳۸۶)، **صنایع کوچک و متوسط در توسعهٔ صادرات کشور**، تهران: انتشارات آریا،
- شریف زاده،محمد شریف ، غلامحسین عبداله زاده، رقیه جیوار، اسداله دیوسالار، (۱۳۹۷)، **نقش خوشه های صنعتی کشاورزی در توسعه کسب و کارهای روستایی استان مازندران**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شمارهٔ دوم(پیاپی۲۴)، صص۲۴۷-۲۲۷
- شکور، علی، فضل اله کریمی قطب‌آبادی، (۱۳۹۴)، **اولویت‌بندی استقرار صنایع روستایی در شهرستان مرودشت با استفاده از شاخص مرکزیت و مدل AHP**، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، سال پنجم، شمارهٔ ۱۸،صص۸۴-۷۳،
- شمس‌الدینی، علی، محمدرضا امیری‌فهلیانی، (۱۳۹۴)، **بررسی عوامل اثرگذار بر مدیریت کاربری اراضی روستایی در شهرستان ممسنی (با استفاده از مدل ترکیبی TOPSIS- SWOT)**، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت ، سال پنجم، شمارهٔ ۱۹،صص ۱۰۰-۸۵،
- طالبی، کامبیز، محمدرضا زارع‌یکتا، (۱۳۸۷)، **آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعهٔ شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین**، فصلنامه توسعه کارآفرینی ، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران ،سال اول، شمارهٔ اول، صص۱۳۱-۱۱۱
- طالبی، کامبیز، نرگس ایمانی‌پور، صغرا عباسی‌بنی، (۱۳۹۱)، **شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در خوشهٔ صنعتی گز بلداجی**، فصلنامه توسعه کارآفرینی ، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، دورهٔ پنجم، شمارهٔ ۳،صص ۱۸۳-۱۶۵،

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

- طولابی نژاد مهرشاد، جواد بذر افشان، سیروس قنبری، (۱۳۹۷)، **تبیین محرومیت روستایی بر اساس شاخص های منطقه ای مورد: شهرستان پلدختر**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شمارۀ دوم(پیاپی۲۴)، صص۲۱۰-۱۸۵

- عسگری، منصور ، حسن ولی بیگی ، محد برقی اسکوئی، مهدی راستی ، فرح اثنی عشری ، (۱۳۸۷)، **چگونگی رقابتی‌کردن بنگاه‌های کوچک و متوسط درجهتِ توسعۀ صادرات**، تهران: انتشارات آریا،

- فیض آبادی، یاسر، شبنم زاهدی، (۱۳۹۷)، **تحلیل نابرابری های اقتصادی-اجتماعی توسعه در نواحی روستایی ایران**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شمارۀ دوم(پیاپی۲۴)، صص۴۰-۱۹

- کریمی، آصف ، شهریار بوذرجمهری، (۱۳۹۳)، **تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط**، فصلنامه توسعه کارآفرینی دورۀ ۷، شمارۀ ۳،

- مرادی‌نژاد، همایون، هوشنگ ایروانی، حسین شعبانعلی فمی، سید محمود حسینی، (۱۳۸۶)، **تحلیل موانع توسعۀ کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران**، مجله علوم کشاورزی ایران، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران ، شمارۀ ۱۷۵، صص ۷۶-۴۵،

- مرکز آمار ایران (۱۳۹۱)،**نتایج کلی سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵** ، تهران ، مرکز آمار ایران،

- ناصربخت، جواد، (۱۳۸۱)، **بنگاه‌های کوچک و متوسط، شکل‌گیری، قابلیت‌ها و سیاست‌ها**، فصلنامه صنایع دانشگاه صنعتی شریف ، دوره ۱۰ شماره ۳۳،صص ۴۳-۲۱،

- نوری، سیامک، مونا گلچین‌پور، آزاده حضوری، (۱۳۸۵)، **رشد کارآفرینی ازطریقِ مراکز توسعۀ کسب‌وکارهای کوچک**، مجموعه مقالات دومین کنفرانس ملی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، جهاد دانشگاهی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران صص۱۰۴-۸۳،

- وفایی، فرهاد، رضا شافعی، (۱۳۸۹)، **بررسی نقش عوامل سازمانی در افزایش کارآفرینی شرکت‌های صنعتی کوچک**، پژوهش های مدیریت ایران،دانشگاه تربیت مدرس ، دورۀ ۱۴، شمارۀ ۴، صص ۲۵۷-۲۳۳،

- Abiola، B، (2006)، **Knowledge، technology and growth: The case study of newi Auto parts cluster in Nigeria**، World Bank Institute، World Bank، Washington، D،C، 14

- Anwar، S،، & Andaleeb، S، (2007)، **Factors contributing to small and medium enterprise (SME) growth: A theoretical perspective**، **International** Review of Business Research Papers، 3(5)، 44-53،

- Bartlett، W،، & Bukvi، V، (2001)، **Barriers to SME growth in Slovenia،MOCT-MOST**: Economic Policy in Transitional Economies، 11(2)، 177-195،

- Depillis، E; Reardon، K،K، (2007)، **The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison**، Journal of Career Development International، 12، (4): 382-396،

- Doern، R، (2009)، **Investigating barriers to SME growth and development in transition environment**، International Small Business Journal 27(3)، 275-305

- Fairbairn، B; June، B; Murray، F، (2003)، **Co-operatives and Community Development: Economics in Social Perspective**، Centre for the Study of Co-operatives، Saskatoon، Saskatchewan، pp، 254-255،

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

- Gibb، A، (2000)، **Small and medium enterprise development: Borrowing from elsewhere? A research and development agenda**، Journal of Small Business and Enterprise Development، 7(3)، 199-211،
- Gray، C، (2000)، **Entrepreneurship، resistance to change and growth in small firms**، Journal of Small Business and Enterprise Development 9(1)، 61-72،
- Hamilton، R; Dana، L، (2003)، **An Increasing Role for Small Business in New Zealand**، Journal of Small Business Management، Volume 41، Issue 4، pages 402–408،
- Hashi، I، (2001)، **Financial and institutional barriers to SME growth in Albania: results of an enterprise survey، MOCT-MOST**: Economic Policy in Transitional Economies، 11(3)، 221-238،
- Kiggundu، M، N، (2002)، **Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done**، Journal of Developmental Entrepreneurship، 7(3)،
- Landstrom، H، (2005)، **Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research**، Springer،
- Lim، H، (2007)، **SMEs development policy environment and challenges in Singapore**، Eria،org، 267-286،
- Lindstrand، A; Melén، S; Nordman، E، R، (2011)، **Turning social capital into business: A study of the internationalization of biotech SMEs**، International Business Review، 20 (2)،
- Luo، Y،D، (2000)، **Dynamic Capabilities in International Expansion**، Journal of World Business، 35،
- Majumdar، S، (2007)، **How do they plan for growth in auto component business?-A study on small foundries of western India**، Journal of Business Venturing، 25(3)، 274-289،
- Mambula، C، (2002)، **Perceptions of SME growth constraints in Nigeria**، Journal of Small Business Management، 40(1)، 58-65،
- Pissarides، F،، Singer، M،، & Svejnar، J، (2003)، **Objectives and constraints of entrepreneurs: evidence from small and medium size enterprises in Russia and Bulgaria**، Journal of Comparative Economics، 31(3)، 503-531،
- Reynolds، P، D; Hay، M; Camp، S، M، (2010)، **Global Entrepreneurship Monitor، GEM Executive Report، Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership**، Babson College،
- Robson، P، J، A،، & Bennett، R، J، (2007)، **SMEs growth: the relationship with business advice and external collaboration، Small Business Economics**، 15(3)، 193-208،
- Saleh، A، S،، & Ndubisi، N، O، (2006)، **SMEs development in Malaysia: domestic and global challenges**، Faculty of Commerce-Economics Working Papers، 139،
- Singh، R،، Garg، S،، & Deshmukh،h S،G، (2007)، **Strategy development for competitiveness: A study on Indian auto component sector**، International Journal of Productivity and Performance Management، 56(4)، 285-304،
- Smith، A، J،، Boocock G،، Clarke J،، & Whittaker، J، (2002)، **IIP and SMEs: awareness، benefits and barriers**، Personnel Review، 31(1)، 62-85،
- Subrahmanya، M،، Mathirajan، M،، & Krishnaswamy، K، N، (2010)، **Importance of technological innovation for SMEs growth**، Economic & Political Weekly، 45، 11-59،

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]

- Svetlicic، M; Gilmore، A; Cummins، D، (2007)، **Internationalization of Small and Medium – size Enterprises from selected central European economies**، Eastern European Economics، 45 (4)،
- Tommaso، M; Sabrina، D، (2000)، **Towards a Theory of the Small Firm: Theoretical Aspects and Policy Implications، Series Desarrollo Productive**، NO، 87، CEPAL، Santiago، Chile
- Wells، H، (2008)، **SMEs development policy environment and challenges in Singapore**، Eria،org، 267-286،
- Wiklund، J،، Patzelt، H،، & Shepherd، D، A، (2009)، **Building an integrative model of small business growth**، Small Business Economics، 32(4)، 351-374،
- Wilkinson، T; Brouthers، L، E، (2006)، **Trade promotion and SME export performance**، International Business Review، 15،
- Wynarczyk، P،، & Watson، R، (2005)، **Firm growth and supply chain partnerships: An empirical analysis of UK SMEs subcontractors**، Small Business Economics، 24(1)، 39-51

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-04-19]