

فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره سوم (پیاپی ۲۵)، پاییز ۱۳۹۷

شاپای چاپی ۲۳۲۲-۲۱۳۱ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X-۲۵۸۸

<http://serd.khu.ac.ir>

صفحات ۱۶۴-۱۴۵

تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کار آفرینی

در نواحی روستایی استان ایلام

نبی امید؛ 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.

پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۳/۲۷

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۲۰

چکیده

شرکت‌های کوچک و متوسط با دارا بودن ویژگی‌های هستند که با وضعیت اقتصادی روستاهای ایران دارند. این پژوهش کمی و ماهیت و هدف آن کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها نیز توصیفی - پیمایشی است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS به‌عنوان نرم‌افزار اصلی و از نرم‌افزار LISREL به‌عنوان نرم‌افزار کمکی استفاده شد. جامعه 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 داشتند که نشانگر تأیید پایایی پرسشنامه است. برای افزایش روایی علاوه بر تأیید آن از طریق 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 بررسی‌های لازم و زمینه شمولیت متغیرها، در مجموع ۲۰ متغیر مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط، در روستاها شناسایی شدند. پس از به‌کار بردن تحلیل عاملی، برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شد. برپایه این ملاک، عوامل تامین مالی و نهاده‌های تولیدی، عوامل حمایتی و ترغیبی، عوامل آموزشی و مهارتی و عوامل فرهنگی و اجتماعی، دارای ارزش ویژه 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 در مجموع ۷۵٫۳۱ درصد از واریانس کل متغیرها را توانستند تبیین کنند.

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

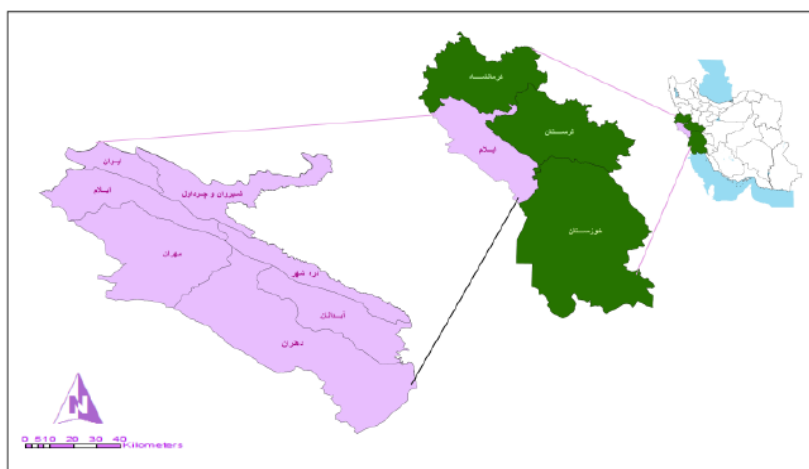
* Esfand1970@yahoo.com

(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). به طوری که امروزه اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استوار است (ایزدخواه و اصغری زاده، ۱۳۸۸: ۲۷). کسب‌وکارهای کوچک به واسطهٔ سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات و سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها برخوردارند (Wilkinson and Brouthers, 2006: 233-252). علاوه بر این، 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، به وسیلهٔ آن‌ها انجام می‌شود. دولت‌ها بایستی به منظور اطمینان از توسعه و به ویژه توسعه روستایی، فرصت‌های یکسان برای تحرک اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری و امنیت فراهم کنند (فیض‌آبادی و زاهدی، ۱۳۹۷: ۲۱). افزایش نابرابری و محرومیت بین مناطق شهری و روستایی اثرات منفی ناخواسته‌ای، مانند افزایش مهاجرت، شهرنشینی و افزایش جرم در جامعه را در پی خواهد داشت. برای تحقق توسعه روستایی، کاهش این نابرابری‌ها، باید به عنوان یک اصل برای سیاست‌گذاران در اولویت قرار گیرد (طولایی نژاد و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸۵).

بر اساس 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. علاوه بر این، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند نقش مهمی در جذب نیروی کار مازاد که ناشی از فعالیت‌های خصوصی‌سازی است، داشته باشند (ناصریخت، ۱۳۸۱: ۲۴). توسعه صنعت در مناطق روستایی متناسب با زیست بوم کسب و کار این مناطق به توسعه کسب و کارهای روستایی منجر می‌شود (شریف زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۲۸). مرکز آمار ایران فقط کسب‌وکارهای کمتر از ۱۰ کارگر 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، ۱۳۸۶: ۱۷۵-۱۸۴). بر اساس 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).

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 می‌باشد و با توجه به وضعیت اقتصادی، زیر ساخت‌ها ارتباطی، تبادلات بازرگانی و وجود بازارچه‌های مرزی، مستعد گسترش شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین است.



شکل شماره (۱) موقعیت استان ایلام

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

(۲) مبانی نظری

شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق 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 نسبت به عوامل اقتصادی و سیاسی سریع‌تر واکنش نشان دهد. توسعه 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، پایین بودن بهره‌وری، کاهش کیفیت محصول‌ها و خدمات، رکود اقتصادی و افزایش رقابت شود (Landstrom: 2005: 31-39). صنایع کوچک و متوسط بیشتر از صنایع

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

ادبیات مربوط به 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 درجه 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 نسبت به صنایع بزرگ دارد، این امر آن‌ها را قادر می‌کند که سریع‌تر و کارتر به تحولات فزاینده جهانی، عکس‌العمل نشان دهند و به دلیل انعطاف‌پذیری فراوان و توانایی انطباق با تغییرات بازار و سلیقه مشتریان، از مزیت‌های انکارناپذیری برخوردار هستند (عسگری و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۱).

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

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در چهار بُعد 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 پویا و انعطاف‌پذیری آن در برابر 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 فناوری، پارک‌های صنعتی و فناوری فراهم کنند و آن‌ها را تا زمانی که بتوانند به صورت یک شرکت مستقل وارد بازار شوند، حمایت کنند (شایقی، ۱۳۸۶: ۱۲). از طرف دیگر، توسعه روستایی یکی از پایه‌های اولیه و مهم توسعه ملی هر کشور محسوب می‌شود و به دلیل اهمیت مشارکت مردم در تسریع روند توسعه

روستایی، کشورهای مختلف از طریق 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 پیش‌رو برداشتن موانع، ضروری ساخته است.

مطالعات دی‌پالیس^۱ و ریردون^۲ (۲۰۰۷) و کیگوندو (۲۰۰۲) نشان می‌دهد که داده‌ها و اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی نقش مهمی در فرایند رشد و توسعه کسب‌وکارها برعهده دارند. چوئی^۳ (۲۰۰۷) نیز در مطالعه خود نشان می‌دهد که دولت باید برای حفظ منافع سیاسی، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به طرح‌های کارآفرینی و بهینه‌سازی 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^۴ و همکاران (۲۰۱۰) و مطالعات لیندستراند^۵ و همکاران (۲۰۱۱) تأکید می‌شود سازوکارهای مالی مهمترین نقش را در رشد و توسعه 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 موردنیاز برای توسعه طرح و ایده 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 توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) دانش‌بنیان به این نتیجه رسیده‌اند که باید تغییراتی در نوع و روش آموزش و نحوه تعامل صنعت با دانشگاه انجام شود. امین‌بیدختی و زرگر (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان بررسی موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و ارائه چارچوب حمایتی از این بنگاه‌ها، نشان داده‌اند تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی به‌عمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی و مدیریتی ناکافی بوده و نتوانسته راهگشاری مشکلات این دسته از بنگاه‌ها باشد.

طالبی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در خوشه صنعتی گز بداجی، راهبردهای افزایش فروشندگان، توسعه روابط عمومی و اطلاع‌رسانی درباره 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

کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، از رتبه‌بندی سازوکارهای تأمین مالی در شرکت‌های تولید کشاورزی نشان داده‌اند، تهسیلات مالی با نرخ بهره پایین در بالاترین رتبه قرار دارد. 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 در حال توسعه باشد، به مکان‌یابی و اولویت‌بندی استقرار صنایع در سطح مناطق روستایی اقدام کرده‌اند. در حوزه روستایی و مدیریت امور اراضی روستا، شمس الدینی و امیری‌فهلپانی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان، 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 در جهت استفاده بهینه پرداخته‌اند.

۳) روش تحقیق

این پژوهش کمی و ماهیت و هدف آن کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها نیز توصیفی-پیمایشی است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS به عنوان نرم‌افزار اصلی و از نرم‌افزار LISREL به عنوان نرم‌افزار کمکی برای روش تحلیل عاملی (از نوع اکتشافی) استفاده شد. با توجه به آنکه سنجش اهمیت و جایگاه هریک از گویه‌ها و تعیین میزان اهمیت عوامل مؤثر بر تشکیل و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین در روستاها، علاوه بر مشارکت روستاییان، نیازمند بهره‌گیری از نظرات متخصصان و همچنین مدیران و مسئولان و کارشناسان مرتبط با حوزه روستا، کارآفرینی و اقتصاد است؛ بنابراین جامعه 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 به عنوان نمونه انتخاب شدند. از مجموع نمونه انتخاب‌شده، تعداد ۲۱۳ نفر به پرسشنامه‌ها به صورت کامل پاسخ دادند که در تحلیل داده‌های پژوهشی مورد استفاده قرار گرفت. در جدول شماره ۱ حجم نمونه انتخابی از جوامع مختلف آمده است.

جدول شماره (۱) جوامع پژوهش و حجم نمونه

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

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

پس از مطالعه تحقیقات، مطالعات و طرح‌های پژوهشی مراکز علمی، اجرایی و دانشگاهی به‌منظور به‌کارگیری مناسب ابزار تحقیق، مهمترین متغیرها (گویه‌ها) در حوزه شکل‌گیری و توسعه 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 قرارداد شد (برای اعضای هیئت علمی و مدرسان ارسال پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار Google Docs انجام شد). به‌منظور تعیین نرمال بودن توزیع جامعه از آزمون کلموگرف-اسمیرنف^۱ استفاده شد. نتایج آزمون در جدول شماره ۲، نشان‌دهنده نرمال بودن جامعه آماری است.

جدول شماره (۲) آزمون کلموگرف-اسمیرنف برای تعیین نرمال بودن توزیع جامعه

تعداد	۲۱۳
پارامترهای نرمال	هپانگین 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: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

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

¹ Kolmogorov- Smirnov Test

نشانگر تأیید پایایی پرسشنامه است. برای افزایش روایی^۱ علاوه بر تأیید آن از طریق غربال‌زنی، روایی صوری پرسشنامه نیز، توسط استادان گروه مدیریت و آمار دانشگاه پیام نور و دانشگاه ایلام نیز بازنگری و تأیید شد. از آنجاکه اساسی‌ترین کاربرد تحلیل عاملی، کاهش تعداد متغیرها به عوامل محدودتری است که معمولاً به صورت غیرمستقیم در متغیر اصلی مؤثرند؛ بنابراین، در این تحقیق نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و کاهش تعداد متغیرها از این روش استفاده شده است. با توجه به مطالعات صورت گرفته و بررسی‌های میدانی در رابطه با موضوع تحقیق و نیز با توجه به نتایج به دست آمده از سایر تحقیقات، مطالعات، مقالات و طرح‌های پژوهشی در دسترس و در نهایت مشورت با خبرگان (اعضای هیئت علمی گروه مدیریت و آمار دانشگاه ایلام و دانشگاه پیام نور مرکز ایلام)، ۲۷ متغیر مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین شناسایی شد که بعد از بررسی بیشتر از ۷ متغیر به نوعی جزئی از سایر متغیرها به شمار می‌رفت؛ بنابراین در شمولیت آن متغیر قرار گرفت.

(۴) یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که اشاره شد، از مجموع ۲۳۵ پرسشنامه ارسالی برای نمونه پژوهش، ۲۱۳ پرسشنامه تکمیل شده دریافت شد که داده‌های این پرسشنامه در آنالیزهای تحلیلی مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج تحلیلی-توصیفی ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان، به صورت تجمیع شده در جدول شماره ۳ نشان داده شده است. نتایج نشان می‌دهد، ۷۶ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد بوده‌اند. بیشترین طبقه سنی مربوط به رده سنی ۲۰ تا ۴۰ سال بوده که شامل ۴۶ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه بوده است. از نظر تحصیلات ۲۵ نفر از تکمیل کنندگان پرسشنامه دارای مدرک تحصیلی لیسانس، ۲۴ درصد دارای مدرک دکترا و ۲۳ درصد زیردیپلم و دیپلم بوده که به ترتیب دارای بیشترین تعداد فراوانی هستند. ۳۴ درصد پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کاری ۱۰ تا ۲۰ سال بوده‌اند.

¹ Validity

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
طبقه سنی	۲۰-۴۰	۹۸	۰/۴۶	۰/۴۶
	۴۱-۵۰	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
سابقه 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
	بالتر از ۳۰ سال	۲۶	۰/۱۲	۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

باتوجه به پیشینه تحقیق، مطالعات و جمع آوری داده‌های پرسشنامه ۳۸ متغیر تأثیر گذار شناسایی شد. با جمع بندی و تحلیل آماری متغیرهای شناسایی شده، و با توجه به شمولیت متغیرها، ۲۰ متغیر بعنوان متغیرهای اصلی تأثیر گذار، استخراج گردید.

جدول شماره (۴) کدبندی متغیرهای شناسایی شده اولیه

کد	متغیر شناسایی شده	کد	متغیر شناسایی شده
X1	سیاست‌ها و بسته‌های حمایتی اجرایی و حقوقی از طرح‌های کوچک و متوسط (سیاست‌ها و بسته‌های حمایتی)	X20	ظرفیت‌سازی برای آمیخته بازاریابی
X2	ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی برای ایجاد SMEs ها در روستاها (ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی)	X21	همکاری دستگاه‌های اجرای در زمینه تغییر کاربری اراضی و اسناد زمین‌های روستایی
X3	تنوع روش‌های تامین مالی	X22	تخفیف‌های مالیاتی و تشویق‌های 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 فناوری‌های نوین تولیدی و صنعتی برای کاهش هزینه‌های تولید و افزایش توان رقابتی (در دسترس قراردادن تجهیزات و فناوری‌های نوین)	X24	فراهم کردن امکان تجارت الکترونیک
X6	آموزش مهارت‌های فردی، گروهی و مدیریتی	X25	حمایت دولت در گرفتن کارورزان برای شرکت‌های کوچک و متوسط روستایی
X7	آزادی عملی	X26	تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع لازم
X8	: برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه موارد قانونی از جمله قانون کار، بیمه و مالیات	X27	تشکیل صندوق‌های مالی و اعتباری مشترک
X9	کاهش بروکراسی اداری برای تشکیل SMEs ها در روستاها و تسهیل سازی دریافت مجوزها (کاهش بروکراسی اداری)	X28	کاهش هزینه تامین نهاده‌های تولید
X10	کاهش نگرانی‌های ناشی از پذیرش ریسک برای ایجاد شرکت کارآفرین	X29	ثبات اقتصاد ملی
X11	تدوین طرح جامع ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین در روستاها (تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها)	X30	ایجاد موسسات بانکی و اعتباری تخصصی در زمینه شرکت‌های کوچک و متوسط روستایی
X12	توسعه سیستم‌های حمل و نقل و زیرساخت‌های ارتباطی	X31	برگزاری همایش‌ها و هم‌اندیشی‌های دوره‌ای
X13	فرهنگ‌سازی توسعه کسب و کارهای کوچک	X32	: ایجاد شرکت‌های بیمه‌ای و ضمانتی
X14	ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی در روستا	X33	امکان ذخیره‌سازی محصولات در انبار و سردخانه
X15	سهولت تامین وثایق و ضمانت‌نامه‌های تسهیلات	X34	حمایت‌های بهداشتی
X16	بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌های ارتباطی، مخابراتی، اطلاعاتی، توسعه‌ای (توسعه همه‌جانبه زیرساخت‌ها)	X35	آسان‌سازی تامین مالی و حمایت‌های بانکی و تسهیلاتی (تامین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی)
X17	تعیین یک مرکز خاص برای انجام تمام فعالیت‌های مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی روستا	X36	تشکیل صندوق‌های ضمانت اعتباری
X18	تسهیل امکان تبلیغ و ترویج محصولات	X37	استفاده از نیروی انسانی متبحر، متخصص و کارآزموده
X19	فراهم کردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری مشترک	X38	تکریم و منزلت بخشی به فعالان در کسب و کارهای کوچک روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

پس از جمع‌آوری داده‌ها و وارد کردن آن‌ها در نرم‌افزار SPSS برای بررسی تناسب و کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عامل و همچنین تعیین انسجام درونی داده‌ها از آزمون KMO^۱ و بارتلت^۲ استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۵ نشان داده شده است.

^۱ Kaiser-Myser-Oklin

^۲ Bartlett Test

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

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

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

در جدول شماره ۵ اندازه کفایت نمونه‌گیری KMO، آزمون مقدار واریانس درون داده‌هاست که می‌تواند به وسیله عوامل تبیین شود. در صورتی که مقدار KMO کمتر از ۰/۵ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵ 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. از طرفی چون سطحی معنی‌داری آزمون کرویت بارلت، 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 مربوط به تعداد عوامل قابل استخراج برای چرخش است. جهت تعیین اینکه چند عامل مناسب برای چرخش وجود دارد، از ملاک‌های مختلفی از جمله ملاک کیسر^۱ و آزمون اسکری کتل^۲ استفاده می‌شود. در این پژوهش برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شده است. بر پایه این ملاک، عواملی که دارای ارزش ویژه ۱ یا بیشتر می‌باشند، به‌عنوان عوامل قابل استخراج تعیین می‌شوند و عواملی که دارای مقادیر ویژه کمتر از ۱ هستند، عامل‌های می‌باشند که حضور آن‌ها باعث تبیین بیشتر واریانی نمی‌شود و به‌همین دلیل از تحلیل خارج می‌شوند. در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود، ۴ عامل دارای ارزش ویژه بزرگ‌تر از یک و قابل استخراج هستند.

¹ Kaiser criterion

² Cattell's Scree Test

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

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

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

هرچند مقادیر ویژه و درصدهای آن در حالت بعد از چرخش نسبت به حالت اولیه تغییر کرده‌اند؛ اما درصد تجمعی واریانس تبیین‌شده به وسیله تمام عناصر استخراج‌شده برابر با حالت اولیه (قبل از چرخش) است. در مجموع می‌توان گفت، این چهار عامل ۷۵/۳۷۱ درصد از واریانس کل متغیرها را تحت پوشش قرار می‌دهند. با به دست آمدن وضعیت مقادیر ویژه، امکان به دست آمدن ماتریس اجزا فراهم می‌شود. همان‌گونه که بیان شد، برای بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک در روستاها با توجه به نتایج به دست آمده از پرسشنامه و مشورت با نخبگان ۲۷ متغیر شناسایی شد که پس از مشورت‌های بیشتر، ۷ متغیر در شمولیت سایر متغیرها قرار گرفتند و در نهایت ۲۰ متغیر معرفی شد؛ بنابراین، ماتریس اجزا در این پژوهش شامل بارهای عاملی هریک از ۲۰ متغیر شناسایی شده در ۴ عامل اصلی (ضرایب همبستگی بین متغیرها در عوامل) است. از آنجایی که تفسیر این بارهای عاملی بدون چرخش به آسانی ممکن نیست، با چرخش عوامل تفسیر بهتری از آن می‌توان ارائه داد. جدول شماره ۷ ماتریس چرخیده شده اجزا را به روش واریماکس نشان می‌دهد. این جدول میزان همبستگی هر عامل با متغیرهای بیست‌گانه را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۷) بار عاملی بعد از چرخش واریماکس

متغیر	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	متغیر	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴
X ₁		۰/۷۶۲			X ₁₁				
X ₂		۰/۴۱۸			X ₁₂				
X ₃	۰/۹۴۲				X ₁₃				
X ₄	۰/۷۰۶				X ₁₄				
X ₅		۰/۵۴۹			X ₁₅				
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: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

(۵) نتیجه گیری

با مشخص شدن بار عاملی متغیرها بعد از چرخش واریماکس، می توان نسبت به تعیین عوامل و متغیرهای تعیین کننده آن و میزان همبستگی متغیرهای هر یک از عوامل (بار عاملی) اقدام کرد. در جدول شماره ۸ با تفکیک عوامل، میزان همبستگی متغیرها نشان داده شده است.

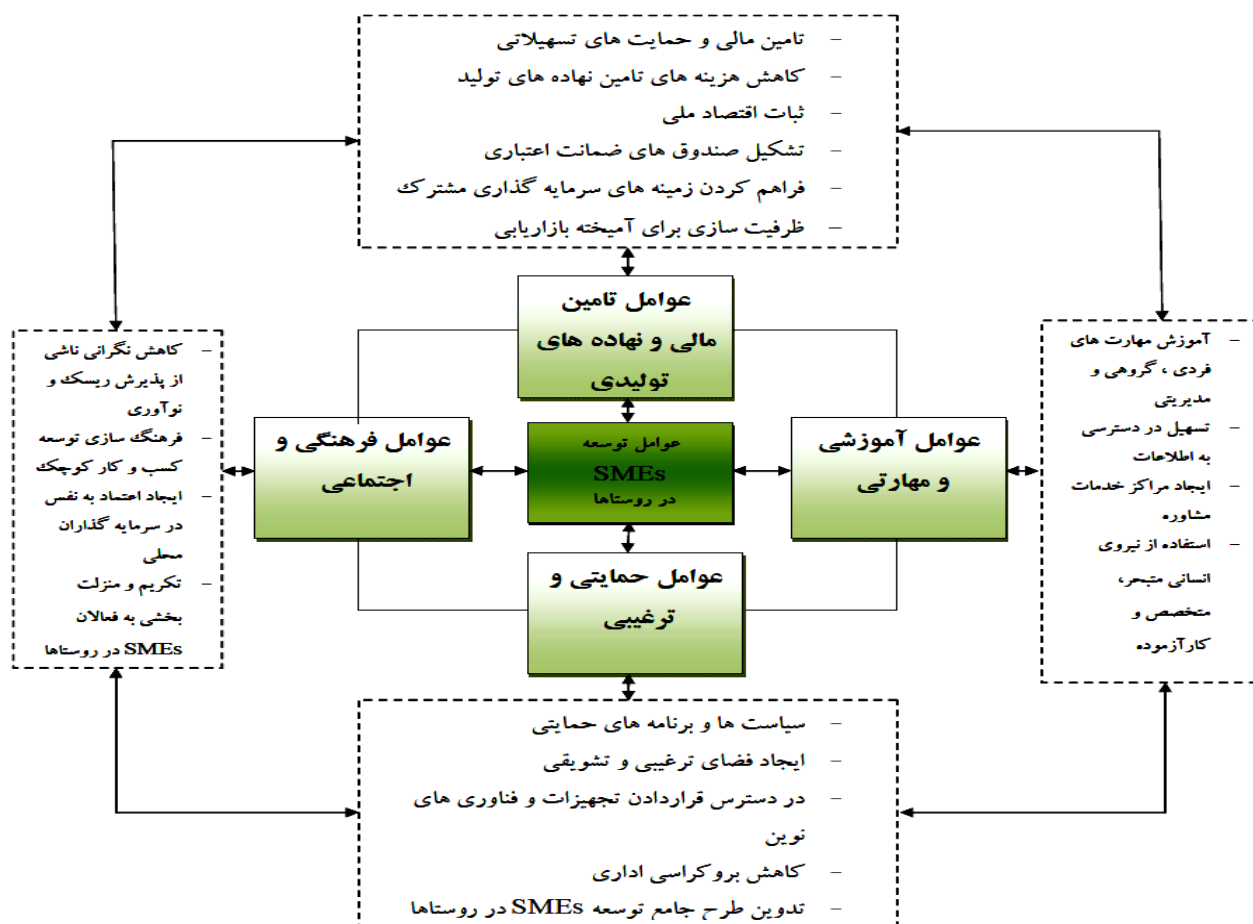
جدول شماره (۸) عوامل تعیین کننده و بار عاملی متغیرها

شماره عامل	نام عامل	متغیرهای تعیین کننده عامل (گویه ها)	بار عاملی
۱	عوامل تأمین مالی، نهاده های تولیدی	تأمین مالی و حمایت های تسهیلاتی	۰/۹۴۲
		کاهش هزینه های تأمین نهاده های تولید	۰/۷۰۶
		ثبات اقتصاد ملی	۰/۶۹۲
		تشکیل صندوق های ضمانت اعتباری	۰/۵۸
		فراهم کردن زمینه های سرمایه گذاری مشترک	۰/۶۱۲
		ظرفیت سازی برای آمیخته بازاریابی	۰/۷۸۴
۲	عوامل حمایتی و ترغیبی	سیاست ها و برنامه های حمایتی	۰/۷۶۲
		ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی	۰/۴۱۸
		در دسترس قرار دادن تجهیزات و فناوری های نوین	۰/۵۴۹
		کاهش بروکراسی اداری	۰/۷۱۳
		تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها	۰/۶۶۵
		بهبود همه جانبه زیرساخت ها	۰/۷۲
۳	عوامل آموزشی و مهارتی	آموزش مهارت های 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
		فرهنگ سازی توسعه کسب و کار کوچک	۰/۶۳۵
		ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه گذاران محلی	۰/۴۰۷
		تکریم و منزلت بخشی به فعالان SMEs در روستاها	۰/۴۲۱

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۶

در این پژوهش ابتدا ۳۸ متغیر تأثیر گذاری بر موضوع تحقیق شناسایی شد. از این تعداد متغیر، بعد از تحلیل آماری و شمولیت عنوان متغیرها، جمعاً ۲۰ متغیر مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت های کوچک و متوسط (SMEs) در روستاها شناسایی شدند که پس از به کار بردن تحلیل عاملی، برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شد. بر پایه این ملاک، ۴ عامل دارای ارزش ویژه بالای ۱ شناسایی و به عنوان عوامل قابل استخراج تعیین شدند. با توجه به شاخص های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی، این ۴ عامل در مجموع ۰/۷۵۳۱ درصد از واریانس کل متغیرها را توانستند تبیین کنند. بعد از انجام چرخش واریماکس،

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



شکل شماره (۲) مدل نهایی پژوهش

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

عامل اول: تأمین مالی و نهاده‌های تولیدی

این عامل دارای ۶ متغیر 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 توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین، می‌توان گفت این عامل به‌عنوان مهمترین عامل مؤثر شناسایی شده است. برخی پیشنهادها درجهت این عامل عبارت‌اند از: اهتمام به تأمین مالی و حمایت تسهیلاتی از طرح‌های پیشنهادی SMEs در روستاها و

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 آمیخته بازاریابی. از جمله مطالعاتی که این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند و یا حداقل از متغیرهای مربوطه این عامل نامبرده‌اند، عبارت‌اند از: صالح و نویزری^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 متغیر با مجموع بارعاملی ۳/۸۲۷ است که ۱۸ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها در جهت این عامل عبارت‌اند از: تدوین سیاست‌های کلان برای حمایت از برنامه‌های حمایتی به‌خصوص استفاده از ظرفیت سیاست‌های مربوطه 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 فراهم کردن زیرساخت‌های ارتباطی (عمرانی، اطلاعاتی و مخابراتی). بعضی از پژوهشگران در مطالعات خود این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، از جمله: ولز^{۱۲} (۲۰۰۸)، بارتلت و بوکوی^{۱۳} (۲۰۰۱)، انور^{۱۴} و عندلیب^{۱۵} (۱۳۸۶)، لیم^{۱۶} (۲۰۰۷)، مامبول^{۱۷} (۲۰۰۲).

¹ Saleh and Nubisi

² Sing

³ Garg

⁴ Deshmukh

⁵ Wyncarczyk

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

عامل سوم: آموزشی و مهارتی

این عامل دارای ۴ متغیر با مجموع بارعاملی ۲/۵۴۴ است که ۱۷ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها در جهت 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. از جمله مطالعاتی که این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، می‌توان به این تحقیقات اشاره کرد: طالبی و زارعیکتا (۱۳۸۷)^۱، سابرا همانیا^۲، ماسیراجن^۳ و کریشناومی^۴ (۲۰۱۰)، مجمودار^۵ (۲۰۰۷)، رابسون و بنت^۶ (۲۰۰۷)، دوئرن^۷ (۲۰۰۹)، گیب^۸ (۲۰۰۰).

عامل چهارم: فرهنگی و اجتماعی

این عامل به‌عنوان آخرین عامل از عوامل شناسایی‌شده برای ایجاد و توسعه SMEs در روستاها، دارای ۴ متغیر با مجموع بارعاملی ۲/۰۵۴ است که ۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها در جهت این عامل عبارت‌اند از: بالا بردن 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. از جمله مطالعاتی که این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، عبارت‌اند از: ویکلاند^۹، پاتزلت^{۱۰} و شفرد^{۱۱} (۲۰۰۹)، ابیولا^{۱۲} (۲۰۰۶)، هشی^{۱۳} (۲۰۰۱)، گری^{۱۴} (۲۰۰۰)، پیساریدس^{۱۵}، ساینگر^{۱۶} و اسویچنر^{۱۷} (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

۶ منابع

- امین‌بیدختی، علی‌اکبر، سید مجتبی زرگر، (۱۳۹۰)، بررسی موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و ارائه چارچوب حمایت از این بنگاه‌ها، فصلنامه کار و جامعه، موسسه کار و تامین اجتماعی، شماره 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 توسعه صادرات کشور، پیشنهاد روش و سیاست‌گذاری در جهت گسترش صادرات مدیریت صنایع کوچک، وزارت صنایع، چاپ اول
- برخوردار، فاطمه، (۱۳۸۹)، چالش‌ها و راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی، ماهنامه بازرکار، جهاد دانشگاهی سال ۱۱، شماره ۵۹۳، صص ۳۲-۴۸
- رضوانی، محمدرضا، علی احمدی، (۱۳۸۸)، شوراهاى اسلامى روستایى، مشارکت مردمی و توسعه روستایی، فصلنامه جغرافیای انسانی، موسسه جغرافیا دانشگاه تهران، دوره ۱، شماره ۴، صص ۳۵-۴۹
- زارع چاهوکی، محمدعلی، (۱۳۸۹)، تجزیه و تحلیل داده‌ها در پژوهش‌های منابع طبیعی با نرم افزار SPSS، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی
- شایقی، محمد، (۱۳۸۶)، صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات کشور، تهران: انتشارات آریا،
- شریف زاده، محمد شریف، غلامحسین عبدالله زاده، رقیه جیوار، اسداله دیوسالار، (۱۳۹۷)، نقش خوشه‌های صنعتی کشاورزی در توسعه کسب و کارهای روستایی استان مازندران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره دوم (پیاپی ۲۴)، صص ۲۴۷-۲۲۷
- 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، شماره ۱۸، صص ۷۳-۸۴
- شمس‌الدینی، علی، محمدرضا امیری‌فهلپانی، (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، شماره ۱۹، صص ۸۵-۱۰۰
- طالبی، کامبیز، محمدرضا زارع‌یکتا، (۱۳۸۷)، آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، سال اول، شماره اول، صص ۱۱۱-۱۳۱
- طالبی، کامبیز، نرگس ایمانی‌پور، صغرا عباسی‌بنی، (۱۳۹۱)، شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در خوشه صنعتی گز بلداجی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، دوره پنجم، شماره ۳، صص ۱۶۵-۱۸۳

- طولابی نژاد مهرشاد، جواد بذرافشان، سیروس قنبری، (۱۳۹۷)، تبیین محرومیت روستایی بر اساس شاخص های منطقه ای مورد: شهرستان پلدختر، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره دوم (پیاپی ۲۴)، صص ۲۱۰-۱۸۵
- عسگری، منصور، حسن ولی بیگی، محد برقی اسکویی، مهدی راستی، فرح ائنی عشری، (۱۳۸۷)، چگونگی رقابتی کردن بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهت توسعه 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، شماره دوم (پیاپی ۲۴)، صص ۴۰-۱۹
- کریمی، آصف، شهریار بوذرجمهری، (۱۳۹۳)، تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فصلنامه توسعه کارآفرینی دوره ۷، شماره ۳،
- مرادی‌نژاد، همایون، هوشنگ ایروانی، حسین شعبانعلی فمی، سید محمود حسینی، (۱۳۸۶)، تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران، مجله علوم کشاورزی ایران، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، شماره ۱۷۵، صص ۷۶-۴۵،
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۱)، نتایج کلی سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵، تهران، مرکز آمار ایران،
- ناصرخت، 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 از طریق مراکز توسعه کسب‌وکارهای کوچک، مجموعه مقالات دومین کنفرانس ملی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، جهاد دانشگاهی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران صص ۱۰۴-۸۳،
- وفایی، فرهاد، رضا شافعی، (۱۳۸۹)، بررسی نقش عوامل سازمانی در افزایش کارآفرینی شرکت‌های صنعتی کوچک، پژوهش‌های مدیریت ایران، دانشگاه تربیت مدرس، دوره ۱۴، شماره 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,

- 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, 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.

- 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 Productivo, 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