

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۲۵، زمستان ۱۳۹۶

وصول مقاله: ۱۳۹۶/۲/۳

تأیید نهایی: ۱۳۹۶/۸/۹

صفحات: ۹۳ - ۱۰۴

بررسی عوامل مؤثر تشکیل و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین (SMEs) در روستاها (مورد شناسی: روستاهای استان ایلام)

نبی امیدي^۱، دکتر اسفندیار محمدی^۲، دکتر یاسان اله پوراشرف^۳، دکتر کرم خلیلی^۴

چکیده

توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، شاخصی کلیدی از نظام پیش‌ران توسعه روستایی به‌شمار می‌رود که باعث امنیت پایدار منطقه‌ای و معکوس شدن مهاجرت خواهد شد. توسعه روستایی از پایه‌های اولیه و مهم توسعه ملی هر کشور محسوب می‌شود. ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک، یکی از رویکردهای بسیار مناسب برای توانمندسازی روستاییان می‌باشد. این پژوهش، کمی و ماهیت و هدف آن کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها نیز توصیفی - پیمایشی می‌باشد. 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. جامعه آماری تحقیق شامل 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. در این پژوهش ۲۰ متغیر مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) در روستاها شناسایی شدند که پس از به‌کار بردن تحلیل عاملی، برای تعیین تعداد عوامل از ملاک کیسر استفاده شد. بر پایه این ملاک، ۴ عامل (تأمین مالی و نهاده‌های تولیدی، حمایتی و ترغیبی، 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 ۷۵۳۱/۰ درصد از واریانس کل متغیرها را توانستند تبیین کنند. کلید واژگان: شرکت‌های کوچک و متوسط، کارآفرینی، روستا، ایجاد و توسعه.

۱- گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام

۲- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام (نویسنده مسئول)

۳- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام

۴- استادیار، گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام

۱- گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام
۲- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام (نویسنده مسئول)
۳- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام
۴- استادیار، گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام

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 اصغری‌زاده، ۱۳۸۸: ۲۷). کسب‌وکارهای کوچک به واسطه 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 وسیله آن‌ها انجام می‌شود.

بر اساس تجارب بسیاری از کشورها، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند بنیان توسعه اقتصادی و منطقه‌ای باشند و زمینه را برای بسیج منابع کشور فراهم کنند که نتیجه 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). 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). توسعه روستایی از پایه‌های اولیه و مهم توسعه ملی هر کشور محسوب می‌شود. ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک یکی از رویکردهای بسیار مناسب برای توانمندسازی روستاییان می‌باشد (Fairbairn et al, 2003: 254-255). توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط شاخصی کلیدی از نظام پیش‌ران توسعه روستایی به شمار 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 می‌باشد (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) با توجه به اهمیت توسعه روستایی، در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر برای ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین پرداخته می‌شود.

ادبیات و پیشینه تحقیق

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، پایین‌بودن بهره‌وری، کاهش کیفیت محصولات 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 سرمایه‌گذاری‌اندکی 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).

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 کسب و کار، فعالیت کارآفرینان را سخت‌تر کرده و برخورداری از دانش لازم را برای از پیش‌رو برداشتن موانع، ضروری ساخته است.

در مطالعات لیندستراند^۱ و همکاران (۲۰۱۱) و پژوهش رینولد^۲ و همکاران (۲۰۱۰) تأکید می‌شود سازوکارهای مالی مهمترین نقش را در رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط ایفا می‌کنند. امروزه اقتصاد کشورهای توسعه یافته بر محور کسب و کارهای کوچک و متوسط استوار است و به طور معمول کارآفرینان این بنگاه‌ها را تأسیس می‌کنند که غالباً وجوه مورد نیاز برای توسعه طرح و ایده خود را در اختیار ندارند (ایزدخواه و اصغری زاده، ۱۳۸۸: ۱۴-۱۲). مطالعات دی‌پایلیس^۳ و ریردون^۴ (۲۰۰۷) و کیگوندو (۲۰۰۲) نشان می‌دهد که داده‌ها و اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی نقش مهمی در فرایند رشد و توسعه کسب و کارها برعهده دارند. طالبی و زارع بکتا (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای با عنوان آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) دانش بنیان به این نتیجه رسیده‌اند که باید تغییراتی در نوع و روش آموزش و نحوه تعامل صنعت با دانشگاه انجام شود. امین بیدختی و زرگر (۱۳۹۰) در مقاله خود

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 توسعه یافتگی 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 کارا تر به تحولات فزاینده جهانی، عکس العمل نشان دهند و به دلیل انعطاف پذیری 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، اشتغال زایی و جذب نیروی کار، نقش قابل توجهی دارند. هر کشور با توجه به شرایط ویژه خود تعریفی از این کسب و کارها 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 می‌باشد. اگرچه این شاخص در کشورهای مختلف به لحاظ تعداد متفاوت می‌باشد؛ اما بیشتر کشورها 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).

کسب و کارهای 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 فراهم ساختن فضای مناسب‌تر برای بروز خلاقیت)، باعث تحول در جامعه می‌شود. تحول در این چهار بُعد، با نوعی افزایش پویا و انعطاف پذیری آن در برابر تغییر و تحولات جهانی نیز همراه است (نوری و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۲).

1- Lindstrand
2- Reynolds
3- Depillis
4- Reardon

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.

در حوزه روستایی و مدیریتی امور اراضی روستا، شمس‌الدینی و امیری‌فهلپانی (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 در جهت استفاده بهینه پرداخته‌اند.

روش تحقیق

این پژوهش کمی و ماهیت و هدف آن کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها نیز توصیفی- پیمایشی می‌باشد. 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. با توجه به آنکه سنجش اهمیت و جایگاه هر یک از گویه‌ها و تعیین میزان اهمیت عوامل مؤثر بر تشکیل 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 می‌باشد؛ لذا 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 به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. از مجموع نمونه انتخاب‌شده، تعداد ۲۱۳ نفر به پرسشنامه‌ها به‌صورت کامل پاسخ دادند که در تحلیل داده‌های پژوهشی مورد استفاده قرار گرفت. در جدول شماره ۱ حجم نمونه انتخابی از جوامع مختلف آمده است.

با‌عنوان 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 راهگشای مشکلات این دسته از بنگاه‌ها باشد. 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، تسهیلات 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. چوئی^۱ (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.

شکور و کریمی قطب‌آبادی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای پژوهشی با‌عنوان، 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.

طالبی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با‌عنوان 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،

جدول ۱. جوامع پژوهش و حجم نمونه

ردیف	جامعه 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 تکمیل شده دریافتی		۲۱۳

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴)

تأیید پایایی پرسشنامه می‌باشد. برای افزایش روایی^۲ 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؛ لذا در شمولیت آن متغیر قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

۱- آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

همان‌گونه که اشاره شد، از مجموع ۲۳۵ پرسشنامه ارسالی برای نمونه پژوهش، ۲۱۳ پرسشنامه تکمیل شده دریافت شد که داده‌های این پرسشنامه در

پس از مطالعه تحقیقات، مطالعات و طرح‌های پژوهشی مراکز علمی، اجرایی و دانشگاهی به منظور 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 قرار داده شد (برای اعضای هیئت علمی و مدرسان ارسال پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار Google Docs انجام شد). به منظور تعیین نرمال بودن توزیع جامعه از آزمون کلموگروف-اسمیرنف^۱ استفاده شد. نتایج آزمون در جدول شماره ۲، نشان‌دهنده نرمال بودن جامعه آماری می‌باشد.

جدول ۲. آزمون کلموگروف-اسمیرنف برای تعیین نرمال بودن توزیع جامعه

213	N	
1.984	Mean	Normal parameters
0.835	Std. Deviation	
0.297	Absolute	Most Extreme Differences
0.203	Positive	
-0.314	Negative	
3.74	Kolmogorov- Smirnov	
0.000	Asymp. Sig. (2 tailed)	

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴)

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

جدول ۴. آزمون KMO و بارلت برای بررسی تناسب و کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عاملی

اندازه کفایت نمونه‌گیری KMO	۰.۸۹۴
آزمون بارلت	ضریب بارلت
	خی‌دو تقریبی
	sig
	درجه آزادی
۸۲۰۱,۰۷۱	۱۸۳۴
	۰,۰۰۰
	۱۹۰

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴)

در جدول شماره ۴ اندازه کفایت نمونه‌گیری KMO، آزمون مقدار واریانس درون داده‌هاست که می‌تواند به وسیله عوامل تبیین شود. در صورتی که مقدار KMO کمتر از 0.5 باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین 0.5 تا 0.69 باشد، می‌توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت؛ اما در صورتی که مقدار آن بزرگ‌تر از 0.7 باشد، همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود (زارع چاهوکی، ۱۳۸۹: ۵-۳). چون مقدار KMO برابر با 0.894 می‌باشد؛ بنابراین، کفایت تعداد نمونه‌ها برای به کار 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 می‌باشد.

یک تصمیم مهم در اجرای تحلیل عاملی مربوط به تعداد عوامل قابل استخراج برای چرخش می‌باشد. جهت تعیین اینکه چند عامل مناسب برای چرخش وجود دارد، از ملاک‌های مختلفی از جمله ملاک کیسر^۳ و آزمون اسکری کتل^۴ استفاده می‌شود. در این پژوهش برای تعیین تعداد عوامل از روش کیسر استفاده شده است. برپایه این ملاک، عواملی که دارای ارزش ویژه ۱ یا بیشتر می‌باشند، به عنوان 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 به همین دلیل از تحلیل خارج می‌شوند. در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، ۴ عامل دارای ارزش ویژه بزرگ‌تر از یک و قابل استخراج هستند.

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.

جدول ۳. آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

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: نگارندگان، ۱۳۹۴)

۲- تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه SMEs در روستاها

پس از جمع‌آوری داده‌ها و وارد کردن آن‌ها در نرم‌افزار SPSS برای بررسی تناسب و کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عاملی و همچنین تعیین انسجام درونی داده‌ها از آزمون KMO^۱ و بارلت^۲ استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

3- Kaiser criterion
4- Cattel's Scree Test

1- Kaiser-Myser-Oklin
2- Bartlett Test

جدول ۵. شاخص‌های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی

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

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴)

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 ۶ ماتریس چرخیده شده اجزا را به روش واریماکس نشان می‌دهد. این جدول میزان همبستگی هر عامل با متغیرهای بیست‌گانه را نشان می‌دهد.

هر چند مقادیر ویژه و درصدهای آن در حالت بعد از چرخش نسبت به حالت اولیه تغییر کرده‌اند؛ اما درصد تجمعی واریانس تبیین شده به وسیله تمام عناصر استخراج شده 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. همان گونه که بیان شد، برای بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک در روستاها باتوجه به نتایج به دست آمده از پرسشنامه و مشورت با نخبگان ۲۷

جدول ۶. 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				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: نگارندگان، ۱۳۹۴)

از عوامل (بار عاملی) اقدام کرد. در جدول شماره ۷ با تفکیک عوامل، میزان همبستگی متغیرها نشان داده شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

با مشخص شدن بار عاملی متغیرها بعد از چرخش واریماکس، می‌توان نسبت به تعیین عوامل و متغیرهای تعیین‌کننده آن و میزان همبستگی متغیرهای هریک

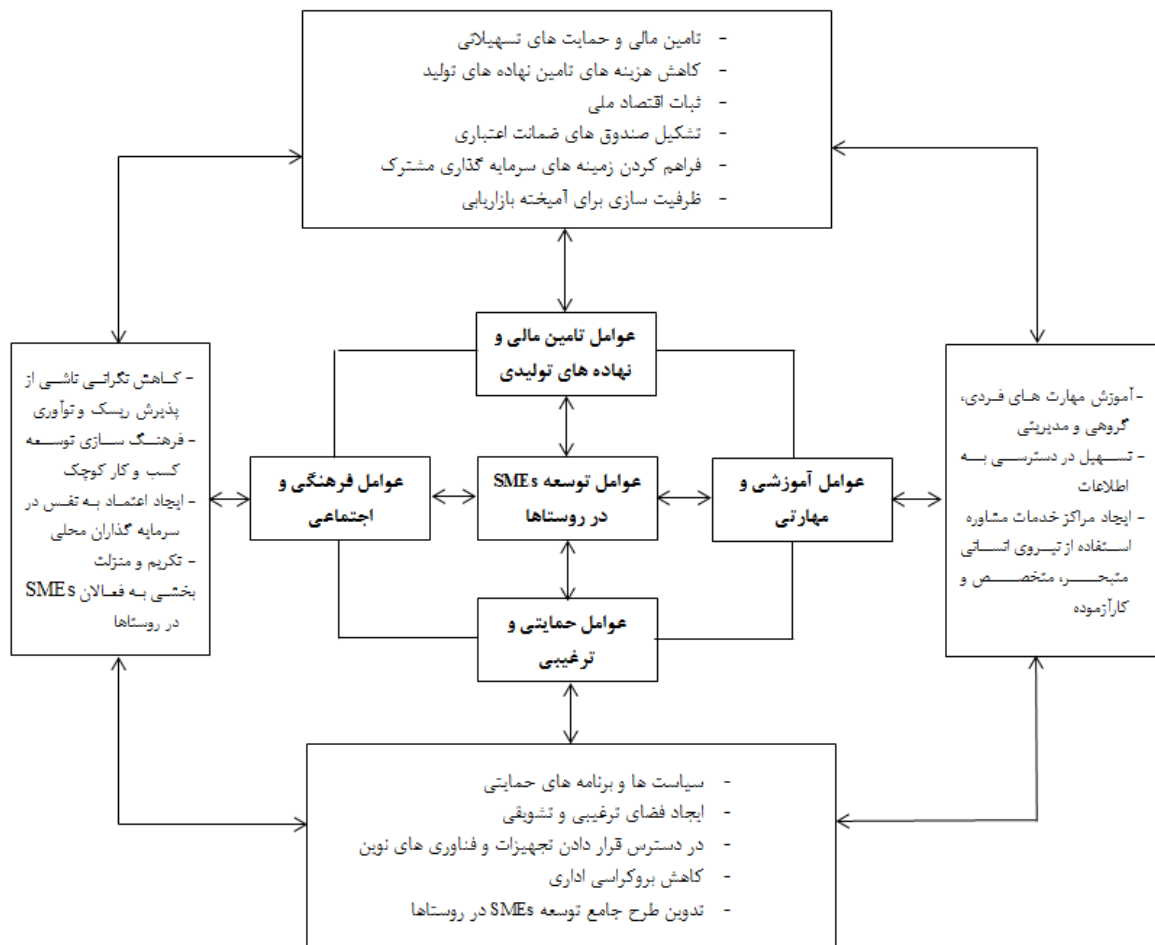
جدول ۷. عوامل تعیین‌کننده و بارعاملی متغیرها

شماره عامل	نام عامل	کد متغیر	متغیرهای تعیین‌کننده عامل (گویه‌ها)	بار عاملی
۱	عوامل تأمین مالی، نهاده‌های تولیدی	X ₃	تأمین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی	۰,۹۴۲
		X ₄	کاهش هزینه‌های تأمین نهاده‌های تولید	۰,۷۰۶
		X ₇	ثبات اقتصاد ملی	۰,۶۹۲
		X ₁₈	تشکیل صندوق‌های ضمانت اعتباری	۰,۵۸
		X ₁₉	فراهم کردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری مشترک	۰,۶۱۲
		X ₂₀	ظرفیت‌سازی برای آمیخته بازاریابی	۰,۷۸۴
تعداد متغیرها: ۶		مجموع بارعاملی متغیرها: ۴/۳۱۶		
۲	عوامل حمایتی و ترغیبی	X ₁	سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی	۰,۷۶۲
		X ₂	ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی	۰,۴۱۸
		X ₅	در دسترس قرار دادن تجهیزات و فناوری‌های نوین	۰,۵۴۹
		X ₉	کاهش بروکراسی اداری	۰,۷۱۳
		X ₁₁	تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها	۰,۶۶۵
		X ₁₆	بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌ها	۰,۷۲
تعداد متغیرها: ۶		مجموع بارعاملی متغیرها: ۳/۸۲۷		
۳	عوامل آموزشی و مهارتی	X ₆	آموزش مهارت‌های فردی، گروهی و مدیریتی	۰,۶۳۷
		X ₈	تسهیل در دسترسی به اطلاعات	۰,۵۱۱
		X ₁₂	ایجاد مراکز خدمات مشاوره	۰,۷۰۲
		X ₁₇	استفاده از نیروی انسانی ماهر، متخصص و کارآزموده	۰,۶۹۴
تعداد متغیرها: ۴		مجموع بارعاملی متغیرها: ۲/۵۴۴		
۴	عوامل فرهنگی و اجتماعی	X ₁₀	کاهش نگرانی ناشی از پذیرش ریسک و نوآوری	۰,۵۹۱
		X ₁₃	فرهنگ‌سازی توسعه کسب‌وکار کوچک	۰,۶۳۵
		X ₁₄	ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی	۰,۴۰۷
		X ₁₅	تکریم و منزلت‌بخشی به فعالان SMEs در روستاها	۰,۴۲۱
تعداد متغیرها: ۴		مجموع بارعاملی متغیرها: ۲/۰۵۴		

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴)

در این پژوهش جمعاً ۲۰ متغیر مؤثر بر ایجاد و توسعه 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. برپایه این ملاک، ۴ عامل 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 ۰/۷۵۳۱

درصد از واریانس کل متغیرها را توانستند تبیین کنند. بعد از انجام چرخش واریماکس، مشخص شد که هر کدام 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، هر کدام از این عوامل اصلی تحت عناوینی نام‌گذاری شدند. مدل نهایی تحقیق در شکل شماره ۱ آمده است.



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش
(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴)

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 مربوط به این عامل نامبرده‌اند، عبارت‌اند از: صالح و نوبیزری^۱ (۲۰۰۶)، سینگ و همکاران^۲ (۲۰۰۷) طالبی و همکاران (۱۳۹۱)، کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۳)، امین‌بیدختی و زرگر (۱۳۹۰)، وینر زیگ و واتسون^۳ (۲۰۰۶)، اسمیت و همکاران^۴ (۲۰۰۲)، آیدیس و آدشی^۱ (۲۰۰۶).

باتوجه به نتایج به‌دست آمده، در پایان ضمن توضیح هر یک از عوامل اصلی درمورد هر عامل پیشنهادهایی نیز در جهت 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 (۰/۲۳). 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 در جهت 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

1- Saleh and Nubisi
2- Sing et al
3- Wynarczyk & Watson
4- Smith et al

عامل دوم: حمایتی و ترغیبی

این عامل دارای ۶ متغیر با مجموع بارعاملی ۳/۸۲۷ می‌باشد 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 مربوط به 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^۲ (۲۰۰۸)، بارتلت و بوکوی^۳ (۲۰۰۱)، انوار و عندلیب (۱۳۸۶)، لیم^۴ (۲۰۰۷)، مامبولا^۵ (۲۰۰۲).

عامل سوم: آموزشی و مهارتی

این عامل دارای ۴ متغیر با مجموع بارعاملی ۲/۵۴۴ می‌باشد 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)، ساپرا همانیا و همکاران^۶ (۲۰۱۰)،

مجمومدار^۷ (۲۰۰۷)، رابسون و بنت^۸ (۲۰۰۷)، دوئرن^۹ (۲۰۰۹)، گیب^{۱۰} (۲۰۰۰).

عامل چهارم: فرهنگی و اجتماعی

این عامل به‌عنوان آخرین عامل از عوامل شناسایی شده برای ایجاد و توسعه SMEs در روستاها، دارای ۴ متغیر با مجموع بارعاملی ۲/۰۵۴ می‌باشد که ۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. برخی پیشنهادها در جهت 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.

از جمله مطالعاتی که این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده‌اند، عبارت‌اند از: ویکلاند و همکاران^{۱۱} (۲۰۰۹)، ابيولا^{۱۲} (۲۰۰۶)، هشی^{۱۳} (۲۰۰۱)، گری^{۱۴} (۲۰۰۰)، پیساریدس و همکاران^{۱۵} (۲۰۰۳).

منابع

امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ زرگر، سیدمجتبی. (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؛ اصغری‌زاده، عزت‌اله. (۱۳۸۸). «تأمین مالی در پروژه‌های تکنولوژی محور در مراحل مختلف عمر محصول». اولین کنفرانس مدیریت اجرایی، انجمن علمی مدیریت. صص ۴۰۱-۴۱۹.

7- Majumdar
8- Robson and Bennett
9- Doern
10- Gibb
11- Wiklund et al.
12- Abiola
13- Hashi
14- Gray
15- Pissarides et al.

1- Aidis and Adashi
2- Wells
3- Bartlett and Bukvi
4- lim
5- Mambula
6- Subrahmahya et al.

کریمی، آصف؛ بوذرجمهری، شهریار. (۱۳۹۳). تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۳.

مرادی نژاد، همایون؛ ایروانی، هوشنگ؛ شعبانعلی فمی، حسین؛ حسینی، سیدمحمود. (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.

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

نوری، سیامک؛ گلچین‌پور، مونا؛ حضوری، آزاده. (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؛ شافعی، رضا. (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 new 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

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.

برخورداری، فاطمه. (۱۳۸۹). چالش‌ها و راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی. ماهنامه بازارکار، جهاد دانشگاهی، سال ۱۱، شماره ۵۹۳. صص ۴۸-۳۲.

رضوانی، محمدرضا؛ احمدی، علی. (۱۳۸۸). شوراها و روستای، مشارکت مردمی و توسعه روستایی. فصلنامه جغرافیای انسانی، موسسه جغرافیا دانشگاه تهران، دوره ۱، شماره ۴. صص ۴۹-۳۵.

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.

شکور، علی؛ کریمی قطب‌آبادی، فضل‌اله. (۱۳۹۴). اولویت‌بندی استقرار صنایع روستایی در شهرستان مرودشت با استفاده از شاخص مرکزیت و مدل AHP، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، سال پنجم، شماره ۱۸. صص ۸۴-۷۳.

شمس‌الدینی، علی؛ امیری‌فهلپانی، محمدرضا. (۱۳۹۴). بررسی عوامل اثرگذار بر مدیریت کاربری اراضی روستایی در شهرستان ممسنی (با استفاده از مدل ترکیبی -TOPSIS) SWOT. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، سال پنجم، شماره ۱۹. صص ۱۰۰-۸۵.

طالبی، کامبیز؛ ایمانی‌پور، نرگس؛ عباسی‌بنی، صغرا. (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 ۱۸۳-۱۶۵.

طالبی، کامبیز؛ زارع‌یکتا، محمدرضا. (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 ۱۳۱-۱۱۱.

عسگری، منصور؛ ولی بیگی، حسن؛ برقی اسکوتی، محمد؛ راستی، مهدی؛ اثنی عشری، فرح. (۱۳۸۷). چگونگی رقابتی کردن بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهت توسعه صادرات. تهران: انتشارات آریا.

- 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 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
- 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.