



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۳، دوره ۶، شماره ۴، صص ۶۳۴-۶۲۴

اثرات پذیرش نوآوری در توسعه روستایی

کوثر لویمی^{۱*}، بهمن خسروی پور^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، دانشکده مهندسی

زراعی و عمران روستایی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، ملاتانی، ایران.

kosarloveymi2021@gmail.com

۲- استاد و عضو هیئت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، دانشکده مهندسی زراعی و عمران

روستایی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، ملاتانی، ایران.

b.khosravipour@gmail.com – khosravipour@Asnrukh.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۶

چکیده

امروزه با افزایش جمعیت در روستاها، کمبود منابع و درآمد ناکافی باعث بروز مشکلات و مسائلی در زمینه کشاورزی شده است. یکی از دلایل پیشرفت و ترقی جوامع امروزی انتشار و پذیرش نوآوری می باشد. زیرا با گذشت زمان نیازهای مردم روبه افزایش و یا تغییرات است، لذا راهکارهای جدید ضرورت دارد تا بتوانند به واسطه آنها نیازهایشان را برطرف کنند و این امر مقدمات پیشرفت و نقش برجسته ای در جامعه را فراهم می نماید. نوآوری یکی از شاخص های پیشرفت توسعه روستایی می باشد. پذیرش نوآوری ها و بهره گیری از آن ها در زندگی روزمره عامل توسعه کار، اشتغال زایی و افزایش درآمد و همچنین باعث ارتقا کیفیت زندگی و بهبود عملکرد در روستاها می شود. از آن جا که ریسک پذیری در جوامع روستایی پایین است این امر پذیرش نوآوری را در این جوامع با محدودیت مواجه می کند، لذا باید نسبت به نوآوری هایی در روستاها اقدام شود که با شرایط اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی این جوامع سازگار باشند. هدف این مقاله که به روش مروری و با استفاده از منابع کتابخانه ای و اینترنتی تهیه شده است، تلاش دارد ضمن بیان مفاهیم نوآوری و توسعه روستایی و تبیین ویژگی های نوآوری، پذیرش آن و اثراتی که در فرایند توسعه روستایی می گذارد، بررسی و پیشنهادهایی ارائه نماید.

واژه های کلیدی: پذیرش نوآوری، اشاعه نوآوری، توسعه روستایی، ریسک پذیری



مقدمه

در دنیای امروز مسائل های بی شماری در توسعه روستایی وجود دارد که یکی از آن ها ناموفق بودن راهبرد های گذشته است. این راهبرد ها نتوانسته اند مشکلاتی مانند فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تامین کنند (خیر اندیش و همکاران، ۱۳۹۷، ۴۴۲). مفهوم نوآوری در برگیرنده گروهی از راهبرد ها، مفاهیم و اندیشه هایی است که تامین کننده نیاز های اجتماعی است. این مفهوم یکی از عناصر بنیادین در راستای توسعه روستایی است (شفیعی ثابت و خاکسار، ۱۴۰۲). صاحب نظران با توجه به ارکان توسعه که اقتصاد، انسان و محیط زیست می باشد به مشارکت مردمی روستاییان در امر توسعه روستایی تاکید می کنند (دهقانی و صیدائی، ۱۳۸۹، ۲). توسعه به مفهوم بهبود مداوم در همه ی عرصه های زندگی انسانی اعم از مادی، معنوی و همچنین بهبود بنیان های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می باشد که انسان در فرایند توسعه به حیاتی با عزت نفس و اتکاء به خود همراه با گسترش دایره انتخاب در محدوده ی پذیرفته شده دست می یابد (کریم، ۱۳۹۴، ۶).

تعاریف متفاوت از مفهوم توسعه نشان دهنده این است که هدف اساسی توسعه رشد و تعالی همه جانبه جوامع انسانی است و از جمله اقدامات اساسی در مسیر پیشرفت و توسعه، شناخت و درک شرایط و مقتضیات جوامع انسانی و نیاز های آنان در ابعاد مادی و معنوی می باشد (هلالی، ۱۳۹۷، ۱۴). رشد و توسعه ی اقتصادی در یک جامعه مستلزم این است که افراد در بخش های مختلف جامعه با خطر پذیری به نوآوری دست بزنند و با این کار روش ها و راه حل های جدید و کارآمد را جایگزین روش های ناکارآمد قبلی کنند (خانی و موسوی، ۱۳۹۶، ۹۱۸). یکی از شاخص های پیشرفت و تلقی توسعه روستایی، پذیرش نوآوری است (حمدی پور و بیگدلی، ۱۳۹۳، ۲).

مفهوم نوآوری

نوآوری به عنوان یک فرایند که با یک ایده آغاز می شود و از طریق توسعه یک اختراع و نتایج حاصل از یک معرفی یک محصول، فرایند و یا خدمت جدید به بازار موجب کسب درآمد و سودآوری می گردد شناخته می شود. زمانی که مصرف کننده تصمیم به استفاده کامل از یک نوآوری می گیرد پذیرش می گویند (شوقی آغجه مشهد و همکاران، ۱۴۰۲، ۱۲۵). نتایج پژوهش کرمی و فنایی ۱۳۷۳ نشان داده که روند پذیرش نوآوری تحت تاثیر ویژگی های نوآوری و عوامل برگرفته از ویژگی های پذیرندگان می باشد.

ویژگی های نوآوری که بر پذیرش آن تاثیر زیادی دارند عبارتند از:

- ۱- مزیت نسبی: درجه ای که مشتری یک محصول یا خدمت را متفاوت و بهتر از گزینه های جایگزین آن درک یا برداشت می کند. ۲- سازگاری: درجه ای که یک محصول یا خدمت جدید در راستای عادات، تجربیات، انتظارات، ارزش

ها و نیازهای مشتریان باشد. ۳- پیچیدگی: ادراک مشتریان از اینکه استفاده از نوآوری جدید تا چه حد آسان و ساده است. ۴- آزمون پذیری: این متغیر امکان آزمایش محصول نوآوری جدید و ارزیابی منافع و سودمندی آن را بیان می کند. ۵- قابلیت رویت: میزانی که نوآوری قابل مشاهده است و مخاطبان بتوانند تاثیر های مثبت نوآوری را ببینند و در زندگی خود احساس کنند (فرزین و ممدوحی، ۱۴۰۰، ۳۴۲۵).

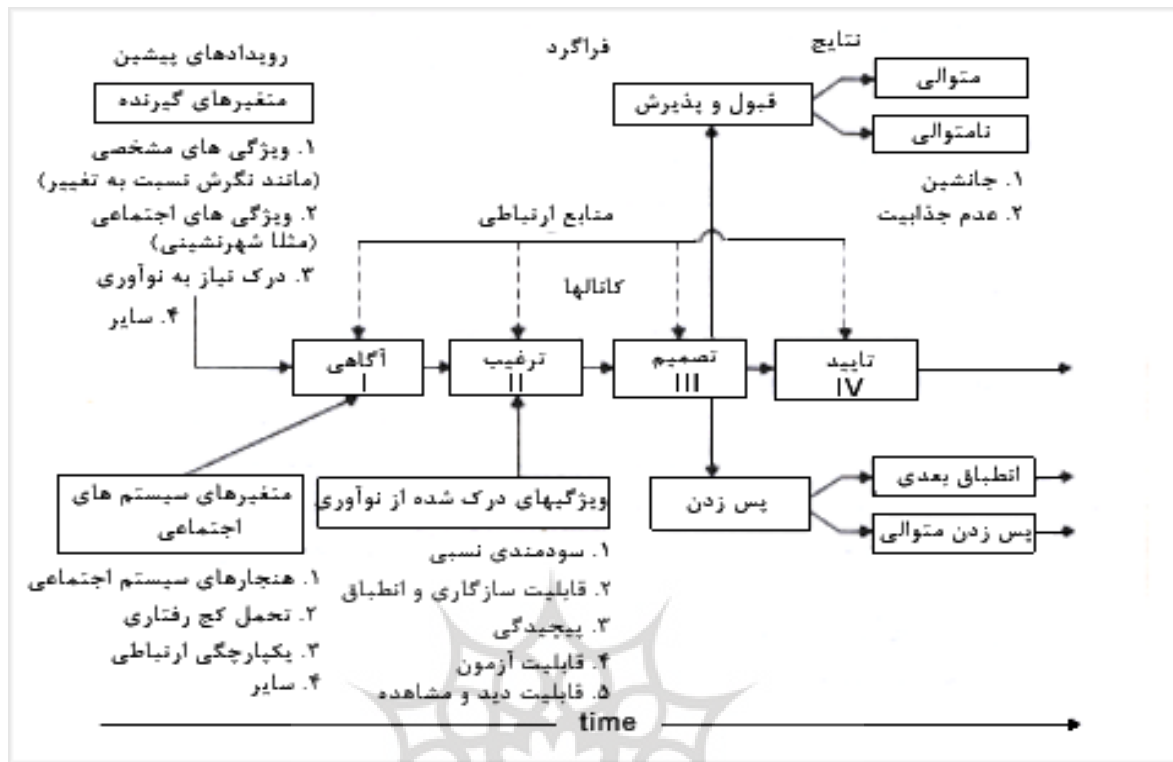
مفهوم پذیرش نوآوری

فرایند پذیرش نوآوری سیستمی است که طی آن فرد با یک واحد تصمیم گیری از اولین اطلاع راجع به نوآوری، تشکیل نگرش نسبت به نوآوری، به تصمیم در خصوص پذیرش یا رد، به اجرای ایده نو و تثبیت این تصمیم عبور می کند (رضوانفر و زارع، ۱۳۸۴، ۴۹).

فرایند پذیرش شامل پنج مرحله می باشد:

- ۱- مرحله آگاهی: فرد از وجود ایده ی جدید آگاه می شود، اما در مورد آن اطلاعات کافی در اختیار ندارد.
 - ۲- مرحله علاقه: فرد به نوآوری علاقه و توجه پیدا می کند و در جستجوی کسب اطلاعات بیشتر است.
 - ۳- مرحله ارزشیابی: فرد اثر ایده ی جدید را در موقعیت کنونی و یا آینده ارزشیابی کرده و تصمیم می گیرد که ایده ی جدید را امتحان کند یا خیر.
 - ۴- مرحله آزمون: فرد ایده ی جدید را در مقیاس کوچکی به کار می گیرد تا کاربرد آن را در شرایط خود تعیین کند.
 - ۵- مرحله پذیرش: فرد ایده جدید را به طور مداوم و کامل مورد استفاده قرار می دهد (اسدی و آستانه، ۱۳۹۵، ۳).
- اگر این پنج مرحله در طی یک دوره زمانی معین با موفقیت طی شود در نهایت منجر به اشاعه آن نوآوری خواهد شد (لهسایی زاده و حبیبی راد، ۱۳۸۹، ۵). انتشار نوعی تغییر اجتماعی است، زمانی اتفاق می افتد که افراد نوآوری را پذیرفته یا رد کنند (Galagedarage, 2015).

راجرز ارتباط را به عنوان "یک فرآیند که در آن شرکت کنندگان اطلاعات را ایجاد و با یکدیگر برای رسیدن به درک متقابل اشتراک گذاری می کنند" تعریف می کند. ارتباطات از طریق انتقال پیام از منابع به گیرنده رخ می دهد. راجرز بیان می کند که "منبع یک فرد یا موسسه هایی است که پیامی را ایجاد می کند. یک کانال، وسیله ای است که پیامی از منبع به گیرنده می رساند (یاوری گهر و حیاتی، ۱۳۹۹، ۳۱). کانال های ارتباطی به درجه ای اطلاق می شود که مردم در مورد آن صحبت می کنند و اخبار مربوط به نوآوری ها را پخش می کنند. کانال های ارتباطی به دو صورت هستند: ۱- کانال های رسانه های جمعی: ویدیو ها یا تبلیغات تلویزیونی در رسانه های اصلی باعث ایجاد دانش در مورد نوآوری می شوند. ۲- کانال های بین فردی: ارتباط بینا فردی در تغییر نگرش افراد نسبت به نوآوری بسیار موثر است که در نهایت بر تصمیم آنها برای پذیرش یا رد نوآوری تاثیر می گذارد (Kaminski, 2011).



شکل شماره (۱): چارچوب نظریه نشر نوآوری (عباد اللهی و همکاران، ۱۳۹۲، ۸۱).

اهمیت پذیرش نوآوری

نوآوری یک عامل مرکزی برای توسعه مناطق روستایی، هم از نظر تنوع و هم از نظر افزایش رقابت پذیری می باشد (Esparcia, 2014). آنچه در فرایند نوآوری مهم است بومی سازی و اشاعه آن در سطوح مختلف و متقاعد ساختن افراد به استفاده از آن می باشد. اگر دانش و بینش پذیرندگان نوآوری مثبت باشد، آنها سریع تر نوآوری را به جامعه ی حرفه ای خود منتقل خواهند نمود و فاصله ی زمانی اشاعه نوآوری نسبتا کم خواهد شد و در نتیجه جامعه به سمت توسعه ی پایدار حرکت خواهد نمود (حمدی پور و بیگدلی، ۱۳۹۳، ۲). افزون بر این می توان گفت که تحقق توسعه روستایی تابعی از تغییر و تکامل دانش و مهارت کشاورزان است زیرا همانطوری که آن ها از پذیرش نوآوری های جدید و جدید تر استقبال می کنند و به تبع افکارشان نیز متحول می گردد و در نتیجه نگرش جدیدی در آن ها نسبت به فعالیت های کشاورزی ایجاد می شود در نهایت می توان گفت که مجموعه این دگرگونی ها اعتماد به نفس روستاییان را بالا می برد و به توسعه روستایی منجر می گردد (ساربان، ۱۳۹۱، ۱۶۹).

در راستای پذیرش نوآوری تغییر اجتماعی برای رسیدن به نوسازی لازم و ضروری است و برای دستیابی به آن باید مردم آگاه و متقاعد و با سواد باشند که در همین حین جریان آزاد و کافی اطلاعات که با توسعه رسانه های جمعی حاصل می شود به عنوان پشتیبانی برای سیاست ملی عمل می کند و موجب ارتقا آرزو ها، تمرکز توجه عمومی بر نیاز های توسعه، تحکیم معیار های اجتماعی نوسازی شده و اصلاح نگرش ها می باشد (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۸، ۳).

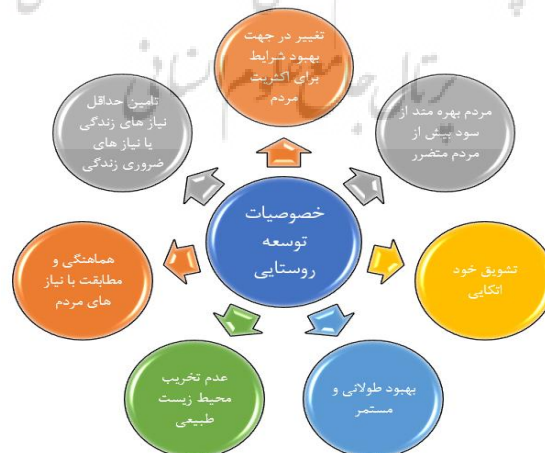
مفهوم توسعه

مفهوم توسعه، همه جنبه های زندگی بشری را در بر می گیرد به طوری که از نیاز های انسانی آغاز می شود و به مسائل زندگی معنوی انسان نیز می پردازد (ریاحی و همکاران، ۱۴۰۰، ۱۲۸). توسعه از جمله مفاهیمی است که با زندگی افراد رابطه تنگاتنگی دارد و ناظر بر بالا بردن سطح زندگی از طریق ایجاد شرایط مطلوب و بهینه می باشد. بنابراین کوشش برای دستیابی به توسعه باید به شکلی باشد که منافع اکثریت مردم را در بر گیرد در صورتی که بخش محدودی از جامعه از فرایند توسعه که خود یک فرایند تغییر مطلوب است بهره مند شوند، نمی توان آن را توسعه نامید (انصاری، ۱۳۹۸، ۱۰۷).

مفهوم توسعه روستایی

توسعه روستایی فرایند آباد شدن مناطق روستایی است. صنایع کشاورزی و روستایی همواره به عنوان یکی از فعالیت های محوری و موثر در توسعه روستایی و کمک به عمران و توسعه پایدار روستا ها از طریق مشارکت مردم است (محمدی، ۱۳۹۴، ۴۱).

با توجه به مفهوم توسعه روستایی می توان مهم ترین خصوصیات توسعه روستایی را مطابق شکل زیر نشان داد.



شکل شماره (۲): خصوصیات توسعه روستایی (بیرانوند زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

اهمیت توسعه روستایی

توسعه و توسعه روستایی راهبردی است که برای بهبود زندگی اجتماعی و اقتصادی مردم به معنای بالا بردن سطح زندگی، فراهم ساختن کار برای حصول شرایط ترقی در نظام اقتصادی و اجتماعی جوامع است. توسعه نه تنها اهداف اقتصادی را در بر می گیرد بلکه شامل جنبه های اجتماعی و روانی جامعه نیز می شود (ریاحی و همکاران، ۱۴۰۰، ۱۲۸). همچنین توسعه روستایی به بهبود بخشیدن به روش های سنتی تولیدات کشاورزی و بهره برداری بهینه از زمین و منابع تولید و توزیع محصولات کشاورزی و از سوی دیگر تخفیف گرسنگی و محو فقر و از زرف دیگر به منظور نوسازی اجتماعی و فرهنگی روستاها که خود منبعث از توجه به مسائل انسانی و ضرورت های سیاسی است. بنابر این توسعه روستایی به خاطر حل مشکلات و مخصوصاً برآوردن نیاز های اساسی مردم روستایی از اهمیت و اولویت خاصی برخوردار است.

به طور کلی ضرورت توجه به توسعه روستایی ناشی از عوامل زیر است:

۱. توسعه کشاورزی
۲. توزیع بهینه جمعیت
۳. استفاده از ظرفیت های تولیدی
۴. باز سازی ظرفیت های تولیدی
۵. باز سازی اقتصاد کشور
۶. عدالت اجتماعی، رفع فقر و محدودیت های اجتماعی (قنبری، ۱۳۹۶).

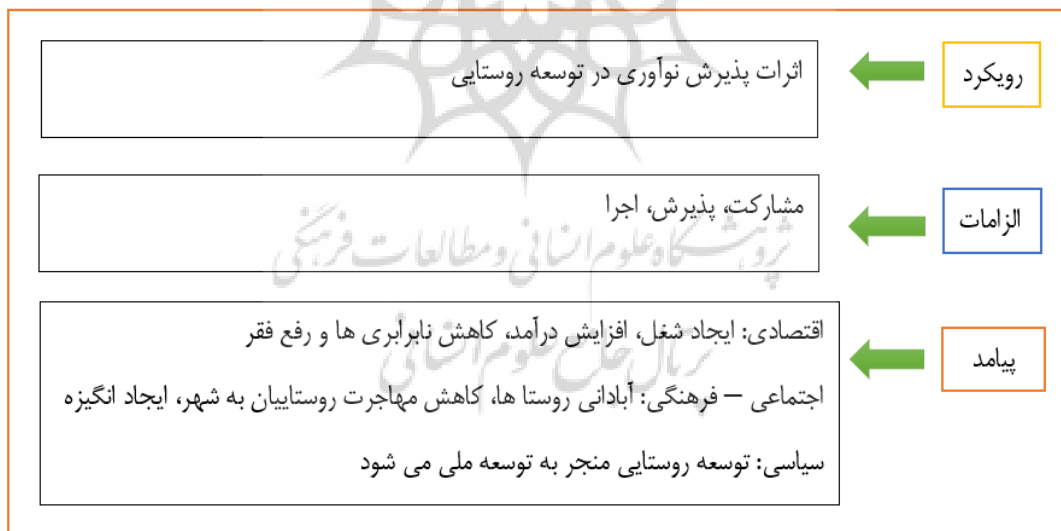
اثرات پذیرش نوآوری در توسعه روستایی

به پشتوانه پذیرش نوآوری ها بسیاری از نیاز های جامعه را می توان برطرف نمود و حرکت آن را به سوی توسعه پایدار مهیا ساخت. از یک طرف ورود تکنولوژی و فن آوری آن در ابعاد مختلف، ایجاد و گسترش صنایع در مناطق روستایی کشور و طرح آن به عنوان یک جریان تولیدی وسیع و همه جانبه و در یک جایگاه مکمل و پشتیبان بخش کشاورزی و افزایش درآمد شاغلان این بخش و هم ایجاد صنعت روستایی کشور می باشد. توسعه روستایی در افزایش تولید و بهره گیری از ظرفیت های مناطق روستایی خلاصه نمی گردد بلکه ایجاد کیفیت های جدید زندگی در جهت رشد و تعالی انسان ها نیز در این چارچوب مطرح می شود. بنابراین گسترش نوآوری ها در جامعه روستایی علاوه بر جلوگیری از مهاجرت بی رویه روستاییان به شهرها باعث توسعه کشاورزی از طریق افزایش درآمد شاغلین این بخش، افزایش خدمات

مورد نیاز و متنوع کردن فعالیت های غیر کشاورزی جهت جذب نیرو های انسانی بخش کشاورزی بر اساس اهداف عمده می باشد (فتحی و مطلق، ۱۳۸۹، ۴۸).

در توسعه روستایی پذیرش نوآوری با ظهور فرایندهای یادگیری جمعی جدید، هماهنگی و ارتباط و توانمندی مرتبط است که منجر به افزایش سرمایه اجتماعی می باشد (Neumeier, 2017). همچنین باعث پیشرفت دانش علوم اجتماعی و تغییرات در مواهب فرهنگی می شود (Ruttan, 1989).

پذیرش نوآوری کلید افزایش بهره وری مزرعه است که این امر علاوه بر افزایش بهره وری کشاورزی، دسترسی به غذا و درآمد روستایی را افزایش می دهد (Iheke et al, 2013). از آنجا که پذیرش از جانب روستائیان از الزامات اصلی در انتشار نوآوری است، بنابراین نوآوری هایی باید در جوامع روستایی ترویج شوند که با شرایط اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی این جوامع سازگار باشند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۳، ۴). در بسیاری از مناطق، کشاورزان می توانند مبنای درآمد خود را به عنوان کارآفرینان روستایی، توسعه خدمات جدید و کاوش در بازارهای جدید افزایش دهند البته قابل ذکر است که نهادها، ادارات و خدمات ترویجی که مأموریت آنها حمایت از تغییرات است، اگر نپذیرند که نیازهای کشاورزان و جامعه تغییر کرده است، می توانند به موانعی در برابر نوآوری تبدیل شوند (Knickel et al, 2009). بر اساس یافته های مطالعات و تحقیقات انجام شده در خصوص نوآوری، می توان مدل مفهومی شکل (۳) را ارائه داد:



شکل شماره (۳): مدل مفهومی پژوهش

نتیجه

این مقاله پذیرش نوآوری توسط روستائیان را مورد بررسی قرار داده است، زیرا موجب ارتقا سطح کیفی و کمی روستاها، کاهش مهاجرت روستائیان به شهر، کمک به بهبود و ارتقا شاخص های کیفیت زندگی، همچنین باعث ایجاد انگیزه و اشتیاق برای حضور در جامعه روستایی، افزایش کارایی و عملکرد، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد می شود که در نهایت، جامعه روستایی در حالت پیشرفت و ترقی قرار می گیرد و لذا لازم به ذکر است که اگر بدون آگاهی و در اختیار نداشتن اطلاعات لازم در مورد نوآوری تصمیم به پذیرش آن بگیرند ممکن است عملکردی عکس داشته باشد و باعث ایجاد دگرگونی های منفی در جامعه روستایی شود. لذا می توان با برنامه ریزی مناسب، آموزش، به نمایش گذاشتن نوآوری ها و دستاورد ها، بیان کاربرد ها به زبان ساده و با تعامل با روستائیان موجب ایجاد انگیزه، مشارکت، افزایش دانش فنی و تصمیم گیری عاقلانه در آن ها خواهد شد که همه این آیتم ها باعث ارتقا توسعه روستایی می شود.

منابع

۱. ازکیا، مصطفی، نوابخش، مهرداد، ایمانی، علی. (۱۳۸۸). عوامل موثر بر نشر فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در جامعه روستایی (مطالعه تجربی: روستای قرن آباد)، مجله جهانی رسانه، دوره ۴، شماره ۷، صص: ۳۰-۱.
۲. اسدی، فرشته، رشیدی آستانه، متین. (۱۳۹۵). رویکرد های مرتبط با انتشار و پذیرش نوآوری، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کارآفرینی با تاکید بر شرایط اقتصاد مقاومتی، ۷ مهر، موسسه نمودار توسعه داتیس، ایران.
۳. انصاری، عصمت. (۱۳۹۸). بررسی اهمیت و نقش توسعه و کارآفرینی روستایی در بهبود مناطق روستایی. فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۲، شماره ۳، صص: ۱۰۴-۱۱۹.
۴. بیرانوند زاده، مریم، سبحانی، نوبخت، فلاحی خوشحی، مصطفی، علی زاده، سیر دانا. (۱۳۹۷). تحلیل سطوح پایداری توسعه روستایی در استان کرمانشاه، مجله علوم جغرافیایی (جغرافیایی کاربردی)، دوره ۱۴، شماره ۲۹، صص: ۶۹-۸۱.
۵. حمدی پور، افشین؛ بیگدلی، زاهد، ۱۳۹۳. تحلیل استنادی روند جهانی پژوهش های اشاعه نوآوری. مطالعات کتابداری و علم اطلاعات (مجله علوم تربیتی و روانشناسی)، دوره ۶، شماره ۲، صص: ۱-۱۸.

۶. خانی، فضیله، سادات موسوی، سمیه. (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل موثر بر پذیرش نوآوری در بین کارآفرینان روستایی (مطالعه موردی: دهستان سولقان)، فصلنامه پژوهش های جغرافیایی انسانی، دوره ۴۹، شماره ۴، صص: ۹۱۷-۹۳۴.
۷. خیر اندیش، مسعود، محمدی خیاره، محسن، امینی، هادی. (۱۳۹۷). تاثیر نوآوری بر توسعه روستایی با تاکید بر نقش میانجی کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: خراسان شمالی)، فصلنامه راهبرد های توسعه روستایی، دوره ۵، شماره ۴، صص: ۴۵۳-۴۴۱.
۸. دهقانی، امین، صیدائی، سید اسکندر. (۱۳۸۹). نقش مشارکت های مردمی در توسعه روستایی با تاکید بر مشارکت های سنتی و جدید (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان نورآباد ممسنی)، فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، دوره ۲۱، شماره ۱، صص: ۸-۱.
۹. رضوانفر، احمد، زارع، عادل، (۱۳۸۴). مدل اثر بخشی کاربرد کانال های ارتباطی و منابع اطلاعاتی مختلف در پذیرش فن آوری GPS، مجله علوم کشاورزی ایران، دوره ۳۷، شماره ۲، صص: ۶۰-۴۹.
۱۰. ریاحی، وحید، عزیزی، سمیه، نصیری زارع، سمیه. (۱۴۰۰). سنجش مفهوم توسعه ی روستایی با تأکید بر دیدگاه روستاییان (مورد مطالعه: شهرستان دماوند)، دوره ۱۳، شماره ۱، صص: ۱۴۵-۱۱۹.
۱۱. ساربان، حیدری. (۱۳۹۱). توانمند سازی گامی اساسی در جهت نیل به توسعه روستایی (مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۷، دوره ۶، شماره ۳، صص: ۱۶۹-۱۸۸.
۱۲. شوقی آغجه مشهد، فاطمه، فرخ بخت فومنی، علیرضا، قلی پور سلیمانی، علی. (۱۴۰۲). ارائه الگویی جهت پذیرش تکنولوژی و نوآوری های جدید در حوزه انرژی های تجدید پذیر توسط مصرف کنندگان ایرانی با رویکرد اقتصادی و مالی و اجتماعی مبتنی بر نظریه بنیاد، فصلنامه اقتصاد مالی، دوره ۱۷، شماره ۱، صص: ۹۱۷-۹۳۴.
۱۳. عباد اللهی، نوراله، چشمه سهرابی، مظفر، نوشین فرد، فاطمه. (۱۳۹۲). تحلیل عوامل فناورانه موثر بر پذیرش فناوری بر اساس نظریه اشاعه نوآوری راجرز: مورد پژوهشی نرم افزار نمایه نشریات، فصل نامه دانش شناسی، دوره ۷، شماره ۲۶، صص: ۹۲-۷۹.
۱۴. فتحی، سروش، مطلق، معصومه. (۱۳۸۹). رویکرد نظری بر توسعه پایدار روستایی مبتنی بر فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیایی انسانی، دوره ۲، شماره ۲، صص: ۶۷-۶۶.
۱۵. فرزین، ایمان، ممدوحی، امیر رضا. (۱۴۰۰). پذیرش اتومبیل خودران با استفاده از نظریه های یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری و اشاعه نوآوری. (۱۴۰۰). نشریه مهندسی عمران امیر کبیر، دوره ۵۳، شماره ۸، صص: ۳۴۲۳-۳۴۳۶.

۱۶. قدیری معصوم، مجتبی، چراغی، مهدی، کاظمی، نسرین، زارع، زهره. (۱۳۹۳). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی (مورد: دهستان غنی بیگللو، شهرستان زنجان)، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، صص: ۳-۱۷.

۱۷. قنبری، علی. (۱۳۹۶). گزارش پژوهشی ضرورت توجه به توسعه روستایی کشور. قابل دسترس در سایت:

<https://www.iribnews.ir/008UMx>

۱۸. کریم، محمد حسین. (۱۳۹۴). اقتصاد و توسعه روستایی. (چاپ اول). تهران: نشر نور علم. صص: ۶.

۱۹. لهسایی زاده، عبدالعلی، حبیبی راد، آرزو. (۱۳۸۹). مطالعه عوامل موثر بر پذیرش و بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات (مطالعه موردی: روستاهای استان فارس)، مجله جهانی رسانه، دوره ۵، شماره ۱، صص: ۱-۱۹.

۲۰. محمدی، حامد. (۱۳۹۴). توسعه روستایی: یک خط مشی مناسب جهت دستیابی به توسعه پایدار در ایران، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، دوره ۱۱، شماره ۱۸۹، صص: ۳۹-۵۰.

۲۱. شفیعی ثابت، ناصر، خاکسار، سوگند. (۱۴۰۱). [ارزیابی و بررسی میزان رضایتمندی روستاییان](#)

[از کیفیت خدمات مدیریت محلی \(موردپژوهی: سکونتگاههای روستایی شهرستان ری\)](#)، فصلنامه برنامه

ریزی منطقه ای، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص: ۱۲۳-۱۳۸.

۲۲. هلالی، علی. (۱۳۹۷). کارگاه آموزشی مدل‌های نوآورانه توسعه جامعه روستایی، موسسه پژوهش‌های

برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی وزارت جهاد کشاورزی، صص: ۱-۳۶. قابل دسترس در

سایت:

<https://www.agri-peri.ac.ir/dorsapax/userfiles/file/980910.pdf>

۲۳. یآوری گهر، فاطمه، حیاتی، خلیل. (۱۳۹۹). نوآوری پایدار در صنعت مهمان نوازی: بررسی نقش اشاعه

نوآوری، فشارهای محیطی، بازاریابی سبز و تعهد منابع، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال

پانزدهم، دوره ۱۵، شماره ۵۲، صص: ۲۷-۵۱.

24. Esparica, J. (2014). Innovation and networks in rural areas An analysis from European innovative Projects. Journal of rural studies, Volume 34, Pages 1-14.

25. Galagedarage, T., Salman, A. (2015). Issues Internet Adoption and Rural Development: Theory of the Diffusion of Innovation. The Journal of Development Communication. 26 (1): 10-10.

26. Iheke, O., Chukwudi, J. (2013). Innovation Adoption, Farm Productivity and Poverty Status of Rural Smallholder farm Households in South-East, Nigeria. 4th International Conference of the African Association of Agricultural Economists. 22-25 of September.

27. Kaminski, J. (2011). Diffusion of Innovation Theory. Canadian Journal of Nursing Informatics, Volume 6 (2): 1-6.
28. Knickel, K., Brunori, G., Rand, S., Proost, J. (2009). Towards a Better Conceptual Framework for Innovation Processes in Agriculture and Rural Development: Linear Models to Systemic Approaches. 15 (2). Pages 131-146.
29. Neumeier, S. (2017). Social innovation in rural development: identifying the key factors of success. The Geographical Journal. Vol 183, No 1, pp: 34-46.
30. Ruttan, V. (1989). Institutional innovation and agricultural development. World Development, Volume 17, Issue 9, Pages 1375-1387.

