

تدوین مدل توسعه شرکتهای کوچک و متوسط کارآفرین در روستاهای استان ایلام

نبی امید - دانشجوی دکتری مدیریت مالی، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران
اسفندیار محمدی* - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران
یاسان‌اله پور اشرف - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران
کرم خلیلی - استادیار گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۱۹

چکیده

شرکتهای کوچک و متوسط با دارا بودن ویژگی‌های چون، انعطاف و انطباق پذیری محیطی در شرایط متغیر، نیازمندی به سرمایه اندک و سادگی ساختار، همخوانی مناسبی با وضعیت اقتصادی روستاهای ایران دارند. در اغلب کشورهای توسعه یافته محور فعالیت‌های و نوآوری‌های اقتصادی بر روی شرکتهای کوچک و متوسط قرار گرفته است. 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 ۵۹۸ نفر از کارشناسان و مدیران دستگاه‌های اجرایی فعالان اقتصادی روستاها (کارآفرینان و تعاونی‌داران روستایی) و اساتید دانشگاه بودند که از این میان با استفاده از فرمول کوکران، ۲۳۵ نفر براساس روش نمونه‌گیری گروهی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای پایایی گزاره‌های پژوهش، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد و از روش غربال‌زنی نیز برای اعمال رویی در پرسش‌نامه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ تمام گزاره‌ها، مقادیر بیشتر از ۰/۸۷۳+ داشته‌اند که نشانگر تأیید پایایی پرسش‌نامه می‌باشد. برای افزایش روایی علاوه بر تأیید آن از طریق غربال‌زنی، روایی صوری پرسش‌نامه نیز، توسط اساتدان گروه مدیریت و آمار دانشگاه پیام نور و دانشگاه ایلام نیز بازرنگری و تأیید شد. در این پژوهش از میان ۳۸ متغیر شناسایی شده، بعد از انجام بررسی‌های لازم و زمینه‌شمولیت متغیرها، جمعاً 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 نهادهای 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. نام گذاری این عوامل با توجه به محتوای متغیرها و با و در نظر گرفتن ادبیات و پیشینه تحقیق، انجام گرفت. 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.

واژه‌های کلیدی: روستا، ایلام، کارآفرینی، شرکتهای کوچک و متوسط

نحوه استناد به مقاله:

امیدی، نبی، محمدی، اسفندیار، پور اشرف، یاسان‌اله و خلیلی، کرم. (۱۳۹۹). تدوین مدل توسعه شرکتهای کوچک و متوسط کارآفرین در روستاهای استان ایلام. مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۵(۲)، ۵۹۵-۶۱۲.

http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_672849.html

مقدمه

مقاله توسعه کارآفرینی تحت تأثیر عوامل مختلفی است. در تعاریف و مفاهیم ارائه شده در مورد کارآفرینی، از آن به عنوان مفهومی پیچیده و چند بعدی و دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی یاد شده که توسعه آن در جوامع متضمن توجه به ابعاد مختلف است (Audretsch, 2002: 52). کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمند سازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی به منظور تغییر الگوی زندگی کنونی به الگوی مطلوب و شایسته انسانی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی بوده و در عین حال ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار به شمار می‌رود (Faraji Sabokbar et al: 2010: 61). این نوع کارآفرینی، به کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب و کار جدید است. 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: 356). به طوری که امروزه اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استوار است (Ezadkhah & Asgharezadehe, 2007: 27). کسب‌وکارهای کوچک به واسطه سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات و سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها برخوردارند (Wilkinson & Brouthers, 2006: 239) 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. براساس 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 خصوصی سازی است، داشته باشند (Naserbakht, 2001: 24).

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 and et al, 2003: 254). توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط شاخصی کلیدی از نظام پیشران توسعه روستایی به شمار می‌رود (Moradi et al, 2006: 184). مؤسسه‌های توسعه، کارآفرینی روستایی را قابلیت برای ایجاد فرصت‌های شغلی تلقی می‌کنند، سیاست‌مداران آن را به عنوان راه‌حلی مهم برای پیشگیری از آفت‌نگی روستا می‌شناسند، کشاورزان کارآفرینی را ابزاری برای بهبود درآمدهای کشاورزی در نظر می‌گیرند و زنان آن را به عنوان امکان کار در مجاورت منازلشان تلقی می‌کنند. البته برای تمامی این گروه‌ها، کارآفرینی و اشتغال وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده‌ها و اجتماع‌ها به شمار می‌رود که نتیجه تعامل آن، ایجاد محیط و اقتصاد سالم است (Passeban, 2004: 23). خدمات دولتی و غیردولتی گسترده‌ای در زمینه ایجاد و توسعه اشتغال در سطح مناطق روستایی کمتر توسعه‌یافته کشور انجام شده است؛ ولی بسیاری از اهالی مناطق مزبور، همچنان زیر خط فقر به سر می‌برند. علت این تناقض را می‌توان در نبود راهبرد مبتنی بر عارضه‌یابی جست‌وجو کرد. بخش عمده‌ای از سیاست‌های دولتی و برنامه‌های غیردولتی در حوزه توسعه کارآفرینی، بدون صرف زمان لازم برای شناسایی دقیق عوامل مؤثر بر موضوع، با عبور از نیازهای واقعی روستاییان تصویب و اجرا شده است و در عمل نتیجه مثبتی به همراه ندارد (Ezami, 2011:18).

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 (Vafaei & Shafey, 2009: 238). براساس نتایج سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ جمعیت روستایی ایران حدود ۲۰ میلیون ۷۳۰ هزار نفر اعلام شده که معادل ۲۶ درصد جمعیت کل کشور می‌باشد. بر حسب وضع اقتصادی، جمعیت با سن ۱۰ سال و بیشتر روستایی کشور، ۱۶ میلیون و ۷۴۲ هزار نفر بوده که از این تعداد ۶ میلیون و ۸۳۹ هزار نفر جمعیت فعال (مشغول به کار) بوده‌اند. (Statistics Center of Iran, 2017). این در حالیست که نسبت به سرشماری پیشین، جمعیت کل روستایی کشور ۱ میلیون و ۲۷۰ هزار نفر کاهش یافته است.

روستاهای استان ایلام با برخورداری از توانمندی‌های لازم و دسترسی به بازار مناسب با هزینه اندک (نزدیکی به مرز عراق و امکان توسعه صادرات) می‌توانند عامل تحرک اقتصادی باشند. ارائه مدلی جامع مبتنی بر دیدگاه واقع‌گرا و عملیاتی (قابل اجرا) با در نظر داشتن محدودیت‌های موجود، مورد توجه پژوهش حاضر است.

کارآفرینی روستایی، بر کارآفرینی در حال ظهور در مناطق روستایی ناظر است. امروزه، نیاز روبه‌رشدی به کارآفرینان روستایی برای ایجاد واحدهای تولیدی با فرصت‌های شغلی، برای روستاها احساس می‌شود. صاحب‌نظران و نهادهای توسعه، کارآفرینی روستایی را به‌عنوان مداخله‌ای راهبردی برای ارتقای توسعه روستایی و تسریع در روند آن می‌دانند (Saxena, 2012:11). کارآفرینی روستایی تنها به معنای ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستاییان نیست، بلکه می‌تواند گامی باشد در راستای توسعه روستایی که به گفته بسیاری از صاحب‌نظران، هم تراز با توسعه اقتصادی است (Karder et al, 2007).

تقویت کارآفرینی در جامعه اهمیت زیادی داشته و بر مبنای پژوهش‌ها این امر می‌تواند عامل بسیار مهمی برای رشد اقتصادی باشد. مطالعات تجربی نیز نشان داده که تفاوت‌های موجود در نرخ رشد اقتصادی از طریق تفاوت‌های نرخ کارآفرینی قابل تبیین است (Russel et al, 2008: 431). اگرچه کارآفرینی خصوصی تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی نیست، اما قطعاً بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است. اقتصاددانان این امر را مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی روستاها دانسته و سیاست‌مداران آن را یک راهبرد کلیدی برای جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی‌ها در روستاها می‌دانند. هم‌چنین کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود که می‌تواند خودکفایی، استقلال و کاستن از نیازهای اجتماعی آنان را در پی داشته باشد، می‌دانند (Laukkanen, 2003: 372).

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 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 سرمایه‌گذاری اندکی نیاز دارند (Tommaso & 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 & 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 et al, 2007: 36-65). 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 (Barkhordari, 2008: 37).

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 کارآتر 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 (Asgari et al, 2007: 21).

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 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 (Emanierad, 1994:16).

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در چهار بعد اجتماعی (با افزایش اشتغال)، اقتصادی (با توزیع همگون‌تر درآمد در جامعه)، سیاسی (با توزیع مناسب فرصت‌ها در میان مردم) و در بعد شخصی (با فراهم‌ساختن فضایی مناسب‌تر برای بروز خلاقیت)، باعث تحول در

جامعه می‌شود. تحول در این چهار بعد، با نوعی افزایش پویا و انعطاف‌پذیری آن در برابر تغییر و تحولات جهانی نیز همراه است (Nory and et al, 2005: 94).

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 (Sheghi, 2007: 294). 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 (Rezvani & Ahmadi, 2007:36). 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.

امروزه اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استوار است و به‌طور معمول کارآفرینان این بنگاه‌ها را تأسیس می‌کنند که غالباً وجوه مورد نیاز برای توسعه طرح و ایده خود را در اختیار ندارند. 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 بر عهده دارند. طالبی و زارع‌یکتا (۱۳۸۷) در بررسی آموزش کارآفرینی دانشجویان 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 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) به تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، از رتبه‌بندی سازوکارهای تأمین مالی در شرکت‌های تولید کشاورزی پرداخته و 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^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 بودن 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 قطب آبادی (۱۳۹۴) در مقاله 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 به شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در خوشه صنعتی گز بداجی پرداخته، 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. بر اساس نتایج پژوهش ظریفیان و بهادری (۱۳۹۵)، به ترتیب مهم‌ترین نقطه قوت، ضعف، فرصت و تهدید تعاونی‌های تولید روستایی استان همدان داشتن تخصص مدیرعامل، فقدان الگوی مشخص برای ارزیابی عملکرد مدیران، بهره‌مندی از منابع و پایین بودن سطح سواد اعضا بوده است. پورطاهری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی در زمینه ارزیابی عملکرد تعاونی‌های کشاورزی در مناطق روستایی (شهرستان خرم‌آباد) نشان دادند که شرکت‌های کارآفرین روستایی از دیدگاه اعضا از نظر مسائل اجتماعی، اقتصادی و محیطی موفق بوده‌اند، اما از دیدگاه مدیران عامل به ویژه از نظر مسائل اقتصادی و زیست‌محیطی عملکرد موفقیت‌آمیزی نداشته‌اند. در حوزه روستایی و مدیریت 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.

1. Depillis
2. Reardon
3. Choe

روش پژوهش

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 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 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. لیست فعالان اقتصادی، تعداد و مشخصات کارگاه‌های تولیدی، کسب و کارهای کوچک و تعاونی‌ها، نوع و میزان و محل فعالیت آن‌ها، از دستگاه‌های اجرایی متولی مرتبط با حوزه فعالیت روستایی (سازمان جهاد کشاورزی، معاونت صنایع دستی و هنرهای سنتی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، مرکز ملی فرش ایران، سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتحادیه شرکت‌های تعاونی روستایی) به دست آمد که از این میان با استفاده از فرمول کوکران، ۲۳۵ نفر براساس روش غیرتصادفی هدفمند (قضاوتی) که دارای خصوصیات تعریف شده در بین جوامع مختلف پژوهش بوده‌اند، انتخاب شدند. به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. از مجموع نمونه انتخاب شده، تعداد ۲۱۳ نفر به پرسش‌نامه‌ها به‌صورت کامل پاسخ دادند که در تحلیل داده‌های پژوهشی مورد استفاده قرار گرفت. در جدول (۱) حجم نمونه انتخابی از جوامع مختلف آمده است.

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

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 قرار داده 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 کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتایج آزمون در جدول (۲)، نشان‌دهنده نرمال بودن جامعه آماری می‌باشد.

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

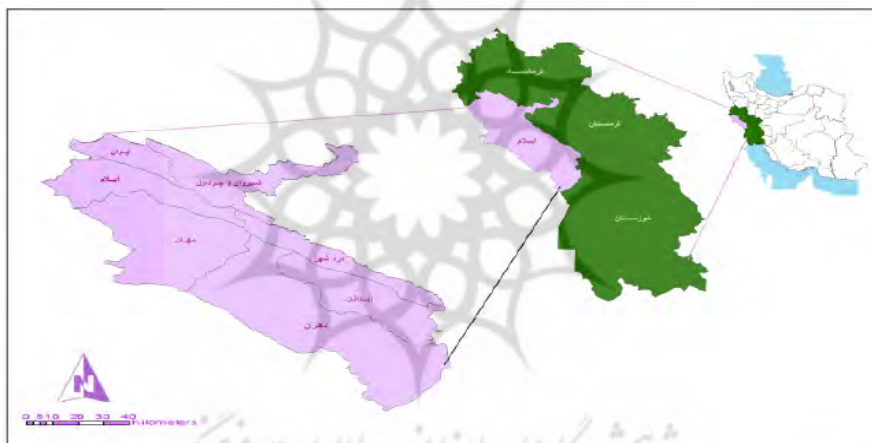
N	
۲۱۳	
۱/۹۸۴	Mean
۰/۸۳۵	Std. Deviation
۰/۲۹۷	Absolute
۰/۲۰۳	Positive
-۰/۳۱۴	Negative
Kolmogorov-Smirnov	
Asymp. Sig. (2 tailed)	
۳/۷۴	
۰/۰۰۰	

برای پایداری 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 پایداری پرسش‌نامه می‌باشد. برای

افزایش روایی 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 آنجا که 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 باتوجه 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.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

محدوده مورد مطالعه، شرکت‌های کوچک و متوسط استان ایلام در غرب کشور است. بر اساس نتایج سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ استان ایلام دارای ۵۸۰ هزار نفر جمعیت می‌باشد که از این تعداد ۱۸۴ هزار نفر (۳۲ درصد) جمعیت روستایی بوده است. این استان 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 ۱. موقعیت جغرافیایی استان ایلام

(Source: Iran Mapping Organization, File Shape of Ilam Province, 2012)

با در نظر گرفتن تاثیر فعالیتهای اقتصادی در مناطق روستایی، 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. براساس گزارش شرکت شهرک‌های صنعتی در سال ۱۳۹۶، ۵۵۳ واحد صنعتی کوچک و متوسط دارای پروانه بهره برداری با سرمایه گذاری حدود ۲۶۵ میلیارد ریال و ظرفیت اشتغال ۹ هزار و ۱۷۱ نفر در استان ایلام فعالیت دارند. این آمار تنها مربوط به حوزه مربوط به صنایع کوچک و متوسط صنعتی می‌باشد. همچنین طبق گزارش شماره ۳۴ (عملکرد سال ۱۳۹۵ وزارت صنعت، معدن و تجارت)، علیرغم ثبت نام ۳۸۰ طرح کوچک و متوسط با پیشرفت بالای ۶۰ درصد (مربوط به طرح‌های مرتبط با حوزه صنعت، معدن و تجارت و طرح‌های اقتصاد مقاومتی) برای دریافت تسهیلات بانکی در استان ایلام، ۱۴۰ طرح به بانک معرفی و از این تعداد در نهایت تنها ۸۵ طرح موفق به دریافت تسهیلات بانکی (به مبلغ ۳۷۸ میلیارد ریال) شده‌اند.

یافته‌ها و بحث یافته‌های توصیفی

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 (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	۰/۳	۰/۳
	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

شناسایی متغیرهای تاثیر گذار

عملکرد کسب و کارهای روستایی در سه سطح عوامل درون سازمانی (نیروی انسانی و مدیریت)، عوامل بیرون سازمانی (سازمان دولتی و سازمان غیردولتی) و عوامل ساختاری و بین سازمانی قابل بررسی است (Baseri, Sadeghi, & Khaksar, 2010: 3).
 با توجه به پیشینه تحقیق، از جمله: در پژوهش‌های لیندستراند^۱، میلین^۲ و نوردمن^۳ (۲۰۱۱)، و مطالعات رینولد^۴، های^۵ و کمپ^۶ (۲۰۱۰) و همچنین تحقیقات چوئی^۷ و دی پابلیس^۸ و ریردون^۹ (۲۰۰۷) و کیگوندو (۲۰۰۲) و سایر منابع مطالعاتی، متغیرهای متعددی که بر روی موضوع تاثیر گذار بودند در دسترس قرار گرفت. این متغیرها توسط گروه نخبگان (اعضای هیئت علمی دانشگاه ایلام، پیام نور و آزاد اسلامی واحد ایلام) بررسی شدند و بعد از جمع آوری داده‌های پرسش‌نامه، بطور کلی ۳۸ متغیر تاثیر گذار شناسایی شد. با جمع بندی و تحلیل آماری متغیرهای شناسایی شده و با توجه به شمولیت متغیرها، ۲۰ متغیر بعنوان متغیرهای اصلی تاثیر گذار، استخراج گردید.

1. Lindstrand
2. Melen
3. Nordman
4. Reynolds
5. Hay
6. Camp
7. Choe
8. Depillis
9. Reardon

جدول 4. کد بندی متغیرهای شناسایی شده اولیه

X₁: سیاست‌ها و بسته‌های حمایتی اجرایی و حقوقی از طرح‌های کوچک و متوسط (سیاست‌ها و بسته‌های حمایتی)، X₂: ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی برای ایجاد SMEs ها در روستاها (ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی)، X₃: تنوع روش‌های تامین مالی، X₄: عوامل تاثیرگذاری محیطی و محلی، X₅: در دسترس قرار دادن امکانات پیشرفته و فناوری‌های نوین تولیدی و صنعتی برای کاهش هزینه‌های تولید و افزایش توان رقابتی (در دسترس قرار دادن تجهیزات و فناوری‌های نوین)، X₆: آموزش مهارت‌های فردی، گروهی و مدیریتی، X₇: آزادی عملی، X₈: برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه موارد قانونی از جمله قانون کار، بیمه و مالیات، X₉: کاهش بروکراسی اداری برای تشکیل SMEs ها در روستاها و تسهیل سازی دریافت مجوزها (کاهش بروکراسی اداری، X₁₀: کاهش نگرانی‌های ناشی از پذیرش ریسک برای ایجاد شرکت کارآفرین، X₁₁: تدوین طرح جامع ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرین در روستاها (تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها)، X₁₂: توسعه سیستم‌های حمل و نقل و زیرساخت‌های ارتباطی، X₁₃: فرهنگ سازی توسعه کسب و کارهای کوچک، X₁₄: ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه گذاران محلی در روستا، X₁₅: سهولت تامین وثایق و ضمانت نامه‌های تسهیلات، X₁₆: بهبود همه جانبه زیر ساخت‌های ارتباطی، مخابراتی، اطلاعاتی، توسعه‌ای (توسعه همه جانبه زیر ساخت‌ها)، X₁₇: تعیین یک مرکز خاص برای انجام تمام فعالیت‌های مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی روستا، X₁₈: تسهیل امکان تبلیغ و ترویج محصولات، X₁₉: فراهم کردن زمینه‌های سرمایه گذاری مشترک، X₂₀: ظرفیت سازی برای آمیخته بازاریابی، X₂₁: همکاری دستگاه‌های اجرایی در زمینه تغییر کاربری اراضی و اسناد زمین‌های روستایی، X₂₂: تخفیف‌های مالیاتی و تشویق‌های حمایتی مؤثر، X₂₃: تشکیل مرکز مشاوره و ارائه خدمات تخصصی (حقوقی، مالی، مدیریتی)، X₂₄: فراهم کردن امکان تجارت الکترونیک، X₂₅: حمایت دولت در گرفتن کارورزان برای شرکت‌های کوچک و متوسط روستایی، X₂₆: تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع لازم، X₂₇: تشکیل صندوق‌های مالی و اعتباری مشترک، X₂₈: کاهش هزینه تامین نهاده‌های تولید، X₂₉: ثبات اقتصاد ملی، X₃₀: ایجاد موسسات بانکی و اعتباری تخصصی در زمینه شرکت‌های کوچک و متوسط روستایی، X₃₁: برگزاری همایش‌ها و هم اندیشی‌های دوره‌ای، X₃₂: ایجاد شرکت‌های بیمه‌ای و ضمانتی، X₃₃: امکان ذخیره‌سازی محصولات در انبار و سردخانه، X₃₄: حمایت‌های بهداشتی، X₃₅: آسان سازی تامین مالی و حمایت‌های بانکی و تسهیلاتی (تامین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی)، X₃₆: تشکیل صندوق‌های ضمانت اعتباری، X₃₇: استفاده از نیروی انسانی متبحر، متخصص و کارآموده، X₃₈: تکریم و منزلت بخشی به فعالان در کسب و کارهای کوچک روستایی.

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 بارتلت^۲ استفاده شد که نتایج آن در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول 5. آزمون KMO و بارتلت برای بررسی تناسب و کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عاملی

اندازه کفایت نمونه‌گیری KMO	
۰/۹۸۴	ضرب بارتلت
۸۲۰/۱۰۷۱	خی‌دو تقریبی
۱/۸۳۴	sig
۰/۰۰۰	درجه آزادی
۱۹۰	

در جدول (۶) 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 (ZaraeChahkohy, 2009: 38). چون مقدار KMO برابر با ۰/۹۸۴ می‌باشد؛ بنابراین، کفایت تعداد نمونه‌ها برای به کار بردن تحلیل عاملی تأیید می‌شود. از طرفی 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 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 (۶) مشاهده می‌شود، ۴ عامل دارای ارزش ویژه بزرگ‌تر از یک و قابل استخراج هستند.

1. Kaiser-Myser-Oklin
2. Bartlet Test
3. Kaiser criterion
4. Cattel's Scree Test

جدول ۶. شاخص‌های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی

مجموع مجذورات بارهای استخراج شده پس از چرخش			عوامل
درصد تراکمی واریانس	درصد واریانس	ارزش ویژه	
۲۳/۰۷۴	۲۳/۰۷۴	۴/۸۷۲	عامل ۱: تأمین مالی و نهادهای 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

هرچند 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 کسب و کارهای 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 (۸) ماتریس چرخیده شده اجزا را به روش واریماکس نشان می‌دهد. این جدول میزان همبستگی هر عامل با متغیرهای بیست‌گانه را نشان می‌دهد.

جدول ۷. بار عاملی بعد از چرخش واریماکس

عامل	عوامل تأمین مالی، نهادهای تولیدی	عوامل حمایتی و ترغیبی	عوامل آموزشی و مهارتی	عوامل فرهنگی و اجتماعی	عامل متغیر	عوامل تأمین مالی، نهادهای تولیدی	عوامل حمایتی و ترغیبی	عوامل آموزشی و مهارتی	عوامل فرهنگی و اجتماعی	عامل متغیر
تأمین مالی و حمایتی تسهیلاتی		۰/۷۶۲			تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها					
کاهش هزینه‌های تأمین نهادهای تولید		۰/۴۱۸			بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌ها					
ثبات اقتصاد ملی	۰/۹۴۲				آموزش مهارت‌های فردی، گروهی و مدیریتی					
تشکیل صندوق‌های ضمانت اعتباری	۰/۷۰۶				تسهیل دسترسی به اطلاعات					
فراهم کردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری مشترک	۰/۵۴۹				ایجاد مراکز خدمات مشاوره					
ظرفیت‌سازی برای آمیخته بازاریابی		۰/۶۲۷			استفاده از نیروی انسانی ماهر، متخصص و کارآموده					
سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی	۰/۶۹۲				کاهش نگرانی ناشی از پذیرش ریسک و نوآوری					
ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی		۰/۵۱۱			فرهنگ‌سازی توسعه کسب و کار کوچک					
در دسترس قراردادن تجهیزات و فناوری‌های نوین		۰/۷۱۳			ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی					
کاهش بروکراسی اداری		۰/۵۹۱			تکریم و منزلت‌بخشی به فعالان SMEs در روستاها					

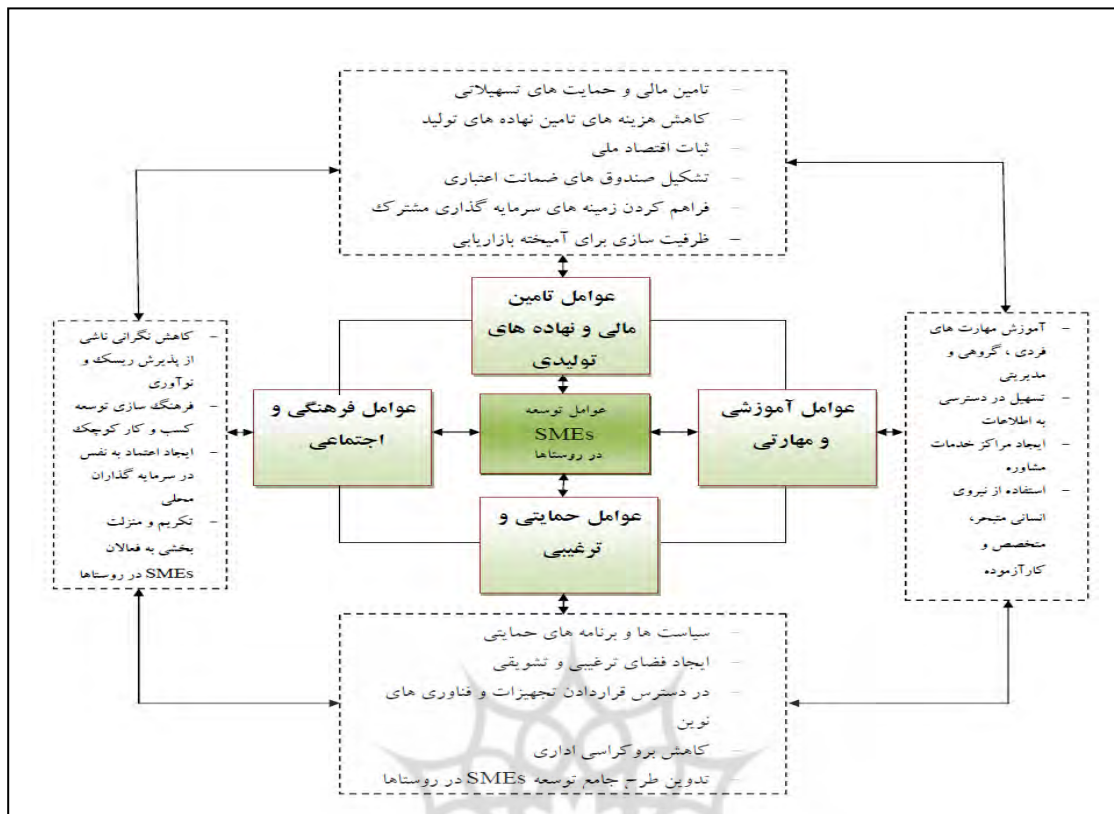
نتیجه‌گیری

کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی با هدف کاهش شکاف شهر - روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی است و ابزار مهمی در رسیدن به توسعه پایدار به شمار می‌آید. در این پژوهش ابتدا ۳۸ متغیر تاثیر 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 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. با مشخص شدن بار عاملی متغیرها بعد از چرخش واریماکس، می‌توان نسبت به تعیین عوامل و متغیرهای تعیین‌کننده آن و میزان همبستگی متغیرهای هر یک از عوامل (بار عاملی) اقدام کرد. در جدول (۸) با تفکیک عوامل، میزان همبستگی متغیرها نشان داده شده است.

جدول ۸. عوامل تعیین‌کننده و بار عاملی متغیرها

شماره عامل	نام عامل	متغیرهای تعیین‌کننده 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
		فراهم کردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری مشترک	۰/۶۱۲
		ظرفیت‌سازی برای آمیخته بازاریابی	۰/۷۸۴
۲	عوامل حمایتی و ترغیبی	سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی	۰/۷۶۲
		ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی	۰/۴۱۸
		در دسترس قرار دادن تجهیزات و فناوری‌های نوین	۰/۵۴۹
		کاهش بروکراسی اداری	۰/۷۱۳
		تدوین طرح جامع توسعه SMEs در روستاها	۰/۶۶۵
		بهبود همه‌جانبه 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 توسعه کسب‌وکار کوچک	۰/۶۳۵
		ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی	۰/۴۰۷
		تکریم و منزلت‌بخشی به فعالان SMEs در روستاها	۰/۴۲۱

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 (۲) آمده است.



شکل 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 $4/316$ است که بیشترین درصد واریانس را در بین ۴ عامل استخراجی توضیح می‌دهد (۲۳ درصد). 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 زیگ^۵ و واتسون^۶ (۲۰۰۶)، اسمیت^۷ بوکوک^۸، کلارک^۹ و ویتکر^{۱۰}، آیدیس و آدشی^{۱۱} (۲۰۰۶).

1. Saleh and Nubusisi
2. Sing
3. Garg
4. Deshmukh
5. Wynarczyk
6. Watson
7. Smith
8. Boocock
9. Clarke
10. Whittaker
11. Aidis & Adashi

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 درجهت 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^۱ (۲۰۰۸)، بارتلت و بوکوی^۲ (۲۰۰۱)، انور^۳ و عندلیب^۴ (۱۳۸۶)، لیم^۵ (۲۰۰۷)، مامبولاً^۶ (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 درجهت 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 کسب و کارهای کوچک معرفی کرده‌اند، می‌توان به این تحقیقات اشاره کرد: طالبی و زارعیکتا (۱۳۸۷)، سابرا همانیا^۷، ماسیراجن^۸ و کریشناومی^۹ (۲۰۱۰)، مجمودار^{۱۰} (۲۰۰۷)، رابسون و بنت^{۱۱} (۲۰۰۷)، دوئرن^{۱۲} (۲۰۰۹)، گیب^{۱۳} (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 درجهت 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^{۱۴}، پاتزلت^{۱۵} و شفرد^{۱۶} (۲۰۰۹)، ابيولا^{۱۷} (۲۰۰۶)، هشی^{۱۸} (۲۰۰۱)، گری^{۱۹} (۲۰۰۰)، پیساریدس^{۲۰}، ساینگر^{۲۱} و اسویجنر^{۲۲} (۲۰۰۳).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Wells
2. Bartlett and Bukvi
3. Anwar
4. Andaleeb
5. lim
6. Mambula
7. Subrahmahya
8. Mathirajan
9. Krishnawamy
10. Majumdar
11. Robson and Bennett
12. Doern
13. Gibb
14. Wiklund
15. Patzelt
16. Shepherd
17. Abiola
18. Hashi
19. Gray
20. Pissarides
21. Singe
22. Svejnar

References

- 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
- Amainbydokhti, A., & Zargar, S. (2009). Review the barriers to small and medium enterprises development and provide a framework for supporting these firms. *Work and Society, Labor and Social Security Institute*, 138(1), 34-48.
- 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.
- Asgari, M., Valibigi, H., Brghiaskouy, M., Rasti, M., & Asnaashar, F. (2007). *How to compete for small and medium enterprises in export development*. Tehran: Arya Publishing. (In Persian)
- Barkhordari, F. (2008). Challenges and Solutions for the Development of Home Businesses. *Labor Market Journal*, 593(11), 32-48. (In Persian)
- 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
- Emanierad, M. (1994). *The role of small and medium-sized enterprises in the development of the country's exports, the proposed method and policy in the direction of the expansion of exports*. Small Industries Management, Ministry of Industry. First Edition.
- Ezadkhah, M., Asgharezadehe, A. (2007). Financing in technology-driven projects at different stages of product life cycle. First Implementation Management Conference, Scientific Management Association, PP. 12-29. (In Persian)
- 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*, 41(4), 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. (In Persian)
- Karimi, A., Bozarjomehri, Sh. (2013). Phenomenology of experiences and entrepreneurs' perceptions of entrepreneurship phenomenon. *Entrepreneurship Development Journal*, 7(3), 467-486. (In Persian)
- Kiggundu, M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 239-258.
- 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(4), 355-378.

- 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.
- Moradi, H., Eravani, H., Shabanalifahmy, H., Hosyni, S. (2006). An Analysis of Barriers to Entrepreneurship Development in Greenhouse Production Units in Iran. *Iranian Agricultural Science Journal, College of Agriculture and Natural Resources*, 175(1), 45-76. (In Persian)
- Naserbakht, J. (2001). Small and medium enterprises, formation, capabilities and policies. *Sharif University of Technology*, 10(33), 21-43. (In Persian)
- Nory, S., Golghinpour, M., Hozory, A. (2005). Growth of entrepreneurship through small entrepreneurship development centers. Proceedings of the Second National Conference on Venture Capital. University of Tehran Faculty of Management, pp. 83-104. (In Persian)
- 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.
- Rezvani, M., Ahmadi, A. (2007). Rural Islamic Councils, Popular Participation and Rural Development. *Human Geography Quarterly*, 1(4), 35-49. (In Persian)
- 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.
- Shakoor, A., Karimi, F. (2015). Prioritizing the Establishment of Cottage Industries Using Centrality Index and AHP Model. *Journal Management System*, 5(18), 73-84. (In Persian)
- Shamsoddini, A., Amiri Fahliyani, M.R (2015). Evaluation the Effective Factors on Rural Land Use Management in Mammasani County. *Management System Journal*, 5(19), 85-100. (In Persian)
- Sheghi, M. (2006). *Small and Medium Industries in the Export Development of the Country*. Tehran: Arya Publishing. (In Persian)
- 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.
- Statistics Center of Iran. (2012). *Results of the Population and Housing Census 2006*. Tehran: Statistics Center of Iran. (In Persian)
- 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), 36-65.
- Talebi, K., Reza Yekta, M. (2008). Academic Entrepreneurship Education and Its Role in Creating and Developing Small and Medium Business Entrepreneurs. *Entrepreneurship Development Week*, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, 1(1), 111-131. (In Persian)
- Talebi, K., Reza Yekta, M., Emanipour, N., & Abassibani, S. (2011). Identification and Prioritization of Small and Medium-Sized Businesses Growth Strategies in the Industrial Zone Gaz Baldaji. *Entrepreneurship Development School*, 5(3), 163-183. (In Persian)
- 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.

- Vafae, F., Shafey, R. (2009). Survey on the Role of Organizational Factors in the Increasing of Entrepreneurship in Small Industrial Corporations. *Management Research in Iran*. 14(4), 233-257. (In Persian)
- 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.
- Zaraeakhohy, M.A. (2009). *Data analysis in natural resources research using SPSS software*. Tehran: Jahad university. (In Persian)
- Audretsch, D. B. (2002). *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*. Institute for Development Strategies. Indiana University & Centre for Economic Policy Research (CEPR), London.
- Faraji Sabokbar, H., Badri, S.A., Sojasi Qidari, H., & Sadeghloo, T. (2010). Entrepreneurship Development Ranking (Gradation) in Rural Area by Using of PROMETEE Technique, *Human Geographic Research*.43(75), 53-68. (In Persian)
- Ezami, A. (2011). Factors affecting the success of rural cooperatives (MD thesis). Tehran :Allameh Tabatabai University.
- Passeban, F. (2004). The role of women entrepreneur in the rural development in the developing countries. Paper presented at The Rural Development Conference: The Challenges and Prospectives. Tehran, Iran, pp.16-28. (In Persian)
- Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(1), 9-23.
- Baseri, B., Sadeghi, H., & Khaksar, GH. (2010). Performance of producer cooperatives in Iran's agriculture sector. *The Economic Research*, 10(3), 1-24. (In Persian)
- Kader, A., Mohamad, M., & Ibrahim, A. (2007). Success factors for small rural entrepreneurs under the one-district-one industry programme in Malaysia, Faculty of Economics and Administration, University of Malaya, 50603 Kuala Lumpur.
- Russel S, Sobel., & Kerry A. King, (2008). Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship? *Economics of Education Review*, 27, 429-438, Elsevier.
- Laukkanen M. (2003). Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university-based business, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4), 372-382

How to cite this article:

Omidi, N., Mohammadi, E., Pourashraf, Y., & Khalili, K. (2020). Developing a Small and Medium Enterprise Development in rurals Ilam province). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 15(2), 595-612.
http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_672816.html

Developing a Small and Medium Enterprise Development in Rurals Ilam province

Nabi Omid

Ph.D Candidate in financial Management, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran

Esfandiar Mohammadi *

Associate Professor, Dep. of Business Administration, University of Ilam, Iran

Yasanollah Pourashraf

Associate Professor, Dep. of Business Administration, University of Ilam, Iran

Karam Khalili

Assistant Professor, Dep. of Management, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran

Received: 10 March 2019

Accepted: 04 January 2019

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Small and medium enterprises with such characteristics as flexibility and environmental adaptability in changing conditions, low capital requirements and simplicity of structure, have a good consistency with the economic situation of border villages in Iran. In most developed countries, the focus of activities and innovations is on small and medium enterprises. In this research, considering the capacities of the rural economy, the development of a model for the extending small and medium enterprises in the border villages in order to provide a coherent, integrated and targeted vision for creating employment and economic prosperity in the border villages as an indicators for sustainable border security has been offered.

One of the important conditions for sustained success in the current economy is the expansion of small businesses that play an important role in consolidating incomes, economic growth and employment in society. So that today, the economies of developed countries are based on the small and medium Enterprises. Small Enterprises, due to their simplicity in organizational structure, have a lot of flexibility versus changes and acceptable speeds in carrying out activities. In addition, small and medium-sized enterprises are a source of employment and attracting a large proportion of the population of countries and training skilled labor, and expert human resources for large companies is provided through them. Based on the experiences of many countries, small and medium-sized enterprises can be the basis of economic and regional development and provide the basis for the mobilization of the country's resources, which results in increased incomes and employment at the national and regional levels. In addition, due to privatization activities, small and medium-sized enterprises can play an important role in attracting surplus labor. Statistics Center of Iran defines small and medium-sized enterprises as businesses with fewer than 10 worker and other businesses are calculated as large industrial factories. Rural development is one of the basic and important pillars of the national development of each country. Creating and developing small businesses is one of the most suitable approaches for empowering villagers. The development of small and medium enterprises is a key indicator of the pioneer system of rural development. According to the Population and Housing Census in 2006, the rural population of Iran was about 22 million, which was equivalent to 31% of the total population. The development of small and medium

*Corresponding author:

Email: Esfand1970@yahoo.com

enterprises is a key indicator of the rural development pioneer system, which will provide sustainable regional security and the reversal of migration. Rural development is one of the basic and important pillars of the national development of each country. Creating and developing small businesses is one of the most suitable approaches for empowering villagers. Small enterprises with low public spending and limited machine capability have more flexibility. By developing regular communication networks and systematic cooperation with each other, these industries have the benefits of small businesses, such as innovation and diversity, while accessing mass production indicators. Considering the importance of rural development, this study examines the factors affecting the creation and development of small and medium-sized entrepreneur enterprises.

Methodology

This quantitative research and its nature and purpose are applicable and in terms of gathering data it is descriptive-survey. For data analysis, SPSS software was used as the main software and LISREL software was used as auxiliary software for factor analysis method (exploratory type). As considering the assessment of the importance and position of each of the items and determining the importance of the factors affecting the formation and development of small and medium entrepreneurs in the villages, in addition to the participation of villagers, requires the use of the views of managers and authorities and relevant village, entrepreneurship and economy experts, so the statistical population of the study consisted of 598 experts and managers of the Agricultural Jihad administrative units of Ilam province, rural economic activists (rural entrepreneurs and co-operatives) and professors and teachers of Payam Noor University in Ilam), of which 235 were selected as sample based on group sampling by using Cochran formula. In the sample, 213 people completely responded to the questionnaire, which was used to analyze the research data. After studying the researches, studies and research projects of scientific, administrative and academic centers in order to use appropriate research tools, the most important variables were extracted in the field of formation and development of small and medium entrepreneurs in rural areas. A researcher-made questionnaire was arranged with 35 questions using a five-choice Likert scale and was provided to the sample population.

Cronbach's alpha test was used to test the reliability of the research propositions. The screening method was also used for checking the validity of the questionnaire. Cronbach's alpha coefficient in all propositions was greater than 0.873 which indicates the reliability of the questionnaire. To increase validity, in addition to verifying it through screening method, the face validity of the questionnaire was also reviewed and approved by the professors of the Department of Management and Statistics of Payam Noor University and Ilam University.

Results and discussion

Among total of 235 questionnaires sent for research sample, 213 completed questionnaires were received and the data of this questionnaire were used in analyzes. The analytical-descriptive results of respondent characteristics are shown in the aggregated form in Table 3. The results show that 76% of the respondents were male. The highest age group was between the ages of 20 and 40, which included 46% of respondents to the questionnaire. In terms of education, 25 had a bachelor's degree, 24% had a doctoral degree, and 23% had a diploma and a under a diploma with the highest frequency respectively. 34% of the respondents had a work experience of 10 to 20 years. After collecting the data and entering them into the SPSS software, KMO and Bartlett tests were used to examine the suitability and appropriateness of sampling in the factor analysis and also to determine the internal consistency of the data. Because KMO value is 0.894; therefore, the adequacy of the number of samples is confirmed for the application of the factor analysis. On the other hand, as the level of significance of the Bartlett Sphere test is less than 5%, the ability to integrate data is verified. This confirms that the factor analysis is suitable for identifying the structure. In order to investigate the factors affecting the creation and development of small businesses in villages, according to the results of the questionnaire and consultation with the elite, 27 variables were identified and, after further consultation, 7 variables were included in the inclusion of other variables, and finally 20 variables were introduced; Therefore, the component matrix in this research includes the factor loads of each of the 20 variables identified in the four main factors (correlation coefficients between variables in factors). An important decision in implementing factor analysis is the number of factors that can

be extracted for rotation. Several criteria are used to determine how many factors are suitable for rotation, such as the kyser criterion and the KeterOscillatory Test. In this research, Kayser's method has been used to determine the number of factors. Based on this criterion, factors that have a specific value of 1 or more are identified as extractable factors, and factors that have a specific value of less than 1 are agents that their presence does not explain variance more and, therefore, are removed from the analysis. According to the results, 4 factors with a specific value are larger than one and can be extracted. These factors include: factor 1: financing and manufacturing inputs, factor 2: support and encouragement, factor 3: educational and skill factor 4: cultural and social factor.

Conclusion

In this study, 20 variables that were effective on the creation and development of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the villages were identified. After using factor analysis, Kayser method was used to determine the number of factors. Based on this criterion, four factors with special value of higher than 1 were identified and were identified as extractable factors. Regarding the statistical indices, using the main factors analysis method, these four factors were able to explain 75.31% of the variance of the total variables. After conducting Varimax rotation, it was found that which of these four main factors showed a higher correlation with variables (items), and then, according to the content of the factors and considering the literature and background review, each of these main factors was named under different titles.

Factor 1: Financing and Manufacturing Inputs: This factor has 6 variables with total factor load of 316/4 which explains the highest percentage of variance among the four extractives (23%). In explaining the factors affecting the formation and development of small and medium-sized entrepreneurs, it can be said that this factor has been identified as the most important factor. Some of the suggestions for this factor are as below: Focusing on providing funding and support for proposed SME proposals in villages and helping investors to access early and inexpensive inputs, using private sector capability for joint ventures, collaborating with entrepreneurs in small companies in packaging and marketing mix.

Second factor: support and encouragement: This factor has 6 variables with a total factor load of 827/3, which explains 18% of the total variance. Some of the suggestions for this factor are as below: the formulation of macro policies to support supportive programs, in particular the use of the capacity for policies related to making the economy endogenous, encouraging the formation of small and medium-sized businesses, facilitating processes and administrative procedures for obtaining the necessary licenses and efforts to provide communication infrastructure (development, information and telecommunications).

Third factor: training and skill: This factor has 4 variables with a total factor load of 2.544, which explains 17% of the total variance. Some of the suggestions for this feature are: possibility to have access to the training needed for setting up, management and development of group behavior skills for setting up small businesses, Providing information (technical, communication) that can help investors to make decision in this regard, establishing counseling centers with the presence of skilled people in rural centers or village-related executive agencies.

Fourth factor: cultural and social: This factor, as the last factor of the identified factors for the creation and development of SMEs in the villages, has four variables with a total factor load of 2.054, which explains 16% of the total variance. Some suggestions for this factor are: raising the confidence level of small and medium-sized enterprises in villages to provide the necessary support to reduce or eliminate the initial concerns, Institutionalizing and using mass media to encourage the start of productive activities in the form of small and medium enterprises, creating and enhancing the sense of self-confidence and daring to start a business and giving dignity to successful business activists in villages and encouraging them.

Key words: village, Ilam, entrepreneurship, small and medium enterprises