



## تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنایع روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان اهر)

طاهره ملکی<sup>۱</sup>، پرویز گلپور<sup>۲</sup>، شاپور ظریفیان<sup>۳</sup>، حسین کوهستانی عین الدین<sup>۴</sup>

### چکیده

با وجود امتیازات چشم‌گیر و نقش مهم صنایع روستایی در توسعه اقتصادی، هنوز کشورمان نتوانسته است از ظرفیت‌های موجود در این صنایع بهره‌مند شود و توسعه مطلوب این صنایع در روستاهای کشور رخ نداده است. لذا، پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر گسترش صنایع روستایی در شهرستان اهر صورت گرفت. جامعه‌ی آماری پژوهش را کلیه‌ی سرپرستان خانوار بخش مرکزی شهرستان اهر در استان آذربایجان شرقی تشکیل دادند و از طریق نمونه‌گیری تصادفی انتساب متناسب مورد مطالعه قرار گرفتند ( $n=130$ ). ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره گام به گام، زمینه‌های مناسب فرهنگی - جامعه‌شناختی، آموزشی - مهارتی، حمایت‌های اقتصادی دولت و عامل قانونی - زیرساختی در مجموع ۶۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمودند.

واژه‌های کلیدی: شهرستان اهر، صنایع روستایی. توسعه روستایی.

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشگاه تبریز

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشگاه تبریز

<sup>۳</sup> عضو هیئت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه تبریز

<sup>۴</sup> عضو هیئت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه تبریز



## مقدمه

صنایع کوچک و متوسط از نظر صرفه جویی در مقیاس تولید، در بخشی از تولیدات نسبت به صنایع بزرگ برتری دارند. مطالعات نشان داده‌اند که اگر واحد تولید از حد مشخصی بزرگتر شود، موجب عدم کارایی خواهد شد. کوچک شدن واحدهای اقتصادی در کشورهای غرب و تقسیم سازمانی مؤسسات بزرگ به واحدهای مستقل کوچک، نمونه‌هایی از این قانونمندی اقتصادی بشمار می‌رود (صحرائیان، ۱۳۸۰: ۱۱۲). با توجه به جایگاه بخش کشاورزی در اقتصاد، به ویژه اهمیت این بخش در امر امنیت غذایی یکی از زنجیره‌های مهم این بخش که می‌تواند نقش مهمی در جلوگیری از ضایعات، ایجاد تقاضا، افزایش ارزش افزوده و ایجاد اشتغال در بخش کشاورزی ایفا کند، صنایع تبدیلی و تکمیلی روستایی است که عمدتاً در قالب صنایع کوچک - از نظر تعداد کارگران - ایجاد می‌شوند (امین آقایی، ۱۳۸۸). در واقع این صنایع، با هدف توسعه روستایی و توسعه پایدار محلی گسترش و توسعه می‌یابند. به همین دلیل، یکی از اقداماتی نیز که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه صورت می‌گیرد، گسترش صنایع روستایی است. به طوری که هم‌اکنون در برخی از کشورهای در حال توسعه، صنایع متناسب با محیط و شرایط روستایی در اختیار روستاییان قرار دارد و آن‌ها اصلی‌ترین ایفاکنندگان نقش در اقتصاد کشورهای خود به‌شمار می‌روند (Markley, ۲۰۰۵, Poza, ۲۰۰۷). اهمیت ایجاد و توسعه این صنایع به اندازه‌ای است که بسیاری از دولت‌ها، این بنگاه‌های اقتصادی را به‌عنوان موتور محرکه‌ی رشد تلقی می‌کنند. به‌علاوه، ترویج این‌گونه صنایع نیز در کشورهای در حال توسعه، به‌عنوان راهبرد مؤثر توسعه از طریق ایجاد مشاغل جدید و پیش‌برنده‌ی نوآوری و پویایی اقتصادی مورد پذیرش اکثر دست‌اندرکاران منطقه‌ای و نهادی قرار گرفته است (موحدی و بیات، ۱۳۹۰). به‌طور کلی اهداف عمده‌ی راهبرد صنعتی کردن روستاها را می‌توان این‌گونه برشمرد: ایجاد اشتغال غیرکشاورزی برای روستاییان بیکار و نیمه‌کار؛ همیاری در جلوگیری از جریان مهاجرت به مراکز شهری؛ تقویت پایه‌های اقتصادی در مراکز روستایی؛ استفاده بیشتر از مهارت‌های موجود در مناطق روستایی ایجاد اشتغال غیرکشاورزی برای روستاییان بیکار و نیمه‌کار؛ همیاری در جلوگیری از جریان مهاجرت به مراکز شهری؛ تقویت پایه‌های اقتصادی در مراکز روستایی؛ استفاده بیشتر از مهارت‌های موجود در مناطق روستایی؛ فرآوری تولیدات کشاورزی محلی و تهیه نهاده-های اساسی و کالاهای مصرفی برای کشاورزان و دیگر افراد محلی. به همین دلیل است که صنایع کوچک، زودبازده و کارآفرین به-عنوان یکی از راه‌های توسعه اقتصادی طی سه دهه‌ی اخیر همواره مورد توجه کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه بوده است. نیاز به سرمایه‌ی اندک، بازدهی بالا و انعطاف‌پذیری صنایع کوچک، توجیه اقتصادی صنایع کوچک را بیش از پیش نمایان می‌کند (امین آقایی، ۱۳۸۸).

در این میان، ایران، یکی از کشورهایی است که لزوم گسترش کسب و کار و صنایع روستایی در این کشور از دو جهت حائز اهمیت می‌باشد: اول آن‌که، با توجه به پتانسیل بالای نواحی روستایی و جمعیت جوان جویای کار، ایجاد بسترهای مناسب کار برای افراد از اولویت‌های مهم کشور قلمداد می‌شود (کرمی بنماران و همکاران، ۱۳۹۳). دوم آن‌که محدودیت منابع طبیعی در برخی از روستاها، باعث رکود اقتصادی شده و توسعه کشاورزی به توسعه اقتصادی همه روستاهای منتج نشده است. این در حالی است که امروزه روستاها محیط مناسبی برای رشد بخش‌های غیرکشاورزی و فعالیت شرکت‌های تولیدی و خدماتی شناخته شده‌اند. به‌علاوه، روستاهای ایران نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده‌ای هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و گسترش صنایع جدید و رقابت‌پذیر می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری به همراه آورد (قاسمی سیانی، ۱۳۸۸). اما به رغم اهمیت توسعه صنایع روستایی در ایران، وضعیت فعلی آن‌ها نمی‌تواند جوابگوی نیروی مازاد بخش کشاورزی، تفاوت چشمگیر سطح رفاه روستا و شهر، عدم مهاجرت روستاییان به شهرهای بزرگ و توسعه اقتصادی و اجتماعی در روستاهای ایران باشد (امین آقایی، ۱۳۸۸). این امر لزوم توجه روزافزون به عوامل مؤثر بر توسعه این صنایع را دو چندان می‌نماید. به‌گونه‌ای که شناسایی این عوامل، چراغ راه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه روستایی خواهد بود تا در جهت بهبود وضعیت صنایع روستایی اقداماتی کلیدی انجام داده و گام‌های مؤثری بردارند. بنابراین وجود پژوهش‌هایی که عوامل مؤثر بر توسعه صنایع روستایی را هدف اصلی خود قرار داده باشند، ضروری به‌نظر می‌رسد. اما متأسفانه با وجود اهمیت موضوع، شواهد حاکی از آن است که پژوهش‌های محدودی در این زمینه در کشور صورت گرفته است. لذا با توجه به ضرورت موجود، پژوهش حاضر با هدف مدل‌یابی علی عوامل مؤثر بر توسعه صنایع در مناطق روستایی بخش مرکزی شهرستان اهر صورت گرفت.



میدولیدهم، عوامل مؤثر در دوره‌های مختلف عمر بنگاه‌های کوچک در برخی کشورهای جنوب آفریقا را در تعدادی عامل دسته‌بندی نموده که عبارتند از: الزامات سرمایه اولیه، تجربه سرمایه‌گذار، نوع مقررات شروع کسب و کار جدید، سن بنگاه، قوانین حاکم، اندازه‌ی اولیه‌ی بنگاه، موقعیت و مکان بنگاه، نوع تولیدات بنگاه، محدودیت‌های مالی، کمبود تقاضا و کمبود سرمایه. (امین آقایی ۱۳۸۸).

ایزدی (۱۳۹۲)، برخی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی از طریق این بنگاه‌های زود بازده در جوامع روستایی را، مهارت‌های مدیریتی، پیاده‌سازی مدیریت دانش، فضای کسب و کار، آموزش‌های خودگردان و سیاست‌های دولت معرفی می‌کند.

امین آقایی (۱۳۸۸) نیز، عوامل مؤثر بر عملکرد صنایع کوچک روستایی را در عوامل ساختاری، محتوایی و زمینه‌ای تبیین نموده است. منظور از عوامل ساختاری، همه عناصر، عوامل شرایط فیزیکی و غیرانسانی بنگاه اقتصادی کوچک بوده که قالب یا بدنه‌ی سازمان را می‌سازند. عوامل محتوایی، عناصر زنده بنگاه اقتصادی هستند که با ارتباطات رسمی و غیررسمی با یکدیگر مرتبط شده‌اند. عوامل زمینه‌ای، تمام شرایط و عوامل بیرونی بنگاه اقتصادی کوچکند که بصورت مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد بنگاه تأثیر دارند.

مجمع جهانی صنایع کوچک و متوسط در هندوستان، اهم مشکلات صنایع کوچک در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را بدین شرح بیان نموده است: موانع فرهنگی و عدم شناخت اهمیت صنایع کوچک، دید محدود و غلط افراد دولتی و سیاست‌گذاران، ضعف مدیریت‌ها و ناتوانی کارآفرینان در انجام رقابت‌های سالم فراگیر، کمبود نیروی انسانی مهارت دیده در صنایع کوچک، فرسودگی و ناکارآمد بودن فناوری‌های موجود در کشورها، نامتناسب بودن سازمان‌های موجود با اهداف توسعه، کمبود سرمایه و توان مالی، ناتوانی حضور مستمر در بازارهای جهانی، عدم اجرای قوانین در کشورها، فقدان انجمن‌ها و تشکل‌های صنعتی فعال و کارآمد در کشورها (مولایی، ۱۳۸۲: ۳۲).

سامیان و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی تحت عنوان " بررسی راهکارهای ایجاد کسب و کارهای خرد روستایی با تأکید بر کارآفرینی روستایی " این راهکارها را توسعه‌ی مهارت‌ها و توانایی‌های روستاییان با اجرای برنامه‌های آموزشی و مهارتی در زمینه‌ی امور فنی و اقتصادی، ایجاد و تقویت شبکه بازاریابی و گسترش امکانات لازم از جمله تسهیلات بانکی، بیمه و حمل و نقل دسته‌بندی نموده‌اند. مسئله برخورداری از دانش به‌صورت عام، به‌صورت جدی مورد توجه بگنر (۲۰۰۶) نیز می‌باشد. به‌طوری که وی اعتقاد دارد، دانش، به‌ویژه یادگیری و تلاش برای یافتن دانش جدید، عنصر مهم در ایجاد و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه می‌باشد.

اکس (۱۳۸۳)، ایجاد یک ساختار حمایتی نهادینه و مناسب برای صنایع کوچک و متوسط، شامل: خدمات مشاوره کسب و کار، تأمین عملیات، آموزش، خدمات مالی و امثال آن که در حیطه‌ی وظایف مشترک دولت و بخش خصوصی است را جهت ایجاد یک محیط توانمند برای توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک ضروری می‌داند.

بررسی عوامل مؤثر بر رشد سریع در بنگاه‌های کوچک صنایع تولیدی ایران نشان داد، جوانی بنگاه، سودآوری آن، سهم تکنسین‌های فعال در بنگاه، مخارج هزینه شده جهت حمل و نقل و تبلیغات بر روی رشد بنگاه اثر مثبت و معنی‌داری دارد (فیض‌پور و همکاران، ۱۳۸۸). علی میرزایی و همکاران (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند، اصلی‌ترین عوامل بازدارنده جهت توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین را می‌توان در چهارعامل زیرساختی، بازاریابی، مدیریتی و سیاست‌گذاری دسته‌بندی نمود.

چالش اصلی ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک شامل کمبود نقدینگی و وجود رقابت از جانب رقبای بزرگتر و قوی‌تر بوده و مشکلات متداول آن‌ها شامل کمبود سرمایه، توانایی ناکافی اجرای امور و کنترل‌های ضعیف می‌باشند (نامجویان شیرازی، ۱۳۹۳).

بررسی برنامه‌های کارآفرینی در کشور آمریکا نشان می‌دهد، برگزاری این برنامه‌ها زمینه تشویق و حمایت از روستاییان را جهت ایجاد کسب و کار فراهم کرده و از سوی دیگر، سبب تشویق کسب و کارهای موجود به توسعه‌ی فعالیت‌ها و حرکت به سمت تحقق ایده‌های جدید و کارآمد شده است (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۸). کشور هلند نیز، کمیته‌ی مشاوره، آموزش و کارآفرینی در مناطق روستایی تأسیس کرده و با این اقدام توانست زمینه را برای گسترش حمایت و آگاهی در ساختار آموزش جامعه‌ی کسب و کار روستایی ایجاد نماید تا با دادن آگاهی، آموزش مهارت‌های فنی و تشویق مردم زمینه را برای حرکت به سوی راه اندازی یک کسب و کار در جوامع روستایی فراهم آورد (پورداریانی، ۱۳۷۸).

نتیجه تحقیقی دیگر نشان داده است که همکاری و شراکت با سایر بنگاه‌ها، دستیابی به دانش جدید، استفاده از منابع مالی و حمایت‌های قانونی از عوامل مؤثر بر ایجاد نوآوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌باشند (Radas and Bozic, ۲۰۰۹) همچنین نتایج پژوهش ابور و کوارتی (Abor. and Quartey, ۲۰۱۰) در غنا و افریقای جنوبی نشان می‌دهد که فقدان دسترسی به فن‌آوری، محدودیت



دسترسی به بازارهای جهانی، ماهیت قوانین حاکم بر فعالیت بنگاه‌های اقتصادی و عدم ارائه آموزش‌های لازم از جمله عوامل بازدارنده گسترش صنایع و بنگاه‌های کوچک روستایی هستند.

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر، از نظر ماهیت، تحقیقی کاربردی و از حیث روش، جزو تحقیقات توصیفی-تحلیلی به‌شمار می‌آید که به شیوه‌ی پیمایشی مبتنی بر تهیه‌ی پرسشنامه اجرا شده است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در این تحقیق را کلیه‌ی سرپرستان خانوار بخش مرکزی شهرستان اهر در استان آذربایجان شرقی در سال ۱۳۹۴ تشکیل دادند که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) و از طریق نمونه‌گیری تصادفی متناسب مورد مطالعه قرار گرفتند ( $n=130$ ). ابزار اصلی مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه‌ای بود که گویه‌های آن با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی سایت‌ها و مرور مطالعات مرتبط ساخته شد. برای معتبرسازی پرسشنامه‌ی پژوهش، از رویه استخراج اجزای متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات و پیشینه‌ی موضوعی تحقیق و آن‌گاه بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظریات متخصصان و نیز نمونه‌های مقدماتی در قالب پیش‌آزمون استفاده شده است (ساروخانی، ۱۳۸۶، سرمد و همکاران، ۱۳۸۹). بدین منظور پرسشنامه‌ی طراحی شده، ابتدا در اختیار متخصصان و اساتید صاحب‌نظر و هم‌چنین، کارشناسان جهاد کشاورزی قرار گرفت و پس از اخذ نظریات اصلاحی و تعدیل برخی موارد، مرحله‌ی پیش‌آزمون پرسشنامه در میان اعضای جامعه مورد مطالعه به‌عنوان نمونه مقدماتی انجام شد. بر اساس نتایج به‌دست آمده از مرحله‌ی پیش‌آزمون، نواقص پرسشنامه در حین تکمیل توسط پاسخگویان شناسایی شد و طبق نظریات اصلاحی این گروه از مرتبط بودن سوالات با توجه به هدف پژوهش اطمینان حاصل شد. بعد از اتمام این مرحله برای سنجش پایایی از سنجش آلفای کرونباخ استفاده شد که برای بخش‌های مختلف پرسشنامه به این شرح می‌باشد: آموزشی- مهارتی  $0/82$  (۷ گویه)، زمینه‌های مناسب فرهنگی - جامعه‌شناختی  $0/75$  (۵ گویه)، حمایت‌های اقتصادی دولت  $0/86$  (۵ گویه) و حمایت قانونی- نهادی  $0/78$  (۶ گویه). در نهایت، پرسشنامه تأییدشده در اختیار سرپرستان خانوار روستایی قرار گرفت. داده‌ها پس از گردآوری، وارد نرم افزار SPSS گردید. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از تحلیل‌های توصیفی، استنباطی استفاده شد.

## یافته‌ها و بحث

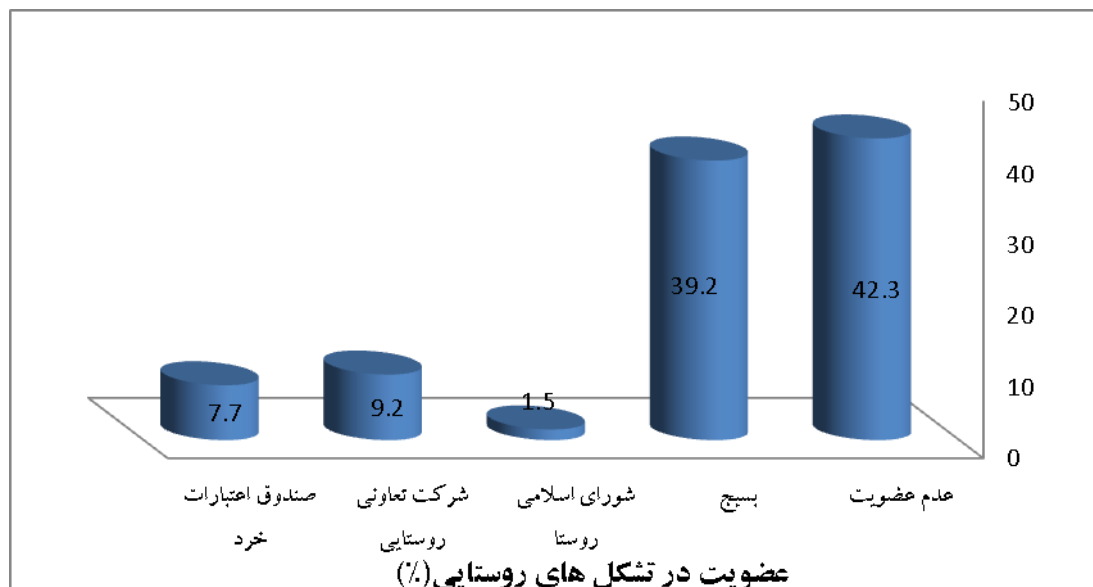
بررسی اطلاعات توصیفی اعضای مورد مطالعه نشان داد،  $43/1$  درصد روستاییان بیشتر از ۳۵ سال سن داشتند و میانگین سنی جامعه هم،  $34/04$  سال بود. اغلب پاسخگویان مرد بوده ( $77/7$  درصد) و  $32/8$  درصد آن‌ها نیز، از سطح تحصیلات راهنمایی برخوردار بودند (جدول ۱).



جدول (۱): ویژگی های فردی جامعه مورد مطالعه

ویژگی های فردی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
گروه سنی	کمتر از ۲۵ سال	۳۱	۲۳/۸
	۲۵-۳۵ سال	۴۳	۵۶/۹
	بیشتر از ۳۵ سال	۵۶	۱۰۰
	جمع کل	۱۳۰	۱۰۰
جنسیت	مرد	۱۰۱	۷۷/۷
	زن	۲۹	۲۲/۳
	جمع کل	۱۳۰	۱۰۰
مقطع تحصیلی	بیسواد	۱۲	۹/۲
	ابتدایی	۳۰	۲۳/۱
	راهنمایی	۳۱	۲۳/۸
	دیپلم	۲۵	۱۹/۲
	بالتر از دیپلم	۳۲	۲۴/۶
	جمع کل	۱۳۰	۱۰۰

بررسی وضعیت اعضای جامعه مورد مطالعه در تشکل های روستایی نشان داد، ۴۲/۳ درصد روستاییان در هیچ تشکلی عضو نبودند (شکل ۱)



شکل (۱): بررسی وضعیت عضویت روستاییان در تشکل های روستایی

به منظور پیش بینی تغییرات متغیر وابسته و تعیین سهم هریک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده شد. برای این منظور، روش پیشرو گام به گام<sup>۱</sup> مورد استفاده قرار گرفت. بر اساس نتایج بدست آمده (جدول ۲ و ۳) در گام اول



عامل زمینه‌های مناسب فرهنگی - جامعه‌شناختی (ضریب تعیین ۰/۱۸۶)، در گام دوم آموزشی- مهارتی (ضریب تعیین ۰/۳۶۸)، در گام سوم عامل حمایت‌های اقتصادی دولت (ضریب تعیین ۰/۶۲۷) و در گام چهارم به ترتیب، عامل‌های زمینه‌های مناسب فرهنگی - جامعه‌شناختی، آموزشی- مهارتی، حمایت‌های اقتصادی دولت و عامل قانونی - زیرساختی وارد معادله‌ی رگرسیون شدند که در مجموع ۰/۶۵ از واریانس عوامل موثر بر توسعه صنایع را در مناطق روستایی تبیین می‌کنند. در نتیجه معادله‌ی رگرسیون را به شرح ذیل می‌توان نوشت:

$$Y = ۰/۰۹۳ + (آموزشی- مهارتی) ۰/۲۷۴ + (زمینه‌های مناسب فرهنگی - جامعه‌شناختی) ۰/۲۶۲ + ۲/۱۶۹$$

(قانونی - زیرساختی) ۰/۱۰۹ + (دولت)

جدول (۲): برازندگی مدل (Model Summary)

گام	متغیرهای مستقل	R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱	زمینه‌های مناسب فرهنگی - جامعه‌شناختی	۰/۴۳۱	۰/۱۸۶	۰/۱۷۹	۰/۷۲۳
۲	آموزشی- مهارتی	۰/۶۰۶	۰/۳۶۸	۰/۳۵۸	۰/۶۳۹
۳	حمایت‌های اقتصادی دولت	۰/۶۲۷	۰/۳۹۴	۰/۳۷۹	۰/۶۲۹
۴	قانونی - زیرساختی	۰/۶۵۰	۰/۴۲۳	۰/۴۰۴	۰/۶۱۶



جدول (۳): ضرایب عامل های وارده شده در گام های مختلف معادله رگرسیون

گام	متغیر	B	خطای استاندارد	Beta	T	معناداری
اول	زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه شناختی	۰/۲۶۲	۰/۰۴۸	۰/۴۳۱	۵/۴۰۱	۰/۰۰۰
	عدد ثابت	۲/۱۶۹	۰/۱۵۹	-	۱۳/۶۱۴	۰/۰۰۰
دوم	زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه شناختی	۰/۲۸۳	۰/۰۴۳	۰/۴۶۵	۶/۵۷۲	۰/۰۰۰
	آموزشی - مهارتی	۰/۲۷۴	۰/۰۴۵	۰/۴۲۸	۶/۰۴۷	۰/۰۰۰
سوم	عدد ثابت	۱/۲۹۶	۰/۲۰۲	-	۶/۴۲۲	۰/۰۰۰
	زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه شناختی	۰/۲۶۳	۰/۰۴۳	۰/۴۳۳	۶/۱۰۴	۰/۰۰۰
چهارم	آموزشی - مهارتی	۰/۲۷۲	۰/۰۴۵	۰/۴۲۵	۶/۰۹۷	۰/۰۰۰
	حمایت های اقتصادی دولت	۰/۰۹۳	۰/۰۴۰	۰/۱۶۴	۲/۳۱۸	۰/۰۰۰
چهارم	عدد ثابت	۱/۰۴۶	۰/۲۲۶	-	۴/۶۳۰	۰/۰۰۰
	زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه شناختی	۰/۲۵۹	۰/۰۴۲	۰/۴۲۷	۶/۱۲۷	۰/۰۰۰
چهارم	آموزشی - مهارتی	۰/۲۶۴	۰/۰۴۴	۰/۴۱۱	۶/۰۱۰	۰/۰۰۰
	حمایت های اقتصادی دولت	۰/۱۱۴	۰/۰۴۰	۰/۲۰۰	۲/۸۲۴	۰/۰۰۰
چهارم	قانونی - زیرساختی	۰/۱۰۹	۰/۰۴۳	۰/۱۷۵	۲/۵۰۹	۰/۰۱۳
	عدد ثابت	۰/۶۵۰	۰/۲۷۲	-	۲/۳۹۴	۰/۰۱۸

### نتیجه گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صنایع کوچک در مناطق روستایی صورت گرفت. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی، چهار عامل زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه شناختی، آموزشی - مهارتی، حمایت های اقتصادی دولت و عامل قانونی - زیرساختی در مجموع ۶۵ درصد عوامل مؤثر بر توسعه صنایع روستایی را تبیین می کنند. در واقع، بر اساس نتایج حاصل از بکارگیری رگرسیون چندمتغیره، هر چهار عامل زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه شناختی، حمایت های اقتصادی دولت و حمایت قانونی - نهادی در توسعه مشاغل مرتبط با صنایع روستایی نقشی مؤثر دارند. مسلم است که باید رابطه ای هم افزا میان عوامل چهارگانه نامبرده فراهم باشد تا صنایع مناسب در جوامع روستایی توسعه یابند. در سایه این ارتباط است که می توان به افزایش اثربخشی کل مجموعه و پر کردن خلأهای موجود امیدوار بود. این هم افزایی علاوه بر اینکه ظرفیت هریک از عوامل را افزایش می دهد، منجر به افزایش توانمندی کل مجموعه و در نهایت توسعه روزافزون صنایع روستایی خواهد شد و مجموعه ای توانمند از جمع تک تک اجزاء ایجاد می شود. نتایج پژوهش سامیان و همکاران (۱۳۹۴)، امین آقایی (۱۳۸۸)، ایزدی (۱۳۹۲) نیز مؤید نتایج به دست آمده در این پژوهش است. در ادامه ی پژوهش مشخص شد، مؤثرترین عامل در توسعه صنایع در مناطق روستایی زمینه های مناسب فرهنگی - جامعه - شناختی است. مسلم است که در جوامع روستایی فرهنگ جامعه و ساخت های اجتماعی آن بر تحقق ظرفیت کارآفرینی به طور کلی و



ایجاد و توسعه صنایع به طور خاص اثر می‌گذارد. اهمیت این عامل به اندازه‌ای است که می‌توان گفت تا بسترهای اجتماعی و فرهنگی در جامعه هدف فراهم نباشد، اثر سایر متغیرها و عوامل نیز اثربخش نخواهد بود. رونینگ و جانگرن (Ronning, and Ljunggren, ۲۰۰۷) نیز معتقدند، صرف‌نظر از کلیه عوامل مؤثر بر کارآفرینی و ایجاد صنایع جدید، هر فرد کارآفرین در یک زمینه‌ی اجتماعی مشغول فعالیت است و فعالیت‌های کارآفرینانه خویش را در قالب اجتماع ایفا می‌کند. لذا، عوامل اجتماعی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر هر فعالیت کارآفرینانه فردی و گروهی است. هم‌چنین، هنجارها و ارزش‌های زندگی اجتماعی بخشی از ساختار آگاهی‌های افراد را تشکیل می‌دهند. چنانچه، در جوامعی که گسترش صنایع جدید و نوآورانه مرسوم نبوده است، افراد کارآفرینی کمتری در مقایسه با جوامعی داشته‌اند که افراد درآمد خود را از فعالیت‌های خود اشتغالی بدست می‌آورند.

در نهایت با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- معرفی صاحبان صنایع کوچک روستایی برتر و تقدیر شایسته از آن‌ها به منظور شناساندن نقش مهم آن‌ها در توسعه اقتصادی کشور به سایر روستاییان؛

- برگزاری دوره و کارگاه‌های آموزشی جهت معرفی صنایع متناسب با مناطق روستایی

- تسهیل پرداخت وام‌های کم بهره و حتی بدون نیاز به ضامن جهت افزایش سرمایه روستاییان در ایجاد و یا توسعه صنایع روستایی

- ایجاد سازمان و نهاد متولی حمایت از ایجاد و توسعه صنایع روستایی به منظور افزایش نرخ تأسیس صنایع روستایی جدید، جلوگیری از مرگ میر صنایع موجود و تسهیل دسترسی به عوامل مؤثر بر رشد و توسعه‌ی آن‌ها؛

- پیشنهاد می‌شود تدوین قوانین مختص به صنایع روستایی مورد توجه مسئولان قرار گیرد و جهت افزایش آگاهی روستاییان از این قوانین، کلاس‌های آموزشی قبل از احداث این مشاغل برگزار گردد؛

- برگزاری کارگاه‌ها و کلاس‌های فرهنگی - روانشناسی جهت تأثیر روانی بر سطح فرهنگ کارآفرینی، تقویت روحیه ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس مردم ساکن در روستاها؛

- تأسیس شبکه مشاوره و استعداد یابی در مناطق روستایی که براساس استعداد افراد و مناطق به آنان اجازه ایجاد کسب و کارهای خرد را بدهد.

## منابع

احمد پورداریانی، م. (۱۳۷۸). تعاریف، نظریات و الگوها، پردیس تهران ۵۷.

امین آقایی، م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد صنایع کوچک از دیدگاه کارشناسان توسعه‌ی روستایی، فصلنامه‌ی روستا و توسعه، ۱۱(۴). صص: ۱۲۵-۱۴۶.

افتخاری، ع، الف، طاهری خانی، م، سجادی قیداری، ح، الف. (۱۳۸۸). تحلیل ابعاد مرثر بر توسعه‌ی کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی، مطالعه شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۳، صص: ۴۳-۷۲.

اکس، ز. ج. (۱۳۸۳). صنایع کوچک و رشد اقتصادی، مقاله تول از کتاب نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن، مترجم: جهانگیر مجیدی، چاپ دوم. تهران، مؤسسه فرهنگی رسا.

ایزدی، ب. الف. (۱۳۹۲). سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مشاغل کوچک روستایی شیراز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی، ۱۳۹۲.

سامیان، م، موحدی، ر. و انصاری، الف. (۱۳۹۴). بررسی راهکارهای ایجاد کسب و کارهای خرد روستایی با تأکید بر کارآفرینی روستایی، فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، سال سیزدهم، شماره ۴۷، بهار ۹۴.

صحراییان، س. الف. (۱۳۸۰). سازماندهی صنایع کوچک در ایران، تهران: هدف.





علی میرزایی، ع.، اسدی، ع و طهماسبی م. (۱۳۹۰). موانع توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین روستایی در استان خوزستان (مطالعه موردی: صنایع تکمیلی خرما). نشریه توسعه کارآفرینی. دوره ۴، شماره ۱۲، تابستان ۱۳۹۰، صفحه ۱۶۵-۱۸۴.

فیض پور، م. ع.، محمودی، و.، امامی میبدی، م. (۱۳۸۸). رشد سریع و عوامل مؤثر بر آن در بنگاه‌های کوچک صنایع تولیدی ایران طی برنامه سوم توسعه، پژوهشنامه اقتصادی، سال نهم، شماره ۴. زمستان ۱۳۸۸، صص: ۱۵۵-۱۷۳

قاسمی سیانی، م. (۱۳۸۸). کار آفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاهای ایران، فصلنامه مسکن و محیط روستا. ۲۸ (۱۲۸).

کرمی بنماران، ز.، خسروی پور، ب.، غنیان، م. و برادران، م. (۱۳۹۳). شناسایی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط با محوریت گردشگری روستایی. مطالعه موردی: بخش کن شهرستان تهران. پژوهش‌های روستایی ۵(۴). زمستان ۹۳. صص: ۷۳۷-۷۵۸.

موحدی، ر. و بیات، الف. (۱۳۹۰). نقش تعاونی‌های سبز در توسعه کارآفرینی زنان روستایی، تهران: وزارت تعاون، کار و امور اجتماعی.

مولایی، م. (۱۳۸۲). ارزیابی عوامل مؤثر بر سودآوری و عملکرد صنایع کوچک در ایران، پایان نامه دکتری دانشکده اقتصاددانشگاه تربیت مدرس. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

Abor, J. and Quartey, P. (۲۰۱۰). Issues in SME Development in Ghana and South Africa, International Research Journal of Finance and Economics, ۳۹, PP. ۲۱۸-۲۲۸.

Begner, William (۲۰۰۶). "Corporate ventures and knowledge In Michael Hitt & Duane Ireland", Entrepreneurship ,Victoria: Blackwell Publishing, pp. ۴۵-۴۸.

Markley, D.M. (۲۰۰۵). Local Strategies for responding to rural restructuring: The role of entrepreneurship, Globalization and Restructuring in rural America Conference ERS-USDA, Washington, D.C.

Poza, E.J.(۲۰۰۷). Family Business, Thomson South-Western.

Radas, S. and Bozic, L. (۲۰۰۹) The Antecedents of SME Innovativeness in Anemogram in Transition Economy, Tec novation, ۲۹, PP. ۴۳۸-۴۵۰.

Ronning, L& Ljunggren, E, (۲۰۰۷). Community Entrepreneurship:Building Entrepreneurship-facilitating social capital, Nordland Research Institute, Norway.