

مطالعه مروری - کتاب‌خانه‌یی فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی



*^۱ نگارنده‌گان: پوهنیار علی احمد امیری



^۲ محمد جمیل عثمانی، ^۳ میرویس محمدی

چکیده

امروز از کارآفرینی به‌عنوان ابزاری برای محرومیت‌زدایی یاد شده و شناسایی فرصت، به‌عنوان قلب و آغازگر کارآفرینی قلم‌داد می‌شود. این مقاله به معرفی کلی از کارآفرینی، فرصت‌ها و چالش‌های اساسی در کارآفرینی پرداخته است و شناخت کامل و استفاده صحیح از فرصت‌های کارآفرینی، ابزاری برای رشد و توسعه اقتصادی پیش‌نهاد شده است. این تحقیق به روش مروری-کتاب‌خانه‌یی ناساختارمند و با استناد به مقالات انجام شده است. در مطالعاتی که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان صورت می‌گیرد، هم‌واره این سؤال مطرح می‌شود که فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی چیست؟ جمع‌بندی نشان‌دهنده فرصت‌ها و چالش‌های اساسی کارآفرینی که شامل وجود نیروی بشری وافر، حمایت حکومت و موجودیت سرمایه طبیعی فراوان (فرصت‌ها)، عدم وجود نیروی بشری متخصص، تیوری بودن مطالب علمی نهادهای تحصیلی و سیر تکامل سطحی نهادهای علمی (چالش‌ها) می‌باشد.

واژه‌گان کلیدی: کارآفرینی، فرصت‌ها، چالش‌ها.

* ۱ هیئت علمی دیپارتمنت مدیریت انکشاف، پوهنخی/ دانش‌کده اداره و پالیسی عامه، پوهنتون/ دانش‌گاه هرات، هرات، افغانستان (نویسنده مسؤول): aliahadamiri10@gmail.com

۲. دانش‌جوی دیپارتمنت مدیریت انکشاف، پوهنخی/ دانش‌کده اداره و پالیسی عامه، پوهنتون/ دانش‌گاه هرات، هرات، افغانستان.
این مقاله تحت مجوز بین‌المللی Creative Commons Attribution 4.0 International License ثبت می‌باشد.

ISSN

P: 2788-4155

E: 2788-6441

Ghalib

Received: 02/ 12/ 2023

Accepted: 14/ 03/ 2024

Published: 20/ 03/ 2024

OPEN ACCESS <<https://ghalibqjournal.com/index.php/ghalibqjournal>>DOI: <https://doi.org/10.58342/ghalibqj.V.13.I.1.9>

PP: 183 - 201

A Review-Library Study of Entrepreneurship Opportunities and Challenges



Authors: AliAhmad Amiri^{*1}, Mohammad Jamil Osmani²,



Mirwais Mohammadi²

Abstract

Today, entrepreneur is referred to as tool for depriving people and identifying opportunities as the heart and initiator of entrepreneurship. This article gives a general introduction of entrepreneurship, opportunities and basic challenges in entrepreneurship, and full knowledge and proper use of entrepreneurial opportunities, a tool for economic growth and development, have been proposed. This research has been done by review-library method and citing articles. In the studies about entrepreneurship and entrepreneurs, the question is, what are the opportunities and challenges of entrepreneurship? The findings of the research show the basic opportunities and challenges of entrepreneurship, which include: the existence of abundant human resources, the support of the government and the existence of abundant natural capital opportunities, the absence of specialized human resources, the theoretical nature of the scientific content of educational institutions, and the course of superficial evolution of scientific institutions challenges.

Keywords: Entrepreneurship, Opportunities, Challenges.

*1 Development Management Department, public administration and policy faculty, Herat University, Herat, Afghanistan (Coresponding Author: aliahadamiri10@gmail.com)

² Student of Development Management, Public Administration and policy faculty, Herat University, Herat, Afghanistan



۱. مقدمه

کارآفرینان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی منشأ آثار و پیامدهای مثبت بسیاری می‌باشند. صاحب‌نظران اقتصادی به‌وجود رابطه تنگاتنگ بین کارآفرینی و اشتغال اذعان دارند و تجارب کشورهای مختلف نیز این رابطه را تأیید می‌کند. هرگاه فعالیت‌های کارآفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود، نرخ بی‌کاری آن جامعه فزونی خواهد یافت. یکی از نتایج دیگر کارکرد کارآفرینان، بهبود توزیع درآمد و رفاه است. آن‌ها در جست‌وجو برای فعالیت کارآفرینانه خود عوامل اقتصادی، مواد خام و دیگر منابع را در مناطق بکر شناسایی کرده با ایجاد مؤسسه و شرکت یا کارخانه به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کنند. نقش کارآفرینی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست؛ بل که شامل تغییرات ساختاری در فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی است. این تحول با رشد هم‌راه بوده و شروع حرکت توسعه می‌باشد. کارآفرینان نه تنها به جهت تولید محصول (خدمات‌رسانی) جدید در بازار، بل که به دلیل جلب سرمایه‌گذاری در فعالیت کارآفرینانه جدید نقش مهمی در توسعه دارند. (دادگر و غلامزاد، ۱۳۸۹: ۶). مفهوم کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار یکی از مفاهیم مهم و اساسی در بحث رشد و توسعه اقتصادی کشورهاست. حال، پرسش این است که: فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی چیست؟

محققین بر این اعتقاد اند که کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالارفتن کیفیت زنده‌گی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود. کارآفرینی پدیده فنی - اقتصادی جدیدی است، که در دو دهه اخیر جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگفت خود متحول ساخته است. کارآفرینی در رشد اقتصادی کشورهایی که با وضعیت ناهنجار بی‌کاری، کم‌بود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت و از این قبیل دچار شده‌اند، می‌تواند راه حل خوبی برای بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی نیز قلم‌داد می‌شود (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۳). طبق نظریه کرزنر فرد، کارآفرین در راستای خلق ارزش یا کارآفرینی با داشتن کنش‌های جسورانه، متهورانه و سوداگرانه به دنبال کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها، خلق ارزش و کسب سود خالص هستند. در کنش کارآفرینانه، عنصر بسیار مهمی تحت عنوان «کشف فرصت» وجود دارد (Kirzner, 1973, 20). آلوارز^۳ (۲۰۰۵) معتقد است باوجود تلاش بسیاری از محققان، هنوز نظریه کارآفرینی به‌طور عمومی پذیرفته نشده است (رضایی میر قائد، ۱۳۹۴: ۲).

جزئیات و نتایج برخی از مهم‌ترین تحقیقات انجام‌شده قبلی قرار زیر است:

توسعه اقتصادی هم‌واره یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های کشورها بوده است. دو عامل تأثیرگذار بر توسعه، بهره‌وری و کارآفرینی هستند که در دهه‌های اخیر در استراتژی‌های توسعه

[مطالعه مروری - کتابخانه‌بی فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی]

جای‌گاه ویژه یافته‌اند. کارآفرینی استاندارد معمولاً به رُشد بهره‌وری می‌انجامد و رُشد بهره‌وری در توسعه اقتصادی و اجتماعی، بهبود وضعیت اشتغال، استاندارد کار، کنترل تورم و کاهش فقر اهمیت دارد و تا حدی چه‌گونه‌گی رقابت را در عرصه بین‌المللی تعیین می‌کند (دادگر و غلامزاد، ۱۳۸۹: ۳). تحقیقی که عزیزی بر روی دانش‌جویان دانش‌گاه شهید بهشتی ایران انجام داده، به این نتیجه رسیده است که زمینه بروز و پرورش کارآفرینی برای دانش‌جویان فراهم نشده است (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۴). بدری نیز در تحقیقی که با هدف تعیین قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌جویان دانش‌گاه اصفهان ایران انجام داد، به این نتیجه رسیده است که اگرچه قابلیت‌های کارآفرینی در زمینه‌های استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیش‌رفت و خلاقیت در دانش‌جویان بالاتر از میانگین است، ولی آموزش‌های دانش‌گاهی در پرورش ویژه‌گی‌های دانش‌جویان مؤثر نبوده است؛ همچنین بین قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌جویان مراجعه‌کننده به مرکز کارآفرینی و سایر دانش‌جویان تفاوت معناداری مشاهده نشده است (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۳). چراغ علی نشان می‌دهد که مواردی چون عدم دسترسی به منابع مالی و امکانات بنیادین و مقررات مناسب حمایت‌کننده از کارآفرینان، همچنین عدم وجود فرهنگ و روحیه کارآفرینی و عدم آشنایی کارآفرینان بالقوه با مهارت‌های مدیریتی باعث کاهش کارآفرینی در بخش‌های صنعت و کشاورزی شده است (دادگر و غلامزاد، ۱۳۸۹: ۳). فردریک هاوولی تصریح می‌کند، که علاوه بر زمین، کار و سرمایه، استدلال می‌کرد که چهارمین عامل، یعنی کارآفرینی نادیده گرفته شده است (مهدی‌زاده اقدام و هم‌کاران، ۱۴۰۰: ۳).^۴ ولیکن معتقد است که کارآفرینی تسریع‌کننده جرقه رُشد و توسعه اقتصادی است و چهار زمینه را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد ۱. زمینه‌های اقتصادی مثل مزیت‌های بازار و فراهم‌بودن سرمایه؛ ۲. زمینه‌های غیراقتصادی مانند مقبولیت کارآفرینی، تحرکات اجتماعی، امنیت، قدرت و کنترل؛ ۳. زمینه‌های روان‌شناختی چون وجود انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری؛ ۴. زمینه‌های فنی ایجاد تغییر در تولید کالا و خدمات در مورد شروع به کارآفرینی، که نتیجه آن فراهم‌آمدن هم‌زمان پتانسیل کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی می‌باشد، بیان می‌شود که هر جامعه باتوجه به ارزش‌ها و ویژه‌گی‌های خود باید مفهوم کارآفرینی را تعریف و راه‌های گسترش و ترویج آن را مشخص نماید (فرج‌الله حسینی و غیاثوند غیائی، ۱۳۹۰: ۴).

هزارجریبی نیز در تحقیق خود به رابطه بین کارآفرینی و آموزش دوره‌های انگیزه، پیش‌رفت، خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی اشاره کرده است (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۴)؛ همچنین هنسمارک^۵ (به نقل از راشید، ۲۰۰۰) در مطالعه‌یی بر کشاورزان نروژ، نتایج نشان داد که

^۴ - velkan

^۵ -Hansmark

توسعه کارآفرینی باعث افزایش دست‌رسی افراد به اطلاعات شده و در نهایت این اطلاعات منجر به ایجاد شبکه‌های کسب و کار منسجم گشته و فرصت‌های شغلی را فراهم می‌آورد (فرج‌الله حسینی و غیاثوند غیاثی، ۱۳۹۰: ۴). طی تحقیقی به بررسی نقش آموزش در افزایش مرکز درونی افراد پرداخته است. یافته‌های آن بیان‌گر این است که برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی بر میزان کنترل درونی افراد تأثیرگذار است (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۴). بسیاری از کارآفرینان بالقوه قادر به شناسایی فرصت‌ها هستند؛ اما اکثر سرمایه‌گذاری‌ها در زمانی که کارآفرینان درک صحیحی از خطرات مرتبط با فرصت‌ها ندارند، شکست می‌خورند (مهدی‌زاده اقدام و هم‌کاران، ۱۴۰۰: ۳). در تحقیقی که پوستیگو^۶ (۲۰۰۱) تحت عنوان آموزش کارآفرینی در آرژانتین انجام داده است، هدف این تحقیق بررسی و ارزیابی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی در کشور آرژانتین بوده، که با استفاده از روش مصاحبه با دانش‌جویان به این نتیجه رسیده است، که از نظر دانش‌جویان مهم‌ترین دوره برای آموزش کارآفرینی دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری است. دانش‌جویان خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژه‌گی در انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه عنوان کرده‌اند (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۴). آیوشیک^۷ (۲۰۰۶) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که کارآفرینی و حقوق انسانی از طریق آموزش توسعه داده می‌شود؛ هم‌چنین در تحقیقی درباره موفقیت‌های دانش‌گاه در ترقی آموزش کارآفرینی و نیروی بالقوه برای کارآفرینی بحث و تبادل نظر شده است. آیوشیک در این مطالعه خاطرنشان کرد که آموزش ضروری‌ترین نیاز برای مردم است. برای این‌که از استعدادهای بالقوه شان آگاهی یابند و با یادگیری مهارت‌ها برای زنده‌گی به‌تر در آینده آماده شوند (مهدی‌زاده اقدام و هم‌کاران، ۱۴۰۰: ۳) طوری که دیده می‌شود در پیشینه‌های تحقیق محققان و یا پژوهش‌گران درباره چالش‌ها و فرصت‌ها چیزی گفته نشده است؛ بناءً در این تحقیق، بر علاوه کارآفرینی، درباره فرصت‌ها و چالش‌های ایجاد کارآفرینی پرداخته‌ایم. این تحقیق بر مبنای هدف جزو تحقیقات بنیادی به‌شمار رفته و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت کتاب‌خانه‌یی و به روش مروری ناساختارمند، به‌منظور دست‌یابی به غنای داده‌ها به مقالات و کتب موجود در این حوزه پرداخته شده است. در این تحقیق به تعداد ۲۱ مقاله علمی مورد مطالعه قرار گرفته است، که از جمله فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی شامل وجود نیروی بشری وافر، حمایت حکومت و موجودیت سرمایه طبیعی فراوان (فرصت‌ها)، عدم موجودیت نیروی متخصص کارآفرین، تیوری بودن مطالب علمی و سیر تکامل سطحی نهادهای علمی (چالش‌ها) می‌باشد.

^۶ Postegho

^۷ Iuoshik

۲. مروری بر ادبیات تحقیق

۲-۱. تاریخ چه شکل‌گیری کارآفرینی

رفتار آموختنی است و یادگیری یا تغییر رفتار، جهت افراد کارآفرین، مستلزم تدوین و طراحی یک نظام آموزشی مبتنی بر قدرت خلق مفاهیم جدید و توان تحلیل پدیده‌های نوظهور و هم‌چنین ایجاد توان‌مندی در فضای رقابتی و توسعه جهان، مبتنی بر دانایی امروز است.

از آن‌جا که کارآفرینی انسان‌ها به‌عنوان یک سازوکار می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری شود، ویژه‌گی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی افراد کارآفرین در تحقیقاتی وسیع و عمیق از ۱۹۸۰ آغاز گردید و به همین دلیل دهه ۱۹۸۰ به‌عنوان دهه کارآفرینی نام‌گذاری شده است (مهرداد، ۱۳۹۰: ۵). ویژه‌گی‌های کارآفرینان، شخصیت و رفتار آن‌ها، فرایند کارآفرینی در سطح شرکت‌ها و سازوکارهای آن، ارتباط کارآفرینی با جامعه، آموزش کارآفرینی و نقش دولت‌ها در کارآفرینی با روش‌های فراتحلیلی مورد توجه محققان و صاحب‌نظران در پایان قرن بیستم و ورود به قرن بیست‌ویکم بوده است.

کارآفرینی از عمق نظریه‌های اقتصادی تبلور یافت و از قرن نوزدهم تا دهه ششم قرن بیستم تنها اندیشه‌مندان اقتصادی به آن می‌پرداختند. اقتصاددانان شرایط اقتصادی را موجب کارآفرینی می‌دانند. طبق نظر آن‌ها کارآفرینان ویژه‌گی‌های خاصی داشته و کارکردها و فعالیت‌های مناسبی به آن‌ها نسبت داده می‌شود. از نظر اقتصاددانان، کارآفرین کسی است که منابع، نیروی کار، مواد و سایر دارایی‌ها را باهم ترکیب می‌کند تا ارزش آن‌ها را نسبت به قبل بیش‌تر نماید (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۳).

واژه کارآفرینی از ترجمه فرانسوی کلمه آنتروپراندر^۸ به معنای متعهدشدن که در زبان انگلیسی انترپرنیر نیز گفته می‌شود، گرفته شده است. کارآفرینی در حدود دو دهه قبل به‌عنوان یک نیروی اقتصادی قابل بحث ظهور پیدا کرد. کارآفرینی به‌عنوان موتور محرکه توسعه و رشد اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. اصطلاح کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که متعهد می‌شود، مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (رضایی و هم‌کاران، ۱۳۹۹: ۴).

کارآفرینی فرایندی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق، شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب‌وکار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشدیابنده نموده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک، به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه منجر می‌شود. به‌این ترتیب، آموزش کارآفرینی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گراست که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به‌صورتی خلاق تربیت می‌شوند. درواقع این نوع

⁸ Antroprandra

آموزش، فعالیتی به حساب می‌آید که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار استفاده می‌شود. این امر افزایش، بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت (کاظمی و دولت، ۱۳۹۲: ۲).

در راستای کارآفرینی تحقیقاتی انجام گرفته که به دو مورد آن اشاره می‌شود: در تحقیقی تحت عنوان «رویدادهای حیاتی برای کارآفرینان در شرکت‌های خودمختار کارآفرینانه سوئد»، مهم‌ترین رویداد در این شرکت‌ها را ایجاد جوّ خلاقیت و افزایش درجه کارآفرینانه و تحریک کارکنان و افزایش علاقه به کار معرفی می‌کند. آنان سازمان‌های خودمختار کارآفرینانه را مهم‌ترین عامل در توسعه و پیش‌رفت سازمان مادر می‌داند (مهرداد، ۱۳۹۰: ۶).

سلیمان، در تحقیقی تجربی تحت عنوان «مطالعه تطبیقی شیوع کارآفرینی در بین مخترعین آزمایش‌گاه‌های ملی» در سوئد، نشان داد که ۵۰ درصد شرکت‌های کوچک که زمینه فعالیت آن‌ها تکنالوژی است، از نوع شرکت‌های خودمختار کارآفرینانه هستند (صالحی عمران و رستمی، ۱۳۸۸: ۳).

باوجود این که کارآفرینی علم جدیدی است، امروزه در تمامی ابعاد توسعه مطرح است و مهم‌ترین دست‌آورد آن برای توسعه کشور، ایجاد اشتغال، رفاه، ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است. عده‌یی معتقد اند که کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک مکانیزم، موجب افزایش بهره‌وری شود. به‌طوری که امروزه کشورهای توسعه‌یافته از یک زاویه جدید، شرکت‌های خود را در یک محیط کاملاً متغیر و پویا نگاه داشته اند و علت آن کشف و پرورش انسان‌های خاصی است، که نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موقیعت‌ها می‌شوند (کاظمی و دولت، ۱۳۹۲: ۳).

شامپوتر^۹ معتقد است که کارآفرینی نیروی محرک اصلی در توسعه اقتصادی است؛ چنان که جاپان بعد از جنگ جهانی، توسعه خود را مدیون افراد خلاق و کارآفرین می‌داند. ماتسوشیتا^{۱۰} به‌خاطر اعتقاد به اتکای به خودداشتن روحیه خودباوری، خلاقیت و کارآفرینی، توانست از طریق کارگری در ویتنام و باربری در کارخانه‌های سمنت به مرحله مدیریت یکی از موفق‌ترین صنایع جاپان (ماتسوشیتا) دست یابد. کارآفرینی به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین ابزارهای توسعه محسوب می‌گردد؛ چرا که وجود انسان‌های کارآفرین، موجب ایجاد بستر موقیعت‌ها می‌شود (Schumpeter, Goseph. 1934: 17).

۳. خصوصیات کارآفرینی و نمونه‌های آن

شناخت ویژه‌گی‌های کارآفرینی از چند جهت حایز اهمیت است؛ یکی آن است که دیگران می‌توانند این ویژه‌گی‌ها را در خود پرورش دهند. دیگر آن که به دست‌اندرکاران جامعه امکان می‌دهد که تا

^۹ Schumpoter

^{۱۰} Matsushita

محیط را برای پرورش کارآفرینی مهیا کنند. می‌توان خصوصیات کارآفرینی را به روان‌شناختی - شخصیتی و سازمانی - مدیریتی دسته‌بندی کرد. از خصوصیات روان‌شناختی - شخصیتی می‌توان بر چند مورد زیر تأکید کرد:

۳-۱. استقلال‌گرایی

استقلال‌گرایی یکی از قوی‌ترین نیازهای کارآفرین است. در بین کارآفرینان ۷۰ درصد دارای انگیزه استقلال‌گرایی قوی می‌باشند و ۳۰ درصد این انگیزه را در حد متوسط دارا هستند (دادگر و غلامزاده، ۱۳۸۹: ۸).

۳-۲. اعتماد به نفس

کارآفرینان، هم به‌خاطر اعتماد به نفس موفق هستند، و هم، به این خصلت شهرت دارند، ۸۵ درصد از کارآفرینان، نیز در حد بالایی از اعتماد به نفس برخوردار بوده‌اند و این ویژگی تأثیر زیادی در موفقیت آن‌ها داشته است (احمدزاده و هم‌کاران، ۲۰۲۱: ۴).

۳-۳. نوآوری و ابتکار

یکی از علایم کارآفرینی، نوآوری است. آن‌ها به روش‌هایی فکر می‌کنند که با کمک ترکیب، نوآوری و ابتکار کنند (همان‌جا).

۳-۴. مخاطره‌پذیری و اعتدال‌گرایی

کارآفرینان، علاوه بر توجه به ایده‌های جدید، خطرات موجود در آن‌ها را هم محاسبه می‌کنند؛ یعنی آن‌ها امور مختلف را بررسی کرده و ریسک مربوطه را می‌سنجند و به شکلی آگاهانه و با تکیه بر مهارت و تلاش خو وارد کار می‌شوند و معمولاً در میانه خط ریسک قرار دارند (دادگر و غلامزاده، ۱۳۸۹: ۸).

۸۳ درصد از کارآفرینان مخاطره‌پذیر بوده و بعضاً شکست را نیز تجربه کرده‌اند. اینان توانسته‌اند از شکست‌های‌شان درس گرفته و دوباره ادامه دهند. در مورد ۱۷ درصد باقی‌مانده، عموماً هدف و فعالیت خود را چنان اختیار کرده بودند که ریسک عدم موفقیت بسیار کم بوده است (خویشن‌دار، دانش شکیب، ۲۰۱۹: ۵).

۳-۵. تمرکز بر هدف و آینده‌نگری

محققان مشاهده نمودند که بیش‌ترین توجه کارآفرینان به هدف مورد نظر بوده و به پیش‌بینی آینده عنایت خاص دارند (همان‌جا).

۳-۶. انگیزه پیش‌رفت دایم و سخت‌کوشی

خصوصیت دیگر کارآفرینان، آرمان پیش‌رفت‌گرایی است. مک کله لند^{۱۱} در این زمینه بیان می‌کند که احساس نیاز به پیش‌رفت، افراد را به سوی رفتارهای کارآفرینانه سوق می‌دهد و باعث تلاش و سخت‌کوشی آن‌ها می‌شود (به‌نقل از: دادگر و غلامزاده، ۱۳۸۹: ۸).
در این قسمت، هم‌چنین چند مورد از صفات سازمانی - مدیریتی کارآفرینان مورد اشاره قرار می‌گیرد:

الف. فرصت‌شناسی

کارآفرین فرصت‌هایی را شناسایی می‌کند که دیگران متوجه آن نمی‌شوند. ۷۹ درصد کارآفرینان نیز از شناسایی فرصت‌ها بهره برده‌اند (مقدم و هم‌کاران، ۱۳۹۶: ۲).

ب. توانایی هم‌آهنگ‌سازی

کارآفرین کسی است که مسؤولیت هم‌آهنگی منابع مورد نیاز را به عهده دارد. او فکر می‌کند چه‌گونه، چه‌طور، کجا، چه موقع و چه نهادهایی مورد نیاز است (احمدزاده و هم‌کاران، ۲۰۲۱: ۴).

ج. شجاعت در تصمیم‌گیری و مسؤولیت‌پذیری

کارآفرین معمولاً خودش تصمیم می‌گیرد و در جریان آن، تمام مهارت و کوشش خود را به کار می‌گیرد و در صورت شکست نیز فقط خود را مقصر می‌داند. این صفت تقریباً در بین تمام کارآفرینان نمونه مورد مطالعه وجود داشته است (دادگر و غلامزاده، ۱۳۸۹: ۸).

۴. خصلت‌های موثر بر کارآفرینی

۱. خطرپذیری بالا؛

۲. کار و تلاش زیاد و مداوم؛

¹¹ Make kela Land

۳. تلاش برای کسب سود از طریق راه‌اندازی کسب‌وکار جدید؛
۴. انجام کارها به شیوه مبتکرانه نو؛
۵. هدایت همه کارها توسط خود (میرزایی، خلیل، ۲۰۱۹: ۲)

۵. فرصت‌های کارآفرینی

شناسایی فرصت می‌تواند به مثابه یک فرایندی باشد که در آن کشف فرصت‌ها و چالش‌ها جهت ایجاد کارآفرینی گردد. ابزاری که مطالعه کارآفرینی را از دیگر مباحث اقتصادی و یا مدیریتی متفاوت می‌سازد، بررسی نقش فرد در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی است. عوامل فردی مؤثر بر شناسایی فرصت را می‌توان به دودسته تقسیم نمود؛ دسته اول عوامل تحت کنترل است، که شامل شبکه اجتماعی، تجربه، انگیزش، دانش و غیره؛ دسته دوم، عوامل غیرقابل کنترل می‌باشد، که شامل شخصیت، فرهنگ، اقتصاد، اجتماع و غیره می‌باشد (مقدم و هم‌کاران، ۱۳۹۶: ۲).

ادبیات مربوط به فرصت‌های کارآفرینی از زمان انتشار به سرعت رشد کرده است. این امر باتوجه به مراحل اولیه توسعه فعالیت‌ها و سازمان‌های اقتصادی جدید، نشان‌دهنده تغییر مسیر صحیح تحقیقات کارآفرینی است (Davidsson, 2015: 34).

تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، پدیده‌هایی با ابعاد متعدد است، که در سال‌های اخیر عوامل مؤثر بر آن مورد توجه پژوهش‌گران قرار گرفته است. این که چرا، چه وقت و چه‌گونه افرادی فرصت‌ها را کشف و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند؟ به نظر می‌رسد که تابعی از متغیرهای فردی و محیطی باشد. شامپوتر^{۱۲} (۱۹۳۴) بر این باور است، زمانی که فرد مبتکرانه محیط را تحت تأثیر قرار می‌دهد، واسطه‌یی برای پدیده کارآفرینی است (مقدم و هم‌کاران، ۱۳۹۶: ۲).

پژوهش‌گران کارآفرینی بر این باور اند که تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و بهره‌برداری بهینه و هوش‌مندانه از این فرصت‌ها، گامی بنیادین در راستای توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود. به بیان دیگر، فرصت، قلب کارآفرینی است و تشخیص فرصت، برای شروع یک فرایند کارآفرینی، امری مهم و محوری معرفی شده است (Casson, Mark, 1982: 45). در واقع اصلی‌ترین جزو کارآفرینی، فرصت است که دامنه کارآفرینی باید بر شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها بنا نهاده شود (حسینی نیا و زراعتکن، ۱۳۹۷: ۳).

شین^{۱۳} و ونکارتارامن^{۱۴} (۲۰۰۰: ۱۲)، اظهار کردند که فرصت مهم‌ترین عنصر فرایند کارآفرینی بوده و فرایند کارآفرینانه چیزی نیست جز تشخیص، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که

¹² Schumpeter

¹³ shen

¹⁴ venkartaraman

کارآفرینان به دلیل ویژه‌گی‌های خاص خود توانایی دیدن آن‌ها را پیدا می‌کنند (دادگر و غلامزاده، ۱۳۸۹: ۸). سینگ (۱۹۹۹) فرصت کارآفرینانه را ریسکی امکان‌پذیر، بالقوه و منفعت‌زا تلقی می‌کند (همان‌جا). اکهارت^{۱۵} و شین (۲۰۰۳) فرصت را موقعیتی تعریف نمودند، که در آن فرد بر این باور است که با ترکیبی جدید از منابع می‌تواند به سودی نائل شود. تشخیص فرصت، فعالیتی است که ایده‌های کسب‌وکار را ارزیابی و اولویت‌بندی می‌کند و از میان ایده‌ها به‌ترین فرصت را انتخاب می‌نماید (مقدم و هم‌کاران، ۱۳۹۶: ۲).

۶. ابزارهای مؤثر بر فرصت‌ها، برای توسعه کارآفرینی

۶-۱. خدمات مشاوره‌یی

در کشورهای مورد مطالعه مراکز کارآفرینی خدمات مشاوره‌یی در زمینه‌هایی مانند مدیریت، امور مالی، فعالیت‌های تجاری، بازاریابی و گاه تهیه طرح‌های توجیهی ارائه می‌کنند و هزینه ارائه خدمات از سوی دولت پرداخت می‌شود (ملامت، ۱۳۹۲: ۲).

۶-۲. تکنالوژی

در کشورهای مورد مطالعه مراکز مسوول کارآفرینی بر کاربرد تکنالوژی و کاربری آن تأکید دارند و به شیوه‌های گوناگون، مانند دادن وام برای ماشین‌آلات نو می‌کوشند این هدف تحقق پذیرد (مدهوشی و مهرداد، ۲۰۰۳: ۴).

۶-۳. حمایت‌های اطلاعاتی

علاوه بر خدمات مشاوره‌یی، حمایت‌های اطلاعات‌رسانی برای فعالیت‌های خرد نیز متداول است، این اطلاعات‌رسانی شامل مواردی همچون وضعیت تجاری، مدیریتی و فنی می‌شود (ملامت، ۱۳۹۲: ۲).

۶-۴. پیوندهای درون‌بخشی

ایجاد و تقویت پیوند در میان تولیدکننده‌گان یک جامعه را می‌توان از اساسی‌ترین پایه‌های توسعه به‌شمار آورد؛ از این‌رو، در سیاست کارآفرینی این اصل مدنظر قرار می‌گیرد و در برخی موارد ایجاد پیوند بین بنگاه‌های خرد و بزرگ در شمار وظایف مراکز کارآفرینی قرار گرفته است (شاهرکنی، ۱۳۹۴: ۳).

۵-۶. ظرفیت‌سازی علمی

در راستای تقویت تکنالوژیک و حمایت‌های اطلاع‌رسانی، تلاش شده است تا میان بُنگاه‌های خرد از یک‌سو و مراکز علمی و فنی ازسوی دیگر پیوند برقرار شود. این ارتباط از طریق مراکز توسعه کارآفرینی و در حوزه‌هایی، مانند تحقیق، آموزش و توسعه صنعتی برقرار می‌شود (مدهوشی، مهرداد، ۲۰۰۳: ۴).

۶-۶. قرضه و اعتبارات

یکی از بارزترین اقدامات کمک به بُنگاه‌های خرد برای دستیابی به سرمایه مالی است. این اقدام متکی بر این بینش است، که بُنگاه‌های خرد به‌طور نسبی از سوی کسانی هدایت و مدیریت می‌شود، که توان مالی محدودی دارند و به همین لحاظ میل به کاربرد تکنالوژی‌های کاربر دارند. به همین خاطر سهولت در دادن قرضه از ویژه‌گی‌های ظرفیت‌سازی سرمایه مالی تلقی می‌شود (ملامت، ۱۳۹۲: ۲).

۶-۷. آموزش

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به‌طور مستقیم بر کمیّت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد؛ به‌همین دلیل است که در بسیاری از کشورها، به‌ویژه در کشورهای پیش‌رفته که تا حد امکان موانع و مشکلات برطرف شده اند و دولت‌ها به شکوفاکردن توان بالقوه مردم پرداخته اند. در چهارچوب این مجموعه اقدامات است که در بسیاری از کشورها هدف‌های گوناگون اقتصادی اجتماعی دولت، مانند افزایش صادرات و توسعه مناطق محروم تحقق می‌پذیرد (دادگر و غلامزاده، ۱۳۸۹: ۱۳).

این جدول برای تحقیقات قبلی به دست آمده و می‌تواند کارآمد باشد:

جدول (۱): انواع فرصت‌های اساسی کارآفرینی

فرصت‌های کارآفرینی	حوزه‌های فعالیت
کشت گل‌خانه‌یی خیار، بادمجان رومی، بادمجان سیاه در سازه‌های متناسب به اقلیم منطقه به‌شیوه علمی	
کشت گیاهان دارویی (زعفران، هنگ یا انغوزه، خاکشیر، کاسنی) سازگار با منطقه به‌شیوه علمی	زراعت
کشت نبات صنعتی با ارزش (کنجد، پنبه، زیتون، چوب)	
کشت میوه‌جات (انگور، زردآلو، ناک، انجیر، خرمالو)	
کشت حبوبات (لوبی سابیین، لوبی سرخ، نخود، انواع برنج)	
تولید مرغ و تخم مرغ به‌صورت صنعتی	مال‌داری

پرواربندی صنعتی و سنتی حیوانات سبک و سنگین از قبیل گوسفند پشمی و گوشتی، بز شیری، گاو گوشتی و شیری و شتر	
احداث سردخانه‌ها	
احداث کارگاه‌های بسته‌بندی ادویه‌جات	
احداث کشتارگاه‌های صنعتی	
احداث کارگاه‌های دباغی پوست و چرم حیوان و تولید و مصنوعات و فرآورده‌های چرمی	صنعت
تولید ادویه و ترشیجات محلی در غالب کسب و کارهای خانه‌گی	
تولید کالاهای مزیت‌دار و قابل تولید در منطقه متناسب با نیازهای کشورهای هم‌سایه از قبیل ایران، پاکستان، تاجکستان، ترکمنستان و ازبکستان.	
صادرات تمامی کالاهای مجاز	
صادرات محصولات صنعتی، زراعتی و مال‌داری	ترانزیت
فروش تولیدات محلی در مسیر ترانزیت	
احداث اماکن رفاهی و خدماتی در مسیر ترانزیت	
تولید برق از انرژی بادی و خورشیدی	
احداث گل‌خانه و تأمین انرژی آن از انرژی‌های نو	انرژی‌های نو
ساخت صنایع بومی از قبیل سوزن‌دوزی، سفال‌گری سنتی، گلیم‌بافی، خورجین‌بافی، جواهرسازی، خراطی، خامه‌دوزی، زیورآلات سنتی، تراش سنگ‌های قیمتی، دوخت لباس ملی و محلی پارچه‌بافی و پلاس‌بافی	صنایع دستی

(حسینی نیا، زراعتکن، ۱۳۹۷: ۱۲)

۷. عوامل مانع شکوفایی کارآفرینی

۷-۱. مشکل منابع انسانی

یک فرد حتا اگر دانش کافی داشته باشد، نمی‌تواند تمام وظایف را به تنهایی انجام دهد. به همین ترتیب، یک کارآفرین نمی‌تواند همه کار را به تنهایی برای اداره سازمان انجام دهد. یک کسب و کار نیاز به داشتن پای‌گاهی قوی از منابع انسانی یا کارمندان ماهر و آگاه دارند. کارمندان مهم‌ترین دارایی یک سازمان هستند. آن‌ها به رشد کسب و کار کمک می‌کنند. سازمان‌ها ممکن است دارایی‌های ثابت و جاری مشابهی داشته باشند، اما این‌ها منابع انسانی هستند که سازمان را از رقبایی خود متمایز می‌کنند؛ اما برای این منظور کارکنان باید یک اندازه کافی مجرب و وقف سازمان باشند تا بتوانند به بهره‌وری و کارآیی در سطوح بالا دست یابند (آریا پارسا، ۱۴۰۰: ۷).

۲-۷. توقف به خاطر حفظ استانداردها

بسیار اتفاق می‌افتد که عدم توجه به یک نوآوری تنها به دلیل مغایرت با استانداردهای تعریف‌شده یک سازمان منجر به شکست یک ایده و سکون آن شود و چه بسیار ایده‌های خلاقانه، که اکنون در آرشیوها و بایگانی‌های سازمان‌های دولتی و غیر مسکوت مانده‌اند (ملامت، ۱۳۹۲: ۲).

۳-۷. خانواده و نگرش جامعه به کار

خانواده، فرد فعال به جامعه تحویل می‌دهد و خانواده با توجه به فرهنگ حاکم بر جامعه و ارزشی که برای فعالیت و تولید قائل است، افراد را پرورش می‌دهد. خانواده و یا جامعه‌ی که بنیان آن استفاده از تلاش دیگران و تنبلی و کاهلی باشد، باعث می‌شود که افراد حتا کارآفرینان از همان ابتدا مسیر را به عکس پیموده و خواهان کسب درآمدهای هنگفت از طریق عُرْف جامعه باشند. به‌طور مثال، فرهنگ حاکم بر کشور جاپان در مورد کار و فعالیت این است: اول کار، دوم کار، سوم زنده‌گی، چهارم قناعت؛ در حالی که در بسیاری از کشورهای جهان سوم، فرهنگ کار و کوشش در اولویت نیست و یا از اهمیت کمی برخوردار است (شاهرکی، ۱۳۹۴: ۳).

۴-۷. عدم توجه لازم به کارآفرینی و تولید

در بسیاری از کشورهای جهان سوم، حمایت‌های لازم از جهات مختلف از کارآفرینان نمی‌شود و به عکس مشاغل دلالی و واسطه‌گری و رانت‌خواری از رونق بیش‌تری برخوردار است و برای افرادی که در این بخش‌ها برای توسعه اقتصادی نافع نیستند، بل که عمدتاً مضر هم هستند، سودآوری بسیار بالایی دارد؛ بنابراین انگیزه‌های حرکت و تلاش کارآفرینان را که قصد خدمت به توسعه اقتصادی کشور را دارند کم‌رنگ و یا کند می‌کند (مدهوشی و مهرداد، ۲۰۰۳: ۴).

۵-۷. عدم روحیه کار گروهی

در بسیاری از کشورهای کم‌تر توسعه‌یافته، مشاهده می‌شود که کار گروهی معنای خود را از دست‌داده و اعتقادی به آن در صحنه واقعیت وجود ندارد. این مشکل در کشور ما در سطح بسیار بالایی قرار دارد. در افغانستان متأسفانه نه‌تنها در بخش‌های اقتصادی، که در سایر حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... انجام کار گروهی فوق‌العاده مشکل است (مدهوشی و مهرداد، ۲۰۰۳: ۴).

۸. موانع و مشکلات فراروی کارآفرینی

۱. عدم اعتماد به نفس و خودباوری؛

۲. رخوت اجتماعی و ایده‌آل‌گرایی به‌جای عمل؛
۳. عدم استفاده صحیح از منابع انسانی؛
۴. عدم استفاده صحیح از منابع مالی؛
۵. تغییرات و محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی؛
۶. ترس و روحیه محافظه‌کاری؛
۷. تمایل به هم‌رنگی و ترس از متفاوت عمل کردن؛
۸. آموزش‌های نامناسب؛
۹. عدم پذیرش تغییر و انجماد فکری (شاهرکنی، ۱۳۹۴: ۳).

۹. مناقشه

باتوجه به جمع‌بندی این مطالعه مروری (فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی) در نگاهی مقایسه‌وی با نتایج تحقیقات قبلی، به‌صورت نکته‌وار می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. در اکثریت مقالات موجود در این حوزه، تمرکز اساسی در جست‌وجو نمودن واژه کارآفرینی صورت گرفته، در صورتی که در تحقیق حاضر حداکثر تلاش برای واضح‌سازی فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی صورت گرفته است؛

۲. در تحقیق (بررسی تأثیری اجرای تسهیم شغل در ایجاد توازن بین کار و زنده‌گی کارکنان وزارت کار و امور اجتماعی) از مهدی ایران‌نژاد پاریزی، فاطمه غریز آبادی فراهانی و فاطمه السادات رضوی: تصمیم شغلی (توازن بین کار و زنده‌گی) را به‌عنوان یکی از استراتژی‌های اساسی در حوزه تکامل ساعات کاری قلم‌داد نموده اند؛ در صورتی که پایین‌بودن سطح اقتصادی افراد جامعه و گذاشتن خط فقر از مرز شعاعی آن از بزرگ‌ترین و اساسی‌ترین معضلات اقتصادی بیان شده است که باعث عدم به‌کارگیری ایده تصمیم شغلی می‌گردد؛

۳. یافته‌های تحقیق (بررسی عوامل مؤثر در ایجاد کارآفرین در سطح استان لرستان با تأکید بر نقش آموزش از حسین مهرداد)، (۱۳۹۰: ۲)؛ چنین استنباط گردیده که موجودیت نهادهای آموزش به‌عنوان مؤثرترین ابزار برای رشد پدیده کارآفرینی شناخته شده است، در صورتی که در این تحقیق تیوری بودن مطالب علمی نهادهای آموزشی و تحصیلی بزرگ‌ترین معضله برای توسعه ایده کارآفرینی قلم‌داد شده است؛

۴. در تحقیق (الگوی کشف فرصت‌های کارآفرینی در ایجاد کسب‌وکارهای خرد با نقش محوری زنان)، از یوسف محمدکریمی، محسن اکبری و مهدی یزدان‌پرست؛ چنین بیان گردیده که توان‌مندی زنان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد به‌عنوان بازوی پیش‌برنده‌یی در حوزه کارآفرینی می‌باشد؛ در

صورتی که موجودیت سیاست‌های قوی حکومت در برابر کار و اشتغال زنان در عرصه اجتماع از بزرگ‌ترین معضلات در توسعه و بالنده‌گی کارآفرینی شناخته شده است.

۱۰. نتیجه‌گیری

امروزه بی‌کاری به‌عنوان آفتی دامن‌گیر جوامع بشری شده است. کارآفرینی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بسیار تأثیرگذار در کاهش معضل بی‌کاری مورد توجه دولت‌مردان قرار گرفته است. ایجاد بسترهای اشتغال و فراهم‌نمودن شغل برای جوینده‌گان کار قطعاً باعث رشد و شکوفایی جوامع شده و معضلات و بزه‌کاری اجتماعی را به حداقل می‌رساند. هدف از انجام این پژوهش مطالعه مروری - کتابخانه‌ی فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی بوده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داده است که یکی از عوامل مؤثر در پیش‌رفت و توسعه و یکی از فاکتورهای مؤثر در توسعه‌یافته‌گی عامل کارآفرینی و اشتغال‌زایی می‌باشد.

تمامی کشورهای درحال توسعه به علت پایین بودن تولید و فعالیت ناکافی درگیر مسائل عمده چون بی‌کاری، تورم، بی‌سوادی، بهره‌وری پایین، کیفیت نامطلوب تولیدات، پایین بودن رشد اقتصادی، فساد اداری، تک‌محصولی بودن اقتصاد، وابسته‌گی اقتصادی، کسری‌تر از پرداخت‌ها و تراز تجارتي، بالابودن نرخ تورم، پایین بودن ارزش پول، فزونی واردات نسبت به صادرات، کم‌کاری بازدهی کم و... هستند که یکی از علل عمده بروز مشکلات ذکر شده، توجه‌نداشتن به کارآفرینی و کارآفرینان شایسته است، که برای رفع این موانع و معضلات اجتماعی جای‌گاه و اهمیت کارآفرینی مشخص می‌گردد.

بنابراین، فرصت‌های اساسی کارآفرینی شامل ۱. وجود نیروی بشری وافر؛ ۲. حمایت حکومت؛ ۳. موجودیت نیروی طبیعی فراوان؛ ۴. افزایش و توسعه کنفراس‌های علمی در ارتباط به کارآفرینی با مشاوریت ریاست اطلاعات و فرهنگ هرات؛ ۵. هم‌کاری خاص نهادهای دینی و مساجد در رشد و توسعه ایده کارآفرینی.


موانع اساسی فراروی کارآفرینی شامل ۱. عدم وجود نیروی بشری متخصص؛ ۲. توسعه ایده کارفرمایی در عوض کارآفرینی در نهادهای تحصیلی؛ ۳. پایین بودن خودنگری افراد به خویشتن؛ ۴. عدم وجود علاقه وافر افراد به وظایف‌شان؛ ۵. عدم وجود پشتی‌بانی بین‌المللی؛ ۶. تیوری بودن مطالب علمی نهادهای تحصیلی؛ ۷. سیر و تکامل سطحی نهادهای علمی؛ ۸. عدم وجود زیرساخت‌سازی (شاهرکنی، ۱۳۹۴: ۳).


ORCID


AliAhmad Amiri

Mohammad Jamil Osmani

Mirwais mohammadi

 <https://orcid.org/0000-0003-0782-7660>

 <https://orcid.org/0009-0009-6408-5828>

 <https://orcid.org/0009-0006-8567-6430>

سرچشمه‌ها

۱. دادگر، یداله؛ غلامزاده، علیرضا. (۱۳۸۹). «**تحلیلی بر کارآفرینی در ۷۰ سال اخیر ایران**». فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی. ۱۰(۲). <https://ensani.ir/fa/article/83750/>.
۲. مهرداد، حسین. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر در ایجاد کارآفرینی در سطح استان لرستان با تأکید بر نقش آموزش. *دوماهانامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*. ۲(۸)، ۹۷-۱۱۴. https://jedu.marvdasht.iau.ir/article_1023.html.
۳. رضایی، بیژن؛ نادری، نادر و مریم صفری بابازیدی. (۱۳۹۹). «**شناسایی موانع آموزش کارآفرینی در مدارس کرمانشاه**». مدیریت مدرسه. ۸(۳). ۵۱-۶۶. SID. <https://sid.ir/paper/964598/fa66-51>.
۴. عبدی جمایران؛ علی، حسینی؛ الهه، مقدم و هم‌کاران. (۱۳۹۶). «**عوامل فردی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه**». شباک. ۳(۲ (پیاپی ۲۱)). ۱۰۵-۱۱۵. SID. <https://sid.ir/paper/514958/fa.115-105>.
۵. ملامت، جلیل. (۱۳۹۲). «**بررسی موانع کارآفرینی سایت لینک دین**».
۶. رضایی میرقائد، محسن. (۱۳۹۴). «**فرایند خلق و کشف فرصت کارآفرینانه**». فصلنامه علمی - پژوهشی توسعه کارآفرینی. ۸(۲). ۲۱۵-۲۳۱. doi: 10.22059/jed.2015.55977.
۷. غیاثوندغیائی، فرشته؛ فرج‌اله حسینی، سیدجمال. (۱۳۹۰). «**تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی ایران**». پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی. ۴(۲ (پیاپی ۱۴)). ۱-۱۴. SID. <https://sid.ir/paper/189810/fa>.
۸. صالحی عمران، ابراهیم؛ رستمی، فرخنده. (۱۳۸۸). «**بررسی تأثیر آموزش‌های دانشگاهی در پرورش ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان**». مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی. ۱(۲). ۲۲-۳۴. SID. <https://sid.ir/paper/217961/fa>.
۹. مهدی‌زاده اقدام؛ شیوا و هم‌کاران. (۱۴۰۰). «**شناسایی تأثیر معیارهای عدم اطمینان در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در کسب و کارهای فناور**». مقاله پژوهشی. دوره ۸، شماره ۴. پیاپی ۳۲. <https://doi.org/10.30495/jmfr.2022>. https://journals.srbiau.ac.ir/article_20112.html.
۱۰. کاظمی، پرستو؛ محمددوست، دولت. (۱۳۹۵). «**شناسایی موانع کارآفرینی در شهرستان سنندج**». کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مهندسی، علوم و تکنولوژی. SID. <https://sid.ir/paper/871089/fa>.
۱۱. حسینی‌نیا، غلام‌حسین؛ زراعتکن، حامد. (۱۳۹۷). «**شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در مناطق مرزی استان سیستان و بلوچستان**». پژوهش‌نامه مطالعات مرزی. ۶(۳ (مسلسل ۲۱)). ۰-۰. SID. <https://sid.ir/paper/525799/fa0-0>.
۱۲. آریا پارسان، ماکان. (۱۴۰۰). «**موانع کارآفرینی**». بی‌جا: بی‌نام.
۱۳. شاهرکنی، سید حبیب‌الله. (۱۴۰۱). «**مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینی**». بی‌جا: بی‌نام.

۱۴. احمدزاده راونگی، آسیه، محمودزاده، صغری، و جعفری، افسانه. (۱۴۰۰). «بررسی تأثیر خلاقیت و هیجان‌خواهی بر کارآفرینی دانش‌آموزان». پژوهش‌نامه اورمزد. (۵۷، ضمیمه شماره ۲) ۰۰-۰۱. SID. <https://sid.ir/paper/967347/fa>

۱۵. خویشتن‌دار، سهیلا؛ دانش شکیب، معصومه. (۱۳۹۸). «شناسایی الگوهای انگیزشی کارآفرینان در راه‌اندازی کسب و کارهای دانش‌بنیان». سیاست علم و فناوری. ۱۱(۴)، ۴۷-۶۲. SID. <https://sid.ir/paper/132975/fa>

۱۶. مدهوشی، مهرداد؛ بخشی، غلامرضا. (۱۳۸۲). «بررسی موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران». پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۹(۲۷-۲۸)، ۱۵۷-۲۱۳. SID. <https://sid.ir/paper/406399/fa>

17. Casson, Mark. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Rowman And Littlefield.

https://books.google.com/books/about/The_Entrepreneur.html?id=vo-0aXjiLcoC

18. Kirzner, Israel M. (1973). *Entrepreneurship And Competition*. Chicago University Of Chicago Press.

<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/C/bo27304815.html>

19. Schumpeter, Goseph Alois. (1934). *The Theory Of Economic Development, And The Business Cycle (Vol.55)*: Transaction Publisher.

https://www.researchgate.net/publication/272398717_Schumpeter_JA_1934_2008_The_Theory_of_Economic_Development_An_Inquiry_into_Profits_Capital_Credit_Interest_and_the_Business_Cycle_New_Brunswick_USA_and_London_UK_Transaction_Publishers

20. Davidsson, Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization, 2015. *Journal of business venturing* 30, (5).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902615000130>

References

1. Dadger, Yadaleh; Gholamzadeh, Alireza. (1389). "An analysis of entrepreneurship in the last 70 years of Iran". *Economic Research Quarterly*. 10(2). <https://ensani.ir/fa/article/83750/>. (Persian)

2. Mehrdad, Hossein. (1390). Investigating effective factors in creating entrepreneurship at the level of Lorestan province, emphasizing the role of education. *Bimonthly scientific-research journal of a new approach in educational management*, 2(8), 97-114. https://jedu.marvdasht.iau.ir/article_1023.html. (Persian)

3. Rezaei, Bijan; Naderi, Nader and Maryam Safari Babazidi. (2019). "Identifying barriers to entrepreneurship education in Kermanshah schools". *school management*. 8(3). 51-66. SID. <https://sid.ir/paper/964598/fa> (Persian)

4. Abdi Jamiraan; Ali, Hosseini; Elaha, Moghadam et al. (2016). "Individual factors affecting the recognition of entrepreneurial opportunities". *grid 3(2 (21 consecutive))*. 105-115. SID. <https://sid.ir/paper/514958/fa>. (Persian)

5. Blame, Jalil. (2012). "Investigation of barriers to entrepreneurship of the Link Din site". (Persian)

6. Rezaei Mirquaid, Mohsen. (2014). "The process of creating and discovering entrepreneurial opportunity". *Scientific-research quarterly of entrepreneurship development*. 8(2). 215-231. doi: 10.22059/jed.2015.55977. (Persian)

7. Ghiathundghyathi, angel; Farajoleh Hosseini, Seyyed Jamal. (1390). "Analysis of obstacles and limitations of employment development in agricultural production

- cooperatives of Iran". Extension research and agricultural education. 4(2 (consecutive 14)). 1-14. SID. [https://sid.ir/paper/189810/fa\(Persian\)](https://sid.ir/paper/189810/fa(Persian))
8. Salehi Imran, Ibrahim; Rostami, Farkhunde. (1388). "Investigation of the effect of university education in cultivating students' entrepreneurship characteristics". Management and planning in educational systems. 1(2). 22-34. SID. [https://sid.ir/paper/217961/fa\(Persian\)](https://sid.ir/paper/217961/fa(Persian))
9. Mehdizadeh action; Shiva et al. (1400). "Identifying the impact of uncertainty criteria in the evaluation of entrepreneurial opportunities in technological businesses". research article. Round 8. Number 4. 32 in a row. [https://doi.org/10.30495/jmfr.2022.https://journals.srbiau.ac.ir/article_20112.html\(Persian\)](https://doi.org/10.30495/jmfr.2022.https://journals.srbiau.ac.ir/article_20112.html(Persian))
10. Kazemi, Swallow; Mohammaddoost, government. (2015). "Identifying barriers to entrepreneurship in Sanandaj". International research conference in engineering, science and technology. SID. [https://sid.ir/paper/871089/fa\(Persian\)](https://sid.ir/paper/871089/fa(Persian))
11. Hosseininia, Gholam Hossein; Zarehkan, Hamed. (2017). "Identifying entrepreneurial opportunities in the border areas of Sistan and Baluchistan province". Frontier studies research paper. 6(3) (series 21)). 0-0 SID. [https://sid.ir/paper/525799/fa\(Persian\)](https://sid.ir/paper/525799/fa(Persian))
12. Arya Parsan, Makan. (1400). Barriers to entrepreneurship. Unplaced: Nameless. (Persian)
13. Shahrakani, Seyyed Habibullah. (1401). The most important characteristics of entrepreneurship. Unplaced: Nameless. (Persian)
14. Ahmadzadeh Ravangi, Asiah, Mahmoudzadeh, Soghari, and Jafari, Afsana. (1400). "Investigating the effect of creativity and excitement seeking on students' entrepreneurship". Ormazd research paper. (57, Appendix No. 2) SID 0-0. [https://sid.ir/paper/967347/fa. \(Persian\)](https://sid.ir/paper/967347/fa. (Persian))
15. self-controlled, Soheila; Danesh Shakib, Masoumeh. (2018). "Identifying motivational patterns of entrepreneurs in setting up knowledge-based businesses". Science and technology policy. 11(4), 47-62. SID. [https://sid.ir/paper/132975/fa. \(Persian\)](https://sid.ir/paper/132975/fa. (Persian))
16. Madhoshi, Mehrdad; Bakshi, Gholamreza. (1382). "Investigation of barriers to entrepreneurship in Mazandaran University". Research and Planning in Higher Education, 9(2-1 (27-28)), 157-213. SID. [https://sid.ir/paper/406399/fa. \(Persian\)](https://sid.ir/paper/406399/fa. (Persian))
17. Casson, Mark. (1982). The Entrepreneur: An Economic Theory: Rowman And Littlefield. https://books.google.com/books/about/The_Entrepreneur.html?id=vo-0aXjiLcoC
18. Kirzner, Israel M (1973). Entrepreneurship And Competition: Chicago University Of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/C/bo27304815.html>
19. Schumpeter, Goseph Alois. (1934). The Theory Of Economic Development, And The Business Cycle (Vol.55): Transaction Publisher. https://www.researchgate.net/publication/272398717_Schumpeter_JA_1934_2008_The_Theory_of_Economic_Development_An_Inquiry_into_Profits_Capital_Credit_Interest_and_the_Business_Cycle_New_Brunswick_USA_and_London_UK_Transaction_Publishers
20. Davidsson, Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization, 2015. Journal of business venturing 30, (5). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902615000130>