

## Investigating the Institutional Barriers to Entrepreneurship in Iran from the Point of View of Entrepreneurs

Mohsen Shahab Samani<sup>I</sup> , Amir Akbari Ghamsari<sup>II</sup> , Mohammad Yazdani Nasab<sup>III</sup> 

 <https://doi.org/10.22084/csr.2025.28020.2218>

Received: 2023/07/06; Revised: 2023/10/25; Accepted: 2023/11/03

Type of Article: **Research**

Pp: 9-35

### Abstract

Today, science and technology play a significant role in the development of countries, and countries that have relied more on science and technology than on underground resources have been more successful and proud in the long run. For this reason, it is necessary to pay attention to creative and innovative works such as entrepreneurship to develop and create prosperity in the country. For this purpose, this qualitative research has been conducted with the aim of identifying the institutional barriers to entrepreneurship in Iran from the perspective of entrepreneurs, which is practical in terms of purpose. The tool of data collection in this research is semi-structured interview and it was used to determine the sample size in order to consider the adequacy of the data from sampling to the theoretical saturation stage. For this purpose, 20 entrepreneurs were selected by Random purposeful sampling. After refining and analyzing the data, four categories of institutional barriers to entrepreneurship were identified according to the interviewees: 1- Political barriers (including strict licensing, administrative inconsistency, strict bureaucracy and lack of rule of law), 2- Cultural barriers (including education and Lack of teamwork) 3- Economic obstacles (including the lack of financial support, sanctions and economic instability) 4- Social obstacles (including the lack of social relations network). The findings of the research indicate the importance and extensive role of institutional factors for the creation, development and expansion of entrepreneurship in Iran, and among them, political and economic obstacles are respectively the most important institutional obstacles to entrepreneurship in Iran.

**Keywords:** Entrepreneurship, Institutional Barriers, Political Barriers, Economic Barriers, Socio-Cultural Barriers.

I. PhD student in sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

II. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

**Email:** [a-akbari@sbu.ac.ir](mailto:a-akbari@sbu.ac.ir)

III. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

**Citations:** Shahab Samani, M., Akbari Ghamsari, A. & Yazdaninasab, M., (2026). "Investigating the Institutional Barriers to Entrepreneurship in Iran from the Point of View of Entrepreneurs". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 14(27): 9-35. <https://doi.org/10.22084/csr.2025.28020.2218>

**Homepage of this Article:** [https://csr.basu.ac.ir/article\\_6547.html?lang=en](https://csr.basu.ac.ir/article_6547.html?lang=en)

**Publisher & Owner:** Bu-Ali Sina University.

**Copyright** © 2026 The Authors. Published by Bu-Ali Sina University.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.



## 1. Introduction

The world has seen major changes in all business areas since the end of the twentieth century, and today globalization, increased competition, the development of information technology, attention to quality of goods and services, customer orientation, inefficiencies in government, etc., are all creating serious problems for public administration worldwide and in these areas. The experience of developed countries since the 1980s therefore shows that they have paid full attention to the issue of entrepreneurship and its promotion in society (Rezaian, 2001).

In addition to its role in increasing economic activity in the private sector, reducing unemployment, improving skills in manufacturing and entrepreneurship and improving economic profitability, entrepreneurship is also a transformative and dynamic factor at social level. Expand social networks, improve citizens' skills, optimize resource use, etc. are among the benefits that come from developing entrepreneurial activity in society. Successful entrepreneurs want to change their economic and social situation and the society around them and they come to work with big ideas to achieve their goals. The three basic elements of entrepreneurship are the creation of wealth, technological development and productive employment. More entrepreneurial activity increases per capita income and ultimately improves the standard of living of people, creates new business opportunities and creates more industry and mobility in society (Ahmadpour and Motlabi, 2012).

Therefore, what is felt more than ever in the current difficult conditions in Iranian society is to address this fundamental category, namely entrepreneurship. Because entrepreneurs, given their unique and outstanding characteristics, are certainly able to provide the necessary resources to create growth and development in the fields of production and human resources, create new jobs and businesses, and increase the range of products and services through industrial innovation. Despite the extensive role of entrepreneurship in reducing various problems, according to the Global Entrepreneurship Development Institute report in 2018, Iran ranked 72nd out of 137 countries in the entrepreneurship index and 11th out of 14 countries in the Middle East and North Africa, which indicates the unfavorable situation of entrepreneurship in Iran. If Iran is to expand private sector economic activity, reduce unemployment, improve manufacturing and entrepreneurial skills, as well as economic viability, it must pay particular attention to entrepreneurship. This study therefore aims to identify obstacles that entrepreneurs face in Iran. Most research on entrepreneurship in Iran has focused on the characteristics of entrepreneurship, especially at the micro and small enterprise level, with less attention paid to the institutional level from the entrepreneurs' perspective. Given the large and influential role of institutions in all activities, including business, it is important to pay attention to their role. This is why we have examined these obstacles in Iran from the point of view of entrepreneurs themselves in this study.

**Research questions:** By examining the background of the research, we come to the conclusion that institutional barriers are divided into four categories of political, economic, social and cultural factors. For this purpose, the research questions are: What are the political barriers to entrepreneurship in Iran? What are the economic barriers to entrepreneurship in Iran? What are the social barriers to entrepreneurship in Iran? What are the cultural barriers to entrepreneurship in Iran?

## 2. Materials and Methods

Based on the objective, this research is applied research and according to the research method, qualitative research-narrative analysis. The data collection tool was a semi-structured interview and was used to determine the sample size in order to consider the adequacy of the data from sampling to the theoretical saturation stage. For this purpose, 20 entrepreneurs were selected with the purposeful random sampling method as a qualitative sampling method.

Data analysis was done by content analysis method including open and axial coding and manually. For validity and reliability, theoretical validity, peer review and revision were used by some interviewees.

In this way, the text of the interviews was first implemented to provide suitable conditions for coding. Then, by repeatedly reviewing the data, an overview of the collected information was obtained. In the next step, using the sentence-by-sentence strategy, important phrases related to the research topic were extracted and coded. In the process of coding, some codes were made directly from the text of the interviews, and others were created by the researcher and according to the concepts derived from the review of the theoretical foundations and background of the research. By applying this process, 59 basic concepts about the factors and obstacles faced by entrepreneurs in starting a business were obtained. Finally, based on table number one, by merging similar items and removing duplicate items, the extracted phrases were formulated in the form of meaningful phrases. Finally, 13 formulated meanings were obtained, which were divided into three clusters of political, economic, socio-cultural factors after coding and categorizing them.

## 3. Discussion

Most of the attention of the interviewees in the political field pointed to the government and its functioning. The issues mentioned by the entrepreneurs in the political field include: strict licensing, inconsistency between different government departments and bodies, strict bureaucracy and lack of rule of law. Among cultural-social factors, education is the most important factor mentioned by entrepreneurs. Among the other obstacles mentioned by entrepreneurs in this field are: lack of teamwork culture, and lack of social network. Economic obstacles are one of the obstacles that play a significant role in entrepreneurial activities from the point of view of entrepreneurs. According to entrepreneurs, in the absence of economic conditions, there will be no motivation to start and continue entrepreneurship. In the economic field, they mentioned things like embargo, economic instability and lack of financial support.

## 4. Conclusion

The purpose of this research is to know the barriers to entrepreneurship in Iran from the point of view of entrepreneurs. For this purpose, we selected 20 entrepreneurs and conducted interviews with them using random sampling method. The findings of the research confirmed the institutional point of view regarding the factors affecting entrepreneurship. According to entrepreneurs, entrepreneurship in Iran is widely affected by institutional factors. By analyzing the interviews, these institutional barriers were divided into four categories of political, economic, cultural and social factors. Also, among these obstacles, the most obstacles are in the political and economic fields, respectively. In the political field,

factors such as strict licensing, administrative inconsistency, strict bureaucracy and lack of rule of law were mentioned.

Education, lack of curriculum, lack of social network are among the obstacles considered by entrepreneurs in the social-cultural field.

Economic factors are very important for the development of entrepreneurship in society, along with other factors. According to the interviewees, obstacles such as lack of financial support, sanctions and economic instability are major obstacles to entrepreneurship in Iran. As a result, to promote entrepreneurship in Iran, a special effort should be made to remove its institutional obstacles.

### **Acknowledgments**

The authors extend their sincere gratitude to the anonymous peer reviewers for their insightful critiques and constructive suggestions, which significantly enhanced the clarity and scholarly rigor of this manuscript.

### **Author Contributions**

This research is derived from the first author's doctoral dissertation. The primary data collection, encompassing all observational and analytical components, was conducted by the first author under the direct supervision and mentorship of the second and third authors.

### **Conflict of Interest**

In adherence to ethical publication standards, the authors affirm that there are no conflicts of interest, either personal or financial, that could have influenced the content or conclusions presented in this research.

## بررسی موانع نهادی کارآفرینی در ایران از نگاه کارآفرینان

محسن شهاب‌سامانی<sup>I</sup>، امیر اکبری قمصری<sup>II</sup>، محمد یزدانی نسب<sup>III</sup>

شناسه دیجیتال (DOI): <https://doi.org/10.22084/csr.2025.28020.2218>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۵، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۱۲

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۹-۳۵

### چکیده

امروزه علم و فناوری در توسعه کشورها نقش به‌سزایی دارد و کشورهایی که بیشتر به علم و فناوری متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. به همین جهت، توجه به کارهای خلاقانه و نوآورانه هم‌چون کارآفرینی برای توسعه و ایجاد رفاه در کشور ضروری است. به همین منظور، این پژوهش کیفی با هدف شناسایی موانع نهادی کارآفرینی در ایران از منظر کارآفرینان صورت گرفته است که به لحاظ هدف کاربردی است. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده و برای تعیین حجم نمونه به جهت مدنظر بودن کفایت داده‌ها از نمونه‌گیری تا مرحله اشباع نظری استفاده گردید. بر همین اساس، ۲۰ کارآفرین با روش نمونه‌گیری تصادفی هدفمند انتخاب گردید. پس از پالایش و تجزیه و تحلیل داده‌ها، چهار دسته موانع نهادی کارآفرینی طبق نظر مصاحبه‌شوندگان شناسایی شدند: (۱) موانع سیاسی (شامل: مجوزدهی سخت، ناهماهنگی اداری، بورورکراسی سخت و عدم حاکمیت قانون)، (۲) موانع فرهنگی (شامل: آموزش و نبود کار تیمی)، (۳) موانع اقتصادی (شامل: نبود حمایت مالی، تحریم و بی‌ثباتی اقتصادی)، (۴) موانع اجتماعی (شامل: نبود شبکه روابط اجتماعی). یافته‌های تحقیق حاکی از اهمیت و نقش گسترده عوامل نهادی برای ایجاد، بسط و گسترش کارآفرینی در ایران می‌باشد و در این میان موانع سیاسی و اقتصادی به ترتیب از مهم‌ترین موانع نهادی بر سر کارآفرینی در ایران هستند.

**کلیدواژگان:** کارآفرینی، موانع نهادی، موانع سیاسی، موانع اقتصادی، موانع اجتماعی- فرهنگی.

I. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.  
II. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: a-akbari@sbu.ac.ir

III. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

ارجاع به مقاله: شهاب، محسن؛ اکبری قمصری، امیر؛ و یزدانی، محمد، (۱۴۰۴). «بررسی موانع نهادی کارآفرینی در ایران از نگاه کارآفرینان». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۴(۲۷): ۹-۳۵. <https://doi.org/10.22084/csr.2025.28020.2218>  
صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: [https://csr.basu.ac.ir/article\\_6547.html](https://csr.basu.ac.ir/article_6547.html)



© حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴. ناشر این مقاله، دانشگاه بوعلی سینا است.  
این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.  
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

## ۱. مقدمه

جهان در اواخر قرن ۲۰ م. شاهد تغییرات بسیار گسترده‌ای در تمامی عرصه‌های کسب‌وکار بوده است؛ به طوری که امروزه جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات، توجه به کیفیت کالاها و خدمات، مشتری‌مداری، ناکارآمدی دولت‌ها و مانند این‌ها، اداره امور بخش عمومی را در سراسر دنیا و در این عرصه‌ها با چالش‌های جدی روبه‌رو کرده است؛ از این‌رو تجربیات کشورهای پیشرفته در دهه‌های ۸۰ به بعد، نشان از توجه کامل آن‌ها به مقوله کارآفرینی و ترویج آن در جامعه است (رضاییان، ۱۳۸۰).

امروزه همگان دریافته‌اند جوامعی که بیشتر به فکر متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم به‌رغم مزیت‌های آن، ازجمله موانع توسعه‌یافتگی محسوب شده است؛ در صورتی که نبود این منابع در برخی از کشورها باعث شده تا آن‌ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و در یک کلمه کارآفرینی، ازجمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند؛ به‌ویژه در عصر حاضر، که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات است، توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد. کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر جوامع بشری است، منبعی که به توان و خلاقیت انسان‌ها برمی‌گردد.

امروزه در کشورهای جهان به کارآفرینی اقتصادمدار در دانش مدیریت و اقتصاد توجه ویژه‌ای می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه اقتصادی از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به‌ویژه کشورهای درحال توسعه است (کاظمی‌ترقیان و مبارکی، ۱۳۹۱: ۱۲۶). کارآفرینی به‌عنوان فرآیند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در قالب راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای جدید با هدف ارائه کالا یا خدمات جدید، نقش به‌سزایی در رشد اقتصاد ملی ایفاء می‌کند (زالی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱). در عصر حاضر بسیاری از سازمان‌ها، شرکت‌ها و نهادها به لزوم کارآفرینی پی برده‌اند؛ درواقع، این‌گونه تغییر گرایش در استراتژی، در پاسخ به سه نیازی است که به آن‌ها تحمیل گردیده است؛ (۱) افزایش سریع رقبای جدید، (۲) ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در شرکت‌ها، (۳) خروج بهترین نیروهای کار از محل کار و اقدام آن‌ها به کارآفرینی مستقل (محمدی و همکاران، ۱۳۹۳). «هیتون» سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی را تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد بیان می‌کند (هیتون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۲۵).

هم‌چنین کارآفرینی به دلایل گوناگون جزو عوامل حیاتی پروسه توسعه اقتصادی تلقی می‌گردد. ازطریق این مکانیزم، جامعه اطلاعات تکنولوژیک را به محصولات و خدمات تبدیل می‌کند (شان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰). این نوع ابداع و بدعت، به لحاظ کارآفرینی در محصولات و خدمات و فرآیندها، یک موتور حیاتی است که پروسه تغییر را در جامعه به حرکت درمی‌آورد (شوماخر<sup>۳</sup>، ۱۹۳۴). کارآفرینی نه فقط ناکارآمدی‌های تکنولوژیک، بلکه ناکارآمدی‌های زمانی و مکانی در اقتصاد را نیز کشف می‌کند و تقلیل می‌دهد (شان، ۲۰۰۰).

«بهزادیان نژاد» (۱۳۸۰) معتقد است کارآفرینی و کارآفرینان منشأ آثار ارزشمندی هستند ازجمله: (۱) ایجاد اشتغال، به باور محققان، رابطه کارآفرین و اشتغال به‌گونه‌ای است که هرگاه فعالیت‌های کارآفرینی در جامعه کند و آهسته شود، نرخ بیکاری آن جامعه افزایش خواهد یافت، تجارب کشورهای مختلف نیز این باور را تأیید می‌کند. (۲) کارآفرینی موجب توزیع مناسب درآمدها و کاهش اضطراب اجتماعی می‌شود. (۳) کارآفرینی موجب بهره‌برداری از صنایع و فعال شدن آن‌ها برای توسعه کشور می‌شود. (۴) بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید ازجمله ویژگی‌های کارآفرینان است. (۵) کارآفرینی عامل ترغیب به سرمایه‌گذاری، تحریک حس رقابت، عامل تغییر و نوآوری و ایجاد اشتغال می‌شود. کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و موجب توزیع مناسب درآمد می‌شود (بهزادیان نژاد، ۱۳۸۰).

زمانی که کارآفرینان یک شغل جدید را شروع می‌کنند، بالطبع حداقل، به یک یا چند نیروی استخدامی نیاز دارند، تا کارهای خود را سامان بخشند. کارآفرینان به علت قابلیت اشتغال‌زایی به کاهش نرخ بیکاری (که از اهداف کلان

اقتصادی و اجتماعی دولت‌هاست) کمکی‌کنند؛ بنابراین، کارآفرینی می‌تواند زمینه‌ساز اشتغال نیروی کار باشد و نوآوری که توسط خود فرد در فعالیت اقتصادی ایجاد می‌شود، به ایجاد اشتغال در جامعه منجر می‌شود. با عنایت به اعمال سیاست کاهش تصدی‌گری دولت و محدودیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، سوق‌دهی جوانان و زنان جویای کار به سمت مشاغل کارآفرینی و خوداشتغالی ضرورت می‌یابد (جهانیان، ۱۳۸۵). حل مشکل بیکاری سیاست‌گذاران غالب کشورهای را با چالش‌های بزرگی مواجه کرده، به‌گونه‌ای که می‌توان گفت، ثبات و یا زوال برخی دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری می‌باشد. این مسئله در کشور ما نیز شرایط حادثی به خود گرفته است؛ به‌گونه‌ای که نرخ رسمی بیکاری از ۹/۱٪ در سال ۱۳۷۵ به ۱۴/۸٪ در سال ۱۳۹۰ ه.ش. رسیده است و در سال ۱۴۰۴ ه.ش. نیز نرخ بیکاری نزدیک به ۸٪ است. وجود بیکاری در یک جامعه، مشکلات و مسائل در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی به همراه دارد و با کاهش آن می‌توان از بسیاری از این مسائل پیش‌گیری کرد. وجود کارآفرینی در یک جامعه موجبات کاهش بیکاری و در نتیجه کاهش بسیاری از مسائل اجتماعی را فراهم می‌کند. هم‌چنین کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به‌عنوان یکی از ارزان‌ترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح است. بسیاری از کشورهای پیشرفته و تعدادی از کشورهای درحال توسعه راه‌حل‌های برون‌رفت از بحران‌های اقتصادی را کارآفرینی می‌دانند و به آن توجه فوق‌العاده‌ای می‌کنند (ونکرز و توریگ، ۱۹۹۹: ۲۹). به‌طورکلی از دهه ۱۹۸۰ م. نویسندگان زیادی کارآفرینی را به‌عنوان عامل توسعه اقتصادی مورد مطالعه قرار دادند. نتایج حاصل، آن را یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه معرفی کردند (حنافی، ۲۰۰۳: ۱۰۱). حدود ۵۰٪ از تولید ناخالص داخلی کشوری چون آلمان از طریق کارآفرینی و صنایع کوچک و متوسط ایجاد می‌شود و ۶۰٪ از سهم تولید اشتغال را نیز به‌خود اختصاص می‌دهد. این مسئله صرفاً در کشورهای پیشرفته مطرح نیست و حتی کشورهای درحال توسعه نیز از این طریق به پیشرفت‌های قابل‌ملاحظه‌ای دست‌یافته‌اند. تایوان یک کشور آسیایی کوچک است که با داشتن حدود ۲۲ میلیون نفر جمعیت، درآمد سالیانه‌ای بالغ بر ۲۸۰ میلیارد دلار (یعنی سرانه تولید ناخالص داخلی حدود ۱۳ هزار دلار آمریکا) دارد. این کشور نرخ بیکاری حدود ۳٪ و نرخ تورمی حدود ۳/۱٪ که می‌توان آن را با کشورهای پیشرفته مقایسه نمود. یکی از عوامل مهم در رشد اقتصادی تایوان، کارآفرینی و کسب‌وکار در شرکت‌های کوچک و متوسط است که حدود ۹۷/۷٪ از کل شرکت‌های تایوانی را شامل می‌شود و بیش از ۷ میلیون نفر (حدود ۷۸/۲٪ کل شاغلان تایوانی) نیز در آن شاغل بوده و ارزش صادرات آن‌ها سالانه به بیش از ۵۰ میلیارد دلار آمریکا می‌رسد (رضازاده و همکاران، ۱۳۸۱: ۵۸).

درحقیقت کارآفرینی، نه تنها به‌عنوان یک نیروی محرک و سازنده اقتصادی، بلکه در بُعدی گسترده‌تر به‌عنوان یک عامل پویای اجتماعی مطرح شده است (تیمونز، ۱۹۹۷). کارآفرینی علاوه بر نقشی که در گسترش فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی، کاهش بیکاری، افزایش مهارت‌های تولیدی و بازرگانی و نیز سودآوری اقتصادی دارد، در سطح اجتماعی نیز یک عامل تحول‌آفرین و پویاست. گسترش شبکه اجتماعی، افزایش مهارت‌های شهروندان، استفاده بهینه از منابع و ... از جمله منافع است که توسعه فعالیت‌های کارآفرینی به جامعه می‌رساند. کارآفرینان موفق، خواهان تغییر در موقعیت اقتصادی و اجتماعی خود و جامعه بوده و برای تحقق اهداف خود با اندیشه عالی وارد کار می‌شوند. تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد، سه عنصر اساسی در کارآفرینی می‌باشد؛ فعالیت‌های بیشتر کارآفرینان باعث افزایش میزان درآمد سرانه و درنهایت ارتقای سطح زندگی مردم، ایجاد موقعیت‌های تجاری جدید و شکل‌گیری بیشتر صنعت و تحرک در جامعه می‌شود (احمدپورداریانی و مطلبی، ۲۰۱۲).

نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه‌گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی است (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۰). اگر فعالیت‌های کارآفرینی در یک جامعه کاهش یابد، موجب افزایش بیکاری و تأثیرات شگرف بر ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و توسعه انسانی جامعه می‌شود. در نتیجه، دامنه تأثیر کارآفرینی و نوآوری بسیار وسیع بوده، به نحوی که از تغییر در ارزش‌های اجتماعی، تا رشد شتابان اقتصادی را شامل می‌شود و مواردی هم‌چون: اشتغال‌زایی، توسعه فناوری،

شناخت و گسترش بازارهای جدید، ساماندهی و بهره‌گیری اثربخش از منابع، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری و افزایش ثروت در جامعه را دربر می‌گیرد.

به همین جهت، آن چه در شرایط سخت فعلی ضرورت آن در جامعه ایران بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به این مقوله اساسی، یعنی کارآفرینی است؛ زیرا مسلماً کارآفرینان با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود قادرند در چنین شرایطی منابع لازم برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و منابع انسانی فراهم کرده، اشتغال و کسب و کار جدید ایجاد کرده و با نوآوری صنعتی بر توسعه دامنه محصولات و خدمات بی‌افزایند. با وجود نقش گسترده کارآفرینی در کاهش مسائل مختلف، طبق گزارش مؤسسه توسعه جهانی کارآفرینی<sup>۸</sup> در سال ۲۰۱۸ م. ایران در بین ۱۳۷ کشور رتبه ۷۲ را در شاخص کارآفرینی کسب کرده است و در بین ۱۴ کشور حوزه خاورمیانه و شمال آفریقا رتبه ۱۱ را کسب نموده است، که حاکی از وضعیت نامطلوب کارآفرینی در ایران می‌باشد. اگر ایران خواستار گسترش فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی، کاهش بیکاری، افزایش مهارت‌های تولیدی و بازرگانی و نیز سودآوری اقتصادی است، باید به کارآفرینی توجه ویژه‌ای داشته باشد؛ لذا این پژوهش به دنبال شناسایی موانعی است که بر سر راه کارآفرینان در ایران وجود دارد. اکثر تحقیقاتی که در حوزه کارآفرینی در ایران انجام گرفته، به بررسی ویژگی‌های کارآفرینی پرداخته و عمدتاً در سطوح خرد و میانه بوده‌اند و کمتر به سطوح نهادی آن‌ها از نگاه کارآفرینان توجه کرده‌اند. باتوجه به نقش تعیین‌کننده یا تجهیزکنندگی گسترده‌ای که نهادها برای هر کنشی از جمله کارآفرینی دارند، توجه به نقش آن‌ها از ضروریات است. به همین منظور این پژوهش به بررسی این موانع در ایران از نگاه خود کارآفرینان پرداخته است.

## ۲. مبانی نظری

زمینه‌های نظری کارآفرینی پژوهش در حوزه کارآفرینی، در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ م. رایج گردید، اما در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ م. با سکون مواجه شد و از اواخر دهه ۱۹۸۰ م. مجدداً توجهات را به سوی خود معطوف نمود. بنا به تعریف لغت‌نامه وبستر، «کارآفرین» کسی است که متعهد می‌شود، خطرهای یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و تقبل نماید. در اوایل قرن ۱۶ م. کسانی را که در امر هدایت مأموریت نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن به بعد درباره دیگر انواع خطرپذیری‌ها نیز همین واژه مورد استفاده قرار می‌گرفت (احمدپورداریانی، ۱۳۷۸: ۴). و مطابق با دایرةالمعارف بریتانیا، «کارآفرین» شخصی است که کسب و کار و یا مؤسسه اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد.

برخی هم چون «چرچیل»<sup>۹</sup> هم به ویژگی خطرپذیری و هم فرصت‌جویی اشاره کرده‌اند. وی درباره کارآفرینی بیان داشته است که کارآفرینان باید بر حرکت‌ها و بهبودهای مستمری متمرکز شوند که به صورت مداوم در پی بهره‌برداری از ریسک‌ها و فرصت‌های قابل کنترل باشد (ناهید، ۱۳۸۸). «جهانگیری» (۱۳۸۰) به مانند چرچیل، علاوه بر خطرپذیری، فرصت‌جویی را هم از ویژگی‌های کارآفرینی می‌داند؛ وی بیان می‌کند که کارآفرینان کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت‌ها را غنیمت می‌شمرند و با تکیه بر اندیشه‌ها و تجربه‌های خویش راه‌کارهای تازه برای سودآوری جست‌وجو می‌کنند (جهانگیری، ۱۳۸۰: ۶۳). «رابینز» نیز در تعریف «کارآفرینی» می‌گوید: «کارآفرین» عبارت است از قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها و ارضای نیازها و خواسته از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار. او کارآفرینان را افرادی می‌داند که چنین نقشی را ایفاء می‌کنند (فرحبخش، ۱۳۸۲). البته برخی بیشتر از آن که به مخاطره‌پذیری توجه کنند، صرفاً به فرصت‌طلب و فرصت‌جو بودن توجه نشان داده‌اند. فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار را دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کرده و از آن‌ها بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند (مردیث، ۱۳۷۱: ۱). «ویلیام بای‌گریو»<sup>۱۰</sup> (۱۹۹۴) معتقد است، کارآفرینی کسی است که یک فرصت را درمی‌یابد و برای پی‌گیری آن فرصت، سازمانی را راه‌اندازی می‌کند. فرآیند کارآفرینی نیز تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیات را دربر می‌گیرد که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پی‌گیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳: ۳).

با توجه بررسی دیدگاه صاحب‌نظران در این تحقیق کارآفرینی را فرآیندی می‌دانیم که از طریق سازماندهی منابع مختلف، نوآوری و خطرپذیری و با صرف وقت و تلاش محصول یا خدمات جدیدی را عرضه می‌کند و یا راه‌های بدیع و تازه‌ای را برای تولید و خدمات کشف کرده و به دنبال ایجاد تغییر و تحول هستند؛ در این تعریف بر دو بُعد خطرپذیری و نوآوری تأکید شده است و می‌توان آن‌ها را مدنظر قرار داد.

به‌طورکلی نظریات کارآفرینی به سه دسته نظریات اقتصادی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تقسیم می‌شود؛ در نگاه اقتصادی سه نگرش: (۱) مکتب نئوکلاسیک، (۲) مکتب اتریش، (۳) مکتب «شومپیتر» وجود دارد.

در مکتب نئوکلاسیک، کارآفرین یک صاعقه حسابگر است. افرادی که به سرعت رعدوبرق گزینه‌ها و فرآیندهای مولد را بررسی نموده و بهینه‌ها را انتخاب می‌نمایند. مکتب اقتصادی اتریش یک مفهوم پویاتر و غنی‌تر از کارآفرینی ارائه می‌کند. براساس رویکرد مکتب اتریش کارآفرینان فرصت‌های بازار نامتعادل را کشف و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند تا بازار به موقعیت تعادل برسد. شومپیتر، کارآفرین را به عنوان یک متفکر جسور و رهبر کاریزماتیک می‌داند که باید با ترکیب منابع در یک روش تازه عدم تعادل ایجاد نماید.

مطالعه کارآفرینی در روان‌شناسی بر درک این‌که چگونه صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد، متمرکز است. در این زمینه متغیرهایی هم‌چون: انگیزه توفیق، کانون کنترل، ریسک‌پذیری ارزش‌های تجربیات مدل‌های نقش، آموزش و سن، مدنظر قرار می‌گیرد. محققان روان‌شناختی در جست‌وجوی تشخیص مشخصات روانی کارآفرینان هستند. این مشخصه با عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارند. این تئوری‌های روانی دیدگاه وسیع روان‌شناسی را به‌کار می‌برند. تاکنون سه عامل اساسی در ارتباط با کارآفرینان مورد مطالعه قرار گرفته است؛ (۱) تأثیرات روانی، (۲) مشخصات شخصی، (۳) اثرات تجربه قبلی فرد. محققان فهرست‌های متعددی از انواع ویژگی‌های شخصیتی ارائه نموده‌اند که در اینجا مهم‌ترین آن‌ها مورد اشاره قرار می‌گیرند که عبارتند از: نیاز به پیشرفت، مرکز کنترل درونی، تمایل به مخاطره‌پذیری، نیاز به استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام.

تئوری‌های جامعه‌شناختی نیز در جست‌وجوی این هستند که چگونه محیط بر کارآفرینی تأثیرگذار است. توجه ما هم بر این تئوری‌ها و تأثیر عوامل کلان بر روی کارآفرینی است. درحقیقت مفهوم کارآفرینی بر مبنای موقعیت و محیط به ویژگی‌هایی از جمله: دسترسی به منابع و قواعد و تسهیل در روابط اجتماعی و امکانات مالی و اقتصادی جامعه مربوط است.

«ماکس وبر» معتقد است که کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار نقش اصلی را در توسعه اقتصادی و صنعتی نظام سرمایه‌داری بازی می‌کند و بین اخلاق پروتستانی و طرز زندگی آن‌ها با پیشرفت اقتصادی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. «وبر» تأکید می‌کند که تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری، اخلاق پروتستانی و طرز تفکر پروتستان‌ها بوده است. در اخلاق پروتستانی برای هر فرد یک صفت کاری یا اخلاق کاری وجود دارد که براساس آن، فرد وجدان کاری خود را در تمام مراحل کاری به ثبات می‌رساند. این خصیصه اخلاقی موجب می‌شود که فرد با احساس مسئولیت و درنهایت، دقت و کارآیی وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این‌همه، وی اولین محقق بود که به تبیین ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد بر رفتار کارآفرینانه پرداخت (وبر، ۱۳۷۱).

«ژوزف مک گوایر» نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است، یکسان باشد؛ اما آن‌چه را باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد، عواملی مانند: عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش‌ها و رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است (پالمر، ۱۹۷۸). «هاربینسون» و «مایرز» معتقد بودند که کارآفرین فردی است که نمی‌توان او را از سازمان خود جدا کرد؛ زیرا وی با آن درآمیخته است؛ وظیفه او این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن، دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن ادای وظایفی که در سازمان برای آنان تعیین شده است، به اهداف شخصی خود نیز دست یابند (گاس، ۱۹۸۵).

«نایت» معتقد است، ما نمی‌توانیم بدون احتساب زمینه‌های نهادی و فرهنگی در تصمیم‌گیری‌های روزانه افراد، در مورد عقلانیت اعمال آن‌ها قضاوت کنیم. یک چالش جدی این است که عمل کارآفرینی در داخل یک جامعه بوده و فرآیند فعالیت‌های کارآفرینانه توسط آن جامعه شکل می‌گیرد (اندرسون و اسمیت<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۷). چالش جدی‌تر و مهم‌تر این است که اگرچه کارآفرینان عاملان تغییر هستند، ما نمی‌توانیم از نهادها چشم‌پوشی کنیم؛ همان‌طور که «گالگاردی» می‌گوید، در تمام فعالیت‌های اقتصادی که ما به عنوان عاملان اقتصادی عمل می‌کنیم، توسط نهادها تحت تأثیر قرار می‌گیریم. از آنجا که نهادها شکل‌دهنده ساختارند و در واقع، ساختار و نهادها در قالب یک رابطه پویا عمل می‌کنند، ساختار می‌تواند بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثرگذار باشد و تفاوت در سطح کارآفرینی را توضیح دهد؛ براساس این برای مطالعه کارآفرینی یک چارچوب تئوریک بر پایه دیدگاه اجتماعی-فرهنگی می‌تواند نسبت به دیدگاه‌های اقتصادی و روان‌شناسی معمول، مناسب‌تر باشد.

«بوتکه» و «کویین»<sup>۱۴</sup> (۲۰۰۳) مشاهده کرده‌اند که کارآفرینی خود‌گویای رژیم‌های نهادی متفاوت است و این‌که چنین اظهاراتی با توسعه اقتصادی سازگار است؛ همان‌طور که بوتکه و کویین یادآوری می‌کنند، اقتصاددانان در همین اواخر به نقش نهادها در اثرگذاری بر رفتار کارآفرینانه توجه کرده‌اند و قبلاً چنین رویکردی سابقه نداشته است.

از دیگر تلاش‌های دانشمندان علوم اجتماعی ارائه نظریه شبکه‌های اجتماعی است. براساس این دیدگاه، کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده است. این روابط می‌تواند رابطه کارآفرین را با منافع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کند (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۸). درحقیقت امروزه کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی، فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نماید. برای موفقیت و شکل‌گیری فعالیت کارآفرینانه به جز حضور فعال در اجتماع و شناسایی مناسب فرصت‌ها، وجود دانش و اطلاعات بروز و کارآمد به عنوان سرمایه نیز از اصول انکارناپذیر محسوب می‌گردد؛ این سرمایه همان‌گونه که صاحب‌نظران و محققان امر طبقه‌بندی نموده‌اند، شامل: سرمایه‌های انسانی، فکری، اجتماعی، فیزیکی، غیره می‌باشند که همگی در قالب یک سیستم به هم تنیده در تلاش‌اند تا ضمن خلق دانش و اطلاعات به عنوان مزیتی رقابتی با عملیاتی نمودن آن در راستای رفع نیازهای سایر افراد ارزش‌آفرینی نمایند. این چنین است که رابطه بین کارآفرین و سرمایه‌های یادشده یک رابطه چندوجهی می‌باشد که در این میان، رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی دارای اهمیت ویژه‌ای است؛ چرا که در عصر حاضر که به عصر ارتباطات و اطلاعات مشهور است در قالب شبکه اجتماعی است که سایر سرمایه‌ها تقویت می‌گردد و به وسیله این سرمایه‌ها فعالیت کارآفرینانه معنا می‌یابد؛ از دیگر سوی نیز کارآفرینی در پرورش صور گوناگون سرمایه سهیم است (ناهید، ۱۳۸۸).

همان‌طور که مشخص است، نظریات در حوزه کارآفرینی به سه دسته کلی اقتصادی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تقسیم شده است. نظریات جامعه‌شناسی نسبت به دو گروه دیگر نگاه جامعه‌تری نسبت به مقوله کارآفرینی داشته‌اند، ولی هم‌چنان در این نظریات نیز تقلیل‌گرایی و تأکید به یک جنبه از عوامل مؤثر بر کارآفرینی مشهود است.

در نظریات اقتصادی توجه بیشتر به عوامل اقتصادی و کلان است و توجهی به جنبه‌های سیاسی و فرهنگی نشده است، درحالی‌که اهمیت و اثرگذاری عوامل سیاسی و فرهنگی کمتر از عوامل اقتصادی نیست؛ لذا این نظریات یک نگاه کاملاً تک‌بعدی و تقلیل‌گرایانه دارند. نظریات روان‌شناسی هم صرفاً عوامل خرد مؤثر بر کارآفرینی را مدنظر قرار داده‌اند، درحالی‌که بسیاری از عوامل خرد، خود متأثر از عوامل کلان هستند. جامع‌نگری جامعه‌شناسان در بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی نسبت به دو دیدگاه دیگر بیشتر است؛ ولی بررسی آن‌ها نیز نشان می‌دهد که در نگاه آن‌ها نیز یک نگاه جامع که به هر چهار حوزه و به صورت دسته‌بندی شده توجه کند، وجود ندارد.

**۳. پیشینه پژوهش**  
تحقیقات مختلف و گسترده‌ای در ایران و جهان در رابطه با کارآفرینی انجام شده که هرکدام صرفاً یک بخش از عوامل مؤثر بر کارآفرینی را مورد توجه قرار داده‌اند.

«عیسی‌زاده» (۱۳۹۰) به بررسی نقش نهادها در شکل‌دهی کارآفرینی در کشورهای منتخب جهان می‌پردازد و بیان می‌دارد که امروزه، کارآفرینی یکی از مهم‌ترین عوامل پیش‌برنده رشد اقتصادی به‌شمار می‌رود. نتایج بیانگر آن است که اندازه کوچک دولت، ساختار بهتر قانون و حمایت از حقوق مالکیت افراد، باعث افزایش خوداشتغالی می‌شوند. نتایج مطالعه نشان دادند که آزادی تجاری و بوروکراسی پایین در بازار اعتباری، بازار کار و فضای کسب‌وکار اثری منفی بر نرخ خوداشتغالی دارند. «شیراوند» (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر عوامل نهادی رسمی و غیررسمی بر کارآفرینی و نتیجه آن بر رشد اقتصادی می‌پردازد؛ نتایج به‌دست آمده حاکی از آن است که حاکمیت قانون و کنترل فساد تأثیر مثبت و معنادار و ترس از شکست رابطه منفی و معنادار بر کارآفرینی دارند؛ هم‌چنین درک قابلیت کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار بر کارآفرینی نداشته و درنهایت کارآفرینی بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت داشته است. «مردانشاهی» (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی مدیران شرکت‌های تعاونی‌های فعال و برتر روستایی شهرستان نکا بیان داشته‌اند که بین عوامل روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و سازمانی و قصد کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد و این عوامل به‌ترتیب یادشده از اهمیت بیشتری برخوردارند. «نظریان» و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تهران پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اکثر پاسخ‌گویان عنوان داشته‌اند که تأثیر عوامل اقتصادی بر توسعه کارآفرینی در حد زیاد است و مهم‌ترین عامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی قوانین شفاف اقتصادی و مالیاتی است. «دنیایی» و «یعقوبی» (۱۳۹۰) تحت عنوان راه‌کارهای تقویت کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی کشاورزی استان زنجان، نشان داد از دیدگاه مدیران ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با شرایط کارآفرینان و تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی مهم‌ترین عوامل در تقویت کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی می‌باشند. پژوهش «حسینی» و «لشگرآرا» (۱۳۹۳)، نیز بین عوامل روان‌شناختی، آموزشی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و سیاست‌گذاری، مدیریتی و عوامل فنی با متغیر توسعه مهارت‌های کارآفرینی رابطه معنی‌دار وجود دارد. «احمدپورداریانی» و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «محیط مساعد کسب‌وکار، پیش‌نیاز توسعه کارآفرینی در ایران»، به بررسی عوامل توسعه کارآفرینی پرداخته‌اند. آن‌ها بهبود بسترهای قانونی، بهبود دسترسی افراد به بازارها و منابع مالی موردنیاز برای راه‌اندازی و رشد شرکت‌ها و بهبود شرایط عمومی اقتصادی کشور را از عوامل اساسی توسعه کارآفرینی می‌دانند. «نوابخش» و «زارع» (۱۳۸۹) به بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی در شهر تهران پرداخته‌اند. آن‌ها عنوان کرده‌اند که عوامل محیطی میان عوامل فردی (انگیزه‌ها و اهداف، سرمایه انسانی) عوامل محیطی (فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی) و عوامل شبکه‌ای (شبکه اولیه) با شاخص‌های توسعه کارآفرینی رابطه وجود دارد. «علی‌آبادی» و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی شناسایی موانع اجرای خط و مشی‌های کارآفرینی و نوآوری در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران پرداخته‌اند؛ براساس یافته‌های تحقیق، موانع اجرای خط و مشی‌های کارآفرینی و نوآوری در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران عبارتند از: موانع ماهیتی (فقدان متولی واحد، عدم تفسیر و استانداردسازی قوانین، تعدد قوانین و عدم هم‌سویی قوانین)، موانع مشارکتی (عدم مشارکت مجریان و عدم مشارکت ذی‌نفعان در تدوین و اجرای خط‌ومشی)، موانع مربوط به مجریان (نبود تعهد و مسئولیت‌پذیری در مجریان، فقدان آموزش مناسب برای مجریان، ضعف و ناکارآمدی مجریان، فقدان هماهنگی مناسب بین مجریان و تغییر مجریان کارآمد)، موانع محیطی (شرایط محیطی نامناسب، ساختار اداری نامناسب، اراده سیاسی ناکافی و عدم پای‌بندی به برنامه)، موانع پیاده‌سازی (عدم نیازسنجی برای اجرا، زمان اجرا نامناسب، فقدان ابزار اجرا و ظرفیت ناکافی اجرا) و موانع نظارتی (عدم نظارت مناسب بر اجرا، فقدان ضمانت اجرایی، عدم وجود سیستم نظارتی مستقل، ابزار نامناسب ارزیابی و عدم دریافت و انعکاس بازخور)، «کریمیان» و «لطیفی» (۱۳۸۶) هم به بررسی موانع و چالش‌های

کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی جویای کار خانم در استان گلستان پرداخته و فراهم‌نبودن آموزش‌های مناسب، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم وجود نهادهای حمایتی و فراهم‌نبودن قوانین و مقررات مناسب را از مهم‌ترین چالش‌ها در توسعه کارآفرینی دانستند.

«دیوید هارپر»<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان «مبانی کارآفرینی و توسعه اقتصادی»، به بررسی بنیادهای کارآفرینی و توسعه اقتصادی پرداخته است؛ وی در پژوهش خود از نظریات «نورث» و «ویلیامسون» بهره برده است. او در تحقیق خود به این نتیجه رسیده است که برای ایجاد و تداوم کارآفرینی مواردی چون: حقوق مالکیت، حاکمیت قانون، قراردادها، نظام پولی، تمرکززدایی حقوقی و سیاسی، و آزادی اقتصادی نیاز است. «سویل» و همکاران<sup>۱۶</sup> (۲۰۰۷) به بررسی نقش سیاست‌های عمومی در کارآفرینی پرداخته‌اند. آن‌ها در تحقیق خود از نظریات توسعه استفاده نمودند؛ آن‌ها در تحقیق خود به این نتیجه رسیده‌اند که سیاست‌های عمومی با تعریف سیاست‌های مختص کارآفرینی و نیز ایجاد یک ساختار نهادی منتج به کارآفرینی، پویایی‌های کارآفرینی در یک کشور یا منطقه را تعیین می‌کنند. در پژوهشی توسط «کاسمین میهای» و «آواسیلکای»<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۴) با عنوان «عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فن‌آوری»، دو دسته عوامل مشتمل بر خصوصیات فردی و حرفه‌ای کارآفرینان و عوامل محیطی به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی تکنولوژیک مورد بررسی قرار گرفت، که نتایج تحقیق نشان داد عوامل محیطی در پنج دسته، شامل: محیط جغرافیایی و طبیعی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی محیط، محیط اقتصادی، قوانین و مقررات و محیط سیاسی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تکنولوژیک می‌باشند. «هنرکسون» و «استنکولا»<sup>۱۸</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی و سیاست‌های عمومی»، توسعه برنامه‌های آموزشی و مشاوره، زیرساخت‌ها، حمایت مالی، تحقیق و توسعه، فرهنگ کارآفرینی و حقوق مالکیت معنوی را جزء عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌کنند. «ردفورد»<sup>۱۹</sup> (۲۰۱۲) در تحقیق خود با عنوان «کارآفرینی و سیاست‌های عمومی در جمهوری پرتغال امروز و فردا»، توسعه برنامه‌های آموزشی و مشاوره، زیرساخت‌ها و حمایت مالی، تحقیق و توسعه را جزء عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌داند. «لندستروم» و «استیونسون»<sup>۲۰</sup> (۲۰۰۵) خطومشی کارآفرینی را بهبود محیط، ارائه انگیزه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ساختاری، دسترسی به منابع معرفی می‌کند. «آلوارس»<sup>۲۱</sup> و همکاران (۲۰۱۱) به بررسی شرایط محیطی و فعالیت کارآفرینی در اسپانیا می‌پردازد و عوامل رسمی سازمانی، یعنی خطومشی‌های دولتی، مالی، تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های کسب‌وکار، خدمات و عوامل غیررسمی سازمانی مانند: هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار، توسعه مهارت‌ها، تصویر اجتماعی کارآفرینان را عوامل مؤثر بر کارآفرینی برشمرده‌اند. «لوکی»<sup>۲۲</sup> (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی ناکارآمدی خطومشی دولت در مورد کارآفرینی در نیجریه»، ضمن بررسی ناکارآمدی خطومشی دولت در کارآفرینی، فقدان اجرای مناسب و مجریان خطومشی‌های کارآفرینی را عامل اصلی بی‌ثباتی خطومشی‌های کارآفرینی قلمداد می‌کند. «آسز» و «اسزب»<sup>۲۳</sup> (۲۰۰۷) در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی، رشد اقتصادی و سیاست‌های عمومی» عوامل متعددی را در توسعه کارآفرینی مؤثر می‌داند؛ توسعه برنامه‌های آموزشی و مشاوره، زیرساخت‌ها و حمایت مالی، تحقیق و توسعه، فرهنگ کارآفرینی، حقوق مالکیت معنوی، توانمندسازی کارآفرینان و تجاری‌سازی دانش، ایجاد اقتصاد کارآفرینی، افزایش سطح فعالیت‌ها کارآفرینانه و دسترسی به فن‌آوری‌های خارجی و حمایت مالیاتی از مواردی است که ذکر می‌کند. «آدریتچ» و همکاران<sup>۲۴</sup> (۲۰۰۱) در تحقیقی با عنوان «تبیین کارآفرینی و نقش سیاست‌های عمومی» چون توسعه برنامه‌های آموزشی و مشاوره، زیرساخت‌ها و حمایت مالی، تحقیق و توسعه، فرهنگ کارآفرینی، حقوق مالکیت معنوی اشاره کرده‌اند. «دنيس»<sup>۲۵</sup> (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «کارآفرینی، کسب‌وکارهای کوچک اهرم‌های خطومشی‌های عمومی» به تشریح چارچوب نوع‌شناسی و تجزیه و تحلیل اهرم‌های خطومشی عمومی مؤثر بر کسب‌وکار جدید، کوچک و کارآفرینی در چهار بخش پرداختند. ابعاد مربوط به این نوع‌شناسی عبارتند از: نهادها و فرهنگ، رقابت و مزایای تعیین‌شده رقابت، موانع و حمایت‌ها، اهداف خطومشی و اقدامات مستقیم یا غیرمستقیم. «مگنوس هنرکسون» و «دوهان رابین»<sup>۲۶</sup> (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان «اقتصاد سیاسی کارآفرینی» انجام داده‌اند؛ تلاش اصلی آن‌ها بررسی پیوند نهادها و کارآفرینی است، آن‌ها در تحقیق به شدت تحت تأثیر نظریات نورث و شومپتر

بوده‌اند؛ یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که چهار نهاد در کارآفرینی مؤثر هستند: حمایت از حقوق مالکیت، پس‌انداز و تشکیل ثروت، مالیات‌ستانی و مقررات بازار کار. «روتا آیدیس» و همکاران<sup>۲۷</sup> (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای با عنوان «نهادها و توسعه کارآفرینی در روسیه»، یک دیدگاه مقایسه‌ای را برای بررسی چگونگی نفوذ نهادها در توسعه کارآفرینی به کار بردند؛ نتایج نشان دادند که محیط نهادی روسیه در تبیین سطح نسبتاً پایین توسعه کارآفرینی اهمیت به‌سزایی دارد. آن‌ها بیان کردند که در بین عوامل نهادی، فضای کسب‌وکار نقش ویژه‌ای دارد.

با توجه به مطالب فوق‌الذکر، تحقیقات مختلفی در ایران و جهان در رابطه با عوامل مؤثر بر کارآفرینی انجام شده است. با وجود آن‌که در این تحقیقات به عوامل مؤثر بر کارآفرینی اشاره شده، ولی نگاهی تک‌بُعدی و تقلیل‌گرایانه داشته و حوزه‌های مختلف را مورد توجه قرار نداده است. ضمن این‌که اکثر تحقیقاتی که در ایران در حوزه کارآفرینی انجام شده است، بیشتر در سطح خُرد بوده و توجهی به عوامل کلان نداشته، و یا اگر در سطح کلان هم انجام شده‌اند، صرفاً یک تحقیق کمی بوده و صرفاً هم‌بستگی عوامل را با کارآفرینی مورد بررسی قرار داده‌اند و نگاه جامعی به عوامل مؤثر بر کارآفرینی در ایران نداشته‌اند؛ به همین منظور، در این پژوهش با یک نگاه و نهادی به بررسی موانع نهادی مؤثر بر کارآفرینی پرداخته می‌شود.

#### ۴-۱. روش پژوهش

بر مبنای هدف، این پژوهش جزو تحقیقات کاربردی و برحسب روش انجام تحقیق، تحقیق کیفی-تحلیل روایتی است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده و برای تعیین حجم نمونه به جهت مدنظر بودن کفایت داده‌ها از نمونه‌گیری تا مرحله اشباع نظری استفاده گردید؛ به همین منظور، ۲۰ کارآفرین با روش نمونه‌گیری تصادفی هدفمند<sup>۲۸</sup> به عنوان یک روش نمونه‌گیری کیفی، انتخاب شدند.

در روش نمونه‌گیری هدفمند تصادفی لازم است ابتدا لیستی از کارآفرینان به صورت هدفمند تهیه و انتخاب شود. به همین منظور، این لیست از کانون فرهنگیان کشور تهیه گردید و به صورت تصادفی از بین آن‌ها تعدادی جهت مصاحبه انتخاب شدند و مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد.

تحلیل داده‌ها با روش تحلیل محتوا شامل کدگذاری باز و محوری و به صورت دستی انجام گرفت؛ برای اعتبار و روایی از اعتبار نظری، مرور هم‌تا و بازبینی توسط برخی مصاحبه‌شوندگان استفاده گردید.

به این ترتیب، ابتدا متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شده تا شرایط مناسب برای کدگذاری فراهم شود؛ سپس با مرور مکرر داده‌ها دید کلی درباره اطلاعات جمع‌آوری شده به دست آمد. در مرحله بعد و با استفاده از راهبرد جمله‌به‌جمله، عبارت‌های مهم و مرتبط با موضوع پژوهش استخراج و کدگذاری شد. در جریان کدگذاری برخی از کدها به صورت مستقیم از متن مصاحبه‌ها و برخی دیگر به صورت محقق‌ساخته و با توجه به مفاهیم برگرفته از مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش به دست آمد. با اعمال این فرآیند ۵۹ مفهوم اولیه درباره عوامل و موانع پیش‌روی کارآفرینان در راه‌اندازی کسب‌وکار به دست آمد. درنهایت، براساس جدول ۱، با ادغام موارد مشابه و حذف موارد تکراری، عبارت‌های استخراج شده در قالب عبارت‌های معنادار فرموله شدند؛ درنهایت ۱۳ معنی فرموله شده به دست آمد که پس از کدگذاری و دسته‌بندی آن‌ها به سه خوشه عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی تقسیم گردید.

#### ۴-۲. پرسش‌های پژوهش

بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق به ما نشان می‌دهد که موانع مؤثر بر کارآفرینی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است؛ همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، دیگر تحقیقات صرفاً به یک حوزه اشاره کرده‌اند و دسته‌بندی عوامل نیز صورت‌نگرفته است؛ در این پژوهش به بررسی موانع کارآفرینی در هر چهار حوزه پرداخته می‌شود؛ موانع سیاسی کارآفرینی در ایران کدام‌اند؟ موانع اقتصادی کارآفرینی در ایران کدام‌اند؟ موانع اجتماعی کارآفرینی در ایران کدام‌اند؟ موانع فرهنگی کارآفرینی در ایران کدام‌اند؟

جدول ۱: خلاصه جملات کلیدی، زیرمقوله‌ها و مقوله‌های حاصل از پژوهش (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 1: A summary of the key statements, subcategories and categories emerging from the study (Authors, 2024).

مقوله	زیرمقوله	جملات کلیدی
عوامل سیاسی	مجوزدهی سخت ناهماهنگی اداری بورور کراسی سخت عدم حاکمیت قانون	ما برای برای گرفتن مجوز از وکیل استفاده کردیم چون اعصاب حضور در سازمان‌های اداری را نداشتیم. باوجود این که از بخش‌های مختلف مجوز برای شروع کار را دریافت کردیم، سازمان محیط‌زیست جلوی کار ما را گرفت و عنوان کرد شما امکان فعالیت در این محدود جغرافیایی را ندارید. اگر شما حتی به راحتی توانستید مجوز کار بگیرید برای گرفتن آب، برق، گاز، تلفن ماه‌ها درگیر بورور کراسی اداری می‌شوید که انگیزه شما برای ادامه کار کاملاً از بین می‌رود. دولت قوانین موجود حتی در صورت مشکل را هم به صورت کامل و دقیق اجرا نمی‌کند.
عوامل اقتصادی	نبود حمایت مالی تحریم بی‌ثباتی اقتصادی	باوجود این که یک چک و وام عقب‌افتاده ندارم دولت به راحتی به من تولیدکننده وام نمی‌دهد و منابع بانکی برای مصرف دیگر صرف می‌شود. برای خرید مواد اولیه با مشکل مواجه هستیم. وقتی همسایه شما یک‌شبه و بدون هیچ زحمت و کاری میلیاردی می‌شود دیگر چه انگیزه‌ای برای کار وجود خواهد داشت.
عوامل اجتماعی - فرهنگی	آموزش نبود کار تیمی نبود شبکه اجتماعی	در حال حاضر، لباس خوب در ایران را افغانی‌ها می‌دوزند و ایرانی‌ها فاقد این توانمندی هستند. یک نفری دیگر نمی‌توان کار کرد کارها باید تیمی صورت گیرد. ارتباط بین کارآفرینان و محققان وجود ندارد.

## ۵. یافته‌ها

با بررسی مصاحبه‌های کارآفرینان به این نکته پی می‌بریم که موانع کارآفرینی به یک حوزه محدود نمی‌شود. موانعی که آن‌ها با آن روبه‌رو هستند را می‌توان به سه حوزه مختلف تقسیم کرد؛ موانع سیاسی شامل: مجوزدهی سخت، ناهماهنگی بین بخش‌ها و ارگان‌های مختلف دولتی و حاکمیتی، بورور کراسی سخت و عدم حاکمیت قانون است. در حوزه اقتصادی، مواردی هم‌چون: تحریم، بی‌ثباتی اقتصادی و نبود حمایت مالی وجود دارد و درنهایت در حوزه فرهنگی-اجتماعی نبود فرهنگ کار تیمی، و نبود شبکه روابط اجتماعی مطرح می‌باشد.

### ۵-۱. موانع سیاسی

بیشتر توجه مصاحبه‌شوندگان در حوزه سیاسی به دولت و نحوه عملکرد آن اشاره کردند؛ مسائلی که کارآفرینان در حوزه سیاسی به آن اشاره کردند، شامل: مجوزدهی سخت، ناهماهنگی بین بخش‌ها و ارگان‌های مختلف دولتی و حاکمیتی، بورور کراسی سخت و عدم حاکمیت قانون است.

**مجوزدهی سخت:** دولت‌ها با مجوزدهی سخت برای ایجاد مشاغل یکی از موانع عمده را بر ایجاد هرگونه

فعالیتی ایجاد می‌کنند. اکثر مصاحبه‌شوندگان از شرایط سخت مجوزدهی گلایه و شکایت داشتند. حتی یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر کرد:

«با وجود شعارهایی که برای تسهیل ایجاد کسب‌وکار می‌دهند الان شرایط نسبت به سال‌های قبل خیلی حادث‌تر شده است». حتی به گفته یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان: «در دهه ۶۰هـ.ش. مسئولین به دلیل ناآگاهی کافی و لازم از مجوز دادن به کارهای گلخانه‌ای امتناع می‌کردند». مصاحبه‌شونده دیگر عنوان می‌کند: «برای گرفتن مجوز هشت ماه زمان گذاشته‌اند».

شرایط گرفتن مجوز این قدر زمان‌بر و پردردسر است که یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان کرد که: «ما برای برای گرفتن مجوز از وکیل استفاده کردیم چون اعصاب حضور در سازمان‌های اداری را نداشتیم».

یکی از مشکلات در خصوص مجوزدهی به گفته مصاحبه‌شوندگان ضوابط غلط و نبود متولی مشخص است. یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر می‌کند:

«بنده دارای مدرک کارشناسی زمین‌شناسی در دانشگاه تهران هستم و برای مجوزگرفتن برای شرکت این الزام وجود داشته است که مدیر عامل حتماً باید مدرک کارشناسی عمران داشته باشد، حال این‌که این‌جانب سال‌ها در این حوزه فعالیت داشته‌ام».

یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر کرد:

«اگر شرایط مجوزدهی به افراد این قدر سخت و مشکل است، حداقل دولت‌ها از شرکت‌هایی که به آن‌ها مجوز داده‌اند، حمایت لازم را انجام دهند. به این دلیل که برخی افراد بدون هیچ‌گونه مجوزی اقدام به فعالیت می‌کنند و دولت هیچ‌گونه دخالتی در امور آن‌ها ندارد، و در نتیجه امکان رقابت با آن‌ها از ما سلب می‌شود. درحقیقت دولت‌ها توان اجرای برخی سیاست‌گذاری‌های خود را ندارد».

**ناهماهنگی اداری:** ناهماهنگی بین بخش‌ها و ارگان‌های مختلف دولتی و حاکمیتی از مواردی است که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کرده‌اند.

یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر می‌کند:

«با وجود این‌که از بخش‌های مختلف مجوز برای شروع کار را دریافت کردیم، سازمان محیط‌زیست جلوی کار ما را گرفت و عنوان کرد، شما امکان فعالیت در این محدود جغرافیایی را ندارید، خب اگر امکان فعالیت در این محدوده وجود نداشته است، از همان ابتدا مجوز صادر نمی‌شد و به ما اعلام می‌کردند».

از دیگر مواردی که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کردند، ناهماهنگی بین دستگاه‌هایی است که مجوزهای مربوطه را صادر می‌نمایند با سازمان‌هایی که باید خدماتی چون: آب، برق، گاز و تلفن را ارائه دهند. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان:

«اداره گاز چهارماه طول کشید که به ما انشعاب گاز بدهند، وقتی مکرراً اعتراض می‌کردیم، اعلام می‌کردند از ابتدا گفته بودیم که پروسه اداری چهار ماه طول می‌کشد و حق هیچ‌گونه اعتراضی ندارید، ما دست به دامن شدن نمایندگان مجلس و امام جمعه توانستیم مشکل را حل نماییم».

**بوروکراسی سخت:** بوروکراسی سخت از مواردی است که اکثر مصاحبه‌شوندگان با آن درگیر بوده‌اند و باعث کاهش انگیزه آن‌ها برای ادامه فعالیت شده است. بوروکراسی گسترده، قوانین و آئین‌نامه‌های دست‌وپاگیر از موانع سیاسی جلوی مصاحبه‌شوندگان بوده است. یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر می‌کند:

«ما برای برخی استعلام‌ها باید بین سه تا چهار ماه منتظر باشیم».

مصاحبه‌شونده دیگر اذعان کرد:

«که برای بهره‌برداری و امضاء یک ماه ونیم درگیر بوده است» و به گفته کارآفرین دیگر «اگر شما حتی به راحتی توانستید مجوز کار بگیرید برای گرفتن آب، برق، گاز، تلفن ماه‌ها درگیر بوروکراسی اداری می‌شوید، که انگیزه شما برای ادامه کار کاملاً از بین می‌رود».

**عدم حاکمیت قانون:** عدم حاکمیت قانون از مواردی است که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کرده‌اند. در برخی موارد دولت‌ها خود را متعهد به اجرای قوانینی که توسط مجلس یا دولتی یا که با آن هم‌سو نیست، نمی‌دانند. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان:

«دولت قوانین موجود حتی در صورت مشکل را هم به صورت کامل و دقیق اجرا

نمی‌کند».

یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر می‌کند:

«سال ۱۳۹۱ ه.ش. شورای تأمین استان اصفهان، به دلیل اتمام ذخیره گندم در استان اصفهان، از این کارخانه درخواست کرد تا ۷۵ هزار تن گندمی را که در اختیار داشت، تحویل مدیریت آن روزهای استان بدهد، تا به مرور زمان این میزان را به آن‌ها بازگردانند، ولی دولت بعدی خود را متعهد به تعهدات دولت قبل نمی‌داند، این که دولت بگوید مطالبات دولت بعدی به ما ربطی ندارد که سنگ روی سنگ بند نمی‌شود».

عدم پای بندی دولت به اجرای قوانین و تعهدات منجر به تعطیلی کارخانه شده است.

حتی یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت که:

«ما در حوزه قانون مشکلی نداریم، مشکل این است که قانون یا درست اجرا

نمی‌شود و یا اصلاً اجرا نمی‌شود».

کارآفرینان نقش به‌سزایی برای دولت جهت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه قائل بودند. درحقیقت آن‌ها بر این باور بودند، تا زمانی که یک دولت کارآ و توانمند وجود نداشته باشد که بستر لازم برای فعالیت‌های مختلف را فراهم نماید، امکان توسعه فعالیت‌هایی هم‌چون فعالیت‌های کارآفرینانه وجود نخواهد داشت.

## ۵-۲. موانع اجتماعی-فرهنگی

آموزش درمیان عوامل فرهنگی-اجتماعی مهم‌ترین عامل مورد اشاره کارآفرینان است. از دیگر موانع که کارآفرینان در این حوزه به آن اشاره کردند، نبود فرهنگ کار تیمی، و نبود شبکه روابط اجتماعی است.

**آموزش:** آموزش مهم‌ترین عاملی فرهنگی-اجتماعی که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کردند. از نگاه اکثر مصاحبه‌شوندگان شرایط آموزشی در کشور مناسب نیست و یا کاربردی و عملی نمی‌باشد. یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر می‌کند:

«آموزش در کشور اصلاً مناسب نیست، دوره آردسازی اصلاً وجود ندارد؛ درحالی‌که

مهم‌ترین موضوع مردم نان است. دیگر کارآفرین نیز آموزش را در کشور مناسب

نمی‌داند و معتقد است که فاصله صنعت و دانشگاه بسیار زیاد است. وی بیان می‌کند

که: «باید برنامه‌های آموزشی طراحی شود که براساس آن دانشجویها موظف باشند، داخل کارخانه‌ها حضور یابند و با کار از نزدیک آشنا شوند». دیگر کارآفرین عنوان می‌کند:

«باید آموزش مناسب و کاربردی از دبیرستان برای بچه‌ها فراهم شود، ما درحال حاضر فارغ‌التحصیل زیاد داریم، ولی نیروی متخصص و ماهر نداریم، باید تعامل صنعت و دانشگاه بیشتر شود، باید مسئولان در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند، باید ملزومات و امکانات لازم برای آموزش فراهم شود».

از دیدگاه یکی از مصاحبه‌شوندگان شرایط آموزش در کشور نامناسب و قدیمی است و الان خیلی دغدغه دانش به روز یا تجربه وجود ندارد، وی با انتقاد از عملکرد دانشگاه‌ها بیان می‌کند که:

«دانشگاه که واقعاً درحال حاضر کار خیلی سختی را انجام می‌دهد، یک جوان ۱۸ساله پراورزی و باانگیزه را تحویل می‌گیرد و یک جوان ۲۲ساله بی‌انگیزه، بی‌حال و بی‌هدف را تحویل می‌دهد. این‌را از مصاحبه‌های استخدامی از دانشجویهای فارغ‌التحصیل دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی می‌گوییم. شاید هم حق دارند. چون رسالتی که برای آن‌ها تعریف شده، دغدغه کار و آینده برای دانشجو نیست. احتمالاً تعداد قبولی‌های فوق‌لیسانس و دکترا، مقاله‌های پذیرفته شده، تعداد دانشجو و از این جور چیزها برای آن‌ها مهم است».

**نبود فرهنگ کار تیمی:** از دیدگاه برخی مصاحبه‌شوندگان نبود کار تیمی و فرهنگ آن یکی از موانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است. یکی از کارآفرینان ذکر می‌کند:

«ما باید فرهنگ کار تیمی را رواج دهیم یک نفری دیگر نمی‌توان کار کرد، کارها باید تیمی صورت گیرد».

دیگر مصاحبه‌شونده نیز بیان می‌کند که:

«کلاً ما ایرانی‌ها خیلی تمایلی به همکاری و کار کردن با یک‌دیگر نداریم، در کارهای انفرادی موفق هستیم، ولی در کارهای تیمی اصلاً، حتی در ورزش هم اگر شما ببینید، بیشتر در ورزش‌های انفرادی صاحب مدال و افتخار هستیم، و در ورزش‌های گروهی موفقیت لازم را کسب نمی‌کنیم».

یکی از کارآفرینان عامل موفقیت خود را توجه به کار تیمی می‌داند و عنوان می‌کند که:

«کار ما به صورت تیمی و دست به دست هم شروع شد، جمعی از هم‌کلاسی‌های مشغول به تحصیل در رشته مهندسی کشاورزی گردهم آمده و کشت قارچ را در بخش کشاورزی که پتانسیل بالایی در کار دارد، پس از فارغ‌التحصیلی شروع کردیم».

**نبود شبکه روابط اجتماعی:** نبود شبکه روابط اجتماعی، بالأخص نبود روابط میان بخش‌های دانشگاهی، تحقیقاتی و شرکت‌های دانش‌بنیان با شرکت‌های تجاری و صنعتی از مواردی است که جلوی توسعه و بسط فعالیت‌های کارآفرینانه در کشور را گرفته است. اکثر مصاحبه‌شوندگان عنوان نمودند، برخی از نیازهای اساسی خود را از خارج از کشور وارد می‌کنند و اصلاً به دنبال تهیه و تولید آن‌ها با کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و مراکز تحقیقاتی نبوده‌اند، درحقیقت یک چرخه تولید وجود ندارد.

مصاحبه‌شوندگان کمتر به عوامل فرهنگی-اجتماعی توجه نشان دادند. درمیان عوامل فرهنگی-اجتماعی توجه آن‌ها صرفاً به مقوله آموزش و نقش آن در خلق و بسط فعالیت‌های کارآفرینانه بوده است.

### ۳-۵. موانع اقتصادی

موانع اقتصادی از موانعی است که از دیدگاه کارآفرینان نقش به‌سزایی در فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. به باور کارآفرینان، در صورت نبود شرایط اقتصادی، انگیزه‌ای برای شروع و ادامه کارآفرینی وجود نخواهد داشت. در حوزه اقتصادی به مواردی هم‌چون تحریم، بی‌ثباتی اقتصادی و نبود حمایت مالی اشاره کردند.

**تحریم:** تحریم یکی از مهم‌ترین موانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینان در ایران است که اکثر کارآفرینان به آن اشاره کرده‌اند. به گفته کارآفرینان، تحریم باعث این شده است که امکان خرید مواد اولیه از کشورهای دیگر با سختی صورت گیرد و هزینه تمام‌شده محصولات و تولیدات را بالا ببرد. اکثر مصاحبه‌شوندگان عنوان کردند، که مواد اولیه خود را از خارج کشور وارد می‌کنند. به گفته کارآفرینان تحریم باعث شده است که فقط از برخی کشورها مثل چین امکان تأمین مواد اولیه وجود داشته باشد؛ در نتیجه در یک بازار غیررقابتی خارجی مجبور به تهیه مواد اولیه بی‌کیفیت با قیمت بالا می‌شوند.

هم‌چنین تحریم امکان ارتباط کار و همکاری با کشورهای خارجی را از بین برده است و مصاحبه‌شوندگان نمی‌توانند از توانمندی‌های خود در دیگر کشورها بهره‌مند و کافی را ببرند، و مزایای حضور در بازارهای خارجی بی‌بهره می‌مانند و در نتیجه سود فعالیت‌های آن‌ها کاهش می‌یابد. یکی از مصاحبه‌شوندگان ذکر می‌کند که:

«امکان فعالیت در دیگر کشورها را نداریم، قبل از تحریم برای استرالیایی‌ها کار انجام می‌دادیم و از کار ما راضی بودند، قرار بود که یک کاری هم برای آن‌ها در خلیج فارس انجام بدهیم که تحریم اتفاق افتاد، بعد از تحریم حاضر به ادامه فعالیت با ما نشدند و حتی گفتند با ما دیگر تماس نگیرید، چون ممکن است برای ما در دنیا دردسر ایجاد شود».

به گفته کارآفرین دیگر، شرکت‌های خارجی به ما اعتماد ندارند و می‌ترسند با ما و کشور ایران کار کنند، وگرنه به لحاظ توانمندی چیزی کم نداریم.

**نبود حمایت مالی:** از نگاه کارآفرینان دولت‌ها سیاست‌های حمایتی مناسبی مانند کاهش مالیات و وام‌های کم‌بهره برای تولیدکنندگان ندارد. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان:

«با وجود که یک چک و وام عقب‌افتاده ندارم، دولت به راحتی به من تولیدکننده وام نمی‌دهد و منابع بانکی برای مصرف دیگر صرف می‌شود».

مصاحبه‌شونده دیگر اعلام می‌کند که:

«دولت در بازپرداخت وام‌ها نیز بسیار سخت‌گیرانه عملی‌کند، به باور کارآفرینان حمایت دولت از کارآفرینان صرفاً یک داستان است».

**بی‌ثباتی اقتصادی:** بی‌ثباتی اقتصادی مهم‌ترین مانع اقتصادی بر سر کارآفرینی در ایران از نگاه کارآفرینان می‌باشد. به باور کارآفرینان نبود ثبات اقتصادی آثار مخربی بر روند فعالیت‌های شان دارد. اکثر کارآفرینان اذعان کردند که مواد اولیه خود را از خارج کشور وارد می‌کنند، پس زمانی که نرخ ارز افزایش پیدا می‌کند، قیمت تمام‌شده محصول آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. از طرفی به دلیل افزایش تورم قدرت خرید مصرف‌کننده نیز کاهش پیدا کرده است؛ در نتیجه فروش محصولات بسیار کاهش پیدا می‌کند و ادامه کار اصلاً به صرف نخواهد بود. هم‌چنین بی‌ثباتی اقتصادی موجب یک حالت بی‌تکلیفی است. یکی از کارآفرینان عنوان می‌کند:

«نوسان نرخ ارز و تورم حالت بی‌تکلیفی هم ایجاد کرده است، هیچ چیز مشخص نیست، امکان برنامه‌ریزی وجود ندارد، باید فضا با ثبات باشد تا امکان کار فراهم شود، با این وضعیت و نوسانات قیمت‌ها ما حتی امکان قرارداد بستن هم نداریم».

گسترش فعالیت‌های غیرتولیدی و رو آوردن جوان‌ها، نخبگان و تحصیل‌کرده‌ها به این فعالیت‌ها، از دیگر موارد آثار مخرب بی‌ثباتی اقتصادی می‌باشد. مصاحبه‌شونده‌ای عنوان می‌کند:

«افزایش بی‌رویه نرخ ارز و تورم باعث شده است که کسی تمایلی به کارهای تولیدی نداشته باشد، جوان‌ها بیشتر به سمت فعالیت‌های دلالی و خریدوفروش ماشین و ملک در سایت دیوار می‌روند و بازار رمز ارزهایی مثل بیت کوین رونق گرفته است». یکی از کارآفرینان به نقش مخرب بی‌ثباتی در انگیزه جوان‌ها برای کارهای تولید اشاره می‌کند. وی اظهار می‌دارد: «وقتی همسایه شما یک‌شبه و بدون هیچ زحمت و کاری میلیاردی می‌شود، دیگر چه انگیزه‌ای برای کار وجود خواهد داشت، الان خیلی از جوان‌ها به سمت فعالیت‌های دلالی می‌روند، من نگرانم جوان‌هایی که با همکاری می‌کنند هم، به این سمت بروند، به خاطر این‌که سود فعالیت‌های دلالی بسیار زیاد است و حقوقی که آن‌ها دریافت می‌کنند، در حد این سودها نیست».

دیگر کارآفرین ذکر می‌نماید:

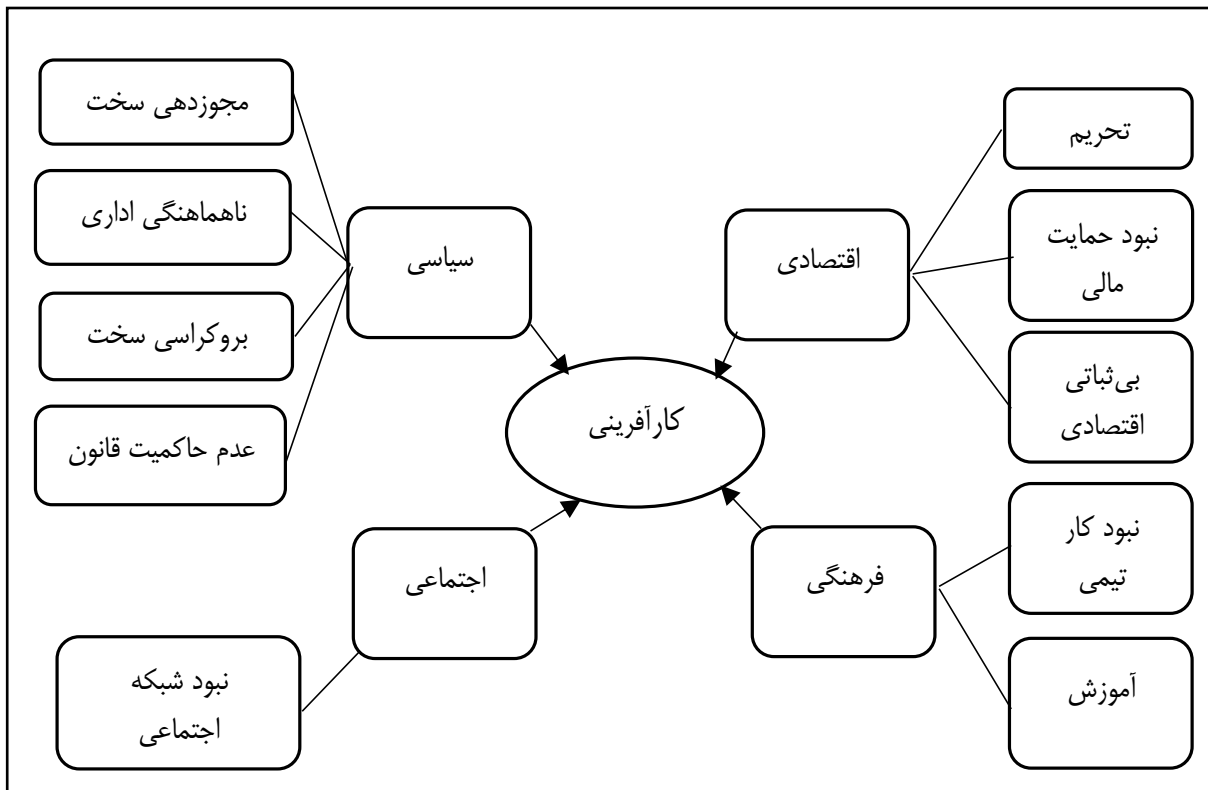
«در این کشور تولیدکننده از جون مایه می‌گذارد، در صورتی‌که فقط در این کشور سفته بازی و دلالی جواب می‌دهد». افزایش نرخ ارز و تورم خریدوفروش کالاهای لوکس، و کالاهایی که جزو نیازهای ضروری و اساسی مردم نیستند، را با مشکل مواجه می‌کند. یکی از مصاحبه‌شوندگان عنوان می‌کند:

«وقتی نرخ ارز و تورم افزایش می‌یابد، قیمت تمام‌شده محصول ما هم افزایش می‌یابد و این برای کالاهایی مانند کالای ما که نیاز اصلی مردم نیست، بسیار بد است. مردم نیازهای اصلی خود را حتی اگر گران شود به ناچار تهیه می‌کنند، ولی محصولی ما که ردیاب خودرو است نیاز اصلی مردم نیست و عملاً مردم با افزایش قیمت تمایلی به تهیه آن ندارند و در نتیجه ادامه کار ما بسیار مشکل می‌شود». افزایش هزینه‌های فعالیت‌های تولید از موارد و آثار سو بی‌ثباتی اقتصادی است. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان:

«افزایش گسترده تورم باعث شده است که هزینه نیروی کار ما مدام افزایش پیدا کند، ما باید افزایش حقوق دهیم که این‌کار هزینه‌های ما را افزایش می‌دهد، که توان پرداخت این هزینه‌های مضاعف را دیگر نداریم». و در نهایت بی‌ثباتی اقتصادی به گفته مصاحبه‌شوندگان شرایط تعهد به قراردادهای با مشکل مواجه می‌کند. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان:

«پارسال برای انجام یک پروژه ۵۰ میلیارد قرارداد بسته‌ام ولی الان با توجه به افزایش هزینه‌ها با این مبلغ توان انجام را ندارم». دیگر کارآفرین اظهار می‌دارد که:

«با دلار ۱۴ هزار تومان قرار داد بستیم الان دلار ۴۰ هزار تومان روبه‌رو هستیم، دو تا از پروژه‌های ما با وجود زحمت زیاد، زیان‌ده بوده است. چه انگیزه‌ای برای فعالیت وجود دارد، با دولت قراردادهای مختلف بستیم، با وجود این‌که دولت خودش با سیاست‌ها و عملکرد غلطش موجبات افزایش قیمت و تورم را فراهم کرده است، ولی حاضر به هیچ تغییری در قراردادهای نیست».



نمودار ۱: مدل موانع نهادی کارآفرینی در ایران (نگارندگان، ۱۴۰۳).  
Graph. 1: An institutionnal barriers model of entrepreneurship in iran (Authors, 2024).

## ۶. نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق شناخت موانع کارآفرینی در ایران از دیدگاه کارآفرینان است؛ بدین منظور با روش نمونه‌گیری هدفمند تصادفی، ۲۰ کارآفرین انتخاب‌نموده و با آن‌ها مصاحبه انجام گرفت. یافته‌های پژوهش، دیدگاه نهادی در رابطه با عوامل مؤثر بر کارآفرینی را مورد تأیید قرار داد. مطابق با نگاه کارآفرینان، کارآفرینی در ایران به‌طور گسترده متأثر از عوامل نهادی است. با تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، این موانع نهادی به چهار دسته عوامل: سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تقسیم گردید؛ هم‌چنین درمیان این موانع بیشترین موانع به ترتیب در حوزه سیاسی و اقتصادی قرار دارد.

در حوزه سیاسی عواملی هم‌چون: مجوزدهی سخت، ناهماهنگی اداری، بوروکراسی سخت و عدم حاکمیت قانون مطرح گردید. مجوزدهی سخت، امکان و انگیزه افراد برای ورود به کارآفرینی را کاهش می‌دهد. ناهماهنگی‌های اداری، کارآفرینان را برای گرفتن خدمات و حمایت مختلف، دچار سردرگمی می‌نماید و در کنار بوروکراسی سخت هزینه‌های شروع و ادامه فعالیت را افزایش می‌دهد. بی‌ثباتی قانون، نبود سیاست‌گذاری‌های مناسب در جهت حمایت از کارآفرینان، بوروکراسی گسترده، قوانین و آئین‌نامه‌های دست‌وپا گیر، ضوابط غلط و نبود متولی مشخص، در هر جامعه‌ای بسترهای مناسب کارآفرینی را از بین می‌برد. یافته‌های پژوهش با تحقیقات: شیرواند (۱۳۹۷)، نظریان و همکاران (۱۳۹۴)، دنیایی و یعقوبی (۱۳۹۰)، حسینی و لشگرآرا (۱۳۹۳)، آواسیلکای (۲۰۱۴)، لندستروم و استیونسن (۲۰۰۵)، آلوارس و همکاران (۲۰۱۱)، لوکی (۲۰۰۶)، مگنوس هنرکسون و دوهان رابین (۲۰۰۷)، احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۸۹)، علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۷)، کریمیان و لطیفی (۱۳۸۶)، هم‌سو می‌باشد. محققان ذکرشده نیز در تحقیقات خود عوامل سیاسی را از عوامل مهم و اثرگذار بر کارآفرینی دانسته و عواملی هم‌چون: اندازه دولت، بروکراسی و ناهماهنگی اداری و نبود حاکمیت قانون و عدم حمایت قانون از کارآفرینان اشاره کرده‌اند.

عوامل اقتصادی برای توسعه کارآفرینی جامعه در کنار عوامل دیگر، از اهمیت به‌سزایی برخوردار هستند. طبق نظر مصاحبه‌شوندگان، موانعی هم‌چون: نبود حمایت مالی، تحریم و بی‌ثباتی اقتصادی از موانع عمده بر سر کارآفرینی در ایران می‌باشند. تحریم‌ها امکان ارتباط مناسب و تبادل فناوری، دانش و کالا با دیگر کشورها را از بین برده است و کارآفرینان امکان تأمین نیازهای خود از دیگر کشورها را ندارند؛ هم‌چنین تحریم‌ها امکان همکاری با دیگر کشور و استفاده از مزایای بازار جهانی و منطقه‌ای را از بین برده است. نبود حمایت مالی دولت نیز امکان شروع و یا توسعه فعالیت را برای کارآفرینان ناممکن و یا سخت ساخته است. درنهایت بی‌ثباتی اقتصادی زمینه توسعه سفته‌بازی و دلالی را در جامعه فراهم کرده است و انگیزه افراد برای فعالیت‌های تولیدی را کاهش داده است. در یک جامعه بی‌ثبات امکان هرگونه برنامه‌ریزی و پیش‌بینی از بین می‌رود و انگیزه کارآفرینانی که با افزایش هر روزه هزینه‌های خود روبه‌رو هستند، به‌کلی از بین می‌رود؛ درنتیجه برای ارتقاء کارآفرینی در ایران، باید تلاش ویژه‌ای در جهت رفع موانع نهادی آن صورت گیرد. نتایج به‌دست آمده از تحقیق با نظریات و تحقیقات انجام شده هم‌سو است و تحقیقات آن‌ها، نتایج حاصل را تأیید می‌کنند؛ نظریات و همکاران (۱۳۹۴)، دنیایی و یعقوبی (۱۳۹۰)، حسینی و لشگرآرا (۱۳۹۳)، هارپر (۲۰۰۳)، هنرکسون و استنکولا (۲۰۱۰)، ردفورد (۲۰۱۲)، آسز و اسزرب (۲۰۰۷)، آدریتچ و همکاران (۲۰۰۷)، دنیس (۲۰۱۱)، هنرکسون و دوهان‌رایین (۲۰۰۷)، احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۸۹) به عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی پرداخته‌اند و به عوامل هم‌چون: حقوق مالکیت، نبود حمایت مالی و بی‌ثباتی اقتصادی اشاره کرده‌اند.

آموزش، نبود کار تیمی، نبود شبکه اجتماعی از موانع موردنظر کارآفرینان در حوزه فرهنگی-اجتماعی است. برای هرگونه فعالیت نیاز به نیروی انسانی توانمند و متخصص می‌باشد، ولی طبق دیدگاه مصاحبه‌شوندگان آموزش در کشور نامناسب و غیرکاربردی می‌باشد. پس ارتباط بین صنعت و دانشگاه از ضروریات توسعه کارآفرینی در کشور است؛ هم‌چنین گسترش کار تیمی در کنار ارج نهادن به کارآفرینان زمینه ارتقاء کارآفرینی در ایران را فراهم می‌کند. شبکه‌های اجتماعی مختلف نیز می‌تواند زمینه ارتباط کارآفرینان، گروه‌ها، مؤسسات و مسئولان با یک‌دیگر را فراهم آورد و درنتیجه این تعاملات، امکان برآورده شدن نیازهای کارآفرینان تسهیل گردد. این نتایج نیز با نظریه شبکه اجتماعی هم‌سو است. ضمن این‌که محققانی هم‌چون عیسی‌زاده (۱۳۹۰)، مردانشاهی و سید اسماعیل نظام‌زاده (۱۳۹۶)، نوابخش و زارع (۱۳۸۹)، کریمیان و لطیفی (۱۳۸۶)، دنیس (۲۰۱۱)، آسز و اسزرب (۲۰۰۷)، آلوارس و همکاران (۲۰۱۱)، عوامل فرهنگی-اجتماعی هم‌چون: آموزش و فرهنگ کار را از عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌دانند و نتایج به‌دست آمده از تحقیق را تأیید می‌کنند.

## ۷. پیشنهادها

۱) سیاست‌های مربوط به تحول اداری در دولت جزو ضروریات یک استراتژی منسجم در جهت پیش‌برد اهداف کارآفرینانه در کشور می‌باشد؛ لذا اصلاحات ساختاری و ایجاد بسترهای قانونی و حقوقی مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینان ضروری است. ۲) شرایط مجوزدهی باید تسهیل شود و باید فضایی فراهم شود که شرکت‌های دولتی مجوزها و مدارک لازم را نهایتاً ظرف یک هفته تهیه نمایند. ۳) مرکزی برای اتخاذ تصمیمات یکپارچه تشکیل شود و از ناهماهنگی بین بخش‌های مختلف جلوگیری شود. ۴) کاهش ریسک سرمایه‌گذار از طریق اقدامات حمایتی مستقیم (حمایت مالی و اعطای اعتبارات) یا تغییر در بیمه اجتماعی. ۵) انجام اصلاحات در نظام‌های پولی، مالی و اعتباری، تنظیم قوانین مالیاتی و تدوین سیاست‌های جلب سرمایه‌گذاری خارجی. ۶) شفافیت و پاسخ‌گویی دولت افزایش یابد. از توسعه شبکه‌های مجازی و رسانه برای ارزیابی عملکرد دولت استفاده شود. ۷) تحریم‌های مختلف، ازجمله: تحریم اقتصادی شرایط را برای فعالان سخت و مشکل کرده است؛ لذا ایجاد روابط حسنه و بدون تنش با دیگر کشورها ضروری است. ۸) دخالت دولت در اقتصاد به حداقل برسد و بیشتر نقش حمایت‌گری و تنظیم‌گری داشته باشد. ۹) میزان مالیات برای شرکت‌های و کارآفرینان نوپا نباید سنگین باشد. ۱۰) مالیات فعالیت‌های غیرتولیدی

زیاد شود. (۱۱) قوانین مشخص و شفاف برای حقوق مالکیت وجود داشته باشد. سرمایه‌گذاران و کارآفرینان باید اطمینان یابند که از دستاوردهای فکری و ویدی خود بهره‌مند خواهند شد. (۱۲) زمینه لازم برای توسعه و گسترش ارتباط بین کارآفرینان در کشور فراهم شود. (۱۳) از نمایشگاه‌ها، سمینارها، کارگاه‌های آموزشی جهت آشناسازی افراد و گروه‌ها با یک‌دیگر استفاده شود. (۱۴) ارتباط میان کارآفرینان و دانشگاهیان تسهیل شود. (۱۵) سیستم‌های پاداش مالی و غیرمالی مناسب در جهت حمایت از تحقیقات خلاقانه و نوآورانه در دانشگاه‌ها. (۱۶) تأسیس مراکز تکنولوژی و پارک‌های علمی معمولاً پیش‌فرض‌ها، تسهیلات، خدمات کسب‌وکار، هم‌افزایی و مزایای دیگر را برای شرکت‌های جدیدی که جهت‌گیری تکنولوژی دارد، ارائه می‌دهند.

### سپاسگزاری

در پایان نویسندگان برخورد لازم می‌دانند که از داوران ناشناس نشریه با نظرات ارزشمند خود به غنای متن مقاله افزودند، قدردانی نمایند.

### درصد مشارکت نویسندگان

این مقاله مستخرج از رساله نویسنده اول به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم بوده است؛ بر همین اساس، گردآوری مطالب توسط نویسنده اول و نگارش آن تحت نظارت نویسندگان دوم و سوم بوده است.

### تضاد منافع

نویسندگان ضمن رعایت اخلاق نشر در ارجاع‌دهی و دقیق بودن آن در متن و انتهای مقاله، نبود تضاد منافع را اعلام می‌دارند.

### پی‌نوشت

1. Hayton
2. Shane
3. Schumpeter
4. Wennekers and Thurik
5. Hannafey
6. Timmons
7. Hysrych and Peters
8. Entrepreneurship and Development Institute (GEDI)
9. N.Churcil
10. William Bygrave
11. Palmer
12. Gasse
13. Anderson & Smith
14. Boettke & Coyne
15. David Harper
16. Sobel et al.
17. Cosmin Mihai & Avasilcai
18. Henrekson & Stenkula, M
19. Redford
20. Lundström & Stevenson
21. Alvarez et al.
22. Luke
23. Acs & Szerb
24. Aldrich & Martínez
25. Dennis
26. Douhan et al.
27. Aidis et al.
28. Random purposeful sampling

## کتابنامه

- احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۷۸). کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). انتشارات پردیس، چاپ اول، تهران.
- احمدپور داریانی، محمود؛ داوری، علی؛ و رمضانپورنگسی، قاسم، (۱۳۸۹). «محیط مساعد کسب و کار، پیش نیاز توسعه کارآفرینی در ایران». فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۶۱: ۶۵-۸۹.
- بهزادیان نژاد، قربان، (۱۳۸۰). «ضرورت توجه به کارآفرینی و فناوری های پیشرفته». مجموعه مقالات کارآفرینی و فن آوری پیشرفته، جلد اول، چاپ اول انتشارات دانشگاه.
- جهانگیری، علی، (۱۳۸۰). «دولت کارآفرین». فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، ۵۱: ۶۳-۷۱.
- جهانیان، مهدی، (۱۳۸۵). کارآفرینی. بابل: انتشارات علوم رایانه.
- حسینی، طیبه؛ و لشگرآرا، فرهاد، (۱۳۹۳). «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه مهارت های کارآفرینی در تعاونی های زنان روستایی استان فارس». پژوهش ترویج و آموزش کشاورزی، ۷ (۲): ۱۳-۳۳.
- حمیدی، ناصر؛ و محمدی، نبی الله، (۱۳۸۸). «کارآفرینی فردی و بنگاهی مطالعه ای در اداره کل تربیت بدنی استان زنجان». مجله مدیریت توسعه و تحول، ۲: ۲۱-۳۴.
- دنیایی، حمید؛ و یعقوبی، جعفر، (۱۳۹۰). «راهکارهای تقویت کارآفرینی در شرکتهای تعاونی کشاورزی استان زنجان از دیدگاه مدیران تعاونی ها». مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی ظرفیت های بخش تعاون در توسعه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی، ۲۸ فروردین ۱۳۹۰، جزیره کیش.
- رضازاده، حجت الله؛ شیخان، ناهید؛ و احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۸۱). «کارآفرینی در آلمان». ماهنامه تخصصی بازاریابی، ۲۲: ۵۸-۶۰.
- رضاییان، علی، (۱۳۸۰). مبانی و سازمان مدیریت، تهران: انتشارات سمت، چاپ سوم.
- زالی، محمدرضا؛ رضوی، مصطفی؛ یداللهی، جهانگیر؛ و کردناییج، اسدالله، (۱۳۸۹). ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران. چاپ اول، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- شاه حسینی، علی، (۱۳۸۳). کارآفرینی. تهران: انتشارات آبیژ.
- شیراوند، فاطمه؛ مظهری، رضا؛ محمدی خیاره، محسن؛ و توماج، عبدالسعید، (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر عوامل نهادی رسمی و غیررسمی بر کارآفرینی و نتیجه آن بر رشد اقتصادی: شواهدی از کشورهای منا (۲۰۰۸-۲۰۱۵)». تحقیقات اقتصادی، ۵۴ (۱): ۲۰۹-۲۳۳.
- علی آبادی، ابراهیم؛ عزیزی، محمد؛ عالم تبریز، اکبر؛ و داوری، علی، (۱۳۹۷). «شناسایی موانع اجرایی خط مشی های کارآفرینی و نوآوری در برنامه توسعه جمهوری اسلامی ایران». ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۸ (۳): ۹۵-۱۳۲.
- عیسی زاده، سعید؛ و جهانبخش، مهرانفر، (۱۳۹۱). «نقش نهادها در شکل دهی کارآفرینی در کشورهای منتخب جهان». پژوهشنامه اقتصادی (رویکرد اسلامی-ایرانی)، ۱۲ (۴۴): ۱۹۹-۲۱۲.
- فرحبخش، ندا، (۱۳۸۲). «کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی». مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری های پیشرفته، انتشارات دانشگاه تهران: ۱۸۳.
- کاظمی ترقبان، مریم؛ و مبارکی، محمدحسن، (۱۳۹۱). «بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی ایران با استفاده از رویکرد میانگین گیری بیزی». توسعه کارآفرینی، ۵ (۳): ۱۲۵-۱۴۴.
- کریمیان، محمدتقی؛ و لطیفی فریبا، امیر، (۱۳۸۶). «بررسی موانع و چالش های کارآفرینی فارغ التحصیلان دانشگاهی جویای کار خانم استان گلستان». همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی گذشته، حال، آینده.
- محمدی، افشین؛ تلخابی علیشاه، علیرضا؛ و لشکری، کبری، (۱۳۹۳). «بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی مدیران روابط عمومی سازمان های شهر تهران». مطالعات رسانه ای، ۹ (۲۴): ۱۱-۳۴.
- مردانشاهی، محمد مهدی؛ و نظام زاده، اسماعیل، (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی مدیران شرکت

- تعاونی‌های فعال و برتر روستایی شهرستان نکا». تعاون و کشاورزی، ۶ (۲۳): ۲۷-۵۲.
- مردیث، جفری، (۱۳۷۱). کارآفرینی. ترجمه محمدصادق بنی‌ئیان، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، انتشارات دفتر بین‌المللی کار.
- ناهید، مجتبی، (۱۳۸۸). «چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه». بررسی‌های بازرگانی، ۴۴: ۳۹-۵۸.
- نظریان، مهناز؛ و حسینی، محمود، (۱۳۹۴). «عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران». تعاونی و کشاورزی، ۴ (۱۵): ۱۱۹-۱۳۴.
- نوابخش، مهرداد؛ و زارع‌هرفته، مرضیه، (۱۳۸۹). «بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی (مطالعه موردی زنان کارآفرین تهران و حومه)». مجله مدیریت فرهنگی، ۴ (۷): ۱-۲۳.
- وبر، ماکس، (۱۳۷۱). اخلاق پروتستانی و روحیه سرمایه‌داری. ترجمه عبدالمعبود انصاری، تهران: سازمان سمت، چاپ اول.

## References

- Acs, Z. J. & Szerb, L., (2007). "Entrepreneurship, economic growth and public policy". *Small business economics*, 28(2-3): 109-122. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9012-3>.
- Ahmadpour Dariani, M., (1999). *Entrepreneurship (Definitions, Theories, Models)*. Pardis Publications, First Edition, Tehran. (In Persian).
- Ahmadpour Dariani, M., Davari, A. & Ramezanzpour Nargesi, Gh., (2010). "Business-friendly environment, prerequisite for entrepreneurship development in Iran". *Quarterly Journal of Improvement and Transformation Management Studies*, 61: 65-89. (In Persian).
- Ahmadpur Dariani, C. E. & Motallebi, D., (2012). "Long learning model with an integrated approach (provided by the Consortium for Entrepreneurship Education)". *Work & Society Magazine*, 134: 21-37. (In Persian).
- Aidis, R., Estrin, S. & Mickiewicz, T., (2008). "Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective". *Journal of Business Venturing*, 23: 656-672. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.005>
- Aldrich, H. E. & Martínez, M. A., (2001). "Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4): 41-56. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_14)
- Aliabadi, E., Azizi, M., Alam Tabriz, A. & Davari, A., (2018). "Identifying obstacles to implementing entrepreneurship and innovation policies in the development program of the Islamic Republic of Iran". *Quarterly Scientific Research Journal of Innovation and Creativity in the Humanities*, 8 (3): 95-132. (In Persian).
- Alvarez, C., Urbano, D., Coduras, A. & Ruiz-Navarro, J., (2011). "Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1): 120-140. <https://doi.org/10.1108/14626001111106460>
- Anderson, A.R. & Smith, R., (2007). "The Moral Space in Entrepreneurship: an Exploration of Ethical Imperatives and the Moral Legitimacy of being Enterprising". *Entrepreneurship & Regional Development Journal*, 19. <https://doi.org/10.1080/08985620701672377>

- Behzadiannejad, Gh., (2002). "The need to pay attention to entrepreneurship and advanced technologies". *Collection of articles on entrepreneurship and advanced technology*, vol. 1, first edition, University Press.
- Boettke, P. J. & Coyne, C. J., (2003). "Entrepreneurship and development: Cause or consequence?". *Advances in Austrian Economics*, 6: 67-87. [https://doi.org/10.1016/S1529-2134\(03\)06005-8](https://doi.org/10.1016/S1529-2134(03)06005-8)
- Bygrave, W. D. & Hofer, C. W., (1994). "Theorising about entrepreneurship". *Entrepreneurship theory and practice*, 16 (2): 13-22 18. <https://doi.org/10.1177/104225879201600203>
- Cosmin Mihai, N. & Avasilcai, S., (2014). "Environmental Factors Influencing Technological Entrepreneurship: Research Framework and Results". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109: 1309-1315. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.630>
- Dennis Jr, W. J., (2011). "Entrepreneurship, small business and public policy levers". *Journal of Small Business Management*, 49(1): 92 106. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00316.x>
- Donyaei, H. & Yaghoubi, J., (2011). "Strategies for strengthening entrepreneurship in agricultural cooperatives in Zanzan province from the perspective of cooperative managers". *Proceedings of the First International Conference on the Capacities of the Cooperative Sector in Socio-Economic and Cultural Development*, April 19, 2011, Kish Island.
- Douhan, R., Eliasson, G. & Henrekson, M., (2006). "Israel M. Kirzner: An Outstanding Austrian Contributor to the Economics of Entrepreneurship". *IFN Working Paper* No. 678. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9041-y>
- Farahbakhsh, N., (2003). "Entrepreneurship and its role in the national economy". *Collection of articles on Entrepreneurship and Advanced Technologies*, Tehran University Press: 183. (In Persian).
- Gasse, Y., (1985). "A Strategy for the Promotion and Identification of Potential Entrepreneurs at the Secondary School Level". In: P.D. Reynolds(ed), *Frontier of Entrepreneurship Research*, Washington: Babson college. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.630>
- Hamidi, N. & Mohammadi, N., (2009). "Individual and corporate entrepreneurship: a study in the General Directorate of Physical Education of Zanzan Province". *Journal of Development and Transformation Management* 2: 21-34. (In Persian).
- Hannafey, F. T., (2003). "Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review". *Journal of Business Ethics*, 46: 99-110. <https://doi.org/10.1023/A:1025054220365>
- Harper, D., (2003). *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*. Routledge: London & New York (chp. 4,5). <https://doi.org/10.4324/9780203380215>
- Henrekson, M. & Stenkula, M., (2010). "Entrepreneurship and public policy". In: *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 595-637): Springer. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9\\_21](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_21)
- Hosseini, T. & Lashkara, F., (2014). "Identifying factors affecting the development of entrepreneurial skills in rural women's cooperatives in Fars Province". *Agricultural Extension and Education Research*, 7 (2): 13-33. (In Persian).
- Hysrych, R. D. & Peters, M. F., (2002). *Entrepreneurs*. Translation, Feyzbakhsh & H, T. assistance. (2003). Institute Sharif University Press. (In Persian).

- Issazadeh, S. & Jahanbakhsh, M., (2012). "The role of institutions in shaping entrepreneurship in selected countries of the world". *Quarterly Journal of Economic Research (Islamic-Iranian Approach)*, 12 (44): 199-212. (In Persian).
- Jahangiri, A., (2002). "Entrepreneurial Government". *Quarterly Journal of Management and Development Process*, 51: 63-71. (In Persian).
- Jahanian, M., (2006). *Entrepreneurship*. Babol: Computer Science Publications. (In Persian).
- Karimian, M. T. & Latifi Fariba, A., (2007). "Investigating obstacles and challenges to entrepreneurship among female university graduates seeking employment in Golestan province". *National Conference on Higher Education and Entrepreneurship, Past, Present, Future*. (In Persian).
- Kazemi-Torqban, M. & Mobaraki, M. H., (2012). "Investigating the effect of entrepreneurship on Iran's economic growth using the Bayesian averaging approach". *Entrepreneurship Development Quarterly*, 5 (3): 125-144. (In Persian).
- Luke, B., (2006). "Exploring strategic entrepreneurship in the public sector". *Qualitative Research in Accounting & Management*, 3(1): 4-26. <https://doi.org/10.1108/11766090610659724>
- Lundström, A. & Stevenson, L. A., (2005). "Entrepreneurship Policy Typologies". *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*: 117-152. ISBN 0387242023, 9780387242026.
- Mardanshahi, M. M. & Nezamzadeh, E., (2017). "Factors affecting the entrepreneurial intention of managers of active and superior rural cooperatives in Neka County". *Cooperatives and Agriculture*, 6 (23): 27-52. (In Persian).
- Meredith, J., (1992). *Entrepreneurship*. translated by Mohammad Sadeq Bani-Ian, Institute of Labor and Social Security, International Labor Office Publications.
- Mohammadi, A., Talkhabi Alishah, A. & Lashkari, K., (2014). "Study of factors affecting entrepreneurship of public relations managers of organizations in Tehran". *Media Studies*, 9 (24): 11-34. (In Persian).
- Nahid, M., (2009). "What and Why of Entrepreneurship and Organizational Entrepreneurship at a Glance". *Business Reviews*, 44: 39-58. (In Persian).
- Nanid, M., (2011). *Investigate the relationship between social capital and entrepreneurial*. Available at: [www.mojtabanahid.blogfa.com](http://www.mojtabanahid.blogfa.com). (In Persian).
- Navabakhsh, M. & Zare-Herfteh, M., (2010). "Investigating socio-cultural factors affecting entrepreneurial culture (case study of women entrepreneurs in Tehran and its suburbs)". *Journal of Cultural Management*, 4 (7): 1-23. (In Persian).
- Nazarian, M. & Hosseini, M., (2015). "Economic factors affecting the development of entrepreneurship in agricultural cooperatives in Tehran province". *Cooperatives and Agriculture*, 4 (15): 119-134. (In Persian).
- Palmer, M., (1987). "The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential". Inc. Baumbach J. Mancuso (eds). *Entrepreneurship and Venture Management N.J.*: Prentice Hall. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26031.43764>

- Redford, D. T., (2012). *Entrepreneurship and Public Policy in Today and Tomorrow's Portuguese republic*. University of California. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14721.38244>
- Rezaian, A., (2001). *Fundamentals and Organization of Management*. Tehran: Samt Publications, Vol. 3, 2001. (In Persian).
- Rezazadeh, H., Sheikhan, N. & Ahmadpour Dariani, M., (2002). "Entrepreneurship in Germany". *Specialized Monthly Marketing Magazine*, 22: 58-60. (In Persian).
- Schumpeter, J., (1934). *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper and Row. ISBN 0-203-26611-0 (Adobe eReader Format)
- Shah Hosseini, A., (2004). *Entrepreneurship*. Tehran: Aizh Publications. (In Persian).
- Shane, S. & Venkataraman, S., (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226 <https://doi.org/10.2307/259271>
- Shirvand, F., Mazhari, R., Mohammadi-Khiyare, M. & Tomaj, Abdul-S., (2019). "Investigating the impact of formal and informal institutional factors on entrepreneurship and its consequences on economic growth: Evidence from MENA countries (2008-2015)". 5 (54: 1): 209-233. (In Persian).
- Sobel, R. S., Clark, J. R. & Dwight, R. L., (2007). "Freedom, barriers to entry, entrepreneurship, and economic progress". *Rev Austrian Econ*, 20: 221-236. <https://doi.org/10.1007/s11138-007-0023-3>
- Timmons, J., (1997). *Creating New Venture*. Prentice hall publication. [https://www.researchgate.net/publication/272682121\\_New\\_Venture\\_Creation](https://www.researchgate.net/publication/272682121_New_Venture_Creation)
- Weber, M., (1992). *Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. translated by Abdolmaboud Ansadari, Samt Organization, first edition. (In Persian).
- Wennekers, S. & Thurik, R., (1999). "Linking Entrepreneurship and Economic Growth". *Small Business Economics*, 13: 27-55. <https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>
- Zali, M. R., Razavi, M., Yadollahi, J. & Kardanaiej, A., (2010). *Assessing the Status of Entrepreneurship in Iran*. First Edition, Tehran: Institute of Labor and Social Security. (In Persian).
- [www.thegedi.org](http://www.thegedi.org).