Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, Vol.10, Issue. 1, 2023 p: 118-131 OPEN ACCESS

Research Paper

Determining the Obstacles and Inhibitors of Agricultural Business Development of the Omid Entrepreneurship Fund

Seyedeh Zahra Sadr Dashtaki[1], and Mahsa Fatemi[2]

1- Graduate Student, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran

2- Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran, (Corresponding author: mahsafatemi@shirazu.ac.ir)

Received: 19 June, 2022 Accepted: 6 October, 2022

Extended Abstract

Background: Population changes, technological advancements, inflation, unemployment, lack of development, and other environmental factors have presented numerous challenges to human society. In response to these issues, governments, organizations, and public opinion have emphasized the importance of entrepreneurship, recognizing it as a key driver of economic development. Addressing these challenges requires a clear identification of the underlying problems. The primary purpose of this study was to recognize and categorize the inhibitors and obstacles to the development of entrepreneurial activities among agricultural business owners who are members of the Omid Entrepreneurship Fund in Fars Province.

Methods: This descriptive study utilized a survey and a structured questionnaire to collect data. The face validity and reliability of the questionnaire were confirmed by a panel of professors at Shiraz University, along with the computation of Cronbach's alpha coefficient. The studied population consisted of the members of the Omid Entrepreneurship Fund in Fars Province, from which a random sample of 70 individuals was selected.

Results: The findings indicated that individual-personality barriers, educational barriers, economic barriers, structural and policy-related barriers, and environmental-cultural barriers were the five main inhibitors affecting the initiation and development of entrepreneurial activities among the members. The entrepreneurial alertness of the respondents was found to be at an average level, which is a crucial aspect of individual-personality factors. Notably, business owners in Shiraz exhibited significantly higher levels of entrepreneurial alertness compared to their counterparts in Marvdasht. However, there were no significant differences in entrepreneurial alertness based on gender or specific areas of work activity.

Conclusion: Based on the findings, individual-personality barriers were identified as the most significant obstacles to the development of entrepreneurial businesses. Among these barriers, entrepreneurial alertness encompasses a range of psychological characteristics that are beneficial for entrepreneurs seeking to expand their businesses. Conversely, entrepreneurs with weaknesses in the dimensions of entrepreneurial alertness are likely to face more challenges in developing their ventures compared to their more alert counterparts. To address these issues, it is recommended to conduct targeted educational workshops aimed at strengthening the psychological characteristics associated with entrepreneurship, as well as covering marketing principles, business regulations, and both technical and managerial skills. Additionally, improving social networking and fostering interpersonal and group communication among the members of the Omid Entrepreneurship Fund is crucial. Introducing and recognizing top entrepreneurs from each region, along with organizing periodic meetings at both provincial and national levels, would facilitate access to current news and updated information relevant to entrepreneurship. By cultivating an environment where trained and active entrepreneurs can identify profitable opportunities, the overall level of entrepreneurial alertness among business owners is likely to increase. This proactive approach will enhance individual entrepreneurial capabilities and contribute to the broader economic development of the region.

Keywords: Entrepreneurial Alertness, Independence, Marketing, Profitable Opportunities, Teamwork

How to Cite This Article: Sadr Dashtaki, S. Z., & Fatemi, M. (2023). Determining the Obstacles and Inhibitors of Agricultural Business Development of the Omid Entrepreneurship Fund. *J Entrepreneurial Strategies Agric*, 10(1), 118-131. https://doi.org/10.61186/jea.10.19.118

Copyright ©2023 Sadr Dashtaki et al. Published by Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Unported License which allows users to read, copy, distribute and make derivative works for non-commercial purposes from the material, as long as the author of the original work is cited properly.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]

[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقاله پژوهشی

شناخت موانع و بازدارنده‌های توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی در صندوق کارآفرینی امید

سیده زهرا صدردشتکی[۱] و مهسا فاطمی[۲]

۱- دانشجوی کارشناسی‌ارشد، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران
۲- دانشیار، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، (نویسنده مسوول: mahsafatemi@shirazu.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۴
صفحه: ۱۱۸ تا ۱۳۱

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: تغییرات جمعیت، فناوری، تورم، بیکاری، عدم توسعه‌یافتگی و دیگر عوامل محیطی، جامعه بشری را با چالش‌های بسیاری مواجه ساخته است. دولت‌ها، سازمان‌ها و افکار عمومی در پاسخ به این مشکلات تأکید بسیاری بر کارآفرینی داشته و از آن به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود. ارائه هر گونه راهکار در راستای رفع چالش‌های مذکور در وهله اول نیازمند شناسایی صحیح این مشکلات است. هدف از مطالعه حاضر بررسی، شناخت و دسته‌بندی بازدارنده‌ها و موانع موجود بر سر راه توسعه فعالیت‌های کارآفرینی صاحبان کسب‌وکارهای کشاورزی عضو صندوق کارآفرینی امید در استان فارس است.

مواد و روش‌ها: در تحقیق توصیفی حاضر با استفاده از پیمایش به جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه پرداخته شده است. روایی پرسشنامه از طریق نظر اساتید کارآفرینی دانشگاه شیراز و پایایی آن نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت. جامعه مورد مطالعه، اعضای صندوق کارآفرینی امید بوده که در دو سال اخیر از وام و خدمات صندوق استفاده کرده و در حال حاضر نیز دارای کسب‌وکارهای فعال در حوزه‌های مختلف کشاورزی هستند. از این میان، نمونه‌ای تصادفی ۷۰ نفره انتخاب شد.

یافته‌ها: یافته‌های مطالعه نشان داد که موانع فردی-شخصیتی، موانع آموزشی، موانع اقتصادی، موانع مربوط به ساختار و سیاست‌گذاری و موانع محیطی-فرهنگی، پنج عامل اصلی بازدارنده در راه‌اندازی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی اعضاء هستند. طبق نتایج، سطح هوشیاری کارآفرینانه پاسخگویان به‌عنوان بخش مهمی از عامل فردی-شخصیتی، در سطح متوسطی قرار دارد. میزان هوشیاری کارآفرینی برای صاحبان کسب‌وکار شاغل در شهر شیراز بالاتر از فعالین در مرودشت بود. پاسخگویان به‌لحاظ جنسیتی و حوزه‌های فعالیتی کاری از نظر سطح هوشیاری کارآفرینانه، تفاوت معناداری نداشتند.

نتیجه‌گیری: بر مبنای یافته‌های پژوهش، موانع فردی-شخصیتی، به‌عنوان مهم‌ترین بازدارنده در توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه بود. از این میان، هوشیاری کارآفرینانه شامل مجموعه خصیصه‌های روانشناختی و مهارتی بود که یک فرد کارآفرین در صورت برخورداری از این ویژگی‌ها، قادر به گسترش کسب‌وکار خود خواهد بود و در صورت ضعف در خصیصه‌های مرتبط با هوشیاری کارآفرینانه نیز در توسعه و رشد کسب‌وکار خود ناتوان بوده و با مشکلات و چالش‌های بیش از سایرین مواجه خواهد بود. بنابراین، تدوین و برگزاری دوره‌های هدفمند آموزشی و مهارتی در خصوص تقویت ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینانه و همچنین اصول و روش‌های بازاریابی، قوانین تجارت، مهارت‌های فنی و مدیریتی در راستای بهبود فعالیت‌های کارآفرینی اعضاء پیشنهاد شد. علاوه‌بر آن، تقویت شبکه‌سازی‌های اجتماعی و ارتقای سطح ارتباطات بین‌فردی و گروهیِ اعضای صندوق‌های کارآفرینی امید در قالب تشکیل اتحادیه، معرفی و تشویق سالانه کارآفرینان برتر هر منطقه و برگزاری نشست‌ها و گردهمایی‌های ادواری در استان و کشور نیز باعث کسب اطلاعات به‌روز و جدید، مطلع شدن از اخبار روزانه جهان و بدنبال آن تشخیص فرصت‌های سودآور خواهد شد که در نهایت، ارتقای سطح هوشیاری کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکار را نیز به‌همراه خواهد داشت.

واژه‌های کلیدی: استقلال‌طلبی، بازاریابی، فرصت سودآور، کار گروهی، هوشیاری کارآفرینانه

مقدمه

کارآفرینی موتور محرکه رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن به‌شمار رفته و در تمامی مباحث توسعه، جایگاه ویژه‌ای یافته است (Gregory, 2019; Williams, 2007). کارآفرینی از ضروریات عصر جدید است؛ عصری که مشهور به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی شدن بوده و بیانگر پیامدهای مهمی نظیر فراگیری مهارت‌های نوظهور، تغییر و تحولات شتاب‌ناک در عرصه مبادلات بشری و رقابت شدید در عالم کسب‌وکار است. در چنین زمانی، کارآفرینی به‌عنوان عامل رشد و توسعه و یکی از شاخص‌های تأثیرگذار در رصد کردن چشم‌انداز مطلوب هر جامعه‌ای شناخته می‌شود (Golkar Fard and Rezaei-Moghaddam, 2019; Hosseini *et al.*, 2000). امروزه در سراسر جهان تغییرات جمعیت، فناوری، تورم، بیکاری، عدم توسعه‌یافتگی و دیگر عوامل محیطی جامعه بشری را به‌صورت بسیار متفاوت از گذشته تغییر داده و باعث بروز چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی شده است. دولت‌ها، سازمان‌ها و افکار عمومی در پاسخ به این مشکلات تأکید بسیاری بر کارآفرینی داشته و عامل کلیدی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار است (Golkar Fard *et al.*, 2020). از این‌رو، تضمین حیات و بقای کشورها نیازمند نوآوری، ابداع، خلق محصولات و خدمات جدید است. صاحب‌نظران بسیاری بر این باورند که رشد و توسعه کشورها در گرو توسعه کارآفرینی از طریق تربیت نیروی کار ماهر و متخصص است. در نتیجه هرگونه سرمایه‌گذاری در تربیت این نیروها علاوه‌بر این‌که سبب توسعه همه‌جانبه جوامع می‌شود، زمینه خودکفایی و استقلال فنون و تخصص‌های موردنیاز کشورها را نیز فراهم می‌آورد که این باعث تمایز آن‌ها از دیگر جوامع می‌شود (Rezaei-Moghaddam *et al.*, 2021). در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵، فعالیت استارتاپ‌ها به پایین‌ترین حد خود در ۲۰ سال گذشته رسید؛ اما جهان، بار دیگر در سال ۲۰۱۶ شاهد رشد استارتاپ‌ها نسبت به سال‌های ذکرشده بود. مرور تجارب نشان می‌دهد که افراد بر اساس فرصت‌های جذاب و سودآور به کارآفرینی روی می‌آورند، نه ضرورت. اغلب کارآفرینان، در پی بدست آوردن فرصت مناسب، کسب‌وکار خود را تأسیس کرده‌اند، نه به‌خاطر اینکه در صنعت آن‌ها کمبود استارتاپ جدید احساس شده باشد. در سال ۲۰۱۶، ۸۶ درصد کارآفرینانی که وارد بازار شده‌اند، این

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

راه را بر اساس فرصت‌های پیش رو انتخاب کرده‌اند که این نسبت ۱۲ درصد بیشتر از موارد مشابه در سال ۲۰۰۹ است (GEM, 2021). دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)[1] هر ساله آماری از وضعیت کارآفرینی کشورها، طبق شاخص‌های متنوع جهانی و با توجه به وضعیت فاکتورهای محیطی و زمینه‌ای آن‌ها ارائه می‌دهد. همچنین، چالش‌های مربوط به کسب‌وکارهای بالغ و نیاز به کارآفرینی در انواع مشاغل مختلف مانند کسب‌وکارهای خانوادگی، کارآفرینی سازمانی و کارآفرینان انفرادی را مورد توجه قرار می‌دهد. رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۷، ۳/۷ درصد تغییر سالانه داشته است. کشور در سال ۲۰۱۸ جمعیتی معادل ۸۱/۴ میلیون نفر داشته است. دیده‌بان جهانی کارآفرینی در گزارش سالانه خود، وضعیت کارآفرینی ایران از لحاظ برخی شاخص‌ها را به‌شرح زیر اعلام نموده است (GEM, 2021): امتیاز بانک جهانی برای ایران در شاخص سهولت کسب‌وکار ۵۶/۹۸ درصد بوده که رتبه جهانی ۱۲۸ از ۱۹۰ را به‌خود اختصاص داده است، این امتیاز در شاخص شروع کسب‌وکار، ۶۷/۷۹ درصد و رتبه جهانی ۱۷۳ از ۱۹۰ بوده است. از سوی دیگر، رتبه جهانی رقابت‌پذیری از نظر انجمن جهانی اقتصاد برای ایران، ۸۹ از ۱۴۰و میانگین گروه درآمدی از نظر انجمن جهانی اقتصاد بالاتر از حد معمولی گزارش شده است. نرخ فرصت‌های درک‌شده ۴۷/۶۸ درصد و نرخ ترس از شکست نیز ۳۶/۲۰ درصد بوده است. با توجه به نرخ ترس از شکست، یادگیری از شکست در ادبیات شکست کسب‌وکار به‌عنوان یک فرآیند مهم کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفته است (Ucbasaran *et al*., 2013; Yamakawa *et al*., 2015).

باید توجه نمود که حفظ کارآفرینان در کسب‌وکار کار آسانی نیست. یک کارآفرین نیاز دارد تا از کل زمینه تجاری خود آگاهی داشته باشد. کارآفرینی عمل کارآفرین بودن است و کارآفرینان با جمع‌آوری منابع مانند نوآوری، امور مالی و هوش تجاری برای تبدیل نوآوری‌ها به کالاهای اقتصادی تلاش می‌کنند. در واقع، کارآفرینی فراتر از ایجاد یک کسب‌وکار محسوب شده و جنبه‌ای متفاوت از منظر تغییر است. خلاقیت کارآفرینان، مستلزم افزایش سطح انرژی و اشتیاق نسبت به ایجاد، اجرای ایده‌ها و راه‌حل‌های خلاقانه بوده و به مهارت‌هایی برای ایجاد ذهنیت کارآفرینی و آماده‌سازی نیاز دارد (Yoganandan and Vignesh, 2016). با توجه به آنچه که پیرامون اهمیت مقوله کارآفرینی ذکر شد شناسایی موانع و مشکلات کارآفرینی و ارائه راهکارهایی به‌منظور مقابله با این مشکلات می‌تواند راه‌گشا باشد. طبق گزارش بانک جهانی از منطقه خاورمیانه، کارآفرینی در این منطقه با مشکلات بسیاری از جمله موانع ارتباطاتی، تأمین انرژی، سیستم حمل‌ونقل، دسترسی به محل مناسب کسب‌وکار، نرخ‌های مالیاتی، سیستم دریافت مالیات، فساد اداری، فعالیت‌های مخرب محیط رقابتی، سیستم قانونی و هزینه بالای مناطق، مواجه است. ایران نیز به‌عنوان یکی از کشورهای خاورمیانه، از این قاعده مستثنی نیست (Ehsanifar *et al*., 2016; Karami *et al*., 2021).

موانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینی

اکثر افرادی که بدنبال شغل وحرفه مناسب خود هستند، دریافته‌اند که یکی از چالش‌های بزرگ توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، عدم برخورداری از مهارت‌های مدیریتی لازم است. پیترمن و کندی (Rezaei-Moghaddam *et al*., 2021) اظهار داشتند که توانایی و مهارت‌های مدیریتی در ایجاد و شکل‌گیری یک شرکت نوپا مهم است؛ لذا فقدان آن بصورت مانعی برای کارآفرینان بخصوص جوانان است. بر طبق نتایج پژوهش ایزدی و همکاران (Izadi *et al*., 2016) موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی در پنج عامل اطلاعاتی، اقتصادی، بازاریابی، شخصیتی و خانوادگی دسته‌بندی شده‌اند. در حقیقت، ورود کارآفرینان به بازار جدید کار چندان آسانی نیست؛ زیرا قوانین و مقررات بسیار زیادی توسط مقامات دولتی نظیر انواع مالیات، مقررات زیست‌محیطی، مجوزها، حقوق مالکیت و ... اعمال می‌شود. برخی عوامل دیگر تحت عنوان موانع نهادی–سیاسی از قبیل فقدان تأمین مالی، شفاف نبودن قوانین وضع‌شده، مقررات دست‌وپاگیر اخذ وام‌های بانکی و صادرات محصولات، عدم وجود امنیت برای سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، عدم هماهنگی لازم بین ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط در امر صادرات محصولات، بی‌ثباتی در سیاست‌های دولت، نامناسب بودن سیاست‌های ارزی دولت، ضعف نظام بیمه‌ای، محدودیت‌های قوانین نظام کار، رویه‌ها و هزینه‌های زیاد ثبت کسب‌وکار مطرح هستند که باید مورد توجه قرار گیرند (Mohammadi Tamri *et al*., 2019). محرومیت‌ها و فساد نیز به‌عنوان موانع کارآفرینی به‌شمار می‌رود. به‌عبارت دیگر، فساد و مسائل حقوقی از موانع نهادی ارگان‌های مختلف دولتی برخی کشورها هستند که کارآفرینان با آن مواجهند. به‌طورکلی، موقعیت‌های بد تجاری و محیطی مانند رشوه دادن، فساد فراوان، روابط نامشروع دولت با ملل دیگر، قوانین متناقض، تناقضات سخت‌گیرانه و اجرای مقرراتی که در رویکردشان ناسالم و منفی است نیز برای کارآفرینان به‌عنوان یکی از موانع اساسی کارآفرینی معرفی شده که رشد تجارت در کشورها را مختل می‌کند (Djankov *et al*., 2005; La Porta *et al*.,1999).

همه کارآفرینان دارای ایده‌هایی منحصربه‌فرد هستند و می‌توانند کسب‌وکارهایی را ایجاد کنند؛ اما صرف‌نظر از این‌که یک ایده چقدر خوب است، همیشه نیاز به سرمایه‌گذاری پایدار وجود دارد (Moy *et al*., 2001). دشواری کسب سرمایه اولیه و تأمین نقدینگی، تسهیلات اعتباری و وام‌های با بهره زیاد، محدودیت در دسترسی به اعتبارات و خدمات حمایتی به‌علت عدم اعتماد مؤسسات اقتصادی، عدم اعتماد سرمایه‌گذاران، عدم شناخت کافی نسبت به چگونگی ورود به بازار و توسعه حضور در بازار، دشواری تأمین مواد اولیه، دشواری در تغییر شغل، پایین بودن فرصت آشنایی با نیازهای جدید بازار کار، نبود اعتبارات مالی مناسب از نظر نرخ سود، پایین بودن دسترسی به خدمات فنی مناسب، پایین بودن امکانات، ضعف در بکارگیری مکانیزاسیون در فرآیند تولید محصول، عدم دسترسی به نهاده

[1] Global Entrepreneurship Monitor

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

و فعالیت‌های تولیدی، پایین بودن سودآوری‌های اقتصادی، عدم انتقال سرمایه مالی به‌علت نوسان زیاد قیمت، عدم دسترسی به عوامل تولید محصولات، عدم دریافت به‌موقع تسهیلات (Rezaei-Moghaddam and Izadi, 2019)، بالابودن تعرفه‌های حمل و نقل، قیمت‌های بالای تجهیزات خرید کشاورزی، فقدان تضمین و اعتبار برای استقراض ارزان محصولات، ضعف امکانات برای عرضه و فروش محصولات بدون واسطه و عدم وجود طرحی برای شروع کسب‌وکار از موانع اقتصادی کارآفرینی هستند (Baron and Shane, 2008).

در مطالعات مشابه دیگر، موانع فرهنگی در کنار سایر عوامل دیگر مورد توجه قرار گرفته است. رسوب نگرش‌های تاریخی و فرهنگی، گرایش به فردگرایی، وضعیت نامناسب کارآفرینی در جامعه، عدم ساخت فرهنگ کارآفرینی، نبود خانواده حامی و پشتیبان، نگرش منفی به کارآفرینی، ضعف در ایجاد بسترهای کارآفرینی، کمرنگ بودن حضور مروجان برای آموزش‌های کارآفرینی، ناکافی بودن تشکل و اتحادیه‌ها و حوزه‌های مختلف کسب‌وکار، رواج فرهنگ دلالی و واسطه‌گری، رابطه‌مداری در توزیع نهاده‌ها و نبود اعتبارات (Tunio, 2020)، نبود فرهنگ کارگروهی و تیمی، عدم درک مفهوم کارآفرینی، فقدان پذیرش کارآفرینان در جامعه، فقدان دانش و آگاهی از شیوه‌های تأمین مالی، عدم وجود خدمات مشاوره‌ای مناسب، عدم وجود برنامه‌های آموزشی–ترویجی در مورد نحوه صادرات، عدم اطلاع کافی در مورد چگونگی صادرات محصولات، فقدان اطلاعات کافی از بازارهای داخلی، نبود آموزش مهارت‌های کارآفرینانه، ضعف اطلاعات از طرح‌های حمایتی، عدم اطلاع از مراحل گرفتن وام و تسهیلات و فقدان اعتماد اجتماعی از جمله این موانع عنوان شده است (Tunio *et al*., 2021). از سوی دیگر، عدم وجود تعاونی‌ها و تشکل‌ها، ضعف در سیستم حمل و نقل، عدم وجود مراکز تحقیقاتی مناسب، نبود زیرساخت‌های مناسب، وقوع مداوم سوانح طبیعی مانند سیل، زلزله و خشکسالی، عدم دسترسی به نهاده‌های تخصصی، عدم وجود تجهیزات تخصصی، انجام ندادن پژوهش‌های کاربردی در زمینه توسعه کارآفرینی، فقدان سیستم اطلاعاتی برای دستیابی به اطلاعات، موقعیت بد جغرافیایی و وضعیت اقلیم نامناسب نیز از موانع مختلف کارآفرینی معرفی شده‌اند (Mohammadi Khiareh and Mousavi, 2017; Vatankhah and Rezaei-Moghaddam, 2015).

افراد برای حفظ اشتیاق کارآفرینی خود با چالش‌های متعددی در فرآیند کسب‌وکار مواجه هستند که گاه قابل مدیریت بوده و گاهی نیز نیاز به حمایت از سوی سیستم دارد. مسائل خانوادگی به‌دلیل محیط اجتماعی و فرهنگی موجود، یکی از مسائل عمده مشترک برای زنان کارآفرین است. به‌عنوان مثال، مشکلات خانوادگی و محدودیت‌های اجتماعی از قبیل رفت‌وآمد، پیمایش و نیاز به برقراری تعامل و ارتباط مکرر با افراد ناشناس برای کارآفرینان زن وجود دارد (Izadi *et al*., 2016; Tunio, 2020). معمولاً برای شروع یک کسب‌وکار، ابتدا منابع داخلی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و کارآفرینان از پس‌انداز شخصی، حمایت خانواده و دوستان خود برای پیشرفت استفاده می‌کنند. با این حال، با توجه به نگرش منفی، بی‌اعتمادی و تردید در مورد بازگشت وام، خانواده یا دوستان تمایلی به حمایت از کارآفرینان نوپا ندارند. این امر به‌شدت به راه‌اندازی کسب‌وکار و پایداری فعالیت‌های کارآفرینی آسیب می‌زند. بی‌سوادی، یکی دیگر از موانع اصلی در فرآیند کارآفرینی است؛ زیرا آموزش هم در رابطه با کارآفرینان و هم ذینفعان وجود ندارد. اغلب کارآفرینان با جدیدترین شیوه‌های خودآگاهی، تحصیل و کسب دانش روز آشنا نیستند. علاوه‌براین، ذینفعان نیز در مورد ماهیت کارآفرینی و نوآوری‌های کوچک کارآفرینان، ناآشنا و بی‌اطلاع هستند. لازم به‌ذکر است که برخورداری از یک زمینه قوی تحصیلی نیز به تنهایی برای راه‌اندازی کسب‌وکار کافی نیست، زیرا نیاز به دانش عملی هم وجود دارد. بسیاری از کارآفرینان فاقد دانش عملی هستند (Rezaei-Moghaddam *et al*., 2019; Samo and Huda. 2019).

هوشیاری کارآفرینانه

طبق مرور پیشینه‌نگاشته‌ها، عوامل فردی–شخصیتی به‌عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند کارآفرینی محسوب می‌شود. بهبود و تقویت خصیصه‌های شخصیتی، تسهیل‌کننده شرایط کارآفرینی بوده و ضعف ویژگی‌های روانشناختی، مانع بزرگی بر سر راه توسعه فعالیت‌های کارآفرینی برای صاحبان کسب‌وکار خواهد بود. لذا هوشیاری کارآفرینانه و مؤلفه‌های سازنده آن به‌عنوان بخشی از عوامل شخصیتی به‌طور خاص‌تر مورد بررسی قرار گرفته است. در سال‌های اخیر، در ادبیات کارآفرینی، مباحثی در خصوص هوشیاری در فرصت‌شناسی، مورد توجه بسیاری از محققان و صاحب‌نظران بوده است (Short *et al*., 2010). اولین‌بار، کرزنر در دهه ۱۹۷۰ میلادی، تحقیقات در زمینهٔ هوشیاری کارآفرینانه را توسعه داد. وی در مطالعات خود بر این نکته تأکید داشت که افراد با سطح هوشیاری بالاتر، به اصطلاح آنتن‌هایی دارند که به آن‌ها اجازه می‌دهد حتی در شرایط محدودیت اطلاعاتی، نیازها و فرصت‌های کارآفرینی را تشخیص دهند (Tang *et al*., 2012). بر مبنای تحقیقات کایش و گیلاد (Kaish and Gilad, 1991) هوشیاری کارآفرینانه، آمادگی منحصربه‌فرد در ارزیابی و پویش مستمر محیط به‌منظور کشف فرصت‌های کارآفرینی قلمداد شده است. به این ترتیب کرزنر بعدها هوشیاری را نگرشی پذیرا برای فرصت‌های در دسترسی که پیش از این مورد توجه نبوده است، تعریف کرد. او همچنین هوشیاری کارآفرینانه را حسی درونی برای تشخیص آنچه تاکنون به آن توجه نشده است، معرفی کرد (Kirzner, 1997). در بخشی دیگر از مطالعات با محوریت کارآفرینی عمل‌محور بر این نکته تأکید شده که هوشیاری یک ویژگی کارآفرینانه نیست مگر اینکه دربردارندهٔ قضاوت و حرکت به سوی کاربرد و اقدام باشد. در واقع بر مبنای این رویکرد، اقدام برای تعقیب و پیگیری فرصت‌های کشف شده، محور کارآفرینی به‌شمار می‌رود (Shepherd *et al*., 2007). با توجه به تعدد تعاریف در زمینهٔ هوشیاری کارآفرینانه، این پدیده از زوایای مختلفی بررسی شده و برای تشریح و تبیین آن شاخص‌های گوناگونی ارائه شده است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به سه شاخص پویش و جست‌وجو (تلاش غیرمعمول و مداوم در جست‌وجوی ایده‌های جدید و برقراری روابط گسترده از اطلاعات مرتبط)، پیوندها (دریافت و بکارگیری اطلاعات جدید، خلاقیت و ایجاد روابط منطقی) و ارزشیابی و

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

قضاوت (ارزیابی و تخمین در مورد این‌که آیا یک فرصت ویژه از اطلاعات جدید ناشی می‌شود) اشاره کرد (Baron, 2006; Gholami *et al*., 2015; Tang *et al*.,2012).

تانگ (Tang, 2008) نحوهٔ جست‌وجوی اطلاعات توسط افراد (بعد جمع‌آوری اطلاعات)، چگونگی عکس‌العمل افراد به این اطلاعات تازه کسب شده (بعد انتقال و ذخیره اطلاعات) و در نهایت این‌که چرا بعضی افراد قادر به کنارگذاشتن اطلاعات کم اهمیت و استفاده از اطلاعات مهم در شناسایی فرصت‌های سودآور کسب‌وکار هستند (بعد انتخاب) را معرفی نموده و هوشیاری کارآفرینانه را به‌عنوان قابلیتی فردی معرفی می‌کند که شامل سه عملکرد جمع‌آوری، انتقال و انتخاب اطلاعات بوده و به فرصت‌های بالقوهٔ کسب‌وکار منجر می‌شود. طبق مطالعه شاهبندرزاده و زارعی (Shahbandarzadeh and Zarei, 2013) هوشیاری کارآفرینانه به عنوان مشخصه‌ای روانشناختی از متغیرهای متعددی مانند عوامل فردی (اعتمادبه‌نفس، سخت‌کوشی، انگیزش، قابلیت شناختی و شایستگی) و خودباوری‌های مرتبط با کارآفرینی (ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و استقلال‌طلبی) تأثیر می‌پذیرد. بارون (Baron, 2006) در پژوهش خود نشان داد که چگونه کارآفرینان فرصت‌ها را برای سرمایه‌گذاری‌های تجاری جدید شناسایی می‌کنند. یک احتمال این است که آن‌ها این کار را با استفاده از چارچوب‌های شناختی انجام داده که از طریق تجربه به‌دست آورده‌اند تا ارتباطات بین رویدادها یا روندهای به‌ظاهر نامرتبط در دنیای بیرون را درک کنند. به‌عبارت دیگر، آن‌ها از چارچوب‌های شناختی برای «ارتباط نقاط» بین تغییرات در فناوری، جمعیت‌شناسی، بازارها، سیاست‌های دولت و سایر عوامل استفاده می‌کنند. الگوهایی که آن‌ها در این رویدادها یا روندها درک می‌کنند، ایده‌هایی را برای محصولات یا خدمات جدید پیشنهاد می‌کند. ایده‌هایی که به‌طور بالقوه می‌توانند به‌عنوان پایه‌ای برای سرمایه‌گذاری‌های جدید عمل کنند. دیدگاه تشخیصِ الگو در شناسایی فرصت از چندین جنبه مفید است: اَول، به ادغام سه عامل (درگیرشدن در جستجوی فعال برای فرصت‌ها، هوشیاری نسبت به آن‌ها و دانش قبلی از یک صنعت یا بازار) در یک چارچوب اساسی کمک کرده که نقش مهمی در تشخیص فرصت بازی می‌کنند؛ دوم، به توضیح این مطلب کمک نموده که چرا تنها برخی از افراد، فرصت‌های خاص را شناسایی می‌کنند و سوم، راه‌های خاصی را پیشنهاد نموده که کارآفرینان فعلی یا بالقوه را آموزش داده تا در شناخت فرصت‌ها بهتر عمل کنند.

اقتصاددانان «اتریشی» نظریه‌های اقتصادی خود را بر پایه‌هایی مانند ذهنیت ارزش و دانش ناقص (Hayek, 1945)، باورهای نامتقارن و تفاوت در هوشیاری کارآفرینی ارائه می‌دادند و معمولاً کارآفرین را موتور محرکه اقتصاد معرفی می‌کردند (Kirzner, 1979). این گروه، رکود اقتصاد را به فقدان اقدام کارآفرینانه نسبت می‌دهند. آن‌ها همچنین معتقدند که فقدان اقدام کارآفرینانه، اغلب نتیجه فرصت‌های درک نشده است (Kirzner, 1979; Shepherd *et al*., 2007). در شناسایی ابعاد هوشیاری کارآفرینانه، دانش پیشین شامل دانش فناوری، دانش بازار، دانش مشکلات مشتریان و دانش نحوه خدمت به بازار است. هوش موفق نیز شامل هوش عملی، هوش تحلیلی و هوش خلاق است. منظور از آگاهی ذهنی، مشاهده محرک‌های درونی و بیرونی، توصیف محرک‌ها، عدم قضاوت محرک‌ها، عدم واکنش به محرک‌ها و فعالیت توأم با هوشیاری است. در نهایت، تحلیل بازار شامل طبقه‌بندی مجدد اطلاعات، پذیرش مقولات نوظهور، مثبت‌اندیشی، آگاهی از دیدگاه‌های مشتری، همکاران و رقبا را دربردارد (Short *et al*., 2010). مقیاس هوشیاری به محققان این امکان را می‌دهد که برخی سؤالات متداول در حوزه کارآفرینی را پاسخ دهند: کارآفرینان چگونه فکر می‌کنند؟ (Welter and Kim, 2018)؛ چرا برخی افراد فرصت‌های سودآور تولید محصولات و خدمات را تشخیص می‌دهند اما برخی دیگر خیر؟ (Baron, 2006)؛ آیا احتمال سرمایه‌گذاری‌های جدید یا افزایش سرمایه‌گذاری‌های قبلی از طریق هوشیاری کارآفرینانه وجود دارد؟ (Tang *et al*., 2012)

با توجه به مرور پیشینه‌ها و توضیحات ارائه‌شده، مشخص است که مطالعات مختلفی، موانع کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار را در گروه‌ها و نهادهای متفاوت بررسی کرده‌اند، اما کمتر مطالعه‌ای به شناسایی و دسته‌بندی بازدارنده‌ها از دیدگاه اعضای صندوق کارآفرینی امید پرداخته است. لذا در این مطالعه، اعضای صندوق کارآفرینی امید در استان فارس انتخاب شده و از بین شهرستان‌های مختلف فارس نیز دو شهر شیراز و مرودشت به‌دلیل قدمت تأسیس صندوق و پیشگام بودن در حوزه کسب‌وکارهای کارآفرینانه کشاورزی، انتخاب شدند. هدف‌های پژوهش حاضر به‌صورت زیر است:

- شناسایی و دسته‌بندی موانع و بازدارنده‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در بین صاحبان کسب‌وکارهای کشاورزی عضو صندوق کارآفرینی امید در شهرهای شیراز و مرودشت از استان فارس
- تحلیل و بررسی هوشیاری کارآفرینانه از ویژگی‌های شخصیتی-روانشناختی مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای فناورانه و کارآفرینانه
- مقایسه گروه‌های مختلف مورد مطالعه از منظر جنسیتی، محل اشتغال و حوزه تخصصی کسب‌وکار از لحاظ میزان برخورداری از هوشیاری کارآفرینانه

روش پژوهش

در این مطالعه توصیفی از روش کمّی پیمایش برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه بود. جامعه مورد مطالعه افرادی بودند که عضو صندوق کارآفرینی امید شهرهای شیراز و مرودشت بوده و در حوزه‌های مختلف کشاورزی فعال هستند. این افراد طی دو سال گذشته از وام و سایر خدمات این صندوق برای کسب‌وکار خود استفاده کرده‌اند و در حال حاضر نیز دارای کسب‌وکارهای فعال در این حوزه هستند (۸۵ نفر). طبق جدول کرجسی و مورگان (Krejcie and Morgan, 1970)، تعداد ۷۰ نفر، به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده و اطلاعات لازم برای تکمیل پرسشنامه‌ها از آنان دریافت شد. به‌طور کلی، ایجاد صندوق‌های کارآفرینی یکی از راهکارهای دولت برای حمایت از صاحبان ایده برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای مختلف است. صندوق کارآفرینی امید در سال ۸۵ با نام «صندوق مهر امام رضا (ع)» برای حمایت اشتغال و

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

ازدواج جوانان آغاز به‌کار کرد. در سال ۱۳۹۳ با تغییر عنوان به «صندوق کارآفرینی امید» با شعار حامی کسب‌و کارهای خرد و کوچک، فعالیت خود را به‌صورت تخصصی در زمینه اشتغال و کارآفرینی ادامه می‌دهد. این صندوق در مناطق روستایی دارای طرح‌های متنوعی همچون هر روستا یک محصول، روستای بدون بیکار و صندوق‌های خرد محلی است (Karimi Amaleh and Fatemi, 2021). متغیرهای فردی شامل سن، جنسیت، تحصیلات، سابقه فعالیت و حوزه تخصصی کسب‌وکار به صورت سؤالات مستقیم در پرسشنامه آورده شده است. همچنین، انواع موانع و بازدارنده‌های توسعه کسب‌وکار با یک مجموعه سؤال شامل ۴۱ گویه که از پیشینه‌ها استخراج شدند، در قالب طیف لیکرت (خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵)) مورد سنجش قرار گرفتند. در نهایت، متغیر هوشیاری کارآفرینانه نیز با ۲۲ سؤال در قالب طیف ۵تایی لیکرت (کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندام (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵)) سنجیده شد. روایی صوری پرسشنامه توسط اساتید متخصص کارآفرینی در دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز مورد تأیید قرار گرفت. همچنین ضریب آلفای کرونباخ متغیر هوشیاری کارآفرینانه (۰/۹۱) در راستای سنجش پایایی محاسبه شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار $SPSS_{26}$ مورد تحلیل قرار گرفت.

نتایج و بحث

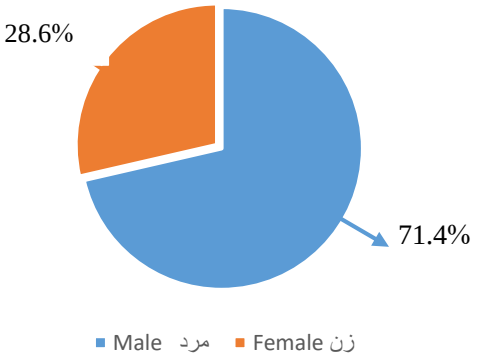
طبق جدول ۱، میانگین سنی پاسخ‌گویان، حدود ۴۲ سال بود. از بین آن‌ها کم‌سن‌ترین فرد، ۲۱ ساله و بزرگسال‌ترین آن‌ها، فردی ۷۲ ساله بود. میانگین تحصیلات نمونه موردمطالعه نیز حدود ۱۲ سال با انحراف معیار حدود ۴ مشاهده شد. از این لحاظ در نمونه فرد بی‌سواد نیز وجود داشت و بالاترین سطح سواد مربوط به فردی با مدرک دکتری بود.

جدول ۱- آمار توصیفی ویژگی‌های فردی پاسخگویان

Table 1. Discriptive statistics of individual characteristics of respondents

متغیر Variable	میانگین Mean	انحراف استاندارد SD	کمینه Min	بیشینه Max
سن (سال) Age (Year)	42.38	9.1	21	72
تحصیلات (سال) Education (Year)	12.24	4.1	0	22

در نمودار ۱، توزیع فراوانی کارآفرینان از لحاظ جنسیت ارائه شده است. ۲۸/۶ درصد از پاسخگویان، زن و ۷۱/۴ درصد مرد بودند. از این لحاظ مشخص است که بیشتر اعضای نمونه را مردان تشکیل داده‌اند.

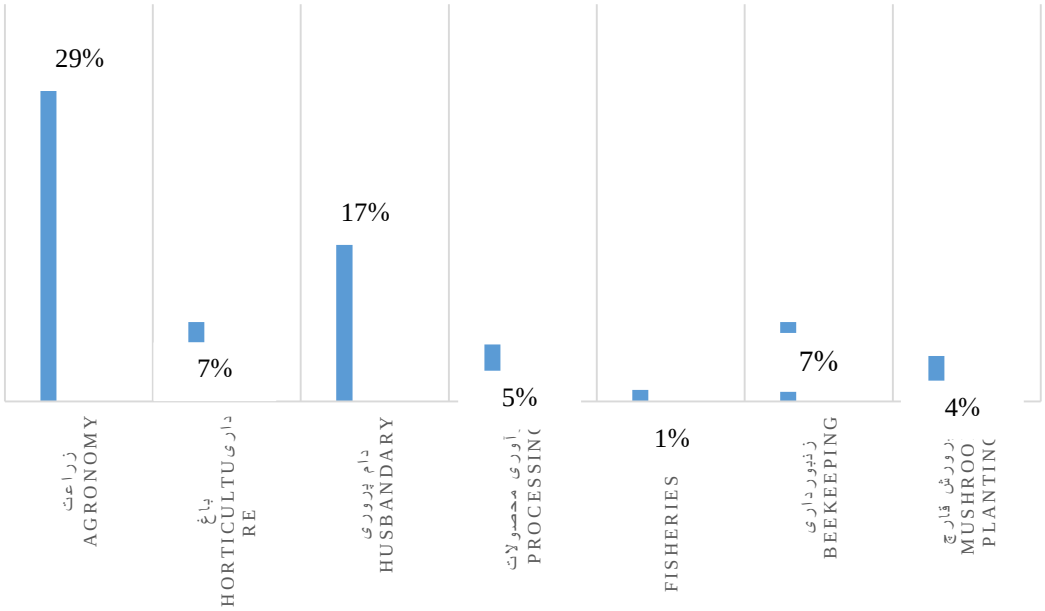


نمودار ۱- توزیع فراوانی کارآفرینان از لحاظ جنسیت

Figure 1. Frequency distribution of entrepreneurs in terms of gender

در نمودار ۲، توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر حوزه فعالیتی نشان داده شده است. حوزه کسب‌وکار پاسخ‌دهندگان در هفت گروه شامل زراعت، باغداری، دام‌پروری، فرآوری محصولات کشاورزی، شیلات، زنبورداری و پرورش قارچ بود. از این میان، ۲۹ درصد افراد در حوزه زراعت، ۷ درصد در حوزه باغداری، ۱۷ درصد در حوزه دام‌پروری، ۵ درصد در زمینه فرآوری محصولات کشاورزی، ۱ درصد در زمینه شیلات، ۷ درصد در حوزه زنبورداری و ۴ درصد در زمینه پرورش قارچ فعالیت داشتند. می‌توان استنباط کرد که کارآفرینان مورد مطالعه عمدتاً در حوزه‌های زراعت و دامپروری فعالیت داشته و کمترین گروه در زمینه شیلات، مشغول به‌کار هستند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]



شکل ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر حوزه فعالیتی کسب‌وکار
Figure 2. Frequency distribution of respondents in terms of business activity

یکی از هدف‌های اساسی مطالعه حاضر، شناسایی موانع عمده پیش‌روی صاحبان کسب‌وکار در راه‌اندازی و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه آنان بود. از این‌رو، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، موانع و چالش‌ها دسته‌بندی شد. در جدول ۲، نتایج آزمون KMO و Bartlett مربوط به تحلیل عاملی آمده است، میزان این آماره باید بالاتر از ۰/۶ باشد تا شرایط لازم برای تفسیر تحلیل عاملی فراهم باشد. طبق یافته‌ها، این شاخص بیش از ۰/۷ بوده که قابل قابل قبول است.

جدول ۲- نتایج آزمون KMO و Bartlett مربوط به تحلیل عاملی
Table 2. The results of KMO and Bartlett test of factor analysis

آماره Parameter		میزان Amount
KMO		0.712
Bartlett`s test of Sphericity	Chi-square	2060.697
	df	820
	Sig.	0.0001

طبق جدول ۳، موانع کارآفرینی از دید پاسخگویان عضو صندوق کارآفرینی امید را می‌توان در پنج دسته اصلی طبقه‌بندی نمود. عامل اول تحت عنوان موانع فردی-شخصیتی بوده که در برگیرنده جنبه‌هایی از قبیل پایین بودن سطح دانش و اطلاعات فنی و تخصصی افراد، پایین بودن سطح مهارت‌های مدیریتی و توانایی فردی، پایین بودن سطح عزت نفس کارآفرین، ریسک‌گریز و محافظه‌کار بودن صاحب کسب‌وکار و ... است. عامل دوم، آموزشی است که مربوط به مسائل آموزشی شامل ناکافی بودن برنامه‌های آموزشی ارائه‌شده توسط صندوق، کمرنگ بودن حضور کارشناسان و مروجان برای آموزش در زمینه کارآفرینی، پایین بودن تجربه کاری در واحدهای تولیدی، عدم شناخت بازار توسط کارآفرین و ... را در برمی‌گیرد. عامل سوم با عنوان کلی موانع اقتصادی شامل مواردی از جمله محدود بودن وام و اعتبارات مناسب و کافی برای کارآفرینان، بالابودن تعرفه‌های حمل و نقل، رواج فرهنگ دلالی و واسطه‌گری بازاریابی، در اختیار نداشتن پرسنل مناسب و افزایش هزینه برای استخدام، وجود مالیات سنگین، کمبود اعتبارات و رابطه‌مداری در توزیع نهاده‌ها است. عامل چهارم در قالب ساختار و سیاستگذاری دربرگیرنده گویه‌های مربوط به حوزه زیرساخت و سیاست مربوط به کارآفرینی بوده که موانعی همچون عدم وجود مشاور تخصصی برای کارآفرینان، قوانین سخت‌گیرانه در حوزه کارآفرینی، فقدان سیستم اطلاعاتی برای دستیابی به اطلاعات موردنیاز، تعداد کم شعب صندوق در شهرستان را شامل می‌شود. در نهایت، عامل پنجم تحت عنوان موانع محیطی-فرهنگی به وضعیت نامناسب اقلیمی و جغرافیایی، عدم حمایت معنوی و مادی از طرف خانواده، عدم پذیرش کارآفرینان و فعالیت‌های آنان از سوی جامعه اشاره دارد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

جدول ۳- نتایج تحلیل عاملی اکتشافی از لحاظ دسته‌بندی موانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در بین صاحبان کسب‌وکارهای کشاورزی در صندوق کارآفرینی امید

Table 3. Explaratory factor analysis results of entrepreneurship activities development barriers among agricultural business owners og Omid Entrepreneurship Fund

بار عاملی Factor Loading	موانع Obstacles	عامل Factor
0.451	پایین بودن سطح دانش و اطلاعات فنی و تخصصی Low level of technical information and knowledge	فردی – شخصیتی Individual-Personality
0.638	پایین بودن سطح مهارت‌های مدیریتی و توانایی فردی Low level of managerial skills and personal ability	
0.554	پایین بودن سطح عزت نفس کارآفرین Low level of self-esteem of the entrepreneur	
0.318	ریسک‌گریز و محافظه‌کار بودن صاحب کسب‌وکار Being a risk-averse and conservative business owner	
0.599	عدم استقلال‌طلبی Lack of independence	
0.709	کمبود اعتمادبه‌نفس در فرد Lack of self-confidence	
0.553	عدم تمایل به انجام کار گروهی Unwillingness to do teamwork	
0.465	عدم علاقه‌مندی برای ایجاد کار جدید Lack of interest in creating a new job	
0.609	عدم استقبال از فناوری‌های نوین شغلی Lack of acceptance of new technologies in business	
0.506	عدم مشارکت در کار گروهی Failure to participate in group work	
0.665	عدم وجود روحیه کنجکاوی و جستجوگری در کارآفرین Lack of curiosity in entrepreneur	
0.586	اتکا به اطلاعات قدیمی و عدم تحرک در کسب جدیدترین و به‌روزترین اطلاعات Relying on old information and not being active in getting the latest information	
0.682	عدم برخورداری از جامع‌نگری و برقراری ارتباط بین جزئیات Lack of comprehensiveness and ability to make links between details	
0.630	ناتوانی در برقراری ارتباط بین مسائل پراکنده در راستای ساخت یک کلیت Inability to make connection between scattered issues in order to build a whole	
0.484	عدم تشخیص فرصت‌های جذاب و سودآور Failure to identify attractive and profitable opportunities	
0.576	ناکافی بودن برنامه‌های آموزشی ارائه‌شده توسط صندوق Inadequacy of educational programs provided by the fund	آموزشی Educational
0.551	کمرنگ بودن حضور کارشناسان و مروجان برای آموزش در زمینه کارآفرینی Lack of extension experts for training in the field of entrepreneurship	
0.696	پایین بودن تجربه کاری در واحدهای تولیدی Low work experience in production units	
0.654	عدم شناخت بازار توسط کارآفرین Lack of knowledge of the market by entrepreneurs	
0.513	عدم درک و آگاهی از محیط کسب‌وکار و عوامل محیطی حاکم بر آن lack of perception and awareness of the business environment and related factors	
0.575	فقدان دانش راجع به قوانین و مقررات تجارت و کسب‌وکار Lack of knowledge about the laws and regulations of trade and business	
0.593	ضعف انجام پژوهش‌ها و آموزش‌های مناسب در زمینه کارآفرینی Weakness in conducting appropriate researches and trainings about entrepreneurship	
0.709	محدود بودن وام و اعتبارات مناسب و کافی برای کارآفرینان Limitation of suitable and sufficient loans and credits for entrepreneurs	اقتصادی Economic
0.488	بالابودن تعرفه‌های حمل و نقل High transportation tariffs	
0.748	رواج فرهنگ دلالی و واسطه‌گری بازاریابی The prevalence of brokerage culture and marketing mediation	
0.605	در اختیار نداشتن پرسنل مناسب و افزایش هزینه برای استخدام Lack of suitable personnel and increasing the cost of hiring	
0.368	وجود مالیات سنگین Heavy taxes	
0.627	کمبود اعتبارات و رابطه‌مداری در توزیع نهاده‌ها Lack of credits and favoritism in the inputs` distribution	
0.662	عدم وجود مشاور تخصصی برای کارآفرین Lack of expert advisor for entrepreneurs	ساختار و سیاست‌گذاری Structure & Policymaking
0.657	قوانین سخت‌گیرانه در حوزه کارآفرینی Strict rules in the field of entrepreneurship	
0.644	فقدان سیستم اطلاعاتی برای دستیابی به اطلاعات موردنیاز Lack of information system to obtain the required information	
0.640	تعداد کم شعب صندوق در شهر A few numbers of fund branches in the city	
0.572	عدم اتخاذ سیاست مطلوب برای ارتقای فعالیت صندوق Failure to adopt a desirable policy to promote the fund`s activity	
0.618	عدم وجود سیاست‌های حمایتی لازم برای کارآفرین Lack of necessary supportive policies for entrepreneurs	
0.457	نبود تشکل و اتحادیه‌ها برای حوزه‌های مختلف کسب‌وکار Lack of organization and associations for different fields of business	
0.692	عدم دسترسی به خدمات فنی مناسب کسب‌وکار Lack of access to appropriate technical services for the business	
0.451	فقدان مکانیزاسیون مناسب برای تولید محصول Lack of proper mechanization for product production	
0.479	استراتژی نامناسب نسبت به کسب‌وکار Inappropriate business strategy	
0.633	وضعیت نامناسب اقلیمی و جغرافیایی Unsuitable climatic and geographical situation	محیطی – فرهنگی Environmental-Cultural
0.721	عدم حمایت معنوی و مادی از طرف خانواده Lack of spiritual and financial support from the family	
0.783	عدم پذیرش کارآفرینان و فعالیت‌های آنان از سوی جامعه Non-acceptance of entrepreneurs and their activities by society	

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

وضعیت گویه‌های مربوط به متغیر هوشیاری کارآفرینانه اعضای مورد مطالعه صندوق کارآفرینی امید است که کسب‌وکاری در حوزه کشاورزی دارند. طبق یافته‌ها، سه گویه دنبال کردن ایده‌های جدید (۴/۶۰)، خوش‌بین بودن نسبت به فعالیت کارآفرینی (۴/۳۱) و تعامل زیاد در کسب اطلاعات جدید (۴/۲۹) بالاترین سطح میانگین رتبه‌ای را به‌خود اختصاص داده که از ویژگی‌های برجسته صاحبان مشاغل محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، نتایج جدول ۳ نشان داد که پاسخگویان از نظر حریص بودن در تشخیص فرصت سودآور (۲/۶۲)، کسب اخبار روزانه (۲/۶۷) و طراحی برنامه‌ها با اطلاعات محدود (۳/۴۱) نسبت به سایر ابعاد در وضعیت ضعیف‌تری قرار دارند که نیاز به تقویت دارد.

طبق یافته‌های تحلیل عاملی، عوامل فردی–شخصیتی به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه شناسایی و معرفی شد. مواردی همچون وجود روحیه کنجکاوی و جستجوگری، به‌دنبال کسب جدیدترین و به‌روزترین اطلاعات، برخورداری از جامع‌نگری و برقراری ارتباط بین جزئیات و مسائل پراکنده در راستای ساخت یک کلیت و همچنین تشخیص فرصت‌های جذاب و سودآور از مؤلفه‌های هوشیاری کارآفرینانه محسوب می‌شود که برخورداری از آن، شرایط یک کارآفرین را در راستای قصد به راه‌اندازی یا گسترش کسب‌وکار امکان‌پذیر و تسهیل خواهد ساخت. به همین جهت، در این بخش از مطالعه به واکاوی وضعیت هوشیاری کارآفرینانه پاسخگویان پرداخته شده است. جدول ۴، نشان‌دهنده‌ی

جدول ۴- وضعیت کارآفرینان مورد مطالعه عضو صندوق کارآفرینی امید از لحاظ سطح هوشیاری کارآفرینانه
Table 4. Studied members of Omid Entrepreneurship Fund in terms of entrepreneurial alertness

مؤلفه Component	گویه Item	کاملاً مخالفم Strongly Disagree		نسبتاً مخالفم Disagree		نظری ندارم Neither Agree nor Disagree		نسبتاً موافقم Agree		کاملاً موافقم Strongly Agree		میانگین رتبه‌ای Mean Rank
		فراوانی Frequency	درصد Percentage	فراوانی Frequency	درصد Percentage	فراوانی Frequency	درصد Percentage	فراوانی Frequency	درصد Percentage	فراوانی Frequency	درصد Percentage	
پویش و جست‌وجو Scan & Search	تعامل زیاد در کسب اطلاعات جدید High interaction in getting new information	2	2.9	2	2.9	4	0.7	28	40	34	48.6	4.29
	دنبال نمودن ایده جدید Pursuing a new idea	3	4.3	2	2.9	3	4.3	35	50	27	38	4.60
	مطالعه منظم برای کسب اطلاعات جدید Regular reading to get new information	1	1.4	9	12.9	16	22.9	33	47.1	11	15.7	3.63
	استفاده روزمره از اینترنت Daily use of the Internet	2	2.9	6	8.6	10	14.3	29	41.4	23	32.9	3.93
	کسب اخبار روزانه Get daily news	15	21.4	21	30.0	9	12.9	22	31.4	3	4.3	2.67
	کسب اخبار روزانه ایران Get the daily news of Iran	7	10.0	8	11.4	6	8.6	32	45.7	17	24.3	3.63
	جست‌وجوگر و مشتاق بودن Being curious and enthusiastic	2	2.9	2	2.9	12	17.1	24	34.3	30	42.9	4.11
برقراری ارتباط و پیوندها Connections & Links	توانایی کشف رابطه علت و معلول Ability to discover cause and effect relationship	4	0.7	6	8.6	15	21.4	30	42.9	15	21.4	3.66
	سازماندهی کردن زیرمجموعه‌ها Organizing subcategories	5	7.1	5	7.1	23	32.9	23	32.9	14	20	3.51
	توانایی نتیجه‌گیری غیرمستقیم از مسائل The ability to make indirect conclusions from issues	1	1.4	15	21.4	12	17.1	27	38.6	15	21.4	3.57
	مرتبط ساختن پدیده‌های به ظاهر نامرتبط و ایجاد پدیده جدید Connecting seemingly unrelated phenomena and creating new phenomena	2	2.9	9	12.9	15	21.4	29	41.4	15	21.4	3.66
	طراحی برنامه‌ها با اطلاعات محدود Designing programs with limited information	8	11.4	7	10.0	18	25.7	22	31.4	15	21.4	3.41
	همکاری با دیگران در امور کارآفرینی Collaboration with others in entrepreneurship	2	2.9	3	4.3	2	2.9	37	52.9	26	37.1	4.17
	مهیا کردن شرایط ارتباطی خوب Providing good communication conditions	1	1.4	5	7.1	2	2.9	31	44.3	31	44.3	4.23
	مرتبط ساختن مسائل پراکنده به یکدیگر Connecting scattered issues to each other	2	2.9	12	17.1	20	28.6	24	34.3	12	17.1	3.46
	سازماندهی اطلاعات مرتبط Organization of related information	0	0	7	10.0	15	21.4	31	44.3	17	24.3	3.83
ارزیابی و قضاوت Evaluation & Judgment	احساس درونی عمیق به توانایی‌های بالقوه خود A deep inner feeling of your own potential ablities	1	1.4	4	5.7	13	18.6	27	38.6	25	35.7	4.01
	انتخاب سریع فرصت مناسب Quick selection of the suitable opportunity	2	2.9	13	18.6	9	12.9	22	31.4	24	34.3	3.76
	حریص بودن در تشخیص فرصت سودآور Being eager to identify profitable opportunities	17	24.3	23	32.9	7	10.0	15	21.4	8	11.4	2.62
	توانایی فوق‌العاده در کشف فرصت پرمنفعت Good ability to discover profitable opportunities	1	1.4	6	8.6	16	22.9	28	40	25	35.7	3.83
	تشخیص فرصت باارزش از کم ارزش Identifying valuable opportunity from low value one	3	4.3	5	7.1	9	12.9	28	40	25	35.7	3.96
	خوش‌بین بودن به فعالیت کارآفرینی خود Being optimistic about your entrepreneurial activity	1	1.4	3	4.3	4	5.7	27	38.6	35	50	4.31

طیف هر گویه (هر ردیف): ۱–۵. Item`s Scale: 1-5

طیف کلی متغیرها: هوشیاری کارآفرینانه: ۲۲–۱۱۰؛ پویش و جست‌وجو: ۷–۳۵؛ برقراری روابط و پیوندها، ۹–۴۵؛ ارزیابی و قضاوت: ۶–۳۰.
Variables`Scale: Entrepreneurial Alertness: 22-110; Scan & Search: 7-35; Connections & Links; 9-45; Evaluation & Judgment: 6-30.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

کارآفرینان موردمطالعه به گروه‌های مختلف تقسیم شده و در راستای بررسی دقیق‌تر و مقایسه سطح هوشیاری کارآفرینانه بین اعضای صندوق کارآفرینی امید، آزمون تی‌تست، انجام شد. نتایج آزمون مقایسه میانگین در جدول ۵ نشان داد که بین میانگین میزان هوشیاری کارآفرینانه پاسخگویان در شهرهای شیراز و مرودشت، تفاوت معناداری وجود دارد. بطوری‌که این میزان برای پاسخگویان شاغل در شهر شیراز بیشتر از مرودشت بوده است. به‌منظور بررسی ریزبینانه‌تر، پاسخگویان در دو شهر شیراز و مرودشت از لحاظ مؤلفه‌های سه‌گانه هوشیاری کارآفرینانه نیز مورد مقایسه قرار گرفتند. طبق یافته‌های جدول ۵، دو گروه از لحاظ مؤلفه‌های پویش و جست‌وجو و برقراری روابط و پیوندها، تفاوت معناداری با یکدیگر نداشتند. اما نتایج آزمون تی‌تست در مقایسه میانگین ارزیابی و قضاوت نشان داد که این میزان برای صاحبان کسب‌وکارهای فعال در شهر شیراز بیشتر از کارآفرینان شهر مرودشت بوده است. بدین مفهوم که فعالین کسب‌وکار در شیراز توانایی بیشتری در کشف فرصت‌های پرمنفعت داشته و نسبت به جذب فرصت‌های کارآفرینانه سودآور تلاش بیشتری می‌کنند.

جدول ۵- نتایج آزمون مقایسه میانگین در شهرهای شیراز و مرودشت از نظر هوشیاری کارآفرینانه
Table 5. The results of compare mean test of Shiraz and Marvdasht cities due to entrepreneurial alertness

Sig	T	مرودشت Marvdasht		شیراز Shiraz		متغیرها Variables
		انحراف استاندارد SD	میانگین Mean	انحراف استاندارد SD	میانگین Mean	
0.032	1.865	11.99	75.06	12.50	79.19	هوشیاری کارآفرینانه Entrepreneurial Alertness
0.639	0.472	4.52	26.90	5.09	27.48	پویش و جست‌وجو Scan & Search
0.689	0.402	6.64	33.29	7.17	34	برقراری روابط و پیوندها Connections & Links
0.043	1.972	4.29	22.57	4.47	24.81	ارزیابی و قضاوت Evaluation & Judgment

طیف متغیرها: هوشیاری کارآفرینانه: ۲۲-۱۱۰؛ پویش و جست‌وجو: ۷-۳۵؛ برقراری روابط و پیوندها، ۹-۴۵؛ ارزیابی و قضاوت: ۶-۳۰.
Variables` Scale: Entrepreneurial Alertness: 22-110; Scan & Search: 7-35; Connections & Links; 9-45; Evaluation & Judgment: 6-30.

آزمون مقایسه میانگین بین گروه زنان و مردان عضو صندوق کارآفرینی امید از نظر هوشیاری کارآفرینانه در جدول ۶، قابل مشاهده است. طبق یافته‌ها، زنان و مردان صاحب کسب‌وکار نیز از لحاظ میزان هوشیاری کارآفرینانه ابعاد سه‌گانه آن، تفاوت معناداری نداشته و این میزان برای هر دو گروه جنسیتی در سطح بیش از متوسط است.

جدول ۶- نتایج آزمون مقایسه میانگین زنان و مردان عضو صندوق کارآفرینی امید از نظر هوشیاری کارآفرینانه
Table 6. The results of compare mean test of female and male members of Omid Entrepreneurship Fund due to entrepreneurial alertness

Sig	T	مرد Male		زن Female		متغیرها Variables
		انحراف استاندارد SD	میانگین Mean	انحراف استاندارد SD	میانگین Mean	
0.914	0.109	13.146	78.30	9.138	78.65	هوشیاری کارآفرینانه Entrepreneurial Alertness
0.597	-0.531	5.02	27.26	3.71	26.60	پویش و جست‌وجو Scan & Search
0.969	0.039	7.26	33.48	5.47	33.55	برقراری روابط و پیوندها Connections & Links
0.522	-0.644	4.36	23.46	4.70	22.70	ارزیابی و قضاوت Evaluation & Judgment

طیف متغیرها: هوشیاری کارآفرینانه: ۲۲-۱۱۰؛ پویش و جست‌وجو: ۷-۳۵؛ برقراری روابط و پیوندها، ۹-۴۵؛ ارزیابی و قضاوت: ۶-۳۰.
Variables` Scale: Entrepreneurial Alertness: 22-110; Scan & Search: 7-35; Connections & Links; 9-45; Evaluation & Judgment: 6-30.

سومین آزمون مقایسه میانگین بین کسب‌وکارهای متنوع با حوزه فعالیتی مختلف از نظر هوشیاری کارآفرینانه بود. پاسخگویان از این لحاظ به دو گروه صاحبان کسب‌وکار در زمینه زراعت و باغداری و فعالین در سایر حوزه‌های فعالیتی از قبیل دام‌پروری، فرآوری محصولات کشاورزی، شیلات، زنبورداری و پرورش قارچ تقسیم شدند. طبق یافته‌های آزمون تی‌تست، میانگین هوشیاری کارآفرینانه در دو گروه فعالیتی، تفاوت معناداری نداشت (جدول ۷) و در سطح بیش از متوسط قرار دارد. در واقع در پژوهش حاضر، صاحبان کسب‌وکار عضو صندوق کارآفرینی امید در حوزه‌های فعالیتی مختلف، از شرایط نسبتاً مشابهی در خصوص برخورداری از انواع امکانات، تسهیلات و اعتبارات و آموزش‌ها بهره‌مند بوده‌اند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

جدول ۷- نتایج آزمون مقایسه میانگین کسب‌وکارها با حوزه فعالیتی مختلف از نظر هوشیاری کارآفرینانه
Table 7. The results of compare mean test of different businesses due to entrepreneurial alertness

متغیرها Variables	زراعت و باغداری Agronomy & Horticulture		سایر فعالیت‌های کشاورزی Other Agricultural Activities		T	Sig
	میانگین Mean	انحراف استاندارد SD	میانگین Mean	انحراف استاندارد SD		
هوشیاری کارآفرینانه Entrepreneurial Alertness	77.17	11.748	79.71	12.428	-0.878	0.383
پویش و جست‌وجو Scan & Search	26.50	4.35	27.68	4.97	-1.05	0.296
برقراری روابط و پیوندها Connections & Links	32.75	6.13	34.29	7.38	-0.954	0.344
ارزیابی و قضاوت Evaluation & Judgment	22.69	4.45	23.82	4.42	-1.06	0.291

طیف متغیرها: هوشیاری کارآفرینانه: ۲۲-۱۱۰؛ پویش و جست‌وجو: ۷-۳۵؛ برقراری روابط و پیوندها، ۹-۴۵؛ ارزیابی و قضاوت: ۶-۳۰.
Variables` Scale: Entrepreneurial Alertness: 22-110; Scan & Search: 7-35; Connections & Links; 9-45; Evaluation & Judgment: 6-30.

نتیجه‌گیری

موانع و چالش‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در مطالعات بسیاری از منظرهای متفاوت و در نظر گرفتن گروه‌های مختلف کارآفرینان مورد بررسی و دسته‌بندی قرار گرفته است. اهمیت موانع فردی-شخصیتی مانند ضعف در مهارت‌های مدیریتی، فقدان استقلال‌طلبی، عزت نفس و ریسک‌پذیری و فقدان هوشیاری کارآفرینانه در مطالعات پیترمن و کندی(Peterman and Kennedy, 2003)، ایزدی و همکاران (Izadi *et al*, 2016)، طالبی کوهستانی و همکاران (Talebi Koohestani *et al*, 2018) و شفرد و همکاران (Shepherd *et al*, 2007) مورد تأکید قرار گرفته است که از این حیث با نتایج مطالعه حاضر همخوانی دارد. عدم دسترسی به آموزش‌های کارآمد کارآفرینی و بازاریابی، ضعف در ارتباط مستمر با کارشناسان ترویج و مسئولین صندوق‌های کارآفرینی و فقدان تجربه و دانش عملی از بازدارنده‌های حوزه آموزشی محسوب شده که به‌عنوان موانعی در توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه توسط تونیو (Tunio, 2020)، ایزدی و همکاران (Izadi *et al*, 2016)، وطن‌خواه و رضائی‌مقدم (Vatankhah and Rezaei-Moghaddam, 2015) و سامو و هودا (Samo and Huda, 2019) نیز مطرح شده است. موانع آموزشی به‌عنوان دسته دوم موانع کارآفرینی در پژوهش حاضر معرفی شد که با مطالعات مذکور در یک راستا است. از سوی دیگر، موانع اقتصادی نیز از چالش‌های مهم در راه‌اندازی و گسترش یک کسب‌وکار محسوب می‌شود که در نتایج تحلیل عاملی در پژوهش حاضر ارائه گردید. این یافته، توسط مطالعات بارون و شین (Baron and Shane, 2008)، موی و همکاران (Moy et al, 2001) و ایزدی و همکاران (Izadi et al, 2016) مورد تأیید قرار گرفت، به‌طوری‌که توجه به سازه‌های اقتصادی در توسعه کسب‌وکارهای فناورانه همواره در اولویت‌های بالا قرار گرفته است.

شفاف نبودن قوانین کسب‌وکار، عدم هماهنگی بین ادارات و نهادهای دولتی و خصوصی، قوانین دست‌وپاگیر در اخذ وام و اعتبارات و بروکراسی‌های زمان‌بر اداری به‌عنوان بازدارنده‌های ساختاری و سیاسی تلقی شده که در مطالعات رضائی‌مقدم و همکاران (Rezaei-Moghaddam *et al*, 2019)، لاپورتو و همکاران (La Porta *et al*, 1999) و دجانکو و همکاران (Djankov *et al*, 2005) مورد تأکید قرار گرفته و مؤید یافته‌های پژوهش فعلی در خصوص موانع مربوط به ساختار و سیاست‌گذاری است. چالش‌های مربوط به مسائل فرهنگی به ویژه عدم توجه به نقش و جایگاه زنان در جوامع روستایی کشورهای در حال توسعه و عدم پذیرش آنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی از مواردی بود که توسط تونیو (Tunio, 2020)، سامو و هودا (Samo and Huda, 2019)، ایزدی و همکاران (Izadi *et al*, 2016) و تونیو و همکاران (Tunio *et al*, 2021) اشاره شده‌اند. محمدی‌خیاره و موسوی (Mohammadi Khiareh and Mousavi, 2017) همچنین، شرایط بد اقلیمی و جغرافیایی را نیز به‌عنوان عوامل محیطی و مانع در توسعه کسب‌وکار دانسته‌اند. این مجموعه عوامل در مطالعه حاضر نیز در قالب موانع محیطی-فرهنگی، در طبقات اصلی معرفی‌شده به‌عنوان بازدارنده‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینی اعضای صندوق کارآفرینی امید، مطرح شده‌اند که با یافته‌های مطالعات مذکور مطابقت دارند. با توجه به مروری بر یافته‌های پژوهش‌های مشابه پیشین و تطبیق آن با نتایج مطالعه فعلی، طبق یافته‌های به‌دست آمده و در راستای بهبود و ارتقای وضعیت صاحبان کسب‌وکارهای کارآفرینانه، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به وجود افراد بی‌سواد و کم‌سواد در بین پاسخگویان، توصیه می‌شود که حداقلی برای سطح تحصیلات به عنوان شرط لازم برای متقاضیان به عضویت درآمدن در صندوق کارآفرینی امید در راستای راه‌اندازی کسب‌وکار، در نظر گرفته شود.
- ویژگی‌های فردی-شخصیتی از مواردی است که در اکثر مطالعات و از جمله پژوهش حاضر مورد تأکید قرار گرفت. پیشنهاد می‌شود که دوره‌های آموزشی و مهارتی ویژه‌ای برای تقویت انواع خصیصه‌های شخصیتی از جمله خلاقیت، استقلال‌طلبی، روحیه کار تیمی، ریسک‌پذیری، تشخیص فرصت‌های جذاب و سودآور، خودباوری و اعتمادبه‌نفس و ... برای اعضای صندوق کارآفرینی امید با حضور روانشناسان، جامعه‌شناسان، متخصصین و مدرسین کارآفرینی دانشگاه برگزار شود.
- اعضای صندوق کارآفرینی امید به آموزش‌هایی در خصوص بازاریابی، قوانین تجارت، مهارت‌های فنی و مدیریتی نیز برای توسعه کسب‌وکارهای خود نیاز دارند که لازم است

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

صندوق در این‌باره نیز برنامه‌های آموزشی هدفمند داشته باشد.

- تقویت شبکه‌سازی‌های اجتماعی و ارتقای سطح تعاملات اعضای صندوق‌های کارآفرینی امید در قالب تشکیل اتحادیه در استان و کشور نیز باید مورد توجه قرار گیرد. کسب اطلاعات به‌روز و جدید، مطلع شدن از اخبار روزانه جهان و بدنبال آن تشخیص فرصت‌های سودآور از مواردی است که با افزایش سطح ارتباطات بین‌فردی و گروهی و در قالب شبکه‌سازی محقق خواهد شد که در وهله بعد ارتقای سطح هوشیاری کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکار را نیز به‌همراه خواهد داشت.
- سیاست‌های دولتی در خصوص میزان اعتبارات، وام‌ها و سایر امکاناتی که از سوی صندوق‌ها به اعضاء اعطا می‌شود لازم است که متناسب با شرایط روز کشور و همخوان با سطح تورم بوده تا سطح انگیزه افراد نیز برای ادامه فعالیت کسب‌وکار خود حفظ شود. در نظر گرفتن معافیت‌های مالیاتی و یا اختصاص تخفیف در این زمینه به کارآفرینان برتر و موفق در هر سال نیز موجب ترغیب فعالیت‌های کارآفرینانه اعضاء خواهد شد.
- معرفی و تشویق سالانه کارآفرینان برتر هر استان، ناحیه، بخش و منطقه به سایر اعضاء، ایجاد همایش، نشست‌ها و گردهمایی‌های ادواری، از دیگر راهکارهای پیشنهادی برای تقویت شبکه‌سازی و افزایش سطح روحیه و انگیزه کارآفرینی اعضاء است.
- تبلیغات و فرهنگ‌سازی در خصوص معرفی صندوق کارآفرینی امید، شرایط پذیرش، انواع طرح‌ها و حیطه‌های کاری این صندوق و اعضاء در رسانه‌های مختلف انبوهی و گروهی باعث پذیرش هر چه بیشتر این افراد در بین خانواده‌ها و دیگر اعضای جامعه منجر شده و همچنین برخورداری هر چه بیشتر اعضاء از حمایت‌های مادی و معنوی از جانب سایرین را بدنبال خواهد داشت.
- با توجه به اهمیت هوشیاری کارآفرینانه در موفقیت افراد در اقدام به راه‌اندازی یا گسترش یک کسب‌وکار، توصیه می‌شود که دوره‌های تخصصی آموزشی و مهارتی با محوریت ابعاد تشکیل‌دهنده هوشیاری کارآفرینانه برای اعضای صندوق کارآفرینی امید طراحی و اجرایی شود. آموزش‌های عملی برای تقویت روحیه جستجوگری، معرفی رسانه‌ها و کانال‌های معتبر برای کسب اخبار روزانه موضوعی در جهان، کشور و منطقه در حوزه فعالیت، قدرت برقراری پیوند بین مسائل پراکنده برای ایجاد یک کلیت منسجم کاربردی در حوزه کسب‌وکار و همچنین ترغیب به شناسایی و تشخیص فرصت‌های نوآورانه، جذاب و سودآور، برخی مهارت‌های ضروری است که در راستای ارتقای سطح هوشیاری کارآفرینانه اعضاء پیشنهاد می‌شود.
- شایان ذکر است که این مطالعه با افرادی انجام گرفت که عضو کارآفرینی صندوق امید بوده و به‌نحوی کسب‌وکار خود را شروع کرده و تجربیات کاری نیز دارند. پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی، صاحبان کسب‌وکارهای کارآفرینانه که به عضویت صندوق کارآفرینی امید در نیامده‌اند نیز در کنار افراد عضو این صندوق‌ها در نمونه مطالعه، مدنظر قرار گیرند تا امکان مقایسه بین گروه عضو و غیرعضو فراهم آید. همچنین تکرار مطالعات مشابه با صاحبان کسب‌وکارهای عضو صندوق کارآفرینی امید در سایر استان‌های کشور نیز در راستای شناخت وضعیت صاحبان کسب‌وکار در دیگر استان‌های کشور، سودمند خواهد بود.

References

Baron, R. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, *20*(1), 104- 119.

Baron, R. A., & Shane, S.A. (2008). Entrepreneurship: A process perspective. OH: Thomson South-Western.

Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R., & De Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of start-ups. *Small Business Economics*, *23*(1), 227-236.

Djankov, S., Miguel, E., Qian, Y., Roland, G., & Zhuravskaya, E. (2005). Who are Russia's entrepreneurs? *Journal of European Economics*, *3*(2-3), 587-597.

Ehsanifar, T., Rostami, F., Naderi, N., & Rezaee, B. (2016). Obstacles and strategies for entrepreneurship development in the agricultural sector. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 3*(2), 1-15 (In Persian).

Gholami, H., Darini, R., Safa, L., & Alambeigi, A. (2015). The effect of entrepreneurial competencies on entrepreneurial alertness formation (The case of agricultural consultation service companies of Kerman province). *Entrepreneurship Development, 8*, 551-570 (In Persian).

Global Entrepreneurship Monitor. (2021). Entrepreneurial behaviour and attitudes. https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/iran-2

Golkar Fard, M., & Rezaei-Moghaddam, k. (2019). Relationship between entrepreneurship and empowerment dimensions of rural women in Fars province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 6*(11), 1-10 (In Persian).

Golkar Fard, M., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2020). Comparative analysis of entrepreneurship contexts of rural women in Fars province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 6*(12), 35-47 (In Persian).

Gregory, R. (2019). Financial openness and entrepreneurship. *Research in International Business and Finance, 48*, 48-58.

Hayek, F. (1945). The use of knowledge in society. *Amarican Economic Review, 35*, 519-530.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

High., J.C. (1980). Maximizing, action, and market adjustment: An inquiry into the theory of economic disequilibrum. (Ph.D. dissertation, UCLA).

Hosseini, S.M., Hosseini, S.G., & Soleimanpour., M.R. (2000). Identification and analysis of entrepreneurship in higher agricultural education from the perspective of master's students in Tehran province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 2*(3),359-368 (In Persian).

Izadi, B., Rezae-Moghaddam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Influencing factors and obstacles for accomplishing entrepreneurship development in agricultural home-based businesses in villages of Shiraz. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal, 12*(1), 39-51 (In Persian).

Kaish, S. & Gilad, B. (1991). Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: sources, interests, general alertness. *Journal of Business Venturing, 6*, 45–61.

Karami, O., Fatemi, M., Rezaei-Moghaddam K., & Badzaban, F. (2021). Comparison of marketing activities among the rural women of Omid Entrepreneurship Fund and Agricultural Development Specialized Holding Companies in Fars province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7*(14), 57-66 (In Persian).

Karimi Amaleh, Z., & Fatemi, M. (2021). Determinants of entrepreneurial activities development of rural women: The case of Omid Entrepreneurship Fund of Larestan county. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 8*(16), 97-112 (In Persian).

Kirzner, I. (1979). Perception, opportunity and profit. Chicago, USA: University of Chicago Press.

Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature, 35*, 60- 85.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. V. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*, 607-610.

La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny R. (1999). The quality of government. *Journal of Law, Economics and Organisation, 15*, 222-279.

Mohammadi Khiareh, M., & Mousavi, S.Y. (2017). Factors affecting women entrepreneurship. Second Conference of Macro Economy of Iran. Gonbad Kavoos University, Golestan (2nd March) (In Persian).

Mohammadi Tamri, Z., Rastegari, H., Sharifzadeh, M. (2019). Fuzzy screening and assessment of barriers and problems of rural entrepreneurship in Iran. *Agricultural Extension and Education Research, 12*(1), 1-14 (In Persian).

Moy, J., Luk, V., Sheehan, B., & Sammapan, N. (2001). A comparative study on the perceptions of university business students in Hong Kong and Thailand: Why do they become entrepreneurs? BRC Working papers, http://http://net2.hkbu.edu.hk/ied/publications/wp.WP200102.pdf

Peterman, N. E., & Kennedy., J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 28*(2), 129-144.

Rezaei-Moghaddam, K., Badzaban, F., & Fatemi, M. (2021). Entrepreneurial Resilience of Small and Medium-sized Businesses among Rural Women in Iran. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, https://doi.org/10.1080/1389224X.2021.1985539

Rezaei-Moghaddam, K., & Izadi, B. (2019). Entrepreneurship in small agricultural quick-impact enterprises in Iran: Development of an index, effective factors and obstacles. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(17), 1-21.

Rezaei-Moghaddam, K., Karami, O., & Fatemi, M. (2019). The Comparative analysis of marketing activities among rural women entrepreneurs in Fars province, Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(65), 1-20.

Samo, A. H., & Huda, N.U. (2019). Triple helix and academic entrepreneurial intention: Understanding motivating factors for academic spin-off among young researchers. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*, 1–5.

Shahbandarzadeh, H., & Zarei R. (2013). *Individual factors affecting entrepreneurship opportunirties identification. International conference of Management, Challenges and Solutions, Shiraz* (First Janaury) (In Persian).

Shepherd, D., McMullen, J., & Jennings, P. (2007). Formation of opportunity beliefs: A coherence theory perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal, 1*(1–2), 75- 95.

Short, J., Ketchen, D., Shook, C., & Ireland, R. (2010). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management, 36*, 40- 65.

Talebi Koohestani, M., Alvani, S.M., Mahmoudzadeh, & Ataei, M. (2018). Identification of entrepreneurial alertness based on human information processing approach (The case of entrepreneurs of Tehran and Alborz prvince). *Entrepreneurship Development, 11*(2), 221-240.

Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: Entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 14*(3), 128–151.

Tang, J., Kacmar, M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing, 27*, 77–94.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]

Tunio, M. N. (2020). Academic entrepreneurship in developing countries: Contextualizing recent debate. *Research Handbook on Entrepreneurship in Emerging Economies*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Tunio, M. N., Jariko, M.A., Børsen, T., Shaikh, SMushtaque, T., & Brahmi M. (2021). How entrepreneurship sustains barriers in the entrepreneurial process: A Lesson from a developing nation. *Sustainability, 13*(20), 11419.

Ucbasaran, D., Shepherd, D.A., Lockett, A., & Lyon, S.J. (2013). Life after business failure. *Journal of Management, 39*,163–202.

Vatankhah, N., & Rezaei-Moghaddam, K. (2015). Components and barriers of the college of entrepreneurship establishment from the perspective of cooperative member and non-member students of Shiraz University. *Cooperation and Agriculture, 4*(15),17-40 (In Persian).

Welter, C., & Kim, S. (2018). Effectuation under risk and uncertainty: A simulation model. *Journal of Business Venturing, 33*(1), 100-116.

Williams, C. (2007). Socio-spatial variations in the nature of entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy, 1*(1), 27-37.

Yamakawa, Y., Peng, M.W., & Deeds, D.L. (2015). Rising from the ashes: Cognitive determinants of venture growth after entrepreneurial failure. *Entrepreneurship Theory and Practice, 39*, 209–236.

Yoganandan, G., & Vignesh, T. (2016). Challenges in agro entrepreneurship in Tamilnadu, India. *International Journal of Research in Commerce, Economics & Management, 6*(2), 37-39.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.19.10.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.19.118]