

فصلنامه مطالعات سیاسی
سال چهاردهم، شماره ۵۴، زمستان ۱۴۰۰
صفحات: ۱۶۶-۱۴۵
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۸/۲۰؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۹/۲۹
مقاله: پژوهشی

طراحی الگوی کارآفرینی اسلامی در فرایند توسعه مبتنی بر رویکرد چهار گانه فردی، سازمانی، اجتماعی و اخلاقی

سید رضا صالحی* / محمد ملکی نیا** / آرش رادمهر***

چکیده

امروزه بسیاری از کشورهای جهان و همچنین بسیاری از اندیشمندان حوزه اقتصاد و کارآفرینی به کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اشاره داشته اند، و خط مشی گذاران سعی دارند که از این اهرم توانا در ایجاد توسعه و رفاه کشور خویش بهره بگیرند. در این مقاله توصیفی - تحلیلی به طراحی الگوی مفهومی کارآفرینی اسلامی از منظر آموزه های اسلامی، مبتنی بر نظام چهار گانه کارآفرینی فردی، سازمانی، اجتماعی و اخلاقی پرداخته شده است. همان گونه که اخلاق و ارزش های دینی برای تمام رفتارهای اجتماعی و عبادی خط مشی تعیین کرده است، برای کار و تلاش و توسعه یافتگی در جامعه انسانی نیز تأکید مضاعفی دارد. در آموزه های قرآنی پروردگار، برای انسان، کار و تلاش را مقرر داشته است. آنچه در این مقاله مورد بررسی قرار می گیرد این است که چگونه نوآوری به عنوان مفهوم پایه ای در کارآفرینی در کنار مفهوم اخلاق و ارزش های اسلامی، شکل دهنده سازه کارآفرینی اسلامی خواهند بود. روش بررسی، مطالعات نظری و استنادی با استفاده از منابع معتبر اسلامی است و یافته های پژوهش با رویکردهای کارآفرینی برپایه آموزه های اسلامی در قرآن کریم و سیره معصومین (ع) بدست آمده است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی؛ نوآوری؛ کارآفرینی اسلامی؛ اخلاق؛ ارزش های اسلامی.

* دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران.

** استادیار گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

st_m_malekinia@azad.ac.ir

*** استادیار گروه مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۱. بیان مسأله

در فرهنگ اسلامی ارزش هر انسانی به اندازه کار اوست. در نظام ارزشی و در جای جای کلام معصومین و به ویژه در نگاه پیامبر اعظم صلی الله علیه وآله، در امتداد آیات قرآن و خاستگاه وحی، امور اقتصادی و مقوله کارآفرینی، بخش مهمی از زندگی آدمی را به خود اختصاص داده است. از دیدگاه قرآن کریم، تمام هستی به ویژه انسان، منابع و ابزارهای تولید و تمامی فعالیت های تولیدی انسان، آیت خداوندی اند و قرآن کریم، همه آنها را آثار رحمت و فضل خداوند می داند. کارآفرینان نیز تجلی گاه یکی از ویژگی های خالق عالم که همان نوآفرین است می باشند. از اختراعات بزرگ تا تغییری اندک به سمت بهبود و از کارهای بزرگ همچون رسالت انبیا تا کوچکترین کارها مانند کنار زدن سنگ از وسط جاده همه در این مفهوم گسترده جمع می باشند. تمامی این موارد در سخنی از پیامبر اکرم بیان شده اند که می فرمایند «خداوند، تلاش، تلاش و کار و کوشش را بر شما مقرر داشته؛ پس بکوشید» زیرا آدمی مساوی تلاش است و کار و تلاش، جوهر وجودی اوست. در اخلاق اسلامی، پاداش و جزا همیشه به قدر سعی و کوشش است. متأسفانه گاهی مشاهده می شود که کار و تلاش برای کسب روزی و استفاده از قدرت و خلاقیت و نوآوری، مساوی مال اندوزی و دوستی دنیا مورد تبلیغ قرار گرفته است.

قرآن کریم کارآفرینان متعددی مانند سلیمان، داوود و ... را مثال می زند که با تبحر و مهارت زیاد، ثروت فراوان اندوختند اما علاقه به مال را در خود تعدیل نموده و جامعه را به فعالیت تشویق کردند و آدمیان را از بطالت و بیکاری رها ساختند. در مقابل سودجویان و ثروت اندوزان فاسد مانند قارون و فرعون را به عنوان مستکبران دنیاگرا و عاشق ثروت اندوزی و فراموشکار نسبت به آخرت معرفی می کند. انسان باید چنان کار کند که گویی هیچگاه نخواهد مرد و چنان بیمناک باشد که گویی فردا خواهد مرد.

در این مقاله از روش تتبع نظری و استنادی استفاده شده است. براین اساس کلیه مستندات و مدارک معتبر مرتبط با آموزه های اسلامی کارآفرینی و رویکردهای قرآن کریم، سنت پیامبر اسلام (ص) و ائمه طاهریین (ع) و سایر منابع موثق روایی که برای تبیین کارآفرینی محوریت داشته، مورد بهره برداری قرار گرفته است. بدین لحاظ با تحلیل محتوای منابع ذکر شده، مقالات و پژوهش های قبلی، ترکیب دیدگاه ها و تحلیل مقایسه ای با نظریات و مدل های رشته کارآفرینی، این پژوهش انجام گرفته است.

۲. ادبیات مفهومی و نظری

۲-۱. تعریف کارآفرینی از دیدگاه متعالی اسلام

کارآفرینی در معنی کلمه «Entrepreneurship» به کار می رود که ریشه آن کلمه فرانسوی «Entreprendre» به معنای متعهد شدن است. بنابر تعریف واژه نامه و بستر کارآفرینی کسی است که متعهد می شود یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. می توان گفت در واقع، هنوز هم تعریف کامل و جامع که مورد پذیرش همه صاحبان نظران قرار گیرد از واژه کارآفرینی ارائه نشده است. به عبارت دیگر به تعداد صاحبان نظران در این مقوله، تعاریف مختلف و متنوعی برای کارآفرینی ارائه شده است. برخی، کارآفرین را اصلی ترین نیروی محرکه در توسعه اقتصاد رقابتی و موتور گسترش تولید و کیفیت تعریف می کنند که نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از عملکرد و تولیدات و مشخصه اصلی کارآفرین را «نوآوری» و «خلاقیت متحولانه» می دانند. به نظر برخی دیگر، کارآفرین کسی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و منابع انسانی، رابطه معنی درای برقرار سازد. به هر حال، در دیدگاه مشترک صاحبان نظران، کارآفرین یکی از مهمترین عوامل توسعه اقتصادی است. آن ها معتقدند کارآفرینان، مدیران صاحب فکر و ابتکار هستند که همراه با خلاقیت، ریسک پذیری، هوش، اندیشه وسعت دید، فرصت های جدید برای ایجاد ارزش اقتصادی می آفرینند. آنان قادرند با نوآوری ها، تحول ایجاد کنند و یک شرکت زیان ده را به سوددهی رسانده یا نارضایتی را به خشنودی تبدیل کنند.

از آنجائیکه دین اسلام، آیینی کامل است که تمامی زاوایای آشکار و نهان زندگی بشر را مورد توجه قرار داده است، می توان با کنکاش در آن، برای تمام جنبه های حیات دنیوی رهنمودهای نجات بخشی، البته به اندازه فهم و استطاعت خود، یافت. شاید در اسلام تعریفی زیبا از کارآفرینی و از زبان پیامبر اعظم وجود داشته باشد. ایشان می فرمایند «بهترین مردم، کسی است که برای مردم، سودمندتر باشد». چه سودی بالاتر از ایجاد کسب و کار برای خود و خلق و فراهم آوردن مقدمات کسب روزی حلال، که خود منشاء بسیاری از برکات و ثواب است. از این دیدگاه می توان طیفی وسیع از کارآفرینی و کارآفرینان، با توجه به نوع ایده و خلاقیت و سطح تاثیر آن مورد تعریف قرار داد. در این طیف می تواند برداشتن سنگی از پیش پای مردم

تا بناسازی مجتمع های عظیم صنعتی و خدماتی، قرار گیرد. البته باید به خاطر داشت که همواره کرامت انسان و اخلاق اسلامی عامل نجاتبخش بشریت در پرهیز از پلیدی ها و توفیق در حرکت به سمت تکامل است. در حوزه فعالیت های اقتصادی، کارآفرین برای خود، دیگران و جامعه سودمندی و مزیت ایجاد می کند. کسی که بهترین و آخرین موقعیت های اقتصادی و تجاری و روش استفاده از این فرصت ها را شناسایی کند.

۲-۲. انواع کارآفرینی

کارآفرینی فرآیندی است که در آن ایده و فکر جدید با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد کسب و کار که توأم با مخاطره های مالی، اجتماعی و حیثیتی است، محصول جدید به بازار عرضه می شود؛ تا کنون طبقه بندی های مختلفی از کارآفرینی توسط محققان مختلف صورت گرفته است که در ذیل به برخی از آن ها اشاره می شود:

- اهمیت بر اساس شخصیت، زمینه های اجتماعی و رفتاری دو نوع کارآفرین را مورد شناسایی قرار داده است: ۱. کارآفرینان افزارمند؛ ۲. کارآفرینان فرصت طلب (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵: ۱۹).

- برخی صاحب نظران با توجه به میزان فعالیت کارآفرینی انواع مختلف کارآفرینی را به پنج دسته تقسیم می کند: ۱. کارآفرینی اجرایی؛ ۲. کارآفرینی فرصت طلبانه؛ ۳. کارآفرینی اکتسابی؛ ۴. کارآفرینی تکوینی و ۵. کارآفرینی ابتکاری (مقیمی، ۱۳۸۳: ۱۶). همچنین در ادبیات کارآفرینی انواع دیگری از کارآفرینی به چشم می خورد که در اینجا به عناوین برخی از آن ها اشاره می شود: کارآفرینی پایدار؛ کارآفرینی اشتراکی؛ کارآفرینی محلی؛ کارآفرینی پاسخگو؛ کارآفرینی بین المللی؛ کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی تکنولوژیک (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵: ۲۱).

در مجموع کارآفرینی را می توان به دو دسته اصلی تقسیم نمود:

الف) کارآفرینی فردی یا مستقل: کارآفرین مستقل فعالیت خود را بصورت خیلی محدود و با تعداد اندک کارکنان نیمه وقت یا تمام وقت آغاز می کند و در گام های آغازین ممکن است حتی یک کارمند هم نداشته باشد.

ب) کارآفرینی درون سازمانی یا سازمانی: کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی ها و فرصت ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است (مقیمی، ۱۳۸۴: ۲۳۲-۲۲۹).

۳-۲. نقش کارآفرینی در توسعه

در سال های اخیر به نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی توجه زیادی می شود (ونکرز و توریک^۱، ۱۹۹۹: ۲۹). بطور کلی از دهه ۱۹۸۰ نویسندگان زیادی کارآفرینی را به عنوان عامل توسعه اقتصادی مورد مطالعه قرار دادند. نتایج حاصل، آن را یکی از مهمترین ابزارهای توسعه معرفی کردند (هانیفی^۲، ۲۰۰۳: ۱۰۱). کارآفرینان نقش خاصی در پیشبرد اقتصادی، اجتماعی یک کشور ایفا می کنند. کارآفرینان عاملان تغییری هستند که به منظور ایجاد رفاه فعالیت های اقتصادی می دهند. بدین صورت که موجب خود اشتغالی شده و راه های درآمد را برای دیگران فراهم می کنند (موهانتی^۳، ۲۰۰۷: ۱۰۴).

افراد کارآفرین چیزهای متعارف را بر هم می زنند و ترکیب جدید از عوامل تولید ایجاد می کنند. این افراد نه تنها نقش یک نوآور بازی می کنند بلکه همچنین به پیشرفت اقتصادی نیز کمک می کنند. چنین افرادی فرصت های جدید، ریسک پول شان، و شانس را در نظر می گیرند، و منابع را در روش هایی غیر معمول برای نوآوری و ایجاد محصولات جدید، فنون نوین تولید، طرح کالا یا خدمات ترکیب می کنند. این افراد که به عنوان عاملان تغییر، نقش نوآوران و فرصت گرایان را ایفا می کنند و به رفاه مالی کمک می کنند، کارآفرینان هستند. این دلیل تأکید بسیاری از مورخان اقتصادی در نقش آن در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی- اجتماعی است بطور کلی کارآفرینی بذر توسعه را می پاشد (ناندن^۴، ۲۰۰۷: ۳).

۴-۲. محیط

دیدگاه های متداول مکاتب مدیریتی، از هر پارادایمی که باشند اساس آن ها را یک اصل واحد تشکیل می دهد. مبنای این اصل دیدگاه سیستمی است. این اصل بیان می دارد که هیچ سازمانی در خلاء فعالیت نمی کند. همه سازمان ها در درون یک محیط محصورند. محیطی که بسیار بزرگ تر از خود آن ها است. و اما مهم تر اینکه سازمان ها چه بخواهند یا نه، با این

1. Wennekers & Thurik
2. Hanna fey
3. Mohanty
4. Mohanty

محیط ارتباطی متقابل دارند. میزان تأثیر گذاری سازمان بر محیط به اندازه سازمان، نوع فعالیت و متغیرهای دیگری بستگی دارد. گاهی این تأثیر بسیار ناچیز و غیر قابل ملموس است. در حالیکه یک شرکت چند ملیتی با تکنولوژی بالا، تأثیر قابل ملاحظه ای بر محیط می گذارد. اما سازمان از هر نوعی که باشد، به شدت از محیط خود تأثیر می پذیرد. زیرا محیط نیازمندی های آن را تامین می کند، ستاده های آن را خریداری می کند، و مهم تر اینکه بستر ارزشی و فرهنگی برای فعالیت آن فراهم می کند. اگر محیط با فعالیت های کارآفرینانه سازگار نباشد بزرگترین مانع برای کارآفرینی خواهد بود.

در حالیکه یک محیط حمایتی کارآفرینان را تشویق می کند که به تعقیب فرصت های کسب و کار بپردازند. بنا به اعتقاد کالورید و آبلج^۱، درک یک محیط حمایتی و پر منبع در تصمیم کارآفرینان جهت پیگیری فرصت ها بسیار حیاتی است. آبتی^۲ معتقد است که کارآفرینان باید حوزه ای را برای فعالیت انتخاب نمایند که همه عناصر کلیدی برای موفقیت وجود دارند یا اینکه فعالانه در حال توسعه هستند (لین و دیگران، ۲۰۰۶: ۱۷۲-۱۷۱). به اعتقاد «میسن» کنار آمدن با محیطی که پیوسته در حال تغییر است، احتمالاً مهم ترین عامل در تعیین موفقیت یا شکست در یک سیستم تجارت آزاد به شمار می رود (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳: ۲۴۰). محیط شامل بعد های مختلفی است، یکی از این ابعاد بسیار مهم بعد فرهنگی و ارزشی است. ابعاد فرهنگی و ارزشی هم خود بر فعالیت های کارآفرینانه تأثیر مستقیم می گذارند و هم اینکه به واسطه دیگر عوامل تأثیری غیر مستقیم دارند. در ادامه این ابعاد تشریح می گردد.

۵-۲. محیط فرهنگی

فرهنگ در بحث کارآفرینی مقوله مهمی است، زیرا نگرش افراد را نسبت به کارآفرینی مشخص می کند. در هر دوره ای مدل های خاص کارآفرینی مطابق با نیازهای خاص آن جامعه شکل می گیرد. در سطح بین المللی تنوع گسترده ای از مفهوم کارآفرینی وجود دارد که هر یک به میزان متفاوتی رفتار کارآفرینانه را تقویت و حمایت می کند. بر طبق نظر جونیت و وارنر اگر فرهنگی ارزش های طرفدار کارآفرینانه داشته باشد، انکوباتوری برای کارآفرینی خواهد بود. معکوس آن نیز درست است. در جوامعی که کارآفرینی با گران فروشی، سفته بازی، بی حرمتی و جرم مخدوش شده است، نشان می دهد که کارآفرینی به خوبی درک نشده است. نمونه آن

1. Kolveried & Obloj

2. AbetteI

شیکاگو در دهه ۱۹۳۰ و تعدادی از اقتصادهای انتقالی اروپای شرقی در دهه ۱۹۹۰ است. گرچه ممکن است که بسیاری از صاحبانظران همچون «بتمن» این منفی بودن را مرحله ای غیر قابل اجتناب از توسعه انتقالی تلقی کنند، اما ممکن است که یک ارزش ضد کارآفرینانه را ترویج و تثبیت نماید (موریسون^۱، ۲۰۰۰: ۶۳).

تیب^۲ فرهنگ را به صورت زیر تعریف می کند: «مجموعه ای تاریخی شامل ارزش ها، نگرش ها و مفاهیم فرا گرفته شده مشترک بین اعضاء یک جامعه معین، که بر جنبه های مادی و غیر مادی زندگی افراد تأثیر می گذارد. اعضاء جامعه این خصوصیت های مشترک را طی مراحل متفاوت فرآیند جامعه پذیری زندگی شان در نهادها، نظیر خانواده، مکتب دین، مدارس تعلیم و تربیت، و بطور کلی در جامعه فرا می گیرند». در اعتقاد «هال» فرهنگ یک الگوی تعهد است درباره اینکه مجموعه ای از افراد چگونه باید فکر کنند، چگونه عمل کنند، احساس کنند و غیره (موریسون، ۲۰۰۰: ۶۱-۶۰).

«هاف استند» فرهنگ ملی را برنامه ذهنی جمعی مردم یک کشور معین تعریف می کند. مطالعه مشهور هاف استند در بررسی فرهنگ جوامع مختلف بر اساس چهار بعد صورت گرفت:

۱. فاصله قدرت: میزان نابرابری بین افراد جامعه؛
۲. اجتناب از عدم اطمینان: میزان تأکید افراد یک کشور بر موقعیت های استاندارد نسبت به وضعیت های غیر استاندارد؛
۳. فردگرایی: تأکید بر فرد یا جمع در هنگام عمل؛
۴. مردسالاری: میزان تأکید بر ارزش های مردانه نظیر قطعیت، رقابت و موفقیت نسبت به ارزش های زنانه روابط شخصی صمیمانه و غیره (موریسون، ۲۰۰۰: ۶۱-۶۰؛ ژائو، ۲۰۰۵: ۲۹).
۵. گرایش بلند مدت: گرایش بلند مدت بر زندگی نیک در این دنیا با صرفه جویی و پافشاری به عنوان محاسن کلیدی، دلالت دارد (موریسون، ۲۰۰۰: ۶۱-۶۰). البته موریسون به نقل از هاف استند این بعد را بیان می کند، که در منابع دیگر کمتر به آن اشاره شده است. با اینحال، باید گفت که بعد گرایش بلند مدت در کارآفرینی حائز اهمیت است، زیرا عموماً در کارآفرینی بویژه در مورد تاسیس شرکت جدید لازم است که کارآفرینان دیدی بلند مدت داشته باشند. هر

1. Morrison

2. Tayeb

شرکت در ابتدای راه اندازی خویش مدتی هزینه بر بوده و تا مرحله سود دهی نیاز به زمان دارد. پس لازم است که کارآفرینان دید بلند مدت داشته باشند. به اعتقاد «هاف استد» در کشورهایی که فرد گرایی و فاصله قدرت کم است، رشد اقتصادی بالایی دارند و به نوآوری تمایل دارند. کشورهای با فاصله قدرت بالا اغلب ساختار سلسله مراتبی متمرکزی دارند که سدی در مقابل نوآوری هستند. در حالیکه کشورهای با فاصله قدرت کم ساختاری مسطح دارند و منشاء نوآوری هستند. جوامعی که اجتناب از عدم اطمینان پایینی دارند و بیشتر تمایل به پذیرش ریسک دارند، در مقابل تغییر کمتر مقاومت می کنند. به زعم هاف استد کشورهای با اجتناب از عدم اطمینان پایین و فاصله قدرت کم به احتمال بیشتر کارآفرینی و نوآوری را می پذیرند. بطور مثال استرالیا دارای فرهنگی با فاصله قدرت کم و اجتناب از عدم اطمینان پایینی است، بر این اساس در استرالیا کارآفرینی و نوآوری ارزشمند بوده و تشویق و ترغیب می گردد (ژائو، ۲۰۰۵: ۲۹).

۲-۶. فرهنگ اسلام و کارآفرینی

در اینجا ارتباط فرهنگ با کارآفرینی را بر اساس همین شاخص های هاف استد می سنجیم. بر اساس نتایج هاف استد فرهنگ هایی زمینه ساز و مشوق کارآفرینی هستند که جمع گرا باشند، فاصله قدرت کم باشد، سطح ریسک پذیری بالایی دارند، و گرایش بلند مدت دارند. اکنون باید دید که این معیارها تا چه اندازه با آموزه ها و دستورات اسلامی سازگارند. در دین اسلام بر کار گروهی، مردم گرایی، مشورت و به طور اجتماعی زندگی کردن انسان ها تاکید زیادی شده است. در هیچ کجا از تعالیم این دین مقدس بر فرد گرایی، گوشه نشینی، دوری از مردم حتی اگر برای عبادت خدا باشد توصیه نشده است. گرچه عبادت امری نیکو و واجب است اما نباید فردی تمام زندگی خود را به عبادت در انزوا و دور از مردم اختصاص دهد.

یکی از اهداف و تلاش های اسلام ایجاد برابری و عدالت میان انسان ها بوده است. هیچ گاه ثروت، مقام، تخصص و غیره به عنوان ملاک برتری افراد مشخص نشده است. چنانکه خداوند می فرماید برترین فرد در نزد خدا با تقواترین فرد است. لازم به ذکر است که تقوا و درستکاری انسان ها نیز در نزد خداوند مشخص خواهد شد، بنابراین نباید افراد براساس دیدگاه خویش تقوای دیگران را بسنجند، بلکه باید رفتاری یکسان با همگان داشته باشند.

به زعم صاحب نظران کارآفرینی، ریسکی که کارآفرینان می پذیرند یک ریسک منطقی و حساب شده است، به عبارت دیگر، کارآفرینان به دنبال قمار نیستند. مفهوم توکل با این ریسک منطقی

ارتباط بسیار نزدیکی دارد. گرچه در باور عمومی از توکل برداشت نادرستی شده است اما مفهوم اصلی آن بیان می کند که هر کسی باید تلاش خود را برای رسیدن به هدف خویش انجام دهد و از نا ملایمت ها و مشکلات نترسد و به خدا توکل کند. در واقع توکل در اسلام به معنی پذیرش ریسک های منطقی و داشتن امید به خدا برای موفقیت است.

آموزه های اسلام عامل مهمی در گرایش افراد به اهداف و برنامه های بلند مدت هستند. در اسلام افراد نباید صرفاً برای نیل به اهداف خود تلاش نمایند که بخواهند هر چه زودتر آن را کسب کنند، بلکه باید سعی نمایند که به اقبال مختلف جامعه خدمت کنند. بحث آثار ما تاخر که در اسلام مطرح است انگیزه زیادی ایجاد می کند که افراد برای آینده های دور و حتی نسل های بعد برنامه ریزی کنند.

همان طور که تشریح شد آموزه های اسلام نه تنها با معیارهای موفقیت کارآفرینی مخالفت ندارند بلکه شدیداً از آن ها حمایت می نمایند و در نتیجه می توان گفت فرهنگ اسلام اصولاً خود فرهنگی کارآفرینانه بوده و بستر فرهنگی مناسبی برای توسعه کارآفرینی فراهم می کنند. نکته مهم دیگر در مورد فرهنگ، پذیرش فرهنگ ملل دیگر است. زمانی که دو فرهنگ با هم تماس و تعامل مداومی داشته باشند هر یک به میزانی بر دیگری تاثیر گذاشته و از آن تاثیر می پذیرند. طبعاً فرهنگ قویتر تأثیر بیشتری بر فرهنگ ضعیف خواهد گذاشت. این تاثیر پذیری را اصطلاحاً فرهنگ پذیری گویند. به عبارت دیگر فرهنگ پذیری به میزان پذیرش عناصر یک فرهنگ یا فرهنگ های دیگر اشاره دارد.

حال با توجه به فرهنگ غنی اسلام چگونه می توان با بهره گیری از عناصر فرهنگ های دیگر بویژه فرهنگ غرب، نیازهای لازم را تامین نموده و یکپارچگی نظام فرهنگی را نیز حفظ نمود. اصول اسلامی هرگز با گرفتن عناصر سازنده فرهنگ های دیگر نه تنها مخالف نبوده بلکه به شدت مورد توصیه قرار داده است. اسلام پذیرای هر عنصر فرهنگی است که در کشف واقعیت یا بهره برداری از آن موثر باشد. نظیر آن می توان به علم اشاره کرد. چنانکه در کتاب الهی بر کاوش تاکید فراوان شده است. پیامبر نیز فرمود: به دنبال علم بروید حتی اگر در چین باشد (سعیدی کیا، ۱۳۸۵: ۲۵۱). بنابراین در فرهنگ دین مبین اسلام، با پذیرش عناصر فرهنگ های دیگر به شرط سازنده بودن هیچ مخالفتی وجود ندارد.

۲-۷. محیط ارزشی

در هر جامعه ای ارزش ها شکل دهنده رفتار افراد در جامعه هستند. ارزش ها مشخص می سازند که انجام چه عملی و یا حتی چه نوع تفکری درست بوده و کدام یک نادرست است. آنچه که ارزش های یک جامعه را تعیین می کند، ایدئولوژی حاکم بر جامعه است. ایدئولوژی سیستمی از ایده ها و قضاوت های روشن و صریح و عموماً سازمان یافته ای است که موقعیت یک گروه، یا جامعه را توجیه و تفسیر و تشریح می نماید. این سیستم با الهام، تأثیر پذیری شدید ارزش ها، جهت یابی معین و مشخصی را برای کنش های اجتماعی آن گروه یا جامعه پیشنهاد می نماید و ارائه می دهد. بنابراین براساس تعریف فوق ایدئولوژی در درون فرهنگ به عنوان مجموعه ای کاملاً بهم پیوسته، هماهنگ و سازمان یافته از ادراکات و ارائه کننده نظرات محسوب می گردد و به همین دلیل می توان از آن به عنوان یک سیستم نام برد (بهینیا، ۱۳۸۲).

ایدئولوژی مفهوم پیچیده ای دارد، در شکل اصلی اش مجموعه ای از ایده ها و اعتقادات است که موضوعی را ترویج می کند. ایدئولوژی، جهان بینی یا چهارچوب ذهنی ما است. به عبارت دیگر، دانش یا اعتقاداتی که توسط یک جامعه گسترش یافته و به عنوان بخشی از ارزش ها پذیرفته شده است. یعنی ایده ها، اعتقادات و هنجارهای خاص یک جامعه در یک دوره زمانی معین. آنچه از این تعریف استنباط می شود این است که ایدئولوژی پدیده ای قطعاً ثابت نیست و در صورت عدم پاسخگویی به نیازهای جامعه حذف خواهد شد. سایت «مرکز تاریخی» آمریکا ایدئولوژی را به صورت زیر تعریف کرده است: مجموعه اعتقادات و اهداف اجتماعی و سیاسی که تصمیمات و اقدامات گروه یا جامعه ای را شکل می دهد.

می توان از این تعریف ها چنین نتیجه گرفت که ایدئولوژی یا اعتقادات یک جامعه مجموعه اصول، باورها، ارزش ها و رفتارهایی است که بافت کلی جامعه را در جهت خاصی هدایت می کند، بدین مفهوم که به برخی از اعمال مشروعیت می دهد و برخی دیگر را مردود می شمارد، برخی از ایده ها را تشویق می کند و برخی دیگر را منع. ایدئولوژی یک قانون نیست، عرف است. اما این عرف در جامعه تا حد زیادی لازم الاجرا است. اعتقادات بستری برای فعالیت های اجتماعی هستند. هر فردی در زندگی جمعی خویش و حتی در بسیاری موارد زندگی شخصی اش به اصول اعتقادی و ارزشی جامعه وابسته است. این وابستگی به دو صورت است، یا هنجارهای اجتماعی فرد را وادار می کنند که علیرغم خواسته اش به شیوه خاصی عمل کند و یا فرد خود را متعهد به اجرای اصول می داند، یعنی مصلحت را در اجرای اصول می بیند. در هر صورت ارزش های اعتقادی یک جامعه تأثیر قابل ملاحظه ای بر رفتار جمعی و فردی یک

جامعه دارند. یکی از این رفتارها، رفتار کارآفرینانه است. مطالعات نشان می دهد که برخی از اصول اجتماعی موجب ترویج و برخی دیگر سد راه کارآفرینی هستند. شناسایی اصول ارزشی جامعه کمک مهمی به رفع این معضل خواهد کرد.

۸-۲. ارزش های اسلامی و کارآفرینی

امروزه تلاش بسیاری از مدیران سازمانی و همچنین روان شناسان متمرکز بر این است که حس اعتماد به نفس را در انسان برانگیزانند، چون اعتماد به نفس را محرکی مهم برای تلاش فرد عنوان می کنند. دین اسلام با تاکید بر عمل فرد این احساس را در فرد تثبیت می کند. در دین اسلام سرنوشت انسان را عمل او تشکیل می دهد. یعنی هر چه هست عمل است و سعادت بشر در گرو عمل اوست. قرآن کریم می فرماید: برای بشر جز آنچه که کوشش کرده است هیچ چیز وجود ندارد. این تعلیم یکی از بزرگترین تعلیمات برای حیات یک ملت است. اگر ملتی بداند که خودش باید سرنوشتش را تعیین کند، وابسته به تلاش خویش می شود. و متوجه می شود که هیچ چیز شرایط را به نفع وی تغییر نمی دهد مگر سعی و کوشش خویش؛ و این عامل بزرگی برای پویایی و تلاش است. چنانکه ویل دورانت می گوید هیچ دینی به اندازه اسلام پیروانش را به قدرت فراخوانده است (سعیدی کیا، ۱۳۸۵: ۲۵۵).

اما در عمل چگونه بوده ایم؟ دینی با این عظمت، امروز پیروانی ضعیف و عقب افتاده دارد. بسیاری از ممالک اسلامی در فقری وحشتناک بسر می برند، این در حالی است که بسیاری از این کشورهای فقیر مسلمان منابع طبیعی و موهبت الهی زیادی دارند. ریشه مشکل کجاست؟ به باور دانشمند فرزانه، اقبال لاهوری، نقص در تفکر مسلمین است. وگرنه ارزش ها و قوانین این دین بزرگ همگی حامی کار و تلاش و کسب ثروت است. برداشت های غلط و دیدگاه نادرست ما نسبت به این ارزش ها موجب شده است که کارآفرینی در جوامع اسلامی ضعیف باشد.

برداشت ما از دین تقدیر گرایی است. بر این اساس سرنوشت انسان نه در اختیار او بلکه وابسته به تقدیر است. بسیاری از تلاش ها تحت عنوان دخالت در امور خدا باطل و مردود شمرده می شود. این نگرش نه تنها محرکی برای کار و تلاش نخواهد بود، بلکه به عنوان مانعی بزرگ در مقابل آن است.

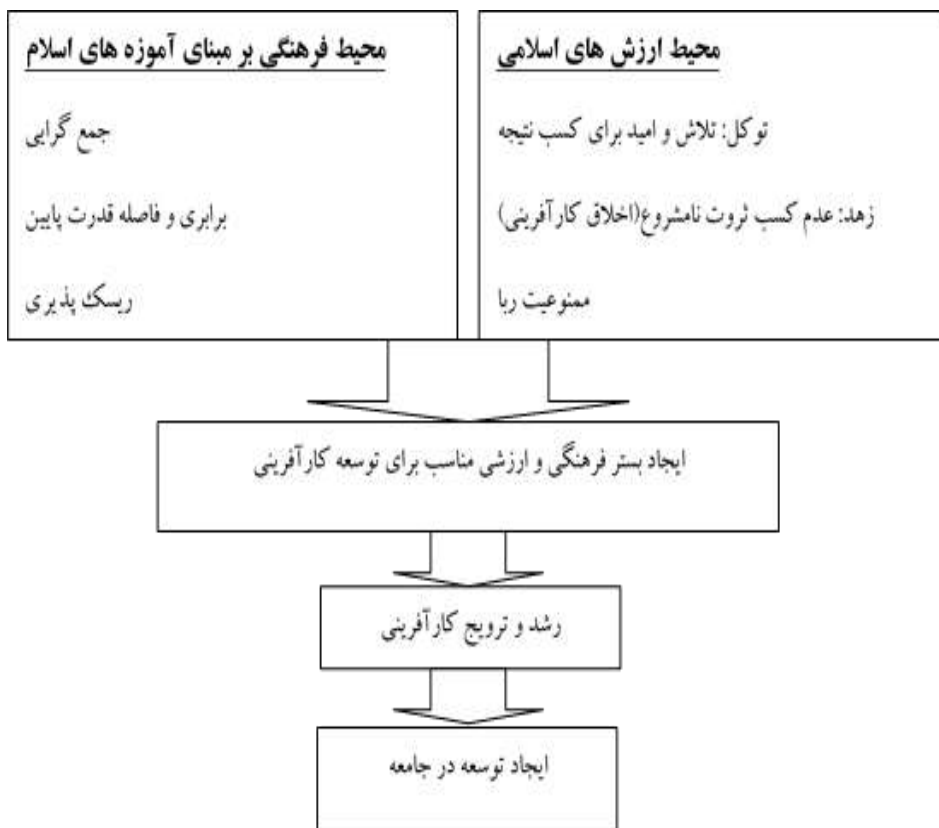
۱-۸-۲. توکل: در اسلام بر توکل تأکید فراوان شده است. بعضی از مسلمانان توکل را چنان می‌پندارند که باید کاره‌ها را به خدا واگذار کرد، و به تلاش خود نباید دل بست. در واقع در هر کاری که نخواهند خود تلاش کنند و یا آن را تا حدی بیشتر از توان خود و مشکل‌پندارند، با توکل کردن بر خدا، عاقبت آن را به خدا واگذار می‌کنند. در صورتی که توکل در اسلام مفهومی پویا دارد. یعنی هر جا که قرآن می‌خواهد انسان را وادار به انجام کاری بکند و ترس و بیم را از او بگیرد، بحث توکل به خدا را بیان می‌کند. فلسفه توکل این است که در محیطی پر از ابهام و مخاطره، به جای تسلیم شدن و پا پس کشیدن، باید با توکل بر خدا نهایت سعی و تلاش خویش را بکند. اعتقاد به توکل در مفهوم صحیح آن به رشد کارآفرینی کمک زیادی می‌کند، زیرا همانطور که پیش‌تر ذکر شد کارآفرینی متضمن ریسک‌پذیری است و اعتقاد به توکل، به فرد کمک می‌کند که با توکل بر خدا خطرها را پذیرفته و با درایت و دوراندیشی مسیرهای پر ابهام را درنوردد (سعیدی کیا، ۱۳۸۵: ۲۵۶-۲۵۵).

۲-۸-۲. زهد و دنیا‌گرایی: در باور عامیانه انسان زاهد و پارسا به کسی گفته می‌شود که به حداقل دارایی دنیا بسنده کرده و اصطلاحاً قناعت پیشه کند. در این دیدگاه افرادی که سعی دارند از دنیا و تعلقات آن هر چه بیشتر فاصله بگیرند زاهد نامیده می‌شوند. یعنی ثروت و ثروت اندوزی ذاتاً امر ناپسند و مطرودی تلقی می‌گردد. اما باید گفت که اسلام با چه ثروتی مخالف است، ثروت نامشروع یا هر ثروتی؟ بر اساس اسلام هر ثروتی که موجب اذیت و آزار دیگران شود، و یا اینکه منشاء ثروت، شیوه کسب آن، راه‌های خرج آن نادرست و زیان‌آور باشد ناپسند تلقی می‌گردد. و گرنه اسلام با ثروت و ثروت اندوزی نه تنها مخالفتی ندارد بلکه شدیداً از آن حمایت و پشتیبانی می‌کند. آموزه‌های این دین مبین هرگز بر گوشه‌نشینی و عزلت‌تاکید نکرده‌اند. بی‌شک، سازنده دانا این نعمت‌ها را بیهوده و به عبث نیافریده است، هدف نهایی از وجود همه آن‌ها خدمت به بشریت است. در بیانی منطقی‌تر، می‌توان گفت که عدم استفاده از این نعمت‌ها همچون استفاده ناصحیح از آن‌ها خطایی بزرگ و امری ناپسند عنوان می‌گردد. بنابراین فرد معتقد همیشه تلاش خواهد کرد که از نعمت‌های الهی به شیوه‌ای صحیح، بیشترین استفاده را بکند.

زهد در اسلام بیانگر همان اخلاق کارآفرینی است، یعنی کسب منافع خویش به شرط عدم لطمه زدن به دیگران، بنابراین آنچه در اسلام تأکید می‌گردد ثروت‌ستیزی نیست بلکه اجتناب از کسب ثروت نامشروع و زیان‌آور برای جامعه و رعایت اخلاق کارآفرینی است. قرآن کریم که

قانون اساسی و اساس قانونی ما مسلمانان است، در حقیقت، کتاب زندگی، کارآموزی و حیات طیبه است و پیامبر رحمت، حضرت محمد صلی الله علیه وآله نیز کار و کارآفرینی را مورد تأکید قرار می داد و خود به آن عمل کرد.

آن چه از آیات قرآن کریم بهره برداری می شود این است که دست یابی به زندگی شایسته و سالم، در گرو بهره گیری از معارف آسمانی، تفکر، تعقل و فعالیت مثبت، دوراندیشانه و مفید است. خطوط کلی و شاهره های وصول به زندگی مطلوب، شکوفا کردن بخشی از استعدادهای درونی و جامه عمل پوشاندن به آنهاست؛ زیرا این حیات دنیوی و مادی، ظرفیت شکوفایی تام یا حتی بخش اعظم استعدادهای آدمی را ندارد.



شکل ۱: نقش ارزش ها و فرهنگ اسلامی در توسعه
(سالارزهی، هاشمی، ۱۳۹۲)

۳. رویکردهای کارآفرینی در آموزه های اسلامی

۳-۱. کارآفرینی در قرآن کریم

قرآن که اساسی ترین منبع دین اسلام است، محور همه ارزش ها را روی معرفت و ایمان و کار قرار داده است (جعفری، ۱۳۷۶: ۵۰)، آیات قرآن درباره کار و کوشش در قلمرو حیات به قدری فراوان و متنوع است که با کمال صراحت می توان گفت: اسلام دین کار و کوشش است (فلاح،

۱۳۸۹: ۲۸). در این بخش به آموزه های قرآن در ارتباط با کار و کوشش و بطور کلی کارآفرینی پرداخته می شود.

گروه اول: کار، نتیجه حیات آدمی:

آیاتی که کار را نتیجه حیات آدمی می داند، مانند: «و ان لیس للانسان الا ما سعی و ان سعیه سوف یری؛ و برای انسان جز کار و کوششی که انجام داده است، نمی ماند و قطعاً کوشش او دیده خواهد شد» (نجم، ۳۹).

گروه دوم: رابطه ایمان و عمل در نتیجه بخشی:

آیاتی که نتیجه بخش بودن ایمان را مشروط به عمل و نتیجه بخش بودن عمل را مشروط به ایمان قرار داده است. مانند: الف) «ان الذین آمنوا و الذین هادوا و النصاری و الصابیین من آمن بالله؛ کسانی که ایمان به خدا و روز قیامت آورده و عمل صالح انجام می دهند، پاداش آنان در نزد پروردگارشان می باشد» (بقره، ۶۲). ب) «من عمل صالحا من ذکر او انثی و هو مومن فلنحیینه حیاة طیبه؛ هر که از مرد و یا زن عمل صالح انجام بدهد در حالی که دارای ایمان است، او را با حیات پاکیزه ای زندگی می بخشیم» (نحل، ۹۷). در قرآن مجید بیش از شصت آیه در این مورد آمده است که ایمان مقرون با عمل را طرح نموده، وصول به امتیاز هر یک را مشروط به دیگری معرفی می نماید (جعفری، ۱۳۷۶: ۲۳-۲۰).

گروه سوم: رابطه کار و کوشش با مراحل رشد و درجات آن:

این گروه، شامل آیاتی است که ملاک مراحل و درجات رشد را کار و کوشش معرفی می نماید. از آن جمله: «و لکل درجات مما عملو؛ و برای هر کس با عملی که انجام می دهد، درجاتی است» (انعام، ۱۳۲). این گروه هم عظمت کار و کوشش را بالا می برد و ملاک رشد آدمی را مجرد معرفت بیان نمی کند. با نظر به آیات دیگر که ایمان و معرفت را نیز ملاک رشد معرفی می نماید، مانند: «یا ایها الذین آمنوا اذا قیل لکم تفسحوا فی المجالس؛ خداوند درجات کسانی از شما که ایمان آورده و دانش به آنان داده شده است، بالا می برد.» (مجادله، ۱۱) روشن می شود که رشد و کمال سه عنصر دارد: معرفت، ایمان، عمل (فلاح، ۱۳۸۹: ۳۱).

گروه چهارم: زمینه آفرینش انسان، تلاش جدی و نهایی:

بعضی از آیات قرآنی، زمینه آفرینش انسان را تلاش جدی و نهایی معرفی می کنند. مانند: الف) «لقد خلقنا الانسان فی کبد؛ به طور قطع ما انسان را در زمینه تلاش و گلاویزی در کار آفریده

ایم (بلد، ۴). ب) «یا ایها الانسان انک کادح الی ربک کدحا فملاقیه؛ ای انسان تو در حال کوشش حیاتی به دیدار خداوندی رهسپار می شوی (انشقاق، ۶).

۲-۳. کارآفرینی در سیره معصومین (ع)

در آموزه های اسلامی، همواره از تلاش و سخت کوشی و فرمان برداری از خدا سخن به میان آمده است و در بسیاری روایات، مومنان به «اجتهاد» (تلاش و کوشش) در راه اطلاعات و بندگی خدا و پیروی از پیشوایان معصوم (ع) فراخوانده شده اند.

۱-۲-۳. تلاش و کوشش، در فرمان برداری از خدا: در روایات نقل شده از پیامبر اکرم (ص) و امامان معصوم (ع) به موضوع تلاش و کوشش در راه اطاعت و بندگی خدا، توجه خاصی شده و تنها راه رسیدن به نجات و رستگاری، درک پاداش های الهی، تلاش و کوشش معرفی شده است.

۲-۲-۳. تلاش و کوشش، شرط رسیدن به پاداش های الهی: در روایتی که از امام صادق (ع) نقل شده است، آن حضرت، تنها شرط رسیدن به پاداش های الهی را تلاش و کوشش در راه اطاعت او اعلام می کند و می فرماید: «اعطوا الله من انفسکم الاجتهاد فی طاعته؛ فان الله لا یدرک شیء من الخیر عنده الا بطاعته و اجتناب محارمه؛ از جان هایتان، تلاش و کوشش در راه فرمان بری خدا را به او ارزانی دارید، زیرا هیچ یک از خوبی هایی که نزد اوست، به دست نمی آید، مگر با فرمان برداری او و دوری از حرام هایش» (کلینی، ۱۳۶۲: ۷).

۳-۲-۳. ایجاد و تأسیس شغل: پیامبر اعظم (ص) از روح سخاوتمندی بهره مند بودند، ولی آن حضرت دوست نداشت کسی بدون عذر موجه، به تن پروری و کسالت روی آورد و دست نیاز به سوی این و آن دراز کند. بنابراین، کسانی را که با این حالت به ایشان مراجعه می کردند، به کار و تلاش دعوت می کرد، از ابن عباس روایت شده است:

«کان رسول الله اذا نظر الی الرجل فاعجبه قال: له حرفه؟ فان قالوا له، قال سقط من عینی قیل و کیف ذاک یا رسول الله؟ قال: لان المومنین اذا لم یکن له حرفه یعیش بدینه؛ هرگاه کسی را می دید که توجه او را جلب می کرد و از وی خوشش می آمد، می پرسید: آیا شغل و حرفه ای هم دارد؟ اگر گفته می شد حرفه ای ندارد، حضرت می فرمود: از چشم من افتاد. می پرسیدند: چرا ای رسول خدا؟! می فرمودند: چون اگر مومن حرفه ای نداشته باشد، دین خود را وسیله معاش قرار می دهد» (نوری، ۱۴۰۷ ه.ق: ۴۱۵).

۳-۲-۴. محکم کاری و کیفیت بخشی به کارها: اهمیت بخشی به کیفیت کارها بسیار مورد توجه آموزه های روایی است. داستان تدفین سعد بن معاذ، نمونه ای از محکم کاری پیامبر آمدند و خبر دادند سعد بن معاذ درگذشته است، رسول خدا (ص) برخاست، اصحاب نیز همراه آن حضرت برخاستند. حضرت دستور داد سعد را شست و شو دهند، چون سعد را شستند و حنوط کردند و کفن پوشانند و در تابوت نهادند، آن گاه رسول خدا (ص) پای برهنه و بدون ردا، در پی تابوت به راه افتاد و گاه سوی راست تابوت و گاه سوی چپ تابوت را می گرفت تا به قبرستان رسیدند. پس از کندن قبر، رسول خدا (ص) داخل قبر شد و لحد را چید و آن را با گل محکم کرد و پیوسته می فرمود: «و انی لاعلم انه سیبلی و یصل الیه البلاء ولكن الله یحب عبدا اذا عمل عملا احکمه؛ به درستی که من می دانم این قبر به زودی فرسوده می شود و بلا به سوی آن سرازیر می شود، ولی خدا دوست می دارد وقتی بنده ای، کاری را انجام می دهد، آن را محکم و استوار کند» (صدوق، ۱۳۷۳: ۳۱۴).

۳-۲-۵. شکیبایی و بردباری برای کسب روزی: شتاب زدگی و به دست آوردن مال فراوان، بدون کوچک ترین زحمت و تلاشی، مورد نکوهش رسول رحمت (ص) قرار گرفته است. متأسفانه برخی افراد بر اثر عجله و شتاب، روزی خود را به ناپاکی آلوده می سازند، درحالی که اگر قدری صبر و تحمل به خرج می دادند، همان روزی از راه حلال به آن ها می رسید. حضرت در هشدار به این افراد می فرماید: «ولا یحملنکم استبطاء شیء من الرزق علی ان تطلبوه بمعصیته الله فان الله لاینال ما عنده بمعصیته؛ مبادا دیر رسیدن روزی، شما را وادارد تا از راه معصیت خدا آن را طلب کنید، زیرا کسی به وسیله معصیت نمی تواند به روزی ای که نزد خداست برسد» (کلینی، ۱۳۶۲: ۸۰).

۳-۲-۶. سحرخیزی و در پی روزی رفتن: سحرخیزی و صبح زود در پی کار رفتن از آداب نیکی است که در پیشرفت کارها و انجام به موقع آن بسیار موثر است. امام باقر(ص) می فرماید: «کان رسول الله یخرج بعد طلوع شمس؛ رسول خدا (ص) همواره بعد از طلوع خورشید بیرون می رفت» (طباطبایی، ۱۳۷۱: ۳۰۵).

۳-۲-۷. اخلاق کارآفرینان مسلمان: کارآفرینان دارای خصلت های گوناگونی هستند که برخی از آنان ذاتی و برخی دیگر اکتسابی است. هر فردی و با هر میزان هوش و استعدادی، بوسیله آموزش و با تلاش و پشتکار، قابل تبدیل شدن به یک فرد کارآفرین و خلاق است. از آنجائیکه

«کار اندک اگر با بصیرت و دانش انجام گیرد بسیار است و کار بسیار که با نادانی صورت پذیرد کم است»، یکی از صفات مهم کارآفرین، بصیرت و کاردانی اوست. نکته بسیار شفاف و در عین حال بسیار مهم در این جمله نهفته است. کارآفرینان، با بصیرت و با انجام کار به ظاهر کوچک ولی هوشمندانه، راه های طولانی را در زمانی اندک طی کرده و منفعت و سودمندی فراوانی را نصیب خود و جامعه می کنند. تفاوت فعالیت کارآفرینان با هوش با دیگران، مانند انرژی رها شده از ذره ای فلز اورانیوم در مقایسه با انرژی حاصل از سوزاندن چندین تن زغال سنگ است. حرکت و چرخشی اندک از سوی کارآفرین چنان تحولی به وجود می آورد که توان حرکت ساختار اقتصاد یک جامعه را به سمت بهبود خواهد داشت.

آینده نگر بودن، داشتن چشم انداز، سخت کوشی و پشتکار، گوهرهای درخشان کارآفرینان هستند که مسیرهای تاریک را نمایان و پستی و بلندهای معضلات را هموار می کنند. تبدیل شدن به فردی خلاق و آفریننده ایده های ناب و یا به عبارت دیگر تبدیل شدن به فردی با قدرت بلقوه کارآفرینی، به مانند قرار گرفتن در مسیری است که با عملگرایی و تلاش برای به فعل رساندن طرح ها، باعث به ثمر رساندن نهال ایده به درخت پر میوه تولید خواهد شد. اقدام به کسب و کار بطور ناخودآگاه باعث افزایش دانش فرد هم می شود. بنابراین کارآفرین پیوسته آگاه تر و با دانش تر می گردد زیرا تجارت و کسب و کار، بر خرد می افزاید. البته در اغلب موارد کارآفرینی با آرزومندی و جاه طلبی سازنده نیز همراه است؛ منشی که عزم وی را در مسیر حرکت از خلاقیت تا تکوین آن قوت می بخشد. این عزم منشأ دیگری نیز دارد که آن کسب رضایت شخصی نهفته در سودمند بودن برای دیگران و استقلال طلبی است.

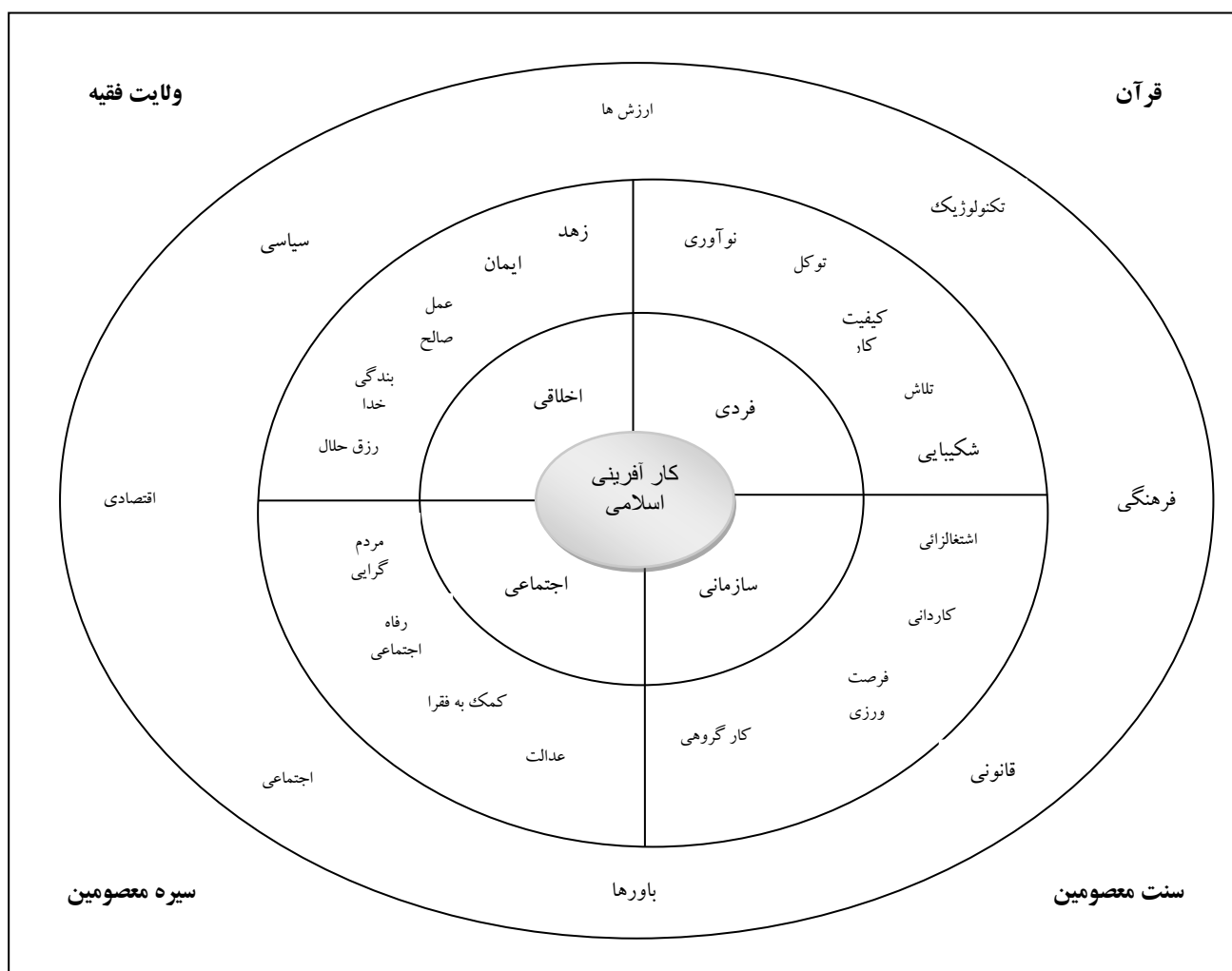
داشتن پشتکار و تلاش به تنهایی برای کسب موفقیت کافی نیست. کارآفرینان ابتدا باید مسائل کسب و کار را فراگیرند و سپس به آن مشغول شوند و به شدت از ربا و قسم دروغ بپرهیزند و همواره طالب حق، باشند، کارها را تنگ نگیرند و منصف، بردبار و مهربان باشند. کارآفرینان باید قبل از شروع به کسب و کار، مسائلی از قبیل چگونگی راه اندازی یک کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام کارهای گروهی و مهارت های ارتباطی را بیاموزند و همواره به دنبال کسب شناخت نسبت به مسائل مالی، چگونگی کارکرد بازار، اصول مدیریت، انواع بیمه ها، مسائل خرد و کلان اقتصاد، قانون کار، امور حقوقی و نظایر آن بوده و در این زمینه ها آگاهی و مهارت لازم را کسب نمایند. آنان، یا باید خود توانایی مدیریت توسعه، رشد کسب و کار، یافتن شیوه های نوین رقابت، حفظ موقعیت در بازار و نحوه یافتن بازارهای جدید را داشته و یا افرادی با این

ویژگی‌ها را دعوت به همکاری کنند. بعید است که کارآفرینی، تمام ویژگی‌های فوق را داشته باشد. بنابراین کارآفرینان باید چنین افرادی را به کار گمارده و با آنان مشارکت نمایند پس کارآفرینان باید به کار گروهی علاقه داشته و کارها را تقسیم کنند و فرهنگ مشارکت و کار گروهی را در خود پرورش دهند. در سوره شوری، خداوند حکیم فرموده اند که نعمت‌های خود را برای کسانی قرار داده اند «که امر خدا را اطاعت و اجابت کردند و نماز بپا داشتند و کارهایشان را به مشورت با دیگران انجام دهند و از آنچه شکیبایی و عفو، پیشه می‌کنند، خصلت‌هایی که پر ارزش است و نشانه عزم در امور است. کارآفرینان حد و اندازه زیر دستانشان را می‌شناسند و آنان را با خود مقایسه نمی‌کنند. بنابراین بیش از توان و طاقت زیردستانشان به آن‌ها کار ارجاع ننموده و در غیر این صورت به یاری آنان می‌شتابند. هر چند که ممکن است کارآفرینی خلق و خوبی ذاتی نبوده و قابل یادگیری و رشد باشد، در هر صورت نعمتی است از جانب خداوند و روزی قرار داده شده برای انسان که باید از منافع آن نیازمندان جامعه نیز بهره‌مند شوند. برای کارآفرینان تذکری جدی در کلام خدا ذکر شده است؛ «هنگامی که انسانی را زبانی رسد ما را (برای حل مشکلش) می‌خواند، سپس هنگامی که از جانب خود به او نعمتی دهیم می‌گوید: این نعمت را بخاطر کاردانی خودم به من داده اند، ولی این وسیله آزمایش آن‌ها است، اما بیشترشان نمی‌دانند».

نتیجه‌گیری

اسلام با نگاهی همه‌جانبه به ساحت‌های مختلف انسان و تاکید آن بر کوشش و تلاش و خلق ارزش در بستر ارزش‌های وحیانی، با هدف خدمت به خلق و جلب رضایت حق تعالی، با

دیدگاه های صرف مادی گرایانه و اقتصادی فاصله می گیرد. این پژوهش با بررسی منابع مختلف و استخراج مفاهیم کلیدی در حوزه های مرتبط با کارآفرینی اسلامی، آن مفاهیم را در قالب تحلیلی کلان و الگوی چرخه ای ارائه می دهد.



منابع بررسی

اسحاقی، سید حسین (۱۳۸۹). کار و تلاش در فرهنگ اسلامی، تهران: انتشارات، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

- امامی، ابوالقاسم (۱۳۷۳)، **دیوان منسوب به علی (ع)**، تهران: انتشارات الزهرا (س).
پاینده، ابوالقاسم (۱۳۶۲)، **نهج الفصاحه**، تهران: انتشارات جاویدان.
تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۳۷۸)، **غررالحکم و دررالکلم**، ترجمه سید هاشم رسولی محلاتی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
توسلی، غلامعباس (۱۳۷۵)، **جامعه شناسی کار و شغل**، تهران: انتشارات سمت.
جعفری، محمد تقی (۱۳۷۶)، **ترجمه و تفسیر نهج البلاغه**، جلد چهارم، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
خنیفر، حسین (۱۳۸۶)، **کارآفرینی در نظام ارزشی**، قم: انتشارات اکرام.
خوزین، علی (۱۳۹۱)، **نوآوری و کارآفرینی از دیدگاه اسلام**، تهران: دومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، مهندسی و مدیریت نوآوری ایران.
دشتی، محمد (۱۳۸۲)، **نهج البلاغه**، قم: موسسه فرهنگی امیر المومنین.
دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۸۲)، **اخلاق اداری در نهج البلاغه**، تهران: انتشارات دریا.
سالارزاد، ملیتو، اس (۱۳۷۶)، **مقدمه ای به کارآفرینی و تحقیق و توسعه سازمان ها و بنگاه های کوچک**، با همکاری انستیتو صنایع کوچک دانشگاه فیپلین، ترجمه سیامک نطاق، تهران: انتشارات بصیر.
سالارزهی، حبیب ...، هاشمی، جلیل (۱۳۹۲)، **نقش ارزش ها و فرهنگ اسلامی در ترویج کارآفرینی و ایجاد توسعه**، تهران: همایش اقتصاد اسلامی و توسعه.
سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۵)، **اصول و مبانی کارآفرینی**، تهران: انتشارات کیا.
شیخ صدوق (۱۳۸۴)، **امالی**، ترجمه محمد باقر کمره ای، تهران: انتشارات کتابچی.
فلاح، محمدهادی (۱۳۸۹)، **کار و تلاش از نگاه اندیشمندان اسلامی**، تهران: انتشارات، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.
قمی، شیخ عباسی (۱۳۶۳)، **سفینه البحار**، تهران: انتشارات فراهانی.
کوراتکو، داند اف و هاجتس، ریچارد ام. (۱۳۸۱)، **نگرش معاصر بر کارآفرینی**، ترجمه ابراهیم عامل مهرابی، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
کلینی، محمدبن یعقوب (۱۳۶۲)، **اصول کافی**، جلد ۲، تهران: انتشارات سمت.
مجلسی، محمدباقر (۱۳۶۴)، **بحارالانوار**، ترجمه سید ابوالحسن موسوی همدانی، قم: انتشارات کتابخانه مسجد ولی عصر (ع).

مطهری، مرتضی (۱۳۸۱)، *احیای تفکر اسلام*، تهران: انتشارات صدرا.
مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، *تفسیر نمونه*، جلد ۲۲، تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
نعمانی، محمدبن ابراهیم (۱۳۶۳)، *کتاب الغیبه*، ترجمه جواد غفاری، قم: انتشارات کتابخانه صدوق.
هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۹)، *کارآفرینی و اخلاق اسلامی*، تهران: جهاد دانشگاهی.

ب) منابع عربی

سیوطی، جلال الدین (۱۴۰۱ق)، *جامع الصغیر*، بیروت: انتشارات دارالفکر.
طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۱)، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم: موسسه اسماعیلیان.
طبرسی، حسن بن فضل بن حسن (۱۳۷۹)، *اعلام الواری؛ اعلام الهدی*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
فیض کاشانی، ملامحسن (۱۳۵۰)، *محجه البیضافی تهذیب الاحیاء*، تصحیح و تعلیقه علی اکبر غفاری، قم: منشورات مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.

ج) منابع انگلیسی

- Chen, Jin; Zhu, Zhaohui & Anquan, Wang (2005), "A System Model for Corporate Entrepreneurship", **International Journal of Manpower**, vol. 26, no.6, pp. 529-543
- Hannafey, Francis T. (2003), "Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review", **Journal of Business Ethics**, No.46, pp.99-110.
- Hulbert, Carig (2002). "Entrepreneurship in Today's Power Industry", **World Energy**, vol.5, No.3, pp.157-160.
- Lin, Bou-Wen; Li, Po-Chien; Chen, Ja-Shen (2006), " Social Capital, Capabilities, and Entrepreneurial Strategies: a Study of Taiwanese High-tech New Ventures", **Technological Forecasting & Social Change**, No.73, pp.168-181
- Matlay, Harry (2005), "Viewpoint Researching Entrepreneurship and Education, Part1: what is Entrepreneurship and does it Matter?" **Education + Training**, vol. 47, no. 8/9, pp. 665-677.
- Mohanty, Sangram Keshari (2006), **Fundamentals of Entrepreneurship**, Second Printing, Prentic Hall of India private Limited, New Delhi.
- Morrison, Alison (2000), "Entrepreneurship: what Triggers it?" **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, vol.6, no.2, pp.59-71, MCB University Press.
- Nandan, H. (2007), **Fundamentals of Entrepreneurship**, Prentic-Hall of India Privat Limited, newDelhi.
- Wennekers, Sander; Thurik, Roy (1999), "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", **Small Business Economics**, No. 13: pp.27-55, 1999.

Zhao, Fang (2005). "Exploring the Synergy between Entrepreneurship and Innovation", **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, vol.11, no.1, pp.25-41

www.daneshnameh.roshd.ir/mavara/mavara-index.php

www.school-portal.co.uk/GroupHomepage.asp

www.englishbiz.co.uk/grammar/main_files/definitionsa-m.htm

www.darkwing.uoregon.edu/~mmoss/GLOSSARY.HTM

www.lancs.ac.uk/staff/mladww/fren233/233%20cinematic%20terms.doc

www.historycentral.com/Civics/I.html