

از کارآفرینی تا جان آفرینی

(قسمت اول)

جلیل صمدآقایی

سالهاست که بحث کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته مورد توجه دانشمندان، مسؤولین و مردم قرار گرفته و یکی از پرطرفدارترین رشته های دانشگاهی گردیده. اهمیت رفتار و ضرورت وجود کارآفرینان در بخشهای صنعت، تجارت و خدمات، چه در سازمانهای دولتی (انتفاعی و غیرانتفاعی) و چه در شرکتهای خصوصی به حدی جدی و حیاتی تشخیص داده شده است که حتی در مقاطع دبیرستان رشته کارآفرینی تدریس می شود. این ضرورت که عمدتاً ناشی از پیچیدگی، عدم اطمینان، پویایی و رقابتی شدن محیط است بخوبی در افزایش تعداد دانشگاههایی که رشته کارآفرینی را تدریس می کنند نمایان است. درحال حاضر دانشگاههایی وجود دارد که حتی تا چهارده رشته تحصیلی در زمینه کارآفرینی تدریس می کنند.

تا سال ۱۹۷۸	۱۳۰ دانشگاه
تا سال ۱۹۸۰	۱۶۳ دانشگاه
تا سال ۱۹۸۵	۲۵۳ دانشگاه
تا سال ۱۹۹۰	۵۰۰ دانشگاه

اهمیت کارآفرینی به آنجا رسیده است که بعضی از صاحبان کارآفرینی را یکی از عوامل تولید مانند سرمایه و کار (به غیر از نیروی انسانی) شناخته و از آن بعنوان موتور توسعه اقتصادی نام می برند. هر ساله کتب و مقالات زیادی در رابطه با کارآفرینی نوشته و سمینارها، کنفرانس ها و تحقیقات مختلفی درخصوص کارآفرینی، کارآفرینان

و سازمانهای کارآفرین و ... برگزار می گردد که همه بیانگر اهمیت و ضرورت کارآفرینی است.

کارآفرینی چیست؟

به طور کلی «کارآفرینی»^{*} علی رغم اینکه از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون مختلف زندگی انسان حضور داشته و مبنای تمامی تحولات و پیشرفت های بشری بوده است و علی رغم تعاریف زیاد و متنوع آن، هنوز مفهوم و ماهیت اصلی کارآفرینی شناخته شده نیست و نمی توان تعریف استاندارد و^(۱) جامع و مانعی از آن به دست داد.

مک کلند^(۲)؛ مشکل تعریف کارآفرینی و اختلاف نظرها در این مورد را ناشی از مغشوش شدن نقشها و موقعیتها می داند و معتقد است که رفتار کارآفرینانه را باید از رفتار کارآفرینان جدا دانست و چنانچه محققى بخواهد تنها از طریق پژوهش علمی رفتار کارآفرینان را بدون تحلیل ثوریک نسبت به آن شغل یعنی رفتار کارآفرینانه تعریف کند به مشکل برخورد می کند و یا اشتباه نتیجه می گیرد. وی برای روشن شدن موضوع می افزاید؛ متصدیان مشاغل ممکن است مطابق نقشی که برای آن شغل احتیاج است یا تعریف شده است، رفتار نکنند. مثلاً موقعیت یک رفتگر در یک اجتماع نقشی را تعریف می کند که عبارت است از «جمع آوری و حمل زباله»

اما در عمل چنانچه در رفتار رفتگران دیده شود که عده ای از آنان در طول ساعات کاری دوزبازی می کنند؛ و سپس اگر محققى بخواهد تنها از طریق آزمایش عملی، رفتار واقعی رفتگران را بدون تحلیل ثوریک نسبت به نقش مورد نیاز آن شغل تعریف کند، ممکن است این نتیجه را بگیرد که دوزبازی قسمتی از نقش آن شغل می باشد. بنابراین، یک استاد دانشگاه، یک سیاستمدار و یک فیزیکدان یا یک چاه کن می تواند رفتار کارآفرینانه داشته باشد، اگرچه در موقعیت و مقام یک کارآفرین هم

اهمیت کارآفرینی به آنجا رسیده است که بعضی از صاحبان کارآفرینی را یکی از عوامل تولید مانند سرمایه و کار (به غیر از نیروی انسانی) شناخته و از آن بعنوان موتور توسعه اقتصادی نام می برند.

* کارآفرینی واژه ای است نو که از معنی کلمه اش نمی توان به مفهوم واقعی آن پی برد. این واژه به جای کلمه Entrepreneurship به کار می رود که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبانها راه یافته است. (۱)

نباشد. همینطور کسی که در مقام و وضعیت کارآفرینی قرار دارد ممکن است رفتار کارآفرینانه‌ای نداشته باشد. او معتقد است، اگر فقط نقشها را در نظر بگیریم یعنی فقط رفتارهای کارآفرینانه را، بدون توجه به وضعیت آنها، در آنصورت کارآفرینی بسیار گسترده‌تر می‌شود و همه فعالیت‌های انسان را دربر می‌گیرد، چون همه فعالیت‌های انسان می‌تواند به روش کارآفرینانه به اجرا در آید، از شعر گفتن تا رهبری یک جنگ. وی اضافه می‌کند اگر بخواهیم همه محدوده زندگی بشر را بررسی کنیم، تعریف «کارآفرینی» بسیار مشکل خواهد بود، لذا، فقط متمرکز بر فعالیت‌های کسب و کاری می‌شود که بیشتر فهمیده می‌شود!! اگرچه در همین دایره نیز جوانب و انواع مختلف آن مثل خرید و فروش و تولید و ... کم و بیش مترادف و یکسان در نظر گرفته می‌شوند.^(۴)

در رابطه با ابهام و نقص یا ضرورت تعریف بهتری از کارآفرینی و کارآفرینان، صاحب‌نظران دیدگاهها و نظرات مختلفی را ابراز کرده‌اند که در جدول شماره (۱) نشان داده شده‌اند.

جدول شماره (۱): ابهامات و نظرات مغایر در رابطه با کارآفرینی و کارآفرینان^(۵)

نام صاحب نظر	نظرات
Richard C.Scott	۱- بعضی از چیزهایی را که در رابطه با کارآفرینی فکر می‌کردیم می‌دانیم، واقعا نمی‌دانیم ۲- علی‌رغم اهمیت کارآفرینی، پروسه کارآفرینی خیلی کم شناخته شده است
Carland A.Kent Donald L.Sexton Karl H.Vesper	۳- به دلیل اینکه جستجو درباره کارآفرینی به تازگی شروع شده است بعضی از مباحث بخوبی کاوش شده و بعضی کاملاً فراموش شده است. ۴- مشخصات کارآفرینان بیشتر نشانه هستند تا عامل و علت کارآفرینی آنها. ۵- چرا عده زیادی از افراد با وجود داشتن کلیه ویژگی‌های کارآفرینان، شغل و حرفه کارآفرینانه‌ای انتخاب نمی‌کنند؟!۱

Cole II.Arthur	۶- هنوز یک تعریف استاندارد از کارآفرینی نداریم.
Gasse, Yvon	۷- پیچیدگی زیاد جنبه‌های روانشناسی کارآفرینان باعث شده است که اغلب ویژگی‌های عمومی معرفی شده تاکنون، نتواند از اعتبار و ثبات کافی و دقیقی برخوردار گردد.
Geoffrey G.Meredith	۸- کارآفرینی فراتر از یک شغل و حرفه است: آن یک شیوه زندگی است.
Robert E.Nelson	
Philip A.Nech	
John Sawyer	۹- کارآفرینی نه تنها در واحدهای کسب و کار بلکه در سایر سازمانها و در همه
Livesay C.Harold	<p>وظایف و کارها می‌تواند دیده شود، از کارهای کاملاً نوآورانه گرفته تا کارهای کاملاً ساده</p> <p>۱۰- کارآفرینی به اندازه اقتصادی بودنش و یا بیشتر از آن شکل هنری دارد و همان‌اندازه تشریح آن مشکل است که بخواهیم مبدأ، روش و فضای مؤثر در یک کار هنری را تشریح کنیم.</p> <p>۱۱- دلیلی نمی‌بینم که توصیف و روشنگری یک حوزه از کارآفرینی (اقتصادی) بر حوزه‌های دیگر آن ارجحیت داشته باشد</p>
Schumpeter A.J	<p>۱۲- شک دارم که نزدیک به توفیق ارائه یک تئوری جامع درخصوص کارآفرینی و کارآفرینان باشیم.</p> <p>۱۳- سختی تشخیص کارآفرینان بخاطر عدم دقت در فعالیتهای آنان نیست بلکه بخاطر این است که اولاً، اشخاصی که واقعا درگیر کارهای کارآفرینانه می‌شوند سخت پیدا می‌شوند و دوماً، هیچکدام همواره کارآفرین نیستند و سوماً هیچکدام فقط کارآفرین نیستند</p>
McClelland C.D	<p>۱۴- اگر بخواهیم همه محدوده زندگی بشر را بررسی کنیم، تعریف کارآفرینی بسیار مشکل خواهد شد.</p> <p>۱۵- کارآفرینی همه فعالیتهای بشر را دربرمی‌گیرد، از شعرگفتن تا رهبری یک جنگ</p>
Edwin Harwood	۱۶- با تعریف (لیبرال) کارآفرینی، حتی لنین هم یک کارآفرین شناخته می‌شود
D.Sexton	۱۷- کارآفرینی یک مفهوم عملی است، ماهیتاً دارای ریشه تاریخی است و نمی‌توان آن را در نظریه خرد، نئوکلاسیک یا ایستای شرکت جای داد.
Peter F.Drucker	<p>۱۸- اشخاص زیادی را می‌شناسم که با وجود اینکه کارآفرین نیستند ولی دارای شخصیت کارآفرینانه‌ای هستند مثل بسیاری از فروشندگان، جراحان، روزنامه‌نگاران، دانشمندان یا حتی موزیسین‌ها و ...</p> <p>- امروزه ابهام و پریشانی زیادی در تعریف کاملی از کارآفرینی وجود دارد.</p>

با توجه به توضیحات فوق و جدول شماره (۱) تعدادی از مهمترین و معروفترین تعاریف کارآفرینی بشرح ذیل ارائه می‌گردد:

کارآفرینی عبارت است از:
- پروسه ایجاد ثروت^(۶)

- مرکز کنترل (افرادی که وقایع پیش‌آمده برای خود را معلول رفتار خویش می‌دانند).
- نوآوری، خلاقیت، ایده‌سازی
- اعتماد به نفس
- پشتکار زیاد
- داشتن دورنما

۸- ظرفیت بالایی در رویارویی با ابهام دارند.^(۱۲)
۹- توانایی بالایی در تشخیص الگوها دارند.
۱۰- انعطاف پذیرند.
۱۱- صفت بارزشان داشتن دورنماست^(۱۵)
۱۲- دائماً در جستجوی اطلاعات هستند.^(۱۶)

۱۳- تحقیقات بازاریشان را خودشان انجام می‌دهند (بصیرانه).

۱۴- اغلب ارتباطات غیررسمی و مخالف سلسله مراتب سازمانی برقرار می‌کنند.
۱۵- نمی‌توانند به راحتی از کنار مسایل و مشکلاتی که می‌بینند بگذرند، چون حلال مسایل هستند.^(۱۷)

۱۶- قاطعیت: هیچوقت در کارهایشان امروز و فردا نمی‌کنند، بسرعت تصمیم‌گیری می‌کنند، سرعت عامل کلیدی موفقیتشان است.

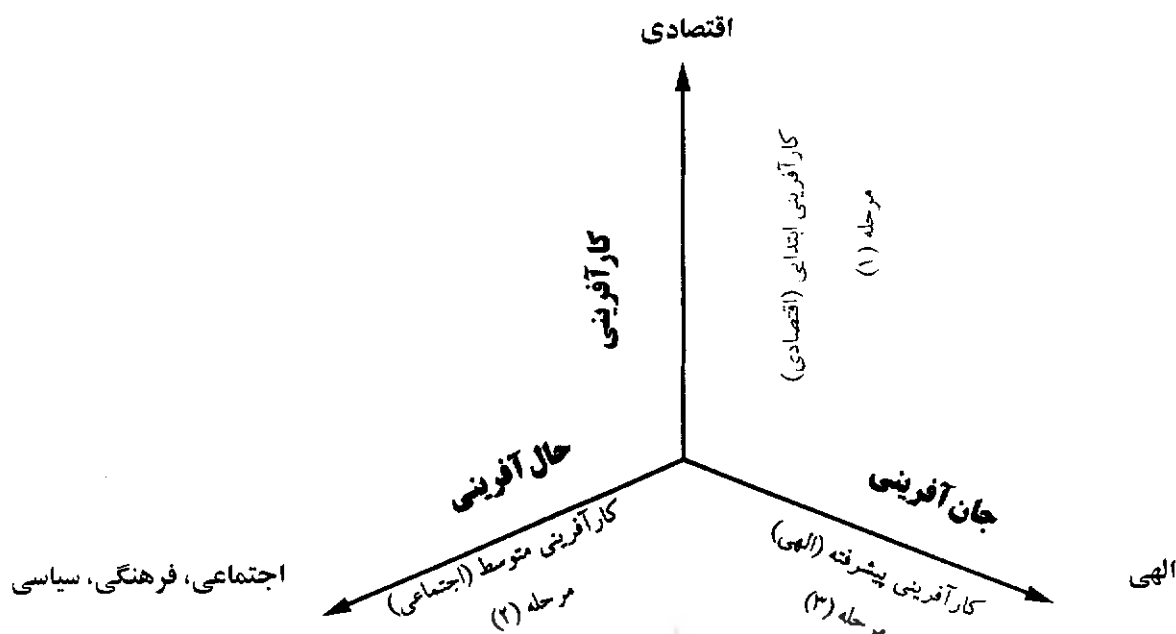
اگر کارآفرینان اعتبار مالی خود را و حال آفرینان موقعیت و جایگاه اجتماعی خود را بخطر می‌اندازند تا به مسقاصد خود برسند، جان آفرینان جان خود را بخطر می‌اندازند تا دیگری جان بگیرد.

اگر کمال‌جویی در بُعد سیاسی فعال گردد، فرد تمام قوا و ویژگیهای خود را در خدمت اجتماع به کار می‌گیرد تا جامعه را متحرک، متحول و متکامل سازد

کارآفرین، ناخودآگاه، با ارضای کمال‌جویی اقتصادی خود می‌خواهد کمال‌جویی حقیقی و فطری خود را که رسیدن به کمال کمالهاست تحریک و ارضا نماید.

- فرصت‌گرا (بیشتر در جستجوی فرصتها هستند تا تهدیدات)
- نتیجه‌گرا
- اهل عمل
- آینده‌گرا (هر چیزی که در گذشته بوده به این معنی نیست که نمی‌تواند در آینده باشد و هر چیزی که در گذشته بوده به این معنی نیست که باید باقی بماند).
از آنجایی که بعضی از محققین ویژگیهای کارآفرینان را از ابعاد و دیدگاههای جدید و مختلفی بررسی نموده‌اند، تعدادی از آنها بصورت خلاصه ارائه می‌گردد:
۱- آنها هر زمان که احتیاج باشد، قواعد و قوانین را زیرپا می‌گذارند.
۲- آنها به وسیله قدردانی از دیگران، سایرین را به پروژه خود پیوند می‌زنند.^(۱۳)
۳- خیلی راحت نتیجه اعمال خود را می‌پذیرند.
۴- هدف‌گرا هستند
۵- وظایف قابل‌سنجش را ترجیح می‌دهند (علاقه‌مندند اعمال خود را با دیگران بسنجند)
۶- پول را معیاری برای سنجش میزان موفقیت خود می‌دانند.
۷- خود محورند.

- پروسه تخریب خلاق^(۷) "Creative destruction"
- پروسه هدایت به «خلق سازمان جدید، بدون توجه به نوع و پتانسیل سازمان»^(۸)
- توسعه موقعیتها و اقدامات ریسکی نوآور، چه در سازمانی که قبلاً تأسیس شده و چه به صورت آزاد و مستقل.^(۹)
- روش اداره‌ای است که، فرصتها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل‌کنترل فعلی، تعقیب می‌کند.^(۱۰)
- وظایف، فعالیتها و اعمالی که برای به تحقق رساندن فرصت شناخته شده و ایجاد سازمانی مناسب آن، کمک می‌کند.^(۱۱)
- کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است: آن یک شیوه زندگی است.^(۱۲)
از آنجایی که در ادامه بحث بر ویژگیهای کارآفرینان تکیه زیادی می‌شود، لازم است ویژگیهای روانشناختی آنان را بطور مختصر شرح دهیم. بطور کلی تا به حال ویژگیهای زیادی در خصوص کارآفرینان در تحقیقات مختلف معرفی شده است، اما وجوه مشترک آنها عبارتند از:
- ریسک‌پذیری (ریسک‌های متوسط و حساب شده)
- نیاز به توفیق



که اگر در بُعد اقتصادی فعال گردد او را کارآفرین کرده و برای رسیدن سریع تر به مقصد، وی را به پذیرش ریسکهای کاری حساب شده و متوسط تشویق می نماید.* دایما^{۲۵} برای ادامه کار و مقابله با مشکلات به او نیرو و انرژی می بخشد. عشق رسیدن به کمال اقتصادی است که او را برمی انگیزد تا دایما^{۲۶} در جستجو و کشف و بهره برداری از فرصتهای تازه کسب و کار و عامل کلیدی موفقیت باشد. زمانی عامل کلیدی موفقیتهای اقتصادی را در تولید بیشتر (تولید گرایی) و زمانی در فروش بیشتر (فروش گرایی) و سپس در بازار گرایی و

* از ریسکهای افراطی بخاطر ترس از رسیدن به مقصد (کمال اقتصادی) و از کارهای معمولی و کم ریسک بخاطر دیر رسیدن به مقصد، گریزان است. لذا، کارهای با ریسک متوسط برای او جاذبه بیشتری دارد.

۲۵- ترجیح عدم سلسله مراتب در مقابل سلسله مراتب.
 ۲۶- تمایل به کنترل سهلگیر در مقابل کنترل سختگیر.^(۲۲)
 ۲۷- قادرند خشنودی و سربلندیشان را به تعویق بیندازند.^(۲۳)
 حال با توجه به مطالب فوق بینیم جان آفرینی یعنی چه و چه ارتباطی با کارآفرینی دارد. همانطور که مک کلند اشاره کرده است، کارآفرینی دارای جوهره ای است بسیار گسترده که به تعبیر ما می تواند در ابعاد مختلف فعال گردد. همانطور که در شکل نشان داده شده است، اگر در بُعد اقتصادی فعال گردد، فرد را کارآفرین می کند. اما آن جوهره چیزی نیست جز بالاترین و باارزش ترین نعمت و امانت الهی در فطرت انسان برای خلیفه الله شدن، یعنی «کمال جویی». این کمال جویی انسان است

۱۷- کننده (deor) : وقتی تصمیم به انجام کاری می گیرند، بلافاصله و در اولین فرصت ممکن آنرا اجرا می کنند.^(۱۸)
 ۱۸- در کسب اطلاعات، برنامه ریزی، ارزشیابی رقبا و بویژه عاملهای برون سازمانی (محیطی) پیشگام هستند.^(۱۹)
 ۱۹- ثبات و استحکام کامل در مقابل هیجانات.
 ۲۰- واقع بین، نتیجه گرا، وفادار به عهد و پیمان، و صادق.
 ۲۱- توانایی فوق العاده در تصور و توانایی دیدن روابط اجزا در وضعیت های پیچیده دارند.
 ۲۲- توانایی شناخت سریع و روشن شقوق مختلف مسئله.^(۲۰)
 ۲۳- امید به موفقیتشان بیشتر از ترس از شکستشان است.^(۲۱)
 ۲۴- فرصت گرا (در مقابل تهدیدگرایی).

امروزه در بازاریابی اجتماعی تشخیص داده و تمام نیروهای خود را از جمله مهمترین آنها یعنی نوآوری را در خدمت آن به کار می‌گیرد. شاید تا بحال دو شبهه یا دو سوال در ذهن خوانندگان محترم ایجاد شده باشد که اولی را در همینجا و دومی را در ادامه

مطلب توضیح خواهم داد. ۱- کمال اقتصادی چیست؟ ۲- چطور می‌شود که کمال جویی در یک فرد در بُعد اقتصادی و در دیگری مثلاً در بُعد فرهنگی یا سیاسی فعال گردد؟

منظور از کمال اقتصادی یا مقصد یادشده پول پرستی و ثروت اندوزی نیست، چون کارآفرینان بدنبال کسب و جمع‌آوری پول زیاد نبوده، بلکه پول برای آنان ملاکی برای سنجش موفقیت می‌باشد. به عبارتی پول وسیله است نه هدف.

کارآفرین، ناخودآگاه، با ارضای کمال‌جویی اقتصادی خود می‌خواهد کمال‌جویی حقیقی و فطری خود را که رسیدن به کمال کمالهاست تحریک و ارضا نماید. همچون مجنون که وقتی به لیلی رسید تازه متوجه شد که در واقع دنبال چیز دیگری بوده است.

گمان کردی که من لیلی پرستم
من از لیلی، لیلای لیلی پرستم
از آنجایی که کمال‌جویی اقتصادی بویی
از کمال‌جویی حقیقی، فطری و
مقدس انسان بوده است، کارآفرینان
نیز به انسانیت و کمال حقیقی انسان

● اگر کارآفرین سعی می‌کند از طریق ارائه کالاها و خدمات جدید، نیازهای مادی و رفاهی مشتری را تأمین کند و خود نیز از آن منتفع و احساس رضایت کند، حال آفرین سعی می‌کند از طریق ارائه خدمات و کوششهای خاصی مثل هنر، روشنگری، رهبری فکری و ... نسبیتهای معنوی مردم را تحریک، ارتقا و ارضا نماید و خود نیز به کمال فرهنگی موردنظر و جایگاه اجتماعی مطلوبش برسد.

● اگر کارآفرین نوآوری‌های مادی خود را در اختیار مشتری می‌گذارد و اسمو حال آفرین نویینی‌های خود را به مردم انتقال می‌دهد، جان آفرین مردم را نو می‌کند، مردم را زنده می‌کند. در واقع به مردم جانی می‌دهد تا خود سراپا نو شوند.

● یک استاد دانشگاه، یک سیاستمدار و یک فیزیکدان یا یک چاه‌کن می‌توانند رفتار کارآفرینانه داشته باشند، اگرچه در مسوومیت و مسقام یک کارآفرین هم نباشند.

نزدیک‌تر می‌باشند. دلیل این ادعا بعضی از ویژگیهای آنهاست از قبیل: خلوص، صداقت، امانت‌داری، واقع‌بینی، وفاداری به عهد و پیمان، مرکز کنترل درونی و صراحت.

اما اگر آن جوهره یعنی کمال جویی در بُعد اجتماعی - فرهنگی فعال گردد، فرد به تعبیر ما حال آفرین می‌شود و تمام قوا و ویژگیهای خود را در خدمت اجتماع به کار می‌گیرد تا جامعه را متحرک، متحول و متکامل سازد. اگر کارآفرین سعی می‌کند از طریق ارائه کالاها و خدمات جدید، نیازهای مادی و رفاهی مشتری را تأمین کند و خود نیز از آن منتفع و احساس رضایت کند، حال آفرین سعی می‌کند از طریق ارائه خدمات و کوششهای خاصی مثل هنر، روشنگری، رهبری فکری و ... نیازهای معنوی مردم را تحریک، ارتقا و ارضا نماید و خود نیز به کمال فرهنگی موردنظر و جایگاه اجتماعی مطلوبش برسد. اگر قبلاً مشتری‌گرا بود حالا مردم‌گرا می‌شود و اگر قبلاً از طریق نوآوری‌های مادی، مشتری را به خوشبختی، رضایت و رفاه دعوت می‌کرد حالا در جستجو، کشف و رفع ناهنجاریها، نارسایی‌ها و پیش‌فرضهای غلط ارزشها و باورهای (فرهنگ) اجتماع بوده و سعی می‌کنند به اشکال و روشهای مختلف، یافته‌های خود را به جامعه منتقل نمایند. اما به این رسالت و اصالت خود تا جایی متعهد و پایبند هستند که خطر جانی آنها را تهدید نکنند. به همین ترتیب اگر کمال‌جویی در بُعد سیاسی فعال گردد، فرد تمام قوا و ویژگیهای خود را در خدمت اجتماع به کار می‌گیرد تا جامعه را متحرک، متحول و متکامل سازد ولی بیشتر متمرکز بر طرق سیاسی است. لذا می‌توان بُعد

سیاسی را در بعد اجتماعی مستتر دانست. اینجا نیز فرق بسیاری است بین یک سیاستمداری که برای اهداف و امیال فردی و نفسانی بدنبال قدرت است با یک سیاستمداری که قدرت را وسیله‌ای برای اهداف خیرخواهانه و فرهنگی در اختیار

**چنانچه کمال جویی
انسان در بُعد الهی فعال
گردد و به تعبیر ما شیعیان
در بستر حقیقی خود به
جریان افتد فرد
جان آفرین می شود و
تمام قوا و ویژگیهای خود
را در خدمت به خدا و
جان بخشیدن به
خلیفه اش به کار می گیرد.**

می‌گیرد. بطور کلی می‌توان گفت که کمال‌جویی (جوهره) به مثابه موتور است که اگر به روی شاسی قایقی بسته شود از آن در جابجایی روی سطح آب می‌توان استفاده کرد و اگر به روی شاسی زیردریایی بسته شود، می‌توان از آن در جابجایی در اعماق آب استفاده کرد و چنانچه بر روی شاسی هواپیما بسته شود در جابجایی در فضا می‌توان استفاده نمود. از آنجایی که انسان به همه این جابجایی‌ها احتیاج دارد، لذا خداوند منان این موتور را آنچنان همه‌منظوره آفریده است که جوابگوی تمام احتیاجات بشر باشد. اما انسان ممکن است نداند این موتوری که در اختیار دارد چه

قابلیت‌هایی دارد و یا نخواهد از همه آن قابلیت‌ها استفاده کند و یا اینکه فرهنگ و قوانین و سیاست جامعه‌اش اجازه استفاده از بعضی قابلیت‌های موتور را به او ندهد. لذا می‌توانیم در جوامع مختلف مدلهای یا الگوهای مختلفی از توزیع کمال‌جویی در ابعاد مختلف (اقتصادی - سیاسی - اجتماعی فرهنگی) را مشاهده کنیم. همانطور که در شکل ارایه شده مشاهده می‌شود کشور یا جامعه «الف» موتور خود را بیشتر روی شاسی اقتصادی و سیاسی سوار کرده است، درحالی که کشور «ب» کمال‌جویی افراد جامعه را بیشتر در ابعاد فرهنگی و اجتماعی فعال گردانده است. بنابراین شاید بتوان نتیجه گرفت که ایدئولوژی و جهان‌بینی جوامع الگویی کمال‌جویی هر جامعه‌ای را پایه‌ریزی می‌کند.

شاید جواب سوال دوم که در قسمت قبل مطرح گردید اینجا داده شده باشد. بدین ترتیب که از یک طرف عوامل محیطی مثل قوانین و فرهنگ و ... و از طرف دیگر ایدئولوژی و جهان‌بینی و از جهت دیگر ویژگیهای روانشناختی و جمعیت‌شناختی، مجموعاً باعث می‌شود که کمال‌جویی در افراد مختلف در ابعاد متفاوت فعال گردد.

اما چنانچه کمال‌جویی انسان در بُعد الهی فعال گردد و به تعبیر ما شیعیان در بستر حقیقی خود به جریان افتد فرد جان‌آفرین می‌شود و تمام قوا و ویژگیهای خود را در خدمت به خدا و جان بخشیدن به خلیفه‌اش به کار می‌گیرد. قاعدتاً به این ترتیب هم حال آفرینی و هم کارآفرینی او باید فعال گردد.

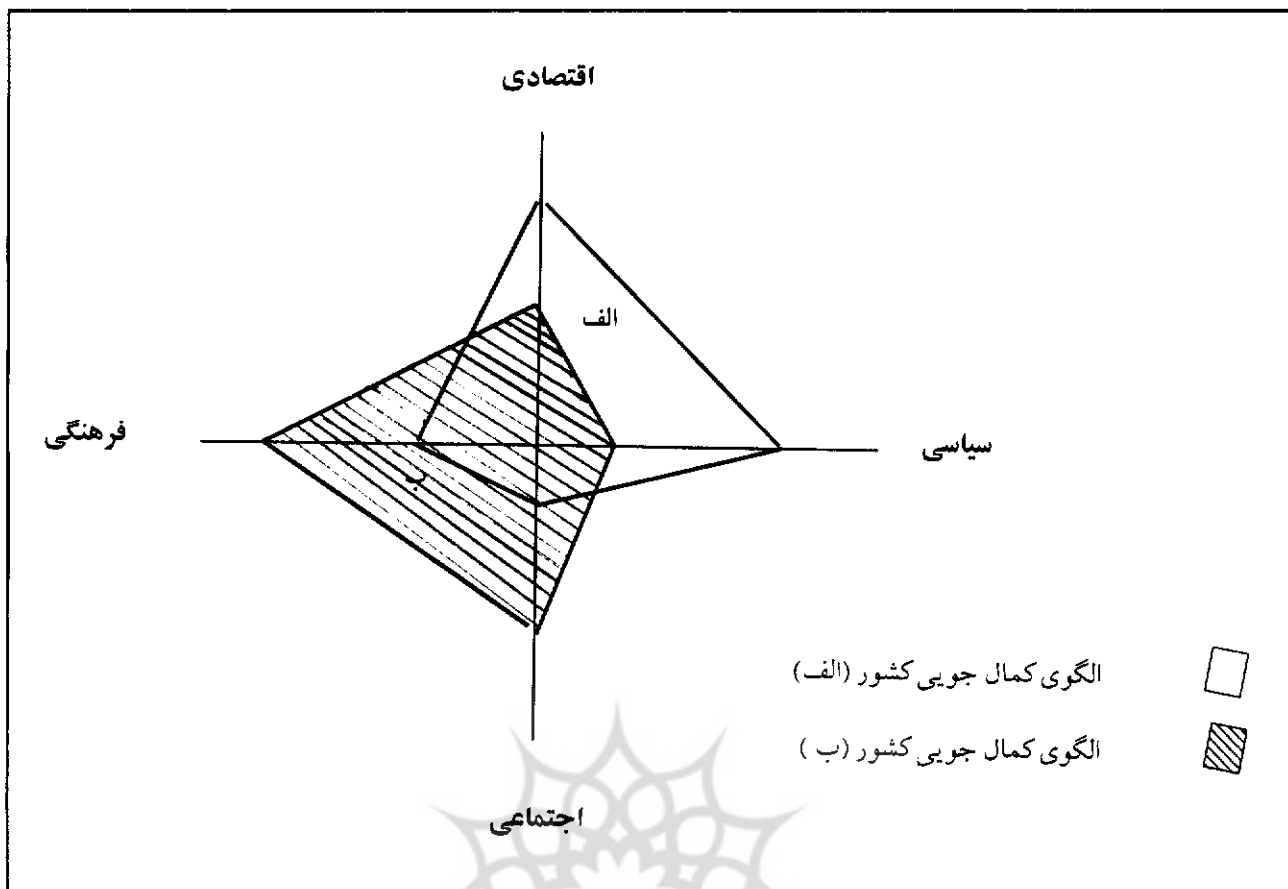
اما برای روشن‌تر شدن چگونگی آن و

تفاوتش با فعال‌شدن‌های قبلی، توضیح کوتاهی لازم است: در این حالت، جان‌آفرین هم مشتری‌گراست و هم مردم‌گرا، اما مشتری یا مردم یا فرزندش فرق نمی‌کند. همه را مثل جان خود دوست دارد چون همه را اعضای یک پیکر می‌داند. اما آنجایی که بین مردم (فرزند یا مشتری) و حکم خدا باید یکی را انتخاب نماید، همه را فدای حکم خدا می‌کند. همچنانکه در مورد مال، فرزند، دوست، دشمن، همشهری، بزرگتر، کوچکتر و... می‌کند.

به جهان خرم از آنم که جهان خرم از اوست
عاشقم بر همه عالم که همه عالم از اوست

**کمال جویی انسان اگر
در بُعد اقتصادی فعال
گردد او را کارآفرین
کرده و برای رسیدن
سریع‌تر به مقصد، وی
را به پذیرش ریسکهای
کاری حساب شده و
متوسط تشویق
می‌نماید.**

اگر کارآفرین نوآوری‌های مادی خود را در اختیار مشتری می‌گذارد و اگر حال آفرین نوبینی‌های خود را به مردم انتقال می‌دهد، جان‌آفرین مردم را نو می‌کند، مردم را زنده می‌کند. در واقع به مردم جانی می‌دهد تا خود سراپا نو شوند. آنها را در سرچشمه و



جان بگیرد. اگر پول معیار سنجش، میزان موفقیت کارآفرینان، و استقبال مردم معیار حال آفرینان است، قرب الهی و مقبول افتادن نزد خداوند معیار سنجش موفقیت جان آفرینان است.

«ادامه دارد»

آدمی در عالم خاکی نمی آید به دست عالمی دیگر بیاید ساخت و ز نو آدمی اگر کارآفرینان اعتبار مالی خود را و حال آفرینان موقعیت و جایگاه اجتماعی خود را بخطر می اندازند تا به مقاصد خود برسند، جان آفرینان جان خود را بخطر می اندازند یا بهتر است بگوییم جان خود را در طبق اخلاص قرار می دهند تا دیگری

منبع نویی و اقبانوس تازگی غرق می کند تا برای همیشه از بند کهنگی فارغ آیند. تازگی و جنبش طویبست این همچو جنبشهای خلقان نیست این

سبزه گردی تازه گردی در نوی گرتو خاک اسب جبریلی شوی

مقایسه تطبیقی سه مرحله یا سه نوع کارآفرینی

ابعاد	کار آفرین	حال آفرین	جان آفرین
محور توجه	مشتری	مردم	خدا
نوآوری	نوآوری (محصول)	نویینی (ذهنی و معنوی)	نو شدن
ریسک	مالی	عاطفی - روانی	جانی
معیار موفقیت	پول	استقبال و حمایت مردم	قرب الهی
هدف	خوشبختی، رضایت و رفاه/مشتری	سعادت، سکینه قلبی و غنا/مردم	رضایت خدا

پی نوشتها:

- ۱- نبی نیان، محمدصادق؛ کارآفرینی؛ موسسه کار و تامین اجتماعی، ۱۳۷۱
- 2- Cole H.Arthur, in Calvin A.Kent,Donald L.Sexton,Kart H.Vesper, *Encyclopedia of entrepreneurship*; Englewoodcliff;N.J. Prentice-Hall, 1995,p10
- 3- McClelland
- 4- McClelland C.David; *The achieving society*; D.van nostrand Co; 1961
- ۵- منبع ردیف ۸: نبی نیان، محمدصادق؛ کارآفرینی؛ موسسه کار و تامین اجتماعی، ۱۳۷۱
منبع ردیف‌های ۱۴ و ۱۵: McClelland C.David; *The achieving society*; D.van nostrand Co; 1961
منبع سایر ردیف‌ها: Calvin A.Kent,Donald L.Sexton,Kart H.Vesper; *Encyclopedia of entrepreneurship*; Englewood Cliff,N.J.; Prentice - Hall,1982,p xxvlll, xxlx, 2,3,4,11,13,93,264.
- 6- Jeffrey R.cornwall,Baron Perlman; *organizational entrepreneurship*; Irwin,1989.
- 7- Igor Touline,IMEMO, in *international perspectivees on entrepreneurship research*; first annual global conference on entrepreneurship held at imperial college, London,1991; Elsevier science publishers B.V.;1992.
- 8- Nigel Nicholson; *Encyclopedic dictionary of organizational bahaviour*; Black well publishers, LTD.1995.
- 9- ibid
- 10- William A.Sahlman, Howard H.Stevenson; *The entrepreneurial venture*; Harvard Business school;1991.
- 11- William D.Bygrave; *Portable MBA in entrepreneurship*; Bygrave;1994
- ۱۲- نبی نیان، محمدصادق؛ کارآفرینی؛ موسسه کار و تامین اجتماعی، ۱۳۷۱
- 13- Jacobs A.Bruce; "An entrepreneurial organization man"; Industry week FEB/1983, Vol 216 n 3, pp 34-36.
- 14- Osborne L.Richard; "The essence of entrepreneurial success"; Management desision; 1995. Vol 33 n7,pp 4-9
- 15- Michael E.Gerber; *The E myth*; 1985.
- 16- M.S.S.EL Namaki; "Encouraging entrepreneurs in developing countries"; Long rang planning; Vol 21,n4,1988
- 17- Jeffrey R.cornwall,Baron Perlman; *organizational entrepreneurship*; Irwin,1989.
- 18- William D.Bygrave; *Portable MBA in entrepreneurship*; 1994
- ۱۹- زمردیان، اصغر؛ مدیریت تحول؛ سازمان مدیریت صنعتی؛ ج ۱: تهران ۱۳۷۳
- 20- George G.Eddy,Kenneth W.Olm; *entrepreneurship & venture*;1985.
- 21- John W.Atkinson,Noeman T.Feather; *A theory of achievement motivation*; John Wiley & sons,Inc.1966.
- 22- Lau-Theresa; Chan-K-F." The incident method - an alternative way studying entrepreneurial behaviour"; IBAR; 1994;Vol.15,pp 46-61.
- 23- Robinson Sue; "How parents can kill or create the entrepreneurial spirit"; Rydge's; APR/1986, Vol 59 n4,pp 20-23