

## داستان کارآفرینان ایرانی در ایالات متحده ی آمریکا

تأثیر اخلاقی و انسجام اجتماعی یا سخت‌کوشی گروهی فرهیخته

مؤلف: کرامت پورسلطان - دانشگاه ایالتی فراستبورگ

مترجم: ته‌میننه مولانا

## چکیده

کارآفرینان ایرانی ابتدا در مناطق کالیفرنیا، نیویورک-نیوجرسی، تگزاس، و واشنگتن تمرکز یافته‌اند. به سهولت می‌توان آن‌ها را در هر زمینه از کسب و کار پیدا کرد. خصیصه‌ی عمده‌ی این صاحبان کسب و کار تحصیلات عالی آن‌ها می‌باشد. این کارآفرینان از اجتماعات آئینی و اتکای زیاد بر ایرانیان به عنوان مشتری اصلی شان همواره پرهیز کرده‌اند.

## مقدمه

## مصدق خود اشتغالی در ایالات متحده چیست؟

پژوهشگران مختلف، طیفی از استدلالات را بیان کرده‌اند. ما داستان کارآفرینان ایرانی در ایالات متحده را با مروری بر مطبوعات و نوشتجات آغاز می‌کنیم.

ایوان لایت در ۱۹۸۷، معضلاتی از جمله استثماری که مهاجرین در بازارهای کار وسیع‌تر با آن مواجه هستند را عامل سوق دادن این افراد را به خوداشتغالی دانست. پورترس و باج (کارآفرینان مهاجر در ۱۹۸۵)، وازگان جدید 'اجتماع آئینی' را ابداع نمودند. این مدل براساس پژوهشی پیرامون مهاجرین کوبایی در میامی شکل گرفت. براین مبنا ویژگی‌های مختلفی از 'اجتماع قومی'، من جمله تمرکز جغرافیایی، شبکه‌های مستقل روابط اجتماعی و کاری، و طبقه‌ی نسبتاً خیره‌ی کارگری تصریح شد. اینگونه اجتماعات قومی در قالب یک محیط جانشین برای مهاجرین، عمل کرده و در عین حال همکاری با کشور میزبان را از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و میسر ساختن اجتماعات تسهیل می‌نماید.

راجر والدینگر<sup>۲</sup> و همکاران (۱۹۹۰) حذف این واژه را خواستار شدند. آن‌ها عقیده داشتند که بخشی از اقتضای کارآفرینی حاصل شرایط غالب در بازار و بخشی دیگر حاصل امکان پذیرگی تملک آن دسته از کسب و کارها برای مهاجرین می‌باشد. برخی فرصت‌ها نظیر: تهیه‌ی غذا، روزنامه، ایسه و هر کالایی خاص فرهنگ کشورخاستگاه بسیارمهم‌ها هستند. لذا به منظور رشد، فراتر از این محدوده، بسط دامنه‌ی کسب و کار مهاجرین امری اجتناب‌ناپذیر است. آن‌ها عموماً بهتر از پیش بینی‌ها را عمل می‌کنند. مدل ارائه شده توسط والدینگر به دلیل برخورداری از چهاررکن متمایز، تبدیل به یک نمونه شاخص شد:

کسب و کار مهاجرین اغلب به بازارهای اعتنا نشده مایل می‌گردد، این افراد به دنبال تشکیل نگاه‌هایی هستند که کمترین هزینه‌ی راه اندازی و صرفه‌جویی‌های مقیاس را در برداشته باشد، و زمانی که تقاضا متغیر و بی ثبات است، به تامین کالاها می‌پردازند. تمامی این فاکتورها در مورد کارآفرینان کره‌ای در شیکاگو صدق می‌کنند. به نظریه رسد خصیصه دیگر این کارآفرینان همبستگی اجتماعی باشد. در ۱۹۹۵ به کوشش پاتریشیا پسا<sup>۳</sup> پژوهشی بر مهاجرین اسپانیایی در واشنگتن انجام شد و مشخص گردید که همبستگی آئینی نه فراگیرنده است و نه لزوماً مطلوب مهاجرین. درباره‌ی تمرکز در بعضی ایالت‌های خاص، پژوهشی منسوب به اندرو یونگرت<sup>۴</sup> (۱۹۹۵) به طرح این مضمون منجر شد که: ایالاتی با نظام نام‌های مالیاتی تصاعدی، جهت خوداشتغالی مساعدترند. این بدین دلیل است که شانس‌های طفره از مالیات، به وفور وجود دارند. همچنین مهاجرین از کشورهایی که نرخ بالای خوداشتغالی را دارا باشند در ایالات متحده نیز از سطح میانگین، نرخ بالاتری از خوداشتغالی را به خود اختصاص می‌دهند. علت آن هم مستقیماً یا میزان تجربه‌ی آنان در عملکرد کسب و کار مرتبط می‌باشد. پژوهش یونگرت استنتاج کرد که این دو عامل موجب پیدایش رقم ۶۲ درصدی خوداشتغالی قشر مهاجر است. نقصان کارآفرینی مهاجر به شرح ذیل است: همبستگی آئینی، آنگونه که برخی محققین انگاشته‌اند، می‌تواند محدودیت‌زا و متعصبانه باشد. مبادلات غیررسمی گروه‌های مهاجرین گاه مشخصاً غیرقانونی است. نزد بعضی از منسوبین، خانواده ملزم می‌شود تا مثلاً فروشگاه را ۲۴ ساعت باز نگه دارد، ناعادلانه و به نوعی استثمار به نظر می‌رسد. مسئله‌ی خوداشتغالی مهاجرین بیش از اینکه نردبانی برای صعود باشد نوعی قایق نجات به شمار می‌رود، به این معنا که بیشتر یک استراتژی بقا است تا موفقیت اجتماعی - اقتصادی (کارآفرینان مهاجر، ۱۹۹۷).

## اهداف تحقیق

نکات متعدد ذکر شده در مقاله، چهارچوب فکری این تحقیق را تشکیل می‌دهد. این نکات به شرح زیر می‌باشند: الف) اجتماعات بومی - تمرکز جغرافیایی، شبکه‌های مستقل ب) خوداشتغالی باهدف بقا و نه ترقی

ج) پس‌زمینه‌ی خوداشتغالی در سرزمین مبدأ  
د) همبستگی اجتماعی. من به اینکه چگونه این عوامل می‌تواند با جایگاه کارآفرینان ایرانی در ایالات متحده آمریکا مرتبط باشد علاقمند شدم. جهت پی بردن به اینکه آیا کارآفرینان مذکور در این چهارچوب قرار می‌گیرند، اهداف زیر را تعریف نمودم:

- ۱- اندازه‌ی این بنگاه‌ها، تعداد افراد مشغول به کار در آن‌ها، و تمرکز جغرافیایی آن‌ها.
- ۲- نوع کسب و کار، تاریخ تاسیس، و دلایل آغاز به کار.
- ۳- میزان تحصیلات بانین بنگاه‌ها، و برخورداری از آموزش‌های مرتبط با کسب و کار.
- ۴- فضای رقابت برای این موسسات.

در بخش تحلیل، پس از مروری کلی، قصد داریم مباحثه‌ی پیرامون اهداف در چهارخوشه‌ی بازتاب چهارچوب فکری داشته باشیم.

تعریف من از تعریف لاندینگر، مور، ویتی<sup>۵</sup> (۲۰۰۰) اقتباس کرده‌ام. آن‌ها کارآفرینان را در قالب مدیران صاحب کار فعال توصیف کرده، و اعضای نسل دومی از کسب و کار خانوادگی (موروثی) و نیز مدیران صاحب کار که سهم بنیانگذاران موسسات موجود را به تملک در می‌آورند را در تعریف گنجانده‌اند. با توجه به این تعریف، شخص می‌تواند یک بنگاه را واحدی حتی مرکب از یک نفر فرض کند که راه اندازی آن به سهولت مقدور است و یا تا ۱۰۰ نفر را به استخدام در آورد. آنچه این موسسات را به طور جدی از واحدهای بزرگ تر متفاوت می‌سازد ساختار و عملکردشان است.

اسلوب شناسی دشوارترین بخش تحقیق گردآوری فهرست بنگاه‌های اقتصادی، صاحبان و آدرس‌های مربوطه بود و در ریخ از یک بانک مشتمل بر اطلاعات ضروری، که آن هم در این فرآیند ناگزیر باید تهیه می‌شد. من بسیاری کتاب‌های راهنما، تلفن آگهی‌های روزنامه‌ها و مجلات محلی و منطقه‌ای جستجو کردم. حتی کارت‌های ویزیت ضمیمه شده به بولتن‌ها و آگهی‌های کوچک را از قلم نینانداختم. نهایتاً، فهرستی از حدود ۱۲۰۰۰ کسب و کار را فراهم نمودم. از این فهرست، تقریباً ۱۰۰۰۰ نام و آدرس متعلق به حرفه‌هایی که من به دنبالشان نبودم باطل شدند. میان آن‌ها پزشکان، دندانپزشکان، داروسازان، حقوقدانان، اصحاب رسانه و موسسات خیریه وجود داشتند. در کل، ۲۰۶۰ آدرس کسب و کار باقی ماندند که در ۴۸ ایالت پراکنده شده بودند. اما یک نام / آدرس کسب و کار را نتوانستم به عنوان ایرانی صاحب کسب و کار در آلاسکا و هاوایی ردیابی کنم. براساس یک پژوهش جامع در خصوص مهاجرین و کارآفرینان مهاجر، پرشننامه‌ی دقیق به زبان فارسی تدوین نمودم. پیش‌آزمونی برای پرسشنامه‌ی مذکور میان انجمن‌های فارسی زبان، و بعضی صاحبان کسب و کار در منطقه‌ی راکویل، ایالت مریلند ترتیب دادم. برای سال جدید ایرانی مقارن با ۱۹۹۸ یک نامه‌ی عمومی به انضمام یک پرسشنامه (مشتمل بر چهل پرسش اصلی) به صاحبان ۲۰۶۰ موسسه ارسال نمودم. به همراه پرسشنامه، پاکتی که هزینه‌ی پست آن پیشاپیش پرداخت شده بود در نامه قرار دادم. علت اصلی من جهت آماده کردن پرسشنامه، آن هم به فارسی، حذف نام‌های غیرایرانی بود که اشتباه‌آورد بانک اطلاعاتی گردیده بود.

فرض من بر این بود که یک غیرایرانی قادر به خواندن پرسشنامه نیست، بنابراین خللی در جریان ارزیابی ایجاد نخواهد نمود. به علاوه، مسلم می‌دانستم که استفاده از زبان مادری قادر است انگیزه‌ی مضاعفی جهت شرکت در ارزیابی باشد.

تعدادی از پاکت‌ها با این توضیح که ما ایرانی نیستیم یا صاحب کسب و کار ایرانی نیست مرجوع شدند. گرچه این تصور دور از ذهن نیست که آنان تمعداً از شرکت در این ارزیابی طفره رفته بودند و این تنها یک پاسخ مودبانه به شمار می‌رفت. یک صاحب رستوران پرسشنامه‌ی نا نوشته‌ای را بازپس فرستاده، و با افزودن مقداری نمک و فلفل در آن برایم آرزوی غذای خوشمزه و سلامت را کرده بود! از این دست پرسش‌های بدون پاسخ قریب به ۲۵ نمونه دریافت کردم. بسته‌های مرجوعی به دلیل آدرس اشتباه وجود نداشت زیرا من بارها اطلاعات را از لحاظ صحت کنترل کرده بودم. مورد قابل توجه در ارتباط با یک ایرانی بود که قادر به خواندن فارسی نبود، اما در محاوره کاملاً توانا، وی با من تماس گرفت و گفت فرد دیگری پرسشنامه را به جای او پر خواهد کرد. دو ماه صبر کردم تا پاسخ‌ها را دریافت کنم، آنگاه یک نامه‌ی یادآوری ارسال نمودم. در مجموع، پس از حذف پاسخ‌های نادرست، ناقص و غیرقابل قبول، به ۴۱۴ پاسخ صحیح دست یافتیم که از همین تعداد پاسخ برای تحلیل استفاده کردم. در این نوع ارزیابی میزان ۲۰ درصد پاسخ متعارف

و رضایتبخش است. هر چند، من مخاطبین را مطلع کرده بودم که ناشناس باقی خواهند ماند ولی حدود ۵ درصد آن ها به مشخص شدن هویت شان تمایل نشان دادند. این امر با ارسال کارت های شغلی، آگهی ها و حتی عکس ها و اقلام تبلیغاتی همراه پاسخنامه هایشان بر من محرز گردید. این کارآفرینان به داشتن یک نسخه ی کپی از پژوهش نهائی نیز ابراز علاقه نمودند که البته برآورده شد. عمده ی سوالات در پرسشنامه با مقیاس ۳ درجه سنجیده شده بود. پاسخ های ممکن: سه = بسیارمهم، دو = مهم، یک = غیرمهم بودند. برخی سوالات پاسخ بلی / خیر و دیگر پاسخ شکل تشریحی داشتند. ما نتایج ارزیابی را در بخش بعدی ملاحظه می کنیم.

### تحلیل و نتایج ترکیب اشتغال

بناگاه های اقتصادی ضمن تحقیق در طبقه بندی اندازه ی کوچک قرار می گیرند. جدول یک مشخص می کند که به طور میانگین ۵ یا ۶ نفر در این گونه واحدها اشتغال دارند. وزارت کسب و کارهای کوچک گزارش می دهد که موسسات کوچک به طور میانگین فقط ۳ تا ۱۷ نفر را به کار می گمارند. از آن جایی که عمده ی موسسات پاسخگو درگیر فعالیت های کارگری بودند، میانگین ذکر شده بالاتر از آمار وزارت کسب و کارهای کوچک بود. چنانچه یافته های فوق را به تمام ۲۰۲۵ تشکیلات شرکت کننده در ممیزی عمومیت دهیم، می توان نتیجه گرفت که ایرانیان ۱۳،۳۲۷ فرصت شغلی در ایالات متحده ی امریکا خلق کرده اند. این ایده یک دریافت کلی را اثبات می کند مبنی براینکه کسب و کارهای کوچک برای جویندگان کار به مراتب بیش از کسب و کارهای بزرگ مولد فرصت های شغلی محسوب می شوند. گزارشی که در وزارت کسب و کارهای کوچک تهیه و به ریاست جمهوری امریکا ارائه گردید (۱۹۹۲)، حاکی از این است که بین سال های ۱۹۸۸ و ۱۹۹۰، موسسات کاری کوچک (با کمتر از ۲۰ کارمند) تقریباً منشاء همهی مشاغل جدید در ایالات متحده امریکا بوده اند. امر و. بهاید<sup>۲</sup> (۲۰۰۰، صفحه ۳۳۸) عقیده دارد که "... ده ها میلیون از مشاغل جدید در ایالات متحده ی امریکا طی دو دهه ی گذشته، در برابر تقلیل نیروهای کاری در شرکت های فورچون ۵۰۰<sup>۳</sup>، به وضوح اشاره به سهم رو به رشد استخدام در بخش کارآفرینانه دارد."

### جدول ۱- ترکیب کارمندان در موسسات مختلف

اطلاعات کارمندان	کل موسسه؛
درصد کارکنان مرد در جمعیت	۲۰۳۵
تعداد افراد استخدام شده توسط کوچکترین موسسه	۶۷
تعداد افراد استخدام شده توسط بزرگترین موسسات	۱
تعداد میانگین استخدام توسط همه ی موسسات تحت مطالعه	۴۰
	۶،۵

### نوع فعالیت های شغلی

جدول ۲ چشم اندازی وسیع از گونه های کسب و کار موسسات موردنظر این پژوهش می دهد. نوع کسب و کارهای برگزیده شده توسط کارآفرینان ایرانی طیف پهناوری را پوشش می دهد. آن ها به سبکی که والدینگر اشاره کرده، یعنی واحدهای نوپای کم هزینه از نوع خواروبارفروشی عملکرد محدودی ندارند.

### جدول ۲- نوع فعالیت های شغلی

نوع فعالیت	درصد
جزئی فروشی	۳۱
ساخت و ساز: سازندگان، آرشیبتکت، نقشه کشی	۱۶
تعمیر: برقی، الکترونیکی، تجهیزات	۱۱
هنری: عکاسی، نقاشی، طراح مد	۱۰
امرمالی: بیمه، رهن، کارگزار بورس	۹
عمده فروشی: قطعات یدکی، موادغذایی	۹
تولید	۳
حمل و نقل	۱
پژوهش و نوآوری: کامپیوتر	۱
متفرقه: ترجمه، پرستاری، نامشخص	۹
مجموع	۱۰۰

### تاریخ هایی که کسب و کارها تاسیس شدند

ایالات متحده ی امریکا همواره برای مهاجرین ایرانی یک مقصد به شمار می رفته است.

در گذشته، زمانی که سرزمین مادری را ترک می کردند بیشتر مسافرین مذکور اقامت موقتی را در ذهن داشتند. اکثر این سفرها با انگیزه های تحصیلی بود. اما پس از ۱۹۷۹ و انقلاب ایران، سفرها تبدیل به اقامت های طولانی مدت گردید. سال پیش از انقلاب آغاز رشد شگفت آور تعداد مهاجرین محسوب می شود.

نطفه ی جامعه ی ایرانیان در دهه ی ۷۰ بسته شد و طی همین دهه وجه حقیقی جغرافیایی، اجتماعی و جمعیت شناسی شکل گرفت. افزایش مجموع تعداد ایرانیان مهاجر به موازات افزایش فعالیت های کسب

و کار این اجتماع تا دوام پیدا کرد. (جدول ۳)

### جدول ۳- تاریخ هایی که موسسات بنیانگذاری شدند

سال تاسیس	درصد
۱۹۶۰-۱۹۶۰	۳،۵
دهه ی ۱۹۷۰	۶،۰
۱۹۸۰-۱۹۸۴	۲۵
۱۹۸۵-۱۹۸۹	۳۳
۱۹۹۰-۱۹۹۴	۲۹
۱۹۹۵-۱۹۹۸	۱
بدون پاسخ	۲،۵
مجموع	۱۰۰

### بنیانگذاران موسسه ها

من از شرکت کنندگان درخواست کردم بگویند چه کسی بانی کسب و کار فعلی آن ها بوده است. اکثریت عمده (۸۶ درصد) خودشان بنیانگذاران اصلی معرفی نمودند. باقیمانده یعنی ۱۴ درصد این را عنوان کردند که بنگاه مورد نظر را از کارآفرین دیگری خریداری نمودند. همینطور من علاقمند دانستن این نکته بودم که آیا زمان تاسیس هیچ ارتباط منطقی با بنیانگذار بودن صاحب فعلی دارد یا خیر. جدول ۴ این بستگی را نشان می دهد. من این افزایش کسب و کارهایی که خودشان راه اندازی کرده اند را متناسب به رشد جدی جمعیت خصوصاً پس از وقوع انقلاب ایران تلقی می کنم. این مسئله سبب زمینه سازی و ترغیب افرادی شد که تردیدی در توانمندی و درایت خود برای شروع کسب و کار و غلبه بر محافظه کاری خود نداشتند.

### جدول ۴- ارتباط میان سال تاسیس و نوع موسسه

سال تاسیس	خودتاسیس کرده %	خریداری شده %
۱۹۶۰-۱۹۶۰	۵۰	۵۰
۱۹۷۰	۷۰	۳۰
۱۹۸۰-۱۹۸۴	۹۲	۸
۱۹۸۵-۱۹۸۹	۹۲	۸
۱۹۹۰-۱۹۹۸	۹۲	۸

### ابعاد یک جامعه آئینی کسب و کار

در آغاز این گزارش، من یک چهارچوب فکری را ذکر نمودم که مورد آزمون قرار دهم. بنیاد این چهارچوب مشتمل بر موارد زیر طرح کردم: الف) اجتماع آئینی ب) دنبال کردن خوداشتغالی به عنوان ابزار بقا (ج) انس با پس زمینه خوداشتغالی در سرزمین مبدأ د) همبستگی اجتماعی گروه. مباحثاتی که در ادامه به آن پرداخته می شود پیرامون همین ابعاد است.

### اجتماعات آئینی

کارآفرینان ایرانی عملاً در سرتاسر اقلیم ایالات متحده ی امریکا پراکنده شده اند. ولی اینکه آن ها به شدت در چند ایالت تمرکز بیشتری یافته باشند، هیچ مدرکی دال بر بروز رفتارهای "متحصانه" موجود نیست. ما می توانیم آنها را در تنوعی از همجواری ها، رقابت ها، و تقاضاهای کار از سوی غیبرایرانی ها ببینیم. چند جدول بعدی این مدرک را نشان می دهند.

### کانون های مهم فعالیت های کسب و کار

حقیقتی آشنا میان جامعه ی ایرانیان ایالات متحده وجود دارد و این است که کالیفرنیا برای ایرانیان مقیمش، وطن دومی محسوب می گردد. تمرکز شدید در مناطق نه چندان پرجمعیتی همچون لس آنجلس، سن دیگو، و سن فرانسیسکو حتی در نگاه یک تازه وارد کاملاً مشهود است. خیابان وست وود در شهر لس آنجلس محل زندگی شماری از ایرانیان صاحب موسسات کسب و کار است. از میان آن ها می توان کتاب فروشی، رستوران، و سوپرمارکت را نام برد. علیرغم این، طبق جدول ۵ در آغاز، کالیفرنیا مقصد مطلوبی برای ایرانیان نبود. تقریباً در دهه ی ۱۹۷۰، کالیفرنیا چنین جایگاهی را به دست آورد، و همچنان آن را حفظ کرد. هنگامیکه ایرانی ها در همه جا متفرق شدند، رقابلی مثل نگراس، نیویورک/ نیوجرسی، و جرجیا (خصوصاً آتلانتا) اندک اندک ظاهر شدند.

### جدول ۵- کانون های مهم فعالیت های کسب و کار کارآفرینان ایرانی

سال تاسیس	اهمیت کانون های فعالیت	انواع مهم فعالیت
۱۹۶۰-۱۹۶۰	متنوع	۲۸٪ هنری، ۱۲٪ مالی، ۱۲٪ ساخت، ۱۲٪ جزئی
۱۹۷۰	۷۷٪ کالیفرنیا، ۳۳٪ سایر	۳۱٪ جزئی، ۱۵٪ ساخت، ۱۵٪ مالی، ۱۵٪ هنری
۱۹۸۰-۱۹۸۴	۵۸٪ کالیفرنیا، ۱۳٪ نیویورک/ نیوجرسی، ۱۳٪ واشنگتن، ۱۶٪ سایر	۴۷٪ جزئی، ۱۴٪ تعمیرات، ۱۰٪ ساخت، ۱۰٪ مالی، ۱۰٪ هنری
۱۹۸۵-۱۹۸۹	۵۰٪ کالیفرنیا، ۱۴٪ نگراس، ۱۲٪ واشنگتن، ۷٪ نیویورک/ نیوجرسی، ۱۷٪ سایر	۳۱٪ جزئی، ۲۴٪ تعمیرات، ۱۰٪ تعمیر، ۹٪ مالی، ۵٪ تولید صنعتی
۱۹۹۰-۱۹۹۴	۵۷٪ کالیفرنیا، ۱۷٪ نیویورک، ۱۰٪ واشنگتن، ۱۶٪ سایر	۲۸٪ جزئی، ۱۵٪ ساخت، ۱۰٪ تعمیر، ۱۰٪ مالی، ۸٪ تولید صنعتی

ادامه دارد...