

هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در توسعه کارآفرینی

ناهید شیخان*

حجت‌اله رضازاده**

۱- پیشگفتار:

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار در جهان امروز که با تحولات و دگرگونی‌های شتابان در محیط بین‌المللی و گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و پیوستگی اقتصاد ملی به اقتصادی جهانی همراه است، از «کارآفرینی» بعنوان «موتور توسعه اقتصادی» یاد می‌شود، چرا که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که به افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می‌انجامد، نقشی برجسته بازی کند. از بن‌مایه‌های کارآفرینی می‌توان از نوآوری، خطرپذیری سنجیده، جستجوی فرصتها و تجهیز منابع برای بهره‌برداری از فرصتها با راه‌اندازی کارهای تازه یا دگرگون‌سازی سازمانهای موجود نام برد. در واقع فرآیند کارآفرینی، به دست کسانی تحقق می‌یابد که گرایش بسیار به کامیابی دارند و سخت‌کوشی، پافشاری،

ریسک‌پذیری و توانایی دورنماسازی از ویژگیهای روحی-روانی آنهاست. در واقع کارآفرین کسی است که با ایده و اندیشه نو و راه‌اندازی کاری به شناساندن کالایی تازه در جامعه می‌پردازد. به طور کلی این گونه کسان در همه جوامع حضور دارند و یک بستری و زمینه مناسب حضورشان را پررنگتر می‌سازد^۱.

کشورهای پیشرفته از دیرباز و برخی کشورهای روبه‌توسعه از چند دهه پیش تاکنون نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه را دریافته و به بهره‌برداری از این توانمندی برای رویارویی با مشکلاتی مانند رکود، تورم و نبود اشتغال پرداخته‌اند. این رویکرد برای تدوین استراتژی‌ها، سیاستها و برنامه‌های کاربردی برای افزایش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در زمینه‌های گوناگون اقتصادی-اجتماعی، از میان برداشتن موانع و ایجاد ارتباط و

* عضو هیأت علمی مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه امیرکبیر

** کارشناس ارشد تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه امیرکبیر

آسان‌سازی فعالیت‌های اقتصادی.

- سیاستها باید تعیین کننده و دامنه سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز و برانگیختن انگیزه‌های سرمایه‌گذاران از بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری بهینه در مراحل آغازین هر فعالیت اقتصادی باشد.

در ایران که با وجود جمعیت هوشمند و توانمند و منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص داخلی (GDP) در سطحی پایین است و بخش چشمگیری از نیروهای جوان و حتی دانش‌آموخته از داشتن کار محرومند، باید ایجاد کار بر دیگر فعالیت‌های دولتی در رده‌های گوناگون برتری داده شود و از آنجا که بسیاری از شرکتهای، به علت نرخ بهره‌وری اندک، نبود تقاضا و... در آستانه تعطیلی قرار گرفته یا تعطیل شده‌اند و جایگاه رقابتی کشور در بازارهای جهانی نیز بسیار ضعیف است، رویکرد «توسعه کار آفرینی» ضرور می‌نماید.^۲

در این نوشتار با توجه به نقش ارزنده هنجارهای

● کشورهای پیشرفته از دیرباز و برخی کشورهای رو به توسعه از چند دهه پیش تاکنون نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه را دریافته و به بهره‌برداری از این توانمندی برای رویارویی با مشکلاتی مانند رکود، تورم و نبود اشتغال پرداخته‌اند. این رویکرد بر پایه تدوین استراتژی‌ها، سیاستها و برنامه‌های کاربردی برای افزایش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب‌تر برای فعالیت کارآفرینان در زمینه‌های گوناگون اقتصادی - اجتماعی، از میان برداشتن موانع و ایجاد ارتباط و همکاری میان آنان و آسان‌سازی دستیابی‌شان به بازارهای جهانی بوده و پیامدهایی چشمگیر داشته است.

همکاری میان آنان و آسان‌سازی دستیابی‌شان به بازارهای جهانی بوده و پیامدهایی چشمگیر داشته است.^۲

از ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در کشورهای گوناگون، الگوی (Global Entrepreneur GEM) ship Monitor برای پیوند میان کار آفرینی و رشد اقتصادی طراحی شد که بر سه پرسش محوری زیر استوار بود:

- سطح فعالیت‌های کار آفرینی تا چه اندازه بر میزان رشد اقتصاد ملی و رفاه جامعه اثر می‌گذارد؟

- فعالیت‌های مربوط به راه‌اندازی کار در کشورهای گوناگون تا چه اندازه با هم تفاوت دارد؟

- چه چیز می‌تواند یک کشور را کار آفرین معرفی کند و چه عواملی می‌توانند فعالیتها برای راه‌اندازی کار را محدود کنند یا گسترش دهند؟^۵

در ۱۹۹۹ این الگو در ده کشور آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند، دانمارک و اسرائیل بررسی شد و در سال ۲۰۰۰، یازده کشور دیگر یعنی آرژانتین، استرالیا، بلژیک، برزیل، هند، ایرلند، کره جنوبی، نروژ، سنگاپور، اسپانیا و سوئیس به آنها افزوده شدند. نتایج کلی این پژوهش چنین است:

- سطح فعالیت کار آفرینانه در کشورها بسیار متفاوت است.

- سیاستها در زمینه افزایش ظرفیت کار آفرینی یک جامعه (مانند مهارتها و انگیزه‌ها)، بیشترین اثر را در گستره فعالیت‌های کار آفرینی خواهد داشت.

- شرکت زنان در کار آفرینی برای توسعه اقتصادی درازمدت لازم است و اثری چشمگیر دارد.

- برای داشتن آثار درازمدت، سیاستها باید تشویق کننده باشد و فعالیت جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال در دستور کار قرار گیرد.

- هر دولت متعهد به پیشرفت اقتصادی، باید در همه زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی نقش راهنما و پشتیبان را بازی کند و دامنه فعالیت‌های کار آفرینی را برای نمونه از راههای زیر گسترش دهد: کاهش مالیاتها، دسترسی بهتر و بیشتر به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی غیر حقوق بگير، کاهش مقررات و

اجتماعی و فرهنگی در توسعه کار آفرینی، نخست مقوله کار آفرینی و ویژگیهای شخصیتی کار آفرینان بررسی و سپس این هنجارها در کشورها در چارچوب طرح GEM پرداخته می شود.

۲- مفهوم کار آفرینی و بررسی روند تاریخی آن

در تعریف مفهوم کار آفرینی هر پژوهشگر با توجه به

زمینه تخصصی خود به آن نگریسته است. اقتصاددانان بیشتر به نقشهای کاربردی کار آفرین پرداخته اند و جامعه شناسان و روانشناسان ابعاد فرهنگی و اجتماعی آثار محیط برفرد و ویژگیهای شخصی کار آفرینان را بررسی کرده اند. از این رو تعریفهایی متفاوت از دیدگاههای گوناگون برای آن ارائه شده است. واژه کار آفرین ترجمه واژه فرانسوی entrepreneur به معنای متعهد است که در زبان انگلیسی به آن Entrepreneur گفته می شود.

جدول (۱) - نگرشهای مربوط به کار آفرینی در کشورهای مورد بررسی GEM

کشور	کسانی که کاری را آغاز کرده اند در کشور من محترم شمرده می شوند.		کار آفرینان موفق در کشور من مورد حسادت نیستند.		ترس از شکست باعث می شود که من کاری تازه را آغاز نکنم.		در کشور من بیشتر شهروندان ترجیح می دهند همه مردمان استانداردهای زندگی مشابه داشته باشند.
	رتبه	% آری	رتبه	% آری	رتبه	% آری	
آرژانتین	۷	۸۷/۵	۱۲	۸۱/۹	۵	۴۵/۳	۳
استرالیا	۱۱	۸۳/۳	۱۷	۷۸/۳	۱۰	۳۶/۴	۷
بلژیک	۴	۹۳/۸	۱۴	۸۱/۳	۷	۴۱/۳	۱۳
برزیل	۱۲	۷۹/۲	۲۱	۵۰/۶	۹	۳۸/۴	۱
کانادا	۹	۸۵/۷	۱۳	۸۱/۶	۱۹	۲۵/۹	۸
دانمارک	۶	۹۱/۱	۵	۹۱/۳	۱۸	۲۸/۹	۱۰
فنلاند	۸	۸۷/۵	۲	۹۴/۷	۱۶	۳۱/۳	۲۱
فرانسه	۱۳	۷۶/۹	۷	۸۹/۰	۴	۴۵/۹	۵
آلمان	۱۰	۸۵/۰	۱۰	۸۳/۰	۳	۴۸/۲	۱۷
هند	۱۷	۶۷/۸	۲۰	۷۴/۳	۱۵	۳۱/۶	۴
ایرلند	۲۰	۵۱/۰	۱۹	۷۵/۵	۱۳	۳۳/۱	۱۵
اسرائیل	۱۹	۶۳/۵	۱۸	۷۶/۵	۸	۳۸/۴	۱۸
ایتالیا	۵	۹۱/۵	۱۶	۷۹/۲	۶	۴۴/۰	۱۲
ژاپن	۲۱	۳۱/۳	۳	۹۴/۰	۱	۶۰/۰	۲۰
کره	۱۵	۷۵/۵	۸	۸۵/۶	۲	۵۰/۷	۶
نروژ	۲	۹۷/۱	۹	۸۳/۲	۲۰	۲۴/۳	۱۱
سنگاپور	۱۸	۶۴/۴	۴	۹۳/۶	۱۱	۳۶/۳	۱۶
اسپانیا	۱	۹۹/۰	۱	۹۵/۲	۱۲	۳۴/۴	۲
سوئد	۳	۹۵/۳	۶	۹۱/۰	۱۴	۳۳/۰	۱۴
امریکا	۱۴	۷۶/۲	۱۱	۸۲/۶	۲۱	۲۰/۸	۱۹
انگلیس	۱۶	۶۹/۲	۱۵	۸۰/۷	۱۷	۲۹/۵	۹

«اقتصاد عبارت است از گردآوری و ترتیب منظم همه اطلاعات تجربی درباره رفتار و کار انسان». او می‌گوید کارآفرین کسی است که نسبت به تغییرات در اطلاعات بازار حساس است؛ کارآفرین همه هوش و آمادگی خود را برای نوآوری به کار می‌گیرد؛ او عاملی اقتصادی است که فرایند اقتصادی را پیش می‌برد، و بهبود و تکامل می‌بخشد. از دید مایسز، کارآفرین در سنجش با دیگران، از انرژی و توان اندیشه بالاتری برخوردار است.^{۹۰}

کیرز نر (۱۹۸۲) از استادان اقتصاد دانشگاه نیویورک نیز از پرچمداران «مکتب تازه اتریش» است. او کارآفرینی را چنین تعریف می‌کند: «کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در کارکرد بازارها». وی کرد دوباره به کارآفرینی در اندیشه‌های نو که بر رفتارشناسی انسانها استوار است، باعث شده است در تحلیل کارآفرینی، گذشته از دیدگاه اقتصادی از مقوله‌های دیگری چون روانشناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت نیز بهره گرفته شود.

۱-۲- ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

اقتصاددانان بیشتر به جنبه‌های اقتصادی کارآفرینی توجه داشتند و در نتیجه بر ویژگیها و عوامل فردی و اجتماعی که به گونه مثبت و منفی بر کارآفرین اثر

کارآفرین به کسی می‌گویند که متعهد می‌شود، مخاطره‌های يك فعالیت اقتصادی را سازماندهی و اداره کند و بپذیرد.

در فرهنگ وبستر واژه entrepreneur چنین تعریف شده است: «کسی که سازمان می‌دهد، اداره می‌کند و مخاطرات بعدی يك سرمایه‌گذاری یا يك طرح را می‌پذیرد.»

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تعریف کارآفرینی و کارآفرین پرداختند و از سده شانزدهم میلادی تاکنون کمابیش همه مکاتب اقتصادی این مفاهیم را مورد توجه قرار داده‌اند. ژان باتیست سی درباره کارآفرینی می‌گوید: «کارآفرین کسی است که همه ابزارهای تولید را در کنار هم به کار می‌گیرد، و مسئولیت ارزش تولیدات و بازیافت کل سرمایه هزینه شده و سود یا زیان برآمده از آن را می‌پذیرد». جوزف شومپتر کارآفرین را مهمترین نیروی پیش‌برنده توسعه اقتصادی می‌داند و می‌گوید: «نقش کارآفرین نوآوری است». از دیدگاه وی عرضه کردن کالایی نو، ارائه روشی تازه در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع تازه و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت... از فعالیت‌های کارآفرینان است.^{۸۰}

هرچند در گذر سده‌ها (۱۹-۱۶م) مقوله کارآفرینی در صدر نظریه‌های اقتصادی مطرح بود و از کارآفرینان بعنوان موتور توسعه اقتصادی نام می‌بردند، اما کمابیش از میانه سده بیستم (۱۹۷۰-۱۹۳۰) موضوع کارآفرینی در اندیشه‌های اقتصادی کم‌رنگ شد. گروهی، ریشه کم‌رنگ شدن مبحث کارآفرینی را نشانده شدن واژه «سرمایه‌داری» به جای «کارآفرینی» از سوی آدام اسمیت می‌دانند؛ برخی دیگر ایفای نقش کارآفرین از سوی دولت و کسانی نیز کاربرد شیوه‌های آماری و ریاضی در تحلیل اقتصادی را علت آن دانسته‌اند.^{۱۰}

به تازگی با توجه به برپایی مکتبی نو در اندیشه‌های اقتصادی که بر «رفتارشناسی» استوار است، بار دیگر در اندیشه‌های اقتصادی به نقش کارآفرین بیشتر پرداخته شده است. مایسز (۱۹۶۶) پایه‌گذار این مکتب تازه که «مکتب تازه اتریش» خوانده می‌شود، معتقد است:

● دیوید مک کللند از استادان روانشناسی در دانشگاه هاروارد که نخستین بار «نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی» را مطرح کرد، معتقد است که بن‌مایه عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، ناشناخته ماندن آفرینندگی فردی است. او بر این باور است که با يك برنامه درست در زمینه آموزش و پرورش می‌توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت کرد، به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید.

اوست. برتری جویی درونی بدین معنی است که فرد احساس کند، بر سر نوشت خویش حاکم است.^{۱۲}

۵- خلاقیت: خلاقیت، توانایی آفرینش ایده‌های نو است که این ایده‌ها ممکن است به خدمات یا فرآورده‌های تازه بینجامد. برای داشتن تعریفی درست از آفرینندگی، نخست باید جایگاه نوآوری روشن شود. نوآوری در واقع ارائه کالا، فرآیند و خدمات تازه به بازار است و آفرینندگی نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. نوآوری و آفرینندگی از اجزای جدانشدنی کار آفرینی به‌شمار می‌روند. نوآوری در کار آفرینی به اندازه‌ای اهمیت دارد که می‌توان گفت: کار آفرینی بی آن وجود ندارد، همچنان که آفرینندگی بی نوآوری، بیهوده است.^۴

۳- هنجارهای اجتماعی و فرهنگی

هنجارهای اجتماعی و فرهنگی سبب تشویق شدن یا نشدن انسانها به راه‌اندازی کارهای تازه یا پرداختن به فعالیت‌های اقتصادی‌ای می‌گردد که سرانجام به افزایش

می‌گذارد چشم می‌بستند و آنها را بیرون از گستره پژوهش‌های خود می‌دانستند؛ اما در سالهای اخیر پژوهشگران از جنبه‌های جامعه‌شناسی و روانشناسی به‌موضوع کار آفرینی پرداخته‌اند. روانشناسان ویژگی‌های فردی کار آفرینان را بررسی می‌کنند. دیوید مک‌کلند (D.McClelland) از استادان روانشناسی در دانشگاه هاروارد که نخستین بار «نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی» را مطرح کرد، معتقد است که بن‌مایه عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، ناشناخته ماندن آفرینندگی فردی است. او بر این باور است که با یک برنامه درست در زمینه آموزش و پرورش می‌توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت کرد، به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید.^۳ همچنین بررسی‌های انجام گرفته تاکنون نشان می‌دهد که کار آفرینی یک فرآیند تکاملی انسانی است و بسیاری از انسانها اگر بخواهند می‌توانند کار آفرینی کنند.

ویژگی‌های گوناگونی که تا سال ۱۹۸۴ درباره کار آفرینان بررسی شده، عبارت است از:^{۱۱}

۱- نیاز به توفیق: نیاز به توفیق عبارت است از گرایش به انجام دادن کار با استانداردهای عالی برای موفقیت در موقعیت‌های رقابتی. امروزه این حقیقت ثابت شده است که با آموزش دادن می‌توان نیاز به کامیابی در انسانها را افزایش داد. بویژه پدر و مادر در تقویت این نیاز در دوران کودکی اثری کارساز دارند.

۲- مرکز کنترل درونی: کسانی بر این باورند که رخدادهای بیرونی مهارت‌نشدنی سر نوشت آنان را تعیین می‌کند، در حالی که کار آفرینان به خود ایمان دارند و پیروزی یا شکست را به سر نوشت، شانس یا نیروهایی از این دست نسبت نمی‌دهند و خود را عامل اصلی شکست‌ها و پیشرفت‌های خود می‌دانند.

۳- گرایش به مخاطره‌پذیری: هر چند بیشتر کسان مخاطره‌پذیری را ویژگی مشترک کار آفرینان می‌دانند، ولی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کار آفرین بسیار حساب‌شده و با دقت عمل می‌کند و همه تلاش خود را به کار می‌گیرد تا احتمالات را به سود خود تغییر دهد.

۴- نیاز به استقلال: فرای معتقد است که ویژگی برجسته کار آفرین، برتری جویی درونی و استقلال عمل

● در بررسی طرح GEM در ۲۱ کشور که بیشتر از کشورهای پیشرفته‌اند، به اثر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از چهار جنبه زیر پرداخته شده است:

۱- احترام گذاشتن جامعه به کسانی که کاری تازه را آغاز می‌کنند؛

۲- حسادت نکردن جامعه به کار آفرینان موفق؛

۳- دست نزدن به کار به علت ترس از شکست؛

۴- داشتن سطح زندگی مشابه دیگران از دید جامعه.

موارد ۱ و ۲ موجب تشویق و ایجاد انگیزه کار آفرینی است و موارد ۳ و ۴ از موانع کار آفرینی به‌شمار می‌آید.

درآمد و دارایی می انجامد.^۵

هنجارهای اجتماعی و فرهنگی پیچیده‌ترین اثرها را بر کار آفرینی دارد. این آثار باورها و نگرشهای عمومی، هنجارهای پذیرفته شده رفتاری، روحیات، الگوهای ذهنی حاکم مربوط به گزینش شغل و مزایا و ارزشهای مربوط به روابط چندوجهی میان انسانها و جامعه را یکسره دربرمی‌گیرد.

این هنجارها و باورهای پیچیده نمایی را به شکل موازنه نیروهای سیاسی و ایستار گروه‌های سیاسی نشان می‌دهد. اگر بتوان عوامل انگیزشی مالی را اثر گذارنده بر رفتار کار آفرین دانست، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی می‌تواند بر کار آفرین اثری عاطفی داشته باشد. در این جا تلاش شده است پاره‌ای از جنبه‌های این اثر عاطفی شرح داده شود.

در بررسی طرح GEM در ۲۱ کشور که بیشتر از کشورهای پیشرفته‌اند، به اثر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از چهار جنبه زیر پرداخته شده است:

۱- احترام گذاشتن جامعه به کسانی که کاری تازه را آغاز می‌کنند؛

۲- حسادت نکردن جامعه به کار آفرینان موفق؛

۳- دست نزدن به کار به علت ترس از شکست؛

۴- داشتن سطح زندگی مشابه دیگران از دید جامعه.

موارد ۱ و ۲ موجب تشویق و ایجاد انگیزه کار آفرینی است و موارد ۳ و ۴ از موانع کار آفرینی به‌شمار می‌آید. نتایج این بررسی در ۲۱ کشور در جدول (۱) آورده شده است. ارزیابی نتایج عبارت است از:

الف- احترام گذاشتن جامعه به کسانی که کاری تازه را آغاز می‌کنند:

دیده می‌شود که در بیشتر کشورها کار آفرینان از احترامی درخور برخوردارند. در این زمینه، رتبه نخست به اسپانیا (با ۹۹ درصد) و پایین‌ترین رتبه به ژاپن (با ۳۱/۳ درصد) اختصاص دارد. رتبه‌بندی کشورها به شرح زیر است:

۱- از ۹۰ تا ۱۰۰ درصد، به ترتیب اسپانیا، نروژ، سوئد،

بلژیک، ایتالیا، دانمارک

۲- از ۸۰ تا ۹۰ درصد، به ترتیب آرژانتین، فنلاند،

کانادا، آلمان، استرالیا

● باتوجه به نقش برجسته هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در توسعه کار آفرینی، و نیز پیامدهای توسعه نیافتگی اقتصادی که به بیکاری، تورم، کاهش رفاه اجتماعی، دامنه‌دار شدن سرخوردگی و ناامیدی در میان شهروندان بویژه جوانان و . . . می‌انجامد، پیشنهاد می‌شود که این هنجارها در ایران به درستی بررسی و راهکارهایی برای ژرفا بخشیدن به آثار مثبت و کم‌رنگ‌تر کردن آثار منفی آن اندیشیده شود، تا رویکرد توسعه کار آفرینی در کشور آثار خود را بیش از پیش آشکار سازد.

۳- از ۷۰ تا ۸۰ درصد، به ترتیب برزیل، فرانسه، آمریکا، کره جنوبی

۴- از ۶۰ تا ۷۰ درصد، به ترتیب انگلیس، هند، سنگاپور، اسرائیل

۵- کمتر از ۶۰ درصد، به ترتیب ایرلند و ژاپن.

ب- حسادت نکردن جامعه به کار آفرینان موفق:

در بیشتر کشورهای یادشده کار آفرینان موفق مورد حسادت دیگر شهروندان نیستند. در این زمینه، اسپانیا رتبه نخست (با ۹۱ درصد) و برزیل رتبه آخر (با ۵۰/۶ درصد) را دارد. رده‌بندی کشورها چنین است:

۱- از ۹۰ تا ۱۰۰ درصد، به ترتیب اسپانیا، فنلاند، ژاپن، سنگاپور، دانمارک، سوئد

۲- از ۸۰ تا ۹۰ درصد، به ترتیب فرانسه، کره جنوبی، نروژ، آلمان، آمریکا، آرژانتین، کانادا، بلژیک، انگلیس

۳- از ۷۰ تا ۸۰ درصد، به ترتیب ایتالیا، استرالیا، اسرائیل، ایرلند، هند

۴- کمتر از ۷۰ درصد، برزیل.

پ- دست نزدن به کار به علت ترس از شکست

این عامل منفی در دست زدن به کار آفرینی، در بیشتر کشورهای پیشرفته اثری اندک داشته است. در این زمینه

منابع و مآخذ

۱. احمدپور داریانی، محمود. کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، فصل اول (صص ۲۶-۱)، انتشارات شرکت پردیس ۵۷، تابستان ۷۹
۲. شیخان، ناهید. رضازاده، حجت‌الله...؛ احمدپور، محمود. گزارش طرح پژوهشی «تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب»، مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، آذرماه ۱۳۸۱، ص ۴
۳. تفضلی، فریدون. «تاریخ عقاید اقتصادی، از افلاطون تا دوره معاصر»، نشر فنی، چاپ اول، ۱۳۷۲
۴. علوی، سید ابوالفضل. حداد سیزوار، محسن. «خلاقیّت و نوآوری در دانشگاهها»، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاهها و مراکز علمی تحقیقاتی کشور، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، ۱۳۸۰
5. Reynolds P.D, Hay, M., Bygrave, W.D. Michael Camp S.M. 2000. "Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report", Bobson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London Business School, pp. 4-5
6. Cochran, T. (1968). "Entrepreneurship", In D.L. Sills (ed). **International Encyclopedia of the Social Sciences**, New York: Free Press
7. Schumpeter, J. (1934). **The Theory of Economic Development**, Cambridge, Harvard University Press.
8. Palmer, M. (1987). The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential, In Bavmbach & J.Mancuso (eds). **Entrepreneurship and Ventrue Management**, N.J., Prentice- Hall, Inc.
9. Mises, L. (1966). **Human Action**, Chicago, Henry Regnery Press.
10. Kirzner, I. (1982). "Uncertainty, Discovery and Human Actions: A study of the Entrepreneurial Profile in the Missian System", in **Method, Process and Austrian Economics**, Mass. Lexington Books.
11. Carland, J.W. Boulton, W.R. and Carland, J.C. (1984). "Diferentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization", **Academy of Management Review**, 9, 354-359
12. Fry, F. (1993). **Entreneurship: A Planning Approach**, Englewood Cliffs NJ

ژاپن رتبه نخست (با ۶۰ درصد) و آمریکا رتبه پایانی را (با ۲۰/۸ درصد) دارد. رده‌بندی کشورها به شرح زیر است:

- ۱- از ۵۰ تا ۶۰ درصد، به ترتیب ژاپن، کره جنوبی
- ۲- از ۴۰ تا ۵۰ درصد، به ترتیب آلمان، فرانسه، آرژانتین، ایتالیا، بلژیک
- ۳- از ۳۰ تا ۴۰ درصد، به ترتیب اسرائیل، برزیل، استرالیا، سنگاپور، سوئد، هند، فنلاند
- ۴- کمتر از ۳۰ درصد، به ترتیب انگلیس، دانمارک، کانادا، نروژ، آمریکا.

ت- داشتن سطح زندگی مشابه با دیگر شهروندان از دید جامعه

در پیوند با این عامل بازدارنده کارآفرینی، برزیل (با ۸۳/۹ درصد) رتبه نخست و فنلاند (با ۴۱/۸ درصد) پایین‌ترین رتبه را دارد. رده‌بندی کشورها در این زمینه چنین است:

- ۱- از ۸۰ تا ۹۰ درصد، به ترتیب برزیل، اسپانیا، آرژانتین
- ۲- از ۷۰ تا ۸۰ درصد، به ترتیب هند، فرانسه، کره جنوبی، استرالیا
- ۳- از ۶۰ تا ۷۰ درصد، به ترتیب کانادا، انگلیس، دانمارک، نروژ، ایتالیا
- ۴- از ۵۰ تا ۶۰ درصد، به ترتیب بلژیک، سوئد، ایرلند، سنگاپور، آلمان
- ۵- کمتر از ۵۰ درصد، به ترتیب اسرائیل، آمریکا، ژاپن، فنلاند.

جمع‌بندی

باتوجه به نقش برجسته هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در توسعه کارآفرینی، و نیز پیامدهای توسعه نیافتگی اقتصادی که به بیکاری، تورم، کاهش رفاه اجتماعی، دامنه‌دار شدن سرخوردگی و ناامیدی در میان شهروندان بویژه جوانان و... می‌انجامد، پیشنهاد می‌شود که این هنجارها در ایران به درستی بررسی و راهکارهایی برای ژرفابخشیدن به آثار مثبت و کم‌رنگ‌تر کردن آثار منفی آن اندیشیده شود، تا رویکرد توسعه کارآفرینی در کشور آثار خود را بیش از پیش آشکار سازد.



اطلاعات ۸۰ سال
جلد اول
(۱۳۵۷-۱۳۰۴)
مؤسسه اطلاعات

«هستی»

وابسته به ایرانسرای فردوسی
در زمینه فرهنگ و تاریخ و تمدن

دوره ده ساله با جلد مرغوب

با بهای ۱۲۰ هزار تومان

به تعداد معدودی موجود است.

کسانی که مایل به تهیه آن باشند

حساب شماره ۱۰۰۳۶۶ بانک ملی دانشگاه تهران
تلفن ۸۸۷۷۶۲۰۹ (عصرهای دوشنبه و چهارشنبه)

تلفن همراه ۰۹۱۲۲۱۶۶۰۱۵

تفسیر موضوعی مثنوی معنوی

قادر فاضلی
انتشارات اطلاعات
بها ۲۶۰۰ تومان



دیدگاه‌های شورای همکاری خلیج فارس

دکتر سیف‌الرضا شهابی
انتشارات اطلاعات
بها ۱۷۰۰ تومان

بی‌نظمی نوین جهانی

تروتان تودوروف
ترجمه دکتر پرویز علوی - شهرام
اقبال زاده - نشر اختران
بها ۱۴۰۰ تومان

