

## فرهنگ کار و کارآفرینی در ایران و سایر کشورها

مرتضی گل آورا

### چکیده:

از تعاریف مختلفی که از مفهوم فرهنگ ارائه شده، می توان فرهنگ را مجموعه ای از ارزش ها، باورها، نگرش ها، هنجارها و رفتارهایی دانست که هویت یک جامعه را شکل می دهد. کارآفرینان اگر چه به عنوان بخشی از جامعه، از ارزش ها، نگرش ها و رفتارهای متمایزی برخوردارند، ولی فرهنگ کارآفرینی، متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است. در واقع فرهنگ کار آفرینی در محیطی امکان پذیر است که هنجارهای غالب بر آن محیط، ارزش ها و باورهای فرهنگ کار و علم، تولید مداوم، فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش را تقویت نمایند. این فرهنگ حاکم بنا بر ویژگی های هر جامعه، بر اساس سنت و فرهنگ های ملی می تواند متفاوت باشد.

در کشورهای مختلف جهان با فرهنگ های متفاوت افرادی با تأثیر پذیری از فرهنگ آن منطقه با خلاقیت و نوآوری باعث تحولات عظیمی در کشورهايشان شده اند که نمونه این گونه افراد کارآفرین را در کشور ژاپن مشاهده کرده ایم، افرادی با نگرش و تفکرات خلاق که موتور محرکی بودند برای جهش اقتصادی این کشور در دهه های گذشته، که توانسته اند ژاپن را به یکی از قطب های صنعتی جهان تبدیل کنند و فرهنگ کار و کارآفرینی را در جامعه ترویج دهند.

در این مقاله از طریق مروری بر موضوع فرهنگ و فرهنگ کار و کارآفرینی، سعی بر این است تا فرهنگ کارآفرینی را در آموزه های اسلام، ایران و سایر کشورها را مورد مطالعه قرار دهیم.



خود را برای درک آنها ترک کنید. (شمرهورن، ۱۳۸۶، ص ۸۰) فرهنگ را می توان نظام فکری دانست که در رفتار و رفتار جامعه متجلی می شود. در یک نگرش کلی و جامع «فرهنگ» شیوه و اسلوب زندگی است.

### فرهنگ کارآفرینی

کارآفرینان به عنوان بخشی از جامعه، از ارزش ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می توان به آن خرده فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود. نحوه شکل گیری و ثمر بخشی کارآفرینی، روش ها و شیوه های خاصی را می طلبد که بر پایه باورها و ارزش های ویژه ای استوار شده است. مجموعه این روش ها و باورها را می توان یک فرهنگ تلقی نمود. در واقع فرآیند کارآفرینی در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد. (فخرایی، ص ۲)

کارآفرینان، افرادی هستند که تکنولوژی و دانش را با فرصت ها و نیازهای بازار ترکیب کرده و سپس با توجه به نواقص و واکنش های مطرح در بازار، سبب یکپارچگی و سازگاری بازار و دانش شده و شکاف میان آن دو را پر می کنند.

از سوی دیگر نیز جامعه کنونی در حال حاضر با سرعتی شتابان به سمت جامعه دانشی پیش می رود، جامعه ای که در آن منابع فیزیکی و مادی مزیت خود را نسبت به منابع فکری و علمی از دست داده و سرمایه اصلی آن استعداد و خلاقیت اعضای آن جامعه به شمار می رود. (اعرابی، ۱۳۸۷، ص ۹)

بنابراین می توان گفت قسمت اعظم فرهنگ کارآفرینی در جوامع کنونی متأثر از دانش، خلاقیت در صنعت، نوآوری و ... است و در مجامع علمی بسیار به کار برده می شود و همه اینها گواه این ادعا است که فرهنگ کارآفرینی در محیطی امکان پذیر است که هنجارهای غالب بر آن محیط، ارزش ها و باورهای فرهنگ کار و علمی را تقویت نمایند. (شاه حسینی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۸)

### فرهنگ کارآفرینی در آموزه های اسلام

به طور کلی، برای تمام تلاش های انسان، یک جهت کلی تعیین نموده است و آن این که انجام آنها، اگر چه مربوط به زندگی مادی و دنیوی انسان ها باشد، لازم است در مسیر الهی باشد تا از پاداش اخروی نیز برخوردار گردد. بنابراین، در یک نظام اجتماعی، که بر اساس آموزه های اسلام بنا نهاده شده است، اهداف نهایی فعالیت ها باید الهی باشد. اگر فعالیتی بر این اساس صورت گیرد، دیگر رفاه و آسایش فردی به تنهایی مورد نظر قرار نمی گیرد، بلکه آسایش و رفاه دیگران نیز در پی دارد. (اصغری، ۱۳۸۷، ص ۲)

فرهنگ اسلام برای کار ارزش والایی قائل است ولی

برای این که شناخت و تبیین درستی از هر مفهوم یا پدیده داشته باشیم، نیازمند آن هستیم که تعریف شفافی از آن داشته باشیم، در مورد کارآفرینی<sup>۱</sup> تعریف واحدی وجود ندارد، ولی در سیر تبیین این مفهوم، تعاریف متفاوتی از دیدگاه های گوناگون برای آن بیان گردیده است. پیتر دراگر<sup>۲</sup> معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می نماید. کارآفرین ارزش ها را تغییر می دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می نماید. رابرت هیسریچ<sup>۳</sup> در تعریف کارآفرینی می گوید: کارآفرینی فرآیند خلق چیزی نو، با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی و روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. احمد پور داریانی در تعریفی که از کارآفرینی ارائه می دهد، معتقد است: «کارآفرین فردی است که دارای ایده نو و جدید است و از طریق فرآیند تأسیس و ایجاد یک کسب و کار (شرکت) و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه معرفی می کند» (شاه حسینی، ۱۳۸۸، ص ۳)

کارآفرینی نیازمند وجود فرهنگ خاصی است و بر اساس اصل تأثیر متقابل حوزه های مختلف فرهنگ و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه های دیگر فرهنگ از جمله حوزه اخلاق، مذهب، ارزش ها، عقاید اقتصادی و سیاسی تأثیر می پذیرد.

دولت ها در سراسر جهان به این نتیجه رسیده اند که کارآفرینی می تواند اقتصاد آنها را دگرگون کند. به همین علت کشورهای مختلف برنامه های مفصلی را برای گسترش چنین فرهنگی در جامعه خود تدارک دیده اند تا بتوانند همچنان مسیر رشد و پویایی شان را ادامه دهند. اما دولت ها نمی توانند همه کارها را به تنهایی انجام دهند: بخش های خصوصی و غیر انتفاعی نیز باید بخشی از مسئولیت را به عهده بگیرند. در این مقاله از طریق مروری بر موضوع فرهنگ و فرهنگ کار و کارآفرینی، سعی بر این است تا فرهنگ کارآفرینی را در آموزه های اسلام، ایران و سایر کشورها را مورد مطالعه قرار دهیم.

### تعریف فرهنگ<sup>۴</sup>

فرهنگ عبارت از مجموعه باورها، ارزش ها و الگوهای رفتاری است که برای گروهی از مردم عمومیت دارد. هر کس که از کشور دیگری بازدید کرده است می داند که تفاوت های فرهنگی وجود دارد، اما شما حتی نیاز ندارید که کشور

1. Entrepreneurship
2. Peter Drucker
3. rabert hisrich
4. culture

صرف وقت و دقت در انجام دادن کار تأکید دارد تا از این طریق تأثیر شایسته‌ای در رفتارهای اقتصادی مردم و اوضاع اقتصادی آنها داشته باشد. آشنایی با اصول اعتقادی و ارزش‌های اسلامی سبب می‌گردد تا انگیزه‌های افراد با توجه به اصول و معیارهای کارآفرینی فزون‌تر گردد. با توجه به کشور ما به گسترش فرهنگ کارآفرینی نیاز دارد، طبیعی است که هر چه برای گسترش این فرهنگ، بیشتر با آموزه‌های موجود در فرهنگ ملی و اسلامی مان آشنا باشیم، به نتایج بهتر و سریعتری دست خواهیم یافت.

### فرهنگ کارآفرینی در سایر کشورها

رئیس‌جمهور ایرلند، متوجه اثر خارق‌العاده کارآفرینی بر جامعه شد. او در سال ۲۰۰۳ گفت: «امروز نسل تحصیل کرده، با اعتماد به نفس. موفقیت طلب می‌تواند قدرت اشتغال را در سرزمین خود مشاهده کند، چرا

متأسفانه کمتر به آن پرداخته شده و لذا در جامعه کمتر جلوه نموده است که البته این از اثرات فرهنگ استعمارگری و نظام اقتصادی و سیاسی لیبرال سرمایه‌داری غرب است که سال‌هاست بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ ما سایه افکنده و تبعات آن هنوز در جامعه ما باقی است. هر قدر در جامعه ما فرهنگ اسلامی قوی‌تر باشد، در نتیجه جامعه ما و ابعاد مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی متعالی‌تر می‌شود. دین اسلام، سعی و تلاش را تنها سرمایه انسانی می‌داند و راهکار دستیابی به فضل و نعمات الهی را در حرکت و کار با ایمان و توکل بر خداوند مهربان می‌داند. این مکتب‌رهایی بخش، بیکاری، تنبلی، تن‌پروری را دشمنی با خدا دانسته و لذا خیر دنیا و آخرت را در سایه کار و تلاش به عنوان یک فرهنگ عامه تعریف می‌کند. ما نیازمندیم که مبانی اعتقادی کارآفرینی و ارزش آن را از مکتب اعتقادیمان شناسایی، تبیین و به جامعه معرفی و مبادرت

با توجه به این که کشور ما به گسترش فرهنگ کارآفرینی نیاز دارد، طبیعی است که هر چه بیشتر با آموزه‌های فرهنگ اسلامی و ملی آشنا باشیم، به نتایج بهتر و سریعتری دست خواهیم یافت.

که فرهنگ کارآفرینی سرنوشت ایرلند را عوض کرده و آینده جدیدی برای کودکان ما و داستان موفقیت اقتصادی بزرگی خلق کرده است» (آیزنبرگ، ۱۳۸۹، ص ۳۲) گفته شد که ریشه‌های قوت و ضعف در فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش‌ها و عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و در سلسله مراتب ارزش‌ها جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده‌اند از این حیث تعریف فرهنگ در کشورهای مختلف و تأثیر آن در اخلاق کارآفرینی بسیار اهمیت دارد. از آنجایی که ژاپن و ایالات متحده آمریکا در زمینه کارآفرینی کشورهای موفق بوده‌اند و فرهنگ کارآفرینی در این کشورها نهادینه شده است و کشورهای دیگر برای موفقیت در امر کارآفرینی سعی می‌کنند از این کشورها الگوبرداری کنند در اینجا برای بررسی فرهنگ کارآفرینی در سایر کشورها به این دو کشور بسنده شده است.

### فرهنگ کارآفرینی در ژاپن

در فرهنگ لغاتی ژاپنی، فرهنگ این چنین تعریف شده است: تلاش برای استفاده از طبیعت یا منابع طبیعی در

به نهادینه کردن آن نمائیم. در نظام ارزشی و در جای جای کلام معصومین (ع) در امتداد آیات قرآن و خاستگاه وحی، امور اقتصادی و مقوله کارآفرینی و اهمیت اشتغال برای جامعه مورد تأکید قرار گرفته که موارد ذیل برخی از آنهاست:

در نگاه پیامبر اکرم صل‌ا... علیه و آله کار کردن افراد ارزشی برابر با جهاد در راه خدا را دارد. وی در این باره می‌فرماید: «هر کس با تلاش و آبرو، در پی حلال دنیا باشد، در مرتبه شهدا خواهد بود» (مجلسی، ج ۱۰۰، ص ۱۰). همچنین ایشان می‌فرمایند: محبوب‌ترین کارها نزد خداوند، با دوام‌ترین آنهاست، هر چند کم باشد. (عابدینی مطلق، ۱۳۸۷، ص ۱۳۸)

و در جای دیگری می‌فرمایند: بهترین کسب‌ها، کسبی است که از دسترنج کارگر حاصل شود، در حالی که دقیق صورت گیرد. (عابدینی مطلق، ۱۳۸۷، ص ۲۱۴)

حضرت علی (ع) نیز درباره ارزش کار مداوم و پرهیز از کارهای گوناگون می‌فرمایند: کسی که به کارهای گوناگون پردازد، خوار شده، پیروز نمی‌گردد. (عابدینی، ۱۳۸۷، ص ۷۲۶) همان‌طور که مشاهده می‌شود تعالیم اسلام در مورد اهتمام به کار و تلاش مسلمان و مداومت در کارها با

بهرتر کردن زندگی انسان (نوع بشر)، که دارای دو بعد زیر می باشد:

الف) دانش، هنر، مذهب و ثمره فعالیت های روحی انسان  
ب) ثمره فعالیت های فنی که مترادف کلمه تمدن است  
تعریف فرهنگ، در عبارت بالا هم به معنی به فعلیت رساندن استعدادها و امکانات طبیعی برای تنظیم و بهتر کردن زندگی نوع بشر در نظر گرفته شده است و هم به معنی استعدادها و امکانات و پدیده های عالی انسان، مانند علم، هنر، مذهب و سایر ثمره های فعالیت های روح انسان. (شاه حسینی، ۱۳۸۸، ص ۱۱۲)

تلاش و کوشش در فرهنگ ژاپن تأکید نظام تربیتی آن بر تلاش و پشتکار است. این عقیده در بین ژاپنی ها رایج است که عنصر وجدان کاری و پشتکار در رفتار کودکان و جوانان ژاپنی راز موفقیت اقتصادی آنهاست. باید گفت در جامعه ژاپن کار محور و به سخنی همه زندگی فرد است. با کار هویت فرد مشخص می شود و کسی که بیکار است گویی هویت ندارد. برای یک ژاپنی معاشرت، ارتباطات، علائق، دوست، تفریح و نوع نگرش به محیط زندگی و ... همه در قالب کار شکل می گیرد و فرد همیشه ارزش خود را در ارتباط با کار و میزان نقشی که در سیستم دارد برآورد می کند. جدیت فراوان و علاقه به کار، عجین شدن با کار و تمرکز مطلق بر آن، رعایت دقت و سرعت، علاقه به انجام موفقیت آمیز کار، کار را به بهترین شکل انجام دادن، بیکار نبودن در ساعات کار و ... برخی از ویژگی های شگفت آفرین فرهنگ کاری در ژاپن است. در مورد ریشه این فرهنگ، برخی آن را مرتبط با دشواری های پس از جنگ و وضعیت رو به نابودی جامعه با توجه به فقدان هر نوع ذخایر طبیعی می دانند که باعث شد برای زنده ماندن و نیز اعاده اقتدار و غرور ملی امپراطوری قبل از شکست، کار الگو و شعار جامعه قرار گیرد، چنان که اصطلاح «اگر کار نکنیم خواهیم مرد» جمله رایجی در ژاپن بوده است. (شوریده، ص ۱)

با توجه به فرهنگ کار در ژاپن آنها اولین کشوری بودند که فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کردند. اولین مؤسسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۵۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان سربازان فداکار اقتصادی ژاپن، پیاده و اجرا کرد. بر اساس این طرح افراد از سطح دبیرستان ها به مسأله کارآفرینی پرداخته و آموزش دیدند که در حین تحصیل چگونه کار کنند و به دنبال کسب سود باشند و چگونه کشورشان را از وابستگی صنعتی رهایی دهند. به تدریج مسأله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه ها هم کشیده شد. اکنون در ژاپن بیش از ۲۵۰ مؤسسه بزرگ کارآفرینی وجود دارد. بین سال های ۱۹۷۰

تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶ درصد نوآوری صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برتر تبدیل کند توسط کارآفرینان صورت گرفت. البته ناگفته نماند حمایت های دولت هم در این زمینه نقش مهمی داشته است. (رضوی نعمت الهی، ۱۳۸۴، ص ۱۰)

یکی از معروف ترین چهره های کارآفرینی که نقش زیادی در تحول اقتصادی ژاپن بعد از جنگ جهانی دوم داشت، ماتسوشیتا<sup>۱</sup> بود. وی شرکتی برپا کرد و میلیاردها نفر را صاحب لوازم خانگی و لوازم برقی مصرفی با نام پاناسونیک و نشانه های دیگر کرد. ماتسوشیتا علت موفقیت خود را چنین توصیف می کند: «کلید کامیابی در پدید آوردن محصول، داشتن درجه دکترا، یا داشتن بودجه کلان در واحد پژوهش و گسترش نبود. بلکه در تلاش، زحمت کشیدن و عرق ریختن کارکنان شرکت بود». وی رویکردی جدید و متفاوت از زمان خود به کارکنان خود داشت. از نظر وی، سرمایه های یک سازمان، کارکنان آن هستند. توجه به «خردگروهی»، «نظام بخشی»، «تعیین مأموریت سازمان»، از شیوه های مدیریتی وی به شمار می آید؛ شیوه هایی که پس از گذشت چندین دهه از پیاده سازی آنها توسط ماتسوشیتا، در سازمان های کنونی مطرح می گردند. با توجه به نحوه زندگی و عملکرد ماتسوشیتا، وی علاوه بر خصوصیات همچون خلاقیت، خطر پذیری، تلاش، فروتنی که ویژگی مشترک کارآفرینان دیگر نیز می باشد، دارای ویژگی فوق العاده ای بود که می توان آن را رمز موفقیت وی نامید و آن هم «ظرفیت بالا برای برانگیختن دیگران است». (کاتر، ۱۳۸۱)

### فرهنگ کارآفرینی در غرب

برای درک رفتار و خلیات درونی غرب به ویژه آمریکا، ابتدا باید فرهنگ این کشور را شناخت در بسیاری از زبان ها، لغت فرهنگ در برگیرنده هنر، موسیقی، تاریخ و ادبیات می باشد. اما در ایالات متحده، تعریف فرهنگ بیشتر جنبه انسان شناسی دارد و به همین علت، موارد بالا نتیجه و بازتاب، فرهنگ آمریکا می باشند. در ایالات متحده لغت فرهنگ به معنی سبک و طریقه زندگی گروهی از مردم است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود. این می تواند شامل عقاید تعصب آمیز، ارزش های اخلاقی، الگوی فکری و دیدگاه های جهانی باشد. به طور طبیعی این جنبه های بیرونی فرهنگ، نشان دهنده ارزش ها، باورها و دیدگاه های درونی می باشند. (ویور، ص ۱)

رشد کارآفرینی در آمریکا همواره مورد توجه دانشمندان اروپایی بوده. به این که چرا کسب و کار در آمریکا تا این حد مورد تحسین است؟ چگونه در آمریکا در مدت

1. Matsushita



مشتریان آگاه می سازد. به علاوه، بدین ترتیب تأثیر مثبتی از مارک تجاری شرکت در ذهن مشتری می ماند.

- **سرمایه گذاری در شرکت های جوان:** شرکت های موفق با سرمایه گذاری در کارآفرینی تکنولوژیک (سرمایه گذاری در شرکت های نوپا)، پیشتازی تکنولوژیک خود را حفظ می کنند. این اقدام به شرکتهای بالغی همچون «اینتل» فرصت می دهد تا با حداقل سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه به تکنولوژی های جدید برسند. هر چند در بسیاری از کشورهای جهان و حتی در برخی مناطق ایالات متحده تلاش شده است که از الگوی سیلیکون والی تقلید شود،



اما این که در جای دیگری از جهان این درجه از موفقیت حاصل شده باشد مورد تردید است. اساسی ترین مؤلفه سیلیکون والی که تقلید از آن را برای سایرین دشوار می نماید، فرهنگ و روحیه کارآفرینانه ای است که بر این منطقه سایه انداخته است. (سعیدی کیا، ص ۳)

### فرهنگ کارآفرینی در ایران

در هزاره سوم از عوامل جدیدی به عنوان موتور رشد و توسعه یاد می شود که «کارآفرینی» یکی از مهم ترین آنهاست. کارآفرینان با نگاه متمایز خود به پدیده های اطراف و شکار فرصت ها همیشه به دنبال ارائه محصولات یا خدمات جدیدی به جامعه هستند. در بین عوامل تقویت کننده یا تضعیف کننده کارآفرینی، «فرهنگ» عامل بسیار مهم و حیاتی قلمداد می شود به طوری که ارزش ها و هنجارهای جامعه تا حد زیادی توسعه کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می دهد. بنابراین نوع نگرش ها، ارزش ها و هنجارهای موجود که فرهنگ را تعیین می کند، به تبع آن چگونگی رشد و پیشرفت و نوآوری را فرهنگ موجود رقم می زند.

۲۰ سال، ۳۰ میلیون شغل ایجاد شده است؟ و حال آن که در اروپا با جمعیتی بیش از آمریکا فقط ۵ میلیون شغل ایجاد شده است. چه چیزی اشتباهی سیری ناپذیر آمریکا را برای رشد و افزایش خیره کننده بهره وری در سال های اخیر تحریک می کند؟ این ها سؤالاتی بود که چارلز هندی<sup>۱</sup> فیلسوف شهیر انگلیسی برای پاسخ دادن به برخی از فرصت های بنیادی در شالوده کسب و کار آمریکا دارد. آنچه بیش از همه توجه هندی را جلب می کند، خوش بینی مردم آمریکاست. اعتقاد استوار و بی چون و چرای آنان به این که فردا می توانند و باید بهتر از امروز باشند. به نظر هندی، نیروی برآمده از خوش بینی توأم با اعتقاد در قداست کار و حرمت ثروت ناشی از کد یمین و عر جبین، راز توفیق و کامیابی مردم آمریکاست. شاید «سیلیکون والی»<sup>۲</sup> مثال خوبی باشد از جامعه کوچکی که توانسته است فرهنگ کارآفرینی و فرهنگ علم را در هم آمیزد و کارآفرینانی همچون مدیران شرکت های مایکروسافت<sup>۳</sup>، اینتل<sup>۴</sup>، یاهو<sup>۵</sup> را وارد عرصه اجتماع نمایند. سیلیکون والی، یک دالان پنجاه مایلی در ایالت کالیفرنیاست<sup>۶</sup> که به الگوی کارآفرینی تکنولوژیک جهان مبدل شده است. این منطقه که در جنوب سانفرانسیسکو<sup>۷</sup> واقع شده، در دهه ۱۹۹۰، اصلی ترین مرکز فعالیت های تکنولوژیک در ایالات متحده بوده است.

مؤلفه های این فرهنگ عبارتند از:

### آزادی عمل در آزمودن و شکست خوردن:

این مؤلفه تمامی سطوح مدیریت را تشویق می کند تا ایده های جدید را بیازمایند.

- **پذیرش تغییرات سریع:** این مؤلفه فرهنگی به بنگاه ها اجازه می دهد به راحتی تغییرات عمده ای در الگوی کسب و کار خود صورت دهند و پیش از آن که سهم بازار آنان توسط رقبا تهدید شود، محصولات خود را دگرگون سازند.

- **جبران خدمت:** بنگاه های کارآفرینانه و بالغ، بر حسب موفقیت خود، نسبت به جبران خدمت و انگیزش کارکنان در تمامی سطوح اقدام می کنند. مثلاً سهام شرکت را بین آنان توزیع می کنند.

- **سیستم های چالاک:** این مؤلفه شامل ایجاد سریع یک جایگاه مناسب در میان مشتریان است که می تواند از طریق عرضه مجانی نمونه های اولیه محصول به آنها انجام شود. این اقدام بنگاه را از نظرات و انتقادات

1. charles handy
2. Silicon Valley
3. microsoft
4. intel
5. yahoo
6. California
7. San Francisco

باید ببینیم ساختار فرهنگی کشور ما از چه نوع ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی تشکیل شده است، تا به مفهوم واقعی فرهنگ کارآفرینی و موانع موجود پی ببریم. از موانع توسعه فرهنگ کارآفرینی در کشور ما، می‌توان به طرح‌های قدرت‌های برتر جهان علیه کشورهای جهان سوم اعمال شده و فرهنگ کار و خودکفایی را دچار آسیب کرده است اشاره کرد. از جمله این طرح‌ها عبارت است از:

- غارت منابع و ذخایر جهان سوم
- ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی و رفاه‌طلبی و تجمل‌گرایی
- صدور کالاهای مصرفی به جهان سوم
- برنامه ریزی جهت جذب یا ربایش نخبگان
- تهاجم فرهنگی جهت انفعال و بازداشتن نسل جوان از کار و کوشش (شهیدی، ص ۲)

همچنین جریان نوسانات اقتصادی در دوره گذشته و دست یافتن افراد به پول‌های بادآورده در جریان این تغییرات موجب شد پول که در مباحث اقتصادی به عنوان «کار تیلور یافته» شناخته می‌شود به صورت کالا و غنیمتی درآید که دستیابی به آن لزوماً با انجام کار همراه نیست بلکه اطلاع از اوضاع و مهم‌تر از همه «شانس و اقبال» بیشتر از کار در آن سهم دارد. این عوامل به همراه «درآمد نفت» این نعمت الهی که باید منشاء حرکت و پویایی در کشور شود و موتور فعالیت‌های اقتصادی کشور را با رشد و شتاب بیشتری به جلو براند عامل بازدارنده‌ای شده برای تلاش و کوششی که بسیار به آن سفارش کرده است و باعث ایجاد سستی در کشور ما شده است که با توجه به آمار بانک جهانی (۱۹۹۸) این مشکل تقریباً برای بیشتر کشورهایی که به نوعی از منابع و ذخایر طبیعی سرشاری برخوردار هستند وجود دارد، اما اخلاق کار و پدیده‌های مرتبط به آن مانند کارآفرینی پدیده‌هایی هستند قابل شناسایی و مطالعه، تغییرپذیر، قابل کنترل و دستکاری که از قواعد کلی حاکم بر فرهنگ و جامعه تبعیت می‌کنند از این رو می‌توان از آنها به عنوان یک مسأله اجتماعی یاد کرد و مسأله اجتماعی همواره قابل حل بوده و می‌توان برای اصلاح آن کاری انجام داد ولی اگر فکر کنیم که درباره مسائل اجتماعی نمی‌توانیم کاری کنیم و اینها همه سابقه تاریخی داشته و غیر قابل تغییر به حساب می‌آید باید آن مسائل را از فهرست مسائل اجتماعی حذف کنیم زیرا دیگر مسأله اجتماعی به شمار نمی‌روند.

بنابراین با همه وجود دارد این مسأله قابل حل است و به نظر می‌رسد که راه حل آن نیز می‌تواند کارآفرینان باشند زیرا براساس نظر «ماکس وبر»<sup>۱</sup> کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی است که در آن کارآفرین با اشتیاق و پشتکار در کار، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌گردد. او معتقد است که فرهنگ کارآفرین در سطح تعامل انسان‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای فرد نسبت به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با سایر افراد جامعه شکل گرفته و تکامل پیدا می‌کند. (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸، ص ۲۵)

### ضرورت توسعه فرهنگ کارآفرینی

کارآفرینی مهم‌ترین مقدمه ورود به توسعه یافتگی است. زیرا محور کارآفرینی عبارت است از انسان و اندیشه و خلاقیتی که او ایجاد می‌کند. در این صورت هر اندازه که به انسان و خلاقیت و ایده‌پردازی اهمیت داده شود آن جامعه شتاب بیشتری در جهت توسعه اقتصادی و افزایش درآمد سرانه و گسترش فرصت‌های شغلی خواهد داشت. اگر در پرتو فرهنگ اسلام، در ابتدا ریشه‌ها را قوی نگه داریم و از جمله در خصوص مقوله کار و نیز جنبه عبادی آن توجه جدی شود، بسیاری از معضلات امروزی با تاسی به فرهنگ اسلامی و کار شایسته، قابل حل خواهد بود. یکی از عوامل توسعه فرهنگ، فرهنگ‌پذیری می‌باشد. فرهنگ‌پذیری نوعی اشاعه فرهنگی است که از طریق تماس نزدیک و مداوم بین فرهنگ‌ها حاصل می‌شود به عبارت دیگر، در نتیجه تماس نزدیک بین دو فرهنگ، آن دو در یکدیگر اثر می‌گذارند و عناصر از یکی به دیگری منتقل می‌شود به طور معمول فرهنگ نیرومندتر عناصر بیشتری را به فرهنگ ضعیف‌تر وام می‌دهد.

اسلام به هیچ وجه از بهره‌برداری از عناصر سازنده فرهنگی که بارزترین آنها علم به عنوان وسیله وصول به واقعیات است نه تنها جلوگیری نکرده، بلکه به شدت مورد توصیه قرار داده است. در نتیجه به طور حتم باید گفت: اسلام پذیرنده هر عنصر فرهنگی است که در کشف واقعیت یا بهره‌برداری از آن مؤثر باشد. انتقال فرهنگ مفید و سازنده که عبارت است از حقایق و واقعیات

1. Max Weber

مربوط به ضرورت‌ها، ارزش‌ها و زیبایی‌ها و دیگر شیوه‌های شایسته حیات معقول انسان‌ها، نه تنها شایسته است که همگان در انتقال آنها برای اقوام و ملل تلاش کنند بلکه از دیدگاه اسلام این یک تکلیف مذهبی برای هر فرد و گروهی است که توانایی انجام دادن آن را دارند. به شرطی که انتقال عناصر مفید فرهنگی با هدف سوداگری اقتصادی یا سیاسی یا سلطه‌گری و کوشش در جهت ترویج بی‌فکری نسبت به مسائل اجتماعی، نفی آزادی و سلب کرامت انسان‌ها نباشد و این امر مستلزم درایت و تیزبینی فرهنگ‌وام‌گیرنده می‌باشد. که نباید فرهنگ وارد شده از اقوام و ملل دیگر بدون تحقیق و تصفیه و تنها از روی تقلید پذیرفته شود (شاه حسینی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷)

### نتیجه‌گیری:

کار و کارآفرینی مهم‌ترین مسأله اجتماعی و فرآیندی انسانی است که با دگرگونی‌های اقتصادی - اجتماعی پیوند محکمی دارد. زمانی که کارآفرینی به عنوان یک روش زندگی توسط اکثریت افراد یک جامعه پذیرفته شود، ارکان توسعه در آن جامعه در مقایسه با سایر جوامع سریعتر رشد می‌کند. برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه نیازمند حاکم کردن فرهنگ کارآفرینی هستیم. گسترش فرهنگ کارآفرینی، بستری مناسب برای بسط عدالت در جامعه است. در یک جامعه کارآفرین، همه انسان‌ها فرصت‌های یکسانی پیش روی خود دارند. در این جامعه، سرمایه یا زمین برای افراد ایجاد ثروت نمی‌کند بلکه انسان‌های هوشمند، خلاق و نیز پر تلاش و مصمم هستند که شانس بیشتری برای موفقیت دارند. پس در فرهنگ عمومی باید تحولاتی ایجاد شود تا جامعه از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت کند و پذیرای تلاش‌های خلاقانه، ابتکار و نوآوری و احساس مسئولیت آنها شود. فرهنگ اسلامی ما برای کار ارزش‌والایی قائل است و سعی و تلاش را تنها سرمایه انسانی می‌داند و راهکار دستیابی به نعمات الهی را در حرکت و کار با ایمان و توکل بر خداوند می‌داند. لذا در این مکتب خیر دنیا و آخرت در سایه کار و تلاش به عنوان یک فرهنگ عامه تعریف می‌شود. در فرهنگ اسلام و سیره عملی ائمه معصومین (ع) بسیار به کار و تلاش تأکید شده است و این فرهنگ همواره مسلمانان را به کسب و کار حلال تشویق می‌کند، و بیکاری، تنبلی، سستی را دشمنی با خدا دانسته تا از این طریق و با استقرار فرهنگ کارآفرینی و تلاش، تعهد و مسئولیت‌پذیری در جامعه مسلمانان فعالیت‌های صحیح اقتصادی را در قالب عمل صالح به حد اعلی ترقی و تعالی دهند تا بدین وسیله در اصول اقتصادی و سیاست‌های مالی مستقل شده و از وابستگی به کشورهای دیگر رهایی یابند. با توجه به تأکیدات دین اسلام به فعالیت و کار و کوشش، ولی همان‌طور که در مقاله مشاهده شد کشورهای غرب در عمل از ما در زمینه کارآفرینی جلوتر هستند و گام‌های مؤثرتری برای ایجاد و نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی برداشته‌اند و نمونه‌های موفقیت آنها را در دهه‌های گذشته در این کشورها شاهد بوده‌ایم. بنابراین نیاز است باز تعریفی دوباره در زمینه فرهنگ کار و کارآفرینی داشته باشیم و با الگو برداری از آموزه‌های دینی، فرهنگی که اسلام بر آن تأکید دارد که همان فرهنگ کار و تلاش و پیگیری مستمر برای کسب روزی حلال است را در جامعه ارتقاء دهیم و از آنجا که نیروی کار جوان و منابع طبیعی و خدادادی زمینه و پایه ایجاد کارآفرینی در یک جامعه محسوب می‌شود و ما این ابزارهای بالقوه را در کشور داریم باید بتوانیم برای به فعلیت رسیدن و نتیجه بخش شدن آنها با برنامه ریزی و تلاش مستمر هر چه سریعتر فعالیت‌ها و امکانات و نیروهایمان را برای توسعه و ارتقاء فرهنگ کارآفرینی بسیج کنیم. امید است با ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در کشور و فعال‌سازی جوانان در فعالیت‌های ملی و فراهم آوردن زمینه‌های مناسب برای سخت‌کوشی، خلاقیت، ابتکار و نوآوری، احساس مسئولیت و تعهد در جامعه فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی فراهم شود تا از این طریق کشور بتواند با سرعت و شتاب بیشتری در راه موفقیت و پیشرفت حرکت کند.

## منابع:

- (۱) آرشمهورن، جان، مدیریت و رفتار سازمانی، ترجمه دکتر مهدی ایرانی نژاد پاریزی، نشر مدیران، تهران، ۱۳۸۶
- (۲) آیزنبرگ، دانیل، راه اندازی انقلاب کارآفرینی، ترجمه عاطفه پاشازاده، ماهنامه گزیده مدیریت، شماره صدونهم، سال یازدهم انتشارات فراه تهران، ۱۳۸۹
- (۳) احمد پور داریانی، محمود؛ کارآفرینی؛ تعاریف، الگوها و نظریات، انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۷۸ اعرابی، سید محمد، استراتژی منابع انسانی، انتشارات انستیتو ایز ایران، تهران، ۱۳۸۷
- (۴) اصغری، محمود، مقاله فرهنگ کار و اصول کارآفرینی در آموزه های نبوی، بازار کار، ۱۳۸۷
- (۵) عابدینی مطلق، کاظم، مجموعه کبیر از خاتم الانبیا (ص) تا خاتم الاوصیا (عج)، انتشارات توسعه قلم، قم، ۱۳۸۷
- (۶) دسلر، گری، مبانی مدیریت منابع انسانی، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران، ۱۳۷۸
- (۷) شاه حسینی، علی، کارآفرینی، انتشارات آبیژ، تهران، ۱۳۸۸
- (۸) رجب زاده، احمد، ارزش ها و ضعف وجدان کاری در ایران، نامه پژوهش، شماره ۵
- (۹) رضوی نعمت الهی، اقدس السادات، روزنامه همشهری، شماره ۳۶۷۷، ۱۳۸۴
- (۱۰) کاتر، جان، رهبری کارآفرین: ماتسوشیتا درخشانترین کارآفرین سده بیستم. ترجمه محمدعلی طوسی. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۱
- (۱۱) مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار، ج ۱۰۰ سایت ها:
- (۱۲) سخنان مقام معظم رهبری در دیدار صدها نفر از کارآفرینان در تاریخ ۱۶/۰۶/۱۳۸۹، [www.leader.ir](http://www.leader.ir)
- (۱۳) سعیدی کیا، مهدی، فرهنگ کارآفرینی، [www.mim.gov.ir](http://www.mim.gov.ir)
- (۱۴) شاه کرمی، رضا، شاخص های دستیابی به اشتغال پایدار ارتقای فرهنگ کار، [www.aftab.ir](http://www.aftab.ir)
- (۱۵) شهیدی، فرزانه، آسیب شناسی فرهنگ کار در ایران، [www.bpdanesh.ir](http://www.bpdanesh.ir)
- (۱۶) شوریده، علی، اگر کار نکنیم خواهیم مرد ( فرهنگ کار در ژاپن) نشریه الکترونیکی کوچ، [www.torontoreport.com](http://www.torontoreport.com)
- (۱۷) ویور، گری، همزیستی فرهنگ های مختلف در امریکا، [www.mohajersara.com](http://www.mohajersara.com)

پرتال جامع علوم انسانی