

# فرهنگ کار آفرینی سازمانی



سیدعلی اکبر غلامیان  
رضا ویسی  
rveicy@yahoo.com  
حسین نازکبار  
hntabar@yahoo.com

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

## چکیده

کارآفرینی، مفهومی است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. به تعبیری دیگر، کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در عصر مدرنیته، تلقی می‌شود. به زبان ساده، "کارآفرینی" همان فرایند تاسیس و یا توسعه کسب و کار، بر مبنای یک فکر و ایده نو است. کارآفرینی، به منظور رشد و نمو در جوامع، نیازمند وجود فرهنگ خاصی است. با توجه به اهمیت کلیدی کارآفرینی در اقتصادهای نوین (ایجاد شرکتهای کوچک و متوسط)، کشورهای مختلف، برنامه‌های مفصلی را برای بسط چنین فرهنگی در جامعه خود تدارک دیده‌اند تا بتوانند همچنان مسیر رشد و پویایی‌شان را ادامه دهند. بنابراین، شناسایی عوامل موثر بر ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه و نیز ویژگیهای منحصر به فرد کارآفرینان در سازمان شغلی یک فرد در دنیای امروزین به عنوان عنصر رشد و توسعه از ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی محسوب می‌شود؛ به گونه‌ای که عنصر کارآفرینی به عنوان موتور حرکتی تولید و توسعه اقتصادی و از سوی پرورش‌دهنده و تقویت‌کننده روحیه سرمایه‌گذاری و بهره‌وری در نیروی انسانی تلقی می‌شود. از همین رو مقاله حاضر نیز با دیدگاه توصیفی-تحلیلی، مؤلفه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی در سازمانها را برشمرده و به تشریح هر یک از آنها می‌پردازد.

## تدبیر

شماره ۱۸۸ - دی ۸۶

مقالات

فرهنگ را می‌توان مجموعه‌ای از باورها، آیینها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم، و ارزشهای حاکم بر یک جامعه دانست. به دیگر سخن، فرهنگ مقوله‌ای است که در سطح جامعه، گروه و در تعامل میان آنها معنا می‌یابد و شیوه برقراری ارتباط و تعامل میان افراد آن جامعه را بیان می‌کند. (Joseph & Igor, 1999)

از سوی دیگر اگر از دیدگاه "شیوه زندگی" به فرهنگ بنگریم، نمی‌توانیم آن را از مقوله کار و نحوه کسب درآمد نیز جدا بدانیم. کار و فرهنگ همواره و در تمام جوامع بر یکدیگر تاثیر متقابل داشته‌اند. روشهای رایج کسب درآمد تا حد زیادی بر نحوه رفتار افراد و تعامل آنها با یکدیگر موثر است. گسترش کارآفرینی نیز به عنوان عامل ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جامعه، نتایج فرهنگی ویژه‌ای را در پی خواهد داشت که قابل تامل و بررسی است. در واقع بدون توجه کافی به مقوله «توسعه فرهنگ کارآفرینی» نمی‌توانیم به شاخصهای رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و توان‌افزایی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود، دست یابیم. (Joseph & Igor, 1999)

## ادبیات کارآفرینی

فرایندی که بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورد، کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست، سازمانی هم می‌تواند باشد. (Thompson & ALVY, 2000)

به عقیده «آرتورکول» کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. از دیگر سو «روبرت نشتات» فرهنگ کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصتها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می‌داند. (داریانی، ۱۳۸۰)

جامعه‌شناسان و روانشناسان، ابعاد فرهنگی و اجتماعی تأثیرات محیط بر فرد و

ویژگیهای شخصیتی آن را بررسی کرده‌اند. بی‌شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی نیز عوامل متعددی دخیل هستند که ضروری است، درجه تاثیرگذاری هر یک از آنان مشخص شود.

## نظریه فرهنگ کارآفرینی پارسنز

پارسنز، جامعه‌شناس شهیر آمریکایی که نظریه‌های خود را در چهار نظام زیستی، فرهنگی، نظام اجتماعی و دینی بیان کرده است، توسعه فرهنگ خلاقیت و ابتکار را محصول نظام اجتماعی و تحت تاثیر نهاد خانواده و مدرسه می‌داند که در پرتو آن، انگیزه کنشگران برای به عهده گرفتن نقشهای تولیدی بالا می‌رود. در همین خصوص باید به شیوه جامعه‌پذیری، میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از کار در جامعه، سخت‌کوشی، پشتکار و وقت‌شناسی اشاره کرد.

## نظریه فرهنگ کارآفرینی ماکس وبر

ماکس وبر جامعه‌شناس بزرگ آلمانی در تشریح تبیین چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌داری در مغرب زمین به مفهومی اشاره می‌کند که این مفهوم به زبان امروزی، همان فرهنگ کارآفرینی است.

وبر توسعه فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه‌ریزی برای آینده و صرفه‌جویی می‌داند. (Haug & Pardy, 1999)

## نظریه فرهنگ کارآفرینی مک‌کله‌لند

مک‌کله‌لند، روانشناس اجتماعی معاصر، نظریه نیاز به موفقیت را برای اولین بار در مباحث اجتماعی مطرح کرد. وی معتقد بود جوامعی که دارای نیاز به موفقیت پایین هستند، نرخ سرمایه‌گذاری، خطرپذیری در آنها پایین است و به تبع آن توسعه‌نیافته هستند و در جوامعی که نیاز به موفقیت بالا است، نرخ سرمایه‌گذاری و خطرپذیری نیز بالاست. در این جوامع، افرادی پیدا می‌شوند که کسب و کار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کنند و ظرفیت تولیدی و بهره‌وری آن را افزایش و

بهبود می‌بخشند. مک‌کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه‌پذیری، شیوه‌های تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌داند. توجه خاص او به فرهنگ در امر کارآفرینی است و مناسبترین نوع جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود. (Brockhaus & Hurwitz, 2000)

## ویژگیهای فرهنگ کارآفرینی

- کارآفرینی؛ فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت

کارآفرینان و شرکتهای کارآفرین، همگام با تغییرات گام برمی‌دارند و می‌کوشند فرصتهای ایجادشده در جریان این تغییرات را کشف و از آنها بهره‌برداری کنند. همگامی با تغییرات، مستلزم بستری فرهنگی است که به تغییر بها می‌دهد و به استقبال آن می‌رود. بستری که می‌تواند در صورت لزوم، رهیافتها و عملکردهای سنتی و قدیمی را کنار گذارد و رهیافتهای نوینی را برگزیند (Jeffrey & Baron, 2000).

در عمیقترین لایه‌های فرهنگ کارآفرینی یک باور اساسی نهفته است و آن اینک:

"تمی‌توان در امواج سهمگین تحولات، جزیره‌ای کوچک و باثبات ساخت و با قراردادن حصارهای به ظاهر مستحکم، جامعه را از تبعات مثبت و منفی تحولات، مصون نگاه داشت."

## - کارآفرینی؛ فرهنگ مشارکت

در شرکتهای کوچک، کارآفرینی، ساختار سازمانی ساده‌تری دارد و سلسله مراتب، بسیار مختصر و مفید است. درحالی که در ساختارهای منسجم و گسترده سازمانهای سنتی، سلسله مراتب گسترده‌ای حکمفرماست. در این سازمانها، فرهنگ تضمین امنیت شغلی، در مقابل "اطاعت" شکل می‌گیرد. اما در کارآفرینها بیشتر ساختار شبکه‌ای وجود دارد و به جای فرایندهای عمودی، فرایندهای افقی در آنها جاری است. با کم‌شدن سلسله مراتب و برداشتن مرزها، روابط بیشتر بر مبنای مشارکت و درک متقابل شکل می‌گیرد.

کارآفرینان، افراد خلاق هستند که ایده‌های نو تولید می‌کنند و آن را در قالب یک شرکت به سرانجام می‌رسانند. به علاوه در شرکتهای کارآفرین، کارکنان می‌توانند به دنبال ناشناخته‌ها بروند و روشهای جدید را به محک تجربه بگذارند. در این شرکتهای افراد با خلاقیت و ابتکار عمل، تشویق می‌شوند. بها دادن به خلاقیت نه تنها در درازمدت باعث رشد و توسعه شرکتهای می‌شود، بلکه زمینه مناسبی را برای رشد و شکوفایی استعدادها و ظرفیتهای انسانی فراهم می‌کند. (Jeffrey & Baron, 2000)

- کارآفرینی؛ فرهنگ استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت

کارآفرینان، افرادی هستند که روحیه استقلال‌طلبی (روی پای خود ایستادن) را دارند و حاضرند مسئولیت کار و اشتغال

مبارزه کنند. باید دولت یا دیگر حامیان مستقل، حاضر به پذیرش مخاطره مورد نیاز کارآفرین باشند و "سرمایه مخاطره‌پذیر" برایش فراهم و او را در مراحل مختلف کارآفرینی همراهی کنند. افرادی که دارای روحیه محافظه‌کاری و یا کارمندی هستند، اساساً کارآفرینان موفق نخواهند بود. (Elwood & Eliza, 1999)

### ادبیات تجربی

مطالعات و تحقیقات انجام شده پیرامون موضوع کارآفرینی و بویژه کارآفرینی سازمانی در کشور بسیار محدود است. با این حال به تعدادی از آنها اشاره می‌شود. طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت از جمله مطالعاتی است که توسط محمود احمدپور داریانی به عنوان رساله دکترا در دانشگاه تربیت مدرس در سال ۱۳۷۷ انجام گرفته است.

کارآفرین و موفق و در عین حال الگوی پرورش مدیران کارآفرین، معرفی و ارائه شد.

عبدالحمید پایزن نیز در مقاله‌ای با عنوان توسعه سخت افزار، پول و امکانات و یا مغزافزار کارآفرینی، ارائه شده در همایش توسعه سال ۱۳۸۰ که در روزنامه آفتاب در شماره ۹۷۱ مورخ ۸۲/۴/۲ نیز به چاپ رسیده است، به بررسی رابطه بین کارآفرینی و بیکاری در کشور پرداخته و بر آن عقیده است که از نیروی انسانی جوان و جویای کار کشور که می‌تواند به عنوان پتانسیلی عظیم برای توسعه محسوب شود، نباید براحتمی گذشت. وی نقش عنصر کارآفرینی را در ایجاد اشتغال برای جوانان در کشور مهم و برجسته دانسته است.

حسن دانایی فرد در مقاله‌ای با عنوان نقش دولت در ارتقای کارآفرینی در نشریه مدیریت و توسعه، نتیجه می‌گیرد که افزایش تعداد کارآفرینان در یک کشور موجب تقویت توان تأثیرگذاری گروههای کاروکسب کوچک بر دولت می‌شود و کشورهایی که قادر به ایجاد محرکی برای کارآفرینی در اقتصاد داخلی خود هستند، ممکن است بتوانند خود را در یک روند فزاینده کار و کسبهای کوچک قرار دهند.

محمد سیدحسینی در پایان نامه کارشناسی ارشد خود در سال ۱۳۸۱ در دانشگاه علم و صنعت با عنوان شناسایی عوامل و شاخصهای اولویت‌دار جهت دستیابی به سازمانهای کارآفرین در کشور، عوامل و شاخصهایی که در صورت وجود در سازمانها به تقویت فضای نوآوری و افزایش انجام فعالیتهای کارآفرینانه در سازمان منجر می‌شود، مورد بررسی قرار داده است. این عوامل در پنج دسته مطالعه شده اند که عبارتند از: ۱- حمایت مدیریت ۲- فرهنگ ۳- ساختار ۴- سیستم‌ها ۵- اهداف و راهبردها.

### نتیجه‌گیری

ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ، از دو سو قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است که

خود (و حتی دیگران) را برعهده گیرند. این افراد معتقدند باید برپایه تواناییها، شایستگیها و فکریهای خود، امرار معاش کنند و اساساً روحیه "کارمندی" ندارند. در ساختار سازمانهای گسترده و سنتی "امنیت شغلی" بهایی بود که در مقابل "طاعت" به کارکنان پرداخت می‌شد. اما در شرکتهای کوچک کارآفرین، نه "امنیت شغلی" به معنای فرآگیر آن وجود دارد و نه "طاعت". در چنین شرکتی کارکنان، خودگردان، خطرپذیر و مسئولیت‌پذیرند و همه خود را در برابر منافع خود و شرکت و جلب رضایت مشتری، مسئول و پاسخگو می‌دانند. (Joseph & Igor, 1999)

- کارآفرینی؛ فرهنگ مخاطره‌پذیری

کارآفرینان، باید مخاطره‌پذیر باشند، یعنی بتوانند نسبت به موقعیت، شرایط، امکانات و در یک کلام آینده خود خطرکرده و برای کسب "موفقیتی محتمل"

وی در این پژوهش ۱۲۰ مدیر موفق کارآفرین را که با استفاده از دیدگاهها و نظرات وزارتخانه‌های ذی‌ربط و خبرگان صنعت شناسایی و معرفی شده بودند، مورد مطالعه قرار داد و دو پرسشنامه تهیه و برای اندازه‌گیری میزان موفقیت و تعیین ویژگیهای شخصیتی، میان آنها توزیع و جمع‌آوری کرد. تجزیه و تحلیل انجام گرفته با استفاده از آزمونهای آماری همبستگی اسپیرمن، کای دو، ویلکاکسون، رگرسیون چندمتغیره و تحلیل عاملی در ۱۵۱ متغیر به عمل آمد. آزمون همبستگی انجام گرفته با معیار ۹۵ درصد اطمینان تعدادی از ارتباطات را تأیید کرده است. در عین حال با استفاده از آزمون رگرسیون چندمتغیره و تحلیل عاملی، تعدادی از عوامل موثر در موفقیت سازمانی و کارآفرینی مورد شناسایی و دسته‌بندی قرار گرفتند و در نهایت دو الگوی سازمان

**توسعه کارآفرینی**  
**با ایجاد فرصتهای برابر**  
**برای بروز استعدادهای نهفته افراد،**  
**می‌تواند در نهایت**  
**به توسعه عدالت اجتماعی در کشور منتهی شود.**



هم متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است و هم می‌تواند در آن تحولات اساسی ایجاد کند. در واقع کارآفرینی، فرایندی اکتسابی است و خانواده در شکل‌گیری این فرایند نقش اساسی را ایفا می‌کند. خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق کند؛ به شکلی که فرد و جامعه در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالبهای اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. در عین حال شرایط محیطی و نوع جامعه‌ای که فرد در آن رشد و نمو می‌یابد، نیز در شکل‌گیری و ایجاد عادات و رفتارهای مختلف در فرد به میزان زیادی تأثیرگذار است.

کارآفرینی با ایجاد فرصتهای شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای سطح فرهنگی جامعه است. با برآورده شدن نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی‌تر انسانی فراهم می‌شود که اگر در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسانها و جامعه می‌انجامد. از سوی دیگر، نحوه شکل‌گیری و ثمربخشی کارآفرینی، روشها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزشهای ویژه‌ای استوار شده است. مجموعه این روشها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی کرد. در واقع فرایند کارآفرینی در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد. این فرهنگ را می‌توان همان فرهنگ حاکم بر شرکتهای کارآفرینی کوچک دانست: مفهوم مشتری است که اعضای شرکت پذیرفته‌اند و ارزشها، باورها و روشهای مشترکی است که بر فعالیت شرکت حاکم است. علاوه بر این ویژگیها، تعمیق و 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 منشأ تولید ثروت نیست و در چنین جامعه‌ای افراد هوشمند، خلاق و صاحب‌اندیشه و نیز پرتلاش و مصمم، شانس بیشتری برای موفقیت دارند و صاحبان سرمایه‌های کلان نمی‌توانند ثروت را در انحصار خود نگاه‌دارند. تمام

اینها در کنار هم یک زمینه مناسب برای بسط عدالت در سطح اجتماع است. بنابراین با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز در پی ایجاد موج گسترده و جدیدی از سازمانهای کارآفرین هستند که برای رسیدن به این مهم می‌بایستی نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه دهنده و یا موانع آن در سازمانها مشخص و معرفی شوند. به عبارتی دیگر کارآفرینی به عنوان یک الزام و رویکرد نوین و تدبیر جدید اقتصادی در پاسخ به واقعیتها و شرایط جدید محیطی، یکی از راهکارهای ارزشمند در رویارویی و تقابل با ناکارآمدی اقتصادی و جلوگیری از پدیده‌های منفی اقتصادی مانند بیکاری، محسوب می‌شود. امروزه با به بن‌بست رسیدن بسیاری از روشهای

سنی و پاسخگو نبودن آنها در رویارویی با مشکلات و معضلات علت و معلولی در اقتصاد ملی و اقتصاد جهانی، ناگزیر به تعریف مفاهیم و چارچوبهای جدیدی هستیم که در دنیای رقابتی و اقتصاد بدون مرز و آزاد بتواند جایگاه قابل قبول و رتبه مناسبی در بین اقتصادهای جهان برای کشور به ارمغان آورد و از بسیاری از هزینه‌های گزاف بکاهد. این راه‌حل و راهکار چیزی نیست مگر به‌کارگیری تمام ظرفیتهای و قابلیتهای موجود و طرح و اجرای روشهای نوآورانه و خلاق مبتنی بر دانش و متکی بر امکانات ناشی از فناوری نوین که آن عنصر مترقی، فرهنگ کارآفرینی است که در آن کارآفرینان از هر قشر و رده و هر گروهی با تمام وجود و با برخورداری از کمترین امکانات و توقعات در بستر سازمانهای کوچک و بزرگ، ظهور و بروز می‌یابند. □

## منابع

- ۱- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۷، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت، رساله دکترا دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۷.
- ۲- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۰، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات پردیس.
- ۳- پاپزن، عبدالحمید، توسعه سخت افزار، پول و امکانات و یا مغزافزار کارآفرینی؛ مجموعه مقالات همایش توسعه، ۱۳۸۰.
- ۴- سیدحسینی، محمد، ۱۳۸۱، شناسایی عوامل و شاخصهای اولویت‌دار جهت دستیابی به سازمانهای کارآفرین در کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علم و صنعت ایران.
- 5-Brockhaus R. and Horwitz P. (2000). The Psychology of the Entrepreneur. In D. Sexton & R. Smilor. The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge, Mass: Ballinger.
- 6-Cornwall Jeffrey & Perlman Baron (2000) organizational entrepreneurship, Richard Irwin.
- 7-Haug H.M & Pardy w. (1999) "community entrepreneurship in north eastland", international journal of entrepreneurial

## ..... نیروی انسانی جوان و جویای کار

### در کشور می‌تواند

### به عنوان پتانسیلی عظیم برای توسعه کارآفرینی

### و به تبع آن توسعه اقتصادی و فرهنگی

### جامعه محسوب شود.

- behavior & research, vol 5, N.4.
- 8-Prokopenko Joseph & Pavlin Igor (1999). Entrepreneurship development in pullice enterprises, international labour organization.
- 9-Thompson john & Geoff ALVY (2000) "The worls of the entrepreneur" vol. 38, No.5.
- 10-Williams Care Elwood & Tse Eliza (1999). "the relationship between strategy and entrepreneurship", international journal of contemporary hospitality management, vol.7, N.1.

- سیداکبر غلامیان: کارشناس ارشد مهندسی صنایع - گرایش سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی از دانشگاه علم و صنعت
- رضا ویسی: کارشناس ارشد مطالعات توسعه و دستیار علمی دانشگاه جامع پیام نور مازندران
- حسین نازک‌تبار: کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و دستیار علمی دانشگاه جامع پیام نور مازندران