



دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)

مقدمه‌ای بر اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی

مؤلفان:

افشین ماهوشی

علی انصاری

۱۳۹۲

سرشناسه	: ماهوشی، افشین، ۱۳۴۷-
عنوان و نام پدیدآور	: مقدمه‌ای بر اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی / مؤلفان: افشین ماهوشی، علی انصاری.
مشخصات نشر	: اصفهان: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۲ ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول نمودار.
شابک	: 978-964-10-2279-4
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابخانه
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: کارآفرینی -- ایران
شناسه افزوده	: انصاری، علی، ۱۳۶۲-
شناسه افزوده	: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲م/۱۶م/۵۱۵/۵۱۵ HB
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۷۴۴۰۱



ناشر: مؤسسه پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)

مکانی: تهران، خیابان جی، صندوق پستی: ۱۵۸-۸۱۵۹۵

تلفن: ۰۲۱-۸۰۰۱۰۰۱۱-۰۲۱-۵۳۵۴۰۶۰-۰۳۱۱-۳۱۱ Email: info@khuisf.ac.ir

مقدمه‌ای بر اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی

افشین ماهوشی - علی انصاری

• طراح جلد: شمیم شکرائی

• تعداد: ۱۰۰۰ جلد

• تعداد صفحات: ۱۵۲ صفحه

• چاپ: کنکاش

• قیمت: ۹۰۰۰ تومان

© حق چاپ محفوظ است.

ISBN: 978-964-10-2279-4

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۲۲۷۹-۴

مدتی را به بحث می‌پردازیم که چرا فقط از کارآفرینی در مراکز صنعتی و ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط آفرینند سخن می‌گویند، حال آن‌که مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها به‌عنوان مراکز تولید فکر و اندیشه و تربیت نیروی انسانی بالقوه مولد در فرآیند کارآفرینی، مورد غفلت واقع شده‌اند تا آن‌که روزی در مجله "علم و آینده" مقاله‌ای از یعقوب انتظاری را با عنوان ظهور دانشگاه کارآفرین خواندیم. در مطالعه آن به این نتیجه رسیدیم که می‌توان دانشگاه‌های کارآفرین داشت. از سوی دیگر، در آیین دانشگاه‌ها وظیفه مهم فرهنگ‌سازی و آموزش رایج عهده دارند، در صدد برآمدن ما در این خصوص مولفه‌های فرهنگ کارآفرینی را مشخص نماییم، اما ابتدا لازم بود موافقه‌های فرهنگ کارآفرینی در تحقیقی مشخص شود، سپس بر مبنای آن راهکارهای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها ارائه گردد. تحقیقات لازم در این زمینه به عمل آمد و پس از مطالعه ۵۰ مقاله، ۵ حوزه از عوامل فرهنگی شناسایی و مطالعات آن در کشورهای عضو مجمع دیده‌بان کارآفرینی (با مقاله ۱۲ کشور سرآمد و منتخب) مورد تحلیل قرار گرفت که در نهایت پنج عامل محیطی، شخصیتی، ساختاری، اعتقادی و تربیتی، استخراج گردید. لازم به ذکر است، منابع داخلی را به‌خصوص مولفه‌های فرهنگ کارآفرینی وجود نداشت و منابع خارجی نیز بسیار اندک بود و در خصوص "فرهنگ کارآفرینی" صرفاً به‌عنوان یک فرآیند آموزشی بحث شده بود. کاوش

بسیاری در این زمینه انجام شد که بخش‌های حایز اهمیت در زمینه "توسعه فرهنگ
کارآفرینی" در کتاب حاضر تقدیم خوانندگان و دانش پژوهان عزیز می‌گردد.

افشین ماهوشی و علی انصاری

زمستان ۱۳۹۱

www.ketab.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	۱۳
بخش اول: مبانی نظری	
۱-۱- مفهوم و پیشینه فرهنگ (culture)	۱۹
۲-۱- ویژگی‌های فرهنگ	۲۱
۳-۱- مفهوم و پیشینه کارآفرینی (Entrepreneurship)	۲۶
۱-۳-۱- گونه شناسی کارآفرینی	۲۹
۴-۱- رابطه فرهنگ با کارآفرینی	۳۴
۵-۱- ویژگی‌های فرهنگ کارآفرینی	۳۷
۱-۵-۱- کارآفرینی و تاثیرگذاری فرهنگی	۳۷
بخش دوم: مطالعات تطبیقی	
۱-۲- انقلاب کارآفرینی در جهان	۴۵
۲-۲- لزوم وجود دانشگاه کارآفرین	۴۶

۴۸.....	۳-۲- تحقیقات علمی و توسعه ایده‌های تجاری
۴۹.....	۴-۲- طراحی پروژه‌های تاسیس بنگاه
۵۲.....	۵-۲- توسعه تحقیقات بین رشته‌ای و نوین کاربردی با ایجاد R&D دانشگاهی
۵۲.....	۶-۲- ایجاد کارآفرینی مبتنی بر شبکه
۵۵.....	۷-۲- تجربه توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی
۵۷.....	۷-۱- دانشگاه MIT
۵۸.....	۷-۲- دانشگاه استنفورد
۵۸.....	۷-۳- دانشگاه کمبریج
۵۹.....	۷-۴- تجربه توسعه کارآفرینی در دانشگاه گریونج (بریتانیا)
۶۲.....	۸-۲- توسعه کارآفرینی آسیا
۶۴.....	۹-۲- پیشینه تحقیقات کارآفرینی در جهان
۶۴.....	۹-۲-۱- آمریکا
۶۶.....	۹-۲-۲- فرهنگ دره سیلیکون
۶۹.....	۹-۲-۳- تایوان
۷۰.....	۹-۲-۴- کره جنوبی
۷۰.....	۹-۲-۵- اندونزی
۷۱.....	۹-۲-۶- استرالیا
۷۱.....	۹-۲-۷- کانادا
۷۲.....	۱۰-۲- پیشینه تحقیقات کارآفرینی در ایران
۷۴.....	۱۱-۲- بررسی مقایسه‌ای آرایه درس کارآفرینی در ایران و جهان
۷۷.....	۱۲-۲- وضعیت مولفه‌های فرهنگ کارآفرینی در کشورهای عضو GEM

بخش سوم: مولفه‌ها و عوامل اصلی موثر در فرهنگ کارآفرینی

- ۱-۳- موانع فرهنگی توسعه فرهنگ کارآفرینی در ایران ۸۱
- ۲-۳- ابعاد مورد مطالعه فرهنگ کارآفرینی ۸۶
- ۳-۳- کارآفرینی، فرهنگ‌پذیری و تغییر ۸۶
- ۱-۳-۳- فرهنگ‌پذیری یک سویه و فرهنگ‌پذیری دو سویه ۸۸
- ۲-۳-۳- فرهنگ سازمانی و فرهنگ‌پذیری کارآفرینی ۸۸
- ۳-۳- تسهیل ایجاد ارتباطات دو سویه در سازمان ۹۲
- ۱-۳- مولفه‌های موثر فرهنگی در کارآفرینی ۹۴
- ۱-۴-۳- مدل گلابی مولفه‌های فرهنگ کارآفرینی ۹۵
- ۵-۳- انتخاب پیش‌گامی کارآفرینان ۱۰۰
- ۶-۳- عوامل تاثیرگذار در فرایند بزرگ کارآفرینی ۱۰۱
- ۱-۶-۳- عوامل محیطی ۱۰۳
- ۲-۶-۳- عوامل شخصیتی ۱۰۶
- ۳-۶-۳- عوامل ساختاری ۱۱۳
- ۴-۶-۳- نظام ارزشی (عوامل اعتقادی) ۱۱۸
- ۵-۶-۳- عوامل تربیتی و ترویجی ۱۲۳

بخش چهارم: پیشنهاداتی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی

- ۱-۴- پیشنهاداتی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در فرهنگ عمومی و فضای کارآفرینی ملی ۱۳۱
- ۲-۴- راهکارهای تسری عناصر فرهنگی کارآفرینی در سطح جامعه ۱۳۲
- ۳-۴- راهکارهایی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها ۱۳۶
- ۲-۳-۴- عوامل شخصیتی (نظام رفتاری) ۱۳۸
- ۳-۳-۴- عوامل ساختاری (نظام سازمانی) ۱۳۸

۱۳۹ ۴-۳-۱- اصلاح فرهنگ سازمانی

۱۴۱ ۴-۳-۴- عوامل اعتقادی

۱۴۱ ۴-۳-۵- عوامل تربیتی و ترویجی (نظام تعلیم و تربیت)

۱۴۵ منابع و مآخذ فارسی

۱۵۰ منابع لاتین

www.ketab.ir

از سالان مطرح شدن کارآفرینی در ایران بیش از دو دهه نمی‌گذرد، این مقوله نوپا از جمله نوپادهای حوزه علوم انسانی و مدیریت است و از جمله فرآیندهای بین رشته‌ای محسوب می‌شود. کارآفرینی یک مفهوم چند وجهی پیچیده‌ای است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب نظران بر این باورند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم به سزایی در توسعه اقتصادی دارند.

در واقع کارآفرینی عامل حیات و زایش ایده‌های جدید، خلق شرکت‌ها و کسب و کارهای جدید و به‌طور کلی پرورش نهاد یک، کارآفرین است. البته این بدان معنا نیست که کارآفرینی صرفاً در حوزه اقتصاد کاربرد دارد. کارآفرینی به‌عنوان یک صفت خاص و یک رشته و سبک علمی در اقتصاد و مدیریت مطرح باشد، بلکه به‌عنوان فرآیندی است که در زندگی فردی و اجتماعی جریان دارد و این مهم خود سبب زایش ایده پروری عملی در نهادهای اجتماعی به‌ویژه نهاد خانواده می‌شود، لذا می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی یک سبک زندگی است و گزینش زندگی شغلی "کارآفرینانه" به‌عنوان یک سبک زندگی نوین که سرشار از تحرک و پویایی است حایز اهمیت است. در شرایطی که اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌هایی است که منجر به بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری، فاصله بین صادرات و واردات و ضعف در صادرات غیرنفتی شده است. نیم

نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد، ما را به سوی این باور می‌کشانند که رشد کارآفرینی، تنها راه بهبود بیماری امروزی اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت حال فردا است. در هر حال شرایط فعلی اقتصاد ملی ما و مواجهه برخی دولت‌های غربی با ملت ایران، ضرورت توجه جدی به بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های کارآفرین را بیش از پیش روشن می‌کند، از سویی به اذعان بسیاری از صاحب‌نظران، اقتصاد کشور ما از عدم برنامه‌ریزی، سو مدیریت و نبود تعبیه و تبیین راهبردهای ملی، دچار نارسایی‌ها و کمبودهایی گردیده است که ماحصل آن کارایی، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری، ضعف در صادرات غیرنفتی، بیماری‌هایی از این دست می‌باشد. نگاهی به وضعیت داخلی و جهانی اقتصاد، این باور را تقویت می‌کند که ایران برای برون رفت از بحران‌های اقتصادی، راهکاری جز توجه به اجرایی شدن اصل ۴۴ قانون اساسی و رشد و توسعه کارآفرینی ندارد و البته در این راستا در هم تنیدگی اقتصاد دولتی و بخش خصوصی مانع مهمی است که بایستی به همت مردم و دست‌اندرکاران بخش خصوصی تعاونی کشور برطرف گردد، زیرا برای رسیدن به چشم انداز بیست ساله نظام و برنامه توسعه ملی کشور و اجرای اصل ۴۴ قانون، اتخاذ راهبرد ملی «کارآفرینی و نوآوری» بایستی سرلوحه تلاش‌های دولتی و اولین نظام جمهوری اسلامی قرار گیرد و انجام این حرکت ملی ممکن نیست مگر با فرهنگ‌های و فراهم آوردن بسترهای مناسب فرهنگی؛ بنابراین توسعه فرهنگ کارآفرینی، تنها راه بهبود بیماری امروزی اقتصاد کشور ما می‌باشد. با توجه به وضعیت پیش رو و شرایط فعلی با وجود تنگنای اقتصادی، در بخش تولید نمی‌توان صرفاً به مساعدت‌های دولت چشم امید داشت؛ وجود تنگنای اقتصادی، اهمیت توجه به کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی را متذکر می‌شود. البته در همین رابطه نیز با مرور وضعیت، پیشرفت بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی مشاهده می‌شود؛ علیرغم تلاش‌های مسئولین چنانچه شایسته و بایسته است، اعتبارات در جهت کارآفرینی هزینه نشده و به انباشت

سرمایه در بخش‌های غیر ضروری انجامیده است و هنوز برنامه‌های مدون عملیاتی به‌منظور حمایت جدی از کارآفرینان وجود ندارد.

اولین و بارزترین نکته به‌عنوان معضل در توسعه کارآفرینی، شناخت صحیح کارآفرینی و نحوه رفتارها، بینش‌ها و نگرش‌هایی است که مردم و نهادهای اجتماعی نسبت به آن دارند. بدیهی است گروه‌های اجتماعی و سایر مردم برای شناساندن کارآفرینی و توسعه فرآیندها و مولف‌های آن، از دانشگاه‌ها و رسانه‌ها انتظار بیشتری داشته باشند. با مطالعه آن‌چه در دانشگاه‌ها و موسسات کارآفرین می‌گذرد می‌توان پلی به توسعه فرهنگ کارآفرینی زد، چرا که دانشگاه‌ها و مراکز علمی و فرهنگی ساری و آموزش را به‌عهده دارند؛ در این گذر و نظر، اولین ضرورت و الزام برای توسعه فرهنگ کارآفرینی "است.

www.ketab.ir