

اصول و مبانی فرهنگ کار آفرینی

تالیف:

دکتر جمال خانی جزنی

عضو هیأت علمی سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
مؤسسه مطالعات و تحقیقات فناوری

تهران، ۱۳۸۷

سرشناسه	: خانی جزنی، جمال، ۱۳۴۲
عنوان و نام پدیدآور	: اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی / تألیف جمال خانی جزنی.
مشخصات نشر	: تهران: مهرراوش، ۱۳۷۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۰ ص: مصور، جدول.
شابک	: 978-964-2510-20-7
وضعیت فهرست‌نویسی: فبا	
یادداشت	: کتابنامه، ص. ۱۹۶-۲۰۰.
موضوع	: کارآفرینی.
موضوع	: کارآفرینی -- ایران.
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۷۸ الف ۶ خ ۲ / HB ۶۱۵
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۲۱۶۷۶۹



نشر مهر راوش

اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی

دکتر جمال خانی جزنی

ناشر: مهرراوش

ویراستار: زهرا عشق‌آبادی کارشناس ارشد پژوهشی سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

طرح جلد: مهندس زهرا خوبانی، مهندس حمیدرضا خورش

همکاران: مهدی عارف، زویا رحیمی، مریم‌السادات پارسا، فرح آجورلو

نوبت چاپ: اول، ۱۳۸۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ و صحافی: کبریا

قیمت: ۳۲۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۵۱۰-۲۰-۷

تهران: خ انقلاب - ۱۲ فروردین - نظری غربی - پلاک ۱۹۹ - واحد ۱۰ Email: mehrravash@yahoo.com

تلفن تماس: ۰۹۳۲۹۱۹۹۲۴۲ - ۶۶۹۷۳۸۲۲

فهرست

پیشگفتار.....	۱۳
---------------	----

فصل اول: مفاهیم کلی

مقدمه.....	۱۵
اثرات اجتماعی و اقتصادی کارآفرینی.....	۱۵
فرهنگ.....	۱۷
شاخص‌های فرهنگ یک جامعه.....	۲۰
مفهوم راه‌اندازی کسب و کار.....	۲۱
شناخت انواع کسب و کار.....	۲۲
۱- کسب و کار خانگی.....	۲۳
اهمیت کسب و کار خانگی.....	۲۳
۲- کسب و کار اینترنتی.....	۲۳
نمونه‌های موفق کسب و کار اینترنتی.....	۳۰
مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های کسب و کار.....	۳۴
کار، اخلاق کار و وجدان کار.....	۳۴
عوامل اجتماعی مؤثر بر اخلاق کار.....	۳۹
عوامل اقتصادی مؤثر بر اخلاق کار.....	۴۰
عوامل روانشناختی اخلاق کار.....	۴۰
مفهوم کارآفرینی.....	۴۱
کنکاشی بر تعاریف ارائه شده درخصوص کارآفرینی.....	۴۳
سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی.....	۴۴
تاریخچه کارآفرینی در دنیا.....	۴۵
تاریخچه کارآفرینی در ایران.....	۴۵
فعالیت‌های کارآفرینی.....	۴۶
کارآفرین چگونه کارآفرین می‌شود؟.....	۴۶
اهمیت کارآفرینی.....	۴۷
خانواده و کارآفرینی.....	۴۷

۴۹	تحقیقات درخصوص کارآفرینی و آموزش آن
۵۱	کارآفرین
۵۱	کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۵۴	کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۵۸	کارآفرینی از دیدگاه محققان علوم رفتاری
۶۰	ویژگی‌های روانشناختی افراد کارآفرین
۶۷	تحلیلی بر رویکردهای ویژگی‌ها
۶۸	رویکرد رفتاری
۶۸	ویژگی‌های تجربی
۶۹	سابقه و پیشینه فرد
۷۰	صفات کارآفرینان
۷۲	وظایف کارآفرین
۷۲	نقش‌های کارآفرین در جامعه
۷۳	کارآفرینی و فناوری اطلاعات
۷۷	اقتصاد نوین و کارآفرینی
۷۸	خلاقیت مبتنی بر فناوری اطلاعات
۷۸	نقش کارآفرینان در توسعه فناوری
۸۰	فرایند کارآفرینی مبتنی بر علم
۸۵	۱- تحقیقات علمی
۸۶	۲- توسعه ایده‌های تجاری
۸۷	۳- طراحی پروژه‌های تأسیس بنگاه
۸۹	۴- تأسیس بنگاه مشتقه
۹۰	۵- بازدهی اقتصادی پایدار
۹۱	نقش‌ها در فرایند کارآفرینی مبتنی بر علم

فصل دوم: بستر اجتماعی کارآفرینی

۹۳	مقدمه
۹۶	عوامل اصلی یک جامعه
۹۶	اقتصاد سیاسی

- ۱۰۰ بستر اجتماعی کارآفرینی
- ۱۰۲ فرهنگ کارآفرینی
- ۱۰۴ فضای فرهنگی کارآفرینی
- ۱۰۵ الف: محیط فرهنگی مادی گرایی
- ۱۰۶ ب: محیط فرهنگی التقاطی
- ۱۰۶ ج: محیط فرهنگی الهی
- ۱۰۷ سیاست کارآفرینی
- ۱۰۸ فضای سیاسی کارآفرینی
- ۱۰۹ الف: محیط سیاسی لیبرال دموکراسی
- ۱۱۰ ب: محیط سیاسی استبدادی
- ۱۱۰ ج: محیط سیاسی مردم سالاری دینی
- ۱۱۱ اقتصاد کارآفرینی
- ۱۱۲ فضای اقتصادی کارآفرینی
- ۱۱۴ محیط اقتصادی کارآفرینی
- ۱۱۵ الف: محیط اقتصادی کارآفرینی ابزار محور (متمرکز)
- ۱۱۶ ب: محیط اقتصادی سودمحور یا غیر متمرکز (آزاد)
- ۱۱۷ ج: محیط اقتصادی بینابینی کارآفرینی
- ۱۲۰ محیط اقتصادی اسلام
- ۱۲۲ استراتژی کارآفرینی در چند کشور جهان
- ۱۲۵ سیاست‌های اقتصادی کارآفرینی در جمهوری اسلامی ایران
- ۱۲۶ ساختار اقتصادی جمهوری اسلامی ایران
- ۱۳۰ کارآفرینی و جامعه
- ۱۳۱ نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی
- ۱۳۲ کارآفرینی و تنوع نهادی
- ۱۳۸ کارآفرینی و سیاست‌های پولی و مالی
- ۱۳۹ کارآفرینی و اسپانسرشیپ
- ۱۴۰ اسپانسرشیپ برتر از تبلیغات
- ۱۴۱ تسهیل در ورود به سازمان تجارت جهانی با مکانیزم اسپانسرشیپ
- ۱۴۱ قابلیت‌های پدیده اسپانسرشیپ

۱۴۲	ویژگی‌های اسپانسرشیپ
۱۴۲	استراتژی اسپانسرشیپ
۱۴۳	کارآفرینی، پایه‌های شکل‌گیری اقتصاد نوین
۱۴۳	کارآفرینی و اشتغال
۱۴۵	گام‌های حمایتی
۱۴۷	کارآفرینی و رشد فناوری

فصل سوم: فرهنگ کارآفرینی

۱۴۹	مقدمه
۱۵۰	فرهنگ کارآفرینی
۱۵۲	باورهای هفتگانه کارآفرینی
۱۵۳	- باور اول
۱۵۵	- باور دوم
۱۵۸	- باور سوم
۱۵۹	- باور چهارم
۱۶۱	- باور پنجم
۱۶۲	- باور ششم
۱۶۴	- باور هفتم
۱۶۵	ضرورت طرح مدل راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی
۱۶۵	الف) شاخصه‌های رویکردی
۱۶۶	ب) شاخصه‌های مهندسی
۱۶۶	ج) شاخصه‌های ابطال‌پذیری
۱۶۶	نمایش مدل راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی (ساختار)
۱۶۷	اصول ساختار فرهنگ‌سازی کارآفرینی
۱۶۸	مرحله اول مدل راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی
۱۶۹	مرحله دوم مدل راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی
۱۷۰	مرحله سوم مدل راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی
۱۷۲	مرحله چهارم مدل راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی
۱۷۳	دشواری‌های تغییر فرهنگ

۱۷۵	سطوح متفاوت فرهنگ کارآفرینی
۱۷۵	- فرهنگ کارآفرینی در سطح فردی
۱۷۹	- فرهنگ کارآفرینی در سطح ملی
۱۸۰	- فرهنگ کارآفرینی در سطح سازمانی
۱۸۳	شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی
۱۸۳	- شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در سطح فردی
۱۸۵	- شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در سطح ملی
۱۸۵	- شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در سطح سازمانی
۱۸۶	رابطه بین شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در سطوح مختلف در دانشگاه‌های کشور
۱۸۷	شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه
۱۸۸	شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در سطح دانشگاه
۱۹۶	منابع فارسی
۱۹۸	منابع انگلیسی
۲۰۰	سایت‌های مورد استفاده

فهرست شکل‌ها و جدول

۶۴	شکل شماره ۱- رابطه نیاز به پیشرفت و ترس از شکست و انتخاب کار
۹۶	شکل شماره ۲- عوامل اصلی یک جامعه
۱۰۱	شکل شماره ۳- بستر اجتماعی کارآفرینی
۱۵۳	شکل شماره ۴- عوامل تشکیل دهنده رفتار
۱۶۰	شکل شماره ۵- روش جعبه سیاه
۱۶۷	جدول شماره ۱- مدل راهبردی فرهنگ سازی
۱۷۵	شکل شماره ۶- سطوح فرهنگ کارآفرینی
۱۸۷	شکل شماره ۷- رابطه بین شاخصه‌های فرهنگ کارآفرینی

پیشگفتار:

کارآفرینی همان فرایند تأسیس یک کسب و کار (شرکت) بر مبنای یک فکر و ایده نو است. یک فرد یا گروهی از افراد که به آنها «کارآفرین» می‌گوییم، فرصتی نوین را کشف کرده و یا خلق می‌کنند و برپایه آن، شرکت یا مؤسسه‌ای خصوصی را بنیان نهاده و با در نظر گرفتن خطرات آن، وارد عرصه بازار و رقابت می‌شوند. براساس نظر ماکس وبر کارآفرینی یک فرایند اجتماعی است که در آن کارآفرین با اشتیاق و پشتکار، خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌گردد. کارآفرینی نیازمند وجود بستر اجتماعی خاص بوده و طبیعی است که از مؤلفه‌های اصلی بستر اجتماعی کارآفرینی، متغیر فرهنگ کارآفرینی بوده که کارآفرینان به‌طور چشم‌گیری تحت تأثیر این فرهنگ قرار دارند. ماکس وبر معتقد است که فرهنگ کارآفرینی در تعامل انسان‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت افراد، نگرش‌ها و باورهای آنها نسبت به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با سایر افراد جامعه شکل گرفته و تکامل پیدا می‌کند. هر فردی نه توانایی و نه تمایل به کارآفرینی دارد؛ به‌همین علت و باتوجه به اهمیت کلیدی کارآفرینی در اقتصادهای نوین برای ایجاد توانایی و انگیزه توسط شرکت‌های کوچک و متوسط، در کشورهای مختلف برنامه‌های گسترده‌ای را برای ترویج چنین فرهنگی در جامعه خود تدارک دیده‌اند تا بتوانند همچنان مسیر رشد و پویایی خود را ادامه دهند.

اگر از دیدگاه شیوه زندگی به فرهنگ بنگریم نمی‌توانیم آن را از مقوله کار و نحوه کسب درآمد جدا بدانیم. کار و فرهنگ، همواره و در تمام جوامع بر یکدیگر تأثیر متقابل داشته‌اند. روش‌های رایج کسب درآمد تا حد زیادی بر نحوه رفتار افراد و تعامل آنها با یکدیگر مؤثر است. گسترش کارآفرینی نیز به‌عنوان عامل ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جامعه، نتایج فرهنگی ویژه‌ای را در پی خواهد داشت که قابل تأمل و بررسی است (فخرایی، ۱۳۸۴).

فرهنگ کارآفرینی، مجموعه ارزش‌ها، خلاقیت و نوآوری، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هیأت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. افراد کارآفرین و خلاق

سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاه به پدیده‌های اطراف و شیوه متفاوت رفتاری در مواجهه با پدیده‌های پیرامون خود، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه زده و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه نمایند.

کارآفرینان، موتور توسعه اقتصادی بوده و همواره مورد توجه دانشمندان و محققان قرار داشته‌اند؛ به‌طوری که مؤسسه تحقیقات بین‌المللی مونیتور، تفاوت نرخ رشد را در کشورهای توسعه‌یافته براساس سطح کارآفرینی آنها می‌داند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲). در عمیق‌ترین لایه‌های فرهنگ کارآفرینی یک باور اساسی نهفته است و آن این‌که «نمی‌توان در امواج سهمگین تحولات، جزیره‌ای کوچک و باثبات ساخت و با قراردادن حصارهای به‌ظاهر مستحکم، جامعه را از تبعات مثبت و منفی تحولات مصون نگاه داشت». این باور اساسی جوامعی که به تعمیق و گسترش مبانی فرهنگی خود اهتمام ویژه‌ای دارند، باوری ارزشمند و سرنوشت‌ساز است.

با گسترش سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی، مرزهای فرهنگی میان ملت‌ها روزبه‌روز کمرنگ‌تر می‌شود. فرهنگ‌ها در دنیای آینده، تعاملی نزدیک و گسترده دارند. فرهنگ کشورهای پیشرفته و ارزش‌های حاکم بر آنها، چه درست و چه نادرست، همچون سیل عظیمی موجودیت فرهنگی سایر ملت‌ها را به خطر خواهد افکند. بنای یک سد عظیم، راه رویارویی با این سیل نیست؛ بلکه شناخت مسیر و پی‌ریزی آبراه‌های مناسب بر سر راه آن است که می‌تواند آن را به سمت و سویی مناسب رهنمون شود. اگر می‌خواهیم در مسیر تحولات فرهنگی جهان آینده نقشی فعال و مثبت ایفا کنیم، باید این تحولات را بشناسیم، موجودیت آنها را بپذیریم و فرصت‌های موجودیت در آنها را تشخیص دهیم و به‌موقع از این فرصت‌ها بهره‌برداری کنیم.

کتاب فرهنگ کارآفرینی در راستای ایجاد فرهنگ کارآفرینی و ارتقای آن نگارش شده است. پدیده‌ای که به‌عنوان موتور محرکه شبکه اقتصاد کشور و از دیرباز در رگ‌های حیات کشورها جریان داشته است. کارآفرینی هسته و منبع درآمدسازی و اشتغال‌زایی کشورها قلمداد شده و ستون‌های زیربنایی صنایع را تشکیل می‌دهد. شناخت بستر اجتماعی کارآفرینی و یکی از مؤلفه‌های اصلی آن یعنی فرهنگ از ضروریات و اهمیت بسزایی برخوردار است که طی فصول سه‌گانه کتاب به آن خواهیم پرداخت.