



## کارآفرینی يك شغل است يا يك سبك زندگي- Entrepreneurship : A career or a lifestyle

[ جلیل صمدآفانی ]

خلاصه : در این مقاله کارآفرینی از منظر با رویکرد و روشی دیگر مورد بررسی قرار می گیرد و خواستگاه و قلمرو آن فقط به حوزه کسب و کار محدود نمی شود . در این مقاله نویسنده ، تعریف و تبیین کارآفرینی را با دوروش استقرائی و قیاسی مورد مقایسه قرار می دهد . وی معتقد است مطالعه و پژوهش در

خصوص کار آفرینی با روش قیاسی منتهی به شناخت رفتار کارآفرینانه می گردد رفتاری که تمام حوزه های اقتصادی ، فرهنگی ، سیاسی و اجتماعی کارآفرینی را در بر می گیرد ، در حالیکه مطالعات استقرائی در خصوص کارآفرینی تنها رفتار کارآفرینان را در حوزه کسب و کار مورد بررسی و شناخت قرار می دهد به عبارت دیگر یکی رفتار کارآفرینانه ( entrepreneurial behaviour ) را بطور عام یا مجزا در هر يك از حوزه های اقتصادی ، اجتماعی ، سیاسی و فرهنگی جستجو و معرفی می کند و دیگری رفتار کارآفرینان را یعنی کسانی که فقط در حوزه کسب و کار، رفتار کارآفرینانه داشته اند . نهایتاً نتیجه می گیرد کارآفرینی تنها يك شغل نیست بلکه يك سبك تفکر يا يك فرهنگ و سبك زندگي است و زوایای مختلف آن را شرح می دهد. در پایان زندگي کارآفرینانه در اسلام مطرح و فرد حازم بعنوان کارآفرین معرفی می گردد .

خوشبختانه چند سالی است که تب کارآفرینی همچون تب واقعی که علامت دفاع و واکنش طبیعی بدن نسبت به ورود يك میکروب خارجی است بعنوان علامت دفاع و درمان بیکاری و اشتغال زایی در چهره دولتمردان و دلسوزان نظام جمهوری اسلامی به خوبی و وضوح مشهود است . اگرچه فرصت طلبان و رانتخواران اقتصادی نیز خود را با تب مصنوعی به این چهره نمایان ساخته اند و سیلی های زیادی به تب داران واقعی نظام و کارآفرینان اقتصادی و اجتماعی جامعه زده اند ، اما در مجموع طرح موضوع کارآفرینی در دولت و مجلس امری مبارک و خیر است.

در چنین شرایطی چنانچه صاحب نظران کارآفرینی کشور احساس مسئولیت نکنند و با يك همت گروهی ، جایگاه ، رسالت و مفهوم حقیقی کارآفرینی را تبیین و معرفی نمایند و از آن حفاظت و صیانت نکنند ممکن است همچون بسیاری از امور ضروری و مفید دیگر به انحراف ، باد فراموشی و نهایتاً به نابودی کشیده شود .

کارآفرینی اگرچه يك شغل نیست و ترویج فرهنگ آن در جامعه ، ابتدا موجب افزایش بیکاری می شود اما موتور توسعه است و بیکاری های پنهان را نه تنها آشکار و درمان می کند ، بلکه باعث پیشگیری از آن نیز می شود . در اینجا این سؤال مطرح می گردد که اگر کارآفرینی يك شغل نیست و اساساً کارآفرین در پی ایجاد شغل نیست و نتیجه کار او نیز ممکن است بیکاری را افزایش دهد، پس کارآفرینی چیست و کارآفرین کیست ؟ چرا آنها را موتور توسعه اقتصادی نامیده اند ؟ آیا کارآفرینی انواع مختلفی دارد ؟ آیا ویژگیهای روانشناختی و جمعیت شناختی کارآفرینان اقتصادی ، سیاسی ، اجتماعی با هم تفاوت دارند ؟ و ...

واژه « کارآفرینی » در زبان فارسی واژه ای است نو که معنای لغوی آن ، شنونده یا خواننده نا آشنا به مفهوم اصلی آن را ، که ترجمه کلمه انگلیسی Entrepreneurship است به اشتباه می اندازد . این واژه اغلب در اذهان ، مفهوم " اشتغالزائی " و ارتباط مستقیم و ذاتی با کار ( آن هم از نوع فیزیکی آن ) را تداعی می کند ، در حالیکه کارآفرینی به معنی حقیقی خود تعاریف مختلف و متنوعی دارد . بطور کلی می توان گفت که اساس و جوهره اغلب تعاریف ارائه شده در فرهنگ غرب به مفهوم « فرآیند خلق ثروت » یا «

تخریب خلاق « می باشد که طبیعتاً چنان فرآیند و چنین تخریبی توأم و همراه با ریسک است .

متأسفانه عده ای در کشور ، کارآفرینی را بعنوان يك شغل معرفي مي کنند و آنها را در کنار کارگر ، مدیر ، مهندس ، پزشك ، خلبان ، وکیل ، جوشکار و ... قرار مي دهند و عده ای دیگر آنها شغل آفرینی می دانند، عده ای دیگر کارآفرین را کسی می دانند که فقط بتواند کارگاه یا کارخانه یا شرکتی را تأسیس ، راه اندازی و مدیریت نماید و ریسک آن را متقبل شود . عده ای دیگر فقط صاحبان کسب و کارهای کوچک و نوآور را کارآفرین می دانند و عده ای شالوده کار را در عصر فرا صنعتی « کارآفرینی » و در عصر صنعت « استخدام » معرفی می کنند ، عده ای دیگر کارآفرینی را مترادف با شغل آزاد و کارآفرین را به معنی کارفرما و سرمایه دار تلقی می کنند . علاوه بر برداشتهای غلط فوق که در ایران رایج شده است در جهان نیز وجه مشترك و بستر تمام تعاریف ، تفاسیر و ابعاد مختلف کارآفرینی منحصر به « کار » و « اقتصاد » می شود به عبارت دیگر تاکنون کارآفرینی ، در جهان فقط در حوزه کسب و کار و آن هم در بعد اقتصادی مطرح بوده است و آنجائی هم که از کارآفرینی اجتماعی (social entrepreneurship) ، سیاسی (political entrepreneurship) و یا فرهنگی (cultural entrepreneurship) صحبت شده است عمدتاً به معنی کشف ، جذب و بهره برداری از فرصت های سیاسی ، فرهنگی و اجتماعی درآمدزا و سودآور بوده است نه صرف کارآفرینی اجتماعی ، سیاسی یا فرهنگی . به عبارت دیگر وقتی در غرب صحبت از کارآفرینی اجتماعی می شود عمدتاً منظور این است که از طریق کسب و کار ، درآمدی برای امور اجتماعی و عام المنفعه حاصل نمایند و یا ساختار اجتماعی ، سیاسی یا فرهنگی کشورشان را برای تسهیل و حمایت از کارآفرینی اقتصادی تغییر ، اصلاح یا تکمیل نمایند ، ( علاقه مندان می توانند لیست کامل کارآفرینان اجتماعی و نوع فعالیت های آنها را از طریق مجله الکترونیکی [www.changmakers.net](http://www.changmakers.net) بدست آورند).

در فرهنگ غرب وقتی صحبت از کارآفرینی فرهنگی می شود منظور این است که کسب و کار تازه ای در عرصه فرهنگ ایجاد کنند و یا برای افزایش فروش محصولات فرهنگی استراتژی کارآفرینانه را بکار گیرند و ... بهر حال در آن فرهنگ ، هدف از کارآفرینی فرهنگی و اجتماعی یا سیاسی ، تخریب خلاق در اصالت ، رسالت ، روشها ، مؤلفه ها و ساختار فرهنگ ، اجتماع یا سیاست نیست و تقریباً هرآنچه که به این نام مطرح می شود نهایتاً به منظور تقویت کارآفرینی اقتصادی است . برای روشن تر شدن موضوع لازم است بدانیم که ادبیات کارآفرینی نشان می دهد کارآفرینی تاکنون از طریق مدل استقرائی تعریف و تبیین گردیده است یعنی همانطور که در شکل زیر دیده می شود ابتدا شاخصها و ویژگی های شخصیتی و رفتاری افراد موفق در کسب و کار مورد شناسائی قرار گرفته و سپس بر اساس آن مؤلفه ها ، ابعاد ، مفاهیم، فرضیه ها و مدلهایی را برای کارآفرینی طراحی و ارائه نموده اند . بدین ترتیب و با این رویکرد یا روش که مدل استقرائی نامیده می شود کارآفرینی فقط در بعد اقتصادی تعریف و تبیین شده است و لذا فقط رفتار کارآفرینانی مورد بررسی و شناخت قرار گرفته است که در حوزه کسب و کار فعال بوده اند .

اما از آنجایی که حوزه فعالیت های کارآفرینانه محدود به امور کسب و کار نمانده و به مرور این قلمرو گسترش یافته ، وقت آن رسیده است که از روش قیاسی به موضوع کارآفرینی نگاه شود یعنی ابتدا گمانه زنی ، نظریه پردازی ، مدل سازی و فرضیه پردازی شود و سپس مفاهیم و ابعاد و مؤلفه های کارآفرینی شناسایی و تبیین گردد تا نهایتاً به رفتار کارآفرینانه برسیم که تنها به حوزه کسب و کار محدود نمی باشد و می تواند رفتار کارآفرینانه را در حوزه سیاسی ، فرهنگی ، اجتماعی نیز به معنی حقیقی و محض آن یعنی بدون زمینه و فعالیت های اقتصادی و جدا از فرصتهای درآمدزا شناسایی و تعریف نماید . بعنوان مثال کارآفرینی فرهنگی با این رویکرد یعنی خلاقیت و نوآوری یا تخریب خلاق در فرهنگ جامعه نه در محصولات فرهنگی یا به عبارت دیگر ایجاد چیزی ارزشمند در فرهنگ جامعه ، و کارآفرینی اجتماعی یعنی تخریب خلاق در ساز و کارها، قوانین ، عرف و عادات و رسوم یا مناسبات و روابط اجتماعی و ... بدین ترتیب

رفتار کارآفرینان فرهنگی ، سیاسی ، اجتماعی و اقتصادی بطور جداگانه شناسایی ، تعریف و با یکدیگر تطبیق داده خواهند شد .

بر اساس رویکرد قیاسی تعریف کارآفرینی عبارت است از ارزش آفرینی و کارآفرین کسی است که بتواند ارزشی را در جامعه خلق نماید چه ارزش مادی ، و چه ارزش معنوی ، سیاسی ، فرهنگی یا اجتماعی ، بنابر این کارآفرینان اجتماعی کسانی هستند که در صد شناسایی و رفع نیازهای اجتماعی جامعه اند و در این راه از اعتبار اجتماعی خود مایه می گذارند و برای رسیدن به هدف و مأموریت خود دست به ایثار و از خود گذشتگی می زنند ، همچنانکه کارآفرینان سیاسی در صد شناسایی نیازها و خلاء های سیاسی جامعه / جهان هستند و می کوشند تا موانع سیاسی موجود را جهت رشد و توسعه جامعه و استقرار عدالت و دموکراسی شناسایی و از سر راه بردارند ، البته از طریق نو و کارآفرینانه . و بالاخره کارآفرینان فرهنگی افرادی هستند که ارزشهای فرهنگی را در جامعه خلق، کشف و یا احیا می نمایند . در هر صورت هر يك از کارآفرینان اجتماعی ، سیاسی و فرهنگی همچون کارآفرینان اقتصادی دائماً در جستجوی نیازها و فرصتها هستند تا از طریق خلاقیت ، ریسک پذیری و رهبری ، ارزشی را در جامعه ایجاد و خلاء یا نقصي را دفع و اصلاح نمایند .

بنابراین می توان گفت : کارآفرینی يك شغل نیست که فقط در بعد اقتصادی و آنهم در حوزه کسب و کار مطرح باشد بلکه فراتر از آن یعنی يك سبک زندگی یا يك فرهنگ است که همواره همراه کارآفرین است و بر تمام شئون زندگی او تاثیر می گذارد از جهان بینی و ایدئولوژی و انتخاب دین وې گرفته تا انتخاب همسر ، شغل و حرفه و روش انجام کارهایش . لذا کسی که دارای ویژگیهای کارآفرینانه است الزاماً نباید وارد حوزه کسب و کار و بعد اقتصادی کارآفرینی شود . همانطور که افراد زیادی در حوزه های فرهنگی ، اجتماعی و سیاسی فعالیت می کنند و دارای ویژگیهای کارآفرینانه هستند ولی صاحب کسب و کاری نیستند و یا برعکس افراد زیادی هستند که در موقعیتهای کارآفرینانه قرار دارند یعنی صاحب کسب و کاری هستند اما رفتار کارآفرینانه ندارند . لذا يك خانم خانه دار، يك محصل ، يك نویسنده ، يك خبرنگار ، يك استاد دانشگاه ، يك سیاستمدار ، يك کارخانه دار، يك روحانی، يك تاجر یا يك کارگر می تواند رفتار کارآفرینانه داشته باشد یا نداشته باشد . بطور کلی می توان گفت کارآفرینان به سبک خاصی زندگی می کنند ، با عینک خاصی به جهان نگاه می کنند و به روش خاصی با مسائل و مشکلات و پدیده ها برخورد می کنند آنها يك زندگی کارآفرینانه دارند که ممکن است در این زندگی کسب و کار کارآفرینانه ای داشته باشند یا نداشته باشند . مشخصات چنین زندگی ای ذیلاً توضیح داده می شود .

زندگی کارآفرینانه زندگی ای است که جستجوگری ، تکاپو و تلاش مستمر و بدون وقفه برای رسیدن به کمال ، اساس آن است . زندگی ای که باید دائماً در جستجوی میان برها باشی و خلاقیت جوهره آن است . زندگی ای که هیچ گاه به وضع موجود اکتفا نمی شود و در حالیکه باید با يك چشم به آینده بنگری با چشم دیگری باید به دنبال شکار ایده ها و فرصتها از گذشته و حال باشی . زندگی ای که در آن شوق و صراحت و نشاط و صداقت و مثبت اندیشی آذوقه راه و سفر است ، سفری سخت و خطرناک و مهیج و پایان ناپذیر . زندگی ای که در آن ارزش فرصتها بسیار بیشتر از ارزش طلاست . زندگی ای که در آن امروزت با فردایت یکسان نیست و هر لحظه باید تصمیمی جدی و سرنوشت ساز بگیری . زندگی ای که بی توجهی به شرایط محیطی هر لحظه نقاط قوتت را تبدیل به نقاط ضعف می کند . زندگی ای که در آن شکست مفهومی دیگر دارد و گاهی باید عمداً راه اشتباه را طی کنی تا به جواب درست برسی . زندگی ای که ارزشها و قواعد، آنرا همواره باید زیر ذره بین قرار دهی و از نو ارزیابی و ارزش گذاری کنی . زندگی ای که اغلب توأم با حیرت و ابهام است و گاهی با وجود آنکه هدف داری اما تا رسیدن به آن ، از آن بیخبری . زندگی ای که در آن باید تا آنجا احساساتی شوی که منطقت اجازه می دهد منطقی که دائماً بازبینی می شود . زندگی ای که در آن باید با کسانی هم اتاق شوی که اغلب تا آنجا منطقی هستند که احساساتشان اجازه می دهد . در این زندگی باید پازلی را حل کنی که تصویر نهایی آن را ندیده ای با این وجود امیدوار هستی و ندانی از دورن همواره تو را به سمت چشم انداز هدایت می کند . زندگی ای که در آن عشق رسیدن به مقصد خواب را از چشمانت می گیرد و برای موفقیت حتماً باید اول طعم شکست را بچشی . زندگی ای که اگر برای آینده ات برنامه ای نداشته باشی

دیگر برای برنامه ریزی می کنند. زندگی ای که برای پول در آوردن اول باید از پول چشم پوشی کنی تا بتوانی نانی به کف آری و به غفلت نخوری. زندگی ای که در آن موفقیت بذر شکست را با خود نمی باشد، بلکه برعکس شکستها بذر موفقیت با خود می باشند، زندگی ای که در آن اساساً شکست به معنی واقعه ای است که هنوز فوائد آن تبدیل به سود نشده است و معیارهای موفقیت با معیارهای رایج سنجیده نمی شود. زندگی ای که در آن شوخی و مزاح و بازی گاهی جدی تر از جدی است و امور بسیار جدی گاهی شوخی تر از شوخی می شوند. زندگی ای که در آن بیشتر فکر می کنی که چطور فکر کنی تا اینکه به چیزی فکر کنی، یک سوال خوب و به جا بهتر از هزارها پاسخ خوب و به جا ارزش دارد و بیشتر از آن که به موضوع فکر کنی به انتخاب موضوع و تعریف صحیح آن فکر می کنی. زندگی ای که در آن با وجود اینکه می دانی رسیدن به کمال به کوشش نیست به جوشش است ولی تا می توانی می کوشی و در این راه دو صد گفته، برای تو نیم کردار ارزش ندارد.

بله کارآفرینی یک سبک زندگی است، زندگی ای که در آن خواستن چیزی هنگامی خواستن بحساب می آید که آن را بخواهی و برای آن اقدامی بکنی I want what I want when I want It و توانستن هنگامی اتفاق می افتد که نمی توانم را فراموش کرده باشی. زندگی ای که در آن بجز اندیشه هیچ چیز کاملاً در اختیار تو نیست و برای مسلمان ماندن باید هر لحظه ایمانت را تازه گردانی. زندگی ای که برای بقا در کسب و کار باید حرف نوئی برای گفتن داشته باشی و بدون خلاقیت محکوم به فنا خواهی بود ضمن اینکه همواره نگران این هستی که مبادا اختراعاتی وسیله ای تکامل یافته برای رسیدن به هدفی تکامل نیافته باشد. زندگی ای که در آن چیز تازه ای بدست نمی آید مگر اینکه تازه ای برای کهنه شود. بله در این زندگی تصور و خیال برتر از دانش است، زندگی ای که در آن خلاقیت به معنویت می انجامد و معنویت به خلاقیت. زندگی ای که در آن خود شناسی یعنی خداشناسی و خود شناسی یعنی آگاهی از کارکرد سیستم فراشناختی ذهن و کنترل آن، در این زندگی است که افراد به فرا آگاهی می رسند و با دقت در فهم خود و رسیدن به خویشتن خویش یک ساعت تفکرشان بهتر از سالها عبادت می شود. زندگی ای که در آن سازمانها پاسخهای درست به سئولهای غلط نمی دهند و هر کارمند و مدیری یاد می گیرد که چطور یاد بگیرد و چطور فراموش کند( learning how to learn , learning relearning , learning how to forget)، در این زندگی سازمانها می دانند که فراتر از کارکنانشان نمی توانند بروند و به خوبی یاد گرفته اند تا زمانی که به روشهای قبلی تفکر می کنند نمی توانند سبک مدیریت و سازمان خود را توسعه و بهبود بخشند، آنها می دانند که مسائل امروزشان با راه حلهای دیروز حل نمی شود و حل مسائل امروز با راه حلهای روز نیز برایشان کارساز نیست چون آنها باید مسائل آتی خود را با راه حلهای آتی اما امروز حل کنند.

بله زندگی کارآفرینانه یعنی زندگی ای که تنها از سمت چپ مغز استفاده نمی شود، بلکه سمت راست مغز بطور مستمر و فعال مورد استفاده قرار می گیرد و سبکهای مختلف تفکر بطور آگاهانه انتخاب و در حل مسائل بکار می رود. زندگی ای که در آن عقل به اندازه ای رشد می یابد که دست خود را به عاقل تراز خود می دهد و بعضی اوقات دستش را به دل می دهد و می گوید از این جا به بعد کار من نیست. زندگی ای که در آن کل نگری و جزء نگری، محافظه کاری و ریسک پذیری، واقعیتها و آرمانها، نظم و نوآوری و بسیاری از این قبیل اضداد با هم جمع می شوند و کارآفرین کامل جمع اضداد نامیده می شود. در این زندگی سازمانها بر اساس شایسته سالاری کارکنان خود را انتخاب می کنند و از بوروکراسی اداری، مقررات خشک، و کنترل سخت گیر و جزء نگر و همچنین روابط رسمی و از بالا به پائین و انحصار اطلاعات پرهیز می شود، ضمن اینکه شکستهای بارور کارکنان و مدیران مورد شناسایی و تشویق قرار می گیرد. در این زندگی شناخت و توسعه قالبهای ذهنی اهمیت خاصی دارد و خردمند به کسی گفته می شود که اندیشه خود را به اصرار صحیح نداند و به آنچه که نفسش ( قالبهای ذهنی اش) برای او می آراید اطمینان نکند، در این زندگی به اشخاصی گفته می شود که دارای اعتماد به نفس بالایی هستند که بتوانند:



مردم از حیوانی و آدم شدم پس چه ترسم کی ز مردن کم شدم

جمله دیگر بمیرم از بشر تا سرآرم از ملک بال و پر

وز ملک هم بایدم جستن زجو کل شی هالك الا وجهه

بار دیگر از ملک پران شوم آنچه ناید اندر وهم آن شوم

پس عدم گردهم چون ارغنون گویدم کانا الیه راجعون

. در این زندگی همواره باید در تلاش برای تشخیص و تفکیک واقعیتها از واقعیت نماها بود و جانی که مدارا درشتی باشد ، درشتی باید

کرد و جایی که عقل به کار ناید دیوانگی . در زندگی کارآفرینانه کسی از ریسکهای معقول و متوسط نمی ترسد چون همه برای بارش باران دعا کرده اند و لذا از رعد و برق یکه نمی خورند ، آنها فقط وقتی جهت و مسیری موجود باشد حرکت نمی کنند بلکه خیلی اوقات صرفاً حرکت می کنند تا یک جهت و مسیری را تولید کنند آنها می گویند : تو پای در راه بنه هیچ مگویی خود راه گویدت چون باید رفت . در این زندگی تولید راههای جدید از انتخاب راههای موجود مهمتر است و علاوه بر درست بودن موضوعات ، به پرمایه گی آنها نیز توجه می شود و لذا فقط به قسمتهای آه و به موضوعات توجه نمی شود بلکه قسمت آه آنها نیز اهمیت خاصی دارد .

در زندگی کارآفرینانه هیچ کس به هیچ چیز بسنده نمی کند و کسی را پیدا نمی کنی که بجوید و بالاخره نیاید اما به یافته ها نیز اکتفا نمی شود . در چنین زندگی ای ترتیب امور مهم نیست بلکه نتیجه کار اهمیت دارد و طبقه بندی ، علامت گذاری و تعاریف پدیده ها ثبات و اهمیت چندانی ندارد یا به عبارت دیگر برای پدیده ها یک جامه برای همیشه دوخته نمی شود ، بلکه با تفکر خلاق مرتب جامه آنها دریده می شود . در این زندگی همه افراد فرایند خلاقیت را طی کرده اند و به خوبی می دانند که چه وقت و چطور باید از ضمیر ناخودآگاه خود استفاده کنند . آنها می دانند که ضمیر ناخودآگاه ، حقایق ، داده ها ، آثار و نشانه های زیادی را از محیط دریافت می کند که ضمیر آگاه به دلیل قالبهای ذهنی به آنها بی توجه است و از این منبع به نحو احسن استفاده می کنند ، در این زندگی هیچ چیز مثل " هیچ چیز " سودمندترین و در دسترس ترین منبع برای خلاقیت نیست و افراد به خوبی می دانند که خیلی چیزها قبل از اینکه

خواصشان شناخته شود ، چیزهای بی ارزشی بوده اند و لذا از چیزهایی که در حال حاضر بی ارزش تلقی می شوند بی تفاوت و به راحتی نمی گذرند و لذا قادرند چیزهای با ارزشی از هیچ ایجاد کنند ( منظور چیزهایی است که مردم دیگر آنها را هیچ می شمارند) .

در زندگی کارآفرینانه افراد به خوبی معنی جمله زیر و آثار آن را درک می کنند و لذا راه فرار از آن را یاد گرفته اند ، " شما آن چیزی که فکر می کنید نیستید و آن چیزی که دیگران راجع به شما فکر می کنند نیستید بلکه شما چیزی هستید که فکر می کنید دیگران راجع به شما چنین فکر می کنند " . در این زندگی خوش بینی و تفکر مثبت بیشتر از سبکهای دیگر زندگی جریان دارد و همین امر باعث می شود که هر مشکلی را یک فرصت ببیند ، کارها به تعویق نیافتد ، افراد طفره نروند ، هیچ کس در جستجوی اشتباهات دیگران نباشد و از شکایت کردن و غرولند و ناله خبری نباشد . در این زندگی کمتر ریشخند کردن ، طعنه زدن و چوبکاري کردن را می بینید و از بی انصافی ، خودخواهی و احساس زرنگی کردن دیگران بیشتر در امانید .

یکی از نشانه های بارز این زندگی نشاط است که موجب از بین رفتن افسردگی و بدبینی و غم و ترس می شود . در این زندگی بخاطر تفکر مثبت از بد ز بانی ، تهمت و بی حرمتی به مقدسات افراد پرهیز می شود و از عصبانیت و کینه توزی و به دنبال آزار رساندن و انتقام گرفتن خبری نیست . افراد مشغول ریز بینی و نکوهش و قضاوت دیگران نیستند .

در سبکهای زندگی دیگر ، افراد چیزهایی را می بینند و می گویند " چرا ؟" اما در زندگی کارآفرینانه افراد یاد می گیرند که چیزهایی را که هرگز وجود نداشته است ببینند و بگویند " چرا نه ؟" ، در زندگی کارآفرینانه بیشتر از تفکر واگرا استفاده می کنید تا همگرا و باید چرا های دوران کودکی را دوباره آغاز کنید اما نه در مورد چیزهای ناشناخته بلکه در امور بدیهی و دانسته های دوران بزرگی چون به قول

وایتهد؛ بعهدہ گرفتن تجزیہ و تحلیل امور عادی، واضح و بدیہی احتیاج بہ ذہنی غیر عادی دارد و بہ قول کاسپر، کشف ناشناختہ ہا، عملی جسورانہ است اما از آن جسورانہ تر زیر سؤال بردن شناختہ ہا است. در این زندگی مغز انسان بہ مثابہ یک سیستم انبارداری کہ ہموارہ اولین خروجی از آن، اولین ورودی بہ آن است کار نمی کند بلکہ خروجی آن قابل تغییر و کنترل است در این زندگی اولین نگاہ بہ موضوعات و پدیدہ ہا بہ معنی درست ترین نگاہ و بہترین موضع نیست بلکہ ہر نفس نو می شود دنیا و ما و ہمچنین دم بہ دم در تو خزان است است و بہار و در اوج این زندگی مصداق واقعی بیت زیر خواہی شد.

سبزہ گردی، تازہ گردی در نوئی

گر تو خاک اسب جبریلی شوی

در این زندگی بازی و بازی گوشی فقط اختصاص بہ بچہ ہا ندارد و خیال پردازی بہ معنی تلف کردن یا تبدیلی و دیوانگی نیست و ہمچنانکہ جدی بودن یک ارزش است، شوخی و تفریح و مزاح ہم با ارزش است. بلہ در زندگی کارآفرینانہ ہر مشکلی با پول و تفکر علمی حل نمی شود و ہمچنانکہ عقل و منطق و عملگرانی و عدد و رقم و محاسبہ خوب است، احساس و ہیجان و بصیرت و کشف و شہود ہم لازم است، چون می دانی کہ:

نو ز کجا می رسد کهنہ کجا می رود گر نہ وراي نظر عالم بی منتہاست

در این زندگی خلاقیت شرط انسانیت است و ہر زمان از غیب نو نو می رسد و از جہان تن برون شو می رسد. در این زندگی ندائی بہ تو می گوید:

تازگی و جنبش طویبست این

ہمچو جنبشہای خلاقان نیست این

در زندگی کارآفرینانہ سازمانہا در جستجوی افراد خیلی باہوش نیستند آنها می دانند کہ ہوش زیاد لزوماً خلاقیت بالا بہمراہ نمی آورد، بازاریابی اینگونہ سازمانہا بازاریابی واکنشی نیست کہ در صد رفع نیازہای اطہار شدہ مشتریان باشد بہ عبارت دیگر آنها شرکنہای بازار محور (Market driven Co) نیستند بلکہ شرکنہای بازار ساز (driving Co Market) ہستند کہ از طریق بازاریابی خلاق در صد شناسایی و رفع نیازہای واقعی و پنهان مشتریان ہستند. در این زندگی افراد در فرایند امکان سنجی ایدہ ہایشان دچار وسوسہ اقتصادی نمی شوند و قبل از اینکہ مسائل فنی و امور مربوط بہ بازار طرح ہایشان را بررسی کنند مسائل مالی و اقتصادی را مطرح نمی کنند آنها اگر ۵ ساعت برای قطع درختی وقت داشتہ باشند ۴/۵ ساعت آن را صرف تیز کردن تبرشان می کنند. در زندگی کارآفرینانہ اموری کہ افراد دربارہ آنها تعصب بخرج می دهند اموری نیستند کہ بدون چون و چرا پذیرفتہ باشند و بخاطر حرف مردم بیہودہ زنجیر بہ گردن خود نمی اندازند:

از برای آنکہ گویند زہی

بستہ ای بر گردن جانت زہی

در این زندگی مردم یک عمر بدبختی نمی کشند تا بہ دیگران ثابت کنند خوشبختند. در زندگی کارآفرینانہ ریسک معقول و حساب شدہ جایگاہ خاصی دارد و افراد می دانند کہ از یک درہ بزرگ با دو پرش کوتاہ نمی توانند بگذرند و بازرگان ترسو از سود بی نصیب است. در زندگی کارآفرینانہ افراد کارہایی را کہ ضرر ندارد انجام می دهند چون ممکن است سود داشتہ باشد و کارہایی را کہ سودی ندارد انجام نمی دهند چون ممکن است ضرر داشتہ باشد اما کارہایی کہ نہ ضرر دارد و نہ سود و یا ہم ضرر دارد و ہم سود در مورد آنها بررسی، دقت، مشورت و آزمایش می کنند. در این زندگی افراد بیشتر از آنکہ نیاز بہ قدرت (کنترل و تسلط بر دیگران) داشتہ باشند نیاز بہ موفقیت (for achievement Need) دارند و لذا می کوشند کارہایشان را بہ بہترین وجہ انجام دهند، در این راہ بہ استانداردها و

انتظارات و رضایت دیگران اکتفا نمی کنند .

زندگی کار آفرینانه زندگی ای است که افراد به هنگام مواجه شدن با مشکلات ، علت آن را ابتدا در خود جستجو می کنند نه در دیگران یا محیط و پیشقدم بودن در امور سخت و پیچیده از ویژگیهای افراد تربیت شده در این زندگی است ، افرادی که خود انگیزه بار می آیند و انگیزه کار را از خود کار می گیرند نه از محیط ، پول یا دیگران . در زندگی کارآفرینانه هر چه سن بیشتر شود خلاقیت و کارآفرینی افزوده می شود چون با مهارتهای فکری که افراد پیدا می کنند قادر می شوند تجربه هایشان را به امور دیگر تعمیم ندهند . در این زندگی افراد متوجه می شوند که اگر کارها را با یقین شروع کنند در پایان به شك می رسند ، اما اگر با شك شروع کنند به یقین خواهند رسید و به خوبی فهمیده اند که شك منزلگاه خوبی نیست بلکه سکوی پرش مناسبی است . در زندگی کارآفرینانه یادگیری و حل مسئله فرایندی دائمی و مادام العمر است .

زندگی کارآفرینانه زندگی ای است که در آن مرز بین تعطیلات و ایام کاری و شب و روز از بین می رود و کار و تلاش و پایداری و پویایی اساس آن است . زندگی ای که در آن ۷۵% موفقیت در گرو به موقع حاضر شدن است . بله زندگی کارآفرینانه مثل رانندگی با سرعت بالا در جاده یخندان است ، زندگی ای که هرکس پا در آن بگذارد سنگهای زیادی بطرفش پرتاب می شود سنگهایی از طرف علما ، روحانیون ، مسئولین دولتی ، اقوام ، مردم کوچک و بازار ، همکاران ، زبردستان ، بالادستان ، دوستان و ... از طرف همه کسانی که کلیشه ای فکر می کنند. اما اگر کسی با این سبک زندگی آشنا شده باشد و آن را پذیرفته باشد به مرور یاد می گیرد که چطور با این سنگ خانه بسازد ، خانه ای که وقتی ستون های آن زده شد همه مخالفین برای نوشتن نام خود بر سردر آن به صف می شوند. در زندگی کارآفرینانه افراد منتظر نمی مانند که ایده ای طلائی به ذهنشان خطور کند یا جرقه ای سهمگین و پر تلالؤ در ذهنشان زده شود و بعد کار را شروع کنند بلکه کار را با ایده ای نسبتاً کوچک که تنها بتواند آنها را در آغاز کار از خطر محفوظ دارد شروع می کنند تا بتوانند آن را به تدریج بزرگ و بزرگتر و کامل و کاملتر نمایند. در این زندگی به لباسهای کهنه وصله نو دوخته نمی شود ، و در بطری های نو شراب کهنه ریخته نمی شود . مدیران سازمانها در این زندگی فقط يك چکش ندارند بلکه جعبه ابزار مجهزی در اختیار دارند ، که انواع مختلفی از ابزارها در آن وجود دارد . در این سازمانها انجام صحیح کارها به انجام کارهای صحیح تبدیل می شود و داشتن تکه ای کوچک از کیک بزرگ به تکه ای بزرگ از کیک کوچک ارجحیت می یابد . در زندگی کارآفرینانه ساختار سازمانها ساده می شود اما نقش افراد پیچیده تر و صراحت در سازمان به معنی گفتن مطلبی نیست که رئیس علاقه به شنیدن آن دارد همچنان که شایستگی به معنی اطاعت بی چون و چرا نیست ، در چنین زندگی ای آرمان سازمانها را مدیران ارشد تعیین نمی کنند بلکه همه کارکنان در تبیین آرمان مشترک سازمان نقش دارند و به همین دلیل است که سازمان آنها تبدیل به سازمان ما می شود .

بله در زندگی کارآفرینانه علم ناقص خطرناک تر از نادانی است و همه می دانند که بزرگترین اشتباهات را بزرگترین دانشمندان مرتکب شده اند ، لذا از این خبر ، یکه نمی خورند که : سیصد سال، تمام دانشمندان عالم مساحت مثلث را اشتباه حساب می کردند . آنها می دانند که علم بشر ابطال پذیر است چون همواره در حال تغییر ، رشد ، اصلاح و یا تکمیل است و لذا علم را برای خود بت نمی کنند و ضمن برخورداری از علم حضوری ، علم حصولی را جزء با ارزشترین امور زندگی خود می دانند و همواره از خدای خود می خواهند که :  
قطره دانش که بخشیدی ز پیش

متصل گردان به دریاهاى خویش

در فرهنگ کارآفرینی تظاهر به کار مسخره ترین امور محسوب می شود و کارهای گروهی به معنای حقیقی آن در سازمانها رایج است و لذا تفاوت کار گروهی با گروههای کاری بر همه روشن است. در زندگی کارآفرینانه ، افراد مشغول ارزش آفرینی به معنی عام آن می شوند به عبارت دیگر با ارزشهای مادی می آفرینند ( کارآفرینان اقتصادی ) یا ارزشهای معنوی ( کارآفرینان اجتماعی ، سیاسی و

فرهنگي ) و لذا مي توان گفت زندگي کارآفرينانه زندگي اي است که فرد حازم در اسلام دارد . براي روشن تر شدن موضوع معاني

مختلف حزم و حازم ارائه مي گردد :

حزم : محکم کردن کار و اجتناب از فوت آن است .

احتزام : کسي که کمرش را با ريسمان ببندد .

حازم : آدم دور انديش کاردان .

حازم : کسي که امروزش را اصلاح کند و براي فردايش چاره اي تدارک و مهيا کند .

حزم : پشتکار توأم با اعتماد به نفس است .

حزم : حفظ آن چيزي است که به دشواري بدست آوردي و ترك چيزي است که به آن اکتفا نمودي .

حازم : عاقلي است داراي قدرت شناخت ( تميز دهنده ) و صاحب تجربه و سبک .

حزم : مثل سيل شديدي است که پستي و بلندي هاي زمين را در بر مي گيرد .

حزم : زمين سنگلاخ بلندي است که حيوانات و انسانها نمي توانند از آن بالا روند مگر با تلاش و جهد بسيار.

حزم : نتيجه مديريت فکر و ذهن است ( الحزم با جالة الراي ).

موفقيت به حزم است و حزم به مديريت فکر و ذهن ، و فکر و ذهن به راز داري است .

رأي و نظر زياد است ولي حزم کم است .

حزم : يعني شك ( الحزم مسادة الظن )

حزم دارايي است و سستي ، نابودي و ناداري است .

حازم : من { حضرت علي (ع) } نزد مادرم حيدر ناميده شده ام و حيدر کسي است که حازم خيراندیش است .

حزم : منتظر فرصت شدن و عجله هنگامي که وسائل آن مهيا مي شود .

حازم : کسي است که با روزگار خویش مدارا کند .

حزم : نگاه به عاقبت کار و مشورت با صاحبان عقل است .

حازم : کسي است که از امکانات موجودش خوب استفاده کند و کار امروز را به فردا مگذارد .

حازم : کسي است که تجربه ها را استوار سازد و سختيها و گرفتاريها او را صيقل دهد و پاک کند .

حازم ترين افراد کمترین در خواست را از مردم مي کند .

کسي که حزمش کم باشد عزم و اراده اش ضعيف است .

آفت حزم از دست رفتن فرصت انجام کار است .

در اين زندگي است که هنر را در جملات زير مي خواني و در کربلا اوج آن را مي بيني .

Art , having a vision to see the world differently

and skill to portrate it

هنرمندي که دورنماي خود را با خون خود به چه زيبايي بر پرده زمان و بوم دلهاي آزادگان عالم ترسيم کرد و آن را با صدای حلمن ناصرني

به گوش جان من و شما رساند . بله در اين زندگي خلاقيت به معني شناسايي نياز و رفع آن است ، لذا اوج خلاقيت يعني شناسايي

نيازهاي سطح بالاي انسان يعني نياز خودشکوفائي که اوليا و انبياء بهتر از همه آنها را براي نوع بشر شناسائي ، معرفي و رفع

نمودند .

در این زندگی است که پرده پندار دریده می شود و دنیا و آخرت ، عقل و دل ، علم و عمل ، ماده و معنا ، روح و جسم با هم تنیده شده و به يك زبان می گویند : سبحان الله و الحمد لله و لا اله الا الله و الله اكبر . آنوقت است که کارت عار نمی شود و زیانت مار ، حسادتت رقابت می شود و رقابتت بی رحم نمی شود . آنوقت است که تلاش می کنی تجارت بدون رضایت نکنی و رضایت بدون تجارت بدست نیآوری ، آنوقت است که واقعاً موتور توسعه می شوی و کار و عبادتت یکی می شود ، قدر فرصتها را می دانی و نمازت نماز می شود و سنوالت جواب .

منابع و ماخذ :

- ادوارد دو بونو ؛ تفکر جانبی ؛ ترجمه عباس بشارتیان ؛ چاپ اول ، تهران ۱۳۶۴ .
- صمدآقائی ، جلیل ؛ بحثی پیرامون گستره کارآفرینی و پارادایم جدید آن کارآفرینی اجتماعی ؛ ویژه نامه مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران به مناسبت جشنواره کارآفرینی شیخ بهائی ؛ اردیبهشت ۱۳۸۳ .
- صمدآقائی ، جلیل ؛ سازمانهای کارآفرین ؛ مرکز آموزش مدیریت دولتی ؛ چاپ دوم ۱۳۸۲ .
- صمدآقائی ، جلیل ؛ خلاقیت ؛ جوهره کارآفرینی ؛ انتشارات دانشگاه تهران ؛ ۱۳۸۳ .
- نبی نیان ، محمد صادق ؛ کارآفرینی ؛ مؤسسه کار و تامین اجتماعی ؛ ۱۳۷۱ .

website Boschee , J(1998) "What does it take to be a social entrepreneurs-

/ what does.html / www.Entrepreneurs.org

Co;1961 David C.McClelland ; Achieving society, D.Van Nostrand-social Fowler Alan(2000); "NGDOS as a moment in history: beyond aid to ,no.4 ,entrepreneurship or civic innovation?; Third word quarterly,vol.21 pp.637-654

entrepreneurship;Irwin,1989 Jeffret R.Cornwall,Baron Perlman; organizational-entrepreneurship"; comments J,Gregory Dees ; 1998 ; " the meaning of social-entrepreneurship founders and suggestions contributed from the social .working group ;6 pp

Literature review on social etrepreneurship" ; research " ; Sherill Johnson-Canadian center for social entrepreneurship; nov2000 associate Alvy and Annlees(2000); "social entrepreneurs anew Thompson , John , Geoff-and the potential" management decision , vol.38 , no.5 , pp look at the people

۲۴۸-۲۲۸

www.changmakers-