

ارزش کار و کارآفرینی در اسلام

مؤلف

حمیدرضا میرزا زرنجینی



۱۳۹۶

سرشناسه	: میرزاپور زرنندینی، حمیدرضا، ۱۳۵۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: ارزش کار و کارآفرینی در اسلام/حمیدرضا میرزاپور زرنندینی.
مشخصات نشر	: تهران: نگار تابان، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: [۸۲] ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۵۳-۰۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا.
موضوع	: اسلام و کار و کارگری
موضوع	: Labor -- Religious aspects -- Islam
موضوع	: کارآفرینی -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع	: Entrepreneurship -- Religious aspects -- Islam
موضوع	: کار و اشتغال -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع	: Work -- Religious aspects-- Islam
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶ ۴۰۰/۲۳۰/۱۳BI
رده بندی دیویی	: ۲۹۷/۸۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۶۳۱۸۲



تهران - اندیشه - فاز ۱ - خیابان ۱۱ شرقی - پلاک ۵ - واحد ۱
 تلفن: ۰۹۳۶۶۹۵۸۹۵۳ - آدرس ایمیل: N.taban.p@tdtmail.com

نام کتاب: ارزش کار و کارآفرینی در اسلام

مؤلف: حمیدرضا میرزاپور زرنندینی

ناشر: نگار تابان

نوبت چاپ و سال چاپ: اول - ۱۳۹۶

چاپخانه: تایماز

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۵۳-۰۲

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

۶	مقدمه
۸	تعاریف و مفاهیم کارآفرینی
۱۰	ارزش کار و تلاش در اسلام
۱۱	ارزش کار در سنت
۱۳	ارزش های کار و تلاش بر رفاہ جامعه
۱۴	مبانی ارزشی کار
۱۸	اهداف کار در زندگی دنیا
۱۹	کار در قرآن کریم
۲۴	کاریک تکلیف الهی
۲۷	ارزش کار در زندگی اجتماعی انسان
۲۸	اهمیت کار در سیره پیامبران و اوصیای دین
۲۹	تأثیر کار بر زندگی انسان
۳۸	رشد و شکوفایی اقتصادی جامعه
۴۰	صفات اشخاص کارآفرین
۴۶	انواع کارآفرینی
۵۰	تفاوت کارآفرینی با خلاقیت
۵۸	تئوری سیستم مدیریت
۶۱	نقش کارآفرینی در ارتقای تولید ملی
۶۴	مبانی کارآفرینی و طرح کسب و کار
۶۸	۱۰۰ نکته ی مدیریتی کارآفرینی
۷۹	منابع

به حقیقت دین مبین اسلام و فرهنگ و سیره اهل بیت (ع) اهمیت به کار و نحوه تأمین معیشت می باشد که از این حیث مولفه "کاروکارآفرینی" از جایگاه بسیار والایی برخوردار می باشد. در مورد تعریف کارآفرینی دیدگاه های مختلفی وجود دارد و درک کامل مفهوم و موضوع "کارآفرینی" نیازمند اطلاع از دیدگاه های بین رشته ای می باشد. کارآفرینی برحسب ماهیت خود و توجه محققان رشته های مختلف از نظر روانشناسی، جامعه شناسی، اقتصاد، صنعت و حتی تاریخی تعریف شده است. واژه کارآفرینی از سیمه انشوری^۱ به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن ۱۶ میلادی تا کنون به نحوه کارآفرینی را در نظریه های اقتصادی خویش تشریح نموده اند. کارآفرینی از مباحثی است که در تمامی ابعاد توسعه اقتصادی و اجتماعی از حدود ۲۰ سال به این طرف عملاً در نیای، تجارت و کسب و کار مطرح شده است، از جمله تعاریف کارآفرینی می توان به موارد زیر اشاره کرد: "سرمایه هرگز ایده را به حرکت در نمی آورد بلکه این ایده است که محرک سرمایه است و موفقیت در کسب و کار، با ایده ی نوآورانه و خلاق که به همراه سرمایه منجر به ارائه ی محصول جدید در بازار می شود رقم می خورد که این را اصطلاحاً کارآفرینی می گوئیم". برای شناخت فرد کارآفرین باید ابتدا بدانیم که او چه کارهایی می کند و سپس دریابیم کدام خصوصیات و ویژگی های شخصیتی او را از دیگران متمایز می کند. کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق فرآیند ایجاد کسب و کار (کسب و کار خانگی، کسب و کار مجازی، کسب و کار در مغازه یا شرکت یا سازمان) توانم با بسیج

^۱ "Entrepreneurs"

منابع و مخاطره مالی و اجتماعی، محصول یا خدمت جدیدی را به بازار عرضه می کند. ژوزف شومپتر (۱۹۳۴) فرآیند کارآفرینی را "تخریب خلاق" می نامد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین کننده در کارآفرینی همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روشهای نوین در امور جاری است. روش نوین همان "تخریب خلاق" می باشد. از نظر وی نوآوری در هر یک از زمینه های ذیل کار آفرینی محسوب می شود. ۱- ارائه کالای جدید ۲- ارائه روش جدید در فرآیند تولید ۳- گشایش بازاری جدید ۴- یافتن منابع جدید ۵- ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت

کارآفرینی کیفی است که افراد را قادر می سازد یک فعالیت جدید را شروع کنند یا با قدرت و به طور نااورانه بابت موجود را توسعه دهند. کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و معیشت است. رشد و فراگیری این پدیده می تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد منجر شود. کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدید ایجاد کسب و کار با قبول مخاطره و تحمل ریسک، محصول و خدمت جدید را ارائه میکند. اگر کارآفرین بتواند با شناسایی و تعریف گوناگونی از کارآفرینی ارائه شده است، لیکن بیشتر نویسندگان و صاحب نظران در مجموع کارآفرینی را "فرآیند شناسایی فرصتهای اقتصادی، ایجاد کسب و کار و شرکتی جدید، نوآور و رشد یابنده برای بهره برداری از فرصتهای شناسایی شده می دانند که در نتیجه آن کالاها و خدمات جدیدی عرضه می شود. (مجله کارآفرینان ایران، ۱۳۹۵)

ریچارد کانتیلون (۱۷۳۰) اولین کسی بود که این واژه را در علم اقتصاد ابداع نمود و آن را اینگونه تعریف نمود: کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات اطلاع ندارد. جان باتیست سی (۱۸۰۳) کار آفرین را فردی

میداند که مسئولیت تولید و توزیع فعالیت اقتصادی خود را بر عهده دارد. فرانک نایت (۱۹۲۱) کار آفرینان را کسانی می‌شناسد که در شرایط عدم قطعیت به اتخاذ تصمیم می‌پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز شخصاً می‌پذیرند. طبق نظر کاسون (۱۹۸۲) کار آفرین فردی است که تخصص وی "تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی در مورد ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب" می‌باشد. وی "داشتن توان داوری و قضاوت" را عنصری مشترک در تمامی کار آفرینان تشخیص داده است.

از دیدگاه کرلند (۱۹۸۰) کار آفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد تأسیس می‌نماید و مدیریت کرده و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده میکند. همچنین به تعریف زیر نیز می‌توان اشاره کرد: کار آفرین کسی است که توانایی آن را دارد تا فرصتهای کسب و کار را ببیند و آنها را ارزیابی کند، منابع لازم را جمع‌آوری و از آنها بهره‌برداری نماید، و سپس عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی نماید. کار آفرینان کسانی هستند که با ایجاد محصولات و خدمات نوین مورد نیاز مردم، درآمد خوبی کسب می‌کنند. معمولاً گمان می‌رود که کار آفرینان در راه اندازی شرکتها تبهر دارند. در حال، آنها، از هیچ، کسب و کار جدید خلق می‌کنند. آنها به رغم مخاطرات بسیار، پیشگام بازارهای جدید می‌شوند.

تعاریف و مفاهیم کار آفرینی

پیش از ارائه تعریفی از کار آفرینی، باید بر این نکته تأکید نمود که محققان تعریف یکسانی از کار آفرینی ندارند و هر یک بسته به نوع نگاه خود، تعریف خاصی از این پدیده ارائه داده‌اند. جان باتیست سی (۱۸۱۹): کار آفرین را به عنوان کسی که ابزار تولید را فراهم می‌آورد تعریف نموده است. برخی از تعاریف بر طیف وسیعی از فعالیت‌ها

تأکید کرده اند: خوداشتغالی یا کار کردن برای خود به هر شکل ممکن (ریچارد کانتلیون، ۱۷۳۰) فراهم آوردن عوامل تولید (سی، ۱۸۳۰) تحمل عدم قطعیت یا تحمل ابهامات (نایب، ۱۹۱۲)، ایجاد یک ترکیب جدید (شومپت، ۱۹۳۴)، استفاده از فرصت ها (کرزنل، ۱۹۳۴) و ایجاد یک سازمان (کارتتر، ۱۹۸۸).

فرانک نایب (۱۹۲۱) معتقد است که کارآفرینان تلاش می کنند تغییرات بازار را پیش بینی نموده و بر اساس آن وارد عمل شوند وی همچنین بر نقش کارآفرینان در تحمل ابهام پویایی بازار تأکید دارد.

مرکز کارآفرینی دانشگاه میامی در اوهایو نیز کارآفرینی را چنین تعریف می کند: کارآفرینی فرایندی است که توسعه و آوردن یک نگاه جدید به زندگی، نگاهی که ممکن است یک ایده خلاقانه، یک فرصت ساده، روش های بهتری برای انجام کاری باشد.

نتیجه نهایی این فرایند ایجاد یک بنگاه جدید است که تحت شرایط ریسک پذیرانه و عدم قطعیت بسیار شکل می گیرد. طبق تعریف دانشنامه علوم سیاسی، کارآفرینی کسب و کار توأم با ابتکار، نوآوری، جرأت، سعی، همت و حرکت نیرو است. کارآفرینی سازمان دمی تولید و اعمال شیوه های نوین و سودآور همراه با خطرات احتمالی در فعالیت های اقتصادی است. کارآفرینی تلاشی است برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصت های شغلی، مدیریت، ریسک مناسب و استفاده از مهارت های مدیریتی و ارتباطی به منظور بسیج نمودن منابع انسانی، مالی برای به ثمر رسیدن یک پروژه. (مایکل، ۱۳۷۹، ص ۲۳)