



Presenting the Model of an Entrepreneur from the Perspective of the Holy Quran by Using Content Analysis

Reza Mahdi^{1*}, Masoumeh Samadi², Mahdi Zeidi³, Ahmad Keykha⁴

¹Assistant Professor, PhD in Higher Education, Research Institute for Cultural and Social Studies, Ministry of Science, Research and Technology, Tehran, Iran.

²Associate Professor, PhD in Philosophy of Education, Research Institute of Education, Tehran, Iran.

³PhD Student, Philosophy of Education, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran.

⁴PhD Student of Economics and Finance Management of Higher Education, Faculty of Psychology and Education, The University of Tehran, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Article Type:

Original Research

Received: 08.30.2021

Revised: 12.08.2021

Accepted: 02.26.2022

Keyword:

Quranic Education

Entrepreneurship

Quran Modeling

Entrepreneur

Content Analysis

*Corresponding Author:

Reza Mahdi

Email: mahdi002@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and extract the concepts of entrepreneurship from the Holy Quran in order to develop an entrepreneur model. To achieve this goal, three questions were asked: what are the most important components of the model entrepreneur from the perspective of the Holy Quran? What are the most important dimensions of the model entrepreneurial from the perspective of the Holy Quran? How will the validation of the designed model be carried out? This qualitative research was undertaken using content analysis method. The results of the research identified the eight components (secondary pre-organizing theme) of entrepreneurial action, entrepreneurial spirit, general entrepreneurial trait, general personality trait, religious entrepreneurial trait, God-centered religious trait, entrepreneurial ethical characteristics and individual moral characteristics with 113 basic themes. Then, a network of themes was drawn. By integrating the components, the four dimensions (primary pre-organizing themes): the dimension of specialized characteristics (entrepreneurial action, entrepreneurial spirit); dimensions of general characteristics (general characteristics of entrepreneurship, general characteristics of personality); religious characteristics (religious characteristics of entrepreneurship, God-centered religious characteristics) and the moral characteristics (ethical characteristics of entrepreneurship, individual moral characteristics) were obtained. The third dimension at 38% had the highest frequency among all dimensions. Finally, to validate the model, various analysis and review strategies used by research colleagues, Continuous Comparison Analysis (CCDA), techniques of obtaining accurate parallel information and analytical angulation were utilized.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Entrepreneurship is an essential factor in economic development. Researchers believe that increase in entrepreneurial capacities and actions is a factor for economic inequality. In addition, it improves the human capital of countries. In fact, entrepreneurial action is the main element in economic growth. The relationship between entrepreneurship and economic performance has a positive foundation. Economies stimulate entrepreneurial activity with market demand orientation and achieve real success in terms of economic performance and prosperity. The present research was designed and carried out taking into consideration the importance of entrepreneurship and the place of the Holy Quran in the lives of Muslims. The purpose of the research was to identify and extract the concepts of entrepreneurship from the Quran in order to formulate the model entrepreneur. To achieve this goal, two questions were presented: what are the most important components of the model entrepreneur from the perspective of the Quran? What are the most important aspects of the model entrepreneur from the perspective of the Quran?

Methodology

This qualitative research was carried out using thematic analysis method. This method, based on the coding process, is a process for analyzing textual data and transforms scattered and diverse data into rich and detailed data. The theme expresses something important in the data in relation to the research questions and to some extent shows the meaning and concept of the pattern in a set of data; therefore, the theme is the pattern found in the data and at least describes and organizes observations and at most interprets aspects and deals with the investigated phenomenon. Thus, the themes network systematizes the following themes based on a specific procedure: 1) basic themes, 2) organizing themes and 3) overarching themes. Then, these three levels are shown in addition to the relationships between them. The network of themes is not a procedure for preparing analysis preparations or presenting the final results of the analysis, but rather a technique for breaking the text down and finding reasonable and clear salient points within the text.

First, a reading of the verses of the Quran was undertaken and then the basic themes were extracted. In the next step, the basic themes were divided into secondary pre-organizing themes based on their similarities and differences. Then, the secondary pre-organizing themes were also categorized in the form of primary pre-organizing themes based on contrast and similarity aspects. Finally, the theme network of the findings was drawn by focusing on secondary pre-organizing themes. The required data was documented through the consideration of the relevant sources and references and direct reference to the Quran, and due to the many interpretations, only the text of the Quran was cited. The research sample included the Quran and related studies and researches on the model entrepreneur and related variables. The research sample also included Quranic verses in the field of entrepreneurship.

Results and discussion

In the present research, eight components (secondary pre-organizing themes) were obtained: entrepreneurial action, entrepreneurial spirit, general characteristic of entrepreneurship, general personality characteristic, religious characteristic of entrepreneurship, religious characteristic of God-centeredness, moral characteristics of entrepreneurship and personal moral characteristics with 113 basic themes. By integrating the components, the four dimensions of primary pre-organizer themes comprising of the dimension of specialized characteristics (entrepreneurial action, entrepreneurial spirit), the dimension of general characteristics (the general characteristic of entrepreneurship, the general characteristic of personality), the dimension of religious characteristics (the religious characteristic of entrepreneurship, the religious characteristic of God-centeredness) and the dimension of moral characteristics were obtained. Among the dimensions, the third dimension with 38% had the most frequency. In the final stage, the themes network was drawn. In this stage, the findings in the web network were classified and specified by connecting the pre-organizing themes to the overarching theme.

Conclusion

Previous studies and research show that the economic saga and entrepreneurship must be accompanied by continuous movement and strong religious and belief support, that due to the lack of entrepreneurial culture and disregard for the principles and standards of entrepreneurship in religious teachings, contrary to expectations, not much success can be attained in achieving the goals. Therefore, it is necessary to establish special centers to support potential entrepreneurs to include topics such as abilities and motivation of people in addition to special training for development. The more institutionalized the principles and standards of a society, the more capable that society is to train and attract entrepreneurs, capital, brains and innovation, and as a result, the acceleration of economic growth and employment and social security for citizens will be increased.

The criteria of an advanced society are diverse in different perspectives, and labels such as growth, industrialization, and modernity have been used in accordance with their view of God, man, and the world. Islam has a distinct and multidimensional view of humans. In this view, human is introduced as the center of creation and he is referred to as the worshiper of the angels and the caliph. It is the same human being who changes his destiny in the shadow of heavenly teachings and his efforts to reach perfection. Therefore, a person should be an entrepreneur in any job and profession and move himself and the society towards perfection. According to his religious and moral beliefs, if man works according to his divine nature, he will be the caliph on earth. In the present research, an attempt was made to design a model entrepreneur from the perspective of the Quran. This model included eight components including entrepreneurial action, entrepreneurial spirit, general characteristic of entrepreneurship, general character characteristic, religious characteristic of entrepreneurship, religious characteristic of God-centeredness, moral characteristics of entrepreneurship and individual moral characteristics and four dimensions of specialized characteristics, general features, religious characteristics and moral characteristics.



مدرسه عالی پژوهش‌های
دانشگاهی تهران

کارافان

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

تابستان ۱۴۰۱، دوره ۱۹، شماره ۲، ۳۵-۱۳

آدرس نشریه: <https://karafan.tvu.ac.ir/>

doi:10.48301/KSSA.2022.301809.1698



ارائه الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم با استفاده از تحلیل مضمون

رضا مهدی^{۱*}، معصومه صمدی^۲، مهدی زیدی^۳، احمد کینخا^۴

- ۱- استادیار، دکتری تخصصی آموزش عالی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران.
- ۲- دانشیار، دکتری تخصصی فلسفه تعلیم و تربیت، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، تهران، ایران.
- ۳- دانشجوی دکتری، فلسفه تعلیم و تربیت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
- ۴- دانشجوی دکتری اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف این پژوهش^۱، شناسایی و استخراج مفاهیم کارآفرینی از قرآن کریم به منظور تدوین الگوی انسان کارآفرین می‌باشد. برای دستیابی به این هدف، سه پرسش طرح‌ریزی شد. مهمترین مؤلفه‌های الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم چیست؟ مهمترین ابعاد الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم چیست؟ اعتباربخشی الگوی طرح‌ریزی شده چگونه انجام شده است؟ این پژوهش کیفی با به‌کارگیری روش تحلیل مضمون انجام شده است. یافته‌های پژوهش در شناسایی مؤلفه‌ها، هشت مؤلفه (مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه): کنش کارآفرینانه، روحیه کارآفرینانه، ویژگی عمومی کارآفرینی، ویژگی عمومی شخصیتی، ویژگی دینی کارآفرینی، ویژگی دینی خدامحوری، ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی و ویژگی‌های اخلاقی فردی با ۱۱۳ مضمون پایه به‌دست آمد. سپس شبکه مضامین ترسیم شد. با ادغام مؤلفه‌ها، ابعاد چهار گانه (مضامین پیش سازمان‌دهنده اولیه): بعد ویژگی‌های تخصصی (کنش کارآفرینانه، روحیه کارآفرینانه)؛ بعد ویژگی‌های عمومی (ویژگی عمومی کارآفرینی، ویژگی عمومی شخصیتی)؛ بعد ویژگی‌های دینی (ویژگی دینی کارآفرینی، ویژگی دینی خدامحوری) و بعد ویژگی‌های اخلاقی (ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی، ویژگی‌های اخلاقی فردی) به دست آمد. از میان ابعاد، بعد سوم با ۳۸ درصد بیشترین فراوانی را در بین دیگر ابعاد به خود اختصاص داده بود. در پایان برای اعتباربخشی به الگو از راهبردهای گوناگونی تحلیل و بازبینی توسط همکاران پژوهش، تحلیل مقایسه مداوم (CCDA)، تکنیک کسب اطلاعات دقیق موازی و زاویه‌بندی تحلیلی استفاده شده است.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۹/۱۷

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

کلید واژگان:

تربیت قرآنی
کارآفرینی
الگوسازی قرآن
انسان کارآفرین
تحلیل مضمون

*توسنده مسئول: رضا مهدی
پست الکترونیکی:
mahdi002@gmail.com

^۱ این مقاله مستخرج از رساله دکتری «طراحی و اعتباربخشی الگوی تربیت کارآفرینی براساس قرآن کریم برای کاربست در دانشگاه فنی و حرفه‌ای» می‌باشد.



مقدمه

کارآفرینی یک عامل اساسی در تکامل اقتصادی کشورهای مختلف است. به همین دلیل پژوهشگران بر این باورند که میزان افزایش ظرفیت‌ها و کنش‌های کارآفرین، عاملی برای نابرابری اقتصادی کشورها نیز به شمار می‌رود (تاکستیرا، ۲۰۱۸؛ یان و همکاران، ۲۰۱۸)^۱. افزون بر این، موجب ارتقای سرمایه‌انسانی کشورها می‌شود (گران و همکاران، ۲۰۱۹؛ آرشید و همکاران، ۲۰۲۱)^۲. در واقع کنش کارآفرینانه عنصر اصلی در رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است (چو و لی، ۲۰۱۸؛ مالیچی، ۲۰۱۸؛ استم و ون دی وین، ۲۰۱۹)^۳. ارتباط کارآفرینی با عملکرد اقتصادی پایه و اساس مثبتی دارد. اقتصادها فعالیت کارآفرینی با جهت‌گیری تقاضای بازار تحریک می‌کنند و از نظر عملکرد اقتصادی و شکوفایی موفقیت‌های واقعی کسب می‌کنند. مزایا و نتایج این کنش، بیشتر در کشورهایی دیده می‌شود که بوروکراسی کمتری دارند، مالیات و هزینه‌های کارآفرینان کم است و دولت از طریق پشتیبانی مالی، باز کردن شرکت‌های جدید را تشویق و حمایت می‌کند (دیما، ۲۰۲۱؛ تریفی و همکاران، ۲۰۱۵)^۴. اگر کشوری محیط مناسبی را برای توسعه کارآفرینی فراهم نکند، کارآفرینان به کشورهای دیگر مهاجرت خواهند کرد (دهری و عمری، ۲۰۱۸)^۵. این امر به‌ویژه در کشور ما که علی‌رغم تحریم‌های ناعادلانه نظام سلطه به دنبال رشد و توسعه اقتصادی از طریق تولیدات ملی است، اهمیت مضاعف دارد.

امروزه با توجه به مشکلات اقتصادی فراوان در کشورها و خصوصاً کشورهای مسلمان، کارآفرینی یکی از موضوعات مورد بحث فراوان می‌باشد. هر اقتصادی در حال تلاش برای کاهش فقر و رفع بیکاری است تا بتواند به توسعه پایدار دست پیدا کند، لذا ضروری است که مرجعی کامل در این زمینه وجود داشته باشد. بنابراین نظر به این‌که به عقیده مسلمانان، قرآن کریم کامل‌ترین و جامع‌ترین کتاب الهی است که خداوند متعال در آن تمام برنامه‌های متعالی زندگی انسان را قرار داده است (بادیانی و طالبی، ۲۰۰۹)، باید از این منبع لایزال الهی استفاده نمود. خداوند در قرآن کریم برنامه‌هایی را ارائه داده است تا انسان را به کمال واقعی خود برساند که این کمال واقعی، به فعلیت رساندن توانایی‌های عالی او می‌باشد. بدین منظور خداوند تمام آسمان‌ها و زمین را در جهت خدمت به انسان آفریده است. خداوند می‌فرماید: «او خدایی است که همه آنچه در زمین وجود دارد برای شما آفریده است» (بقره، ۲۹). در قرآن کریم کمال انسان به فعلیت رساندن توانایی‌های عالی او می‌باشد و یکی از محوری‌ترین و بنیادی‌ترین موضوعات است که تعبیر مختلفی همچون خلیفه (بقره، ۳۰)، اولیاء (یونس، ۶۲) و یاد شده است. قرآن کریم راجع به عمل بسیار تاکید دارد و با تعبیر رسا و زیبایی در این خصوص می‌فرماید: برای بشر جز آنچه که کوشش کرده است، هیچ چیز وجود ندارد (نجم، ۳۹). یکی از نمودهای بارز این عمل کارآفرینی می‌باشد. کارآفرینی بخشی بزرگ و شاید زیربنایی‌ترین قسمت زندگی انسان می‌باشد چرا که از کار می‌توان به جوهره درونی افراد پی برد. در قرآن کریم کسب و کار و کارآفرینی با عناوین مختلفی در بیش از ۳۰ سوره و حدود ۵۰ آیه توصیه و تشویق شده است (خنیفیر، ۲۰۰۷). این در حالی است که بخش اعظمی از مسلمانان جهان در فقر به سر می‌برند. ۲۴ درصد جمعیت مسلمانان جهان درآمد روزانه کمتر از یک دلار دارند و ۳۹ درصد نیز زیر خط فقر زندگی می‌کنند. کل مبادلات تجاری ۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی کمتر از ۱۲ درصد مبادلات تجارت بین‌المللی است که این رقم نسبت به جمعیت و منابع طبیعی در اختیار کشورهای مسلمان ناکافی است در حالی که دین اسلام هر دو دیدگاه مادی و معنوی را در بر می‌گیرد و کارآفرینی از دید اسلام شامل منافع هر دو جهان است (ایزدی و رضایی مقدم، ۲۰۱۸). در نظام اقتصادی اسلام و در کلام معصومین (ع) به ویژه در نگاه پیامبر (ص)

¹ Teixeira; Yun

² Grant; Arshed

³ Stam & van de Ven; Malecki; Cho & Lee

⁴ Trifu; Dima

⁵ Dhahri & Omri

که در امتداد آیات قرآن و خاستگاه وحی بوده، امور اقتصادی و مقوله کارآفرینی به عنوان بخش مهمی از زندگی آدمی، مورد توجه قرار گرفته است. در فرهنگ غنی اسلام و در حضور ارزش‌ها و عقاید الهی، فرهنگ تلاش، خلق کار و سهولت بخشیدن به زندگی و سطح معشیت هم‌نوعان، همواره مورد تمجید و سفارش بوده و یکی از ملزومات حیات طیبیه قرار داده شده است. در قرآن کریم انسان را موجودی کارآفرین می‌داند که این ویژگی زمینه‌های کسب ثروت را در او ایجاد کرده و جمع‌آوری ثروت به شرط ادای واجبات و دوری از قاعده نکوهدیده کنز مورد نکوهش نمی‌باشد (سبحانی و همکاران، ۲۰۱۳). با مراجعه به تاریخ اسلام مشاهده می‌شود که حضرت خدیجه (ص) یکی از بزرگترین تاجران معاصران خود بود و پیامبر اکرم (ص) و ائمه اطهار (ع) نیز هریک در طول دوران پر برکت عمر خویش به نحوی اقدام به فعالیت‌های کارآفرینی کرده بودند. یکی از فصل‌های درخشان زندگی ایشان، کار و کارآفرینی و ترویج کار و فعالیت است. نگاه پیامبر (ص) کار کردن در ردیف جهاد در راه خداست. حضرت می‌فرماید هر کس در راه حلال برای استغنای خود و خانواده‌اش تلاش کند مانند کسی است که در راه خدا تلاش کرده است و هر کس با تلاش و آبرو در پی حلال دنیا باشد در مرتبه شهدا خواهد بود (حسین‌پور، ۲۰۱۶).

کار و کارآفرینی موضوعی است که از بدو آفرینش انسان بر روی زمین وجود داشته است و انسان‌ها برای ادامه حیات خود و پیشرفت به آن نیاز داشته‌اند، ولی در دهه‌های اخیر با نگاه علمی‌تر به این موضوعات پرداخته شده است. ژرف کاری نظام آفرینش از بدو خلقت تا تحولات و تطورات آن در طول زمان و عمر بشر بیانگر این مسئله است که خداوند جهان را بر اساس حرکت، تغییر، فعالیت، تلاش و گردش امور قرار داده است، از طرفی نیز سیر تکاملی و تکامل موجودات را نیز بر این پایه استوار نموده است (جعفری، ۲۰۱۸). سابقه طرح مباحث اقتصادی از دیدگاه دین در غرب، به علم اقتصاد و دین از زمان آدام اسمیت (۱۷۷۶م) آغاز شد. البته این مباحث در کتاب مقدمه این خلدون در خصوص مبنای و ارتباط و جایگاه اقتصاد در دین و برخی از راهکارهای اقتصادی مورد بحث قرار گرفته است (۱۳۳۲م). آدام اسمیت در کتاب ثروت ملل مباحثی از رفتارهای کلیسا و روحانیون در قالب نظریه‌های اقتصادی خود گنجانده، اما نقطه عطف مطالعات میان مذاهب و اقتصاد را ماکس وبر آلمانی و همکاران وی انجام دادند. وبر در سال‌های ۱۹۰۴ و ۱۹۰۵ کتاب اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری را در توضیح نظریه خود منتشر کرد. کاربرد کارآفرینی در قرون ۱۷ و ۱۸ میلادی رایج شد و کارآفرین به کسی گفته می‌شد که چیزی را برعهده می‌گیرد نه این‌که بر عهده‌اش بگذارند (خدایاری فرد و همکاران، ۲۰۱۳). گرچه کارآفرینی را زائیده تئوری پردازان و رویکرد به این واژه را در قرن‌های اخیر در جهان غرب می‌دانند ولی از طرفی نیز این موضوع در چند سال اخیر در ایران مطرح شده است که رویکرد نوین به سازندگی، ایجاد کسب و کار، خلاقیت و کار، نوآوری و توسعه ملی دارد (احمدپور داریانی و مقیمی، ۲۰۰۶). نکته بسیار مهم این است که به قطع یقین عصر دیجیتال سرآغاز تحولات دهه اخیر است و در بردارنده رشد و تکامل (علمی) بشری است و در صورت عدم درک واقعیت آن و یا استفاده غیر اصولی از ابزارهای آن، که مخلوق انسان است، ارمغان دهنده رنج و مشکلات فراوان برای بشر خواهد بود. در چنین شرایطی دانش به وجودآمده در جامعه مقتدر و دانامحور می‌تواند سرآغاز تحول باشد. البته در این جامعه افزایش اطلاعات ارزش آفرینی نیست، بلکه در این جامعه مطلوب، افزایش کارآفرینی نقطه ارزش است. در این جامعه برای کاهش شکاف توسعه میان کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، بایستی از اطلاعات به دست آمده، دانش لازم را تولید کرد و این امر جز با خلاقیت میسر نمی‌شود. پس خلاقیت سرآغاز شکل‌گیری فرآیند و زنجیره ارزشی کارآفرینی است. با نگاه به کتب آسمانی پیامبران الهی و آموخته‌های دینی بشریت، تأکید خدای متعال برای کوشش و تلاش بالذات بودن این جوهره عظیم پیشرفت روانی، مادی و معنوی در وجود انسان روشن می‌شود و به فرمایش پیامبر اسلام که فرمودند: علمی که سودمند باشد مد نظر است (هزار جریبی، ۲۰۱۰). علی‌رغم این‌که در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هم از اواخر ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این

زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه به موضوع توسعه کارآفرینی توجه شود. در برنامه اخیر توسعه کارآفرینی در سطح وزارت علوم، بهداشت، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و همچنین موسسه دانشگاهی به دلیل با فعالیت‌های آنها مطرح شده است (علی احمدی، ۲۰۱۶). هر چند در حوزه کارآفرینی تحقیقات فراوانی صورت گرفته است، اما ضروری است که به دنبال پیدا کردن الگویی ایرانی-اسلامی بر اساس آموزه‌های قرآن کریم برای کارآفرینی باشیم. امروزه ضرورت بومی‌سازی نظریه‌ها به ویژه در علوم انسانی، به خواست عمومی جامعه ایران بهره‌گیری از «متون اسلامی» برای نظریه پردازی در عرصه‌های نوین، یکی از رویکردهای مناسب بومی سازی است که روز به روز در حال گسترش است (خنیفر، ۲۰۰۷). نکته شایان توجه، پرداختن به این موضوع از نظرگاه قرآن کریم می‌باشد. چراکه دین اسلام، آیینی کامل است که تمامی زاوایای آشکار و نهان زندگی بشر را مورد توجه قرار داده است. می‌توان با کنکاش در آن، برای تمام جنبه‌های حیات دنیوی رهنمودهای نجات بخشی، البته به اندازه فهم و استطاعت خود، یافت. شاید در اسلام تعریف زیبا از کارآفرینی و از زبان پیامبر (ص) وجود داشته باشد، ایشان می‌فرمایند: «بهترین مردم، کسی است که برای مردم، سودمندتر باشد». چه سودی بالاتر از ایجاد کسب و کار برای خود و خلق و فراهم آوردن مقدمات کسب روزی حلال، که خود منشاء بسیاری از برکات و ثواب است (خوزین، ۲۰۰۹). افزون بر این، قرآن کریم رهبران بزرگی همچون حضرت سلیمان، داود و ذوالقرنین را مثال می‌زند که با تبحر زیاد و مانند کسانی که امروزه کارآفرین نامیده می‌شوند ثروت فراوان تولید کرده، جامعه را هم به فعالیت ترغیب و در نتیجه آدمیان را از وابالت و بیکاری رها نمودند. همچنین گفته شده که «خداوند از بنده پرخواب و بنده بیکار به شدت متنفر است» و «کسی که بار خود را بر دوش دیگران بیفکند و از حاصل زحمات دیگران برخوردار شود ملعون می‌باشد» (امیری و امیری، ۲۰۱۴). کندوکاو پیرامون مؤلفه‌های کارآفرینی بسیار مهم و حیاتی است، زیرا در شرایط کنونی یکی از مهمترین راهکارهای برون رفت و بسامان سازی نظام اقتصادی کشور، توسعه کنش‌های کارآفرینی است. بر این اساس، هدف از این پژوهش، شناسایی و استخراج مفاهیم کارآفرینی از قرآن کریم به منظور تدوین الگوی انسان کارآفرین می‌باشد. برای دستیابی به این هدف سه پرسش زیر طراحی شده است؛

۱- مهمترین مؤلفه‌های الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم چیست؟

۲- مهمترین ابعاد الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم چیست؟

۳- اعتباربخشی الگوی طرح‌ریزی شده چگونه انجام شده است؟

چارچوب نظری پژوهش

واژه کارآفرینی^۱ در ادبیات جهانی و در فارسی معادل کلمه فرانسوی^۲ است که در خلق ثروت و توسعه مهم می‌داند و خاستگاه آن را کلمه متعدّد شدن بر می‌شمرند (احمدپور داریانی و مقیمی، ۲۰۰۶). کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی و ایجادکننده ثروت‌ها و ارزش‌هاست و کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا و توان شناسایی فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به محصول جدید اقدام به ارزش آفرینی کند، این ارزش می‌تواند اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی باشد (هزار جریبی، ۲۰۱۰). کارآفرینی مهمترین مسأله اجتماعی و فرآیندی، انسانی و اجتماعی است که با دگرگونی اقتصادی-اجتماعی پیوند محکمی دارد بر این اساس، اهمیت و ضرورت افراد کارآفرین در جامعه مشخص می‌شود (دهقانی‌زاده، ۲۰۱۲). کارآفرینی مقوله‌ای است در عصر جدید که با نگاه علمی به آن نگرسته شده است. کارآفرینی دارای عناصری می‌باشد که با کارآفرینی در ارتباط هستند و عبارتند از: فناوری، حرفه، کسب و کار، تجارت، شغل، رزق و روزی، توسعه (باقری، ۲۰۱۶). پژوهشگران منابع

^۱ Entrepreneurship

^۲ Interprender

و انواع متنوعی از کارآفرینی را تا کنون مطرح ساخته‌اند؛ (۱) کارآفرینی مبتنی بر فرصت (هی و همکاران، ۲۰۱۹)؛^۱ (۲) کارآفرینی مبتنی بر بازار (علی و همکاران، ۲۰۱۹). به زعم (علی و همکاران، ۲۰۲۰) کارآفرینی مبتنی بر بازار ترکیبی از بازاریابی است که به فرصت‌های موجود در بازار می‌پردازد؛ (۳) مهارت کارآفرینی (ولیبه و نعیم، ۲۰۱۶)؛ (۴) شواهدی وجود دارد که کارآفرینی به دلیل خلاقیت و آگاهی از بازار به مهارت یا استعداد نیاز دارد (بونی و همکاران، ۲۰۱۶)؛^۲ (۵) کارآفرینی دیجیتال (نامبیسان، ۲۰۱۷)؛^۳ وی بر این باور است که فناوری‌های دیجیتالی مشکلات عدم اطمینان در روند کارآفرینی و نتایج را حل می‌کند (۵) منبع دیگر کارآفرینی آموزش یا همان چیزی است که اصطلاح «آموزش کارآفرینی» می‌نامیم. آموزش کارآفرینی برای تحول جامعه مورد استفاده قرار می‌گرفت (راتن و عثمانی، ۲۰۲۱)؛^۴ برای نمونه آموزش کارآفرینی عملکرد علمی دانشجویان را افزایش می‌دهد (نصرت‌الله و همکاران، ۲۰۱۶)؛^۵ از کارآفرینی تعاریف متعددی ذکر شده است که کاملترین آن از مک کله لند^۶ می‌باشد ایشان کارآفرینی را شیوه زندگی - خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت، مثبت اندیشی، بی‌مفهومی شکست و پله‌ای برای بالا رفتن، موقعیتی برای آموختن، تصور ناقصی از واقعیت، ابهامی که در هدف وجود دارد، واقعه‌ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است، پول انگیزه اصلی و اولیة فعالیت‌های اقتصادی نیست بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می‌شود. ارضای حس کنجکاوی، تحقق بخشیدن به آرمان‌ها، آزادسازی انرژی‌های ذهنی و تبدیل آنها به ایده‌های عملی و نهایتاً خلق ارزش است همه چیز تحت شعاع آرمان شخصی قرار می‌گیرد منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌شود. کارآفرینی را به مفهوم واقعی آن یعنی «ارزش آفرینی» تعریف کنیم (صمدآقایی، ۱۹۹۸).

با توجه به تعریف کارآفرینی متوجه می‌شویم که محوریت انسان و خصوصیات او می‌باشد که در عملکرد وی بروز می‌کند. اگر بخواهیم تعریف درستی از انسان کارآفرین مطابق آیات قرآن کریم بیان کنیم لازم است انسان را با توجه به دیدگاه قرآن بشناسیم. قرآن کریم در بیان انسان‌های مؤمن چنین می‌فرماید: مثل آنها در انجیل مثل زراعتی است که اول فقط سبزه نازکی از آن می‌روید سپس خداوند آن را نیرومند می‌سازد، آنگاه که ستبر می‌گردد پس روی تنه خویش می‌ایستد رشد و نمو سریع و سبزی و خرمی این زراعت موجب شگفتی همه کشاورزان می‌شود تا خداوند کافران و بدخواهان را به خشم آورد (فتح، ۲۹). از جمله آیاتی که در قرآن کریم اشاره به کارآفرینی دارد. در ادامه به نقل (دهقانی‌زاده، ۲۰۱۲) به ذکر مواردی پرداخته می‌شود؛ (۱) در فضیلت کار و تلاش و نجات (جمعه: ۱۰)؛ تشویق به کار (تحل: ۱۹۷)؛ پاکیزه‌ترین کسب و کار (بقره: ۱۸۸، نساء: ۲۹). (منتظری و همکاران، ۲۰۱۵) نیز به برخی از آیات قرآن در ارتباط با قرآن و کارآفرینی پرداخته‌اند که برخی از آنها شامل (آل عمران: ۱۴؛ قصص: ۷۸؛ ملک: ۱۴؛ فاطر: ۹؛ توبه: ۱۰۳؛ حشر: ۷؛ شوری: ۱۵؛ مریم: ۵۵؛ آل عمران: ۱۴؛ کهف: ۹۷) می‌شود. به طور کلی خداوند در قرآن کریم ویژگی‌هایی را برای تربیت انسان‌های مؤمن بیان کرده است طبق شکل زیر بیان می‌شود:

¹ He

² Ali

³ Walipah & Naim

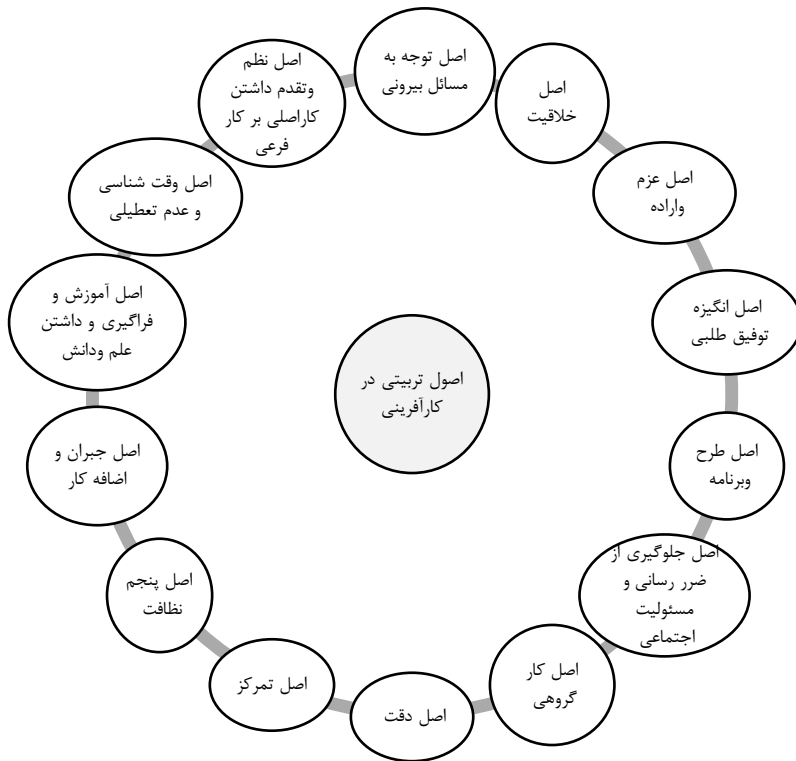
⁴ Bonny

⁵ Nambisan

⁶ Ratten & Usmanji

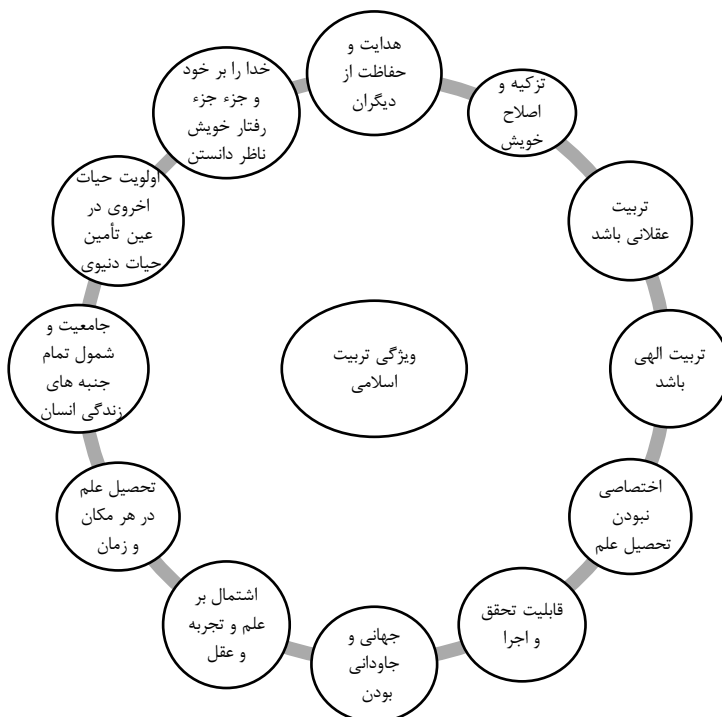
⁷ Nasrullah

⁸ David Clarence McClelland



شکل ۱. ویژگی‌های تربیت اسلامی (شریعتمداری، ۲۰۱۵).

این ویژگی‌های مذکور باید بر اصولی استوار باشد تا بتوان بر اساس بایدها و نبایدها، توصیف انسان کارآفرین را به دست آورد. برخی از این اصول کارآفرینی را می‌توان مطابق شکل زیر به تصویر کشید.



شکل ۲. اصول تربیتی در کار آفرینی (احمدپور داریانی و مقیمی، ۲۰۰۶).

بنابراین چنین برداشت می‌شود که فارغ از نوع فعل انجام شده، یک چارچوب کلی برای فعالیت‌های صالحانه (ارزش آفرینانه) انسان در قرآن بیان شده است که می‌توان با توجه به فعل صالح (ارزش آفرینی) مورد نظر، این ویژگی‌ها را تفسیر کرد. کار آفرینی نیز چون باعث ارزش آفرینی می‌شود، فعلی صالحانه (ارزش آفرینانه) و عملی صالح است که در قرآن کریم مورد توجه قرار گرفته است. آیات قرآن درباره کار و کوشش در قلمرو حیات به قدری فراوان است که با کمال صراحت می‌توان گفت: اسلام دین اجتماعی اجتهاد و دین سعی و کوشش است و با هر گونه رهبانیت - عزلت - بیکاری و تنبلی که منجر به فقر محرومیت و ردایل اخلاقی گردد، شدیداً مبارزه می‌کند. همه باید احساس مسئولیت کنند و به قدر توان خود کار انجام دهند. زیرا سلطه بیگانگان قرار نگیرند و از انحطاط جامعه اسلامی جلوگیری کنند. کار آفرینی فعالیتی است که نسبت دائمی که به تولید کالا و خدمات می‌انجامد می‌شود و این تولید می‌تواند فکری هنری معنوی جسمی باشد. خداوند در فضیلت کار آفرینی و عملگرایی مثبت و غایتمند می‌فرماید: «خداوند شما را در زمین قرار داد تا شما زمین را آباد کنید» (هود، ۶۱)، «پس در زمین پراکنده شوید و از فضل و کرم خدا روزی طلبید» (جمعه، ۱۰) و در جای دیگر فرموده است: «ما در زمین برای شما معیشت‌ها قرار دادیم اما تنها اندکی شکرگزار این نعمت‌ها هستند» (اعراف، ۱۰).

خداوند به انسان آموخته است که معیشتش را با استفاده از منابعی که روی زمین فراهم آورده است و از طریق راهنمایی‌هایی که فرستاده است، به دست آورد. بنابراین کار آفرینی منبع امرار معاش و همچنین راهی برای عبادت می‌باشد (منتظری و همکاران، ۲۰۱۵). قرآن کریم هدف اصلی کار آفرینی را رضایت پروردگار متعال بیان کرده است، اما توجه به انگیزه‌های مادی نیز داشته است. خداوند می‌فرماید: مردانی که هیچ کسب و تجارت آنان را از یاد خداوند غافل

نگرداند و نماز به پا داشته و زکات فقیران دهند و از روزی که دل و دیده‌ها در آن روز حیران و مضطرب است ترسانند (نور، ۳۷). قرآن کریم به انگیزه مادی نیز توجه داشته است ولی از راه حلال آن «ای پیامبر از تو درباره حکم شراب و قمار می پرسند، بگو در این دو کار گناه بزرگی است و سودهایی، ولی زیان گناه آن بیشتر از منفعت آنست» (بقره، ۲۱۹) کارآفرین مسلمان به منظور به دست آوردن درآمد حلال از طریق کسب و کار و نوآوری به عنوان فعالیت‌های کارآفرینانه، کارآفرینی را شکلی از عبادت شروع می کند. هدف اصلی او خوشنودی خداوند است. عوامل انگیزشی دیگری نیز مانند صفات شخصیتی کارآفرین، پس زمینه (خانواده، آموزش)، هنجارهای اجتماعی و فرهنگ کشور نیز وجود دارد. کارآفرین مسلمان در کارآفرینی همیشه به طور مسئولانه نسبت به خدا، خود، دیگر مخلوقات و جامعه خود عمل می کند.

پیشینه پژوهش

نتیجه پژوهش‌ها نشان می دهد که صفت و خصوصیات کارآفرینی در رفتار هر یک از انسان‌ها می تواند تجلی پیدا کند و اخلاق اسلامی در ایجاد کارآفرینی موثر است. از این نظر تفاوتی بین افراد نیست، اما اراده فردی، تلاش زیاد و خودانگیزی، عدم وابستگی به دیگران، کرامت انسانی مبنای این تعالی و پیشرفت است. بر این اساس کوشش و تلاش هریک از افراد در دنیا، سازنده آخرت وی است (هزار جریبی، ۲۰۱۰). ویژگی‌های دیگری همچون استقلال طلبی، مسئولیت‌پذیری، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، نگرش مثبت، تلاش و پشتکار، آینده‌نگری، مهارت در سازماندهی، توجه به ارزش‌هایی بیش از پول، انگیزه درونی بالا، تعهد بالا، صبوری، انعطاف‌پذیری و تحمل ابهام را می توان نام برد. تحقیقات زیادی در زمینه کسب و کار و کارآفرینی بر اساس قرآن کریم صورت گرفته است که می توان به مقاله (منتظری و همکاران، ۲۰۱۵) با عنوان «کارآفرینی، فرهنگی نهفته در دین اسلام» اشاره کرد. در این مقاله با اقتباس از مدل‌های کارآفرینی (الله و همکاران، ۲۰۱۳)^۱ که توسط (محمود و هواک، ۲۰۱۵)^۲ مطرح گردیده است. در پژوهشی دیگر (امیری و امیری، ۲۰۱۴) مبنای و مؤلفه‌های کار و کارآفرینی در قرآن و روایات واکاوی کردند و به این نتیجه رسیدند که اسلام دین کار و کوشش است، به طوری که در آموزه‌های قرآنی و روایی، کار در ردیف عبادت آمده است. ثانیاً خداوند اولین خلاق و نوآور جهان خلقت و مبدع آن است. انسان نیز به عنوان خلیفه، از صفت خلافت برخوردار است. ثالثاً، ریسک‌پذیری منطقی، توفیق طلبی و عمل صالح از ویژگی‌های کارآفرین در قرآن بوده و مؤلفه‌هایی مانند صدقه، زکات، نذر و احسان، زمینه‌های کارآفرینی را فراهم می آورد. در پژوهشی دیگر (اخوان مقدم و خلجی، ۲۰۱۸) به مطالعه تطبیقی مباحث کار و اشتغال با آموزه‌های قرآن و حدیث پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که در قرآن و روایات، کار و تلاش اهمیت فراوان داشته، به جهاد در راه خدا تشبیه شده است. خداوند با فراهم کردن مقدمات و لوازم اشتغال همچون خلقت دنیا و مافیها، از انسان خواسته که تلاش خود را در دنیا به کار بندد. اشتغال و کارآفرینی و روزی رسانی به دیگران از نظر آموزه‌های دینی ضروری است و امر و تشویق به انجام صنعت‌های مختلفی در قرآن و روایات به چشم می خورد و هر یک از این آیات رهنمودهایی برای اهل فن و صنعت‌گران دارد. طبق تعالیم دینی فقط کار و تلاش باعث ارتقاء تولید و رونق و پیشرفت اقتصاد می شود. (امینی و همکاران، ۲۰۲۰) در مطالعه‌ای به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در قرآن مورد مطالعه: صفت خلقی «ریسک‌پذیری» پرداختند. نتایج آنها حاکی از آن بود که ریسک‌پذیری به عنوان یک صفت برخاسته از کارآفرینان غربی، متضمن مفاهیمی است که با آموزه‌های قرآنی فاصله دارد اگرچه برخی از مفاهیم موجود در ریسک‌پذیری مانند اتکا به ظن و گمان در شرایط عدم امکان دست‌یابی به اطلاعات، مورد تأیید است. با توجه به تحلیل‌های معنی شناسانه آیات، صفاتی چون «مشاوره»، «عزم»، و به‌ویژه «توکل» جایگزینی قرآنی برای صفت ریسک‌پذیری هستند.

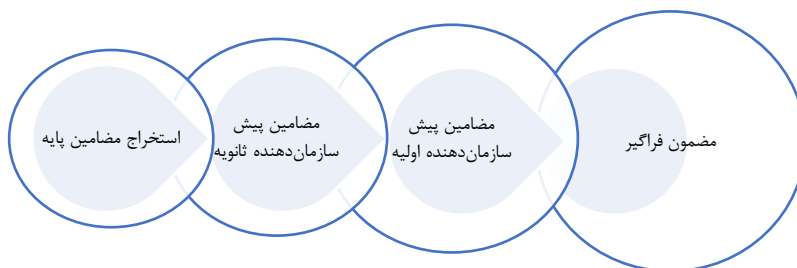
¹ Ullah

² Mahmud & Hoque

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش کیفی حاضر با استفاده از روش تحلیل مضمون تدوین شده است. ابزار تحقیق: گردآوری و اطلاعات مورد نیاز برای وصف تحلیلی کارآفرینی با قرآن کریم با استناد به روش اسنادی از طریق غور در منابع و مآخذ مربوط و ارجاع مستقیم به قرآن کریم می‌باشد و به دلیل متعدد بودن تفاسیر، فقط به متن قرآن کریم استناد شده است. جامعه پژوهش: این مطالب از قرآن کریم و مطالعات و پژوهش‌هایی است که در رابطه با انسان کامل در حوزه کارآفرینی می‌باشد و متغیرهای مربوط را پوشش می‌دهند. نمونه پژوهش: از آیات در قرآن که در حوزه کارآفرینی است استفاده شده است و نمونه پژوهش هدفمند و با توجه به مفهوم کارآفرینی انتخاب شده است. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (خان محمدی و همکاران، ۲۰۱۳). روش تحلیل مضمون مبتنی بر فرایند کدگذاری است. مضمون یا تم بیانگر چیز مهمی در داده‌ها در رابطه با سؤالات تحقیق است و تا حدی معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد لذا مضمون الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازمان‌دهی مشاهدات و حداقل به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده مورد بررسی می‌پردازد (همان منبع). در این راستا، شبکه مضامین بر اساس یک رویه مشخص، مضامین زیر را نظام‌مند می‌کند؛ (۱) مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی موجود در متن). (۲) مضامین سازمان‌دهنده (مقولات به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه). (۳) مضامین فراگیر (مضامین عالی در برگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل). سپس این سه سطح همراه با روابط میان آنها نشان داده می‌شود. در واقع، شبکه مضامین به عنوان رویه‌ای برای تهیه مقدمات تحلیل یا ارائه نتایج پایانی تحلیل نیست، بلکه تکنیکی برای شکستن متن و یافتن نکات معقول و برجسته روشنی در درون متن است (عابدی جعفری و همکاران، ۲۰۱۱).

بر این اساس، گام‌بندی پژوهش، نخست خوانش آیات قرآن و سپس استخراج مضامین پایه (مفاهیم کلیدی) استخراج شدند. در مرحله بعدی مضامین پایه بر اساس وجوه اشتراک و افتراقی که داشتند که در قالب مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه تقسیم‌بندی شدند. سپس مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه نیز بر اساس وجوه تباین و تشابه بودند در قالب مضامین پیش سازمان‌دهنده اولیه دسته‌بندی شدند. در نهایت با محور قرار گرفتن مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه شبکه مضامین یافته‌ها ترسیم شد. ذکر این نکته ضروری است که در قرآن کریم کارآفرینی به صورت مشخص بیان نشده است، اما بر اساس تعریف مفهومی، کارآفرینی را یک عمل صالح و ارزش آفرینی بیان می‌کنیم. در شکل ۳ خلاصه‌ای از روند تحلیل داده‌ها آمده است



شکل ۳. فرآیند روش پژوهش براساس تحلیل مضمون.

روایی و پایایی در روش تحلیل محتوا کیفی با در نظر گرفتن چهار معیار برای ارزیابی نتایج به دست آمده ارائه می‌شوند که شامل؛ باورپذیری^۱، انتقال‌پذیری^۲، وابستگی^۳ و اعتماد‌پذیری^۴ می‌شوند. باورپذیری به بازنمایی کافی سازه اجتماعی که محقق در پی بررسی آن است، اشاره می‌کند و برای باورپذیر کردن نتایج، چندین راهبرد را می‌توان به کار گرفت: بررسی و درگیری طولانی مدت با داده‌ها، مشاهده مستمر، سه‌سویه‌سازی، تحلیل داده‌های متضاد، بررسی تفسیرهای داده‌های خام و گفتگو با همکاران می‌باشد؛ انتقال‌پذیری: مشابه تعمیم‌پذیری نتایج در رویکرد کمی به پژوهش است. وابستگی: به ثبات نتایج در طول زمان اشاره می‌کند. تایید پذیر بودن این مؤلفه به میزان تأیید ویژگی‌های داده‌های مورد بررسی پژوهشگر توسط خوانندگان اشاره می‌کند (مومنی‌راد و همکاران، ۲۰۱۳).

یافته‌ها

در پاسخ به پرسش نخست پژوهش، مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم چیست؟. نخست با در نظر گرفتن واحد تحلیل ترجمه هر آیه به استخراج مضامین پایه به تفکیک هر سوره پرداخته شد. نکته شایان توجه این است که در این پژوهش کارآفرینی یک ارزش آفرینی است و مترادف با عمل صالح در نظر گرفته شده است. هر چند در کارآفرینی بیشتر جنبه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود اما نگاه ارزشمندانه قرآن به کارآفرینی همواره با مبانی اقتصادی صرف همراه نیست، از اینرو مترادف قراردادن از نگاه منطقی مصادره به مطلوب است. لذا در قرآن کریم، هر چند کلمه کارآفرینی، به معنای خاص بیان نشده است، اما هر کجا که عمل صالح و ارزش آفرینی بیان شده است، به عنوان کارآفرینی منظور گردیده است. در جدول ۱ به تفصیل مرحله استخراج مضامین پایه با عطف به آیات مذکور تشریح شده است.

جدول ۱. مضامین پایه استخراج شده انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم.

| شماره آیه شریفه | مضامین پایه استخراج شده |
|--|-------------------------|
| ۱-فتح (۱۰)/۲-نحل (۱۱۲)/اسرا(۱۹)/طه(۱۵)-۳/نجم (۳۹)/۴- انسان (۲۲)/۵- غاشیه (۱۰۸)/۶-بقره (۲۷۵)/۷-فتح (۲۹)/۸- کهف (۹۵)/۹-نور (۳۷)/۱۰-اعراف (۱۰)، کهف (۷:۸)/۱۱- کهف (۲۳)/۱۲- کهف (۲۸)/۱۳- جمعه (۱۰)/۱۴- فصلت (۳۰)/۱۵-ابراهیم (۱۲)/۱۶- آل عمران (۱۵۹)/۱۷-شورا(۳۸)/۱۸- توبه (۱۲۹)/۱۹-بقره (۲۰۱:۲۰۲)/۲۰- مائده (۱۶)/۲۱- یونس (۲۵)/۲۱- انعام (۱۱)، نمل (۶۹)/۲۲- عنکبوت (۲۰)/۲۳- زمر (۹)/۲۴- بقره (۲۳۳)/۲۵- بقره (۲۸۶)/۲۶- سبا (۱۰:۱۳)/۲۷-زلزال (۷:۸)/۲۸- آل عمران (۱۶۴)/۲۹- بقره (۱۵۱)/۳۰- علق (۸)/۳۱- مومنون (۱۱۵)/۳۰- سبا (۳۷)/۳۱- قصص (۷۹)/۳۲- کهف (۹۵)/۳۳- حجر (۸۸)/طه (۱۳۱)/۳۴- هود (۱۵:۱۶)/۳۵- حدید (۲۰)/۳۵- قصص (۲۶)/۳۶-مطففین (۱:۳)/۳۷- هود (۳۷)/۳۸- قصص (۲۷)/۳۹- بقره (۲۴۷)، کهف (۷۹)/۴۰- یوسف (۵۵)/۴۱- انبیاء (۸۰)/نحل (۳۰) /۴۰- قصص (۷۳)/۴۱- یوسف (۴۷:۴۹)/۴۲- سبا (۱۰:۱۱)/۴۲- کهف (۹۵)/۴۳- اسراء (۷۰)/۴۴- توبه (۵۱)/۴۵- شورا (۳۸) | |
| ۱- حضور در جمع و ارتباط گروهی / ۲. نتایج در عملکرد انسان / ۳. سعی و تلاش انسان / ۴. قدردانی و پاداش اعمال / ۵. شادابی و راضی بودن از اعمال خیر / ۶. نپزیری از رباخواری / ۸. خستگی ناپذیری / ۹. عدم غفلت از یاد خداوند به دلیل تجارت / ۱۰. وسایل زندگی زینت خداوند است برای آزمایش / ۱۱. نقش فاعلی خداوند در کارها / ۱۲. تزکیه و اصلاح دائم خویش / ۱۳. فضیلت کار و تلاش / ۱۴. اعتقاد به امداد الهی / ۱۵. چشم پوشی و استغفار / ۱۶. نرم‌خو و مهربان بودن / ۱۷. مشورت کردن در کارها / ۱۸. توکل بر خداوند / ۱۹. اولویت اخروی در عین تأمین دنیا / ۲۰. دعوت به صلح و آرامش / ۲۱. گردش و سیر در زمین جهت عبرت از سیر و گردش در زمین جهت عبرت از خلافتکاری / ۲۲. سیر و گردش در زمین جهت شناسایی خلقت‌ها و فرهنگ‌ها و ادیان / ۲۳. ارزش علم و دانش / ۲۴. رعایت قوانین در کارها / ۲۵. انجام تکلیف در حد توان و واقع بین بودن / ۲۶. تخصص و مکنت و توانایی از جانب خداوند است و ارزشمند و با فضیلت / ۲۷. نگاه به آینده / ۲۸. همراهی علم و حکمت / | |

¹ Credibility

² Transferability

³ Dependability

⁴ Conformability

| شماره آیه شریفه | مضامین پایه استخراج شده |
|--|---|
| ۴۶-حشر (۱۸)/تغابن (۱۱)/۴۷-حدید (۲۰)/۴۸-تکائر (۸)/۴۹-بقره (۲۸۶)/صافات (۲۴)/۵۰-هود (۸۸)/۵۱-بقره (۱۵۳)/۵۲-فتح (۴)/۵۳-لیل (۵:۷)/لیل (۸:۱۰)/نحل (۹۷)/۵۴-اسراء (۱۰۰)/یونس (۸۸)/قصص (۷۹)/قلم (۱۱:۱۲)/مسد (۱:۲)/۵۵-کهف (۷۹)/نور (۳۷)/آل عمران (۲۰۰)/۵۶-سبا (۴۶)/۵۷-اسراء (۸۴)/طه (۱۲۴)/۵۸-یروج (۲۰)/۵۹-یوسف (۸۷) | ۲۹. هدفمند بودن زندگی / ۳۰. تقرب به خداوند با اموال و دارایی، عاقبت مال حرام هلاکت است / ۳۱. فعال و تحول‌گراست / ۳۲. نیکوکاران پاک و طیب هستند، چشم به اموال دیگران نداشتن / ۳۳. غمگین نشدن به خاطر دارایی دیگران / ۳۴. زندگی دنیا زودگذر و نقصان است / ۳۵. نیرومندی و امین بودن / ۳۶. نپی کم فروشی و خیانت در امانت / ۳۷. کارفرمایی صالح بودن / ۳۸. سرپرستی خزاین زمین تخصص آگاهی و نگرهبانی و امین بودن را لازم دارد / ۳۹. تخصص‌گرایی / ۴۱. فضیلت خداوند بواسطه ایمان است / ۴۲. شکرگزاری / ۴۱. مدیریت در کارها، برنامه‌نویسی در کارها / ۴۰. شب مایه آرامش و روز برای معاش است / ۴۲. سدسازی با تخصص داده شده خداوند و با استفاده از کارگروهی و نیروی انسانی / ۴۳. رزق پاک / ۴۴. فضیلت و برتری بر بسیاری از مخلوقات / حادثه ای رخ نمی‌دهد مگر خداوند بخواهد / ۴۵. انفاق مال / ۴۶. عدم نا امیدی / ۴۷. دنیا در حال تغییر و نقصان و خسران است / ۴۸. پاسخگویی در برابر نعمت‌ها / ۴۹. آثار و نتایج خوب و بد کار به خود شخص می‌رسد / ۵۰. اصلاح‌گری در حد توان با مساعدت خداوند / ۵۱. طلب کمک به وسیله نماز و صبر از خداوند / ۵۲. یاد خدا مایه آرامش است / ۵۳. پاداش به بهترین وجه پرداخت شود / ۵۴. دنیاپرستان اهل خودنمایی هستند / ۵۵. استقامت کردن فردی / ۵۶. استقامت گروهی / ۵۷. سرنوشت در اختیار خود فرد و عمل طبق شاکله / ۵۹. احاطه خداوند در تمام امور / ۵۹. عدم ناامیدی / |

سپس مضامین پایه استخراج شده از آیات بر اساس اشتراکات و افتراقات با هم در یک سطح بالاتر و انتزاعی‌تر با هم ادغام شدند و مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه را تشکیل دادند. منظور از مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه در این پژوهش مؤلفه‌های الگوی انسان کارآفرین است که از بطن مضامین پایه برآمده از آیات قرآن تشکیل شده‌اند. در جدول ۲ فراگرد این تحلیل تشریح شده است.

جدول ۲. مؤلفه‌های الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم.

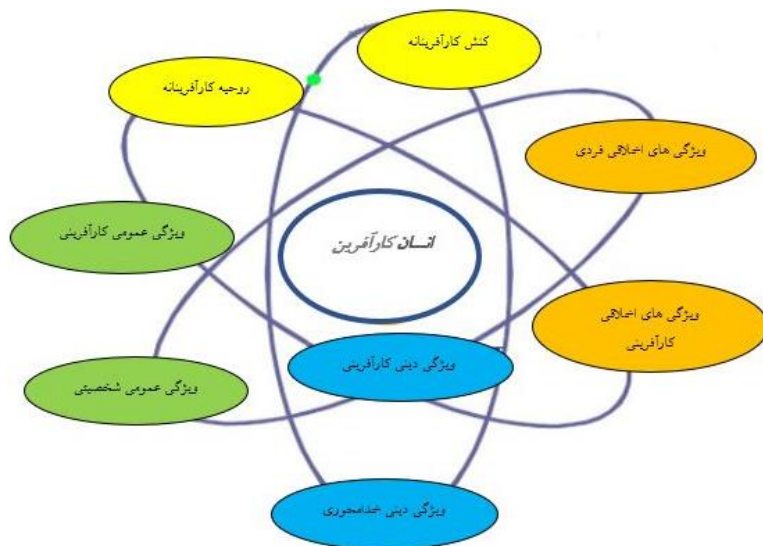
| مضامین پایه (مفاهیم کلیدی) | مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه |
|--|--------------------------------|
| توجه به نتایج و پیامدهای عملکرد/ پاداش متناسب با عملکرد/ رعایت قوانین در کارها/ واقع بینی در انجام کار/ برنامه کاری متناسب با توان/ ارزشمندی فعالیت‌های کارآفرینی/ هدایت توان نیروی انسانی در انجام کارها/ مدیریت زمان/ مدیریت منابع/ برابری زنان و مردان در کارآفرینی/ پاسخگویی/ آینده‌اندیشی و نگاه به آینده/ هدفمندی سازی تلاش‌ها/ توجه به شایستگی‌ها در هنگام جذب نیروی کار/ شهامت در انجام کار/ دور اندیشی/ مدیریت کارها/ برنامه‌ریزی برای انجام کارها/ زمان‌بندی در انجام کارها/ انجام کار به شکل تیمی/ توسعه فعالیت‌های تجاری در اقصا نقاط/ مشورت کردن در کارها با دیگران | کنش کارآفرینانه |
| روحیه تعهد به کار گروهی و تیم کاری/ روحیه کار گروهی/ روحیه تلاش و کوشش مستمر/ قدردانی از تلاش‌ها/ روحیه استقامت در کار/ روحیه ریسک‌پذیری/ روحیه مقاومت در برابر مشکلات/ روحیه مشورت جویی/ روحیه باور به ارزشمندی علم و دانش/ روحیه اصلاح‌گری/ داشتن روحیه جهادی در کار | روحیه کارآفرینانه |

| مضامین پایه (مفاهیم کلیدی) | مضامین پیش سازمان دهنده ثانویه |
|---|--------------------------------|
| عدم پیروی کورکورانه از دیگران/ خلاق و نوآور/ کنترل درونی/ مسئولیت پذیری/ توفیق طلب/ الگوپذیری/ ثابت قدم/ نیکوکاری/ استقلال طلب/ قانع بودن/ صلح طلب/ تکلیف پذیر/ خستگی ناپذیری/ عقل محوری/ عدم بخل و خساست ورزی/ داشتن رویکرد هدفمند به زندگی/ فعال و تحول‌گرا بودن/ امین بودن/ صالح بودن/ امیدواری/ باور به توانایی و استعداد خویشتن/ توجه به رشد شخصی خود | ویژگی عمومی کارآفرینی |
| مهربان و با عطفوت بودن/ چشم پوشی و استغفار/ دعوت به صلح و آرامش/ گردش و سیر در زمین جهت عبرت از دروغگوئی/ عبرت از خلافاکاران/ سیر و گذار برای شناسایی خلقت‌ها و فرهنگ‌ها و ادیان/ عدم تنگ نظری/ نداشتن نگرش دنیاپرستی/ عبرت گرفتن از عاقبت دنیاپرستان/ عیب جو نبودن/ سخن چین نبودن/ خدامحوری/ نتیجه محوری/ توجه به حق الناس/ پاک طینت بودن/ تقوا و پرهیزکاری | ویژگی عمومی شخصیتی |
| پرهیز از ربا خواری در کار/ بی‌جوئی رزق حلال در کار/ توجه به ناظر بودن خداوند به اعمال/ عدم غفلت از یاد خداوند به دلیل مشغله‌های تجاری/ توجه به دنیا به عنوان محلی برای آزمایش الهی/ یاد خدا بودن در انجام کارها/ اولویت اخروی در عین تأمین دنیا/ تقرب به خداوند با اموال و دارایی/ استقامت در برابر اموال حرام/ توجه به ناظر بودن خداوند بر انجام کار | ویژگی دینی کارآفرینی |
| شاکر بودن از خداوند/ توجه به کرامت انسانی/ باور به حکمت خدا/ خود را به خدا سپردن/ آغاز کار با نام خدا/ انفاق در راه خدا/ اولویت حیات اخروی بر دنیوی/ باور به روز دهنده‌گی خدا/ یاری خواستن از خدا/ ایمان به روز رستاخیز/ طلب کمک به وسیله نماز و صبر از خداوند/ آرامش با یاد خدا/ توجه به اعمال خیر/ باورمندی به فاعل بودن خداوند در امور/ انجام کار برای رضای خدا/ یاد محوری خداوند/ مالکیت محوری خداوند/ اعتقاد به امداد الهی/ توکل به خداوند/ وقوف به گمراه شدن با مال حرام/ باور به دو چندان شدن رزق حلال/ طالب دنیا نبودن/ عدم فخر فروشی | ویژگی دینی خدامحوری |
| باور به بازگشت نتایج اعمال شخصی به خود/ از بین نبردن حق دیگران/ عدم رشوه دهی به دیگران/ پرهیز از کم فروشی/ پرهیز از خیانت از امانات/ توجه به سلامت مال/ خود اصلاحی مداوم | ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی |
| احترام به همه/ احترام به مقام انسانیت دیگران نه جایگاه مالی/ چشم نداشتن به اموال دیگران/ حسرت نخوردن به مال دیگران/ عدم چشم داشتن به مواهب مادی دنیوی زودگذر | ویژگی‌های اخلاقی فردی |

در مرحله بعد شبکه مضامین^۱ ترسیم شد. در این فراگرد، یافته‌ها به صورت شبکه وب از طریق اتصال مضامین پیش‌سازمان دهنده به مضمون فراگیر طبقه‌سازی و مشخص می‌شوند. این بازسازمان‌دهی با توجه به مضمون فراگیر برای نشان دادن یک نتیجه‌گیری واحد از پدیده صورت می‌گیرد (آتردی استرلینگ، ۲۰۰۱)^۲. در این پژوهش با محور قرار گرفتن مضمون فراگیر (انسان کارآفرین) مضامین پیش‌سازمان دهنده ثانویه به شکل شبکه وب و درهم پیوسته پیرامون آن قرار گرفت.

¹ Themes network

² Attride-stirling



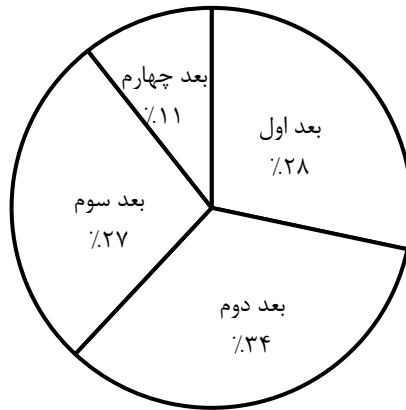
شکل ۴. شبکه مضامین مولفه‌های انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم.

در پاسخ به پرسش دوم، مهمترین ابعاد الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم چیست؟ در این مرحله مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه (مؤلفه‌های شناسایی شده) بر اساس وجوه تشابه و تباین که داشتند با هم ادغام شدند و یک سطح انتزاعی و کلان‌تر مضامین پیش‌سازمان‌دهنده اولیه (ابعاد الگوی انسان کارآفرین) را تشکیل دادند. در جدول ۳ دسته بندی یافته‌ها در پاسخ به این پژوهش آمده است.

جدول ۳. ابعاد الگوی انسان کارآفرین از دیدگاه قرآن کریم.

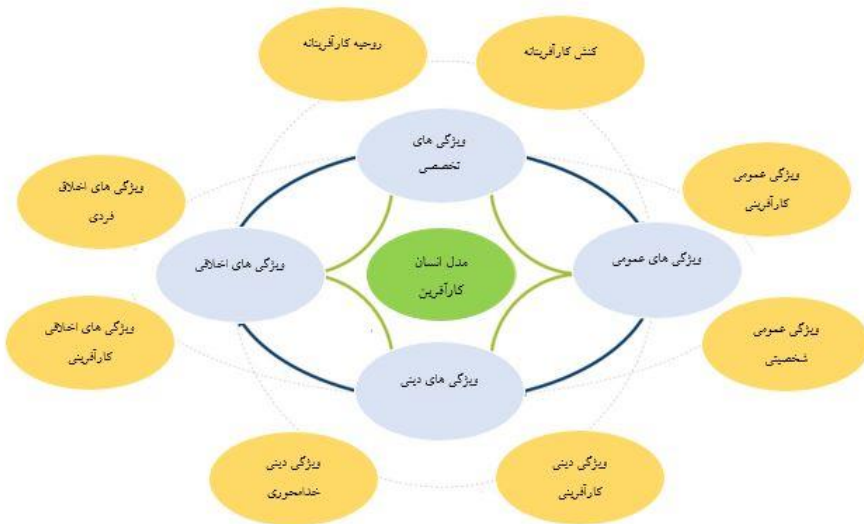
| مضمون فراگیر | مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه (مولفه‌ها) | مضامین پیش‌سازمان‌دهنده اولیه (ابعاد) |
|----------------------|---|---------------------------------------|
| الگوی انسان کارآفرین | کنش کارآفرینانه | بعد ویژگی‌های تخصصی |
| | روحیه کارآفرینانه | بعد ویژگی‌های عمومی |
| | ویژگی عمومی کارآفرینی | بعد ویژگی‌های عمومی شخصیتی |
| | ویژگی عمومی شخصیتی | بعد ویژگی‌های دینی کارآفرینی |
| | ویژگی دینی کارآفرینی | بعد ویژگی‌های دینی خدامحوری |
| | ویژگی دینی خدامحوری | بعد ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی |
| | ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی | بعد ویژگی‌های اخلاقی فردی |
| | ویژگی‌های اخلاق فردی | |

سپس با استفاده از نرم افزار اکسل نمودار درصدی ابعاد بر حسب فراوانی ترسیم شده است



شکل ۵. نمودار درصدی ابعاد الگوی انسان اقتصادی.

در پاسخ به پرسش سوم، اعتباربخشی الگوی طرح ریزی شده چگونه انجام شده است؟ نخست با ادغام مؤلفه‌ها و ابعاد شناسایی شده الگوی انسان اقتصادی ترسیم شد. سپس راهبردهای اعتبار بخشی به الگوی انسان کارآفرین تشریح شده است. در شکل ۶ الگوی انسان کارآفرین از نظر قرآن کریم ترسیم شده است.



شکل ۶. الگوی انسان کارآفرین از نظر قرآن کریم.

برای اعتباربخشی به الگوی طرح ریزی شده انسان کارآفرین، اقدامات زیر انجام شد: (۱) تحلیل و بازبینی توسط همکاران پژوهش بدین صورت که بعد از تحلیل محتوایی مصاحبه‌ها، پژوهشگر نتایج آنها در اختیار استاد قرار داد تا نظر تخصصی و کارشناسی خود را در زمینه نحوه تحلیل داده بیان کنند و با بررسی‌های مکرر ارائه یافته‌ها انجام شد. این

راهبرد، ذیل راهبردهای اعتبار بخشی به یافته‌های کیفی تحت عنوان بازبینی توسط همکار^۱ می‌باشد. روشی برای افزایش دقت تحقیق کیفی می‌باشد، که از طریق تعامل بین پژوهشگر و دیگر افرادی که در زمینه روش تحقیق تجربه دارند و زمینه راهنمایی برای طرح تحقیق، جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل داده‌ها را فراهم می‌کنند (طباطبائی و همکاران، ۲۰۱۳)؛ (۲) از طریق تحلیل مقایسه مداوم (CCDA) صورت گرفته است و پژوهشگر با رفت و آمد مکرر میان سه مرحله کدگذاری، با پرسش‌های مجدد و مقایسه مجدد نسبت به دقت، سازگاری، ثبات، معناداری و قابل بررسی بودن الگو و یافته‌های پژوهش اطمینان حاصل کرده‌است. تا نیل به این مرحله، با روش CCDA اصلاح‌های لازم صورت گرفته است و در نتیجه الگوی نهایی هم از تراکم مفهومی و از تمایز مفهومی برخوردار شده‌است و بدین ترتیب قدرت توضیح دهنده‌گی لازم را دارا شده‌است (فرستخواه، ۲۰۱۵)؛ (۳) استفاده از تکنیک کسب اطلاعات دقیق موازی^۲ استفاده شد. بر این اساس، نتایج تحلیل‌ها به متخصصان تحقیق کیفی واگذار شد و با دریافت نظرات آنها کیفیت یافته‌ها و اعتبار بخشی به مدل انجام شد. از جمله راهبردهای اعتبار بخشی به داده‌های کیفی این راهبرد می‌باشد (عباس‌زاده، ۲۰۱۲)؛ (۴) زاویه‌بندی تحلیلی یا پژوهشگر^۳؛ در این راهبرد، از بیش از یک پژوهشگر در تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. در این پژوهش نیز چندین نگارنده به شکل مستمر در بازتحلیل یافته‌ها مشارکت و همکاری داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

بررسی‌ها نشان می‌دهد که حماسه اقتصادی و کارآفرینی با حرکت مستمر و دارای پشتوانه قوی دینی و اعتقادی باید همراه باشد که به دلیل نبود فرهنگ کارآفرینی و بی‌توجهی به اصول و معیارهای کارآفرینی در آموزه‌های دینی دولت بر خلاف انتظار خود نمی‌تواند توفیق چندانی در دستیابی به اهداف خود به دست آورد، لذا ضروری است مراکز ویژه‌ای جهت حمایت از کارآفرینان بالقوه تاسیس کرد که ضمن آموزش‌های ویژه برای توسعه، مباحثی همچون توانایی‌ها و انگیزش افراد را نیز در برگیرد. هرچه اصول و معیارهای یک جامعه نهادینه‌تر باشد توانایی آن جامعه برای تربیت و جذب کارآفرینان سرمایه‌ها و مغزها و نوآوری بیشتر و در نتیجه شتاب رشد اقتصادی و اشتغال و امنیت اجتماعی برای شهروندان افزون‌تر خواهد بود.

معیارهای یک جامعه پیشرفته در دیدگاه‌های مختلف متفاوت است و از عناوینی چون رشد و صنعتی شدن و مدرنیته استفاده شده است و این متناسب با نگاه آنها به خداوند و انسان و جهان است. در دین اسلام از آنجائی که مبدأ خلقت را خدای یکتا می‌داند لذا برای انسان دیدگاه خاص و چند بعدی دارد. در این دیدگاه انسان محور خلقت معرفی شده است و از او به عنوان مسجود ملائکه و خلیفه یاد شده است. همین انسان است که سرنوشت خود را در سایه تعالیم آسمانی و سعی و تلاش خود تغییر می‌دهد، لذا انسان از هر نوع و شغلی باید در سیر الی الله باشد و به حد کمال برسد. بنابراین یک انسان در هر شغل و حرفه‌ای باید کارآفرین باشد و خود و جامعه را به سمت کمال و قرب الهی به پیش ببرد. انسانی که دارای ویژگی‌های خدایی باشد، زیرا بالاترین و برترین کارآفرین، خداوند است. انسان با توجه به باورهای مذهبی و اخلاقی خود، اگر متناسب با فطرت خدایی خود کار کند، خلیفه بر روی زمین خواهد بود. در پژوهش حاضر تلاش شد از منظر قرآن کریم به طراحی الگوی انسان کارآفرین پرداخته شود. این الگو در برگزیده مؤلفه‌های هشت گانه: کنش کارآفرینانه، روحیه کارآفرینانه، ویژگی عمومی کارآفرینی، ویژگی عمومی شخصیتی، ویژگی دینی کارآفرینی، ویژگی دینی خدامحوری، ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی و ویژگی‌های اخلاقی فردی و ابعاد چهارگانه ویژگی‌های تخصصی، ویژگی‌های عمومی، ویژگی‌های دینی و ویژگی‌های اخلاقی می‌شد. در ادامه مؤلفه به‌دست آمده این پژوهش، بر پایه ادبیات پژوهش در جدول ۴ تبیین می‌شود.

¹ Peer debriefing

² Peer debriefing

³ Theoretical Triangulation

جدول ۴. تبیین مولفه‌های بدست آمده در پژوهش با ادبیات پژوهش.

| نگارندگان / نگارنده | یافته‌های پژوهش‌ها | مولفه‌های هشتگانه پژوهش |
|---|---|---|
| (میرآقایی و میرزائی، ۲۰۱۳) | ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عملگرایی، تحمل ابهام، چالش طلبی | کسب کارآفرینانه، روحیه کارآفرینانه، ویژگی عمومی کارآفرینی، ویژگی شخصیتهای عمومی کارآفرینی، ویژگی اخلاقی فردی و ویژگی‌های اخلاقی کارآفرینی و ویژگی‌های اخلاقی فردی |
| (فرسه و جیلنیک، ۲۰۱۴) ^۱ | توانایی عمل به عنوان سرمایه‌گذاران، مخترع، حسابدار، بازرس، رهبر، تکنسین، متخصص بازاریابی و خوشبینی | |
| (هاینز، ۲۰۰۴) ^۲ | صداقت، باهوش، ماهر و دارای تحصیلات کافی، با انرژی، شجاعت، اشتیاق، تمایل به کسب درآمد، خلاق، با تدبیر، سرسخت و توانایی رهبری | |
| (اوگالده بندا و همکاران، ۲۰۱۴) ^۳ | عهد به کیفیت، سخت کوش، توانایی سازگاری با تغییرات، تجربه و انگیزه کسب و کار | |
| (فردریک و همکاران، ۲۰۱۰) ^۴ | نیاز به موفقیت، خود کنترلی، تمایل به ریسک‌پذیری، رضایت شغلی، تجربه کاری سن و تحصیلات مناسب | |
| (آلواز هرناندز و پریز، ۲۰۱۹) ^۵ | عزت نفس، اعتماد به نفس، سازگاری، خوش بینی، گرایش به سمت کارآفرینی، ابتکار، همدلی و توانایی رهبری | |
| (نورحسن و همکاران، ۲۰۱۸) ^۶ | اعتماد به نفس، وظیفه‌گرایی، ریسک‌پذیری، توانایی، ابتکار، ذهنیت آینده نگرانه | |
| (سارال، ۲۰۱۸) ^۷ | نوآوری، نیاز به موفقیت، تمایل به خطر، تحمل ابهام، خود کنترلی، استقلال فردی و اعتماد بنفس | |
| (کوزوبیکووا و همکاران، ۲۰۱۷) ^۸ | ریسک‌پذیری، قاطعیت، خوش بینی | |
| (وینیکین و همکاران، ۲۰۱۶) ^۹ | رهبری، مسئولیت‌پذیری و اشتیاق و انرژی | |
| (هی و همکاران، ۲۰۱۷) ^{۱۰} | اعتماد به نفس، تمایل به ریسک‌پذیری، تفکر خلاق، بینش کارآفرینی، صداقت، رهبری، مهارت حل مسئله: انعطاف‌پذیری و عمل‌گرایی، هوش هیجانی، انعطاف‌پذیری، دانش تجارت و گرایش یادگیری، پیگیری فرصت و توانایی ایجاد انگیزه | |
| (بیگی و نوروزی، ۲۰۱۶) | دانش مالی و اقتصادی، اعتقاد به کار عملی، دانش مدیریتی، ارزش‌های ملی، توفیق طلبی و نوآوری و خالقیت | |
| (محسنی و شفیع‌زاده، ۲۰۱۲) | ریسک‌پذیری، سلامت فکر و چالش طلبی، کانون کنترل، توفیق طلبی، عمل‌گرایی و رویاپردازی، تحمل ابهام و روحیه کارآفرینی | |

¹ Frese & Gielnik² Hines³ Ugalde-Binda⁴ Frederick⁵ Avilés Hernández & Pérez Pérez⁶ Nurhasan⁷ Saral⁸ Kozubíková⁹ Viinikainen¹⁰ He

از جمله محدودیت‌های پژوهش تعمیم پذیری پایین تحقیقات کیفی است. به پژوهشگران بعدی نیز پیشنهاد می‌شود مؤلفه‌های شناسایی شده را به صورت کمی و روش‌های آماری در یک جامعه کارآفرین، وضعیت کارآفرینی آنها را از حیث الگوی قرآنی مورد پایش قرار دهند. همچنین پیشنهاد می‌شود مؤلفه‌های شناسایی شده با استفاده از مصاحبه با خبرگان حوزه دینی و کارآفرینی با روش دلفی وزن دهی و رتبه‌بندی شوند.

References

- Abbaszadeh, M. (2012). Validity and reliability in qualitative researches. *Journal of Applied Sociology*, 23(1), 19-34. https://jas.ui.ac.ir/article_18250.html?lang=en
- Abedi Jafari, H., Taslimi, M. S., Faghihi, A., & Sheikhzadeh, M. (2011). Thematic analysis and thematic networks: a simple and efficient method for exploring patterns embedded in qualitative data municipalities). *Strategic Management Thought*, 5(2), 151-198. <https://www.sid.ir/paper/129816/en>
- Ahmedpour Dariani, M., & Moghimi, M. (2006). *The basics of entrepreneurship*. Farandish Publications.
- Akhavan, Z., & Khalaji, F. (2018). A comparative study of the topics of work and employment with the teachings of the Qur'an and hadith. *Comparative Studies of Quran*, 3(5), 61-87. http://www.olomquran.ir/article_102540.html?lang=en
- Ali, A., Kelley, D. J., & Levie, J. (2020). Market-driven entrepreneurship and institutions. *Journal of Business Research*, 113, 117-128. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.010>
- Ali Ahmadi, H. (2016, February 29). *The effect of religion on entrepreneurship in Iran (a field investigation of the analysis and application of the standards of Islamic grammar sciences in the field of entrepreneurship)*. The 4th international conference on accounting and management and the first conference on entrepreneurship and open innovation, Tehran, Iran, <https://civilica.com/doc/476384>
- Amini, M., Naderi, N., & Rezaei, B. (2020). Character Qualities of Entrepreneurs in Holy Quran, Case of Study: Moral Feature of Risk-taking [theoretic]. *PAZHUHESH NAME-E AKHLAQ*, 13(50), 145-166. <http://akhlagh.maaref.ac.ir/article-1-1693-en.html>
- Amiri, M., & Amiri, Z. (2014). Principles and Components of Work and Job Creating in the Holy Qur'an. *MISHKAT*, 33(3), 42-60. http://mishkat.islamic-ir/article_99736.html?lang=en
- Arshed, N., Rauf, R., & Bukhari, S. (2021). Empirical Contribution of Human Capital in Entrepreneurship. *Global Business Review*, 0972150920976702. <https://doi.org/10.1177/0972150920976702>
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405. <https://doi.org/10.1177/146879410100100307>
- Avilés Hernández, M., & Pérez Pérez, C. (2019). Psychological characteristics analysis that define a disabled entrepreneur. *Suma de Negocios*, 10(SPE22), 9-18. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N22.A2>
- Badiani, A. A., & Talebi, K. (2009). Entrepreneurship from the perspective of Islam, the Quran and the Imams. . *Institute of Labor and Social Security*, Retrieved on the site of the Entrepreneurship Center of Iran University of Science and Technology.
- Bagheri, K. (2016). *A second look at Islamic education*. Burhan School Cultural Institute.
- Beygi, R., & Noroosi, M. (2016). Identifying personality traits of jihadi entrepreneurs: A case study of a real indigenous experience. *Basij Strategic Studies*, 19(71), 57-80. http://www.bsriq.ir/article_80436.html?lang=en

- Bonney, L., Davis-Sramek, B., & Cadotte, E. R. (2016). "Thinking" about business markets: A cognitive assessment of market awareness. *Journal of Business Research*, 69(8), 2641-2648. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.153>
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134. <https://doi.org/10.1108/APJIE-05-2018-0028>
- Dehghanizadeh, M. (2012, November 13). *Business and entrepreneurship from the perspective of Quran and Islam*. National conference on entrepreneurship and management of knowledge-based businesses, Babolsar, Mazandaran, Iran, <https://civilica.com/doc/174941>
- Dhahri, S., & Omri, A. (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development*, 106, 64-77. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.01.008>
- Dima, A. (2021). The Importance of Innovation in Entrepreneurship for Economic Growth and Development. A Bibliometric Analysis. *Revista de Management Comparat Internațional*, 22(1), 120-131. <https://ideas.repec.org/a/rom/rmcimn/v22y2021i1p120-131.html>
- Faraskhah, M. (2015). *Qualitative research methodology in social sciences with emphasis on basic theory (Grounded Theory, GMT)*. Agah Publications, Tehran, Iran.
- Frederick, H. H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. (2010). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning Australia. <https://books.google.com.sg/books?id=dUvBmgEACAAJ>
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*(1), 413-438. <https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326#article-denial>
- Grant, K., Aziz, O., & Arshed, N. (2019, 29-30 April). *The Impact of Entrepreneurial Activity on Poverty Alleviation*. 39th International Scientific Conference on Economic and Social Development – "Sustainability from an Economic and Social Perspective", Lisbon, Portugal, https://www.esd-conference.com/upload/book_of_proceedings/Book_of_Proceedings_esdLisbon2019_Online.pdf
- He, J., Nazari, M., Zhang, Y., & Cai, N. (2020). Opportunity-based entrepreneurship and environmental quality of sustainable development: A resource and institutional perspective. *Journal of Cleaner Production*, 256, 120390. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120390>
- He, L., Standen, P., & Coetzer, A. (2017). The perceived personal characteristics of entrepreneurial leaders. *Small Enterprise Research*, 24(2), 97-119. <https://doi.org/10.1080/13215906.2017.1334225>
- Hezar Jaribi, J. (2010). Entrepreneurship and Islamic Ethic. *Social Sciences*, 16(47), 1-35. https://qjss.atu.ac.ir/article_5433.html?lang=en
- Hines, J. L. (2004). Characteristics of an entrepreneur. *Surgical Neurology*, 61(4), 407-408. <https://doi.org/10.1016/j.surneu.2003.05.004>
- Hosseinpour, A. (2016, December 16). *Entrepreneurship from the perspective of Islam and Quran*. The second comprehensive and international conference on resistance economy, Babolsar, Mazandaran, Iran, <https://civilica.com/doc/571692>
- Izadi, B., & Rezaei-Moghaddam, K. (2018). Entrepreneurship in Quran and Hadiths and the University Role in Fostering Entrepreneurs with Islamic Spirit. *Socio-Cultural Strategy*, 6(4), 265-291. http://rahbordfarhangi.csr.ir/article_123354.html?lang=en

- Jafari, M. T. (2018). *Movement and Transformation from the Perspective of the Qur'an, Man on the Horizon of the Qur'an* (5th ed.). Allameh Mohammad Taqi Jafari Publications. <http://www.ostad-jafari.com/en/store/view/103>
- Khan Mohammadi, H., Vaezi, R., & Delshad Tehrani, M. (2013). The model of citizen participation in public administration based on the teachings of Nahj al-Balagha. *Quarterly Journal of Management of Government Organizations*, 2(3), 25-48. https://journals.pnu.ac.ir/article_1316.html
- Khanifar, H. (2007). *Entrepreneurship in the value system*. Ekram Publications, Tehran, Iran.
- Khodayaryfard, M., Ahmadpour Dariani, M., Hodhodi, B., & Momeni, L. (2013). The Relationship between Religiosity and Iranian Entrepreneur's Achievements. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(4), 7-25. <https://doi.org/10.22059/jed.2013.36233>
- Khozin, A. (2009, November 3). *Innovation and entrepreneurship from the perspective of Islam*. The second national conference of creativity, TRIZ, engineering and innovation management of Iran, Tehran, Iran, <https://civilica.com/doc/72501>
- Kozubíková, L., Dvorský, J., Cepel, M., & Balcerzak, A. P. (2017). Important characteristics of an entrepreneur in relation to risk taking: Czech Republic case study. *Journal of International Studies*, 10(3), 220-233. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-3/16>
- Mahmud, T. B., & Hoque, S. (2015). Entrepreneurship: A Culture Embedded in The Religion of Islam. *European Journal of Business and Management*, 7(16), 12-26. http://www.crimbbd.org/wp-content/uploads/2019/01/02.-JIMB_Taskina.pdf
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurs, Networks, and Economic Development: A Review of Recent Research. In J. A. Katz & A. C. Corbett (Eds.), *Reflections and Extensions on Key Papers of the First Twenty-Five Years of Advances* (Vol. 20, pp. 71-116). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1074-754020180000020010>
- Miraghaie, A. A., & Mirzaie, M. (2013). Survey on entrepreneurial personality traits of engineering students of Isfahan. *Iranian Journal of Engineering Education*, 14(56), 133-147. <https://doi.org/10.22047/ijee.2013.3014>
- Mohseni, H., & Shafizadeh, H. (2012). Investigating the entrepreneurial personality traits of students in public Universities in Tehran. *Socio-Cultural Strategy*, 1(3), 133-165. http://rahbordfarhangi.csr.ir/article_123211.html
- Momeni Rad, A., Aliabadi, K., Farddanesh, H., & Mazini, N. (2013). Qualitative content analysis in research tradition: nature, stages and validity of the results. *Quarterly of Educational Measurement*, 4(14), 187-222. https://jem.atu.ac.ir/article_92.html?lang=en
- Montazeri, G., Moslamipour, M., & Saidi, O. (2015, September 30). *Entrepreneurship: a hidden culture in Islam*. The first national sustainable entrepreneurship conference, Aliabad-e Katul, Golestan, Iran, <https://civilica.com/doc/746834>
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
- Nasrullah, S., Khan, M. S., & Khan, I. (2016). The Entrepreneurship Education and Academic Performance. *Journal of Education and Practice*, 7(1), 1-4. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1089769.pdf>
- Nurhasan, R., Ramdani, R. M., Ramdhani, A., & Akbar, G. G. (2018). *Factors Affecting Entrepreneur Characteristics: A Study Of Small Medium Enterprise In Garut* Proceeding of International Seminar & Conference on Learning Organization, <https://repository.uniga.ac.id/file/dosen/2060398588.pdf>

- Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100367. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100367>
- Samad Aghaei, J. (1998). From entrepreneurship to life creation. *Work and Society*, 27. <https://www.sid.ir/paper/448401/>
- Saral, H. C. (2018). *The relationship between entrepreneurial characteristics and entrepreneurial intention*. [MSc Thesis, Institute of Social Sciences]. https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/713049/yokAcikBilim_10196319.pdf?sequence=-1&iAllowed=y
- Shariatmadari, A. (2015). *Principles and philosophy of education*. Amirkabir Publications, Tehran, Iran.
- Sobhani, H., Ehghaghi, M., & Naderi, I. (2013). Entrepreneurship from the Perspective of Monotheistic Religions with Emphasis on the Islamic Economic System. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(4), 7-25. <https://doi.org/10.22059/jed.2013.36234>
- Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809-832. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Tabatabai, A., Hosni, P., Mortazavi, H., & Tabatabai Chehr, M. (2013). Strategies for promoting scientific rigor in qualitative research. *Journal of North Khorasan University of Medical Sciences*, 5(3). <https://www.magiran.com/paper/1211225>
- Teixeira, S. J., Casteleiro, C. M. L., Rodrigues, R. G., & Guerra, M. D. (2018). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 22-42. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0062>
- Trifu, A., Dima, A., & Potcovaru, M. (2015). The Impact of Regulations upon the Startup of New Businesses. *Economia : Seria Management*, 18, 49-59.
- Ugalde-Binda, N., Balbastre-Benavent, F., Canet-Giner, M., & Escribá Carda, N. (2014). The Role of Intellectual Capital and Entrepreneurial Characteristics as Innovation Drivers. *Innovar*, 24(53), 41-60. <https://doi.org/10.15446/innovar.v24n53.43793>
- Ullah, M. M., Mahmud, T. B., & Yousuf, F. (2013). Women entrepreneurship: Islamic perspective. *European Journal of Business and Management*, 5(11), 44-52. <https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/5423>
- Viinikainen, J., Heineck, G., Böckerman, P., Hintsanen, M., Raitakari, O., & Pehkonen, J. (2016). *Born Entrepreneur? Adolescents' Personality Characteristics and Self-employment in Adulthood*. Bamberg Economic Research Group, Bamberg University. <https://books.google.com.sg/books?id=TUTOjwEACAAJ>
- Walipah, W., & Naim, N. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 12(3), 138-144. <https://doi.org/10.21067/jem.v12i3.1461>
- Yun, J. J., Won, D., & Park, K. (2018). Entrepreneurial cyclical dynamics of open innovation. *Journal of Evolutionary Economics*, 28(5), 1151-1174. <https://doi.org/10.1007/s00191-018-0596-y>