

تبیین مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه

مهدی جعفرزاده^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۰

چکیده

در حالی که بسیاری از پژوهشگران غیرمسلمان تلاش می‌کنند ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را با مراجعه به واژگان موجود در کتب مقدس خود تبیین نمایند، عنایت به واژه قرآنی توکل از منظر معناشناختی برای تبیین مولفه‌های توکل کارآفرینانه از جمله مباحثی است که کمتر توسط پژوهشگران مسلمان بدان توجه شده است. توکل کارآفرینانه یکی از زمینه‌های پژوهشی بسیار ضروری در حوزه کسب و کار است که شناسایی ابعاد گوناگون آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بر این اساس، این پژوهش درصدد است با التفات به واژه توکل و استناد به معانی آیات قرآن پیرامون آن، ویژگی‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه را تبیین نماید. روش انجام این پژوهش، معناشناسی و جامعه مورد مطالعه، کل قرآن کریم و تفاسیر درباره آیات توکل است. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، واژه توکل با حفظ معنای لغوی و اصطلاحی، توانایی برقراری ارتباط معنایی با چهار مولفه روان‌شناختی کارآفرینانه یعنی «تحمل ابهام کارآفرینانه»، «توفیق‌طلبی کارآفرینانه»، «اخلاقیت و نوآوری کارآفرینانه» و «ریسک‌پذیری کارآفرینانه» دارد. نوآوری این پژوهش را می‌توان تلاش برای گفتمان بومی‌سازی و اسلامی‌سازی دانش حوزه کارآفرینی در زمینه تبیین ارزش‌های اسلامی و ترویج هنجارهای دینی در کسب و کار تلقی نمود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، مولفه‌های روان‌شناختی، توکل کارآفرینانه، معناشناسی، قرآن کریم.

طبقه‌بندی JEL: L26، Z12

۱. دانش‌آموخته دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول):

(jafarzadeh.mahdi@ut.ac.ir)

مقدمه

در تحقیقات حوزه کارآفرینی سه رویکرد ریشه‌ای در قالب رویکردهای روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و اقتصادی وجود دارند. شواهد نشان داده است هم عوامل روان‌شناختی و هم عوامل جامعه‌شناختی در موفقیت کارآفرینان تاثیر دارند. گرچه در تحقیق‌های پرشمار حوزه کارآفرینی، ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان که در واقع همان «روحیه کارآفرینی» هستند، ارائه شده‌اند، اما می‌توان عمده‌ترین آنها را در شش ویژگی اصلی خلاصه کرد که عبارتند از: استقلال‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری، مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی و عزم و اراده. ویژگی‌های جامعه‌شناختی کارآفرینان را نیز می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد: ویژگی‌های تجربی، شامل: نارضایتی از شغل پیشین، تجربه کاری و الگوی نقش و ویژگی‌های مرتبط با پیشینه زندگی فرد، یعنی: شرایط کودکی، تحصیلات، سن و قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی مناسب (جهانگیری و همکاران، ۱۳۹۴). رویکرد اقتصادی در حوزه کارآفرینی بر این پایه استوار است که کارآفرینان برای ایجاد و استقرار یک کسب و کار، از طریق نوآوری تغییراتی را در نظام اقتصادی به وجود می‌آورند که در نهایت منجر به خلق ارزش، سودآوری و رشد در جامعه می‌شود (الوانی و همکاران، ۱۳۹۰). دورنمای اصلی رویکرد ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان بر اساس تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان با غیرکارآفرینان است، با فرض این که کارآفرینان دارای ویژگی‌هایی هستند که زیربنای رفتار و موفقیت آنان را شکل می‌دهد. محققان فهرست طولانی از ویژگی‌هایی همچون نیاز به توفیق‌طلبی و یا تمایل به ریسک‌پذیری، دارا بودن مرکز کنترل درونی، استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، عزم و اراده، پشتکار و اتکاء به نفس را در فرضیات خود گنجانده‌اند. کلیه تحقیقات و مطالعاتی که به شناسایی ویژگی‌ها، تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان و یافتن تفاوت‌های بین مدیر و کارآفرین مربوط می‌شود در این رویکرد جای می‌گیرد. از جمله معروف‌ترین محققانی که این ویژگی‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند، عبارتند از: جان استیوارت میل، ژوزف شومپیتر، دیوید مک کله لند و جفری تیمونز (احمدپور داریانی و مطلبی، ۱۳۹۰).

تاکنون مطالعات زیادی در خصوص کارآفرینی، کارآفرینان، عوامل موفقیت و شکست آنان و سایر بحث‌های مرتبط با آن انجام گرفته است، اما مطالعه تطبیقی بین ادبیات غربی و اسلامی که مربوط به دانش کارآفرینی باشد کمتر به چشم می‌خورد و یا در صورت وجود، بحث‌هایی پراکنده و غیرمرتبط با این رشته هستند و این مقایسه به صورت صحیح، منطقی و علمی انجام نشده است. در واقع هر حوزه‌ی از علوم با هر مشخصات و ویژگی‌هایی که دارد به شرطی قابل استفاده و مفید واقع خواهد بود که بومی شده و با شرایط و ویژگی‌های آن کشور سازگار باشد و یا حداقل شرایط و بسترهای لازم را داشته باشد. در خصوص کارآفرینی نیز وضع به همین منوال است. در کاربردی و مفید بودن حوزه کارآفرینی شکی وجود ندارد و تقریباً تمامی اقتصاددانان و صاحب‌نظران این رشته بر ضرورت آن صحنه گذاشته‌اند. نگاهی جامع به پژوهش‌های کارآفرینی حاکی از آن است که خاستگاه این حوزه علمی، تماماً غربی بوده و مبانی فکری و فلسفی غرب در آن رواج یافته است، از این رو نظریه‌ها و مفاهیم قابل توجه و قابل قبولی را در این حوزه نمی‌توان یافت که بومی باشند. استفاده از مفاهیم این حوزه بدون مطالعه دقیق و فهم درست مطالب آنها ممکن است به جای کمک به رشد و ارتقاء کارآفرینی و از همه مهمتر کمک به رشد و توسعه اقتصادی،

نتیجه برعکس به دنبال داشته باشد و این همان مسئله‌ای است که هم اکنون شاهد آن هستیم (مهارتی و رستمی، ۱۳۹۲).

واژه توکل از مفاهیم پرباری است که در نظام تربیتی قرآن کریم به عنوان یک هدف تربیتی و صفت معنوی به چشم می‌خورد تا انسان‌های حقیقت‌جو را به سوی کمال دعوت کند (خدایار و قائمی، ۱۳۹۱). فردی که به خدا توکل دارد، همه حوادث و رخدادها را به خداوند اسناد می‌دهد چون به این باور رسیده است که هیچ اتفاقی در جهان نمی‌افتد مگر به علم و خواست خدا. فرد متوکل آنچه را در اختیار دارد از خدا می‌داند و معتقد است روزی او تضمین شده است. در بینش توکل مدارانه این حقیقت نهفته است که انسان سود و زیان را از سوی خدا می‌داند (سبحانی‌نیا، ۱۳۹۰). در حقیقت همه پدیده‌های جهان به ذات اقدس الهی وابسته‌اند و هیچ پدیده‌ای، هستی مستقل ندارد. پس آدمی نباید تنها به دارایی، دانایی و توانایی خویش متکی باشد؛ افراد توانمند، دانشمند و پرتلاش که در چشم بر هم‌زدنی درمانده و بیچاره شده و راه به جایی نبرده‌اند. دانایی، دارایی، تلاش و همت عالی شرط لازم زندگی سعادت‌مندانه هست ولی شرط کافی نیست و در کنار آن باید بر ولی نعمت و پروردگار عالم نیز توکل کرد. نکته بسیار مهم و امیدوار کننده در توکل بر خدا این است که پذیرش و قبول وکالت از سوی خدا حتمی است چرا که او خود تضمین داده است. افراد کوتاه‌بین در نیازمندی‌های کوچک و ساده نیاز به توکل را احساس نمی‌کنند ولی واقعیت این است که در همه کارها و نیازهای مادی و معنوی توکل بر خدا ضروری است (الهامی‌نیا، ۱۳۹۰).

بدون شک با توجه به جامعیت مفهوم واژه توکل در مکتب غنی اسلام و به ویژه آیات متعدد قرآن کریم، قطعاً مطالب قابل تامل و مفیدی درباره این واژه وجود دارد که بتوان با استناد به معانی آنها، مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه را بر اساس معانی مستخرج از آیات قرآن تبیین نمود. این مقاله شروعی برای تحقق چنین آرمانی متعالی است. توکل یکی از واژه‌های زیبای قرآنی است که به وفور در ادبیات محاوره‌ای مسلمانان و به ویژه در حوزه تجارت اسلامی به کار گرفته می‌شود، ولیکن شناخت محدودی از معنای واقعی و مفهوم کاربردی آن با توجه به تفاسیر آیات قرآن در حوزه کارآفرینی وجود دارد. در واقع به زعم بسیاری از مفسران قرآن، مفهوم توکل در قرآن مفهومی پویا و زنده است که به‌کارگیری آن در شئون مختلف زندگی به ویژه در حوزه کسب و کار بسیار مورد تاکید قرار گرفته است. همچنین بسیاری از صاحب‌نظران دانشگاهی و حوزه تجارت معتقدند اساسی‌ترین سرمایه معنوی کارآفرینان مسلمان در کسب و کارشان، توکل به خداوند متعال است. پرداختن به کارآفرینان و اینکه آنان چگونه موفق خواهند بود باید چند بُعدی بوده و همه جانبه باشد که به نظر می‌رسد این مهم از طریق تبیین توکل کارآفرینانه میسر خواهد شد. در مقاله حاضر تلاش گردیده است مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه با بهره‌گیری از روش معناشناسی آیات قرآن کریم تبیین شود.

مروری بر مبانی نظری

مفهوم کارآفرینی: کارآفرینی در اوایل دهه هشتاد میلادی به صورت بالقوه به عنوان یک حوزه جستارگری دانشگاهی مطرح شد و در پایان آن دهه، پیشرفت‌های شگفت‌انگیزی در کالبد دانش تجربی آن رخ داد و در حال حاضر کارآفرینی مدعی یک حوزه جستارگری دانشگاهی مشروع و مقبول با گرایش‌های مطالعاتی و کاربردی متعدد است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۰). طبقه‌بندی‌ها و نتایج تحقیقات پیشین، کارآفرین را به عنوان کنشگر یا فعال اقتصادی، سرمایه‌دار، مدیر، مالک، آریبیتراژ، مبتکر و تحمل‌کننده عدم

اطمینان معرفی نموده است (عادل‌رستخیز، ۱۳۹۶). کارآفرین فردی است که تعهد می‌کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را که توأم با ریسک است، بپذیرد (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۹۹). بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط موریس در سال ۱۹۹۸ میلادی، در طول پنج سال ۷۷ تعریف متفاوت از کارآفرینی در نشریات و منابع علمی منتشر شده است. تفاوت در تعریف کارآفرینی منحصر در ادبیات معاصر نیست و در طول زمان نیز معانی و تعاریف متفاوتی از کارآفرینی ارائه شده است. همچنین اندیشمندان علوم مختلف از منظرهای متفاوتی در ارتباط با کارآفرینی به بحث و بررسی در این زمینه پرداخته‌اند. در این میان، دیدگاه‌های روان‌شناسی و اقتصادی از اهمیت و کثرت بیشتری برخوردارند. به عنوان مثال، کارآفرین در تاریخ علم اقتصاد چهره‌های متفاوتی داشته است و اندیشمندان نقش‌های محوری مختلفی را برای آن در نظر گرفته‌اند. این تعابیر متفاوت را می‌توان در شش دسته زیر طبقه‌بندی نمود (فرمد، ۱۳۹۱):

(۱) کارآفرین فردی است که ریسک موجود در عدم قطعیت را در نظر می‌گیرد.

(۲) کارآفرین فردی است که سرمایه مالی را تامین می‌کند.

(۳) کارآفرین نوآور و سازنده فرصت است.

(۴) کارآفرین تصمیم گیرنده است.

(۵) کارآفرین سازمان دهنده و هماهنگ کننده منابع محدود است.

(۶) کارآفرین جستجوگر هوشیار فرصت‌هاست.

در تحقیقات حوزه کارآفرینی، کارآفرین بودن به معنای درهم آمیختن ویژگی‌های فردی، امکانات مالی و منابع موجود در کسب و کار است. محققان علوم انسانی معتقدند بسیاری از ویژگی‌های شخصی را می‌توان پرورش داد و به کمک آن در کسب و کار به موفقیت دست یافت. اغلب مطالعات مربوط به کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را با مفاهیمی مانند مرکز کنترل درونی، استقلال طلبی، نیاز به کامیابی، ریسک‌پذیری، آینده‌نگری، خلاقیت و نوآوری، خوش‌بینی، تحمل ابهام، تحمل شکست و توانایی ساخت گروه‌های کاری تعریف می‌کنند (هزارجریبی، ۱۳۸۷). با مرور نظرات اندیشمندان می‌توان اذعان داشت تعاریف متعددی تاکنون برای مفاهیم کارآفرینی و کارآفرین ارائه گردیده است. جدول ۱ تعاریف مختلف کارآفرینی و کارآفرین از دیدگاه صاحب‌نظران را نشان می‌دهد (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۹۹).

جدول (۱). تعاریف مختلف کارآفرینی و کارآفرین از دیدگاه صاحب‌نظران

ردیف	صاحب‌نظران کارآفرینی	تعریف کارآفرینی و کارآفرین
۱	ژان باتیست سی	کارآفرین فردی است که منابع اقتصادی را از حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود پایین‌تر است، به حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود بالاتر است، منتقل می‌کند.
۲	ژوزف شومپتر	کارآفرین فردی است که ترکیبات جدیدی را تولید و ایجاد می‌کند و کارآفرینی عبارت است از عرضه کالایی جدید، روشی جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در کسب و کار.
۳	کرزنز	کارآفرینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده تاکید دارد.

ردیف	صاحب‌نظران کارآفرینی	تعریف کارآفرینی و کارآفرین
۴	پیتر دراگر	کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت است.
۵	وسپر	کارآفرینان افرادی‌اند که رقابت را افزایش می‌دهند، به دنبال فرصت‌های مناسبی‌اند تا در محیط بازار، نیازهای برآورده نشده را برآورده کنند و عقاید جدید را خلق و اجرا کنند.
۶	تیمونز	کارآفرینی، خلق چیزی ارزشمند از هیچ است.
۷	استیونسون	کارآفرینی عبارت است از پیگیری فرصت‌ها بدون توجه منابعی که در کنترل‌اند.
۸	پارستون	کارآفرینی رفتاری مدیریتی است که فراتر از ظرفیت‌های افراد به طور دائم از فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج بهره‌برداری می‌کند.
۹	تامپسون	کارآفرینی موقعیتیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست.
۱۰	استونر	کارآفرین کسی است که کسب و کار مخاطره‌آمیز جدید و سازمان جدیدی را بنیانگذاری می‌کند.
۱۱	احمدپور و مقیمی	کارآفرین فردی است که دارای ایده و فکر جدید می‌باشد و با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد یک کسب و کار (کسب و کار الکترونیکی یا اینترنتی، کسب و کار خانگی، کسب و کار خانوادگی، کسب و کار کوچک و متوسط) که توأم با مخاطره‌های و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و فرصت جدید به بازار عرضه می‌کند.

مفهوم توکل: واژه‌ای اسلامی است که به معنای ایمان و باور به خداوند است. هر کارآفرین مسلمان در حد دانش خود تمام تلاشش را به کار می‌گیرد و از فرصت‌ها بهره‌برداری می‌کند و باور دارد این خداوند است که می‌تواند او را در کسب و کارش موفق کند (یاسین و همکاران^۱، ۲۰۲۲). توکل، سلاح اصلی مومنان برای رسیدن به مقصودشان در تمام عرصه‌های زندگی است و معنای واقعی آن ایمان و اتکای کامل بر خداوند است. توکل به معنای نشستن بدون دغدغه برای رفع نیازهای خود نیست، بلکه تلاش به اندازه توان و ایمان داشتن به نتیجه کار است که در دستان خداوند متعال قرار دارد (محی‌الدین و حنیف^۲، ۲۰۲۲). توکل یعنی ایمان کامل و اعتماد به خداوند متعال. انسان متوکل هر اقدام، برنامه، سیاست و راهبرد خود را برای رسیدن به اهداف خود در چارچوب ارزش‌های اسلامی انجام می‌دهد. در ضرورت داشتن توکل می‌توان اذعان داشت توکل امری اختیاری نیست، بلکه لازمه کسب موفقیت در سراسر زندگی است (اختر و نواز^۳، ۲۰۲۱). درک واقعی توکل، یاری خداوند را برای انسان به همراه خواهد داشت. بر اساس این سنت الهی، خداوند تمام حوائج دنیوی و اخروی انسان متوکل را برآورده ساخته و همه امور او را آسان می‌کند (حسنه^۴، ۲۰۲۲). مسلمان کارآفرین برای موفقیت در کسب و کار خویش همیشه بر خداوند متعال تکیه می‌کند. ایمان به خدا (توکل) به این معنی است که کارآفرین مسلمان برای کسب موفقیت، ایمان قوی به خداوند دارد. اما اسلام توکل بر خدا را بدون تلاش آگاهانه منع کرده است. علاوه بر این، یک مسلمان کارآفرین باید مایل به پذیرش ریسک‌های حساب شده (منطقی) داشته باشد (هریزان و مصطفی^۵، ۲۰۲۰).

توکل، اصطلاحی دینی، اخلاقی و عرفانی است. در فرهنگ دهخدا توکل به معنای اعتماد کردن، تکیه کردن، اعتماد نمودن بر کسی و اعتراف کردن بر عجز خود آمده است. مصدر توکل در قرآن نیامده،

1. Yaseen et al

2. Harizan & Mustafa

3. Akhtar & Nawaz

4. Hasanah

5. Harizan & Mustafa

اما مشتقات و واژه‌های هم‌ریشه با آن هفتاد بار، مرتبط با مضامین گوناگون به کار رفته است (موسوی‌سیرجانی، ۱۳۹۱). تعداد آیات شریفه‌ای که کلمه توکل در صیغه‌های مختلف در آنها به کار رفته است ۳۸۳ آیه می‌باشد (آریان، ۱۳۹۱). توکل در اصطلاح اهل حقیقت، به آنچه نزد خداست تکیه کردن و از آنچه دست مردم است مایوس شدن (آل‌رسول، ۱۳۸۶). توکل در اصطلاح، یعنی تفویض امور در کلیه شؤون زندگی به خدا. همچنین اعتماد و اتکاء بر خداوند و واگذاری امور به خداوند (جعفری، ۱۳۸۸).

استاد شهید مرتضی مطهری معتقد است توکل معنایش قبول واگذاری است یعنی متعهدشدن و قبول کردن. ایشان آموزه‌های قرآنی در خصوص توکل را این‌گونه تبیین نموده‌اند (مطهری، ۱۳۸۹):
 "توکل به معنی قبول واگذاری است یعنی متعهدشدن و قبول کردن. ما موکل هستیم و متوکل خداست چون متوکل یعنی کسی که کار را به عهده می‌گیرد و خداست که بناست کار ما را به عهده بگیرد. باید بگوییم توکل به خدا نه توکل بر خدا. توکل یعنی اینکه انسان در کارهای خودش فقط امر خدا را در نظر بگیرد، طاعت خدا را در نظر بگیرد، وظیفه را در نظر بگیرد و در سرنوشت خودش اعتماد به خدا کند. در توکل دو تعهد میان بنده و خدا وجود دارد به این معنی که انسان عهده‌دار وظیفه و طاعت خودش است و خدا هم متعهد سرنوشت خوب انسان".

با جمع‌بندی تعاریف فوق می‌توان اذعان نمود در قلب واژه توکل دو مفهوم عمیق نهفته شده است: از طرف بنده قبول کردن وظایف الهی که به او واگذار شده است و از طرف خدا قبول کردن سرنوشت خوب که بنده به او واگذار کرده است.

پیشینه پژوهش

برای مطالعه پیشینه داخلی، پژوهش‌های بسیاری مرور گردید که در ادامه سعی شده است نتایج مرتبط‌ترین پژوهش‌ها با پژوهش حاضر تشریح شوند: پژوهش امینی و همکاران (۱۴۰۰) که با روش معناشناسی و با استناد به معانی حاصل از تفاسیر آیات قرآنی پیرامون ویژگی توفیق‌طلبی کارآفرینان مسلمان انجام شده است، مبین این پیام مهم است که کارآفرینان برای نیل به کامیابی‌های بیشتر نیازمند واگذاری امور خویش به سوی پروردگار و اتکال به قدرت لایزال الهی هستند و این امر چیزی نیست جز همان توکل به خداوند متعال، لذا توفیق‌طلبی باید با توکل الهی همراه باشد تا یک کارآفرین نتایج و دستاوردهای بهتری کسب نماید. پژوهش امینی و همکاران (۱۳۹۹) که با روش معناشناسی و با استناد به معانی حاصل از تفاسیر آیات قرآنی پیرامون ویژگی ریسک‌پذیری کارآفرینان مسلمان انجام شده است، حاوی این نکته ضروری است که واژه قرآنی توکل، توانایی پوشش معنایی کامل‌تری از ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان نسبت به ویژگی ریسک‌پذیری دارد که در ادبیات غربی بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرد. پژوهش محمدرضاییکی و نوروزی (۱۳۹۵) با استفاده از روش تحلیل مضمون و براساس مطالعه یک نمونه واقعی، شش ویژگی شخصیتی کارآفرینان جهادی را این‌گونه تعیین نموده است: دانش مالی و اقتصادی، توفیق‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، ارزش‌های ملی، دانش مدیریتی، اعتقاد به کار عملی. یافته‌های پژوهش امیری و امیری (۱۳۹۳) که با روش تحلیل اسنادی پیرامون آیات قرآن و روایات انجام شده است، نشان می‌دهد مهم‌ترین ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان مسلمان عبارتند از: خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری منطقی در عین توکل به خدا، توفیق‌طلبی و عمل صالح و پشتکار. نتایج پژوهش مهارتی و رستمی (۱۳۹۲)

بیانگر این مطلب کلیدی است که توکل به ذات اقدس حضرت باری تعالی در کنار سایر ویژگی‌های فردی موجب خواهد شد یک شخص کارآفرین با مسلح شدن به این سنت الهی قادر به برداشتن موانع بزرگتری در کسب و کار خود شود.

برای مطالعه پیشینه خارجی، پژوهش‌های فراوانی بررسی گردید که در ادامه سعی شده است نتایج مرتبط‌ترین پژوهش‌ها با این پژوهش تشریح شوند: پژوهش هوک و همکاران^۱ (۲۰۱۴) نشانگر این پیام مهم است که مهمترین ویژگی شخصیتی یک کارآفرین مسلمان برای به اوج رساندن کسب و کار خود عبارتند از: دانش، ابتکار، ریسک‌پذیری، مشتری‌مداری، تفکر استراتژیک، ترس از خدا، سخت‌کوشی، نوآوری، تعالی‌جویی، صداقت و راستی، اخلاق، خوش‌بینی، صبر، کسب و کار حلال. یافته‌های پژوهش فیضل و همکاران^۲ (۲۰۱۳) خاطر نشان می‌سازد برخی از مهمترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان مسلمان بر اساس تحلیل محتوای آیات قرآن و سنت پیامبر اسلام (ص) عبارتند از: تقوا، کسب و کار حلال، جلوگیری از ضایعات، پرستش خداوند، تمرین ارزش‌های اخلاقی والا و توکل به خداوند متعال.

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش، معناشناسی و جامعه مورد مطالعه، کل قرآن و تفاسیر درباره آیات توکل است. این پژوهش به منظور معناشناسی، درک مفهوم توکل کارآفرینانه و تبیین مولفه‌های روان‌شناختی کارآفرینان با استفاده از واژه قرآنی توکل، با استناد به معانی حاصل از تفاسیر آیات قرآنی انجام شده است. معناشناسی یکی از دانش‌هایی است که در کشف و پرده‌برداری از مفهوم و معنای واژگان قرآن نقش به‌سزایی دارد. در واقع معناشناسی بهترین و کامل‌ترین روش برای بررسی متن به شمار می‌آید. معناشناسی مطالعه و تفسیر معنا و ترکیب کلمه‌ها در عبارت‌ها و جمله‌های خاص است. معناشناسی سنتی صرفاً به معنای تحت‌اللفظی محدود می‌شد، اما امروزه به معنای واژگان در لایه‌های مختلف توجه می‌کند. مجاز، مترادف و ابهام نیز در مقوله معناشناسی قرار می‌گیرند (سجادی و همکاران، ۱۴۰۱). معناشناسی با نگاه تحلیلی و دقیق به متن، روشی سودمند برای دستیابی به معنای حقیقی کلمه است. معناشناسی، یکی از روش‌های نوین در مطالعات قرآنی است که به استخراج معنای نهفته در متن می‌پردازد و کار کشف سازوکارهای معنا را با مطالعه علمی بر عهده دارد (زرسازان و همکاران، ۱۴۰۰). روش معناشناسی برای درک معنای کتب مقدس به ویژه قرآن کاربرد دارد (امینی و همکاران، ۱۴۰۰). اصل اساسی این روش استمداد از متن یا متن‌گرایی برای فهم معنی است، بدین صورت که برای دانستن معنی یک واژه باید از متنی که واژه در آن به کار رفته است، کمک گرفت و ارتباط میان معانی مختلف واژه در متن را دریافت (امینی و همکاران، ۱۳۹۹).

تبیین مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه

همان‌گونه که پیشتر نیز اشاره شد بسیاری از اندیشمندان غربی معتقدند کارآفرینان ویژگی‌های شخصیتی متفاوتی از غیرکارآفرینان دارند که از جمله آنها می‌توان به نیاز به توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، تمایل به ریسک‌پذیری، نیاز به استقلال، خلاقیت و نوآوری و قدرت تحمل ابهام اشاره نمود. از

طرفی بررسی‌ها موید آن است که واژه قرآنی توکل حاوی بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان است. در ادامه مقاله تلاش شده است یافته‌هایی که با استفاده از آنها می‌توان ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان را با واژه توکل تبیین نمود، ارائه گردد. برای این منظور تعریف علمی هر یک از ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان ابتدا بیان شده است و سپس آیاتی که هر یک از ویژگی‌های کارآفرینان را با واژه توکل مرتبط می‌سازد، تبیین گردیده‌اند.

تحمل ابهام کارآفرینانه

تحمل ابهام عبارت است توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی جدید بدون آن که شخص بداند که آیا موفق خواهد شد یا خیر؟. کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند قادرند به طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیر قطعی، سازمان نیافته و غیر شفاف تا حد متوسطی رو به رو شوند و ضمن رفع ابهامات با مهارت و کوشش شخصی آنها را به نفع خود تغییر دهند (حسینی‌فرد و آهنگرپور، ۱۳۸۷). یافته‌های پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد هر چه قدر اجتناب از ابهام و در نتیجه تحمل ابهام زیاد باشد، خلاقیت فردی و اشتیاق به فعالیت‌های کارآفرینانه زیاد خواهد شد. بسیاری از صاحب‌نظران حوزه کسب و کار معتقدند کارآفرینان به مراتب بیش از غیر کارآفرینان قدرت تحمل ابهام دارند (مهارتی و رستمی، ۱۳۹۲).

خداوند حکیم در آیه ۱۵۹ سوره مبارکه آل عمران با بیان عبارت «فاذا عزمتم فتوکل علی الله ان الله یحب المتوکلین» توکل انسان‌ها به سوی خود و انجام آن امر پس از اخذ تصمیم راسخ اشاره کرده است و تاکید نموده است که خداوند متوکلان را دوست دارد. شجاعت و قاطعیت در قبال رویارویی با مسائل و اعتماد به پروردگار متعال زمینه جلب محبت خداوند سبحان را فراهم خواهد ساخت و سختی امور را برای توکل‌کنندگان، سهل خواهد نمود. به عبارتی دیگر، همان اندازه که انسان باید به هنگام مشورت، نرمش و انعطاف به خرج دهد، ضرورت دارد در موقع اتخاذ تصمیم نهایی قاطع باشد و پس از آن برای کسب توفیق در نتیجه کار به ذات حضرت باری تعالی توکل کند و خداوند را به عنوان یاور امور خویشتن برگزیند و نتایج پیشرفت کارها را به او واگذار نماید.

آیه ۸۴ سوره مبارکه یونس با بیان عبارت «فعلیه توکلوا» به این نکته اشاره دارد که هرگاه انسان نهایت تلاش و کوشش خود را به کار بست و نتوانست مشکل را حل کند، وحشتی به خود راه ندهد و با اتکاء به لطف پروردگار و استمداد از ذات پاک و قدرت بی‌پایان او ایستادگی به خرج دهد چرا که خدای تعالی مسببی است فوق همه اسباب که همه علل و اسباب به او منتهی می‌شود و تدبیر همه امور به دست اوست. موضوع مهم این است که به هنگام تصمیم‌گیری نهایی باید دودلی و تردید را کنار گذاشته و به خدا توکل داشته باشیم، یعنی در عین فراهم نمودن اسباب و وسائل عادی، استمداد از قدرت بی‌پایان پروردگار را فراموش نکنیم؛ توکل به خداوند، آرامش و اطمینان و نیروی فوق‌العاده روحی به انسان می‌بخشد که با قاطعیت در مواجهه با مشکلات ایستادگی می‌کند و در قدرت تصمیم‌گیری او اثر عظیمی خواهد داشت. در توکل به دلیل پشتیبانی خداوندی که قدرت علم بی‌پایان دارد و روح و اراده انسان را تقویت می‌کند هیچ‌گاه انسان احساس ضعف و محرومیت نمی‌نماید (خدایار و قائمی، ۱۳۹۱).

توفیق‌طلبی کارآفرینانه

نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی. مردم هر جامعه را از نظر روان‌شناسی می‌توان به دو گروه عمده تقسیم کرد: گروهی که فرصت‌ها آنان را به چالش می‌خوانند و برآند تا کارهای دشوار را انجام دهند تا به هدفی خاص دست یابند. این گروه در اقلیت‌اند. گروهی که بی توجه از کنار فرصت‌ها و مسائل می‌گذرند. اینان در اکثریتند. دیوید مک کله‌لند از جمله صاحب‌نظرانی است که سهم زیادی در تبیین موفقیت در افراد داشته است. به نظر وی افراد در تعامل با محیط خود نیازهایی را آموخته‌اند که عبارتند از (احمدپور داریانی، ۱۳۹۳):

- نیاز به موفقیت: تمایل به برتری یا موفقیت و تلاش برای پیشرفت برای نیل به مجموعه‌ای از استانداردها.
- نیاز به قدرت: تمایل به کنترل دیگران برای تاثیرگذاری بر آنان.
- نیاز به تعلق یا وابستگی: تمایل به دوستی، همکاری و روابط متقابل شخصی با دیگران.

بسیاری از پژوهشگران از جمله مک کله‌لند و وینتر، توفیق‌طلبی یا انگیزه موفقیت را مهمترین صفت انگیزشی کارآفرینان برای کسب موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه تلقی می‌کنند (امینی و همکاران، ۱۳۹۹). مطالعات زیادی نشان داده است که کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان معمولاً دارای نیاز به توفیق‌طلبی بالایی هستند و این ویژگی روان‌شناختی به عنوان یک ویژگی موثر در موفقیت کارآفرینان محسوب می‌شود. بر اساس نتایج پژوهش‌های مختلف می‌توان اذعان نمود افراد با نیاز به توفیق‌طلبی بالا در ارتباط با فعالیت‌های نوآورانه نسبت به افراد با نیاز به توفیق‌طلبی پایین، موفق‌تر هستند (مهارتی و رستمی، ۱۳۹۲).

در نظریه مک کله‌لند، توجه عمده بر نیاز به موفقیت است. تمرکز نیاز به موفقیت بر برتری‌جویی، رقابت، اهداف چالشی و پافشاری برای انجام کار و فایق آمدن بر مشکلات است. شخصی که نیاز به موفقیت در او در حدی بالاست، شخصی است که در جستجوی عملکرد بالاتر است، از مسایل و اهداف چالشی لذت می‌برد و پشتکار و روحیه رقابتی در فعالیت‌های کاری دارد (حسینی‌فرد و آهنگرپور، ۱۳۸۷).

در آیه ۸۸ سوره مبارکه هود با بیان عبارت «و ما توفیقی الا بالله علیه توکلت» انسان از خدا در هر انجام هر کاری توفیق طلبیده و بر او توکل می‌کند. این بدان معنی است که انسان باید برای به سرانجام رساندن امور خود با تکیه بر یاری خداوند، تلاش کرده و برای تحمل سختی‌های این راه به کمک او امیدوار باشد.

خداوند حکیم در آیه ۱۶۰ سوره مبارکه آل عمران با بیان عبارت «و علی الله فلیتوکل المؤمنون» این نکته را به انسان گوشزد می‌نماید که یاری، نصرت و هرگونه توفیق در انجام امور تنها از جانب خداوند است و اگر یاری خداوند نباشد هیچکس توانایی یاری کردن را نخواهد داشت در نتیجه مومنان باید فقط به او توکل نمایند. توکل بر خدا افزون بر تقویت روحیه شجاعت و آرامش قلبی، موجبات یاری خداوند در

سختی‌ها و ناامیدی‌ها را نیز فراهم می‌کند، به گونه‌ای که فرد متوکل از این طریق با اعتماد به نفس بهتری عمل خواهد کرد.

خلاقیت و نوآوری کارآفرینانه

بدون شک نوآوری مهمترین ویژگی کارآفرینان محسوب می‌شود. خلاقیت، توانایی گسترش ایده‌های جدید و کشف راه‌های جدید با نگاه به مسائل و مشکلات و فرصت‌هاست. نوآوری توانایی به کار بردن راه‌حل‌های خلاق برای مسائل، مشکلات و فرصت‌هاست. به تعبیری دیگر نوآوری، عملی ساختن محصول یا خدمت از ایده‌ای خلاق است. کارآفرینی نتیجه فرآیند سازمان‌یافته و منظمی است که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌ها در بازار، پیوند می‌دهد یا به عبارتی دیگر با به‌کارگیری استراتژی متمرکز برای یک ایده جدید سعی می‌کند که یک محصول یا یک سری خدمات را خلق کند که هدفی جز رضایت مشتریان ندارد و در نهایت به سود دهی می‌رسد (حسینی‌فرد و آهنگرپور، ۱۳۸۷).

هر اندازه خلاقیت و نوآوری یک فرد بیشتر باشد به همان اندازه انعطاف‌پذیری وی بیشتر شده و وقت کمتری صرف دفاع از افکار غلط گذشته خواهد شد. مطالعه سیره انبیا و اولیا الهی (ع) و دانشمندان و نوابغ بزرگ جهان اسلام نشان می‌دهد که آنها چقدر اهل تفکر و اندیشه بودند و چگونه در مقابل افکار منحط و متحجرانه با صبر و تحمل و شکیبایی گوش فرا می‌دادند و سپس با منطقی که هر انسان اندیشمند و صادقی را قانع می‌کرد دریچه‌هایی از اندیشه‌های بزرگ و خلاق را که تا آن روز هرگز نشنیده بودند در مقابل آنان می‌گشودند؛ جهانی بزرگتر و اندیشه‌هایی جهانی برای رشد و تعالی انسان در همه زمینه‌ها. سنت پروردگار در این است که بدون پویایی و تغییر و نوآوری به دست انسان‌ها، سرنوشت دنیا و آخرت آنها دگرگون نخواهد شد. این انسان‌ها هستند که با ایجاد تغییر در درون جان خود و در جامعه و پیرامون خود، امداد و عنایت‌های الهی را برای خود جلب می‌نمایند. از نظر قرآن نواندیشی و نوآوری در اندیشه برای اصلاح گذشته یک اصل مسلم و ضروری است، زیرا قرآن تقلید از باورهای باطل و کهنه پدران را بسیار نکوهش کرده و به خردورزی و راهیابی دعوت می‌کند. قرآن انسان‌ها را به نو اندیشی در مسیر هدایت دعوت کرده تا هم خرده‌های آنان را بیدار نماید و هم راه‌های تازه‌ای را فراروی انسان‌ها بگشاید و آنها را به هدایت برساند (مصطفی‌زاده و سلوکار، ۱۳۹۶).

در آیه ۱۲ سوره مبارکه ابراهیم با بیان عبارت «و ما لنا الا نتوکل علی الله و قد هدینا سبیلنا» انسان با طرح یک پرسش آگاهانه از خود چرایی عدم توکل بر خدا را بررسی نموده و پاسخ آن را هوشمندانه بیان می‌کند چرا که خداوند راه‌های نیل به سعادت را پیش روی متوکلان خواهد گشود و این مفهومی چیزی جز تقویت روحیه خلاقیت و نوآوری که ارائه راه‌حل‌های متنوع برای مسائل پیش رو است، تلقی نمی‌شود. پروردگار متعال در آیه ۸۹ سوره مبارکه اعراف با ذکر جمله «علی الله توکلنا ربنا افتح بیننا و بین قومنا بالحق و انت خیر الفاتحین» توکل بر او توسط انسان‌ها را واجب بر شمرده است. ثمره این توکل، طلب یاری از خداوند سبحان جهت گشودن بهترین راه‌ها در تنگناها و مشکلات است که مفهوم نهفته آن رهنمون شدن انسان از سوی خداوند به رویکرد خلاقانه و نوآورانه در مواجهه با مسائل و مشکلات بوجودآمده است و این همان بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری در مرتفع نمودن امور پیچیده و مشکل است.

ریسک‌پذیری کارآفرینانه

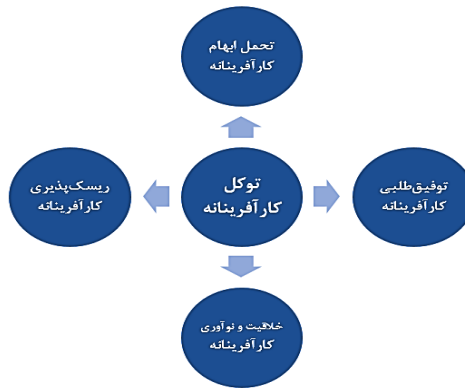
ریسک یا مخاطره به معنای قبول خطرات ناشی از زیان یا شکست بالقوه یک واحد تجاری است که به طور غیرمعتاد زبانی زیاد می‌باشد. در واقع کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود ریسک‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، تقبل و اداره کند. ریسک را می‌توان صفت بارز کارآفرینان دانست چرا که آنها سرمایه خود را برای کسب سود، در معرض خطر قرار می‌دهند. کارآفرینان در شرایط عدم قطعیت شدید به اتخاذ تصمیم می‌پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز به طور شخصی می‌پذیرند. مخاطرات کارآفرینانه را می‌توان بر حسب ریسک‌های مالی، شخصی، فرصت‌های شغلی از دست رفته، روابط خانوادگی و سلامت فکری دسته‌بندی نمود (احمدپور داریانی، ۱۳۹۳).

از منظر اسلام جایی که ریسک وجود ندارد، کارآفرینی وجود ندارد، چرا که آینده نامشخص است و هیچ فردی با اطمینان نمی‌تواند بگوید دقیقاً چه اتفاقی خواهد افتاد. ریسک ممکن است در هر زمانی از محیط اقتصادی، سیاسی و طبیعی ناشی شود. یک کارآفرین مسلمان باید برای نتیجه هر اقدامی به خداوند متعال متکی باشد، اما اتکاء به خدا بدون هیچ تلاش اندیشمندانه‌ای مورد حمایت اسلام نیست. در حقیقت یک کارآفرین مسلمان باید ریسک حساب شده را بپذیرد. یک کارآفرین مسلمان نمی‌تواند کسب و کار خود را به اوج برتری برساند مگر اینکه پیش‌بینی‌های آینده و مهارت‌های ریسک‌پذیری داشته باشد و به وسیله آن تصمیم‌های جسورانه اما عاقلانه و به موقع بگیرد (هوک و همکاران، ۲۰۱۴).

استاد شهید مرتضی مطهری در کتاب ارزشمند احیای تفکر اسلامی معتقد است (مطهری، ۱۳۸۰): "توکل در قرآن یک مفهوم زنده کننده و حماسی است یعنی هر جا که قرآن می‌خواهد بشر را وادار به عمل کند و ترس‌ها و بیم‌ها را از انسان بگیرد، می‌گوید نترس و توکل به خدا کن. تکیهات به خدا باشد و جلو برو. تکیهات به خدا باشد و حقیقت را بگو. به خدا تکیه کن و از کثرت انبوه دشمن نترس!"

عبارت «علیه توکلت و علیه فلیتوکل التموکلون» در آیه ۶۷ سوره مبارکه یوسف به توصیه حکیمانه یعقوب نبی (ع) به فرزندانش در راه سفر پرخطر به مصر خاطر نشان می‌سازد که آنها در این راه پریپیچ و خم و توام با مخاطرات فراوان نباید به کسی غیر از خداوند متعال توکل کنند. در واقع این آیه شریفه نشان می‌دهد حضرت یعقوب (ع) در کلیه امور زندگی به ویژه در تنگناها و شرایط دشوار هم خود به خداوند سبحان توکل کرده است و هم دیگران را به امر توکل تشویق می‌نماید. می‌توان اذعان داشت توکل در زندگی انبیای بزرگ الهی جایگاه فوق‌العاده‌ای داشته است، به نحوی که آنها همواره در برابر مشکلات طاقت فرسا خود را زیر سپر توکل خداوند قرار می‌دادند. توکل به این معنا، امید آفرین، نیروبخش، تقویت کننده روحیه مقاومت و پایداری در انسان است و آدمی را به افقی روشن‌تر رهنمون می‌سازد.

خداوند سبحان در آیه ۵۱ سوره مبارکه توبه با بیان عبارت «و علی الله فلیتوکل المومنون» به پیامبر اکرم (ص) خاطر نشان ساخته است تنها افراد با ایمان در تمامی مشکلات و حوادث زندگی خود بر خداوند متعال توکل می‌کنند و تکیه‌گاهشان کسی جز او نیست. در واقع عبور از سختی‌ها و دشواری‌های مختلف امور دنیوی و کسب توفیق و پیروزی در زندگی با توکل بر خدا میسر خواهد شد. خویشتن را به دل خطر سپردن در مواجهه با مصائب پیش‌رو جز توکل داشتن به الطاف پروردگار امکان‌پذیر نیست.



شکل (۱). مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه

نتیجه‌گیری

ادبیات کارآفرینی مانند بسیاری از رشته‌های علمی دیگر، عمدتاً از مراکز علمی و پژوهشی آمریکایی و اروپایی برخاسته و نشو و نما یافته است، لذا عمده نظریه‌ها و مفاهیم اصلی این حوزه نیز عاریتی هستند و کمتر می‌توان مفاهیم و نظریه‌های بومی‌سازی شده در حوزه کارآفرینی مشاهده کرد. در سیر تطور دانش کارآفرینی، شاهد ظهور رویکرد ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان هستیم که در آن بسیاری پژوهشگران غربی با واکاو مفهومی واژگان و اصطلاحات دینی در کتب مقدس خود به دنبال تبیین ویژگی‌های متمایزکننده کارآفرینان از غیر کارآفرینان هستند، همچنان که داگلاس و تکسیرا^۱ (۲۰۱۷) با استناد به اصول و باورهای دینی مطرح شده در انجیل به تبیین مباحث کارآفرینی پرداخته‌اند و کالن و همکارانش^۲ (۲۰۱۳) با بهره‌مندی از تعالیم و آموزه‌های انجیل برخی از مهمترین وجوه شخصیتی متمایزکننده کارآفرینان مسیحی را تبیین نموده‌اند.

بررسی موشکافانه تفاسیر و تاویل‌های گسترده آیات قرآنی پیرامون معانی واژه توکل، موید این ضرورت است که ویژگی‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه نیازمند تبیین علمی و تخصصی است. قرآن کریم گنجینه‌ای ارزشمند از واژگانی است که شناخت جایگاه معنایی آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. یکی از واژگان زیبایی که در قرآن کریم در معنایی متفاوت به کار رفته، واژه توکل است. توکل در آموزه‌های اسلامی، مفهومی پویا است که به‌کارگیری آن در شئون مختلف زندگی به ویژه در حوزه کسب و کار بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. بدون شک اساسی‌ترین سرمایه معنوی کارآفرینان مسلمان در کسب و کارشان، توکل به خداوند متعال است. همان‌گونه که روحه^۳ (۲۰۱۶) نیز معتقد است توکل برای کارآفرینان مسلمان آخرین اقدامی است که آنها پس از انجام حداکثر تلاش یا مبارزه انجام می‌دهند.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، چهار مولفه روان‌شناختی توکل کارآفرینانه عبارتند از: «تحمل ایهام کارآفرینانه»، «توفیق‌طلبی کارآفرینانه»، «خلاقیت و نوآوری کارآفرینانه» و «ریسک‌پذیری

1. Douglas & Teixeira
2. Cullen et al

3. Rohmah

کارآفرینانه». مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه را می‌توان مهمترین ویژگی‌های فردی یا ارکان اساسی «روحیه کارآفرینانه» تلقی نمود که نیاز است کارآفرینان مسلمان به آنها عنایت ویژه‌ای داشته باشند و به طور متوازن به توسعه و تقویت‌شان بپردازند.

نتایج پژوهش امینی و همکاران (۱۴۰۰) پیرامون ویژگی توفیق‌طلبی کارآفرینان مسلمان، مویده یافته‌های پژوهش حاضر است، چرا که نشان می‌دهد کارآفرینان برای نیل به کامیابی‌های بیشتر نیازمند توکل کارآفرینانه هستند تا به دستاوردهای بالاتری نائل شوند. نتایج پژوهش امینی و همکاران (۱۳۹۹) پیرامون ویژگی ریسک‌پذیری کارآفرینان مسلمان، ضمن تایید یافته‌های پژوهش حاضر مبین این موضوع حیاتی است که واژه قرآنی توکل، توانایی پوشش معنایی کامل‌تری از ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان نسبت به ویژگی ریسک‌پذیری دارد. پژوهش محمدرضاییکی و نوروزی (۱۳۹۵) که شش ویژگی شخصیتی کارآفرینان جهادی را شامل: دانش مالی و اقتصادی، توفیق‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، ارزش‌های ملی، دانش مدیریتی، اعتقاد به کار عملی را تعیین نموده است، یافته‌های پژوهش حاضر را تایید می‌کند. نتایج پژوهش امیری و امیری (۱۳۹۳)، تاییدکننده یافته‌های پژوهش حاضر است و نشان می‌دهد مهمترین ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان مسلمان عبارتند از: خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری منطقی در عین توکل به خدا، توفیق‌طلبی و عمل صالح و پشتکار. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش مهارتی و رستمی (۱۳۹۲) سازگاری دارد؛ همان‌گونه که این پژوهشگران تاکید دارند، توکل به ذات اقدس حضرت باری تعالی در کنار سایر ویژگی‌های فردی موجب خواهد شد یک شخص کارآفرین با مسلح شدن به این سنت الهی قادر به برداشتن موانع بزرگتری در کسب و کار خود شود، پژوهش حاضر نیز بر توکل کارآفرینانه به عنوان مهمترین ویژگی درونی کارآفرینان مسلمان تاکید نموده است. ضمن اینکه یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های هوک و همکاران^۱ (۲۰۱۴) و فیضل و همکاران^۲ (۲۰۱۳) در خصوص تعداد زیادی از مهمترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان مسلمان مطابقت دارد.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهشی

همان‌گونه که بیان شد این پژوهش به منظور معناشناسی، درک دقیق‌تر معانی قرآنی توکل کارآفرینانه و تبیین مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه، با استناد به تفاسیر آیات قرآنی به تبیین مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه مبادرت ورزیده است، لذا از مجموعه احادیث، روایات اسلامی و سایر متون دینی، بهره جسته نشده است.

پژوهشگران علاقه‌مند در حوزه کارآفرینی در پژوهش‌های آتی می‌توانند با عنایت به سایر واژگان قرآنی و دینی، ویژگی‌های روان‌شناختی بیشتری از کارآفرینان را با استناد به آیات قرآن، احادیث و روایات تبیین نمایند.

پیشنادهای کاربردی

با وجود این که پژوهش حاضر به دنبال تبیین مولفه‌های روان‌شناختی توکل کارآفرینانه است، تلاش گردیده است برخی از مهمترین پیشنهادهای کاربردی به منظور اشاعه فرهنگ دینی در کسب و کار ارائه گردد:

- برخورداری از ذهنیت توکل، قدرت تحمل ابهام و تمایل به ریسک‌پذیری کارآفرینان را افزایش خواهد داد و آنها را برای تصمیم‌گیری‌های شجاعانه و اقدامات متهورانه در مواجهه با شرایطی که با تردید و ابهام همراه هستند و یا از فقدان دانش و اطلاعات ناکافی در زمینه‌ای رنج می‌برند، یاری خواهد رساند؛ بنابراین کوشش کارآفرینان برای تقویت فضیلت توکل و رسیدن به مراتب بالای توکل قلبی، زمینه‌ساز اخذ تصمیم‌های بهنگام و اجرای اخلاقی اقدامات است.
- باور و پایبندی به توکل، تعهد فردی بالاتری برای کارآفرینان به همراه دارد و سبب اهتمام جدی آنان برای به نتیجه رساندن موثرتر اهداف، تحقق حداکثری برنامه‌ها و اجرای ایده‌های نو خواهد شد؛ باورمندی متوکلا نه که با عزم راسخ کارآفرینان برای کسب دستاوردهای چشمگیر توأم است، توفیق‌طلبی و خلاقیت و نوآوری کارآفرینانه را توسعه داده و آنها را به سوی کامیابی‌های بیشتر رهنمون می‌نماید.
- داشتن توکل می‌تواند در تنگناهای مختلف کسب و کار راهگشای کارآفرینان باشد؛ بدین معنا که توجه قلبی به سوی خداوند و اعتماد به رحمت، حکمت و عدالت الهی، پایداری روانی و آرامش درونی برای کارآفرینان به ارمغان خواهد آورد و آنان را در برابر شرایط بحرانی مقاوم‌تر می‌سازد.
- تقویت توکل موجب رسیدن کارآفرینان به یک بینش جامع یا کل‌نگر خواهد شد؛ رسیدن به این بینش فراگیر، حاصل ارتقاء متوازن مهمترین مولفه‌های فردی موفقیت برای کارآفرینان است که عبارتند از: تحمل ابهام کارآفرینانه، توفیق‌طلبی کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری کارآفرینانه و ریسک‌پذیری کارآفرینانه. ارتقاء همزمان این ویژگی‌های شخصیتی برای کارآفرینان که از طریق توکل الهی پدیدار گشته است، از تجربه مثبت کارآفرینان از مواجهه با موقعیت‌های دشوار، متغیر، مبهم و پیچیده‌ای است که با توکل کارآفرینانه به دست آمده است.
- توکل کارآفرینانه موجب بهبود نگرش مثبت کارآفرینان نسبت به رویارویی با مسائل و چالش‌های مختلف کسب و کار می‌شود و آنها را از واکنش‌های منفعلانه به سوی کنش‌های فعالانه و آگاهانه سوق خواهد داد؛ در واقع افکار مثبت، افکار سازنده و نیروبخش هستند و مثبت‌نگری یا دیدن نیمه پر لیوان لازمه کارآفرینی است، چرا که کارآفرینان با تفکر مثبت می‌توانند راهکارهای ابتکاری مقابله با موانع را شناسایی و تا مرتفع شدن مشکلات مبارزه نمایند و با انرژی کافی به مسیرشان ادامه دهند.

منابع

قرآن کریم.

آریان، حسین (۱۳۹۱)، «توکل از نگاه قرآن و عرفان»، *مجله ادیان و عرفان*، ۳(۲۳)، ۱۹۴-۱۷۳.

آل‌رسول، سوسن (۱۳۸۶)، «بررسی تطبیقی مفهوم توکل در قرآن و عرفان اسلامی»، *مجله ادیان و عرفان*، ۳(۱۴)، ۱۷۵-۱۹۱.

احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۳)، *کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها*، تهران: انتشارات ساکو.

- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد (۱۳۹۹)، **مبانی کارآفرینی**، تهران: انتشارات فراندیش.
- احمدپور داریانی، محمود و مطلبی، مهرنوش (۱۳۹۰)، «ارائه مدل یادگیری مادام‌العمر کارآفرینی با رویکرد تلفیقی»، **مجله کار و جامعه**، ۲۰(۱۳۴)، ۲۰-۳۷.
- الوانی، سیدمهدی؛ بودلایی، حسن و قریب‌گرکانی، مونا (۱۳۹۰)، چالش‌ها و پیشنهادها (راهکارها) در توسعه مفهومی کارآفرینی، **فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد**، ۸(۲۹)، ۳۵-۴۶.
- الهامی‌نیا، علی اصغر، بایسته‌های اخلاق فرماندهی (۱۳۹۰)، **فصلنامه حصون**، ۸(۳۴)، ۳۱-۴۱.
- امیری، مهدی و امیری، زهره (۱۳۹۳)، مبانی و مولفه‌های کار و کارآفرینی در قرآن و روایات، **فصلنامه مشکوه**، ۳۳(۳)، ۴۲-۶۰.
- امینی، محمد؛ نادری، نادر و رضایی، بیژن (۱۴۰۰). ویژگی شخصیتی کارآفرینان در قرآن مورد مطالعه: صفت انگیزشی «توفیق‌طلبی»، **فصلنامه پژوهش‌های قرآنی**، ۲(۹۹)، ۱۷۲-۱۵۱.
- امینی، محمد؛ نادری، نادر و رضایی، بیژن (۱۳۹۹). ویژگی شخصیتی کارآفرینان در قرآن مورد مطالعه: صفت خلقی «ریسک‌پذیری»، **فصلنامه پژوهش‌نامه اخلاق**، ۱۳(۵۰)، ۱۶۸-۱۴۵.
- جعفری، مهدی (۱۳۸۸)، «ترسیم خطوط و مرزهای توکل و تکلیف»، **فصلنامه اخلاق**، ۱۷(۵)، ۱۱۷-۱۵۶.
- جهانگیری، شیدا؛ برادران، مسعود؛ خسروی‌پور، بهمن و غنیان، منصور (۱۳۹۴)، ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی مرتبط با روحیه کارآفرینانه در دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین. **فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی**، ۷(۳۴)، ۱۱۶-۱۰۴.
- حسینی‌فرد، سید مجتبی و آهنگری‌پور، عادل (۱۳۸۷)، «رابطه شخصیت با توسعه کارآفرینی»، **کارآفرینی انجمن پردیس قم دانشگاه تهران**، ۱(۲)، ۷۸-۳۹.
- خدایار، دادخدا و قائمی، مهدی (۱۳۹۱)، «نگاهی قرآنی به کارکردهای تربیتی توکل و نقش آن در سلامت معنوی (بهداشت روان)»، **فصلنامه اخلاق پژوهشی**، ۲۲(۶)، ۹۱-۵۵.
- زرسانان، عاطفه؛ قوام، زینب و نفیسی، شادی (۱۴۰۰)، معناشناسی ضرر در قرآن کریم با تأکید بر روابط همنشینی و جانشینی، **پژوهش‌های زبان‌شناختی قرآن**، ۱۹(۱)، ۱۰۲-۷۹.
- سبحانی‌نیا، محمد (۱۳۹۰)، «توکل بر خدا»، **مجله معارف اسلامی**، ۷۲(۱)، ۶۹-۶۲.
- سجادی، سید ابوالفضل؛ شهبازی، محمود و محبی، سحر (۱۴۰۱)، معناشناسی واژه «قضا» در قرآن کریم، **پژوهش‌های معناشناختی متون ادبی**، ۱(۱)، ۷۵-۵۹.
- فرمد، محمد (۱۳۹۱)، «شناسایی جایگاه توکل در تحمل ابهام کارآفرینان مسلمان، مورد مطالعه کسبه بازار تهران»، **پایان‌نامه کارشناسی ارشد**، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- قراحتی، محسن (۱۳۸۸)، **تفسیر نور**، تهران: انتشارات مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- عادل‌رستخیز، سیده الهه (۱۳۹۶)، فلسفه کارآفرینی در نظریات اقتصادی، **راهبرد توسعه**، ۴۹(۱۳)، ۷۷-۶۱.
- محمدرضاییکی، رضا و نوروزی، محمد (۱۳۹۵)، شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان جهادی: بررسی موردی یک تجربه بومی واقعی، **مطالعات راهبردی بسیج**، ۱۹(۷۱)، ۷۰-۵۸.

مصطفی‌زاده، فاطمه و سلو کدار و علیرضا (۱۳۹۶)، خلاقیت، نوآوری و ایجاد فرصت کارآفرینی در محیط اسلامی، *مطالعات علوم اسلامی انسانی*، (۳)، ۱۰، ۱۷-۳۳.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۰)، *احیای تفکر اسلامی*، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، جلد ۸، *آشنایی با قرآن*، تهران: انتشارات صدرا.

موسوی‌سیرجانی، سهیلا (۱۳۹۱)، «تطبیق مفهوم توکل در نگاه خواجه عبدالله انصاری و سنایی»، *فصلنامه مطالعات ادبیات تطبیقی*، (۶)، ۲۳، ۱۰۸-۱۳۷.

مهارتی، یعقوب و رستمی، محمد حسن (۱۳۹۲)، «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در آیین قرآن و کلام معصومان (ع)»، *همایش علمی پژوهشی کار و کارآفرینی در فرهنگ رضوی*، ۲۰-۱.

هنزاجری، جعفر (۱۳۸۷)، *کارآفرینی*، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.

Akhtar, S., & Nawaz, D. (2021). Elements and Characteristics of Ideal Islamic Leadership. *Research Journal 'Ulūm-e-Islāmiā*, 28(1), 17-28.

Cullen, M. D. M., Calitz, A. P., & Boshoff, L. (2013). Characteristics of the Christian Entrepreneur: An Exploratory Study. *Journal of Development and Leadership*, 2(1), 23-34.

Douglas, W. & Teixeira, R. (2017). *The 25 Biblical Laws of Success: Powerful principles to transform your career and business*, Printed in the United States of America: Baker Book.

Faizal, P. R. M., Ridhwan, A. A. M., & Kalsom, A. W. (2013). The Entrepreneurs Characteristic from al-Quran and al-Hadis. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(4), 191-196.

Harizan, S. H. M., & Mustafa, M. S. (2020). Islamic Entrepreneurship: Analysis of Research Trend. *Islamiyyat*, 42(2), 71-84.

Hasanah, U. (2022). The Concept of Sustainable Development from the Hadith Perspective. *Firdaus Journal*, 2(1), 39-49.

Hoque, N., Mamun, A., & Mamun, A. M. A. (2014). Dynamics and traits of entrepreneurship: An Islamic approach. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(2), 128-142.

Mohiuddin, M. G., & Hanif, S. M. A. (2022). Instances of Modern Management Practiced in Islam. *IJUM Journal of Case Studies in Management*, 13(1), 5-15.

Rohmah, A. (2016). Free-will and tawakkal according to entrepreneurs graduated from Faculty of Ushuluddin and Humanities of UIN Walisongo (*PhD Thesis, Walisongo State Islamic University*).

Yaseen, A., Mahmood, G., & Naheed, K. Who can Practice Islamic Entrepreneurship: A Review of Recent Literature on Personality Traits. *Journal of Law & Social Studies (JLSS)*, 4(3), 429-440.