

نقش خانواده در کار آفرینی

تعریف خانواده و تحول آن :

خانواده ، این واحد به ظاهر کوچک اجتماعی از ارکان عمده و از نهادهای اصلی هر جامعه به شمار می رود. در واقع هر خانواده را باید خشت بنای جامعه دانسته و مهد پرورش فکر و اندیشه و اخلاق و تعالی روح انسانی به حساب آورد . [سوسن سیف-تئوری رشد خانواده-ص ۵]

خانواده در طی زمان دچار تغییر و تحول گردیده است . دلایل اصلی تحول خانواده در اروپا عبارتست از تغییر خصوصیات شکل تولید و بهره برداری ، تحرک نیروی کار ، افزایش فعالیت های نوع دوم و سوم (صنایع و خدمات) ، بالا رفتن سطح مصرف و استفاده از کالاها و خدمات تازه مصرفی . این دگرگونیها سبب شد که مسئولیت های جمعی و عمومی جانشین مسئولیت های خانوادگی شوند ، فرد خود را متعلق به جامعه بداند و خانواده نقش حمایت کننده خود را از دست بدهد .

دگرگونی خانواده ایرانی در نیم قرن اخیر آرام و کند اما مستمر و قاطع بوده است. زمانی شکلی از خانواده در این سرزمین وجود داشت که جامعه شناسان آن را با اصطلاح کلی "خانواده گسترده" وصف کرده اند.

خانواده ای که مذهب و سنت و شیوه تولید اقتصادی جوامع کشاورزی مبانی آن را تشکیل میداد و برپایه پدرتباری استوار بود. خانواده واحد تولید و مصرف بود و این امر هنوز هم در شهرها و روستاها دیده می شود. روابط افراد خانواده بر سلسله مراتبی استوار بود که همه قبول داشتند . برخورد با تمدن صنعتی غرب و نتایج آن که عبارتست از تغییرات ساخت اجتماعی جامعه ، رواج شهرنشینی و دخالت دولت موجب تغییرات عمده در خانواده و خصوصا شکل شهری آن شده است.

امکانات تحرک اجتماعی موجب رشد طبقات متوسط در شهرهای ایران شده و آموزش عمومی و تخصصی مشاغل جدید را بوجود آورده و صاحبان این مشاغل (در صنعت و خدمات) رفتارهای تازه و راه و رسم دیگری یافته اند .

از خصوصیات اجتماعی ایران امروز ، همزیستی انواع خانواده ها در محیطهای شهری و روستایی است و علت تنوع هم آغاز دگرگونی مفهوم خانواده در این سرزمین است که موجب پدیدار شدن شکلهای برزخی میان خانواده سنتی و خانواده غربی شده است . [ساختهای خانواده و خویشاوندی در ایران- دکتر جمشید بهنام-صفحات ۶ تا ۱۱]

ارتباط خانواده و اقتصاد :

در جوامعی که از نظام اقتصادی پیشرفته‌ای برخوردارند خانواده به دو طریق شخصی با این نظام برخورد دارد. خانواده تبدیل به واحدی میشود که اجراکنندگان کلیه نقشهای موجود در وضعیتهای مختلف سیستم اقتصادی را در خود می‌پروراند. احراز این مقامها و شغلها در ایفای نقش خانوادگی اثر مهمی دارد. از دورانی که نوجوانان دست به کارهای نیمه وقت می‌زنند تا زمانیکه بعنوان یک بزرگسال نقش یک ایفا کننده تمام وقت را ایفا میکنند بطور مداوم در حال تغییر نیازمندیها و وظایف خانوادگی هستند. منبع اقتصادی جدید به فرزندان استقلال بخشیده و موقعیتی برای آنان بوجود می‌آورد تا فعالیتی بیش از آنچه قبلا در سطح خانواده داشته انجام دهند. تاثیر این فعالیت اقتصادی یک نوع کسب تجربه به جهت اجتماعی شدن افراد خانواده است. [سوسن سیف- تئوری رشد خانواده- صفحات ۸۵ و ۸۶]

اجتماعی کردن فرزندان و نقش خانواده در تکوین شخصیت :

توسعه اجتماعی بدون وجود افرادی با نوعی شخصیت اجتماعی رشد یافته امکان پذیر نیست و در این زمینه خانواده بنیادی ترین و مهمترین عامل تاثیر گذار در فرایند جامعه پذیری و تکوین شخصیت اجتماعی در انسان است.

در ابتدا روانشناسان شخصیت را بیشتر محصول عوامل ژنتیکی و فردی می‌دانستند اما به تدریج با توسعه این دانش و انجام مطالعات تجربی به خصوصیات و عوامل محیطی - اجتماعی نیز اهمیت دادند.

حال باید دید چگونه میتوان در افراد شخصیت پیشرفته یا تمایز یافته ایجاد نمود یعنی شخصیتی که دارای هدف باشد، استعداد یادگیری تعمیم یافته خود را به کار گیرد، دارای هویت فردی باشد و در همان حال دارای تعهد تعمیم یافته نسبت به دیگران نیز باشد.

در اینجا نقش خانواده پررنگ می‌گردد، زیرا که انسان از بدو تولد با افراد مختلف از قبیل والدین یا کسان دیگری که از او مراقبت می‌کنند ارتباط پیدا می‌کند. این مراقبت تاثیر عمیقی در کودک برجای میگذارد. [نقش خانواده در تکوین شخصیت دانش آموزان- نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۶]

علاوه بر وضعیتهایی نظیر سن و جنس افراد، فاصله زمانی بین تولدها، ترتیب توالی وضعیتها و تغییراتی که در نظام به وجود می‌آید که در ایجاد واکنش افراد موثرند، خصوصیات اثرات متعامل و سبک انتظارات از نظام فردی خانواده به افراد مشخصی واگذار میشود که نقش آن وضعیت با خصوصیات آن فرد احتمالا مطابقت نداشته و یا هماهنگی ندارد. برای مثال وضعیت یا سمتی را که به پسر ارشد خانواده محول میکنند ادامه شغل پدر خانواده است. این واگذاری سمت به خاطر علاقه مندی فرزند ارشد و یا استعداد و لیاقت وی نیست، بلکه به منظور برآورد انتظاراتی است که از فرزند بزرگتر می‌رود تا در راس سازمان خانواده قرار گیرد. این فرد به جز عکس العملهای رفتاری سایر افراد و انتظارات نظام، تجربه دیگری برای اجرای این نقش ندارد. او در

تجربیات کنشی و واکنشی خویش برای اینگونه پیش بینیها آمادگی لازم را ندارد و نتیجتاً خانواده در این مورد بر فرد غلبه داشته است. پس برای اجتماعی کردن کودکان تعادل میان کنترل و پشتیبانی از اهمیت خاصی برخوردار است. ژاکوبسن (۱۹۶۸) نحوه اجتماعی ساختن خانواده را بررسی کرده و به این نتیجه رسیده است که بعضی از خانواده ها برای اجتماعی کردن فرزندان خود آنها را وادار میسازند که از منابع اطلاعاتی بهره برداری کنند، دسته ای دیگر از طریق آموزش کلامی وعده ای دیگر تاکید بر لزوم کسب تجربه می کنند. [سوسن سیف- تئوری رشد خانواده- صفحات ۱۰۰ و ۱۰۱]

کهن در تحقیقاتی در سال ۱۹۶۹ به این نتیجه رسید که در نحوه رفتار والدین و ارزشهای اجتماعی که بوسیله آنان به کودکان آموزش داده میشود اختلافاتی وجود دارد که ناشی از اختلافات طبقاتی است و در اثر تجربیات حرفه ها به وجود آمده اند. آنگاه نتیجه میگیرد پدرانی که حرفه های مختلفی دارند دارای تجربیات مختلفی هستند، و در نتیجه فرزندان آنها ارزشهای اجتماعی مختلفی را تجربه می کنند. مشاغل خانواده، نه تنها در ارزشهای اجتماعی و حتی در صلاحیت تحصیلی فرزندان موثر است بلکه در کارایی پدر در انجام وظایف حرفه ای خود در کسب موفقیتهای اجتماعی فرزندان نیز تاثیر بسزایی دارد. بطوریکه هر قدر پدر در اجرای وظایف حرفه ای خود موفقتر باشد، ارزشهای اجتماعی بیشتری را به فرزندان عرضه می کند. کهن معتقد است که کودکان تحت شرایط حرفه ای و تحصیلی پدران، یا با ادامه تحصیلات درجات عالیتری را احراز می کنند یا به زودی ترک تحصیل می کنند و وارد بازار کار می شوند. والدینی که از سطح تحصیلات پایین تری برخوردارند، در کمک رسانی به دروس فرزندان احساس ناتوانی میکنند و از وارد کردن فشار به فرزندان خود در راه کسب دانش و ادامه تحصیل می کاهند. فرزندان نیز در نتیجه عدم آموزش حرفه ای و یا ادامه تحصیلات در سطوح بالاتر، احتمالاً به حرفه ای مشابه حرفه پدر خود بسنده می کنند. بنابراین ارزشهای اجتماعی تربیت فرزند تحت تاثیر دو عامل حرفه و معلومات قرار دارد. [سوسن سیف- تئوری رشد خانواده- صفحات ۱۸۴ و ۱۸۵]

بنابراین نقش میزان دستمزد و امکانات مالی خانواده، سطح سواد و تحصیلات و آگاهی و به علاوه نوع رابطه والدین و بطور کلی پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده در چگونگی تکوین و نوع شخصیت اجتماعی فرزندان تاثیرات غیر قابل انکاری داشته است. [نقش خانواده در تکوین شخصیت اجتماعی دانش آموزان - نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۶]

با این مقدمات در واقع هدف این مقاله بررسی نقش خانواده در کارآفرینی میباشد.

هم اکنون کشورها به اهمیت کارآفرینی به عنوان راهی برای افزایش رشد اقتصادی، رقابت و ایجاد کار پی برده اند و جایگاه آن در توسعه شناخته شده است. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشا تحولات بزرگی در زمینه صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و از آنان به عنوان قهرمانان ملی یاد میشود. [کارآفرینی - مهندس علی شاه حسینی - ص ۷۴] پس میتوان به اهمیت نقش خانواده در این زمینه به عنوان کوچکترین و در عین حال مهمترین نهاد اجتماعی پی برد.

پیشرفت بشر نیازمند خلاقیت بزرگسالان است و احتمال انجام کارهای خلاق در افرادی بیشتر است که در کودکی مهارت وانگیزه خلاقیت آنها پرورش یافته باشد. با اینکه خلاقیت می تواند مانند عوامل ژنتیکی نظیر نیرو و زیبایی به کودک منتقل گردد، اما خانواده و به خصوص پدر و مادر با داشتن یک تصویر ذهنی (چشم انداز) از آینده کودکشان به منظوری که او بتواند در آینده به دستاوردهای خلاق نائل شود بسیار موثرند.

اغلب کودکان از سنین اولیه زندگی به عنوان کودک تیز هوش شناخته نمی شوند، اما این بدان معنا نمی باشد که کودک نتواند در بزرگی کارهای بسیار خلاق انجام دهد. اکثر کارهای خلاق توسط افرادی انجام شده است که در کودکی به عنوان نابغه شناخته نشده اند.

به این دلیل ما به بحث در این مورد می پردازیم که خلاقیت و نوآوری مهمترین ویژگی کارآفرینی است. خلاقیت عبارتست از توانایی گسترش ایده های جدید و کشف راههای جدید از نگاه به مسائل، مشکلات و فرصتها.

چشم انداز پدر و مادر از آینده کودک:

تصویرهای ذهنی که مابه کودکانمان می دهیم آینده را شکل می بخشند. این تصویرهای ذهنی به صورت پیش گوییهایی هستند که به حقیقت می پیوندند. تاکید بر آن است که باشناخت دقیق علائق و تواناییهای کودک و آنچه برایش مملو از شور و هیجان است، و با جدأ خودداری از تحمیل موضوع هایی که مورد علاقه خود والدین است، تصویر ذهنی مناسب کودک را شناسایی و به او در جهت تحقق چشم اندازش کمک شود.

تصویر ذهنی شما به عنوان پدر و مادر برای هر یک از کودکان بیش از آنچه انجام میدهید یا به آنها میگوئید در رشد انگیزه، خلاقیت و موفقیت آنها در آینده موثر خواهد بود.

تصویر ذهنی شما باید در زمینه اصول اساسی زندگی روشن باشد. خود شما باید نسبت به ارزشها، معیارها و اصولی که مایل هستید کودکانتان در سراسر زندگی خود دنبال کنند عقیده راسخی داشته باشید. دیگر اینکه،

تصویر ذهنی شما از هر کودک باید بر اساس طبیعت، شخصیت، نیازها و علائق آن کودک خاص باشد. راندن کودکان به سوی فعالیتهایی که به عنوان یک فرد با آنها متناسب نباشد موجب خشم و عجز فراوان آنها شده و استعداد های واقعی آنها را به هدر میدهد. دیگر نکته مورد توجه نیز این می باشد که بایستی بدون توجه به سایر ویژگیهای تصویر ذهنی خود کودکان را مجسم کنید که در بزرگی مستقل بوده و به کاری که انتخاب کرده است علاقه مند می باشد. در میان خصوصیات افراد خلاق مشهور به نظر می رسد که استقلال و شور و هیجان ثابت ترین عامل در زمینه های مختلف و طی نسلهای مختلف می باشد.

برای شکل بخشیدن به تصویر ذهنی و پرورش یک تصویر ذهنی برای کودک اولین قدم اینست که بدانید دید خود کودک برای آینده اش چه می باشد. موضوع دیگر نیز اینست که اگر به کودکان کمک نکنید که حس

عمیق علاقه و شوق به یادگیری را پرورش دهد مهمترین عامل را نادیده گرفته اید . با داشتن این حس کودکان فرصت خوبی برای پرورش نوعی شور و هیجان خواهد داشت که می تواند فرد را از میان آموزشهای سخت ، شکستهای مکرر ، مبارزه مالی و حتی کمی فقر به سوی شکوه خلاقیت همه جانبه در بزرگسالی بکشاند . [چشم انداز پدر و مادر از آینده کودک - راه کار آفرینی - شماره ۱۳ و ۱۴]

حال می خواهیم بررسی کنیم که اشخاص چگونه کار آفرین می شوند و اینکه آیا کار آفرینان زاده شده یا ساخته می شوند پرسشی است که تا حدی به پاسخ آن دست یافته ایم .

باید سرچشمه کار آفرینی را بر اساس تجربیات دوران زندگی در محدوده خانواده و فرهنگ مربوطه پیدا کنیم . پس میتوانیم آنها را با تجربیات فرهنگی خود مقایسه نموده و بفهمیم کدامیک مفید بوده و کدامیک در رسیدن به کار آفرینی به ما کمک نمی کنند .

زمانی بود که تصور میشد کار آفرینان بجای ساخته شدن متولد می شوند. صفات آنها بقدری نادر و بخصوص بودند که در هر جایی یافت نمی شدند . امروزه شواهد کافی موجود است که نشان می دهد صفات کار آفرینی می تواند در نتیجه آموزش دوران کودکی ، استقلال ، به خود متکی بودن و در معرض ارزشهای فرهنگی به خصوص مرتبط با کار و صنعت قرار گرفتن ، پرورنده شود .

تجربیات دوران کودکی :

روانشناسان معتقدند که پنج سال اول زندگی ، بیشترین تاثیر را در زندگی شخص دارد . این دوران زمانی است که جو اجتماعی ، اقتصادی ، فیزیکی و روانی اطراف کودک اثر همیشگی بر شخصیت او میگذارد. در این دوران اعمال خانه و خانواده بیشترین تاثیر را در شکل گیری رفتار آینده کودک به عنوان یک فرد بالغ دربر دارد . برای مثال کودکانی که مادران آنها پیوسته و همراه با محبت برایشان از طریق داستان و کتاب و اسباب بازی و بازی و گفتگو ایجاد تحرکات ذهنی اولیه می کنند ، در دوران مدرسه و دبیرستان همیشه نمره های خوبی میاورند و وقتی دیگر اعضای خانواده ، آنها را مورد توجه و محبت قرار دهند در آینده ، به افرادی مطمئن ، با محبت ، شاد ، فعال ، اجتماعی ، از نظر احساس مستحکم و از نظر ذهنی کنجکاو تبدیل می شوند.

در بخشهای بعدی در مورد تاثیر داستان در گرایش به موفقیت و مقایسه ای که میان داستانهای ایران و ترکیه گردیده است می پردازیم .

اکنون می خواهیم بدانیم کار آفرینان در چه جو خانوادگی رشد می کنند .

۱- آموزشهای اولیه برای استقلال ، اتکا به خود ، تصمیم گیری و سختکوشی

مطالعات مربوط به گذشته کارآفرینان نشان می دهد که آنها از خانواده هایی که ارزشهای خاصی برای استقلال و اتکا به خود قائل هستند بیرون می آیند. اکثر کارآفرینان در کودکی یاد گرفته اند که خودشان لباس بپوشند، از خیابان بگذرند... در صورت تنبلی و تقاضاهای بیجا به آنها پاداشی نداده اند ولی در مواردی که از خود استقلال، ابتکار و پشتکار نشان داده اند، تشویق شده و به خاطر آن جایزه گرفته اند. ممکن است اولیای آنها را "آزادیخواه" بخوانید. در محیط خانه قوانین معقول القا کرده و در عین حال به فرزندان این آزادی را می دهند که قوانین و دستورالعملهای خانواده را مورد سوال قرار دهند.

ظاهراً آموزش کودکان برای اتکا به خود، استقلال تصمیم گیری و سختکوشی در سنین پایین رابطه مستقیمی با پرورش کارآفرینی دارد. ما خواهیم دید که کارآفرینان از خانواده هایی می آیند که ناپایدار و غیر متحد بوده و با بحرانهایی نظیر مرگ یکی از والدین، جدایی اولیا، طغیان فرزند علیه اولیا و اخراج فرزند از خانه، مواجه بوده اند. این گونه کودکان تحت فشار بوده و در نتیجه چگونگی سیر کردن شکم، بقا و تصمیم گیری را زودتر یاد گرفته اند.

کارآفرینان کلا از خانواده های کوچک می آیند و اگر از خانواده بزرگی باشند، معمولاً فرزند ارشد بوده و یا یکی از فرزندان وسط می باشند. آنها به ندرت جز آخرین فرزندان لوس و وابسته می باشند.

۲- آموزش زودرس برای کار

به نظر می رسد داشتن اولیای فعال در تجارت یا مشاغل مشابه آن کمک بزرگی در پرورش کودکان جهت کارآفرینی می باشد. چینیهایی از این روش برای کودکان خود استفاده می کنند. کارآفرینان زیادی نیز از خانواده های مهاجران می آیند. مثلاً کارآفرینان چینی در مالزی و اکثر مناطق آسیا، یهودیان در اروپا و ایتالیاییها در استرالیا. دلائل زیادی در این باره ارائه شده است. یکی از این دلایل، عدم وجود محیط مناسب برای کارآفرینی در سرزمینهای اصلی این افراد می باشد. جایکه ممکن است آنها با سنن دست و پاگیر احاطه شده باشند. دلیل دیگر این است که خانواده هایی که مهاجرت می کنند برای یافتن شغل دچار مشکل هستند. بنابراین با دید وسیع تر موقعیتهایی را می بینند که از دید افراد محلی پنهان است.

۳- آموزش زودرس برای کسب و صنعت

خانواده ها به جز آشنا نمودن کودکان برای اتکا به خود، نقش مهمی نیز در آموزش صنعت به آنان دارند. این گونه آموزشهای زود هنگام، کمک موثری برای توفیق کارآفرینان در کارهایشان بوده است.

داستان موفق برخی کارآفرینان بیانگر این مطلب است که آموزش زود هنگام در مهارتهای فنی و صنعتی بیش از مدرک دانشگاهی برای رسیدن به هدف کارآفرینی موثر است. [مقدمه ای بر کارآفرینی - انسنتی و صنایع کوچک دانشگاه فیلپین - ترجمه سیامک نطاق - صفحات ۵۵ تا ۵۸]

در مورد مرگ یکی از والدین مطالعه ای در مورد کارآفرینان مرد در اسرائیل نشان داده که نسبت زیادی از کارآفرینان تمایل به تجربه کردن پدرانیشان دارند علی رغم اینکه وی ضعیف ، ناکارا و یا حتی غایب باشد. نداشتن پدر خود یک لازمه یا شرط برای کارآفرینی و حتی برای عدم موفقیت کارآفرینی نمی باشد . از طریق مطالعات موردی مشخص شد که کسانی که با شرایط بی پدری کنار می آیند میتوانند کارآفرینان موفق باشند ، درحالیکه کسانی که نا امید می گردند ، خود- تخریب شده و از خیال پردازیهای عالی خود بیرون می آیند .

Why entrepreneurs become their own fathers – International Journal of] [psychoanalytic studies – Tel Aviv University

ارزشهای فرهنگی :

ظهور کارآفرینان به ارزشهای فرهنگی و یا آرمانهایی که توسط عامه به عنوان استانداردهای رفتار اجتماعی پذیرفته شده است، بستگی دارد. کارآفرینان معمولاً از فرهنگهایی می آیند که نگرش بخصوصی به فعالیتهایی چون رقابت ، کسب ، وقت ، وضعیت اجتماعی ، کار و پول داشته اند .

۱- آرمانهای رقابت

بسیاری از کارآفرینان از فرهنگهایی آمده اند که آرمانهای رقابت مورد تایید هستند. رقابت خوب می تواند سالم باشد و کارآفرینی در شرایط رقابت سالم شکوفا می شود .

۲- توجه زمانی

کارآفرینان آینده گرا بوده و معمولاً دارای فرهنگی هستند که صرف نظر کردن از رضایت و سود آنی را برای پاداشهای بزرگ آینده محترم می شمارند. فرهنگهایی که زمان حال را براساس آینده بنگرند موجب رشد روحیه کارآفرینی می شوند .

۳- نظریاتی درباره کسب

خرید و فروش یکی از مولدان کارآفرینی بوده است. بسیاری از کارآفرینان موفق امروز، به عنوان فروشنده کاسب ، کار خود را شروع کرده اند. فرهنگ پرورش دهنده کارآفرینی خرید و فروشهای کالاهایی حتی مانند سیگار و ساندویچ را که برای امرار معاش صورت می گیرد محترم شمرده و به آنها به چشم حقارت نگاه نمی کند .

فرهنگی که خواستار پرورش کارآفرینی باشد باید مردم را به خاطر دستاوردهایشان و نه به خاطر مقتضیات تولدشان طبقه بندی کند. سیستم فرقه ای هند، مردم را به دسته های جدا از هم تقسیم می کند. اما در فرهنگهایی که کارآفرینی تشویق می شود (مانند هنگ کنگ، سنگاپور و فیلیپین) فرد میتواند بنا بر فعالیتها و دستاوردهایش در جامعه ترقی یا افت کند. کسی که با صداقت و سختکوشی ثروتمند شده باشد محترم است.

یکی دیگر از منابع مهم فرهنگی در کارآفرینی، اصول اخلاق کاری می باشد. فرهنگ باید کار را به عنوان یک وظیفه دیده و باید کار موثر و صادقانه را راج نهد و در عین حال تنبلی را مورد تنبیه قرار دهد. نمونه این فرهنگ در دوران انقلاب صنعتی دیده شده است. مطالعاتی برای یافتن دلایل ترقی عظیم این کشورها در آن دوران انجام شده است. نتایج نشان می دهد، کارآفرینانی که مسئول ایجاد این پدیده بودند با اصول اخلاق کاری کالوینیست کار میکردند. کالوین یک شخصیت مذهبی پروتستان بود که اعتقاد داشت کار کردن در روی زمین یک دستور الهی است. این عقاید نه تنها به پشتکار افراد کمک کرد بلکه موجب پرهیز از تساهل در آنها شد.

۵- نظریاتی درباره پول

وقتی مردم ارزش بیشتری برای ارزانی و قابل استفاده بودن قائل شوند و زیبایی و دوام را در نظر نگیرند در حقیقت موجب تشویق کارآفرینی شده اند.

مردم صرفه جو که قدر پول را میدانند خرید کالاهای لوکس را هدر دادن پول می دانند. اینگونه تفکرات موجب اختراع و ابتکار می شود زیرا کارآفرینان سعی می کنند راههایی برای تولید کالاهای ارزانتر و پرفایده با استفاده از مواد، روشها و ماشین آلات بیابند. [مقدمه ای بر کارآفرینی - انسنتی و صنایع کوچک دانشگاه فیلیپین - ترجمه سیامک نطاق - صفحات ۵۸ تا ۶۰]

به این دلیل به مبحث فرهنگ پرداختیم که فرهنگ مجموعه ای از ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می دهند و فرهنگ و خانواده بر یکدیگر اثر گذار می باشند.

در مورد خرده فرهنگ کارآفرینی باید گفت که قسمت اعظم آن در جوامع کنونی متأثر از نهادینه شدن فرهنگ علم در جامعه است. فرهنگ کارآفرینی در محیطی امکان پذیر است که هنجارهای غالب بر آن محیط، ارزشها و باورهای فرهنگ کار و علم را تقویت نمایند.

حال قصد آن داریم که به بررسی خانواده در چند کشور پرداخته و تاثیر رفتارها و هنجارهای خانواده را بر کارآفرینی مشاهده نماییم.

در ابتدا جوامع اروپایی و در میان آنان کشور آلمان را بررسی می کنیم ، در مورد کشور آلمان به مقایسه کارآفرینی و تاثیر خانواده بر آن میان کارآفرینان آلمانی و مهاجران ترک می پردازیم .

اروپا:

به دلیل نبود مفهومی عملیاتی برای پاسخ به این پرسش که چرا سطح شروع به کارکسب و کار در اروپا پایین تر از آمریکا می باشد، دانشمندان شروع به توجه به عواملی نموده اند که منجر به افزایش نرخ شروع به کار (راه اندازی) می گردد مانند عوامل فرهنگی، جغرافیایی، اجتماعی، اقتصادی، مالی و... [توجه مابه عوامل اجتماعی و حمایت خانواده معطوف است و به این بخش میپردازیم]

در مقایسه با ژاپن نرخ شروع به کار فعالیت‌های کسب و کار در اروپا بیشتر است و یک دلیل آن اینست که فرهنگ فردگرایی در اروپا بیش از ژاپن می باشد. این امر سبب میگردد که تصمیم فردی برای آغاز به یک کسب و کار در اروپا بیشتر مورد پذیرش قرار گیرد تا در ژاپن. با وجود این حس رقابتی در اروپا کمتر از آمریکا است و گفته می شود که اروپاییها برابرگراتر می باشند.

[۴] **Fostering entrepreneurship in Europe – Dennis De - p۳**

آشکار است که عوامل اجتماعی با پیشینه فرهنگی یک جامعه مرتبط می باشد. این بویژه در درک یک خانواده درست می باشد یعنی توجه به نقش زنان در جامعه، اقلیتها و بطور کلی در موفقیت جامعه.

اهمیت ارزشهای خانواده برای کارآفرینی در نخستین نگاه آشکار نیست. با این حال شواهدی از مطالعات تجربی نشان می دهد که بیشتر کارآفرینان کسب و کارشان را بدون حمایت و پشتیبانی خانواده راه اندازی نمی کنند. آنها تصور می کنند که این حمایت در زمان بحران و بخصوص ابتدای شروع به کار اساسی بوده و عاملی مهم در موفقیت می باشد.

در مورد پشتیبانی خانواده باید گفت، تمایل خانواده به حمایت از یک مسیر شغلی ارتباط نزدیکی با ارزشهای آن که بشدت تحت تاثیر جامعه قرار دارد می باشد. مطالعات در کسب و کارهای خانوادگی نشان می دهد که برخلاف پنجاه سال پیش، احتمال کمتری وجود دارد که نسل کنونی وارث کسب و کار آن را بعنوان وظیفه شان ادامه دهند. تاحدی این در مورد همسرانی که نمی خواهند ساعات کار طولانی و نداشتن وقت آزاد که معمولا کارآفرینان متحمل می شوند کار کنند صدق می کند. دلایل این امر پیچیده است؛ درجه فردگرایی میتواند بیان شود. تلاش برای بهبود موقعیت اجتماعی کارآفرینان مطمئنا راهی برای نشان دادن این مبحث می باشد.

[Fostering entrepreneurship in Europe – Dennis De – p۲۰]

در مورد زنان نیز باید گفت که آنان در بیشتر کشورهای اروپایی کمی بیش از نیم دیگر جامعه به حساب می آیند ، اما تنها ۲۲.۴ درصد کل کارآفرینان زن هستند .(سال ۲۰۰۰) خانواده و مسئولیت برای فرزندان معمولترین دلیل برای این تناقض است . تعداد کمی از کشورهای اروپایی از این نقطه ضعف کارآفرینانه برآمده اند بوسیله ایجاد زیر ساختی که چنین وضعیتی را کاهش دهد .اما به هر حال بسیاری از این کشورها چنین نکرده اند .دلیل این امر تا حدی این است که مادرانی که فرزندان کوچک دارند نمی توانند همانند کارآفرینان وقت زیادی صرف کار کنند .

در مورد اقلیتها نیز ، مطالعاتی که در آلمان و انگلستان انجام شده نشان می دهد که اقلیتها درصد بالاتری از راه اندازی کسب وکار رانشان میدهند . بیشترین دلیل برای این امر دشواریهایی است که این گروهها برای استخدام شدن با آن روبرو می گردند ، به همین دلیل ترجیح می دهند که دست به انجام فعالیت کارآفرینانه بزنند .یک دلیل هم می تواند امتیازات کسب وکار برای گروههای اقلیت باشد . این امتیازات ایجاد کارهای ریسک دار را هموار می کند . بنابراین همانطور که به نظر می رسد توانایی جامعه برای منسجم نمودن اقلیتها درگرایش اعضای یک اقلیت که ممکن است یک مسیر کاری کارآفرینانه را برگزینند موثر می باشد .

[۵&Fostering entrepreneurship in Europe – Dennis De – p۴]

در نهایت ترویج کارآفرینی با در نظر گرفتن رشد اقتصادی ، رقابت و خلق شغل دیده می شود . اما این مفهوم دربرابراثراتی که بر جامعه دارد کوچک است . در واقع ، هر تغییر در اقتصاد که رقابتی و ساختاری باشد منجر به تغییرات مهم در جامعه می گردد . این بر برنامه زندگی فردی بویژه در جوانان و افزایش درجه اتکا به خود تاثیر می گذارد . در این زمینه ، ترویج کارآفرینی و همینطور خود اشتغالی ، افراد جامعه را با انتخاب مسیر شغلی ای که متناسب تر با برآوردن تقاضاهای متغیر اقتصادهای فراصنعتی باشد مجهز می کند . در این زمینه ترویج کارآفرینی نه تنها یک وظیفه اقتصادی بلکه وظیفه ای اجتماعی می باشد . عواملی که کارآفرینی را تحت تاثیر قرار می دهند در همه کشورهای اروپایی مشترکند و این بستگی دارد به اینکه آنان چگونه کارآفرینی را تشویق نمایند .

[Fostering entrepreneurship in Europe – Dennis De – p۲۱]

آلمان :

در این قسمت قصد داریم مطالعه ای که در کشور آلمان در زمینه مقایسه وضعیت خانوادگی و تاهل خوداشتغالان و کارآفرینان آلمانی و مهاجران ترک انجام شده است را بیان نماییم .

با اینکه کارآفرینی در آمریکا و دیگر کشورهای مهاجرپذیر شکوفایی اقتصادی بوجود آورده در مقایسه، فعالیتهای کارآفرینانه در آلمان بسیار کم میباشد .

با توجه به تئوری سرمایه انسانی، مهاجران یک گروه خود-منتخب (self-selected) وافرادی معقول هستند که ریسکها را به منظور حداکثر نمودن درآمد و زندگی بهتر میپذیرند. مهاجران بیش از دیگر گروهها تمایل به خود اشتغالی دارند و افراد خوداشتغال سخت کار میکنند تا رویاهایشان را محقق سازند و در این فرایند است که شغلها و فرصتهای جدید می آفرینند .

تحقیقات اخیر در زمینه خود اشتغالی در اروپا و بویژه در آلمان، آمریکا و دیگر کشورهای مهاجرپذیر، نقش تواناییهای مدیریتی و دیگر تواناییهای فردی، پیشینه خانوادگی، موقعیت شغل، محدودیتهای مالی، ماهیت کار و دیگر فاکتورهای مرتبط با خود اشتغالی را نشان می دهد .

Turks, and ,What makes an Entrepreneur and Does it pay? Native Men]
Bonn- ۲۰۰۳- other Migrants in Germany- University of Pennsylvania and Iza
[p۲

تحقیقی در آمریکا نشان داد که مهاجران خوداشتغال نه تنها در آمدسالانه بالاتری نسبت به کارکنان حقوق بگیر دارند بلکه درآمد آنها از خوداشتغالان محلی نیز بیشتر است . در میان مهاجران، کارآفرینان از سطح تحصیلات بهتر برخوردار بوده و بیش از دیگر مهاجران درآمد دارند .

Turks, and ,What makes an Entrepreneur and does it pay? Native Men]
Bonn- ۲۰۰۳- other Migrants in Germany- University of Pennsylvania and Iza
[p۳

Borooah و (Hart ۱۹۹۹) در مطالعه ای در مورد تفاوتهای خوداشتغالان هندی و سیاه پوستان در بریتانیا دریافتند که نسبتهای اجتماعی مرتبط با تشکیل خانواده حداقل به اندازه ویژگیهای فردی با اهمیت هستند.

Turks, and ,What makes an Entrepreneur and does it pay? Native Men]
Bonn- ۲۰۰۳- other Migrants in Germany- University of Pennsylvania and Iza
[۶&p۵

در آلمان ترکها بزرگترین گروه مهاجران به این کشور با یک سنت کار آفرینانه قوی می باشند و دو برابر دیگر مهاجران خود اشتغالی را بر می گزینند. در سال ۲۰۰۲ کار آفرینان ترک در آلمان ۶۹ درصد همه کار آفرینان (ترک) در سراسر اتحادیه اروپا را تشکیل می دادند.

در مقایسه خوداشتغالان آلمانی و مهاجران ترک باید گفت که مردان آلمانی خوداشتغال درآمد بیشتری با ساعات فعالیت بیشتر در هفته بدست آورده ، امتیازات پرستیژی بالاتر داشته و متاهل می باشند. بعبارت دیگر مهاجران خوداشتغال بایک تصدی طولانی تر بیشتر کسب درآمد می نمایند اما با یک جریمه مزد برای ازدواج روبرو می شوند.

Turks, and ,What makes an Entrepreneur and does it pay? Native Men]
Bonn- ۲۰۰۳- other Migrants in Germany- University of Pennsylvania and Iza
[p۷]

وضعیت متاهل در خوداشتغالی دو نقش متعارض بازی می کند. از یک طرف ازدواج ثبات میاورد ، و مشخص شده است که مردان متاهل از طریق تقسیم کار و تولید خانوادگی بهره ورتی می باشند. خوداشتغالی می تواند گزینه ای مناسب برای افراد متاهل باشد زیرا که می تواند سبب انعطاف پذیری در اختصاص وقت میان کار و خانواده گردد. علاوه بر آن مردان متاهل می توانند حمایت همسرشان سود برده و در کمک وی به کسب و کارشان حساب کنند. این مردان همینطور می توانند روی درآمد همسرشان نیز در صورتیکه وی شاغل باشد حساب کنند. این موضوع در مورد مهاجران محتمل تر است. بعبارت دیگر ، خوداشتغالی بعنوان کاری پرخطر به حساب می آید و مردان متاهل مهاجر ممکن نیست این گزینه را بویژه هنگامی که خانواده بر درآمد آنان متکی باشد انتخاب کنند.

مهاجران در آلمان ازدو جهت به خود اشتغالی روی می آورند. یکی کسانی که خود را متعلق به جامعه آلمان نمی دانند و دیگر کسانی که خوداشتغالی را برای موفقیت انتخاب نموده و می خواهند کسب و کاری برای فرزندانیشان به جا بگذارند.

Turks, and ,What makes an Entrepreneur and does it pay? Native Men]
Bonn- ۲۰۰۳- other Migrants in Germany- University of Pennsylvania and Iza
[p۱۲&۱۳]

از لحاظ مقایسه باید گفت نمونه هایی از همه گروههای کاری (خوداشتغالان و حقوق بگیران) مورد مقایسه قرار گرفتند که در نتیجه آن قسمت عمده مردان متاهل بودند . ترکها بیشترین سهم مردان متاهل را نسبت به دیگر

مهاجران و آلمانیها تشکیل می دادند. درصد بیشتری از آلمانیهای خوداشتغال دارای فرزند کوچک بودند نسبت به مردان حقوق بگیر، در حالیکه میان مهاجران چنین تفاوتی وجود نداشت.

اما در نهایت نتایج این مطالعه نشان داد که در میان مردان آلمانی احتمال انتخاب خوداشتغالی با متاهل بودن کاهش می یابد. با کمال تعجب دریافته شد که ازدواج عاملی منصرف کننده در کارآفرینی مردان آلمانی می باشد. با توجه به تئوری و نتایج تجربی در دیگر کشورها زنان در صورت شاغل بودن در شغل های همسرشان به آنان کمک مالی می کنند و مردان در کمک مستقیم آنان در کسب و کار حساب می کنند. اما نتیجه برای آلمان ممکن است بدلیل ایدئولوژی سنتی "نان آور خانواده" در خانواده آلمانی توضیح داده شود. و آن این است که زنان آلمان غربی سنت طولانی ماندن در خانه و نگهداری کودکان و خانه را داشته و به درآمدهای همسران خود برای تامین زندگی متکی می باشند. نتیجتاً خوداشتغالی که میتواند کاری ریسک دار باشد گزینه ای بهینه برای انتخاب مردان آلمانی نمی شود.

در عین حال مردان آلمانی خوداشتغال که متاهل می باشند ۲۱ درصد بیش از دیگر مردان درآمد دارند. به نظر می آید که مدل نان آور خانواده آلمانی به مردان اجازه می دهد که بیشتر در کسب و کار خود متمرکز شده و بیشتر خواهان موفقیت در آن بشوند.

اما در مورد مهاجران خوداشتغال در نمونه بررسی شده، با ازدواج درآمد ۳۶ درصد کاهش یافت. یک توضیح ممکن برای یافته ساختار متفاوت خانواده مهاجران می باشد. اگر زنان مهاجر در کسب و کار خانوادگی کمک نمایند این میتواند اثری گیج کننده بر درآمد داشته باشد زیرا درآمد از طریق کار خانوادگی تقسیم می شود. بعلاوه، اگر زنان مهاجر کار کنند مردان می توانند به درآمدهای آنها تکیه کنند. و در نهایت کنترل ویژگیهای بازار نشان داد که درآمد مهاجران ترک تفاوتی با دیگر گروههای مهاجر ندارد.

Turks, and ,What makes an Entrepreneur and does it pay? Native Men]
Bonn- ۲۰۰۳- other Migrants in Germany- University of Pennsylvania and Iza
[p۲۱-۲۳]

در مورد آلمان طبق مشاهدات، برای زندگی خانواده های پرجمعیت محله های خاصی وجود دارد که همه گونه امکانات برای تفریح کودکان موجود میباشد. علاوه بر این تا حدود سن ۱۲ سالگی به کودک اجازه تماشای تلویزیون داده نمی شود، درازای آن بچه ها با حضور در کلاسهای مختلف انواع مهارتها را کسب می کنند برای مثال یک دختر بچه ۵ ساله قادر به پخت شیرینی و حتی بافتنی می باشد. این امر گویای این است که آموختن مهارتهای زندگی از سن پایین با اهمیت می باشد.

فرانسه :

در خانواده فرانسوی نیز کودک از سنین بسیار پایین مثلا ۴ سالگی با مفهوم پول در برابر کار آشنا میشود. خانواده به او می آموزند که در برابر کارهای کوچکی که در خانه برای کمک انجام می دهد می تواند پول دریافت کند. همینطور در خانواده فرانسوی به زمینه علاقه فرزند اهمیت بسیاری داده می شود و وی در جهت علاقه اش تشویق می گردد و اجازه پیدا می کند در جهت آن علاقه اطلاعات و مهارتهای لازم را کسب کند و از این جهت مورد اعتراض والدین قرار نمی گیرد.

چین:

چینیهای آسیای شرقی:

عموما ویژگیهایی نظیر ریسک پذیری، پافشاری، مرکز کنترل داخلی و عوامل برانگیزاننده ای مانند عشق به پول به فرهنگ آسیای شرقی مربوط نیستند.

بیشتر جمعیت سنگاپور و هنگ کنگ چینی اند. این دو کشور علاقه ای

عمیق به توسعه روح کارآفرینانه در مردم دارند. در سنگاپور تلاشها در جهت ترویج رفتار یا فرهنگی مناسب با کارآفرینی می باشد. این دو کشور به دلیل روح رقابتی و اقتصاد بازشان به ببرهای آسیا شناخته میشوند.

در سنگاپور بشدت کمبود کارآفرین وجود دارد و یکی از دلایل آن تحمل کم برای شکست است.

بطور کلی چینیها و مردم آسیای شرقی از ابهام می پرهیزند و به دنبال اطمینان می روند. فرهنگ چینی تمایل به رفتار قابل پیش بینی داشته و قانون شکنی را تحمل نمی کند. پس در چین کسیکه ریسک می پذیرد احتمال بیشتری وجود دارد که دارای روحیه کارآفرینانه باشد.

در فرهنگ چین این عقیده نیز وجود دارد که سرنوشت یا نیروهای فرا طبیعی نتایج شخصی را تعیین می نمایند. بنابراین در چینیها عموما مرکز کنترل خارجی بیش از مرکز کنترل داخلی (که از ویژگیهای کارآفرینان می باشد) مورد تاکید است.

در هر حال چینیها به نوآور بودن شناخته نمی شوند. یک دلیل هم محیط پدر سالانه حاکم بر چین است. سلسله مراتب تعریف شده با نقشهای روشن برای هریک از اعضای خانواده از خلاقیت و نوآوری جلوگیری می کند، همینطور برحذر نگه داشتن خود از خطر نیز تشویق کننده نوآوری نمی باشد.

(Lodge ۱۹۷۵) بحث کرد که فرهنگ فردگرا، کارآفرینی را تشویق می کند زیرا که به فرد اجازه می دهد هرچه می خواهد انجام دهد، در برابر فرهنگ چینی به عنوان فرهنگی جمع گرا شناخته می شود جایکه منعیهای اجتماعی یک نقش کارساز در همه جنبه های زندگی بازی می کند. البته این جمع گرایی بیشتر به رابطه فرد با اعضای خانواده و دوستان نزدیک برمیگردد تا در رابطه با گروههای بیرونی.

از سوی دیگر اخلاق کار سخت کنفوسیوسی چینیها را بسوی عقایدی هدایت می کند که معتقدند کار کردن زندگی کردن است.

Don & Entrepreneurial Spirit among East Asian Chinese – Swee Hoon Ang]

[G.P.Hong-۲۰۰۰-p۲۸۵_۲۹۲

نیاز به موفقیت بعنوان یک ویژگی کارآفرینانه شناخته می شود. این ویژگی در میان چینیها که تلاش بیشتری در جهت موفقیت نموده و منظم تر هستند بیش از آمریکاییها یافت شده است. آنان به این دلیل نیاز به موفقیت دارند که می خواهند وجهه خود را حفظ کنند. محققان مشاهده نموده اند که از سنین پایین، کودکان برای تعقیب موفقیت آموزش داده می شوند.

هنگ کنگیها و سنگاپوریها نیز توفیق گرا می باشند و هنگ کنگیها فقیر بودن را گناه میدانند.

کسب و کارهای خانوادگی چینی بعنوان ارث پدری شناخته می شوند و جایکه سلسله مراتب پدرسالارانه وجود دارد، مسئولیت، تعهد متقابل، جو خانوادگی و حمایت بوجود می آید.

در چین بزرگ خاندان بسیاری از کسب و کارهای خانوادگی، تمایلی به دست کشیدن از کنترل ندارند که این سبب مدیریت ضعیف می گردد.

نتایج نشان داد که روح کارآفرینانه در چین بوسیله انگیزه هایی نظیر پول و امنیت پرورش داده شده است و کارها بدلیل پروژه هایی خاص انجام می گیرد. برای مثال مبادرت به ایجاد یک کسب و کار ممکن است برای نیاز به پول برای آموزش پسر باشد. یا کسبی دیگر ممکن است به دلیل نیاز به تهیه جهیزیه برای دختر انجام گردد. وجود چنین اهداف خاصی به کارآفرینان برای شناسایی نیازهای اجتماعی که می تواند بوسیله کسب سود از کسب و کار پرخطر برآورده شود کمک کند. این بویژه در مورد چینیها بسیار مربوط است زیراکه خانواده بعنوان یک مفهوم مرکزی در جامعه چین می باشد. همچنین این اهداف خاص روح کارآفرینانه را برای انجام کارهای پرخطر زنده نگه می دارد.

بطور کلی خانواده نقش فعالی در توسعه شرکتها در چین بازی می کند. کارآفرینان هم در راه اندازی وهم در توسعه بر اعضای خانواده تکیه می کنند. اکثر کارآفرینان حداقل یکی از اعضای خانواده را بطور تمام وقت در کار دخیل می کنند. آنها همینطور از کمک مالی خانواده برای شروع به کار بهره می برند.

موضوع دیگر در مورد خانواه چینی این است که والدین فعال در تجارت یا مشاغل مشابه آن, کودکان را در دوران رشد در فعالیتهایی نظیر فروش, شمارش پول, پول خرد کردن, بازار و تحویل کالا درگیر می کنند.

اولیای چینی آموزش را هم به عنوان بازی وهم به عنوان تعلیم برای کودک در نظر می گیرند. در اوقات تابستان یا کریسمس در بازارهای چین دختران و پسران جوانی در حال کمک به پدر ومادر خود دیده می شوند. آنان از اوقات فراغت خود برای یادگیری تجارت عاقلانه استفاده می کنند.

[مقدمه ای بر کارآفرینی – انستیتو صنایع کوچک دانشگاه فیلیپین-ترجمه سیامک نطاق – صفحه ۵۷]

مقایسه مادران چینی و هندی :

مادران چینی و هندی تحت تاثیر فلسفه های کنفوسیوسی و هندو قرار دارند. اگر والدین اعتقاد به طبیعت و نیروهای از پیش تعیین شده داشته باشند که پیشرفت را محدود می کند آنها احتمالاً تفاوت های میان فرزندان را پذیرفته و در عین حال احتمال کمتری وجود دارد که یک فرزند را به کسب موفقیت فراتر از سطح معین سوق دهند. در تفکر کنفوسیوسی, محیط بیشترین تاثیر را بر پیشرفت کودک دارد و به همین دلیل والدین به تامین بهترین محیط ممکن برای رشد فرزندان توصیه می شوند.

هندها ارزش تلاش را بیشتر تشخیص داده اند اما تفاوت های فردی بدلیل اعتقاد به محدودیتهای پیشرفت توسط نیروهای از قبل تعیین شده رانیز پذیرفته اند. (به نوعی تناقض در تفکر هندی در زمینه اعتقاد به مرکز کنترل داخلی وتاثیر فرد در تعیین سرنوشت خویش برمیخوریم)

جوامع سنتی چینی وهندی هر دو سلسله مراتبی و پدرسالار می باشند وتولد در خانواده گسترده, سن وجنس موقعیت اجتماعی را تعیین می کنند. در ویژگیهای خانوادگی سنتی هر دو جامعه نیز مادر مهربان و پدر سخت گیر به چشم می خورد ومادر دارای کنترل بر فرزندانش میباشد.

والدین چینی بدلیل اعتقاد به اینکه کودک توان فهمیدن ندارد با اومهربان می باشند اما هنگامیکه به سن فهمیدن رسید او را در نظام سختی قرار می دهند. در تفکر هندی نیز کودک تا ده سالگی بیگناه است .

در خانواده های هندی وابستگیهای قومی همچنان وجود دارد. در خانواده های چینی نیز مسئولیتها و وابستگی اعضای خانواده همچنان مورد تاکید می باشد .

در تفاوت دانش دانش آموزان آسیایی و غربی به این نتیجه رسیده شده است که دانش آموزان غربی برای برآوردن اهداف فردی خویش تلاش نموده و کار را به خوبی انجام می دهند، اما دانش آموزان آسیایی به این دلیل تلاش می کنند که انتظارات والدینشان را برآورده سازند .

مفهوم آموزش در واقع ایدئولوژی شیوه های پدر و مادرهای آسیایی را منعکس می کند که مختص به چینیهایی نیز نمی باشد .

نتایج نشان می دهد که مادران چینی عقیده دارند که استفاده از اجبار ، که توسعه احساسی اجتماعی را در فرزندان تشویق می کند مانع از دستیابی به رفتار فرزندی و موفقیت تحصیلی (دانشگاهی) می شود. در هر دو فرهنگ توسعه احساسی اجتماعی بطور مثبت به استفاده از روشهای آمرانه مربوط میگردد. (منظور اینست که مادران هندی میان روشهای اجباری و موفقیت فرزندانشان رابطه مثبت می بینند برخلاف مادران چینی)

دیگر اینکه در دو کشور افراد تحصیلکرده دانشگاهی از حقوقی متفاوت از دیگران برخوردارند، با اینکه این تفاوت سطح حقوق در چین به اندازه هند نمی باشد، پدر و مادرهای چینی فرزندان را به دستیابی به موقعیتهای شغلی بالاتر تشویق می کنند .

در چین کنترل فرزندان که ویژگی آمرانه والدین است در زمینه عشق به خانواده روی می دهد، یعنی پذیرش آن از سوی فرزند به جای دشمنی. اما در هند به دلیل ارزش یکسان فرزندان در فرهنگ، چنین نمی باشد .

Practices in Chinese Links Between Socialization Goals and Child-Rearing] University-۲۰۰۳- and Indian Mothers-University of Hong Kong ,Clark

[p۴۷۵_۴۸۵

در مورد کشور هند نکته ای که لازم به ذکر است این است که طبق گزارش **GEM** یا ناظر کارآفرینی جهانی فرهنگ هند مروج کارآفرینی نمی باشد . همین طور در این کشور با توجه به انعطاف ناپذیریهای اجتماعی ، احتمال اینکه زنان هندی کارآفرین شوند به اندازه نیم مردان می باشد .

آمریکا :

در آمریکا ۷۰ درصد همه تولیدات و ۸۰ درصد همه شغلها هر ساله در نتیجه کسب و کاهای کوچک /بخش کارآفرینانه بوجود می آیند .

تاکیدی که در ایدئولوژی غرب بویژه آمریکا بر کار بعنوان "بروز جوهر اصلی وجود انسان" شده است و اینکه حیات انسان با کار تبلور می یابد نشان اهمیت یافتن کار در این جامعه به عنوان ارزش فی نفسه است

رشد کسب وکار در آمریکا همواره موردتوجه دانشمندان اروپایی بوده است. فیلسوفی بنام هندی به ویژگی خوش بینی مردم آمریکا توجه نمود و اینکه آنان اعتقاد بی چون و چرا به این دارند که فردا میتوانند و باید بهتر از امروز باشند. [کارآفرینی - مهندس علی شاه حسینی - صفحات ۹۸ و ۹۹]

درمقایسه با اروپاییها, مردم آمریکا ریسک پذیرتر می باشند. همینطوردر اروپا در حالیکه ترس از دست دادن دارایی عاملی در کاهش ایجاد کسب و کارهاست, توازن میان کار و زندگی خانوادگی عاملی بسیار مهمتر در تصمیم گیری اروپاییها به ایجاد کسب وکار نسبت به آمریکاییها می باشد.

[Entrepreneurial attitudes in Europe and US]

در جامعه کنونی آمریکا, بیشتر خانواده را مرکزی می دانند که عملیات فرد از آن سرچشمه می گیرد. بطوریکه جاماکی در ۱۹۴۸ اظهار کرده است: "ارزشهای فرد را بایستی در زندگی خانودگی جستجو کرد نه در خصوصیات و مشخصات خانواده". این ارزشهای بنیادین در فرایند اجتماعی شدن و به هنگام آموزش آنها به کودک حاصل میشود و به جای منشا خانوادگی منشا فردی دارد. به کودک می آموزند که بعنوان یک فرد عمل کننده مستقل, نه بصورت جزئی از متن خانواده, مفاهیم را برای خود بیابد. نظام قانونی آمریکا با طرز رفتار و برخورد با افراد بعنوان یک فرد عمل کننده مستقل, این ایده را تشویق و ترغیب می نماید.

[سوسن سیف- تئوری رشد خانواده]

خانواده آمریکایی, اقتصاد و چشم انداز اجتماعی بطور اساسی تغییر شکل یافته است. بنیادی در این کشور بنام بنیاد نیروی کار آمریکای جدید و برنامه خانواده, در جهت آموزش فعالیت نموده و سیاستگذاران را در ارائه راه حل های جدید برای تقویت خانواده و کارآفرینی به کار میگیرد.

در این زمینه برای تقویت آمریکاییها با مهارتهای بیشتر و کنترل زمان و ارتقا رقابت در اقتصاد برای انجام فعالیتهای کارآفرینانه و همینطور در موضوع خانواده و کودکان تحقیقاتی انجام و کنفرانسهایی نیز برپا می شود.

در موضوع خانواده، بسیاری از زنان دارای فرزند توازن میان کار و تعهدات خانوادگی را چالش برانگیزی می‌یابند. بنابراین برنامه ریزی کار و کارآفرینی راه‌حلهایی را برای کمک به کارآفرینان ارائه می‌نماید.

در داستانی که بر مبنای واقعیت توسط **Robert Kiyosaki** نگاشته شده تلاش میکند که به خانواده‌ها نشان دهد که آنان نبایست به سیستم مدرسه برای آموزش فرزندانشان در مسائل مالی تکیه کنند. این داستان که ماجرای دو پدری با تحصیلات بالا که هرگز آخرام پول کافی نداشته و نهایتاً نیز فقیر درگذشت و دیگری پدری از زمره ثروتمندترین مردان هاوایی که در ۱۳ سالگی از مدرسه اخراج میشود می‌باشد. این داستان به والدین آموزش میدهد که چگونه به فرزندانشان درباره پول برای موفقیت در آینده آموزش دهند می‌باشد.

[Rich Dad Poor Dad - Robert Kiyosaki]

ایران:

به نظر می‌آید در جامعه ایران، تحولات نظام شخصیتی تاکنون به گونه‌ای نبوده است که بتواند در سطح خرد یعنی فردی شرایط لازم را برای توسعه اقتصادی - اجتماعی جامعه فراهم کند.

در اینجا قصد داریم که به بیان مطالعاتی که در این مورد انجام گرفته است بپردازیم.

در تازه‌ترین تحقیق صورت گرفته توسط چلبی تحت عنوان "بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران" که از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۷۸ ادامه یافت، محقق با بررسی نمونه‌هایی در حدود ۲۰۲۱ نفر از چند شهر کشور به هفت نوع عمومی شخصیت با درصد فراوانیهای مختلف رسید که از آن میان بیشترین درصد متعلق به شخصیت نوع متوسط بوده (۲۷.۳) و درصد نوع شخصیت فعال ۴.۴ درصد بود. کسانی که دارای شخصیت فعال می‌باشند، اغلب آمادگی روبرو شدن، تطابق، سازگاری و هم‌نوایی با محیط‌های اثباتی متنوع و جدید را دارند. این دسته از افراد به طور کلی طالب موفقیت در امور مختلف زندگی هستند و در همان حال مایلند روی محیط خود کنترل ابزاری و نظارت داشته باشند. شخصیت متوسط هم دارای تمایلی به فعال شدن در محیط به صورت ابزاری در حد متوسط دارد. این شخص معاشرت پذیر بوده و به خانواده، دوستان و جامعه خود علاقه مند، پای بند و امیدوار است. این شخصیت تمایل دارد در روابط اجتماعی آسان‌گیر و بردبار باشد. بعلاوه، در خود احساس آرامش می‌کند و در مواجهه با مشکلات معمولاً سر درگم نمی‌شود. شخصیت آرام - اجتماعی نیز همین ویژگیها را دارا می‌باشد که از درصد ۳.۱ برخوردار است.

از جمله بررسیهایی که به ابعادی از شخصیت ایرانی پرداخته اند، مطالعه مک کله لند با عنوان "منش ملی و رشد اقتصادی در ایران و ترکیه" در سال ۱۹۶۳ می‌باشد. فرضیه وی ارتباط نیاز به موفقیت بالا و رشد اقتصادی سریعتر بود. این فرضیه ملهم از مطالعه افرادی است که الگوهای تفکرشان در داستانهای تخیلی انعکاس پیدا کرده است. وی ۲۱ داستان از مجموعه داستانهای کتابهای درسی ۲۳ کشور در سال ۱۹۲۰ و ۴۰

کشور را در حدود ۱۹۵۰ بررسی کرده است. ایران و ترکیه به این دلیل برای مطالعه موردی - مقایسه ای انتخاب شدند که در زمینه مشخصات پیشینه ای مشابه بودند، اما میزان رشد اقتصادی شان متفاوت بوده است. پرسش این بود که چرا ترکیه با وجود اینکه در سال ۱۹۲۰ شرایط مشابهی با ایران داشته، به رشد سریعتری دست یافته است. البته هر دو کشور از از کشورهای بزرگ خاورمیانه و از نظر اعتقادات، منابع طبیعی و انرژی تقریباً یکسان هستند. در سال ۱۹۵۰ ترکیه در زمینه های اقتصادی - تولید نیروی برق، تولید ناخالص ملی، مصرف فولاد و احداث جاده - از ایران پیش افتاد.

در مجموع می توان نتیجه گیری کرد که سطوح نیاز به موفقیت بالا که در داستانهای کودکان تشخیص داده شد با نرخ رشد سریعتر اقتصادی هم بسته است. بنابراین، نیاز به موفقیت به طور کیفی در ترکیه بیش از ایران است. امتیاز نیاز به موفقیت در داستانهای کودکان ترکیه خیلی بالا و بالاترین امتیاز در میان ۴۰ کشور بود. در حالیکه در مورد داستانهای کودکان ایران خیلی پایین و در حقیقت در پایین ترین چارک امتیازات ۴۰ کشور قرار داشت. داستانهای کودکان ایران، موید الگوهای تمامیت خواه و نیاز به پیوندهای اجتماعی پایین و نیاز به قدرت بالا است نسبت به ترکیه.

در پاسخ به این پرسش که چرا سطح نیاز به موفقیت در ایران پایین است، مک کله لند به وضعیت خانواده و اقتدار پدر اشاره می کند. بعضی از تحقیقات نشان می دهند که پدران مقتدر به این امر گرایش دارند که پسران خود را با نیاز به موفقیت کم تربیت کنند. پسران یاد نمی گیرند اهدافی برای خود تعیین و راههای دست یابی به آنها را پیدا کنند.

حال به مطالعه ای که در مدارس ابتدایی منطقه ۶ تهران صورت گرفت و در آن از روش پرسشنامه (تکمیل شده توسط والدین) استفاده شد اشاره میکنیم. تمامی فرضیه های این مطالعه تایید شد که نتایج آن از این قرار می باشد:

۱- رابطه جنسیت و شخصیت اجتماعی، که دختران از شخصیت پیشرفته تری برخوردار بودند. این امر شاید به دلیل مراقبت و حساسیت خانواده ها در تربیت دختران و شرایط اجتماعی مناسب و انگیزه های بیشتر دختران برای مشارکت و حضور فعال در جامعه باشد.

۲- رابطه مثبت شخصیت اجتماعی با میزان تحصیلات پدر

۳- رابطه مثبت شخصیت اجتماعی با میزان تحصیلات مادر

۴- افزایش شخصیت اجتماعی با افزایش پایگاه شغلی پدران

۵- رابطه مثبت خواندن کتاب قصه برای فرزندان در منزل توسط والدین و متغیر شخصیت اجتماعی

۶- رابطه مثبت تقسیم کار در امور خانوادگی و شخصیت اجتماعی

[نقش خانواده در تکوین شخصیت اجتماعی دانش آموزان - نامه پژوهش فرهنگی , شماره ۶]

از لحاظ فرهنگی در جامعه ما با وجود عناصر مثبت در فرهنگ آرمانی دینی که در آن به کار ارزش بسیار داده میشود و تاکید بر ارزش اکتسابی به جای انتسابی , ارزشهایی در جامعه غلبه دارد که اخلاق کاروبه تبع آن کارآفرینی را تضعیف می کند. از سوی دیگر نیز در فرهنگ عمومی و اعتقادات دینی با وجود باورهایی همچون بی اعتنایی به مال دنیا , زشت شمردن انگیزه های مادی , تقبیح رفتار سودطلبانه , تاکید بر بی وفایی دنیا و کفایت حداقل معیشت نمی توان انتظار کار و تلاش فوق العاده همچون کشورهای پیشرفته داشت .

[کارآفرینی - مهندس علی شاه حسینی - صفحات ۱۱۲ و ۱۱۳]

البته در فرهنگ ایرانی در گذشته اهمیت بسیاری به کار داده می شد و فقر نیز به عنوان امری مضموم شناخته می گردید . اما با آشنایی فرهنگ ایران با هند , عناصری از آن فرهنگ به فرهنگ ایرانی منتقل شد نظیر ریاضت و ترک دنیا که تا با فرهنگ ایرانی چندان قرابتی نداشته است .

در نسلهای پیشین در کشور ما همانگونه که هم اکنون در جوامع و خانواده های غربی مشاهده می شود , فرزندان از سنین کودکی و نوجوانی با مفهوم کار و درآمد آشنا می گردیدند (بیشتر فرزندان پسر) بطوریکه حتی در خانواده های ثروتمند نیز شاگردی فرزند و یادگیری کار در حرفه ای مضموم شناخته نمیشد . به این ترتیب فرزندان در سنینی پایین تر نسبت به امروز مستقل می گردیدند . البته در این زمینه و نقش تحصیل در افزایش سن استقلال نیاز به مطالعات بیشتر وجود دارد .

زمینه دیگری نیز که در مورد کارآفرینانی ایرانی در بررسی نقش خانواده می تواند بسیار موثر باشد , مطالعه بیشتر زندگی خانوادگی این کارآفرینان هم از لحاظ بررسی دوره کودکی و پیش از ازدواج و هم دوره پس از ازدواج آنان می باشد .

در نهایت در مورد کارآفرینی زنان باید گفت که تغییرات حاصل در نقش زنان , آشکارا در شیوه زندگی آنان بازتاب یافته است . شگفت انگیز نیست که در زمینه هایی فراسوی اشتغال و زندگی خانوادگی , بسیاری از تفاوت های بین دو جنس , رنگ و بوی خود را از دست داده باشد . این امر در همه زمینه ها به چشم می خورد , از لباس پوشیدن تا بهداشت روانی و جسمانی , از مصرف دخانیات تا تعداد جنایتها و رانندگیها و خودکشیها .

[نقش خانواده در تکوین شخصیت اجتماعی دانش آموزان - نامه پژوهش فرهنگی , شماره ۶]

با توجه به گزارش **GEM** نیز با وجود تفاوت‌های اندک میان کارآفرینان زن و مرد ، همچنان در جهان شاهد فاصله فعالیت‌های کارآفرینانه دو جنس می باشیم . یکی از دلایل این امر نیز تعهد نسبت به وظایف خانوادگی زنان و چالش‌هایی است که در انجام وظایف شغلی و خانوادگی با آنها مواجه می گردند .

همینطور مطالعه ای که در مورد کارآفرینان زن انجام گرفته نشان داده که پدران بیشتر آنان صاحب کسب و کار بو