



سیدمحمد مهدی مدرس سرزیدی

رمز پیروزی کارآفرینان

کارآفرینی،
کارآفرین،
ارزش‌های
انسانی.



ارزش‌های انسانی و اخلاقی در کارآفرینی

برای مثال، بیش از ۲۵۷۰ سال پیش (۵۶۰ سال قبل از میلاد) اندیشمند یونانی چبلون، این عقیده را مطرح کرد که بهتر است بازرگان زیان کند تا این که ناجوان‌مردانه سود برد. استدلال او چنین بود که این زیان ممکن است اندک مدتی دردناک باشد، ولی ناجوان‌مردی زخمی ابدی بر جای می‌گذارد [مدرسی و مدرس سرزیدی، ۱۳۹۰: ۱۲].

متأسفانه، امروز اغلب نقاط جهان با بحران ارزش‌ها روبه‌روست. گاهی آدم‌ها فعالیت‌های ضد ارزشی خود را زرنگی می‌دانند و ملاک ارزیابی ارزش‌ها را «من» قرار می‌دهند. در این میان، ابزارهای جدید و فناوری هم امکان سوءاستفاده‌های عظیم را فراهم می‌کنند و...

آن‌ها که در تجارت تجربه دارند، به خوبی می‌دانند که همگان را نمی‌شود برای همیشه فریب داد. ضامن موفقیت شما، مشتریان شما

از افراد و با به کارگیری مجموعه‌ای از امکانات و منابع میسر می‌شود. در این فرایند که از یک طرف امکانات تولید نظیر فناوری، مواد اولیه، برق و انرژی و از طرف دیگر عوامل انسانی مانند کارآفرین، کارکنان و بازرگانان نقش دارند، هرگاه بخشی از مجموعه به هر دلیل نتواند نقش خود را درست ایفا کند، تولید دچار مشکل می‌شود و نتیجه مطلوب به دست نمی‌آید.

کمبود امکانات، مشکلات ناشی از نامناسب بودن فناوری، نامطلوب بودن مواد اولیه، حمل و نقل و... را شاید بتوان به نوعی و به نحوی حل کرد، اما اگر رفتارها و فعالیت‌های انسانی دچار مشکل شود، نه تنها فعالیت‌های کار و کارآفرینی و تولید کالا و خدمات دچار مشکل می‌شود، که آثار ناگوار آن بر روابط اجتماعی و فرهنگ بشری بسیار زیان‌بارتر خواهد بود.

پیروزی و موفقیت انتظاری است که انسان‌ها در هر تلاش و کوششی، خواهان به دست آوردنش هستند و ترس از شکست موجب می‌شود، بسیاری از افراد دست به کاری نزنند و بسیاری از ایده‌ها، طرح‌ها و ابتکارات جامه عمل نپوشند.

انتظار موفقیت در نزد کارآفرینان از اهمیت بالایی برخوردار است. آن‌ها اگر نتوانند به اهداف خود دست یابند، ممکن است همه هستی‌شان را از دست بدهند. بنابراین، هر کارآفرین همواره در مقابل این سؤال قرار دارد که چه باید بکند تا فعالیت او نتیجه مطلوب را عایدش سازد. و اساساً رمز پیروزی و موفقیت در چیست؟

می‌دانیم که کارآفرینی و تولید کالا و نیز خدمات، فعالیتی گروهی است که با تلاش و کوشش جمعی

در بیشتر فرهنگ‌های پیشرفته، دیگر جملاتی نظیر «کالای فروش رفته پس گرفته نمی‌شود»، به چشم نمی‌خورد. آن‌ها حتی برای آن که عیب و ایراد محصول خود را بدانند، به کسانی که کالایی را برگشت دهند، جایزه می‌دهند



خوش‌بختانه دلایلی وجود دارد که می‌توان گفت، امروزه توجه اکثر فرهیختگان و کارآفرینان، به موضوع فرهنگ و اخلاق در کار جلب شده است. پس از پیدایش مکاتبی نظیر مدیریت روابط انسانی و توسعه مفاهیم مدیریت مشارکتی، امروزه دانشمندان مؤثر در رشته مدیریت، کتاب‌هایی در زمینه‌های گوناگون اخلاق مدیریتی به رشته تحریر درآورده‌اند که رفتارهای فرهنگی را توصیه می‌کنند.

در عمل نیز امروزه اکثر شرکت‌ها و کمپانی‌های بزرگ اصرار دارند کالاها و خدماتی که ارائه می‌دهند، بهترین باشد. در بیشتر فرهنگ‌های پیشرفته، دیگر جملاتی نظیر «کالای فروش رفته پس گرفته نمی‌شود»، به چشم نمی‌خورد. آن‌ها حتی برای آن‌که عیب و ایراد محصول خود را بدانند، به کسانی که کالایی را برگشت دهند، جایزه می‌دهند و بر این هستند تا محصول خود را ارتقا بخشند و ایرادات آن را رفع کنند.

در مدیریت امروز، کیفیت مفهوم جدیدی پیدا کرده است و در ارتباط با مشتری معنا می‌یابد. در این تعریف، کارآفرینان دریافته‌اند که مطلوب‌ترین و موفق‌ترین محصول در جهان، اگر نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتریان را برآورده نکند، ایده‌آل محسوب نمی‌شود.

این‌ها همه مؤید آن است که تولیدکنندگان، برای دیگران اعم از مشتری و کارکنان، حرمت و احترام قائل‌اند و این‌ها همه مفهوم فرهنگ

و اخلاق را بیان می‌کند. فرهنگ غنی اسلام و ایران از دیرباز تا کنون، بر ارزش‌های اخلاقی در کار و تولید تأکید کرده است که توجه و بازگشت به آن‌ها می‌تواند عامل مؤثری در موفقیت کارآفرینان تلقی شود.

نظم و سلیقه در کار

کارآفرینان و کارکنان باید بدانند که تداوم تولید، به درست انجام دادن کار آن‌ها بستگی دارد. درستی ارزشی است که همواره در فرهنگ اسلام و ایران مورد توجه و تأکید بوده است. اگر کاری که انجام می‌گیرد و محصولی که تهیه می‌شود، خوب و استوار باشد، نه تنها منابع جامعه به هدر نمی‌رود، بلکه رضایت مشتری را در پی دارد و می‌تواند عامل مؤثری در جلوگیری از تنش و اضطراب اجتماعی تلقی شود.

بنابراین کارآفرینان و کارگران موظف‌اند کارها را با نظم و سلیقه، خوب و ظریف و استوار انجام دهند. از پیامبر گرامی نقل شده است: «خداوند دوست دارد هر کدام از شما دست به کاری می‌زند آن را خوب و استوار انجام دهد» [راوندی، ۱۳۵۸: ۲۲۱۲].

توجه به این ارزش‌ها در کشور ما نیز از ابتدای تاریخ آن مطرح بوده است. در «وندیداد»، فرگرد ۴، فقره ۱، می‌خوانیم: «کسی که نسبت به دیگران مطابق وظیفه خود رفتار ننماید، دزد وظیفه باید خوانده شود، زیرا از آن خدمت که باید انجام دهد، کوتاهی می‌ورزد [همان].

فردوسی نیز به زیبایی می‌سراید: نکه کن سرانجام خود را ببین

درستی ارزشی است
که همواره در فرهنگ
اسلام و ایران مورد
توجه و تأکید بوده
است

هستند. آن‌ها می‌توانند به هر جایی که به ایشان خدمات بهتری بدهد، سفارش دهند. وقتی مشتری تصمیم می‌گیرد از شما خرید کند و از دیگران نخرد، به شما اعتماد کرده است. تنها چیزی را که نمی‌خواهد، این است که بفهمد سر او را کلاه گذاشته‌اید و فریبش داده‌اید [همان، ص ۲۱۶].

موفقیت کارآفرینان در مقابله با این چالش‌ها، تنها به کمک و یاری ارزش‌ها ممکن است. ارزش‌هایی که از دیرباز وجود داشته‌اند و موفقیت‌های ما به آن‌ها بستگی دارد؛ مانند درستی، سخت‌کوشی، راستی، داد و دهش، سخاوت و بخشش، شجاعت و شکیبایی و کنجکاوی. این ارزش‌ها واقعی هستند. آن‌ها نیروی پیشرفت در سراسر تاریخ بشر بوده‌اند. بنابراین، آنچه مورد تقاضاست، توجه به این ارزش‌ها و بازگشت به این حقایق است.

کارآفرینان و کارگران
موظف‌اند کارها را با
نظم و سلیقه، خوب و
ظریف و استوار انجام
دهند

چو کاری بیابسی بهی بر گزین
 [فردوسی]
 کار خوب و محصول خوب
 همیشه مطلوب مردم خواهد بود
 و در عین حال می‌تواند تداوم
 مؤسسه را نیز تضمین کند. بدین
 ترتیب، با رعایت این ارزش،
 هم مشتری احساس رضایت
 می‌کند و هم کارآفرین در فعالیت
 کارآفرینانه‌اش موفق می‌شود.

این همان چیزی است که
 امروزه «برنده، برنده - اندیشی»
 نام گرفته است.

اما ارزش‌های انسانی در فرهنگ
 و ادبیات کشور ما به این نکته هم
 اشاره دارد که در فعالیت کارآفرینی،
 نباید خیلی به انتظار موفقیت
 نشست. در فرهنگ ایرانی، آنچه
 اهمیت دارد، نفس کار و کوشش
 است؛ حتی اگر منتج به نتیجه نشود.

کوشش عین کام‌یابی است

دکتر عیسی العاکوب
 می‌نویسد: پژوهشگر اندرزه‌های
 فارسی، شاهد اهمیتی خواهد بود که
 حکیمان ایران برای «کوشش» در راه
 نیل به اهداف انسانی قائل بوده‌اند.
 این اندیشه و ویژگی کاربردی
 محض داشته، نقش عملی
 فعالی در موفقیت و شکست
 افراد در زندگی دارد. تجربه
 به آدمی آموخته است وقتی
 چشم‌انداز موفقیت تیره و تاریک
 است و درها بسته می‌نماید،
 کام‌یابی تنها از آن کسانی
 است که بیش از دیگران
 در کوبیدن در پافشاری
 کنند. پند فارسی به
 استقبال این تجربه عام
 می‌رود و از زبان
یزگرد، فرزند بهرام،
 به انسان می‌گوید:
 «بر توست کوشیدن
 نه کام‌یاب شدن،



و بر توست سخت‌کوشی، اگرچه
 توفیق رفیق نشود.» [العاکوب،
 ۱۳۷۴: ۸۴].

هم‌چنین از زبان **انوشیروان** نقل
 شده است: «هر کس که رود چرد و
 آن کس که خسبند خواب ببند.»

پند فارسی دو راه را برای
 رسیدن به آرزوها برمی‌شمارد: یکی
 سخت‌کوشی و دیگری تن‌آسایی که
 هر کدام نتیجه خاص خود را دارد؛
 پیروزی و شکست. و بر آن است که
 شکست، گاه بهتر از پیروزی است..
 بزرگمهر در پاسخ به این سؤال که
 کدام شکست بهتر از پیروزی است،
 می‌گوید: «شکست پس از کوشش،
 به که پیروزی پس از تن‌آسایی.»
 داستان زیبا و جذاب پادشاه و
 دهقان پیر هرگز از خاطره ما پاک
 نخواهد شد که گفت:

دیگران کاشتند و ما خوردیم
 ما بکاریم و دیگران بخورند
 نظیر این مطالب در اندیشه دیگر
 بزرگان این مرز و بوم بارها تکرار
 شده است. اما اهمیت این موضوع
 در آن است که چه عاملی موجب
 شده است در طول تاریخ، همواره
 شاهد چنین گفتارهایی باشیم. اگر
 تأکید بر چنین ارزش‌هایی، بی‌اهمیت
 و بی‌تأثیر بود، چه لزومی داشت این
 همه به آن‌ها پرداخته شود؟ مسلماً
 تجربه تاریخی، مشکلات ناشی از
 بی‌توجهی به این ارزش‌ها را درک
 کرده که چنین آن‌ها را مورد توجه و
 تأکید قرار داده است.

بنابراین، بی‌گمان مهم‌ترین عامل
 موفقیت کارکنان و کارآفرینان، توجه
 به ارزش‌های انسانی و اخلاقی
 است که هم می‌تواند امنیت شغلی
 کارکنان را تضمین کند و هم توسعه
 تولید و صنعت و کارآفرینی را!

منابع...

۱. مدرسی، سیده جمیله و مدرسی سریزدی، سیدمحمد مهدی. کارآفرینی. انتشارات ترمه. چاپ سوم. ۱۳۹۰.
۲. مدرسی، سیده جمیله. اصول سرپرستی. انتشارات ترمه. چاپ هفتم. ۱۳۸۹.
۳. راوندی، مرتضی. تاریخ تحولات اجتماعی. شرکت سهامی کتاب‌های جیبی. چاپ دوم. ۱۳۵۸.
۴. فردوسی، حکیم ابوالقاسم. شرکت سهامی کتاب‌های جیبی. جلد اول.
۵. العاکوب، دکتر عیسی. تأثیر پند پارسی بر ادب عرب. عبدالله شریفی خجسته. شرکت انتشارات علمی و فرهنگی. ۱۳۷۴.