

## شناسایی عوامل مؤثر در الگوی کارآفرینی جهادی استان‌های شمالی کشور

قاسم سوخته‌سرائی

دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران  
Sukhtehsaraii@Golestan.IRIB.IR

هادی ثنائی‌پور\*

دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران  
sanaeepour@gonbad.ac.ir

محمدباقر گرجی

دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران  
gorjimb@gmail.com

عبدالغنی رستگار

دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران  
rastegar@gonbad.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۵

تاریخ اصلاحات: ۱۴۰۲/۰۱/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در الگوی کارآفرینی جهادی استان‌های شمالی کشور می‌باشد. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی می‌باشد که در آن با استفاده از روش‌های پژوهشی با تمرکز بر مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته، الگوی کارآفرینی جهادی در استان‌های شمالی کشور طراحی شده است. بدین منظور مراحل متعددی طی شده است. در مرحله اول با بهره‌گیری از مبانی نظری، پیشینه تحقیق و همچنین با استفاده از روش داده‌بنیاد، مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته و نظرخواهی از خبرگان منتخب به استخراج مفاهیم پرداخته شد. در این پژوهش، ۲۰ نفر از افراد صاحب‌نظر بخش صنعت در حوزه کارآفرینی جهادی و افرادی که تجربه کارآفرینی جهادی و پژوهش را داشته‌اند، مشارکت داشتند. لازم به ذکر است که با ۱۶ مصاحبه، اشباع نظری حاصل شد و داده جدیدی به داده‌های قبلی اضافه نشد اما فرایند انجام مصاحبه‌ها تا ۲۰ مصاحبه ادامه یافت. شناسایی مؤلفه‌های پژوهش به روش داده‌بنیاد یعنی کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. در بخش کیفی، تیم تصمیم‌گیر شامل اساتید و خبرگان، مطلعین کلیدی، کارآفرینان جهادی در بخش صنعت شناسایی شده در استان‌های شمالی کشور و کارشناسان این موضوع در نهادهای حمایتی از جمله کمیته امداد بود. شناسایی افراد نیز به روش هدفمند صورت گرفت. نتیجه این گام، شناسایی و مؤلفه‌ها و ابعاد اصلی و فرعی طراحی الگوی کارآفرینی جهادی در استان‌های شمالی کشور بود و در مجموع این موارد به شناسایی ۱۳۹ کدباز؛ ۳۹ کد محوری و ۱۰ کد گزینشی منجر شد.

### واژگان کلیدی

الگوی کارآفرینی جهادی؛ کارآفرینی اجتماعی؛ روحیه کارآفرینی؛ خلق ارزش؛ فرهنگ کار جهادی؛ روش داده‌بنیاد.

### ۱- مقدمه

در دهه‌های پایانی قرن بیستم با گذر از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی و تحولات عظیمی که در فناوری‌های نوین ایجاد شد، جامعه عصر صنعتی به تدریج جای خود را به جامعه اطلاعاتی تفویض نمود. با توجه به دگرگونی‌های وسیعی که در عصر اطلاعات اتفاق افتاد از بین سه انقلاب دیجیتال، اینترنتی و کارآفرینی، انقلاب کارآفرین نقش به‌سزایی در توسعه و رشد کشورهای توسعه‌یافته داشته است، و پیشرفت بسیاری از کشورها مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه است [۱].

کارآفرینی به‌عنوان یک محرک مهم برای ایجاد تحول در تولید محصولات و فرایندهای پایدار شناخته شده است [۱۰]، همچنین کارآفرینی فرایند ایجاد ارزش از طریق ایجاد مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع برای بهره‌مندی از فرصت‌ها که به ایجاد رضایت‌مندی یا تقاضای

جدید منجر می‌شود [۲]. کارآفرینی عبارتست از بهره‌فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق‌طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد [۱۱].

کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را ایجاد می‌کند. کارآفرینی را می‌توان یک فرایند پویا نامید که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرایند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد [۳]. فرایند توسعه کارآفرینی نیز عبارت است از افزایش احتمال و نرخ وقوع رفتار کارآفرینانه در کلیه ابعاد کارآفرینی است. به عبارت دیگر افزایش فرصت‌های کارآفرینی، افزایش علاقه و انگیزه شهروندان برای انجام فعالیت کارآفرینانه توانمندسازی آنها برای موفقیت در اجرای فرایند کارآفرینی و ایجاد مکانیزم‌های حمایت و هدایت است [۴].

مذهبی و ارزشی در جامعه ما، به این حوزه پژوهشی کمتر توجه شده و مطالعات اندکی در این حوزه انجام شده است [۶].

بررسی مطالعات پیشین درحوزه کارآفرینی حاکی از آن است که کارآفرینی جهادی مفهوم‌سازی نشده و ویژگی‌های فردی و شایستگی‌هایی که افراد برای تبدیل شدن به کارآفرینان جهادی برخوردار هستند، نامشخص است اما نزدیک‌ترین اصطلاح به کارآفرینی جهادی، کارآفرینی ارزشی و مذهبی است که نوعی از کارآفرینی اجتماعی است که به‌صورت تلاشی به منظور تبلور ارزش‌های حاکم بر جامعه منبعث از باورهای دینی در فعالیت‌های کارآفرینی دیده می‌شود [۸]. کارآفرینان جهادی، افرادی هستند که با دغدغه‌های عام‌المنفعه و با تکیه بر نوآوری‌های اجتماعی، بدون در نظر گرفتن منابع در دسترس، به‌طور داوطلبانه به‌دنبال ایجاد ارزش‌های اجتماعی هستند. جنبه مشترک همه آنها؛ ایجاد نوآوری‌های اجتماعی، اشتغال‌زایی، رفع محرومیت، فعالیت داوطلبانه به‌منظور بهبود معیشت افراد و ایجاد ارزش اجتماعی با روحیه جهادی است [۷]. در کارآفرینی جهادی، ویژگی‌هایی همچون دانش مالی و اقتصادی، اعتقاد به کار عملی، دانش مدیریتی، ارزش‌های ملی، توفیق‌طلبی، نوآوری و خلاقیت، به‌عنوان ویژگی‌های اصلی معرفی شده و در این بین، ویژگی ارزش محوری دینی به‌عنوان مفهوم محوری شناسایی شده است. امروزه توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به‌ویژه کشورهای درحال توسعه می‌باشد. یک فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا منجر به توسعه اقتصادی می‌شود [۱۳]. با توجه به مطالب ذکرشده هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در الگوی کارآفرینی جهادی استان‌های شمالی کشور می‌باشد. با توجه به توضیحات ارائه‌شده، مؤلفه‌ها و ابعاد الگوی کارآفرینی جهادی در استان‌های شمالی کشور که از بررسی مبانی نظری به‌دست آمده‌اند، معرفی می‌شوند (جدول ۱ و ۲).

جدول ۱- مؤلفه‌های حاصل از بررسی مبانی نظری برای تدوین طراحی الگوی

#### کارآفرینی جهادی

ردیف	مؤلفه‌های کارآفرینی جهادی
۱	خلق ارزش، ارزش‌آفرینی [۹]
۲	ایجاد ارزش اجتماعی [۱۴]
۳	کارآفرینی اجتماعی [۱۵]
۴	نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد [۱۶]

جدول ۲- ابعاد حاصل از بررسی مبانی نظری برای تدوین طراحی الگوی

#### کارآفرینی جهادی

ردیف	ابعاد کارآفرینی جهادی	مؤلفه های کارآفرینی جهادی
۱	ارزش آفرینی	- خلق ارزش، ارزش‌آفرینی
		- ایجاد ارزش اجتماعی
		- ابعاد سه‌گانه شناختی، عاطفی و رفتاری کارآفرینان
		- اتکا به نفس، توکل به خداوند، برخورداری از عقاید و باورهای مذهبی، خلق ارزش از راه حلال

با توجه به اهمیت کلیدی عنصر کارآفرینی در اقتصادهای نوین (ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط)، کشورهای مختلف، برنامه‌های مفصلی را برای بسط چنین فرهنگی با بکارگیری استعدادهای نخبگان در جامعه خود تدارک دیده‌اند تا بتوانند همچنان مسیر رشد و پویایی‌شان را ادامه دهند. بنابراین، شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه فرهنگ کار و تلاش و کارآفرینی و بهره‌وری از نخبگان در جامعه و نیز ویژگی‌های منحصر به فرد کارآفرینان در سازمان شغلی یک فرد در دنیای امروزین، به‌عنوان عنصر رشد و توسعه ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی محسوب می‌شود؛ به گونه‌ای که عنصر کارآفرینی به‌عنوان موتور حرکتی تولید و توسعه اقتصادی و از سوی پرورش‌دهنده و تقویت‌کننده روحیه سرمایه‌گذاری و بهره‌وری در نیروی انسانی تلقی می‌شود.

از نظر صاحب‌نظران در شرایط رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی راهکار مؤثری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی است. به این منظور در هر جامعه باید کارآفرین‌ها باشند که از طریق خلاقیت، مخاطره‌پذیری، اعتماد به نفس، پشتکار و توفیق‌طلبی بتوانند با نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش خود را ایفا نمایند.

پژوهشگران بر این باورند که باورهای دینی تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار اقتصادی جوامع دارند [۱۲]. ماکس وبر به‌عنوان یکی از سه معیار عمده دانش اجتماعی در مشهورترین اثرش در حوزه جامعه‌شناسی اقتصاد با عنوان روح سرمایه‌داری و اخلاق پروتستانی، فرهنگ و به‌ویژه مذهب و دین را عاملی اثرگذار در پیشرفت فرهنگی تعیین کرده است [۵]. از سوی دیگر، با توجه به اینکه حاکمیت ارزش‌های اسلامی در تمامی ارکان اقتصادی و اجتماعی جامعه به‌ویژه فعالیت‌های کارآفرینان و امور مربوط به کسب‌وکار از مفروضات انسانی حکومت دینی در جامعه اسلامی ایران می‌باشد، در کشورمان کارآفرینی مذهبی و ارزشی اهمیت دوچندان پیدا می‌کند [۶].

همچنین در ادبیات کارآفرینی، مطالعات اندکی درباره نقش دین و ارزش‌های دینی در کارآفرینی انجام شده است [۵]. یکی از گونه‌های کارآفرینی ارزشی - مذهبی، کارآفرینی جهادی است که عبارت است از پیگیری فرصت‌ها بدون در نظر گرفتن منابع در دسترس [۱]. کارآفرینان جهادی، افرادی هستند که با دغدغه‌های عام‌المنفعه و با تکیه بر نوآوری‌های اجتماعی، بدون در نظر گرفتن منابع در دسترس، به‌طور داوطلبانه به‌دنبال ایجاد ارزش‌های اجتماعی هستند. کارآفرینی جهادی رویه‌ای مبتنی بر باورهای ارزشی و دینی است و می‌توان تبلور کارآفرینی ارزشی را در کارآفرینان جهادی مشاهده کرد [۷].

با توجه به اینکه حاکمیت ارزش‌های اسلامی در تمامی ارکان اقتصادی و اجتماعی جامعه به‌ویژه فعالیت‌های کارآفرینان و امور مربوط به کسب‌وکار از مفروضات انسانی حکومت دینی در جامعه اسلامی ایران می‌باشد، در کشورمان کارآفرینی مذهبی و ارزشی اهمیت دوچندان پیدا می‌کند [۶]. این در حالی است که علی‌رغم اهمیت موضوع کارآفرینی

ردیف	ابعاد کارآفرینی جهادی	مؤلفه های کارآفرینی جهادی
	اجتماعی	- خانواده مذهبی، فعالیت نیکوکارانه - تبلور باورهای دینی و سیره‌ی عملی و نظری بزرگان دینی در فعالیت‌های کارآفرینی
۱۱	خطرپذیری	- جهاد همراه با بلايا و مصایب - سخت‌کوشی، حضور در مناطق محروم، خطرپذیری، خط‌شکنی - کار برای خدا، بهره‌برداری از ظرفیت‌ها، خوش‌بینی، تحمل سختی
۱۲	جهاد اقتصادی	- رفع نیازهای اجتماعی - نقش مذهب در تصمیم فرد کارآفرین
۱۳	توسعه اقتصادی	- ظهور ارزش اجتماعی، اطمینان از پایداری و خودکفایی مالی و ابتکاری - کسب روزی حلال، خدمت به مردم، جهاد اقتصادی، حرکت درآوردن چرخه توسعه اقتصادی
۱۴	مشارکت محور	- تعاون و تلاش - مشورت و مشارکت
۱۵	دانش مالی	- دانش مالی و اقتصادی - خدمت به جامعه
۱۶	عمل‌گرا	- کمک به دیگران، مشتریان و سایر ذی‌نفعان - حساسیت نسبت به مشکلات جامعه - فرهنگ، ارزش‌ها و معنویت، عملگرایی ارزشی - روحیه و فرهنگ کنشگری آگاهانه
۱۷	ارزش‌های ملی	- کمک به دیگران، مشتریان و سایر ذی‌نفعان - هوشیاری نسبت به جامعه، مهارت هم‌دلی - حساسیت نسبت به مشکلات جامعه

#### ۱۲- روش تمقیق

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی می‌باشد که در آن با استفاده از روش‌های پژوهشی با تمرکز بر مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته، الگوی کارآفرینی جهادی در استان‌های شمالی کشور طراحی شده است. بدین منظور مراحل متعددی طی شده است. در مرحله اول با بهره‌گیری از مبانی نظری، پیشینه تحقیق و همچنین با استفاده از روش داده‌بنیاد، مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته و نظرخواهی از خبرگان منتخب به استخراج مفاهیم پرداخته شد. تیم تصمیم ۲۰ نفر، شامل اساتید و خبرگان، مطلعین کلیدی، کارآفرینان جهادی که سابقه فعالیت و پژوهش در این خصوص داشتند شناسایی شده بود از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد در این پژوهش، ۲۰ نفر از افراد صاحب‌نظر بخش صنعت در حوزه کارآفرینی جهادی و افرادی که تجربه کارآفرینی جهادی و پژوهش را داشته‌اند، مشارکت داشتند. لازم به ذکر است که با ۱۶ مصاحبه، اشباع نظری حاصل شد و داده جدیدی به داده‌های قبلی اضافه نشد، اما فرایند انجام مصاحبه‌ها تا ۲۰ مصاحبه ادامه یافت و از آنجا که داده جدیدی حاصل نشد، مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان که سابقه فعالیت و پژوهش در خصوص این موضوع را دارند با ۲۰ مصاحبه خاتمه یافت.

ردیف	ابعاد کارآفرینی جهادی	مؤلفه های کارآفرینی جهادی
۲	نوآوری اجتماعی	- برآوردن نیازهای اجتماعی، ظهور ارزش‌های اجتماعی، نوآوری‌های اجتماعی و تغییرات - کارآفرینی اجتماعی - نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد - کانون کنترل درونی
۳	مسئولیت‌پذیری	- مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تمرکز بر تغییر اجتماعی، به دنبال سود نیستند، خدمات اجتماعی و کمک به داوطلبان، توسعه و بازسازی - سخت‌کوشی به‌عنوان یک وظیفه‌ی دینی، حسن‌نیت (قصد)، انجام مسئولیت، خیرخواهی و حفظ تعادل در زندگی شخصی - علم و معرفت، انسانیت و نوع‌دوستی و دستورات او، شاکر نعمات و صابر در برابر بلاها، کریم و با سخاوت، پرکار و مسئولیت‌پذیر - مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی، تحمل شکست، غنیمت‌شمردن فرصت، بلندهمتی و مسئولیت‌پذیری، صفات اخلاقی اسلامی - تبلور ارزش‌های حاکم بر جامعه منبعث از باورهای دینی - فرهنگ و سبک زندگی ارزش‌آفرینی - خلق ارزش و زندگی کارآفرینانه - خلق ارزش‌های معنوی - دانش دینی، اعمال دینی و تعهد دینی - تشویق به کار در دین و مذهب - ریسک‌کردن (فردی و مالی) در یک قالب محاسبه‌شده - استقلال، نوآوری، پیش‌گامی، ریسک‌پذیری و رقابت تهاجمی
۴	خلق توسعه و ارزش‌ها	- تبلور ارزش‌های حاکم بر جامعه منبعث از باورهای دینی - فرهنگ و سبک زندگی ارزش‌آفرینی - خلق ارزش و زندگی کارآفرینانه - خلق ارزش‌های معنوی - دانش دینی، اعمال دینی و تعهد دینی - تشویق به کار در دین و مذهب
۵	ریسک‌پذیری	- ریسک‌کردن (فردی و مالی) در یک قالب محاسبه‌شده - استقلال، نوآوری، پیش‌گامی، ریسک‌پذیری و رقابت تهاجمی
۶	فرصت‌طلبی	- خلاقیت و به دنبال فرصت‌ها بودن - توفیق‌طلبی، ایمان به خود، تمایل به مخاطره‌پذیری و استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام، تعهد و رشدگرایی
۷	دانش مدیریتی	- دانش مالی و اقتصادی، اعتقاد به کار عملی، دانش مدیریتی، ارزش‌های ملی، توفیق‌طلبی، نوآوری و خلاقیت و ارزش محوری دینی
	ابعاد کارآفرینی جهادی	مؤلفه‌های کارآفرینی جهادی
۸	هدف‌گرایی	- نوآوری و خلاقیت، ریسک‌پذیر و هدفمند - نوآوری محصول و فنی گسترده، رقابت تهاجمی و ریسک‌پذیری - دستیابی به اهداف اجتماعی - دنبال کردن فرصت‌ها، حمایت از فعالیت‌های غیرانتفاعی و سودمحور
۹	رقابت‌پذیری	- فکر و ایده نو - گرایش کارآفرینانه، اتخاذ ریسک‌های حساب‌شده، نوآر بودن و حرکت پیش‌واکنشانه
۱۰	ایجاد و تقویت ارزش	- ایجاد و تقویت ارزش اجتماعی

کدهای محوری	کدهای باز
	توسعه و بازسازی فردی روحیه نوع دوستی انجام مأموریت‌های اجتماعی و انسان دوستانه نوع دوستی و ارزش‌آفرینی
خلق ارزش‌های انسانی	تعهد به انسانیت ایجاد و تقویت ارزش اجتماعی اعتقادات انسان دوستانه و کسب درآمد حلال تبلور باورهای دینی و سیره‌ی عملی و نظری بزرگان دینی در فعالیت‌های کارآفرینی
نوآوری و تغییرات اجتماعی	کارآفرینی اجتماعی توفیق طلبی، نوآوری و خلاقیت و ارزش‌محوری نوآوری و تخریب خلاق، خلق ارزش‌ها و رشد، منحصربه‌فرد بودن
کدهای محوری	کدهای باز
تعاون در امور	دستیابی به اهداف اجتماعی تعاون اجتماعی تعاون در انجام امور
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	بلندهمتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی خانواده مذهبی و فعالیت نیکوکارانه مسئولیت‌پذیری نسبت به جامعه
فعالیت داوطلبانه	کمک به دیگران، خدمت به جامعه، مشتریان و سایر ذی‌نفعان رفع نیازهای اجتماعی هوشیاری نسبت به جامعه، مهارت هم‌دلی
هوشیاری نسبت به جامعه	برآوردن نیازهای اجتماعی، ظهور ارزش‌های اجتماعی از طریق نوآوری‌های اجتماعی، تغییرات اجتماعی، دنبال‌کردن فرصت‌ها
حساسیت نسبت به مشکلات اجتماعی	توجه به دیگران با علم و معرفت ایجاد تغییر در جامعه ایجاد ارزش اجتماعی ظهور ارزش اجتماعی، اطمینان از پایداری و خودکفایی مالی و ابتکاری حمایت از فعالیت‌های غیرانتفاعی و سودمحور
تفکر راهبردی	تدوین راهبرد کشف و پیگیری فرصت دنبال‌کردن فرصت‌ها
تقویت نگرش‌های جهادی	فرهنگ و سبک زندگی / ارزش‌آفرینی باورهای بشردوستانه مبتنی بر جهاد و مجاهدت
باور به کار و تلاش	پرکار و مسئولیت‌پذیر باور به تلاش اهمیت کار و تلاش در ساختن آینده
خلق ارزش کارآفرینانه	برآوردن نیازهای اجتماعی ظهور ارزش‌های اجتماعی نوآوری‌های اجتماعی تغییرات اجتماعی خطرپذیری، جدیدبودن، عدم قطعیت نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد نوآوری و خلاقیت

جدول ۳- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان

درصد	فراوانی	ویژگی‌های
۵۵٪	۱۱	مرد
۴۵٪	۹	زن
۳۵٪	۷	کمتر از ۳۵ سال
۲۵٪	۵	۳۵ تا ۴۵ سال
۴۰٪	۸	۴۵ سال و بیشتر
۱۵٪	۳	کاردانی و ماقبل
۴۵٪	۹	کارشناسی
۱۵٪	۳	کارشناسی‌ارشد
۲۵٪	۵	دکتری
۲۵٪	۵	زیر ۱۰ سال
۴۰٪	۸	۱۰ تا ۲۰ سال
۳۵٪	۷	بالای ۲۰ سال
۱۰۰٪	۲۰	کل

برای انجام این پژوهش، از راهبرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد استفاده شد. روش کار نیز بدین صورت بود که بعد از جمع‌آوری داده‌های تحقیق (با استفاده از مصاحبه)، برای تحلیل داده، از فرایند کدگذاری استفاده شد.

### ۳- یافته‌ها

برای شناسایی و غربالگری شاخص‌های الگوی کارآفرینی جهادی در استان‌های شمالی کشور و تحلیل مصاحبه‌ها از روش داده‌بنیاد با رویکرد ظاهر شوند (گلیزری) استفاده شد. روش تحلیل مصاحبه‌ها بدین صورت بود که ابتدا به هریک از خبرگان مصاحبه صورت می‌گرفت و با پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تایپ آن‌ها، متن برای تحلیل آماده می‌شد. تلاش بر این بوده است که نکات کلیدی و مورد تأکید مشارکت‌کنندگان از مصاحبه‌ها استخراج گردد. این نکات ۱۳۹ کد را تشکیل داده است.

طی کدگذاری محوری، بین طبقات و طبقات فرعی ارتباط برقرار می‌شود. در این مرحله، داده‌ها از طریق برقراری ارتباط بین طبقات به شیوه‌ای جدید کنار هم قرار می‌گیرند. بررسی دقیق‌تر این کدهای شناسایی شده مشخص نمود که بسیاری از کدها اگرچه با اصطلاحات و تعابیر متفاوت گفته شده‌اند، براساس سؤالات پژوهشی مطرح‌شده در این مطالعه، دارای مفهوم یکسانی هستند. در ادامه با بررسی کدهای باز و تجمیع و دسته‌بندی کدهای مرتبط به ۳۹ کد محوری دست یافتیم (جدول ۳).

جدول ۴- دسته‌بندی و کدگذاری کدهای باز به کدهای محوری

کدهای باز	کدهای محوری
خلق ارزش ارزش‌آفرینی ارزش مادی و اقتصادی	ارزش‌آفرینی اقتصادی
مسئولیت‌پذیری اجتماعی تمرکز بر تغییر اجتماعی کمک به هم نوع / کمک‌های مالی خدمات اجتماعی و کمک به داوطلبان	انسانیت و نوع دوستی

کدهای محور	کدهای باز
خوش‌بینی	خوش‌بینی - نوع نگرش
ثبات قدم و سخت‌کوشی	سخت‌کوشی به‌عنوان یک وظیفه‌ی دینی حسن نیت (قصد) و انجام مسئولیت ثبات قدم و صبور / روحیه تلاشگری
اخلاص و کار برای خدا	باورهای اسلامی، فعالیت‌های داوطلبانه، کمک‌های خیریه و بشردوستانه خیریه، احسان و نیکوکاری به افراد نیازمند ایمان، معنویت، آرمان‌گرایی، داشتن اهداف بلند و مقدس، زیرپا گذاشتن فرهنگ مادی و مادی‌گرایی و خدمت به مردم، اخلاص، ایثار، تعاون و تلاش، تعهد، سادگی، پرهیز از اسراف، مشورت و مشارکت، سخت‌کوشی، حضور در مناطق محروم، خطرپذیری، خط‌شکنی
ایمان به خود	توفیق‌طلبی، ایمان به خود، تمایل به مخاطره‌پذیری و استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام، تعهد، و رشدگرایی داشتن باور و ایمان قلبی به فعالیت‌های کارآفرینی
کدهای محور	کدهای باز
شکر نعمت	شاگرد نعمات
صبر در برابر مشکلات	صابر در برابر بلاها - کریم و باسجاوت تجربه رویدادهای سخت زندگی
باور به برکت	برکت در زندگی فردی-برکت در آینده فرد برکت در اموال و منابع در اختیار
غنیمت‌شمردن فرصت	غنیمت‌شمردن فرصت- ناپایداری فرصت‌ها

با توجه به اینکه در مرحله مصاحبه با مشارکت‌کنندگان پژوهش، سوالات مصاحبه براساس مدل پارادایمی تدوین شده بود، مصاحبه‌شوندگان نظرات خود را در مورد اجزای تشکیل‌دهنده مدل خاص براساس ابعاد مدل ارائه کرده بودند؛ با این وجود با تحلیل‌ها و رفت و برگشت‌هایی که صورت گرفت، تبدیلاتی در پاسخ‌های اولیه افراد انجام شد. خلاصه نتایج این مرحله در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۵- دسته‌بندی و کدگذاری کدهای محوری به کدهای گزینشی

کدهای محور	کدهای گزینشی
ارزش‌آفرینی اقتصادی	خلق ارزش کارآفرینی جهادی
انسانیت و نوع دوستی	
خلق ارزش‌های انسانی	کارآفرینی اجتماعی
نوآوری و تغییرات اجتماعی	
تعاون در امور مسئولیت‌پذیری اجتماعی	
فعالیت داوطلبانه	کنشگری آگاهانه
هوشیاری نسبت به جامعه	
حساسیت نسبت به مشکلات اجتماعی	
تفکر راهبردی	فرهنگ کار جهادی
تقویت نگرش‌های جهادی	
باور به کار و تلاش خلق ارزش کارآفرینانه	
سبک زندگی کارآفرینانه	

کدهای محور	کدهای باز
سبک زندگی کارآفرینانه	ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری ایده و نوآوری تمایل به کار گروهی زندگی کاری و جهادی زندگی کارآفرینانه
دانش مالی و اقتصادی	دانش مالی و اقتصادی
دانش و مهارت‌های فنی	اعتقاد به کار عملی مهارت فنی
دانش مدیریت کسب‌وکار	دانش مدیریتی
دانش دینی و معلومات اجتماعی	تبلور ارزش‌های حاکم بر جامعه منبعث از باورهای ارزشی بومی
امید به آینده	آینده‌نگری فکر و ایده نو خلاقیت و به دنبال فرصت‌ها بودن گرایش کارآفرینانه، نوآوری‌بودن و حرکت پیش‌واکنشانه
عملگرایی ارزشی	خلق، توسعه، عینیت‌بخشی و تجدید ارزش‌ها فرهنگ، ارزش‌ها و معنویت، عملگرایی ارزشی روحیه و فرهنگ مبارزه‌جویی و کنشگری آگاهانه
رشدگرایی	خلق ارزش و زندگی کارآفرینانه خلق ارزش‌های فرا مادی
کمال‌طلبی	به حداکثر رساندن فرصت‌ها هدف‌گرایی کمال‌طلبی / ارزش‌مداری
تلاش مستمر و پرکاری	تشویق به کار در دین و مذهب سخت‌کوشی به‌عنوان یک وظیفه‌ی دینی تحمل شکست
خطرپذیری و خط‌شکنی	ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی و خطرپذیری ریسک‌کردن (فردی و مالی) در یک قالب محاسبه‌شده پذیرش مخاطره ریسک‌پذیری، هدفمندی کانون کنترل درونی؛ تحمل ابهام، نیاز به موفقیت، استقلال‌طلبی
کدهای محور	کدهای باز
تعهد دینی و اخلاقی	باورهای دینی و مذهبی صفات اخلاقی اسلامی
اتکا به نفس و مسئولیت‌پذیری	اعتماد به نفس بالا کار برای خدا، بهره‌برداری از ظرفیت‌ها، ایمان، تحمل سختی، نترسیدن از مشکلات اتکا به نفس و توکل به خداوند
تشویق به کار و تلاش در دین	حساسیت نسبت به مشکلات جامعه صبوری و خستگی‌ناپذیری نقش مذهب در تصمیم فرد برای کارآفرین‌شدن انگیزه‌بخشی و تشویق به کارآفرینی
حسن نیت	خیرخواهی و حفظ تعادل - صداقت و احترام
تلاش جهت کسب روزی حلال	برخورداری از عقاید و باورهای مذهبی خلق ارزش از راه حلال کسب روزی حلال، خدمت به مردم، جهاد اقتصادی، حرکت درآوردن چرخه توسعه اقتصادی
جهاد همراه با مصائب	جهاد همراه با بلاها و مصائب

شامل اساتید و خبرگان، مطلعین کلیدی، کارآفرینان جهادی در بخش صنعت شناسایی شده در استان های شمالی کشور و کارشناسان این موضوع در نهادهای حمایتی از جمله کمیته امداد بود. شناسایی افراد نیز به روش هدفمند صورت گرفت. نتیجه شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد اصلی و فرعی طراحی الگوی کارآفرینی جهادی در استان های شمالی کشور بود و در مجموع این موارد به شناسایی ۱۳۹ کد باز؛ ۳۹ کدمحوری و ۱۰ کد گزینشی منجر شد. یکی از پایه‌های توسعه اقتصادی یک کشور در گرو ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب و بهبود فضای کسب و کار است. تجربه بسیاری از کشورها حاکی از آن است که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای کاهش سطح بیکاری است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود [۱۷].

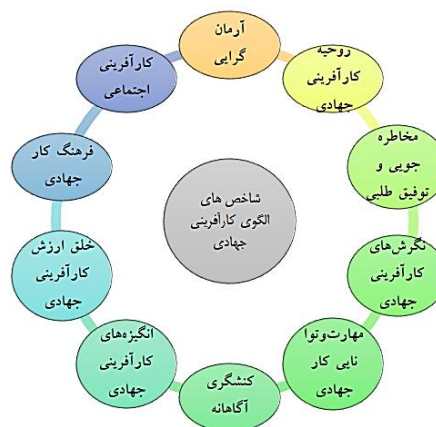
یکی از موارد مورد تأکید در فرایند کارآفرینی این است که ایجاد ارزش اقتصادی تنها هدف کارآفرینان نبوده و کارآفرینان در حوزه‌های اجتماعی نقش پررنگی در توسعه و پیشبرد جوامع داشته‌اند. ایجاد ارزش اجتماعی به‌واسطه فعالیت‌های کارآفرینانه، کارآفرینی اجتماعی نامیده می‌شود. کارآفرینی اجتماعی، یافتن جدیدترین و بهترین راه ممکن برای ایجاد و تقویت ارزش اجتماعی است [۱۴]. کارآفرینی ارزشی - مذهبی نوعی از کارآفرینی اجتماعی است که به صورت تلاشی به منظور تبلور ارزش‌های حاکم بر جامعه منبعت از باورهای دینی در فعالیت‌های کارآفرینی دیده می‌شود [۳].

با توجه به شاخص خلق ارزش و نیز مفهوم زندگی کارآفرینانه، کارآفرینی ارزشی نوعی شیوه زندگی دینی می‌باشد که در آن در تمامی زوایا و ابعاد زندگی، خلق ارزش روی می‌دهد. در حیطه اقتصادی، خلق ارزش اقتصادی و در سایر حیطه‌ها، خلق ارزش‌های معنوی به وقوع می‌پیوندد و مصداق‌های خلق ارزش در تمامی ابعاد زندگی خود را نشان می‌دهد [۹]. با توجه به اینکه حاکمیت ارزش‌های اسلامی در تمامی ارکان اقتصادی و اجتماعی جامعه به‌ویژه فعالیت‌های کارآفرینان و امور مربوط به کسب و کار از مفروضات انسانی حکومت دینی در جامعه اسلامی ایران می‌باشد، در کشورمان کارآفرینی مذهبی و ارزشی اهمیت دوچندان پیدا کرده است [۶]. این در حالی است که علی‌رغم اهمیت موضوع کارآفرینی مذهبی و ارزشی در جامعه ما، به این حوزه پژوهشی کمتر توجه شده و مطالعات اندکی در این حوزه انجام شده است.

توصیه می‌شود در اکوسیستم کارآفرینی، جایگاه کارآفرینی جهادی و نقش نهادهای ارزش آفرین تبیین شود. توجه به افزایش دانش بومی در هر منطقه و افزایش میزان دانش استفاده از فناوری با شناسایی افرادی که در زمینه‌های مختلف تعلیم و تربیت و کسب مهارت‌های آموزشی انگیزه‌های کارآفرینی جهادی دارند و با تلاشی آگاهانه اقدام به مهارت‌آموزی و ایجاد و پرورش ایده‌های نو و بدیع تا تحقق فرهنگ کارآفرینی اجتماعی و تقویت روحیه فرهنگ کار جهادی دارند گام بردارند نیز از دیگر پیشنهاد‌های این تحقیق است.

کدهای گزینشی	کدهای محوری
مهارت و توانایی کارآفرینی جهادی	دانش مالی و اقتصادی
	دانش و مهارت‌های فنی
	دانش مدیریت کسب و کار
آرمان‌گرایی	دانش دینی و معلومات اجتماعی
	اهداف بلند و مقدس
	امید به آینده
مخاطره‌جویی و توفیق طلبی	عملگرایی ارزشی
	کمال‌طلبی
	تلاش مستمر و پرکاری
نگرش‌های کارآفرینی جهادی	خطرپذیری و خط‌شکنی
	غنیمت‌شمردن فرصت
	شکر نعمت
انگیزه‌های کارآفرینی جهادی	صبر در برابر مشکلات
	باور به برکت
	تعهد دینی و اخلاقی
روحیه کارآفرینی جهادی	اتکا به نفس و مسئولیت‌پذیری
	تشویق به کار و تلاش در دین
	حسن نیت
	تلاش جهت کسب روزی حلال
	جهاد همراه با مصائب
	خوش‌بینی
	ثبات قدم و سخت‌کوشی
	اخلاص و کار برای خدا
	ایمان به خود

در نهایت، شاخص‌های اصلی مرتبط با الگوی کارآفرینی جهادی در استان های شمالی کشور (مطالعه موردی: بخش صنعت)، شامل ۱۰ شاخص اصلی می‌باشد (شکل ۱).



شکل ۱- شاخص‌های الگوی کارآفرینی جهادی (یافته‌های فرایندکدگذاری با روش داده‌بنیاد با رویکرد گلایزر)

#### ۴- نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در الگوی کارآفرینی جهادی استان های شمالی کشور می‌باشد. در این پژوهش تیم تصمیم‌گیر

- 11- R. D. Hisrich, "Entrepreneurship/ intrapreneurship. Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management", vol. 3, pp. 304, 2002.
- 12- D. B. Audretsch, D. F. Kuratko, A. N. Link, "Making sense of the elusive paradigm of entrepreneurship". Small business economics, vol. 45, pp. 703-712, 2015.
- 13- I. Verheul, S. Wennekers, D. Audretsch, R. Thurik. "An eclectic theory of entrepreneurship: policies". institutions and culture. In Entrepreneurship: Determinants and policy in a European- US comparison (pp. 11-81). Springer, Boston, MA, 2019.
- 14- C. Brooks, T. Vorley, C. Gherhes, "Entrepreneurial ecosystems in Poland: panacea, paper tiger or Pandora's box?" Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 2019.
- 15- M. Yunus & K. Weber, "Creating a world without Poverty: Social business and the future of capitalism". New York: Public A, 2017.
- 16- K. Śledzik, "Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship. Management Trends in Theory and Practice", (ed.) Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina, 2013.
- 17- M. S. Sandeep, M. N. Ravishankar, "Social innovations in outsourcing: An empirical investigation of impact sourcing companies in India". The Journal of Strategic Information Systems, vol. 24, pp. 270-288, 2015.
- تقویت راهبرد برنامه‌ریزی با تأمین زیرساخت‌های مهم و اساسی در بخش صنعت جهت توسعه کارآفرینی جهادی و استفاده از ظرفیت تولیدات محلی و بومی بخش‌های صنعتی منطقه مورد تأکید است.
- پیشنهاد می‌شود با شناسایی و معرفی فرصت‌های محیطی صنایع در استان‌های شمالی کشور، بیش از پیش می‌توان فعالیت‌های کارآفرینی جهادی را گسترش داد.
- همچنین فعالیت‌های ترویجی در بخش صنعت است که می‌توان با تهیه فیلم‌ها و تیزرهای تبلیغاتی و توزیع آنها در رسانه‌های مختلف، به این امر همت گماشت. ارتقاء و گسترش مشوق‌های محیطی و نهادی توسعه کارآفرینی جهادی در بخش صنعت می‌تواند نگرش‌های کارآفرینی جهادی را با بالابردن روحیه کارآفرینی جهادی تقویت نمود. از این‌رو با استفاده از رشد پویایی محیط اقتصادی و صنعتی مناطق از طریق اصلاح و بازنگری جدی قوانین و مقررات بانکی مثل کاهش الزامات و مراحل قانونی برای ارائه تسهیلات بانکی با نرخ بهره بانکی مناسب اقدام به توسعه کارآفرینی بویژه در بخش صنعت نمود و خلق ارزش کارآفرینی جهادی به‌عنوان هدف نهایی که مستمر باشد در نظر گرفت از دیگر پیشنهادها این تحقیق است.
- دشواری پژوهش، کیفی بودن آن است که پژوهشگر تلاش کرد در شکل‌گیری نظری، هیچ نوع تحمیلی بر داده‌ها انجام نگیرد و نظریه به واقع از درون داده‌ها کشف و استخراج شود.

## ۵- مراجع

- ۱- احمدپور، محمود و مقیمی، سیدمحمد، "مبانی کارآفرینی"، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۵.
- ۲- زیرک، آزاده، "طراحی مدل رشد استارت‌آپ‌ها با رویکرد شبکه‌سازی کارآفرینانه (خوشه عمل استان اردبیل)". رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علی‌آباد کتول، ۱۴۰۱.
- ۳- علی میری، مصطفی، "آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها، توسعه کارآفرینی"، شماره ۱، صفحات ۱۳۱-۱۶۷، ۱۳۸۷.
- ۴- یداللهی فارسی، جهانگیر، "نقش جدید دانشگاه‌ها: توسعه قابلیت‌های کارآفرینی"، دوّمین کنفرانس اشتغال و نظام آموزش عالی، تهران، ۱۳۸۴.
- ۵- سبحانی، حسن، احقاقی، میثم و نادری، اسماعیل، "کارآفرینی از منظر ادیان توحیدی با تأکید بر نظام اقتصادی اسلام"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۵، صفحات ۱۶۹-۱۸۸، ۱۳۹۱.
- ۶- خنیفر، حسین، "کارآفرینی در نظام ارزشی"، قم: انتشارات اکرام، ۱۳۸۶.
- ۷- فانی، علی‌اصغر، مهتری‌آرانی، محمد، مشبکی اصفهانی، اصغر و عساری‌آرانی، عباس، "طراحی مختصات فرهنگ جهادی در شرکت‌های متوسط و بزرگ"، فصلنامه مدیریت اسلامی، شماره ۲۷، صفحات ۱۳-۳۶، ۱۳۹۸.
- ۸- آراستی، زهرا، سفیدگر، افروز و زعفریان، رضا، "تبیین نقش مؤلفه‌های فردی، محیطی و سیستمی در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی دانشگاه تهران"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۸، صفحات ۶۱-۷۹، ۱۳۹۴.
- ۹- حجازی، سیدرضا، تبیین رفتار کارآفرینانه در پرتو مفهوم شاکله دینی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۵، ۱۳۹۱.
- 10- Bignotti, A., Antonites, A. J., and Kavari, U. J. Towards an agricultural entrepreneurship development model: an empirical investigation in Namibia's agricultural communities. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 15(5): 684-708.2021.