

## بررسی رابطه‌ی دینداری با موفقیت کارآفرینان ایرانی

محمد خدایاری فرد<sup>۱</sup> - محمود احمدپور داریانی<sup>۲</sup>  
بهزاد هدهدی<sup>۳</sup> - لیلا مؤمنی<sup>۴\*</sup>

۱. استاد دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

۲. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۱۲/۷، تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۳/۲۳)

### چکیده

دین اسلام به‌طور مستقیم به موضوع کسب و کار اشاره کرده و آن را به‌عنوان یکی از بالاترین ارزش‌ها در زندگی قلمداد می‌کند. این پژوهش نیز با هدف بررسی رابطه‌ی دینداری با موفقیت کارآفرینان ایرانی انجام شده است و برای انجام آن از مدل سه‌بعدی سنجش دینداری ابداعی خدایاری فرد و همکاران و نیز استانداردهای سنجش موفقیت کارآفرینان برتر ایرانی وزارت کار و امور اجتماعی استفاده شد. روش پژوهش توصیفی می‌باشد؛ برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری سنجش همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شده و برای دست‌یابی به نتایج دقیق‌تر تحلیل واریانس نیز انجام شد. حجم نمونه‌ی این پژوهش مشتمل بر ۱۱۴ نفر می‌باشد، و نتایج به‌دست آمده نشان‌دهنده‌ی ارتباط معنی‌داری میان متغیرهای دینداری و موفقیت کارآفرینان نبود، البته می‌بایست این نکته را در نظر داشت که نمره‌ی دینداری کل و نیز نمره‌ی دینداری در هر کدام از ابعاد سه‌گانه (شناختی، عاطفی و رفتاری) کارآفرینان در حد بسیار بالایی قرار دارد و نشان‌دهنده‌ی هم‌سویی نتایج به‌دست آمده با نتایج طرح پژوهشی سنجش دینداری خدایاری فرد و همکاران است.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، دین، دینداری، موفقیت، کارآفرینان موفق

## مقدمه

یکی از چالش‌های جدی و مهم نظری و عملی که از آغاز پیدایش دوره‌ی مدرن مطرح بوده و هم‌چنان نیز ادامه دارد مربوط به نقش و جایگاه دین در این دوره و کیفیت ارتباط و تعامل آن با سایر نهادهای اجتماعی است. انسان دین‌ورز قدمتی دیرینه دارد، تجربه نیز نشان داده که مادی‌گرایی همیشه در ایجاد شادی و احساس خوشبختی موفق نبوده و باعث به‌خطر انداختن سلامت روانی و جسمانی افراد می‌شود. برخی اندیشمندان معتقدند معنویت، در موضوع کامیابی و توفیق در حیات، خود را هم ارز تعقل، اثرگذار نشان می‌دهد (شریعتی، ۱۳۶۲). اقبال فراوان اندیشمندان بزرگ به این جنبه‌ی شخصی عمیق (دین و دینداری) در زندگی انسان و کم‌رنگ نشدن این احساس درونی به‌رغم زندگی مدرن امروزی، سبب کنجکاوی در بررسی ارتباط و تأثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی بشر شده است. چگونگی این ارتباط به دفعات و در حوزه‌های مختلف علمی در ادیان مختلف سنجیده شده و نتایج قابل توجهی را به‌همراه داشته است. در دنیای مدرن و پیشرفته‌ی امروزی که با مسائل، مفاهیم و تعریف‌های جدید به‌دنبال یافتن مسیر پیشرفت می‌باشد، کارآفرینان به‌عنوان یکی از عوامل اثرگذار در تحولات، چرخ توسعه‌ی اقتصادی را با جست‌وجوی راه‌های جدید برای انجام کارها به‌حرکت می‌اندازند (Porter, 1985) و منابع اقتصادی را جابه‌جا کرده و از جایی که بهره‌وری کم‌تری دارد به آن‌جا که بهره‌وری بیش‌تری دارد منتقل می‌کنند (Say & Dees, 2001) آنان حریص نبوده و به فکر نگه‌داشت پول نیستند؛ و باید توجه داشت که به‌رغم تأکید اندیشمندان حوزه‌ی کارآفرینی اقتصادی بر سودجویی، به روابط اجتماعی نیز توجه ویژه شده است. از جمله شومپتر<sup>۱</sup> (۱۹۳۴) در توضیح «تخریب خلاق» بر کیفیت عوامل انسانی تأکید می‌کند. کارآفرینان، سرمایه‌سازانی هستند که توقف و رکود در منطق ذهنی و مغز کارای آن‌ها وجود ندارد و کسی که مدام در حال ایجاد سرمایه و کار می‌باشد، بخشندگی جزئی ساده از وجود اوست

1. Schumpeter, 1934

(خنیفر، ۱۳۸۸). هم‌سو بودن مفاهیم و تعالیم دین اسلام و کارآفرینی با یک‌دیگر می‌تواند منشأ خدمات و برکات فراوان برای فرد و جامعه باشد.

### مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

سابقه‌ی طرح مباحث اقتصادی از دیدگاه دین به قدمت اندیشه‌های دینی باز می‌گردد، اما می‌توان گفت بحث علم اقتصاد و دین از زمان آدام اسمیت<sup>۱</sup> (۱۷۷۶) آغاز شد. آدام اسمیت در کتاب ثروت ملل<sup>۲</sup> مباحثی از رفتارهای کلیسا و روحانیون را در قالب نظریه‌های اقتصادی خود گنجانده؛ اما نقطه‌ی عطف مطالعات میان مذهب و اقتصاد را ماکس وبر<sup>۳</sup> آلمانی و همکاران وی انجام دادند. وبر در سال‌های ۱۹۰۴ و ۱۹۰۵ کتاب «اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری»<sup>۴</sup> را در توضیح نظریه‌ی خود منتشر کرد. کاربرد اصطلاح کارآفرینی در قرون ۱۷ و ۱۸ رایج شد و کارآفرین به کسی گفته می‌شد که چیزی را برعهده می‌گیرد، نه این که برعهده‌اش بگذارند و در رابطه با همین تعریف است که «خطرپذیری» معنا پیدا می‌کند (Utterback, 1994). حضرت علی (ع) نیز در بیان اهمیت داشتن این ویژگی فردی می‌فرماید: «إِذَا هَبْتَ أَمْرًا فَفَعَّ فِيهِ فَإِنَّ شِدَّةَ تَوْقِيهِ أَعْظَمُ مِمَّا تَخَافُ مِنْهُ»: هرگاه از کاری هراس و بیم داشتی، خود را در آغوش همان کار بینکن، چرا که سختی پرهیز و هراس، بزرگ‌تر از خود آن چیزی است که از آن می‌ترسی (نهج‌البلأغه، حکمت، ص ۱۵۷). پیتر دراگر<sup>۵</sup> نیز در توضیح ویژگی‌های کارآفرینان، بر فرصت و نوآوری به‌عنوان عوامل محوری تأکید و کارآفرینان را کسانی قلمداد می‌کند که در پی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت به‌منظور ایجاد ارزش هستند (Drucker, 1985). حضرت علی (ع) نیز در اهمیت بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌فرماید: «الْفُرْصَةُ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ فَاتَّهَظُّوا فُرْصَ الْخَيْرِ»: فرصت‌ها مانند ابر می‌گذرند، پس فرصت‌های نیکو را از

1. Adam Smith, 1776

2. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations

3. Max Weber

4. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism

5. Drucker, 1985

دست ندهید (بحارالانوار، جلد ۷۱). فرصت‌شناسی و بهره‌گیری از آن بدون توجه به محدودیت‌های منابع مالی موجود قلب مدیریت کارآفرینانه است (Stevenson & Gumpert, 1985) هم‌چنین در مورد به‌روز بودن و نو اندیشیدن می‌فرماید: «لَا تَقْسِرُوا أَوْلَادَكُمْ عَلَى آدَابِكُمْ، فَإِنَّهُمْ مَخْلُوقُونَ لِزَمَانٍ غَيْرِ زَمَانِكُمْ»: آداب و رسوم خود را به فرزندانان تحمیل نکنید، زیرا آنان برای زمانی غیر از زمان شما آفریده شده‌اند (ابن‌ابی‌الحدید). ایده‌های جان باتیست سی، شومپتر، دراکر و استیونسن از نظر سادگی و توضیح پیوند کسب‌وکار با مسائل اجتماعی بسیار جذاب و به‌گونه‌ای می‌باشد که یک چینش فکری رفتاری خاص را نشان می‌دهد. از این‌رو متفکران کارآفرینی اجتماعی نیز با الهام از آن‌ها مفهوم جدیدتری را ارایه کردند که در آن تولید ثروت به‌عنوان یگانه هدف کارآفرین مدنظر قرار نمی‌گیرد، بلکه وسیله‌ای برای رفع محرومیت‌ها و مشکلات اجتماعی به‌منظور تأمین همبستگی جمعی و تولید ارزش و سرمایه‌ی اجتماعی بوده و هدف مشخص و آشکار آن سودرسانی جمعی است. این نوع از کارآفرینی تمام افراد و گروه‌هایی که امکان دارد در معرض گوشه‌گیری، طرد یا حذف از جریان عادی زندگی باشد را به‌عنوان جامعه‌ی هدف با خود همراه کرده و زمینه‌ی هم‌آوایی جامعه را فراهم می‌کند. در دین اسلام بسیاری از آموزه‌ها و مفاهیم پرورش‌دهنده‌ی نگرش کارآفرینانه وجود دارد و پیشوایان دینی نیز به لحاظ شخصیت و نگرش کارآفرینانه و مولد اقتصادی، الگوهای بسیار مهم و انگیزه‌بخش هستند، ضمن آن‌که در جوامع مسلمان نیز افراد بسیاری در حوزه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکار موفقیت‌هایی به‌دست آورده‌اند. کنش‌های اصلی دین، به‌ویژه دین اسلام که بر دین‌داران مترتب می‌شود و مفاهیم اصلی کارآفرینی با یک‌دیگر هم‌سو و هماهنگ می‌باشد، به‌رغم مطالب بیان شده و وجود مفاهیم و آموزش‌های زیاد برای بسترسازی پرورش افراد کارآفرین و مولد و تلاش‌گر اقتصادی به‌علت فرجه شدن برخی دیگر از جنبه‌های دین و بی‌توجهی به این‌گونه از جنبه‌های آن، به دین و ابعاد آن به‌صورت ناقص پرداخته‌ایم که سبب می‌شود فعالیت‌های مربوط به راه‌اندازی کسب‌وکار به‌صورت یک امر بی‌ارتباط و یا کم‌ارتباط با حوزه‌ی دینی تلقی و دریافت شود.

با توجه به آن‌که در کشوری زندگی می‌کنیم که بیش‌تر جمعیت آن را مسلمان تشکیل

داده و از سوی دیگر در مسیر پیشرفت همه‌جانبه، به تحولات اقتصادی و کارآفرینانه به‌ویژه از منظر کارآفرینی اجتماعی نیازمند می‌باشد و با توجه به این که تاکنون در ایران هیچ‌گونه مطالعه‌ی میدانی برای تحلیل تأثیر و رابطه‌ی دینداری و کارآفرینی انجام نشده است، ضرورت دارد برای فهم این رابطه، مطالعاتی انجام شود تا بتوان در پژوهش‌های بعدی از فرهنگ دینی اسلامی برای ارتقا، توسعه و گسترش فرهنگ کارآفرینی و تربیت کارآفرینان موفق استفاده کرد.

خنیفر (۱۳۸۸) در کتاب کارآفرینی در نظام ارزشی اشاره می‌کند: «کامل‌ترین نظام اقتصادی درباره‌ی کسب و کار اسلام است که به طور مستقیم به کسب و کار اشاره کرده و آنرا بالاترین ارزش‌ها در زندگی قلمداد می‌کند.» از حضرت رسول (ص) داریم که بیکاری عامل پوچ‌گرایی، خطاپذیری، دوری از خدا، انگیزه‌ی گناه و کجروی است. در قرآن مجید هم بیش از ۹۰ درصد آیات درباره‌ی زندگی، کار، دانش‌اندوزی و وظایف انسان در زندگی می‌باشد و فقط ۱۰ درصد آیات معاد و آخرت است (خنیفر، ۱۳۸۸). بحران اواخر سال‌های ۱۹۷۰ و نیز شدت رقابت کشورها نشان داد که باید به تربیت منابع انسانی به‌عنوان یک مرحله‌ی مهم نوسازی تفکر منطقی و عقلانی توجه کرد و روشن است که برای ترغیب افراد به مشارکت در فعالیت‌ها بایستی نیازهای آنان بررسی و رفع شود که این نیازها براساس تقسیم‌بندی آبرهام مازلو<sup>۱</sup> شامل نیازهای اولیه و مادی، نیازهای ثانویه و روان‌شناختی و نیازهای جامعه‌شناختی یا نیازهای رتبه‌ی سوم هستند. دی‌هرزبرگ<sup>۲</sup> روانشناس صنعتی امریکایی در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ پژوهش‌های زیادی در این زمینه انجام داد و نتیجه‌ی بررسی‌های خود را با برداشتی از کتاب‌های مقدس تورات و انجیل براساس دو تیپ شخصیتی آدم و موسی (ع) خلاصه کرد؛ براین اساس افراد انسانی از نظر انگیزه‌ها و محرک‌ها در دو گروه قابل دسته‌بندی هستند: گروهی همانند آدم ابوالبشر در پی تأمین نیازهای اولیه‌ی خویش هستند که بدون آن نمی‌توانند زندگی کنند و

1. Abraham Maslow  
2. D. Herzberg

در سطح بالاتر گروهی همانند حضرت موسی (ع) نیازهای روحی، میل به تولید، خودباوری در کار و انجام وظیفه و تکامل و تکوین شخصیتی دارند.

نتیجه‌ای که از بحث‌های بالا می‌توان گرفت این‌که همراه با تحولات زندگی و پیشرفت‌های مادی روابط افراد و قواعد زندگی جمعی نیز باید پیوسته مورد بازبینی قرار گیرد و اقتصادی بودن صرف می‌تواند به از هم گسیختگی روابط حاکم بر جامعه منجر شود؛ نیکوکاران هرگز با نگاه سودجویانه به کارها نمی‌نگرند، معتقدان حقیقی ادیان هم نفع عمومی را دنبال می‌کنند و هم نفع اقتصادی را برآورده می‌نمایند و هم ابعاد روحی و روانی و معنوی را پوشش می‌دهند و ضمن ارضای ابعاد و خواسته‌های متنوع آدمی برای حل مشکلات اجتماعی نیز چاره‌جویی می‌کنند و از این‌رو انسان چندبُعدی و جامعه چندبُعدی واقعیت وجودی پیدا می‌کند (مهاجری، ۱۳۸۸).

پژوهش‌های بسیاری تأیید می‌کند که فرایند و برنامه‌های آموزشی که موجب تغییر بینش و فرهنگ افراد و تجهیز آن‌ها به دانش و مهارت‌های خاص می‌شود، می‌تواند راهی را که آن‌ها به احتمال با سعی و خطا و گذشت زمان طولانی به آن می‌رسند بسیار کوتاه کرده و به سرعت یک کارآفرین بالقوه را به یک کارآفرین بالفعل تبدیل کند. از این‌رو توجه اصولی به آموزش منابع انسانی، فرهنگ‌سازی و بسترسازی کار و تلاش به‌منظور ارتقای کمی و کیفی و شایسته و بالابردن بهره‌وری نیروی انسانی نقش بنیادین در ساختار کارآفرینی دین، نظام‌ها و ارزش‌ها خواهد داشت که فرایند کلی توسعه‌ی جامعه را در بر می‌گیرد (حنیفر، ۱۳۸۸).

بنا به دلایل و توضیحات مطرح شده، این پژوهش کاربری- توسعه‌ای در نظر دارد تا با استفاده از تجربه‌های اساتید برجسته‌ی میهن در سنجش علمی میزان دینداری اقشار مختلف جامعه، با تمرکز بر کارآفرینان موفق اقتصادی و اجتماعی ایرانی (۱۳۸۹-۱۳۸۸) که معیار موفقیت آنان توسط هیأت علمی داوران جشنواره‌ی ملی کارآفرینان برتر وزارت کار و امور اجتماعی (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۵) طی پنج سال گذشته عملیاتی شده و به‌صورت معیار الگو طراحی، تصویب و تثبیت گردیده، رابطه‌ی دینداری و موفقیت آنان را مشخص کند. از آن‌جا که کارآفرینی عامل مهم کلیدی برای گسترش و توسعه‌ی اقتصادی

است، آگاهی از عوامل مهم تأثیرگذار بر نگرش کارآفرینانه افراد اهمیت دارد. (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۵).

مدل‌های سنجش دینداری افراد، بنا به دیدگاه صاحب‌نظران این حوزه متنوع می‌باشد، اما برای انجام این پژوهش و یافتن جواب دغدغه‌ی مطرح شده از مدل سنجش دینداری خدایاری‌فرد و همکاران (۱۳۸۸) به دلیل بومی بودن، مطابقت سوال‌های پرسش‌نامه با دین اسلام و سنجش دقیق‌تر ابعاد دینداری استفاده می‌شود.

هدف این پژوهش بررسی رابطه‌ی دینداری با موفقیت کارآفرینان ایرانی بوده و سوال اصلی پژوهش این است که آیا بین دینداری با موفقیت کارآفرینان ارتباط معناداری وجود دارد؟

پژوهش‌های مرتبط با موضوع دینداری و کارآفرینی به‌ویژه در رابطه‌ی دین اسلام و کارآفرینی کم‌تر به چشم می‌خورد، از این رو باید برای بررسی بیشتر و دستیابی به اطلاعات تکمیلی به حوزه‌های مرتبط با موضوع مانند رابطه‌ی دینداری با مقولاتی همانند اشتغال، بی‌کاری، فقر و انحراف، کار و کوشش، پیشرفت تحصیلی، ثروت و ارزش آفرینی نیز توجه شود. پیشینه‌ی این پژوهش نیز از دو جهت قابل بررسی است: اول: پژوهش‌های انجام شده‌ی مرتبط با موضوع دینداری و کارآفرینی، دینداری و توسعه‌ی اقتصادی و دینداری و نظام ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی، دوم: پژوهش‌های انجام شده‌ی مرتبط با موضوع مقیاس‌های سنجش دینداری.

در پژوهش ارسلان<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) با عنوان «ارزش‌های اخلاق کاری مدیران پروتستان انگلیسی، مدیران کاتولیک ایرلندی و مدیران مسلمانان ترک»<sup>۲</sup>، مشخص شد مدیران مسلمان سطح بالایی از اخلاق کاری پروتستانی دارند؛ در حالی که پروتستان‌ها با اندکی تفاوت نسبت به کاتولیک‌ها در جایگاه دوم و کاتولیک‌ها در جایگاه سوم رعایت اخلاق کاری پروتستانی قرار گرفتند. هگک پرامانیک<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) در مقاله‌ی «اسلام و توسعه،

1. Arslan, M, 2001

2. The Work Ethic Values of Protestant British, Catholic Irish and Muslim Turkish Managers

3. Huq Pramanik, A, 2002

شواهدی از مالزی»<sup>۱</sup> ضمن بررسی محتوای نظری که در پشت اهداف توسعه‌ای اسلام وجود دارد، نتیجه گرفت که اساس اهداف توسعه‌ای اسلام در اقتصاد کلان بر عدالت، محبت، مدارا، مراقبت و به اشتراک گذاشتن، همکاری و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز استوار است، در بخش‌های مختلف دستورهای این دین می‌توان ارتباط مثبت و پیوسته‌ی اسلام و توسعه را مشاهده کرد. یافته‌های پژوهش کاید<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) «کارآفرینی اسلامی: مطالعه‌ی موردی در پادشاهی عربستان سعودی»<sup>۳</sup> مشخص کرد که هیچ ناسازگاری میان ارزش‌های اسلامی و کارآفرینی وجود ندارد. کمبود کارآفرینی پویا در عربستان سعودی به هیچ وجه ارتباطی با تبعیت از ارزش‌های اسلامی و اخلاق کاری ندارد و مربوط به شکست دولت در جذب مفهوم کارآفرینی و به‌دنبال آن استفاده نکردن از ارزش‌های اسلامی برای ایجاد توسعه می‌باشد. آدرتش و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) در پژوهش «دین و کارآفرینی»<sup>۵</sup> تأثیر دین بر تصمیم افراد در کارآفرین شدن را بررسی کرده و نتایج به‌دست آمده تأثیر دین بر کارآفرینی را تأیید می‌کند. ضمن آن که برخی از ادیان مانند اسلام و مسیحیت افراد را به‌سوی کارآفرینی هدایت می‌کنند، در حالی که برخی دیگر مانند هندویسم مانع کارآفرینی می‌شوند. سلکو اوگور<sup>۶</sup> در پژوهش «تأثیر دین بر ارزش‌های اخلاقی کار: مطالعه‌ی موردی دین اسلام و صاحبان کسب‌وکار کوچک و متوسط ترک»<sup>۷</sup> در سال ۲۰۰۹، مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته‌ای را با ۳۲ کارآفرین که آن‌ها را در دو گروه دین‌دار و سکولار تقسیم کرده بود، انجام داد. تحلیل داده‌های کیفی نشان داد که مذهب بر فعالیت‌های کاری تأثیر دارد، بدین ترتیب ۵ ویژگی بارز از تأثیر دین بر اخلاق کاری عبارتند از: سخت‌کوشی به‌عنوان یک وظیفه‌ی دینی، حسن نیت (قصد)، انجام مسئولیت،

1. Islam and Development Revisited With Evidences From Malaysia
2. N.Kayed,R,2006
3. Islamic entrepreneurship:a case study of the kingdom of Saudi Arabia
4. Audretsch et al., 2008
5. Religion and Entrepreneurship
6. Selçuk Uygur
7. The Influence of religion over work ethic values: The Case of Islam and Turkish SME Owner-Managers



خیرخواهی و حفظ تعادل در زندگی شخصی. وبور رخصمن<sup>۱</sup> در پژوهش «تأثیر اخلاق کاری اسلام بر نتایج کار»<sup>۲</sup> در سال ۲۰۱۰، در جست‌وجوی تأثیر اخلاق کاری دین اسلام بر نتایج کار (رضایت شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل)، نشان داد که اخلاق کاری دین اسلام اثر مثبت بر افراد دارد و کارمندان در حد بسیار بالایی به اخلاق اسلامی پایبند هستند، میزان رضایت شغلی و تعهد سازمانی آنان بالاتر از حد متوسط و قصد ترک شغل در آنان پایین ارزیابی شد.

خنیفر (۱۳۸۶) در کتاب «کارآفرینی در نظام ارزشی»، نظر اقتصادی اسلام و مقوله‌ی عدالت، استقلال و اقتدار جامعه‌ی اسلامی که باعث رشد و توسعه‌ی همه‌جانبه و کارآفرینانه می‌باشد را مطرح کرده و با بررسی نگاه و حیانی قرآن کریم و در آیات و روایات، کار را در نظام ارزشی بررسی کرده است. خانی‌جزنی (۱۳۸۷) نیز در مقاله‌ی «اخلاق کار و وجدان کار در کارآفرینی» ارزش‌هایی مانند اخلاق، وجدان، تعهد و مسئولیت‌پذیری در تبدیل اندیشه‌ی نو به محصول و ارائه‌ی آن به بازار مانند واکنش‌گر در معادلات شیمیایی عمل می‌کند، که سبب می‌شوند فرایند کارآفرینی تحت تأثیر این عوامل در مدتی کوتاه‌تر به نتیجه برسد. در مقاله‌ی «بررسی سازگاری و نقش آموزه‌های اسلامی با شاخص‌های نوین توسعه‌ی اقتصادی»، اکبری و افخمی ستوده (۱۳۸۷)، به دلیل آن که اغلب کشورهای اسلامی در دسته‌ی کشورهای توسعه‌نیافته یا در حال توسعه قرار گرفته‌اند، این سؤال که آیا آموزه‌های اسلامی مانعی برای سرعت دادن به فرایند توسعه یافتگی هستند یا خیر، اهمیت یافته است. از آن‌جا که شاخص توسعه‌ی انسانی دارای سه معیار طول عمر همراه با سلامتی، کسب دانش و سطح شایسته‌ی زندگی می‌باشد این سؤال که آیا بین این معیارهای سه‌گانه و آموزه‌های اسلامی سازگاری وجود دارد یا خیر، بررسی شده و نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل آموزه‌های اسلامی مرتبط با این موضوعات نشان می‌دهد که آموزه‌های اسلامی مانعی برای تحقق معیارهای توسعه نمی‌باشند و به‌طور کلی بین این

1. Wahibur Rokhman  
2. The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes

معیارها و آموزه‌های اسلامی سازگاری وجود دارد. در پژوهش «سرمایه‌ی مذهبی: ماهیت، عناصر تشکیل و آثار آن»، عزتی (۱۳۸۷)، این‌گونه بیان می‌کند که چنانچه مذهب جامعه کیفیت مناسب و جایگاه درست خود را داشته باشد (مذهب الهی باشد، نه خرافی و تحریفی)، می‌تواند به‌عنوان یک سرمایه عمل کرده و جامعه را به سمت پیشرفت و تعالی معنوی و مادی هدایت کند. در پژوهش «بررسی آثار باورهای مذهبی بر گرایش به راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید»، ملکی و همکاران (۱۳۸۸)، در میان دانشجویانی که در مراکز رشد دانشگاه‌های تهران، شریف و شهید بهشتی اقدام به راه‌اندازی شرکت کرده بودند، انجام شد. نتیجه‌ی اولیه‌ی به‌دست آمده نشان‌دهنده تأثیر نداشتن باورهای مذهبی بر راه‌اندازی کسب‌وکار بود، اما پاسخ‌دهندگان از وجود یک نظام درونی ارزشی قوی صحبت کرده‌اند که گرایش به حفظ و تقویت آن داشته‌اند و در تلاش بوده‌اند تا پابندی خود را به اصول مذهبی نشان دهند. یافته‌ها نشان می‌دهند که دلیل عدم تأثیر باورهای مذهبی بر راه‌اندازی کسب‌وکار وجود متغیرهای میانجی بوده است که باعث تأثیرگذاری غیرمستقیم باورها بر راه‌اندازی کسب‌وکار می‌شود.

در ارتباط با بخش «دوم» نظریه‌ی مورد پذیرش محقق، گزارش نهایی طرح پژوهشی «آماده‌سازی مقیاس دینداری و ارزیابی سطح دینداری اقشار مختلف جامعه ایران» به کوشش محمد خدایاری فرد و همکاران در سال ۱۳۸۸ موجود می‌باشد.

### روش‌شناسی

روش این پژوهش کاربردی- توسعه‌ای توصیفی است. با مراجعه به وزارت کار و امور اجتماعی مشخص شد اطلاعات و نمرات ۴۵۰ نفر از کارآفرینان سال‌های ۸۸ و ۸۹ براساس شاخص‌های موفقیت بیان شده و به‌عنوان جامعه‌ی آماری در دسترس می‌باشد و از سوی این وزارتخانه افرادی به‌عنوان کارآفرین موفق معرفی می‌شوند که در داوری‌های انجام شده امتیاز بالای ۷۰ را کسب کرده باشند. بنابراین برای انجام این کار، اطلاعات دریافت شده از وزارت کار و اموراجتماعی را به چهار گروه کارآفرینان: گروه الف: کارآفرینان بسیار موفق (امتیاز ۲۵،۹۲-۷۰)، گروه ب: کارآفرینان موفق (امتیاز ۶۹،۷۵-۵۰)،

گروه ج: کارآفرینان تاحدی موفق (امتیاز ۴۹،۵-۳۰) و گروه د: کارآفرینان با موفقیت کم (امتیاز ۲۹،۲۵-۰) تقسیم‌بندی شد تا جوامع مورد نمونه‌گیری در طبقه‌هایی که از نظر صفت متغیر، همگن‌تر هستند گروه‌بندی شوند. معیار موفقیت کارآفرینان ۷ شاخص اصلی (ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرین، نوآوری، خطرپذیری، آینده‌نگری، اشتغال، منطقه‌ی جغرافیایی و لوح و نشان دریافتی) دارد که هر یک از آن‌ها به چندین زیرشاخص دیگر تقسیم‌بندی می‌شوند و بنا بر اطلاعات اعلام شده از سوی کارآفرینان به وزارت کار و امور اجتماعی، امتیاز هر کارآفرین مشخص می‌شود.

حجم نمونه‌ی کمی این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران<sup>۱</sup> ۱۱۴ نفر است، نمونه‌گیری در بخش کمی این پژوهش به روش طبقه‌ای انجام شد. بدین منظور برای بیش‌تر کردن شباهت نمونه با جامعه، ابتدا جامعه را به گروه‌هایی که هر گروه خواص مشترکی دارند تقسیم کرده و سپس عناصر مورد نیاز از هر گروه را به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده یا منظم انتخاب می‌کنیم (خسروی، ۱۳۸۴). بعد از انجام مراحل بیان‌شده، با شرکت در جلسات گروهی کارآفرینان در تهران و یا مکاتبه از طریق ایمیل، ارسال دورنگار و یا صحبت تلفنی با کارآفرینان و توضیح در مورد ابعاد و ویژگی‌های این طرح پژوهشی، پرسش‌نامه‌ی سنجش دینداری توزیع و پاسخ‌ها جمع‌آوری و گفت‌وگوهایی نیز انجام شده و با استفاده از نرم‌افزار Excel داده‌های گردآوری شده طبقه‌بندی و نظیر به نظیر امتیاز کل موفقیت پیاده‌سازی شد، سپس به کمک نرم‌افزار داده‌پردازی و تحلیلی SPSS نتایج داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت. پرسش‌نامه‌ی سنجش دینداری این پژوهش، همان پرسش‌نامه‌ی طرح پژوهشی آماده‌سازی مقیاس دینداری و ارزیابی سطوح دینداری اقشار مختلف جامعه‌ی ایران (خدایاری فرد و همکاران، ۱۳۸۸) می‌باشد که روایی و پایایی آن قبلاً ارزیابی شده است و ضریب آلفای کرونباخ<sup>۲</sup> در شاخص‌های دینداری در کل بالا (بین ۰/۷۱ تا ۰/۹۴ متغیر می‌باشد) و در سطح خیلی خوب قرار دارد که نشان می‌دهد پرسش‌نامه هماهنگی درونی دارد.

1. Cochran Formula  
2. Cronbach's Alpha

## یافته‌ها

### یافته‌های کمی

در تجزیه و تحلیل داده‌های کمی از نرم افزار تحلیل داده SPSS استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که:

۱. از نظر شاخص باور دینی (بعد شناختی) نمره‌ی میانگین کل ۲۶۵ (از سقف ۲۹۴) که ۹۰/۱۳ درصد امتیاز مقیاس بود.
۲. از نظر شاخص عواطف دینی (بعد عاطفی) نمره‌ی میانگین کل ۱۲۴ (از سقف ۱۳۸) که ۸۹/۸۵ درصد امتیاز مقیاس بود.
۳. از نظر شاخص وظایف دینی (بعد رفتاری) نمره‌ی میانگین کل ۱۲۷ (از سقف ۱۵۶) که ۸۱/۴۱ درصد امتیاز مقیاس بود.

بنابراین میزان دینداری کل و نیز میزان دینداری در هر کدام از ابعاد سه‌گانه بیش از ۸۰ درصد از سقف امتیاز مدل سنجش دینداری را به دست آورده و دینداری کارآفرینان موفق در حد بسیار بالایی قرار دارد.

تفاوت معناداری میان گروه‌های چهارگانه چه از نظر نمره‌ی کل و چه از نظر شاخص‌های سه‌گانه مشاهده نشد.

میانگین نمره‌ی شاخص باور دینی در کل نمونه‌ی آماری ۲۶۵ (۹۰/۱۳) درصد سقف امتیاز) است. نمره‌ی کامل این مقیاس ۲۹۴ می‌باشد که گروه الف بالاترین امتیاز (۹۰/۹۸) درصد) را دارد، رتبه‌ی دوم گروه ب (۸۹/۹۸) درصد)، رتبه‌ی سوم گروه ج (۸۹/۸۵) درصد) و رتبه‌ی چهارم گروه د (۸۹/۴۵) درصد) می‌باشد و از این نظر کارآفرینان موفق (دارای امتیاز موفقیت ۷۰ به بالا) از میانگین نمره‌ی شاخص باور دینی بیش‌ترین امتیاز را کسب کرده‌اند.

میانگین نمره‌ی شاخص عواطف دینی در کل نمونه‌ی آماری ۱۲۴ (۸۹/۸۵) درصد از سقف امتیاز) است. نمره‌ی کامل این مقیاس ۱۳۸ می‌باشد که گروه «د» بالاترین امتیاز (۹۱/۱۵) درصد) را دارد، رتبه‌ی دوم گروه الف (۹۰/۶۸) درصد)، رتبه‌ی سوم گروه ب (۸۹/۸۵) درصد) و رتبه‌ی چهارم گروه ج (۸۹/۱۳) درصد) می‌باشد و از این نظر کارآفرینان موفق

دارای امتیاز موفقیت ۷۰ به بالا) از میانگین نمره شاخص عواطف دینی در رده دوم قرار گرفتند.

میانگین نمره شاخص التزام و عمل به وظایف دینی در کل نمونه‌ی آماری ۱۲۷ (۸۱/۴۱) درصد از سقف کل) است. نمره‌ی کامل این مقیاس ۱۵۶ می‌باشد که گروه الف بالاترین امتیاز (۸۲/۷۳ درصد) را داشته و گروه د رتبه دوم (۸۲/۳۰ درصد)، گروه ب رتبه سوم (۸۱/۳۹ درصد) و گروه ج رتبه چهارم (۸۰/۱۰ درصد) قرار دارند و از این نظر کارآفرینان موفق (دارای امتیاز موفقیت ۷۰ به بالا) از میانگین نمره‌ی شاخص التزام و عمل به وظایف دینی بالاترین امتیاز را کسب کرده‌اند.

میانگین نمره کل دینداری در زنان و مردان به ترتیب ۵۱۵/۴۳ و ۵۱۵/۶۶ (از سقف ۵۸۸) که ۸۷/۶۵ درصد و ۸۷/۶۹ درصد امتیاز مقیاس کل بود.

۱. از نظر شاخص باور دینی (بعد شناختی) نمره میانگین کل در زنان و مردان به ترتیب ۲۶۴/۶۸ و ۲۶۴/۷۴ (از سقف ۲۹۴) که ۹۰/۰۲ درصد و ۹۰/۰۴ درصد امتیاز مقیاس بود.

۲. از نظر شاخص عواطف دینی (بعد عاطفی) نمره میانگین در زنان و مردان به‌طور مساوی ۱۲۴/۰۳ (از سقف ۱۳۸) که ۸۹/۸۷ درصد امتیاز مقیاس بود.

۳. از نظر شاخص وظایف دینی (بعد رفتاری) نمره میانگین کل در زنان و مردان به ترتیب ۱۲۶/۷۳ و ۱۲۶/۹۰ (از سقف ۱۵۶) که ۸۱/۲۳ درصد و ۸۱/۳۴ درصد امتیاز مقیاس بود.

### یافته‌های کیفی

افزون‌بر گردآوری داده‌های کمی با ۱۵ کارآفرین نیز گفت‌وگوهای ترتیب داده و مشخص شد که این افراد با توجه به انگیزه‌های درونی برای کسب ثروت، احساس مفید بودن در جامعه، یا مطرح کردن ایده‌ی تازه‌ی خود در جامعه و یا با هدف والای خدمت‌رسانی (در مورد کارآفرینان اجتماعی) اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار کرده‌اند و انگیزه‌ی اولیه‌ی هیچ‌یک به‌طور مستقیم و فقط به‌دلیل آن‌که آموزه‌های دینی کسب‌وکار حلال را تشویق می‌کند، نبوده است. آن‌ها اغلب در مراحل سخت کار خود، زمانی که با بن‌بست مواجه شده و توان حل مشکل را از دست می‌دادند، طلب مدد از پروردگار کرده

و تلاش و فعالیت خود را بیش تر کرده و قدردان افرادی هستند که در مراحل مختلف، مسیر رشد و شکوفایی آنان را فراهم آورده‌اند، هیچ‌گاه از شکست مأیوس نشده‌اند و با برقرار کردن روابط مثبت، بر مبنای صداقت و شفافیت در گفتار و کردار، حرکت خود را به سمت موفقیت ادامه داده‌اند.

برای بررسی رابطه‌ی دینداری با موفقیت کارآفرینان از آزمون ضریب همبستگی<sup>۱</sup> استفاده شد که ابزاری آماری برای تعیین نوع و درجه‌ی رابطه‌ی یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است (مومنی، ۱۳۸۶). نتایج تحلیل آماری برای بررسی رابطه‌ی دینداری و شاخص‌های آن با موفقیت کارآفرینان، با استفاده از نرم‌افزار SPSS در جداول شماره‌ی (۱) و (۲) آمده است.

جدول ۱. رابطه‌ی نمره‌ی کل دینداری و شاخص‌های آن با موفقیت کارآفرینان  
(ضریب همبستگی اسپیرمن)

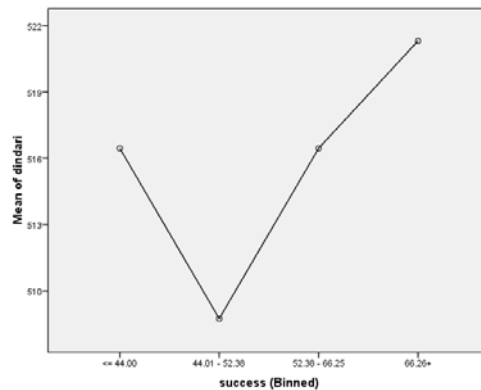
ردیف	شماره فرضیه	نام شاخص	ضریب همبستگی شاخص یا موفقیت	سطح معنی داری
۱	فرض شماره‌ی ۱	دینداری	۰/۱۶۸	۰/۱۴۲
۲	فرض شماره‌ی ۲	بُعد شناختی	۰/۱۹۸	۰/۰۸۳
۳	فرض شماره‌ی ۳	بُعد عاطفی	۰/۰۳۴	۰/۷۶۶
۴	فرض شماره‌ی ۴	بُعد رفتاری	۰/۲۰۳	۰/۰۷۴

جدول ۲. رابطه‌ی نمره‌ی کل دینداری و شاخص‌های آن با موفقیت کارآفرینان  
(ضریب همبستگی پیرسون)

ردیف	شماره‌ی فرضیه	نام شاخص	ضریب همبستگی شاخص یا موفقیت	سطح معنی داری
۱	فرض شماره‌ی ۱	دینداری	۰/۱۵۰	۰/۱۹۰
۲	فرض شماره‌ی ۲	بُعد شناختی	۰/۱۲۹	۰/۲۶۲
۳	فرض شماره‌ی ۳	بُعد عاطفی	۰/۰۲۲	۰/۸۴۹
۴	فرض شماره‌ی ۴	بُعد رفتاری	۰/۱۷۰	۰/۱۳۷

بررسی داده‌ها از طریق تحلیل واریانس نیز نشان داد رابطه‌ی معنی داری میان داده‌های موفقیت و دینداری در گروه‌های مختلف کارآفرینان وجود ندارد.

1. Correlation Coefficient



نمودار ۱. تحلیل واریانس داده‌ها

### بحث و نتیجه

این پژوهش با هدف بررسی رابطه‌ی دینداری با موفقیت کارآفرینان ایرانی و با استفاده از مدل سه‌بعدی سنجش دینداری ابداعی خدایاری‌فرد و همکاران و نیز استانداردهای سنجش موفقیت کارآفرینان برتر ایرانی وزارت کار و امور اجتماعی انجام شده است. پس از گردآوری، طبقه‌بندی و تحلیل داده‌های کمی، مشخص شد نمره‌ی کل دینداری و هریک از شاخص‌های آن در چهار گروه نمونه‌ی آماری بسیار به یک‌دیگر نزدیک و بیش از ۸۰ درصد سقف امتیاز مدل سنجش مربوط به دینداری می‌باشد. کارآفرینان از نظر دینداری در سطح بسیار بالایی قرار دارند، اما تحلیل همبستگی دینداری و کارآفرینی نشان داد که هیچ‌گونه ارتباط معناداری بین میزان دینداری و شاخص‌های آن با موفقیت کارآفرینان وجود ندارد.

میانگین نمره‌ی شاخص بُعد شناختی کارآفرینان موفق ۹۰/۹۸ درصد امتیاز کل، در بُعد عاطفی ۹۰/۶۸ درصد امتیاز کل و در بُعد رفتاری ۸۲/۷۳ درصد امتیاز کل بوده و از آنجا که میانگین نمره‌های به‌دست آمده در هریک از ابعاد بسیار به یک‌دیگر نزدیک هستند نمی‌توان بُعد غالب دینداری را برای کارآفرینان موفق در نظر گرفت؛ هم‌چنین افزایش نمره‌ی بُعد شناختی، بُعد عاطفی و بُعد رفتاری دینداری نیز ارتباط معناداری با موفقیت کارآفرینان نداشته و هیچ‌یک از فرضیه‌های پژوهش به اثبات نرسید. هم‌چنین مشخص شد

انگیزه‌ی اولیه‌ی هیچ‌یک به‌طور مستقیم و فقط به‌دلیل آن‌که آموزه‌های دینی کسب و کار حلال را تشویق می‌کند، نبوده است. لیکن به‌دلیل فضای تربیتی این افراد و هم‌چنین ارزش‌های حاکم بر جامعه‌ی دین‌دار ایران، آموزه‌های دین اسلام به‌طور غیرمستقیم بر دیدگاه این افراد تأثیرگذار بوده و دین برای آن‌ها در زندگی جایگاه ویژه‌ای داشته و به اصول و ارزش‌های آن احترام می‌گذارند.

باورهای مذهبی مرتبط با کسب و کار تا حد زیادی تحت تأثیر فرهنگ و آموزه‌های خانوادگی، قومیتی و سیاسی شکل می‌گیرند (ملکی و همکاران، ۱۳۸۸) بنابراین آموزه‌های دینی به‌دلیل عمق و آمیختگی ریشه‌ای با فرهنگ و ارزش‌ها به‌طور غیرمستقیم بر تمایل افراد به کارآفرین شدن نقش دارد، اما چنانچه ارزش‌های اصیل دین اسلام مبنی بر وجهت و ارزشمندی ایجاد کسب و کار، تلاش برای حفظ و نگهداری و ثمرات و برکات آن به مردم بیش‌تر آموزش داده شده و رواج یابد به‌طور قطع انگیزه‌ای بسیار قوی و محکم برای ایجاد نگرش کارآفرینانه خواهد بود و چه بسا روند فزاینده‌ی کارآفرینی را در پی داشته باشد. برای دریافت نتیجه‌ی بهتر از دینداری در جامعه بهتر است به مباحث و موضوعات کاربردی‌تر دین بیش‌تر توجه شود و با داشتن دینی این‌چنین قوی و کارآمد فقط به جنبه‌های ظاهری دین اکتفا نکرده، بلکه به بطن‌های مختلف انگیزاننده و موفقیت‌بخش دین نیز توجه کرد تا شاهد موفقیت‌های فردی و اجتماعی بیش‌تری باشیم.

آموزش درست و مبتنی بر ساختارهای کل و جزء‌نگر دین اسلام می‌تواند شورانگیزی‌های بسیار فراهم کند و در لحظه‌های سخت امیدبخش، حامی و شادی‌آفرین شود و کمک کند تا افراد انگیزه یافته، اقتصاد را متحول کرده و بناهای رفیع آبادانی و سازندگی ایجاد کنند.

در این پژوهش مشخص شد دینداری به‌طور غیر مستقیم بر موفقیت کارآفرینان تأثیر دارد. در پژوهش‌های آینده نیز چگونگی این تأثیر غیرمستقیم، زمینه‌ها و عوامل آن قابل بررسی خواهد بود، هم‌چنین به‌نظر می‌رسد این پژوهش را می‌توان با یک نگاه دیگر نیز بررسی کرد، یعنی رابطه‌ی کسب موفقیت و فائق آمدن بر شکست‌ها و دشواری‌ها و روند افزایش یا کاهش دینداری سنجیده شود. با بررسی اصولی‌تر مبانی و آموزه‌های دینی نیز



می‌توان به جنبه‌های انگیزه‌بخش و حمایت‌کننده‌ی دین برای ایجاد تحول در فعالیت‌های اقتصادی پرداخت، ضمن آن‌که روش اتخاذ شده در این تحقیق کمی و براساس مدل سنجش دینداری خدایاری فرد و همکاران (۱۳۸۸) بود، در تحقیقات آینده می‌توان با استفاده از سایر روش‌های تحقیق و مدل‌های سنجش دینداری، موضوع را دوباره بررسی کرد.

## منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۷). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ هشتم تهران: جاجرمی.
- احمدپور داریانی، محمود؛ طالبی، کامبیز (۱۳۸۵). وزارت کار و امور اجتماعی، دفتر توسعه امور کارآفرینان، منتخبین جشنواره ملی کارآفرینان برتر، بهمن ماه.
- اکبری، نعمت‌الله؛ افخمی ستوده، وحید (۱۳۸۷). "بررسی سازگاری و نقش آموزه‌های اسلامی با شاخص‌های نوین توسعه اقتصادی"، همایش اقتصاد اسلامی و توسعه، مقاله چاپ شده.
- خانی جزنی، جمال (۱۳۸۷). "اخلاق کار و وجدان کار در کارآفرینی"، تهران: فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره ۳ و ۴، ص ۹۶-۹۱.
- خدایاری فرد، محمد (۱۳۸۸). "آماده‌سازی مقیاس دینداری و ارزیابی سطوح دینداری اقشار مختلف جامعه ایران"، موسسه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.
- خسروی، ایوب (۱۳۸۴). کامترین راهنمای آمار و کاربرد آن در مدیریت جلد دوم، تهران: نوید اسلام.
- خنیفر، حسین (۱۳۸۶). کارآفرینی در نظام ارزشی، قم: ایران نگین، چ سوم.
- شریعتی، علی (۱۳۶۲). نیایش، تهران: الهام، چاپ نهم.
- عزتی، مرتضی (۱۳۸۷). "سرمایه مذهبی: ماهیت، عناصر تشکیل و آثار آن"، همایش اقتصاد اسلامی و توسعه، مقاله چاپ شده.
- کرسول، جان دبلیو؛ پلینو کلارک، ویکی ال (۱۳۸۷). تکنیک‌های پژوهش تلفیقی، مترجمین: عباس زارعی، محسن نیازی (۱۹۴۵). تهران: ثامن الحجج.
- ملکی، امیرحسین؛ قلی‌پور، آرین؛ عابدی جعفری، حسن (۱۳۸۸). "بررسی آثار باورهای مذهبی بر گرایش به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید (مطالعه موردی دانشگاه‌های منتخب تهران)"، تهران: مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۳، ص ۳۴-۱۱.
- مومنی، منصور (۱۳۸۶). تحلیل آماری با استفاده از SPSS، تهران: کتاب نور.

بحارالانوار، جلد ۷۲

شرح نهج البلاغه ابن ابی الحدید، ج ۲۰، ص ۲۶۷، ح ۱۰۲

نهج البلاغه، (۱۳۷۹)، تهران، موسسه انتشارات فقیه، چاپ پنجم.

- Arslan, M, (2001). "The Work Ethic Values of Protestant British, Catholic Irish and Muslim Turkish Managers, Netherlands": *Journal of Business Ethics*, No 31, 321–339.
- B.Audretsch,D.; Boente,W; Pawan Tamvada,J. (2007). "Religion and entrepreneurship, Germany": *Jena economic research papers*
- Dees, J. G., Emerson, J. and Economy, P. (2001). *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*, John Wiley & Sons, New York.
- Drucker, P.F. (1985) "The Practice of Innovation", *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, Harper & Row, New York, pp. 19-33.
- N. Kayed, Rasem, (2006). "Islamic entrepreneurship:a case study of the kingdom of Saudi Arabia", New Zealand: Massey university, palmerston North, Thesis of doctoral in Philosophy in development studies
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. USA: Free Press.
- Pramanik, Ataulhuq, (2002). "Islam and development revisited with evidences from Malaysi", *Islamic Economic Studies*, Vol. 10, No. 1, 39-74.
- Rokhman, Wahibur, (2010). "The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes", *EJBO Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 15, No. 1, 21-27.
- Schumpeter, Joseph A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambride: Harvard University Press. (New York: Oxford University Press, 1961.) First published in German, 1912.
- Stevenson, H. H. and D. Gumpert (1985). "The heart of entrepreneurship", *Harvard Business Review*, 85, pp. 85-94.
- Utterback, J. M. (1994). *Mastering the Dynamics of Innovation: How Companies Can Seize Opportunities in the Face of Technological Change*. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts. (Chapter 2, pp. 23-55 and chapter 4, pp. 79- 102).
- Uygur, Selçuk, (2009). "The Influence of Religion over work ethic values: The Case of Islam and Turkish SME Owner-Managers, United Kingdom": London, Brunel Business School, Brunel University, A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy.

