



فصلنامه علمی چشمانداز مدیریت دولتی

Journal of Public Administration Perspective

عنوان مقاله: مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی در مجموعه‌های روایی میزان‌الحکمه و الحیات

Article Title: The Axial Value Components of the Entrepreneurship Policy-Making Framework in the Books of Mizanal-Hikmah and Al-Hayat

نویسندگان: داود حسین‌پور، وجه‌الله قربانی‌زاده، حسن علی‌اکبری و حسن زارع

Autores: Davood Hosseinpour, Vajholah Ghorbanizadeh, Hasan Aliakbari & Hasan Zare

روش‌های فرس‌دهی به این مقاله: حسین‌پور، داود، قربانی‌زاده، وجه‌الله، علی‌اکبری، حسن و زارع، حسن (۱۳۹۷). مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی در مجموعه‌های روایی میزان‌الحکمه و الحیات. *چشمانداز مدیریت دولتی*، ۹(۳۶)، ۱۷۴-۱۵۱.

To cite this article: Hosseinpour, D., Ghorbanizadeh, V., Aliakbari, H. & Zare, H. (2019). The Axial Value Components of the Entrepreneurship Policy-Making Framework in the Books of Mizanal-Hikmah and Al-Hayat. *Journal of Public Administration Perspective*, 9(36), 151-174.

تاریخ چاپ: ۱۳۹۷/۱۰/۱۱

ناشر: ایران - تهران - دانشگاه شهید بهشتی - دانشکده مدیریت و حسابداری

Publication Date: 2019/January/01

Publisher: Iran - Tehran - Shahid Beheshti University - Faculty of Management & Accounting

شاپای چاپی: ۶۰۶۹-۲۲۵۱، شاپای الکترونیکی: ۴۱۵۷-۲۶۴۵، صص ۱۵۱ - ۱۷۴

مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی در مجموعه‌های روایی میزان‌الحکمه و الحیات

داود حسین‌پور^{۱*}، وجه‌الله قربانی‌زاده^۱، حسن علی‌اکبری^۲، حسن زارع^۳

۱. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.

۳. دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: هدف این مقاله استخراج مضامین از منابع موجود در نظام ارزشی اسلام و به دنبال آن طراحی چارچوب مبتنی بر مبانی هستی‌شناختی و انسان‌شناختی اسلامی برای تدوین الگوی خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی در ایران بود.
طراحی / روش‌شناسی / رویکرد: برای استخراج مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی از متون احادیث و روایات مندرج در مجموعه‌های روایی میزان‌الحکمه و الحیات از روش تحلیل مضمون استفاده شد و مضامین با نرم‌افزار Maxqda استخراج و تحلیل گردید.

یافته‌های پژوهش: مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی مستخرج از متون روایی میزان‌الحکمه و الحیات مشتمل بر بیست مضمون بود؛ برخی از آن مضامین عبارتند از آخرت‌محوری، وجوب ارزش‌آفرینی مستمر برای خود و دیگران در حال نیاز و بی‌نیازی، کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال، ممنوعیت انحصار، نقش حکومت در ایجاد ارزش، توجه به نیاز و کفاف در تولید و مصرف، ممنوعیت کنز، عدالت، تعلق مالکیت زمین به خدا، رسول و مردم. این مضامین شبکه مضامین مؤلفه‌های ارزشی چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی را تشکیل دادند.

محدودیت‌ها و پیامدها: احتمال تحمیل معنا به مضامین در پژوهش کیفی تحلیل مضمونی وجود دارد و این تحقیق نیز در معرض این خطا بوده است. تحمیل معنا به مضامین موجود در نظام ارزشی باورپذیری تحلیل‌های انجام شده در طول تحقیق را کاهش می‌دهد. در این پژوهش محققان سعی کردند با آگاهی از این موضوع، حتی‌المقدور از این خطا اجتناب کنند.

پیامدهای عملی: وجه کاربردی پژوهش حاضر ارتقای سطح بینش و حکمت نظری خط‌مشی‌گذاران نسبت به جذابیت و کارآمدی متون اسلامی است و می‌تواند مقدمه‌ای برای بروز منش و حکمت عملی در رفتار خط‌مشی‌گذاران کارآفرینی با استفاده از چارچوب مضامین و مؤلفه‌های اسلامی باشد.

ابتکار یا ارزش مقاله: مقاله ضمن کمک به طراحی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت توسط بازیگران عرصه خط‌مشی‌گذاری (مجلس شورای اسلامی، مجمع تشخیص مصلحت و ...) در تدوین و اجرای خط‌مشی‌های کارآفرینی و انجام سیاست‌پژوهی با تکیه بر متون اسلامی نیز می‌تواند کمک‌کننده باشد.

کلمات کلیدی: خط‌مشی‌گذاری، کارآفرینی، تحلیل مضمون، ارزش‌های محوری.

نوع مقاله: مقاله علمی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۲/۲۷، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۴/۰۴.

* نویسنده مسئول.

E-mail addresses:

Hosseinpore@atu.ac.ir, vghorbanizadeh@gmail.com; Haliakbary1341@gmail.com; zare_email600@yahoo.com

۱. مقدمه

زندگی انسان امروز از هر سو با خطامشی‌گذاری عمومی پیوند خورده است و هر لحظه از زندگی او به‌گونه‌ای با خطامشی‌های عمومی ارتباط دارد. مسائلی چون آلودگی محیط‌زیست، بهداشت عمومی، آموزش، امنیت جامعه، ارائه خدمات عمومی و بسیاری مسائل دیگر موضوع‌های خطامشی‌گذاری عمومی هستند. خطامشی‌های عمومی به شکل‌های مختلف و در قالب الفاظ متفاوت تعریف شده است. برخی آن را تصمیمی در مقابل یک مشکل عمومی دانسته‌اند و برخی دیگر از صاحب‌نظران اعتقاد دارند خطامشی عمومی فرآیندی است شامل تمام اقدامات که از زمان احساس مشکل شروع شده و به ارزیابی نتایج حاصل از اجرای خطامشی ختم می‌شود (Alvani, & Sharifzadeh, 2001). عموماً خطامشی‌های عمومی مبتنی بر چارچوب‌ها و نظریه‌های مختلف هستند. ریشه این چارچوب‌ها و نظریه‌ها مبانی هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و معرفت‌شناسی است؛ به عبارت دیگر نوع نگاه به جهان و انسان پایه شکل‌گیری الگوها و نظریه‌های مختلف (چارچوب‌ها) در حوزه‌های متفاوت است (Derakhshan, 2010).

تجلی تفاوت در مبانی هستی‌شناسی و انسان‌شناسی ارزش‌ها و بایدها و نبایدهای متفاوت است که در الگوها و چارچوب‌ها ظاهر می‌شود و آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. بر این اساس خطامشی‌های عمومی با ارزش‌ها و بایدها و نبایدها در ارتباط بوده و نمایانگر فرهنگ، نظام اقتصادی و اولویت‌های مورد قبول جامعه است (Alvani, & Sharifzadeh, 2001). سیاست‌های کارآفرینی نیز از این موضوع مستثنی نیستند و به شرایط خاص کشور، ماهیت خطامشی (Story, 2008) و شرایط محلی و منطقه‌ای بستگی دارند (Gem, 2010). وبر (۱۹۰۴) تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری را اخلاق پروتستانی (کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار) و طرز تفکر پروتستان‌های داند و معتقد است ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد به‌طور مستقیم به رفتار کارآفرینانه منتهی می‌شود (AhmadpourDarani, 2012). بنابراین کارآفرینی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم متأثر از ارزش‌های برآمده از جهان‌بینی، انسان‌شناسی، فرهنگ و محیط است. مروری بر مدل‌های خطامشی‌گذاری کارآفرینی نشان می‌دهد مدل‌های موجود مبتنی بر چارچوب، ارزش‌ها و مبانی نظری حاکم در زیست‌بوم خود هستند و به‌منظور پاسخگویی به نیازهای آن زیست‌بوم طراحی شده‌اند. بر این اساس هرچند استفاده از مدل‌های غیربومی در جای خود لازم و ضروری است، اما به‌کارگیری آن‌ها بدون توجه به شرایط محیطی و مبانی نظری حاکم در آن زیست‌بوم موجب التقاط و ظهور سیستم‌های ناهمگون می‌شود. تباین موجود در این سیستم‌ها کارآمدی را تضعیف می‌کند و اثربخشی لازم را به‌دنبال نخواهد داشت؛ بنابراین برای جلوگیری از بروز پیامدهای نامطلوب ناشی از به‌کارگیری مدل‌های غیربومی، استخراج

مؤلفه‌های ارزشی از منابع برگرفته از نظام ارزشی و فرهنگی خاص کشور و به‌دنبال آن طراحی چارچوب مبتنی بر مبانی هستی‌شناسی و انسان‌شناسی بومی برای تدوین الگوهای خطمشی گذاری کارآفرینی امری ضروری است. مشکلات و تنگناهای اقتصادی موجود در کشور در کنار ناکارآمدی الگوهای غیربومی، طراحی چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی بومی را واجد اهمیت می‌سازد. برای استخراج مؤلفه‌های ارزشی چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی مجموعه‌های روایی «میزان‌الحکمه» و «الحیات» به‌عنوان دو مجموعه جامع و مشهور احادیث و روایات با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری بر مبنای اشتها انتخاب شده‌اند. از آنجا که خاستگاه بحث کارآفرینی علی‌رغم دیدگاه‌ها و تعریف متفاوت و بعضاً مغایر در تفکر و مکاتب اقتصادی ریشه دارد و تحت تأثیر دیدگاه‌های این مکاتب و صاحب‌نظران مطرح در آن قرار دارد (AhmadpourDariani, 2012).

در بررسی انجام‌شده بر احادیث و روایات اقتصادی تأکید بیشتری صورت گرفته است. هرچند اقدام برخی پژوهشگران در اختصاص موضوع پژوهش‌های خود به کار و کارآفرینی در احادیث و روایات به بسط و توسعه مرزهای علم و دانش کمک کرده است؛ اما برای تسری ارزش‌های اسلامی برگرفته از قرآن کریم و کلام معصومین علیهم‌السلام در زمینه‌های مختلف زندگی لازم است مؤلفه‌ها و مقومات کلام آن‌ها استخراج و در قالب چارچوبی مستحکم ارائه شود تا خطمشی‌گذاران و برنامه‌ریزان در برنامه‌ریزی و خطمشی‌گذاری خود از این چارچوب استفاده کنند. علاوه بر این بایستگی و وجه کاربردی پژوهش حاضر، ارتقای سطح بینش و حکمت نظری خطمشی‌گذاران نسبت به جذابیت و کارآمدی متون بومی و مقدمه‌ای برای بروز منش و حکمت عملی در خطمشی‌گذاران کارآفرینی برای استفاده از چارچوب‌های حاوی مضامین و مؤلفه‌های بومی خواهد بود.

بر اساس آنچه گذشت سؤال کلی پژوهش این است که مؤلفه‌های ارزشی چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی در کتب «میزان‌الحکمه» و «الحیات» کدام‌اند؟ پاسخ به این سؤال مستلزم شناسایی کدهای توصیفی، تفسیری و مضامین فراگیر برای طراحی چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی در کتب «میزان‌الحکمه» و «الحیات» است. این پژوهش بخشی از سؤال کلی طرح‌شده را پاسخ خواهد داد؛ بنابراین سؤال فرعی پژوهش که منطبق و ناظر بر قلمرو موضوعی این پژوهش است این‌گونه طرح می‌شود: مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی در کتب «میزان‌الحکمه» و «الحیات» کدام‌اند؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کار و کارآفرینی نخستین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح

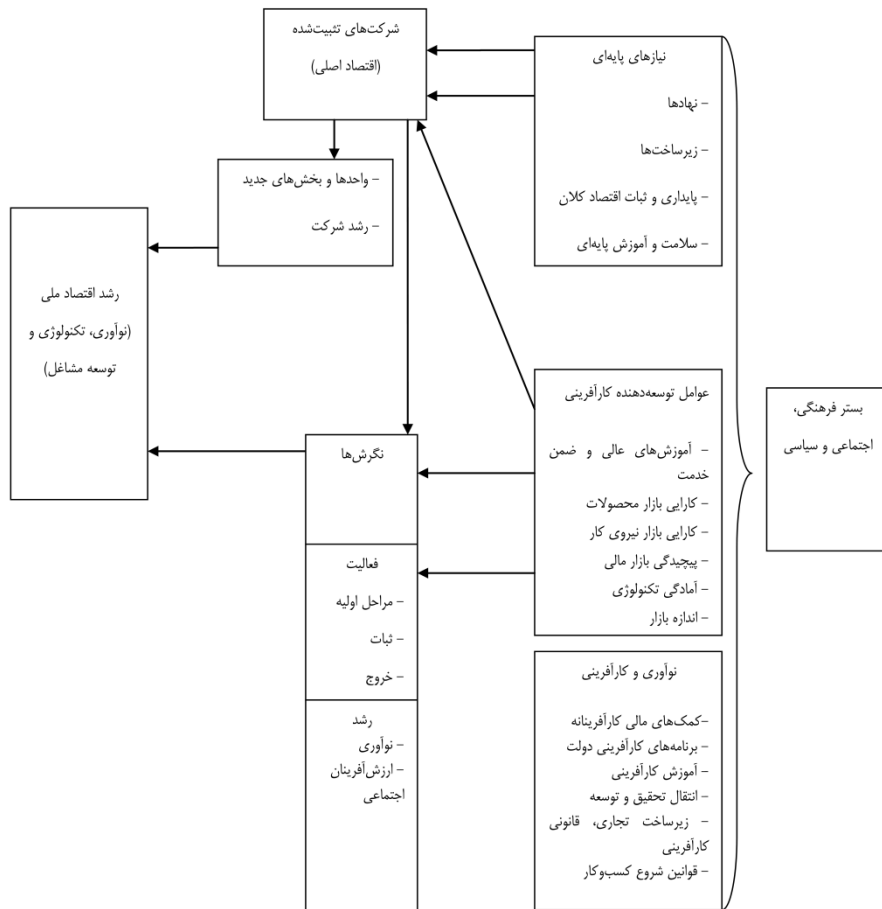
کرده‌اند. رونشئات (۱۹۸۵)، معتقد است که کارآفرینی فرآیند پویای ایجاد ثروت بیشتر است. این ثروت را افرادی ایجاد می‌کنند که مخاطره بزرگ را برحسب سرمایه، زمان و تعهد شغلی در قبال تعیین ارزش کالا یا خدمات می‌پذیرند. کالاها یا خدمات به‌خودی‌خود ممکن است جدید یا بی‌نظیر باشند یا نباشند؛ اما کارآفرین با تأمین کردن و تخصیص دادن مهارت‌ها و منابع ضروری باید به طریقی این ارزش را در کالاها یا خدمات ایجاد کند. از اواسط قرن بیستم روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم رفتاری با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به‌منظور شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری کارآفرینان به بررسی و پژوهش‌درباره آن‌ها پرداخته‌اند به نظر ردلیچ (۱۹۵۸) کارآفرین درحالی‌که مدیر، سرپرست و هماهنگ‌کننده فعالیت‌های تولیدی است برنامه‌ریز، نوآور و تصمیم‌گیرنده نهایی در یک شرکت تولیدی نیز محسوب می‌شود. در واقع او تأمین‌کننده وجوه و دیگر منابع در شرکت است. اندیشمندان مدیریت نیز ضمن انتخاب رویکرد فرآیندی به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینان در سازمان‌های موجود پرداختند.

پیترسون (۱۹۸۰)، معتقد است که کارآفرینی یک فرآیند است و به‌تنهایی نمی‌تواند در شخص متجلی شود؛ بلکه تجلی آن باید با فرصت‌ها و تقاضا نیز همراه باشد. به عقیده تیمونز (۱۹۹۰)، کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال‌کردن آن‌ها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. کارآفرینی شامل خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد و گروه‌ها، سازمان‌ها و جامعه است. کارآفرینی به‌معنای یک‌شبه پولدارشدن نیست و از سوی دیگر ایجاد ارزش در درازمدت و جریان نقدینگی مستمر نیز نیست. به‌طور کلی خاستگاه بحث کارآفرینی علی‌رغم دیدگاه‌ها و تعریف‌های متفاوت و بعضاً مغایر در تفکر و مکاتب اقتصادی قرار دارد. دیدگاه‌های مزبور به کارآفرینی همانند سایر مفاهیم اقتصادی مانند تعادل، بازار و قیمت تحت تأثیر دیدگاه‌های مکاتب اقتصادی و صاحب‌نظران مطرح در آن مکاتب بوده است (AhmadpourDariani, 2012).

مروری بر مدل‌های خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی مانند مدل توسعه کارآفرینی یورواستات، مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی (نمودار ۱)، مدل خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی بر اساس مطالعه تطبیقی کشورها، مدل راهکارهای رفع موانع توسعه کارآفرینی کمیسیون اقتصادی سازمان ملل در اروپا، مدل خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی آنکتاد، مدل خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی آتلانتیک کانادا و غیره نمایانگر این است که این مدل‌ها متأثر از مبانی هستی‌شناسی و انسان‌شناسی، شرایط اقتصادی، اجتماعی، نهادی، فرهنگی و فناورانه طراحان خود هستند. این خط‌مشی‌ها به شرایط خاص کشور و ماهیت آن‌ها بستگی دارند و شواهد موثق اندکی در مورد اثربخشی آن‌ها وجود دارد (Story, 2008).

برای مثال، اهداف متفاوت دولت‌ها از کارآفرینی، تعریف‌های مختلف از رشد و عدالت، نقش دولت‌ها، مفهوم و ماهیت مالکیت، منابع و نحوه تأمین آن و غیره از جمله مؤلفه‌های عمومی است که چارچوب و الگوهای خطمشی را در زمینه‌های مختلف تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. هرچند پس از طرح مفهوم جدید کارآفرینی مذهبی در حوزه کارآفرینی پژوهش‌هایی در این زمینه صورت گرفته است، اما پژوهشی که با استفاده از روش تحلیل مضمون اقدام به استخراج مؤلفه‌های ارزشی چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی کرده باشد، یافت نشد. خنیفر (۱۳۸۵)، در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی در نظام ارزشی»، ضمن استخراج برخی مؤلفه‌های عمومی کارآفرینی مثل عدالت، معاد و ثروت از قرآن کریم بعضی رهنمودهای پیامبر اسلام (ص) مرتبط با کار و کارآفرینی را تبیین و تشریح کرده است. وی در کتاب «کارآفرینی در نظام ارزشی» نیز سعی کرده است با استفاده از آیات، روایات و سیره رسولان الهی، به خصوص رسول گرامی اسلام (ص) و حضرت علی (ع) جایگاه کار و کارآفرینی را در اسلام تشریح و مضامین مرتبط با این موضوع‌ها را مورد توجه قرار دهد (Khanifar, 2012). دهقانی‌زاده (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان «کسب و کار آفرینی از دیدگاه قرآن و اسلام» با استفاده از برخی آیات و روایات و نمونه‌هایی از الگوهای رفتار اقتصادی حضرت علی (ع) اهمیت و فواید کسب و کار و کارآفرینی را بیان کرده است.

بابایی طلاطپه و همکاران (۱۳۹۴)، در کتاب «مدیریت و کارآفرینی در ارزش‌های اسلامی» ضمن بیان مبانی پژوهش در قرآن و سنت معصومین (ع)، مبانی مدیریت در اسلام و مبانی تفکر خلاق، خلاقیت و نوآوری در اسلام، مبانی فلسفی کار و کارآفرینی در اسلام و برخی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی کارآفرینان را با استناد به برخی آیات و روایات تشریح کرده‌اند (TalatappéhBaba'i, Nobakhtvand, NikounamTousi, Eslambolchi, & Sattari, 2015). بر این اساس و با توجه به ضعف مطالعات در حوزه خطمشی‌گذاری کارآفرینی با استفاده از منابع ارزشی در این پژوهش سعی شده است با استفاده از یک روش علمی و در راستای نگرش سیستماتیک و فرآیندی به‌جریان خطمشی‌گذاری و کارآفرینی مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی از کتب «میزان‌الحکمه» و «الحیات» به‌عنوان دو مجموعه روایی، استخراج و در قالب شبکه مضامین ارائه شود. در این پژوهش توجه به مؤلفه‌های ارزشی محوری و عمدتاً با ماهیت اقتصادی خطمشی‌گذاری کارآفرینی مورد نظر بوده و از رویکرد عام به کارآفرینی خودداری شده است.



نمودار ۱. مدل اصلاح‌شده دیده‌بان جهانی کارآفرینی (Bosma & Levie, 2010 (as cited in Davari, 2010))

۳. روش‌شناسی پژوهش

از آنجاکه به دلیل کمبود مبانی نظری امکان نیل به شناخت کافی درباره شاخص‌های مهم مرتبط با مسئله و ارتباط آن‌ها با یکدیگر وجود ندارد، در پژوهش حاضر از روش پژوهش کیفی استفاده شده است. معمولاً پژوهش کیفی که ماهیتاً اکتشافی است در مواردی استفاده می‌شود که نوعی دغدغه نسبت به فهم چگونگی وقوع پدیده‌ها و نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر وجود دارد و نه سنجش رابطه بین متغیرها؛ بر این اساس گفته می‌شود که پژوهش کیفی تلاشی برای درک و شناخت یک پدیده از جهت‌ها و زاویه‌های گوناگون و درگیر شدن در فراگردی شبیه متبلور کردن پدیده بررسی شده است (Mahmoudi, Nayyeri & Pourezat, 2014). پژوهش کیفی از اصول و معیارهای متفاوت از پژوهش کمی برای ارزیابی و تعمیم نتایج استفاده می‌کند. بیشتر

روش‌شناسان کیفی به‌جای استفاده از واژگان اعتبار و روایی کمی از معیار اعتماد‌پذیری یا قابلیت اعتماد برای ارجاع به کیفیت نتایج کیفی استفاده می‌کنند. قابلیت اعتماد به بیانی ساده میزانی است که در آن می‌توان به یافته‌های یک پژوهش کیفی متکی بود و به نتایج آن اعتماد کرد (Mokhtarianpour, 2012). گوبا و لینکن (۱۹۸۵) معتقدند که قابلیت اعتماد دربرگیرنده چهار معیار جداگانه، اما به‌هم‌مرتبط باورپذیری، اطمینان‌پذیری، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری است

الف) باورپذیری: از نظر گوبا و لینکن (۱۹۸۵) باورپذیری با میزان باورداشتن به یافته‌های پژوهش ارتباط دارد. در یک پژوهش باورپذیر، داده‌ها هم‌ساز و هم‌بسته هستند؛ نه پراکنده و متناقض. در این پژوهش باورپذیری در سه بخش ورودی‌های پژوهش، تحلیل‌های انجام‌شده در حین پژوهش و یافته‌های پژوهش تأمین شده است. از آنجاکه ورودی‌ها در این پژوهش، احادیث و روایات ائمه اطهار (ع) در مجموعه‌های روایی «میزان‌الحکمه» و «الحیات» هستند و این مجموعه‌ها از طریق به‌کارگیری تکنیک نمونه‌گیری بر مبنای اشتها انتخاب شده‌اند؛ بنابراین باورپذیری ورودی‌های پژوهش تأمین شده است. ماکسول (۲۰۰۴)، ضمن طرح انواع اعتبار کیفی به دو صورت اعتبار توصیفی و اعتبار تفسیری، از سه راهبرد زاویه‌بندی پژوهشگر، بازخور مشارکت‌کننده و توصیف‌گر با حداقل مداخله به‌عنوان تکنیک‌های تأمین اعتبار تفسیری یاد کرده است. در این پژوهش برای تأمین باورپذیری تحلیل‌های انجام‌شده در طول پژوهش تلاش شده است با استفاده از راهبرد توصیف با حداقل مداخله از عین روایات استفاده و پدیده طبق روایت روایت‌کنندگان گزارش شود. بلشر (۱۹۹۱)، برای افزایش باورپذیری نتایج کیفی تکنیک‌های درگیری طولانی‌مدت، مشاهده دیرپا مصرانه، زاویه‌بندی، به‌کارگیری روش‌های پژوهش و باورپذیری پژوهشگر را مورد توجه قرار داده است که در این پژوهش برای تأمین اعتبار یافته‌های پژوهش از تکنیک‌های یادشده استفاده شده است.

ب) انتقال‌پذیری: در انتقال‌پذیری، هدف دادن اطلاعات کافی به خواننده برای قضاوت درباره کاربردپذیری یافته‌ها در محیط‌های دیگر است (Mokhtarianpour, 2012). در این پژوهش منابع داده (مجموعه روایی «میزان‌الحکمه» و «الحیات») طوری انتخاب شده است تا دربرگیرنده روایت‌های کتب معتبر متنوع باشد؛ بنابراین به‌کارگیری این راهبرد در کنار انتخاب منابع داده‌ای معتبر و صاحب‌اشتها بر اساس توصیه متخصصان و مطلعان و وصف تفصیلی همه جزئیات مرتبط با فرآیند پژوهش، تأمین‌کننده انتقال‌پذیری است.

ج) اطمینان‌پذیری: اطمینان‌پذیری عبارت است از: توانایی شناسایی جاهایی که داده‌های یک مطالعه معین از آن آمده، گردآوری شده و به‌کار رفته‌اند (Mohammadpour, 2013) در این پژوهش به‌منظور دستیابی به اطمینان‌پذیری با استفاده از استراتژی ممیزی قابلیت اطمینان

داده‌ها، روش‌ها و تصمیم‌های مربوط به پژوهش مستندسازی شده تا امکان رسیدگی توسط دیگر پژوهشگران فراهم شود.

د) تأییدپذیری: تأییدپذیری با جزئیات روش‌شناسی‌های به‌کاررفته در پژوهش ارتباط دارد و به این سؤال پاسخ می‌دهد که آیا پژوهشگر به اندازه کافی جزئیات واگذار نموده است تا بر اساس آن بتوان گردآوری و تحلیل داده‌ها را ارزیابی کرد (Mohammadpour, 2013). در این پژوهش برای تأمین تأییدپذیری پژوهش از استراتژی ارائه جزئیات روش‌ها و داده‌های پژوهش استفاده شده است تا امکان ارزیابی روش‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها برای پژوهشگران دیگر و خوانندگان فراهم شود.

در این پژوهش روایات مندرج در جلد‌های سیزده‌گانه مجموعه‌های روایی «میزان‌الحکمه» و جلد‌های ۱ تا ۶ مجموعه روایی «الحیات» به‌منزله متن داده‌ها مورداستفاده قرار گرفته است و با استفاده از روش تحلیل مضمون یا تحلیل تماتیک و نرم‌افزار MAXQDA، تم‌ها و الگوهای درون آن‌ها شناسایی شده‌اند. تم‌ها و الگوهای درون داده‌ها به یکی از دو روش زیر شناسایی می‌شوند: روش استقرایی (پایین به بالا) یا روش نظری - قیاسی (بالا به پایین). در رویکرد استقرایی تم‌های شناسایی شده بیشتر به خود داده‌ها مرتبط می‌شوند و از داده‌های گردآوری شده به دست می‌آیند؛ درحالی‌که در رویکرد نظری قیاسی، داده‌ها از علاقه نظری پژوهشگر به موضوع ناشی می‌شود و از طریق پیشینه پژوهش و زمینه‌کاری وی، بیرون می‌آیند. کارلایل و کریستنسن^۱ (۲۰۰۵) معتقدند که معمولاً هنگامی ما به پژوهش می‌پردازیم که در باب موضوع موردنظر، کمتر نظریه‌ای ظاهر شده باشد. در این‌گونه موارد بهتر است رویکرد استقرایی در پیش گرفته شود (Mahmoudi, Nayyeri & Pourezzat, 2014). روش تحلیل مضمون دارای تکنیک‌های مختلفی است. میلز و هابرمین (۱۹۹۴) نسخه‌ای از تحلیل تماتیک ارائه کرده‌اند که به زبان کمی نزدیک‌تر است. آن‌ها یک مدل سلسله‌مراتبی از معنادار کردن داده‌های کیفی عنوان کرده‌اند که در سه سطح عمومی تحلیل داده‌ها، نمایش داده‌ها و استنباط و تأیید داده‌ها صورت می‌گیرد.

تحلیل داده‌ها. در گام نخست این پژوهش برای آشنایی با داده‌ها متن جلد‌های دوازده‌گانه مجموعه روایی «میزان‌الحکمه» و جلد‌های یک تا شش مجموعه روایی «الحیات» حداقل دو بار بازخوانی شد. پس از بازخوانی‌های مکرر در گام دوم پس از مطالعه دقیق و خطابه‌خط، مضامین توصیفی به قطعاتی از متن که با سؤال‌ها و اهداف پژوهش مرتبط است، نسبت داده و ۲۸۵۸ کد توصیفی (سخنان اهل بیت علیهم‌السلام) استخراج شده هم‌زمان یادداشت‌گذاری در کنار کدها نیز

1. Carlile & Christensen
2. Mills & Huberman

صورت گرفت که به دلیل کثرت تعداد کدهای ذکر شده از آوردن آن‌ها خودداری شده است. کدهای توصیفی سه مضمون اصلی در قالب جدول ۱، ارائه شده که در ادامه مطلب توضیح داده خواهند شد. با اتمام کدگذاری توصیفی و رسیدن به فهرستی از کدهای یادشده، در گام سوم کدهای تفسیری از تحلیل و ترکیب کدهای توصیفی بروز و ظهور یافتند؛ سپس در گام چهارم با توجه به کدهای تفسیری و ذهنیت پژوهشگر در طول پژوهش، مضامین فراگیر تعیین شدند. در مرحله پنجم و در سطح نمایش داده‌ها یک نقشه رضایت‌بخش از تم‌ها در قالب شبکه مضامین نمایش داده شد و در مرحله ششم داده‌های پردازش شده کیفی، تفسیر و استنتاج شده و برای هر تم یک تحلیل مختصر ارائه شده است. در این پژوهش برای استخراج کدهای تفسیری و مضامین فراگیر از روش استقرایی استفاده شده است. کدهای تفسیری و مضامین فراگیر به دست آمده از ۲۸۵۸ کد توصیفی از جلد‌های دوازده‌گانه مجموعه روایی «میزان الحکمه» و جلد‌های یک تا شش مجموعه روایی «الحیات» در جدول ۱، ارائه شده‌اند.

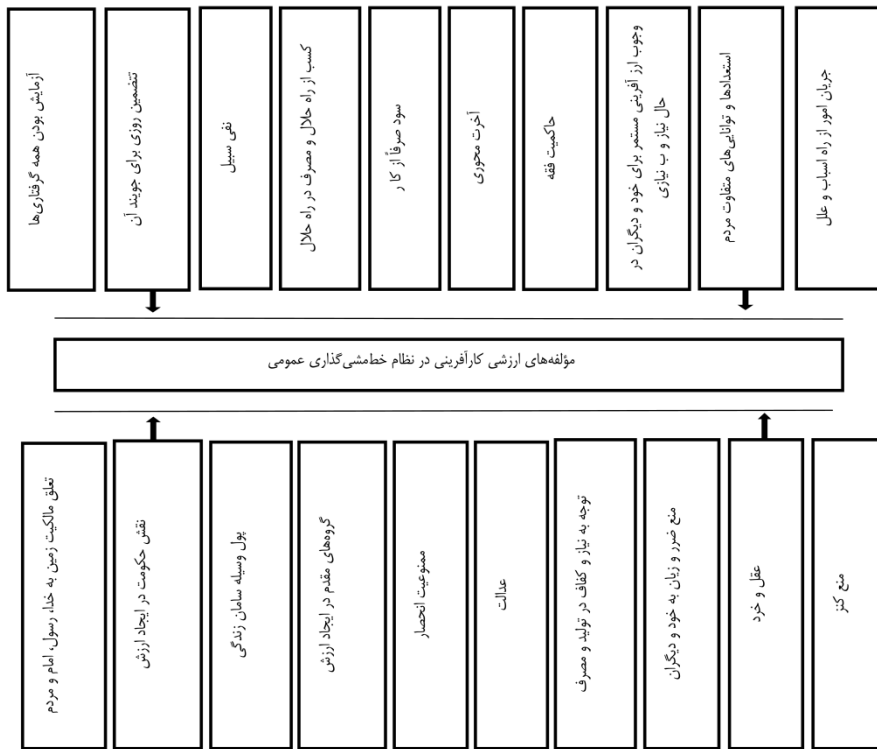
جدول ۱. عناوین کدهای تفسیری، مضامین فرعی و مضامین فراگیر استخراج شده

| مضمون فراگیر | مضامین فرعی | کدهای تفسیری |
|----------------|---|--|
| | | دنیا در جهت آخرت |
| | آخرت محوری | منع دنیا دوستی |
| | | توجه توأمان به دنیا و آخرت |
| | آزمایش بودن همه گرفتاری‌ها | آزمایش بودن همه گرفتاری‌ها |
| | | تضمین روزی |
| | تضمین روزی برای جوینده آن | خدا روزی را برای جوینده آن تضمین کرده است. |
| | | روزی مقرر |
| | | لزوم ارزش آفرینی برای دیگران |
| | وجوب ارزش آفرینیم‌ستمر برای خود و دیگران در حال نیاز و بی‌نیازی | اهمیت ارزش آفرینی |
| ارزش‌های محوری | | استمرار در ارزش آفرینی |
| | | ارزش آفرینی در عین بی‌نیازی |
| | ممنوعیت انحصار | ممنوعیت انحصار |
| | حاکمیت فقه | حاکمیت فقه |
| | توانایی‌ها و استعداد‌های متفاوت مردم | توانایی‌ها و استعداد‌های متفاوت مردم |
| | جریان امور از راه اسباب و علل | جریان امور از راه اسباب و علل |
| | نقش حکومت در ایجاد ارزش | نقش حکومت در ایجاد ارزش |
| | | حرمت یاری والی ستمگرو کار |
| | کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال | حرمت کسب با والی ستمگر و منصوباتش |
| | | حرمت کار برای والی ستمگر و منصوباتش |
| | | اجاره در استیجار منوط به ایجاد تغییر |

| مضمون فراگیر | مضامین فرعی | کدهای تفسیری |
|--------------|--|---------------------------------------|
| | | حرمت مردار و خون |
| | | حرمت حیوان خفه‌شده |
| | | حرمت حیوان به سنگ زده شده |
| | | حرمت ناپاک‌ها |
| | | حرمت شراب و قمار |
| | | حرمت گوشت خوک و مردار |
| | | حرمت لقمه حرام |
| | | منع فروش اسلحه به دشمن |
| | | حرمت صنایع بارگیری شده در حرام |
| | | حرمت هر آنچه در آن حرام باشد |
| | | حرمت مواد تخدیری |
| | | حرمت هر سست‌کننده و مست‌کننده |
| | | حرمت حیوان از بالا افتاده |
| | | درآمدهای ناروا ترسناک‌ترین چیزها |
| | | شرط رضایت در استفاده از مال مؤمن |
| | | ممنوعیت غضب زمین دیگران |
| | | حرمت مال مسلمان بر مسلمان |
| | | حرمت ربا |
| | | حرمت رشوه |
| | | کسب از راه حلال |
| | | مصرف در راه حلال |
| | سود صرفاً از کار | سود صرفاً از کار است |
| | عدالت | عدالت |
| | عقل و خرد | عقل و خرد |
| | | مالکیت مردم |
| | تعلق مالکیت زمین به خدا، رسول، امام و مردم | مالکیت زمین متعلق به خدا، رسول و امام |
| | | مالکیت خدا |
| | منع ضرر و زیان به خود و دیگران | منع ضرر و زیان به خود و دیگران |
| | نفی سبیل | نفی سبیل |
| | توجه به نیاز و کفاف در تولید و مصرف | توجه به نیاز و کفاف در تولید و مصرف |
| | پول وسیله سامان زندگی | پول وسیله سامان زندگی |
| | ممنوعیت کنز | منع کنز |
| | | ناتوانان و نیازمندان |
| | گروه‌های مقدم در ایجاد ارزش | فاقدان خبرگی |
| | | فاقدان سرمایه |

| مضمون فراگیر | مضامین فرعی | گدهای تفسیری |
|--------------|-------------|------------------------------|
| | | بی‌پهرگان از عمران و سازندگی |
| | | فاقدان شغل |

از تحلیل و ترکیب ۲۸۵۸ کُد توصیفی استخراج شده از مجموعه‌های روائی میزان الحکمه و الحیات، ۵۷ کُد تفسیری و بیست مضمون فرعی مشتمل بر آخرت‌محوری، آزمایش‌بودن همه گرفتاری‌ها، تضمین روزی برای جوینده آن، وجوب ارزش‌آفرینی برای خود و دیگران در حال نیاز و بی‌نیازی، ممنوعیت انحصار، حاکمیت فقه، توانایی‌ها و استعدادهای متفاوت مردم، جریان امور راه اسباب و علل، نقش حکومت در ایجاد ارزش، کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال، سود از کار، عدالت، عقل و خرد، تعلق مالکیت زمین به خدا، رسول، امام و مردم، منع ضرر و زیان به خود و دیگران، نفی سبیل، توجه به نیاز و کفاف در تولید و مصرف، پول وسیله سامان زندگی، ممنوعیت کنز و گروه‌های دریافت‌کننده ارزش حاصل شده است. تحلیل این ۲۰ مضمون فرعی نشان داد که در میان آن‌ها مشابهت‌هایی وجود دارد که همین مسئله به دسته‌بندی آن‌ها در قالب مضمون ارزش‌های محوری منجر شده است. در سطح نمایش داده‌ها طی گام پنجم، تلاش شده است تا از تعامل گدهای توصیفی، تفسیری و مضامین فراگیر، شبکه مضامین ارزش‌های محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی شکل داده شود.



نمودار ۲. شبکه مضامین مؤلفه‌های ارزشی (محوری) چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی

در مرحله تفسیر و استنتاج با توجه به محدودیت‌های موجود سعی شده است طی گام ششم به‌عنوان نمونه سه مضمون اصلی استخراج‌شده به همراه کدهای توصیفی مربوطه به شرح زیر بسط داده شوند:

۱. مضمون آخرت‌محوری: متن کلام معصومین (ع) در قالب کدهای توصیفی به‌دست‌آمده از مجموعه‌های روایی «میزان‌الحکمه» و «الاحیاء» نشان‌دهنده آن است که در کلام اهل‌بیت (ع) تمام مؤلفه‌های چارچوب خطمشی‌گذاری کارآفرینی متأثر از تم عمومی و اصلی آخرت‌محوری هستند. این تم اصلی نشان می‌دهد کار و تلاش، ایجاد ارزش و کارآفرینی نه تنها تعارضی با آخرت‌گرایی ندارد، بلکه دنیا بستر آخرت و در تلازم با آن بوده و آخرت تعیین‌کننده محور و جهت فعالیت‌ها است؛ بر این اساس لازم است خطمشی‌گذاران کارآفرینی بندهای سیاستی خود را با رویکرد آخرت‌طوری تنظیم کنند که تجلی این رویکرد در برنامه‌های توسعه پنج‌ساله و برنامه بودجه سالانه تمامی ابعاد ایجاد ارزش را تحت تأثیر خود قرار دهد. برای مثال، جذب منابع مالی ارزان‌قیمت به‌عنوان یکی از لوازم فرآیند ایجاد ارزش در راهبردهای متأثر از خطمشی‌های کارآفرینی بومی که یکی از مؤلفه‌های آن آخرت‌محوری است موجب معنا یافتن جذب منابع از

طریق وقف، صدقه جاریه، صدقه، احسان و انفاق خواهد شد که سیستم‌های مختلف از جمله نظام بانکی با برنامه‌هایی مثل تبیین و تشریح در قالب تبلیغات می‌تواند موجب تغییر رفتار عامه مردم و جهت‌دهی نقدینگیو تجهیز پس‌انداز در اختیار مردم به‌سوی ایجاد ارزش شود.

جدول ۲. کدهای توصیفی مرتبط با مضمون آخرت محوری

| ردیف | کد توصیفی |
|------|--|
| ۱ | امام علی (ع): اعمال در دنیا تجارت آخرت است (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 2, 105) |
| ۲ | امام صادق (ع): چه خوب یآوری است دنیا برای آخرت (MohammadiReyshahri, 2016, Vo. 8, 56) |
| ۳ | پیامبر (ص): خدایا به نان ما برکت ده و میان ما و آن جدایی می‌فکن که اگر نان (ماده غذایی) نباشد نه می‌توانیم روزه بگیریم و نه نماز بخوانیم و نه دیگر واجبات را انجام دهیم (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 99) |
| ۴ | امام علی (ع): دنیا را دشنام مگویند که مرکب خوبی است برای مؤمن می‌تواند به‌وسیله آن به خیر برسد و از شر برهد (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 105) |
| ۵ | امام باقر (ع): دنیا (و فرصت و امکانات دنیا) بهترین کمک است برای (به‌دست آوردن) آخرت (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 107) |
| ۶ | امام صادق (ع): بخشی از دعایی که ائمه (ع) می‌خوانده‌اند: خداوندا از فضل گسترده، فزون و بسیار فزون‌تر، خواستار روزی فراخ و حلال و پاکیزه هستم که برای (زندگی) دنیا و عمل (آخرت) بسنده باشد (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 77) |
| ۷ | امام صادق (ع): نپرداختن به دنیا چنان‌که به آخرت زیان رساند (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 3, 195) |
| ۸ | امام علی (ع): بیشترین سود را در دنیا کسی برده است که آخرت را با دنیا بخرد (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 2, 105) |
| ۹ | امام صادق (ع): ثواب مسجد و خانه ساخته‌شده برای مسافران، نهر و چاه حفرشده، کاشت درخت، نوشتن کتاب و داشتن فرزندان شایسته بعد از مرگ به انسان می‌رسد (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 8) |
| ۱۰ | امام علی (ع): کسب درآمد از حلال مانع کار آخرت نیست (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 448) |
| ۱۱ | امام باقر (ع): آنکه دنیا را برای آخرت و آخرت را برای دنیا ترک کند از ما نیست (Hakimi, Hakimi & Hakimi, 2012, Vol. 5, 79) |
| ۱۲ | پیامبر (ص): آنچه از دنیا که تو را اصلاح می‌کند دنیا دوستی نیست (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 4, 81) |
| ۱۳ | امام صادق (ع): دوستی دنیا برای رسیدگی به برادران و صدقه‌دادن نه از دنیا از آخرت است (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 4, 81) |
| ۱۴ | امام صادق (ع): از قسمتی از دنیا برای آخرت کمک بگیرد و سربار مردم نباشد (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 4, 448) |

۲. مضمون وجوب ارزش‌آفرینی مستمر برای خود و دیگران در حال نیاز و بی‌نیازی:

الف) اهمیت و وجوب ارزش‌آفرینی: این تم از چهار کُد تفسیری اهمیت و وجوب ارزش‌آفرینی، استمرار در ارزش‌آفرینی، ارزش‌آفرینی برای خود و دیگران و ارزش‌آفرینی در عین بی‌نیازی تشکیل شده است که به شرح زیر بسط داده می‌شوند:

۱- اهمیت ارزش‌آفرینی: متن کلام معصومین (ع) در قالب کدهای توصیفی به‌دست‌آمده از مجموعه‌های روایی «میزان‌الحکمه» و «الحیات» نشان می‌دهد ارزش‌آفرینانه‌تنها از اهمیت قابل توجهی برخوردار است، بلکه به‌عنوان یکی از اعمال واجب مورد توصیه و تأکید قرار گرفته است؛

۲- استمرار در ارزش‌آفرینی: ارزش‌آفرینی در اسلام مقید به قید زمان و شرایط سنی خاصی نیست و مستمر و بدون توقفاست و عمدتاً با سرمایه‌گذاری‌های مولد صورت می‌گیرد. تأکید بر صدقه جاریه، وقف، نفی سیل و غیره این رویکرد را در ارزش‌آفرینی نشان می‌دهد؛

۳- ارزش‌آفرینی برای خود و دیگران: برخی نظریه‌پردازان غربی هدف از ارزش‌آفرینی را نفع شخصی می‌دانند؛ حال آنکه در اسلام انسان مسئول علاوه بر نفع خود، منافع دیگران را عین منفعت خود تلقی کرده و برای بهره‌مندی‌آن‌ها اقدام به ارزش‌آفرینی می‌کند. ترجیح منافع دیگران بر منافع خود به‌قدری مورد توجه است که ایثار و فداکاری به‌عنوان یکی از صفات‌های فرد مسلمان همواره مورد تأکید قرار داشته است و حرکت در جهت تأمین منافع مسلمانان لازمه مسلمانی تلقی می‌شود.

۴- ارزش‌آفرینی در عین بی‌نیازی: ارزش‌آفرینی در کلام اهل‌بیت (ع) محصور در دایره نیاز فرد نیست و بی‌نیازی موجب توقف آن نخواهد بود. ارزش‌آفرینی در ذات خود صرفاً رفع نیازمندی مادی را تعقیب نمی‌کند و هدف از آن نیز فقط نفع شخصی نیست؛ بنابراین حتی بی‌نیازی مادی فردی، وجوب آن را از حیز انتفاع ساقط نمی‌کند؛ چراکه جلوگیری از بیهودگی و تباهی، ارضای معنوی و روحی از جمله دلایلی است که ایجاد ارزش را در بی‌نیازینیز توجیه می‌کند. اصولاً خداوند متعال منابع رفع نیازهای انسان را طوری آفریده که بهره‌گیر از آن‌ها نیازمند تلاش و کوشش و ارزش‌آفرینی است. حکمت‌آین نوع خلقت این است که انسان بی‌نیاز و نیازمند با ایجاد ارزش علاوه بر رفع نیازهای مادی نیازهای روحی و روانی خود را نیز ارضا کند.

جدول ۳. برخی از کدهای توصیفی مرتبط با مضمون وجوب ارزش‌آفرینی مستمر برای خود و دیگران در حال نیاز و بی‌نیازی

| ردیف | کُد توصیفی |
|------|---|
| ۱ | پیامبر (ص): کسی که برای (کسب روزی) خانواده‌اش زحمت بکشد مانند مجاهد در راه خدا است (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 4, 445) |
| ۲ | امام صادق (ع): مرد را همین گناه بس که (به دلیل عدم تأمین هزینه) عائله خود را ضایع کند (MohammadiReyshahri, 2016, Vol. 4, 448) |
| ۳ | امام سجاد (ع): پسندیده‌ترین شما فراهم‌آورنده رفاه بیشتر برای اهل و عیال است (Hakimi, |

| ردیف | کُد توصیفی |
|------|---|
| | Hakimi&Hakimi, 2012, Vol.6,205) |
| ۴ | پیامبر (ص): هر کس به عائله خویش نرسد، ملعون است ملعون (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 5,491) |
| ۵ | امام صادق (ع): کسی که بار زندگی خود را بر دوش دیگران نهد ملعون است (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 5,491) |
| ۶ | امام صادق (ع): لازمه واردشدن در جرگه ولایت، پارسایی و کوشایی در دنیا است (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 5,111) |
| ۷ | پیامبر (ص): اصل معاش آدمی و زندگی او نان است و آب (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 6,95) |
| ۸ | امام صادق (ع): تن بر نان بنا شده است (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, 2012, Vol.6,156) |
| ۹ | پیامبر (ص): طلب حلال جهاد است (MohammadiReyshahri,2016, Vol. 4,446) |
| ۱۰ | پیامبر (ص): طلب(درآمد) حلالبر هر مرد و زن مسلمان واجب است (MohammadiReyshahri,2016, Vol. 4,446) |
| ۱۱ | پیامبر (ص): سامان دادن امور معیشت از نشانه‌های فقاقت (دین‌شناسی) است (MohammadiReyshahri,2016, Vol.5,159) |
| ۱۲ | پیامبر (ص): عبادت ده جزء دارد که ۹ جزء آن طلب (روزی) حلال است (MohammadiReyshahri,2016, Vol. 4,429) |
| ۱۳ | امام علی (ع) مؤمن زیرک است، دائم می‌کوشد و دل به امیدهای شدنی می‌بندد (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, 2012, Vol. 1,508) |
| ۱۴ | امام علی (ع): وقت مؤمن ... پر است (و هیچ‌گاه بیکار نیست (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 5,491) |
| ۱۵ | پیامبر (ص): اگر قیامت فرارسد و در دست یکی از شما نهالی باشد چنانچه بتواند برنخیزد تا آن نهال را بکارد این کار را بکند (MohammadiReyshahri,2016, Vol.5,480) |
| ۱۶ | امام صادق (ع): اگر خبر رسد فردا قیامت می‌شود از طلب روزی (کسب‌وکار) دست نکش (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, 2012, Vol.3,270) |
| ۱۷ | امام حسن (ع): برای دنیا چنان کار کن گویی همیشه زنده‌ای و برای آخرت چنان که گویی فردا خواهی مرد (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 5,79) |
| ۱۸ | امام علی (ع): مؤمن پیوسته سرزنده و کوشا است (MohammadiReyshahri,2016, Vol. 4,445) |
| ۱۹ | امام صادق: ثواب مسجد و خانه ساخته‌شده برای مسافران، نهر و چاه حفرشده، کاشت درخت، نوشتن کتاب و داشتن فرزندان شایسته بعد از مرگ به انسان می‌رسد (Hakimi, Hakimi&Hakimi, 2012, Vol. 5,8) |
| ۲۰ | امام رضا (ع): بدترین مردم از لحاظ معاش آنکه دیگری در معیشت او سهمی ندارد (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, 2012, Vol. 3,33) |
| ۲۱ | امام علی (ع): بهترین زندگی از آن کسی است که مردم در زندگی او خوب زندگی کنند (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, 2012, Vol. 8,345) |
| ۲۲ | پیامبر (ص): کسی که روز خود را آغاز و به امور مسلمین اهتمام نوزد مسلمان نیست (MohammadiReyshahri,2016, Vol.5,347) |
| ۲۳ | امام سجاد (ع): کشت را برای درآمد بیشتر نمی‌کارم، بلکه برای آن می‌کارم تا فقیر و نیازمند از آن بهره‌مند شوند (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, 2012, Vol. 5,514) |

| ردیف | کُد توصیفی |
|------|---|
| ۲۴ | پیامبر (ص): محبوب‌ترین آفریدگان کسی است که برای عیال خدا (خلق خدا) سودمندتر باشد (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 1,69) |
| ۲۵ | امام صادق (ع): کسی که به فکر سامان‌دادن کارهای مسلمانان نباشد، مسلم نیست (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 1,416) |
| ۲۶ | امام علی (ع): بهترین افراد کسانی هستند که زحمت مردم را تحمل کنند (MohammadiReyshahri,2016,Vol.1,85) |
| ۲۷ | امام علی (ع): بهترین برادر کسی است که تو را از دیگران بی‌نیاز کند (MohammadiReyshahri,2016,Vol.3,563) |
| ۲۸ | امام علی (ع): حرفه باعفت بهتر از ثروت با فحور (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 5,435) |
| ۲۹ | امام صادق (ع): روزی نه آن‌چنان دور از دسترس، نه رایگان و بی‌تلاش آفریده شده است (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 5,428) |
| ۳۰ | امام صادق (ع): حسن تدبیر در چیزهایی که برای انسان آفریده شده، در آن است که جایی برای کار آدمی در آنها باقی مانده است، تا هم از بیکاری دلگیر نشود، و هم او را از پرداختن به چیزهایی باز دارد که یا به دست نمی‌آید، یا به خیر و صلاح او نیست. (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 5,427) |
| ۳۱ | امام صادق (ع): اگر مردمان هر چه را می‌خواستند حاضر و آماده در اختیار داشتند، زندگی برای آنان گوارا نمی‌شد، و لذتی از آن نمی‌بردند (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 5,489) |
| ۳۲ | امام صادق (ع): نیز اگر همه آنچه مردم به آن نیاز دارند آماده بود، زندگی برای ایشان گوارا نمی‌شد، و از آن هیچ لذتی نمی‌بردند. آیا ندیده‌ای که اگر شخصی مهمان قومی شود و مدتی در میان ایشان بماند، و بی‌هیچ زحمتی بخورد و بیوشد و پذیرایی شود، سرانجام از بیکاری دلزده می‌شود، و درصد بر می‌آید تا خود را به کاری مشغول کند؟ اکنون تصور کن که اگر همه عمر آدمی چنین می‌گذشت چه بر سرش می‌آمد؟ (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol.1,635) |
| ۳۳ | امام صادق (ع): ... بدینگونه اگر انسان از پرداختن به کاری آسوده باشد (و بدون کار زندگی تأمین گردد)، از ناسپاسی و سرمستی «به جایی می‌رسد که زیان آن برای او و نزدیکان بس بزرگ خواهد بود، مثلاً کسی را در نظر بگیرید که در دارایی و آسایش و رفاه زدگی و دسترس داشتن به همه چیز بزرگ شده است، و سرانجام کارش به کجا کشیده است». (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 5,450) |
| ۳۴ | امام صادق: ... در نتیجه آسودگی به منتهای سرخوشی و طغیان می‌رسند، تا اینکه تباهی بسیار پدید می‌آید و کارهای ناپسند و زشت همه گیر می‌شود (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 4,96) |
| ۳۵ | امام صادق (ع): ... پس بر این قیاس کن که اگر آدمی در تمام عمر هر چه می‌خواست در اختیار می‌داشت به چه رنجی گرفتار می‌شد. و حسن تدبیر در چیزهایی که برای انسان آفریده شده، در آن است که جایی برای کار آدمی در آنها باقی مانده است، تا هم از بیکاری دلگیر نشود، و هم او را از پرداختن به چیزهایی باز دارد که یا به دست نمی‌آید، یا به خیر و صلاح او نیست. (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol. 5,427) |
| ۳۶ | امام صادق (ع): به‌دست‌آوردن نان دشوار قرار داده شده تا شغلی فراهم شود و انسان را از سبک‌سری و بیهودگی بازدارد (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol.3,324) |

۳. مضمون کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال: ارزش‌آفرینی در اسلام مقید به قید است؛ به عبارت دیگر هر چیزی نمی‌تواند موضوع ارزش‌آفرینی قرار گیرد. برای مثال، گوشت خوک

در اسلام حرام است و نمی‌تواند مورد مصرف یا عامل‌ارزش‌آفرینی باشد؛ ضمن اینکه استفاده از هر شیوه و روشی نیز نمی‌تواند ارزش‌آفرینی کرد. فرضاً ایجاد ارزش از طریق پرداخت رشوه و ربا حرام است؛ علاوه بر این خروجی ارزش ایجاد شده نیز نمی‌تواند در راه غیرحلال هزینه شود.

جدول ۴. برخی از کدهای توصیفی مرتبط با مضمون کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال

| ردیف | کُد توصیفی |
|------|---|
| ۱ | امام صادق (ع): حرمت کسب، یاری و کار برای والی ستمگر و منصوبات او (Hakimi, Hakimi&Hakimi, .2012,Vol.5,483) |
| ۲ | امام صادق (ع): حرمت خرید، فروش، نگاهداری، مالک‌شدن، بخشیدن، عاریه‌دادن و هرگونه تصرفی در مردار، خون و گوشت خوک و شراب (Hakimi, Hakimi,&Hakimi, .2012,Vol.6,271) |
| ۳ | پیامبر (ص): حرمت مال مسلمان بر مسلمان (MohammadiReyshahri,2016,Vol.3,213) |
| ۴ | امام رضا (ع): حرمت ربا (MohammadiReyshahri,2016,Vol. 4,355) |
| ۵ | پیامبر (ص): کسب مال بدون معصیت و مصرف آن در امور غیرمعصیت (Hakimi, Hakimi&Hakimi, .2012,Vol.5,32) |
| ۶ | امام سجاد (ع): حق مال آن است که جز از راه حلال آن را به دست نیاوری، و جز در راه حلال خرج نکنی. (حکیمی و همکاران، ۱۳۹۱، ج ۶، ۶۲) |
| ۷ | امام سجاد (ع): حرمت صناعی که همه آن حرام است و از آن چیزی جز فساد محض به دست نمی‌آید (Hakimi, Hakimi&Hakimi, .2012,Vol.6,262) |

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

عموماً خط‌مشی‌های عمومی‌مبنتی بر چارچوب‌ها و نظریه‌های مختلف هستند. ریشه این چارچوب‌ها و نظریه‌ها مبانی هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و معرفت‌شناسی است؛ به عبارت دیگر نوع نگاه به (جهان) و انسان، پایه شکل‌گیری (چارچوب‌ها) الگوها و نظریه‌های مختلف در حوزه‌های متفاوت است (Derakhshan, 2010). تجلی تفاوت در مبانی هستی‌شناسی و انسان‌شناسی‌ارزش‌ها و بایدها و نبایدها است که در الگوها و چارچوب‌ها ظاهر می‌شوند و آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. بر این اساس خط‌مشی‌های عمومی‌بالارزش‌ها و بایدها و نبایدها در ارتباط بوده و نمایانگر فرهنگ، نظام اقتصادی و اولویت‌های موردقبول جامعه است (Alvani, & Sharifzadeh, 2001). سیاست‌های کارآفرینی نیز از این موضوع مستثنی نبوده بستگی به شرایط خاص کشور، ماهیت خط‌مشی (Story, 2008) و شرایط محلی و منطقه‌ای دارند (Gem, 2010). وبر (۱۹۰۴) تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری را اخلاق پروتستانی (کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار) و طرز تفکر پروتستان‌های دانند و معتقد است ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد مستقیماً به رفتار کارآفرینانه منتهی می‌شود (AhmadpourDarani, 2012)؛ بنابراین کارآفرینی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم متأثر از

ارزش‌های برآمده از جهان‌بینی، انسان‌شناسی، فرهنگ و محیط خاص خود است. به‌طور کلی خاستگاه بحث کارآفرینی علی‌رغم دیدگاه‌ها و تعریف‌های متفاوت و بعضاً مغایر در تفکر و مکاتب اقتصادی است و این موضوع تحت تأثیر دیدگاه‌های این مکاتب و صاحب‌نظران مطرح در آن‌ها بوده است (AhmadpourDarani, 2012) در نظام اقتصادی اسلام روابط اقتصادی در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف از کتاب، سنت پیامبر (ص)، ائمه معصومین و عقل استنباط (Mirmo'ezzi, 2011) شده و در شریعت اسلامی ریشه دوانده است (UmerChapra, 2006). مروری بر مدل‌های خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی نشان می‌دهد که مدل‌های موجود مبتنی بر چارچوب ارزش‌ها و مبانی نظری حاکم در زیست‌بوم خود هستند و به‌منظور پاس‌خگویی به نیازهای آن زیست‌بوم طراحی شده‌اند؛ بنابراین هرچند استفاده از مدل‌های غیربومی در جای خود لازم و ضروری است؛ اما به‌کارگیری آن‌ها بدون توجه به شرایط محیطی و مبانی نظری حاکم در آن زیست‌بوم موجب التقاط و ظهور سیستم‌های ناهمگون می‌شود. تباین موجود در این سیستم‌ها کارآمدی را تضعیف می‌کند و ضعف ثربخشی را به‌دنبال خواهد داشت؛ بنابراین جلوگیری از بروز پیامدهای نامطلوب ناشی از به‌کارگیری مدل‌های غیربومی، استخراج مضامین از منابع برگرفته از نظام ارزشی و فرهنگی خاص کشور و به‌دنبال آن طراحی چارچوب مبتنی بر مبانی هستی‌شناسی و انسان‌شناسی بومی برای تدوین الگوهای خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی امری ضروری است. پس از طرح مفهوم جدید کارآفرینی مذهبی، خنیفر (۱۳۹۱)، نیز پژوهش‌هایی با رویکرد شناسایی و استخراج مؤلفه‌های ارزشی کارآفرینی از منابع دینی مثل قرآن، احادیث و روایات صورت گرفته است و برخی مضامین کارآفرینی در قالب کتاب و مقاله ارائه شده است؛ اما آنچه این پژوهش را از سایر پژوهش‌های صورت‌گرفته در این زمینه متمایز می‌کند، رویکرد فرآیندی و سیستماتیک به مضمون کارآفرینی و خط‌مشی‌گذاری با الهام از ماهیت مدل‌های محتوایی و فرآیندی کارآفرینی، جهت‌دار بودن مضامین استخراج‌شده با هدف طراحی چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی، تلاش در جهت کاربردی کردن مفاهیم ارزشی و تسری آن‌ها به اسناد بالادستی، ماهیت کیفی پژوهش و استفاده از روش تحلیل مضمون و نرم‌افزار MAXQDA است. یافته‌های این پژوهش که با استفاده از داده‌های موجود در مجموعه‌های روایی «میزان‌الحکمه» و «الحیات» به‌دست آمده است، نشان می‌دهد که مؤلفه‌های ارزشی محوری چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی در کتب مزبور دارای بیست تم زیر است:

۱. آخرت‌محوری: این تم یکی از مؤلفه‌های اساسی استخراج‌شده است که سایر تم‌ها به نحوی از آن متأثر می‌شوند؛ به عبارت دیگر با ورود این مؤلفه در بندهای خط‌مشی‌گذاری سایه آن تمامی سازه طراحی‌شده را در بر خواهد گرفت.

۲. وجوب ارزش‌آفرینی مستمر برای خود و دیگران در حال نیاز و بی‌نیازی، نفی سبیل، کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال، پول وسیله سامان زندگی: تجلی این مؤلفه‌ها بندهای سیاستی سازه طراحی‌شده را به‌سوی نهادینه‌کردن فرهنگ ابداع و نوآوری به‌عنوان ارزش در همه فعالان فرآیند تولید، توزیع و مصرف و الزام به شناسایی ظرفیت‌های خالی و بلااستفاده و ظرفیت‌های بالقوه در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فناورانه هدایت خواهد کرد. در فرآیند ایجاد ارزش، پول به‌خودی‌خود فاقد ارزش مبنایی بوده و وسیله سامان زندگی، تسهیل مبادلات و معیار سنجش موفقیت است. برای مثال، ایجاد ارزش و به‌خصوص زنجیره ارزش با رویکرد درون‌زایی و برون‌نگری در بخش‌های کشاورزی، نفت و گاز، معدن، صنعت، خدمات و بازرگانیو ساختمان تجلی ورود این مؤلفه در جریان تدوین خط‌مشی خواهد بود.

۳. کسب از راه حلال و مصرف در راه حلال، توجه به نیاز و کفاف در تولید و مصرف، گروه‌های مقدم در ایجاد ارزش (گروه‌هایی که لازم است خط‌مشی‌گذاران آنان را در اولویت دریافت منابع و امکانات برای ایجاد شغل و کارآفرینی قرار دهند) حاکمیت فقه، عدالت، ممنوعیت انحصار، منع کنز، سود صرفاً از کار، منع ضرر و زیان به خود و دیگران: این مؤلفه‌ها توجه طراحان خط‌مشی‌های کارآفرینی را به محدودیت‌ها در موضوع، میزان و شیوه ایجاد ارزش جلب می‌کند؛ بدین معنی که فرضاً در حوزه اقتصاد شیوه تولید، موضوع تولید و میزان تولید توزیع و مصرف‌متأثر از احکام فقهی و مقید به قیودی مانند حرمت و حلیت، نیاز و کفاف، لاضرر و لاضرار در اسلام مشارکتو لزوم به‌کارگیری منابع در ایجاد ارزش و عدالت در توزیع منابع، فرصت‌ها و امکانات است. در این فرآیند سهم عوامل تولید مشخص و سود به ایجاد ارزش تعلق می‌گیرد.

۴. آزمایش‌بودن همه گرفتاری‌ها، تضمین روزی برای جوینده آن، استعدادها و توانایی‌های متفاوت مردم، جریان امور از راه اسباب و علل، عقل و خرد: این مؤلفه‌ها توجه خط‌مشی‌گذاران را به‌سوی ایجاد و گسترش بسترهای لازم برای تقویت کشف و به‌کارگیری استعدادهای مختلف افراد جامعه در حوزه‌های علوم تجربی، علوم انسانی و علوم پایه و غیره در کنار نهادینه‌کردن و ترویج فرهنگ ارزش‌بودن ایجاد ارزش، ریسک‌پذیری و توکل، پشتکار، امید، تحمل ابهام و عدم‌اطمینان از طریق وضع بندهای سیاستی جلب خواهد کرد؛ بنابراین خروجی راهبردها و برنامه‌های برگرفته از چنین خط‌مشی‌هایی، فرد دارای دانش، مهارت، امیدوار، متوکل و ریسک‌پذیر، خوش‌بین، دارای پشتکار و آستانه تحمل بالای ابهام و عدم‌اطمینان خواهد بود که با به‌کارگیری عقل و خرد و توجه به قوانین و سنت‌های حاکم بر طبیعت یقین دارد سرانجام موفقیت دنیوی و اخروی نصیب او خواهد شد.

۵. نقش حکومت در ایجاد ارزش و تعلق مالکیت زمین به خدا، رسول، امام و مردم: تعریف نقش و وظایف دولت و حکومت و انسان به‌عنوان جانشین خدا و حدود و گستره مالکیت و فلسفه آن در ایجاد ارزش، نوع و مالکیت سیاستی خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی را تحت تأثیر قرار خواهد داد. هرچند بر اساس یافته‌های این پژوهش یک تم اصلی و بیست تم فرعی مرتبط با چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی از فرمایشات ائمه معصومین (ع) در کتب «میزان‌الحکمه» و «الحیات» استنباط شده است، اما باید به این نکته توجه داشت که مهم‌ترین محدودیت معرفت‌شناسی در علوم اجتماعی سروکار داشتن با سیستم‌های باز چندبُعدی و لایه‌بندی‌شده‌ای است که در آن‌ها رویدادها استمرار یک‌باره و هم‌زمان دارند. این ویژگی سبب می‌شود که دو ویژگی تبیینی و غیرپیش‌بینانه بودن برای نظریه‌های اجتماعی مطرح شود که نتیجه آن اتخاذ موضوعی است که در آن «صدق، نه مطلق و نه صرفاً عرفی و نسبی است؛ بلکه موضوع کفایت عملی است. همان‌گونه که اولریچ بک (۲۰۰۵) نیز بیان می‌کند: «علم به‌هیچ‌وجه حقایق مطلق را تولید نمی‌کند که بتوان آن را به‌گونه‌ای غیرانتقادی پذیرفت؛ بلکه پیشنهاددهای محدودی برای تفسیر فراهم می‌آورد که به بیش از نظریه‌های روزانه دست می‌یابد» (Mahmoudi, Nayyeri & Pourezzat, 2014). این پژوهش نیز رسالتی جز دست‌یافتن به تفسیری محدود از مؤلفه‌های ارزشی چارچوب خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی از متون کتب «میزان‌الحکمه» و «الحیات» نداشته است. با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود مجلس شورای اسلامی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، شورای عالی انقلاب فرهنگی، مرکز تدوین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت و سایر متولیان خط‌مشی‌گذاری در کشور به مؤلفه‌های برگرفته از کلام اهل‌بیت (ع) در تدوین سیاست‌های کلی نظام در حوزه کارآفرینی و ایجاد اشتغال توجه جدی کرده و با ارزیابی و پایش مستمر از تناسب و انسجام بین برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت با سیاست‌های کلی تدوین‌شده اطمینان حاصل کنند. ارائه مدل‌ها و برنامه‌های اجرایی برای هر یک از مؤلفه‌های استخراج‌شده می‌تواند موضوع بررسی و تعمق سایر پژوهشگران باشد.

منابع

1. AbediJafari, H., Taslimi, M. S., Faqihi, A., &Sheikhzadeh, M. (2011). Theme analysis and theme network. *Strategic Management Thinking*, 5(10), 151-198. (In Persian)
2. AhmadpourDariani, M. (2012). *Entrepreneurship: Definitions, theories, and models*. Tehran: Jajormi Publications. (In Persian)
3. Alvani, S. M., &Sharifzadeh, F. (2001). *General policy-making processes*. Tehran: Allameh Tabataba'i University Press. (In Persian)
4. Bosma, N., &Levie, J. (2010). *Global entrepreneurship monitor: 2009 executive report*. Massachusetts: Babson College.
5. Davari, A. (2010). *An appropriate model of entrepreneurship development by the Iranian state* (Doctoral Dissertation). AllamehTabataba'i University, Tehran, Iran. (In Persian)
6. Dehqanizadeh, M. (2012). Business and entrepreneurship from Qur'anic and Islamic perspective. In *Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses*. Proceedings of National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses (pp. 1-16). Retrieved March 12, 2018 from (In Persian)
7. Derakhshan, M. (2010). Some remarks on the Islamic-Iranian model of progress. In Proceedings of the 1st Conference on Strategic Thinking about the Islamic-Iranian Model of Progress (pp. 27-35) (In Persian)
8. Hakimi, M. R., Hakimi, M., &Hakimi, Ali.(2012). *Al-Hayat* (Vol. 1) (Aram, A. Trans). Qom: Dalil-e Ma. (In Persian)
9. Hakimi, M. R., Hakimi, M., &Hakimi, Ali.(2012). *Al-Hayat* (Vol. 3) (Aram, A. Trans). Qom: Dalil-e Ma. (In Persian)
10. Hakimi, M. R., Hakimi, M., &Hakimi, Ali.(2012). *Al-Hayat* (Vol. 4) (Aram, A. Trans). Qom: Dalil-e Ma. (In Persian)
11. Hakimi, M. R., Hakimi, M., &Hakimi, Ali.(2012). *Al-Hayat* (Vol. 5) (Aram, A. Trans). Qom: Dalil-e Ma.(In Persian)
12. Hakimi, M. R., Hakimi, M., &Hakimi, Ali.(2012). *Al-Hayat* (Vol. 6) (Aram, A. Trans). Qom: Dalil-e Ma. (In Persian)
13. Hakimi, M. R., Hakimi, M., &Hakimi, Ali.(2012). *Al-Hayat* (Vol. 8) (Aram, A. Trans). Qom: Dalil-e Ma. (In Persian)
14. Khanifar, H. (2006). Entrepreneurship in Islamic value system. *Porseman*, 28, 1-6. Retrieved March 12, 2018 from Hawzah.net (In Persian)
15. Khanifar, H. (2012). *Entrepreneurship in Islamic value system*. Qom: Ekram. (Original book published in 2006) (In Persian)
16. Mahmoudi, V., Nayyeri, S., &Pourezat, A. A. (2014). Redesigning the development indices of human capabilities on the basis of Imam Ali's Letter to Malik Al-Ashtar. *Business Administration*, 6(1), 174. (In Persian)
17. Maxwell, J. (2004). *Qualitative research design: An interactive approach* (2nded.). London: Sage Publications.
18. Mirmo'ezzi, S. H. (2011). *Economic system of Islam*. Tehran: Research Institute for Islamic Culture and Thought.(In Persian)
19. MohammadiReyshahri, M. (2016). *Mizan al-hikmah*(Vol. 1). Qom: Computer Research Center of Islamic Sciences.(In Persian)

20. MohammadiReyshahri, M. (2016). *Mizan al-hikmah* (Vol. 2). Qom: Computer Research Center of Islamic Sciences. (In Persian)
21. MohammadiReyshahri, M. (2016). *Mizan al-hikmah* (Vol. 3). Qom: Computer Research Center of Islamic Sciences. (In Persian)
22. MohammadiReyshahri, M. (2016). *Mizan al-hikmah* (Vol. 4). Qom: Computer Research Center of Islamic Sciences. (In Persian)
23. MohammadiReyshahri, M. (2016). *Mizan al-hikmah* (Vol. 5). Qom: Computer Research Center of Islamic Sciences. (In Persian)
24. MohammadiReyshahri, M. (2016). *Mizan al-hikmah* (Vol. 8). Qom: Computer Research Center of Islamic Sciences. (In Persian)
25. Mohammadpour, A. (2013). *Qualitative research method*. Tehran: Jame'ehshenasan. (In Persian)
26. Mokhtarianpour, M. (2012). *Designing a model for implementation of cultural policies on the basis of state development plans* (Doctoral Dissertation). AllamehTabataba'i University, Tehran, Iran. (In Persian)
27. Peterson, R. (1980). Entrepreneurship and organization. In R. Ronastadt (Ed.). *Frontiers of Entrepreneurial Research*. Massachusetts: Babson College.
28. Ronastadt, R. (1984). *Entrepreneurship: Texts, cases and notes*. Nafick, Mass: Lord Pub.
29. Story, D. J. (2008). Entrepreneurship and same policy. *World Entrepreneurship Forum*.
30. TalatappehBaba'i, M. B., Nobakhtvand, J., NikounamTousi, V., Eslambolchi, M., & Sattari, B. (2015). *Entrepreneurship management in Islamic values*. Mashhad: PouyaAndisheh. (In Persian)
31. Timmons, J. A. (1990). *New venture creation: Entrepreneurship in the 1990s*. Boston: Richard D. Irwin.
32. UmerChapra, M. (2006). *The future of economics: An Islamic perspective* (Sha'bani, A, Trans.). Tehran: Imam Sadiq University Press. (In Persian)

The Axial Value Components of the Entrepreneurship Policy-Making Framework in the Books of *Mizanal-Hikmah* and *Al-Hayat*

Davood Hosseinpour¹, Vajhollah Ghorbanizadeh², Hasan Aliakbari & Hasan Zare³

1. Management Department, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
2. Management Department, Faculty of Management, Imam Hossein Comprehensive University, Tehran, Iran.
3. Ph.D. Candidate, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Abstract

Purpose: This article aimed to identify themes in available sources of Islamic value system in order to design a framework on the basis of ontological and anthropological fundamentals of Islam to develop an entrepreneurship policy-making framework in Iran.

Design/Methodology/Approach: Thematic analysis method and MAXQDA software were used to identify the axial value components of the entrepreneurship policy-making framework in the books of *Mizan al-Hikmah* and *Al-Hayat*.

Research Findings: The value components of entrepreneurship policy-making framework in the books of *Mizan al-Hikmah* and *Al-Hayat* comprised of twenty themes, some of which were as follows: belief in afterlife, necessity of creating value for oneself and others whether in need or not, earning and spending money in religiously legitimate (*halal*) ways, prohibition of monopoly, role of government in value-creation, attention to needs and their satisfaction in production and consumption, prohibition of acquisitiveness, justice, land ownership belongs to God, prophet and people. The said themes formed the network of themes for value components of entrepreneurship policy-making framework.

Limitations and Consequences: It is possible that the themes are misinterpreted in the thematic analysis in a qualitative research and this research was no exception. Misinterpretation of themes of a value system reduces the credibility of analyses done during the research. Therefore, the researchers attempted to avoid misinterpretation to the most possible extent.

Practical Consequences: This research will increase the understanding and theoretical wisdom of policy-makers about the appeal and effectiveness of the Islamic texts.

Innovation or Value of the Article: This article helps the policy-making actors (National Consultative Assembly, Expediency Discernment Counsel, etc.) to design an Islamic-Iranian model for progress and formulate and implement the entrepreneurship policies and conduct policy research on the basis of Islamic texts.

Keywords: Policy-Making, Entrepreneurship, Thematic Analysis, Axial Values.

Received: May 17, 2018, Accepted: Nov. 25, 2018.

* Corresponding author.

E-mail addresses: Hosseinpore@atu.ac.ir, vghorbanizadeh@gmail.com; Haliakbari1341@gmail.com; zare_email600@yahoo.com

Paper Type: Research Paper