



خلاقیت و نوآوری در کسب و کار خانگی از دیدگاه اسلامی

Creativity and innovation in the home business from an Islamic perspective

غلامرضا منتظری¹، یوسف پناهی گرجی محله²

¹ استادیار گروه تاریخ دانشگاه علوم کشاورزی گرگان، gholamreza_montazeri@yhoo.com

² دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد علی آباد کتول، y.panahi@faradis.net

چکیده:

خوشبختانه در شریعت مدرن اسلام همواره عمل نیک فعالیت مثبت و سازنده در همه زمینه های اقتصادی و علمی مورد تمجید فراوان بوده و اشاعه چنین فرهنگی در جامعه باعث توسعه اقتصادی و نشاط اجتماعی در کسب کار های خانگی می شود. در شرایط فعلی کشور، یکی از بهترین روش های ایجاد اشتغال و حل مسئله بیکاری، توسعه و گسترش خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی و کسب و کار های خانگی می باشد. در جامعه ی ما کارآفرینی مذهبی و ارزشی اهمیت بیشتری دارد چرا که حاکمیت ارزش های اسلامی در تمامی ارکان اقتصادی و اجتماعی جامعه به ویژه فعالیت های کارآفرینانه و کسب و کار از مفروضات اساسی حکومت دینی در جامعه اسلامی ایران است. این مقاله به بررسی خلاقیت در کسب و کار با رویکرد اسلامی به روش کتابخانه ای تدوین گردیده است.

واژگان کلیدی

خلاقیت، نوآوری، مشاغل خانگی، کسب و کار خانگی، کارآفرین خلاق، خلاقیت کارآفرینانه

مقدمه:

امام جعفر صادق علیه السلام فرمودند: هر اهل فنی برای موفقیت در کسب و کار خود (که کارش بگیرد) به سه مطلب نیازمند است:

- تخصص و باهوشی در فن و حرفه مورد نظر؛
 - امین باشد و در کار و مال مردم، امانت و درستی را حفظ کند؛
 - با کارفرما و صاحب کار، خوش برخورد و خوش قلب باشد (بحارالانوار)؛
- از آنجا که کسب و کار خانگی طبیعتاً سرمایه و تشریفات کمتری را برای راه اندازی، نسبت به سایر کسب و کارها می طلبد نگرش ها و رویکردها به آن به گواه آمار و ارقام رسمی موجود در حال تغییر است. لذا اگر روح خلاقیت و نوآوری در کسب و کار خانگی نفوذ کند، این حرفه خانوادگی به عنوان نوعی آموزشگاه و آزمایشگاه واقعی در جهت تعلیم و پرورش مفاهیمی همچون استقلال، فرهنگ تلاش و



1 st National Conference Creative Economy

کار، خطر پذیری، مسئولیت پذیری، نقش آفرینی و خبرگی و پختگی گام‌های مؤثری در عرصه کارآفرینی خواهد برداشت.^۱ (پاوول و ساراادوارد ۲۰۱۰)

خلاقیت به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است و فراگرد ایجاد فکرهای جدید و تبدیل آن فکرها به عمل و کاربردهای سودمند را نوآوری می‌گویند. در قالب یک کسب و کار خانگی موفق، توفیق نهایی و حتی گاهی بقای آن به میزان توانایی در برنامه ریزی و ایجاد نوآوری و به کارگیری فکرهای نو و خلاقانه بستگی دارد. مهمترین دلیل نیاز به خلاقیت و نوآوری بروز مشکل است.^۲ (سعیدی کیا ۱۳۹۲)

کسب و کار^۳

یکی از موضوع‌هایی که همیشه مورد تاکید دین اسلام قرار گرفته، بحث کار و کوشش و پرهیز از بطالت و مبنا قرار دادن کار برای شکوفایی استعدادهای انسان و تربیت اوست و این امر هم در قرآن و هم در سنت قابل مشاهده است.^۴ (مطهری ۱۳۸۸)

کسب و کار به طور عام شامل فعالیت‌هایی است که تولید و خرید کالا و خدمات با هدف فروش، آن‌ها را به منظور کسب سود در بر می‌گیرد. کارآفرین، نوآور و خلاق، مخاطره پذیر و مسئولیت پذیر است. او هدف گرا، واقع گرا و رشدگراست.^۵ (گیلسون ۲۰۱۳)

درحقیقت کارآفرین ارتباط دهنده دانش و علوم با صنعت و بازار است.^۶ (چالز ۲۰۱۰)

کسب و کار خانگی مزایای بسیاری دارد که از جمله آن می توان آزادی و استقلال عمل بیشتر، استفاده بهینه از انرژی، ساعات کار انعطاف پذیر و غیره را نام برد.^۷ (یدالهی ۱۳۹۰)

خلاقیت^۸

نگاه کردن متفاوت به مساله و رسیدن به یک راه حل جدید، همان چیزی است که عموماً از آن به خلاقیت تعبیر می شود.^۱ (اوبرگ ۲۰۱۳)

(احمد پورداریانی)

- کار آفرینی در کسب و کار خانگی)

- کار آفرینی (مهدی سعیدی کیا)

Business -

- تعلیم و تربیت در اسلام (استاد شهید مطهری)

Litchfield, R. C., & Gilson, L. L. (2013). Curating collections of ideas: Museum as -

Charles (2010) five competitive forces of effective leadership and innovation -

- فرصت ها و ایده های کار آفرینی (دکتر یدالهی)

Creativity -



1 st National Conference Creative Economy

پرورش عنصر انگیزشی خلاقیت باید اساساً در بستر خانواده صورت گیرد (لی میاوی ۲۰۱۳)

«آمابلی» الگوی جالبی از خلاقیت ارائه کرده که شامل چهار مرحله اساسی است: عرضه مسأله، آمادگی، ایجاد پاسخ و اثبات پاسخ است. «لوتانز» استاد رفتار سازمانی، خلاقیت را به وجود آوردن تلفیقی از اندیشه ها و رهیافت‌های افراد و یا گروهها در یک روش جدید، تعریف کرده است.^۳ (مایکل جی و مارکوت آرت ۲۰۰۶)

در مجموع خلاقیت عامل تغییر است، افراد خلاق به استقلال تمایل دارند و از دستورهایی که برخلاف میل آن ها باشد، انتقاد نموده و از آن سرپیچی می‌کنند^۴ (سوپن کاز ۲۰۰۷)

در قرآن مجید از جمله صفات خداوند متعال «خلاق» شمرده شده است. (حجر آیه ۸۶، یس آیه ۸۱) خداوند عالم اولین خلاق و نوآور جهان خلقت است و خلاقیت او تنوع و زیبایی شگرفی را در عالم بنا نهاده است.^۵ (اعرابی ۱۳۸۸)

نگاه کردن متفاوت به مساله و رسیدن به یک راه حل جدید، همان چیزی است که عموماً از آن به خلاقیت تعبیر می‌شود یکی از عوامل مؤثر در بروز خلاقیت در یک جامعه، زمینه‌سازی و بسترسازی در بین انسان ها جهت ایجاد فرهنگی است که در آن همگان در تلاش برای رشد دادن دیگری هستند و با تاثیر

بر روی یکدیگر به پیشرفت جامعه کمک می‌کنند.^۶ (لی میاوی ۲۰۱۳)

نوآوری^۷

نوآوری فرآیندی است که کارآفرینان توسط آن فرصت ها را به ایده‌های قابل عرضه به بازار تبدیل می‌کنند. نوآوری یا ابداع کاربردی و عملی کردن افکار و اندیشه های نو و بدیع ناشی از خلاقیت است.^۱ (لیچفیلد ۲۰۱۳)

Verganti, R., & Öberg, Å. (2013). Interpreting and envisioning— A hermeneutic framework -

Contents lists available at science direct

International journal of hospitality management/2013/ li miao wei wei

- کسب و کار موفق (مایکل جی و مارکوت آرت مترجمان: میثاق تصویری و رضا زعفریان -)

Hansen, M. T. and J. Birkinshaw (2007). "The Innovation Value Chain." Harvard Business Review 85(6) June: 121- - 130.

- مجموعه مقالات مدیریت کسب و کار (دکتر سید محمد اعرابی)

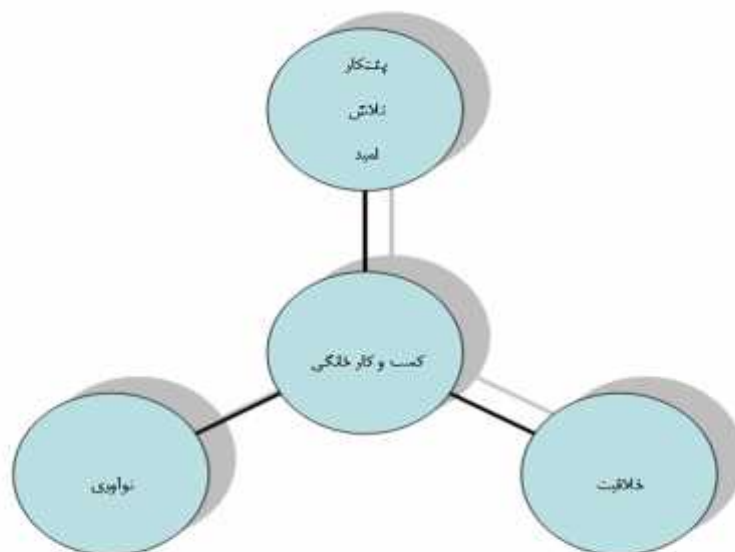
Contents lists available at science direct -

International journal of hospitality management/2013/ li miao wei wei

Innovation -

اختراع برخاسته از یک ایده جدید و بدیع است اما نوآوری به بهره برداری و استفاده تجاری از یک ایده در جهت تولید یک محصول جدید یا بهبود محصول موجود در بازار می انجامد^۲ (کارگ ۲۰۱۳)

«پیتر دراگر» یکی از پژوهشگران و صاحب نظران حوزه کارآفرینی معتقد است وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می توان ادعا نمود، کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای را حاصل نمی‌نماید.^۳ (دراگر ۲۰۰۷)



خلاقیت و نوآوری در کسب و کار خانگی

واژه های خلاقیت و نوآوری اگرچه با هم می آیند اما دارای معانی و تعاریف جداگانه ای هستند. خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود دارد، در حالی که نوآوری دلالت بر آوردن چیزی جدید به مرحله استفاده دارد.^۴ (اوبرگ، ۲۰۱۳)

خلاقیت مبنای کارآفرینی است و آن دسته از فعالان عرصه کسب و کار خانگی که نمی‌توانند به راه های جدید و کارا برای انجام فعالیت های حرفه ای خود پردازند یا قادر نیستند در جهت ارایه کالاها و خدمات جدید خلاقیت به خرج دهند، مزیت رقابتی خود را از دست خواهند داد.^۱ (کراج، ۲۰۱۳)

Journal : Industrial Marketing Management - Volume 42, Issue 1, January 2013, Pages 82–85 -
ISI Database : ScienceDirect (Elsevier)

Andersen, P. H., Kragh, H., & Lettl, C. (2013). Spanning organizational boundaries to manage -

- چالشهای مدیریت درصد (پیتر دراگر، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد)

Verganti, R., & Öberg, Å. (2013). Interpreting and envisioning A hermeneutic framework -



1 st National Conference Creative Economy

در حقیقت توسعه مشاغل خانگی یک نوع استفاده بهینه از انرژی و توان افراد در محیطی آرام مانند خانه است. بطوری که ما می‌توانیم از خانه‌ها به‌عنوان مکان‌هایی برای تولید کالا و خدمات استفاده کنیم.^۲ (قاسم زاده، ۱۳۸۸)

زمانی یک پاسخ را می‌توان بخشی از یک فرایند خلاقیت به شمار آورد که تا اندازه‌ای با واقعیت مطابقت داشته یا اصولاً واقعی باشد. دوم، خلاقیت در کسب و کار خانگی باید گره‌ای را بگشاید یا با وضعیتی تناسب داشته و یا مقصود معینی را برآورد. سوم، خلاقیت واقعی در کسب و کار خانگی مشروط به دوام آن، بینش ابتکاری، ارزیابی و تفسیر و رشد آن باشد.^۳ (اوبرگ، ۲۰۱۳)

در جمله‌ای کوتاه می‌توان اینگونه بیان کرد «خیلی‌ها برای یک کسب و کار خانگی ایده‌های خوب دارند اما عده کمی آن‌ها را عملی می‌کنند». همچنین یکی از عواملی که معمولاً با خلاقیت در کسب و کار خانگی مربوط می‌دانند موضوع هوش و ذهن فعال است^۴ (لاخانی، ۲۰۰۹).

نگاه خلاقانه و نوآورانه در صورتی که در کسب و کار خانگی به صورت عملی اجرایی شود، می‌تواند کمک شایانی به دیدن و کشف صحیح عوامل داخلی، خارجی، فرصتها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در بقا و شکوفایی کسب و کار خانگی شود.^۵ (مارتا، ۲۰۰۹)

برای گشودن و تسطیح مسیر ورود خلاقیت به حوزه کسب و کار خانگی در اولین مرحله باید هدف را به دقت تعریف و تبیین نمود و در ادامه روش‌های ممکن را باید مورد تحلیل و واکاوی قرار داد.^۶ (لیتل، ۲۰۱۰)

باید فضایی را ایجاد نمود تا تمام کسانی که در انجام یک طرح به شما کمک می‌کنند بتوانند آزادانه ایده‌های خلاقانه خود را ارائه نمایند.^۷ (گیلسون، ۲۰۱۳)

یکی از موانع بروز خلاقیت در کسب و کار خانگی ترس و عدم ریسک‌پذیری است که باید برای به نتیجه رسیدن یک طرح خلاقانه باید آن را از خود دور کنیم. تفکرات بازدارنده و کهنه را از خود دور سازیم.^۸ (آمایلی، ۱۹۹۶)

Andersen, P. H., Kragh, H., & Lettl, C. (2013). Spanning organizational boundaries to manage -

- خلاقیت بنیادی و انطباق‌پذیر و سیاست‌گذاری جهت ترویج نوآوری - () -

Verganti, R., & Öberg, Å. (2013). Interpreting and envisioning A hermeneutic framework -

Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. (2009). How to manage outside innovation. MIT Sloan -

Suciu Christina-Marta, Platis Magdalenam, ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY IN THE NEW ECONOMY -

Wei (2010) Making sense of a market information system for superior performance: The roles of organizational responsiveness and innovation strategy -

Litchfield, R. C., & Gilson, L. L. (2013). Curating collections of ideas: Museum as -

Amabile (1996), Creativity in context, Boulder, CO : West view Press. -



1 st National Conference Creative Economy

خلاقیت کارآفرینانه بر ایده‌های بدیع و مفید تأکید دارد، خلاقیت کارآفرینانه می‌تواند حتی وقتی محصول یا خدمت الزاماً بدیع نیست، یا وقتی یک محصول یا خدمت بدیع از منبعی دیگر کسب شده است، وجود داشته باشد.^۱ (محمدی و حمزه ای، ۱۳۸۸)

هر انسان خلاق لزوماً نوآور نیست و لیکن هر انسان نوآور یا خلاق است و یا از خلاقیت دیگران بهره می‌برد.^۲ (کراج، ۲۰۱۳)

نوآوری فرایند اجرای خلاقیت یا به عبارتی تحقق بخشیدن و عملیاتی کردن ایده‌های نو و به طور کلی تبدیل خلاقیت به نتیجه عینی است.^۳ (آمابیلی، ۱۹۹۶)

«کونتز» نوآوری را به کارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت معرفی کرده و معتقد است که نوآوری می‌تواند محصولی جدید، خدمتی جدید یا راهی جدید برای انجام کاری باشد؛ درحالی که خلاقیت، توانایی و قدرت ایجاد فکر یا ایده جدید و بدیع است.^۴ (چالز، ۲۰۱۰)

خلاقیت و نوآوری موجود باز شدن چشمه‌های جدید و دریافت‌های مبتکرانه و دلایل اصلی و شکوفایی بهتر عوامل نهفته می‌شود و بنابراین نقش مهمی در شناخت صحیح تر و شناسایی علل اصلی و مزایای رقابتی به طور صحیح دارد.^۵ (پاوول و ساراادوارد، ۲۰۰۶)

بدون تردید انتخاب استراتژی‌های ترکیبی در صورتی که آمیخته با نگاه خلاقانه و نوآورانه باشد؛ می‌تواند به نحو مؤثرتری کسب و کار خانگی را در پیشبرد اهدافش به پیش ببرد.^۶ (سوین کاز، ۲۰۰۷)

با استفاده از خلاقیت و نوآوری اگرچه در کوتاه مدت، با صرف زمان بیش از اندازه و یا سرمایه‌گذاری بیشتر سود کمتری در حوزه کسب و کار خانگی عاید خواهد شد اما در بلندمدت با کسب اعتماد مشتریان، سود نیز افزایش پیدا خواهد کرد.^۷ (لیتل، ۲۰۱۰)

یکی از شیوه‌های بسیار مهم و پرجاذبه پرورش شخصیت انسان‌ها و همین‌طور خلاقیت و نوآوری و حتی رشد اجتماعی مشورت است و بدون تردید افرادی که اهل مشورت هستند از عقل و فکر بیشتری برخوردارند.^۸ (لاخانی، ۲۰۰۹)

- گفتارهایی پیرامون خلاقیت و نوآوری (جابر محمدی و مرتضی حمزه ای)

- Andersen, P. H., Kragh, H., & Lettl, C. (2013). *Spanning organizational boundaries to manage*

- Amabile (1996), *Creativity in context*, Boulder, CO : West view Press.

- Charles (2010) *five competitive forces of effective leadership and innovation*

- کارآفرینی در کسب و کار خانگی - (احمد پورداریانی -)

- Hansen, M. T. and J. Birkinshaw (2007). "The Innovation Value Chain." *Harvard Business Review* 85(6) June: 121-130.

- Wei (2010) *Making sense of a market information system for superior performance: The roles of organizational responsiveness and innovation strategy*

- Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. (2009). *How to manage outside innovation*. MIT Sloan



1 st National Conference Creative Economy

یکی از عوامل مهم در پرورش خلاقیت مطرح کردن پرسش های دقیق است. می گویند پرسش صحیح نیمی از پاسخ را با خود دارد ابهام بزرگ ترین مانع بر سر پیشرفت برنامه های کسب و کار است.^۱ (ابراگ، ۲۰۱۳)

برای حل یک موضوع می توان تمام روش ها و ایده های خلاقانه را مدنظر قرار داده و از ریایی همه جانبه ای از آن انجام داد و سپس با توجه به امکانات و شرایط موجود ایده مناسب تر را انتخاب نمود.^۲ (حمزه ای و محمدی، ۱۳۸۸)

برای شکوفایی ایده های خلاقانه در کسب و کار خانگی از مشاوره با افراد بدبین باید خودداری نمود، چون این افراد به واسطه عقیده منفی خود نسبت به مسائل، باعث می شوند تا در طول انجام کار انگیزه فرد را کاهش داده و رغبت او را برای ارائه خلاقیت ها و نوآوری- های مطلوب تر کاهش دهند.^۳ (آمایلی، ۱۹۹۶)

در بسیاری از مواقع برای اینکه یک کسب و کار خانگی موفقیت آمیز باشد باید چند ایده مختلف با یکدیگر ترکیب شده و در مراحل مختلف از آن استفاده کرد.^۴ (گیلسون، ۲۰۱۳)

برای اولویت بندی طرح های پیش و رو مهم ترین موضوعی که باید مورد توجه قرار گیرد، نگاه واقع بینانه به طرح و بازدهی مطلوب آن است.^۵ (لیتل، ۲۰۱۰)

اگر انگیزه های برونی به عنوان نوعی تایید لیاقت فرد به صورت ابزاری برای به ثمر رساندن کاری که از نظر درونی او برانگیزنده باشد ارائه گردد، احتمال مورد تایید و حمایت قرار دادن انگیزه و خلاقیت درونی فرد بسیار زیاد است.^۶ (کارگ، ۲۰۱۳)

نتیجه گیری :

و در کشور ما با توجه به ترکیب جمعیتی کسب و کارهای کوچک خانگی می تواند بازدهی مناسبی داشته و در کوتاه مدت یا میان مدت در رفع معضل بیکاری مؤثر باشد. ساماندهی مشاغل خانگی، بسترهای مناسب برای شکل گیری مشاغل جدید را نیز ایجاد می کند. که نتایجی مثبت طرح ساماندهی مشاغل خانگی می تواند به کاهش هزینه های حمل و نقل، کاهش آلودگی های صوتی و زیست محیطی و

Verganti, R., & Öberg, Å. (2013). Interpreting and envisioning— A hermeneutic framework -

- گفتارهایی پیرامون خلاقیت و نوآوری (جابر محمدی و مرتضی حمزه ای (

Amabile (1996), Creativity in context, Boulder, CO : West view Press. -

Litchfield, R. C., & Gilson, L. L. (2013). Curating collections of ideas: Museum as -

**Wei (2010) Making sense of a market information system for superior performance: The roles of -
organizational responsiveness and innovation strategy**

Andersen, P. H., Kragh, H., & Lettl, C. (2013). Spanning organizational boundaries to manage -



1 st National Conference Creative Economy

کاهش ترافیک کمک کند. مشاغل خانگی به دلیل مزایای خاص خود در جهت رفع بیکاری بسیار موثر بوده و کشورهای که برنامه هایی را برای تقویت این مشاغل به کار گرفته اند، به نتایج موفق آمیزی نیز رسیده اند. ایجاد اشتغال با حداقل سرمایه، امکان کار کردن به صورت پاره وقت، دوره آموزشی کوتاه مدت، عدم نیاز به فضای خاص و ... قابلیت های انکارناپذیری است که این گونه مشاغل داشته و ضرورت توجه جدی به این مسأله را آشکارتر می سازد.

خلاقیت مبنای کارآفرینی است و بدون آن فعالیت ها پس از مدتی حالت تکراری پیدا می کنند. آن دسته از فعالان عرصه کسب و کار خانگی که نمی توانند به راه های جدید و کارا برای انجام فعالیت های حرفه ای خود بپردازند یا قادر نیستند در جهت ارایه کالاها و خدمات جدید خلاقیت به خرج دهند، مزیت رقابتی خود را از دست خواهند داد. چرا که علاوه بر مزایای نسبی کسب و کار خانگی یکی از مهمترین محدودیت های آن به خاطر حجم کم تولید، فرصت رقابت در فضای بازار را عموماً از دست خواهند داد و تنها راه ماندگاری محصول در عرصه ی بازار خلاقیت و نوآوری در تولید است.

خانواده ها و شرکت های خانوادگی به عنوان عاملی برای حفظ و ایجاد دوام و ثبات در اقتصادهای محلی و منطقه ای، و عامل پیدایش نوآوری، تجارت، صنعت، تکنولوژی، بازار مصرف، بازار کار، رفاه، آسایش و امنیت اقتصادی به مناطق و محل های خود به شمار می آیند. از آنجا که بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی دولت باید بخشی از وظایفش را به بخش های تعاونی و خصوصی تفویض و یا واگذار نماید لذا اهمیت و تأثیرگذاری این حوزه از کسب و کار در اقتصاد بیش از پیش است.

از مهمترین راهکارهای ایجاد و افزایش خلاقیت در افراد که یکی از عوامل افزایش انگیزش در میان آن ها است، به کارگیری متناسب افراد با تخصص و روحیات آن ها، عدم ایجاد فضای تحکم و اجبار، ایجاد هماهنگی مناسب بین آن ها، دادن آزادی عمل و تفویض اختیار می باشد. همچنین در اختیار قرار دادن منابع مهمی چون زمان و تخصیص منابع مالی نیز تأثیر بسزایی خواهد داشت. ایجاد گروه های کاری و حمایت متقابل اعضای گروه و نیز ترکیب اندیشه های متفاوت می تواند اشتیاق افراد را به کار و دستیابی به هدف افزایش داده و در نتیجه تجربیات و مهارتهای تفکر خلاق را ارتقا می بخشد، عدم ارزیابی های بی مورد و وقت گیر و ایجاد فضای کاری آرام و بدون ترس و بیم، حمایت جدی بخش های بیرونی و درونی، تقویت همکاری های متقابل و احساس هدف مشترک بین افراد گروه و ایجاد جذابیت کاری برای یکایک آنان، همه از جمله عوامل مهمی هستند که در یک کسب و کار خانگی با تأثیر بر آن ها و نیز اثرگذاری بر روی دو مؤلفه دیگر یعنی تخصص و تفکر خلاق، می توانند به ارتقا و پیشرفت کسب و کار خود و در نتیجه ترقی جامعه کمک کنند.

اگر کارآفرین که ویژگی فردی است که با عزمی راسخ و با وجود موانع بسیار در رساندن یک محصول و یا ارائه خدمت جدیدی به بازار فرایند نوآوری را با موفقیت هدایت می کند، خلاقیت را در کسب و کار خانگی اجرایی نماید، به دنبال آن نتایج ذیل حاصل می شود:

ایجاد و توسعه اشتغال در بخش های اقتصادی کشور و به تبع آن استقلال اقتصادی خانواده ها،
دگرگونی در روند تولید با استفاده از تکنولوژی پیشرفته و به دنبال آن تغییر در فرهنگ مصرف،
تنوع شغلی و ایجاد رقابت گسترده در بازارهای اقتصادی، بسط و توسعه صادرات با اتکا به منابع موجود در خانواده ها، کاهش نرخ بیکاری و تورم و به دنبال آن کاهش آسیب های اجتماعی در جامعه و خانواده، افزایش آسایش و رفاه خانواده ها و به تبع آن رشد فرهنگی جامعه، هم گرایی و اتحاد بیشتر بین خانواده و اجتماع، افزایش حضور زنان در محیط های کاری و کاهش تنش ها و فشارهای روانی بر مردان، افزایش نقش و سهم زنان در توسعه اقتصادی جامعه و به دنبال آن افزایش میزان آرامش و رضایتمندی آن ها، اتکا به منابع مالی و انسانی خانواده ها



برای توسعه و رشد کارآفرینی و امکان رشد و نگهداری مشاغل و حرفه ها برای نسل های بعدی. نگاه خلاقانه و نوآورانه در صورتی که در کسب و کار خانگی به صورت عملی اجرایی شود، می تواند کمک شایانی به دیدن و کشف صحیح عوامل داخلی، خارجی، فرصتها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در بقا و شکوفایی کسب و کار خانگی شود و بدین ترتیب می تواند در این ابعاد نقش موثری در رشد و شکوفایی آن ایفا نماید.

نتیجه گیری:

در اغلب مواقع پیش زمینه های ما آموزش و تجارب مفاهیم قاطع و اصولی را در ما ایجاد می کنند که آن ها را حقیقی می انگاریم این ها به نوبه خود بر تفکرات و ایده های ما اثر می گذارند و گاهی مانع عرضه ایده های نو و خلاقانه می شوند. در حوزه کسب و کار خانگی از آنجا که مدیریت و اجرای پروژه به صورت خانوادگی می باشد تمایل به تغییر با احتیاط بیشتری صورت می پذیرد و اصل بر حفظ وضعیت موجود است. البته دلیل آن به عواملی همچون مشغله زیاد و درگیری بیش از حد با مسأله، نداشتن استراحت کافی، ترس از انتقاد، عدم تمرکز ذهنی، عادت زدگی، منفی نگری و عدم اعتماد به نفس نیز بستگی دارد. در این میان توجه و حمایت جدی دولت از انواع صنایع دستی، به خصوص صنعت فرش که در محیط خانه ها تولید می شود و حتی ساماندهی این گونه مشاغل در قالب تعاونی ها می تواند کمک بسیاری به رونق کسب و کار خانگی و ظهور و بروز خلاقیت و نوآوری در این نوع کسب و کار شود. به طور کلی می توان گفت با توجه به آیات و روایات متعدد روشن است که دین اسلام مردم را به انجام کار و فعالیت دعوت می کند و از انسان ها می خواهد از کار خویش دیگران نیز بهره مند سازند و به طور مستقیم و غیر مستقیم مردم را تشویق به کارآفرینی و ایجاد شغل می کند تا از نظر فقر و گرسنگی در یک جامعه اسلامی جلوگیری شود. علاوه بر عقاید و افکار دینی موثر در کار آفرینی مشاهده می شود که اسلام به ویژگی های یک فرد کارآفرین و خصوصیات انسان با تقوا توصیه می کند نظیر مسئولیت پذیری پاسخگویی تحمل شکست امید و فعالیت و دستیابی به درجات بالاتر اجتماعی و اخلاق قدرت خلاقیت ابتکار بهره گیری از فرصت ها و خودباوری.

منابع

- (۱) قرآن کریم، ترجمه الهی قمشه ای، انتشارات فاطمه الزهرا(س)، قم، ۱۳۸۰.
- (۲) بحارالانوار علامه مجلسی، تحفه آثار، تلخیص و ترجمه بحارالانوار، گردآوری: موسسه فرهنگی شمس ضحی، ۱۳۸۸.
- (۳) تعلیم و تربیت در اسلام - استاد شهید مرتضی مطهری - انتشارات صدرا ۱۳۸۸.
- (۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، جهانگیر منصور، نشر دیدار، تهران ۱۳۹۲.
- (۵) مبانی کارآفرینی - تألیف دکتر محمود احمدپور داریانی و دکتر سید محمد مقیمی - نظارت چاپ عقیق، ۱۳۹۰.
- (۱) مبانی رفتار سازمانی - استیفن رابینز، ترجمه قاسم کبیری - مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۸.
- (۲) گفتارهایی پیرامون خلاقیت و نوآوری - جابر محمدی و مرتضی حمزه ای - پژوهشکده منابع انسانی، ۱۳۸۸.
- (۳) چالشهای مدیریت درصده ۲۱ - پیتر دراگر، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد - انتشارات بهار، ۱۳۸۶.



1 st National Conference Creative Economy

-
- ۴) کسب و کار موفق - مایکل جی و مارکوت آرت، مترجمان: میثاق تصویری و رضا زعفریان - دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
- ۵) کارآفرینی در کسب و کار خانگی - پاول و سارا دوارد، ترجمه محمود احمد پورداریانی - مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۹.
- ۶) کارآفرینی - تألیف مهدی سعیدی کیا - انتشارات آها، ۱۳۹۲.
- ۷) مجموعه مقالات مدیریت کسب و کار - دکتر سید محمد اعرابی - دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۸.
- ۸) کارآفرینی خلاق، انواع و شیوه های حمایت از آن - دکتر ترزا آمابلی، ترجمه دکتر حسن قاسم زاده - فصلنامه پژوهش و مهندسی، ۱۳۹۰.
- ۹) خلاقیت بنیادی و انطباق پذیر و سیاست گذاری جهت ترویج نوآوری - حسن قاسم زاده - فصلنامه خلاقیت و نوآوری، ۱۳۸۸.
- 10) Journal : Industrial Marketing Management - Volume 42, Issue 1, January 2013, Pages 82-85
ISI Database : ScienceDirect (Elsevier)
- 11) Wei (2010) Making sense of a market information system for Charles (2010) five competitive forces of effective leadership and innovation
- 12) : Suciu Christina-Marta, Platis Magdalenam, ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY IN THE NEW ECONOMY
- 13) Charles McMillan, "Five competitive forces of effective leadership and innovation", Emerald 31, (2010)
- 14) Line, Doreen, (2012), Entrepreneur Business Opportunity, Jul 11,
- 15) Andersen, P. H., Kragh, H., & Lettl, C. (2013). Spanning organizational boundaries to manage
- 16) Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. (2009). How to manage outside innovation. MIT Sloan Management Review, 50(4), 69-76.
- 17) Litchfield, R. C., & Gilson, L. L. (2013). Curating collections of ideas: Museum as
- 18) metaphor in the management of creativity. Industrial Marketing Management, 42(1), 106-112 (this issue).
- 19) Verganti, R., & Öberg, Å. (2013). Interpreting and envisioning — A hermeneutic framework
- 20) to look at radical innovation of meanings. Industrial Marketing Management, 42(1), 86-95 (this issue).
- 21) Managing creativity in business market relationships
- 22) Aarhus University, Business and Social Sciences, Department of Business Administration, Bartholins Allé 10, 8000 Aarhus C, Denmark
- 23) Hansen, M. T. and J. Birkinshaw (2007). "The Innovation Value Chain." Harvard Business Review 85(6) June: 121-130.
- 24) Journal : Industrial Marketing Management - Volume 42, Issue 1, January 2013, Pages 82-85 ISI Database : ScienceDirect (Elsevier)
- 25) Amabile (1996), Creativity in context, Boulder, CO : West view Press.