فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۲۰، شماره ۳، بهار ۱۴۰۵، صفحات ۳۴-۱

مطالعه کیفی چالش‌های فرهنگی توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور در استان خوزستان

مهران بندری[۱]، دکتر علی‌حسین حسین‌زاده[۲]، دکتر کریم رضادوست[۳]
دکتر سجاد بهمنی[۴]، دکتر علی عربی[۵]

تاریخ وصول: ۱۴۰۴/۶/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۱

چکیده:

موفقیت اقتصادی برخی کشورها در دهه‌های اخیر، نشان می‌دهد که فرهنگ نقشی تعیین‌کننده در پیشرفت اقتصادی دارد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی چالش‌های فرهنگی توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در استان خوزستان صورت گرفت. بر اساس موضوع، روش تحقیق کیفی و رویکرد داده‌بنیاد، انتخاب شد. مشارکت‌کنندگان تحقیق، نخبگان استان شامل استادان دانشگاه و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور ۴۴ نفر انتخاب شدند. نمونه‌گیری تحقیق، نمونه‌گیری نظری و روش جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه عمیق بود. تحلیل داده‌ها با استفاده از کدگذاری نظری صورت گرفت. یافته‌ها نشان داد: تصور خیر محدود در ساختارهای اجتماعی فرهنگی؛ ترجیح شغل دولتی بر حرفه کارآفرینانه و سنت‌گرایی شغلی، فرهنگ تقدیرگرایی و چرخه رکود اقتصادی؛ محافظه‌کاری فرهنگی و رکود نوآوری، جامعه کم بردبار و تضعیف کارآفرینی؛ نرخ ترجیح زمانی بالای جامعه، ضعف در مهارت‌های ارتباطی و همکاری؛ ضعف فرهنگ کارآفرینی، پرورش نیافتن کنشگران توسعه در نظام آموزش و پرورش، کمرویی نهادینه شده در فرهنگ، فقدان منش سرمایه‌دارانه در خوزستان، صنعتی‌شدن بر مبنای نفت و تحول تدریجی فرهنگ کار، از موانع نهادی و فرهنگی هستند که زیست‌بوم نوآوری استان را با چالش مواجه کرده‌اند. تحلیل نظری پژوهش با نظریه‌های بوردیو، وبر، مک‌کله‌لند و پولانی، نقش عادت‌واره‌ها، سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی و ساختارهای حک شده در اقتصاد محلی را در بازتولید این موانع برجسته می‌سازد.

مفاهیم کلیدی: *چالش‌های فرهنگی، شرکت‌های دانش‌بنیان، فرهنگ کار، تحقیق کیفی*

---

[۱] دانشجو دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول) mehran.bondori465@gmail.com
[۲] استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران a.hosseinzadeh@scu.ac.ir
[۳] استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران rezadoost@scu.ac.ir
[۴] استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران s.bahmani@scu.ac.ir
[۵] استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران a.arabi@scu.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

توسعه به معنای رشد موزون و همگن است (*Lailaz, 2019: 18*)؛ و دارای ابعاد گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که با یکدیگر در هم تنیده‌اند (*Ghanei Rad, 2019:69*). *Satch, 1998* توسعه را به‌عنوان رشد به اضافه تغییرات در ابعاد اجتماعی و فرهنگی تعریف می‌کند که موضوع اصلی آن بهبود کیفیت زندگی مردم است (*Mansouri & et. al, 2025: 250*).

توسعه به‌عنوان یک موضوع مهم در میان جوامع همیشه از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران و اندیشمندان بوده است و استراتژی و سیاست‌های مختلفی را نیز برای رسیدن به آن انتخاب کرده‌اند. با این حال تفاوت در سطح سرمایه‌داری، صنعتی‌شدن و توسعه‌یافتگی در جوامع مختلف به‌ویژه در میان کشورهای اروپایی و یا کشورهای شرق آسیا و جنوب صحرا در آفریقا که تا حدودی زیادی از وضعیت مشابه (از حیث شرایط اولیه لازم برای توسعه) برخوردار بوده‌اند، این سؤال را در برابر محققان و اندیشمندان قرار داده است که چه عواملی می‌تواند منجر به این‌گونه تفاوت‌ها (وضعیت اشتغال، نوع اشتغال، میزان ثروت، سطح صنعتی‌شدن، توسعه‌یافتگی و آثار مشابه دیگر) گردد (*Ghanimati & Dadandish, 2021: 94*). در پاسخ به این پرسش *Weber* محیط فرهنگی را در جوامع اروپایی یافت که به ظهور سرمایه‌داری مدرن کمک کرد. این فرهنگ برای انضباط، سخت‌کوشی، صرفه‌جویی، به تعویق انداختن کامجویی، گردآوری ثروت بدون مصرف تجملی و مباهات به توفیق اقتصادی اهمیت قائل بو (*Sidman, 2022: 72*). نقش فرهنگ در اقتصاد از محورهای مورد توجه اقتصاددانان است و بر این اساس آنان معتقدند، فرهنگ بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها مؤثر است. در واقع، فرهنگ دارایی‌های زیادی مانند مهارت‌ها و محصولات به وجود می‌آورد که در ارتقا رفاه جامعه اثر دارد (*Hanjari & et. al, 2018: 104*). بعد فرهنگی توسعه در دهه ۸۰ میلادی به عوامل، متغیرها و آثار فرهنگی توسعه می‌پرداخت. فرهنگ را دیگر به‌عنوان کمک و یاری‌دهنده یا زینت‌بخش توسعه در نظر نمی‌گرفتند، بلکه به مثابه بافت جامعه در ارتباط با توسعه و به‌عنوان نیروی درونی جامعه توجه می‌کردند (*Pahlavan, 2008, as cited in Sorkhe Dehi & Ashteri-Mehrjardi, 2022: 44*). رابطه فرهنگ و توسعه از دو دیدگاه قابل بررسی و حائز اهمیت است: اول اینکه فرهنگ را مجموعه‌ای بدانیم که در تمام عناصر عموماً مساعد یا مانع حرکت توسعه‌ای هستند، در این جایگاه، فرهنگ به‌عنوان یک مجموعه مؤثر بر فرایند توسعه تلقی می‌شود. دوم اینکه فرهنگ را به‌عنوان مجموعه‌ای که در فرایند توسعه، شکل گرفته و محصول توسعه تلقی می‌شود، بپذیریم. در حالت اول فرهنگ، از عوامل

مؤثر بر توسعه است و در حالت دوم نتیجه توسعه (*Askari Khanqah, 2020: 129*). تحولات فرهنگی که نوعی تحولات کیفی در زندگی فردی و اجتماعی است، همواره به‌عنوان عاملی مؤثر بر تغییرات شاخص‌های توسعه تأثیر داشته است. شناخت عوامل و میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل فرهنگی بر رشد اقتصادی و سیاست‌گذاری مناسب در آن حوزه می‌تواند آهنگ رشد و توسعه را در یک کشور افزایش دهد (*Fadaei Khorasgani & Nayeri, 2010: 135*). تأثیرات فرهنگی می‌تواند سبب تغییر زیادی در زمینه اخلاق کار، رفتار مسئولانه، انگیزه بالا معنوی، مدیریت پویا و نوآوری‌های کارآفرینی تمایل به ریسک‌پذیری، جنبه‌های متفاوت دیگر رفتار انسانی شود که برای موفقیت اقتصادی حیاتی است و نیز عملکرد موفق اقتصادی مبادلاتی به اعتماد متقابل و هنجارهای ضمنی بستگی دارد (*Sen, 2007: 34*). برنامه‌ریزی‌هایی که تا کنون به نام توسعه توسط کارشناسان خارجی یا داخلی یا با مشارکت دو طرف در طی دهه‌های اخیر و در کشورهای توسعه‌نیافته پیاده شده‌اند، عمدتاً کانون توجه خود را رشد اقتصادی و توسعه صنعتی قرار داده و عوامل اجتماعی و فرهنگی رشد را تا حد زیادی مورد بی‌توجهی و غفلت قرار داده‌اند. عواملی که خود می‌تواند بنیان یک توسعه درون‌زا و مولد را موجب شود و در صورت بی‌توجهی، خود جزء عوامل بازدارنده و مانع توسعه مستمر و پویا شود و جلوی هر گونه توسعه مطلوب را سد کند (*Ghovati Sefidsangi, 2017: 152*)؛ همچنین تجربه اقتصادی موفق کشورهایی همچون ژاپن و مالزی در چند دهه اخیر که تحت تأثیر مستقیم عناصر فرهنگی به وقوع پیوسته است، به روشنی نشانگر اهمیت و جایگاه فرهنگ در پیشرفت اقتصادی می‌باشد (*Iravani, 2014: 128*). در ایران با وجود تدوین اسناد بالادستی، حمایت‌های نهادی از توسعه کسب و کارهای نوآورانه اما رشد کمی و کیفی شرکت‌های دانش‌بنیان با چالش‌هایی روبه‌رو است. استان خوزستان به رغم برخورداری از ظرفیت‌های صنعتی، علمی و نیروی انسانی در زمینه توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان به سطح مطلوبی از رشد نرسیده است. به نظر می‌رسد بخشی از این ناکامی، برخاسته از موانع فرهنگی نهادینه شده در ساختار اجتماعی استان خوزستان است. از این‌رو پژوهش حاضر باهدف شناسایی چالش‌های فرهنگی مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان به دنبال پاسخ به این پرسش می‌باشد که فرهنگ چگونه در بازدارندگی یا مشوق بودن در گرایش به فعالیت‌های نوآورانه و دانش‌بنیانی عمل می‌کند؟

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

خراشادی و همکاران (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان «شناسایی موانع ایجاد کسب و کارهای دانش‌بنیان در ایران از دیدگاه خبرگان» نشان دادند: از موانع فرهنگی ایجاد کسب و کار حاکم بودن فرهنگ دلالی و واسطه‌گری و بخل و حسادت و تنگ‌نظری‌های اطرافیان باعث می‌شود که کار گروهی به صورت ضعیف پیش رود و نگرش سلیقه‌ای مسئولان و کارشناسان پررنگ شود. همچنین عدم اعتقاد به مدیریت دانش و عدم اشتراک گذاری دانش و اطلاعات نیز می‌تواند به‌عنوان مانع در نظر گرفته شود (*Kharashadi & et. al, 2024*).

برزگری و آقاجانی (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان «بررسی موانع فرهنگی تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها» نشان دادند مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها را دیدگاه‌ها و باورهای عدم اعتماد، عدم تعهد به تغییر، قبول نداشتن گروه تیمی، عدم تبادل ایده و اطلاعات هستند (*Barzegari & Aghajani, 2024*).

حسنی عبد و همکاران (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان «شناسایی و رتبه‌بندی موانع فرهنگی ـ ارتباطی رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان و فناور در شهرستان زنجان» نشان دادند مهاجرت نخبگان، ضعف در پرورش خلاقیت در آموزش‌وپرورش، تبعیض (نبود شایسته‌سالاری)، عدم ریسک‌پذیری مسئول در حمایت از حوزه‌های جدید دانش‌بنیان، ضعف ارتباط صنعت با دانشگاه، تیمی کار نکردن و کمبود مشاور خوب از موانع فرهنگی ارتباطی کسب و کارهای دانش‌بنیان می‌باشند (*Hassani Abd & et. al, 2024*).

شیری و مرادی‌نژادی (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان «واکاوی موانع و مشکلات شرکت-های دانش‌بنیان در استان ایلام» نشان داد ناهمسویی اهداف و برنامه‌های آموزش عالی با دانش‌بنیانی، نا پویایی زیست‌بوم کارآفرینی، ضعف حمایت‌های نهادی، ضعف نظارت و بازرسی، ناسازگاری قوانین و مقررات با ماهیت شرکت‌های دانش‌بنیان، ضمانت اجرایی ضعیف قوانین و مقررات حمایتی، ضعف برنامه‌های آموزشی و ترویجی، ناهمسویی فرهنگ استان با کارآفرینی، حاکمیت دیدگاه خیر محدود در نهادهای دولتی مهم‌ترین موانع و مشکلات زمینه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان است (*Shiri & Moradnejadi, 2023*).

رضایی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «شناسایی کیفی موانع فرهنگی کارآفرینی، ارزیابی ابعاد فرهنگی و شکست کارآفرینان» نشان دادند کارآفرینان با موانع فرهنگی از جمله نبود فرهنگ خلاقیت، نپذیرفتن شکست، نگرش منفی به ریسک، روبه‌رو هستند (*Rezaei & et. al, 2021*).

ب) تحقیقات خارجی

Zahra & et. al (2021) در پژوهشی نشان دادند که نبود اعتماد نهادی، وجود تصور خیر محدود و نگرش‌های منفی به ثروت و نوآوری، از موانع کلیدی فرهنگی توسعه شرکت‌های فناورانه در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود.

Stephan & Pathak (2016) نشان دادند که نگرش‌های اجتماعی نسبت به موفقیت کارآفرینان، ترس از شکست، و ارزش‌گذاری بر نوآوری، عوامل مؤثر فرهنگی کلیدی بر فعالیت‌های دانش‌بنیان هستند. آنان تأکید دارند که سیاست‌گذاران برای توسعه اکوسیستم‌های نوآور باید مداخلاتی در سطح تغییر نگرش فرهنگی، آموزش مهارت‌های نرم و ترویج ارزش‌های کارآفرینانه انجام دهند.

Linan & et. al (2013) در پژوهشی با عنوان«کارآفرینی از روی ضرورت و بر پایه فرصت: نقش میانجیگر فرهنگ» نشان داد در کشورهای با درآمد بالا ارزش‌های مرتبط با خود مختاری (مستقل بودن فرد) موجب تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند.

Portez & Yin (2013) با بهره‌گیری از نظریه حک‌شدگی اجتماعی *Polanyi*، به تحلیل ساختارهای فرهنگی پیرامون کارآفرینی در جوامع مهاجر پرداختند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که ارزش‌های فرهنگی همچون وفاداری، اعتماد، و حمایت درون‌گروهی می‌تواند به‌صورت دوگانه عمل کند: از یک‌سو بستری برای مشارکت و موفقیت اقتصادی فراهم می‌سازد، و از سوی دیگر ممکن است در قالب «تصور خیر محدود» به مانع در توسعه فرصت‌های جدید تبدیل شود.

Thornton & et. al (2011) در مطالعه‌ای جامع، نشان داد اکوسیستم‌های کارآفرینی محصول تعامل بین نهادهای رسمی (قوانین، سیاست‌ها) و نهادهای غیر رسمی (ارزش‌ها، هنجارها و باورها) است. آنان به این نتیجه رسیدند که حتی در حضور سیاست‌های حمایتی و ساختارهای نهادی مطلوب، بدون وجود سرمایه فرهنگی و اجتماعی مناسب، شرکت‌های دانش‌بنیان قادر به رشد پایدار نیستند.

حساسیت نظری

رویکردی نظریه زمینه‌ای هنگامی که در ابتدا از سوی *Glaser & Strauss* درک و پرورانده شد، در واقع واکنشی در مقابل انواع نظریه‌های کلان بود که از طریق قیاسی ـ منطقی علم تولید شده بودند (*Denscombe, 2019: 165*). در تحقیق کیفی شما از اطلاعات و بصیرت‌های مأخوذ از ادبیات موجود به منزله دانش زمینه‌ای استفاده می‌کنید تا در

بستر این ادبیات به مشاهدات و گزاره‌های تحقیقتان نظر کنید (*Flick, 2012: 65*). در واقع دانش انباشته در زمینه موضوع مورد بررسی می‌تواند به‌عنوان ابزار تحلیلی به کار رود و منابع غنی برای تحریک تفکر پیرامون خصیصه‌ها و طرح سؤالات مفهومی باشد (*Afrasiabi & Maddahi, 2016: 186*).

Weber معتقد است صنعتی‌شدن از تجلیات عقلانیتی است که به زندگی روزمره و تجربه زیستن کنشگران اجتماعی وارد شده و تجربه و دانش بشری را به بعد ریاضی و کمی مجهز کرده است. این عقلانیت، شکل سازمانی و اداری تازه‌ای را نیز به همراه آورده است که ویژگی کلیدی آن، بهره‌مندی از توانایی‌های علمی و فنی کارمندان ادارات است (*Marcuse, 1996, as cited in Sedigh Sarvastani & Gheysari, 2012: 112*). به رغم وبر توانمندی بی‌همتای بنگاه تولیدی غربی، در تداوم فعالیت‌های سودآور، نتیجه استقرار سازمان عقلانی کار و تولید است. این سازمان عقلانی متکی بر انظباطی عقلانی است، و همین ویژگی است که آن را از سایر نمونه‌های تاریخی پول‌پرستی متمایز می‌کند. محاسباتی که سرمایه‌دار غربی صورت می‌دهد تا بتواند با بهینه‌سازی سازمان تولید به بیشترین سود دست یابد، مودی از تفاوت‌های کلیدی میان دوران معاصر با دوره‌های پیشین است (*Sedigh Sarvastani & Gheysari, 2012: 112*).

وبر در کتاب اخلاق پروتستان می‌گوید تا زمانی بعد از اصلاحات پول درآوردن، تجارت و کارآفرینی همیشه توسط ایدئولوژی (مذهب) حاکم بی‌ارزش شمرده می‌شد. با وجود این، شکل خاصی از کالونیسم و برخی فرقه‌های زاهدانه مسیحیت در قرن شانزدهم و هفدهم موجب واکنشی در مسیحیت شد که نگرش نسبت به تجارت و صنعت را نخست در میان گرویدگان و سپس در جامعه تغییر داد. زمانی که نگرش جامعه نسبت به کارآفرینی به نگرشی مثبت تغییر یافت، تسلط مذهب رو به کاهش گذاشت و تفکر و نظرگاه مذهبی با شتاب زیاد قدرت خود را برای تنظیم اقتصاد از دست داد. کارآفرینی یا کار برای به دست آوردن پول آزاد شد (*Swedberg, 2014: 18*).

وبر معتقد است که کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار نقش اصلی را در توسعه اقتصادی و صنعتی نظام سرمایه‌داری بازی می‌کند و بین اخلاق پروتستانی و طرز زندگی آنها با پیشرفت اقتصادی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. او همچنین تأکید می‌کند که تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری، اخلاق پروتستانی و طرز تفکر پروتستان‌ها بوده است. در اخلاق پروتستانی برای هر فرد یک صفت کاری یا اخلاق کاری وجود دارد که بر اساس آن، فرد وجدان کاری خود را در تمام مراحل کاری به ثبوت می‌رساند. این خصیصه

اخلاقی موجب می‌شود که فرد با احساس مسئولیت و در نهایت، دقت و کارایی وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این همه، وی اولین محققی بود که به تبیین ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد بر رفتار کارآفرینانه پرداخت (*Weber, 1992: 140*).

Mc Clelland مسئله انگیزش را در نظریه نوسازی در قالب ویروس ذهنی تحت عنوان «میل و نیاز به پیشرفت» مورد توجه قرار داده و معتقد است که این از کشفیات روان‌شناسی در خصوص توسعه و رشد اقتصادی است. وی این ویروس ذهنی را روش خاصی از فکر کردن می‌داند که نسبتاً کمیاب است، ولی هنگامی که در شخصی این ویروس حادث می‌شود وی را وادار می‌کند که به شیوه ویژه‌ای پشتکار داشته باشد. در ذهن شخص این ویروس نمودار اندیشه‌هایی است که سر و کار آنها با «خوب انجام‌دادن کاری» و یا «انجام دادن کاری به نحوی بهتر از پیش است» یعنی کاراتر، سریع‌تر، با زحمت کمتر و نتیجه بهتر (*Weiner, 1975, as cited in Azkia & Ghafari, 2007: 217*).

Mc Clelland یافته‌های خود را نزدیک به اندیشه وبر در خصوص اخلاق پروتستان و روحیه سرمایه‌داری می‌داند. به نظر *Mc Clelland* درونی کردن میل به پیشرفت از طریق فرایند جامعه‌پذیری از همان اوایل زندگی افراد باید صورت گیرد و سپس از طریق آموزش‌های لازم و مطبوعات و سایر نوشته‌ها این میل باید تقویت گردد (*Azkia & Ghaffari, 2007: 218*). رابطه بین انگیزه پیشرفت با توسعه اقتصادی را می‌توان در مدل زیر نشان داد:

انگیزه به اکتساب ⟵ رفتار خاص ⟵ کارفرمایی ⟵ توسعه اقتصادی

Mc Clelland معتقد است، در جوامع کم‌تر موفق، میزان سرمایه‌گذاری و خطرپذیری پایین و در نتیجه توسعه‌نیافته هستند و در جوامع موفق میزان سیاست‌گذاری و خطرپذیری بالاست. در این جوامع افرادی پیدا می‌شوند که کسب‌وکار جدیدی راه می‌اندازند؛ شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کنند و ظرفیت تولیدی را و بهره‌وری آن را افزایش و بهبود می‌بخشند. *Mc Clelland* چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه‌پذیری، شیوه تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر در توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌داند. توجه خاص به فرهنگ در امر کارآفرینی است و مناسب‌ترین نوع جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود (*Gholamian & Nazaktabar, 2007, as cited in Bagheri & et. al, 2020: 89*).

به نظر *Bourdieu* عادت‌واره نوعی آمادگی عملی، آموختگی ضمنی و تربیت‌یافتگی اجتماعی است که به عامل اجتماعی این امکان را می‌دهد که قواعد، آداب، جهات، روندها، ارزش‌ها و دیگر امور حوزه خاص فعالیت خود (علمی، اقتصادی، ورزشی، هنری، سیاسی) را بشناسد و بر اساس آنها عمل کند و در صورت امکان اثرگذار شود (*Bourdieu, 2011: 15, as cited in Anvari & et. al, 2018: 155–156*).

عادت‌واره مجموعه منسجمی از تمایلات است که شخصیت کنشگر را شکل داده است و به او در مواجهه با موقعیت‌های مختلف جهت می‌دهد و می‌توان آن را قاعده الزامی برای هر انتخاب، ناخودآگاه فرهنگی، اصل هماهنگ‌کننده اعمال و الگوی ذهنی و جسمی ادراک و ارزیابی و کنش نام‌گذاری نمود. به همین دلیل عادت‌واره نظامی است از تمایلات گذرا که به تدریج ماندگار شده و پایه‌ای برای تولید اعمال ساختمند می‌باشد. یعنی شبکه منسجمی است از مجموعه ادراکات، ارزیابی و اعمال که خصلت و رفتاری را که در فضای اجتماعی معنی پیدا می‌کند را تبیین می‌کند (*Jamshidiha & Parastesh, 2006: 11*). عادت‌واره محصول تجربیات دوران زندگی و جامعه‌پذیری فرد در محیط‌های مختلف اجتماعی است که به‌طور دائم در مواجهه به جهان اجتماعی اصلاح و تغییر می‌یابد (*Reay & et. al, 2009: 1105*). میدان فضای ساخت‌مندی از جایگاه‌هاست، میدان قدرتی است که تصمیمات مشخص خود را بر کسانی که وارد آن می‌شوند، تحمیل می‌کند. از این‌رو کسی که می‌خواهد فردی موفق در زمینه علمی باشد چاره‌ای ندارد جز آنکه حداقلی از «سرمایه علمی» مورد نیاز را کسب کرده و به آداب و مقررات که به‌وسیله محیط علمی آن زمان و مکان اعمال می‌شود تن دردهد. در واقع میدان یک فضای اجتماعی است که از افرادی با عادت‌واره‌های مختلف تشکیل شده که دارای منابع (انواع سرمایه) هستند و برای کسب اعتبار، ثروت و قدرت تلاش می‌کنند (*Sidman, 2007: 198, as cited in Anvari & et. al, 2018: 156*).

بوردیو جامعه را مجموعه‌ای از میدان‌های اجتماعی می‌داند. میدان[1]، فضا یا پهنه اجتماعی محدودی است که قوانین و منطق خاص خود را دارد و عاملان اجتماعی که در این میدان‌ها جایگاه‌های خاصی را تصرف کرده‌اند بایستی این قوانین را فرا گرفته و پذیرفته باشند، زیرا هر میدان در صورتی می‌تواند کار کند که عاملان اجتماعی حاضر باشند از لحاظ اجتماعی به‌عنوان کنشگران مسئول در آن میدان فعالیت کنند (*Bourdieu, 2009: 44*). از نظر او میدان عرصه‌ای است اجتماعی برای نزاع بر سر منابع، منافع و دسترسی به آنها. می‌توان میدان را جنبه ساختاری کار بوردیو دانست. میدان‌ها ارائه‌کننده منابع گوناگون

[1] field

سرمایه هستند و در جامعه میدان‌های متعددی مثل میدان قدرت، اقتصاد، آموزشی، هنر و ... وجود دارد (*Bourdieu & Wacquant, 1992: 16*). از نظر بوردیو سرمایه یک منبع عام است که می‌تواند شکل پولی و غیر پولی و همچنین ملموس و غیر ملموس به خود گیرد. او معتقد است که هر فرد میزانی از سرمایه را در اختیار دارد، به‌طوری‌که تمامی افراد دارای حجم و ترکیب خاصی از سرمایه‌ها هستند و این سرمایه کلی افراد است که جایگاه آنها را در میدان مشخص می‌کند و بدین ترتیب آن‌ها در میدان به رقابت و مبارزه می‌پردازند. بوردیو چهار نوع سرمایه را مشخص می‌کند که عبارت است از: سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی و سرمایه نمادین (*Grenfell, 2010:153*). از نظر بوردیو سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین به مثابه بخشی پویا از جهان اجتماعی به طرق مختلف قابل‌تبدیل به هم دیگر هستند. سرمایه نقش روان‌سازی حرکت مکانیسم‌های اجتماعی را دارد (*Grenfell, 2010: 311*). با توجه به نظریه بوردیو می‌توان عنوان کرد که هر فردی که در شرکت‌های دانش‌بنیان فعالیت می‌کند باید دارای یک عادت‌واره مربوط به توانایی کسب و کار باشد و در میدانی مرتبط با این فضا فعالیت می‌کند. ابعاد این عادت‌واره را بر اساس مفهوم سرمایه بوردیو و رابطه آن با عادت‌واره در حوزه کسب و کار دانش‌بنیان می‌توان در چهار بعد در نظر گرفت: توانایی بازارگرایی متناسب با سرمایه اقتصادی، توانایی تعاملات اجتماعی متناسب با سرمایه اجتماعی، توانایی نوآوری متناسب با سرمایه فرهنگی (فرهنگ دانش‌بنیان) و توانایی ارائه مدل‌های کسب و کار متناسب با سرمایه نمادین که در ادامه هر کدام از ابعاد بررسی می‌گردد. توانایی نوآوری: در جامعه‌شناسی به تئوری نوآوری اشاره شده است این تئوری به نقش توانایی نوآوری در رشد کسب و کارهای نوآورانه اشاره می‌کند و عنوان می‌کند که نوآوران افرادی هستند که نیاز به متفاوت بودن و نوظهوری جزو ویژگی‌های اصلی آنها است (*Steven, 2004: 393*). *Rogers (1995)* عنوان می‌کند که رفتار نوآورانه مخاطب با سبک زندگی، فرهنگ، نژاد، باورها و تصور فرد از خود متناسب است و می‌تواند بر توسعه کسب و کار وی تأثیرگذار باشد. در سال‌های اخیر با ظهور اقتصاد دانش محور، نوآوری نقش حیاتی‌تری در تحول ساختارهای اقتصادی و اجتماعی پیدا کرده است، به‌طوری‌که از اقتصادهای پیشرفته امروزی به‌عنوان اقتصادهای مبتنی بر نوآوری یاد می‌شود (*Nasrollahi & et. al, 2009:141*).

توانایی بازارگرایی: Naror & Slaughter از دیدگاه فرهنگی بازارگرایی را به‌عنوان فرهنگ سازمانی که شامل ارزش‌ها و هنجارها بوده تعریف می‌کنند و سه مؤلفه اساسی مشتری‌محوری، رقیب محوری و هماهنگی بین‌بخشی را برای آن معرفی می‌کنند

(*Dornberger & Nabi, 2011: 43*). مشتری‌گرایی درک صحیح مشتریان هدف برای ایجاد ارزش برتر مداوم برای اوست. رقیب‌گرایی یعنی توانایی شناسایی نقاط قوت و ضعف رقبای کلیدی و رقبای بالقوه و آگاهی از ظرفیت‌ها و استراتژی‌های بلندمدت آنها (*Day & Wensley, 1998: 16*). هماهنگی بین وظیفه‌ای نیز شامل به‌کارگیری هماهنگ منابع سازمان (منابع انسانی و یا منابع سرمایه‌ای) در ایجاد ارزش برتر برای مشتریان هدف است (*Kohli & Jasorks, 1990: 17*).

تعاملات اجتماعی: تعامل اجتماعی در این تحقیق به حوزه‌ای اشاره دارد که اعضای سازمان بر اساس اعتماد، ارتباط و تشریک‌مساعی با یکدیگر و سایر گروه‌های مرتبط با کسب و کار خود تعامل دارند (*Haung & Yong, 2009: 280*). به همین دلیل در کسب و کار تعامل اجتماعی بیشتر در ارتباط با شاخص‌هایی مثل اعتماد، ارتباطات و تشریک مساعی سنجیده می‌شود (*Nahapiet & Ghoshal, 1998: 128*).

توانایی ارائه طرح‌های کسب و کار: با تأسیس هر بنگاه تجاری، یک مدل یا استراتژی کسب و کار خواه به‌صورت آشکارا و عینی و یا خواه به‌صورت نهانی یا ذهنی جهت طراحی ساختار تعاملات آن به کار گرفته می‌شود (*Teece, 2010: 19*). اگر مدل کسب و کار منطق اصلی شرکت و انتخاب‌های راهبردی آن برای ایجاد و جذب ارزش درون یک شبکه ارزش در نظر گرفته شود عدم تشخیص یک مدل کسب‌وکار مناسب، منجر به ناکامی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف آن می‌شود (*Lambert, 2008: 248*). یعنی شرکت و اعضای آن باید توانایی پیگیری ایده اولیه خود را برای تبدیل آن به یک محصول یا خدمت تجاری داشته باشند.

Polanyi در مشهورترین نظریه خود که حک‌شدگی نام دارد معتقد است کنش اقتصادی همواره به شکل‌هایی در ساخت اجتماعی حک شده است. از طرف دیگر طبق نظریه *Polanyi* کنش اقتصادی وقتی «فک شوند» یا اینکه کنش‌های اقتصادی تحت تسلط اقتدار غیر اقتصادی یا اجتماعی نباشند، کنش‌های تخریبی می‌شوند. مشکل واقعی با سرمایه‌داری این است که به جای اینکه جامعه بر اقتصاد حاکم باشد، اقتصاد بر جامعه حاکم است؛ به‌جای اینکه نظام اقتصادی در روابط اجتماعی حک شود، این روابط هستند که در نظام اقتصادی حک شده‌اند (*Polanyi, 1971, as cited in Swedberg & Granovetter, 2021: 118*).

روش‌شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر، بر اساس موضوع، ایده و مسئله، اهداف و سؤالات تحقیق روش تحقیق داده‌بنیاد انتخاب شد. بستر پژوهش در استان خوزستان بود مشارکت‌کنندگان تحقیق ۴۴ نفر نخبگان استان که متشکل از استادان دانشگاه شهید چمران اهواز، علوم پزشکی جندی شاپور اهواز و دانشگاه آزاد گروه‌های علمی مرتبط با (صنعت، اقتصاد و فرهنگ) و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور انتخاب شدند. در ابتدا به سراغ مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان رفتیم و با استخراج کدها متوجه شدیم که برخی از چالش‌های توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان به مرحله ماقبل دانش‌بنیانی مربوط می‌شود از این رو به سراغ مدیران واحدهای فناور رجوع کردیم. سپس برای اینکه بتوانیم برای چالش‌های شناسایی شده راه حلی پیدا کنیم از نخبگان استانی که مرتبط با شرکت‌های دانش بنیان بودند مصاحبه گرفته شد. در طی این مسیر نمونه‌گیری تحقیق بر اساس نمونه‌گیری نظری و هدفمند است. منطق نمونه‌گیری هدفمند عبارت است از انتخاب موارد غنی از اطلاعات، یعنی انتخاب مواردی است که امکان مطالعه عمیق را فراهم می‌سازند (*Hariri, 2006: 133*). فرایند نمونه‌گیری نظری تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که هیچ ویژگی جدیدی ظهور نکند یا به‌عبارت دیگر، مفهوم جدیدی در خلال گردآوری داده‌ها خلق نشود این سطح را اشباع نظری می‌خوانند (*Mohammadpour, 2010: 326*). روش جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه عمیق می‌باشد. تحلیل داده‌ها با استفاده از کدگذاری نظری صورت گرفت. کدگذاری نظری روشی است برای تحلیل داده‌هایی که به منظور تدوین یک نظریه به روش نظریه‌پردازی داده‌محور گردآوری شده‌اند. این روش را *Glaser & Strauss (1967)* مطرح کردند و بعدها توسط *Glaser (1978), Strauss (1987) & Strauss & Corbin (1990/1998)* بسط پیدا کرد و منظور از کدگذاری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی، و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شود. این همان فرایند اصلی‌ای است که طی آن نظریه بر اساس داده‌ها تدوین می‌شود (*Flick, 2012: 329*). رویکرد نظریه زمینه‌ای در درجه اول با تحلیل متن‌های پیاده‌سازی شده مصاحبه ارتباط دارد. این نوع تحلیل مستلزم بررسی مفصل متن است و شامل فرایند تدریجی کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌هاست. هدف نهایی این نوع تحلیل بیرون کشیدن مفاهیم و نظریه‌هایی است که معنای مندرج در داده‌ها را در بر می‌گیرد (*Denscombe, 2019: 395*). در تحلیل نظریه زمینه‌ای کدها به سه دسته کدگذاری باز، محوری و گزینشی دسته‌بندی می‌شود. کدگذاری باز قصد دارد تا داده‌ها و پدیده‌ها را در قالب مفاهیم درآورد به این منظور ابتدا داده‌ها از هم مجزا (تقطیع) می‌شوند. عبارت‌ها (کلمات

منفرد یا مجموعه‌ای کوچک از چند کلمه) بر اساس واحدهای معنایی دسته‌بندی می‌شوند تا تعلیقات و مفاهیم (کدها) به آنها ضمیمه شوند (*Flick, 2012, 330*).

کدگذاری محوری: عبارت است از پالایش و تفکیک مقوله‌های به‌دست‌آمده از کدگذاری باز. از میان انبوه مقوله‌های به وجود آمده در مرحله کدگذاری باز آنهایی به نظر می‌آید بیش از سایر مقولات در مراحل بعدی به کار می‌آیند انتخاب می‌شوند (*Ibid:335*).

کدگذاری گزینشی: کدگذاری محوری را در سطحی انتزاعی‌تر ادامه می‌دهد. در این مرحله شکل‌گیری و پیوند هر دسته با سایر گروه‌ها تشریح می‌شود (*Ibid:337*). همانطور که *Kersul (2003)* تأکید می‌کند در پژوهش به روش نظریه داده بنیاد، اثبات اعتبار پژوهش، یک بخش حیاتی فرآیند تحقیق محسوب می‌شود و معیار داوری برای کیفیت مطالعه به شمار می‌آید. در این پژوهش بر اساس الگوی پیشنهادی (*Bahmani & et. al, 2019*). جهت دست‌یابی به اعتماد مورد نیاز برای تأیید علمی آن از تکنیک‌های رایج اعتباریابی استفاده گردید. به‌عبارت دیگر صحت یافته‌های پژوهش در این مطالعه از پنج استراتژی بررسی همکاران، چک‌کردن توسط مشارکت‌کنندگان، ممیزی خارجی، مشارکت طولانی و مشاهده مداوم در میدان تحقیق و توصیفات عمیق و غنی استفاده گردید. در استراتژی بررسی همکاران، استاد راهنما و اساتید مشاور به دفعات و در مراحل مختلف تحقیق (جمع‌آوری داده، روش تحلیل، کدگذاری و استخراج مقولات) پیشرفت کار را زیر نظارت داشتند. همچنین در این پژوهش بر اساس الگوی پیشنهادی (*Bahmani & et. al, 2019*). تحلیل داده‌ها با مدنظر قرار دادن ساختار اصلی تحلیل داده‌ها در رویکرد سیستماتیک نظریه زمینه‌ای بر مبنای سه شیوه کدگذاری باز، محوری و گزینشی[۱] (*Strauss & Corbin, 1998; Corbin & Strauss, 2008, 2015*) به انجام رسید. در توضیح این سه شیوه کدگذاری می‌توان گفت در مرحله کدگذاری باز پژوهش‌گر بیشتر با مفاهیم سر و کار دارد، کانون اصلی کدگذاری محوری مقولات هستند و در مرحله کدگذای گزینشی ارتباط بین مقوله‌ها و به‌عبارت دیگر قضایا هستند که بروز و ظهور پیدا می‌کنند. در این پژوهش نیز مصاحبه‌ها به صورت سطر به سطر تحلیل و در مرحله کدگذاری باز، کدها و مقاهیم اولیه استخراج و در مرحله کدگذاری محوری، کدهایی که به لحاظ مفهوم و ویژگی‌ها مرتبط بودند به محوریت یک مقوله اصلی سازماندهی گردیدند. به‌عبارت دیگر پس از فرایند خرد کردن مصاحبه‌ها به مفاهیم و

---

[۱] اگر چه در نسخه ۲۰۱۵ مبانی پژوهش کیفی *Corbin & Strauss (2015)* مراحل بسط داده شده و به پنج مرحله رسیدند اما *Corbin* تأکید می‌کند که این پنج مرحله می‌بایست در بستر سه مرحله کدگذاری پیشین درک شوند.

مقوله‌های فرعی در کدگذاری باز، در مرحله کدگذاری محوری به مرتبط کردن و دسته‌بندی آنها حول محور مقوله‌های اصلی پرداخته شد. کدگذاری گزینشی نیز با استفاده از گزینش مفاهیم و موضوعاتی که در استخراج مقوله اصلی پژوهش مؤثر به نظر می‌رسیدند، دنبال شد. این مرحله از کدگذاری با هدف یکپارچه‌سازی و پالایش داده‌ها به منظور پدیداری مقوله اصلی، ارائه پارادایم و نظریه به انجام می‌رسد (*Bahmani & et. al, 2019*). در نتیجه شیوه مرسوم کدگذاری مورد نظر اشتراوس، در اینجا با استناد به دیدگاه *Corbin (2015)* تعدیل شده است.

جدول ۱: فهرست مشارکت‌کنندگان در پژوهش

Table 1: *List of Research Participants*

شغل	تحصیلات	سن	جنسیت	ردیف	شغل	تحصیلات	سن	جنسیت	ردیف
Occupation	*Education*	*Age*	*Gender*	*Row*	*Occupation*	*Education*	*Age*	*Gender*	*Row*
عضو هیئت علمی	دکتری	۴۰	مرد	۲۳	عضو هیئت علمی، مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	دکتری	۵۱	مرد	۱
مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	کارشناسی ارشد	۳۸	مرد	۲۴	عضو هیئت علمی	دکتری	۶۳	مرد	۲
مدیر عامل شرکت دانش بنیان	دانشجو دکتری	۳۰	مرد	۲۵	عضو هیئت علمی	دکتری	۴۱	مرد	۳
مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	کارشناسی	۲۳	مرد	۲۶	عضو هیئت علمی	دکتری	۴۰	زن	۴
مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	کارشناسی ارشد	۳۶	مرد	۲۷	عضو هیئت علمی	دکتری	۶۶	مرد	۵
مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	کارشناسی ارشد	۳۰	مرد	۲۸	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	دکتری	۳۳	زن	۶
مدیر عامل	کارشناسی	۳۱	مرد	۲۹	عضو	دکتری	۵۴	مرد	۷

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل	ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل
Row	*Gender*	*Age*	*Education*	*Occupation*	*Row*	*Gender*	*Age*	*Education*	*Occupation*
				هیئت‌علمی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان				ارشد	شرکت دانش‌بنیان
۸	مرد	۶۲	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۰	مرد	۴۴	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۹	مرد	۶۰	دکتری	عضو هیئت علمی، مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	۳۱	مرد	۲۴	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۰	مرد	۵۸	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۲	مرد	۴۳	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۱	زن	۵۳	دکتری	عضو هیئت علمی، مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	۳۳	مرد	۴۸	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۲	مرد	۳۵	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۴	مرد	۴۳	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۳	مرد	۴۴	دکتری	عضو هیئت علمی، مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	۳۵	مرد	۳۴	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۴	مرد	۴۰	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۶	مرد	۲۸	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۵	مرد	۴۹	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۷	مرد	۳۳	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل	ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل
Row	*Gender*	*Age*	*Education*	*Occupation*	*Row*	*Gender*	*Age*	*Education*	*Occupation*
									دانش‌بنیان
۱۶	مرد	۳۸	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۸	مرد	۴۰	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۷	مرد	۴۰	دکتری	عضو هیئت علمی	۳۹	مرد	۲۷	لیسانس	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۸	مرد	۳۸	دکتری	عضو هیئت علمی	۴۰	زن	۴۵	دکتری	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۱۹	مرد	۷۰	دکتری	عضو هیئت علمی، مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان	۴۱	زن	۳۶	کارشناسی ارشد	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان
۲۰	مرد	۳۸	دکتری	عضو هیئت علمی	۴۲	زن	۳۶	کارشناسی ارشد	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان
۲۱	مرد	۵۴	دکتری	عضو هیئت علمی	۴۳	زن	۳۲	کارشناسی ارشد	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان
۲۲	مرد	۳۵	دکتری	مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان عضو هیئت علمی	۴۴	زن	۲۹	کارشناسی ارشد	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان

یافته‌های پژوهش

با تحلیل و بررسی دقیق و خط به خط متن مصاحبه‌های تحقیق، مفاهیم و مضامین محوری در طی فرایندی جزئی و دقیق و طولانی مفهوم‌پردازی و ارائه شدند.

جدول ۲: شرایط بازدارندگی فرهنگی در مسیر کارآفرینی و توسعه محوری

Table 2: *Cultural Inhibition Conditions on the Path of Entrepreneurship and Development-Oriented*

مفاهیم	مضمون محوری
Concepts	*Theme Center*
مشکلات فرهنگی در برخورد با جوانان، عدم باور به نخبه‌گرایی در سیستم اداری، تنگ‌نظری‌ها و ذهنیت‌های واپس‌گرا، کوته‌نظری در ادارات، کوته‌نظری و تنگ‌چشمی‌ها	تصور خیر محدود در ساختارهای اجتماعی ـ فرهنگی
نگرش اجتماعی مثبت به شغل دولتی، برداشت منفی از شغل غیر رسمی، فشار خانوادگی برای داشتن شغل دولتی، نگرش کارمندگرایانه خانواده‌ها، امنیت مالی کارمندان در گذشته، وابستگی شغلی و درآمدی به منابع طبیعی در گذشته، ترجیح شغل‌های اداری، بی‌تمایلی به ریسک و نوآوری در شغل، علاقه به استخدام در پروژه‌های صنعتی خوزستان، مزایای اشتغال پروژه‌ای، جا افتادن استخدام در شرکت‌های دولتی	ترجیح شغل دولتی بر حرفه کارآفرینانه و سنت‌گرایی شغلی
عدم سرمایه‌گذاری به دلیل تقدیرگرایی، بی‌توجهی به عقلانیت و برنامه‌ریزی، نگاه تقدیری در جامعه کاهش اهمیت تلاش و کوشش	فرهنگ تقدیرگرایی و چرخه رکود اقتصادی
وجود محافظه‌کاری و عدم ریسک در جامعه، همخوانی نداشتن فعالیت‌های دانش‌بنیان در جامعه محافظه‌کار، کمبود کارآفرین در جامعه محافظه‌کار، پرهیز از ورود به حوزه‌های ریسک‌پذیر، ترس از نوآوری در جامعه، عدم تمایل به ریسک و سرمایه‌گذاری	محافظه‌کاری فرهنگی و رکود نوآوری
نیاز به شکیبایی در کارآفرینی، پایین بودن بردباری در جامعه	جامعه کم بردبار و تضعیف کارآفرینی
ترجیح زمان حال به آینده، تمایل به منافع فوری، عدم آمادگی برای سرمایه‌گذاری بلندمدت	نرخ ترجیح زمانی بالای جامعه
اهمیت مهارت همکاری و مشارکت از کودکی، کمبود مهارت‌های اجتماعی در جامعه، عدم توانایی در مشارکت و همکاری در کارگروهی، ضعف کارگروهی در میان شرکت‌ها، نیاز به کارگروهی در نوآوری، نیاز به تنوع مهارتی در تیم‌ها	ضعف در مهارت‌های ارتباطی و همکاری
نبود فرهنگ نوآوری در استان، پشتیبانی نکردن خانواده‌ها از کسب و کار فناورانه، انتظارات سنتی خانواده‌ها برای اشتغال، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی در انتخاب شغل، نبود فرهنگ کسب‌وکار استارت‌آپی در خوزستان، نبود زمینه‌های کسب و کار دانش‌بنیان، عدم درک تخصص و ایده، ارزش‌گذاری بیشتر پول نسبت به تخصص، نادیده‌گرفتن تخصص	ضعف فرهنگ کارآفرینی

مضمون محوری	مفاهیم
Theme Center	*Concepts*
پرورش نیافتن کنشگران توسعه در نظام آموزش و پرورش	دور ماندن آموزش و پرورش از تربیت دانش‌آموز دغدغه‌مند توسعه، نقش آموزش و پرورش در توسعه، سیاه‌چاله آموزش و پرورش در توسعه کشور، ضعف آموزش و پرورش و عدم توسعه کارآفرینی، فضای خانوادگی توتالیتر، اجازه ندادن به طرح خلاقیت فرزندان، آموزش پرورش معلم‌محور
کم‌رویی نهادینه شده در فرهنگ	خجالتی بودن مردم خوزستان، کم‌رویی مردم خوزستان، ویژگی فرهنگی کم‌رویی، پیگیری مداوم از سوی شرکت‌های دیگر
فقدان منش سرمایه‌دارانه در خوزستان	نبود روحیه سرمایه‌داری در بین بازاریان خوزستان، نقش فرهنگ در رفتار اقتصادی
صنعتی‌شدن بر مبنای نفت و تحول تدریجی فرهنگ کار	ترغیب به فضای کارمندی پس از اکتشاف نفت، ظهور صنعتی‌شدن و شهرنشینی، مهاجرت از روستا به شهر، فرصت‌های شغلی دولتی و صنعتی، تفکر کارمندی ریشه در پدیده صنعتی‌شدن و شهرنشینی، فرایند تدریجی تغییرات فرهنگ کار

تصور خیر محدود در ساختارهای اجتماعی فرهنگی: چند دهه پیش، انسان‌شناسان با باوری آشنا شدند که ظاهراً در میان جوامع توسعه‌نیافته سراسر جهان وجود داشت: این اعتقاد که رفاه و دارایی که یک فرد از آن بهره‌مند می‌شود، لزوماً به بهای محرومیت فرد دیگری تمام می‌شود. در اوج نظریه نوسازی، این نگرش به جهان، «تصویر خیر محدود» نام گرفت (*Foster, 1965; cited by Trawick & Hornborg, 2015:1*).

مشارکت‌کننده شماره ۲۷، ۳۶ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«سال گذشته بودجه‌ای از صندوق پژوهش‌های نفت برای شرکت‌های دانش‌بنیان تصویب شد و شرکت گاز را عامل کردند که شرکت‌های دانش‌بنیان را ارزیابی کنه، شرکت گاز بودجه را پس فرستاد نامه نوشت که این شرکت‌ها نیاز به تسهیلات ندارند. بعدش از بازرسی شکایت کردیم چطور اینها تشخیص دادن که ما به این بودجه نیاز نداریم کارمندی با اندکی فاصله از ما می‌گفت دو تا جوون با این سن و سال سه میلیارد وام بگیرن بعد من ماهی ۱۵-۱۰ میلیون حقوق بگیرم ... تا کِی همچنین ذهنیتی برای آینده ما تصمیم بگیره».

مشارکت‌کننده شماره ۳۰، ۴۴ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«کوته‌نظری‌ها و مسائلی که توی ادارات هست مثلاً میری تو اداره‌ای کارمندش حسودیش میشه مثلاً خودش داره ۱۵ میلیون حقوق می‌گیره اما شما داری یه قرارداد ۵۰۰ میلیونی می‌بندی بعد فکر میکنه این ۵۰۰ میلیون مال خودته در صورتی که این ۵۰۰ میلیون

مال شرکته که باید اجاره بدی هزینه نیروی انسانی و تجهیزات و ... رو بپردازی به‌خاطر همین تنگ‌نظری‌ها هست که یه کارمندی تو یه اداره به راحتی امضا نمیکنه».

ترجیح شغل دولتی بر حرفه کارآفرینانه و سنت‌گرایی شغلی: در جامعه ما به دلیل ناپایداری‌های اقتصادی و محیطی شغل دولتی به واسطه داشتن امنیت شغلی، اعتبار در جامعه و مزایای ثابت بر شغل نوآورانه که احتمال کمتری دارد به موفقیت برسد ترجیح داده می‌شود و دست بالا را در انتخاب شغل دارد.

مشارکت‌کننده شماره ۴۴، ۳۶ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«با این شرایط اقتصادی خانواده‌ها خیلی رغبتی به انجام این کار ندارند و ترجیح میدن فرزندشون در یک اداره‌ای یک شغل معمولی و بی‌حاشیه‌ای داشته باشه و ماه به ماه هم حقوقی رو دریافت کند به همین خاطر معمولاً تمایلی و تشویقی از طرف آشنایان و خانواده‌ها صورت نمیگیره».

مشارکت‌کننده شماره ۴۳، ۳۲ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«یکی از همکلاسیامون مغز گروه محسوب میشه کلاً مدیریت همه چیز رو میتونه خیلی خوب هندل کنه بعد میگه خانوادم بهم میگن که تو آخرش هیچی نشدی؛ چون کارمند نیست بهش میگن همش تو خونه پای لبتاب نشستی فکر میکنن مرتضی یه آدمیه که کاری نداره دیدگاه مردم اینه که باید کارمند دولت باشی و این فرهنگ توی خوزستان خیلی بیشتره».

مشارکت‌کننده شماره ۴۰،۴۵ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«زمان قدیم مردم یا کشاورز بودن یا دامدار، طرف می‌دید اگه آب نباشه اگه یه سال بارون نزنه اگه خشکسالی بشه محصولی نداره اونی که دامداره اگر دامش به مشکلی بخوره تمام شرایط اقتصادیش به هم می‌ریزه و تنها کسایی که همیشه ایمن بودن کارمندا بودن که میگفتن اگه یه آب باریکه‌ای هست؛ ولی همیشه هست به خاطر همینه که طرز تفکر اینه که کارمندها همیشه توی یک امنیتی قرار داشتند و این طرز تفکر رو به این نسل رو هم انتقال دادن».

فرهنگ تقدیرگرایی و چرخه رکود اقتصادی: تقدیرگرایی اعتقاد و باوری است فرهنگی و گروهی که بنا به آن فرد تقدیرگرا کلیه امور و پدیده‌ها را در حیات اجتماعی خویش به کارکرد نیروها و عوامل ماوراءالطبیعه و متافیزیکال نسبت می‌دهد (*Mohseni Tabrizi, 2006: 2*). برخی افراد در جامعه باور دارند که تلاش و کوشش‌های شخصی تأثیر چندانی در

تغییر وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنها ندارد؛ بلکه سرنوشت آنها از پیش تعیین شده است. در چنین جوامعی عمل به کارهای نوآورانه محدودتر می‌شود.

مشارکت‌کننده شماره ۱، ۵۱ ساله، عضو هیئت علمی و مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«در جامعه ما نگاه تقدیری خیلی بالاست اگر یک جامعه‌ای که توش به تقدیر معتقدند باشد اونوقت جِد، جَهد و تلاش وزن کم‌تری می‌گیره بنابراین خیلی از کسانی که ایده دارند به خاطر تقدیرگرایی‌شون نمیرن دنبال اینکه چند سال سرمایه‌گذاری کنند و دائماً شواهدی که از بیرون می‌بینند شواهد تصادفی است میگه ببینید فلانی انجام داد نشد فلانی انجام داد شد پس خیلی ربطی به عقلانیت و برنامه‌ریزی نداره و با این نوع نگاه اصولاً دنبال حرکت نمی‌روند».

محافظه‌کاری فرهنگی و رکود نوآوری: محافظه‌کاری به معنای تمایل به حفظ ارزش‌ها، سنت‌ها که در یک جامعه ریشه دارند، در جوامعی که محافظه‌کاری غالب است تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به سختی روی می‌دهد و یکی از این جنبه‌های سکون محافظه‌کاری در برابر مشاغل نوآورانه در جامعه است.

مشارکت‌کننده شماره ۱۴، ۴۰ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«جامعه ایران از جوامعی است که ریسک‌پذیر نیست و خیلی محافظه‌کاره، هر چه درجه ریسک‌پذیری پایین باشه کارهای دانش‌بنیان که کارهای زمانبر و انرژی بری است که ممکنه در یک لحظه آهان جواب بده؛ ولی باید ده سال فکر کنی و کارکنی آیا آن لحظه آهان برسه جامعه ایران یک جامعه با ریسک‌پذیری پایینه اینها معمولاً حوزه‌ها و فعالیت‌هایی که نیاز به صبر و ریسک داره خیلی سراغش نمیرن یک جامعه‌ای که محافظه‌کاره و ریسک پذیریش پایینه تعداد افرادی که در آن کارآفرین میشن کم هستند».

جامعه کم‌بردبار و تضعیف کارآفرینی: فرایند به ثمر نشستن فعالیت کارآفرینانه زمانبر و طولانی است. به‌طور کلی کارآفرینان در طول مسیر راه‌اندازی و رشد کسب و کارهای جدید با یک فرایند پیچیده و موانع مختلفی که بر سر راه آنها وجود دارد برخورد می‌کنند. شناسایی فرصت‌ها، انجام تحقیقات بازار، نوشتن طرح تجاری کسب و کار، جذب سرمایه، ساخت محصول و در مراحل بعد توسعه و بروزرسانی محصول تماماً نشان از یک فرایند پیچیده دارد که نیازمند وجود درجه صبر بالا در میان مردم یک جامعه باید باشد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۶، ۳۸ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«کارآفرینی نیازمند صبر است و درجه صبر در جوامع مختلف فرق می‌کنه مثلاً در ژاپن ممکنه یک فردی ۵۰ سال حاضر باشه روی یک ایده‌ای، سرمایه‌گذاری کنه بشینه تا جواب بده؛ ولی در جامعه‌ای که نرخ صبر پایینه افراد با هم میشینن ایده‌ها را میارن شوق میگیردشون شروع می‌کنن ۳ ماهه میگن انگار خبری نشده به یک‌سال که میرسه ناامید میشن رها می‌کنند در حالی که این فعالیت‌ها نیازمند صبر بلند مدته».

ضعف در مهارت‌های ارتباطی و همکاری: مهارت همکاری به معنای توانایی کار کردن به صورت گروهی و مؤثر با دیگران برای دستیابی به اهداف مشترک اشاره دارد. این توانمندی شامل کار تیمی، پذیرش نظرات و ایده‌ها و حل‌وفصل تعارضات در صورت بروز اختلاف است. در دوران ابتدایی آغاز صنعتی‌شدن در اروپا معمولاً نخبگانی فنی اختراعات را به تنهایی انجام می‌دادند؛ ولی در دوران کنونی اختراع یک دستگاه نیازمند حضور تخصص‌های گوناگون در یک تیم می‌باشد؛ بنابراین فعالیت نوآورانه جز با داشتن تیم محقق نمی‌شود.

مشارکت‌کننده شماره ۱۵، ۴۹ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«نوآوری مخصوصاً در حوزه (پَتِنت‌های) نرم‌افزاری و دانش‌بنیانی عمدتاً نیازمند کار گروهی است؛ چون یک نوآوری نیازمند لینک حوزه‌های متعدد است کار ریاضی میخواد کار فنی می‌خواد کار میکانیکی می‌خواد و ... تا جواب بده، باید آدم‌های مختلف با توانایی‌ها و مهارت‌های مختلف با هم همکاری بکنند».

مشارکت‌کننده شماره ۲، ۶۳ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«مهارت همکاری و مهارت گفت‌وگو و مهارت تعامل و مهارت مشارکت یک مهارتی است که باید از کودکی شکل بگیره و در جامعه‌ای که این مهارت‌ها پایینه سخت و دیر شکل میگیره و بعد بعضی وقت‌ها بر اساس هیجان بچه‌ها میرن دنبال اینکه میبینن فلانی این کار رو کرده و شد به‌صورت هیجانی تصمیم می گیرند یک کاری راه بیندازند؛ ولی چون مهارت مشارکت ندارند ظرف چند روز چند ماه دعواشون میشه از هم جدا میشن مهارت همکاری در ما پایینه این یک مسئله است».

مشارکت‌کننده شماره ۳، ۴۱ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«ما کار گروهی و تیمی‌مون ضعیفه ما تیم ورک تشکیل میدیم فقط دو نفر کار میکنه ۲۰ نفر هیچ ما باید بیفتیم دنبالشون آقا حرکت کنید در صورتی که آنها باید ما را ببرن جلو. ما به جای اینکه رومون به جلو باشه باید برگردیم عقب اونا را بگیم حرکت کنید و این ما رو میندازه عقب».

نرخ ترجیح زمانی بالای جامعه: ترجیح زمانی اصطلاحی مرکب از دو کلمه ترجیح و زمان است و دربردارنده نوع خاصی از رجحان و برتری در انتخاب می‌باشد. ترجیح زمانی به معنای انتخاب بین دو مقطع زمانی، برتری را به مقطع زمانی نزدیک‌تر بدهیم (*Dalali Esfahani & et. al, 2008, 139*). فعالیت‌های دانش‌بنیانی و کارآفرینانه نیازمند ترجیح زمانی آینده بر زمان حال می‌باشد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۳، ۴۴ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«ما ضرب‌المثل داریم سیلی نقد (سرکه نقد) به از حلوا نسیه است. این ضرب‌المثل میگه نرخ ترجیح زمانی ما خیلی بالاست الان رو بر آینده بیشتر ترجیح میدیم ما حاضریم کتک بخوریم نقد ولی حلوای نسیه بهمون ندن. جامعه‌ای که نرخ ترجیح زمانیش بالا باشه آمادگی سرمایه‌گذاری بلند مدت نداره چه سرمایه‌گذاری اقتصادی چه سرمایه‌گذاری فکری چون میخواد زود جواب بگیره».

ضعف فرهنگ کارآفرینی: یکی از چالش‌ها در نیل به توسعه، ضعف فرهنگ کارآفرینی در جامعه است. یعنی هنگامی که در یک جامعه ارزش‌ها، باورها و ساختار و امکانات اجتماعی و فرهنگی حاکم از تفکر خلاق و نوآور و خطرپذیر و پشتیبانی و حمایت نکند.

مشارکت‌کننده شماره ۲۴، ۳۸ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«فرهنگ استارت‌آپی تو خوزستان وجود نداره سرمایه‌گذار خوزستانی میاد میگه اگه سر این استارت‌آپ تو ده میلیارد سرمایه‌گذاری کنم کی پول منو میدی بیشتر از دید مالی می‌سنجه و در واقع تخصص را ارزش‌گذاری نمی‌کنند؛ ولی خوزستانیه میاد میگه آقا من دارم پول میدم تو چی میدی خوب آقا من تخصص دارم ایده دارم میگه خوب من استخدامت میکنم بیا ماهی ۲۰ میلیون بهت میدم چیزی که براش ملموس نباشه در واقع نمیتونن ارزش‌گذاری کنه».

مشارکت‌کننده شماره ۱۸، ۳۸ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«دانشجو خانم داشتیم تو حوزه صنایع غذایی می‌خواست کار کنه می‌گفت اگه اومدم داخل این کار خانوادم نفهمن؛ چون مانعم میشن میگن حق نداری همچین کارایی بکنی می‌گفت خانوادم میگن برو یه جایی کار پیدا کن برای بقیه کار نکن».

مشارکت‌کننده شماره ۳۶، ۲۸ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«فرهنگ کارآفرینی و استارتاپ تو خوزستان بسیار ضعیف هست مردم دنبال اینن که برن یه کار دولتی پیدا کنند».

مشارکت‌کننده شماره ۷، ۵۴ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«جامعه ما یک جامعه‌ای است که از تغییر میترسه و هر کار نوآوری جدیدی که بخواد رخ بده در برابرش مقاومت می‌کنن».

پرورش نیافتن کنشگران توسعه در نظام آموزش و پرورش: آموزش به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده، یا حتی پیش‌شرط توسعه مطرح است؛ زیرا رشد اقتصادی را ارتقاء می‌بخشد و موجبات جامعه‌پذیری و اجتماعی شدن اعضای جدید جامعه را در پذیرش نظام فرهنگی و سیاسی مسلط فراهم می‌آورد (*Sheikhi, 2006: 82*).

مشارکت‌کننده شماره ۸، ۶۲ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«به نظر من آموزش و پرورش یه سیاه‌چاله‌ای در توسعه کشور ماست چند وقت اخیر من دارم نگاه می‌کنم توی مسیر نمایشی‌تر داره میره به نظرم میرسه تو حوزه آموزش و پرورش بسیار ما با مشکل روبه‌رو هستیم ما دانش‌آموزامون که تربیت می‌کنیم وقتی که رفت توی یک سازمانی دغدغه ایجاد کسب و کار رو نداره به فکر میزشه به فکر جیبشه نتیجه چی میشه از کوزه همان برون تراود که در اوست».

مشارکت‌کننده شماره ۴، ۴۰ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«ما باید بچه‌هامون رو از بچگی کارآفرین تربیت کنیم بتونه دست ۴ تا رو هم بگیره بیاره تو فعالیتی که میکنه نون بخورن این مربوط به نوع تربیت و نوع آموزش و پرورش ماست ما فضای خانوادگیمون توتالیته هست قائم به فرد است یه نفر یه حرفی میزنه بقیه میشنون اجازه اظهار نظر، اجازه طرح خلاقیت‌ها، اجازه راهبری به بچه‌ها داده نمیشه این میاد تو آموزش و پرورشمون باز معلم محوره، نگاه از بالا به پایینه باز این قوه خلاقیت بچه‌ها پرورش پیدا نمیکنه خوب طبیعی است که به مرحله کار هم که میرسن اینها مجدداً افراد خلاق و کارآفرینی نخواهند بود چرا چون سابقه خانوادگی و آموزشی شون اینحوری بوده».

فقدان منش سرمایه‌دارانه در خوزستان: وبر اعتقاد دارد که کنش سرمایه‌داری، کنشی است که بر سودجویی مبتنی است و تحقق سود با بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ممکن می‌شود (*Motavaseli & et. al, 2013:85*).

مشارکت‌کننده شماره ۱۱، ۵۳ ساله و عضو هیئت علمی و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«بازاری‌های خوزستان به اون چیزی که دارن راضی هستند؛ مثلاً اگر ۲۰-۱۰ میلیون درآمد داره میگه خو کافیمه نیاز ندارم بدوم دنبال اینکه برسونم۴۰ میلیون ولی این شرکتی که تو یزد هست این شکلی نیست دوست داره ۱۰۰ تومنشو بکنه ۲۰۰ تومن ۲۰۰ تومنشون بکنه ۵۰۰ تومن تمام تلاششو هم میکنه شبانه‌روز هم پیگیری میکنه این به نظرم این بخش

فرهنگیه همین عامل باعث میشه در بخش کارفرمایی نگاه، نگاه مثبت‌تری باشه یعنی مثلاً میگه این یزدیه ده بار اومده پرزنت کرده توجیه هم کرده پس نشون میده این یه تیم قوی‌تریه تا این تیم که دو دفعه اومد و رفت و هیچی هم به ما درست نگفت».

کمرویی نهادینه شده در فرهنگ: اخذ پروژه نیازمند پیگیری‌های مداوم از سوی شرکت‌ها و افراد می‌باشد. شرکت‌های دانش‌بنیان چون معمولاً از نیروهای جوان برخوردارند هنگام مراجعه به کارفرمایان آن سماجت و پیگیری را در قبال پروژه صورت نمی‌دهند و معمولاً اگر در برخورد اول توانستند پروژه را بگیرند؛ اما دفعه‌های بعدی به آن شرکت مراجعه نمی‌کنند.

مشارکت‌کننده شماره ۵، ۶۶ ساله و عضو هیئت علمی می‌گوید:

«ما خوزستانی‌ها آدم‌های خیلی خجالتی و کمرو هستیم. چند مدت پیش من به یه نمایشگاه دارو در تهران رفته بودم با یه شرکتی صحبت کردیم گفت بیا ببینیمت یه بار رفتیم تحویلمون نگرفت؛ گفتم حالا که تحویل نگرفته دیگه نمیرم سراغش ولی اون شرکت تهرانی، اصفهانی یا جای دیگه میره دنبالش یه بار شکست خورد دوبار شکست خورد ده بار شکست خورد سمج می‌ایسته تا بالاخره کار رو بگیره ما کمرو هستیم».

مشارکت‌کننده شماره ۹، ۶۰ ساله و عضو هیئت علمی و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«برای دستکش‌های مخصوصی که زیر هود کار میکنن یه شرکتی شاید ۱۵ مرتبه به من زنگ زده هی بهش میگم فعلاً نمی‌خواهیم یک ماه بعد دوباره زنگ میزنه میگم فعلاً نمی‌خواهیم کارت تبلیغیشو برای ما میفرسته که بین داروهاتون بگذارید که اگه جنس میخوان از ما بخرن، تقویم برامون میفرسته هی داره تبلیغ میکنه ول کن هم نیست؛ یعنی ایقد سمچه تا ما بالاخره از رو بریم و خرید کنیم؛ ولی ماها تو خوزستان اینطور نیستیم».

صنعتی‌شدن بر مبنای نفت و تحول تدریجی فرهنگ کار: پیدایش نفت منجر به تغییرات عمده‌ای در ساختار اجتماعی و اقتصادی کشور و خوزستان گردید. با شروع استخراج نفت با به وجود آمدن فرصت‌های شغلی، تولید و کسب و کار به سرعت کارگران زیادی از مناطق مختلف خوزستان کار خود که عمدتاً کشاورزی و دامپروری بود رها کرده و به شهرهای نفت‌خیز مهاجرت کردند. با ایجاد تأسیسات نفتی شهرها تبدیل به مراکز صنعتی و اقتصادی شدند و در این شهرها تعداد زیادی در صنعت وابسته به نفت مشغول به کار شدند و از این دوران است که نظام کارمندی در خوزستان شکل می‌گیرد.

مشارکت‌کننده شماره ۲۵، ۳۰ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«خوزستانی منفعل هست در صورتی که اصفهانی یا یزدی فعال هست. این منفعل هست اون فعاله، این به واسطه فرهنگی است که به واسطه پیدایش نفت در منطقه، و ترغیب فضای کارمندی به وجود اومد این اتفاق تو اصفهان نبود، اصفهانیه باید با زور بازو، یا کشاورزی روزیشو به دست می‌آورد».

مشارکت‌کننده شماره ۲۹، ۳۱ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«بعد از اینکه ما پدیده صنعتی‌شدن و شهرنشینی تو خوزستان به وجود اومد خوب طبیعتاً جمعیتی از سمت روستاها به سمت شهرها اومدن چون می‌دیدن دولت داره استخدام می‌کنه شرکت نفت در حال توسعه بود برخی از صنایع مثل صنعت فولاد در حال توسعه بودند با درآمدهای بالا خوب همه نگاه‌ها رفت به این سمت که ما بریم یه جوری کارمند دولت بشیم این ریشش مربوط به ۸۰-۷۰ سال پیش هست و این آرام آرام شکل گرفت و بر هم زدن این زمان میبره».

مشارکت‌کننده شماره ۳۷، ۳۳ ساله و مدیر عامل شرکت دانش‌بنیان می‌گوید:

«تو خوزستان این فرهنگه جا افتاده الا باید برم شرکت گاز، شرکت نفت استخدام بشم می‌پرسییم چرا؟ میگن ماهی ۳۵-۳۰ حقوقمه ۲۴ ساعت سر کار هستن ۴۸ ساعت هم در اختیار خودم هستم چی از این بهتر!!! خوب این مانع میشه ... من میتونم برم حقوق خوب بگیرم یه روز سرکار برم دو روز خونه بشینم چرا برم دنبال یک کاری که معلوم نیست بشود یا نشود استان‌هایی که صنایع بزرگ صنایع مادر مثل نفت گاز و پتروشیمی ندارند به اعتقاد من اونجا خیلی راحت‌تر هستند جوانان و فارغ‌التحصیلان، بیشتر دنبال کار هستند بیشتر خودشون روی پای خودشون می‌ایستن».

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق در زمینه موانع فرهنگی توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان نشان داد: یکی از موانع فرهنگی توسعه کسب و کارها، تنگ‌نظری‌ها و رشک‌ورزی‌های درون سازمان‌ها است که به جای تسهیل‌گری و پشتیبانی از کسب و کارها تحت‌تأثیر انگیزه‌های فردی و رقابت‌های غیر سازنده قرار می‌گیرد که در این حالت منجر به امتناع از همکاری می‌شود که این امر اصطکاک در تعاملات بین بخش خصوصی نوآور و بخش دولتی ایجاد می‌کند. در چنین مواقعی سازمان کمبود مالی ندارد؛ ولی به‌طور جدی فرهنگ اجتماعی ـ اداری سازمان‌ها در روند کار اخلال ایجاد می‌کند که با نتایج *Kharashadi & et. al. (2024), Shiri & Moradnejadi (2023), & Zahra & et. al (2021)* هم‌راستا است. نتایج تحقیق نشان داد شغلی دولتی

به دلایلی مثل امنیت شغلی، حقوق و مزایای ثابت، بازنشستگی، ساعات کار منظم و تعطیلات، فرصت‌های پیشرفت و همچنین مزایای غیرمادی در فرهنگ ما رسوخ کرده و بر کسب و کارهای نوآورانه ترجیح داده می‌شود و بخش از آن به ریشه‌های تاریخی برمی‌گردد که در استان خوزستان کار دامپروری و کشاورزی با توجه به جغرافیا سخت و آسیب‌پذیر بودن در برابر عوامل محیطی و غیر قابل کنترل ترجیح خانواده‌ها داشتن شغل دولتی برای فرزندان است که نقطه مقابل کسب و کارهای نوآورانه قرار می‌گیرد که با نتایج *Shiri & Moradnejadi (2023) & Rezaei & et. al (2021)* هم‌راستا می‌باشد. یکی دیگر از موانع فرهنگی توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیان وجود نگرش تقدیرگرایانه در جامعه است نگرشی که نقش عاملیت انسانی را به حاشیه می‌برد و متن و مرکز را به نیروهای از پیش تعیین شده واگذار می‌کند کسب و کار دانش‌بنیانی و نوآور نیازمند اقدام و پیگیری اهداف بلند مدت است هنگامی که در چنین باوری در جامعه باشد نیروی توانمند نیز خود را کنار می‌کشند. حتی چنین تفکر تقدیرگرایانه‌ای زمینه را برای همکاری و مشارکت می‌بندد چرا که افراد احساس می‌کنند سرنوشت آنها از قبل رقم خورده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در جوامعی که محافظه‌کاری در میان مردم وجود دارد و اولویت را به ثبات و استمرار در برابر تحولات داده می‌شوند، مانع از پذیرش ایده‌های نو در کسب و کار می‌شود. نوآوری در کسب و کار یعنی شکستن الگوهای رایج، به چالش کشیدن و پذیرش عدم قطعیت است. در یک جامعه حفظ رویه‌های موجود می‌تواند مانع از شکل‌گیری و رشد کسب‌وکارهای نوآورانه شود که با نتایج *Rezaei & et. al (2021) & Stephan & Pathak (2016)* همسو می‌باشد.

ایجاد کسب و کار در هر زمینه‌ای و به‌ویژه فعالیت‌های دانش‌بنیانی که سابقه ایجاد آنها اندک است در مراحل نخستین با چالش‌ها و عدم قطعیت‌ها، نیازمند پایداری و توانایی به تعویق انداختن نتایج فوری است. ایده‌های نوآورانه یک فرایند طولانی‌مدت تحقیق و توسعه را باید آغاز کنند، آزمون و خطاهای بسیاری بر سر راهشان قرار می‌گیرد و دائم باید با شرایط متغیر بازار خود را هماهنگ کنند؛ بنابراین کارآفرینانی که فاقد صبر کافی باشند در مواجهه با موانع اولیه بر سر راه خود ناامید می‌شوند و خود را کنار می‌کشند.

نتایج تحقیق نشان داد کسب و کار دانش‌بنیانی یک فرایندی است که از مطالعات میدانی و آزمایشگاهی، ساخت نمونه‌های اولیه و صنعتی شروع و تا و تولید رساندن انبوه کالا و بازاریابی و به دست مصرف‌کننده رساندن نیازمند کارگروهی است. توانایی برقراری ارتباط، احترام به دیدگاه‌ها، اعتماد به همدیگر، حل تعارضات حین کار، تقسیم مسئولیت‌ها، از جمله مؤلفه‌های کلیدی مهارت همکاری است. ضعف در مهارت همکاری مانع شکل‌گیری کسب و

کارهای دانشی به سبک امروزی می‌شود که با نتایج *Kharashadi & et. al (2024), Barzegari & Aghajani (2024) & Hassani Abd & et. al (2024)* هم‌راستا می‌باشد.

یکی دیگر از موانع توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیانی این است که نرخ ترجیح زمانی افراد جامعه بالا است بدین معنا که افراد ارزش بیشتری برای منافع فوری نسبت به کسب منافع بزرگ‌تر در آینده دارند؛ بنابراین ایجاد کسب‌وکار دانش‌بنیانی نیازمند صبر بلند مدت و ترجیح آینده بر حال می‌باشد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که نظام کنونی آموزش و پرورش نتوانسته نیازمندی‌های کشور به نیروی خلاق برطرف کند. کشور توسعه‌یافته بی‌گمان بدون برخورداری از یک نظام آموزش و پرورش کارا که در آن قدرت تخیل، اندیشه، تعهد به دانش‌آموزان بدهد امکان‌پذیر نیست. بررسی عوامل مؤثر بر ترقی جوامع پیشرفته نشان می‌دهد که همه این کشورها از آموزش و پرورش توانمند برخوردار هستند که با نتایج *Hassani Abd & et. al (2024) & Shiri & Moradnejadi (2023)* همسو می‌باشد.

نتایج پژوهش نشان داد که فرهنگ تقدیرگرایی، محافظه‌کاری و ترجیح دادن شغل دولتی بر فعالیت کارآفرینانه بخشی از فرهنگ کار در خوزستان است که مانع شکل‌گیری کسب‌کارهای نوآورانه می‌شود. وبر تأکید دارد که توسعه سرمایه‌داری در گرو عقلانیت، انظباط کاری، صرفه‌جویی و نگرش مثبت به کار و سرمایه بود اما یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که فرهنگ کار در خوزستان با ملاک‌های مذکور فاصله دارد و در نتیجه روحیه عقلانی و اخلاق کاری موردنظر وبر شکل نگرفته است و این با عقب ماندن زیست‌بوم نوآوری سازگاری دارد. همچنین طبق نظر مک‌کلند جوامع توسعه‌یافته افرادی با میل قوی به پیشرفت دارند که ریسک‌پذیر و دارای پشتکار هستند که این نیاز باید از طریق جامعه‌پذیری و آموزش تقویت می‌شود. کمبود انگیزه بلند مدت، تمایل به منافع کوتاه‌مدت، ضعف در آموزش و پرورش برای تربیت کارآفرینان و نبود فرهنگ کارآفرینی باعث شده است تا در خوزستان به جای پرورش انگیزه پیشرفت، امنیت‌طلبی و منفعت کوتاه مدت را بازتولید کند و آموزش و پرورش نیز میل به پیشرفت را درونی نکرده و این با نظریه مک‌کلند همخوانی دارد. طبق نظر بوردیو رفتارهای اقتصادی و اجتماعی براساس عادت‌واره و سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین بازتولید می‌شوند و کنشگران در چارچوب این سرمایه‌ها می‌توانند در میدان‌ها رقابت کنند. طبق یافته‌های تحقیق، فرهنگ محافظه‌کار، کمبود سرمایه اجتماعی، ضعف در همکاری، همه با نظریه بوردیو قابل تبیین هستند. این نتایج نشان می‌دهد عادت‌واره خوزستانی بیشتر به سمت کارمندی و امنیت شغلی نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی بازتولید می‌شود. پلانی نیز معتقد بود که کنش اقتصادی در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی حک شده است. یافته‌های

تحقیق نشان می‌دهد اقتصاد دانش‌بنیان در ساختار اجتماعی ـ فرهنگی محلی حک نشده است، بلکه بیشتر تحت سلطه نفت و مشاغل دولتی است؛ بنابراین همان‌گونه که پلانی می‌گوید، فقدان حک‌شدگی مناسب منجر به ناکامی زیست بوم نوآوری شده است.

References:

Afrasiabi, H., & Maddahi, J. (2016). "Identify and Explain of The Leisure Role in Smoking Among Students", Social Development and Welfare Planning, 7(35), 169–216, https://qjsd.atu.ac.ir/ article_4974.html. (Persian).

Anvari, S. A., Mazloom Khorasani, M., & Noughani Dokht Bahmani, M. (2018). "Analysis of the Relationship Between Agency of Actor-Structure with the Habitus of Bourdieu in the Kknowledge-based Business Culture", Culture-Communication Studies, 20(45), 153–177. https://www.jccs.ir/article_88053.html. (Persian).

Askari Khanqah, A., Saei Arsi, I., & Esmaeilpour, H. (2020). "The Place of Culture in the Economic Development of Guilan Region with Emphasis on Social Factors", Social Development and Welfare Planning, 11(42), 127–155. https://qjsd.atu.ac.ir/ article_11924.html. (Persian).

Azkia, M., & Ghaffari, G. (2007). Sociology of development. Tehran: Keyhan Publications. (Persian).

Bagheri, M., Fazelipour, S. M., & Mousavi Nasab, A. (2020). "Study of the Relationship between Cultural Values and Entrepreneurial spirit with Regarding the Mediator Role of stereotype beliefs (Case Study: Entrepreneurial Women of Khuzestan Province)", Women's Strategic Studies Quarterly, 23(90), 83–101. https://www.jwss.ir/article_133715.html. (Persian).

Barzegari, A., & Aghajani, H. (2024). Examining cultural barriers to commercialization of knowledge in universities. In 10th International Conference on Management and Accounting Sciences. Tehran. https://civilica.com/doc/2026387/. (Persian).

Bourdieu, P.; wacquant, L. D (1992). An invitation to reflexive sociology, trans. UK.: Polity Press.

Dalali Esfahani, R., Bakhshi Dastjerdi, R., & Hosseini, J. (2008). "Theoretical and Empirical Study of Time Preference: Iranian Economy (1972–2004)", Journal of Monetary and Financial Economics, 15(25), 137–167. https://danesh24.um.ac.ir/ article_ 24949. html. (Persian).

Day, G. S. Wensley, R. (1988). "Assessing advantage: A framework for diagnosing competitive superiority", Journal of Marketing, 52(2), 1-20. https://www.jstor.org/stable/1251261.

Denscombe, M. (2019). Good research guide for small-scale social research (S. Alizadeh & S. Yahak, Trans.). Tehran: Elmi va Farhangi.

Dornberger, U., Nabi, M. N. (2011). The impact of market orientation on the performance of the Vietnamese software firms. University of Twente Proceedings.

Fadaei Khorasgani, M., & Nayeri, S. (2010). "Effects of Selected Cultural Indicators on Economic Growth of Iran (ARDL Approach)", Economic Growth and Development Research, 1(1), 133–159. https://egdr.journals.pnu.ac.ir/article_10.html. (Persian).

Flick, U. (2012). An introduction to qualitative research (H. Jalili, Trans.). Tehran: Nashr-e Ney.

Ghanei Rad, M. A. (2018). Challenges of Development in Iran. In Obstacles to Iran's Development, edited by Nima Naem and Omid Yaghoubzadeh. Tehran: Naqd-e Farhang Publications. (Persian).

Ghanimati, H., & Dadandish, P. (2021). "Cultural structures and relationship with patterns of economic development", Culture Strategy Quarterly, 14(56), 93–111. https://www.jsfc.ir/ article_149659. html. (Persian).

Ghovati Sefidsangi, A., Farashiani, H., & Hasanzadeh Choukanlou, H. (2017). "Reflections of Social Development in Fivefold Project Law about Economy, Social and Cultural in Islamic Republic Iran from 1989-2015", Journal of Social Development (Formerly Human Development), 12(1), 151–184, https:// qjsd. scu.ac.ir/ article_13052.html. (Persian).

Grenfell, M. (2010). Key Concepts of Bourdieu, Mohammad Mehdi Labibi, Tehran, Afkar Publishing.

Hanjari, S., Taghavi, M., Jafari Samimi, A., & Shakeri, A. (2018). "Study of Cultural Status and Its Impact on Economic Growth in Iranian Provinces", Journal Iranian Economic Development Analyses, 6(2), 103–122. https://ieda.alzahra.ac.ir/ article_4281.html. (Persian).

Hassani Abd, A., Gheydarlo, K., & Norouzi, M. (2024). "Identifying and ranking cultural–communication barriers to the

growth of knowledge-based and technological businesses in Zanjan County", in 1st National Conference on Development of Industry–University Cooperation. Zanjan. https://civilica.com/doc/2040566/. (Persian).

Haung, J.W. & Yong, H.L. (2009). "The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance", International Journal of Manpower, 30(3), 285-301. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ 01437720910956772/ full/html. (Persian).

Iravani, J. (2014). A look at the impact of culture on economic development. Islamic Social Studies, 20(101), 127–151. https:// iss.razavi.ac.ir/ article_728.html. (Persian).

Jamshidiha, G., & Parastesh, Sh. (2007). "Dialectic of habitus and field in Pierre Bourdieu's practical theory", Social Sciences Letter, 30(0), 1–32. https://jnoe.ut.ac.ir/article_18322.html. (Persian).

Kharashadi, S., Tabarsa, F., & Karimian, R. (2024). "Identifying Obstacles to Creating Knowledge Enterprises in Iran From the Experts' Point of View", Journal of Knowledge-Research Studies, 3(1), 41–66. https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_18086.html. (Persian).

Kohli, A. Jasworks, B. J. (1990). "Market orientation: The construct, research propositions and managerial implications", Journal of Marketing, 54 (2), 1-19. https://www.jstor.org/stable/ 1251866.

Lailaz, S. (2018). Development and Economy: Obstacles to Iran's Development. Edited by Nima Naem and Omid Yaghoubzadeh. Tehran: Naqd-e Farhang Publications. (Persian).

Lambert, S. A. (2008). Conceptual Framework for Business Model Research. 21st Bled eConference eCollaboration on Overcoming Boundaries through Multi-Channel Interaction,https://www.researchgate.net/publication/ 252832529_A_ Conceptual_ Framework_for_Business_Model_Research.

Linan, F., Fernandez-Serrano, J., & Romero, I. (2013). "Necessity and opportunity entrepreneurship: The mediating effect of culture", Revista de Economía Mundial / Journal of World Economy, 33(2), 21-47https://www.researchgate.net/publication/235937863.

Mansouri, S. A., Afqeh, S. M., Khodapanah, M., & Mombini, F. (2025). "A Spatio-Temporal Assessment of Regional Development

in the Counties of Khuzestan Province Using Numerical Taxonomy", Iranian Journal of Economic Research, 30(102), 242–272. https://ijer.atu.ac.ir/article_19001.html.

Mohseni Tabrizi, A. R., Hoveyda, L., & Davoudi, M. (2006). Fatalism and its influential factors: Measuring fatalism among adult women in provincial capitals of Iran. Social Sciences Quarterly, 2(7), 1–27. https://ensani.ir/file/ download/ article/ 20101002152405. (Persian).

Motavaseli, M., Tohidlou, S., Nikoonesbati, A. (2013). "Economic Performance: A Comparative Study of the Ideas of North and Weber", Economic and Planning Research, 18(2), 81–98. https://ensani.ir/fa/article/327463/.

Nahapiet, J.; Ghoshal, S. (1998). "Social capital,intellectual capital and the organizational advantage, Academy of Management Review, 23(2), 242-66. https://www.jstor. org/stable/259373. (Persian).

Nasrollahi, Z., Taheri Damaneh, M., & Damaki, A.-M. (2009). The role of creativity and innovation in economic growth. In 2nd National Conference on Creativity, Engineering, and Innovation Management, Tehran. https://civilica.com/doc/72426/. (Persian).

Portes, A., & Yiu, J. (2013). Entrepreneurship, transnationalism, and development. Migration Studies, 1(1), 75–95. https://doi.org/10.1093/migration/mns006.

Reay, D. Crozier, G. Clayton, J (2009). Strangers in paradise? Working- class student in elite university. Sociology, 43(6), 1103-1121. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0038038509345700.

Rezaei, R., Afrasiabi, R., & Hafezian, M. (2021). "Qualitative Identification of Cultural Barriers to Entrepreneurship, Evaluation of Cultural Dimensions and Failure of Entrepreneurs", Growth and technology Technology Quarterly, 17(67), 61–68. http://www.roshdefanavari.ir/Article/20936. (Persian).

Sedigh Sarvestani, R., & Gheysari, A. (2012). Industrial sociology. Tehran: SAMT.

Sen, A. (2007). How important is culture in development? (M. Salimi & M. Nadiri, Trans). Political Economy, 2(55–56), 31–62. https://ensani.ir/fa/article/7938.

Sheikhi, M. T. (2006). Sociology of development. Tehran: Harir Publications.

Shiri, N., & Moradnejadi, H. (2023). "Exploring the Obstacles and Problems of Knowledge-based Companies in Ilam Province", Business Management Perspective, 22(53), 196–228. https://jbmp.sbu.ac.ir/article_103665.html. (Persian).

Sidman, S. (2022). Contention in sociology (H. Jalili, Trans.). Tehran: Nashr-e Ney.

Sorkhehdehi, F., & Ashtari Mehrjardi, A. (2022). "Pathology of production and productive economic culture in development plans: A case study of seventh development plan", journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities, 15(1), 31–35. ,https://www.isih.ir/ article_406.html. (Persian).

Stephan, U., & Pathak, S. (2016). Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 31(5), 505–523. https://doi.org/10.1016/ j.jbusvent. 2016.07.003. (Persian).

Steven, R. (2004). Why do educational innovations come and go?, What can we do? Teaching and Teacher Education, 20(4), 389-396. https://www.sciencedirect.com/ science/article/ abs/pii/ S0742051X04000216.

Swedberg, R. (2014). Sociology of entrepreneurship (Sh. Bagheri & S. A. Mirabedini, Trans.). Tehran: Bahman Borna.

Swedberg, R., & Granovetter, M. (2021). Economic sociology: Social structure and economic action (A.-A. Saeedi, Trans., 2nd ed.). Tehran: Tisa.

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. Long Range, 43 (2-3), 1-12. https://www. sciencedirect. com/ science/article/abs/pii/S002463010900051X.

Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). "Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview", International Small Business Journal, 29(2), 105–118. https://doi.org/10.1177/0266242610391930.

Trawick, P., & Hornborg, A. (2015). "Revisiting the Image of Limited Good: On Sustainability, Thermodynamics, the Illusion of Creating Wealth, Current Anthropology, 56(1), 1-27. https://doi.org/10.1086/679593.

Weber, M. (1992). The Protestant ethic and the spirit of capitalism (A. Ansari, Trans.). Tehran: Samt. (Persian).

Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2021). “Contextualizing entrepreneurship research: The promise of new perspectives and possibilities”, Academy of Management Perspectives, 35(4), 608–628. https://doi.org/ 10.5465/ amp. 2019.0181.

A Qualitative Study of the Cultural Challenges in Developing Knowledge-Based Companies and Technology Units in Khuzestan Province

Mehran Bondori[1], *Ali Hossein Hosseinzadeh*[2] *(Ph.D)*
Karim Rezadoost[3] *(Ph.D)*, *Sajad Bahmani*[4] *(Ph.D)*, *Ali Arabi (Ph.D)*[5]

Doi: 10.22055/QJSD.2026.50007.3090

Abstract:

The economic success of some countries in recent decades shows that culture plays a decisive role in economic development. The present study was conducted with the aim of identifying the cultural challenges of developing knowledge-based companies in Khuzestan Province. Based on the subject, a qualitative research method and a grounded theory approach were selected. The research participants consisted of 44 provincial elites, including university professors and managers of knowledge-based companies and technology units. The sampling method was theoretical sampling, and data were collected through in-depth interviews. Data analysis was performed using theoretical coding. The findings indicated the following institutional and cultural barriers that challenge the province's innovation ecosystem: a limited notion of public good in socio-cultural structures; preference for government employment over entrepreneurial professions and occupational traditionalism; a culture of fatalism and cycles of economic stagnation; cultural conservatism and stagnation of innovation; a low-tolerance society and weakened entrepreneurship; high time-preference rates in society; weak communication and cooperation skills; weak entrepreneurial culture; the educational system's failure to cultivate development actors; ingrained shyness within the culture; the absence of a capitalist ethos in Khuzestan; oil-based industrialization and the gradual transformation of work culture. The theoretical analysis, drawing on the ideas of Bourdieu, Weber, McClelland, and Polanyi, highlights the role of habitus, cultural and social capital, and embedded local economic structures in reproducing these barriers.

Key Concepts: *Cultural Challenges, Knowledge-Based Companies, Work Culture, Qualitative Research*

[1] PhD Student in the Study of Social Issues in Iran, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Corresponding Author) mehran.bondori465@gmail.com
[2] Professor of Sociology, Department of Sociology, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, a.hosseinzadeh@scu.ac.ir
[3] Professor of Sociology, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, rezadoost@scu.ac.ir
[4] Assistant Professor of Sociology, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, s.bahmani@scu.ac.ir
[5] Assistant Professor of Sociology, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, a.arabi@scu.ac.ir

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).