

۱۴۹۷۸۳۷

کار آفرینی و نوآوری

دکتر محمد

استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده شهید سیدی پور، دانشگاه فنی و حرفه‌ای

سرشناسه	: رحمدل، ناصر، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی و نوآوری / تألیف ناصر رحمدل.
مشخصات نشر	: تهران: نوشتا، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۷ ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول، نمودار (بخشی رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۹۳۷۴۵-۵-۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۱۵۸] - ۱۶۳.
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: نوآوری
موضوع	: Technological innovations
موضوع	: خلاقیت در کسب و کار
موضوع	: Creative ability in business
رده بندی	: ۱۳۹۶ ۳۰۵۲/۳ HB۶۱۱۵
رده بندی دیویی	: ۳۳۰/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۶۷۰۰۳

کارآفرینی و نوآوری

ناصر رحمدل

استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده شهید بهشتی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای

ناشر: انتشارات نوشتا

ویراستار فنی و ادبی: اکرم بهاری

صفحه‌آرا: فاطمه رحمدل

چاپ نخست: بهار ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

حق چاپ و نشر محفوظ است.



انتشارات نوشتا

نشانی: تهران، خیابان انقلاب، بین فلسطین و ابوریحان، بن‌بست مهارت،

خانه هنر، پ ۴، واحد ۱۳.

تلفن: ۰۹۳۸۹۵۱۵۹۹۳

www.noshenakht.com

info@noshenakht.com

سخن ناشر

از امام علی علیه السلام نقل شده است که «هرچند کار و تلاش همراه با زحمت و رنج است، بیکاری بی‌بسته منشأ فساد و تباهی است» (شیخ مفید، ارشاد: ۵۸).

دنیای حاضر، عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست تا با استفاده صحیح از آنها، کشورها از مزیت رقابتی برخوردار شوند. یکی از مهمترین موضوعاتی که توجه کارشناسان مسائل اجتماعی و اقتصادی را به خود جلب کرده است مسئله کار، رشد و توسعه و ارتقاء میزان بهره‌وری است. توجه به کار و کارآفرینی نقش مؤثری در توسعه کشورها ایفا می‌کند. کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود. کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها و سوء مدیریت‌هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیرنفتی و... شده است؛ بنابراین، ضروری است برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران و متولیان امور با حمایت همه‌جانبه از فرایند کارآفرینی و برنامه‌ریزی جامع، زمینه رشد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را فراهم کنند تا ضمن تحقق اقتصاد مقاومتی که از سوی مقام معظم رهبری مطرح گردیده است شاهد شکوفایی در همه زمینه‌ها باشیم. یکی از زیرساخت‌های مهم و سرنوشت‌ساز اشتغال و تولید، تربیت نیروی انسانی کارآفرین است. هر قدر که نظام تعلیم و تربیت پیشرفته‌تر باشد، استعدادهای مختلف افراد جامعه شکوفاتر، و در نهایت کارآفرینی و ایجاد شغل‌های کیفی و جدید بیشتر خواهد بود. در این راستا دانشگاه‌ها... است نظیری به‌عهده دارند. ساختار نظام آموزشی باید طوری تنظیم گردد که دانش‌آموخته‌های دارای فن... مهارت بتوانند به‌عنوان کارآفرینان پویا و نوآور در امر تولید و اشتغال فعال شوند.

«کارآفرینی و نوآوری» کتابی است که توسط جناب آقای دکتر... مدل به رشته تحریر درآمده است. امید است نشر این اثر به افزایش خلاقیت و کارآفرینی کمک کند. شب... سهم خود از نویسندگان محترم سپاس به عمل می‌آورد.

نشر نوشناخت

www.noshenakht.com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
	فصل اول: تاریخچه و تعاریف کارآفرینی
۶	کارآفرینی چیست؟
۷	روند تکاملی مفهوم کارآفرینی
۹	تعاریف کارآفرینی
۱۸	تعاریف اصطلاحات مرتبط با کارآفرینی
۲۳	شاخص‌های کارآفرینی
۲۶	ویژگی‌های کارآفرینان
	فصل دوم: نوآوری و اصطلاحات مرتبط با آن
۳۲	تعریف نوآوری
۳۳	نوآوری و اختراع
۳۳	نوآوری و رشد
۳۴	نوآوری و خلاقیت
۳۶	نوآوری و طراحی
۳۶	نوآوری و بهره‌برداری
۳۷	نوآوری و تغییر
۳۸	نوآوری و شکست
۳۹	نوآوری و کارآفرینی
۳۹	نوآوری و مشتریان
۴۰	نوآوری و دانش
۴۰	نوآوری و جامعه
۴۱	محرك‌های نوآوری
۴۲	اهداف نوآوری
۴۳	قیف نوآوری
۴۵	فرایند نوآوری
۴۸	شاخص‌های فرایند نوآوری
۴۹	منابع نوآوری
۵۲	موانع نوآوری
۵۳	موانع تخصصی
۵۴	موانع عملیاتی

۵۴	موانع مربوط به منابع
۵۴	موانع مقرراتی
۵۴	موانع مربوط به دسترسی به بازار
۵۴	دلایل شکست نوآوری

فصل سوم: انواع نوآوری

۵۸	نوآوری در محصول، فرایند و خدمت
۶۰	نوآوری در محصول
۶۱	نوآوری در فرایند
۶۲	رویکردهای نوآوری در فرایند
۶۳	تولید به‌مرجع
۶۳	مدیریت کیفیت جامع
۶۴	تولید ناب
۶۵	مدیریت بحیره تعیین
۶۵	برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی
۶۶	نوآوری در خدمات
۶۸	نوآوری در محصول و خدمات
۷۰	نوآوری بنیادین و تدریجی
۷۱	نوآوری بنیادین
۷۲	نوآوری تدریجی
۷۳	نوآوری‌های اجتماعی
۷۵	ویژگی‌های سازمان نوآور
۷۸	فرهنگ نوآوری
۷۸	موانع و عوامل محرک نوآوری

فصل چهارم: خلاقیت (موانع و فنون خلاقیت)

۸۴	تعریف خلاقیت
۸۵	موانع خلاقیت
۸۸	الف) موانع فردی خلاقیت
۸۹	ب) موانع اجتماعی خلاقیت
۸۹	ج) موانع سازمانی خلاقیت
۹۰	آمادگی ذهن برای خلاقیت
۹۳	فرایند حل خلاق مسئله
۹۶	فنون و روش‌های افزایش خلاقیت

۹۷	توفان ذهنی (فکری)
۱۰۰	توفان ذهنی معکوس
۱۰۳	فن چرا؟
۱۰۳	فن توهم خلاق
۱۰۴	فن پی.ام.آی
۱۰۵	فن DOIT
۱۰۶	فن شکوفه نیلوفر آبی
۱۰۷	فن چه می‌شود اگر ...؟
۱۰۸	فن در هر شکستن مفروضات
۱۰۸	فن تجربه و تبدیل مورفولوژیک
۱۰۹	فن دلفی
۱۰۹	فن بازگشت به دینری
۱۱۰	فن گروه اسمی
۱۱۲	فن سینکتیکس
۱۱۲	فن اسکمپر
۱۱۶	فن استخوان ماهی
۱۱۸	فن شش کلاه تفکر

فصل پنجم: استراتژی تجاری

۱۲۲	تعریف طرح تجاری
۱۲۲	ویژگی‌های طرح تجاری خوب
۱۲۳	طرح تجاری و طرح توجیهی
۱۲۳	طرح تجاری یک صفحه‌ای
۱۲۶	طرح تجاری کامل
۱۳۲	طرح توجیهی

فصل ششم: شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها

۱۳۴	شرکت‌های دانش‌بنیان
۱۳۴	اقتصاد دانش‌بنیان
۱۳۶	ویژگی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان
۱۳۶	اهداف و کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان
۱۳۷	استارت‌آپ‌ها
۱۳۸	نقش نوآوری و خلاقیت در استارت‌آپ‌ها
۱۴۰	تکرارپذیری در استارت‌آپ‌ها

و) کارآفرینی و نوآوری

- ۱۴۰ مقیاس پذیری
۱۴۱ عوامل مؤثر در موفقیت و شکست استارت‌آپ‌ها
۱۴۲ استارت‌آپ ویکند
۱۴۳ ایده اولیه
۱۴۴ نحوه برگزاری برنامه

فصل هفتم: بازاریابی و برندسازی

- ۱۴۶ مفهوم بازاریابی
۱۴۷ مدیریت بازاریابی
۱۴۷ تجزیه و تحلیل فرصت‌های بازار
۱۴۸ انتخاب بازار یا بازارهای هدف
۱۴۹ تهیه ترکیب عناصر بازاریابی
۱۵۰ حصول
۱۵۰ مکان عرضه
۱۵۱ قیمت‌گذاری
۱۵۱ برنامه‌های ترویجی
۱۵۱ مردم یا کارکنان شرکت
۱۵۱ فرایند
۱۵۲ برند
۱۵۳ عناصر برند
۱۵۴ روابط برند
۱۵۴ معیارهای نام تجاری
۱۵۵ توسعه برند
۱۵۵ مدیریت برند در طول زمان
۱۵۹ منابع و مآخذ

فهرست اشکال

- ۴۴ شکل ۱: قیف نوآوری
۴۵ شکل ۲: فرایند نوآوری
۵۰ شکل ۳: منابع نوآوری
۶۰ شکل ۴: میزان ملموس یا ناملموس بودن و ارتباط با مشتریان
۷۰ شکل ۵: نوآوری در محصول و فرایند
۷۱ شکل ۶: نوآوری بنیادین و تدریجی

امروزه ضرورت کارآفرینی در کشور ما بیش از گذشته احساس می‌شود. در گذشته نه‌چندان دور، دانشجویان دانشگاه‌ها پس از دانش‌آموختگی و حتی دوران دانشجویی جذب سازمان‌ها یا شرکت‌های دولتی شده و یا در بخش خصوصی مشغول کار می‌شدند. واقعیت آن است که در کشور ما توان ایجاد شغل دولتی برای میلیون‌ها دانش‌آموخته وجود ندارد؛ بنابراین دانشگاه‌ها باید دانشجویان را با کارآفرینی، نوآوری، خلاقیت و تخصص‌های لازم برای کارآفرینی آشنا و رابطه بین دانشگاه و صنعت را قوی‌تر نمایند و دولت نیز چتر حمایتی خود از نوآوران و کارآفرینان را وسیع‌تر نماید تا دانشجویان مشتاق و توانمند وارد عرصه کارآفرینی و ایجاد شغل شوند.

توسعه سופه دامیز کارآفرینی در گرو پنج عامل اساسی است: دسترسی به سرمایه، محیط حمایتی، شبکه‌های کارآفرینی (رئی‌گری و تربیت)، آموزش و کمک‌های فنی و تشویق جوانان به کارآفرینی.

در خصوص سرمایه، مسئله اصلی دسترسی به آن است. ممکن است سرمایه موجود باشد، اما امکان دسترسی به آن وجود نداشته باشد. اگر سرمایه موجود و در دسترس باشد، باید در مرحله توسعه کسب‌وکار به شکل مفید در اختیار کارآفرینان قرار گیرد. وام بانکی، شرکای تجاری، مؤسسه‌های توسعه سرمایه‌گذاری و منابع دولت باید به کارآفرینی اختصاص یابند.

محیط هم باید برای کارآفرینان حمایتی باشد. ایجاد جامعه و محیط‌های مدنی که از کارآفرینان پشتیبانی و تجلیل به عمل آورد، لازمه توسعه کارآفرینی است. وظیفه شبکه‌های کارآفرینی (تربیت و مربی‌گری) تسهیل گردهمایی‌های غیررسمی کارآفرینان برای به اشتراک‌گذاری تجربیات و اطلاعات، مرتبط نمودن کارآفرینان با مربیان باتجربه و ارائه تخصص مربی‌گری برای کمک به کارآفرینان از طریق مراحل کسب‌وکار خاص است. این شبکه‌ها باید به‌وسیله خود کارآفرینان و برای آنان ایجاد شود. باید ترتیبی اتخاذ شود کارآفرینان در زمان مناسب و با افراد مناسب ارتباط داشته باشند.

ایجاد سیستم ارائه مشاوره تخصصی و آموزش مناسب با نیازهای کارآفرینان یکی دیگر از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی است. سازمان‌های دولتی، خصوصی، آموزشی یا غیرانتفاعی به‌ویژه دانشگاه‌ها این وظیفه را به عهده دارند.

و آخرین مورد، برنامه‌ریزی برای تشویق جوانان به کارآفرینی است. چنین برنامه‌هایی باید دانش‌آموزان مدارس و دانشجویان دانشگاه‌ها را تشویق به ایجاد کسب‌وکار مربوط به تخصص خودشان نموده و زمینه را برای کارآفرینان آینده فراهم کند.

متأسفانه در مدارس و دانشگاه‌ها آموزش نظری و عملی به‌طور هم‌زمان صورت نمی‌گیرد؛ بیشتر اوقات دانشگاه‌ها چیزی به دانشجویان یاد می‌دهند که کمتر در صنعت به دردشان می‌خورد و برخی مواقع نیز صنعت در زمینه فناوری جلوتر از دانشگاه است.

از طرف دیگر، نوآوری یا تشویق دیگران به نوآوری در مدارس و دانشگاه‌ها آموزش داده نمی‌شود. هنوز هم ناظران مسائل کسب‌وکار بر این باورند که توانایی نوآوری و ارائه برنامه‌های تجاری برای ایده‌های جدید، مهم‌ترین عامل رقابتی بوده و خواهد بود و تقاضا برای کارکنان فنی و حرفه‌ای نوآور و کسانی که دیگران را به نوآوری تشویق می‌کنند، افزایش خواهد یافت؛ اما یافتن چنین کارکنانی همیشه آسان نیست. کسانی که توانایی نوآوری دارند، معمولاً در حاشیه دنیای کسب‌وکار قرار دارند و کمتر ساختار آن را می‌پذیرند.

این کتاب در هفت فصل با ویژگی‌های زیر تهیه شده است:

فصل اول: در این فصل تاریخچه و تعریف کارآفرینی از منظر دانشمندان این رشته و افراد فعال در زمینه کسب‌وکار آورده شده است. در تهیه این فصل از گزارش «مفهوم‌پردازی کارآفرینی و کسب‌وکار» کمیسیون کارآفرینی و کسب‌وکار مجمع تشخیص مصلحت نظام مورد استفاده قرار گرفته است.

فصل دوم: در این فصل به تعریف نوآوری و مفاهیم مرتبط با آن، اهداف، شاخص‌ها، منابع، موانع و دلایل شکست نوآوری‌ها پرداخته شده است. سازمان‌ها از سرمایه‌گذاری در زمینه نوآوری اهدافی دارند و این اهداف ممکن است از سازمانی به سازمان دیگر متفاوت باشد. نوآوری می‌تواند از تجارب و علاقه کارکنان، دانش موجود در سازمان، حمایت‌های فرایند ناشی شود. هرچند این‌ها منابع داخلی سازمان هستند، منابع خارجی نیز فرصت‌هایی را برای نوآوری ارائه می‌کنند. نوآوری می‌تواند از امور عادی و تجارب مشتریان، از سرریز دانش و نوآوری دیگر بخش‌های صنعتی، کاربران برجسته، دانشگاه‌ها و سازمان‌های تأمین‌کننده نیز نشأت بگیرد. یکی از روش‌های مفید برای اصلاح فرهنگ و فراهم نمودن شرایط لازم برای انجام نوآوری مؤثر، شناسایی رنج نوآوری است. متأسفانه، بیشتر نوآوری‌ها موفق به تحقق اهداف سازمانی نمی‌شوند. میزان شکست نوآوری‌ها تا حد زیادی بستگی به نوع نوآوری، میزان تجربه افرادی که اقدامات را انجام می‌دهند و زمینه خاصی که نوآوری در آن در حال انجام است، دارد. در تهیه این فصل، کتاب نوآوری آسولیوان مبنای تعاریف و اصطلاحات واقع شده است.

فصل سوم: در این فصل به انواع نوآوری از جمله نوآوری در محصول، فرایند و خدمت مورد تأکید واقع شده و شیوه‌های نوآوری مانند نوآوری تدریجی یا بنیادین با ذکر مثال‌هایی توضیح داده

شده‌اند. اصطلاح نوآوری اغلب با نوآوری در محصول پیوند خورده است. وقتی ما به نوآوری فکر می‌کنیم، به یک محصول فیزیکی مانند تلویزیون، ماشین یا دستگاه پخش موسیقی می‌اندیشیم؛ اما نوآوری می‌تواند در فرایندهای مربوط به تولید محصولات یا مربوط به ارائه محصول و خدماتی که منجر به ارائه محصولات غیرملموس می‌شوند نیز صورت گیرد.

فصل چهارم: در این فصل به خلاقیت و موانع آن از جمله موانع فردی، اجتماعی و سازمانی پرداخته شده و فنون افزایش آن توضیح داده شده‌اند. خلاقیت سنگ بنای نوآوری بوده و قابلیت ذاتی همه انسان‌هاست. خلاقیت، یک فرایند ذهنی است که به تولید ایده‌ها و مفاهیم جدیدی که مناسب، سودمند و کارآمدی می‌انجامد.

فصل پنجم: در این فصل طرح تجاری و انواع آن توضیح داده شده است. در فرایند کارآفرینی یکی از مهم‌ترین مراحل، تدوین طرح تجاری است. طرح تجاری درواقع گزارشی است که یک کارآفرین طی آن فرایند که بکار خود را شرح می‌دهد. این گزارش، اغلب برای جلب نظر سرمایه‌گذاران یا شریک‌های بالقوه می‌شود اما یک کارآفرین با آماده کردن آن می‌تواند به ضعف‌ها و قوت‌های طرح خود پی ببرد.

فصل ششم: در این فصل به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در توسعه کارآفرینی و مصوبات مربوط به آن‌ها اشاره شده است. برنامه‌های شرکت‌های دانش‌بنیان نقش مؤثری در توسعه علم و فناوری و به تبع آن نوآوری و کارآفرینی ایفا می‌کنند. دانش جدید یکی از عوامل و منابع نوآوری است. کشورهای توسعه‌یافته به توسعه دانش‌بنیان اهتمام داشته‌اند و به‌خوبی دریافته‌اند که گاه فروش فناوری می‌تواند حتی از تولید انبوه نیز سود بیشتری داشته باشد.

فصل هفتم: در این فصل به بازاریابی و برندسازی و اهمیت آن‌ها در موفقیت نوآوری و کارآفرینی پرداخته شده است. بازاریابی در همه مراحل از ایده تا اجرا و از فروش تا رسیدن محصول یا خدمات به دست مشتری، نقش حیاتی دارد.

امید است دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی در تربیت متخصصان و کارآفرینان بی‌شائبه کوشش نمایند تا جامعه‌ای خلاق، نوآور و فعال در عرصه تولید داشته باشیم. از دانشجویان و صاحب‌نظران تقاضا می‌شود پیشنهادهای اصلاحی خود را از طریق ایمیل زیر ارسال فرمایند.

با آرزوی توفیق

ناصر رحمدل

NASER8700@YAHOO.COM