

کار آفرینی، پول آفرینی
شهروندان کار آفرین در ایران

سید مرتضی رضایی

احمد روانبخش

میثم انصاری

سرشناسه	:	رضایی، سیدمرتضی، ۱۳۶۶-
عنوان و نام پدیدآور	:	کارآفرینی، پول آفرینی: شهروندان کارآفرین در ایران/ سیدمرتضی رضایی، احمد روانبخش، میثم انصاری.
مشخصات نشر	:	تهران: آرنا، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۱۳۷ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۳۵۶-۸۰۹-۹
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	کارآفرینی
موضوع	:	Entrepreneurship
موضوع	:	کارآفرینی -- ایران
موضوع	:	Entrepreneurship -- Iran
موضوع	:	سرمایه گذاری
موضوع	:	Investments
شماره افزوده	:	روانبخش، احمد، ۱۳۶۳-
شناسه افزوده	:	انصاری، میثم، ۱۳۶۵-
رده بندی بکره	:	HB۶۱۵
رده بندی ده	:	۰۴/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۶۶۵۰۳



نشر آرنا

عنوان	:	کارآفرینی، پول آفرینی (شهروندان کارآفرین در ایران)
مؤلفین	:	سید مرتضی رضایی - احمد روانبخش - میثم انصاری
ناشر	:	آرنا
چاپ	:	اول ۱۳۹۸
شمارگان	:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	:	۲۳۰۰۰ تومان
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۳۵۶-۸۰۹-۹

www.arnapub.com

فهرست مطالب

۷	مقدمه
---	-------

فصل اول

شناسایی فرصت‌های شغلی و بازاریابی کالا و خدمات

۱۵	الف: تعاریف و مفاهیم بازاریابی
۱۷	ب: فرصت
۲۳	پ: انتخاب رسانه تبلیغاتی
۲۶	ت: کاربرد فناوری اطلاعات در راه اندازی کسب و کارهای جدید

فصل دوم

آموزش تهیه طرح کسب و کار

۴۱	الف: آموزش تهیه طرح کسب و کار
۵۳	ب: صورت‌های مالی

فصل سوم

راه‌های کسب آمادگی برای ورود به بازار کسب و کار

۵۷	الف: مقدمات ورود به بازار کسب و کار
۵۹	ب: مراحل کسب و کار
۶۱	پ: ویژگی‌های کارآفرینان
۶۳	ت: تامین منابع مالی کسب و کار
۶۶	ث: مشاغل خانگی: مزایا و شیوه‌ها

ج : مزایای کارآفرینی در قالب شرکت های تعاونی ۷۶

فصل چهارم

آشنایی با قانون کار، تامین اجتماعی، مالیات و بانک ها

الف : آشنایی با قانون کار ۹۳

ب : آشنایی با قوانین و مقررات تامین اجتماعی ۱۰۱

پ : آشنایی با قوانین و مقررات مالیاتی ۱۰۸

www.ketab.ir

شهروندان کارآفرین در ایران

کارآفرین بودن آسان نیست. در حقیقت، می‌توانم اینطور بگویم که کارآفرین بودن حتی از ندانی بودن هم سخت‌تر است.

«جاگریتی چادهاری^۱»

اقتصاد جهانی، بر پایه کسب و کاری کوچک و متوسطی بنا شده است که حاصل فرآیند کارآفرینی است. یک کارآفرین برای شروع یک کسب و کار، ملزم به داشتن تمامی تخصص‌های مرتبط با کسب و کار نیست ولی با آگاهی از مفاهیم کارآفرینی، می‌تواند با گام‌های محکم‌تری وارد عرصه کارآفرینی شود. کسانی که قصد ورود به بازار کسب و کار را دارند می‌بایست با الفبای کارآفرینی آشنا شوند تا بتوانند در میان انبوه کسب و کارها به موفقیت دست یابند. اگر چشم‌انداز خود را ترسیم نمودیم و دانستیم که به کجا می‌خواهیم برویم، آنگاه می‌توانیم ایده خود، در مورد راه‌اندازی یک کسب و کار با عالی‌سازیم. هنگام ورود به بازار کسب و کار، باید با روش‌های راه‌اندازی یک کسب و کار آشنا باشیم و بدانیم که چه کاری را می‌بایست آغاز کنیم و انتخاب‌های دیگرمان چیست؟ از آنجایی که به دنبال موفقیت هستیم، پس باید بدانیم که چگونه می‌توان کارآفرین شد؟ کارآفرینی فرآیندی است که طی آن، فرد

کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید و بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت های نوآور می کند. کارآفرین کسی است که به انگیزه های مختلف و با داشتن یک هدف مشخص، پس از شناسایی زمینه های مناسب و نوین تولید، اقدام به ثروت آفرینی برای دیگران می کند. کارآفرین فردی است که دارای ایده و فکر جدیدی است و از طریق ایجاد یک کسب و کار که توأم با ریسک مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدیدی را به بازار عرضه می کند. کارآفرین منتظر استخدام شدن نیست، بلکه خود استخدام کننده است. او ممکن است سرمایه دار یا کارگر نباشد. ما از سرمایه و نیروی کار به خوبی استفاده می کند. او به ارزش های خاصی پای بند است. لذا صداقت، اعتماد، از خود گذشتگی و نوع دوستی، جز خصوصیات اخلاقی وی نیست.

بر خلاف سایر فرهنگ ها و اقوام، که کارآفرینی به یک سبک زندگی تبدیل شده است، در ایران همواره به کارآفرین به عنوان یک پروژه نگاه شده است و بیش از آنکه فرایند کارآفرینی برای ما جذاب باشد، دستاوردهای کارآفرینی برایمان مهم است. پروژه کارآفرینی از این جهت می تواند عنوانی معنادار باشد که بسیاری از کسانی که سودای کارآفرینی را در سر دارند، درست مانند یک پروژه، نقطه ای شروع و پایان مشخصی را برای کارآفرینی در نظر می گیرند و منتظر هستند تا پروژه کارآفرینی به پایان برسد و بتوانند از پیوهای این تلاش استفاده کنند و در سایه دستاوردهای آن بیایند. یک کارآفرین تلاش می کند ضمن ارائه راهها و فرصت های جدید، راه و روش های جدید را به فرصت های پول ساز و رشد و تعالی شخصی خود مبدل نماید. اغلب کارآفرینان از نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت ها استفاده می کنند و آنها را به شرایط پول ساز و فرصت های جدیدی تبدیل می کنند. یک کارآفرین دقیقاً از موضوعی استفاده می کند که به عقیده ی بسیاری از مردم عادی مشکل و ناسازگار با شرایط است.

موضوعی که اغلب مردم از آن ناراحت و برای خود و یا صنعت و تولید خود آن را معضل می‌دانند. متأسفانه در ایران به دلیل تسلط دولت بر امور جاری متولی و کارفرمای اصلی برای اغلب صنایع و شرکت‌های بزرگ همچنان دولت محسوب می‌شود و این دقیقاً بر خلاف رویکرد اغلب کشورهای توسعه یافته و پیشرفته است که بخش خصوصی با اختیارات فراوان صاحب صنعت و تکنولوژی محسوب می‌شود. یکی از دلایل رشد بیکاری در جوامع کمتر توسعه یافته نبود ایده و رقابت در سطح سازمانها و شرکتها است. در ایران تسلط دولت بر امور شرکتها حلافت و رقابت را از سطح جامعه ربوده است. جامعه کمتر در خود نیاز به رقابت می‌یابد و به همین دلیل دانشجویان فارغ‌التحصیلان جامعه تنها به دنبال یافتن یک کار ثابت و بدون مسوولیت در شرکتی دولتی هستند. هر چند تحصیلات دانشگاهی و دبیرستانی در ایران متأسفانه به نحوی برنامه‌ریزی و تدریس نمی‌شود تا دانش‌آموزان و دانشجویان ما با خودباوری و توانایی لازم برای ایجاد یک کسب و کار نوین و خلاقانه وارد بازار کار شوند. چیزی که به شدت در جامعه به آن نیاز داریم قشر تحصیل کرده و کاردانی است که از فرصت‌های به شدت زیاد و منابع اولیه و پتانسیل‌های موجود در بازار ایران بتوانند انواع کارآفرینی‌ها و راه‌های جدید را بوجود بیاورند. به عقیده بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی مانند بانک جهانی، سازمان توسعه و مشارکت اجتماعی، سازمان ملل متحد و... تنها دولت‌ها هستند که می‌توانند با تغییر ایدئولوژی‌های تحصیلی و حمایت از ایده‌ها و کارآفرینان فرصت‌های مناسب را به جریان و رگ جامعه تزریق نموده و مشکلاتی مانند بیکاری را کنترل و ریشه کن بکنند. شرایط دانشگاهی و آموزشی و نخبه‌پروری ما در حوزه‌ی کارآفرینی باید اعتماد به نفس و استقلال بیشتر و اتکا به توان داخلی را بیشتر در دانشجویان تقویت کند. دانشجو باید شرایط جامعه را بداند و نسبت به موضع جامعه و شرایط حاکم بر صنعت و اقتصاد جامعه بتواند مشکلات خود را مرتفع نماید تا موفقیت خود را در کارآفرینی تضمین کند. دانشجوی کارآفرین باید

بتواند بدون نیاز به استفاده از شرایط اقتصاد روان و سالم بتواند با به کارگیری کمترین فرصت‌ها بهترین شرایط را برای خود به وجود بیاورد و از قدرت رقابتی بسیار زیادی بهره‌مند شود. متأسفانه تعداد دانشجویان در ایران هر روز بیشتر شده و تعداد افرادی که خواهان ورود به بازار کار هستند و این زیاد بودن تعداد دانشجویان متأسفانه بر روند آموزش نیز تأثیر منفی داشته و کیفیت آن را کاهش داده است. دانشجویان ما باید از ابتدا مسیر خود را درست کنند. بسیاری از کشورهای توسعه یافته سطوح ابتدایی و راهنمایی خود را تقویت کرده‌اند به شکلی که دانشجو در زمانی که خواهان ورود به تحصیلات عالی است به خوبی توانایی حضور در بازار کار را دارد و تنها به جهت توسعه‌ی دانش و توانایی خود به تحصیلات ادامه می‌دهد. در حالی که در ایران تمام نگرانی دانش‌آموزان موفقیت در کورس است که همه‌ی تمرکز آن بر علوم غیر عملی و مهارت‌های علمی و کتابی دانش‌آموزان است. حتی دانشجو در زمان تحصیل در دانشگاه هم اغلب توانایی لازم را به دست نمی‌آورد و پس از ورود به بازار کار تازه باید از ابتدا دوباره آموزش ببیند. حتی این موضوع قبلاً شرایط بدتری داشت چرا که دانشجویان فارغ از علاقه و تخصص نسبی خود و صرفاً برای حضور در دانشگاه در رشته‌هایی تحصیل کرده‌اند که اغلب اصلاً علاقه‌ای به آن ندارند. یکی از نیازهای اساسی آموزش کارآفرینی در همه‌ی انواع استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی‌های پیشرفته‌ی آموزشی است. وقتی دانشگاه مرکز آموزش عالی در بسیاری از مناطق ما از امکانات اولیه‌ی دانشگاهی برخوردار نیست، نمی‌توان انتظار داشت تا کارآفرینی در ایران موفقیت زیادی به دست بیاورد. مشکلاتی مانند زیر ساخت‌های ضعیف بسترهای اینترنتی، نبود رایانه و تجهیزات به روز تحصیلی، نبود کارشناسان توانا برای ایجاد منابع تحصیلی رایانه‌ای، خدمات ارتباطی ضعیف، ضعف شناخت زبان انگلیسی، اطلاعات قدیمی و نامعتبر بازار کار و... اساس و پایه‌ی بسیاری از فرصت‌های کارآفرینی نه تنها در بین دانشجویان و دانش‌آموزان بلکه در همه‌ی صنایع و خدمات و تولیدی‌ها، در

تمامی کشورهای توسعه یافته وجود تحقیق و توسعه است. ما در ایران بخصوص در حوزه‌های کارآفرینی، تحقیقات نداریم و اگر هم باشد بسیار ضعیف است. در حالی که شناخت فرصت‌های جدید تنها در سایه‌ی تحقیقات میدانی و علمی بسیار دقیق است. باید یک کارآفرین بداند چه فرصت‌ها و موقعیت‌هایی دارد. در کدام نقاط ضعف وجود دارد، کدام صنایع به چه مواردی نیاز دارند، اکثر واردات کشور در چه حوزه‌ای و برای تأمین آن در داخل مشکلات چیست، نیازهای خرد و کلان هر صنعت و خدمتی چیست و... این وظیفه‌ی تحقیقات است که این فرصت‌ها و شرایط را بشناسد تا کارآفرین با طراحی ایده‌ی مناسب در تلاش برای حل مشکلات شناخته شده و فرصت‌های موجود بتواند ضمن کارآفرینی در حوزه‌ی تعیین شده و رفع مشکل به کمک اقتصاد کشور هم بیاید. خوشبختانه تلاش چند ساله‌ی اخیر دولت برای رونق رفت از این شرایط تا حدود زیادی توانسته مشکلات آموزشی را مرتفع نماید. هنوز فاصله‌ی زیادی داریم. از طرفی هم دیدگاه مردم به تولیدات داخلی عصب شده و فرهنگ کارآفرینی و ایجاد کسب و کار تازه در حال رشد است. در نتیجه می‌توان به آینده‌ی کارآفرینی در ایران بسیار خوش‌بین بود.