

کارآفرینی، یک جرعه از بی نهایت

(جلد اول)



دانشگاه صنعتی شریف



موسسه کار و ماسن اجتماعی

www.ketab.ir

فیض بخش، علیرضا، ۱۳۳۹ -

کارآفرینی، یک جرعه از بی‌نهایت / [علیرضا فیض بخش].

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰.

۲ج: مصور (رنگی)، جدول، نمودار؛ ۲۹×۲۲ س.م.

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی. ج. ۱؛ ۳۷۰. ج. ۲؛ ۳۷۱.

۸۰۰۰۰ ریال؛ ج. ۱: ۵-۱۲۶-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸؛ ۸۰۰۰۰ ریال ج. ۲: ۲-۱۲۷-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸؛

۱۶۰۰۰۰ ریال: دوره - ۸-۱۲۵-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

فیفا

کتابنامه.

کارآفرینی

طرح پیشنهادی در بازرگانی

موفقیت در کسب و کار

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ۵/۹۴/۱۵ HB

۲۵۰۱۱۴۹

۳۳۸/۰۴

کارآفرینی یک جرعه از بی‌نهایت

جلد اول

ناشر: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

سال انتشار: ۱۳۹۰

نوبت چاپ: اول

لیتوگرافی چاپ و صحافی: واژه‌پرداز اندیشه - چاپ اندیشه

شابک: ۵-۱۲۶-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

قیمت دوره دوجلدی: ۱۶۰۰۰۰ ریال

تهران- خیابان پاسداران - ابتدای اختیاریه جنوبی - کوچه آزاده- شماره ۵

کدپستی: ۱۹۴۵۹۴۱۱۴۸ تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳ دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

شبکه اطلاع رسانی: www.lssi.ir پست الکترونیکی: lssi@lssi.ir

جلد اول

۱	♦♦♦ فصل اول: مقدمات کارآفرینی
۴۱	♦♦♦ فصل دوم: کارآفرینی سازمانی
۷۹	♦♦♦ فصل سوم: کارآفرینی اجتماعی
۱۱۱	♦♦♦ فصل چهارم: خلاقیت
۱۶۹	♦♦♦ فصل پنجم: کار تیمی
۲۲۵	♦♦♦ فصل ششم: مقدمه‌ای بر طرح تجاری
۲۴۱	♦♦♦ فصل هفتم: مدل کسب و کار
۲۸۱	♦♦♦ فصل هشتم: طرح تجاری یک صفحه‌ای
۳۱۱	♦♦♦ فصل نهم: طرح تجاری کامل
۳۵۷	♦♦♦ فصل دهم: توصیه‌ها و پیشنهاداتی برای تهیه کنندگان طرح تجاری

جلد دوم

۳۹۱	♦♦♦ فصل یازدهم: طرح مالی
۴۳۵	♦♦♦ فصل دوازدهم: تامین مالی
۵۰۳	♦♦♦ فصل سیزدهم: مذاکره و دام‌های آن برای کارآفرینان
۵۳۳	♦♦♦ فصل چهاردهم: مدیریت منابع انسانی
۶۰۱	♦♦♦ فصل پانزدهم: بازاریابی برای کارآفرینان
۶۴۳	♦♦♦ فصل شانزدهم: تجارت الکترونیک
۷۰۳	♦♦♦ فصل هفدهم: مباحث حقوقی و کارآفرینی

مقدمه

سخنی با خوانندگان

تشکر و قدردانی

♦♦♦ فصل اول: مقدمات کارآفرینی

۱

تعریف نسبتاً جامعی از کارآفرینی

۶

فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینانه

۹

انواع کارآفرینی

۱۳

ویژگی‌های کارآفرینان

۱۵

فرآیند کارآفرینانه

۲۶

کارآفرینی سازمانی و علل تمایل به آن

۲۹

پیوست

۳۵

خلاصه

۳۸

پرسش‌هایی برای بحث

۳۹

آدرس سایت‌های مفید این حوزه

۳۹

منابع

۳۹

♦♦♦ فصل دوم: کارآفرینی سازمانی

۴۱

مفهوم کارآفرینی سازمانی

۴۵

اهمیت کارآفرینی سازمانی

۴۷

مدل‌های کارآفرینی سازمانی

۴۸

ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی

۵۵

استراتژی کارآفرینی سازمانی

۵۸

ارزیابی آمادگی سازمان برای کارآفرینی سازمانی

۶۵

چالش‌های کارآفرینی سازمانی

۶۸

توصیه‌هایی برای کارآفرینان سازمانی

۷۲

خلاصه

۷۳

پرسش‌هایی برای بحث

۷۴

آدرس سایت‌های مفید این حوزه

۷۵

منابع

۷۵

سایر منابع برای مطالعه بیشتر

۷۷

♦♦♦ فصل سوم: کارآفرینی اجتماعی

۷۹

مفهوم کارآفرینی اجتماعی

۸۰

۸۲	انواع کارآفرینی اجتماعی
۸۵	دورنمای کارآفرینی اجتماعی
۸۵	فرصت هایی برای کارآفرینی اجتماعی
۸۵	درک عمیق تری از کارآفرینی اجتماعی
۸۷	ساختار کارآفرینی اجتماعی
۸۸	کارآفرینان اجتماعی چه کسانی هستند؟
۹۲	مدل کارآفرینی اجتماعی
۹۶	تئوری های کارآفرینی اجتماعی
۹۸	افسانه هایی در باره کارآفرینی اجتماعی
۹۹	ایده ها و فرصت ها
۱۰۷	خلاصه فصل
۱۰۸	پرسش هایی برای بحث
۱۰۸	آدرس سایت های مفید این حوزه
۱۰۹	منابع
۱۱۱	♦♦♦ فصل چهارم: خلاقیت
۱۱۳	مفهوم خلاقیت
۱۱۷	خلاقیت و نوآوری - تفاوت مخترع و کارآفرین
۱۱۹	موانع خلاقیت
۱۳۲	فرآیند خلاقیت
۱۴۰	تکنیک ها و روش های افزایش خلاقیت
۱۵۸	تست خلاقیت
۱۶۲	پیوست
۱۶۵	خلاصه فصل
۱۶۶	پرسش هایی برای بحث
۱۶۷	آدرس سایت های مفید این حوزه
۱۶۷	منابع
۱۶۹	♦♦♦♦ فصل پنجم: کار تیمی
۱۷۲	تفاوت های کار تیمی و کار گروهی
۱۷۳	مزایا و محدودیت های کار تیمی
۱۷۵	مهارت های لازم در کار تیمی
۱۷۶	تیم سازی
۱۷۷	رهبری تیم
۱۷۹	مراحل ساخت تیم

۱۸۱	نقش ها و وظایف در تیم
۱۸۲	اندازه تیم
۱۸۲	فرد تسهیل گر
۱۸۳	اصول کار تیمی
۱۸۳	چالش های کار تیمی
۱۸۷	بازی های تیمی
۱۸۷	♦ بازی های تیم سازی
۱۸۸	♦ بازی های تیمی خلاقیت
۱۸۸	♦ بازی های رهبری تیم
۱۸۸	♦ بازی تیمی بزرگ شبیه سازی کسب و کار
۱۹۰	پیوست (نمونه بازی های تیمی)
۲۲۰	خلاصه فصل
۲۲۲	پرسش هایی برای بحث
۲۲۲	آدرس سایت های مفید این حوزه
۲۲۳	منابع
۲۲۵	♦♦♦ فصل ششم: مقدمه ای بر طرح تجاری
۲۲۹	طرح تجاری چیست؟
۲۳۰	چرا طرح تجاری لازم است؟
۲۳۲	چه کسانی طرح تجاری را می نویسند؟
۲۳۲	چه کسانی طرح تجاری را می خوانند؟
۲۳۵	آنچه باید قبل از نوشتن طرح تجاری دانست
۲۳۷	خلاصه فصل
۲۳۸	پرسش هایی برای بحث
۲۳۹	آدرس سایت های مفید این حوزه
۲۳۹	منابع
۲۴۱	♦♦♦ فصل هفتم: مدل کسب و کار
۲۴۲	داستان استاریاکس
۲۴۵	مدل کسب و کار چیست؟
۲۴۸	مزایای مدل کسب و کار
۲۴۹	سیر تکامل مدل کسب و کار
۲۵۰	استراتژی، مدل کسب و کار و فرایندهای سازمان
۲۵۲	اجزای مدل کسب و کار
۲۶۰	طراحی مدل کسب و کار

۲۶۶	ارزیابی و بهبود مدل کسب و کار
۲۶۹	تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مدل های کسب و کار
۲۷۲	داستان آمازون
۲۷۷	خلاصه فصل
۲۷۸	پرسش هایی برای بحث
۲۷۸	آدرس سایت های مفید این حوزه
۲۷۸	منابع
۲۸۱	♦♦♦ فصل هشتم: طرح تجاری یک صفحه ای
۲۸۳	طرح تجاری یک صفحه ای چیست و چرا تدوین آن لازم است؟
۲۸۶	چشم انداز
۲۹۰	شرح ماموریت
۲۹۳	اهداف
۲۹۶	استراتژی ها
۳۰۱	برنامه ها
۳۰۴	نمونه ای از طرح تجاری یک صفحه ای
۳۰۷	خلاصه فصل
۳۰۸	پرسش هایی برای بحث
۳۰۸	آدرس سایت های مفید این حوزه
۳۰۹	منابع
۳۱۱	♦♦♦ فصل نهم: طرح تجاری کامل
۳۱۳	تهیه پیش نویس
۳۱۳	تهیه نسخه اولیه
۳۱۳	تجدید نظر متن اولیه
۳۱۴	ویراستاری
۳۱۴	بازخوانی و کنترل مجدد
۳۱۵	ساختار پیشنهادی طرح تجاری
۳۱۷	۱- بخش معرفی
۳۱۸	۲- خلاصه مدیریتی
۳۲۳	۳- تحلیل صنعت
۳۲۶	۴- شرح فعالیت کارآفرینانه
۳۲۸	۵- طرح تولید
۳۳۶	۶- طرح بازاریابی
۳۴۰	۷- طرح سازمانی

۳۴۱	۸- ارزیابی ریسک
۳۴۳	۹- طرح مالی
۳۵۱	۱۰- ضمیمه
۳۵۲	خلاصه فصل
۳۵۳	پرسش‌هایی برای بحث
۳۵۴	آدرس سایت‌های مفید این حوزه
۳۵۴	منابع
۳۵۷	♦♦♦ فصل دهم: توصیه‌ها و پیشنهاداتی برای تهیه‌کنندگان طرح تجاری
۳۵۸	سرمایه‌گذاران به چه فاکتورهایی در طرح تجاری دقت می‌کنند؟
۳۶۰	چگونه می‌توان یک طرح تجاری مؤثر نوشت؟
۳۶۷	استفاده و اجرای طرح تجاری
۳۶۹	نمونه یک طرح تجاری
۳۸۷	خلاصه فصل
۳۸۸	پرسش‌هایی برای بحث
۳۸۸	آدرس سایت‌های مفید این حوزه
۳۸۸	منابع

جلد دوم

۳۹۱	♦♦♦ فصل یازدهم: طرح مالی
۳۹۴	سرمایه‌گذاری ثابت
۳۹۴	هزینه (سرمایه‌گذاری)های جاری
۳۹۴	سرمایه در گردش
۳۹۶	مراحل محاسبه سرمایه‌گذاری کل طرح
۳۹۷	هزینه استهلاک
۳۹۹	هزینه‌های ثابت
۳۹۹	هزینه‌های متغیر
۴۰۲	نحوه محاسبه سرمایه‌گذاری کل طرح
۴۰۳	نحوه تامین منابع مالی
۴۰۳	فروش و پیش‌بینی فروش
۴۰۴	پیش‌بینی‌های مالی طرح (سود و زیان)
۴۰۶	شاخص‌های مالی طرح

۴۰۹	مستندات
۴۱۲	پیوست
۴۳۱	خلاصه فصل
۴۳۲	پرسش‌هایی برای بحث
۴۳۲	آدرس سایت‌های مفید این حوزه
۴۳۲	منابع
۴۳۵	◆◆◆ فصل دوازدهم: تامین مالی
۴۳۶	تامین مالی در کارآفرینی
۴۳۸	عوامل موثر در انتخاب استراتژی مناسب تامین مالی شرکت‌ها
۴۳۹	ابزارهای تامین مالی
۴۴۰	تامین مالی کوتاه مدت
۴۴۲	تامین مالی میان مدت و بلند مدت
۴۴۴	تامین مالی فعالیت کارآفرینانه در ایران
۴۴۹	منابع خصوصی تامین مالی (سرمایه‌های شخصی، دوستان و اقوام)
۴۵۲	منابع تامین مالی از طریق قرض از مراکز اعتبار دهی
۴۵۳	بانک‌های تجاری و موسسات مالی و اعتباری
۴۵۸	خط‌های اعتباری و اعتبارات اسنادی
۴۵۸	وام‌دهندگان به پشتوانه دارایی (وام رهنی)
۴۵۸	اعتبار تجاری
۴۵۹	اوراق قرضه
۴۵۹	کمک‌های دولتی
۴۷۸	منابع تامین مالی از طریق فروش سهام
۴۷۹	منابع تامین مالی از طریق جلب مشارکت افراد حقیقی و حقوقی
۴۸۲	پیوست
۴۹۹	خلاصه فصل
۵۰۱	پرسش‌هایی برای بحث
۵۰۱	آدرس سایت‌های مفید این حوزه
۵۰۱	منابع
۵۰۳	◆◆◆ فصل سیزدهم: مذاکره و دام‌های آن برای کارآفرینان
۵۰۵	مذاکره چیست و چرا یک کارآفرین به آن نیاز دارد؟
۵۰۵	برنامه‌ریزی برای مذاکره
۵۱۲	مدیریت فضای یک مذاکره
۵۱۵	کارآفرینی و هنر نه گفتن

۵۲۱	مذاکره چگونه به بن بست می‌رسد؟
۵۲۲	دام‌های مذاکره برای کارآفرینان
۵۲۹	خلاصه فصل
۵۳۰	پرسش‌هایی برای بحث
۵۳۰	آدرس سایت‌های مفید این حوزه
۵۳۱	منابع
۵۳۳	♦♦♦ فصل چهاردهم: مدیریت منابع انسانی
۵۳۵	بخش اول: معرفی مدیریت منابع انسانی
۵۳۵	مدیریت منابع انسانی
۵۳۷	اهمیت و ضرورت مدیریت منابع انسانی
۵۳۸	بخش دوم: معرفی کارکردهای منابع انسانی
۵۳۸	مدیریت منابع انسانی و برنامه‌ریزی استراتژیک
۵۸۱	♦ بخش سوم: سازمان‌های کوچک و متوسط کارآفرین و مدیریت منابع انسانی
۵۸۴	بخش چهارم: کارآفرینی درون سازمانی و مدیریت منابع انسانی
۵۸۶	نقش مدیریت منابع انسانی
۵۸۶	طراحی شغل و مسیر شغلی
۵۸۷	شناسایی و استخدام
۵۸۸	آموزش بر اساس مسیر شغلی
۵۸۸	ارزیابی عملکرد و جبران خدمت
۵۸۹	پذیرش شکست
۵۹۰	پیوست (سوالات مصاحبه و طراحی شغل مربوط به آن)
۵۹۶	خلاصه فصل
۵۹۸	پرسش‌هایی برای بحث
۵۹۸	آدرس سایت‌های مفید این حوزه
۵۹۸	منابع
۶۰۱	♦♦♦ فصل پانزدهم: بازاریابی برای کارآفرینان
۶۰۳	اهمیت بازاریابی برای کارآفرینان
۶۰۴	بازاریابی و کارآفرینی
۶۰۶	بازاریابی در بنگاه‌های کوچک و متوسط
۶۰۸	تفکر استراتژیک در حوزه بازاریابی
۶۱۲	جایگاه‌یابی، هدف‌گیری و تقسیم‌بندی بازار ویژه کسب و کارهای کارآفرینانه
۶۱۶	انتخاب و ارزیابی محصولات و خدمات جدید
۶۱۸	تصمیم‌گیری در حوزه قیمت‌گذاری در کسب و کارهای کارآفرین

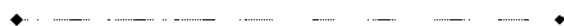
۶۲۲	تصمیمات مرتبط با کانال توزیع و فروش در بنگاه های کوچک و متوسط
۶۲۶	ترویج و تبلیغات کارآفرینانه
۶۳۱	کارآفرینان چگونه می توان ند بهره وری تبلیغات خود را افزایش دهند؟
۶۳۱	بودجه بندی تبلیغات
۶۳۳	ترسیم فعالیت های آتی بنگاه در حوزه بازاریابی در قالب تدوین یک برنامه بازاریابی
۶۳۹	خلاصه فصل
۶۴۱	پرسش هایی برای بحث
۶۴۱	آدرس سایت های مفید این حوزه
۶۴۲	منابع
۶۴۳	♦♦♦♦ فصل شانزدهم: تجارت الکترونیک
۶۴۵	تجارت الکترونیک چیست؟
۶۵۲	طبقه بندی تجارت الکترونیک بر اساس ماهیت ارتباط و تعامل
۶۵۴	سطوح بلوغ تجارت الکترونیک
۶۵۶	نیروهای محرک به سوی تجارت الکترونیک
۶۶۰	اثر تجارت الکترونیک بر سازمان ها و فرآیندهای سازمانی
۶۶۴	مدل های تجارت الکترونیک
۶۷۰	منابع درآمد در تجارت الکترونیک
۶۷۲	اهمیت تجارت الکترونیک در کسب و کار
۶۷۷	تجارت الکترونیک بی سیم
۶۸۱	تجارت الکترونیک و کارآفرینی
۶۹۷	پرداخت در تجارت الکترونیک
۶۹۹	امنیت در تجارت الکترونیک
۷۰۰	خلاصه فصل
۷۰۱	پرسش هایی برای بحث
۷۰۲	آدرس سایت های مفید این حوزه
۷۰۲	منابع
۷۰۳	♦♦♦♦ فصل هفدهم: مباحث حقوقی و کارآفرینان
۷۰۵	مبدا حقوق تجارت
۷۰۶	تجار و معاملات تجاری
۷۰۶	شخصیت حقوقی شرکت تجاری
۷۰۸	انواع شرکت های تجاری
۷۱۳	اسناد مالی
۷۱۸	حمایت از دارایی های فکری، چرا و چگونه؟

۷۲۲	حقوق مالکیت فکری در ایران
۷۲۴	انواع دارایی های فکری و حقوق مرتبط با آنها
۷۲۴	♦ اختراع
۷۲۷	♦ علامت تجاری
۷۳۲	♦ طرح صنعتی
۷۳۳	♦ آثار ادبی، هنری و علمی
۷۳۵	♦ حمایت ترکیبی
۷۳۵	ابزار یا هدف
۷۳۶	امتیاز بهره برداری
۷۳۸	اطلاعات اسناد ثبت اختراع
۷۴۰	برخورد حرفه ای از خشت اول
۷۴۲	پیوست
۷۴۲	♦ پیوست ۱: نگاهی به مباحث منتخب قانون کار "جمهوری اسلامی ایران"
۷۴۴	♦ پیوست ۲: انحلال و ورشکستگی شرکت
۷۴۷	♦ پیوست ۳: نکاتی چند در خصوص قانون مالیات های مستقیم
۷۷۶	♦ پیوست ۴: نکاتی چند در خصوص قانون مالیات بر ارزش افزوده
۷۸۲	خلاصه فصل
۷۸۴	پرسش هایی برای بحث
۷۸۴	آدرس سایت های مفید این حوزه
۷۸۵	منابع

جلد اول

۱۵	جدول ۱-۱: حیطه فعالیت هر یک از انواع کارآفرینی
۲۶	جدول ۱-۲: جنبه های فرآیند کارآفرینانه
۳۴	جدول ۱-۳: محیط کارآفرینانه سازمانی
۳۵	جدول ۱-۴: آزمون علایق ذاتی به استقلال
۳۶	جدول ۱-۵: آزمون علایق ذاتی به کنترل
۳۷	جدول ۱-۶: آزمون علاقه به ریسک پذیری
۴۶	نمودار ۲-۱: مفهوم کارآفرینی سازمانی (شارما و کریسمن، ۱۹۹۹)
۵۰	نمودار ۲-۲: مدل توسعه کارآفرینی سازمانی (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۶)
۵۳	نمودار ۲-۳: مدل توسعه کارآفرینی سازمانی (ساته، ۲۰۰۳)
۵۶	جدول ۲-۱: مقایسه مدیران سنتی، کارآفرینان مستقل و کارآفرینی سازمانی
۶۰	نمودار ۲-۲: نمونه ای از اهداف و برنامه ها برای توسعه چشم انداز مشترک (کنتر، ۱۹۸۵)
۸۲	نمودار ۳-۱: قلمرو کارآفرینی اجتماعی
۸۴	نمودار ۳-۲: فرآیند کارآفرینی اجتماعی
۹۱	نمودار ۳-۳: ویژگی های روان شناختی مؤثر در پرورش کارآفرین اجتماعی
۹۲	جدول ۳-۱: ترکیب ریسک گریزی و نوآوری در راه اندازی کارآفرینی
۹۷	نمودار ۳-۴: چگونگی تأثیر عوامل مطرح شده در تئوری های کارآفرینی اجتماعی
۱۰۰	نمودار ۳-۵: حرکت از پیش زمینه به فرآیند خلاقیت
۱۰۳	نمودار ۳-۶: فرآیند خلاقانه کارآفرینی اجتماعی
۱۰۴	نمودار ۳-۷: طیف انواع مختلف ایده های کارآفرینی
۱۳۰	جدول ۴-۱: نمونه های تفکر منفی
۱۳۱	جدول ۴-۲: موانع تفکر خلاق
۱۴۸	جدول ۴-۳: نمونه ای از روش ارتباط اجباری برای دو کلمه کاغذ و صابون
۱۵۳	جدول ۴-۴: نمونه فهرست خصوصیات برای یک کارخانه تولید لامپ
۲۴۶	جدول ۷-۱: تعاریف مدل کسب و کار
۲۴۷	نمودار ۷-۱: اجزای اصلی مدل کسب و کار
۲۵۱	نمودار ۷-۲: استراتژی، مدل کسب و کار و فرایندهای کسب و کار (استروالد و پیگنر، ۲۰۰۲)

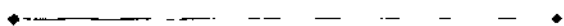
۲۵۴	نمودار ۷-۳: اجزای مدل کسب و کار (استروالد، ۲۰۰۴)
۲۶۱	جدول ۷-۲: الگوی طراحی مدل کسب و کار
۲۶۶	جدول ۷-۳: ارزیابی و بهبود مدل کسب و کار
۲۷۰	نمودار ۷-۴: تفکیک ساختار کسب و کارها



۳۱۶	جدول ۹-۱: اجزای یک طرح تجاری
۳۲۹	نمودار ۹-۱: رابطه تعاملی میان محصول، فرایندهای تولید و عملیات و دگر عناصر تولید
۳۳۱	نمودار ۹-۲: تحلیل ساخت - خرید
۳۴۴	جدول ۹-۲: صورت سود و زیان
۳۴۵	جدول ۹-۳: محاسبه قیمت تمام شده کالای ساخته شده
۳۴۷	جدول ۹-۴: جریان نقدینگی
۳۴۹	جدول ۹-۵: ترازنامه

جلد دوم

۳۹۵	جدول ۱۱-۱: جدول هزینه‌های جاری شرکت الف
۳۹۷	جدول ۱۱-۲: نمونه جدول سرمایه‌گذاری ثابت
۳۹۸	جدول ۱۱-۳: نمونه جدول هزینه‌های جاری
۳۹۸	جدول ۱۱-۴: ساختار جدول تفکیکی هزینه‌های ثابت و متغیر
۴۰۰	جدول ۱۱-۵: نمونه جدول تفکیکی هزینه‌های ثابت و متغیر
۴۰۱	جدول ۱۱-۶: نمونه جدول سرمایه‌گذاری ثابت طرح
۴۰۲	جدول ۱۱-۷: نمونه جدول سرمایه در گردش طرح (هزینه‌های جاری)
۴۰۳	جدول ۱۱-۸: ساختار تامین سرمایه
۴۰۴	جدول ۱۱-۹: پیش‌بینی فروش
۴۰۵	جدول ۱۱-۱۰: پیش‌بینی سود و زیان
۴۰۷	جدول ۱۱-۱۱: نمونه جدول پیش‌بینی فروش
۴۱۰	جدول ۱۱-۱۲: جدول شرح ماشین‌آلات و تجهیزات و نحوه تامین
۴۱۰	جدول ۱۱-۱۳: جدول حقوق و دستمزد در بازه مشخص
۴۱۱	جدول ۱۱-۱۴: جدول قیمت و مواد اولیه مصرفی مورد نیاز در یک دوره زمانی مشخص
۴۱۱	جدول ۱۱-۱۵: جدول هزینه‌های سوخت و انرژی مصرفی در یک دوره زمانی مشخص
۴۱۱	جدول ۱۱-۱۶: جدول هزینه استهلاک و تعمیرات و نگهداری



۴۴۰	جدول ۱۲-۱: روش‌های تامین مالی کوتاه مدت
۴۴۲	جدول ۱۲-۲: روش‌های تامین مالی میان مدت و بلند مدت

۴۴۷	نمودار ۱-۱۲: نمودار رابطه میان میزان خطرپذیری سرمایه‌گذاری و چرخه رشد شرکت
۵۴۰	نمودار ۱-۱۴: مدل برنامه‌ریزی استراتژیک و ارتباط آن با مدیریت منابع انسانی
۵۴۳	نمودار ۲-۱۴: فرآیند طراحی شغل
۵۴۴	جدول ۱-۱۴: راهنمای تدوین شرح شغل
۵۴۶	نمودار ۳-۱۴: مدل فرآیندی برنامه‌ریزی منابع انسانی
۵۴۷	جدول ۲-۱۴: مزایا و محدودیت‌های تامین نیروی انسانی از خارج سازمان
۵۴۷	جدول ۳-۱۴: مزایا و محدودیت‌های تامین نیروی انسانی از داخل سازمان
۵۵۶	جدول ۴-۱۴: برخی علل بروز خطا در مصاحبه و انتخاب
۵۶۲	جدول ۵-۱۴: مزایا و محدودیت‌های آموزش ضمن کار
۵۶۳	جدول ۶-۱۴: مزایا و محدودیت‌های روش آموزش سنتی
۵۶۶	نمودار ۴-۱۴: مدل فرآیندی مدیریت عملکرد
۵۷۶	نمودار ۵-۱۴: روش‌های مختلف جبران خدمت
۵۷۶	جدول ۷-۱۴: نمونه نتایج بهینه‌کاوی حقوق و دستمزد در بازار کار
۵۷۷	جدول ۸-۱۴: نمونه طبقه‌بندی مشاغل در یک سازمان
۵۷۸	جدول ۹-۱۴: نمونه گروه‌بندی مشاغل در یک سازمان
۵۷۸	جدول ۱۰-۱۴: نمونه حقوق و دستمزد برای طبقات مختلف مشاغل
۶۰۳	جدول ۱-۱۵: نقاط قوت و ضعف بزرگ کسب و کارها از دید ۵۰۰ مدیرعامل
۶۳۲	نمودار ۱-۱۵: رابطه چرخه عمر محصول و میزان و نوع تبلیغات
۶۵۱	نمودار ۱-۱۶: ابعاد تجارت الکترونیک
۶۶۵	نمودار ۲-۱۶: اجزای مدل کسب و کار

◆◆◆ مقدمه

پیشرفت های سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات، رقابت های اقتصادی و سیاسی بین المللی، موجبات ظهور پدیده جهانی شدن اقتصاد را در عصر حاضر فراهم نموده اند. یکی از آثار مهم جهانی شدن اقتصاد، افزایش رقابت در سطح بین الملل است.

اقتصاد آینده در دست کشورهایی خواهد بود که با توسعه بخش خصوصی و کارآفرینی، فرصت های ایجاد شده را شناسایی و بازارهای جدیدی را خلق و زمینه اشتغال زایی و تولید ثروت و رشد اقتصادی را فراهم می نمایند. بازارهای فردا در اختیار شرکت هایی است که به ریسک پذیری کارآفرینانه بها می دهند و برای سرمایه های انسانی و فکری خود سرمایه گذاری می کنند.

با توجه به تحولات اقتصادی جهان، کارآفرینان، در خط مقدم رشد و توسعه اقتصادی قرار گرفته اند. بدین ترتیب بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، کارآفرینی را به عنوان یکی از محورهای اصلی سیاست های خود دنبال می کنند. البته اجرای هر سیاستی از جمله کارآفرینی، مستلزم وجود بستر و شرایط مورد نیاز است. تبدیل ایده به ارزش اقتصادی، معمای اصلی کارآفرینی است و کلید حل این معما، ریشه در تغییر باورها، اندیشه ها و رفتار افراد جامعه دارد.

بسیاری از اقتصاددانان و صاحب نظران بر این باورند که تقویت فرهنگ کارآفرینی و آموزش مهارت های کسب و کار، موفقیت اقتصادی و اجتماعی فردی و جمعی جامعه را در مقیاس محلی، ملی و جهانی توسعه و گسترش می دهد. شاید به همین دلیل است که بسیاری از دانشگاه ها، مراکز تحقیقاتی، سازمان های دولتی و غیر دولتی در راستای سیاست های کلان کشورهای خود به دنبال آموزش، پژوهش و برگزاری دوره های آموزشی در حوزه کارآفرینی می باشند.

در کشور ما نیز تحقق اهداف سند چشم انداز بیست ساله و حضور فعال در اقتصاد منطقه و جهان مستلزم ترویج و تقویت فرهنگ کارآفرینی و آموزش دانش و مهارت های مورد نیاز آن خواهد بود.

بر این اساس، در کتاب حاضر، نویسنده تلاش دارد تا ضمن معرفی مفاهیم و مبانی کارآفرینی، به نکات قابل توجه و مهم فرآیند کارآفرینی بپردازد و دانش و آمادگی لازم برای مواجهه با چالش‌های پیش رو در این مسیر پر فراز و نشیب از جمله: مهارت‌های مورد نیاز کار تیمی، روش تهیه طرح تجاری، روش‌های تأمین مالی، مهارت‌های مذاکره، مدیریت منابع انسانی، بازاریابی و مباحث حقوقی را در اختیار خواننده قرار دهد.

در بخش پایانی کتاب و به منظور کسب اطلاعات بیشتر، نکات مهمی از قانون کار جمهوری اسلامی ایران، قانون مالیات‌های مستقیم، قانون مالیات بر ارزش افزوده و قانون انحلال و ورشکستگی شرکت‌ها و نیز آدرس سایت‌های مفید کارآفرینی در اختیار مخاطبین قرار می‌گیرد.

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با هدف ترویج و تقویت فرهنگ کارآفرینی کشور تلاش می‌کند تا آراء و اندیشه‌ها و دستاوردهای پژوهشی و مطالعاتی صاحب نظران حوزه کارآفرینی را در قالب مجموعه‌های علمی و آموزشی، منتشر و در اختیار سیاست‌گذاران، پژوهشگران، اساتید، کارشناسان و جویندگان علم و معرفت قرار دهد و در این راستا وظیفه خود می‌داند از تلاش‌های ارزشمند دکتر سیدعلیرضا فیض‌بخش، عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی شریف و همکاران محترم در تدوین این مجموعه تشکر و قدردانی نماید.

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی به عنوان یک نهاد پژوهشی، آموزشی و توسعه‌ای در حوزه دانش اجتماعی کار طی سال‌های اخیر در راستای ایفای مأموریت‌های خود، توسعه کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار را به عنوان یکی از سیاست‌های مهم خود مورد توجه قرار داده و اقدام به فرهنگ سازی، الگوسازی و ظرفیت‌سازی نهادی و قانونی نموده و در این مسیر از پیشنهادات و نظرات اصلاحی استقبال می‌نماید.

امید است که این اثر بتواند گامی در مسیر توسعه کارآفرینی و ارتقاء فرهنگ کار در میهن اسلامی محسوب گردد.

دکتر محمد رضا سپهری
رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

این کتاب را به تمام عزیزانی که توسعه کارآفرینی را در ایران عزیز هم و غم اصلی خود قرار داده اند، تقدیم می نمایم.
به کارآفرینان، به مدیران سازمان ها و ارگان های کشور، به محققان، مدرسان، مربیان و اساتید کارآفرینی

♦♦♦ سفری با فواندگان

دوستان عزیز، مخاطبان گرامی این کتاب
سلام؛

امروزه صحبت کردن از کارآفرینی، کار چندان دشواری نیست. تعداد کتاب هایی که به فارسی ترجمه شده اند و یا احیاناً افرادی که جسارت به خرج داده و در این حوزه کتابی تالیف نموده اند، کم نیستند. و کم نیستند بزرگان این مرز و بوم که امروز، به نحوی در اهمیت توسعه کارآفرینی حرف زده و می زنند. وزارتخانه یا سازمانی نیست که در حوزه کارآفرینی مسئولیتی به عهده نگرفته و یا مسئولی را عهده دار کار ننموده باشد.

برگزاری جلسات کلاس های کارآفرینی در اقصی نقاط کشورمان کم و بیش پا بر جاست و در گوشه و کنار مملکت در دانشگاه ها و موسسات آموزشی، دعوت از کارآفرینان بنام و یا کارآفرینان جوانی که شرح خود می کند آن قدر رایج است، که خود به مقوله جدیدی در حوزه آموزش جوانان تبدیل شده است. مراکز رشد و پارک های علم و فن آوری هر کدام محل دیگری است که کارآفرینان جوان را در مواجهه با بازار پر مخاطره اقتصاد بیرون یاری می دهند. برنامه های صدا و سیما بخش مهم و تاثیر گذار دیگری در توسعه فرهنگ کارآفرینی است. ساعت ها برنامه، به انجا مختلف گویی مسیر شغلی دیگری را برای جوانان این مملکت می نمایند. چرا کارمندی و استخدام! خودتان کاری به راه بیندازید و با نوآوری خطر راه انداختن یک کار متفاوت را به جان بخرید، تا از احساس رضایت توفیق انجام کاری بزرگ به وجد بیایید و از منافع پولی و مالی آن استفاده کنید! و البته در متعالی نمودن نام بی بدیل این کشور علم و فرهنگ و جوانمردی، شما نیز نقش ایفا کنید.

مجموعه آنچه برשמردیم و فعالیت های دیگری مانند تحقیقات، رشته های تحصیلی دانشگاهی و دانشکده ها و غیره، مجموعه عظیمی از فعالیت ها است، که هزینه می شود، به این امید که کارآفرینی توسعه یابد، هر چند که اگر منصف باشیم، همه آنچه انجام می شود، در مقابل فعالیت هایی که دیگران در سایر کشورها، به خصوص کشورهای پیشرفته صنعتی، در جهت توسعه کارآفرینی، سالهاست که انجام داده اند و امروزه با شدت بیشتری انجام می دهند، بی اغراق قطره ای در مقابل دریاست. تاکید می کنم قطره ای در مقابل دریاست. اگر شک دارید از محققین و اساتید جوانی که به تازگی از کشورهای صنعتی

و پیشرفته اقتصادی بازگشته‌اند، بپرسید تا بازگویند آنان که توسعه کارآفرینی گویی عزم ملی آنان است و مهمترین هدف بلند مدتشان. اما چرا؟ این همه برای چیست؟

دلایل بسیار متنوعی را به عنوان انگیزه دولت‌ها برای توسعه کارآفرینی در دنیا می‌توان برشمرد، ولی شاید سه دلیل از بقیه مهمتر باشد:

۱- تولید ثروت. تحقیقات نشان می‌دهد یکی از مهمترین دلایل توسعه کارآفرینی در دنیا تولید ثروت است. هزینه‌های کلانی صورت می‌پذیرد که کارآفرینی رشد نماید، تا از این میان کسب و کارهای نوآوری شکل بگیرد. به خصوص که از میان آن‌ها اندک کارآفرینی‌های بزرگی نیز سر می‌زند، که ثروت را از سرتاسر جهان به جیب کارآفرینان شان بریزد و ایشان را به ثروت‌مندترین‌ها تبدیل نماید. آن شرکت را به متحول‌ترین‌ها بدل کند. منطقه‌ای که شرکت کارآفرین در آن قرار دارد را جزو ثروتمندترین‌ها بگرداند و آن کشور را نیز از این ثروت سرشار بهره‌مند نماید. مثال خوبی است شرکت ماکروسافت، بیل گیتس کارآفرین، منطقه سیلیکون ولی^۱ و کشور ایالات متحده.

۲- توسعه فناوری. توسعه فناوری شاید مهمترین دلیل دیگر باشد. برخلاف آنچه در نگاه اول به ذهن می‌رسد، منبع اصلی توسعه فناوری، شرکت‌های بزرگ خصوصی و سازمان‌های عریض و طویل دولتی در کشورهای مختلف نیستند. تحقیقات مویده آن است که ۵۰٪ فناوری‌های دنیا در شرکت‌های کوچک و متوسط - شرکت‌های ۳۰،۴۰ نفره کارآفرینانه - تولید می‌شود. هم عرض شرکت‌های غول‌پیکری مثل ناسا^۲ با هزاران محقق و PhD، انبوهی از شرکت‌های کوچک و متوسط و تازه تاسیس هستند که در تولید فناوری رقابت می‌کنند. و این درصد به طرز ناباورانه‌ای افزایش می‌یابد، وقتی سراغ فناوری‌های رادیکال^۳، که برگ دانش را ورق زده‌اند، می‌رویم. شاید تصور کردنی نیست که ۹۵٪ فناوری‌های رادیکال از شرکت‌های کوچک و متوسط کارآفرینانه^۴ ناشی می‌شود. چیزی مثل داروی هپاتیت B را شرکت داروسازی مرک^۵ ساخته، بلکه یک شرکت کوچک کارآفرینانه آن را عرضه نموده است.

۳- اشتغال مفید. دلیل سوم دولت‌ها برای توسعه کارآفرینی در کشورشان اشتغال مفید است. همان علت و دلیلی که در کشور ما به غلط معادل کارآفرینی و یا دلیل اول برای توسعه کارآفرینی تلقی می‌شود.

مردم دنیا دلایل متعددی برای توسعه کارآفرینی در کشورهای خود دارند، که مهمترین آن‌ها تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مفید است. اما ما چه؟ در ایران هم این دلایل، انگیزه اصلی ما برای توسعه کارآفرینی هستند؟ ما چرا باید کارآفرینی را توسعه دهیم؟ پاسخ متفاوت است. این دلایل برای ما هم مطرح هستند شاید به همان شدت و اهمیت، اما اهم دلایل ما برای توسعه کارآفرینی در کشورمان چیز

۱- Silicon Valley

۲- Technology

۳- NASA

۴- Radical Technology

۵- Small & Medium Enterprises (SMEs)

۶- Merck

دیگری است. و من سعی خواهم نمود به صورت مختصر آن را بیان نمایم. شاید اگر بتوانم این باور را درست منتقل کنم، مهمترین رسالت این کتاب را به انجام رسانده‌ام. تاکید می‌کنم، دو، سه صفحه آینده، مهمترین بخش این کتاب است.

اول؛ اگر به مأموریت^۱ وجودی دانشگاه‌ها در کشورمان در خلال بیش از نیم قرن اخیر توجه کنیم، می‌بینیم که دانشگاه‌ها به منظور تربیت نیرو و کارشناسان مورد نیاز هرم سازمانی بزرگ و فربه دولت و سازمان‌های دولتی شکل گرفته‌اند. دولت به خصوص پس از ملی شدن صنعت نفت به سازمان عریض و طویلی تبدیل شد، که برای قسمت‌ها و مسئولیت‌های مختلف خود احتیاج به "کارشناس" داشت. تاکید می‌نمایم افرادی که صرفاً کار کارشناسی انجام دهند. در اداره‌ای، سازمانی، استخدام می‌شوند و حقوق خود را در قبال کارمندی از آن اداره دریافت می‌نمایند و جهت سؤالات فنی و تخصصی پاسخ کارشناسانه تهیه و عرضه می‌نمایند. و دانشگاه‌های مان این کارشناسان را تربیت می‌نمایند، و دانشگاه صرفاً کارشناس تربیت می‌نماید. این است که در این موسسات علمی هر چیزی را به دانشجویان یاد می‌دهند، الا اینکه با آنچه یادگرفته‌اند، چگونه می‌توانند کسب و کاری تاسیس کرده. کاری راه بیاندازند و درآمد کسب نمایند. به یک مهندس الکترونیک، مثل خود من، در بهترین دانشگاه صنعتی این کشور همه چیز الکترونیک را یاد می‌دهند، الا اینکه با الکترونیک چگونه می‌توان کسب و کاری داشت، در رشته عمران هم همین طور، پرستاری هم همین طور، کشاورزی و طراحی صنعتی و ادبیات فارسی و متوجهی زبان انگلیسی و... هم ایضا.

اما برخلاف دانشگاه‌های ما، امروزه فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های خوب دنیا، در هر رشته‌ای که تحصیل نمایند، باید درسی از مدیریت و کسب و کار بگذرانند. به عنوان مثال یک "باید" برای فارغ‌التحصیلی، و یا لااقل با هدایت اساتید راهنما تشویق می‌شوند، دروسی مانند مقدمات کسب و کار^۲، مدیریت و مبانی کارآفرینی را بگذرانند. برعکس، دانشجویان ما، اگر خود نیز اصرار داشته باشند، اساتید محترم راهنما نمی‌گذاشتند که واحدهای مدیریت و کسب و کار بردارند. بلکه تشویق می‌نمودند همان دروس فنی و پیشرفته‌تر را بگذرانند. چرا که ما در دانشگاه‌ها قرار بود کارشناس تربیت کنیم.

لذا این بود که حتی تا دهه گذشته، آرزوی یک فارغ‌التحصیل دانشگاهی استخدام شدن در یک اداره دولتی بود. و کمی دورتر حتی ارزش و اعتبار یک کارمند عالی رتبه، از یک تاجر بزرگ بازار هم بالاتر محسوب می‌شد، و درآمد بیشتری کسب می‌کرد. واقعاً رییس یک اداره نه چندان بزرگ از یک تاجر متوسط فرش در بازار، درآمد بیشتری داشت. دانشگاه کارشناس تربیت می‌کرد و کارشناسان در بخش‌های دولتی استخدام می‌شدند.

اما امروزه قدری داستان فرق کرده است. دانشگاه‌ها سالیانه حدود ۴۰۰/۰۰۰ فارغ‌التحصیل جدید به بازار عرضه می‌کنند (آمار دقیق دانشگاه‌های جامع علمی - کاربردی و پیام نور در این میان نیامده است). و از طرف دیگر دولت و شرکت‌های دولتی و نیمه دولتی سالیانه حدود ۴۰/۰۰۰ نیروی جدید استخدام می‌کنند. و این یعنی امروز شانس کمتر از ۱۰٪ برای یک فارغ‌التحصیل دانشگاه وجود دارد،

۱- Mission

۲- Introduction to Business

که در شغلی که برای آن تربیت شده مشغول به کار شود. بگذریم که درصد بالایی از آن ۴۰/۰۰ نفر هم، افرادی هستند که از مسیر غیر رقابتی به استخدام در می آیند. در نتیجه شانس کمتر از ۵٪ برای کار فارغ التحصیلان دانشگاه وجود دارد. یعنی تقریباً صفر. امروز برای یک فارغ التحصیل دانشگاه شانس تقریباً به اندازه ی صفر وجود دارد، که برای آنچه که تربیت شده استخدام گردد. این است که عده ای بیکارند و بعضی افسردگی می گیرند و بسیاری از آن ها که می توانند مهاجرت می کنند. از کشور می روند و توان و قابلیت خود را برای سایر کشورها به کار می گیرند. و چه استفاده و بهره ای می برند، آمریکایی ها، کانادایی ها، استرالیایی ها، انگلیس، فرانسه و حتی مالزی.

حال آن که اگر جمعی از اینان، کسب و کاری راه می انداختند و کارآفرینی می کردند و دیگران را نیز به کار خود جذب می نمودند، داستان جور دیگری رقم می خورد. امروز کارآفرینی برای ما یک کالای کم ارزش نیست که صرفاً اگر بود، چقدر خوب می شد. کارآفرینی برای ما یک "به ناچار" است. یک واجب عینی است. اگر برای بقیه کشورها خوب و مستحب باشد، برای ما واجب است.

دوم؛ مساله مهاجرت فارغ التحصیلان جوان و احیاناً نخبه دانشگاه ها از زاویه دیگری نیز قابل تامل است. امروزه معتقدند که سرمایه شرکت ها، سازمان ها و کشورها، نیروی انسانی آنهاست. ما امروز کشور غنی و ثروتمندی هستیم، نه به خاطر نفت و گاز و معادن غنی و قیمتی که داریم. ما کشور ثروتمندی هستیم، زیرا که جمعیت بسیار جوان، فعال و تحصیل کرده ای داریم. امروزه نیروی انسانی را بسیار فراتر از زمین و ساختمان و ماشین آلات و ... قیمت گذاری می کنند. سرمایه انسانی^۱، بسیار بالاتر و مهم تر از سرمایه های مادی است. اگر ما روزی به سرکردگان دولت پهلوی خرده می گرفتیم که سرمایه های مملکت را به ثمن بخش به آمریکا و شوروی بخشیده بودند. نکند آیندگان در مورد ما نیز قضاوتی مشابه داشته باشند. واقعاً یک PhD که به کانادا و آمریکا مهاجرت می کند را با از دست دادن چند هزار بشکه نفت می توان مقایسه کرد؟ و تازه اگر این مقدار پول را بدهیم، چقدر باید صبر کنیم یک کودک تبدیل به یک دکتر و استاد دانشگاه شود. این زمان مورد نیاز را با چند هزار بشکه نفت دیگر مقایسه کنیم؟

اما مساله به اینجا ختم نمی شود. از یک نگاه جمعیت شناسی می توان روشن نمود که کشورها پیش از آن که وارد عرصه پیشرفت های اقتصادی شوند، هم ضریب زاد و ولد^۲ بسیار بالایی دارند و هم ضریب مرگ و میر بالایی^۳. اولاً تعداد خانواده های پرجمعیت بسیار بالا است و از طرفی امید به زندگی پایین و مقدار قابل توجهی از افراد حتی در دوران جوانی و کودکی از دنیا می روند. پس از آغاز ورود به عرصه پیشرفت و توسعه، با سرعت بسیار زیادی نسبت مرگ و میر کاهش می یابد. بالا رفتن سطح بهداشت جامعه، آموزش و در دسترس بودن مراکز درمان و بهداشتی، دارو و عواملی از این نوع باعث می شود، ضریب مرگ و میر بالا به مقدار قابل توجهی کاهش یابد. و این در حالی است که هنوز ضریب تولد بالاست. با ادامه پیدا کردن این شرایط سن متوسط کاهش یافته و متوسط سن جامعه جوان و جوانتر می شود. پس از اینکه مدتی از این اتفاق گذشت، شاید بین ۴۰ تا ۸۰ سال، به آرامی و با شیب کمتری ضریب تولد و زاد و ولد

۱- Human Capital

۲- Birth Rate

۳- Dead Rate

نیز کاهش می‌یابد. افراد جامعه صنعتی ترجیح می‌دهند برای به اصطلاح بهره‌مندی بیشتر از زندگی خود دیرتر ازدواج کنند و یا حتی ازدواج نکنند. مشکلات جامعه از سویی و نحوه آموزش فرهنگ جوامع پیشرفته، پرهیز از خانواده‌های پرجمعیت را به دنبال دارد. دیگر از خانواده‌هایی با ۱۰ تا ۱۵ فرزند خبری نیست. دو فرزند و یا یک فرزند طرفدار بیشتری پیدا می‌کند. و حتی خانواده‌هایی تصمیم می‌گیرند که زندگی خود را بدون فرزند طی کنند. کاهش ضریب زاد و ولد ادامه پیدا می‌نماید تا چیزی در حدود ضریب مرگ و میر به یک حالت تعادل^۱ برسد.

این میان یک دوره‌ی چند ده ساله که ناشی از فاصله کاهش در ضرایب نامبرده می‌باشد، پنجره‌ای را ایجاد می‌کند که به آن پنجره جمعیت^۲ می‌گویند. دورانی که ضریب تولد بسیار بالاتر از ضریب مرگ است. جامعه‌ای جوان که قدرت کار بالایی را در خود دارد و از سویی دیگر هزینه‌های نگهداری سالمندان، از جمله بیمه اجتماعی، خانه سالمندان، هزینه‌های درمان و دارو و... را ندارد.

بسیاری معتقدند این پنجره جمعیت شناسی می‌تواند به عنوان موتور توسعه کشورها استفاده شود. بسیاری از کشورها از این پنجره به عنوان ابزار جهش اقتصادی و توسعه و پیشرفت خود استفاده کرده‌اند. این پنجره در مورد همه کشورها، کم و بیش اتفاق می‌افتد. اروپایی‌ها سالهاست که آن را گذرانده‌اند، کشورهای عربی مدتی است شروع کرده‌اند و کشورهای آفریقایی در حال ورود به دوران این پنجره می‌باشند. اما این پنجره یک بار و فقط یک بار اتفاق می‌افتد، حداقل در حدی که دانشمندان می‌توانند پیش‌بینی کنند.

مساله دقیقاً همین جاست، ما کشور جوانی نیستیم. بنابراین تئوری^۳، ما در درون و به تعبیری اواخر دوره این پنجره جمعیت قرار داریم. این پنجره از اواخر قرن گذشته شمسی به آرامی باز شده است و چیز زیادی از بسته شدن آن باقی نمانده است. نمی‌دانم، می‌توانم موضوع و اهمیت آن را بیان کنم. ما در یک دوره پر اهمیت تاریخ کشورمان هستیم و این شرایط به زودی تمام می‌شود و شاید تا هزار سال دیگر دوباره اتفاق نیافتد. امروزه متوسط جمعیت ما که جوان محسوب می‌شد در حال ورود به مرحله میانسالی خود است. اگر ما کشوری بودیم که همیشه جمعیتی جوان داشتیم، شاید به زعم بعضی، مهاجرت نخبگان چندان مهم نبود. اما اگر بپذیریم که این فرصت تاریخی فقط یکبار اتفاق می‌افتد، داستان رنگ و بویی متفاوت به خود می‌گیرد.

حالا به نظر تان یک جوان تحصیل کرده دکتر و احتمالاً استاد دانشگاه که مهاجرت می‌کند، را با چند ده هزار بشکه نفت می‌توان مقایسه کرد؟ بعید می‌دانم اگر به این مساله دقیق‌تر نگاه کنیم خواب و آراممان به هم نریزد. به نظر کارشناسی این حقیر یکی از مهم‌ترین راه‌های جلوگیری از این اتفاق، "کارآفرینی" است. طبق مطالعات و پژوهش‌هایی که تیمی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه شریف، زیر نظر من انجام داده‌اند، از جمله مهم‌ترین انگیزه‌های جلوگیری از این مهاجرت، وجود احساس "مفید و موثر بودن" در این جوانان است. تاکید می‌کنم، موثر بودن. بسیاری از استعدادهای درخشان ما حتی وقتی به

۱- Steady State

۲- Demographic Windows

۳- Transition Theory

کار گرفته می‌شوند، ابراز می‌کنند که از ایشان و استعداد و توانشان، مثلاً در ادارات دولتی، درست بهره گرفته نمی‌شود.

واقعیت این است که عموم سازمان‌های دولتی نه می‌توانند و نه خواهند توانست از استعدادهای برتر دانشگاهی، استفاده نمایند. نظام بوروکراتیک سازمان‌های بزرگ، امکان به کارگیری درصد بالایی از این استعدادهای را ندارد. در حالی که اگر ایشان خود کسب و کاری راه‌اندازی کنند و همه مسئولیت شکست و موفقیت آنرا خودشان به عهده بگیرند، حتی در صورت عدم موفقیت و حتی علی‌رغم قوانین دست و پا گیر دولتی موجود، باز خود را مسئول می‌دانند و نه دیگری را. کما اینکه دیگری بوده‌اند، که در همین شرایط با همین قوانین، با خلاقیت و نوآوری و پشتکار خود توانسته‌اند به موفقیت‌های بسیار بالایی دست یابند. یکی از صحیح‌ترین پاسخ‌ها به این معضل، کارآفرینی و توسعه کارآفرینی، به خصوص در میان فارغ التحصیلان دانشگاهی است.

سوم؛ زاویه دیگری که به نظرم به آن نیز باید توجه کرد، مفهومی است که دانشگاه‌ها در سرتاسر دنیا، با آرامی، به سوی آن در حال تغییر هستند. اگر بتوانیم به نحوی طبقه‌بندی کنیم، می‌توان گفت دانشگاه‌های دنیا در طول عمر خود سه نسل مختلف داشته‌اند. نسل اول؛ دانشگاه‌های آموزش محور^۱ خطاب می‌شوند. اساس این دانشگاه‌ها بر آموزش استوار بوده است. آکادمی‌های قدیم و یا حوزه‌های علمیه قدیم خودمان، مثال بارزی از این نوع دانشگاه‌ها هستند. فعالیت اصلی این موسسات، آموزش بوده است و دانشجویان توانا تر آموزش را از اساتید فراگرفته و سپس خودشان تبدیل به اساتید می‌شدند و همین مسیر ادامه پیدا می‌کرد. نسل دوم؛ دانشگاه‌ها که اکنون هم بسیار جاری می‌باشد، دانشگاه‌هایی است که اساس آنها تحقیق و پژوهش است. در دانشگاه‌های پژوهش محور^۲ مهمترین فعالیت، فعالیت تحقیقی است. امروزه در بسیاری از دانشگاه‌های غربی اگر یک استاد دانشگاه توانایی ضعیفی در تدریس داشته و تقریباً دانشجویی رغبت به استفاده از کلاس او را نکند، اما تعداد زیادی پروژه به دانشگاه ارائه دهد و یا تعداد تحقیقات چاپ شده او به شکل مقالات علمی بالا باشد، ممکن است به عنوان یک استاد نمونه ارزیابی گردد. این مطلب بدان معنی نیست که آموزش ارزش ندارد، بلکه در مقایسه با تحقیق، آموزش به شکل مشهودی اهمیت کمتری دارد. این همان موضوعی است که امروزه در دانشگاه‌های ما به شکل مقاله و مقاله ژورنال ISI بسیار خودنمایی می‌کند.

اما نسل سوم دانشگاه‌ها، که بسیاری از موسسات علمی برتر دنیا از جمله، MIT، Stanford، Harvard و Berkley و ... سردمداران آن محسوب می‌شوند، دانشگاه‌های هستند که اساس خود را بر تربیت رهبران اجتماعی و اقتصادی رقم زده‌اند. و به اصطلاح دانشگاه کارآفرینی گرا^۳ خطاب می‌شوند. این موضوع امروزه بسیار جاری است. تا جایی که تاکید می‌شود تحقیقاتی که به طور مستقیم بر رفاه اجتماعی جامعه تاثیر نگذارد، ارزش کمتری دارد. و این تفکر شکل گرفته است که دانشگاه‌ها باید کسانی را تربیت نمایند که بتوانند سکان دار کسب و کارها و فعالیت‌های نوآور در جامعه باشند. دانشگاه‌ها از طریق در اختیار قرار دادن فضا و دفتر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، کمک به ثبت ایده دانشجویان، حمایت از

۱- Education-Oriented

۲- Research-Oriented

۳- Entrepreneurial University

مالکیت معنوی ایده‌ها، حتی کمک به دریافت وام برای کسب و کارهای دانشجویان و فارغ التحصیلان خود، برگزاری کلاس‌های درسی کارآفرینی و دعوت از کارآفرینان برای سخنرانی، سعی در نهادینه کردن کارآفرینی داشته و امکان راه‌اندازی کسب و کاری متفاوت را برای ایشان فراهم می‌نماید.

با این فرض این هم دلیل سوم و دلیل بسیار مهمی است که ما را وادار می‌کند، به خصوص در دانشگاه‌ها، به دنبال توسعه کارآفرینی باشیم. مفهوم دانشگاه‌ها در دنیا در حال تغییر است. دانشگاه‌های آینده دانشگاه‌های کارآفرینی‌گرا^۱ هستند.

اگر بخواهم جمع‌بندی کنم باید عرض نمایم، مردم دنیا به دلایل متفاوتی به دنبال توسعه کارآفرینی در کشورهای خود هستند. اهم این دلایل که همان ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مفید است، برای ما نیز دارای اهمیت می‌باشد. ولی سه دلیل عمده‌ای که به ترتیب یادآور شدم توسعه کارآفرینی به خصوص توسعه کارآفرینی در حوزه فارغ التحصیلان دانشگاهی را به عنوان **عامل بقاء** در کشور خویمان ایران تبدیل نموده است. امیدوارم کتاب حاضر قدم کوچکی در این مسیر طولانی و حیاتی باشد.

سید علیرضا فیض بخش
معلم کارآفرینی
دانشکده مدیریت و اقتصاد
دانشگاه صنعتی شریف

◆◆◆. تشکر و قدردانی

تیم نگارنده این کتاب، نهایت سعی خود را مبذول داشته تا به مفهوم واقعی و متداول کارآفرینی در دنیا وفادار مانده و مطالب را در عین کاربردی بودن، با نگاه به فرهنگ بومی مردم عزیز ایران و با زبانی ساده و قابل فهم بیان کند.

بر خود واجب می دانم در این نوشتار از دوستان عزیزی که صمیمانه و بدون هیچ چشم داشتی در نگارش این کتاب نقش ایفا کرده اند، تشکر و قدردانی نمایم. شاید قبل از هر کسی باید از چهار عضو اصلی تیم، به طور خاص نام ببرم که در مدیریت پروژه کتاب و شکل گیری متن آن بسیار مؤثر بودند. **سمانه عربشاهی** که مدیریت نهایی کتاب و بازنگری دقیق، ویرایش، اصلاح و تجمیع آن را بر عهده داشت و البته در بازنویسی فصل طرح تجاری یک صفحه ای نقش ایفا نمودند. **زهرا دادرس** که در مدیریت بخش اول پروژه کتاب، با آرامش و همراهی نقش داشت و در تهیه بخش هایی از فصل مباحث حقوقی و بخش های دیگری نیز صبورانه زحمت کشید. به طور خاص از **آمنه عبدالهی** که نقش بسیار تعیین کننده ای در شکل گیری و هدایت نیمه اول پروژه کتاب داشته و باید تاکید کنم رد پای زحمت های او در جای جای کتاب قابل تقدیر است. و نهایتاً **نازنین بهزادی** که به کمک قلم خوب و اصلاحات بسیاری که داشت، روح واحدی به کتاب بخشید و البته در تهیه فصل اول و سوم کتاب - مقدمات کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی - و بیش از آنها در فصل زیبای خلاقیت نقش تعیین کننده ای ایفا نمود. باید اعتراف کنم، اگر مدیریت، نظم و قابلیت های این چهار بزرگوار نبود، کتاب حاضر شکل نمی گرفت.

دو بخش کتاب، به نحوی به دو نفر از عزیزانم تعلق دارد. مطالب این دو فصل با تغییرات اندک و عیناً در کتاب آورده شده اند. فصل فنون مذاکره که دوست ارزشمندم **محمدرضا شعبانعلی** آن را تدوین کرده و بخش مالکیت معنوی از فصل مباحث حقوقی که توسط همکار خوبم که از پیش قدمان این حوزه هستند، **کامران باقری** تدوین گشته است.

در تدوین فصل کارآفرینی سازمانی و یکی از فصول طرح تجاری، یعنی فصل مدل های کسب و کار دوست خوبم، از بهترین کاندیداهای دکترا^۱ کارآفرینی، **حسین صامعی** نقش خوب و موثری داشته است. در فصل سوم کتاب هم باید به نحوی از **آرزو قیاس صالح** و کار خوبی که انجام داده بود تشکر نمایم. زحمت جمع آوری مباحث پراکنده موجود در مبحث کار تیمی بر عهده **ثمینه ثقفی** بوده و به جرات می توان

گفت ذوق و خلاقیت سرشار او بر کاربردی بودن و زیبایی این فصل تاثیر داشته است.

در فصل‌های مربوط به طرح تجاری نیز دوستان مختلفی همراهی کرده‌اند، از دوست قدیمی‌ام **مجتبی فاطمی** که در سال‌ها قبل روی این موضوع کار کرده‌اند، گرفته تا **فرزین فردیس** که همراهی‌های خوبی انجام دادند و **فریندخت واقفی** که در یکی - دو سفری که به ایران آمده بودند، وقت ارزشمندشان را به همکاری در تیم کتاب و کمک به تهیه مطالب این فصول اختصاص دادند.

علی اکبر جعفری که طرح مالی کتاب را به نحو خوبی رقم زد و همچنین از تجربیات کاربردی و ذی‌قیمتش تا حدی در بهبود فصل مباحث حقوقی و به خصوص فصل تامین مالی، کتاب استفاده کردیم، فصلی که باید به واسطه آن از زحمات و لطف‌های **مونا حسینی** هم قدردانی نمود. و اگر منصف باشم بهتر است از دوست خوبم **خسرو سلجوقی** نیز برای مباحث این فصل تشکر نمایم.

فصل بازاریابی هم مدیون دوست خوبم **مهدی اردکانی**، در زمانی که در ایران بود، است. و البته با ارجاعاتی از پروژه مطالعاتی دکتر **فیروزه قنات آبادی**، این فصل را غنا بخشید. کتاب در فصل منابع انسانی و ام‌دار کار خوب و دقت نظر **مهدی اشعری** و در بخش تجارت الکترونیک و ام‌دار خوش فکری و نظم و دقت **هادی افشاری** است. هر دوی این عزیزان من به تعبیری خالق اصلی این دو فصل هستند. شاید اینجا خوب باشد یادی از یکی از دوستانی که سال‌هاست ایران نیستند هم بکنیم. در واقع **رهی رسولی** که در فصل طرح تجاری یک صفحه‌ای و حتی فصل خلاقیت بی‌تاثیر نبوده و این فصل‌ها و ام‌دار او نیز هست.

در بخش‌های حقوق تجارت فصل آخر کتاب، دوست عزیزم **میترا افلاکی** نیز موثر بوده، و البته نظرهای کارشناسی حقوقدان خوبمان **فرید قدس** نیز جای قدردانی دارد.

شاید اگر بخواهم نام بیاورم، بسیاری دیگر از دوستان و همراهان، تیم پروژه کتاب را همراه بوده‌اند، که نام آوردن از همه آنها در این مجال مقدور نیست. اما مطمئن هستم، نقش حمایتی آقای دکتر **محمدرضا سپهری** در به دسترس جوانان رساندن این کتاب، غیر قابل اغماض است. صمیمانه از طرف خودم، تیم اجرای پروژه کتاب و خوانندگانی که آن را می‌پسندند از ایشان سپاسگزارم.

جا دارد اشاره‌ای به نام همکاران دیگری از جمله **هما کبیری**، **ناهد فرشادمهر**، **حمیرا فرشادمهر**، **هانی رستمی** و **الهام علی محمدیان** نیز که هر کدام به نحوی در ویرایش کتاب، صفحه‌بندی، علامت‌گذاری و تایپ آن کمک نموده‌اند و همچنین **مهشید صیدی** برای طراحی جلد، داشته باشم.

کتاب نقص‌ها و کمبودها بسیاری دارد که خود من از همه به آنها واقف ترم. شاید کمبود جدی زندگی‌نامه کارآفرینان موفق ایرانی از جمله مهمترین آنها باشد. امیدوارم به دیده لطف به این نواقص بنگرید.

همچنین در انتها از کسانی که در آینده به تیم کتاب می پیوندند، تشکر می کنم. اساتید، کارآفرینان و دانشجویان ارزشمندی که نظرات دقیق، نقادانه و سازنده خود را در مورد بخش - بخش این کتاب برای من ارسال می نمایند. امیدوارم در ویرایش های بعدی این کتاب از آن عزیزان هم بتوانم یاد نمایم.

با آرزوی پیشرفت هرچه بیشتر ایران عزیز اسلامی

سید علیرضا فیض بخش

معلم کارآفرینی

تابستان ۱۳۹۰

Alireza_feyz@sharif.edu

http://gsme.sharif.edu/~alireza_feyz

www.ketab.ir