

معرفی ۱+۳۸
چهره موفق و
کارآفرین برتر ایران

زندگی نامه

شرح تجربیات

شکست ها

موفقیت ها

تألیف : محمد سلیمانی

سرشناسه : سلیمانی، محمد، ۱۳۶۳

عنوان و نام پدیدآور : اوج : معرفی ۳۸+۱ چهره موفق و کارآفرین برتر ایران

تألیف محمد سلیمانی

مشخصات نشر : تهران: راه‌دان، ۱۳۸۹

مشخصات ظاهری : ۷۲۸ ص:، مصور، نمونه، عکس،

شابک : ۱۶۰۰۰۰ ریال ۳-۱۱-۵۹۵۰-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

موضوع : کارآفرینی - ایران - سرگذشتنامه

موضوع : کارآفرینی - ایران

شناسه افزوده : خانه کارآفرینان ایران

رده بندی کنگره : ۳۸۹ / الف ۸ س / ۶۱۵ HB

رده بندی دیویی : ۳۳۸ / ۴۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی : ۲۱۹۶۱۱۲

■ اوج : معرفی ۳۸+۱ چهره موفق و کارآفرین برتر ایران

• تألیف : محمد سلیمانی

• ویراستار : زهرا طیبی - زهرا مقدسی

• چاپ اول : زمستان ۱۳۹۱ - ۲۰۰۰ نسخه

• چاپ و صحافی : ایران مصو

• لیتوگرافی : ایران مصور

• کلیه حقوق چاپ محفوظ و متعلق به مولف می باشد.

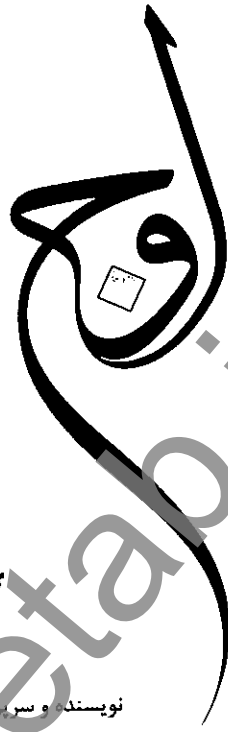
• شابک : ۳-۱۱-۵۹۵۰-۶۰۰-۹۷۸ ISBN 9786005950113

• سایت اینترنتی : www.ojbook.com و www.ojbook.ir

• پست الکترونیکی : info@ojbook.com تلفن : ۰۹۳۵۴۰۸۴۸۶۱

• قیمت دوره : ۱۶۰۰۰ تومان

این کتاب تحت پوشش قانون حمایت از مولفان و مصنفان ایران قرار دارد و کلیه حقوق مادی و معنوی آن بطور کامل به نام مولف به ثبت رسیده است. تولید و تکثیر این اثر به هر شکلی (چاپ، کپی، انتشار الکترونیکی و ...) بدون اجازه مولف مجاز نمی باشد و متخلفین به موجب بند ۱۰ ماده ۲ قانون حمایت از مولفان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند



محمد سلیمانی	گردآوری و تالیف
خانه کارآفرینان ایران	با همکاری
محمد سلیمانی	نویسندگان و سرپرست نویسندگان
فرزیا شیرزاد کبریا	نویسندگان
حسنا احدیت	
ماندانا قدمنان	
زهره مقدسی	
آیه امایی راسخ	
دکتر محمود احمدپور داریانی	با نظر علمی
زهره طیبی	ویراستار
زهره مقدسی	
محمد سلیمانی	مدیر تحقیقات و پژوهش
بهروز کیانی	طرح جلد
محرم خوش نژاد	خوشنویسی

حیات مادر

عدم دسترسی کارآفرینان به نهادهای مالی در کشورهای در حال توسعه موجب محدود شدن شکل گیری کسب و کارهای جدید می شود که نتیجه آن در قالب کاهش رشد اقتصادی بروز می کند و بدین ترتیب به نظر می رسد حرکت های حمایتی بنگاه های مالی راهی برای توانمند سازی جامعه تولیدی می تواند بسیار مؤثر باشد در همین راستا شرکت جهان مهران به عنوان حامی مادی، حمایت های لازم را جهت چاپ این کتاب ارزشمند انجام نموده است.



شرکت جهان مهران

حیات معنوی

در چشم‌انداز جهانی آموزش عالی، دانشگاه‌های سنتی جای خود را به دانشگاه‌هایی با سبک جدید تولید دانش می‌دهند. در سبک جدید هدف از تولید دانش، کمک به حل مسائل واقعی جامعه است. بنابراین تولید دانش و تحقیق محدود به تجمیع و توسعه مرزهای دانش نمی‌شود بلکه هدف، جستجوی واقعی برای کاربرد علمی دانش است. چنین است که امروزه در مراکز علمی معتبر و مطرح کشورمان با مراکز کارآفرینی متعدد، پارک‌های فناوری فعال و سمینارها و همایش‌های گسترده‌ای روبه‌رو هستیم. از سویی دیگر مراکز دانشگاهی و سازمان‌های فعال در زمینه‌های پژوهشی و آموزشی برای نشان دادن حضور فعال خویش در این عرصه خود را از حامیان معنوی این مجموعه قرار دادند که به یقین می‌تواند راهگشای بسیاری از علاقه‌مندان کسب و کار در کشورمان باشد.



دانشگاه صنعتی امیرکبیر



دانشگاه شهید بهشتی



مرکز کارآفرینی
دانشگاه صنعتی اصفهان



مرکز کارآفرینی
دانشگاه تهران



دانشگاه اصفهان



دانشگاه آزاد اسلامی



دانشگاه گیلان



دانشگاه قزوین



مرکز توسعه‌های نوآوری و کارآفرینی
دانشگاه البرز



دانشگاه فنی فومن
دانشگاه تهران



خانه کارآفرینان
دانشگاه گلستان

پیشگفتار

خداوند متعال را سپاس می‌گوییم که به ما توفیق خدمت به مردم را اعطا نمود؛ خدمتی که از بالاترین عبادت‌هاست.

استعدادهای سرشار و ظرفیت‌های بالای مدیریت و نوآوری در کشور یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های ملی است که هرچه بیشتر بهره‌برداری شود نقصان نمی‌پذیرد و حتی بر کمیت و کیفیت این موهبت الهی افزوده می‌شود. جمعیت جوان و مصمم، مدیران مبتکر و نوآور، فرصت‌های پیدای و پنهان داخلی و خارجی دستمایه اصلی حرکت بزرگ کارآفرینی کشور است که به لطف خداوند متعال و اهتمام مسئولان، در سالیان اخیر به‌صورت جدی آغاز شده و ثمرات آن در حال نمایان شدن است. امید می‌رود با حمایت و هدایت همه علاقه‌مندان این مرز و بوم این حرکت اصیل و مبارک در جهت تعالی ملت سربلند ایران قرار گیرد که هیچ ملتی به مجد و عظمت نمی‌رسد مگر از رهگذر تفکر و تلاش.

بررسی افرادی که علی‌رغم همه مشکلات و کاستی‌ها، همچنان با روحیه و عشق به کارگشایی و توسعه کشور همت می‌گذارند چه نام دارد و چگونه باید از این گروه که کار را اساس رستگاری و مایه آبادانی و پیشرفت کشور می‌دانند، تقدیر کرد؟ افرادی که همواره می‌کوشند از فرصت‌ها و نعمت‌های محیط که بسیاری دیگر از کنار آنها بی‌تفاوت می‌گذرند، بهترین بهره را ببرند و گاه با وجود در اختیار داشتن موقعیت شغلی اجتماعی و مالی مناسب همچنان به کار و تلاش می‌پردازند چه نیرویی آنان را به پیش می‌برد و چه در سر می‌پروراند؟

این کتاب، با اعتقاد بر اینکه باورها و ارزش‌های هر جامعه‌ای ریشه رفتار و واکنش افراد آن جامعه است، اقدام به معرفی چهره‌های موفق و کارآفرین کشور به عموم مردم، به‌خصوص جوانان عزیز کشور نموده است زیرا روش و منش بزرگان یک جامعه بهترین و مؤثرترین وسیله تعلیم افراد است.

در واقع هدف اصلی این کتاب معرفی چهره‌های موفق و کارآفرین کشور به عنوان الگوهای زنده و موفق کشور به مردم می‌باشد تا با مطالعه سرگذشت زندگی این افراد، تجارب، موفقیت‌ها و شکست‌های آنها را سر مشق کار خود قرار داده و از آنها به عنوان نمونه‌های عینی و بومی کشور استفاده نمایند. امید است که این کتاب ارزشمند مورد توجه و استفاده تمامی مردم به خصوص نوجوانان، جوانان، دانشجویان، مدیران، کارآفرینان و مسئولین کشور قرار گیرد.

فهرست

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۲	تاریخچه
۴	انواع کارآفرینی
۴	ویژگی‌های کارآفرینان
۷	معرفی کارآفرینان

فهرست کارآفرینان

صفحه	نام شرکت	نام کارآفرین
۴۷	بنیانگذار شرکت مهرام	شاهرخ ظهیری
۶۵	گروه صنعتی فومن شیمی	سید عباس موسوی رهپیمان
۸۳	صنایع غذایی بهروز	بهروز فروتن
۱۰۱	شرکت ایرفو	اعظم قلی زاده پاشا
۱۱۹	گروه صنعتی گدافت	سید محمد جواد سلاله نوری
۱۳۷	شرکت فرش مشهد	رضا حمیدی
۱۵۵	گروه صنعتی نجاتی (آنا)	علی سالک نجات
۱۷۳	گروه صنعتی راهب (ربیع)	مجید راهب
۱۹۱	گروه صنعتی ظریف مصور	علی محمد رجالی
۲۰۵	شرکت زر ماکارون	مرتضی سلطانی
۲۲۳	شرکت نان سحر	مهدی خان محمدی
۲۴۱	شرکت تولیدی ابزار مهدی	محمد مهدی مظلومیان
۲۵۹	شرکت برقاب	عزت الله صابری
۲۷۳	شرکت داروگر (عام کف)	علی نقیب
۲۹۱	شرکت نگهبان گاز	سید رحیم رفیع پور علوی

نام کارآفرین	نام شرکت	صفحه
علی اصغر جهانگیری	موسسه کشاورزی کندلوس	۳۰۷
احد عظیم زاده	شرکت بازرگانی فرش عظیم زاده	۳۲۵
علیرضا منصوب شانجانی	شرکت شکلات پرند (فرمند)	۳۴۳
حسین اخوان	گروه نیکان	۳۶۱
احمد حداد مقدم	شرکت زمزم تهران	۳۷۹
سعید سعادت	مجتمع فنی تهران	۳۹۷
کاظم قلم چی	کانون فرهنگی آموزش (قلم چی)	۴۱۵
مرتضی موسی خانی	دانشگاه آزاد قزوین	۴۲۳
فریدون قاسم زاده	شرکت افرانت	۴۵۱
ماهرخ فلاحتی	موسسه دامپروری فلاحتی	۴۶۹
فاطمه مقیمی	شرکت سدیدبار	۴۸۷
یعقوب یقوییان	شرکت سرچین	۵۰۵
اسفندیار ایمان زاده	شرکت تندیس و پیکره شهریار	۵۱۹
احمد حلت	مجله موفقیت	۵۳۷
فاطمه طریقت منفرد	رستوران هانی	۵۵۵
شکوه السادات هاشمی	شرکت توره شیمی پارس (امجا)	۵۶۹
مهدی حدادی	شرکت نوبر سبز	۵۸۷
سعید صادق پور	شرکت پکتوس	۶۰۳
مجید سیاری	موسسه آموزش عالی آزاد ماهان	۶۱۹
بابک بختیاری	شرکت آیس پک ایرانیان	۶۳۷
آفاق سالاری نصرآباد	صنایع غذایی آریا	۶۵۵
علیرضا رضایی عارف	شرکت جوینده و یابنده راهگشا	۶۷۱
محمود احمدپور داریانی	خانه کارآفرینان ایران	۶۸۷
۳۸ + ۱	شرکت من	۷۰۵

زمان زیادی نیست که کلمه برازنده ولی نه چندان دقیق «کارآفرینی» مدام در میان مردم تکرار می‌شود. اما به نظر می‌رسد که پشت این اسم، مسمای تعریف شده و ثابتی وجود ندارد و هر کس به سلیقه خود از این واژه برای خطاب افراد مختلف استفاده می‌کند. با وجود تکرار این واژه در میان عموم مردم باید پذیرفت که جامعه ما هنوز چندان با مفهوم دقیق کارآفرینی آشنا نیست.

از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود که می‌تواند سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود. در واقع تحقق فرآیند کارآفرینی به دست افرادی صورت می‌گیرد که میل شدیدی به کامیابی دارند. رشد و توسعه یک کشور، بیش از هر چیز به سرمایه‌های انسانی به عنوان برترین منبع ثروت آن سرزمین وابسته است و هیچ کشوری به صرف داشتن منابع طبیعی نمی‌تواند به توسعه همه‌جانبه و پایدار دست یابد.

در حقیقت این سرمایه‌های انسانی هستند که با ویژگی‌هایی مثل توفیق‌طلبی، تمایل به مخاطره‌پذیری، نیاز به استقلال، خودباوری، آرمانگرایی، واقع‌بینی، شناخت فرصت‌ها، خلاقیت و نوآوری و با یاری گرفتن از قدرت ادبیه، استفاده بهینه از منابع مادی را موجب می‌شوند و به این طریق جامعه را به سمت تعالی و ترقی سوق می‌دهند. این انسان‌های ساعی و کوشا که بی‌هیچ بهانه جویی و بهانه تراشی برای دستیابی به اهداف خود موانع را یکی پس از دیگری از راه بر می‌دارند گاه در هیاهوهای جوامع ناشناخته باقی می‌مانند، کسانی که بهترین الگوهای شغلی و اقتصادی هر جامعه‌ای هستند. ما نیز برای الگوسازی و بیان نمونه‌هایی از افراد موفق در زمینه‌های متفاوت باید به شناسایی و معرفی کارآفرینان برتر در کشور مبادرت ورزیم و تجربیات و دستاوردهای افتخارآمیزشان را در اختیار نسل جوان و علاقه‌مند به ایجاد و توسعه کسب‌وکار جدید قرار دهیم. آشنایی با زندگی مخاطره‌آمیز شخصیت‌های کارآفرین و آگاهی از فراز و نشیب‌هایی که در پیروزی‌ها و شکست‌ها داشته‌اند و دست یافتن به اهدافشان از مطالعه و تحلیل سیری که آنها پیموده‌اند، حاصل می‌شود. روزگاری بود که جوانان ایران زمین امثال «بیل گیتس»، «والت دیسنی» و «هنری فورد» را مظهر قدرت و الگوی خود می‌دانستند، کسانی که در سرزمین‌های دور با فرهنگ‌ها و شرایط اجتماعی متفاوت با ما زندگی می‌کردند و در عرصه‌های موفقیت ظاهر شدند. اما دیگر زمان آن فرا رسیده است تا با تعمق در زندگی مردان بزرگ سرزمین خودمان، به نمونه‌هایی دست‌یافتنی و نه صرفاً آنان که به قرن‌ها پیش تعلق دارند و اسطوره شده‌اند، تکیه کنیم و قدم در راه توانمندی بگذاریم و آنها را به عنوان الگوهای عصر حاضر در عرصه کارآفرینی و کسب‌وکار به مردمان این سرزمین معرفی نماییم.

ایران همواره مهد انسان‌های بزرگ و قدرتمند بوده و می‌تواند باشد به شرط آنکه با دانش روز پیش برویم، تفکر کنیم و عمل نماییم. بررسی سیر زندگی و چالش‌ها و راه‌های رسیدن کارآفرینان به اهداف خود، یکی از شیوه‌های بسیار موثر در حوزه کارآفرینی است. به همین دلیل کتاب «لوح» با هدف بررسی زندگی حرفه‌ای و شخصی چهره‌های موفق و کارآفرین برتر کشور نگاشته شده

است. از این رو این کتاب رسالت خود می‌داند که از این طریق الگوهای مناسبی برای تمام اقشار جامعه معرفی نموده و شناخت درستی از این واژه را ارائه دهد تا مخاطب با جستجوی آن در زندگینامه‌های تدوین شده به معنای واقعی و به حق کارآفرینی و کارآفرین دست یابد. لازم به ذکر است که در سال‌های گذشته نیز تحقیقاتی در زمینه شناسایی و معرفی کارآفرینان برتر کشور از طریق مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها صورت گرفته است. برای نمونه در سال ۱۳۸۰ مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر با مدیریت دکتر محمود احمدپور داریانی برای اولین بار تعدادی از کارآفرینان و مدیران موفق کشور را شناسایی و معرفی نموده‌اند.

تاریخچه

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی «Entreprendre» به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه با مفهوم کلی کارآفرینی در زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه استعمال می‌شد. در اوایل سده شانزدهم، این مفهوم برای کسانی به کار برده می‌شد که به مأموریت‌های نظامی اعزام می‌شدند. از آن پس درباره انواع دیگر مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و تاسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را به کار می‌بردند.

مروری کوتاه بر تاریخ کارآفرینی این موضوع را به خوبی نشان می‌دهد: اولین باری که تعریفی از کارآفرینی ارائه گردید در سال ۱۷۳۰ توسط اقتصاددان و تاجر قرن ۱۸، «ریچارد کانتیلون» بود. او اولین بار بحث کارآفرینی را برای بیان تفاوت مالکان و پیمانکاران مطرح نمود. آنها در محیطی نامطمئن و ناپایدار کار می‌کردند و مشکلات بسیاری داشتند. آنها بدون سرمایه شروع به کار می‌کردند و سرمایه‌شان همان کارشان بود. از نظر کانتیلون کسی که ریسک می‌کند با کسی که سرمایه را تامین می‌کند متفاوت است. برای کانتیلون مفهوم اصلی کارآفرینی حول ریسک‌پذیری می‌گشت. به دنبال تعریف کانتیلون، اقتصاددانان تعاریف دیگری را مطرح کردند و عناصر دیگری را به تعریف کارآفرینی افزودند.

به عنوان یک نمونه قدیمی از یک کارآفرین می‌توان به «مارکوپولو» اشاره کرد که البته بیشتر نقش یک واسطه تجاری را ایفا می‌کرد؛ کسی که برای ایجاد مسیرهای تجاری به خاور دور تلاش کرد. وی اولین تاجر بود که از غرب به خاور دور سفر نمود و برای تجارت خود حوزه‌هایی به این وسعت را برگزید. مطمئناً خرید کالا با قیمت مشخص و فروش آن در منطقه‌ای دیگر با قیمتی نامعلوم ریسک زیادی را در بردارد، همچنین سفر همیشه با مخاطرات زیادی همراه است.

مشارکت کارآفرینی و اقتصاد از مدت‌ها پیش معیار پذیرفته شده‌ای بوده است؛ در واقع تلا دهه ۱۹۵۰ میلادی اکثر تعاریف مربوط به کارآفرینی را اقتصاددانان ارائه می‌کردند. به عنوان مثال کانتیلون که پیش از این به او اشاره شد، با «جان باتیست سی»، اقتصاددان معروف فرانسوی

(۱۸۰۳) و «جوزف شومپتر»، نابغه اقتصاد قرن بیستم همگی راجع به کارآفرینی و تاثیر آن بر توسعه اقتصادی مطالبی نوشته‌اند. طی ده‌ها سال نویسندگان تلاش خود را در تعریف و توصیف مفهوم کارآفرینی ادامه داده‌اند. پس از مرور سیر تکاملی کارآفرینی و بررسی تعاریف متفاوت آن، «رانستانت» حاصل همه آنها را در تعریف زیر خلاصه کرد:

«کارآفرینی فرآیند پویای افزایش ثروت است. این ثروت به‌وسیله افرادی که نسبت به سرمایه، زمان و یا تعهد شغلی برای تامین ارزش برخی کالاها و خدمات، ریسک‌های حساب شده را می‌پذیرند، حاصل می‌شود. کالا یا خدمات به خودی خود ممکن است جدید و بی‌نظیر باشند یا نباشند اما ارزش را کارآفرین همراه با تامین و تخصیص مهارت‌ها و منابع لازم ایجاد می‌کند».

شومپتر در سال ۱۹۱۱ مفهوم نوآوری و ابتکار را به تعریف کارآفرینی افزود. از نظر وی کارآفرین شخصی است مبتکر که یک تکنولوژی نو و جدید را می‌پروراند. او همچنین کارآفرین را عامل اصلی در توسعه اقتصادی می‌داند و نقش وی را نوآوری و ایجاد تولیدات جدید می‌شمارد. نوآوری از نظر او انواع مختلفی دارد: نوآوری در بهسازی، نوآوری در محصول، نوآوری در تولید، نوآوری در عوامل تولید، نوآوری در بازار، نوآوری در مواد و حتی نوآوری تشکیلاتی. وی در سال ۱۹۵۴ در کتاب خود می‌نویسد: «کارآفرین کسی است که کاری را انجام می‌دهد که دیگر افرادی که در کار کسب و کار هستند قادر به انجام آن نیستند. او پدیده نویی را در اندیشه خود می‌آفریند».

کشورهای توسعه‌یافته از اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی به موضوع کارآفرینی توجه جدی داشتند اما این موضوع با یک دهه تاخیر، از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی در کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گرفت.



به‌طور کلی می‌توان پنج دسته دگرگونی را در مفهوم کارآفرینی از آغاز تا به حال متمایز نمود: دوره اول: قرن ۱۵ و ۱۶ میلادی: «مردان عهده‌دار پروژه‌های بزرگ».

نمونه بارز کارآفرینان در این دوره معماران و مسئولان ساخت کلیساها، قلعه‌ها و تاسیسات نظامی هستند.

دوره دوم: قرن ۱۷ میلادی

کانتیلون، یکی از نخستین محققان این رشته، کارآفرینی را اینگونه تعریف می‌کند: «کارآفرین کسی است که منابع را با قیمت مشخص می‌خرد، روی آن فرآیندی را انجام می‌دهد و آن را به قیمت نامشخص و تضمین نشده می‌فروشد، از این جهت او فردی مخاطره‌پذیر است».

کارآفرینان در این دوره شامل کسانی نظیر بازرگانان و صنعتگران و دیگر مالکان فردی می‌باشند. دوره سوم: قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی و اوایل قرن بیستم: «تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد».

ادیسون یکی از کارآفرینان این دوره بود که از پایه‌گذاران فناوری‌های نو در این دوره به شمار می‌رود. همچنین در این دوره میان کارآفرینان و مدیران کسب و کار نیز تفاوت وجود دارد؛ کسی

که سود حاصل از سرمایه را دریافت می‌کند با شخصی که سود حاصل از توانمندی‌های مدیریتی را دریافت می‌کند تفاوت دارد.

دوره چهارم: دهه‌های میانه قرن بیستم میلادی: «نوآوری».

کارآفرینان یک کسب‌وکار جدید را شروع می‌کنند در حالی که دیگران برخلاف آنان، تغییرات اندکی در محصولات موجود ایجاد می‌کنند.

دوره پنجم: دوران معاصر (از ۱۹۸۰ تاکنون): «رویکرد چندجانبه».

تا این زمان کارآفرینی فقط از دیدگاه محققین اقتصادی مورد بررسی قرار می‌گرفت ولی در این دوره توجه جامعه‌شناسان و روانشناسان نیز به این رشته جلب شد. «کارآفرینی فرآیند خلق چیزی نو، با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به‌دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است».

ژوزف شومپتر (۱۹۲۴ میلادی) کارآفرینی را موتور محرکه توسعه اقتصادی می‌داند و از آن تحت عنوان «تخریب خلاق» یاد می‌کند. این به این معنی است که کارآفرین، تعادل ایستا را در اقتصاد تخریب کرده و تعادل پویایی را که لازمه توسعه اقتصادی است ایجاد می‌کند. کار او در مورد توسعه اقتصادی و کارآفرینی تاثیر بسزایی بر آثار بعدی در مورد کارآفرینی داشته است، به‌طوری‌که وی را پدر کارآفرینی می‌نامند.

انواع کارآفرینی

به‌طور کل کارآفرینی به سه بخش تقسیم می‌شود:

کارآفرینی مستقل (فردی): کارآفرین کسی است که از هیچ، همه چیز می‌سازد.

کارآفرینی سازمانی: کارآفرین کسی است که در استخدام شرکتی قرار گرفته است و در تمام سطوح سازمان یافت می‌شود. شومپتر عمده فعالیت‌های کارآفرینان در سازمان را شامل توسعه کالاها و خدمات جدید، معرفی روش‌های جدید تولید، تشخیص بازارهای جدید، پیدا کردن منابع جدید، خرید و توسعه و بهبود سازمان می‌داند.

کارآفرینی اجتماعی: کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که با بکارگیری مکانیزم تخریب خلاق و چرخه نوآوری شومپتری، از طریق ایجاد یک کسب‌وکار اجتماعی (بخش‌های خصوصی، عمومی، داوطلبانه و غیرانتفاعی) با بسیج منابع گوناگون و مخاطرات مالی و اجتماعی، با خلق ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی، خدمات جدید اجتماعی به جامعه ارائه می‌دهد.

ویژگی‌های کارآفرینان

مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینان که اکثر محققین در آن به اتفاق نظر رسیده‌اند عبارت است از:

- نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی

- مرکز کنترل
- تمایل به مخاطره‌پذیری
- نیاز به استقلال
- خلاقیت
- تحمل ابهام

نیاز به توفیق عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت کسب موفقیت در موقعیت‌های رقابتی.

مرکز کنترل به این معنی است که کارآفرینان موفق به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان موثر می‌دانند.

تمایل به مخاطره‌پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. مردم عادی کارآفرین را عاشق مخاطره می‌دانند درحالی‌که تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرین نوعاً چنین نیست. کارآفرین خواه زن باشد، خواه مرد، شخصی است میانه‌رو که حساب شده و منطقی مخاطره می‌کند.

نیاز به استقلال را می‌توان به عنوان یک نیروی بسیار براانگیزاننده مورد تاکید قرار داد. نیاز به استقلال بیانگر عبارتی است چون کنترل داشتن بر سرنوشت خویش، کاری را برای خود انجام دادن و آقای خود بودن.

خلاقیت همانا توانایی هستی بخشیدن به پدیده‌های نو و ایده‌های جدید می‌باشد.

تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر.



باورهایی در فرهنگ ملت‌ها درباره مفهوم کارآفرین وجود دارد که گاهی افراد را در درک آن به اشتباه انداخته است و برطرف شدن این ابهامات و خطاها ما را در شناخت بیشتر این مهم یاری می‌کند.

- کارآفرین فکر نمی‌کند، بلکه عمل می‌کند: این دیدگاه صحیح است که کارآفرینان عمل می‌کنند اما تفکر از عمل آنها جدا نیست. آن‌ها برای اجرای طرح‌های خود بسیار با دقت می‌اندیشند. تاکید می‌کنند که امروزه بر ایجاد طرح‌های فعالیت اقتصادی جامع و شفاف وجود دارد، بیانگر این مطلب است که کارآفرینان صاحب فکر نیز مانند کارآفرینان فعال و کارآمد دارای اهمیت هستند.

- کارآفرینی ذاتی است، نه اکتسابی: بسیاری بر این باورند که افراد کارآفرین شخصیتی ذاتی

دارند در صورتی که این باور غلط است؛ بسیاری از کارآفرینان با الهام از دیگر کارآفرینان و گرفتن آموزش‌های لازم کارآفرین شده‌اند.

- کارآفرین مخترع است: یک مخترع یعنی فردی که چیزی را برای نخستین بار می‌آفریند؛ فردی است که شدیداً به‌واسطه کار یا عقیده‌های شخصی‌اش انگیزه پیدا کرده است. معمولاً یک مخترع تأکید زیادی بر موفقیت در انجام کار داشته و میزان توفیق را به‌وسیله تعداد اختراعات ساخته شده و تعداد حق ثبت‌های اخذ شده ارزیابی می‌کند. بنابراین یک مخترع به جنبه‌های سودآوری مالی کار به‌عنوان مقیاسی برای موفقیت نگاه نمی‌کند. اگرچه بسیاری از مخترعین، نوآور و کارآفرین هستند و تعداد زیادی از کارآفرینان، فعالیت‌های نوآوری را احاطه کرده‌اند اما کارآفرینان مخترع نیستند.

- کارآفرینان از نظر تحصیلی و اجتماعی افرادی غیرعادی و ناهمگون هستند: اعتقاد به این که کارآفرینان در جنبه‌های آموزشی و اجتماعی ناکارآمد هستند از آنجا نشأت می‌گیرد که بعضی از صاحبان فعالیت‌های اقتصادی بعد از اخراج از محل کار یا ترک آنجا توانسته‌اند فعالیت‌های اقتصادی موفق را پایه‌ریزی کنند. در بسیاری از موارد چنین حوادثی ارتباطی با ویژگی‌ها و مشخصات تعریف شده کارآفرینان ندارند.

- تنها چیزی که کارآفرینان نیاز دارند پول است: برای بقای فعالیت اقتصادی تنها سرمایه نیاز نیست و نبودن آن تنها دلیل ورشکستگی نیست. برنامه و طرح‌های ضعیف، سرمایه‌گذاری کم، ضعف مهارت‌های مدیریتی و ... می‌توانند باعث ورشکستگی شوند. بسیاری از کارآفرینان موفق در طی مراحل شکل‌دهی یک فعالیت کارآفرینانه توانسته‌اند شخصا بر مشکلات و کمبودهای مالی فایق آیند. برای آنان پول به‌عنوان یک منبع و وسیله کار مطرح است و نه هدف.

- کارآفرینان افرادی بی‌نهایت ریسک‌پذیرند: عامل ریسک فاکتور بسیار مهمی در فرآیند کارآفرینی است. البته درک عموم از ریسک با نقطه نظری که کارآفرینان راجع به آن دارند متفاوت است؛ هر چند ممکن است به نظر آید کارآفرین در گستره ضعیفی از احتمال موفقیت در حال خطر کردن است، اما واقعیت این است که کارآفرین فعالیت‌های خود را بر روی ریسک‌های محاسبه شده و احتمال موفقیت یا شکست متعادل متمرکز می‌کند. اغلب کارآفرینان موفق، با برنامه‌ریزی و آمادگی قبلی میزان ریسک را در فعالیت‌های خود به حداقل رسانده‌اند و سعی در کنترل و نظارت بهتر بر سرنوشت فعالیت‌ها و دیدگاه‌های خود دارند.

نکته: با توجه به اینکه تحقیقات، پژوهش و گردآوری این کتاب از سال ۱۳۸۷ الی ۱۳۸۹ انجام گرفته و مجوز نشر آن با چند ماه تأخیر داده شده است لذا این کتاب می‌بایست در سال ۱۳۹۰ به چاپ می‌رسید ولی با مشکلاتی که برای نشر و چاپ آن وجود داشت با تأخیری یکساله این کتاب به چاپ رسیده و در اختیار مخاطبان خود قرار می‌گیرد.

لذا داستان زندگی و سخنان این کارآفرینان که از زبان خود کارآفرینان نقل شده است مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد.