

درسنامه کارآفرینی (۱)

جایگاه مذاکراتهای اقتصادی
در کسب و کارهای کارآفرینانهی فنآورمحور

رحمت‌الله سادقیان

و همکاران

حسام‌الدین قاسمی / زهرا سادات کاظمی تربقان / سید مهدی کاظمی تربقان
مریم سادات کاظمی تربقان / کورش طیبی نیا



۱۳۹۳

سرشناسه	:	صادقیان، رحمت‌الله، ۱۳۴۴
عنوان و نام پدیدآور	:	جایگاه مذاکره‌های اقتصادی در کسب و کارهای کارآفرینانه‌ی فن‌آورمحور / رحمت‌الله صادقیان و همکاران حسام‌الدین قاسمی ... (و دیگران).
مشخصات نشر	:	تهران: نوجو، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	:	۱۳۲ ص: ۴/۵، ۲۱/۵×۱ س.م.
سرویس	:	درستنامه کار آفرینی: ۱.
شاب	:	978-600-94459-0-5
نوعیت فهرست‌نویسی	:	فیفا
یادداشت	:	همکاران حسام‌الدین قاسمی، کورش طیبی‌نیا، زهراسادات کاظمی‌تربقان، سیدمهدی کاظمی‌تربقان، مریم‌سادات کاظمی‌تربقان
موضوع	:	آفرینی
موضوع	:	کسب و کار
موضوع	:	تکنولوژی
موضوع	:	مذاکره
شناسه افزوده	:	قاسمی، حسام‌الدین - ۱۳۶ -
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۳ ج ۲، ۱۵۶ HB
رده بندی دیویی	:	۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۳۴۴۲۷۷۵



درستنامه کارآفرینی (۱)

جایگاه مذاکره‌های اقتصادی در کسب و کارهای کارآفرینانه‌ی فن‌آورمحور

مؤلفین: رحمت‌الله صادقیان و همکاران (حسام‌الدین قاسمی / زهراسادات کاظمی / سیدمهدی کاظمی / تربقان / مریم‌سادات کاظمی / کورش طیبی‌نیا)

طرح روی جلد: پیمان رحیمی‌زاده

تعداد صفحه: ۱۳۲ صفحه

تیراژ: ۱۱۰۰ نسخه

چاپ و صحافی: کوثر

قیمت: ۵۰۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۳

هر گونه اقتباس از این اثر بدون اجازه‌ی کتبی مؤلفین ممنوع است

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۴۵۹-۰-۵

تلفن دفتر پخش (نوجو) ۸۸۹۴۴۶۷۹ و ۴۶۹۷۸۹۱۸

❖	یادداشت ناشر.....	۹
❖	پیش‌گفتار.....	۱۱
❖	فصل ۱ (تعاریف و مفاهیم).....	۱۹
❖	فصل ۲ (ارکان مذاکرات اقتصادی).....	۴۱
❖	فصل ۳ (انتخاب استراتژی در مذاکرات اقتصادی).....	۵۱
❖	فصل ۴ (کسب و کارهای کارآفرینانه‌ی فناور محور).....	۷۱

برای به دست آوردن بهترین بهره‌رزی از ارزش و بهره‌وری؛ نیاز پیش روی کارآفرینان به فن‌آوری‌های امروز است. ایجاد فضای مناسب برای یک کسب و کار کارآفرینانه، فن‌آورانه، به دلیل ویژگی‌های این نوع کسب و کارها، می‌تواند خطر کارآفرینی را به بیش از پیش افزایش دهد و با این تدبیر، در دقایق رو به تغییر برای بهبود شرایط کسب و کار در رویارویی فعالانه با این خطرها، عطشی در کارآفرینان هوشیار به دنبال فراهم می‌گردد تا با دانش و مهارت در رقابت بزرگ جهانی هم‌پایه و هم‌زمان پیش تازند.

مؤلفین این کتاب به خوبی این نیاز پنهان کارآفرینان را در عرصه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه‌ی فن‌آور محور تشخیص داده‌اند و بر این اساس، سلسله مباحث کارآفرینانه را با تکیه بر اندوخته‌های علمی و پژوهشی و با بهره‌وری از خرد جمعی و تجارب پیرامونی در دفاتر مختلف به بحث و بررسی درآورده‌اند. تا از این رهگذر ضمن پاسخگویی به نیاز کنونی کشور، به ویژه جوانان، به کاشگر، زمینه‌ی طرح چنین مسایلی را فرا روی علوم و فناوری‌های دانش‌پژوهان قرار دهند.

به یقین این کتاب، هم به عنوان یک راهنمای کاربردی و هم به عنوان یک منبع دانشگاهی، قابل بهره‌برداری می‌باشد. این فرصت برای دانشجویان فراهم گردیده تا در یک‌ترم تحصیلی به لحاظ محتوایی و از طریق مباحث

مطرح شده و نیز ویژگی‌های عملی با آزمودن راهکارهای آن، در دنیای واقعی بر غنای تجربیات و پیچیدگی شناختی خویش افزوده و افرادی توانمند و دانشجویانی مستعد برای رویارویی با بازارکار که شایسته‌ی تخصص و تحصیل شان است، مجهز شوند.

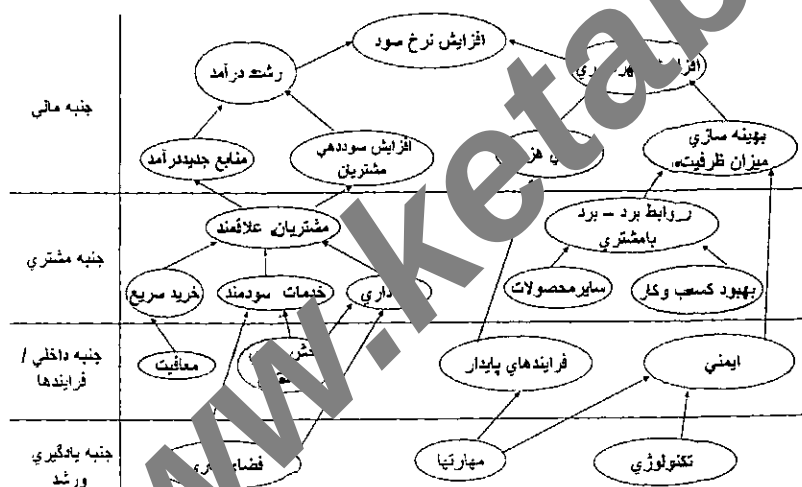
در دفتر نخست این سلسله مباحث، در این کتاب، به اختصار و مجمل؛ مذاکرات علمی مبنای سخن نویسندگان قرار گرفته که با توجه به سابقه علم پژوهشی و اجرایی تک تک آن‌ها، مطالب عنوان شده در عین علمی بودن به کاربرد آن نیز به صورت شایسته و بایسته پرداخته است.

در این مقدمه و با توجه به مطالعه‌ی دقیق مطالب این کتاب فرصت را برای تقدیر از همت این عزیزان می‌شمارم و بیان می‌دارم که اگر چه کارآفرینان یا کاشف فرصت هستند و با خالق آنان، در عین حال نویسندگان محترم و فرهیخته‌ی این کتاب نیز به بهی خود هم کاشف فرصت و هم‌چنین با پرداختن به این موضوع تازه و بکر، خالق آن بوده‌اند. امید آن است که این اثر و این پیشکش مورد قبول حضرت حق قرار گیرد.

من الله توفیق

ناشر

پیش‌گفتار



بر ساحل دریای وجود قدم می‌زنی، بی آن‌که بدانی کجا می‌رسی. قدم‌هایت تمام خواهد شد، این یک حقیقت انکار ناپذیر است؛ اما شاید این نیز یک واقعیت است که در میان تمام راه‌ها، نوشتن، بهترین راه است برای ارائه‌ی گزارشی از این‌که تا کجا و چگونه رفته‌ای، دادن خبری از خویش، پیش از آن‌که نشان پای تو، با موجی محو شود.

همراهان گرامی در مجموعه کتب در سنامه کارآفرینی، در محضر شما خوبان هستیم؛ تا گامی هر چند کوچک در راه اعتلای کشور عزیزمان ایران برداریم و این مجموعه که می‌تواند به عنوان منبع درسی برای دانشگاه‌های سراسر کشور محسوب شود، فرصتی را برای هم‌اندیشی با اساتید و دانشجویان گرامی فراهم آورده تا به مثابه یک سازمان یادگیرنده، ما را در ارتباط با مخاطبان خویش رشد دهد. به یقین بالندگی فضای این سرزمین، مرهون اشاعه‌ی این نگاه خواهد بود.

از دیگر برگزین مسأله‌ی امروز ما شاید این است که اساتید و مدیران با سوءدراست در برابر ما بدون آن‌که ردّ پایی از تجربیات خود به جای بگذارند صحنه‌ی فعالیت را ترک نموده‌اند و این‌گونه است که ما در حسرت تجربیات آن، توبه‌ی دوباره تجربه می‌کنیم. لذا این مجموعه کتب می‌خواهد انسانی علمی، به دنیای واقعی قدم بگذارد و ان‌شالله قدمی هرچند کوچک نیز در توسعه‌ی پایدار ایران اسلامی باشد.

تحقیق در زمینه‌ی کارآفرینی در سطوح مختلف تحلیلی صورت گرفته که در سطح فردی، تمرکز بر اندیشمندان حوزه‌ی کارآفرینی، شخص کارآفرین، سرمایه‌گذاران حوزه‌های توأم با مخاطره، کارآفرینانه و دیگر اشخاص درگیر در آغاز و انجام ابداعات فناورانه و کارآفرینانه همچون اساتید دانشگاه، می‌باشد. در سطح سازمانی، تحقیق در خصوص ساختارهای سازمانی، ساختارهای فناورانه، فرایندها و پیوندهای فی‌مابین سازمان‌هاست که خلق ارزش و فرایندهای تخصیص را ممکن یا مختل می‌سازد. در سطح اقتصادی یا بازار، تحقیقات معمولاً بر نقش‌ها و منابعی که فی‌مابین بازیگرانی در صحنه‌ی بوم‌شناسی خلق ارزش تبادل می‌شود،

متمرکز است. بنابراین تحقیق در حوزه‌ی کارآفرینی لزوماً بین رشته‌ای و چندسطحی است. لذا، مشارکت‌های فکری زمینه‌های متنوعی چون اقتصاد، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، روان‌شناسی، حقوق، اقتصاد سیاسی، جغرافیای اقتصادی، ریاضیات و فیزیک را به روی خود می‌کشد. واژه‌ی کارآفرینی جهت تعریف طیف وسیعی از فعالیت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد به عنوان مثال: خلق، تأسیس، تطبیق و مدیریت یک فعالیت (نمونه‌آمیز (کانیتنگهام و لسکران ۱۹۹۱؛ هوی و وسپر، ۱۹۹۴؛ میلر ۱۹۸۳؛ کرایزنر ۱۹۷۹؛ شومپتر ۱۹۳۴).

اندیشمند	تعریف
شومپتر (۱۹۳۴)	کارآفرینی عبارت است از؛ نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های جدید شامل: معرفی کالای جدید، ارائه روش‌های جدید در فرآیند تولید، گسترش بازاری جدید، یافتن منابع جدید، ایجاد هرگونه شکرت جدید در صنعت.
کرایزنر (۱۹۷۹)	کارآفرینی یعنی؛ آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف آنها
میلر (۱۹۸۳)	کارآفرینی؛ اقدامات شرکت در رابطه با بازار محصول و نوآوری تکنولوژیک می‌باشد.

¹ Cunningham and Lischeron

² Hoy and Vesper

³ Maes

کارآفرین؛ نوآوری است که منابع موجود شرکت را جهت افزایش ظرفیت تولید ثروت جدید هزینه کند.	دراکر (۱۹۸۵)
کارآفرینی؛ پیگیری فرصت بدون توجه به منابع موجود و یا قابلیت‌ها است	استیونس، رابرتز، گوزبک (۱۹۸۵)
ایجاد ترکیب‌های جدید	کاسر (۱۹۸۵)
عمل ایجاد و یا نوآوری محصولات جدید و یا خدمات در داخل کسب و کار موجود و یا در کسب و کار تازه‌ی کل گرفته.	ولر (۱۹۸۶)
آخال سازمانی جدید درون سازمان موجود	گاتنر (۱۹۸۹)
کارآفرینی؛ ایجاد کسب و کارهای جدید است. کسب و کار جدید به این معنا که آنها "دقیقا" کسب و کار موجود را تکرار نمی‌کنند. بنابراین برخی از عناصر جدید هستند.	رملت (۱۹۸۷)
فرآیندی که در آن افراد (شخصان و یا در سازمان) بدون توجه به منابع در اختیار، به دنبال فرصت هستند. کارآفرینی جستجوی فرصت‌های فراتر از منابع در کنترل است.	استیونس و جارلیو (۱۹۹۰)
کارآفرینی؛ یعنی تشخیص فرصت بازار و ایجاد ترکیب جدیدی از منابع برای تعقیب آن فرصت.	گوث و گینزبرگ (۱۹۹۰)

فرآیند توجه شرکت به فرصت‌ها و سازماندهی خلاقانه تعاملات بین عوامل تولید به نحوی که منجر به ایجاد ارزش افزوده گردد.	جونز و باتلر (۱۹۹۲)
پیگیری فرصت بدون در نظر گرفتن منابع موجود.	کراگر و برازیل (۱۹۹۴)
کارآفرینی؛ یک روش تفکر، استدلال و عمل است که مبتنی بر فرصت است، جامع در رویکرد، و یک رهبری متوجه است.	صونو (۱۹۹۷)
کارآفرینی؛ به دنبال درک آن است که فرصت‌هایی به وجود آمده (الاه) و خدمات آتی، چگونه کشف، ایجاد و بهره‌برداری شوند (عوامل و پیامدها).	ونگتارمن (۱۹۹۷)
کارآفرینی؛ فرایندی است که از طریق آن افراد و تیم‌ها با گردهم آوردن استعدادهای منحصر به فرد از منابع به بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط کسب و کار پرداخته و از این طریق ایجاد ارزش می‌کنند. این فرآیند ممکن است در هر چارچوب سازمانی رخ دهد و منجر به نتایج متنوع و جدید گردد، از جمله فعالیت‌های اقتصادی، محصولات، خدمات، فرآیندها، بازارها و فن‌آوری.	صوریس (۱۹۹۸)
کارآفرینی؛ شامل اعمال خلاقیت، نوسازی، و یا نوآوری سازمانی است که در داخل یا خارج از سازمان‌های موجود اتفاق می‌افتد.	شارما و کریسمن (۱۹۹۹)

فرآیند ایجاد یک فعالیت اقتصادی	کورلیف (۲۰۰۰)
هرگونه تلاش در ایجاد یک کسب و کار جدید و یا انجام سرمایه گذاری های جدید. مانند خود اشتغالی ، ایجاد یک سازمان جدید ، یا گسترش کسب و کار موجود توسط افراد ، گروهی از افراد ، یا سازمان های موجود.	دیدهبان جهانی کارآفرینی هاردینگ (۲۰۰۲)
کارآفرینی؛ فرآیند نوآوری و ایجاد سرمایه گذاری های جدید به واسطه ۴ بعد اساسی: فردی ، سازمانی ، محیطی ، فرآیندی است که توسط شبکه های مشارکتی در دولت ، آموزشی ، پرورش و مؤسسات آموزشی مساعدت می شود. به هنگام شناخت و تصرف فرصت هایی که می توانند به ایده های قابل عرضه در بازار تبدیل شوند همه مواضع ریز و درشت تفکر کارآفرینانه جهت اخذ توانایی رقابت در اقتصاد امروز باید مد نظر قرار گیرد .	کوراتکو و هاجتس (۲۰۰۷)
کارآفرینی؛ فرآیند خلق چیزی با ارزش متفاوت ؛ با صرف زمان و تلاش لازم ، تقبل ریسک مالی ، روانی و اجتماعی و دریافت پاداش های مالی رضایت شخصی حاصل از آن است.	هیسریچ و پیترز (۲۰۰۸)

منبع : مایر، نک و میکز (۲۰۰۲) ، گرونوالد « (۲۰۱۰)

با این همه امروزه کارآفرینان در موقعیتی از زمان قرار گرفته اند که در این موقعیت عوامل مؤثر بر موفقیت آنان به سرعت در حال تغییر است.

در چنین شرایطی برای موفقیت در کسب و کار لازم است مدیران کارآفرین با دانستن همه‌ی راه‌های قبلی در مسیر فائق آمدن بر مسائل و مشکلات حوزه‌ی مدیریت که دیگران آن را مطالعه و آزموده‌اند، ایستادگی کنند. به دنبال گسترش توانایی‌های منحصر به فرد خود با تکیه بر دانشی باشند.

ما در این مجموعه کتاب قصد داریم تا در کنار دانشجویان و اساتید معزز دانشگاه بر پایه‌ی یک منبع درسی و آکادمیک به راه‌هایی به اقتضای شرایط متغیر دنیای رقابتی امروز، برای صاحبان کسب و کار دست یابیم که با بزرگداشت اصولی در عرصه کسب و کار خود بوده تا دانشگاه را بهترین شغل خود ببینند. انجام هرچه بهتر فرآیند برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت بر کار اعضای سازمان و به کار بردن کلیه منابع قابل دسترس برای رسیدن به اهداف تعیین شده سازمان اما به شیوه‌ای نوآورانه و کارآفرینانه، نتیجه‌ای است که به دنبال آن هستیم.

با تقدیم احترام

مؤلفان