

« تنها فاصله شما تا موفقیت «شهامتی برای بُردن» است »

کارآفرینی

(مفاهیم، تئوری‌ها و مکاتب)

مؤلفان

مصطفی امامی

(مدرس دانشگاه ازی کرمانشاه)

مهدی پرویزی

(مدرس دانشگاه علمی کاربردی)

محسن عباسی

(مدرس دانشگاه)



سرشناسه: امامی، مصطفی، ۱۳۶۲

عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی / مصطفی امامی، محسن عباسی، مهدی پرویزی

مشخصات نشر: تهران: سخنوران، رشدآوران، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری: ۱۵۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۱۵۰-۳۵-۲

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه

موضوع: کارآفرینی، موفقیت در کسب و کار، بازاریابی

شناسه افزوده: عباسی، محسن، ۱۳۶۲—پرویزی، مهدی، ۱۳۶۲

رده‌بندی کنگره: HB۶۱۵/الف۶۸۵: ۲۳۹۰

رده‌بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴

شماره کتابشناسی ملی: ۲۴۲۳۴۰۶



انتشارات سخنوران

تلفن: ۰۹۱۹۳۶۱۶۶۱۳ - ۰۹۱۲۴۰۵۵۳۱۱ - ۶۶۴۷۶۳۰۶

پست الکترونیکی: sokhanvaran_pub@yahoo.com

کارآفرینی

تألیف: مصطفی امامی، محسن عباسی، مهدی پرویزی

ویراستار: اکرم ابراهیمی

ناظر فنی: مهدی محمودی

ناشر: سخنوران - رشدآوران

طرح جلد: احمد شهبازی

چاپ، لیتوگرافی و صحافی: فرسیما

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۵۰۰۰۰ ریال

تلفن مرکز پخش: ۶۶۴۷۶۳۰۶

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

«چه به توانستن بیندیشید، چه به نتوانستن؟ در هر دو صورت حق با شماست.»

«هنری فورد»

مقدمه

کوشش‌های اقتصادی انسان همواره معطوف بر آن بوده است که حداکثر نتیجه را از حداقل تلاش‌ها و امکانات به دست آورد. این تمایل را می‌توان اشتیاق وصول به بهره‌وری افزون‌تر نام نهاد. جمیع اختراعات و ابداعات بشر از ابتدائی‌ترین ابزار کار در اعصار بدوی گرفته تا پیچیده‌ترین و بغرنج‌ترین تجهیزات مکانیکی و الکترونیکی زمان حاضر، متأثر از این تمایل و اشتیاق است. اما همواره این سؤال مطرح است که چرا کشوری پیشرفت کرده درحالی‌که کشور مشابه از نظر منابع اولیه و امکانات بهره‌وری دارای شرایط بهتری بوده و عقب مانده است. چه عامل مهمی در شرایط مشابه باعث پیشرفت و موفقیت (کشور-گروه-فرد) و باعث عقب‌ماندگی و عملکرد نادرست بعضی دیگر می‌شود؟

با شتاب روزافزون تحولات و دگرگونی‌ها در دنیای کنونی که عصر اطلاعات و ارتباطات است و به دلیل بی‌ثباتی و تغییرپذیری و نیز غیرقابل پیش‌بینی بودن این تغییرات، فرآیند تغییر و تحول و پرشتاب در آغاز هزاره سوم میلادی، از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری و از مشخصات بارز آن به شمار می‌رود. آنچه که کشورهای جهان به‌ویژه کشورهای درحال توسعه را در جهت افزایش بهره‌وری و پیشرفت آنها مدد می‌رساند، همانا استفاده از فرصت‌ها در رقابت با سایر کشورهاست و این امر میسر نمی‌گردد مگر با درایت و خلاقیت کارکنان و مدیران سازمان‌ها. افراد، سازمان‌ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پرشتاب همگام کنند، دچار حالت ایستایی، توقف و سکون شده بی‌شک در آینده حضور فعالی نخواهند داشت و سرانجام دچار اضمحلال می‌شوند. در این میان افرادی هستند که در این دریای پرتلاطم انقلاب‌های پی‌درپی، بر روی موج‌ها سوار بوده و در زمانی که همگان بر هرج و مرج، نابسامانی، تناقض و عدم تعادل اذعان دارند، آن‌ها به دنبال به دست آوردن فرصتی هستند تا بتوانند با ارائه محصول و یا خدمت جدید به جامعه، تعادل را برقرار کرده و اوضاع را سامان بخشند و ارزشی از خود بر جای گذارند. همین افراد هستند که سبب می‌شوند سازمانی از سازمان‌های دیگر پیشی گیرد و کشوری از کشورهای دیگر پیشرفت بارزتری داشته باشد. تلاش صاحب‌نظران و متخصصان همواره بر این است که برای سازمان‌ها شرایط و بستری را فراهم کنند که زمینه حاکمیت فناوری، خلاقیت و نوآوری در آن‌ها مناسب‌تر و مستعدتر

شود و بتوانند هرچه بیشتر و بهتر از رویدادها و دگرگونی‌ها بهره‌مند شوند و حتی آن‌ها را به وجود آورند و همچنین بسیاری از دانشمندان در پی آن بودند وجه تمایز این افراد را که محور توسعه اقتصادی بوده و کارآفرین خوانده می‌شوند با دیگر افراد جامعه به دست آورند. همین امر سبب به وجود آمدن علم کارآفرینی شد که در آن رویکرد رفتاری و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان از منظرهای اقتصادی، روانشناسی و جامعه‌شناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

امروزه تقریباً تمام کشورهای جهان در جهت افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی خود متوسل به توسعه یادگیری، خلاقیت، نوآوری و افزایش کارایی شده‌اند. یکی از دلایل عمده اهمیت آن ایجاد رقابت بین کشورهای مختلف در حال توسعه است و این امر تنها از طریق پرورش افرادی کارآفرین و خلاق میسر است.

این کتاب قصد دارد با توجه به اهمیت کارآفرینی، مخاطبان خود را با مقوله کارآفرینی و مباحث مرتبط به آن از جمله خلاقیت و نوآوری آشنا سازد و به بررسی کارآفرینی به مباحثی چون، تعاریف کارآفرینی، ویژگی‌های کارآفرینان، نقش و جایگاه کارآفرینان در جامعه، تئوری‌ها و مکاتب کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری و مباحث مرتبط به آن اشاره شده است. در این کتاب سعی شده است با بیانی ساده و مختصر تصویر جدیدی از کارآفرینی در ذهن مخاطب ترسیم گردد.

مخاطبان اصلی این کتاب دانشجویان در تمامی رشته‌ها، کانون‌های کارآفرینی، دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها هستند که در حال حاضر کسب و کار مستقلی را راه‌اندازی کرده‌اند و یا ایده جدیدی برای راه‌اندازی یک کسب و کار در ذهن دارند و نیز با توجه به اضافه شدن درس کارآفرینی به تمامی رشته‌های دانشگاهی دانشجویان و اساتید محترم می‌توانند از این کتاب به عنوان یکی از منابع درسی بهره گیرند.

اگرچه در این کتاب سعی شده است که نظرات اساتید و صاحب‌نظران این علم و فن و موضوعات پیرامون آن جمع‌آوری شده و در یک چیدمان خاص نتیجه منحصربه‌فردی گرفته شود اما به طور یقین، دارای نقایص بسیاری است که امیدوارم بتوان با جمع‌آوری نظرات شما اساتید، کارآفرینان و دانشجویان محترم این نقایص را برطرف ساخت.

مصطفی امامی

محسن عباسی - مهدی پرویزی

فهرست مطالب

مقدمه	۳
پیشگفتار	۱۱

فصل اول

کارآفرینی

مقدمه	۱۴
مفهوم کارآفرینی	۱۴
تاریخچه کارآفرینی	۱۶
سرچشمه کارآفرینی	۱۷
تجربیات دوزان کودکی	۱۸
کارآفرینان در چه جو خانوادگی رشد یافته‌اند؟	۱۸
۱. آموزش‌های اولیه برای استقلال، اتکا به خود، تصمیم‌گیری و سخت‌کوشی	۱۸
۲. آموزش زودرس برای کار	۲۰
۳. آموزش زودرس برای کسب و صنعت	۲۰
تئوری‌های کارآفرینی	۲۱
دیدگاه شومپتر	۲۱
دیدگاه نایت	۲۲
دیدگاه کرزنر	۲۴
دیدگاه شولتز	۲۵
دیدگاه شکل	۲۶
دیدگاه کاسون	۲۷
تئوری‌های اخیر	۲۸
رویکرد اقتصادی	۲۸
رویکرد ویژگی‌های شخصی	۳۰
شخصیت کارآفرینانه	۳۰
نیازهای سازمانی کارآفرینان در رویکرد ویژگی‌های شخصی	۳۲

۳۳	 نقش‌های کارآفرینان در رویکرد ویژگی‌های شخصی
۳۴	 ویژگی‌های کارآفرینان در رویکرد شخصی ۹D
۳۵	 ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان
۳۵	 نیازهای محیطی کارآفرینان در رویکرد ویژگی‌های شخصی
۳۶	 رویکرد اجتماعی - رفتاری

فصل دوم

انواع کارآفرینی

۴۰	 مقدمه
۴۰	 کارآفرینی فردی (مستقل)
۴۰	 کارآفرینی سازمانی
۴۳	 ضرورت و اهمیت کارآفرینی سازمانی
۴۳	 تعاریف کارآفرینی سازمانی
۴۴	 سیر تحول مفهوم کارآفرینی سازمانی
۴۴	 سیر تحول مفهوم کارآفرینی سازمانی
۴۵	 مدل‌های کارآفرینی سازمانی
۴۵	 مدل کارآفرینی کورنوال و پرلمن
۴۶	 مدل کارآفرینی کوراتکو و نافزیگر
۴۶	 مدل کارآفرینی اکلس و نک
۴۸	 مدل کارآفرینی تامپسون
۴۸	 مدل کارآفرینی سازمانی
۴۹	 تفاوت کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی
۵۰	 نمونه‌ای از کارآفرینی در صنعت
۵۳	 ابعاد سازمان کارآفرین
۵۳	 ابعاد ساختاری
۵۳	 ابعاد محتوایی
۵۴	 محیط مناسب برای کارآفرینی سازمانی
۵۵	 موانع و محدودیت‌های کارآفرینی سازمانی

۵۵	۱. ماهیت سازمان‌های بزرگ.....
۵۵	۲. نیاز به سودهای کوتاه‌مدت.....
۵۶	۳. شیوه‌های نادرست پاداش.....
۵۶	۴. جبر و سکون در سازمان.....
۵۶	۵. کوتاه‌نگری.....
۵۷	مراحل فرآیند کارآفرینی سازمانی.....
۵۷	مرحله اول: تشکیل تیم ایده.....
۵۸	مرحله دوم: تشکیل تیم نوآوری.....
۵۸	مرحله سوم: حمایت رسمی شرکت و اجرای ایده.....
۵۸	استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی.....
۵۹	راه‌های تشویق کارآفرینی در سازمان.....
۶۰	ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی.....
۶۱	ویژگی‌های رهبر در سازمان کارآفرین.....
۶۱	ویژگی‌های منابع انسانی در سازمان کارآفرین.....
۶۲	ویژگی‌های شرکت‌های کارآفرین.....
۶۴	موانع کارآفرینی.....
۶۵	موانع کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط.....
۶۵	عوامل محیطی.....
۶۵	۱. کمبود رقابت.....
۶۵	۲. مراجعین مختلف.....
۶۶	۳. مسئولیت‌پذیری عمومی.....
۶۶	ساختارها و فرایندهای داخلی.....
۶۶	۱. مدیریت ارشد.....
۶۷	۲. محدودیت اختیارات مدیریت.....
۶۷	۳. پیچیدگی اهداف.....
۶۷	درون سازمان و محیط خارجی.....
۶۷	فرهنگ و محیط ریسک‌ناپذیر.....
۶۸	ویژگی‌های افراد، مدیران، مراکز، سازمان‌ها و دانشگاه‌های کارآفرین.....
۶۸	افراد کارآفرین.....
۶۹	مدیران کارآفرین.....

۷۰		مراکز کارآفرین
۷۱		سازمان‌های کارآفرین
۷۲		دانشگاه‌های کارآفرین

فصل سوم

دیدگاه‌های مختلف

۷۸		کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۷۹		کارآفرینی از دیدگاه جامعه‌شناسان و روان‌شناسان
۸۰		کارآفرینی از دیدگاه مدیریت
۸۱		وضعیت کارآفرینی در ایران و چند کشور مختلف
۸۱		وضعیت کارآفرینی در ایران
۸۲		وضعیت کارآفرینی در آمریکا
۸۳		وضعیت کارآفرینی در مالزی
۸۳		وضعیت کارآفرینی در هلند
۸۴		موانع کارآفرینی در ایران
۸۵		انواع دیگر کارآفرینی
۸۶		کارآفرینی ارزشی (اجتماعی)
۸۸		کارآفرینی اطلاعاتی
۸۸		کارآفرینی تکنولوژیکی
۹۰		کارآفرینی شرکتی
۹۱		کارآفرینی دولتی
۹۱		کارآفرینی از راه دور
۹۱		کارآفرینی زوجی
۹۱		کارآفرینی زنان
۹۲		فرصت‌های کارآفرینانه
۹۳		اشتباهات و خطاها به عنوان یک منبع فرصت
۹۴		نشانه‌های فرصت
۹۵		کارآفرینی از دیدگاه اسلام
۹۶		ویژگی‌های انسان کارآفرین از دیدگاه اسلام
۹۷		خانواده و کارآفرینی

۹۸	مراحل توسعه کارآفرینی توسط خانواده:
۹۸	۱. مرحله نهاده کردن فرهنگ کارآفرینی
۹۹	۲. تعیین مسیر شغلی
۹۹	۳. توانمندسازی (یادگیری فن‌آوری‌های جدید)
۱۰۰	۴. راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار اقتصادی
۱۰۱	تفاوت یادگیری در رویکرد کارآفرینانه در مقایسه با رویکرد سنتی
۱۰۱	افسانه‌های دهگانه کارآفرینی
۱۰۲	ده نکته لازم برای کسب‌وکارهای کوچک و جدید در کارآفرینی
۱۰۵	بیست قانون طلایی موفقیت کار و تجارت

فصل چهارم

خلاقیت و نوآوری

۱۱۰	مقدمه
۱۱۰	تعاریف مختلف خلاقیت
۱۱۲	عوامل مؤثر در رشد خلاقیت
۱۱۲	۱. ایمنی روان‌شناختی
۱۱۳	۲. آزادی روان‌شناختی
۱۱۳	دیدگاه‌های خلاقیت
۱۱۷	فرایند بهبود خلاقیت
۱۱۹	ویژگی‌های شخصیتی افراد خلاق
۱۲۸	تکنیک‌های خلاقیت
۱۲۸	تکنیک چرا
۱۲۸	تکنیک بورش فکری
۱۲۸	تکنیک شش کلاه فکری
۱۲۹	تکنیک گروه اسمی
۱۳۰	تکنیک الگوبرداری از طبیعت
۱۳۰	تکنیک دلفی
۱۳۰	تکنیک TKG
۱۳۱	تکنیک ایدکاتور
۱۳۱	تکنیک بورش فکری معکوس

۱۳۱	 تکنیک PMI
۱۳۱	 ویژگی‌های سازمان خلاق
۱۳۲	 نقش مدیر در پرورش خلاقیت
۱۳۵	 نوآوری
۱۳۸	 انواع نوآوری
۱۴۰	 بستر نوآوری
۱۴۰	 مبانی نوآوری
۱۴۱	 متغیرهای ساختاری تأثیرگذار بر نوآوری
۱۴۲	 ۱۰ عامل مهم شکست نوآوری
۱۴۳	 عوامل تأثیرگذار بر نوآوری
۱۴۳	 - فرهنگ
۱۴۳	 - مالکیت
۱۴۴	 - فرآیند
۱۴۴	 - منابع
۱۴۴	 - استراتژی
۱۴۵	 - کنکاش همه‌جانبه
۱۴۵	 - تنوع
۱۴۵	 ابزار و معیارهای اندازه‌گیری پیشرفت
۱۴۶	 آموزش و مربی‌گری
۱۴۷	 منابع و مآخذ
۱۴۸	 English References

پیشگفتار

بسیاری از صاحب‌نظران و محققان از دنیای امروزی به‌عنوان عصر عدم‌تداوم یاد می‌کنند. عصر عدم‌تداوم به این معناست که دیگر تجارب و راه‌حل‌های گذشته برای مسائل جاری و آینده سازمان کارگشا نیستند و باید به شیوه دیگر اندیشید و دنبال راهکارهای جدید سازمانی با ساختارهای نوین بود تا بتوان کالا و خدمات را با حداقل هزینه و با کیفیت برتر، متناسب با نیازها و سلیقه‌های مشتری تولید کرد، بنابراین اگر قرار است اقتصادی موفق داشته باشیم نیاز به شرکت‌های موفق در محیط‌های رقابتی داریم و این امر مستلزم داشتن نیروی انسانی پرتوان و خوداتکا، دارای روحیه خلاق و کارآفرین است. در نتیجه کارآفرینی، خلاقیت، فن‌آوری و کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز، سوخت موتور اقتصاد مدرن را فراهم می‌آورند و در هر سازمان اگر بستر کارآفرینی فراهم گردد، اشتغال‌زایی به وجود می‌آید و این امر، عامل انتقال فن‌آوری خواهد بود.

تجربه دنیای امروز نشان داده است که نوآوری‌های مهم و پیشرفت‌های تکنولوژیکی در سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ دولتی اتفاق نخواهد افتاد. قابلیت تطبیق با بازار و نیاز روز از یک ساختار بزرگ و پیچیده ساخته نیست و در نتیجه برای پیشرفت سریع و ارائه محصولات جدید، تنها راه مؤثر، ایجاد و توسعه شرایطی است که فعالیت‌های اقتصادی کوچک را به دنبال داشته و زمینه رقابت آن‌ها را مهیا سازد.

مهم‌ترین دستاورد کارآفرینی برای توسعه کشور ایجاد اشتغال، رفاه، ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است و حتی عده‌ای معتقدند که کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک مکانیزم، موجب افزایش بهره‌وری در سازمان شود به‌طوری‌که امروزه کشورهای توسعه‌یافته از یک زاویه جدید شرکت‌های خود را در یک محیط کاملاً متغیر و پویا نگه داشته‌اند و علاوه بر آن، کشف و پرورش انسان‌های خاصی است که نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند. "شومپتر" معتقد است کارآفرینی نیروی محرک اصلی در توسعه اقتصادی است.

چنان‌که ژاپن بعد از جنگ جهانی، توسعه خود را مدیون افراد خلاق و کارآفرین می‌داند. "ماتسوشیتا" به خاطر اعتقاد و اتکا به خود و داشتن روحیه خودبیاوری، خلاقیت و کارآفرینی توانست از طریق کارگری در ویتنام و باربری در کارخانه‌های سیمان به مرحله مدیریت یکی از موفق‌ترین صنایع ژاپن دست یابد. بنابراین می‌توان ادعا کرد که سازندگی و توسعه جامعه در گرو تلاش و همت افراد و مدیران کارآفرین است.

www.ketab.ir