

مبانی و اصول کارآفرینی (تئوری‌ها - کاربرد)

بنگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ

برای تدریس در رده‌های گوناگون دانشگاهی

نویسنده:

دکتر اسفندیار دشمن‌یاری

پژوهشگر و عضو هیئت علمی دانشکده آزاد اسلامی

قدرت‌اله طلایی

کارآفرین و مدرس دانشگاه

آزاده رجبیان تابش

پژوهشگر و مدرس دانشگاه

سرشناسه	دشمن‌زیاری، اسفندیار، ۱۳۳۷ -
عنوان و پدیدآور	مبانی و اصول کارآفرینی (تئوری‌ها و کاربردها): نگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ برای تدریس.../ نویسنده‌گان اسفندیار دشمن‌زیاری، قدرت‌الله طلایی، آزاده رجیبیان تابش.
مشخصات نشر	تهران: موسسه کتاب مهریان نشر، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	۱۸۹ص: - مصور، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۵۸۲۳-۲۷-۱
موضوع	کارآفرینی
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	طلایی، قدرت‌الله
شناسه افزوده	۱۳۸۹ م ۶۱۵/د ۶۱۵ HB
رده بنی کنگره	۳۳۸/۰۴
رده بندی دیویی	۲۲۷۲۳۱۱
نماره کتابشناسی ملی	



عنوان: مبانی و اصول کارآفرینی (تئوری‌ها و کاربردها)

نویسنده: دشمن‌زیاری، اسفندیار

قدرت‌الله طلایی، آزاده رجیبیان تابش

ناشر: موسسه کتاب مهریان نشر

حرفه: چاپخانه نام بیات

طراح جلد: سیه احسان

چاپ: اول بهار ۱۳۹۰

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۲۳-۲۷-۱

www.Mehrabamshop.com

www.Mehrabamshop.com

Email: mehrabam_book@yahoo.com

«کلیه حقوق چاپ و نشر محفوظ و متعلق به ناشر است»

نشانی: تهران، خ انقلاب، پلاک ۱۲ فروردین، خ لبافی نژاد، پلاک ۹

فکس: ۶۶۴۸۳۱۴۵

تلفن: ۶۹۷۲۱۷۵-۶

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کسی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش و عرضه کند، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

۹	پیشگفتار
۱۱	مقدمه
	فصل اول - کلیات و مفاهیم کارآفرینی
۱۵	مفهوم کارآفرینی
۱۶	تاریخچه و سیر تکاملی موضوع کارآفرینی در دنیا
۱۹	تعاریف کارآفرین و کارآفرینی
۲۴	اهمیت و نقش کارآفرینی
۲۴	چهارچوب نظری کارآفرینی
۲۵	الف) کارآفرینی و رویکرد اقتصادی
۲۶	ب) کارآفرینی و رویکرد فرهنگی
۲۹	ج) کارآفرینی و رویکرد رفتاری
۳۱	معرفی صاحب نظران کارآفرینی
۳۳	ویژگی‌های کارآفرینان
۳۵	نقش و کارکرد کارآفرینان
۳۶	کارآفرینان چه کاری برای ما انجام می‌دهند؟
۳۶	مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینان
۴۸	انواع کارآفرینی
۴۳	فرآیند کارآفرینی
۴۴	عوامل موثر بر فرآیند کارآفرینی
	فصل دوم - خلاقیت و نوآوری
۴۹	بخش اول : خلاقیت
۵۰	تعریف خلاقیت
۵۱	ویژگی‌های افراد خلاق
۵۱	ضرورت و نقش خلاقیت
۵۳	عناصر خلاقیت
۵۴	فرآیند خلاقیت
۵۶	موانع خلاقیت
۵۷	مراحل حل خلاق مشکل
۵۷	عوامل تشدید کننده خلاقیت و نوآوری

۵۹	ویژگی‌های سازمان خلاق
۶۰	نقش مدیر در پرورش خلاقیت
۶۸	روش‌های پرورش خلاقیت
۶۹	تکنیک‌های خلاقیت
۶۹	تکنیک‌های فردی: توهم خلاق
۷۰	تکنیک‌های فردی: DO IT
۷۱	تکنیک گروهی: طوفان مغزی
۷۳	تکنیک گروهی: دلفی
۷۵	تکنیک گروهی: سینکیتیکس
۷۵	تکنیک فردی - گروهی: اسکمپر
۷۷	تکنیک فردی: ۶-۳-۲-۱ - چرا
۷۸	بخش دوم: نوآوری
۷۸	تعریف نوآوری
۸۰	اصول نوآوری
۸۰	اهمیت خلاقیت و نوآوری
۸۱	مراحل نوآوری
۸۲	انواع نوآوری از دیدگاه شومپتر
۸۲	موانع نوآوری
۸۳	اصول مدیریت نوآوری
۸۳	موانع خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها
۸۴	سطوح نوآوری
	فصل سوم - مفاهیم کسب و کار
۸۷	مقدمه
۸۹	منابع و ماهیت قدرت در سه موج اصلی جوامع
۹۱	نقش دانایی در پیشرفت جوامع
۹۳	کسب و کار چیست؟
۹۷	انواع کسب و کار
۱۰۱	انواع کسب و کار از دیدگاه قانون تجارت
۱۰۴	قوانین و مقررات ثبت شرکت‌ها
۱۰۸	چرخه حیات کسب و کار
۱۱۰	روش تبدیل مشاغل کوچک به مشاغل بزرگ

۱۱۲	عوامل موثر در ایجاد کسب و کار جدید
۱۱۴	مشکلات و موانع کسب و کارهای جدید
۱۱۵	چرا کارآفرینان ایرانی ناکام اند؟
۱۱۸	راه اندازه اندازی کسب و کار
	فصل چهارم - آمادگی و ایجاد کسب و کار
۱۲۱	مقدمه
۱۲۳	ایده پردازی
۱۲۳	ایجاد ایده ها
۱۲۳	معیارهای انتخاب ایده
۱۲۴	روش های ایده پردازی
۱۲۵	جستجو برای یافتن زمینه شموله های عملی آن
۱۲۶	غربال ایده ها
۱۲۶	مطالعه بازار
۱۲۷	مطالعه فنی
۱۳۷	تدوین طرح کسب و کار
۱۳۸	دام هایی که باید از آنها پرهیز نمود
۱۳۹	اجزای یک طرح کسب و کار
	فصل پنجم: بررسی و مطالعات مالی
۱۴۵	اهداف بررسی های مالی
۱۴۶	فرآیند مطالعه مالی
۱۵۰	تامین مالی طرح
۱۵۱	پیش بینی صورت حساب سود و زیان
۱۵۱	پیش بینی صورت منابع و مصارف وجوه نقدی
۱۵۳	پیش بینی ترازنامه
۱۵۵	ارزیابی عملکرد مالی طرح
۱۵۷	تحلیل حساسیت
۱۵۹	تحلیل ریسک سرمایه گذاری
	فصل ششم - اداره کسب و کار
۱۶۲	فعالیت های مدیریتی
۱۶۲	برنامه ریزی
۱۶۵	سازماندهی

۱۶۸	مدیریت منابع انسانی
۱۷۰	هدایت
۱۷۰	کنترل و نظارت
۱۷۳	فعالیت‌های تولیدی و فنی
۱۷۶	فعالیت‌های بازرگانی
۱۷۶	مدیریت خرید
۱۷۷	مدیریت بازاریابی
۱۸۰	فعالیت‌های ایمنی (مدیریت ریسک)
۱۸۱	ریسک شخصی
۱۸۱	ریسک کسب و کار
۱۸۱	فعالیت‌های حسابرسی
۱۸۲	فرآیند حسابداری و کارآفرینی
۱۸۳	دفاتر حسابداری
۱۸۳	صورت‌های مالی
۱۸۷	فعالیت‌های مالی
۱۸۷	برنامه ریزی مالی
۱۸۸	مدیریت مالی
۱۹۰	منابع و مآخذ

پیشگفتار

امروزه نظام‌های مختلف اجتماعی با چالش‌های پیچیده و فزاینده‌ای روبرو هستند. تغییرات با سرعت زیادی در پی می‌دهند. افراد، ارتباطات جدیدی با یکدیگر برقرار می‌کنند. به هر حال در هزاره اطلاعات، مدل‌های متفاوتی از رقابت بین سازمان‌ها در حال پیدایش است. در این برهه حساس، کارآفرینی^۱ قابلیت^۲ است. می‌تواند نظام‌های امروزی را نجات داده و بقای آنها را تضمین کند. اهمیت کارآفرینان به خاطر بررسی است که به اشکال گوناگون توسط آنها ایجاد می‌شود. این ارزش ممکن است کشف دانش جدید، ایجاد تکنولوژی جدید، بهبود تولیدات یا خدمات موجود، یافتن راه‌های گوناگون برای تولید کالا یا خدمات با صرف منابع کمتر و... باشد. در واقع پیدا کردن راه‌های جدید برای ارضاء نیازهای مشتریان و ایجاد گرانگانی جدید نسبت به تولیدات و خدمات موجود از مهمترین کارهای کارآفرینان محسوب می‌شود.

امروزه مفهوم کارآفرینی چیزی بیش از ایجاد کار است. کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه، و به بیان کلی‌تر یک شیوه زندگی است. خصوصياتی همچون جست‌وجوی فرصت‌ها و برتر از آن ایجاد فرصت، به جان خریدن خطرات و اصرار بر تحقق ایده‌ها، در مجموع نشان می‌دهد دیدگاه خاصی کارآفرینان را به تصویر می‌کشد. کارآفرینان، کسانی هستند که فرصت‌هایی را شناسایی می‌دهند و آنها را به کار می‌گیرند که در نظر دیگران وضعیتی پیچیده و آشفته جلوه می‌کند.

صاحب‌نظران بر این باورند که می‌توان دیدگاه کارآفرینی را در افراد توسعه داد. این دیدگاه را می‌توان در داخل یا خارج یک سازمان، در کارآفرینی انتفاعی یا غیرانتفاعی و در فعالیت‌های تجاری و یا غیرتجاری با هدف پدید آوردن ایده‌های خلاق نشان داد. از این رو، کارآفرینی مفهومی منسجم است که به گونه‌ای نوآورانه در کسب و کارها دخالت دارد. همین دیدگاه است که شیوه اجرای امور تجاری در همه سطوح و همه کشورها را متحول ساخته است. به قول مک کلند، همه فعالیت‌های انسان

می‌تواند به روش کارآفرینانه به اجرا در آید. از شعر گفتن تا رهبری جنگ؛ وی اضافه می‌کند که اگر بخواهیم همه محدوده زندگی بشر را بررسی کنیم تعریف کارآفرینی بسیار مشکل خواهد بود. لذا، فقط بر فعالیت‌های کسب و کار متمرکز می‌شویم که بیشتر درک می‌شوند. با عنایت به موارد بالا، وضعیت اشتغال در کشور و ضرورت ایجاد آن با روش‌های علمی، مولفان با تعامل موثر با یکدیگر و با استفاده از تحصیلات، تجارب و سال‌ها تدریس دانشگاهی بر آن شدند تا با گردآوری مطالب از طریق بررسی اسنادی و پژوهش میدانی کتابی تهیه و در این مسیر دین خود را به مام میهن ادا کنند. ما بر این باوریم که هیچ نوشته‌ای خالی از اشکال نمی‌تواند باشد. از این‌رو، از اندیشمندان، استادان گرانسنگ کارآفرینان و دانشجویان گرامی انتظار می‌رود کاستی‌ها را گوشزد کنند تا به یاری یگانه پروردگار گیت‌ساز در چاپ‌های بعدی بهینه‌سازی انجام شود.

با سپاس فراوان
دکتر اسفندیار دشمن‌زیاری

مقدمه

کارآفرینی پدیده‌ای است که موضوع مطالعات علمی بسیاری است. این پدیده ابتدا در رشته اقتصاد مورد بررسی قرار گرفت و سپس رشته‌های مختلفی مانند مدیریت، روانشناسی و جامعه‌شناسی آن را به بحث گذاشتند. بر اساس آمار و ارقام موجود، تا دهه ۱۹۷۰ کارآفرینی موضوع چندان مهمی محسوب نمی‌شد و به سازمان‌های بزرگ آن زمان اهمیت بیشتری نسبت به سازمان‌های نو و کوچک می‌شد. اما در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ کسب و کارهای کوچک نشان دادند که نقش بسیار مهمی در اقتصاد دارند.

علم اقتصاد زادگاه علم کارآفرینی بود و اولین نظریه پردازان در قالب‌های نظری این رشته را تعریف کردند. از این‌جا کارآفرینی به لحاظ نظری که در بازار می‌گذارد، مورد مطالعه قرار گرفت. ژوزف شومپتر^۱ از اقتصاددانان برجسته بود که اهمیت زیادی به کارآفرینی می‌داد. بعد از شومپتر، خط فکری اصلی در علم اقتصاد، چندان توجهی به کارآفرینی نداشت و تا سال‌ها بعد که افرادی مانند مارک کاسون^۲، ویلیام بامول^۳ و اسرائیل کرزنر^۴ جایگاه آنرا در علم اقتصاد تثبیت کردند، توجه به کارآفرینی در این حوزه کمرنگ شده بود.

در دوره‌ای که اقتصاددانان به کارآفرینی توجهی نمی‌کردند (دهه‌های ۵۰ و ۶۰)، دیوید مککلند^۵ تحقیقات وسیعی پیرامون کارآفرینی از دیدگاه روانشناسی انجام داد. حاصل آن تحقیقات در کتاب جامعه دست یافتنی^۶ در سال ۱۹۶۱ به چاپ رسید. نتایج حاصل از تحقیقات وی باعث اعتلای مجدد کارآفرینی گردید.

از آن پس، روانشناسان به شدت علاقه مند بودند ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را مورد مطالعه قرار دهند تا ببینند چه افرادی کارآفرینان موفق‌تری می‌شوند. در همین زمان که برخی از

-
1. Joseph Schumpeter
 2. Mark Casson
 3. William Baumol
 4. Israel Kirzner
 5. David McClelland
 6. The Achieving Society

جامعه‌شناسان به موضوع کارآفرینی علاقه‌مند شدند، اما به دلیل وسعت علم جامعه‌شناسی، کارآفرینی هرگز یک موضوع عمده در آن نبوده است.

بعد از این که اهمیت کسب و کارهای کوچک ناگهان در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ اوج گرفت، کارآفرینی در قالب علم مدیریت جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد. در علم مدیریت نگرش فرآیندی، به کارآفرینی رواج یافت و مسئله تربیت کارآفرینان و مدیریت کسب و کارهای کوچک مورد توجه قرار گرفت. رفته رفته و پس از اینکه مطالعات علمی که این پدیده را مورد مطالعه قرار می‌دادند زیاد شد، رشته کارآفرینی به عنوان یک رشته مستقل علمی مطرح گردید. اما زیاد بودن تحقیقات، به تنهایی به عنوان معیار برای تبدیل یک موضوع به یک رشته علمی کافی نیست. در واقع، امروزه رشته کارآفرینی تبدیل به یک چتر شده است که زیر این چتر انواع مختلف تحقیقات انجام شده در رشته‌های علمی قرار می‌گیرند. از این رو، نمونه‌هایی از پرسش‌های مربوط به موضوعات مختلف مورد مطالعه در کارآفرینی به شرح زیر مطرح شده است:

سازمان‌ها چگونه به وجود می‌آیند؟ چگونه درآمدزا می‌شوند؟

تفاوت کسب و کارهای کوچک با سازمان‌های بزرگ چیست؟

چه افرادی کسب و کار راه اندازی می‌کنند؟ آیا ویژگی‌های خاصی دارند؟

نوآوری چیست؟ چگونه پدید می‌آید؟ به چه نوعی می‌آورد؟

آیا کارآفرینی قابل آموزش است؟ اگر هست، چگونه می‌توان آنرا آموزش داد؟

آیا کارآفرینی باعث توسعه اقتصادی می‌شود؟، از چه راه‌هایی توسعه بخش است؟

فرهنگ کارآفرینی چیست؟، چه تأثیری در جامعه دارد؟

کارگاه‌های خانگی چگونه کار می‌کنند؟

چگونه می‌توان برای یک کسب و کار جدید سرمایه جذب کرد؟

راه‌های تبدیل دانش فنی به محصول و خدمت کدام اند؟

شرایط فرهنگی مربوط به فرآیند کارآفرینی در کشورهای مختلف با هم چه تفاوتی دارد؟

چرا و چگونه برخی از افراد با انگیزه‌های غیرمادی کارآفرینی می‌کنند؟

و...

با توجه به موارد پیش گفته، در کتاب کنونی موضوع کارآفرینی و مسائل مرتبط به آن در شش فصل آورده شده است.

فصل اول کلیات و مفاهیم کارآفرینی، در فصل دوم اهمیت نوآوری و خلاقیت در فرآیند کارآفرینی در دو بخش مستقل بررسی شده است. فصل سوم مسائل مربوط به کسب و کار را به عنوان بستر پیاده

سازی ایده‌های کارآفرینی مورد اشاره قرار می‌دهد. در فصل چهارم کلیاتی در باره چگونگی ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار آورده شده است. در فصل پنجم نگاهی به بررسی و مطالعات مالی انداخته می‌شود و سرانجام در فصل ششم مطالب مربوط به چگونگی بهره‌برداری و مدیریت واحد کسب و کار شرح داده می‌شود.

مؤلفان

www.ketab.ir