

## مقدمه

موضوع کارآفرینی در چند دهه اخیر در سیاست‌های کلان و راهبردی بسیاری از کشورهای دنیا گنجانده شده و در زمره یکی از مهم‌ترین ارکان توسعه اقتصادی قرار گرفته است. کارآفرینی و توجه به کسب و کارها از آن رو مهم است که کارآفرینان توانایی بهبود استانداردهای زندگی و ایجاد ثروت را دارند. کارآفرینان با معرفی محصولات و خدمات جدید، توسعه بازارهای جدید را فراهم می‌کنند و موجب پیشرفت و نوآوری در جوامع می‌شوند. در این مسیر در سطح بین‌المللی می‌توان به کارآفرینانی نظیر مارک زاکربرگ (فیس‌بوک)، استیو جابز (اپل)، جف بزوس (آمازون) و بیل گیتس (مایکروسافت) اشاره کرد. بر این اساس دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی معتبر در دهه‌های اخیر به کارآفرینی توجه ویژه دارند. در سطح اجتماعی شاهد افزایش توجه به فلسفه «رئیس خودت باش» و «همان‌طور که می‌خواهی انجام بده»، هستیم. امروزه افراد بیشتر به استعدادهای خود توجه دارند و می‌خواهند کار خاص خود را داشته باشند.

با وضوح‌بخشی به نقش و آثار مثبت کارآفرینی بر رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، جوامع باید تلاش‌هایی در راستای آموزش و آشناسازی و ایجاد روحیه کارآفرینی در بین آحاد جامعه به‌ویژه نسل جوان و تحصیل‌کرده، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان با پتانسیل کارآفرین شدن انجام دهند. آموزش کارآفرینی حوزه‌ای از سیاست کارآفرینی و نیازمند توجه بیشتر در راستای ایجاد نگرش‌های فرهنگی و آماده کردن افراد جوان برای کارآفرین شدن است. با توجه به آنچه گفته شد در این کتاب کوشیده‌ایم ضمن معرفی مفاهیم اصلی کارآفرینی، انواع الگوهای موجود در زمینه کارآفرینی و همچنین مفاهیم مرتبط با بحث بررسی شود. همچنین سعی شده است که مفاهیم نوین مانند استارت‌آپ، تیم کارآفرینانه و مدل کسب و کار مطرح و بررسی شود و تصویر کاملی از فرایند ایجاد کسب و کار و کارآفرینی از جنبه نظری و عملی ارائه شود. این کتاب مشتمل بر سیزده فصل به شرح ذیل است:

فصل اول: جایگاه کارآفرینی در اسلام. یکی از عواملی که موجب موفقیت اقتصادی در

هر جامعه می‌شود، هماهنگی نظام اقتصادی با نظام اعتقادی افراد آن جامعه است. نتیجه این ویژگی، بالا رفتن بازده کاری کارآفرینان و افرادی است که به نحوی در فعالیتهای اقتصادی مشارکت دارند. از دیدگاه اسلامی کارآفرین فرد تلاشگری یاد می‌شود که با اتکا به نفس و توکل به خداوند از حداکثر توانایی‌های خود برای خلق ارزش از راه حلال در جامعه استفاده می‌کند. در این فصل مذهب و کارآفرینی پس از مدرنیته، کارآفرینی از منظر آموزه‌ها و سیره پیامبر (ص)، برکت در کسب و کار و کارآفرینی جهادی تشریح می‌شود.

**فصل دوم: ماهیت کارآفرینی.** در این فصل تاریخچه، تعاریف و سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی بیان و به تفاوت‌های کارآفرینی با مدیریت اشاره می‌شود. الگوها و انواع مختلف کارآفرینی و فرایند کارآفرینی به طور خلاصه بررسی خواهد شد.

**فصل سوم: فرصت‌های کارآفرینانه.** کارآفرینی و فرصت بسیار به هم مرتبط‌اند و قلب فرایند کارآفرینی فرصت است. عوامل مؤثر بر تشخیص، کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها موضوع بسیاری از پژوهش‌های کارآفرینی است. در این فصل مفاهیم فرصت، الگوهای فرصت و عوامل اثرگذار بر تشخیص فرصت معرفی و تمایز بین ایده، فرصت و مفهوم کسب و کار بررسی خواهد شد.

**فصل چهارم: تفاوت‌های فردی کارآفرینان.** کارآفرینان ویژگی‌های شخصیتی منحصر به فردی دارند که موجب تمایز آنان از غیرکارآفرینان می‌شود. این تفاوت‌ها فرایند کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها را تسهیل می‌کند. در این فصل مباحث مربوط به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان که با فرایند ایجاد کسب و کار جدید مرتبط است مطرح می‌شود.

**فصل پنجم: رویکردهای تصمیم‌گیری کارآفرینان.** در این فصل تصمیم‌گیری کارآفرینانه مطرح می‌شود. در رویکردهای غالب تصمیم‌گیری در کارآفرینی فرض بر این است که اهداف از پیش تعیین شده‌اند و براساس آن اهداف، منابع و ابزارها تعیین خواهند شد، اما رویکردهای نوین مانند اثرسازی و بریکولاژ که در دو دهه گذشته مطرح شده‌اند این فرض را نقض می‌کنند. این رویکردهای جدید مکمل رویکرد کلاسیک علیت‌گرا هستند که در این فصل معرفی خواهد شد.

**فصل ششم: مدل کسب و کار.** مدل کسب و کار بیانگر روش خلق ارزش کارآفرینان از طریق تبدیل ورودی‌ها به محصول است و یک نقشه کلی است که بخش‌های مختلف کسب و کار را به هم پیوند می‌دهد و نحوه خلق ارزش را توصیف می‌کند. در این فصل مدل

کسب و کار معرفی می‌شود. انواع مختلف مدل‌های کسب و کار و نوآوری در مدل‌های کسب و کار موضوعاتی است که در این فصل به آن‌ها می‌پردازیم.

**فصل هفتم: طرح کسب و کار.** طرح‌های کسب و کار اسنادی مکتوب‌اند که برای ایجاد کسب و کار ضروری هستند. نوشتن طرح کسب و کار از فعالیت‌هایی در فرایند راه‌اندازی است که می‌تواند برای یافتن سرمایه‌گذاران مفید باشد. در این فصل ضرورت نوشتن طرح کسب و کار، اجزاء یک طرح و نحوه نوشتن آن به طور کامل بررسی می‌شود.

**فصل هشتم: بازاریابی.** بازاریابی کارآفرینانه از پیوند مفاهیم بازاریابی و کارآفرینی شکل گرفته و رویکرد جدیدی است که از اصول بازاریابی متعارف پیروی نمی‌کند. بازاریابی کارآفرینانه به معنای شناسایی و بهره‌برداری مؤثر از فرصت‌ها برای جذب و حفظ مشتریان ارزشمند با استفاده از رویکردهای نوین، استفاده از منابع و ارزش‌آفرینی است. در این فصل مفهوم بازاریابی سنتی و کارآفرینانه و تفاوت این دو تشریح می‌شود.

**فصل نهم: تأمین مالی کارآفرینانه.** تأمین مالی همواره یکی از چالش‌های اصلی ایجاد و توسعه کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های کوچک و متوسط بوده است؛ چرا که از یک سو کارآفرینان در زمان راه‌اندازی، منابع کافی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های نوآورانه ندارند و از سویی دیگر سرمایه‌گذاران نیز به دلیل برخی ملاحظات با احتیاط در کسب و کارهای نوپا سرمایه‌گذاری می‌کنند. در این فصل به بررسی روش‌های تأمین مالی شخصی، خلاقانه و خودراه‌انداز، وام و فروش سهام به سرمایه‌گذاران و چالش‌های پیش روی کسب و کارها پرداخته می‌شود.

**فصل دهم: استارت‌آپ، کسب و کار نوپا.** استارت‌آپ سازمانی موقت است و به کارآفرینان در توسعه موفق ایده‌های کارآفرینانه کمک می‌کند. در این فصل مفهوم استارت‌آپ، استارت‌آپ ناب، انواع استارت‌آپ‌ها، الگوهای رشد، الگوی توسعه مشتری، استراتژی‌های چرخش یا پیوت و برخی مفاهیم مرتبط مرور شده است.

**فصل یازدهم: تیم کارآفرینانه.** کارآفرینان به طور مداوم با چالش‌های متنوعی در فرایند بازار و فناوری که ناشی از عدم اطمینان است روبه‌رو می‌شوند. به نظر می‌رسد تیم کارآفرین در مقایسه با فرد کارآفرین برای مقابله با عدم قطعیت‌ها و نوسانات مرتبط با کسب و کارهای جدید مناسب‌تر است. در این فصل به موضوع تیم‌های کارآفرینانه، تعاریف، ساختار و عوامل تشکیل‌دهنده آن و عوامل و افراد اصلی در یک تیم کارآفرینانه پرداخته می‌شود.

**فصل دوازدهم: کارآفرینی شرکتی.** کارآفرینی شرکتی، راه‌اندازی کسب و کار جدید،

انجام دادن فرایند کارآفرینانه در یک کسب و کار تثبیت شده و بزرگ است. کارآفرینی شرکتی به تلاش برای ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار مرتبط است. در این فصل ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی، استراتژی‌های کارآفرینی شرکتی و تفاوت‌های آن با کارآفرینی مستقل و فرایند مدیریت کارآفرینانه بررسی می‌شود.

**فصل سیزدهم: اکوسیستم کارآفرینی.** اکوسیستم کارآفرینی نقش مهمی در موفقیت کسب و کارهای جدید دارد. زیست‌بوم کارآفرینی بیانگر مجموعه‌ای از بازیگران به هم پیوسته در یک منطقه است که زیرساخت‌های اساسی فعالیت‌های کارآفرینی را فراهم می‌کند. در این فصل سعی می‌شود مؤلفه‌های تشکیل دهنده اکوسیستم‌ها، تعاملشان با یکدیگر و نحوه تأثیرشان بر کسب و کارها و بازیگران اکوسیستم بررسی شود.