

اصول کار آفرینی در عصر چهارم صنعت

گردآوری و ترجمه

سید امیررضا عبداللہی

مهدی جلیلی مرند

سرشناسه	: عبداللہی، سید امیررضا، ۱۳۷۷-
عنوان و نام پدیدآور	: اصول کارآفرینی در عصر چهارم صنعت/گردآوری و ترجمه سیدامیررضا عبداللہی، مهدی جلیلی مرند ؛ ویراستار اسماء رضائی.
مشخصات نشر	: تهران: مهر وطن، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاہری	: ۱۹۰ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۲۴۲-۳-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: کارآفرینی Entrepreneurship کارآفرینی -- نوآوری Entrepreneurship -- Technological innovations بازرگانی الکترونیکی Electronic commerce خلاقیت در کسب و کار Creative ability in business شرکت‌های اقتصادی جدید -- اثر نوآوری New business enterprises -- Effect of technological innovations on
شناسه افزوده	: جلیلی مرند، مهدی، ۱۳۷۲-
رده بندی کنگره	: HB۶۱۵
رده بندی دیویی	: ۰۴/۲۳۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۵۷۵۹۶۲
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا



نشر مهر وطن: ناشر کتاب‌های دانشگاهی

عنوان: اصول کارآفرینی در عصر چهارم صنعت

گردآوری و ترجمه: سید امیررضا عبداللہی، مهدی جلیلی مرند

صفحه‌آرایی و ویراستاری: اسماء رضائی

چاپ و صحافی: مؤسسه مهراد

طراحی جلد: امین حیدری

چاپ اول: ۱۴۰۳

شمارگان: ۱۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۲۴۲-۳-۹

قیمت: ۲۶۸۰۰۰۰ ریال

حق چاپ محفوظ است.

خیابان انقلاب - خیابان فخررازی - خیابان وحید نظری - پلاک ۲۸ طبقه ۴ - واحد ۷

ویژگی های کتاب

از جمله ویژگی هایی که این کتاب را از سایر کتاب های کارآفرینی متمایز می سازد، بحث همه جانبه در مورد چالش ها و فرصت هایی است که کارآفرینان در دوره چهارم صنعت با آن روبرو می شوند. این امر موجب می شود تا خوانندگان این مقاله شروع به رویاپردازی های بزرگ کرده، به تصویرسازی پردازند و آنها را تشویق کنند تا واضح و خلاقانه بیندیشند. این کتاب با ایجاد تخیل، اندیشیدن در مورد مسائل و راه حل ها، و تجسم سرمایه گذاری در مقیاس محلی، ملی و جهانی بر خلاقیت و نوآوری به عنوان هسته اصلی کارآفرینی، تأکید دارد. همچنین به بحث درباره نقش زنان در شرکت های خصوصی و کارآفرینی در جهان پس از کووید-۱۹ می پردازد.

ویژگی ها:

- روش های احتمالی برای ارتقای توسعه اقتصادی با تشویق به ایجاد سرمایه گذاری جدید
 - کمک به درک نقش تکنولوژی های دوره چهارم صنعت در سرمایه گذاری های جدید
 - شرح مفاهیم جدید درباره چگونگی کشف روش هایی برای پایداری تر کردن استارت آپ ها
 - گنجاندن مطالعات موردی برای توضیح نتایج احتمالی حاصل از مدل های گوناگون کسب و کار
 - بررسی تشکیل گروه به عنوان ابزاری مهم جهت سرمایه گذاری های کارآفرینی
- این کتاب برای دانشجویان مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتر، پژوهشگران علاقه مند به کارآفرینی و اساتید دوره های کارآفرینی در دانشکده های مدیریت بازرگانی مفید خواهد بود.

فهرست مطالب

فصل اول: مدل‌های کسب و کار ناب روشی برای رفتن به دنیای کارآفرینی در حوزه

چهارم صنعت.....	۱۳
۱-۱ مقدمه.....	۱۴
۱-۲. بررسی مقالات.....	۱۸
۱-۲-۱. استارت‌آپها.....	۱۹
۱-۳. تولید تشکل اقتصادی: مفهوم و فراتر از آن.....	۲۲
۱-۴. استارت‌آپ‌های تشکل‌های ناب: مفهوم و فراتر از آن.....	۲۶
گام اول: فهرست مسائل.....	۲۸
گام دوم: مخاطب هدفدار.....	۲۹
گام سوم: پیشنهاد با ارزش منحصر به فرد.....	۲۹
گام چهارم: توضیح راه‌حلها.....	۳۰
گام پنجم: کانالهایی برای ارتباط با مشتریان.....	۳۲
گام ششم: ساختار هزینه.....	۳۲
گام هفتم: جریان درآمد.....	۳۲
گام هشتم: توضیح و توسعه معیارهای اصلی.....	۳۳
گام نهم: شرح و برتری ناعادلانه.....	۳۳
۱-۵. ارتباط بین ساخت تشکلهای ناب و استارت‌آپهای ناب.....	۳۴
۱-۶. موانع برقراری تشکل اقتصادی ناب در استارت‌آپها.....	۳۶
۱-۷. نتیجه گیری.....	۳۸

فصل دوم: شناخت تاب آوری کارآفرینی با استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی – دستورالعمل

آتی برای تحقیقات در عصر صنعت ۴,۰.....	۴۱
۱-۲. مقدمه.....	۴۲
۲-۲. تاب آوری کارآفرینی: مفهوم و فراتر از آن.....	۴۳
۲-۲-۱. تکامل تاب آوری کارآفرینی.....	۴۴
۲-۲-۲. سبک‌های فردی مؤثر بر تاب آوری کارآفرینی.....	۴۵
۲-۲-۳. مطالعات زمینه‌ای روی تاب آوری کارآفرینی.....	۴۶

۴۹	۲-۲-۴. تاب آوری و فرهنگ جامعه
۵۰	۲-۲-۵. تاب آوری و فرهنگ خانواده
۵۲	۲-۳. شکاف های تحقیقاتی
۵۳	۲-۴. سؤالات تحقیقاتی
۵۴	۲-۵. روش تحقیق
۵۵	۲-۶. نتایج
۵۵	۲-۶-۱. تعداد انتشارات
۵۶	۲-۶-۲. نویسندگان اصلی
۶۰	۲-۶-۳. دسته بندی تحقیقات
۶۱	۲-۷. تحلیل، بحث و تحقیقات آتی

فصل سوم: روندها در چشم انداز کارآفرینی اجتماعی هندوستان: سهم گذشته و

۶۳	فرصت های آینده
۶۴	۳-۱ مقدمه
۶۷	۳-۲. چه چیزی کارآفرینی اجتماعی را از کارآفرینی سنتی متمایز می کند؟
۶۹	۳-۳. ویژگی های کارآفرینان اجتماعی
۷۱	۳-۴. چشم انداز کارآفرینی اجتماعی در هندوستان
۷۳	۳-۵. چالش هایی که کارآفرینان اجتماعی در هندوستان با آنها مواجه هستند
۷۵	۳-۶. سهم گذشته کارآفرینان اجتماعی در هندوستان
۷۷	۳-۷. فرصت هایی برای کارآفرینان اجتماعی در هندوستان
۷۸	۳-۸. توسعه اقتصادی و تأثیر کارآفرینی اجتماعی
۷۹	۳-۹. نتیجه گیری

فصل چهارم: ایجاد سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن از طریق کارآفرینی در چشم انداز

۸۱	صنعت ۴,۰
۸۲	۴-۱. مقدمه
۸۵	۴-۱-۱ انواع سرمایه اجتماعی
۸۶	۴-۲. سابقه سرمایه اجتماعی
۹۲	۴-۳. نقش میانجی مدل کارآفرینی اجتماعی
۹۳	۴-۴. روش

۹۳	۴-۴-۱. جمعیت
۹۴	۴-۲-۲. طرح نمونه برداری
۹۹	۴-۴-۳. ابزاری برای جمع آوری داده‌ها
۹۹	۴-۴-۴. ترجمه و اعتبارسنجی ترجمه
۱۰۰	۴-۴-۵. جمع آوری داده‌ها
۱۰۲	۴-۴-۶. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها
۱۰۳	۴-۵. نتایج و بحث
۱۰۸	۴-۶. نتیجه‌گیری
۱۰۹	۴-۷. محدودیت‌ها و دامنه تحقیقات آینده
۱۱۱	فصل پنجم: مطالعه روی تصمیم‌گیری داده محور در کارآفرینی
۱۱۲	۵-۱. مقدمه
۱۱۴	۵-۲. بازنگری مقاله
۱۱۵	۵-۲-۱. رویکردهای سنتی تصمیم‌گیری
۱۱۸	۵-۲-۲. تصمیم‌گیری داده محور در صنعت ۴,۰
۱۲۳	۵-۳. نتیجه‌گیری و بحث
۱۲۷	فصل ششم: رشد و سرمایه‌گذاری خطرپذیر کارآفرینی در عصر صنعتی ۴,۰
۱۲۸	۶-۱. مقدمه
۱۲۹	۶-۲. مسیرهای سرمایه‌گذاری در چرخه عمر استارت آپ
۱۳۱	۶-۳. محیط استارت آپ
۱۳۳	۶-۴. ظهور مسیر بدهی
۱۳۸	۶-۵. نوآوری‌ها مبتنی بر سهام در امور مالی کارآفرینی
۱۴۷	۶-۶. ابتکارات دولتی برای ترغیب رشد کارآفرینان
۱۴۹	۶-۷. نتیجه‌گیری
۱۵۱	فصل هفتم: چالش‌ها و فرصت‌های آینده در پذیرش صنعت ۴,۰ برای کارآفرینی
۱۵۲	۷-۱. مقدمه
۱۵۴	۷-۲. فناوری‌های صنعت ۴,۰
۱۵۴	۷-۲-۱. سیستم فیزیکی مجازی (CPS)

۱۵۵	۷-۷-۲. اینترنت اشیا (IOT)
۱۵۶	۷-۲-۳. اینترنت سرویس (IOS)
۱۵۶	۷-۲-۴. کلان داده ها (BD)
۱۵۷	۷-۲-۵. پردازش ابری (CC)
۱۵۸	۷-۲-۶. سامانه نهفته (ES)
۱۵۸	۷-۲-۷. واقعیت افزوده (AR)
۱۵۸	۷-۲-۸. واقعیت مجازی (VR)
۱۵۸	۷-۲-۹. فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
۱۵۹	۷-۲-۱۰. هوش مصنوعی (AI)
۱۵۹	۷-۲-۱۱. سیستم فراگیرنده (LS)
۱۶۰	۷-۲-۱۲. تولید خودکار (AM)
۱۶۰	۷-۲-۱۳. امنیت سایبری (CS)
۱۶۲	۷-۲-۱۴. روبات همکار (CR)
۱۶۲	۷-۲-۱۵. سیستم تولید انعطاف پذیر (FMS)
۱۶۲	۷-۳. چالش ها در پذیرش
۱۶۲	۷-۳-۱. استانداردهای بین المللی
۱۶۳	۷-۳-۲. یکپارچه سازی فناوری های مختلف
۱۶۳	۷-۳-۳. هم کنش پذیری
۱۶۴	۷-۳-۴. مقاومت در برابر تغییر
۱۶۴	۷-۳-۵. هزینه اولیه بالا
۱۶۴	۷-۳-۶. موارد امنیتی
۱۶۵	۷-۳-۷. تعامل با کلان داده ها
۱۶۵	۷-۳-۸. قابلیت دسترسی به منابع انسانی بامهارت
۱۶۶	۷-۴-۱. سفارشی سازی محصول ممکن در زمان کمتر
۱۶۶	۷-۴-۲. تولید انعطاف پذیر مشتری محور
۱۶۶	۷-۴-۳. نظارت هوشمند سیستم
۱۶۷	۷-۴-۴. افزایش نرخ بازگشت سرمایه

۱۶۷	۷-۴-۵. زنجیره تأمین بهتر
۱۶۷	۷-۴-۶. رشد اجتماعی - اقتصادی پایدار
۱۶۸	۷-۵. نتیجه گیری
	فصل هشتم: مطالعه موردی درباره ویژگی‌ها، نگرش، هدف از خوداشتغالی کارآفرینی
۱۷۱	فارغ التحصیلان در زمینه صنعت ۴,۰
۱۷۲	۸-۱ مقدمه
۱۷۳	۸-۲ بازنگری مقالات
۱۷۳	۸-۲-۱ ویژگی‌های کارآفرینی
۱۷۴	۸-۲-۲ نگرش کارآفرینی
۱۷۴	۸-۲-۳ هدف از خود اشتغالی
۱۷۵	۸-۲-۴ متغیرهای ادغام شده در مطالعه
۱۷۶	۸-۳ روش
۱۷۶	۸-۳-۱ اهداف تحقیقات
۱۷۷	۸-۳-۲ فرضیات
۱۷۸	۸-۳-۳ نمونه برداری و جمع آوری داده‌ها
۱۷۸	۸-۳-۴ ابزار تحقیقات
۱۸۲	۸-۳-۵ روایی مقیاس
۱۸۳	۸-۳-۶ تحلیل داده‌ها
۱۸۳	۸-۴ تحلیل و تفسیر
۱۸۳	۸-۴-۱ نگرش کارآفرینی فارغ التحصیلان مهندسی
۱۸۵	۸-۴-۲ هدف از خود اشتغالی فارغ التحصیلان مهندسی
۱۸۵	۸-۴-۳ ویژگی‌های کارآفرینی فارغ التحصیلان مهندسی
۱۸۸	۸-۵ بحث
۱۸۹	۸-۵-۱ دستاوردهای این مطالعه
۱۹۰	۸-۶ نتیجه گیری
۱۹۰	قدردانی

پیشگفتار

کارآفرینی، در زمینه‌های آکادمیک، فردی و علوم سیاسی و روابط بین‌الملل دخالت می‌کند. این امر با فراهم کردن فضا برای پیشرفت بخش خصوصی، در کمک به مردم برای حفظ بقا و ارتقای جایگاه قدرتمند، نقش مهمی ایفا می‌کند. این کار به آنها کمک می‌کند تا مستقل باشند و در روند تولید ثروت مشارکت نمایند. حتی بعضی از آنها به سمت بازارهای بین‌المللی سوق داده می‌شوند و بدین صورت، منجر به ایجاد اشتغال انبوه و حفظ ثبات داخلی می‌گردند. این کتاب در این زمینه، به اهمیت فعالیت کارآفرینی پرداخته و به نقش آن در توسعه اقتصادی ملی اشاره دارد. این کتاب با پافشاری بر روی نیاز به یک محیط گسترده سودمند به عنوان پیش‌شرط موفقیت در دنیای کارآفرینی، پژوهشگران جوان را تشویق می‌کند تا به دنبال رویاهای خود باشند. این کتاب بر روی اهمیت انگیزه‌های فردی تأکید دارد تا اکوسیستم تقویت فرهنگ کارآفرینی را حفظ کند.

این کتاب بر این واقعیت تأکید دارد که تعداد نسبتاً زیادی از کارفرمایان به طور تصادفی یا به دلیل داشتن دارایی، به جمع‌آوری ثروت پرداختند. برای محافظت از این اکوسیستم، نیاز به وجود ویژگی‌های خاصی در یک ملت است. ممکن است این امر، طی یک سیستم قانونی مبنی بر در نظر گرفتن پاداش به خلاقیت در یک سیستم قانونی انجام شود که بر اساس آن از دارایی محافظت می‌کند. لازم است که یک محیط اجتماعی-اقتصادی وجود داشته باشد تا به دیگران این امکان را بدهد که نتایج مطلوبی را خلق کنند. اگر به روایت‌های کارآفرینان موفق در سراسر جهان نگاهی بیندازیم، کاملاً معلوم است که تعداد زیادی از آنها برای بیشتر کردن ثروت، بر روی نوآوری‌های شگرفی تأکید داشتند. می‌توان با ارائه آگاهی در مورد ایجاد سرمایه‌گذاری و کمک به آنها در گسترش عقایدشان، به بعضی از این دانشگاه‌های معتبر برای پرورش کارآفرینان نسل آینده فرصت داد. روند کارآفرینی به اکوسیستمی بستگی دارد که یک چارچوب سیاسی، اجتماعی و اقتصادی از آن پشتیبانی می‌کند که می‌تواند موجب دلسردی یا تشویق به سرمایه‌گذاری شود.

این کتاب به مقبولیت اجتماعی اشاره کرده و به نقش زنان در پیشبرد یا کاهش تلاش‌ها در شکل‌گیری کسب و کار موفق می‌پردازد. نیاز به یک فلسفه اقتصادی گسترده صلاحیت‌دار است که این سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر جوان را تشویق نماید تا روش‌هایی را جهت به حداکثر رساندن ارزش اقتصادی خود مشخص کنند. استدلال این کتاب این است که حتی در طول بحران‌هایی مثل یک بیماری همه‌گیر، می‌توان فرصت‌هایی را به وجود آورد و لازم است یک اکوسیستم انعطاف‌پذیر برای این کارآفرینان در حال پیشرفت ایجاد شود.

برای پیشرفت افراد و همچنین ملت‌ها نیاز به کارآفرینی می‌باشد. این یک استراتژی منطقی از سوی دولت است که مسیری را برای تشخیص، تقویت و ساخت محیطی طی کند تا در آن بذره‌ای ایجاد سرمایه‌گذاری موفق بتوانند رشد کرده و شکوفا شوند. امیدواریم این کتاب بتواند مبنایی جهت هدایت کارآفرینان آتی در طی مسیر آنها به سمت ایجاد واحدهای تجاری موفق باشد. این کتاب با کمک به مطالعات فعلی و عملکرد اهمیت کارآفرینی، دیدگاهی جامع را ارائه می‌دهد.

نویسندگان

دکتر راجندر کومار در حال حاضر در بخش مهندسی مکانیک، FET، MRIIRS کار می‌کند. او فعالانه با جوامع مختلف در سطح ملی ارتباط دارد و با آنها مشارکت می‌کند که موجب پیشرفت مفاهیم مهندسی، فنی، کیفیت در هند می‌شوند، از آن جمله عبارتند از: IEI (عضو کمیته بخش محلی)، IIIE (عضو ارشد)، QCFI (عضو شورای حاکم)، QCI (سرپرست حساب‌رسان حرفه‌ای)، IIF (عضو و دبیر افتخاری سابق بخش فریدآباد)، ISHRAE و غیره. او از دولت هند برای انجام فعالیت‌های مربوط به توسعه کارآفرینی، پاداش دریافت کرده است. همچنین دارای ۵۰ مقاله پژوهشی است و دو فصل کتاب به اعتبار او نوشته شده است. حوزه تخصص او مهندسی و مدیریت صنایع، کارآفرینی و پیشرفت کسب و کار، SCM، سیستم تولید با کارکنان اندک، بی‌تجربه و هوشمند است.

دکتر راهول سندوانی^۱ در حال حاضر، در حال انجام تحقیقات فوق‌دکتر^۲ در IIM امریتسار^۳ است. او پیش از این، با گروه مهندسی مکانیک، دانشگاه آمیتی^۴، اوتار پرادش^۵، هند ارتباط داشت. او عضو فعال و همیشگی انجمن آموزش فنی جامعه هندی و عضو همکار موسسه مهندسی و فناوری است. او بیشتر از ده سال دارای سابقه تدریس، تحقیق و مدیریت اجرایی می‌باشد. او بیش از ۵۰ مقاله تحقیقاتی یا فصل از کتاب را در زمینه مهندسی صنایع و مدیریت در مجلات معتبر ملی یا بین‌المللی ارائه کرده است. زمینه تخصص او، مهندسی صنایع و مدیریت، مدیریت زنجیره تأمین، سیستم تولید با کارکنان اندک، بی‌تجربه و هوشمند به همراه آنالیز مسائل با استفاده از بهینه‌سازی‌های مختلف است.

دکتر تاویشی تیواری^۶ دارای بیش از ۱۳ سال تجربه در زمینه تحقیقات سیاسی و ارزیابی اثرات تجاری است. او مقالات پژوهشی گوناگونی را در مجلات بین‌المللی معتبر منتشر کرده است. او همچنین FDPهایی را در حوزه آنالیز داده‌ها انجام داد. او با تجربه هدایت علمی چندین ساله، در تداوم استراتژیک بالا و نوآوری‌های ماندگار با تجربه است. او به مدیریت گروه‌های مقطعی و بین رشته‌ای از متخصصان پرداخت تا پروژه‌های تحقیقاتی پیچیده‌ای را به سرانجام برساند. او اکنون به عنوان استادیار موسسه مدیریت جیپوریا^۷ NCR دهلی، اوتار پرادش مشغول به کار است.

پائولو داویم^۸ دکترای مهندسی مکانیک خود را در سال ۱۹۹۷ به دست آورد. مدرک کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک (مواد و فرآیندهای ساخت) را در سال ۱۹۹۱، مدرک مهندسی مکانیک (۵ سال) را در سال ۱۹۸۶، از دانشگاه پورت^۹ (FEUP) مدرک تلفیقی (مدرک معادل) از دانشگاه

^۱Rahul Sindhwani

^۲Amritsar

^۳Amity

^۴Uttar Pradesh

^۵Tavishi Tewary

^۶Jaipuria

^۷Uttar Pradesh

^۸J. Paulo Davim

^۹Porto

کویمبرا در سال ۲۰۰۵ و مدرک دکترا را از دانشگاه متروپولیتن لندن در سال ۲۰۱۳ کسب نمود. او

مهندس ارشد رسمی موسسه مهندسين کشور پرتغال

با مدرک MBA و متخصص در مهندسی و مدیریت صنعتی است. او همچنین عضو مهندسين اروپایی بلژیک - FEANI و (FIET) و همکار IET لندن است. او در حال حاضر، استاد گروه مهندسی مکانیک دانشگاه آویرو^۲ پرتغال می باشد. وی بیشتر از ۳۰ سال سابقه تدریس و پژوهش در زمینه مهندسی ساخت، مواد، مکانیک و صنایع دارد و گرایش خاص او در ماشین کاری و سه گانه - شناسی است. او همچنین به مدیریت، آموزش مهندسی و آموزش عالی ماندگار، علاقه دارد. او به راهنمایی افراد زیادی از دانشجویان دکترا، فوق دکترا و دانشجویان کارشناسی ارشد پرداخته است و همچنین در چندین پروژه تحقیقاتی مالی همکاری و مشارکت داشت. وی چندین جایزه علمی دریافت نموده است. او به عنوان ارزیاب پروژه های شورای تحقیقاتی اروپایی ERC و چند آژانس تحقیقاتی بین المللی نیز مشغول به کار بود. به علاوه، داور پایان نامه دکترای بسیاری از دانشگاه ها در کشورهای مختلف بوده است. وی سردیر چند مقاله بین المللی، نویسنده مهمان برخی مقالات، سردیر کتاب، نویسنده کتاب های سریالی و مشاور علمی مجلات و کنفرانس های بین المللی نیز بود. او در حال حاضر، عضو هیئت تحریریه ۳۰ مجله بین المللی است و در بیشتر از ۱۰۰ مجله معتبر علمی، به عنوان داور فعالیت دارد. او همچنین به عنوان ویراستار (و کمک ویراستار) بیش از ۱۲۵ کتاب و به عنوان نویسنده (و نویسنده همکار) بیش از ۱۰ کتاب، ۸۰ فصل کتاب و ۴۰۰ مقاله در مجلات و کنفرانس ها (بیش از ۲۵۰ مقاله در مجلات سایت علمی با شاخص ۵۴+/۹۰۰۰+، پایگاه علمی با شاخص ۵۸+/۱۱۰۰۰+، محقق گوگل با شاخص ۷۵+/۱۸۵۰۰+) کار می کند.

^۱Metropolitan

^۲Aveiro



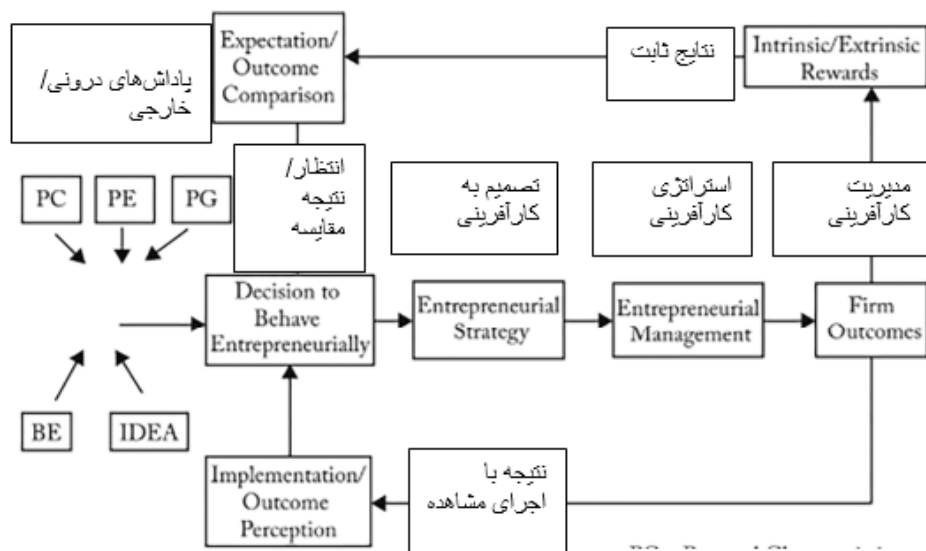
فصل اول:

**مدل‌های کسب و کار ناب روشی برای رفتن به دنیای کارآفرینی
در حوزه چهارم صنعت**

۱-۱ مقدمه

هدف اساسی از هر نوع کسب و کاری این است که محصول باید در زمان مقرر (به صورت مناسب در زمان کمتر) در دست مشتری باشد و مصرف کننده باید از حداکثر سود حاصل از محصولات یا خدمات (در طول عمر محصول) استفاده کند (مریت^۱؛ ۱۹۷۴؛ جمل^۲؛ ۲۰۱۷). در اولین دوره صنعتی شدن، دسترسی به منابع محدود بود و منجر به ایجاد شکافی در بین عرضه و تقاضای محصول یا خدمات شد (کومار و همکاران^۳؛ ۲۰۱۸). یادگرفتن از اشتباهات در آن زمان، رایج بود، زیرا پیشگویی یا پیش‌بینی از سخت‌ترین کارها محسوب می‌شد. در نهایت، این شکاف بزرگ، شرایطی را برای صنایع ایجاد می‌کند که در موقعیت زیانبار وارد عمل شوند (دراکر^۴؛ ۲۰۱۴). علاوه بر این، صنایع در موقعیتی نبودند که کنترل بهتری بر روی فعالیت‌ها داشته و همچنین باعث از دست دادن منابع ثمربخش آنها می‌شوند. این امر، دلیل اصلی فعالیت کمتر صنایع بود و تنها آن دسته از کارآفرینانی که دارای ظرفیت تحمل ریسک هستند، آغازگر دوره کارآفرینی بودند (مولر و همکاران^۵؛ ۲۰۱۸). حتی، کارآفرینی همچنان موضوع داغی برای بحث و تحقیق است. شاید اغراق باش که بگوییم کارآفرینی، صدها انگیزه بشری را جذب خود می‌کند تا دوره کارآفرینی خود را شروع نماید. شکل ۱-۱ از سال ۱۹۸۶ در عمل، مدلی را جهت انگیزه‌های افراد کارآفرین نشان می‌دهد.

^۱Merriitt
^۲Gemmell
^۳Kumar et a
^۴Drucker
^۵Müller et al



PC= مشخصات فردی

PE= محیط فردی

PG= اهداف فردی

BE= محیط کسب و کار

شکل ۱-۱. انگیزه کارآفرینان برای ورود به دوره کارآفرینی (نفیزگر و همکاران، ۱۹۹۴)

کارآفرینان دوره خود را با دل‌بستگی و انگیزه برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ آغاز می‌کنند (بینزیسler، ۲۰۰۸). واژه کارآفرین به مفهوم «تعهد» است. کارآفرین به روشی ساده، دارای برنامه موثری است. روند کارآفرینی با تشخیص فرصت (ایجاد/ کسب) و ادامه کار سخت برای تبدیل این فرصت‌ها به واقعیت، بدون توجه به منابعی که در حال حاضر کنترل می‌شوند، شروع می‌گردد (ریس، ۲۰۱۱). یک کارآفرین بدین منظور، مبلغ مشخصی را جهت تهیه منابع (موجود در بازار) پرداخت می‌کند و سپس آنها را به محصولات یا خدمات مفید تبدیل می‌نماید تا نیازهای نهایی

^۱Naffziger et al

^۲Bienzeisler

^۳Ries

مشتری را تأمین کند. تشکیلات اقتصادی، سرمایه‌گذاری اولیه را بر روی محصولات و خدمات با فروش محصولاتی انجام می‌دهند که قیمت مشخصی ندارند، به علاوه، کارآفرین تمام ریسک‌های کسب و کار یا تشکل اقتصادی را قبول می‌کند (فریرا و لیسبوا^۱، ۲۰۱۹). امروزه، کارآفرینان با سازماندهی همه منابع، بر روی ارائه خدمات یا تولیدات به مشتری یا جامعه تمرکز دارند (وال و مونک^۲، ۲۰۲۱)، به طوریکه به مشتریان نهایی باید احساس ویژه‌ای دست بدهد.

بیشتر صنایع در شرایط فعلی، به دنبال دوره چهارم صنعت هستند تا از مزیت رقابتی بهتری برخوردار باشند. به همین علت است که کارآفرینان در گذشته به نسبت به جای عامل ریسک‌پذیر، بیشتر به عنوان مشارکت‌پذیر در نظر گرفته می‌شوند (گانز و همکاران^۳، ۲۰۱۹). امروزه، مهم‌ترین وظیفه کارآفرین، ارزش قائل شدن برای مشتریان است که نه تنها برای حفظ خدمات به مدت طولانی‌تر، به راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها یا راه‌اندازی کارآفرینی کمک می‌کند، بلکه در شکوفایی آنها در دوره کوتاه مدت نیز موثر است (بورلند و همکاران^۴، ۲۰۱۸). بدین منظور، هر کارآفرین مدل‌های منحصربه‌فرد خود را بر اساس شرایط از پیش فرض شده برای شکل‌گیری این ارزش‌ها و آزمون‌های مهارتی، به بررسی یا آزمایش فرضیه‌های خود به کار می‌گیرند. مقالات منتشرشده درباره استانداردسازی نیز نشان می‌دهد که ایمن‌سازی محیط کاری با انگیزه تصادفی نیست (هندرسون و ونکاترامن^۵، ۱۹۹۳). همواره نتیجه تلاش‌های سیستماتیک و متمرکز مدیریت به پیشرفت محرک‌ها منجر شده و سیستمی از محرک‌ها را به وجود می‌آورد. برای تزریق انگیزه به نیروی کار از رویکردهای کلی‌نگر استفاده می‌شود (سفر و همکاران^۶، ۲۰۱۸). اجرای بخش کوچکی از تشکل نیز یکی از آنهاست.

^۱Ferreira and Lisboa

^۲Wahl and Munch

^۳Gans et al

^۴Borland et al

^۵Henderson and Venkatraman

از دهه گذشته، از موثرترین و همچنین داغ‌ترین موضوعات مورد بحث در بین دانشگاهیان و محققان، صنعت دوره چهارم (I-۴) است. اهداف I-۴، مدیریت فعالیت‌های تجاری به شیوه‌ای موثر و کارآمد می‌باشد، این در صورتی است که استارت‌آپ‌ها مربوط به شروع کسب و کار می‌شوند. به طور کلی، I-۴ برای پشتیبانی از صنعت، با استفاده موثر از تکنولوژی، در شرایط خاص با ارائه اطلاعات کامل، تصمیم درست می‌گیرند. I-۴ نه تنها در تصمیم‌گیری‌های موثر، بلکه برای برآورده کردن تقاضای مشتری، به سیستم اتوماسیون منابع کمک می‌کند. ابزارها یا تکنیک‌های فنی پیشرفته مثل هوش مصنوعی، تکنولوژی زنجیره اطلاعات دیجیتال قفل شده، آنالیز داده‌ها، یادگیری ماشینی و غیره برای توسعه و ساخت مدل‌های مناسب در صنایع استفاده می‌شوند. این تکنیک‌ها به اجرای کلیه عملیات کسب و کار از تشخیص تقاضا گرفته تا تحویل محصول مورد نظر به کاربر نهایی، کمک می‌کند. فواید گوناگون صنعت دوره چهارم به شرح ذیل است:

- تقویت عملکرد
- کارایی و اثربخشی
- پذیرفتن برگزاری جلسه
- مشتری‌مداری
- هزینه عملیاتی
- ارتباط موثر
- فرصت‌هایی برای پیشرفت‌های آتی
- تصمیم‌گیری موثر
- زیرکی در فعالیت‌ها
- افزایش سود و نرخ بازگشت سرمایه

مقاله کنونی به درک پیامدهای ناخواسته در آغاز این دوره کارآفرینی تأکید دارد و به چگونگی مقابله آسان با آنها می‌پردازد، بدون اینکه بر روی انگیزه و شیوه کسب و کار کارآفرین تأثیری داشته

باشد. به علاوه، این مطالعه اهمیت شرکت‌های کوچک اقتصادی را در مدل‌های کسب و کار برجسته می‌کند. از مزیت‌های مورد انتظار در اجرایی کردن مدل‌های کسب و کار کوچک به شرح زیر است:

- درک نیازهای مصرف‌کننده
- ارزش‌گذاری برای مشتری
- مشارکت با سهامداران برای خدمات تخصصی
- مدیریت سرمایه (مدیریت ثروت)
- رقابت در بخش‌های ملی یا بین‌المللی

۲-۱. بررسی مقالات

انگیزه یک کارآفرین، مبنایی برای ترغیب به تشکیل بستر مهم جهت اجرا و دستیابی به اهداف مورد نظر او است (آردیانتی و اینگرید، ۲۰۱۸). انگیزه هر کارآفرین به علل مختلفی همانند پول، نام برند، شهرت، مهارت، تجربه و بسیاری موارد دیگر (شهاب و همکاران، ۲۰۱۹) است. بیشتر جوانان تنها به علت کسب ثروت، وارد روند کارآفرینی می‌شوند. آنها انگیزه زیادی دارند و شعار تبلیغاتی خود را در ذهنشان حفظ می‌کنند. مثلاً اینکه، نیازی به تفکیک بین آنچه که به دنبال آن هستید و آن چیزی که در واقعیت پس از قبول ریسک رخ می‌دهد، نیست. زمان آن فرا رسیده است که از تجربیات بیاموزیم (روی، ۲۰۱۱). به همین دلیل است که بیشتر استارت‌آپ‌ها در طول سال اول یا دوم روند کارآفرینی خود، شکست می‌خورند و همین موضوع در طرح‌های اقتصادی ملی نیز وجود داشته است. حتی در بعضی موارد، دیده شده است که بازار تعداد کمی از محصولات خوب طراحی شده یا سفارش شده را پذیرفته است. استارت‌آپ‌ها معمولاً برای ارزش‌گذاری مصرف‌کننده نهایی، ایجاد می‌شوند.

^۱Ardianti and Ingrid

^۲Shahab et al

^۳Roy

در ابتدا در مورد استارت‌آپ‌ها دچار اشتباه می‌شدیم و به عنوان واحدهای تجاری کوچک در نظر گرفته می‌شدند. عامل مقیاس‌پذیری، به ایجاد تمایز مابین استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک کمک می‌کند (ماریا؛ ۲۰۱۸). استارت‌آپ‌ها، سازمان‌های کارآفرینی تلقی می‌شوند که طبق یک مدل کسب‌وکار انعطاف‌پذیر عمل کرده تا با استفاده مؤثر از تکنولوژی، موجب افزایش پیشرفت شوند. از طرف دیگر، واحدهای تجاری کوچک، بر روی مدل‌های کسب و کار تثبیت‌شده فعالیت دارند (اسمیت و همکاران؛ ۲۰۱۰؛ ریس؛ ۲۰۱۷).

در دو دهه گذشته، شرکت‌های تولیدی ناب و هم استارت‌آپ‌های ناب، توجهات زیادی را به سمت خود جلب کردند. گنجاندن مفهوم ناب، متمرکز بر اجرای بیشتر با تلاش کمتر بود. این امر به انجام درست کارها یا وظایف در اولین تلاش کمک می‌کند (اوخنر؛ ۲۰۲۱). در بخش‌های فرعی زیر، مفهوم تشکلهای تولیدی ناب و استارت‌آپ‌های ناب برای مفهوم بهتر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۲-۱. استارت‌آپ‌ها

از مهمترین دغدغه‌ها در دیدگاه استارت‌آپ، درک مصرف‌کننده از انتظارات (آنچه او انتظار دارد)؛ محصول (آنچه به دست او می‌رسد) و تجربه (تجربه کاربر از محصول یا خدمات) هستند (کوهان؛ ۲۰۱۸). اگر این نگرانی‌ها به دقت مورد بررسی قرار گیرند، منجر به تقویت شایستگی‌های اصلی استارت‌آپ و در نهایت موفقیت می‌گردد (آردیتو و همکاران؛ ۲۰۱۵). همیشه چشم‌انداز ورود به عرصه کارآفرینی نقش مهمی ایفا می‌کند. این امر به شناسایی علت تحقق استارت‌آپ کمک می‌کند و همچنین، نتایج محصول نهایی را که نشان از ویژگی‌های مختلف می‌دهد، برجسته می‌سازد (لچنر و گودموندسون؛ ۲۰۱۲).

^۱Maurya

^۲Smith et al

^۳Ries

^۴Euchner

^۵Cohan

^۶Ardito et al

^۷Lechner and Gudmundsson

کارآفرین برای به راه انداختن استارت آپ‌ها، معمولاً تمام و کمال بر روی مدل‌های مختلف کسب و کار فعالیت می‌کند. از آن جمله عبارتند از مدل تجارت با تجارت، مدل تجارت با مشتریان به طور همزمان، و غیره. برای آنها در مرحله اولیه بسیار سخت است که تنها با یک مدل کسب و کار فعالیت کنند که هم تمایلات مصرف کنندگان را تأمین کند و هم کارآفرینان را برآورده کند (زارزانکوا و پوتوسکا، ۲۰۲۱). اعتبار مدل برای شناسایی هر مدل کسب و کار، در جایی صرف می‌شود که منابع زیادی برای دستیابی به محصول یا خدمات مورد نظر از بین می‌رود (اسپندر و همکاران، ۲۰۱۷). به علاوه، اجرای چنین مهارت‌های ارزشمندی در محصولات، خدمات یا فرآیند، به یک رویکرد سیستماتیک نیاز دارد، زیرا اثر مستقیمی بر روی عملکرد استارت آپ می‌گذارد (باکاتور و همکاران، ۲۰۱۸). موفقیت احتمالی استارت آپ که تسهیلگر استارت آپ‌ها است، به شرح زیر می‌باشد:

۱. **ماندگار بودن ایده:** دو واقعیت بسیار مهم در یک ایده، قابلیت تصویرسازی و باور پذیر بودن آن است. در اینجا، تصویرسازی به ظرفیت شخص برای درک جنبه‌های پشت ایده اشاره دارد تا به تعقیب هدف خود پردازد، یعنی بر اساس شرایط، هدف‌محور، یا با محوریت محصول، فرآیند، مکان و غیره (سابراهمانیا، ۲۰۲۱) باشد. باورپذیر بودن، به قابلیت مشاهده و ماندگاری ایده اشاره دارد که باز هم عامل محور است. ایده‌ای که هم قابلیت تصویرسازی دارد و هم متقاعدکننده است، قطعاً منجر به موفقیت می‌شود.

۲. **منابع مالی:** مانع بسیار رایج برای همه کارآفرینان، دسترسی به بودجه است. مطالعات قبلی در مورد سرمایه‌گذاری برای استارت آپ‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینان در مراحل اولیه، باید به دنبال پول باشند یا در صورت لزوم، از اقوام پول درخواست کنند یا از صندوق‌های سرمایه‌گذاری استفاده نمایند (کومار و همکاران، ۲۰۲۱). این مبالغ باید برای تبدیل ایده به واقعیت به کار رود. زمانی که

^۱Spenders et al^۲Bakator et al^۳Subrahmanya