

## راه‌اندازی کسب و کار خصوصی و ارائه راهکارها و راهنمایی‌های عملی برای کارآفرینان

آرمان احمدی‌زاد

استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

A.Ahmadizad@uok.ac.ir

مریم ورمقانی\*

\* (نویسنده مسئول) کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

Maryam.varmaghani70@yahoo.com

زهرا لیاقت‌زاده

### چکیده

اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی شده‌اند که از آنها به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. در واقع چرخه‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آیند. کارآفرینان نه تنها به ایجاد کسب و کار جدید می‌پردازند، بلکه فرصت‌های اشتغال را افزایش می‌دهند که منجر به ایجاد منابع جدید اکتشاف، فناوری‌های جدید و نوآوری می‌شود. در ایالات متحده هر سال بیش از یک میلیون فعالیت تجاری جدید شروع به کار می‌کند. این در حالی است که در ایران تعداد کمی مؤسسه کارآفرینی در دهه‌های اخیر وجود داشته است. بنابراین با توجه به کم بودن کسب و کارهای ایجاد شده توسط کارآفرینان در ایران، نقش با اهمیت کارآفرینی در توسعه و پیشرفت اقتصاد کشور و اهمیت بالای اجرای اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولیدات داخلی، هدف از انجام این پژوهش ارائه راهنمایی‌های عملی جهت راه‌اندازی کسب و کارهای خصوصی است تا بتوان گامی در جهت ایجاد فضای مناسب جهت توسعه اقتصادی، افزایش منابع ملی، کاهش نرخ بیکاری، تعادل ساختاری و توسعه در شهرها و روستاها برداشت. پژوهش حاضر از نوع مروری است و اطلاعات آن از طریق جستجو در پایگاه‌های الکترونیکی بدست آمده است. این راهکارها و راهنمایی‌ها عبارتند از: شناختن احساسات، شور و اشتیاق خود، حفظ رقابت یکپارچه، برنامه‌ریزی برای موفقیت، یافتن یک مشاور، مشوق‌های دولت، تأمین مالی مخاطره‌آمیز خود، برنامه‌ریزی برای رشد و کار با افراد حرفه‌ای شایسته.

**کلمات کلیدی:** کارآفرینی، راه‌اندازی کسب و کار، کسب و کار خصوصی.

## ۱- مقدمه

هر شخصی هر کاری را که انجام می‌دهد به دنبال کسب منافع و خلق ارزش‌هاست. بنابراین اشخاصی که با رها کردن محدوده آسایش خود و تحمل ریسک‌ها و سختی‌های فراوان وارد دنیای کارآفرینی می‌شوند نیز به دنبال مزایای کارآفرینی هستند که در مشاغل دیگر نمی‌توان آنها را به دست آورد. مهمترین آثار توسعه کارآفرینی، افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش تعداد ثبت اختراعات و ابداعات، تولید دانش فنی، ایجاد اشتغال، تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است که در نتیجه می‌تواند افزایش ثروت ملی را در برداشته باشد. کارآفرینی باعث استفاده از ظرفیت‌های بلااستفاده در اقتصاد، ایجاد محیط رقابتی، بهبود کیفیت محصولات تولیدی، توسعه صادرات غیرنفتی می‌شود. پژوهش‌های گسترده، نقش حیاتی بنگاه‌های کوچک و متوسط را در ایجاد شغل نشان می‌دهد. به عنوان مثال در ایالات متحده، بنگاه‌های با کمتر از ۵۰۰ کارکن تقریباً دو سوم تمام شغل‌های جدید را ایجاد می‌کنند و به طور نامتناسبی به ابداعات و ابتکارات کمک می‌کنند، به گونه‌ای که تعداد ثبت اختراعات به ازای هر کارمند، توسط این شرکت‌ها ۱۳ برابر شرکت‌های بزرگ است<sup>۱</sup>. بر اساس آمار دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینان در ایران از جایگاه برتری نسبت به هم‌تایان خود در فرانسه برخوردار بوده و هم‌تراز این افراد در ایالات متحده هستند و نوآوری کارآفرینان ایرانی در ابعاد متنوعی نمایان است<sup>۲</sup>. بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی در سال‌های اخیر به واسطه خصوصی‌سازی بنگاه‌های تحت مالکیت دولت، فضای کار بیشتری پیدا کرده‌اند و تمام مقررات اعمال شده بر آنها، لزوماً محدودکننده نیستند. بر اساس داده‌های بانک جهانی، شروع یک کسب و کار در ایران به عنوان درصدی از درآمد سرانه ملی، تنها یک ششم ترکیه هزینه دارد. ایران همچنین امتیاز نسبتاً بالایی در خصوص اجرای قراردادهای دارد. اما به طور کلی، در رتبه‌بندی سهولت کسب و کار بانک جهانی، ایران در جایگاه ۱۱۸ام در میان ۱۸۹ کشور قرار دارد و امتیازات آن در برخی موضوعات از قبیل ثبت دارایی، حمایت از سرمایه‌گذاران اقلیت و ورشکستگی، بسیار ضعیف است. عامل اصلی که به عنوان موانع کارآفرینی در ایران عمل می‌کند، فقدان تخصص کارآفرینی، نبود راهنمایی‌ها و مشوق‌ها و همچنین عدم ارائه راهنمایی‌های صحیح جهت راه-اندازی کسب و کار خصوصی افراد است. باتوجه به اینکه نگرش و شناخت کارآفرینان از کارآفرینی و نحوه راه‌اندازی کسب و کار خصوصی به علاقه آنها به شروع کسب و کار خود شکل می‌دهد (Yurtkoru et al, 2014). در این مطالعه که در آن از گزارش شرکت مشاوره‌ای جهانی EY که یک نقش حیاتی در ساختن دنیای کاری بهتر برای انسان‌ها، مشتری‌ها و اجتماع ایفا می‌کند، آمارهای مؤسسه جهانی مکنزی و مطالعات دیگر استفاده شده است، راهنمایی‌های عملی برای کارآفرینان جوان جهت راه‌اندازی کسب و کار خصوصی ارائه شده است. این پیشنهادات و راهنمایی‌ها دربرگیرنده مواردی است که ممکن است کارآفرینان هنگام راه‌اندازی کسب و کار خصوصی با این موارد روبرو شوند.

## ۲- مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی<sup>۳</sup> مفهومی است که همواره با خلقت بشر وجود داشته است، یعنی از زمانی که انسان نخستین، شروع به شکار کرد و با وجود رشد اقتصاد جهانی، کارآفرینی فرصت‌های یکسانی را در کسب سودهای کلان برای تمامی انسان‌ها به وجود آورده است (Wellington & Zandvakili, 2006). کارآفرینی، شناسایی و استفاده از فرصت‌ها برای خلق تولیدات، خدمات و روش‌های کاری جدید است (Subramaniam & Youndt, 2005).

ماهیت کارآفرینی، توانایی مدیریتی شرکت در منافع آن است که در نتیجه ایجاد و تعقیب فرصت‌ها بدون وابستگی به منابع جاری با کنترل شرکت به وجود می‌آید (Mtigwe, 2005). تمایل به کارآفرینی، صفتی است که موجب می‌گردد یک فرد، یک دوره کاری را در یک شغل آزاد بگذراند یا کسب و کار شخصی خود را راه بیندازد. بعلاوه ساسو و ساسو در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که مردان تمایل بیشتری به کارآفرینی دارند و پاداش‌های پولی را بسیار مهم ارزیابی می‌کنند، همچنین این مطالعه نشان داده است پس‌زمینه خانوادگی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (Sasu & Sasu, 2015).

راه‌اندازی مجدد موتور رشد کسب و کارهای خرد در ایالات متحده، مکنزی و شرکت، نوامبر ۲۰۱۲

گزارش جهانی ۲۰۱۴، دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۵

<sup>3</sup> Entrepreneurship

## ۲-۱- کارآفرینی به معنی فرایند نوآوری

مطابق این تعریف، کارآفرینی شامل خلق یا کشف و بهره‌برداری از فرصت‌هایی است که از تعامل کارآفرینان با محیطی که در آن کار می‌کنند، منتج می‌شود. بهره‌برداری از فرصت‌ها توسط کارآفرینان، منجر به نوآوری می‌شود. این نوآوری شامل معرفی محصول یا خدمت جدید، روش سازماندهی جدید، گشایش بازار جدید، فرآیندهای جدید و مواد اولیه جدید می‌شود (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۹).

## ۲-۲- کارآفرینی به معنی ایجاد کسب و کار جدید

این رویکرد بر این که کارآفرین چه کاری انجام می‌دهد، تمرکز می‌کند، نه این که کارآفرین کیست. طبق این تعریف، کارآفرینی در خلأ شکل نمی‌گیرد بلکه شرکت‌ها در شرایط محلی، صنعتی و محیطی خاصی امکان ظهور پیدا می‌کنند (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۰).

## ۲-۳- کارآفرینی به معنی اقدام به ورود

ورود<sup>۴</sup>، پدیده اساسی و واحد تجزیه و تحلیل در اقتصاد صنعتی است (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۰). پژوهشگران، ورود را به دو شکل تعریف کرده‌اند:

۱- راه‌اندازی یک کسب و کار جدید به وسیله یک شرکت جدید یا حتی یک شرکت موجود یا از طریق سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر داخلی (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۰).

۲- شرکتی که اقدام به تولید محصولی در یک صنعت می‌کند که قبلاً آن را تولید نمی‌کرده است. این تعریف اقتصاددانان صنعتی است (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۰).

این تعریف به این معناست که ورود نه تنها می‌تواند شامل ایجاد یک شرکت جدید باشد بلکه می‌تواند از طریق ساختن یک کارخانه جدید، خرید یک کارخانه موجود و تغییر در آمیخته محصول آن، به وسیله شرکت فعلی صورت گیرد (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۰).

## ۲-۴- کارآفرینی به معنی سرمایه‌گذاری جدید شرکتی (کارآفرینی سازمانی)

مفهوم کارآفرینی سازمانی با چگونگی ظهور کسب‌وکارهای جدید در داخل شرکت‌های بزرگ از طریق تلاش‌های فعال کارکنان مرتبط است. در این رویکرد، کارآفرینی به عنوان فرایندی تعریف نموده است که از طریق آن، افراد- به تنهایی یا در درون یک سازمان- فرصت‌ها را بدون توجه به منابعی که در حال حاضر تحت کنترل هستند، تعقیب می‌کنند. شاید این تعریف یکی از وسیع‌ترین تعاریف کارآفرینی باشد. به طور کلی، کارآفرینان سازمانی در مقایسه با کارآفرینان فردی ریسک کم‌تری متحمل می‌شوند اما باید انتظار پاداش کم‌تری نسبت به هم‌تایان مستقل خود داشته باشند (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، صص ۱۰-۱۱).

## ۲-۵- کارآفرینی به عنوان فرایند تخریب خلاق

این تعریف به صورت بسیار کلان، نقش کارآفرین را به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورها بیان می‌کند و کم‌تر به تشریح کارآفرین و چگونگی تعامل وی با محیط می‌پردازد. طبق این تعریف، کارآفرین از طریق تخریب خلاق، سازوکارهای موجود در بازار را به هم می‌زند و با تحول کیفی در ترکیبات محصول و نوآوری، شرکت‌های غیرنوآور و ناکارآمد را از بازار خارج می‌کند و به این شکل توسعه اقتصادی را موجب می‌شود (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۱).

## ۲-۶- کارآفرینی به معنای اداره-مالکیت کسب و کار کوچک و متوسط

تمرکز بر کارآفرین و نقش مهم کارآفرینی در ایجاد اشتغال، منجر به این تعریف از کارآفرین به عنوان «مالک-مدیر یک کسب و کار کوچک یا متوسط» شده است. این تعریف در راستای تعریف اقتصاددانان کلاسیک است که کارکرد سرمایه‌گذار و کارآفرین را در هم آمیخته‌اند. اما پژوهشگران کارآفرینی اغلب بر ویژگی‌های شخصیتی، رفتارها و فعالیت‌های کارآفرین و رویدادهای مرتبط با وی متمرکز شده‌اند و نه اندازه کسب و کار وی (سیدامیری و هنديجانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۱).

<sup>4</sup> Entry

### ۳- تعریف کارآفرین

کارآفرین کسی است که کسب و کاری را همراه با ریسک و در شرایط عدم اطمینان برای دستیابی به هدفی به منظور کسب سود و یا رشد از طریق فرصت‌های قابل توجه و فراهم کردن منابع لازم برای تبدیل کردن سرمایه به یک محصول یا خدمت راه‌اندازی می‌کند. اگرچه افراد زیادی با ایده‌های بزرگ به دنیای کسب و کار وارد می‌شوند، اما اغلب آن‌ها هرگز به ایده‌هایشان عمل نمی‌کنند، در حالی که کارآفرین، یک عمل‌کننده واقعی است (سیدامیری و هندیجانی فرد، ۱۳۹۴، ص ۱۱).

### ۴- وضعیت کارآفرینی در ایران

بخش خصوصی کارآفرین در ایران، بسیار بزرگ‌تر از شرکت‌های فناوری مقلد است. این بخش شامل شرکت‌هایی همچون شرکت سرمایه‌گذاری فیروزه، یک بانک سرمایه‌گذاری که ادعا می‌کند بیش از ۹۰ درصد تمام سبدهای سرمایه‌گذاری خارجی در بورس تهران را مدیریت می‌کند، گریفون کاپیتال<sup>۵</sup> یک بنگاه مدیریت دارایی پیشرو در توسعه صنعت خصوصی ایران و سیناژن یک تولیدکننده بیودارو در تهران است که تخصص آن آنتی‌بادی‌های منوکلونال برای انواع گروه‌های خونی است. این گونه ابتکارات برای فرهنگی که ریشه‌های کارآفرینی و فرهنگ تجاری آن به بیش از دو هزار سال قبل بازمی‌گردد، معمول است. جاده ابریشم از مسیری عبور می‌کرد که امروزه همان ایران است - در اواخر قرن سیزدهم، تاجر ونیزی مارکو پولو، محسور ثروت و زیبایی آن شده بود- و در طی اعصار، تجار ایرانی شهرت جهانی پیدا کردند. امروزه نیز قوه ابداع و هوش تجاری ایرانیان، جهانی است. بر اساس سرشماری ملی، حداقل ۳ میلیون ایرانی در خارج از ایران زندگی می‌کنند که برخی از آنها کارآفرینان قابل توجهی هستند که عبارتند از: پیر امیدیار، مؤسس ایرانی متولد فرانسه ای بی (ثروت خالص: ۸ میلیارد دلار)؛ امید کردستانی، مدیر سابق تجاری گوگل<sup>۶</sup> (۱/۹ میلیارد دلار)؛ فرهاد مشیری، یک سرمایه‌گذار که از سهامداران تیم فوتبال اورتون انگلستان است (۱/۳ میلیارد دلار)؛ آرش فردوسی، همکار مؤسس دراپ‌باکس (۵/۰ میلیارد دلار)<sup>۷</sup>. در حالی که بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی از جمله گول‌های دیجیتال دارای محدودیت برای کار با ایران بودند، اما کارآفرینان ایرانی وارد میدان شدند تا این شکاف را پر کنند. هر ده برند برتر محصولات غذایی، شرکت‌های داخلی هستند، ضمن اینکه ایران خود دارای نسخه‌های داخلی آمازون، یوتیوب، پی‌پل<sup>۸</sup> و دیگر وبگاه‌های اینترنتی است. آمازون و اوپر در ایران حضور ندارند زیرا شرکت‌های آمریکایی از فروش در ایران منع شده‌اند اما این بدین معنی نیست که ایرانی‌ها با محدودیت‌های شدید دیجیتالی مواجه هستند. برعکس، نسخه‌های داخلی ایرانی از تمام این سرویس‌ها ایجاد شده‌اند که در شکل ۱ دیده می‌شوند.

<sup>۵</sup> Griffon Capital

<sup>۶</sup> Google

<sup>۸</sup> PayPal

<sup>۷</sup> جزئیات خالص ثروت از فوربس



شکل ۱- نسخه‌های داخلی سرویس‌های فناوری جهانی ایجاد شده توسط کارآفرینان ایرانی، (گزارش خط‌مشی و زیرساخت‌های داخلی ایران، تجزیه و تحلیل مؤسسه جهانی مکنزی)

۵- راهنمایی‌های عملی جهت راه‌اندازی کسب و کار خصوصی  
راهکارها و پیشنهادهای جهت راه‌اندازی کسب و کارهای خصوصی به کارآفرینان ارائه شده است که در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲- راهنمایی‌های عملی به کارآفرینان جهت راه‌اندازی کسب و کار خصوصی

## ۵-۱- شناختن احساسات، شور و اشتیاق خود

راه‌اندازی کسب و کار خصوصی شبیه به اقدام برای تشکیل خانواده است. در برهه‌ای از زمان، سرمایه‌گذاری مالی و تخصیص آن برای راه‌اندازی یک شرکت موفق ضروری است. در ابتدا باید مطمئن شد که یک علاقه و شور و اشتیاق برای کسب و کار جدید، تعهد به کسب و کار یعنی تمایل به حمایت و رشد کسب و کار در طول مسیرها و زمان‌های طولانی، بینش، بصیرت و مصلحت‌اندیشی در مورد آنچه که از کسب و کار انتظار می‌رود وجود دارد.

انواع منابع جهت راه‌اندازی کسب و کار عبارتند از: کارگاه‌های آموزشی راه‌اندازی کسب و کار رایگان یا کم‌هزینه، سمینارهای محلی، دوره‌های آنلاین، مراکز کسب و کار کوچک، دانشگاه‌ها، اتوماسیون، تحقیقات صنعت و شبکه‌های اجتماعی. کارآفرین جوان در هنگام راه‌اندازی کسب و کار جدید باید برای به نمایش گذاردن آنچه که برای دستیابی به دوردست‌ها می‌خواهد انجام دهد آماده شود، بدیهی است که هنگام وارد شدن به کسب و کار جدید با احتمالات و شک و تردیدها روبرو خواهد شد و هنگام تنظیم مسیر خود از جمله در نحوه رقابت در بازار و پیدا کردن نقطه شروع تأمین مالی با چالش‌هایی روبرو می‌شود. اولین گام، وارد شدن با اولین اختراع یا ایده کسب و کار خصوصی جدید که ساده‌ترین راه است می‌باشد و قسمت دشوار تسلط بر موفقیت است. به عبارت دیگر، باید اولین کسب و کار خود را پیدا کرد، اما چگونه؟

## ۵-۲- حفظ رقابت یکپارچه

هنگام متعهد شدن به ایده کسب و کار خصوصی شناختن رقبای خود ضروری است. دانش زیاد در مورد رقبا می‌تواند بهترین راه برای آگاهی از آنچه که در کسب و کار خصوصی پیاده شده است و مواردی که باید از آنها اجتناب نمود، باشد. فرصت‌های زیادی برای شرکت‌های خصوصی جدید وجود دارد، بنابراین باید بر بهبود محصول یا خدمات خود برای به دست آوردن موقعیت قابل دستیابی در بازار تلاش نمود.

راه‌های مطلوب برای بدست آوردن اطلاعات در مورد رقبای خود عبارتند از: تحقیقات صنعت آنلاین (بررسی کسانی که در صنعت موردنظر دارای عملکرد بالا هستند)، تحقیق مروری آنلاین در مورد نوع محصولات یا خدمات رقبا، بررسی چگونگی انطباق رقبا با بازار جهانی، جستجو در مطبوعات منتشر شده و رسانه‌های رقبا برای آگاهی بیشتر از مواردی که در مکان‌ها و دوره‌های مختلف روی می‌دهد.

تحقیقات بازار رسمی و غیررسمی یک گزینه مطلوب برای تکامل ایده محصول یا خدمت خود است. به علاوه می‌توان از ابزارهای دردسترس مانند فیس‌بوک<sup>۹</sup> و توئیتر<sup>۱۰</sup> برای دستیابی به پایگاه مشتری بالقوه و مشتری هدف و آگاهی از عقیده مشتریان در مورد محصول یا خدمت در صنعت موردنظر استفاده کرد، همچنین می‌توان از این ابزارها برای آگاهی از چالش‌ها و مشکلات موجود استفاده کرد و راه‌حل مشکلات را در ایده‌ها و نوآوری خود پیاده کرد و آنها را حل نمود.

## ۵-۳- برنامه‌ریزی برای موفقیت

داشتن یک برنامه کسب و کار نوشته شده یک عنصر کلیدی برای موفقیت می‌باشد. یک برنامه کسب و کار استوار و محکم عبارت است از مجموعه هدف‌های آینده و گام‌هایی که فرد برای دستیابی به اهداف برمی‌دارد. همچنین باید این برنامه‌ها به صورت شیوا و شمرده شمرده برای سرمایه‌گذاران، فروشندگان و توزیع‌کنندگان بیان شود. یک نمونه از برنامه کسب و کار در جدول ۱ نشان داده شده است.

<sup>۹</sup> Facebook<sup>۱۰</sup> Twitter

## جدول ۱- نمونه محتوای برنامه کسب و کار

<p>خلاصه مدیر اجرایی:</p> <p>- خلاصه مختصر و کوتاه از ایده برنامه کسب و کار خصوصی خود. - تعیین مقدار بودجه موردنیاز و چگونگی برنامه‌ریزی برای استفاده از آن، هنگام ارسال برنامه کسب و کار برای سرمایه‌گذاران.</p>	<p>پیش‌بینی‌های مالی استوار و قابل‌اطمینان:</p> <p>- پیچ و مهره‌هایی که سرمایه‌گذاران به دنبال آن هستند. - شامل شرح مفصلی از تمام جریان‌های درآمد و ساختار هزینه شرکت. - نترسیدن از پناه‌بردن به مشاوره حرفه‌ای هنگام تدوین پیش‌بینی‌های مالی خود.</p>
<p>به نمایش گذاردن تیم خود:</p> <p>- در نظر گرفتن سرمایه‌گذاران بالقوه برای برنده شدن تیم خود که برای اجرای موفقیت‌آمیز ایده کسب و کار خصوصی لازم است. - فهرست کردن صلاحیت‌ها، دستاوردها و لینک‌هایی برای رزومه و پروفایل‌هایی از اعضای کلیدی تیم که بطور فعال در کسب و کار درگیر هستند.</p>	<p>رفتن به سمت استراتژی بازار:</p> <p>- چشم‌انداز رایج بازار چه چشم‌اندازی است؟ - برنامه کسب و کار برای بدست آوردن سهم بازار در صنعت موردنظر چه برنامه‌ای است؟</p>

## ۴-۵- یافتن یک مشاور

کارآفرینان جوان باید یک مشاور برای هدایت خود در طول مسیر کسب و کار خصوصی داشته باشند. مشاور یک منبع باارزش است زیرا یک فرد حرفه‌ای باتجربه می‌تواند کارآفرینان را متوجه برخی دام‌هایی که ممکن است هنگام راه‌اندازی یک کسب و کار جدید رخ دهد، سازد و از اشتباهات اولیه و بااهمیت در کسب و کار که اغلب منجر به مشکلات مالی زیادی می‌شود جلوگیری کند.

برخی از منابع برای یافتن یک مشاور باتجربه عبارتند از: معرفی مشاوران بالقوه توسط خانواده و دوستان، شبکه‌های آنلاین حرفه‌ای، هیئت مدیره‌ها و انجمن‌ها، استادان دانشگاه، کارآفرینان محلی، انجمن محلی مراکز کسب و کار کوچک، معرفی از طریق روش دهان به دهان و ...

تجارب سالانه اخیر شرکت‌های مشاوره‌ای در امر مشاوره نشان می‌دهد که عدم وجود مراکز مشاوره جامع کارآفرینی یکی از دلایل عدم موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط است. مشاوران به طور کامل از چرخه عمر یک کسب و کار خصوصی حمایت می‌کنند. هیچ دو شرکت و هیچ مسیر دو شرکت باهم مشابه نیستند. با این حال، پس از تجربه‌های زیاد در مورد راه‌اندازی کسب و کارهای جدید، شرکت‌های مشاوره‌ای به این مسأله پی برده‌اند که تعدادی چالش‌های مشترک پیش‌روی راه‌های دستیابی به رشد و سودآوری کسب و کارهای خصوصی وجود دارند. مشاوران در هر مرحله از کسب و کار به طور کامل، با تجربه‌ها و مشاوره‌ها از کارآفرینان پشتیبانی می‌کنند.

## ۵-۵- مشوق‌های دولت

دولت و مسئولین، برنامه‌های خاصی مانند برنامه تأمین مالی کسب و کار کوچک جهت کمک به کارآفرینان جوان در مرحله راه‌اندازی کسب و کار خصوصی طراحی کرده‌اند. تعداد قابل‌توجهی از برنامه‌های تأمین مالی دولت منحصرًا برای هدایت کارآفرینان جوان است. با این حال روند درخواست برای برنامه‌های دولت یک روند طولانی است و موجب اتلاف وقت می‌شود که جهت صرف‌جویی در وقت، شرکت‌های حرفه‌ای زیادی وجود دارند که می‌توانند در روند درخواست وام به کارآفرینان جوان کمک کنند که موجب افزایش شانس خود برای تأمین مالی و کمک در دسترسی به برنامه‌های تأمین مالی اضافی می‌شود.

## ۵-۶- تأمین مالی مخاطره‌آمیز خود

تأمین منابع مالی برای کمک به راه‌اندازی کسب و کار خود در مسیر صحیح، می‌تواند یک فرایند چالشی و مایوس‌کننده برای صاحبان کسب و کار خصوصی جدید باشد، با این حال ابزارهایی برای کمک به غلبه بر موانع وجود دارند. برای کمک به راه‌اندازی کسب و کار جهت تأمین سرمایه اولیه، منابع زیادی در دسترس هستند. برخی منابع جهت کمک به تأمین سرمایه اولیه: کمک‌های مالی دولت، خانواده و دوستان، وام‌های بانکی، سرمایه‌گذاری‌های جمعی، سرمایه‌گذاران کمکی، سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر.

#### ۵-۷- برنامه‌ریزی برای رشد

بسیاری از صاحبان کسب و کار خصوصی جدید از رویکرد عملی مدیریت کسب و کار لذت می‌برند. گاهی اوقات برنامه‌ریزی برای رشد نیازمند یکپارچه کردن رویکرد تیمی است. برخی از استراتژی‌ها که در هنگام برنامه‌ریزی برای رشد مورد ملاحظه قرار می‌گیرند عبارتند از:

- استخدام یک تیم مدیریت برای برداشتن بار برخی از وظایف و مسئولیت‌ها از روی شانه‌های کارآفرینان و در نتیجه داشتن وقت کافی برای ادامه رشد کسب و کار.
- درگیر کردن تیم مدیریت برای کمک به رشد شرکت از طریق درگیر کردن آنها در نوآوری‌های استراتژیک مانند توسعه محصول، بازاریابی، مالی و فناوری اطلاعات که می‌تواند به ایجاد ایده‌های نو و جدید کمک کند.
- تجزیه و تحلیل برنامه کسب و کار اولیه توسط اعضای تیم مدیریت برای تعیین آنچه که تاکنون انجام شده و آنچه انجام نشده است. آیا ایده‌های اجرا شده‌ای در برنامه کسب و کار وجود داشته است؟ آیا استراتژی‌هایی هستند که اجرا نشده است و اکنون قابلیت اجرا شدن دارند؟ آیا در ابتدا با موانع معینی (مانند نقص فناوری یا کمبود مالی) روبرو شده که اکنون دیگر این موانع وجود ندارد؟ آیا ایده‌هایی وجود دارند که قبلاً قابلیت اجرایی نداشته‌اند اما اکنون قابلیت اجرایی دارند؟ بررسی همه موارد در برنامه کسب و کار (بازاریابی، تبلیغات، مالی، فناوری اطلاعات) و به‌روز یا توسعه برنامه کسب و کار جدید که بر رشد کسب و کار تمرکز دارد.
- ادامه دادن تمرکز بر صنعت و رقابت به طور مداوم برای اطمینان از جلو ماندن یا حداقل عقب نماندن در محصولات و خدماتی که ممکن است بهبود یابند. بررسی یک روش یا راه متفاوت برای ارائه خدمات مشابه و روندها و گرایش‌ها در بازار برای بدست آوردن مزیت رقابتی.
- برگزاری جلسات طوفان مغزی به طور منظم برای تصمیم‌گیری در مورد ایده‌های نو و جدید توسط اعضای تیم جهت بهبود محصولات یا خدمات موجود و یا بررسی امکان ارائه محصولات یا خدمات جدید.
- بررسی فرایندهای داخلی موجود و امکان اصلاح آنها به گونه‌ای که موجب کاهش وقت و هزینه شود و کمک به اعضای تیم برای به عهده گرفتن وظایف رشدگرا به میزان زیاد مانند تحقیق و توسعه محصول.
- اطمینان حاصل کردن از درگیری فعال مشاوران کسب و کار خود در برنامه رشد شرکت. مشاوران به شناسایی و مقابله با هرگونه ریسک تجاری، قانونی، مالیاتی و نظارتی که ممکن است در کسب و کار جدید با آنها روبرو شود، کمک می‌کنند.

#### ۵-۸- کار با افراد حرفه‌ای شایسته

داشتن سیستم پشتیبانی مناسب هنگام شروع موفقیت در کسب و کار خصوصی حیاتی است. به کار گماردن فعالانه افراد حرفه‌ای شایسته که می‌توانند به‌عنوان مشاوران کلیدی برای پشتیبانی در هر مرحله کسب و کار حضور داشته باشند ضروری است. هر مسیر کارآفرینانه منحصر به فرد است و نشان‌دهنده تعهد، زحمات و رنج‌هایی است که در نهایت منجر به موفقیت می‌شود. باید به خاطر داشت که مسیر کارآفرینانه یک تجربه منحصر به فرد خواهد بود و کارآفرینان مجبور نیستند که به تنهایی این مسیر را طی کنند. حفظ تمرکز قوی بر چشم‌انداز شرکت خصوصی و محیط خود با یک تیم پشتیبانی تخصصی به دستیابی به اهداف و برنامه‌ریزی‌ها برای موفقیت در آینده کمک خواهد کرد. برخی از افراد که می‌توانند به‌عنوان افراد حرفه‌ای شایسته به کار گرفته شوند عبارتند از:



- وکلا: وکلا برای کمک به اطمینان یافتن از داشتن جوازها، مجوزهای رسمی، موافقت‌نامه‌ها و گواهی‌نامه‌ها از مسئولان دولتی، اجرایی و قانونی محلی، داخلی و خارجی ضروری هستند. آنها این اطمینان را می‌دهند که نام تجاری و قراردادهای استخدام صحیح و مناسب برای در امان ماندن محصولات و خدمات از رقبای موجود و رقبای آینده وجود دارد.

- حسابداران، حسابرسان و مشاوران حرفه‌ای خارجی: این گروه، پشتیبانی تجربه بازار گسترده‌ای به ارمغان می‌آورد که هر کارآفرین جوانی فاقد و نیازمند آن است، همچنین این گروه یک نقش کلیدی به عنوان مشاور شرکت خصوصی جهت هدایت و حل مسائل کسب و کار پیچیده دارد.

- بانکداران: یک بانکدار مورداعتماد می‌تواند توضیحاتی درمورد چگونگی عملکرد بانک‌ها و عواملی که بانک‌ها هنگام وام دادن جهت راه‌اندازی شرکت‌ها مدنظر قرار می‌دهند، ارائه دهد که می‌تواند در مراحل اولیه تصمیم‌گیری برای گرفتن وام کمک‌کننده باشد و در صورتیکه گرفتن وام گزینه مناسبی نباشد باید منابع جایگزین دیگری برای افزایش سرمایه اولیه در نظر گرفت. اما اگر وام بانکی یک گزینه خوب برای تأمین سرمایه اولیه کسب و کار خصوصی باشد می‌توان هنگام تصمیم‌گیری جهت گرفتن وام از مشاوره بانکداران برای اطمینان از اینکه برنامه کسب و کار طبق عوامل در نظر گیرنده بانک‌هاست استفاده کرد که در این صورت شانس گرفتن وام بانکی برای گسترش کسب و کار افزایش می‌یابد.

## ۶- بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرن تلقی می‌شود. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه‌ای قائل شد. زیرا آنها با بکارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌سازند. نتیجه کارآفرینی مشارکت عمده در درآمد کشور است. اکتشافات اصلی در قرن بیستم ناشی از فعالیت‌های ابتکاری بوده است. در نتیجه لازم است تلاش‌هایی جهت گسترش کارآفرینی و کمک به کارآفرینان برای کمک به توسعه و گسترش کشور صورت گیرد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد دانش زیاد در مورد رقبا می‌تواند بهترین راه برای آگاهی از آنچه که در کسب و کار خصوصی پیاده شده است و مواردی که باید از آنها اجتناب نمود، باشد. داشتن یک برنامه کسب و کار نوشته شده یک عنصر کلیدی برای موفقیت می‌باشد. همچنین باید این برنامه‌ها به صورت شیوا و شمرده شمرده برای سرمایه‌گذاران، فروشندگان و توزیع‌کنندگان بیان شود. کارآفرینان جوان باید یک مشاور برای هدایت خود در طول مسیر کسب و کار خصوصی داشته باشند. همچنین می‌توانند از برنامه‌های خاصی مانند برنامه تأمین مالی کسب و کار کوچک که دولت جهت کمک به کارآفرینان جوان در مرحله راه‌اندازی کسب و کار خصوصی طراحی کرده‌اند، استفاده نمایند. با این حال روند درخواست برای برنامه‌های دولت یک روند طولانی است که برای جلوگیری از اتلاف وقت شرکت‌های حرفه‌ای زیادی وجود دارند که می‌توانند در روند درخواست وام به کارآفرینان جوان کمک کنند. کارآفرینان جهت جهت تأمین منابع مالی می‌توانند از منابعی مانند کمک‌های مالی دولت، خانواده و دوستان، وام‌های بانکی، سرمایه‌گذاری‌های جمعی، سرمایه‌گذاران کمکی و سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر استفاده کنند. کارآفرینان جهت برنامه‌ریزی برای رشد کسب و کارشان می‌توانند از استخدام یک تیم مدیریت، درگیر کردن تیم مدیریت برای کمک به رشد شرکت از طریق درگیر کردن آنها در نوآوری‌های استراتژیک مانند توسعه محصول، بازاریابی، مالی و فناوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل برنامه کسب و کار اولیه توسط اعضای تیم مدیریت برای تعیین آنچه که تاکنون انجام شده و آنچه انجام نشده است، بررسی همه موارد در برنامه کسب و کار (بازاریابی، تبلیغات، مالی، فناوری اطلاعات) و به‌روز یا توسعه برنامه کسب و کار جدید که بر رشد کسب و کار تمرکز دارد، ادامه دادن تمرکز بر صنعت و رقابت به طور مداوم، بررسی یک روش یا راه متفاوت برای ارائه خدمات مشابه و روندها و گرایش‌ها در بازار برای بدست آوردن مزیت رقابتی، برگزاری جلسات طوفان مغزی به طور منظم برای تصمیم‌گیری در مورد ایده‌های نو و جدید توسط اعضای تیم جهت بهبود محصولات یا خدمات موجود و یا بررسی امکان ارائه محصولات یا خدمات جدید، بررسی فرایندهای داخلی موجود و امکان اصلاح آنها به گونه‌ای که موجب کاهش وقت و هزینه شود و کمک به اعضای تیم برای به عهده گرفتن وظایف رشدگرا به میزان زیاد مانند تحقیق و توسعه محصول، اطمینان حاصل کردن از درگیری فعال مشاوران کسب و کار خود در برنامه رشد شرکت، استفاده کنند. همچنین

کارآفرینان باید افراد حرفه‌ای شایسته از جمله وکلا، حسابداران، حسابرسان و افراد مشاور حرفه‌ای خارجی و بانکداران را که می‌توانند به عنوان مشاوران کلیدی برای پشتیبانی در هر مرحله کسب و کار حضور داشته باشند را به کار گیرند.

## منابع

- سید امیری، نادر و مرتضی هندیجانی فرد، ۱۳۹۴، راه‌اندازی کسب و کار در ایران، تهران، انتشارات ترمه.
- Mtigwe, B. (2005). The entrepreneurial firm internationalization process in the Southern African context: A comparative approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(5), 358-377.
- Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of management Journal*, 48(3), 450-463.
- Sasu, C., & Sasu, L. (2015). Demographic determinant of the entrepreneurship intentions. The case of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 20, 580-585.
- Thurik, R., & Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of small business and enterprise development*, 11(1), 140-149.
- Wellington, D. C., & Zandvakili, S. (2006). The entrepreneurial myth, globalization and American economic dominance. *International Journal of Social Economics*, 33(9), 615-624.
- Yurtkoru, E. S., Acar, P., & Teraman, B. S. (2014). Willingness to take risk and entrepreneurial intention of university students: An empirical study comparing private and state universities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 834-840.

