

تقدیم به

کارآفرینان و مدیران ایرانی

آنهايي که از خانواده خودشان فراتر
رفته اند و برای زدودن فقر از جامعه
تلاش می کنند.



باشگاه کار آفرینی کارستان

معمای شکوفایی

کمیته پژوهش

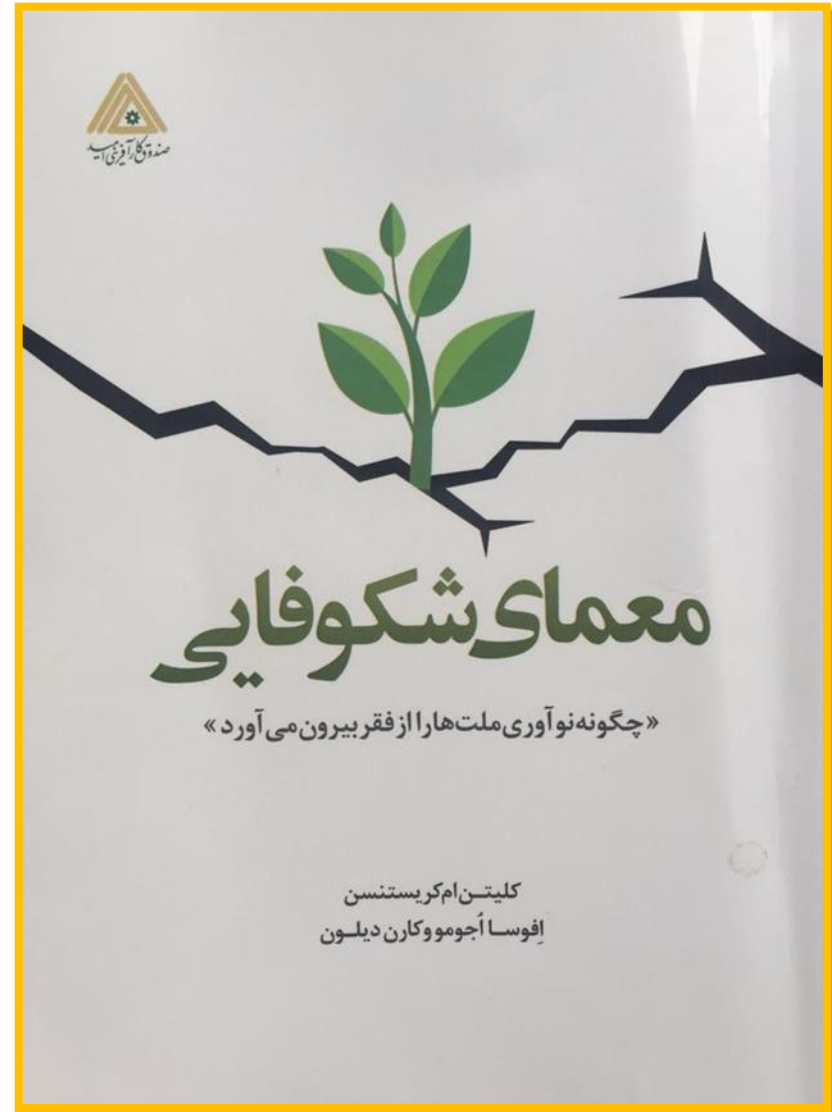
صندوق کار آفرینی امید

ترجمه: جعفر خیرخواهان

انتشارات احمدی پور

تلخیص: مهدی ترکمان

عضو باشگاه کار آفرینی کارستان



فهرست مطالب کتاب

فهرست مطالب

پیش‌گفتار.....	۱
بخش ۱: قدرت نوآوری‌های بازار آفرین.....	۷
فصل ۱: مقدمه‌ای بر معمای شکوفایی.....	۹
فصل ۲: همه نوآوری‌ها شبیه هم نیستند.....	۱۹
فصل ۳: در این تقلا، فرصت هم نهفته است.....	۳۵
فصل ۴: به طرف خود بکشیم یا به زور فشار دهیم: داستان دو راه‌برد.....	۵۵
بخش ۲: چگونه بسیاری از کشورها با نوآوری به شکوفایی رسیدند.....	۷۳
فصل ۵: داستان نوآوری در امریکا.....	۷۵
فصل ۶: چگونه شرق هم به غرب رسید: ژاپن و کره جنوبی.....	۹۳
فصل ۷: مساله کارآیی در مکزیک.....	۱۱۱
بخش ۳: چگونه بر موانع غلبه کنید.....	۱۲۷
فصل ۸: قوانین خوب کافی نیست.....	۱۲۹
فصل ۹: فساد مشکل نیست؛ راه حل است.....	۱۴۵
فصل ۱۰: اگر دولت زیرساخت بسازد، شاید کارآفرین‌ها نیایند.....	۱۶۵
بخش ۴: حالا چکار کنیم؟.....	۱۸۱
فصل ۱۱: از معمای شکوفایی به فرایند شکوفایی.....	۱۸۳
پیوست: به جهان از زاویه دیدهای جدید نگاه کنید.....	۱۹۷
منابع.....	۲۲۳
در باره نویسنده‌گان.....	۲۶۵

چکیده کتاب

- چرا بسیاری از پروژه های فقرزدایی در کشورها به نتیجه نمی رسد؟
- چرا با وجود تریلیون ها دلار کمک مالی به مناطق فقیر، هنوز مسایل آنها لاینحل باقی مانده؟
- بهترین گزینه ها برای خیرین و کارآفرینانی که خواهان کاهش فقر هستند کدام است؟

مساله
کتاب

- روی آوردن به نوآوری های بازارآفرین
- براساس تجربه های متعدد از نقاط مختلف دنیا

راه حل
پیشنهادی

مخاطبان کتاب

– تلاشگران عرصه توسعه جوامع فقیر

– سرمایه گذاران و کارآفرینانی که دنبال راه اندازی کسب و کارهای موفق در بازارهای جدیدند.

– سیاستگذاران و برنامه ریزان توسعه.

– افرادی که دوران کودکی آنان در دل فقر بوده و چشم انتظار تحولی بنیادین هستند.

تعریف نوآوری

هم اکنون به میلیاردها دلاری که برای کاهش فقر هزینه شده است و نتیجه مطلوبی نداشته است تامل کنیم. در این صورت چند سوال اساسی ایجاد خواهد شد:

- چه میشود اگر به این مساله از زاویه ای دیگر نگاه میکردیم؟
 - چه میشود اگر به جای تلاش برای کاهش نشانه های مرئی فقر، روی ایجاد شکوفایی ماندگار متمرکز میشدیم؟
- برای پاسخ به سوالات نیاز است از درک شهودی استفاده کنیم تا فرصت هایی را بیابیم که کمتر مورد توجه بوده اند یا در جایی وجود داشتند که ما انتظار آنها را نداشتیم.

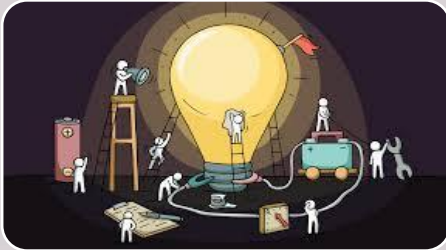
تعریف نوآوری

مسئله مهمی که وجود دارد این می باشد که چگونه کشورهای شکوفا شده از فقر خارج شده اند؟

به طور کلی، میتوان بیان کرد سرمایه گذاری در نوآوری های بازار آفرین مسیر قابل اتکایی به سمت شکوفایی اقتصادی می باشد.

وقتی از نوآوری صحبت میکنیم منظور فراتر از محصولات با فناوری پیشرفته یا دارای امکانات متنوع می باشد. منظور از نوآوری تغییر در فرآیندهایی از یک سازمان می باشد که انواع نهاده ها، نیروی کار، سرمایه، مواد و اطلاعات را به محصولات و خدماتی ارزشمندتر تبدیل میکند. به طور خلاصه میتوان گفت نوآوری به مفهوم ارائه ایده های جدید و تبدیل این ایده ها به فناوری، محصول، فرآیند، مدل کسب و کار و ... جدید و تجاری کردن آن می باشد.

انواع نوآوری



نوآوری
تداوم بخش



نوآوری
کارایی بخش



نوآوری
بازار آفرین

انواع اقتصاد از دیدگاه مصرف کنندگان

اقتصاد مصرف کنندگان

- از مصرف کنندگانی تشکیل می شود که درآمد، زمان و تخصص برای خرید و استفاده از محصولات و خدمات موجود در بازار را دارند.

اقتصاد غیر مصرف کنندگان

- افرادی که به هردلیل تقاضایی برای کالا و یا خدمات موجود ندارند. یا بعبارتی پول کافی برای استفاده از راه حل های موجود یا وقت یا تخصص مورد نظر برای استفاده موفق از محصول را ندارند.

نوآوری بازار آفرین

این مدل نوآوری، بازار جدید ایجاد می کند به طوری که کالا و خدمات گران و پیچیده را به محصولاتی ساده و ارزان تبدیل کرده و آنها را قابل دسترس برای استفاده تعداد افراد بیشتری و همچنین بخش جدیدی از مردم یک جامعه می نماید که به این بخش از جامعه "غیر مصرف کنندگان" گفته میشود.

دستاوردهای نوآوری های بازار آفرین

۱. ایجاد بازارهای جدید و مشاغل جدید (کاهش ارتکاب جرم و جنایت) بعبارتی مشاغلی را ایجاد میکند که به نیروی کار بیشتری نیاز دارد تا نوآوری را به تولید و بازاریابی و توزیع برسانند. ارزیابی شکوفایی هر کشور بر اساس تعداد مشاغل ایجاد شده سنجیده میشود.
۲. توسعه و تامین مالی سایر خدمات عمومی در جامعه (آموزش، زیرساخت، خدمات و...) با استفاده از سودهای ایجاد شده در بخش های گسترده جامعه.
۳. تغییر فرهنگ (با توجه به استفاده تعداد بیشتری از مردم از محصولات و خدمات در نتیجه منجر به تغییر شیوه تفکر درخصوص جامعه خودشان می شود)

راهنمای هدف گذاری نوآوری های بازار آفرین

- مدلهای کسب و کار با هدفگذاری عدم مصرف (شناسایی گروه هدف)
- فناوری توانا ساز : عملکرد بهتر با هزینه کمتر
- شبکه ارزش جدید: شناسایی ساختار هزینه
- راهبرد نوپدید: مدیران ، به دنبال بازارهای جدید هستند و همواره باید پذیرای تغییرات با توجه به خواسته های مشتریان جدید باشند.
- پشتیبانی مدیریت اجرایی: بقاء نوآوری های بازار آفرین در سازمان، پشتیبانی مدیرعامل و یا فردی که در رأس تیم را، می طلبد.

نوآوری های تداوم بخش

- بهبود در کیفیت محصولات موجود و یا ایجاد تنوع، عبارتی نوآوری تداوم بخش اثر جایگزینی در مصرف دارد به طور مثال "ایجاد تنوع در طعم های چای"
- گروه هدف افرادی با توان خرید و دارای انتظار عملکرد بهتر، از کالا یا خدمات

نوآوری کارآیی بخش

شرکت ها را قادر می کند با منابع کمتر، کارهای بیشتری انجام دهند. نوآوری کارایی بخش عموماً نوآوری در فرایند می باشد و تمرکز بر روی ساخت محصول است .
مثل مکانیزه کردن خط تولید.

نمونه های موفق نوآوری

مثال	توضیح
سافاری کام	پلتفرم پولی تلفن همراه که ذخیره، انتقال و پس انداز پولی را بدون داشتن حساب بانکی فراهم می کند و با این روش تعداد زیادی از کنیایی ها افزایش درآمد پیدا کردند و همچنین به بیمه و وام دسترسی پیدا کردند .
ماکارونی ایندومی	غذای خوشمزه آسان پخت و ارزان برای مردم فقیر که توانایی خرید سه وعده غذا نداشتند با تولید این ماکارانی مشکل تعداد زیادی از مردم حل شد.
سل تل	خدمات تلفن همراه با خرید شارژ های بسیار کم و با این شرایط افراد زیادی توانستند از تلفن همراه استفاده کنند .
مایکروویو گالانز	پخت و پز آسان و ارزان برای بازار چین که مشکل فضا و زمان داشتند با توجه به محدودیت زمان که غذای فریز شده استفاده می کنند با تولید این دستگاه بخشی از مشکلات در چین حل شد.
خودروسازی فورد	تولید خودروی مدل t فورد که بسیار ارزانتر از مدل های پیشین بود . در آمریکا عده کمی توان خرید خودرو نداشتند با تولید این مدل خودرو توسط خودروسازی فورد تعداد زیادی توانایی خرید پیدا کردند.
نان بیمبو	تولید نان با کیفیت و ارزان در مکزیک توسط گروه بیمبو که بازار جدیدی ایجاد نمود.
کف خاکی فشرده	کف های سفت و سخت اما با قیمت یک پنجم سیمن برای ساختمان سازی که مانع مزاحمت حشرات شد.
لنزهای نسخه ای	لنزهای سفارشی سازی شده با قیمت ارزان برای مکزیک هایی که عمدتاً مشکل بینایی دارند و توان خرید نداشتند و بازار جدید برای گروه هدف جدید ایجاد شد.
کیت تشخیص مالاریا	انجام آزمایش مالاریا بدون گرفتن خون که کمتر از ۲ دلار هزینه دارد و در ۲۰ دقیقه نتیجه اعلام می شود برای افرادی که توانایی انجام این آزمایش را نداشتند.

عوامل بازدارنده مصرف (شناسایی عدم مصرف)

- مهارت
- ثروت
- دسترسی
- زمان

درس‌هایی از شکوفایی در سایر کشورها

- سرمایه‌گذاری در نوآوری بدون توجه به شرایطی که یک کشور در آن قرار دارد، امکان‌پذیر است.
- حضور کارآفرینانی که در همان شرایط زندگی می‌کنند و نیازها را می‌شناسند، ضروری است.
- یکپارچه‌سازی عملیات برای تکمیل زنجیره ضروری است. یک کارآفرین نوآور باید آماده باشد تا در صورت نیاز همه زنجیره تامین و تولید را خودش تدارک ببیند.
- مثلاً یک شرکت مخابراتی شاید لازم باشد هم خودش دکل‌ها را نصب کند و برای نصب دکل‌ها جاده هم بکشد.

سایر مباحث کتاب

- تبیین اینکه چرا راهکار اصلاح ساختار و نهاد جواب نداده است.
- تبیین اینکه چرا مبارزه با فساد جواب نداده است. و نوآوری های بازارآفرین توانسته اند فساد را کمتر کنند.
- تبیین نقش فرهنگ و فقر فرهنگی در توسعه. و اینکه چگونه می توان با تغییر نحوه مصرف و الگوهای ارتباطی جدید، فرهنگ های ضد توسعه را اصلاح کرد.
- پروژه های بزرگ دولتی باید متصل باشند به بازارآفرینی و گر نه شکست می خورند.
- نوآوران منتظر دولت نمی مانند و تجربه نشان می دهد که دولتها به دنبال نوآفرینان خواهند آمد.