

عمومی
کار آفرینی
www.ketab.ir

عنوان و نام پدیدآور

: مفاهیم عمومی کارآفرینی / مولفان احسان قاسمی... او
دیگران [ابری] انجمن NLP و کوچینگ ایران.

مشخصات نشر

: قزوین: جهاد دانشگاهی، واحد قزوین، سازمان انتشارات، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری

: ۲۶۵ ص.

شابک

: 978-622-7549-82-9

وضعیت فهرست نویسی

: فیبا

یادداشت

: مولفان احسان قاسمی، علی عبدی جمایران، محمدامین قناعت پیشه،

آرش یعقوبی.

موضوع

: کارآفرینی

Entrepreneurship

موفقیت در کسب و کار

Success in business

نوآوری

Technological innovations

شناسه افزوده

: قاسمی، احسان، ۱۳۶۱ -

شناسه افزوده

: جهاد دانشگاهی. واحد قزوین. سازمان انتشارات

شناسه افزوده

: انجمن ان.ال. پی و کوچینگ ایران

رده بندی کنگره

: ۶۱۵HB

رده بندی دیویی

: ۳۳۸/۰۴

شماره کتابشناسی ملی

: ۸۵۵۹۲۳۲

اطلاعات رکورد کتابشناسی

: فیبا



انتشارات
جهاد دانشگاهی
قزوین



روش تدریس
کارآفرینانه



انجمن NLP
و کوچینگ ایران

عنوان: مفاهیم عمومی کارآفرینی

مؤلفان: دکتر احسان قاسمی، دکتر علی عبدی جمایران، محمد

امین قناعت پیشه، آرش یعقوبی

ویراستار: مریم سادات چاکر العباسی

طراح گرافیک و صفحه آرایی: علیرضا احمدی

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۴۹-۸۲-۹

چاپ: نوبت اول - ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بهاء: ۲۸۰۰۰۰ تومان

مصبوبه شورای شعبه انتشارات جهاد دانشگاهی قزوین

ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی قزوین

کلیه حقوق محفوظ است ©

مفاهیم عمومی

کارآفرینی

www.ketab.ir

تالیف:

دکتر احسان قاسمی

دکتری تخصصی کارآفرینی و مدرس دانشگاه

دکتر علی عبدی جمایران

دکتری تخصصی کارآفرینی و مدرس دانشگاه

مهندس محمد امین قناعت پیشه

دانش آموخته کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

مهندس آرش یعقوبی

دانش آموخته کارشناسی ارشد مهندسی صنایع

ویراستار: مریم سادات چاکرالعباسی

پیشگفتار

سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است و کارآفرینی را بدل به موتور محرک توسعه اقتصادی نموده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به وسیله توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل شوند. در عین حال تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی قابلیت آموزش و پرورش را دارد، و در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاهی تبدیل شده است.

از سوی دیگر با افزایش تعداد دانشکده‌ها و موسسات آموزشی کارآفرینی، آنچه مورد توجه محققین قرار گرفت، مناسب بودن محتوای دوره‌های آموزشی، مفاهیم درسی و اثر بخشی دوره‌ها بوده است. این روند تحقیقاتی نشان می‌داد که اگر افراد تحت آموزش، اهداف، محتوا و روش‌های تدریس با هم هماهنگ باشند و محتوای درسی مناسب برای این افراد تدوین شود، تلاش‌های آموزشی از اثربخشی بیشتری برخوردار خواهند بود. با توجه به موارد ذکر شده کشور عزیزمان نیز از این قاعده مستثناء نیست و چند صباحی است به همت مسئولین و محققین حوزه آموزش کارآفرینی تلاش‌های شایان ذکری در حوزه آموزش و تدریس کارآفرینی صورت پذیرفته است. از جمله می‌توان به ارائه رشته کارآفرینی در دانشگاه‌های مختلف اشاره کرد. بنابراین، با توجه به وجود رشته کارآفرینی در دانشگاه‌های

متنوع و روند رو به رشد ارائه این رشته در سایر دانشگاه‌ها و همچنین جذابیت‌های این رشته از جمله بین رشته‌ای بودن آن سبب گردیده که داوطلبین بیشتری مایل به ادامه تحصیل در این رشته نوین گردند. بنابراین برای در اختیار گذاشتن یک منبع علمی و جامع در حوزه کارآفرینی برای دانشجویان و دانش پژوهان می‌تواند کمک شایانی در حوزه فرهنگ‌سازی علمی این دانش باشد.

با تشکر

تابستان ۱۴۰۰

فهرست

عنوان	صفحه
فصل اول: مفاهیم برنامه ریزی شغلی و موفقیت	۱۷
خلاصه فصل	۱۷
۱-۱- برنامه ریزی مسیر شغلی	۱۷
۱-۲- درخت تصمیم گیری شغلی	۱۸
۱-۳-۱- معنی و مفهوم موفقیت	۱۹
۱-۳-۲- ابعاد موفقیت	۲۰
۱-۳-۳- هفت اصل موفقیت	۲۱
۱-۴- هدف	۲۱
۱-۵- کارآفرینی به عنوان یک شغل	۲۳
فصل دوم: مفاهیم خلاقیت و نوآوری	۲۷
خلاصه فصل	۲۷
۱-۲- ضرورت و نقش خلاقیت در زندگی و کار	۲۷
۲-۲- تعریف و مفاهیم خلاقیت	۲۸
۲-۳- عوامل ارتقاء سطح خلاقیت و نوآوری	۲۹
۲-۴- تعریف و مفاهیم نوآوری	۳۰
۲-۴-۱- ابعاد نوآوری	۳۰
۲-۵- تفاوت خلاقیت و نوآوری	۳۲
۲-۶- تعریف ابتکار	۳۳
۲-۷- تعریف تازگی	۳۳
۲-۸- رابطه اختراع با خلاقیت و نوآوری	۳۳
۲-۹- تکنیک های خلاقیت	۳۴
۲-۹-۱- تکنیک طوفان ذهنی	۳۴
۲-۹-۲- تکنیک کارت سنجاقی	۳۵
۲-۹-۳- تکنیک خلاقیت داستان نویسی بر روی تابلوی دیواری	۳۵
۲-۹-۴- تکنیک ماتریس بررسی ایده ها	۳۶
۲-۹-۵- تکنیک "چرا ؟"	۳۶

۳۶	۲-۹-۶- تکنیک توهم خلاق
۳۷	۲-۹-۷- تکنیک پی . ام . آی (P.M.I)
۳۸	۲-۹-۸- تکنیک DO IT
۳۸	۲-۹-۹- تکنیک شکوفه ی نیلوفر آبی
۳۸	۲-۹-۱۰- تکنیک چه می شود اگر؟
۳۸	۲-۹-۱۱- تکنیک اسکمپر SCAMPER
۳۹	۲-۹-۱۲- تکنیک تجزیه و تحلیل مورفولوژیک
۴۰	۲-۹-۱۳- تکنیک دلفی
۴۰	۲-۹-۱۴- تکنیک گروه اسمی
۴۱	۲-۹-۱۵- تکنیک سینتیکس
۴۳	فصل سوم: مبانی و مفاهیم کارآفرینی
۴۳	خلاصه فصل
۴۳	۳-۱- اهمیت و ضرورت کارآفرینی
۴۴	۳-۲- سیر تکاملی تعاریف کارآفرینی
۴۵	۳-۲-۱- سیرتاریخی کارآفرینی
۴۷	۳-۲-۲- تعاریف کارآفرینی
۵۱	۳-۳- تفاوت کارآفرین با خلاق، نوآور و مخترع و سرمایه دار
۵۲	۳-۴- تفاوت کارآفرین با مدیر
۵۲	۳-۵- انواع کارآفرینی
۵۳	۳-۶- دیدبان جهانی کارآفرینی (Global Entrepreneurship Monitor) GEM
۵۴	۳-۷- چشم انداز و روش ها
۶۱	فصل چهارم: کارآفرینی در نظریات اقتصادی
۶۱	خلاصه فصل
۶۱	۴-۱- مکتب سودگرایان
۶۲	۴-۲- مکتب طبیعیون یا فیزیوکرات ها
۶۲	۴-۲-۱- ریچارد کانتیلتون
۶۲	۴-۳- مکتب کلاسیک ها
۶۳	۴-۳-۱- آدام اسمیت
۶۳	۴-۳-۲- جان باتیست سی



۶۴	۴-۳-۳- جان استیوارت میل
۶۴	۴-۴- مکتب مارکسیست‌ها
۶۵	۴-۵- مکتب نئو کلاسیک‌ها
۶۶	۴-۵-۱- فرانسیس اج ورت
۶۷	۴-۵-۲- آلفرد مارشال
۶۷	۴-۶- مکتب نهائیون
۶۸	۴-۷- مکتب سنتی اتریش- آلمان
۶۸	۴-۷-۱- ژوزف شومپتر
۷۰	۴-۷-۲- جوان وان تانن
۷۰	۴-۸- مکتب شیکاگو
۷۰	۴-۸-۱- فردریک هاولی
۷۱	۴-۸-۲- جان بیتس کلارک
۷۱	۴-۸-۳- فرانک نایت
۷۲	۴-۸-۴- تئودور شولتز
۷۳	۴-۹- مکتب نهادیون
۷۳	۴-۹-۱- رونالد کوس
۷۳	۴-۹-۲- الیور ویلیامسون
۷۳	۴-۱۰- مکتب نوین اتریش
۷۴	۴-۱۰-۱- مایسز
۷۴	۴-۱۰-۲- ازرائیل کرزنر
۷۵	۴-۱۰-۳- ویلکن
۷۶	۴-۱۱- جمع بندی نظریات اقتصادی
۷۹	فصل پنجم: کارآفرینی در نظریه‌های غیراقتصادی (محققین علوم رفتاری)
۷۹	خلاصه فصل
۷۹	۵-۱- کارآفرینی در نظریه‌های غیر اقتصادی (محققین علوم رفتاری)
۸۰	۵-۲- رویکرد ویژگی‌ها
۸۲	۵-۲-۱- توفیق طلبی
۸۴	۵-۲-۲- مرکز کنترل
۸۴	۵-۲-۳- تمایل به مخاطره پذیری



۸۵.....	۵-۲-۴- نیاز به استقلال
۸۵.....	۵-۲-۵- خلاقیت
۸۶.....	۵-۲-۶- تحمل ابهام
۸۶.....	۵-۲-۷- جمع بندی رویکرد ویژگی ها
۸۷.....	۵-۳- رویکرد رفتاری
۸۸.....	۵-۳-۱- ویژگی های جمعیت شناختی
۹۰.....	۵-۴- مهمترین تعاریف کارآفرینی از دیدگاه اندیشمندان علوم رفتاری
۹۲.....	۵-۴-۱- تحلیلی بر رویکرد علوم رفتاری
۹۴.....	۵-۵- نظریه شبکه اجتماعی
۹۵.....	۵-۶- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۹۹.....	۵-۶-۱- تحلیل دیدگاه مدیریتی نسبت به کارآفرینی
۱۰۱.....	فصل ششم: انواع مدل های کارآفرینی
۱۰۱.....	خلاصه فصل
۱۰۱.....	۶-۱- انواع مدل های کارآفرینی
۱۰۱.....	۶-۱-۱- مدل های محتوایی
۱۰۲.....	۶-۱-۲- مدل های فرآیندی
۱۰۲.....	۶-۱-۲-۱- فرآیند رویدادی
۱۰۸.....	۶-۱-۲-۲- فرآیند چند بعدی
۱۱۳.....	۶-۱-۳- مدل های ارائه شده برای ایجاد کارآفرینی در سازمان
۱۱۳.....	۶-۱-۳-۱- مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو و دستیارانش
۱۱۶.....	۶-۱-۳-۲- مدل های ایجاد کارآفرینی شرکتی
۱۱۸.....	۶-۱-۴- مدل نظری دکتر احمدپور داریانی
۱۲۳.....	فصل هفتم: انواع کارآفرینی (سازمانی و اجتماعی)
۱۲۳.....	خلاصه فصل
۱۲۳.....	۷-۱- کارآفرینی سازمانی
۱۲۳.....	۷-۱-۱- ضرورت کارآفرینی در سازمان
۱۲۴.....	۷-۱-۲- سیر تطور کارآفرینی در سازمان
۱۲۶.....	۷-۱-۳- تعریف کارآفرینی سازمانی و شرکتی



۷-۱-۴- مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت شناختی کارآفرینان سازمانی با مستقل
۱۳۰.....

۷-۱-۵- تفاوت‌های کار آفرینی مستقل با کار آفرینی سازمانی ۱۳۳

۷-۱-۶- موانع و محدودیت‌های کارآفرینی سازمانی ۱۳۵

۷-۱-۷- بررسی استراتژی‌های کارآفرینی در سازمان ۱۳۸

۷-۲- کارآفرینی اجتماعی ۱۴۴

۷-۲-۱- تعاریف کارآفرینی اجتماعی ۱۴۴

۷-۲-۲- دیدگاه‌های مختلف در تعاریف کارآفرینی اجتماعی ۱۴۶

۷-۲-۳- نمونه‌های موفق کارآفرینی اجتماعی در ایران و جهان ۱۴۷

فصل هشتم: طرح کسب و کار ۱۴۹

خلاصه فصل ۱۴۹

۸-۱- مفاهیم طرح کسب و کار ۱۴۹

۸-۱-۱- تعریف طرح کسب و کار (Business Plan) یا به اختصار (BP) ۱۴۹

۸-۱-۲- تعریف امکان‌سنجی (Feasibility Study) یا به اختصار (FS) ۱۵۰

۸-۱-۳- تفاوت‌های امکان‌سنجی (FS) با طرح کسب و کار (BP) ۱۵۰

۸-۲- اهمیت و اهداف طرح کسب و کار ۱۵۱

۸-۳- گروه‌های نیازمند به تدوین طرح کسب و کار ۱۵۱

۸-۴- اجزای یک طرح کسب و کار ۱۵۲

۸-۴-۱- بخش معرفی ۱۵۲

۸-۴-۲- خلاصه مدیریتی یا اجرایی (Executive Summary) ۱۵۲

۸-۴-۳- تشریح کسب و کار ۱۵۳

۸-۴-۴- معرفی محصولات ۱۵۳

۸-۴-۵- برنامه بازاریابی ۱۵۴

۸-۴-۶- مدیریت و منابع انسانی ۱۵۴

۸-۴-۷- برنامه مالی ۱۵۴

۸-۴-۸- بررسی ریسک‌ها ۱۵۵

۸-۴-۹- ضمائم ۱۵۵

۸-۵- دلایل شکست یک طرح کسب و کار ۱۵۵

فصل نهم: مفاهیم مدیریت و راه اندازی کسب و کار ۱۵۷

- ۱-۹- تعریف کسب و کار ۱۵۸
- ۲-۹- ویژگی های کسب و کار ۱۵۸
- ۳-۹- نگرش کسب و کارانه ۱۵۹
- ۴-۹- اهداف کسب و کار ۱۵۹
- ۵-۹- انواع کسب و کار ۱۶۰
- ۱-۵-۹- انواع کسب و کار بر اساس اندازه ۱۶۰
- ۲-۵-۹- انواع کسب و کار براساس ماهیت ۱۶۰
- ۶-۹- نگرش به کسب و کار ۱۶۹
- ۱-۶-۹- دیدگاه اقتضایی نگرش به کسب و کار ۱۶۹
- ۲-۶-۹- آمادگی روانی برای انجام کار ۱۷۰
- ۷-۹- دلایل شخصی بوی راه اندازی کسب و کار ۱۷۱
- ۸-۹- انواع روش های راه اندازی کسب و کارهای کوچک ۱۷۱
- ۱-۸-۹- خرید کسب و کار موجود ۱۷۱
- ۲-۸-۹- فرانشیز (پذیرش نمایندگی) - (franchise) ۱۷۲
- ۳-۸-۹- شروع کسب و کار از صفر (start up) ۱۷۵
- ۴-۸-۹- شکل های عمده راه اندازی کسب و کار ۱۷۵

فصل دهم: فعالیت های لازم در کسب و کارهای کارآفرینانه ۱۸۱

- خلاصه فصل ۱۸۱
- ۱-۱۰- مزایای ایجاد کسب و کارهای کوچک (کارآفرینانه) ۱۸۱
- ۲-۱۰- چرخه حیات کسب و کارهای کارآفرینانه (مراحل ایجاد و توسعه ی کسب و کار) ۱۸۲
- ۳-۱۰- فعالیت های لازم در کسب و کارهای کارآفرینانه ۱۸۳
- ۱-۳-۱۰- فعالیت های مدیریتی ۱۸۴
- ۲-۳-۱۰- فعالیت های تولیدی و فنی ۱۸۷
- ۳-۳-۱۰- فعالیت های بازرگانی ۱۸۹
- ۴-۳-۱۰- مدیریت ریسک (فعالیت های ایمنی) ۱۹۴
- ۵-۳-۱۰- فعالیت های حسابداری ۱۹۸
- ۶-۳-۱۰- فعالیت های مالی ۲۰۱



فصل یازدهم: ایده ها و فرصت های کارآفرینی..... ۲۰۵

۱-۱۱- مفهوم ایده ۲۰۵

۲-۱۱- منابع ایده ۲۰۶

۳-۱۱- خلق ایده ۲۰۶

۴-۱۱- فرایند خلاق ایده پردازی ۲۰۷

۵-۱۱- تفاوت ایده و فرصت ۲۰۸

۶-۱۱- جایگاه فرصت در کارآفرینی ۲۰۸

۷-۱۱- شناسایی یک فرصت ۲۰۸

۸-۱۱- تصمیم به توسعه ی این فرصت ها و تأمین منابع اساسی ۲۰۹

۹-۱۱- راه اندازی کسب و کار جدید ۲۰۹

۱۰-۱۱- دیدگاه شومپتر در رابطه با فرصت های کارآفرینی ۲۱۲

۱۱-۱۱- دیدگاه کرزنر در فرصت های کارآفرینانه ۲۱۳

۱۲-۱۱- مقایسه دیدگاه شومپتر ، کرزنر درباره فرصت های کارآفرینی ۲۱۳

۱۳-۱۱- مقایسه دیدگاه های کشف فرصت و خلق فرصت ۲۱۴

فصل دوازدهم: آموزش و تحقیقات کارآفرینی..... ۲۲۱

۱-۱۲- سابقه آموزش کارآفرینی ۲۲۱

۲-۱۲- افراد تحت پوشش آموزش کارآفرینی ۲۲۳

۳-۱۲- اهداف آموزش کارآفرینی ۲۲۴

۴-۱۲- وضعیت تحقیقات کارآفرینی در سال ۱۹۸۰ ۲۲۵

۵-۱۲- وضعیت تحقیقات کارآفرینی در سال ۱۹۸۵ ۲۲۷

۶-۱۲- وضعیت تحقیقات کارآفرینی در سال ۱۹۹۰ ۲۲۸

۷-۱۲- تحلیلی بر روند مطالعات در دهه ی ۹۰ ۲۲۹

۸-۱۲- چالش های تحقیقات کارآفرینی در دهه ی ۹۰ ۲۳۰

فصل سیزدهم: مجموعه ای از استراتژی ها..... ۲۳۳

۱-۱۳- سیر تکاملی مفهوم استراتژی ۲۳۳

۲-۱۳- ماهیت و اهداف استراتژی ها..... ۲۳۴

۳-۱۳- استراتژی چیست؟ ۲۳۵

۴-۱۳- فلسفه استراتژی ۲۳۷

- ۲۳۸..... ۱۳-۵- سطوح استراتژی
- ۲۳۸..... ۱۳-۶- مزایا و معایب استراتژی
- ۲۴۰..... ۱۳-۷- فقدان استراتژی به عنوان یک مزیت
- ۲۴۰..... ۱۳-۸- انواع استراتژی
- ۲۴۷..... ۱۳-۹- مدیریت استراتژیک به عنوان یک رشته تحصیلی دانشگاهی
- ۲۴۷..... ۱۳-۹-۱- مکتب طراحی: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند مفهوم سازی
- ۲۵۰..... ۱۳-۹-۲- مکتب برنامه ریزی: تشکیل استراتژی به عنوان یک فرآیند رسمی
- ۲۵۱..... ۱۳-۹-۳- مکتب موقعیت یابی: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند تحلیلی
- ۲۵۳..... ۱۳-۹-۴- مکتب کارآفرینی: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند رویارویی
- ۲۵۵..... ۱۳-۹-۵- مکتب شناختی: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند ذهنی
- ۲۵۶..... ۱۳-۹-۶- مکتب یادگیری: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند غیرمنتظره
- ۲۵۸..... ۱۳-۹-۷- مکتب قدرت: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند مذاکره
- ۲۵۹..... ۱۳-۹-۸- مکتب فرهنگ: شکل گیری استراتژی به عنوان یک فرآیند جمعی
- ۲۶۰..... ۱۳-۹-۹- مکتب محیطی: شکل گیری استراتژی به عنوان یک فرآیند واکنش پذیر
- ۲۶۰..... ۱۳-۹-۱۰- مکتب ترکیب بندی: شکل گیری استراتژی به عنوان فرآیند تغییر و
- ۲۶۲..... دگرگونی