

مبانی کار آفرینی

کارکردی نو در فعالیتهای کسب و کار

مولفان:

مهندس احمد عطارنیا

دکتر محمد رضا فلاح

سرشناسه: فلاح، محمدرضا
 عنوان و نام پدیدآور: مبانی کارآفرینی کارکردی نو در فعالیت کسب و کار / مؤلفان: محمدرضا فلاح، احمد عطارنیا
 مشخصات نشر: قم: واصف لاهیجی، ۱۳۸۹
 مشخصات ظاهری: ۲۹۶ ص. جدول
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۴۹-۱۹-۱
 قیمت: ۵۵۰۰ تومان
 یادداشت: کتابنامه. ص ۲۸۷-۲۹۶
 موضوع: کارآفرینی
 موضوع: مدیریت
 موضوع: قابلیت اجرایی
 موضوع: موفقیت در کسب و کار
 موضوع: خلاقیت
 شناسه افزوده: عطارنیا، احمد، نویسنده همکار
 رده‌بندی کنگره: ۲/۱۳۸۹م ف / HB۶۱۵
 رده‌بندی دیوی: ۳۳۸/۰۴

عنوان: مبانی کارآفرینی کارکردی نو در فعالیت های کسب و کار

مؤلفان: دکتر محمد رضا فلاح-مهندس احمد عطارنیا

ناشر: واصف لاهیجی

با همکاری: مرکز علمی کاربردی دادگستری استان قم

لیتوگرافی، چاپ، صحافی: موسسه چاپ و نشر واصف

نوبت چاپ: اول ۱۳۸۹

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۵۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۴۹-۱۹-۱

فهرست

۱۵	پیشگفتار
۱۷	فصل اول / کلیات کار آفرینی
۱۷	هدف‌های رفتاری / این فصل
۱۸	مقدمه
۱۹	مفهوم کار آفرینی
۱۹	تعریف کار آفرینی
۲۰	کار آفرین
۲۲	پیشگامان تفکر کار آفرینی
۲۳	سیر تاریخی مفهوم کار آفرینی
۲۴	اهمیت و ضرورت کار آفرینی
۲۵	رویکردهای کار آفرینی
۲۵	الف) رویکرد شخصیتی
۲۵	ب) رویکرد رفتاری
۲۵	چهار چوب نظریه کار آفرینی
۲۵	الف) کار آفرینی و رویکرد اقتصادی
۲۶	ب) کار آفرینی و رویکرد ویژگی‌ها
۲۸	ویژگیهای کارآفرینان
۳۶	ج) کار آفرینی و رویکرد محیطی
۳۷	نقش کار آفرینان در توسعه
۳۷	قلمرو کار آفرینی و مدیریت
۳۸	دلایل نیاز به درس کار آفرینی در دانشگاه‌های کشور
۴۰	سؤالات این فصل
۱۵	فصل دوم / خلاقیت و نوآوری
۴۱	هدف‌های رفتاری این فصل
۴۲	بخش اول: خلاقیت
۴۲	تعریف خلاقیت
۴۵	عوامل موثر در خلاقیت
۴۷	ویژگی افراد خلاق
۴۸	فرآیند خلاقیت

۵۰	تخریب خلاق
۵۱	نقش و اهمیت خلاقیت
۵۲	موانع خلاقیت
۵۳	تکنیک های خلاقیت
۵۴	الف) تکنیک طوفان فکری
۵۴	نحوه انجام طوفان فکری
۵۵	ب) تکنیک دلفی
۵۶	مراحل فن دلفی
۵۷	ج) تکنیک گروه اسمی
۶۰	توسعه خلاقیت
۶۱	بخش دوم: نوآوری
۶۲	تعریف نوآوری
۶۴	فرآیند نوآوری
۶۵	اجرای فرایند نوآوری
۶۶	ویژگی های نوآوری
۶۷	انواع نوآوری
۶۸	موانع نوآوری
۶۹	تفاوت نوآوری و خلاقیت
۷۰	ارتباط کارآفرینی با خلاقیت و نوآوری
۷۱	سئوالات این فصل
۷۳	فصل سوم / کارآفرینی سازمانی
۷۳	هدف های رفتاری این فصل
۷۴	مقدمه
۷۵	کارآفرینی فردی و اجتماعی
۷۶	انواع کارآفرینی
۷۶	۱- کارآفرینی فردی (مستقل) (کارآفرین آزاد)
۷۶	۲- کارآفرینی درون سازمانی (کارآفرین سازمانی)
۷۷	۳- کارآفرینی سازمانی (سازمان کارآفرین یا کارآفرینی شرکتی)
۸۰	مدل کارآفرینی سازمانی
۸۲	انواع کارآفرینی از دیدگاه جنینگز:
۸۲	فرایند کارآفرینی درون سازمانی و سازمانی
۸۳	ضرورت کارآفرینی درون سازمانی و سازمانی

۸۴	ویژگی سازمانهای کارآفرین
۸۵	ویژگیهای سازمان خلاق
۸۶	ارزش کارآفرینی
۸۶	ابعاد ساختاری کارآفرینی سازمانی
۸۷	(۱) پیچیدگی
۸۸	(۲) رسمیت
۸۸	۳- تمرکز
۹۱	فرهنگ سازمانی
۹۴	تفاوت‌های کارکردی کارآفرینی مستقل با کارآفرینی درون سازمانی
۹۵	موانع کارآفرینی درون سازمانی و کارآفرینی سازمانی
۹۶	سئوالات این فصل
۹۷	فصل چهارم / مبانی سازمان و مدیریت
۹۸	اهداف رفتاری این فصل
۹۸	بخش اول: سازمان و مدیریت
۹۸	انواع سازمانها
۹۹	مدیر
۱۰۰	مدیریت
۱۰۱	مدیریت علم است یا هنر
۱۰۱	مهارت‌های مدیران و سطح مدیریت
۱۰۴	نظریه‌های سازمانی
۱۰۵	مکاتب یا تئوری‌های مدیریت
۱۰۵	(۱) مکتب یا تئوری کلاسیک
۱۰۵	۱-۱) مدیریت علمی - تیلور
۱۰۶	۱-۲) اصول مدیریت اداری - فایول
۱۰۹	۱-۳) سازمان بوروکراتیک (دیوان سالارانه) - وبر
۱۱۰	(۲) مکتب نئوکلاسیک (نهضت روابط انسانی)
۱۱۳	(۳) مکتب سیستمی
۱۱۳	نظریه سیستمی
۱۱۴	سیستم
۱۱۴	انواع سیستم‌ها

۱۱۵.....	سازمان در قالب سیستم.....
۱۱۷.....	نقشهای متفاوت مدیریتی.....
۱۱۸.....	بخش دوم: تصمیم گیری و برنامه ریزی.....
۱۱۹.....	تصمیم گیری.....
۱۲۰.....	اهمیت تصمیم گیری در مدیریت.....
۱۲۲.....	تصمیم های برنامه ریزی شده و برنامه ریزی نشده.....
۱۲۲.....	طبقه بندی تصمیم ها بر اساس میزان اطمینان.....
۱۲۳.....	انواع تصمیم گیری.....
۱۲۳.....	تصمیم گیری عقلایی.....
۱۲۴.....	راهکارهای تصمیم گیری درست و منطقی.....
۱۲۵.....	موانع تصمیم گیری عقلایی.....
۱۲۵.....	تصمیم گیری جزئی - تدریجی.....
۱۲۶.....	تصمیم گیری شهودی.....
۱۲۷.....	شرایط محیطی و تصمیم گیری شهودی.....
۱۲۹.....	عوامل تأثیر گذار در تصمیم گیری.....
۱۳۰.....	سطوح مختلف تصمیم گیری.....
۱۳۰.....	الف) تصمیمات عملیاتی / اجرایی.....
۱۳۰.....	ب) تصمیمات تاکتیکی.....
۱۳۰.....	ج) تصمیمات استراتژیک.....
۱۳۰.....	عوامل مؤثر بر تصمیم گیری استراتژیک.....
۱۳۱.....	برنامه ریزی.....
۱۳۲.....	انواع برنامه ریزی.....
۱۳۳.....	خصوصیات برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۳۵.....	مزایای برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۳۷.....	بخش سوم: سازماندهی.....
۱۳۹.....	وظایف سازماندهی.....
۱۳۹.....	ساختار سازمانی.....
۱۴۰.....	اهداف ساختار سازمانی.....
۱۴۰.....	انواع ساختار سازمانی.....
۱۴۰.....	الف) ساختار رسمی.....
۱۴۱.....	ب) ساختار غیر رسمی.....
۱۴۱.....	اهمیت سازماندهی.....

۱۴۱	نگرش سنتی به سازمان دهی
۱۴۱	۱. سازمان دهی بر مبنای وظیفه
۱۴۲	۲. سازمان دهی بر مبنای محصول
۱۴۳	۳. سازمان دهی بر مبنای فرایند
۱۴۳	۴. سازمان دهی بر مبنای ناحیه جغرافیایی
۱۴۵	۵. سازمان دهی با توجه به نوع مشتری
۱۴۷	نگرش پویا به سازمان دهی
۱۴۷	۱. سازمان دهی بر مبنای برنامه و پروژه
۱۴۷	۲. سازمان دهی خزانده ای (ماتریسی)
۱۴۷	۳. سازمان دهی با گروه های متداخل (یا سازمان حلقوی)
۱۴۹	۴. ساخت سازمانی مدولار (ماجولار)
۱۴۹	۵. سازمان با ساخت آزاد یا ادو هکراسی
۱۴۹	۶. سازمان دهی ترکیبی
۱۴۹	حیطه نظارت
۱۵۰	رابطه حیطه نظارت با درجه عدم تمرکز
۱۵۰	سازمان بلند یا مسطح
۱۵۱	عوامل موثر در حیطه نظارت
۱۵۲	اختیار
۱۵۲	تفویض اختیار
۱۵۳	متمرکز سازی و تمرکز زدایی
۱۵۴	مزایا و محاسن تفویض اختیار
۱۵۴	بخش چهارم: هدایت و رهبری
۱۵۶	قدرت رهبری
۱۵۶	منابع قدرت
۱۵۶	نظریه های رهبری
۱۵۶	الف) نظریه های خصوصیات فردی رهبری
۱۵۷	ب) نظریه های رفتار رهبری
۱۵۷	ج) نظریه های موقعیتی و اقتضایی
۱۵۸	انواع رفتار رهبران
۱۵۹	وظایف رهبری

نفوذ رهبری	۱۵۹
شیوه های نفوذ رهبری	۱۶۰
سبک های رهبری	۱۶۰
دیدگاه های نوین در خصوص رهبری	۱۶۲
الف) رهبری کاریزماتیک	۱۶۲
ب) تأثیر جنسیت بر سبک رهبری	۱۶۳
بخش پنجم: کنترل و نظارت	۱۶۵
تفاوت نظارت و کنترل	۱۶۶
دیدگاه های موجود نسبت به کنترل	۱۶۶
فرایند کنترل و نظارت	۱۶۷
انواع کنترل و نظارت	۱۶۹
سطوح نظارت	۱۷۱
علت مورد نیاز بودن کنترل	۱۷۲
سئوالات فصل چهارم	۱۷۲
فصل پنجم / مدیریت کسب و کار	۱۷۵
اهداف رفتاری این فصل	۱۷۵
کسب کار	۱۷۶
اهداف کسب و کار	۱۷۷
دلایل توجه به مدیریت کسب و کار	۱۷۷
دلایل شکست یک کسب و کار	۱۷۸
مدیریت کسب و کار	۱۷۸
مدیریت فرایندهای کسب و کار	۱۷۹
برنامه کسب و کار	۱۸۰
اهداف برنامه کسب و کار	۱۸۰
اجزای برنامه کسب و کار	۱۸۱
روش های راه اندازی کسب و کار	۱۸۲
ارتقای کسب و کار	۱۸۳
نگرش ها به کسب و کار	۱۸۳
انواع کسب و کار	۱۸۴
الف) کسب و کارهای خانوادگی	۱۸۴
مزایای کسب و کار خانگی	۱۸۵

۱۸۶	ارزیابی موفقیت کسب و کار خانگی
۱۸۶	ب) کسب و کارهای کوچک
۱۸۷	شروع یک کسب و کار کوچک
۱۸۸	دلیل شکست کسب و کارهای کوچک
۱۹۱	د) کسب و کار روستایی
۱۹۲	ه) کسب و کار اینترنتی
۱۹۴	تفاوت کسب و کار اینترنتی با تجارت الکترونیکی
۱۹۵	انواع کسب و کارهای اینترنتی
۱۹۶	کسب و کارهای فن آوری اطلاعات و ارتباطات
۱۹۷	و) کسب و کار تجاری
۱۹۸	ی) کسب و کار خدماتی
۱۹۹	افزایش فروش با بازاریابی ایمیلی
۱۹۹	کسب کار از نظر اسلام
۲۰۱	سئوالات این فصل
۲۰۳	فصل ششم / طرح تجاری (طرح کسب و کار)
۲۰۳	هدف‌های رفتاری این فصل
۲۰۴	مقدمه
۲۰۴	چشم انداز
۲۰۶	ارزش‌ها
۲۰۷	تعریف طرح تجاری
۲۰۸	فواید نوشتن طرح تجاری
۲۰۸	کاربرد طرح تجاری
۲۰۹	هدف طرح کسب و کار
۲۱۰	دلایل نوشتن طرح تجاری
۲۱۱	محتوای یک طرح تجاری
۲۱۱	رئوس کلی یک طرح تجاری
۲۱۹	انواع طرح‌های تجاری
۲۱۹	الف) طرح تجاری یک صفحه‌ای
۲۲۰	ب) طرح‌های تجاری خلاصه
۲۲۱	ج) طرح‌های تجاری کامل ۱۰ تا ۴۰ صفحه
۲۲۱	د) طرح‌های تجاری عملیاتی بیش از ۴۰ صفحه
۲۲۲	یک طرح کسب و کار آماده جهت سرمایه‌گذاری
۲۲۴	نکاتی برای موفقیت طرح تجاری

عوامل محیطی	۲۲۶
منابع انسانی	۲۲۶
نحوه تنظیم و ارائه طرح کسب و کار	۲۲۷
نمای کلی یک طرح کسب و کار	۲۲۹
مورد عملی	۲۳۰
سئوالات این فصل	۲۳۱
فصل هفتم / مدیریت بازاریابی	۲۳۳
هدف های رفتاری این فصل	۲۳۳
مدیریت بازاریابی	۲۳۴
نیازها و انتظارات	۲۳۵
مدیریت آمیخته بازاریابی	۲۳۵
بازاریابی اثر بخش	۲۳۷
شرکت های محصول مدار و مشتری مدار	۲۳۷
فلسفه کلی مدیریت بازار	۲۳۷
استراتژی های بازاریابی	۲۳۸
چرخه عمر محصول	۲۳۹
استراتژی های مرحله ورود به بازار	۲۴۰
۱-الف) استراتژی پیشگامی و نوآور	۲۴۰
۱-ب) استراتژی پیرو	۲۴۰
راهبردهای مرحله رشد	۲۴۱
الف- استراتژی حفظ سهم بازار:	۲۴۱
ب- افزایش سهم بازار	۲۴۲
راهبردهای مرحله بلوغ	۲۴۵
الف- حفظ مزیت رقابتی (بقا)	۲۴۵
ب- افزایش حجم فروش	۲۴۶
راهبردهای مرحله ثبات و افول	۲۴۷
استراتژی رقابتی پورتر	۲۴۹
۱. استراتژی تمایز یا تنوع سازی	۲۴۹
۲. استراتژی رهبری هزینه	۲۵۰
۳. استراتژی تمرکز	۲۵۰
پنج نیروی رقابتی پورتر	۲۵۰

۲۵۱	شرکتها در زمینه بازاریابی
۲۵۱	سیر تکامل شرکتها و موسسات
۲۵۲	فرایند مدیریت بازاریابی
۲۵۳	برنامه ریزی بازاریابی
۲۵۳	بازاریابی صنعتی
۲۵۴	مشارکت دادن مشتری
۲۵۵	اصول یک آگهی موثر
۲۵۷	مراحل اساسی برای یک تبلیغات
۲۵۹	نگاهی به محیط بازاریابی بین المللی
۲۵۹	نظام تجارت بین المللی
۲۶۲	سئوالات این فصل
۲۶۳	پیوست
۲۸۷	منابع

پیشگفتار

کارآفرینی یکی از موضوعاتی است که در حال حاضر در اکثر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه توجه فراوانی به آن شده است، زیرا به نظر برخی از اندیشمندان موتور توسعه پایدار هر کشوری را می توان بر معقوله کارآفرینی بنا نهاد. اگر چه در کشور ما چند سالی است که به مساله کارآفرینی تحت عناوینی چون بنگاه های زودبازده و نیز پروژه های کارآفرینی بهای داده شده، ولی باید اذعان کرد که عدم درک کامل و مناسب مفهوم کارآفرینی توسط جامعه هدف باعث شده تا متاسفانه کمتر به اهداف از پیش تعیین شده که از مفهوم کارآفرین استنباط می گردد، دست پیدا نماییم. در این کتاب سعی شده تا به معقوله کارآفرینی از دیدگاه های مختلف نگریسته شود. فصل اول کتاب به کلیات کارآفرینی پرداخته و اساس کار خود را بر مبنای دو رویکرد رفتاری و شخصیتی قرار می دهد. در فصل دوم به معقوله خلاقیت و نوآوری پرداخته می شود و در فصل سوم مسائل مدیریتی کسب و کار تشریح می گردد. در فصل چهارم کارآفرینی سازمانی مطرح و نکات کلیدی آن تشریح شده است.

فصل پنجم و ششم به ترتیب به مدیریت کسب و کار و طرح تجاری کسب و کار می پردازد و در پیوست نمونه های کاربردی طرح های کسب و کار ارائه شده است. در نهایت و در فصل آخر مدیریت بازاریابی که یکی از مهمترین عناصر موفقیت در فعالیت های کارآفرینانه می باشد آورده شده است.

در انتها لازم است یادآوری گردد که در این کتاب از منابع بسیاری برای هر چه غنی تر شدن مطالب کتاب استفاده شده است. که از جمله آنها می توان به کتاب ها،

مقالات، سایت های اینترنتی، پایان نامه های دانشجویی و غیره اشاره نمود. همچنین مولفان تا حد امکان سعی نموده اند تا در انتهای کتاب با ذکر منابع بکار رفته حق امانت داری را به جای آورند. ضمناً این اثر همانند سایر آثار خالی از اشکال نبوده و مولفین کتاب از هر گونه نظر استادان و دانشجویان و خوانندگان این اثر استقبال می نمایند. امید است این کتاب بتواند راهگشای محققین باشد.

بهار ۱۳۸۸

مولفین

Mfallah83@gmail.com