

کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (کاربردی)

دانشگاه جامع علمی کاربردی - واحد ۳۴ تهران

مؤلفان:

محسن عربی

عبدالحسین فرهودی مقدم

بابک هادی

این کتاب به عنوان کتاب درسی "کارآفرینی و مدیریت
کسب و کار" برای کلیه رشته ها تدوین شده است

سرشناسه :	عربی، محسن، ۱۳۳۸ -
عنوان و نام پدیدآور :	کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (کاربردی)/ مولفان محسن عربی، عبدالحسین فرهودی مقدم، بابک هادی ؛ [برای] دانشگاه جامع علمی کاربردی، واحد ۳۴ تهران.
مشخصات نشر :	تهران: مشکوة دانش، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری :	ل، ۲۲۰ ص.
شابک :	۴۴۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۵۴۰-۰۳-۲
وضعیت فهرست نویسی :	فبا
یادداشت :	کتابنامه: ص. [۱۹۵] - ۱۹۸.
موضوع :	کارآفرینی
موضوع :	کسب و کار
موضوع :	شرکت های تجاری
موضوع :	بازرگانی الکترونیکی
شناسه افروده :	فرهودی مقدم، عبدالحسین، ۱۳۳۶ -
شناسه افروده :	هادی، بابک، ۱۳۵۴ -
شناسه افروده :	دانشگاه جامع علمی - کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی - کاربردی فرهنگ و هنر تهران، واحد ۳۴
رده بدی کنگره :	۱۲۹۰ ۲.۳۴۴/۶۱۵HB
رده بدی دیوبی :	۳۳۸/۰۴
شماره کاتالوژی ملی :	۲۵۱۰۰۷۰

نام کتاب: کار آفرینی و مدیریت کسب و کار

مؤلفین: محسن عربی، عبدالحسین فرهودی مقدم، بابک هادی

ناشر: انتشارات مشکوة دانش

ویراستار: دامون فرد

طراح جلد: سیده جلیلی

لینوگرافی، چاپ و صحافی: آرتا شایان شرق

نوبت چاپ: اول

پانز ۱۳۹۰

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۴۴۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۵۴۰-۰۳-۲

مؤسسه انتشاراتی مشکوة دانش

تهران، فلکه دوم صادقیه، بلوار آیت ا... کاشانی، خیابان بهنام

نبش کوچه ۱۶، شماره ۵، ساختمان مشکوة دانش - تلفن: ۴-۴۴۰۰۱۰۳۳

به نام خدا

سخن ناشر:

سپاس خالق منان را که خدمت به خلق را سرلوحه اصلح امور قرار داد و خدمت به جوانان مخلوق را برگی از دفتر اهداف مشکوة دانش رقم زد.

توسعه و ترویج علوم جز با تحقیق و پژوهش ، تألیف و گردآوری نوین ترین اطلاعات و دستاوردهای علمی میسر نمیگردد. در حوزه مطالعات دانشگاهی ، فراهم آوردن بسترهای مناسب آموزشی به منظور هماهنگی در آموزش یکی از وظایف مدرسان و پژوهشگران مؤلفان مرتبط می باشد.

انتشارات مشکوة دانش با همکاری اساتید و محققین مجرب و دلسوز ، جمع آوری و تألیف کتب دانشگاهی ویژه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی را آغاز نموده است و در خلال سال های اخیر با انتشار مجموعه کتب دانشگاهی جامع علمی کاربردی قدمی مؤثر در رفع نیاز دانشجویان عزیز برداشته است.

با استقبال از این مجموعه ، افتخار داریم که چاپ های بعدی را نیز به جامعه علمی کشور تقدیم نماییم.

همچنین مفتخریم تا دست همیاری و همکاری اساتید ، پژوهشگران ، محققین و مترجمین و مؤلفین گرامی را در مسیر تولید ، تألیف ، گرد آوری ، ترجمه و نشر آن صمیمانه بفشاریم.

ایرانی سربلند ، دانشگاه و اساتیدی پر توان ، جوانانی پرشور و خلاق ، زیباترین آرزوی مشکوة دانش.

فصل اول: کلیات

۲	کارآفرینی
۲	تعریف کارآفرین:
۳	تعاریف کارآفرینی از دیدگاه اندیشمندان:
۴	کارآفرین کیست؟
۶	ویژگی‌های کارآفرینان:
۱۰	ویژگی‌های جمعیت شناختی کارآفرینان:
۱۵	انواع کارآفرینی:
۱۶	فرآیند کارآفرینی:
۱۹	تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی:
۲۰	رویکردهای رفتاری کارآفرینی:
۲۱	برنامه ریزی مسیر شغلی:
۲۲	تعریف برنامه ریزی:
۲۲	فواید برنامه ریزی:
۲۲	اصول برنامه ریزی:
۲۴	اهمیت برنامه ریزی اهداف شغلی:
۲۷	مسائلی که در راه اندازی کسب و کار باید به آنها توجه کرد:

فصل دوم: خلاقیت و نوآوری

۳۰	خلاقیت و نوآوری:
۳۰	تعریف خلاقیت و تفاوت آن با نوآوری:
۳۴	ضرورت و اهمیت خلاقیت:
۳۵	فرایند خلاقیت:
۳۸	ویژگی‌های افراد خلاق:
۳۹	خلاقیت:
۴۱	موانع خلاقیت:
۴۲	تکنیکهای خلاقیت:
۴۳	تکنیک do it

۴۳	تکنیک توهم خلاق:
۴۳	طوفان فکری (مغزی):
۴۴	طوفان فکری معکوس:
۴۴	تکنیک دلفی:
۴۴	تکنیک سینک تیکس:
۴۵	تکنیک چرا:
۴۶	تکنیک اسکمپر:
۴۷	تکنیک پی، ام، ای (PMI):
۴۷	تکنیک واژه تصادفی:
۴۹	رابطه خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی:

فصل سوم: مدیریت کسب و کارهای کوچک

۵۲	شناخت انواع کسب و کار:
۵۲	هدف از راه اندازی کسب و کار:
۵۳	کسب و کار خانگی:
۵۴	دلایل انتخاب کسب و کار خانگی:
۵۶	کسب و کار اینترنتی چیست:
۵۶	آیا کسب و کار اینترنتی برای فعالیت ما مفید است؟
۵۷	راه اندازی کسب و کار:
۵۸	اصول راه اندازی کسب و کار:
۶۷	مراحل توسعه شرکت:
۷۱	IT و نقش آن در توسعه کسب و کار:
۷۳	مدیریت کسب و کار:
۷۳	مدیریت چیست؟
۷۴	سازمان چیست؟
۷۵	وظایف مدیریت و موضوعات قابل طرح در علم مدیریت:
۷۵	الف- برنامه ریزی:
۷۶	ب- سازماندهی:
۷۸	ج- کنترل و نظارت:

۷۸	 د- هدایت ، رهبری و انگیزش
۷۸	 طرح کسب و کار (B/P)
۷۹	 تهیه طرح کسب و کار: (Business plan)
۸۲	 طرح تجاری:
۸۳	 مزایای طرح تجاری
۸۵	 طرح تجاری یک صفحه ای:
۹۸	 چگونه یک طرح تجاری بنویسیم؟

فصل چهارم: شرکت های تجارت

۱۱۰	 تعریف:
۱۱۰	 انواع شرکتهای بازرگانی بر اساس میزان مسعولیت:
۱۱۱	 انواع شرکت های تجاری
۱۱۱	 ۱- شرکت سهامی
۱۱۲	 تعریف شرکت سهامی
۱۱۲	 انواع شرکت های سهامی
۱۱۲	 الف- شرکت سهامی عام
۱۱۷	 ب- شرکت سهامی خاص
۱۳۲	 ۲- شرکت با مسعولیت محدود
۱۳۷	 ۳- شرکت تضامنی
۱۴۱	 ۴- شرکت مختلط غیر سهامی
۱۴۷	 ۵- شرکت مختلط سهامی
۱۵۲	 ۶- شرکت نسبی
۱۵۴	 ۷- شرکت های تعاونی / تجارتی تولید و مصرف

فصل پنجم: اسناد تجارت

۱۶۵	 اسناد تجاری
۱۶۵	 الف: برات
۱۶۹	 ب - سفته (فته طلب)
۱۷۲	 ج- چک

فصل ششم: قراردادهای تجاری

۱۷۶	 مقدمه:
۱۷۷	 قراردادهای بازرگانی:
۱۷۷	 الف- قراردادهای فروش:
۱۷۸	 ب: رهن تجاری:
۱۷۹	 ج-ضمان:

فصل هفتم: تجارت الکترونیکی

۱۸۲	 تعریف تجارت الکترونیکی:
۱۸۳	 ایران و تجارت الکترونیکی:
۱۸۶	 انواع تجارت الکترونیکی:
۱۹۱	 منابع و مأخذ فارسی و انگلیسی:

مقدمه

کارآفرینی امروزه توجه بیشتر سیاستگذاران-برنامه‌ریزان و مجریان امور کشورهای مختلف را جلب کرده است. این توجه ناشی از نقش مهم آن در ایجاد ثروت و رفاه و همچنین ایجاد شغل در جامعه است. به همین دلیل بحث آموزش و ترویج کارآفرینی به صورت جدی در بخش‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی جای خود را باز کرده است.

در دهه‌های گذشته تصور تمامی دانش‌پژوهان این بوده است که پس از فراغت از تحصیل به استخدام یکی از بخش‌های خصوص و دولتی در آیند و با چنین ذهنیتی پس از اتمام دروس وارد جامعه می‌شدند و چنانچه امکان جذب آنان توسط هر یک از نهادهای فوق‌الذکر میسر نمی‌گردید به ناچار علی‌رغم توانایی‌های بالقوه و تجربیات آموزشی که کسب نموده بودند بیکار می‌ماندند. سرعت روند تحولات فن‌آوری و اقتصادی در جهان بگونه‌ای است که حتی راه‌اندازی و اداره واحدهای تولیدی و خدماتی هرچند کوچک نیاز به اطلاعات و دانش مربوط دارد که در این مجموعه سعی شده است اینگونه اطلاعات در حد امکان و ضرورت آورده شود. اگر چه روحیه و تفکر کارآفرینی هم در واحدهای بزرگ تولیدی و خدماتی و هم در واحدهای کوچک کاربرد فراوان داشته و می‌تواند خلاقیت‌ها، نوآوری‌ها و موفقیت‌های زیادی را به دنبال داشته باشد، لکن جایگاه اصلی توسعه تفکر کارآفرینی در واحدهای کوچک تولیدی و یا خدماتی بوده و امروزه در اغلب کشورها جهت پویایی اقتصادی به این امر بسیار مهم توجه خاصی مبذول شده است و برای تحقق آن به نحو قابل توجهی از اهرم‌های قانونی و امکانات مراکز آموزشی و پژوهشی کشور بهره‌برداری گردیده و در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها عنایات خاصی به این مهم شده است. در شرایط گذر یک جامعه‌ی صنعتی به سمت جامعه‌ی اطلاعاتی، بنیان‌های تبدیل ماده و انرژی به دانش و دانایی تغییر می‌کند و جامعه به جای توجه به نیروی بازومدار به نیروی مغزمدار توجه می‌کند. از سطح کلان جامعه گرفته تا سازمان، کار و نیروی انسانی دچار تغییرات مداوم مرتبط با محیط بین‌المللی می‌شوند. همه‌ی تلاش ما برای رسیدن جامعه، به این باور است که، کارآفرینی هنر است و ویژگی‌های آن سازگار با جامعه است و

کارآفرینان موتور محرکه توسعه‌ی جامعه‌اند که با به حرکت درآوردن این موتورهای اقتصاد (اشتغال، تولید، فناوری و سرمایه) توسعه‌ی پایدار ملی را به ارمغان می‌آورند. وجود همین افراد در جامعه باعث حرکت و رشد جوامع از ابتدایی به صنعتی و فرا صنعتی بوده است و هم اکنون نیز رسالت کارآفرینی در جوامع در حال توسعه، ایجاد حرکتی شتابدار برای دستیابی به اهداف تعیین شده در حوزه اقتصاد و صنعت است. کارآفرین محرک اصلی توسعه است. به همین جهت کارآفرینی در این سرزمین، موضوع جدیدی است که شاید توانایی پاسخ‌گویی به قشر دانش‌آموخته‌ی ما را داشته باشد.

این کتاب قصد دارد مخاطب را با مقوله کارآفرینی آشنا سازد و شامل ۷ فصل می‌باشد مخاطبان اصلی این کتاب دانشجویان در تمامی رشته‌ها، کانون‌های کارآفرینی، دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها که در حال حاضر کسب و کار مستقلی را راه اندازی کرده‌اند می‌باشند.

از آنجاییکه هیچ تلاشی بی‌عیب و نقص نیست، اینجانبان نیز ادعایی در بی‌عیب و نقص بودن مجموعه نداشته و از کلیه اساتید محترم و دیگر صاحب نظران تقاضا داریم تا با ارائه پیشنهادات و نظریه‌های اصلاحی مولفین را آگاه و خوشنود سازند.

مؤلفین