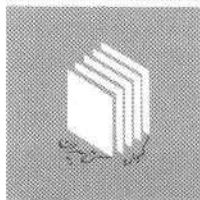


دکتر حسن عباسزاده
با مقدمه‌ای از دکتر سید مهدی الوانی

مبانی کارآفرینی
و
اصول کسب و کار



این اثر، مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۲۸ است، هرکس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، نشر یا پخش کند، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



سرشناسه : عباس زاده، حسن.
عنوان و نام پدیدآور : مبانی کارآفرینی و اصول کسب و کار / حسن عباس زاده.
مشخصات نشر : تهران: گهواره کتابیران، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری : ن. ۲۲۵ ص.
شابک : 978-600-94040-2-5
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : کتابنامه: ص. [۲۱۷]-۲۲۵.
موضوع : کارآفرینی
موضوع : برنامه ریزی سازمانی
رده بندی مکره : HB ۶۱۵/ع۱۵۳م۲ ۱۳۹۳
رده بندی یوبو : ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی : ۳۴۶۷۳۳۵

مبانی کارآفرینی و اصول کسب و کار

تالیف	دکتر حسن عباس زاده
ناشر	گهواره کتابیران
قطع	وزیری
نوبت چاپ	اول
تاریخ	پاییز ۱۳۹۳
تیراژ	۱۵۰۰
صفحات	۲۴۰
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۹۴۰۴۰-۲-۵
لینوگرافی	نورنگ ۷۷۵۳۱۰۲۷-۷۷۵۲۹۳۶۳
چاپ و صحافی	طرفه ۵۵۲۶۹۲۸۷-۸

تومان

کتابیران: تهران، میدان انقلاب، ابتدای خیابان آزادی، خیابان دکتر قریب، بعد از فرصت شیرازی،

پلاک ۷، تلفن: ۶۶۵۶۶۵۰۹ - ۱۸

نوپردازان: تهران، خیابان لبافی نژاد، بین اردیبهشت و فروردین، پلاک ۲۲۸

تلفن: ۶۶۴۱۲۲۷۲ - ۶۶۴۱۲۵۱۵ - ۶۶۴۱۱۱۷۳ - ۶۶۴۹۳۴۰۹

WWW.Ketabiran.ir

فروش اینترنتی

امروزه توسعه کشورها بر اساس خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی پایه‌ریزی می‌شود و شاخص‌های نوآوری، خلق محصولات جدید، راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید نقش محوری را در پیشرفت جوامع ایفاء می‌کند. بدون شک مهم‌ترین آثار توسعه کارآفرینی، پاسخگویی مناسب به نیازهای متنوع و متغیر مشتریان، بهبود سطح اشتغال در جامعه، افزایش رفاه و کیفیت زندگی، توزیع متناوب و عادلانه درآمد، بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی، ارائه محصولات با کیفیت بالا و قیمت مناسب می‌باشد که در نتیجه می‌تواند افزایش ثروت ملی را در بر داشته باشد.

بنابراین کارآفرینی به عنوان فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری به موقع از فرصت‌ها در قالب راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای جدید با هدف ارائه محصولات (کالا و خدمات) جدید، نقش موثری در رشد اقتصادی کشورها و ارتقاء رفاه عمومی ایفاء می‌نماید. به همین دلیل در برنامه پنجم توسعه کشور بر توسعه کارآفرینی به عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای اجرایی به منظور تحقق اهداف چشم‌انداز بیست ساله کشور تأکید شده است.

با توجه به نقش اساسی کارآفرینی در رشد و تعالی کشورها، آموزش کارآفرینی جهت تغییر نگرش و دانش افراد جامعه در این حوزه ضروری است تا بتوان از این طریق دانش کارآفرینی را در سطح جامعه بالا برد. به همین دلیل امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین اهداف آموزشی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل شده است به طوری که از دهه ۸۰ میلادی برنامه‌های آموزشی مختلفی برای مخاطبان مختلف علمی و تخصصی طرح ریزی و به‌مورد اجرا گذاشته شده است. از اینرو دوره‌های آموزشی می‌بایست با رویکردی برنامه‌ریزی شود که ضمن کسب دانش مربوط به کارآفرینی به تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت کارآفرینی کمک نماید و موجبات بهبود نگرش‌ها در جهت پذیرش تغییر و نوآوری را در افراد فراهم نماید. در این راستا محتوای آموزشی کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی می‌بایست از کیفیت بالایی برخوردار باشد تا بتوان به اهداف آموزشی تعیین شده رسید.

کتاب مبانی کارآفرینی و اصول کسب‌وکار تألیف دکتر حسن عباس‌زاده با بررسی و تبیین مفهوم کارآفرینی و کارآفرین و مدل‌های مختلف مطرح و نیز طرح اصول کسب‌وکار و نحوه راه‌اندازی آن می‌تواند به توسعه دانش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی کمک کند و توسط دانشجویان و پژوهشگران کارآفرینی، کارآفرینان و متولیان کسب‌وکار مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

در پایان باید بر این نکته تاکید شود که باتوجه به اینکه آموزش در سطح ملی، سازمانی و فردی نقش زیربنایی و اصلی را در رشد و توسعه کارآفرینی در عرصه سازمان و اجتماع ایفاء می نماید بر سیاستگذاران و مدیران عالی کشور فرض است تا بسترها و تمهیدات مناسب آموزشی را جهت اشاعه و گسترش کارآفرینی در سطوح عملیاتی (یا سازمانی، شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی)، میانی (وزارتخانه‌ها) و در سطح عالی (قوای مقننه، مجریه و قضائیه و نهادهای بالادستی) فراهم کنند که در صورت تحقق این امر رشد و شکوفایی کشور در ابعاد مختلف توسعه‌ای میسر خواهد شد.

دکتر سید مهدی الوانی

با پیشرفت و توسعه فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی^۱ فاصله زمانی و مکانی کشورها کاهش یافته و دنیای پیرامون ما به یک دهکده جهانی^۲ تبدیل شده است به‌طوری‌که سازمان‌های امروزی جهت سازگاری و هماهنگی با تحولات گسترده جهانی و پاسخگویی سریع به نیازهای متغیر و متنوع محصلان، در جستجوی شیوه‌های کارا و نوآورانه برای تولید محصول و ارائه خدمات با کیفیت و قیمت مناسب و متنوع به‌منظور تضمین بقای خود در محیط رقابتی هستند. در چنین شرایطی کارآفرینی به‌عنوان موتور محرک و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته می‌شود و کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از یک شبکه مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسند. از این‌رو سازمان‌ها، با استفاده از کارآفرینی^۳ به دنبال بهره‌مندی از فرصت‌های جدید می‌باشند و می‌کوشند تا از یک سازمان سنتی^۴ به یک سازمان کنونی^۵ تبدیل شوند که این فرآیند به کمک ایجاد استراتژی کارآفرینی امکان‌پذیر می‌باشد.

هدف این کتاب بررسی و تبیین مفهوم کارآفرینی و اصول کسب‌وکار می‌باشد که در چهار بخش تنظیم شده است در بخش اول؛ ضمن بررسی و تبیین مفهوم کارآفرینی، استراتژی‌ها و مدل‌های کارآفرینی ارائه گردیده است. در بخش دوم؛ نقش کارآفرینی در اطلاعات و اینترنت در کارآفرینی تشریح شده است. در بخش سوم؛ منابع تأمین مالی کارآفرینان بخش دولت در توسعه کارآفرینی و چالش‌های سازمان‌های کارآفرین و در بخش چهارم؛ طرح کسب‌وکار و چگونگی راه‌اندازی آن مورد بحث قرار گرفته است.

این کتاب می‌تواند مورد استفاده مدیران و کارشناسان بخش دولتی و خصوصی قرار گیرد و به‌عنوان کتاب درسی مبانی کارآفرینی و کسب‌وکار و نیز سایر دروس مرتبط در مقاطع تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

امید است که اساتید محترم، صاحب‌نظران و پژوهشگران حوزه کارآفرینی ما را از انتقادات و راهنمایی‌های خویش بهره‌مند سازند.

1. Information, Communication Technology

2. Global village

3. Entrepreneurship

4. Traditional organization

5. Entrepreneurial corporation

بسیاری از اوقاتی که صرف تألیف این مجموعه نموده‌ام، متعلق به همسر گرانقدرم و فرزند عزیزم نیلوفر بوده است که همواره زندگی پر مشغله علمی مرا با صبر و بردباری فراوان تحمل می‌نمایند. ضمن تشکر صمیمانه از همسر عزیزم، اجر معنوی این اثر را به ایشان، پدر و مادر بزرگوارم، اساتید و معلمان ارجمندم در طول دوران مختلف تحصیل نثار می‌کنم؛ و آرزو دارم که این تلاش ناچیز مقبول درگاه حق تعالی قرار گیرد. انشاء...

حسن عباس‌زاده
تهران - خرداد ۱۳۹۳

www.ketab.ir

بخش ۱: آشنایی با مفهوم کارآفرینی، استراتژی‌ها و مدل‌های کارآفرینی..... ۱

فصل ۱: کلیات مفهوم کارآفرینی.....	۳
تبیین مفهوم کارآفرین و کارآفرینی.....	۴
دیدگاه خصوصیات شخصی.....	۴
چندین تعریف مهم کارآفرین.....	۵
دیدگاه فرآیندی.....	۵
چندین تعریف از کارآفرینی.....	۶
دیدگاه فعالیت‌ها.....	۷
سیر تکاملی کارآفرینی.....	۹
اهمیت و ضرورت کارآفرینی.....	۱۴
انواع کارآفرینی.....	۱۶
کارآفرینان مستقل.....	۱۸
کارآفرینی سازمانی.....	۱۹
کارآفرینی مستقل یا فردی.....	۲۰
کارآفرینی درون سازمانی.....	۲۱

فصل ۲: کارآفرینان.....	۲۳
ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان.....	۲۳
حالت‌های ذهنی مثبت.....	۲۴
نیاز به موفقیت.....	۲۴
تمایل به ریسک و مخاطره.....	۲۵
گرایش به خلاقیت و نوآوری.....	۲۵
روحیه شکست‌ناپذیری.....	۲۵
مرکز کنترل درونی.....	۲۶
نیاز به استقلال.....	۲۶
رویکرد رفتاری نسبت به کارآفرینان.....	۲۹

۳۲	 سرمایه‌های ایجاد شده توسط کارآفرینان
۳۲	 گونه‌شناسی کارآفرین
۳۳	 نقش کارآفرینان سازمانی

فصل ۳: سازمان‌های کارآفرین

۳۶	 ویژگی‌های سازمان کارآفرین
۴۰	 اصول حاکم بر سازمان‌های کارآفرین
۴۰	 مراحل کارآفرینی درون سازمانی
۴۲	 الزام‌های ایجاد یک سازمان کارآفرین
۴۳	 کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ
۴۴	 انواع سازمان‌ها: نمودار تحت پوشش
۴۴	 نقش مدیران دانش در سازمان‌های کارآفرین
۴۶	 اقدامات اجرایی مدیران دانش در سازمان‌های کارآفرین

فصل ۴: کارآفرینی سازمانی

۴۸	 خلاقیت و نوآوری
۵۱	 کارآفرینی سازمانی و نوآوری
۵۱	 فرایند کارآفرینی سازمانی
۵۳	 ابعاد کارآفرینی سازمانی
۵۴	 موانع کارآفرینی سازمانی

فصل ۵: محیط و کارآفرینی

۶۸	 ظرفیت محیط
۶۸	 ساختارهای محیطی
۶۹	 طبقه‌بندی محیط خارجی
۶۹	 عوامل محیطی تأثیرگذار بر سطح هیجانات کارآفرینانه
۷۱	 عوامل محیطی تأثیرگذار بر کارآفرینی
۷۲	 عوامل سیاسی و قانونی
۷۳	 عوامل اقتصادی
۷۴	 عوامل فرهنگی
۷۵	 سایر عوامل محیطی تأثیرگذار بر کارآفرینی
۷۷	 مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی

۷۷.....	مفروضات مدل GEM
۷۸.....	عدم اطمینان محیطی
۷۹.....	محیط کارآفرینانه درون سازمانی

فصل ۶: استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی

۸۱.....	استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی از دیدگاه هامر
۸۲.....	استراتژی‌های کارآفرینی از دیدگاه جینگر
۸۴.....	استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی از دیدگاه استفورد و فولر
۸۴.....	سؤالاتی که در خصوص استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی
۸۵.....	اجرای استراتژی کارآفرینی سازمانی
۸۵.....	مراحل اجرای استراتژی کارآفرینی در سازمان
۸۷.....	ابزار سنجش کارآفرینی سازمانی
۸۸.....	ارزیابی اثربخشی کارآفرینی سازمانی
۸۹.....	الزامات توسعه کارآفرینی
۸۹.....	برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی سازمانی

فصل ۷: مدل‌های کارآفرینی سازمانی

۹۱.....	مدل فرایند کارآفرینی سازمانی کوراتکو
۱۰۲.....	مدل ابعاد کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ
۱۰۶.....	مدل رابطه کارآفرینی و بستر سازمانی
۱۰۸.....	مدل ارتباط خلاقیت، نوآوری و تغییر با کارآفرینی سازمانی
۱۱۰.....	مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن
۱۱۱.....	مدل کارآفرینی سازمانی اکلس و نیک
۱۱۲.....	مدل ابعاد کارآفرینی سازمانی تامپسون
۱۱۳.....	مدل کارآفرینی سازمانی هورنی و دیگران
۱۱۳.....	مدل کارآفرینی سازمانی کوین و اسلوین
۱۱۳.....	مدل کارآفرینی سازمانی لامپکین و دس
۱۱۵.....	مدل کارآفرینی سازمانی گرث و گینزبرگ
۱۱۵.....	مدل کارآفرینی سازمانی بارت و وینستین
۱۱۶.....	مدل کارآفرینی سازمانی هیسریچ و پیترز
۱۱۷.....	مدل کارآفرینی سازمانی موریس و دیگران
۱۱۷.....	مدل کارآفرینی سازمانی موریس و کوراتکو

بخش ۲: نقش فن آوری اطلاعات و اینترنت در کارآفرینی ۱۱۹

فصل ۸: فن های اطلاعات و کارآفرینی	۱۲۱
ویژگی های مؤثر فن آوری اطلاعات در کارآفرینی	۱۲۲
نقش فن آوری اطلاعات در کارآفرینی	۱۲۳
نقش کارآفرینان در توسعه فن آوری اطلاعات	۱۲۴
موانع و محدودیت های سازمان کارآفرین در حوزه فن آوری اطلاعات	۱۲۴
نقوی مهندسی مجدد و کارآفرینی در سازمان های عصر اطلاعات	۱۲۵
نقش مدل ترویج شیوه های کارآفرینی و فن آوری های پیشرفته در سازمان	۱۲۶
کارآفرینی دیجیتال	۱۲۷

فصل ۹: اینترنت کارآفرینی	۱۲۹
نقش اینترنت کارآفرینی	۱۳۰
تجارت الکترونیک	۱۳۱
مزایای استفاده از اینترنت در کسب و کار	۱۳۳
کانال فروش اینترنتی	۱۳۴
بازاریابی الکترونیک	۱۳۵
دلایل انجام فعالیت های بازاریابی در اینترنت	۱۳۶
شکل های ساده بازاریابی در اینترنت	۱۳۶

بخش ۳: منابع تأمین مالی، نقش دولت و چالش های سازمان های کارآفرین ۱۴۱

فصل ۱۰: منابع تأمین مالی کارآفرینان	۱۴۳
منابع خصوصی تأمین مالی	۱۴۴
منابع تأمین مالی از طریق بدهی (استقراض)	۱۴۴
منابع تأمین مالی از طریق سرمایه (حقوق صاحبان سهام)	۱۴۹
منابع داخلی تأمین مالی	۱۵۱
کارت های اعتباری	۱۵۲
سود انباشته	۱۵۲

فصل ۱۱: نقش دولت در توسعه کارآفرینی	۱۵۵
نقش دولت ها در توسعه کارآفرینی	۱۵۵

۱۵۵	فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی
۱۵۶	اصلاحات ساختاری و نهادسازی
۱۵۸	حمایت قانونی
۱۵۸	ایجاد مؤسسات آموزشی دولتی - خصوصی
۱۵۹	پرورشگاه های کسب و کار کوچک
۱۶۰	آموزش کارآفرینی
۱۶۱	آموزش های از راه دور و رسانه ای
۱۶۳	مشاوره مالی - فنی و مدیریتی
۱۶۳	نقش اطلاع رسانی دولت
۱۶۵	فصل ۱۲: ارزش سازمان های کارآفرین
۱۶۶	چالش های چهار شصت و یک
۱۶۷	موفقیت و شکست کسب و کار جدید
۱۶۸	چالش های سازمان های کارآفرین
۱۷۱	چالش مسئولیت اجتماعی
۱۷۳	اهمیت مفهوم مسئولیت اجتماعی
۱۷۳	روش های پیاده سازی مسئولیت اجتماعی سازمان های کارآفرین

بخش ۴: طرح کسب و کار و چگونگی راه اندازی آن ۱۷۵

۱۷۷	فصل ۱۳: طرح کسب و کار
۱۷۸	مفهوم کسب و کار
۱۷۸	عناصر کسب و کار
۱۷۹	انواع کسب و کار
۱۸۱	قالب های ارائه طرح کسب و کار
۱۸۳	محتوای طرح کسب و کار
۱۸۷	استراتژی های کسب و کار
۱۸۷	نقش فعالیت های پشتیبانی شرکت در استراتژی کسب و کار
۱۸۹	انتخاب ها و تعهدات
۱۹۰	ظرفیت های پایه ای کسب و کار
۱۹۰	ظرفیت های رقابتی
۱۹۰	ظرفیت های تمایز آفرین

۱۹۱.....	طرحی از یک مدل عملیاتی
۱۹۲.....	پیشروی از درون

فصل ۱۴: چگونگی راهاندازی کسب و کار

۱۹۳.....	چگونه یک طرح کسب و کار را اجرا کنیم؟
۱۹۴.....	حضور در مراکز رشد و پارک‌های فن‌آوری
۱۹۶.....	ورود به بورس
۱۹۷.....	مؤاخره و دریافت امتیازات تجاریش
۱۹۷.....	بازاریابی
۱۹۹.....	حقا و واقعیت‌ها
۲۰۰.....	موضیت یک کسب و کار
۲۰۵.....	راهبردها و مکاره
۲۰۷.....	روش‌های به‌سازی داخلی و تکنیک
۲۰۸.....	استراتژی راهاندازی کسب و کار
۲۱۰.....	ساعت‌شنی بازاریابی
۲۱۱.....	معرفی ساعت‌شنی فروش
۲۱۴.....	رابطه بین برنامه‌ریزی بازاریابی و بودجه‌بندی سالانه
۲۱۶.....	نتیجه‌گیری

منابع و مأخذ

۲۱۷.....