

مدیریت کار آفرینی

مجموعه کار آفرینی

مؤلفان:

محمود احمد پور داریانی

آصف کریمی

طیبه عبدلی محمد آبادی

حجت اله رضا زاده

آمادگی آزمون دکتری

کریمی، آصف

مدیریت کارآفرینی رشته مدیریت / آصف کریمی - محمود احمدپور داریانی - طیه عبدلی
محمدآبادی - حجت اله رضازاده

مکتب ماهان: ۱۳۹۲

۲۵۲ ص: جدول، نمودار (آمادگی آزمون دکتری کارآفرینی)

ISBN: 978-600-6575-42-1

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

فارسی - چاپ اول

مدیریت کارآفرینی

محمود احمدپور داریانی - آصف کریمی - طیه عبدلی محمدآبادی - حجت اله رضازاده

ج - عنوان

LB ۲۳۵۳ / م ۳۵۳۶۵۲ ۱۳۹۲

رده بندی کنگره:

۳۷۸/۱۶۶۲

رده بندی دیویی

۳۲۶۱۷/۵

کتابخانه ملی ایران



انتشارات مکتب ماهان

- نام کتاب: مدیریت کارآفرینی
- مولفان: محمود احمدپور داریانی - آصف کریمی - طیه عبدلی محمدآبادی - حجت اله رضازاده
- مسئول تولید: سمیه بیگی
- مدیر اجرایی: سید مهیار پویش
- مسئول برنامه ریزی و تولید محتوا: الهام سعیدی
- ناشر: مکتب ماهان
- نوبت و تاریخ چاپ: اول / ۱۳۹۲
- تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه
- قیمت: ۲۳۰۰/۰۰۰ ریال
- شابک: ISBN 978-600-6575-42-1

انتشارات مکتب ماهان: تهران - قائم مقام فراهانی، نرسیده به عباس آباد، کوچه میرزا حسنی، پلاک ۵

تلفن: ۸۸۱۰۵۰۴۰

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به موسسه آموزش عالی آزاد ماهان می باشد. و هرگونه اقتباس و کپی برداری از این اثر بدون اخذ مجوز پیگرد قانونی دارد.

بسم خدا

ایمان دارم که هر تغییر و تحول بزرگی در مسیر زندگی بدون تحول معرفت و نگرش میسر نخواهد بود. پس بیایید با اندیشه-توکل-تفکر-تلاش و تحمل در توسعه دنیای فکریمان برای نیل به آرامش و آسایش توأمان اولین گام را برداریم. چون همگی یقین داریم دانایی، توانایی می‌آورد.

شاد باشید و دلی را شاد کنید

برادران سیاری

بهار ۹۲

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده ای هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشا تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و از آنها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید. در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی بیست سال (۱۹۸۰ - ۱۹۶۰) در یکی از کشورهای جهان سوم (هند) ۵۰۰ مؤسسه کارآفرینی شروع به کار کرده‌اند و حتی بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهان برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده‌اند.

آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به این مقوله اساسی، یعنی کارآفرینی است. زیرا مسلماً کارآفرینان با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود قادرند در چنین شرایطی منابع لازم برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و منابع انسانی فراهم کرده، اشتغال و کسب و کار جدید ایجاد کرده و با نوآوری صنعتی بر توسعه دامنه محصولات و خدمات بیفزایند. امروزه نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می‌باشد. در این بین کارآفرینان به طور خاص دارای نقشی موثرتر در فرایند توسعه اقتصادی‌اند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد؛ زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک‌های تجاری و اقتصادی قویتری برخوردار است. با بکارگیری فرایند کارآفرینی، انسانها به گونه‌ای پرورش می‌یابند که خود در جهت خلق کسب و کار قدم بردارند.

بخش اول - کسب و کار	
موفقیت، برنامه‌ریزی مسیر شغلی و ملزومات راه‌اندازی کسب و کار	۱۳
معنی و مفهوم موفقیت	۱۳
ابعاد موفقیت	۱۴
چگونگی تعیین هدف	۱۵
برنامه‌ریزی مسیر شغلی	۱۸
اولین قدم در راه‌اندازی کسب و کار	۲۰
راه‌های یافتن ایده‌ی کسب و کار	۲۱
تعیین شکل کسب و کار	۲۲
انتخاب نام مناسب	۲۳
انتخاب محل کار	۲۴
تامین تجهیزات اداری	۲۵
راه‌های تأمین منابع مالی کسب و کار	۲۶
آشنایی با مفاهیم کسب و کار	۲۷
سه مرحله تکاملی جوامع بشری	۲۷
کسب و کار چیست؟	۲۸
مفهوم عمومی کسب و کار	۲۸
مفهوم کسب و کار از دیدگاه متخصصان	۲۸
اهمیت کسب و کار	۲۸
اهداف کسب و کار	۳۰
حوزه‌های اصلی کسب و کارها	۳۱
انواع کسب و کار	۳۲
کسب و کار خانگی	۳۳
اهمیت کسب و کار خانگی	۳۵
سابقه‌ی کسب و کارهای خانگی	۳۵
دلایل انتخاب کسب و کار خانگی	۳۵
چگونه کسب و کار خانگی مناسب خود را انتخاب نمائیم	۳۵
کسب و کارهای خانوادگی	۳۶
مدلها و متدهای مطالعه کسب و کارهای خانوادگی	۳۸
مدل دو بعدی کسب و کار خانوادگی	۳۹
مدل سه بعدی کسب و کار خانوادگی	۳۹
مدل کسب و کار خانوادگی پایدار	۴۱
تفاوت میان کسب و کارهای خانوادگی و غیر خانوادگی	۴۲
شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی	۴۴
ماهیت تکاملی (چرخه عمر) کسب و کارهای خانوادگی	۴۵
عوامل موثر در کسب و کار خانوادگی	۴۷
کسب و کارهای روستایی	۴۸
چالش‌های توسعه اقتصادی در روستاها	۵۰
سیاستها و استراتژی‌های توسعه اقتصادی در روستاها	۵۰
نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی روستاها	۵۱
توسعه‌ی زیرساختهای کارآفرینی	۵۲
کارآفرینی و توسعه‌ی پایدار روستایی	۵۲
کسب و کارهای مجازی	۵۳
کسب و کارهای الکترونیکی	۵۳
کسب و کار اینترنتی چیست؟	۵۴
تفاوت کسب و کار اینترنتی با تجارت الکترونیکی	۵۴

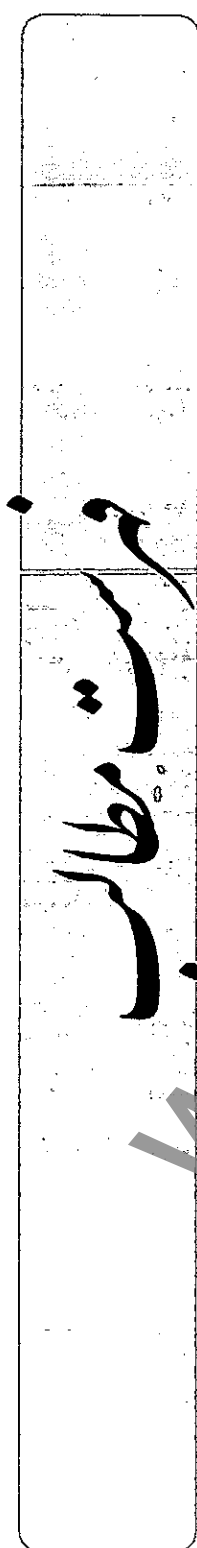
۵۴	انواع کسب و کارهای اینترنتی
۵۵	مزایای کسب و کارهای اینترنتی
۵۵	نقشه راه موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی
۵۵	چگونگی راهاندازی کسب و کار اینترنتی
۵۶	روش‌ها و معیارهای انتخاب بازار هدف در کسب و کارهای اینترنتی
۵۷	انتخاب و توسعه یک محصول در کسب و کارهای اینترنتی
۵۸	چگونگی انتخاب قلمرو و میزبان مناسب در کسب و کارهای اینترنتی
۵۹	طراحی یک سایت مناسب کسب و کار
۶۰	ایجاد یک موقعیت فروش بی‌همتا در کسب و کارهای اینترنتی
۶۱	نکات کلیدی در کسب و کارهای اینترنتی
۶۳	کسب و کارهای بدون کارخانه
۶۳	ماتریس کسب و کار
۶۴	اصول چهارگانه کسب و کار
۶۵	پنج مهارت کسب و کار آینده‌ساز
۶۵	نگاه کسب و کارانه
۶۶	بسترها و پیش‌نیازهای اشتغال‌زایی
۶۸	توسعه کسب و کارها و کارآفرینی
۶۹	تنظیم قوانین و آماده‌سازی محیط کسب و کار
۶۹	تربیت کارآفرینان
۷۱	خوشه‌های اقتصادی
۷۱	مزایای خوشه‌ها
۷۱	فعالیت‌های مشترک در خوشه‌ها
۷۲	عوامل اساسی در موفقیت خوشه‌ها
۷۲	ایجاد شهرک‌های خوشه‌پذیر اقتصادی در استان‌ها
۷۲	انواع شهرک‌های خوشه‌پذیر اقتصادی
۷۴	جهت‌گیری شهرک‌های خوشه‌پذیر اقتصادی
۷۴	بسترها و پیش‌نیازهای عملیاتی کردن ایده‌ی تالیس شهرک‌های خوشه‌پذیر اقتصادی
۷۴	محرك‌های راهاندازی کسب و کار
۷۵	مدل کسب و کار
۷۶	مراحل تکامل کسب و کارها
۷۶	نگرش‌ها به کسب و کارها
۷۷	انواع نگرش‌ها به کسب و کار
۷۷	چرخه حیات کسب و کارهای کارآفرینانه
۷۸	روش‌های راهاندازی کسب و کارها
۷۸	مزایای روش خرید کسب و کار
۷۸	معایب روش خرید کسب و کار
۷۸	روش پذیرش نمایندگی (فرنچایزینگ)
۸۰	ابعاد مختلف یک فعالیت فرنچایزینگ
۸۴	سه نوع کسب و کار نمایندگی
۸۴	فرنچایزینگ در قلمرو کارآفرینی
۸۵	دو مکتب برای تبیین نحوه کارکرد اعطای نمایندگی به عنوان استراتژی رشد
۸۵	نظریه سرمایه
۸۵	نظریه نمایندگی
۸۵	شکل‌های مختلف فرنچایزینگ
۸۷	شروع کسب و کار از صفر
۸۷	سه شکل سازمانی عمده در شروع کسب و کار از صفر



۸۷	مالکیت انفرادی
۸۸	شراکت
۸۸	شرکت
۸۹	طرح کسب و کار
۸۹	مخاطبین طرح کسب و کار
۸۹	اهمیت طرح کسب و کار
۹۰	اهداف برنامه کسب و کار
۹۰	تعریف امکان سنجی
۹۱	تفاوت FS با Bp
۹۱	اجزای یک طرح کسب و کار
۹۵	تیم مدیریت و منابع انسانی
۹۵	راهبرد کسب و کار
۹۵	ساختار سازمانی
۹۶	نیروی انسانی و هزینه‌های مورد نیاز
۹۶	آموزش پرسنل
۹۶	برنامه بازاریابی و فروش
۹۸	برنامه مالی
۹۹	ترازنامه
۱۰۰	صورت سود و زیان
۱۰۱	دلایل شکست برخی از طرح‌ها
۱۰۱	نکاتی درباره‌ی چگونگی ارائه طرح
۱۰۱	مراحل صدور جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری کسب و کار
۱۰۲	انواع فعالیت‌های سازمانی کسب و کار از نظر هنری فایول
۱۰۲	برنامه‌ریزی کسب و کار
۱۰۲	فرایند برنامه‌ریزی
۱۰۳	اهداف برنامه‌ریزی
۱۰۳	حوزه‌های کلیدی برای ارزیابی امکان‌پذیری کسب و کار مخاطره‌آمیز
۱۰۳	سازماندهی
۱۰۴	سه مرحله فرایند سازماندهی
۱۰۵	فرایند مدیریت منابع انسانی
۱۰۵	فرایند رهبری
۱۰۶	فرایند کنترل و نظارت در هر کسب و کار
۱۰۶	مدیریت تولید یا عملیات
۱۰۶	مراحل تکامل مدیریت تولید
۱۰۷	روشهای مدیریتی بهینه‌سازی مدیریت تولید
۱۰۷	عناصر مدیریت بازرگانی
۱۰۸	رویکردهای مدیریت خرید
۱۰۸	مدیریت بازاریابی
۱۰۹	اهداف بازاریابی
۱۰۹	استراتژی‌های بازاریابی
۱۰۹	روشهای گردآوری اطلاعات مرتبط با مشتریان
۱۰۹	آمیخته بازاریابی
۱۰۹	حسابداری
۱۱۰	فرایند حسابداری در هر کسب و کار
۱۱۰	معادله حسابداری
۱۱۰	چرخه حسابداری

۱۱۱	برنامه‌ریزی مالی
۱۱۱	وظایف مدیر مالی
۱۱۱	منابع تأمین مالی
۱۱۷	بخش دوم
۱۱۳	راهبردهای مدیریت ریسک
۱۱۳	نوع‌شناسی بیمه‌ها
۱۱۳	نقش‌های بیمه برای کارآفرینان
۱۱۷	کارآفرینی
۱۱۹	سیر تکاملی و تعاریف کارآفرینی
۱۲۳	فرایند خلاقیت
۱۲۴	عناصر تشکیل دهنده کارآفرینی
۱۲۵	فرآیند کارآفرینی
۱۲۷	سیر تحول مفهوم سازی کارآفرینی در علوم مختلف
۱۲۹	کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۱۳۲	کارآفرینی از دیدگاه محققین علوم رفتاری
۱۳۳	کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۱۳۸	ظهور کارآفرینی در اقتصاد
۱۳۸	مکتب سوداگر، فیزیوکرات‌ها، کلاسیک‌ها و مارکسیست‌ها
۱۴۰	مکتب ننوکلاسیک‌ها
۱۴۱	مکتب نهانیون
۱۴۲	مکتب سنتی اتریش - آلمان
۱۴۳	مکتب شیکاگو
۱۴۴	مکتب نهادیون
۱۴۵	مکتب نوین اتریش
۱۴۷	کارآفرینی در دیدگاههای غیراقتصادی
۱۴۷	رویکردهای گوناگون شناخت کارآفرینی
۱۴۷	رویکرد ویژگی‌ها
۱۴۷	ویژگی‌های کارآفرینان
۱۵۰	رویکرد رفتاری
۱۵۱	تفاوت کارآفرین با نوآور، مخترع، سرمایه‌گذار و مدیر
۱۵۲	انواع مدل‌های کارآفرینی
۱۵۲	مدلهای محتوایی
۱۵۳	مدلهای فرایندی
۱۵۴	مدل رویدادی آلبرت شاپیرو (۱۹۷۵)
۱۵۴	مدل رویدادی فرای (۱۹۹۳)
۱۵۶	مدل رویدادی ویلیام بای گریو (۱۹۹۴)
۱۵۶	فرایند چندبعدی
۱۵۷	مدل فرایندی جفری تیمونز و دیگران (۱۹۸۵)
۱۵۸	مدل چند بعدی ویلیام گارتنر (۱۹۸۵)
۱۵۹	مدل فرایندی چل و هاووس (۱۹۸۸)
۱۵۹	مدل فرایندی استیونسون و دیگران (۱۹۸۹)
۱۵۹	مدل یکپارچه کارآفرینی نیوالی و فوگل (۱۹۹۴)
۱۶۰	آموزش کارآفرینی
۱۶۱	کارآفرینی امری ذاتی یا آموزش‌پذیر
۱۶۱	اهمیت و جایگاه آموزش کارآفرینی
۱۶۲	انواع دوره‌های آموزش کارآفرینی

۱۶۴	اهداف دوره‌های آموزش کارآفرینی
۱۶۵	آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها
۱۶۸	رویکرد سیستمی آموزش کارآفرینی
۱۷۰	محتوای برنامه‌های آموزش کارآفرینی
۱۷۱	اثرات آموزش کارآفرینی در سازمان
۱۷۲	بررسی تحقیقات کارآفرینی
۱۷۳	طبقه‌بندی موضوعات تحقیقات از دیدگاه پائولین
۱۷۳	نوع شناسی تحقیقات کارآفرینی از دید ورتمن
۱۷۴	مطالعات کارس رود وادی
۱۷۵	انواع کارآفرینی
۱۷۸	کارآفرینی مستقل
۱۷۹	کارآفرینی سازمانی
۱۸۰	ضرورت و اهمیت کارآفرینی سازمانی
۱۸۱	سیر تطور کارآفرینی در سازمان
۱۸۳	تعاریف و مفاهیم کارآفرینی سازمانی
۱۸۴	تفاوت‌های کارکردی کارآفرینی سازمانی با کارآفرینی مستقل
۱۸۵	انواع سازمان‌های کارآفرین
۱۸۶	ابعاد یا مولفه‌های کارآفرینی سازمانی
۱۸۷	نواوری
۱۸۸	پیشگامی
۱۸۹	ایتکار
۱۸۹	ریسک‌پذیری
۱۹۰	عوامل تأثیرگذار یا پیش‌نیازهای کارآفرینی سازمانی
۱۹۰	پیش‌نیازهای درون سازمانی تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی
۱۹۴	پیش‌نیازهای بیرون سازمان تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی
۱۹۵	استراتژی‌های استقرار کارآفرینی سازمان در سازمان‌ها
۱۹۵	استراتژی پیشنهادی هانس شول هامر برای استقرار کارآفرینی سازمانی در سازمان
۱۹۵	استراتژی پیشنهادی جنینگز برای کارآفرینی سازمانی
۱۹۶	استراتژی پیشنهادی پینکات - پینکات برای کارآفرینی سازمانی
۱۹۶	استراتژی پیشنهادی هیسریج - پیترز برای کارآفرینی سازمانی
۱۹۶	استراتژی پیشنهادی فولر - استاپ فورد برای کارآفرینی سازمانی
۱۹۷	استراتژی‌های پیشنهادی ایرلند، کوین و کوراتکو (۲۰۰۹) برای کارآفرینی سازمانی
۱۹۸	مدلهای پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها
۱۹۸	مدل کارآفرینی سازمانی پایدار مایلز، مورینا و داروش
۱۹۹	مدل درک مدیران میانی از کارآفرینی سازمانی هارنسی، کوراتکو و زهرا
۲۰۰	مدل کارآفرینی سازمانی آنتونسیک و هیسریج (۲۰۰۱)
۲۰۱	مدل کارآفرینی سازمانی لامپکین و دس
۲۰۲	مدل کارآفرینی سازمانی زهرا
۲۰۳	مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو و همکاران
۲۰۵	مدل کارآفرینی سازمانی کورن و ال و پرلمن
۲۰۷	مدل فرایند کارآفرینی سازمانی احمد پور دریانی
۲۱۰	کارآفرینی اجتماعی
۲۱۱	تعاریف کارآفرینی اجتماعی
۲۱۲	انواع کارآفرینی اجتماعی
۲۱۳	عناصر و مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی
۲۱۴	عوامل موفقیت در کارآفرینی اجتماعی



	دیدگاههای مهم در کارآفرینی اجتماعی ۲۱۵
	مراحل فرایند کارآفرینی اجتماعی ۲۱۶
	کارآفرینان اجتماعی ۲۱۷
	انواع کارآفرینان اجتماعی ۲۱۸
۲۱۹	مدلهای توسعه کارآفرینی اجتماعی
۲۲۳	مزایای کارآفرینی اجتماعی
۲۲۳	پیامدهای کارآفرینی اجتماعی برای سازمان‌ها
۲۲۴	جمع‌بندی
۲۲۵	دیدهبان جهانی کارآفرینی
۲۲۹	تیم و موضوعات پژوهشی ویژه در GEM
۲۲۶	مدل GEM
۲۲۹	ایده و فرصت‌های کارآفرینی
۲۲۹	ایده
۲۳۰	فرایند خلاق ایده‌پردازی
۲۳۱	تفاوت ایده و فرصت
۲۳۲	فرصت در کارآفرینی
۲۳۴	دیدگاه شومپتر در فرصتهای کارآفرینانه
۲۳۴	دیدگاه کرزنر در فرصتهای کارآفرینانه
۲۳۵	مقایسه فرصت‌های شومپتری و کرزنری
۲۳۶	مقایسه دیدگاههای کشف فرصت و خلق فرصت
۲۳۶	کشف فرصت
۲۳۶	خلق فرصت
۲۳۷	تشخیص فرصت
۲۳۷	عوامل موثر در تشخیص فرصت
۲۳۹	منابع فرصت
۲۴۰	انواع فرصت
۲۴۰	ارزیابی فرصت
۲۴۰	بهره‌برداری از فرصت‌ها
۲۴۱	مکتب کارآفرینی
۲۴۳	دانشگاه کارآفرین
۲۴۳	ضرورت و اهمیت دانشگاه کارآفرین