

۱۳۸۰

گام‌های مدیریت کارآفرینی

غلامعباس شعبانی



فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: تعریف کسب و کار	۵
فصل دوم: روش های راه اندازی کسب و کار	۲۹
فصل سوم: فعالیت های مدیریت و تولیدی در کسب و کار کارآفرینانه	۳۷
فصل چهارم: فعالیت های بازرگانی و مدیریت ریسک در کسب و کار کارآفرینانه	۵۱
فصل پنجم: فعالیت حسابداری و مالی	۷۳
فصل ششم: برنامه کسب و کار	۸۳
فصل هفتم: تعاریف، نظریه ها و مدل های کارآفرینی	۸۹
فصل هشتم: خلاقیت و نوآوری	۱۱۷

مقدمه مولف

با پیشرفت و توسعه فن آوریهای اطلاعاتی و ارتباطی فاصله زمانی و مکانی کشورها کاهش یافته و

دنیای پیرامون ما به یک دهکده جهانی تبدیل شده است بطوریکه سازمانهای امروزی جهت

سازگاری و همراهی با تحولات گسترده جهانی و پاسخگویی سریع به نیازهای متغیر و متنوع

محلی، در جستجوی شیوه های کارا و نوآورانه برای تولید محصول و ارائه خدمات با کیفیت و

قیمت مناسب در متنوع، منظور تضمین بقای خود در محیط رقابتی هستند. در چنین شرایطی

کارآفرینی به عنوان یک چهره شاخص و توسعه سازمانها و جوامع شناخته می شود و کارآفرینی عبارتست

از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع بمنظور بهره گیری از

فرصتها. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از

طریق ابداع و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده به ظهور می رسند. از

اینرو سازمانها، با استفاده از کارآفرینی به دنبال بهره برداری از فرصت های جدید می باشند و می

کوشند تا از یک سازمان سنتی به یک سازمان کارآفرین تبدیل شوند که این فرایند به کمک ایجاد

استراتژی کارآفرینی امکان پذیر می باشد.

مولف هدف از تالیف کتاب را بررسی و تبیین مفهوم کارآفرینی و اصول کسب و کار بمنظور بهره

برداری دانشجویان و فعالان حوزه کارآفرینی از مطالب کتاب عنوان نموده است.

امید است این کتاب که قطره ای ناچیز در برابر اقیانوس بیکران دانش و هنر مدیریت می باشد،

مورد طبع و پذیرش اساتید و دانشجویان معزز قرار گیرد.

غلامعباس شعبانی

تابستان ۱۳۹۵