

مبانی کارآفرینی

مؤلفان

دکتر محسن علامه (عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دانشیار

گروه زمین شناسی)

مهندس رضا شریفیان عطار

سرشناسه	: علامه، محسن، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: مبنای کارآفرینی / مولفان محسن علامه، رضا شریفیان عطار.
مشخصات نشر	: مشهد: مهر جالینوس، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۸ ص. : جدول.
شابک	: 978-600-8144-33-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۹۳ -- ۱۹۵
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: خلاقیت در کسب و کار مدیریت
موضوع	: Creative ability in business - management
موضوع	: بازاریابی - مدیریت
موضوع	: Marketing - Management
شناسه افزوده	: شریفیان عطار، رضا، ۱۳۴۸ -
رده بندی شکر	: HB۶۱۵/ع۸م۲ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی	: ۵۱۴۰۷۱
ملی	



انتشارات

مهر جالینوس

تلفکس: ۰۵۱۳۸۴۳۰۸۷۷
همراه: ۰۹۱۵۵۰۶۰۷۴۳

نام کتاب: مبنای کارآفرینی

مؤلفان: دکتر محسن علامه و مهندس رضا شریفیان عطار

طرح جلد: رضا شریفیان عطار

انتشارات: مهر جالینوس

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

چاپخانه: دانشگاه فردوسی

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۱۴۴-۳۳-۵

کلیه حقوق این اثر برای مؤلفین محفوظ است.

مقدمه:

امروزه شرایط اقتصادی و بحران‌های مختلفی که از این زمینه، متوجه افراد یک جامعه به ویژه افراد جویای کار می‌شود، به گونه‌ای شده است که زندگی عده زیادی را از بعد اقتصادی متأثر کرده است. در این بین قشر جوان و نوجوان که در ابتدای راه زندگی و کار قرار دارند، بیشتر تحت تأثیر فراز و نشیب‌های مشکلات کاری و اقتصادی قرار دارند. بدیهی است که تخصص علمی یا مهارت و هنری یک ضرورت برای فعالیت‌های شغلی و اقتصادی محسوب می‌شود ولی تنهایی عامل کافی برای تثبیت چنین فعالیت‌هایی نیست. در واقع شیوه بکارگیری و استفاده از علم و مهارت‌های آموخته شده چه از طریق دانشگاه و چه از طریق مراکز آموزشی دیگر، عاملی بسیار مهم در نتیجه‌گیری از فعالیت‌های شغلی محسوب می‌شود. جوانان و یا هر فرد دیگری باید بتواند از هر گونه ایده یا خلاقیت خود، شرایط و امکانات موجود و نیز با بهره‌گیری از تجارب دیگران، کار خلاقیتی را خلق نمایند که آنان را به حداقل دستاوردهای مادی برساند. چنین روشهایی در اصطلاح کارآفرینی نهفته است. کارآفرینی را شاید بتوان یکی از ضرورت‌های بسیار مهم در جامعه امروز به ویژه در کشورهای در حال توسعه دانست. درک این ضرورت سالهاست که در کشورهای مختلف به خوبی به مرحله عمل رسیده و به عنوان یکی از علوم مفید و کاربردی که می‌تواند در تمام شاخه‌های تخصصی و هنری مورد استفاده قرار بگیرد، در دانشگاه‌ها تدریس می‌شود. چنین علمی باعث می‌شود که افراد بتوانند با خلاقیت و نوآوری، از ایده‌های خود استفاده کرده و چه به صورت مستقل و چه به صورت کار تیمی، کسب و کاری را برای خود راه بیندازند و از این طریق توانایی‌های خود را برای خود و دیگران، مفید و کاربردی بسازند.

کتاب حاضر که به بررسی اصول و مبانی کارآفرینی می‌پردازد، به زبانی ساده و قابل فهم و درعین حال کاربردی، روش‌ها و تکنیک‌های مختلف خلاقیت، طراحی مدل کسب و کار، جذب سرمایه، ایده‌پردازی، مدیریت کسب و کار و سایر موضوعات مورد نیاز را توضیح می‌دهد. این کتاب می‌تواند مورد استفاده دانشجویان رشته‌ها و گرایش‌های مختلف دانشگاهی و نیز علاقمندان به کارهای تیمی و دارای ایده قرار گرفته و شروع موفقی برای هر فعالیت شغلی باشد. درس مبانی و اصول کارآفرینی که امروزه در بیشتر گرایش‌های علمی وجود دارد با مطالعه این کتاب، تا حد زیادی رفع نیاز خواهد شد. کتاب حاضر بر مبنای سرفصل و

محتوای درسی واحد کارآفرینی برای کلیه رشته‌ها و گرایش‌های دانشگاهی تنظیم گردیده است. اگر چه مباحث مرتبط با موضوع کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا، تاحدی وسیع و گسترده است ولی در مجموعه حاضر سعی بر آن بوده تا مباحث ضروری و اصلی مورد بحث قرار بگیرد. در خاتمه از کلیه عزیزانی که در تهیه این مجموعه ما را یاری کرده‌اند سپاسگزاری می‌گردد. به ویژه از جناب آقای جالینوس کرمی مدیریت محترم انتشارات مهر جالینوس به خاطر انجام مراحل چاپ و آماده سازی کتاب و نیز جناب آقای احسان اردکانی فرد به خاطر زحمت تا پ . صفحه‌آرایی کتاب صمیمانه قدردانی می‌گردد. موفقیت این عزیزان را از خداوند مهربان آرزو مندیم.

نویسندگان

فهرست مطالب

۱	فصل ۱: کلیات کارآفرینی
۲	۱-۱. مقدمه
۲	۲-۱. تعریف کارآفرینی
۴	۳-۱. کارآفرین چه کاری را انجام می‌دهد؟
۵	۴-۱. کارآفرین چگونه کارآفرینی می‌کند؟
۶	۵-۱. انواع کارآفرینی
۶	۵-۱-۱. فردی
۸	۵-۱-۲. گروهی
۹	۶-۱. قلمرو کارآفرینی
۱۰	۷-۱. روانشناسی کارآفرینی
۱۲	۷-۱-۱. مرکز کنترل درونی
۱۲	۷-۱-۲. انجام کار بیش از حد نیاز
۱۳	۷-۱-۳. اعتماد به نفس
۱۳	۷-۱-۴. جهت‌گیری در راستای فرصت‌ها
۱۳	۷-۱-۵. اصرار بر حل مشکلات
۱۴	۷-۱-۶. استقلال طلبی
۱۴	۷-۱-۷. نیاز به توفیق
۱۵	۷-۱-۸. مخاطره‌پذیری
۱۶	۷-۱-۹. تحمل ابهام
۱۷	۷-۱-۱۰. خلاقیت و نوآوری
۱۷	۷-۱-۱۱. دستاوردگرایی و هدف‌گرایی
۱۸	۸-۱. اصول موفقیت کارآفرینی
۱۹	۸-۱-۱. از موقعیت‌های اقتصادی استفاده می‌کند
۱۹	۸-۱-۲. تصمیم می‌گیرد
۱۹	۸-۱-۳. سرمایه را جذب می‌کند و آن را افزایش می‌دهد
۲۰	۸-۱-۴. برای آینده برنامه‌ریزی می‌کند
۲۰	۸-۱-۵. تولیدات خود را با سود می‌فروشد
۲۱	۹-۱. چرا همه رفتار کارآفرینانه ندارند
۲۲	۱۰-۱. تأثیرات اقتصادی و اجتماعی کارآفرینان

۲۴	۱۱-۱. کارآفرینی و اشتغال
۲۶	۱۲-۱. فرایند کارآفرینی، نقطه آغاز کارآفرینی کجاست
۲۷	۱۳-۱. عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی
۲۷	۱-۱۳-۱. شرایط اقتصادی و بازاری
۲۷	۲-۱۳-۱. ساختار و بویایی صنعت
۲۷	۳-۱۳-۱. چهارچوب قانون و مقررات
۲۸	۴-۱۳-۱. سرمایه‌های اجتماعی
۲۸	۵-۱۳-۱. جنایات، زردی مربوط به کارآفرین
۲۸	۱۴-۱. فرهنگ کارآفرینی
۳۱	۱۵-۱. باورهای غلط در مورد کارآفرینی
۳۱	۱-۱۵-۱. کارآفرینان مال‌محور هستند نه اهل اندیشه
۳۱	۲-۱۵-۱. کارآفرینی ذاتی است و اراده کارآفرین متولد می‌شوند
۳۱	۳-۱۵-۱. کارآفرینان همه مبتکرین هستند
۳۲	۴-۱۵-۱. کارآفرینان وصله‌های ناجور علمی و اجتماعی‌اند
۳۲	۵-۱۵-۱. کارآفرینان تنها به دنبال سود هستند
۳۲	۶-۱۵-۱. کارآفرینان خوش شانس هستند
۳۳	۷-۱۵-۱. کارآفرینان در بیشتر موارد شکست می‌خورند
۳۳	۸-۱۵-۱. کارآفرینان حد نهایی خطرپذیران هستند
۳۴	۱۶-۱. موانع کارآفرینی و راه‌های مقابله با آن

۳۷	فصل ۲. خلاقیت و نوآوری
۳۸	۱-۲. خلاقیت
۳۸	۲-۲. تعریف خلاقیت
۳۹	۳-۲. عناصر خلاقیت
۴۰	۱-۳-۲. مهارت‌های مربوط به موضوع
۴۱	۲-۳-۲. مهارت‌های مربوط به خلاقیت
۴۱	۳-۳-۲. برخی از ارزش‌های فکری، مهارت‌های خلاقیت را تقویت می‌کند
۴۱	۴-۲. انگیزه
۴۲	۵-۲. ویژگی‌های افراد خلاق
۴۳	۶-۲. افراد خلاق چگونه فکر می‌کنند
۴۳	۱-۶-۲. نمونه سوالات تفکر واگرا

۴۴	۲-۶-۲. نمونه سوالات تفکر همگرا
۴۴	۲-۷. محیط خلاق
۴۵	۲-۸. فرایند خلاقیت
۴۶	۲-۸-۱. الگوی آلبرشیت
۴۶	۲-۸-۲. الگوی آمابلی
۴۷	۲-۹. موانع خلاقیت
۴۷	۲-۹-۱. آ ورزش ناهمسو با کار آفرینی و خلاقیت
۴۸	۲-۹-۲. استفاد از الگوهای قالبی
۴۸	۲-۹-۳. بزدگی در ارزیابی
۴۸	۲-۹-۴. تأکید بر روضات فنی
۴۸	۲-۹-۵. فشارهای احتمالی
۴۹	۲-۹-۶. چاره‌جویی‌های کوتاه مدت
۴۹	۲-۹-۷. عدم تمایل به تغییر
۴۹	۲-۱۰. راهبردهای پرورش خلاقیت
۵۰	۲-۱۰-۱. جلوگیری از فضاوت فوری
۵۰	۲-۱۰-۲. درک اصل مطلب
۵۰	۲-۱۰-۳. شک و تردید
۵۰	۲-۱۰-۴. تجسم قوی
۵۰	۲-۱۰-۵. تخیل
۵۰	۲-۱۰-۶. نگرش جدید
۵۳	فصل ۳. مدیریت کسب و کار
۵۴	۳-۱. تکنیک‌های خلق ایده
۵۴	۳-۱-۱. توفان فکری
۵۶	۳-۱-۲. گروه‌های تمرکز
۵۶	۳-۱-۳. نظرسنجی
۵۷	۳-۱-۴. سایر تکنیک‌ها
۵۸	۳-۲. مدل کسب و کار
۵۹	۳-۳. اهمیت مدل کسب و کار
۶۲	۳-۴. نحوه پیدایش مدل‌های کسب و کار
۶۵	۳-۵. نواقص ساختاری مدل‌های کسب و کار

۶۶	۶-۳. اجزای یک مدل کسب و کار کارآمد
۶۷	۳-۶-۱. استراتژی اصلی
۷۱	۳-۶-۲. منابع استراتژیک
۷۳	۳-۶-۳. شبکه شرکای تجاری
۷۹	۳-۶-۴. واسط مشتری
۸۵	فصل ۴. امکان سنجی
۸۶	۴-۱. مقدمه
۸۸	۴-۲. امکان سنجی
۹۴	۴-۳. امکان سنجی حده / محدودیت
۹۵	۴-۳-۱. تست مفهوم
۹۷	۴-۳-۲. تست قابلیت کاربری
۱۰۳	۴-۴. به هنگام بودن بازار
۱۰۵	۴-۵. شناسایی شکافهای بازار
۱۰۶	۴-۶. امکان سنجی سازمانی
۱۰۷	۴-۶-۱. درایت مدیریت
۱۰۸	۴-۶-۲. کفایت منابع
۱۰۹	۴-۷. امکان سنجی مالی
۱۰۹	۴-۷-۱. نیازمندیهای سرمایه‌ای
۱۱۲	۴-۷-۲. نرخ بازگشت مالی
۱۱۳	۴-۷-۳. جذابیت کلی سرمایه‌گذاری
۱۱۵	فصل ۵. اصول راه‌اندازی کسب و کار
۱۱۶	۵-۱. مقدمه
۱۱۷	۵-۲. مزایای ایجاد کسب و کارهای کوچک و کارآفرینانه
۱۱۸	۵-۳. چرخه حیات کسب و کارهای کارآفرینانه
۱۱۸	۵-۳-۱. مرحله ایجاد کسب و کار
۱۱۸	۵-۳-۲. مرحله شروع کسب و کار
۱۱۹	۵-۳-۳. مرحله رشد
۱۱۹	۵-۳-۴. مرحله تثبیت کسب و کار
۱۱۹	۵-۳-۵. مرحله نوآوری یا افول

۱۲۰	۴-۵. فرایند کارآفرینی
۱۲۱	۱-۴-۵. فرصت کارآفرینانه
۱۲۵	۲-۴-۵. ساختار مالکیت کسب و کارها
۱۲۶	۱-۲-۴-۵. روش خرید کسب و کار
۱۲۶	۲-۲-۴-۵. روش پذیرش نمایندگی
۱۲۹	۳-۲-۴-۵. شروع کسب و کار از صفر
۱۳۶	۵-۵. برنامه کسب و کار
۱۳۷	۱-۵-۵. الف. نامه کسب و کار
۱۳۹	۲-۵-۵. ب. اجزای برنامه کسب و کار
۱۴۱	۶-۵. مراحل صدور جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری کسب و کار
۱۴۲	۱-۶-۵. مراجعه به سازمان دولت مربوط و تکمیل پرسشنامه
۱۴۳	۲-۶-۵. بررسی پرسشنامه سازمان دولتی مربوط و تطبیق آن با ضوابط
۱۴۴	۳-۶-۵. پرداخت هزینه از سر متقاضی و صدور جواز تأسیس
۱۴۴	۷-۵. انواع فعالیت‌های سازمانی کسب و کار
۱۴۷	فصل ۶. تأمین مالی کسب و کار
۱۴۸	۱-۶. تأمین مالی در کارآفرینی
۱۴۹	۲-۶. تأمین مالی در ایران
۱۵۳	۳-۶. منابع خصوصی تأمین مالی (سرمایه‌های شخصی دوستان و خانواده)
۱۵۵	۴-۶. منابع تأمین مالی از طریق قرض از مراکز اعتباردهی
۱۵۷	۵-۶. بانک‌های تجاری و مؤسسات مالی و اعتباری
۱۵۸	۶-۶. منابع تأمین مالی از طریق فروش سهام
۱۵۹	۷-۶. منابع تأمین مالی از طریق جلب مشارکت افراد حقیقی و حقوقی
۱۶۳	فصل ۷. بازاریابی
۱۶۴	۱-۷. مقدمه
۱۶۴	۲-۷. بازاریابی و کارآفرینی
۱۶۴	۳-۷. آشنایی با مفهوم فرصت در حوزه کسب و کار
۱۶۵	۴-۷. آشنایی با مفهوم تمایز
۱۶۶	۵-۷. آشنایی با رویکرد تفکر استراتژیک
۱۶۷	۶-۷. آمیخته بازاریابی

۱۶۸	۷-۷. انتخاب و ارزیابی محصول
۱۶۸	۷-۸. ارزش ایده‌های کارآفرینانه
۱۶۹	۷-۹. آزمون ایده‌های اولیه
۱۷۱	۷-۱۰. تصمیم‌گیری در حوزه قیمت‌گذاری در کسب و کارهای کارآفرین
۱۷۱	۷-۱۱. انتخاب قیمت مطلوب از شروع فعالیت
۱۷۲	۷-۱۲. روش‌های تعیین درآمد در سطوح مختلف قیمت
۱۷۲	۷-۱۳. آزمون در حین عرضه محصول در بازار
۱۷۳	۷-۱۴. آزمون قبل از عرضه محصول در بازار
۱۷۳	۷-۱۵. تصمیمات مرتبط با کانال توزیع و فروش در بنگاه‌های کوچک و متوسط
۱۷۳	۷-۱۶. کارکردها و مزایای کانال توزیع و سیستم فروش
۱۷۴	۷-۱۷. طراحی و انتخاب کانال توزیع و فروش کالا و خدمات
۱۷۵	۷-۱۸. فناوری و تأثیر آن بر سیستم‌های توزیع و فروش
۱۷۶	۷-۱۹. ارتقا، ترویج و تبلیغات کارآفرینانه
۱۷۶	۷-۲۰. رویکردهای تبلیغی در بازاریابی کارآفرینانه
۱۷۷	۷-۲۱. طراحی و آزمون کمپین‌های تبلیغاتی
۱۷۸	۷-۲۲. بودجه بندی تبلیغات
۱۷۸	۷-۲۳. جایگاه‌یابی، هدف‌گیری و تقسیم‌بندی بازار
۱۸۰	۷-۲۴. تقسیم‌بندی و هدف‌گیری در بازار
۱۸۱	۷-۲۵. ترسیم فعالیت‌های آتی بنگاه در حوزه بازاریابی در قالب تدوین یک برنامه
۱۸۳	فصل ۸. ضمیمه
۱۸۴	ضمیمه ۱. تست تعیین ضریب کارآفرینی (مربوط به تأسیس شرکت)
۱۹۰	ضمیمه ۲. توفیق طلایی
	فهرست منابع