

کار آفرینی

۱۵۱۹۰۴۷

محمود احمدپور داریانی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

آصف کریمی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

قابل توجه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی

مطالب ستاره دار صرفاً برای مطالعه تکمیلی است.



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



کارآفرینی

محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی

ویراستار و نسخه داز: زهرا رهیده
حروفچین و صفحه‌آرایی: نرم‌افزار دست
طراح جلد: علیرضا دریا
ناظر چاپ: حمیدرضا دمیرچی
دانشگاه جامع علمی کاربردی: مرکز نشر دانشگاهی
چاپ اول ۱۳۹۸
تعداد ۳۰۰۰
چاپ و صحافی: شرکت چاپ و انتشارات سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
تومان ۳۰۰۰۰

نشانی فروشگاه مرکزی: خیابان انقلاب، روبه‌رو سینما سپیده، پاساژ خیبری، تلفن: ۶۶۴۱۰۶۸۶، ۶۶۴۰۸۸۹۱



17167164531000011111

فروش اینترنتی: www.iup.ac.ir

حق چاپ برای دانشگاه جامع علمی کاربردی و مرکز نشر دانشگاهی محفوظ است.
فهرست‌نویسی پیش از انتشار کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه: احمدپور، محمود، ۱۳۳۵-
عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی [کتاب] / تألیف محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی
مشخصات نشر: دانشگاه جامع علمی کاربردی: تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری: چهارده، ۳۲۳ ص: مصور، جدول، نمودار.
فروست: مرکز نشر دانشگاهی: ۱۵۵۳. مدیریت: ۱۵.
شابک: 978-600-5607-41-3 978-964-01-1553-4

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
یادداشت: کتاب حاضر در سال‌های مختلف توسط ناشران متفاوت منتشر شده است.
یادداشت: کتابنامه: ص: ۳۷۳-۳۸۹.

موضوع: کارآفرینی
Entrepreneurship
موضوع: موفقیت در کسب و کار
Success in business
موضوع:

شناسه افزوده: کریمی، آصف، ۱۳۶۰-
شناسه افزوده: دانشگاه جامع علمی کاربردی
شناسه افزوده: مرکز نشر دانشگاهی
شناسه افزوده: Iran University Press
رده‌بندی کنگره: HB ۶۱۵
رده‌بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی: ۴۸۰۲۴۸۱

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست

صفحه	عنوان
سیزده	پیشگفتار ناشر
۱	مقدمه مؤلفان
۳	فصل ۱
۳	مبانی و مفاهیم موفقیت و برنامه‌ریزی مسیر شغلی
۳	مقدمه
۴	۱. موفقیت
۶	۱.۱ معنی و مفهوم موفقیت
۷	۲.۱ چراهای موفقیت
۱۱	۲. برنامه‌ریزی مسیر شغلی
۱۲	۱.۲ ضرورت تعیین هدف‌های شغلی
۱۹	۲.۲ هدف و آرزو
۲۰	۳.۲ چشم‌انداز
۲۱	۴.۲ کارآفرینی به عنوان یک شغل
۲۷	۳. تعریف واژگان کارآفرینی و کسب‌وکار
۲۷	۱.۳ کسب‌وکار

۲.۳ کارآفرینی

۳.۳ کارآفرین

۴.۳ طرح کسب و کار

۵.۳ طرح امکان‌سنجی

۶.۳ الگوی کسب و کار

۷.۳ شرکت‌های نوپا

۸.۳ فرشتگان کسب و کار

۹.۱ سرمایه‌گذاری خطرپذیر

۱۰.۳ کارآفرینی فناورانه

۱۱.۳ کارآفرینی - اطلاعاتی (اطلافرینی)

۱۲.۳ شرکت‌های دانش‌بنیان

۴. نتیجه‌گیری

تکالیف

فصل ۲

مبانی، مفاهیم و انواع کسب و کار

مقدمه

۱. مفهوم همگانی کسب و کار

۲. اهمیت کسب و کار

۳. اصول چهارگانه کسب و کار

۴. پنج مهارت آینده‌ساز کسب و کار

۵. نگاه کسب و کارانه

۶. حوزه‌های اصلی کسب و کار

۷. ماتریس کسب و کار

۸. نتیجه‌گیری

تکالیف

فصل ۳

تعریف‌ها، مفاهیم و مبانی کارآفرینی

صفحه	عنوان
۱۰۴	مقدمه
۱۰۵	۱. واژه کارآفرینی
۱۰۶	۲. تعریف‌های کارآفرینی
۱۰۶	۱.۲ تعریف عام کارآفرینی
۱۰۷	۲.۲ تعریف ویژه کارآفرینی
۱۰۹	۳. اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصاد
۱۱۳	۴. نقش کارآفرینی در اشتغال
۱۱۳	*۵. سیر تاریخی و گوناگونی کارآفرینی
۱۱۵	*۶. سیر دگرگونی مفهوم‌سازی کارآفرینی در علوم گونه‌گون
۱۱۹	۷. چستی کارآفرینی
۱۲۰	۸. نگاه کارآفرینانه
۱۲۱	۹. کارآفرین کیست؟
۱۲۵	۱۰. تفاوت کارآفرین با خلاق، مخترع، نوآور، سرمایه‌گذار و مدیر
۱۲۵	۱.۱۰ خلاق
۱۲۵	۲.۱۰ مخترع
۱۲۶	۳.۱۰ نوآور
۱۲۶	۴.۱۰ سرمایه‌گذار
۱۲۶	۵.۱۰ مدیر
۱۲۷	۱۱. ویژگی‌های کارآفرینان
۱۳۳	۱۲. ایده‌های کارآفرینان موفق
۱۳۵	*۱۳. ایده‌های بزرگ چگونه به ذهن کارآفرینان می‌رسد؟

۱۳۸	۱۴. توسعه کارآفرینی در نهاد خانواده‌ها
۱۳۸	۱.۱۴. نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی
۱۳۸	۲.۱۴. تعیین مسیر شغلی
۱۳۹	۳.۱۴. توانمندسازی (یادگیری فناوری‌های نو)
۱۳۹	۴.۱۴. راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار اقتصادی
۱۴۰	۱۵. شایستگی‌های همیشگی مورد نیاز یک کارآفرین
۱۴۲	۱۶. مهارت‌های لازم برای موفقیت یک کارآفرین
۱۴۴	*۷. کارآفرینی و برند
۱۵۲	۱۸. نتیجه‌گیری
۱۵۳	تکالیف
۱۵۵	فصل ۴
۱۵۵	انواع کارآفرینی و فرایند آن
۱۵۶	مقدمه
۱۵۶	۱. انواع کارآفرینی
۱۵۶	۱.۱. طبقه‌بندی برحسب هدف
۱۵۷	۲.۱. طبقه‌بندی برحسب اقدام‌کننده
۱۵۷	۳.۱. طبقه‌بندی برحسب مقایسه
۱۶۰	۲. کارآفرینی مستقل
۱۶۱	۳. کارآفرینی سازمانی
۱۶۳	۱.۳. ضرورت و اهمیت کارآفرینی سازمانی
۱۶۴	۲.۳. تعریف‌ها و مفاهیم کارآفرینی سازمانی
۱۶۵	۳.۳. تفاوت‌های کارکردی کارآفرینی سازمانی با کارآفرینی مستقل
۱۶۶	۴.۳. الگوهای پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها
۱۷۱	۴. کارآفرینی اجتماعی
۱۷۴	۱.۴. تعریف‌های کارآفرینی اجتماعی
۱۷۵	۲.۴. عناصرها و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی
۱۸۰	۳.۴. فرایند کارآفرینی اجتماعی
۱۸۱	*۴.۴. کارآفرینان اجتماعی

۱۸۳	* ۵.۴ انواع کارآفرینان اجتماعی
۱۸۴	* ۶.۴ پیامدهای کارآفرینی اجتماعی برای سازمان‌ها
۱۸۹	۵. جمع‌بندی
۱۸۹	۶. فرایند کارآفرینی
۱۹۱	۷. اجزای فرایند کارآفرینی از نظر بای گریو
۱۹۲	۸. عنصرهای فرایند کارآفرینی
۱۹۵	۹. نتیجه‌گیری
۱۹۶	فصل ۵
۱۹۶	فرصت‌ها و ایده‌های کارآفرینانه
۱۹۶	مقدمه
۱۹۷	۱. مقدمه‌ای بر فرصت
۱۹۸	۲. تعریف فرصت
۲۰۰	۳. ایده
۲۰۱	۴. تفاوت مفهوم ایده و فرصت
۲۰۲	۵. انواع فرصت
۲۰۲	۶. فرصت‌های کارآفرینانه: دیدگاه شومپتر
۲۰۳	۷. فرصت‌های کارآفرینانه: دیدگاه کرزنر
۲۰۴	۸. تفاوت دیدگاه‌ها
۲۰۴	۹. مقایسه دیدگاه‌های کشف فرصت و خلق فرصت
۲۰۴	۱.۹ کشف فرصت
۲۰۵	۲.۹ خلق فرصت
۲۰۶	۱۰. تشخیص فرصت
۲۰۷	۱۱. عوامل کارا در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه
۲۰۹	۱۲. منابع فرصت
۲۱۲	۱۳. انواع فرصت
۲۱۲	۱۴. راهبرد جست‌وجوی فرصت
۲۱۳	۱۵. ارزیابی فرصت
۲۱۵	۱۶. بهره‌برداری از فرصت‌ها

۲۱۶	۱۷. ایده‌یابی
۲۱۶	۱.۱۷ روش‌های خلق ایده
۲۱۷	۲.۱۷ غربال کردن ایده‌ها
۲۱۸	۳.۱۷ فرم ارزیابی ایده‌های کسب‌وکار و حذف ایده‌های نامناسب
۲۱۸	۴.۱۷ پرسش‌ها
۲۱۹	۵.۱۷ اولویت‌بندی ایده‌های ابقاشده
۲۲۰	۶.۱۷ مرتب کردن ایده‌ها
۲۲۱	۷.۱ امکان‌سنجی آغازی و گزینش ایده
۲۲۱	۱۸. خلاقیت
۲۲۱	۱.۱۸ تعریف خلاقیت
۲۲۳	۲.۱۸ عناصر خلاقیت
۲۲۳	۳.۱۸ مهارت‌های مربوط به موضوع
۲۲۴	۴.۱۸ مهارت‌های مربوط به خلاقیت
۲۲۴	۵.۱۸ ویژگی‌های افراد خلاق
۲۲۶	۶.۱۸ فرایند خلاقیت
۲۲۷	* ۷.۱۸ الگوی آلبرشیت
۲۲۸	* ۸.۱۸ الگوی آمابلی
۲۲۸	* ۹.۱۸ فن‌های خلاقیت
۲۳۰	* ۱۰.۱۸ فن توفان فکری
۲۳۱	* ۱۱.۱۸ کاربردهای توفان فکری
۲۳۱	* ۱۲.۱۸ معایب توفان فکری
۲۳۱	* ۱۳.۱۸ مزایای توفان فکری
۲۳۲	* ۱۴.۱۸ اصول نشست‌های توفان فکری
۲۳۲	* ۱۵.۱۸ عضوهای گروه توفان فکری
۲۳۲	* ۱۶.۱۸ مراحل توفان فکری
۲۳۵	* ۱۹. فن چرا؟
۲۳۵	* ۲۰. Do IT فن

صفحه	عنوان
۲۳۶	* ۲۱. فن چه می‌شود اگر ...؟
۲۳۶	* ۲۲. فن اسکمپر (SCAMPER)
۲۳۶	* ۲۳. فن دلفی
۲۳۷	* ۲۴. چه موقع از فن دلفی استفاده می‌شود؟
۲۳۷	* ۲۵. فن گروه اسمی
۲۳۸	* ۲۶. نمونه‌سازی و آزمون فرآورده
۲۳۹	۲۷. نتیجه‌گیری
۲۴۰	تکالیف
۲۴۱	فصل ۶
۲۴۱	طراحی و تدوین طرح کسب‌وکار
۲۴۲	مقدمه
۲۴۲	۱. طرح کسب‌وکار
۲۴۳	۲. کارکردهای طرح کسب‌وکار
۲۴۴	۳. طرح کسب‌وکار در چه مواردی تهیه می‌شود
۲۴۵	۴. مخاطبان طرح کسب‌وکار
۲۴۵	۵. اهمیت طرح کسب‌وکار
۲۴۷	۶. مقایسه طرح کسب‌وکار و طرح امکان‌سنجی
۲۴۷	۱.۶ طرح امکان‌سنجی
۲۴۷	۲.۶ تفاوت BP با FS
۲۴۸	۷. اجزای یک طرح کسب‌وکار
۲۴۸	۱.۷ خلاصه مدیریتی
۲۴۹	۲.۷ توصیف کسب‌وکار
۲۵۶	۳.۷ تجزیه و تحلیل صنعت
۲۶۲	۸. تشریح فرآورده یا خدمت
۲۶۳	۱۸ معرفی و ویژگی‌های فرآورده
۲۶۳	۲۸ مورد‌های کاربرد
۲۶۳	۳۸ وضعیت تولید فرآورده
۲۶۳	۴۸ گزینه‌های جایگزین

۲۶۴	۵.۸ وضعیت‌های رقابتی فرآورده
۲۶۴	۶.۸ معرفی آمیخته بازاریابی فرآورده‌ها
۲۶۵	۹. برنامه عملیاتی و تولید
۲۷۲	۱۰ ساختار سازمانی
۲۷۲	۱.۱۰ نیروی انسانی و هزینه‌های مورد نیاز
۲۷۳	۲.۱۰ آموزش کارکنان
۲۷۴	۳.۱۰ تحلیل بازار و رقبا
۲۷۵	۴.۱۰ برنامه بازاریابی و فروش
۲۷۶	۱۱ پژوهش و تحلیل بازار
۲۷۶	۱.۱۱ سترياد
۲۷۶	۲.۱۱ اسام بازار
۲۷۶	۳.۱۱ تخمین سهم بازار فروش
۲۷۶	۴.۱۱ ارزیابی آینده بازار
۲۷۷	۵.۱۱ رقابت، حساسیت‌ها و تهدیدها
۲۷۷	۱۲. راهبردهای بازاریابی
۲۷۷	۱.۱۲ بهاگذاری
۲۷۷	۲.۱۲ تبلیغات
۲۷۷	۳.۱۲ شیوه فروش
۲۷۷	۴.۱۲ پخش
۲۷۸	۵.۱۲ خدمات پس از فروش و گارانتی
۲۷۸	۱۳. برنامه مالی
۲۷۸	۱۴. هزینه‌های شرکت
۲۸۲	۱۵. ترانزنامه
۲۸۴	۱۶. صورت جریان نقدی
۲۸۵	۱۷. صورت سود و زیان
۲۸۵	۱۸. ارزیابی ریسک
۲۸۶	۱۹. پیوست‌ها، اسناد و مکتوبات تکمیلی
۲۸۷	۲۰. دلایل شکست برخی از طرح‌ها

صفحه	عنوان
۲۸۷	۲۱. نکته‌هایی دربارهٔ چگونگی ارائهٔ طرح
۲۸۸	۲۲. نتیجه‌گیری
۲۸۸	تکالیف
۲۸۹	§ فصل ۷
۲۸۹	روش‌های تأمین مالی و گردآوری منابع
۲۸۹	مقدمه
۲۹۱	۱. روش‌های تأمین مالی داخلی
۲۹۸	۲. روش‌های تأمین مالی خارجی
۲۹۸	۱.۲. روش‌های قرضه (تقراضی)
۳۰۳	۲.۲. روش‌های غیرقرضی (سرمایه‌گذاری)
۳۰۵	۳. سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در مرزهای گونه‌گون ایجاد و ...
۳۰۶	۴. نتیجه‌گیری
۳۰۶	تکالیف
۳۰۷	منابع و مأخذ

مقدمه مؤلفان

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوهای راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل‌الوصول دیگری به جز نفت بپندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشأ 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 اوجیت کارآفرینی همین پس که طی بیست سال (۱۹۸۰-۱۹۶۰) در یکی از کشورهای چهار اسلیم (هند) تنها ۵۰۰ مؤسسه کارآفرینی شروع به کار کرده‌اند و حتی بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهان برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده‌اند. امروزه نیروی انسانی به‌عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح است. در این بین کارآفرینان به‌طور خاص دارای نقشی مؤثرتر در فرایند توسعه اقتصادی‌اند. تحقیقات نشان داده است 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. آموزش و پرورش کارآفرینان نیازمند یک متدولوژی آموزشی اجرایی برای همکاری تنگاتنگ بین صنعت و دانشگاه به‌منظور رویارویی با فشارهای

شدید اجتماعی حاصل از رشد سریع فناوری و کمبود نیروی انسانی متخصص در جهان امروز است. در سال‌های اخیر موضوع کارآفرینی و خصوصاً آموزش آن توسط دانشگاه‌ها، مدارس و سازمان‌های مختلف دولتی کشور مورد توجه قرار گرفته و در حال حاضر یکی از مشکلات و چالش‌های اساسی آموزش کارآفرینی، کمبود منابع آموزشی و درسی مناسب و کامل است. کتاب حاضر با هدف تدوین یک منبع آموزشی کامل و جامع نگاشته شده و حاصل مطالعه و جمع‌بندی منابع مناسب و تجربیات عملی در حوزه‌های مرتبط است.

محمود احمدپور داریانی-آصف کریمی