

مدیریت اثربخش کارآفرینی

(استراتژی، برنامه ریزی، مدیریت ریسک و سازماندهی)

مؤلف: پروفسور رابرت هیسریچ

دکتر ولاند رمدانی

ترجمه: دکتر ماله تابع جماعت

ارین عسکری

انتشارات طرح نوین اندیشه

www.tnovin.com

سر شناسه: هیسریچ، رابرت دی، ۱۹۹۴ - م.
 عنوان و نام پدیدآور: مدیریت اثربخشی کارآفرینی (استراتژی، برنامه ریزی، مدیریت ریسک و سازماندهی) /
 مولف پروفیسور رابرت هیسریچ، دکتر ولاند رمدانی / ترجمه دکتر ماشاله تابع جماعت، آراین عسکری.
 مشخصات نشر: تهران، طرح نوین اندیشه،
 مشخصات ظاهری: ۲۸۹ ص: مصور، جدول.
 شابک: ۹۷۸-۶۳۲-۶۱۳۱-۰۱-۸
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا
 موضوع: کارآفرینی Entrepreneurship
 موضوع: مدیریت - نوآوری Management – Technological innovations
 موضوع: خلاقیت Creative ability
 شناسه افزوده: مضانی، ولاند، ۱۹۷۹- م.
 شناسه افزوده: عسکری، آراین، ۱۳۶۲- مترجم.
 شناسه افزوده: تابع جماعت، ماشاله، ۱۳۵۱- مترجم.
 رده بندی کنخه: ۱۳۹۷ HB۶۱۵/۰۰۴
 رده بندی دیویی: ۲۰۱/۰۴
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۲۸۳۷۸



تهران، خیابان فلسطین، پایین تر از بوار کشاورز خیابان شهید حجت دوست، پلاک ۲۹
 تلفن: ۸۸۹۸۶۲۷۷ - ۸۸۹۸۶۲۷۸ www.tnovin.com

مدیریت اثربخش کارآفرینی (استراتژی، برنامه ریزی، مدیریت ریسک و سازماندهی)
 مولف: پروفیسور رابرت هیسریچ

دکتر ولاند رمدانی

ترجمه: دکتر ماشاله تابع جماعت

آراین عسکری

نوبت چاپ: اول، تابستان ۱۳۹۸

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ ریال

نشانی پخش: خیابان شریعتی، خیابان ظفر، نبش کوچه صبر، پلاک ۱، واحد ۱۲

صندوق پستی: ۱۹۱۳۷۹۳۱۳۳

دورنگار: ۲۲۲۵۳۶۲۸

تلفن پخش: ۲۲۲۵۳۶۲۷

نشانی الکترونیک: m.tabejamaat@gmail.com

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار.....
۱	فصل اول: مبانی مدیریت کارآفرینی.....
۳	۱-۱- مقدمه.....
۴	۱-۲- بررسی کلی کارآفرینی.....
۴	۱-۲-۱- کارآفرین و کارآفرینی.....
۶	۱-۳- کارآفرینی شرکتی.....
۷	۱-۴- کارآفرینی در بخش دولتی (عمومی).....
۸	۱-۴-۱- تفاوت‌های میان کارآفرینی در بخش خصوصی و دولتی.....
۱۱	۱-۵- کارآفرینی اجتماعی.....
۱۲	۱-۶- کارآفرین در مقایسه با مدیر.....
۱۳	۱-۷- فرآیند کارآفرینی.....
۱۴	۱-۸- مدیریت کارآفرینانه در بخش.....
۱۵	۱-۹- خلاصه فصل.....
۱۸	فصل دوم: طرح کسب و کار.....
۱۹	۲-۱- مقدمه.....
۲۰	۲-۲- تدوین طرح کسب و کار.....
۲۱	۲-۳- هدف طرح کسب و کار.....
۲۲	۲-۴- مزایای تدوین طرح کسب و کار.....
۲۳	۲-۵- اجزاء طرح کسب و کار.....
۲۵	۲-۵-۱- بخش اول.....
۲۷	۲-۵-۲- بخش دوم.....
۲۷	۲-۵-۳- بخش سوم.....
۲۷	۲-۶- خلاصه فصل.....
۳۹	فصل سوم: خلاقیت، نوآوری و مدیر کارآفرین.....
۴۱	۳-۱- مقدمه.....
۴۳	۳-۲- خلاقیت.....
۴۵	۳-۳- فرآیند خلاقیت.....
۴۶	۳-۴- روندها.....
۴۹	۳-۵- روشهای خلق ایده.....
۴۹	۳-۵-۱- گروههای کانونی.....

۵۰	۳-۵-۲- روش طوفان فکری
۵۰	۳-۵-۳- طوفان فکری مکتوب
۵۱	۳-۵-۴- تجزیه و تحلیل موجودی مشکل
۵۱	۳-۵-۵- طوفان فکری معکوس
۵۱	۳-۵-۶- روش گوردن
۵۲	۳-۵-۷- روش چکلیست
۵۳	۳-۵-۸- ارتباط اختیاری
۵۳	۳-۵-۹- ارتباط اجباری
۵۳	۳-۵-۱۰- روش دفترچه گروهی
۵۴	۳-۵-۱۱- فهرست ویژگی
۵۴	۳-۵-۱۲- روش رد رواء بزرگ
۵۴	۳-۵-۱۳- تجزیه تحلیل با امتری
۵۵	۳-۶- نوآوری
۵۵	۳-۶-۱- انواع نوآوری
۵۷	۳-۷- تفکر طراحی
۵۷	۳-۷-۱- ابعاد طراحی
۵۸	۳-۷-۲- موانع سازمانی
۵۹	۳-۷-۳- فرهنگ کلی
۶۰	۳-۸- خلاصه فصل
۶۴	فصل چهارم: مدیریت ریسک کارآفرینی
۶۸	۴-۱- مقدمه
۶۸	۴-۲- تعریف ریسک
۶۹	۴-۳- انواع ریسک
۷۳	۴-۴- مدیریت ریسک
۷۵	۴-۴-۱- تعریف بستر
۷۶	۴-۴-۲- شناسایی ریسک
۷۸	۴-۴-۳- تجزیه و تحلیل و ارزیابی ریسک
۸۰	۴-۴-۴- گزینه های مدیریت ریسک
۸۲	۴-۴-۵- پایش و بازبینی
۸۷	فصل پنجم: آمیخته بازاریابی کارآفرینانه
۹۰	۵-۱- مقدمه

۹۰	۲-۵- ماهیت کارآفرینی
۹۳	۳-۵- ابزارهای بازاریابی
۹۳	۱-۳-۵- محصول
۹۵	۲-۳-۵- قیمت
۱۰۱	۳-۳-۵- توزیع
۱۰۳	۴-۳-۵- ترفیع
۱۰۷	۴-۵- بازاریابی کارآفرینانه
۱۱۱	۵-۵- انواع بازاریابی کارآفرینانه
۱۱۱	۱-۵-۵- بازاریابی چریکی
۱۱۲	۲-۵-۵- بازاریابی غافلگیرانه یا کمینی
۱۱۳	۱-۵-۵- بازاریابی همه‌پای
۱۱۴	۴-۵-۵- بازاریابی ریزس
۱۱۵	۶-۵- خلاصه فصل
۱۱۹	فصل ششم: سازماندهی یک کسب و کار کارآفرینانه
۱۲۲	۱-۶- مقدمه
۱۲۲	۲-۶- دلایل انتخاب یک نوع قانونی مشخص برای تأسیس کسب و کار
۱۲۳	۳-۶- انواع قانونی موجود کسب و کارهای "ت" متشده
۱۳۲	۴-۶- هیئت مدیره/ هیئت مشاوران
۱۳۲	۱-۴-۶- هیئت مشاوران
۱۳۲	۲-۴-۶- جلسه هیئت مشاوران
۱۳۳	۳-۴-۶- هیئت مدیره
۱۳۳	۵-۶- خلاصه فصل
۱۳۷	فصل هفتم: جذب سرمایه برای کارآفرینی
۱۳۹	۱-۷- مقدمه
۱۳۹	۲-۷- انواع سرمایه
۱۴۲	۳-۷- منابع تأمین سرمایه
۱۴۳	۱-۳-۷- منابع شخصی
۱۴۴	۲-۳-۷- خانواده و دوستان
۱۴۴	۳-۳-۷- جمع سپاری
۱۴۶	۴-۳-۷- اعتبار تأمین کننده و اعتبار تجاری
۱۴۶	۵-۳-۷- فرشتگان کسب و کار (سرمایه گذاران اختصاصی)
۱۴۹	۶-۳-۷- سرمایه گذاری مخاطره پذیر

۱۵۷	۷-۳-۷- قراردادهای سرمایه گذاری شخصی و انتشار سهام
۱۵۸	۷-۳-۸- برنامه های مالی دولت
۱۵۸	۷-۴- خلاصه فصل
۱۶۲	فصل هشتم: رشد کسب و کار کارآفرینانه
۱۶۴	۸-۱- مقدمه
۱۶۴	۸-۲- رویکردها و چرخه رشد
۱۶۹	۸-۳- ویژگیهای شرکتی که به سرعت رشد می کنند
۱۷۰	۸-۴- استراتژیهای رشد
۱۷۳	۸-۵- اقدامات مدیریتی منجر به رشد
۱۷۵	۸-۶- روشهای رشد کسب و کار
۱۷۵	۸-۶-۱- رشد به بازارهای بین المللی
۱۷۶	۸-۶-۲- اتصالات با شرکای استراتژیک
۱۷۸	۸-۶-۳- واگذاری زمان برای اعطای مجوز
۱۷۹	۸-۶-۴- جذب و حفظ کارکنان
۱۸۱	۸-۷- استراتژی های خروج و بهره مندی از منافع آن
۱۸۴	۸-۸- خلاصه فصل
۱۹۱	فصل نهم: چالشهای تجارت الکترونیک و مدیریت کارآفرینی
۱۹۵	۹-۱- مقدمه
۱۹۵	۹-۲- ماهیت تجارت الکترونیک
۲۰۲	۹-۳- اشکال اصلی تجارت الکترونیک
۲۰۲	۹-۴- تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک
۲۰۳	۹-۵- انواع تجارت الکترونیک
۲۰۷	۹-۶- تأثیر تجارت الکترونیک بر کسب و کار
۲۱۰	۹-۷- مزایای تجارت الکترونیک
۲۱۳	۹-۸- موانع به کارگیری تجارت الکترونیک
۲۱۳	۹-۹- خلاصه فصل
۲۱۷	فصل دهم: اخلاق کسب و کار، مسئولیت اجتماعی و مدیران کارآفرین
۲۲۰	۱۰-۱- مقدمه
۲۲۱	۱۰-۲- اخلاقیات و مدیران کارآفرین
۲۲۳	۱۰-۱-۲- معضلات اخلاقی
۲۲۵	۱۰-۲-۲- مدل رفتار اخلاقی
۲۲۷	۱۰-۲-۳- توسعه ارزشهای اخلاقی
۲۲۸	۱۰-۳- رویکردهای رفتار اخلاقی

۲۳۰	۱۰-۴-اخلاق کسب و کار و مدیریت کارآفرینی.....
۲۳۰	۱۰-۴-۱- مدیران کارآفرین فاسد.....
۲۳۲	۱۰-۴-۲- مدیران کارآفرین بدون تعهد اخلاقی.....
۲۳۳	۱۰-۴-۳- مدیران کارآفرین اخلاق مدار.....
۲۳۷	۱۰-۵- ماهیت مسئولیت پذیری اجتماعی.....
۲۳۹	۱۰-۶- هرم مسئولیت اجتماعی.....
۲۴۲	۱۰-۷- مزایای مسئولیت پذیری اجتماعی.....
۲۴۳	۱۰-۸- خلاصه فصل.....
۲۴۶	فصل یازدهم: کسب و کار کارآفرینی و مدیریت جانشینی کسب و کار.....
۲۵۱	۱۱-۱- مقدمه.....
۲۵۲	۱۱-۲- تعریف کسب و کارهای خانوادگی.....
۲۵۹	۱۱-۳- افراد سهیم در کسب و کار خانوادگی.....
۲۶۱	۱۱-۴- همپوشانی خانواده و کسب و کار.....
۲۶۵	۱۱-۵- تعارضات در کسب و کار خانوادگی.....
۲۶۷	۱۱-۶- فرهنگ کسب و کار خانوادگی.....
۲۶۹	۱۱-۷- موضوعات مدیریتی جانشینی کسب و کار.....
۲۷۵	۱۱-۸- مزایا و معایب کسب و کارهای خانوادگی.....
۲۷۶	۱۱-۹- خلاصه فصل.....

پیشگفتار مترجمین:

موضوع کارآفرینی در دهه‌های اخیر در مدارس، دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و پارک‌های علم و فن‌آوری و در میان دولتمردان و تصمیم‌گیران سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و همچنین در بخش خصوصی و شرکت‌های فعال و دانش‌بنیان و به طور عمومی در سطح جامعه گفتمان مهم و غالب بوده است که با رشد کمی و کیفی و اقبال عمومی مواجه شده است. هزاران صاحب نظر برجسته از حوزه‌های مختلف درخصوص کارآفرینی تحقیق و پژوهش کرده و صدها هزار مقاله، پژوهش، پایان‌نامه و کتاب درباره این موضوع منتشر شده است.

نسل‌های جدید دانشگاه‌ها پس از سپری نمودن پارادایم‌های آموزش و پژوهش، کارآفرینی فارغ‌التحصیلان را به عنوان مهم‌ترین دستاورد خود مطرح می‌نمایند.

اقتصاددانان موتور محرکه توسعه و پیشرفت را کارآفرینی می‌دانند و روان‌شناسان موفقیت فردی را در پرتو ویژگی‌های کارآفرینان بررسی می‌کنند و جامعه‌شناسان تغییر اجتماعی را از دریچه کارآفرینی می‌بینند و مدیران تحول سازمان را از طریق کارآفرینی، آزمایشی ممکن می‌دانند و فعالان کسب‌وکار، نوآوری در محصول و ایجاد بازار جدید و سودآوری بیشتر را در رُو کارآفرینی قلمداد می‌کنند. با این همه کارآفرینی، هنوز رشته‌ای جوان در علم و گفتمان جدید در جامعه و مقوله‌ای نو، بسیار است که هر چه بیشتر باید درباره آن مطالعه و تحقیق نمود و در عرصه عمل از دستاوردهای آن بهره گرفت.

کتاب مدیریت اثربخش کارآفرینی یکی از کارهای ارزشمند مطالعاتی است که در سال ۲۰۱۶ توسط پروفیسور رابرت هیسریچ و دکتر ولاند رمدانی، که هر دو از صاحب‌نظران این عرصه می‌باشند تهیه شده است.

این کتاب علاوه بر جایگاه و ویژگی خاص بولفر خود از ساختار محتوایی مناسب و جامعیت لازم و نگارش روان نیز برخوردار است و به همه ابعاد مختلف کارآفرینی، نظیر مبانی کارآفرینی، فرآیند کارآفرینی، مدیریت کارآفرینی، طرح کسب و کار، خلاقیت و نوآوری به صورت اثباتی پرداخته است و ارتباط کارآفرینی را با مدیریت ریسک، آمیخته بازاریابی، سازماندهی، جذب سرمایه، تجارت الکترونیک، اخلاق و مسئولیت اجتماعی و مدیریت جانشینی کسب و کار تشریح نموده است.

با مطالعه این کتاب می‌توان به صورت جامع و فشرده با مقوله مدیریت اثربخش کارآفرینی و ابعاد مختلف آن نظیر استراتژی، برنامه‌ریزی، مدیریت ریسک و سازماندهی آشنا گردید.

یکی دیگر از ویژگی‌های این کتاب، امکان استفاده از آن برای متخصصان، مدیران، کارآفرینان و عموم علاقمندان از طرف دیگر می‌باشد چرا که تهیه و نگارش این کتاب می‌تواند نیاز هر دو قشر را پاسخگو باشد. امید است ترجمه این کتاب که برای اولین بار انجام شده است بتواند برای عموم علاقمندان، به ویژه جامعه دانشگاهی و بالخصوص پژوهشگران حوزه کارآفرینی و فعالان کسب و کار مفید و موثر باشد و قدم کوچکی در توسعه فرهنگ کارآفرینی در کشور عزیزمان محسوب شود.

لازم به توضیح است که فرآیند ترجمه و تولید این کتاب از طریق پلتفرم همبودگاه که امکان همکاری مترجمین، ناشرین، سازمان‌ها و مخاطبین کتاب را فراهم می‌نماید، انجام شده است ضمناً علاقمندان می‌توانند برای تهیه کتاب به درگاه همبودگاه به نشانی hamboodgah.ir مراجعه نمایند.

همچنین امید داریم بتوانیم از نظرات، انتقادات و پیشنهادات خوانندگان ارجمند این کتاب از طریق ایمیل m.tabejamaat@gmail.com هر چه بیشتر بهره‌مند شویم.

دکتر ماشاله تابع جماعت

آرین عسگری

آبان ماه ۱۳۹۷